



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Diseño de un sitio Web para dar a conocer los productos y servicios que comercializa la empresa -San Juan AgroExport- a clientes nacionales e internacionales.

Guatemala, 2014.

PROYECTO DE GRADUACIÓN

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

ELABORADO POR:

Ana Valeria España Archila

10003094

Para optar al título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción, 2014

Autoridades

RECTOR:

Dr. Eduardo Suger Cofiño.

VICERRECTORA:

Dra. Mayra de Ramírez

VICERRECTOR ADMINISTRATIVO:

Lic. Jean Paul Suger Castillo

SECRETARIO GENERAL:

Lic. Jorge Retolaza

DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN:

Lic. Leizer kachler

VICE DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN:

Lic. Rualdo Anzueto.



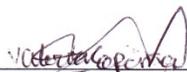
Guatemala 05 de junio de 2013

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 SITIO WEB PARA DAR A CONOCER LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE COMERCIALIZA LA EMPRESA -SAN JUAN AGROEXPORT- A CLIENTES NACIONALES E INTERNACIONALES. GUATEMALA, GUATEMALA 2014. Así mismo solicito que el Lic. Arnulfo Guzmán, sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



Ana Valeria España Archila
10003094



Lic. Arnulfo Guzmán
Asesor





Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 09 de julio de 2013

**Señorita
Ana Valeria España Archila
Presente**

Estimada Señorita España:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE UN SITIO WEB PARA DAR A CONOCER LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE COMERCIALIZA LA EMPRESA –SAN JUAN AGROEXPORT- A CLIENTES NACIONALES E INTERNACIONALES. GUATEMALA, GUATEMALA 2014.** Así mismo, se aprueba a la Lic. Arnulfo Guzmán, 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 SITIO WEB PARA DAR A CONOCER LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE COMERCIALIZA LA EMPRESA -SAN JUAN AGROEXPORT- A CLIENTES NACIONALES E INTERNACIONALES. GUATEMALA, GUATEMALA 2014.** Presentado por la estudiante: Ana Valeria España Archila, con número de carné: 10003094, 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,



Lic. Arnulfo Guzmán
Asesor

V



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 27 de junio de 2014

**Señorita
Ana Valeria España Archila
Presente**

Estimada Señorita Archila:

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, 18 de agosto de 2014.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: ***DISEÑO DE UN SITIO WEB PARA DAR A CONOCER LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE COMERCIALIZA LA EMPRESA –SAN JUAN AGROEXPORT- A CLIENTES NACIONALES E INTERNACIONALES. GUATEMALA, GUATEMALA 2014***, de la estudiante Ana Valeria España Archila, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente.

Lic. Edgar Lizardo Porres Velásquez

Asesor Lingüístico

Universidad Galileo



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 27 de agosto de 2014

Señorita
Ana Valeria España Archila
Presente

Estimada Señorita España:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE UN SITIO WEB PARA DAR A CONOCER LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE COMERCIALIZA LA EMPRESA –SAN JUAN AGROEXPORT- A CLIENTES NACIONALES E INTERNACIONALES. GUATEMALA, GUATEMALA 2014.** Presentado por la estudiante: Ana Valeria España Archila, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciada en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación

Dedicatoria

Gracias a Dios, por permitirme terminar esta meta en mi vida y ayudarme a esforzarme durante estos 4 años.

Gracias a mis padres, que siempre me apoyaron económicamente durante estos 4 años y sus consejos que me ayudaron a terminar esta meta.

Gracias a cada uno mis Catedráticos, que durante estos 4 años se esmeraron por enseñar lo mejor.

Gracias a todos mis compañeros y amigos que juntos nos apoyamos en las buenas y las malas.

Sinopsis

La empresa San Juan AgroExport no cuenta con un sitio web que permita darse a conocer a nivel nacional e internacional.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo: Diseñar un sitio Web para dar a conocer los productos y servicios que comercializa la empresa San Juan AgroExport a clientes nacionales e internacionales.

Se realizó una herramienta de validación para conocer la percepción del grupo objetivo, conformado por empresarios de edades aproximadas de 25 años de edad en adelante, de nivel socioeconómico A. residentes en Guatemala y en el exterior del país y expertos en el área de comunicación y diseño.

El resultado obtenido fue que se desarrolló un sitio web para la empresa San Juan AgroExport, en el que se incluyó información sobre su origen, filosofía, misión, visión, productos y servicios, y se buscó reflejar la imagen que dicha empresa quiere transmitir.

Se recomendó que la empresa San Juan AgroExport se asegure que la información del sitio web siempre se mantenga actualizada para formar lealtad al usuario al fomentar que este regrese por más información en el futuro.



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

Índice

CAPÍTULO I	1
1.1 Introducción.....	1
CAPÍTULO II problemática	2
Problemática:	2
2.1 Contexto	2
2.2 Requerimiento de comunicación y diseño.....	3
2.3 Justificación.....	3
2.3.1. Magnitud:.....	4
2.3.2Vulnerabilidad.	5
2.3.3Transcendencia.	5
2.3.4 Factibilidad.....	5
2.3.4.1 Humanos.....	5
2.3.4.2 Organizacionales.....	6
2.3.4.3 Económicos.	6
2.3.4.4Tecnológicos.....	6
CAPÍTULO III: Objetivos del diseño.....	7
3.1 El objetivo general:.....	7
3.2 Los objetivos específicos:.....	7

CAPÍTULO IV: Marco de referencia.....	8
4.1 información general del cliente:	8
CAPÍTULO V: Definición del grupo objetivo	12
5.1 perfil geográfico:	12
5.2 perfil demográfico:	12
5.3 perfil psicográfico:.....	13
5.4 perfil conductual:.....	13
CAPÍTULO VI: Marco teórico	14
6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio	14
6.2. Conceptos fundamentales relacionados con la Comunicación y Diseño.....	20
6.3 Ciencias Auxiliares, Artes, Teorías y Tendencias	30
CAPÍTULO VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar.	37
7.1 Aplicación de la Información obtenida en el Marco Teórico:	37
7.2 Conceptualización.....	39
7.3 Bocetaje	42
7.4 Bocetaje formal:.....	49
7.5 Propuesta preliminar	51
CAPÍTULO VIII	58
Validación Técnica:	58
8.1 población y muestreo:.....	58

8.2 Métodos e instrumentos:.....	58
8.3 Resultados e interpretación de resultados:.....	61
8.4 Cambios con base a resultados:	66
CAPÍTULO IX: Propuesta gráfica final	68
CAPÍTULO X: Producción, Reproducción y Distribución:.....	75
10.1 Plan de costos de elaboración:.....	75
10.2 Plan de costos de producción:.....	75
10.3 Plan de costos de reproducción:	76
10.4 Plan de costos de distribución:.....	76
10.5 Cuadro con resumen general de costos:.....	76
CAPÍTULO XI: Conclusiones y recomendaciones	77
11.1 conclusiones:.....	77
11.2 recomendaciones.....	78
CAPÍTULO XIII: Conocimiento General.....	79
CAPÍTULO XIII: Referencias	80
Bibliografía.....	80
Bibliografía web	82
CAPÍTULO XIV: Anexos	84

CAPÍTULO I

1.1 Introducción

El presente proyecto tuvo como finalidad realizar un sitio web para la empresa San Juan AgroExport, para dar a conocer los productos y servicios que comercializa. Dicha empresa se dedica a producir, procesar, exportar y comercializa vegetales frescos y fruta congelada.

Representantes de San Juan AgroExport manifestaron la necesidad de la creación de un sitio web que resolviera la brecha de información entre ellos y sus clientes. Asimismo, que les abriera nuevos prospectos a través de Comunicación directa con clientes potenciales.

Una vez delimitada la necesidad de comunicación e identificada su solución, se procedió a investigar todo lo pertinente al área de agro alimentación, así como las tendencias de diseño que mejor expresen la idea que se busca.

Se diseñó el sitio web en función de la teoría básica del diseño web, y se distribuyó el contenido, de acuerdo a la necesidad de comunicación de la empresa en mención.

Al momento de validar este proyecto, se acudió a expertos de la comunicación y el diseño, y de agroalimentación que pudieran proveer una crítica constructiva en cuanto a la efectividad de la propuesta. Se solicitó responder una encuesta que evalúe los aspectos semiológicos de comunicación, la operatividad y la funcionalidad del conjunto de elementos en el diseño. También, se acudió al cliente, quien validó la propuesta al evaluar que se cumplieran las expectativas, y por último, se validó con el grupo objetivo para determinar que los objetivos se hayan cumplido.

Luego de proceder a tabular y analizar los resultados obtenidos de la validación, se prosiguió con la implementación de sugerencias y cambios con base en las respuestas de los encuestados. Finalmente, se concluyó que esta propuesta se elaboró basada en las necesidades del cliente y en las tendencias de diseño web que mejor transmitieran el mensaje.

CAPÍTULO II problemática

Problemática:

San Juan AgroExport es una empresa agrícola que produce, procesa, exporta y comercializa vegetales frescos y fruta congelada. Está situada en el municipio de San Juan Sacatepéquez, y Produce materias primas de la más alta calidad bajo estándares de inocuidad y medio ambiente basados en las normas de buenas prácticas agrícolas y EurepGap, Tesco Nurture, F2F, y otras. Dicha empresa actualmente no cuenta con un sitio web que permita dar a conocer sus productos y servicios.

2.1 Contexto

San Juan AgroExport es una empresa agrícola familiar fundada en 1985 por Ing. Tulio García Morales y Víctor Hugo García Morales en el Municipio de San Juan Sacatepéquez. Fue creada para producir, procesar, exportar y comercializar vegetales frescos, como arveja china y dulce, ejote francés, y col de brusela, entre otros, a países como Estados Unidos, Inglaterra, Holanda, Suiza, y otros de la Unión Europea. La empresa no cuenta con un sitio web que permita darse a conocer a nivel nacional y aún más a nivel internacional.

2.2 Requerimiento de comunicación y diseño.

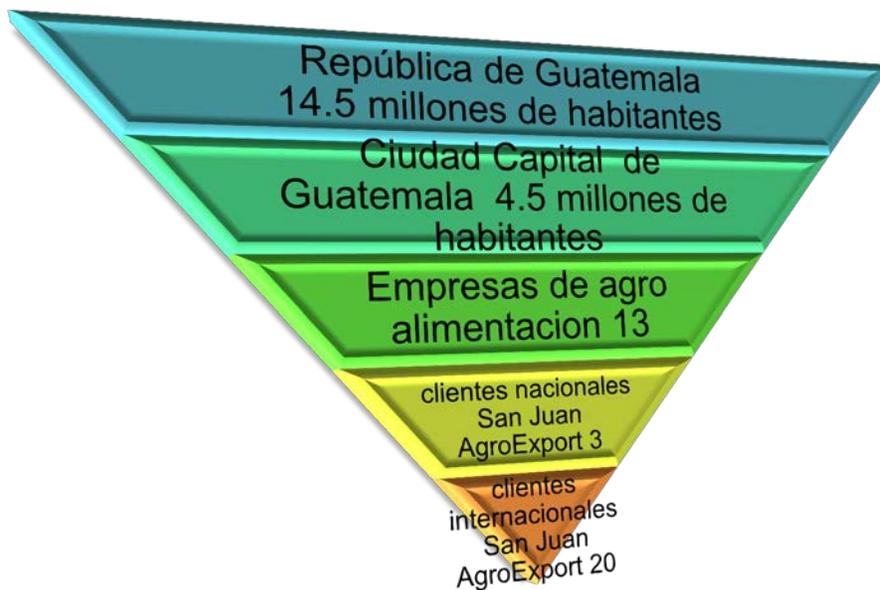
La empresa San Juan AgroExport no cuenta con un sitio web que permita darse a conocer a nivel nacional e internacional.

2.3 Justificación

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

2.3.1. Magnitud:

De acuerdo con el Banco Mundial, que en la República de Guatemala, actualmente 14 millones de habitantes. Una de cada 10 personas en la Ciudad Capital tiene acceso regular a internet. En la Ciudad de Guatemala se tienen registradas 13 empresas más que ofrecen los mismos servicios que la empresa San Juan AgroExport y 3 son clientes nacionales y 20 clientes internacionales.



2.3.2 Vulnerabilidad.

Al no contar con un sitio web la distribuidora de agro alimentación pierde muchas oportunidades de ser encontrada y, por ende, contactada por nuevos clientes, productores, proveedores y colaboradores, lo que inmediatamente causa una baja en las posibles ventas. La efectividad de este proyecto de comunicación dependerá directamente de la afluencia de personas que se pongan en contacto con San Juan AgroExport, luego de haber encontrado su información en el sitio de internet y/o motores de búsqueda electrónicos.

2.3.3 Transcendencia.

A través del presente proyecto, se diseñará el sitio web para la empresa “San Juan AgroExport,” que permitirá a los clientes, productores, proveedores, colaboradores y accionistas, ver la información que sea de su interés, así adquirir nuevos clientes, productores, proveedores, colaboradores y accionistas.

2.3.4 Factibilidad.

El proyecto es factible se cumplen las siguientes cuatro variables:

2.3.4.1 Humanos.

La empresa “**San Juan AgroExport**” cuenta con el recurso humano que brinda la información necesaria para realizar el sitio web, en el que se dará a conocer la empresa y sus productos. Valeria España, como comunicadora y diseñadora y Hugo calvillo, como coordinador de sistemas.

2.3.4.2 Organizacionales

Se cuenta con el apoyo de la empresa “**San Juan AgroExport,**” que es la empresa a quien se le trabajará el proyecto, y dará los requerimientos necesarios para el diseño de un sitio web.

2.3.4.3 Económicos.

La empresa cuenta actualmente con los recursos necesarios, que posibilita la realización de este proyecto.

2.3.4.4 Tecnológicos.

En la empresa San Juan AgroExport se dispone de los recursos técnicos, tales como: laptops, redes inalámbricas a internet software (photoshop, dreamweaver, Word) y hardware, para diseñar el sitio web.

CAPÍTULO III: Objetivos del diseño

3.1 El objetivo general:

Diseñar un sitio Web para dar a conocer los productos y servicios que comercializa la empresa San Juan AgroExport, a clientes nacionales e internacionales.

3.2 Los objetivos específicos:

- Investigar acerca de la construcción y tendencias de un sitio web de agro alimentación, a través de una comparativa de los sitios web dedicados a la agro alimentación y tener una idea clara de lo que ya existe en el mercado y así diseñar uno adecuado para la empresa San Juan AgroExport.
- Recopilar información de la empresa San Juan AgroExport y sus productos y servicios, para incluirlos en la propuesta del sitio web de la empresa.
- Fotografiar los diferentes productos para ilustrar los vegetales y frutas que comercializa la empresa.
- Diagramar la estructura del sitio web para que el grupo objetivo pueda navegar de forma sencilla.

CAPÍTULO IV: Marco de referencia

4.1 información general del cliente:

- **Nombre de la empresa:** San Juan AgroExport.

- **Misión:**

Producimos, procesamos y comercializamos productos agrícolas de excelente calidad, de manera responsable y honesta. Garantizando la satisfacción de clientes, productores, proveedores, colaboradores y accionistas, en un marco de lealtad, respeto y sostenibilidad.

- **Visión:**

Consolidar el liderazgo como empresa guatemalteca globalizada en la producción, procesamiento y comercialización de productos agrícolas que reúnen los más altos estándares de calidad e inocuidad. Mantener un crecimiento sostenible que siga contribuyendo al desarrollo socioeconómico de nuestro país.

- **Filosofía:**

“Produciendo sostenidamente en Guatemala para alimentar al mundo con productos saludables”.

Datos generales de la empresa San Juan AgroExport”

- **Ubicación:** KM 29.5 carretera a San Juan Sacatepéquez, Guatemala C.A

- **Teléfonos:**

PBX: (502) 6444500.

VENTAS: (502) 66444501.

FAX: (502) 66444502.

Antecedentes de la empresa San Juan AgroExport”

San Juan AgroExport es una empresa agrícola que produce, procesa, exporta y comercializa vegetales frescos como arveja china y dulce, ejote francés y col de brusela, entre otros a países como Estados Unidos, Inglaterra, Holanda, Suiza, y otros de la Unión Europea.

Competencia directa:



Competencia indirecta:



FODA

Fortalezas	Oportunidades
Personal experimentado.	Expansión en nuevos mercados.
Capacidad instalada para procesar.	Certificaciones disponibles.
Alianzas.	Tratados internacionales.
Poder de negociación.	Apertura del gobierno a nuevas oportunidades.
Experiencia en el mercado.	Negocios paralelos.
Pertenencia a un consorcio.	Investigación y desarrollo agrícola.
Debilidades	Amenazas
Presencia online.	No expandir su mercado.
Disponibilidad de materia prima	Daños a plantación por plagas.
Falta de software integrado.	Productos con residuos químicos.
Falta de indicadores.	Incremento en precios.
Productividad a todo nivel.	Competencia internacional.
Deficiencia en controles y procesos.	Daños a plantación por el clima.

Explicación del FODA

La empresa San Juan AgroExport contiene el análisis FODA de la siguiente forma:

San Juan AgroExport cuenta con fortalezas como personal experimentado, experiencia en el mercado y alianzas entre otras, que llevan a que la empresa tenga nuevas oportunidades como expandir sus productos a nuevos mercados, y certificaciones que avalan a la empresa como mejor en la exportación de frutas y vegetales.

San Juan AgroExport, una de sus principales debilidades es no tener presencia on line, lo que hoy en día representa una amenaza, ya que se pierde la oportunidad de expandir sus productos hacia nuevos mercados

CAPÍTULO V: Definición del grupo objetivo

El grupo objetivo se compone por personas de edades aproximadas de 25 años de edad en adelante, de nivel socioeconómico A. residentes en Guatemala y en el exterior del país.

5.1 perfil geográfico:

Según datos de la Municipalidad de Guatemala, el municipio de Guatemala tiene extensión de 996 km², una altura aproximada de 1,592m metros sobre el nivel del mar y, de acuerdo a las proyecciones del último censo de población, 4.1 millones de habitantes.

La Ciudad de Guatemala es la capital económica y gubernamental de la República de Guatemala, esto hace que sea el principal puerto de entrada del país a través del Aeropuerto Internacional La Aurora. Asimismo, en ella se pueda encontrar amplia variedad de restaurantes, hoteles y tiendas. La Ciudad Capital está ubicada geográficamente entre trópicos, pero debido a su gran altitud goza de clima bastante suave y sin cambios bruscos entre su temporada lluviosa –que abarca desde mayo a noviembre– y su temporada seca – que es el resto del año–. Su temperatura media anual es de 20 °C, pero en el invierno pueden descender hasta 3 °C, y en el verano ascender hasta 25 °C.

El grupo objetivo se compone en el casco metropolitano de la Ciudad de Guatemala en las mejores zonas (10, 15, 16, 14 y 11)

5.2 perfil demográfico:

El grupo objetivo se compone por personas de edades aproximadas de 25 años de edad en adelante, de nivel socioeconómico A, pues tienen ingresos superiores a Q70, 000.00. Son empresarios de alto nivel o propietarios, directores, con nivel superior de licenciatura. Sus bienes constan de una casa o departamento lujo propio, con habitaciones y servicio

doméstico, y usualmente cuentan con otras propiedades en lagos, playas, y autos del año , asegurados

Edad: a partir de los 25 años en adelante.

Género: femenino y masculino

Ciclo de vida: casadas.

Nacionalidad: La mayoría de otra nacionalidad pero también algunos Guatemaltecos.

. * *En la parte de Anexo A se presenta la Tabla de Niveles Socio-económicos.*

5.3 perfil psicográfico:

Las personas que corresponden a las características de empresarios, negociantes, emprendedores, que normalmente responden ante estímulos económicos a pesar de que tienen mucho dinero. Generalmente son de mentalidades prácticas y buscan soluciones fáciles para cualquier necesidad.

5.4 perfil conductual:

Son personas que cuentan con más de una vivienda, envían a sus hijos a las mejores escuelas, tienden a la actividad social y cívica y donan grandes sumas a la caridad.

Normalmente cuidan de su salud, por lo que siempre buscan productos de mejor calidad indiferentemente del precio. Estas personas usualmente buscan exclusividad en todas sus adquisiciones, ya sea que estén adquiriendo un automóvil nuevo, o haciendo compras en el supermercado.

CAPÍTULO VI: Marco teórico

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio:

6.1.1 Servicio:

Un servicio que tiene como resultado de llevar a cabo necesariamente al menos una actividad en la interfaz entre el proveedor y el cliente y generalmente es intangible.

6.1.2 comercio:

Proviene del concepto latino commercium y se refiere a la transacción que se lleva a cabo con el objetivo de comprar o vender un producto.

6.1.3 Comercialización: introducción de un nuevo producto en el mercado.

6.1.4 Empresa:

Entidad integrada por el capital y el trabajo, como factores de la producción, y dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos.

6.1.5 Cliente:

Según la American Marketing Association (A.M.A.), el cliente es "el comprador potencial o real de los productos o servicios" [2].

6.1.6 Cliente nacional:

Es el comprador potencial o real de los productos o servicios" a nivel nacional.

6.1.7 Cliente internacional:

Es quien adquiere, repetidamente un producto o servicio adquiridos en uno o varios países.

6.1.8 Agro alimentación:

Agroalimentación: se define como la actividad desempeñada a partir de la labranza de tierra ecológicamente, en el ámbito agrícola (el campo), ya que la misma se inclina partiendo de la siembra del cultivo, transformación del alimento industrialmente, el comercio que desencadena las redes sociales agroalimentarias donde actúan series de sectores ya sea el primario, secundario, terciario entre otros sectores que participan y suman gran importancia para que el proceso se mantenga firme. Finalmente el consumidor de los alimentos agrícolas. La importancia que tiene el mismo es que tenemos la posibilidad de encontrar y seguir el rastro, a través de todas las etapas de producción, transformación y distribución, de un alimento y conocer de donde proviene y el contenido de calidad del producto satisfacción en el consumidor y no menos importante la seguridad alimentaria libre de transgénicos que daña la salud humana.

6.1.9 Alimentos: Es todo aquel producto o sustancia en distintas presentaciones que al ingerirse contribuye al bienestar del cuerpo y sus estructuras, a través de su cumplimiento con uno o más de los requisitos nutritivos.

6.1.10 Tipos de alimento:

De acuerdo con su composición química, es posible establecer la siguiente clasificación de los alimentos:

- Inorgánicos: No aportan energía, agua ni minerales.
- Orgánicos: principios inmediatos (hidratos de carbono, grasas y proteínas y vitaminas).

6.1.11 Producto:

Todo aquello que se puede ofrecer en un mercado para su atención, adquisición, o consumo y que satisface un deseo o una necesidad.

6.1.12 Arveja China:

Su nombre científico (*Pisum sativum* L. var. *Saccharatum*) es una planta que crece en clima templado temperaturas óptimas de 14-20°C sensible a heladas durante el desarrollo de la vaina y a temperaturas altas durante la floración. El tamaño de la planta es variable según el hábito de crecimiento. La época de siembra es invierno, otoño y primavera.

6.1.13 Arveja Dulce:

La Arveja Dulce, nombre científico "*Pisum sativum* L." – (Sugar Snap) es un tipo de vaina comestible que, a diferencia de la Arveja China, tiene vainas de paredes engrosadas. Pueden consumirse en estado fresco o congelado. Tienen buena vida de anaquel. La Arveja Dulce es una mezcla entre la Arveja Inglesa y la Arveja China. La Arveja Dulce es totalmente comestible y son de igual manera deliciosas, crudas o cocinadas. Son una fuente excelente de vitamina C.

6.1.14 Ejote Francés:

El ancestro del moderno ejote francés es de origen sudamericano y centroamericano. Los ejotes fueron cultivados en su mayoría desde hace muchos años atrás y fue llevado a Europa después de la conquista española. El ejote francés pertenece a la familia de las leguminosas. Su nombre científico es *Phaseolus vulgaris*. También es conocido como “haricot verts”, lo que significa ejote verde en francés. Este tipo de verdura es rica en proteínas, vitaminas B y C y contiene grandes cantidades del esencial aminoácido lisina.

6.1.15 Food service: Comida de servicio, son aquellas empresas y/o instituciones responsables de cualquier comida preparada fuera del hogar, esto incluye restaurantes, escuelas, hospitales, cafeterías y otros dentro de este ámbito.

6.1.16 Exportación:

Es cualquier bien o servicio enviado a otra parte del mundo con propósitos comerciales. La exportación es el tráfico legítimo de bienes y/o servicios nacionales de un país, pretendidos para su uso o consumo en el extranjero. Las exportaciones pueden ser cualquier producto enviado fuera de la frontera de un Estado. Las exportaciones son generalmente llevadas a cabo bajo condiciones específicas. La complejidad de las diversas legislaciones y las condiciones especiales de estas operaciones pueden presentarse, además, se pueden dar toda una serie de fenómenos fiscales.

6.1.17 San Juan Sacatepéquez:

El municipio de San Juan Sacatepéquez se encuentra a una distancia de 31 km de la Ciudad de Guatemala. Se localiza entre el norte de San Pedro Sacatepéquez, al este de San Martín Jilotepeque y El Tejar, municipios del departamento de Chimaltenango y al oeste de San Raymundo. Las principales fuentes económicas que tiene este municipio son las flores, producciones de agricultura y las artesanías.

6.1.18 Derecho alimentario

Es la rama del Derecho que regula la industria alimentaria, surgida como defensa contra las adulteraciones y fraudes alimentarios. Su área de actuación se extiende desde la producción hasta el consumo de alimentos.

Con el tiempo ha ido ampliando su radio de acción a la regulación de la protección del consumidor ante la aparición de nuevos riesgos, como: la regulación de los organismos genéticamente manipulados, de los alimentos de producción ecológica y de la aplicación de la biotecnología en la alimentación. El objetivo primordial de estas normativas es mantener dentro de los límites aceptables de la higiene y la seguridad, tanto la producción como la comercialización de los alimentos.

6.1.19 EurepGap

Es un programa privado de certificación voluntaria relativamente nuevo, creado por 24 grandes cadenas de supermercados que operan en diferentes países de Europa Occidental y que han organizado el Grupo Europeo de Minoristas (Euro-Retailer Produce Working Group - EUREP). El propósito de EUREP es aumentar la confianza del consumidor en la sanidad de los alimentos, desarrollando “buenas prácticas agrícolas”

6.1.20 Tesco Nurture

Es una norma "Tesco NURTURE," es un requisito para los productores que suministran a Tesco con frutas y hortalizas frescas. Asegura las mejores prácticas agrícolas en la producción de productos frescos.

6.2. Conceptos fundamentales relacionados con la Comunicación y El Diseño:

6.2.1 Comunicación: Es el proceso mediante el que se puede transmitir información de una entidad a otra. Los elementos que intervienen en el acto comunicativo son:

- ✓ El emisor o comunicador.
- ✓ El receptor o destinatario.
- ✓ El mensaje.
- ✓ Código.
- ✓ Canal.
- ✓ El referente o contexto.
- ✓ La retroalimentación o feedback

6.2.1.2 Retórica y comunicación persuasiva:

Es el arte del bien decir, de dar al lenguaje escrito o hablado la eficacia necesaria para deleitar, persuadir o conmover. Se dice que en un sentido general, retórica es cualquier proceso comunicativo ordenado que tenga como fin la persuasión.

La retórica es la capacidad de defender por medio del discurso público una opinión propia, intentando influir así en la forma de pensar y de actuar de los demás, provocando una reflexión inducida en quien escucha y así construir en cabeza ajena el edificio que se quiere llevar a término, para que llegue, en definitiva, a las conclusiones que previamente hemos previsto. La retórica también contempla entre sus recursos comunicativos el diseño de las argumentaciones emotivas, de las razones del corazón con el mismo objetivo persuasivo. Todo ello debe lograr presentar una postura y a uno mismo como algo apropiado, agradable y atractivo, debiendo ser sugerentes, simpáticos y amables al presentar las ideas, con el fin de que sean fácilmente aceptadas por los demás.

6.2.1.3 Medios de comunicación:

Son los instrumentos mediante los cuales se informa y se comunica de forma masiva; son la manera como las personas, los miembros de una sociedad o de una comunidad se enteran de lo que sucede a su alrededor a nivel económico, político, social, etc.

Los medios de comunicación son la representación física de la comunicación en nuestro mundo; es decir, son el canal mediante el que la información se obtiene, se procesa y, finalmente, se expresa, se comunica.

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) han permitido el desarrollo de sistemas de comunicación mediante computadoras, cuyo exponente es la Internet, que ha sido definida como "la red de redes".

No obstante, un hecho se ha hecho evidente: la diferencia existente en el acceso tienen los sectores de mayores y menores recursos y la poca presencia en la red mundial de contenido proveniente de los sectores marginados (naciones, grupos o individuos) de la población. Tratar de precisar las causas que inciden en la falta de equidad en el acceso y participación de los usuarios, nos lleva a plantearnos la búsqueda de respuestas desde una perspectiva que ha estado ausente de los análisis que se han hecho sobre el uso de las redes telemáticas: la comunicativa. En tal sentido, cabe destacar que las teorías de la comunicación más sólidas y fundamentadas han sido desarrolladas previo advenimiento de las redes, por lo que esta indagación es sólo una aproximación sobre la que desconocemos referencias anteriores, salvo las expresadas en los artículos de Morris y Ogan (1996) y Newhagen y Rafaeli (1997), en los cuales justamente

preguntan: ¿Por qué los investigadores de la comunicación deben estudiar los fenómenos de Internet? Son varias las razones que pueden argüirse. En nuestro caso, responde a la necesidad que percibimos de abordar el uso Internet, como nuevo medio de comunicación, desde una perspectiva social.

6.2.1.4 Comunicación Persuasiva: Es toda aquella comunicación orientada a conseguir que los demás apoyen nuestras decisiones y opiniones. Cuando un político está hablando de las buenas cualidades de su partido está fomentando la votación hacia este y está empleando comunicación persuasiva.

6.2.1.5 Comunicación Intercultural: Toda la comunicación es intercultural. Cuantos más elementos de vida compartan las comunidades, más sencilla será la comunicación entre ellas. Pero conocer otras culturas no es suficiente. La comunicación intercultural implica no solo comunicarse con otras culturas sino también hacer el esfuerzo de repensar la propia cultura.

6.2.1.6 Comunicación Corporativa: Es el conjunto de mensajes que una institución (empresa, fundación, universidad, ONG, etc.) proyecta a un público determinado (Público/target) a fin de dar a conocer su misión y visión, y lograr establecer una empatía entre ambos.

6.2.2 Diseño: Arte de ordenar y componer elementos de la misma clase para formar un todo, con un sentido o un fin determinado.

6.2.2.1 Diseño Gráfico: Es una forma de comunicación visual. Se ocupa de organizar imagen y texto para comunicar un mensaje. Puede aplicarse a muchos medios, ya sean impresos, digitales, audiovisuales.

6.2.2.2 Diseño Web: Es una actividad multidisciplinar y reciente, tanto como lo son las nuevas tecnologías. El diseño Web es una rama del diseño gráfico que se encarga de planificar, desarrollar y modificar sitios de Internet.

6.2.2.3 Diseñar: Es un arte creativo que combina arte y tecnología para Comunicar ideas.

6.2.2.4 Diseñador: Es el eslabón entre el emisor (que puede ser un individuo, una empresa o una institución, con unas necesidades de comunicación) y un público más o menos amplio, al que va destinado ese mensaje. Se trata de crear, elegir, organizar y disponer toda la información para la visualización de textos, gráficos, sonido e, incluso, el espacio en blanco empleado para comunicar un mensaje.

6.2.2.5 Aspecto Visual: Es el aspecto formal. Es la distribución de los textos, la tipografía, el color, las proporciones, los sonidos o los gráficos. Su función es complementar y enriquecer los contenidos, lograr una sensación de equilibrio, orden y belleza, y también debe proporcionar una navegación sencilla al usuario.

6.2.2.6 Contenidos: Son datos. Abarca distintos aspectos: desde cómo deben estar redactados a cómo están organizados; presentados y etiquetados. En este sentido, pueden ser aplicables diferentes técnicas de marketing.

6.2.2.7 Composición: Según el libro *Do the Design Yourself /Haga el diseño usted mismo* de Roger Walton, Keith Gillies, Lindsey y John Laing: Para aplicar diseño, se necesita composición que es: Expresar en una disposición decorativa y balanceada, que presente equilibrio en la distribución del espacio que tenemos para crear una colocación correcta sobre una determinada superficie.

6.2.2.8 Creatividad: Según el Psicoterapeuta Lic. Carlos Churba, la creatividad es una actitud para generar procesos creadores para descubrir nuevos significados, para inventar nuevos productos o servicios o ideas a nivel social o individual. Creatividad es percibir ideas y expresar lo nuevo y significativo, es llamado también el proceso de calidad creadora.

6.2.2.9 CSS: Las hojas de estilo en cascada (Cascading Style Sheets, CSS) son un lenguaje formal usado para definir la presentación de un documento estructurado escrito en HTML o XML (y por extensión en XHTML). CSS sirve para aplicar estilos a las etiquetas HTML. También se le conoce como un conjunto de estilos que se van a aplicar a una página HTML. Los estilos se definen como reglas. Estas reglas le dicen a los navegadores cómo mostrar los tipos específicos de estructuras y aspecto visual de una página. Para entender cómo los estilos afectan el aspecto de un Web, necesitamos entender qué sucede a un Web en ausencia de cualquier regla del estilo.

6.2.2.10 Diagramación: Según el libro Producción Gráfica, de Lorenzo Baer, diagramación es: distribuir u organizar elementos gráficos o escritos en un espacio determinado que sigue las líneas gráficas y la jerarquización, la legibilidad y el balance. Para los diseñadores gráficos, diagramadores profesionales y junior's, quienes cuales plasman sus habilidades creativas en trabajos tales como, revistas, folletos, libros y otros.

En la diagramación existen varios aspectos que deben tomarse en cuenta a la hora de realizar un trabajo bajo esta técnica. Algunos de esos aspectos son:

- ✓ Texto.
- ✓ Título y Titulares.
- ✓ Fotos.
- ✓ Artes.
- ✓ Color.
- ✓ Tipografía.

Estos elementos se podría decir que son básicos al momento de la diagramación de artículos. Pasando del título al texto y del texto a la tipografía y color, se llega a la ubicación del arte o la foto. Esta última resulta muy importante y hasta veces imprescindible porque es la que logra darle el punto final y profesional a nuestro trabajo.

6.2.2.11 Digitalización: Según el libro Producción Gráfica, de Lorenzo Baer, se le llama así al acto de convertir un escrito, imagen (boceto) o otros documentos en una imagen digital que se puede visualizar en una computadora y que es convertida a través de un programa editor de imágenes o un escáner. Hay distintas formas de dar un concepto de digitalización como que es acción de convertir en digital información analógica. En otras palabras, es convertir cualquier señal de entrada continua (analógica) en una serie de valores numéricos.

Existen diferentes formas de digitalizar información, generalmente depende del tipo de información. Por ejemplo, una fotografía en papel suele digitalizarse al emplear un escáner. En cambio, el sonido suele digitalizarse empleando un micrófono, que lo transmite a la placa de sonido, donde se digitaliza.

En cuanto a documentos de texto en papel, suelen digitalizarse al emplear sistemas OCR, que reconocen los símbolos escritos y los convierten en caracteres editables en la computadora.

6.2.2.12 Dominio: Según Wikipedia en Español, dominio es una etiqueta de identificación asociada a un grupo de dispositivos conectados a la red de internet, que traduce las direcciones IP a términos fáciles de encontrar y memorizar. Un dominio de Internet es el nombre de un servidor e Internet. Este permite recordar fácilmente la dirección de IP (Protocolo de Internet). Como se dijo anteriormente, el dominio tiene el propósito de facilitar recordar la dirección electrónica. Existen varias empresas virtuales y de Guatemala que se dedican a la venta de dominios, y muchas de ellas incluyen un servicio de diseño en la página web que desea ser creada.

6.2.2.13 Flash: Es una tecnología utilizada para diseñar y crear animaciones gráficas vectoriales, las cuales pueden ser vistas en cualquier navegador y el ancho de banda que necesitan es poco, lo que quiere decir que una página creada a través de esta tecnología, abre fácilmente en cualquier computadora. Utilizar la tecnología flash, es una forma más fácil de diseñar una página web, ya que su lenguaje es menos complejo y pueden realizarse distintas aplicaciones que permiten darle más dinamismo.

6.2.2.14 Photoshop: Es una aplicación informática en forma de taller de pintura y fotografía que trabaja sobre un "lienzo" y que está destinado a la edición, retoque fotográfico y pintura a base de imágenes de mapa de bits.

Con el auge de la fotografía digital en los últimos años, Photoshop se ha ido popularizando cada vez más fuera de los ámbitos profesionales y es quizá, junto a Windows y Flash (de Adobe Systems También) uno de los programas que resulta más familiar (al menos de nombre) a la gente que comienza a usarlo^[cita requerida], sobre todo en su versión Photoshop Elements, para el retoque casero fotográfico.

Aunque el propósito principal de Photoshop es la edición fotográfica, éste también puede ser usado para crear imágenes, efectos, gráficos y más en muy buena calidad.

6.2.2.15 Dreamweaver: Es una aplicación en forma de estudio (basada en la forma de estudio de Adobe Flash) que está destinada a la construcción, diseño y edición de sitios, videos y aplicaciones Web basados en estándares. Creado inicialmente por Macromedia(actualmente producido por Adobe Systems) es el programa más utilizado en el sector del diseño y la programación web, por sus funcionalidades, su integración con otras herramientas como Adobe Flash y, recientemente, por su soporte de los estándares del World Wide Web Consortium. De esta forma se diseñara el sitio web del presente proyecto.

6.2.2.16 Imagen: Según Wikipedia en Español, la imagen está enlazada desde los archivos del diseñador de la página Web y normalmente se utilizan los formatos: GIF, JPEG y PNG. Para enlazar una imagen al utilizar flash, es importante tener una carpeta exclusiva para la creación de la página o sitio Web y en poder almacenarla. Estas son enlazadas desde los archivos del diseñador de la página Web y normalmente se guardan en formatos: GIF, JPEG y PNG. Para enlazar una imagen al usar flash, es importante tener una carpeta exclusiva para la creación del sitio Web y en ella almacenarla.

6.2.2.17 Texto: Según Wikipedia en Español, el texto es editable y se muestra al usuario según las fuentes tipográficas que tenga instaladas en su ordenador. Para que el texto no se distorsione, es recomendable utilizar una fuente tipográfica común como Arial. Este es editable y se muestra al usuario según las fuentes tipográficas que tenga instaladas en su ordenador. Para que el texto no se distorsione, es recomendable utilizar una fuente tipográfica común como Arial.

6.2.2.18 Tipografía: Según el Manual de Tipografía de Ruari Mclean, tipografía es: el tipo de texto que puede ser de tipos, o fuentes de diferentes familias e interlineados, que sirve para escribir, o para imprimir y se clasifican por forma: Serif y Sans-Serif. Actualmente los diseñadores tienen distintos papeles, entre otros el de diseñador y el de tipógrafo. Las transformaciones de la tecnología tipográfica han producido cambios en el aspecto de los caracteres. En 1960, con el desarrollo del fototipo, se comenzó a permitir que los caracteres se toquen y se solapen. La utilización de los ordenadores ha tenido gran repercusión respecto de los caracteres, ya que la letra digital permite una gran flexibilidad.

El diseñador debe tener siempre presente, al trabajar con tipografía que una publicación bien diseñada es una comunidad de tipos en la que todos los miembros trabajan conjuntamente para un propósito común: ayudar al lector a navegar correctamente por la información. Además de esto debemos tener en cuenta que el uso de la tipografía imprime carácter y expresividad, al redundar en las significaciones de lo que se quiere transmitir

6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias

Ciencias

6.3.1.1 Semiología: Charles S. Peirce, fundador del pragmatismo y de la

Semiótica, dice que todo proceso semiótico (semiosis) es una relación entre tres componentes: el propio signo, el objeto representado y el interpretante. Manifiesta que el signo se dirige a alguien, es decir, crea en la mente de esta persona un signo equivalente, o tal vez un signo más desarrollado. A este signo que crea, lo llamo interpretante del primer signo, esta relación se denomina “tríadica”. La significación no es nunca relación entre un signo y lo que el signo significa (su objeto). La significación resulta de la relación triádica. El interpretante cumple una función mediadora, de información, de interpretación o incluso de traducción de un signo por otro.

6.3.1.2 Semiología del discurso:

Según el Semiólogo Humberto Eco, la Semiología de la Comunicación con una hipótesis compuesta, dice que toda cultura se ha de estudiar como un fenómeno de comunicación (o en su aspecto más radical “la cultura es comunicación”). Desde esta posición, Eco sostiene: a) que la semiótica es una teoría general de la cultura, y en último análisis, de la antropología cultural b) reducir toda la cultura a comunicación no significa reducir toda la vida material a „espíritu o una serie de acontecimientos mentales puros c) imaginar la cultura como una subespecie de la comunicación no significa que sea solamente comunicación, sino que se puede comprender mejor si se examina desde el punto de vista de la comunicación, y d)

los objetos, los comportamientos, las relaciones de producción y los valores funcionan desde el punto de vista social, precisamente porque obedecen a ciertas leyes semióticas.

6.3.1.3 Semiología de la Imagen:

Según el Semiólogo Francés, Roland Barthes, la Semiología de la Imagen está basada en una etimología antigua. La palabra imagen debería relacionarse con la raíz de Imitari (Imitar). En cuanto se relaciona de inmediato frente al problema más grave que pueda plantearse a la semiología de las imágenes: ¿Puede acaso la representación analógica producir verdaderos sistemas de signos y no sólo simples aglomeraciones de símbolos? ¿Puede concebirse un analógico, y no meramente digital? Sabemos que los lingüísticos consideran ajena al lenguaje toda comunicación por analogía, desde el de las abejas hasta el por gestos, puestos que esas comunicaciones no poseen una doble articulación, es decir, que no se basan como los fonemas, en una combinación de unidades digitales. Los lingüistas no son los únicos en poner en duda la naturaleza lingüista de la imagen. En cierta medida, también la opinión corriente considera a la imagen como un lugar de resistencia al sentido, en nombre de una cierta idea mítica de la Vida: la imagen es representación, es decir, en definitiva, resurrección, y dentro de esta concepción, lo inteligible resulta antipático a lo vivido. De este modo, por ambos lados se siente a la analogía como un sentido pobre: para unos, la imagen es un sistema muy rudimentario con respecto a la lengua, y para otros, la significación no puede agotar la riqueza inefable de la imagen.

6.3.1.4 psicología:

Es la ciencia que estudia la conducta o comportamiento humano y los procesos mentales. La psicología explora conceptos como la percepción, la atención, la motivación, la emoción, el funcionamiento del cerebro, la inteligencia, la personalidad, las relaciones personales, la consciencia y el inconsciente. La psicología se enmarca en distintas áreas de la ciencia. No es posible lograr consenso para encasillarla entre las ciencias naturales, las ciencias sociales, o las humanas. La disciplina abarca todos los aspectos complejos del funcionamiento psíquico humano. La Psicología también se extiende al ámbito Social y los fenómenos de grupo, como la familia, el deporte, la publicidad y el marketing

6.3.1.5 Psicología del Color:

Según Design Fundamentals de Robert Gilliam Scott: La psicología del color estudia el análisis del color en la percepción y la conducta humana. Esto no depende solo de la apariencia sino del contexto en el espacio. La psicología del color está relacionada con formas geométricas y símbolos.

6.3.1.6 Psicología social y simbólica del color:

Las investigaciones sobre la simbología del color, demuestran que las diversas culturas ven de diferentes maneras el color. Esto viene determinado, incluso, por nuestro sentido de la vista, pero es más importante aún la influencia cultural. Este condicionamiento no sólo afecta al significado que atribuimos al conjunto de impresiones sensoriales, sino también a la propia percepción individualizada. Sin embargo, al estudiar la

simbología cromática, no importa tanto que una sensación de color esté condicionalmente unida a un significado o a otro (según los diferentes planos culturales) como que, en un sentido general, la percepción cromática sea una sustancia significativa en toda cultura y época.

6.3.1.7 Cibernética:

Es una ciencia nueva. Nace con la teoría de Norbet Wiener (1948), en torno a que todos los seres vivos son considerados sistema auto regulables. Dicha ciencia tiene sus raíces en los estudios neurológicos realizados por eminentes científicos norteamericanos. El modelo imitable y aplicable a máquinas que pueden reproducir algunas de las funciones de los seres vivos es el que se está desarrollando a pasos agigantados en nuestro mundo contemporáneo.

6.3.1.8 Tecnología:

Es el conjunto de conocimientos técnicos, ordenados científicamente, que permiten diseñar y crear bienes y servicios que facilitan la adaptación al medio ambiente y satisfacer tanto las necesidades esenciales como los deseos de la humanidad.

6.3.1.9 Antropología:

Es una ciencia social que estudia al ser humano de una forma integral. Para abarcar la materia de su estudio, la antropología recurre a herramientas y conocimientos producidos por las ciencias naturales y las ciencias sociales. La aspiración de la disciplina antropológica es producir conocimiento sobre el ser humano en diversas esferas, pero siempre como parte de una sociedad. De esta manera, intenta abarcar tanto la evolución biológica de nuestra especie, el desarrollo y los modos de vida de pueblos que han desaparecido, las estructuras sociales de la actualidad y la diversidad de expresiones culturales y lingüísticas que caracterizan a la humanidad. Las facetas diversas del ser humano implicaron una especialización de los campos de la Antropología. Cada uno de los campos de estudio del ser humano implicó el desarrollo de disciplinas que actualmente son consideradas como ciencias independientes, aunque mantienen constante diálogo entre ellas. Se trata de la Antropología física, la Arqueología, la Lingüística y la Antropología social. Con mucha frecuencia, el término *Antropología* sólo aplica a esta última, que a su vez se ha diversificado en numerosas ramas, dependiendo de la orientación teórica, la materia de su estudio o bien, como resultado de la interacción entre la antropología social y otras disciplinas. La antropología es, sobre todo, una ciencia integradora que estudia al hombre en el marco de la sociedad y cultura a las que pertenece, y, al mismo tiempo, como producto de éstas.

6.3.2 Artes

6.3.2.1 Fotografía:

Es el procedimiento y arte que permite fijar y reproducir a través de reacciones químicas y en superficies preparadas para ello, las imágenes que se recogen en el fondo de una cámara oscura.

6.3.3 Teorías

6.3.3.1 HTTP: Es el protocolo de transferencia del hipertexto, es decir, el protocolo que los servidores de World Wide Web utilizan para enviar documentos HTML a través de Internet.

6.3.3.2 Programación: Es el conjunto de instrucciones que permite la interactividad de un sitio web.

6.3.3.3 Internet: Según el Diccionario de la Real Academia Española, Internet es una red informática mundial, descentralizada, formada por la conexión directa entre computadoras u ordenadores mediante unos protocolos especiales de comunicación. Según el Ingeniero Mario Sosa Castillo del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología -CONCYT- de Guatemala define Internet como: “el medio de acceso al mundo de la información, es la supercarretera de la información. Según Microsoft Corporation existen muchos servicios actualmente, y la red es una herramienta de comunicación que utiliza muchas tecnologías y protocolos para ser tan poderosamente.

6.3.4 Tendencias

6.3.4.1 Tendencias de diseño web: La tecnología ha derivado al uso táctil, ya que se usan pantallas táctiles mucho más que el ratón de navegación.

En la nueva etapa del diseño web la gente busca websites que se adecúen a las pantallas táctiles. Por ello se cree que las webs de scrolling horizontal (desplazamiento horizontal de contenidos) son más apropiadas para los usuarios de dispositivos táctiles. Con el incremento de popularidad de la tecnología Tablet y Smartphone, las páginas web y los diseñadores tienen que adaptarse a estos nuevos estándares. Las resoluciones de pantalla son diferentes y no pueden sostener ni acomoda las mismas extravagancias que las páginas web. Así como usar fotos de alta calidad para el fondo de la página, otra tendencia es usar texturas en backgrounds (fondo de la web) y elementos. La textura es otra manera de añadir interés a la web y atraer al navegante a nuestra página. Seguramente él nunca lo habrá notado que tu fondo de web parece papel, o le da un aire grunge, o acogedor vintage, o que los bordes parecen de madera. Es sobre el efecto 3-D que añade profundidad y dimensión sin tener protagonismo. La textura es un elemento que transforma una casa en un hogar, y un póster en una obra de arte.

CAPÍTULO VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar.

7.1 Aplicación de la Información obtenida en el Marco Teórico:

Del trabajo de investigación realizado para el marco teórico, se ha tomado algunos principios que se consideran importantes para el desarrollo de la parte grafica del presente proyecto.

La semiología de la comunicación, al estudiar que la cultura es comunicación y que se pueden comprender mejor las cosas si se examina desde el punto de vista de la comunicación. Antes iniciar el proceso de la realización del sitio Web, se tenía ya la idea central y la forma de plasmarla en un diseño ya realizado en un boceto, y gracias al estudio de lo anteriormente mencionado. Los elementos gráficos realizados, que conforman el sitio web.

El concepto **semiología** fue utilizado principalmente en la parte de la selección de las combinaciones de colores y la selección de las texturas a modo de darle un aspecto al sitio de internet, que apelar a los sentimientos de confianza y visibilidad en quien la visite.

La fotografía fue utilizada para presentar los productos que la empresa comercializa para darle un concepto de lo que es el sitio web a quien lo visite.

La Psicología del color, es de suma importancia en todas las partes de la Conceptualización y el diseño, ya que los colores son las principales características ante las cuales reacciona un ser humano. La ilusión óptica del color puede despertar en una persona sentimientos que van desde la tristeza hasta optimismo.

Es importante buscar despertar un sentimiento de confianza para con la empresa, y que en cierta manera, el cliente pueda confiar en la calidad y aseo de los productos que esta ofrece, incluso solo al observar los colores utilizados en el diseño general.

La Antropología se utilizó en el presente proyecto, al analizar esta ciencia que se ocupa de estudiar al hombre en el marco de la sociedad, a las culturas que pertenece, y como producto de éstas. Ayudó a determinar a nuestro grupo objetivo y detectar sus necesidades para así poderlas satisfacer con la realización de proyecto.

La **retórica** se hizo necesaria gracias su gran contenido persuasivo, el cual se pretende utilizar tanto en la conceptualización del sitio web como en las figuras utilizadas en su diseño.

Las **tendencias de diseño web** en sitios relacionados con distribución de productos: fue necesario investigar tendencias de otros sitios web, generalmente metro, ya que son los que mejor expresan el concepto de transparencia. Se observó mucha utilización de sombras sencillas, y mucha atención al detalle (bordes redondeados, texturas con degradados de color, brillos, sombras y efectos de color en textos, entre otros).

7.2 Conceptualización.

7.2.1 Método: Conexiones Morfológicas Forzadas

Es una propuesta de Koberg y Bagnall que en realidad es la suma de los principios básicos de dos técnicas: el “Listado de Atributos” creado por R. P. Crawford y las “Relaciones Forzadas” de Charles S. Whiting.

¿Para qué sirve?

Es muy potente porque en una primera fase facilita que surjan ideas sobre aspectos que no habíamos tenido en cuenta y en la segunda provoca analogías muy inspiradoras.

¿Cómo se hace?

Una vez que ya hemos definido el objetivo creativo y que hemos generado unas cuantas ideas en una lluvia de ideas, nos disponemos a darle un giro de tuerca más:

Descomponemos el objetivo creativo en componentes o bloques. Surgen áreas que quizá no habíamos explorado.

Listamos en cada bloque distintos aspectos o partes. Conectamos, cruzamos al azar diversos aspectos de varios bloques.

Provoca conexiones muy estimulantes que generan ideas muy inusuales.

Objetivo Creativo: **Diseñar** un de sitio Web para dar a conocer los productos y servicios que comercializa la empresa San Juan AgroExport

1. Componentes

Productos	Inocuidad	Servicios	Personas Usuarías	Tendencias Web
Frescos	Aseo	Retail	Hombres	Minimalistas
Congelados	Brillo	Club stores	Mujeres	Metro
	Higiene	Food service	Retail, club stores, y food service	Jerarquía del contenido.

2. Aspectos

Productos	Inocuidad	Seguridad	Personas Usuarías	Tendencias Web
Excelente calidad.	Ambiente fresco.	Seguridad.	Satisfacción del cliente.	Elegancia.
Disponibilidad.	Confianza.	Orden.	Comodidad.	Práctico.
Recetas de productos.	Transparencia.	Distribución.		Comunicación

3. Ideas resultantes

- Metro, productos, excelente calidad, ambiente fresco, seguridad comunicación, satisfacción del cliente:

Crear un sitio web metro que comunique un ambiente fresco, la excelente calidad y seguridad de los productos.

- Minimalista, comodidad, frescos, congelados práctico, producción, confianza, elegancia, tiempo, retail, club stores, y food service.

Crear un sitio web minimalista que represente confianza, elegancia y que presente la disponibilidad y distribución de productos frescos y congelados en retail, club stores y food service.

7.2.2 Definición del concepto: “Calidad y confianza para el cliente”.

Diseñar un sitio web que represente la calidad de los productos y servicios, y que inspire confianza para el cliente.

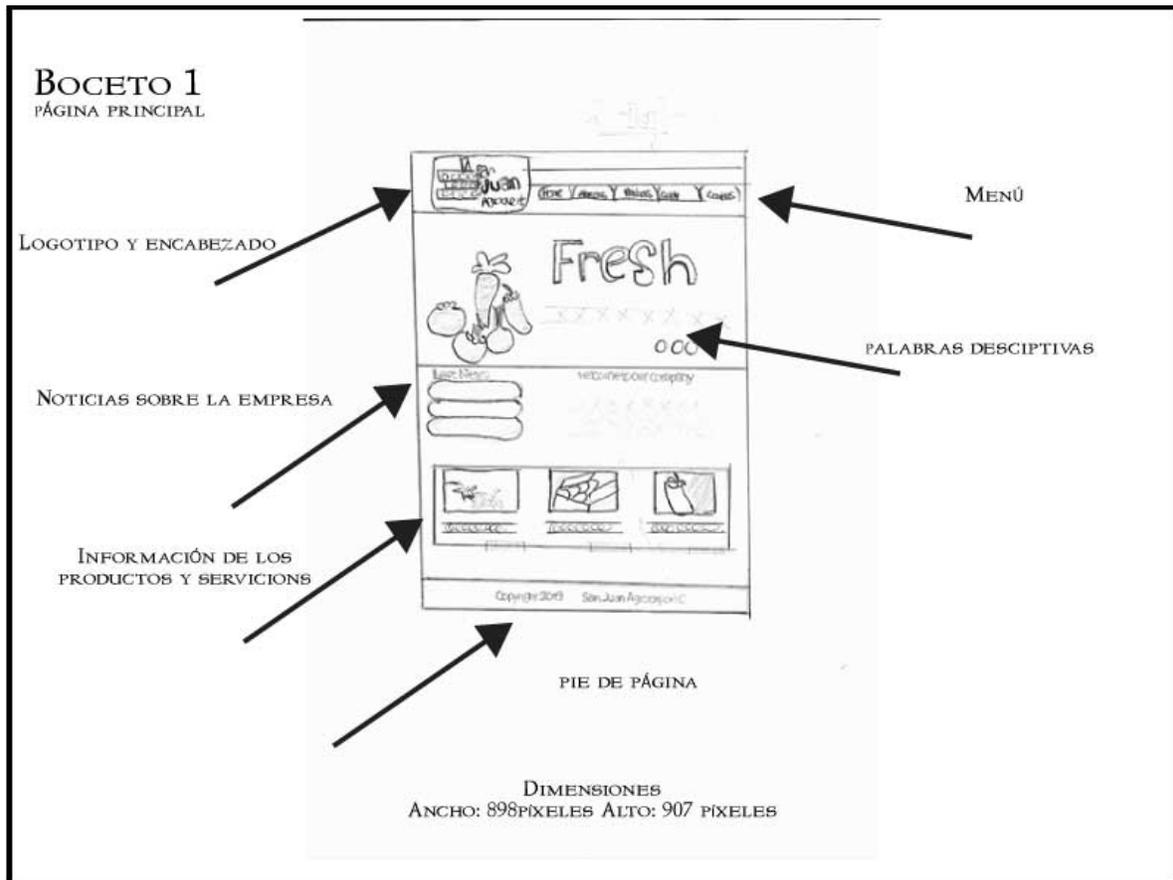
7.3 Bocetaje

Boceto 1

El primer boceto se basa en una imagen sobria en la que se busca describir gráficamente la mayor cantidad de información posible. Se presenta una o varias imágenes para dar lo mejor de San Juan Agro Export.

Elemento grafico	Propósito	Técnica	Emoción
Imagen de productos	Ilustrar de manera llamativa los productos de la empresa San Juan Agro Export.	Diseño: Photoshop Fotografía: productos frescos que dan la sensación de calidad.	Confianza.
Tipografía	Sans serif para dar aspecto limpio y elegante.	En ambos colores del logotipo para formar una imagen visual.	Clase y elegancia.
Colores	Dar impresión de claridad natural ,	Conjugaciones con los colores del logotipo con los predominantes verde, amarillo y naranja dan aspecto de luz y naturaleza.	Confort y confianza
Diagramación	Presentar al cliente un contenido ordenado y fácil de localizar.	Sistema de retículas 960 pixeles.	Orden y organización.

Boceto dibujo natural

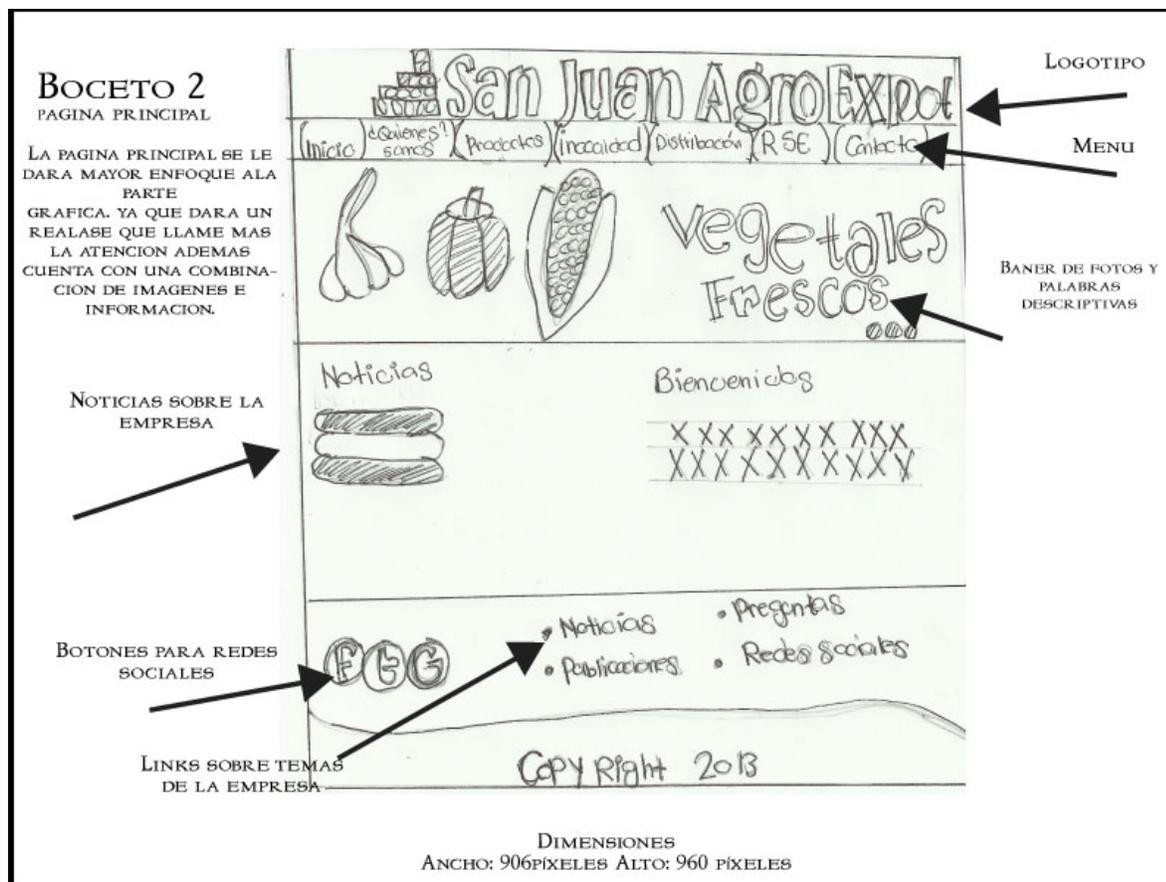


Bocetaje Dibujo Natural

Boceto 2

Este boceto busca dar imagen amplia sobre los productos y servicios que ofrece San Juan AgroExport. y presentar la información más importante. Imágenes con animaciones diferentes brindando al cliente un diseño cómodo y práctico.

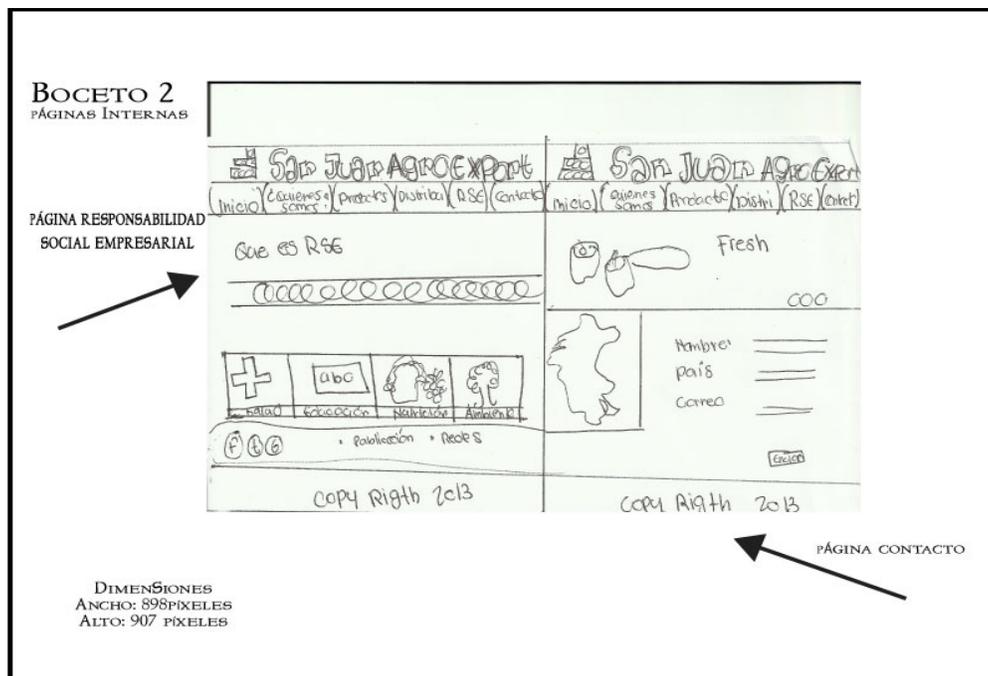
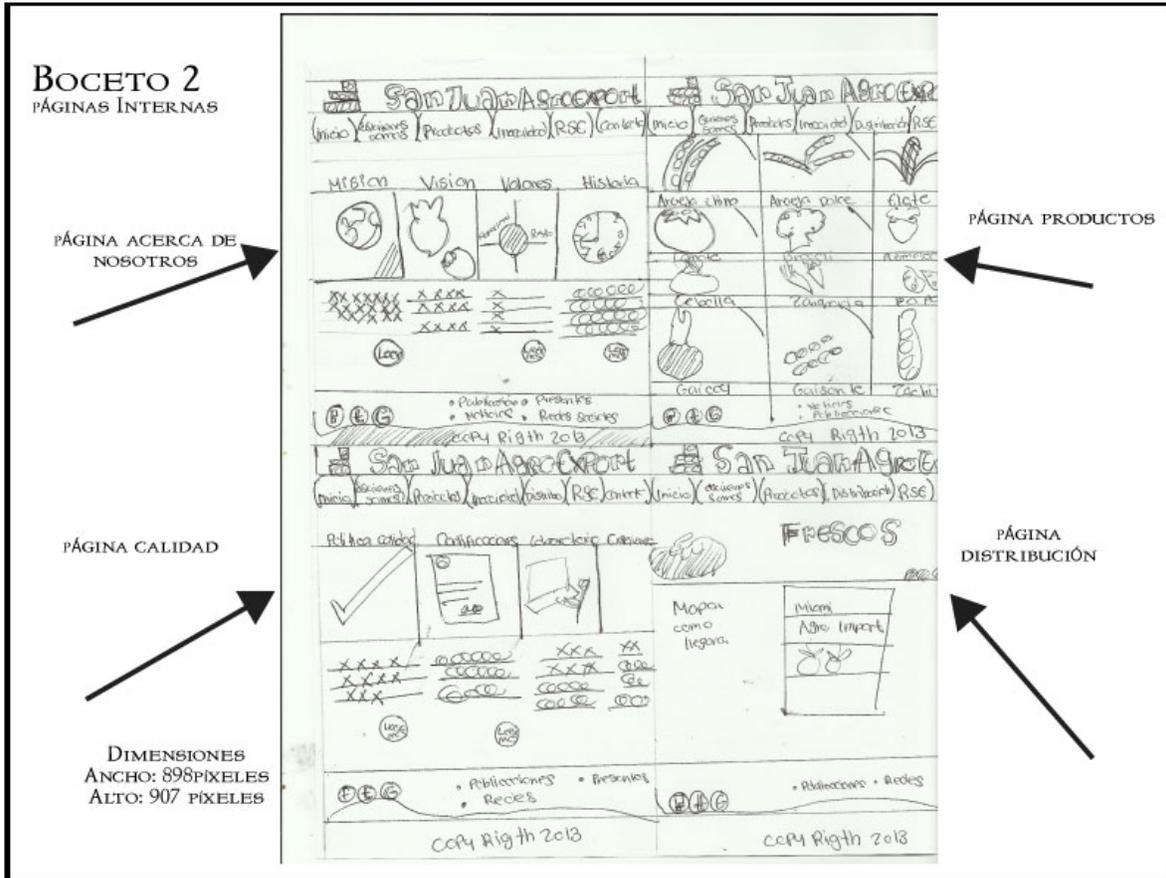
Elemento grafico	Propósito	Técnica	Emoción
Imagen de productos	Ilustrar de manera creativa y ordenada la distinta información e imágenes de la empresa de la empresa San Juan Agro Export.	Imágenes detalladas que ocupen 60% de la Pantalla.	Atracción.
Tipografía	Sans serif para dar aspecto limpio y elegante.	En ambos colores del logotipo para formar una imagen visual.	Clase y elegancia.
Colores	Dar impresión de claridad, luz y contraste.	Conjugaciones con los colores del logotipo con los predominantes verde, amarillo y naranja dan aspecto de luz y naturaleza.	Estabilidad, Dramatismo.
Diagramación	Presentar al cliente un contenido ordenado y fácil de localizar.	Sistema de retículas 960 pixeles.	Orden y organización.



Bocetaje Dibujo natural:

1. La página principal contiene información e imágenes que representan lo que es San Juan Agroexport.
2. La página de Acerca de Nosotros da mayor enfoque gráfico a través de imágenes que representan Misión, visión, valores e historia de la empresa.
3. La página de productos tiene el mayor enfoque gráfico aun 60% de la pantalla.
4. La página de distribución contiene la página web del distribuidor de San Juan Agroexport en Estados Unidos. e información sobre la distribución.
5. La página de calidad, mayor enfoque sobre las imágenes que lo representan.
6. La página de RSE es gráfica e informativa.
7. La página de contacto tiene un formulario y un mapa de lugar.

Bocetaje Dibujo Natural



Tomas fotográficas

Tomas fotográficas



Dimensiones: 1024x 768

Fotografía: plantación de arveja china

Esta fotografía fue proporcionada por la empresa San Juan AgroExport. Se utilizó esta fotografía como fondo de el inicio del sitio web de dicha empresa.



Dimensiones: 1024x 768

Fotografía: Ejote Francés

Esta fotografía fue tomada por Valeria España. Se utilizó esta fotografía como fondo de el inicio del sitio web de dicha empresa.

Tomas fotográficas



Dimensiones: 940x360 (Banner) 200x200 en productos.

Fotografía: Melón Congelado

Esta fotografía fue tomada por Valeria España. Fue utilizada en un banner en la en la pagina de inicio y la pagina de productos congelados.



Dimensiones: 940x360 (Banner) 200x200 en productos.

Fotografía: Arveja Dulce

Esta fotografía fue tomada por Valeria España. Fue utilizada en un banner en la en la pagina de inicio y la pagina de productos congelados.

Tomas fotográficas



Dimensiones: 640x480

Fotografía: puerro

Esta fotografía fue tomada por Valeria España. Fue utilizada en la página de productos frescos.



Dimensiones: 940x360

Fotografía: Arveja Criolla o Guisante Ingles

Esta fotografía fue tomada por Valeria España. Fue utilizada en un banner en la en la página de inicio y la página de productos frescos.

Tomas fotográficas



Dimensiones: 940x360

Fotografía: Plantación de Ejote Francés.

Esta fotografía fue proporcionada por la empresa San Juan AgroExport. Se utilizo en el banner en la página de inicio.



Dimensiones: 1024x768

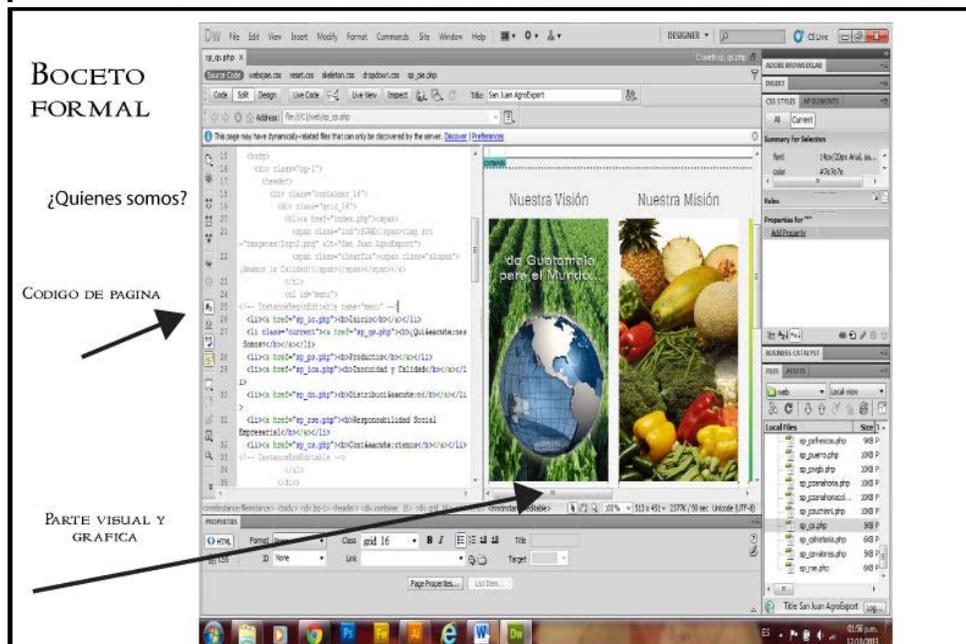
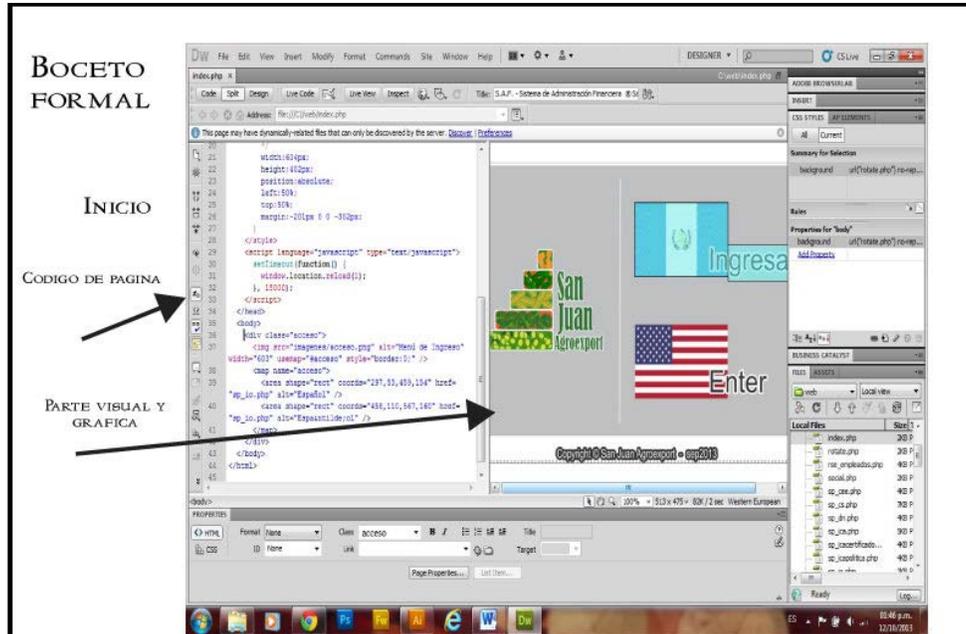
Fotografía: Elotin.

Esta fotografía fue tomada por Valeria España. Fue utilizada como fondo en el inicio de el sitio web, y la página de productos frescos.

A notación: ver en anexo D hojas de contacto de la sección fotográfica.

Bocetaje formal:

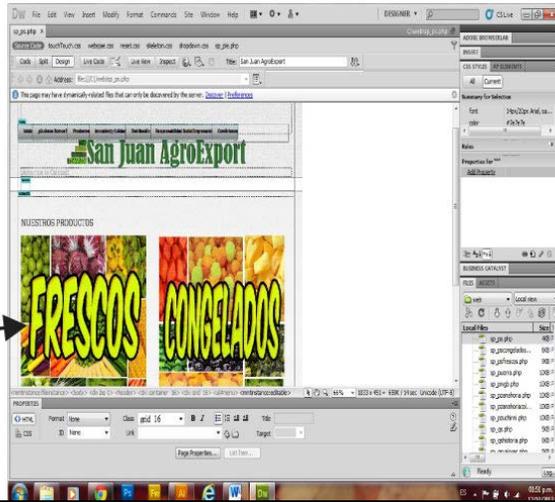
Este bocetaje busca explicar cómo se llevó a cabo el proceso de digitalización del sitio web de San Juan AgroExport.



BOCETO FORMAL

Productos

Clasificación de productos

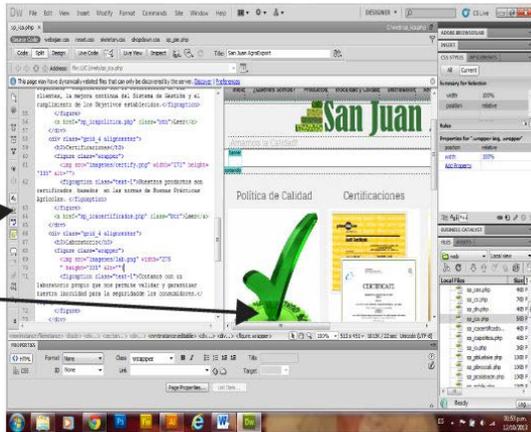


BOCETO FORMAL

Calidad

Código de página

Parte gráfica

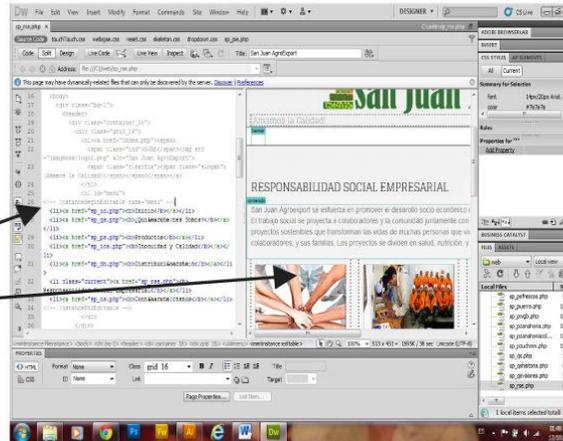


BOCETO FORMAL

Inicio

Código de página

Parte visual y gráfica



7.4 Propuesta preliminar

En esta parte los bocetos se presentan con la propuesta preliminar del sitio Web para “San Juan AgroExport”, en el mismo orden en que fueron presentados los bocetos.

Herramientas y lenguajes utilizados:

Para crear digitalmente este contenido se utilizaron las siguientes herramientas:

- Bocetos de referencia
- Photoshop
- Flash
- Ilustrador

Lenguajes para crear una página web:

- HTML, XHTML para estructurar
- CSS contener la estructura y montar el diseño en manera dinámica.

Propuesta Preliminar Estructura y Diseño:

En el diseño se toma en cuenta la información obtenida del cliente, en este caso es el de San Juan AgroExport, la información y el grupo objetivo.

Elemento grafico	Propósito	Técnica	Emoción
Imagen de productos	Ilustrar de manera creativa y ordenada la distinta información e imágenes de la empresa de la empresa San Juan Agro Export.	Imágenes detalladas que ocupen 60% de la Pantalla.	Atracción.
Tipografía	Sans serif para dar aspecto limpio y elegante.	En ambos colores del logotipo para formar una imagen visual.	Clase y elegancia.
Colores	Dar impresión de claridad, luz y contraste.	Conjugaciones con los colores del logotipo con los predominantes verde, amarillo y naranja dan aspecto de luz y naturaleza.	Estabilidad, Dramatismo.
Diagramación	Presentar al cliente un contenido ordenado y fácil de localizar.	Sistema de retículas 960 pixeles.	Orden y organización.

Propuesta Preliminar



Tipo de pieza: Página Web (Inicio del sitio web)

Dimensiones: 1,200 píxeles X 1000.

Propuesta Preliminar



Tipo de pieza: Página Web (Quiénes Somos, del sitio web)

Dimensiones: 1,200 píxeles X 1000.

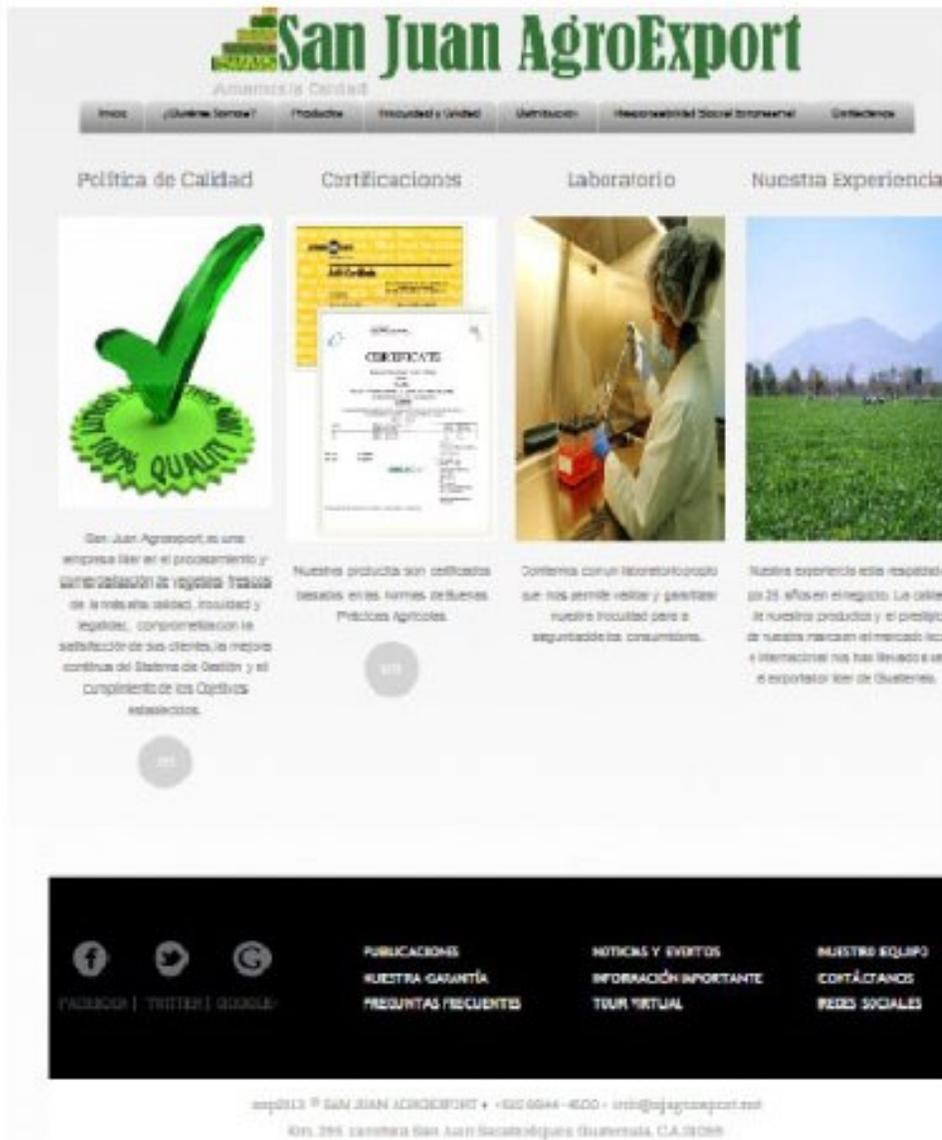
Propuesta Preliminar



Tipo de pieza: Página Web (Productos del sitio web)

Dimensiones: 1,200 píxeles X 1000.

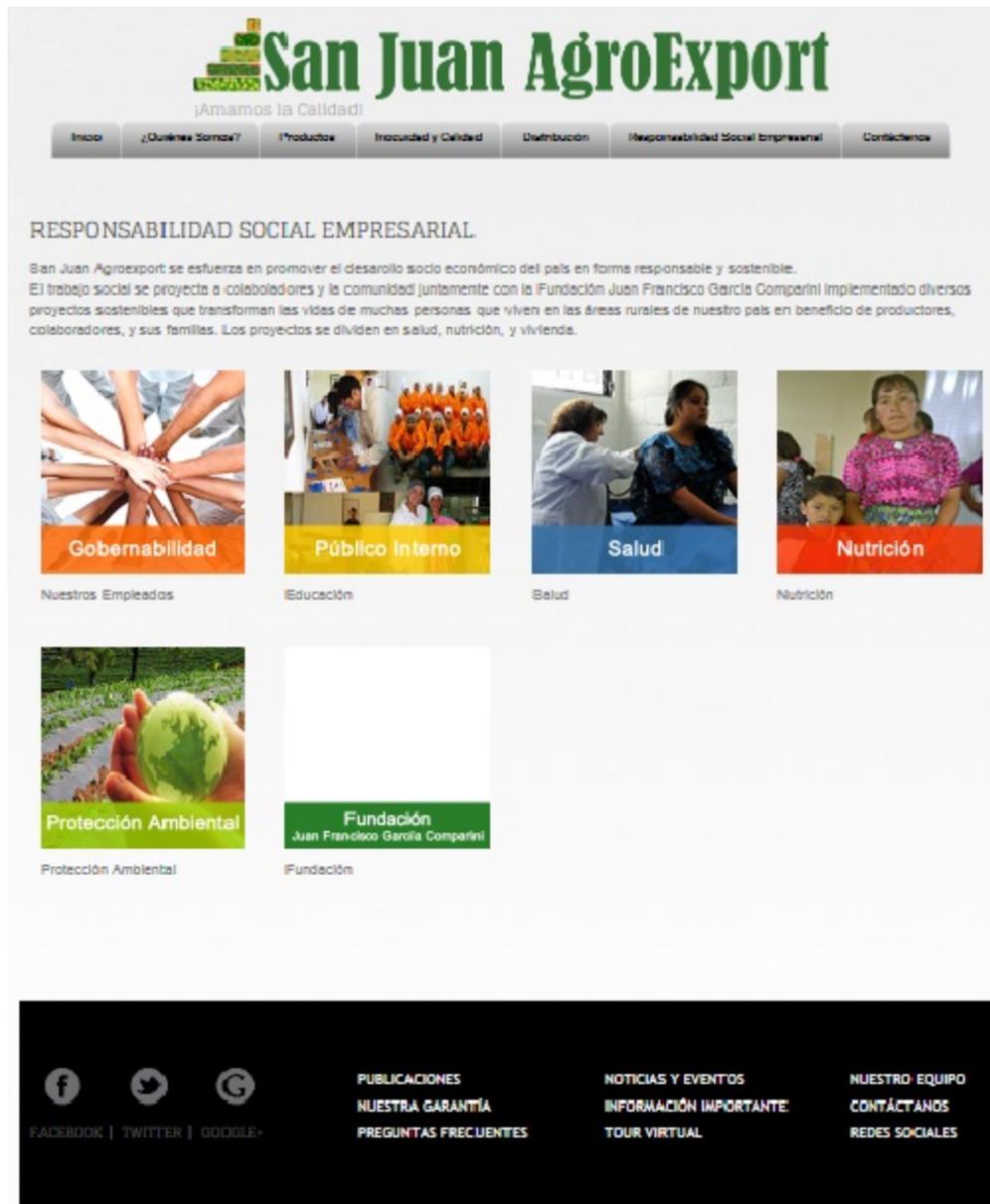
Propuesta Preliminar



Tipo de pieza: Página Web (Inocuidad del sitio web)

Dimensiones: 1,200 píxeles X 1000.

Propuesta Preliminar



Tipo de pieza: Página Web (Responsabilidad Empresarial del sitio web)

Dimensiones: 1,200 píxeles X 1000.

Propuesta Preliminar

San Juan AgroExport
(Amenidad la Calidad)

Inicio | ¿Quiénes Somos? | Productos | Inocuidad y Calidad | Distribución | Responsabilidad Social Empresarial | Contáctenos

INFORMACIÓN DE CONTACTO

Km. 29.5,
San Juan Sacatepéquez,
Guatemala
01088

Teléfono: +502 6644-4500
FAX: +502 6644-4500
Correo Electrónico: info@sjagroexport.net

CONTÁCTANOS

Nombre:

Correo Electrónico:

Número Telefónico:

País:

Mensaje:

Enviar Correo

FACEBOOK | TWITTER | GOOGLE+

PUBLICACIONES
NUESTRA GARANTÍA
PREGUNTAS FRECUENTES

NOTICIAS Y EVENTOS
INFORMACIÓN IMPORTANTE
TOUR VIRTUAL

NUESTRO EQUIPO
CONTÁCTANOS
REDES SOCIALES

Tipo de pieza: Página Web (Contacto del sitio web)

Dimensiones: 1,200 píxeles X 1000.

CAPÍTULO VIII

Validación Técnica:

Para proseguir con la elaboración de este proyecto, este capítulo es para verificar el logro de los objetivos planteados, los elementos semiológicos, operativos y de diseño. Para ello se implementó un instrumento de validación, enfocado en tres áreas de la comunicación y el diseño:

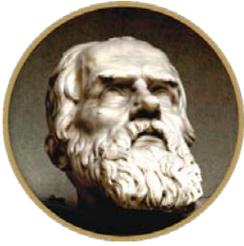
- Visualizar logros respecto de los objetivos planteados en el proyecto.
- Verificar la eficiencia de elementos del diseño en cuanto a colores, tipografía, elementos comunicativos, entre otros.
- Verificar que se cumplan los principios de legibilidad y motivación en el aprendizaje.

8.1 población y muestreo:

La población del grupo objetivo contiene en su totalidad un aproximado de 2000 mil personas, de las que según la fórmula estadística para determinar el tamaño de una muestra, un total de 33 personas deben ser encuestadas para obtener un resultado con porcentaje de confianza de 95 y margen de error de 5%. El personal de San Juan AgroExport está compuesto por 10 personas, de las que todos participaron de la validación. Se verificó la validez en cuanto a Comunicación y Diseño al entrevistar 4 catedráticos de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Galileo, así como a 2 profesionales de Diseño Gráfico.

8.2 Métodos e instrumentos:

Para validar el proyecto se efectuó una encuesta, ya que es necesario tomar en cuenta una herramienta apropiada para realizar la evaluación y tabulación de los datos. Se usa una escala de tipo Likert para responder a las preguntas. La escala Likert es una de las más utilizadas en la investigación. Se crearon 10 preguntas para evaluar la propuesta de diseño.



En la presente encuesta encontrará una serie de preguntas relacionadas con forma, tamaño y color, del proyecto: **Diseño del sitio web “San Juan AgroExport para dar a conocer los productos y servicios que comercializa.**

Se le pide que con base a su criterio observe la propuesta de diseño del **sitio web**, y conteste las siguientes preguntas para la validación del proyecto. Gracias por tomar esta encuesta de validación. Guatemala, octubre 2013

Validación

PARTE OBJETIVA

1. ¿Considera necesaria la elaboración de un Sitio Web para la “empresa San Juan AgroExport”, para dar a conocer los productos y servicios que comercializa?

Si____ **No**_____

2. ¿Considera necesario investigar la información acerca de la construcción del sitio web para poder diseñar uno adecuado para la empresa “San Juan AgroExport”?

Si____ **No**_____

3. Según su criterio ¿cree que es necesario recolectar información sobre la empresa de “San Juan AgroExport”, para poder crear es sitio web?

Si____ **No**_____

4. Según su criterio ¿cree que es necesario que para desarrollar un sitio web se debe de investigar las tendencias de diseño web en la industria de agro alimentación?

Si _____ No _____

PARTE SEMIOLÒGICA

5. Según su criterio, ¿considera que los colores propuestos para el sitio web de la empresa San Juan AgroExport son?

Muy Adecuados _____ Poco Adecuados _____ Nada Adecuados _____

6. Según su criterio, ¿considera que la tipografía es?

Muy Legible _____ Poco Legible _____ Nada Legible _____

7. ¿Considera que las fotografías dan a conocer los productos y servicios de la empresa San Juan Agroexport”?

Muy Adecuados _____ Poco Adecuados _____ Nada Adecuados _____

8. Según su criterio ¿cree que el sitio web es practico para informarse de manera rápida y consisa ?

Mucho _____ Poco _____ Nada _____

9. ¿Considera que el sitio web de San Juan AgroExport da una imagen de?

Orden _____ Limpieza y formalidad _____ Confianza y transparencia. _____

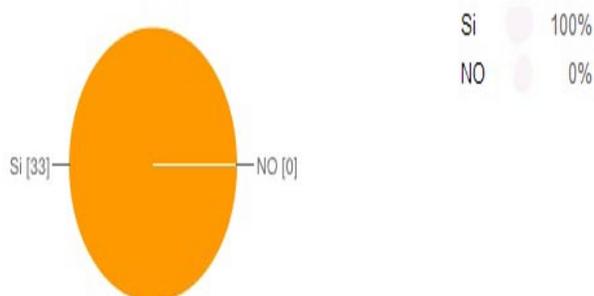
10. ¿Considera que la estructura del Sitio Web muestra información claramente relacionada con “San Juan AgroExport”?

Mucho _____ Poco _____ Nada _____

8.3 Resultados e interpretación de resultados:

Área objetiva:

1. ¿Considera necesaria la elaboración de un Sitio Web para la “empresa San Juan AgroExport”, para dar a conocer los productos y servicios que comercializa?



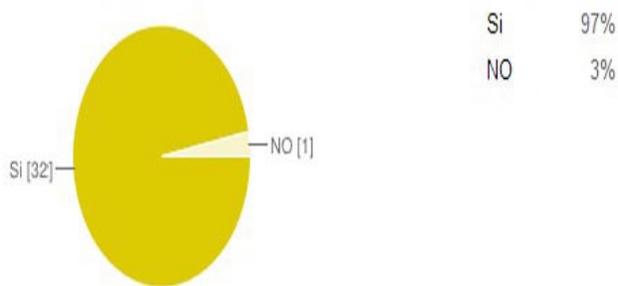
El 100% de la población encuestada considera que es necesaria la elaboración de un sitio web para la empresa San Juan AgroExport, ya que da a conocer los productos y servicios que comercializa.

2. ¿Considera necesario investigar la información acerca de la construcción del sitio web para poder diseñar uno adecuado para la empresa “San Juan AgroExport”?



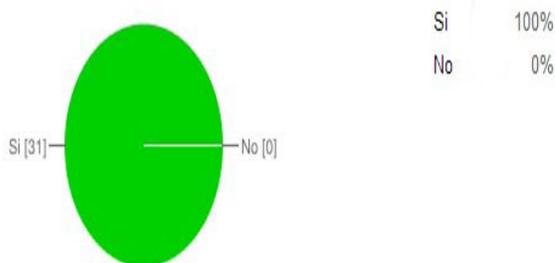
El 97% de la población encuestada considera que es necesario investigar la información acerca de la construcción del sitio web, para diseñar uno adecuado para la empresa San Juan AgroExport y 3% considera que no es necesario.

3. Según su criterio ¿cree que es necesario recolectar información sobre la empresa de “San Juan AgroExport”, para poder crear es sitio web?



El 97% de la población encuestada considera que es necesario recolectar información sobre la empresa San Juan AgroExport para poder crear su sitio web. 3% considera que no es necesario.

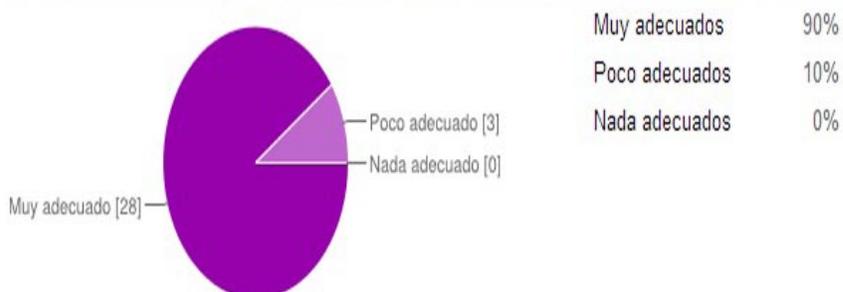
4. Según su criterio ¿cree que es necesario que para desarrollar un sitio web se debe de investigar las tendencias de diseño web en la industria de agro alimentación?



El 100% de la población encuestada considera que es necesario proponer un diseño del sitio web, para dar a conocer la empresa San Juan AgroExport.

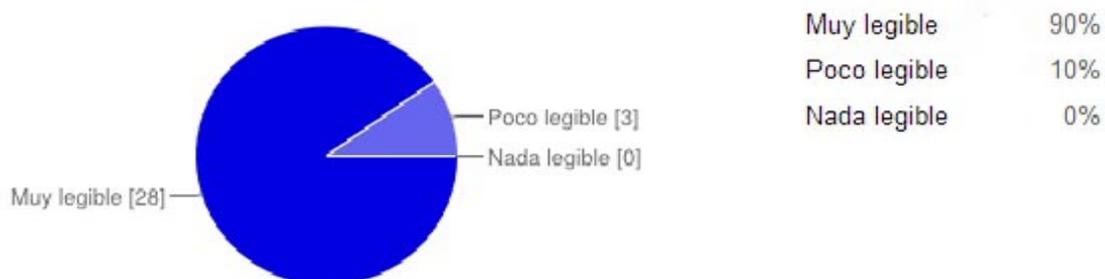
Área Semiológica:

5. Según su criterio, ¿considera que los colores propuestos para el sitio web de la empresa San Juan AgroExport son?



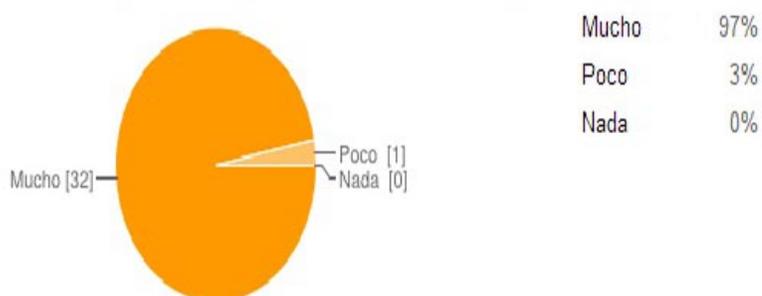
El 90% de la población encuestada considera que los colores son adecuados a la empresa San Juan AgroExport. El 10% cree que son pocos adecuados. Según los resultados no se realizaron cambios en la paleta de colores, el único cambio de color que se cambió fue el pie del sitio web.

6. Según su criterio, ¿considera que la tipografía es?



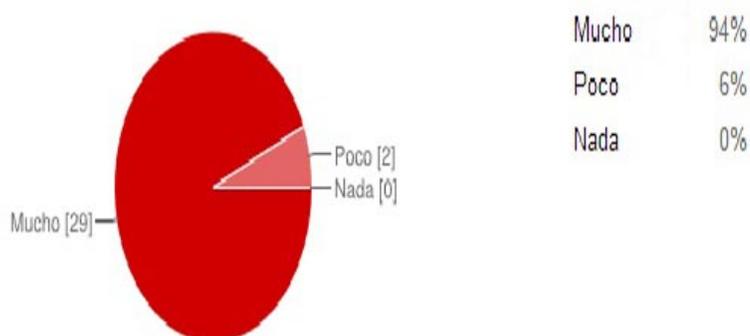
El 90% de la población encuestada considera que la tipografía es legible y el 10% considera que es poco legible. Según el resultado no se realizó ningún cambio en la tipografía del sitio web.

7. ¿Considera que las fotografías dan a conocer los productos y servicios de la empresa San Juan Agroexport”?



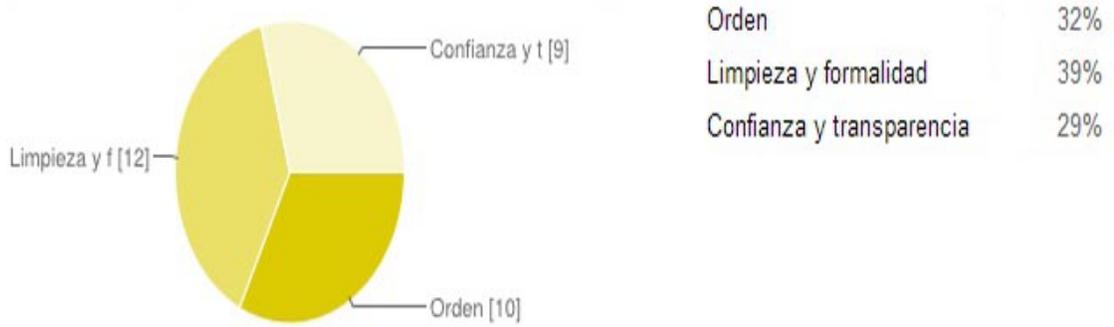
El 97% de la población encuestada considera que las fotografías dan a conocer los productos y servicios de la empresa San Juan AgroExport. El 3% considera que las fotografías dan a conocer poco. Según el resultado las fotografías colocadas en sitio web sí llegaron a cumplir el objetivo de ilustrar los productos que la empresa comercializa.

8. Según su criterio ¿cree que el sitio web es práctico para informarse de manera rápida y consisa ?



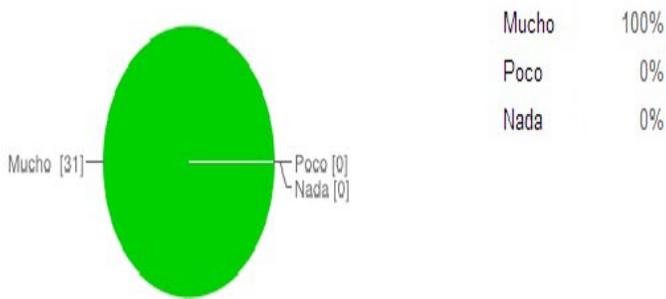
El 94% de la población encuestada cree que el sitio web es práctico para informarse de manera rápida y concisa y 6% cree que es poco rápido y conciso. Según los resultados, el sitio web cumple la función de informar de manera práctica al usuario, por lo que no se realizó ningún cambio en la diagramación del sitio web.

9. ¿Considera que el sitio web de San Juan AgroExport da una imagen de?



El 32% de la población encuestada considera que la imagen que el sitio web representa orden, el 39% considera que representa limpieza y formalidad y el 29% considera que representa confianza y transparencia. En base a los resultados, el sitio web refleja la imagen de limpieza y formalidad que cumple con el concepto de la empresa.

10 ¿Considera que la estructura del sitio web muestra la información claramente relacionada con San Juan AgroExport?



El 100% de la población encuestada considera que la estructura del sitio web muestra la información claramente relacionada con San Juan AgroExport.

8.4 Cambios con base a resultados

En este espacio se describen los cambios realizados con base en los resultados obtenidos con la validación técnica: La mayoría de resultados fueron positivos, por lo que aportó un beneficio a la validación realizada. Se implementaron algunos cambios por la petición del cliente y expertos.

Los aspectos evaluados en la validación técnica fueron:
Algunos de los aspectos que se aplicaron al Diseño, Contenido y la Estructura fueron:

- Se unificó la tipografía 2 estilos en todo el sitio web. Se realizaron los cambios en imágenes que tenían diferente tipografía y se dejaron 2 tipografías únicamente en todo el sitio web.

Antes

Después



- Se cambiaron algunas fotografías de los productos en la parte del banner ya que es la parte de mayor interés. Así que realizaron los cambios de fotografías en la parte del banner.

Antes

Después



- Cambió el color del pie.
- Cambió la imagen de iconos en redes sociales.
- Realizó el cambio del color del pie a un verde oscuro al igual al de logotipo .
- Cambió a una mejor resolución e imagen en los iconos de redes sociales.

Antes

Después



sep2013 © SAN JUAN AGROEXPORT • +502 6644-4500 • info@sjagroexport.net
Km. 29.5 carretera San Juan Sacatepéquez, Guatemala, C.A. 01059



sep2013 © SAN JUAN AGROEXPORT • +502 6644 4500 • info@sjagroexport.net
Km. 29.5 carretera San Juan Sacatepéquez, Guatemala, C.A. 01059

CAPÍTULO IX: Propuesta gráfica final

Página de inicio



Tipo de pieza: página web

Dimensiones: 1000píxeles x 1200 píxeles

Razonamiento: El diseño del sitio web en general sigue la corriente minimalista, con tonalidades claras y contrastes simples. Se presentó en la página inicial un banner de productos, para que el cliente o usuario tuviera información a la mano y de esa manera interpretara el servicio y/o producto que San Juan AgroExport le ofrece y hace. Se agregaron los hipervínculos de redes sociales para mantener conectado la empresa con el cliente, en todo momento.

Otras páginas

San Juan AgroExport
¡Amamos la Calidad!

Inicio | ¿Quiénes Somos? | Productos | Inocuidad y Calidad | Distribución | Responsabilidad Social Empresarial | Contacto

Nuestra Visión

de Guatemala para el Mundo...

Consolidar el liderazgo como empresa guatemalteca globalizada en la producción, procesamiento y comercialización de productos agrícolas que reúnen los más altos estándares de calidad e inocuidad. Manteniendo un crecimiento sostenible que siga contribuyendo al desarrollo socioeconómico de nuestro país.

Nuestra Misión

Producimos, procesamos y comercializamos productos agrícolas de excelente calidad de manera responsable y honesta. Garantizando la satisfacción de clientes, productores, proveedores, colaboradores y accionistas; en un marco de lealtad, respeto y sostenibilidad.

Nuestros Valores

Como empresa creemos en:

- la Responsabilidad,
- la Honestidad,
- la Lealtad y
- el Respeto

LEER

Nuestra Historia

San Juan AgroExport es una empresa agrícola familiar que se fundó en 1965 por los hermanos Ing. Tullio García Morales e Ing. Víctor Hugo García Morales.

LEER

FACEBOOK | TWITTER | GOOGLE+

PREGUNTAS FRECUENTES
NOTICIAS Y EVENTOS
MAPA DEL SITIO

CONTÁCTANOS
REDES SOCIALES

sep2013 © SAN JUAN AGROEXPORT • +502 8644-4500 • info@sjagroexport.net
Km. 29.6 carretera San Juan Sacatepéquez, Guatemala, C.A. 01059

Tipo de pieza: página web

Dimensiones: 1000 píxeles x 1200 píxeles Razonamiento: En la página de “quiénes somos”, se siguió con el diseño Minimalista y se buscó añadir fotografías relacionadas con, la información acerca de la misión, visión y productos de la organización fuera fácilmente visible para todos.



Tipo de pieza: página web

Dimensiones: 1000 píxeles x 1200 píxeles

Razonamiento: En la sección de “productos” se siguió con el diseño Minimalista y se dividió en frescos y congelados para que el usuario conozca la variedad de productos que maneja la empresa San Juan AgroExport.

Política de Calidad



San Juan Agroexport, es una empresa líder en el procesamiento y comercialización de vegetales frescos de la más alta calidad, inocuidad y legalidad, comprometida con la satisfacción de sus clientes, la mejora continua del Sistema de Gestión y el cumplimiento de los Objetivos establecidos.

LEER

Certificaciones



Nuestros productos son certificados basados en las normas de Buenas Prácticas Agrícolas.

LEER

Laboratorio



Contamos con un laboratorio propio que nos permite validar y garantizar nuestra inocuidad para la seguridad de los consumidores.

Nuestra Experiencia



Nuestra experiencia esta respaldada por 25 años en el negocio. La calidad de nuestros productos y el prestigio de nuestra marca en el mercado local e internacional nos han llevado a ser el exportador líder de Guatemala.



FACEBOOK | TWITTER | GOOGLE+

PREGUNTAS FRECUENTES
NOTICIAS Y EVENTOS
MAPA DEL SITIO

CONTÁCTANOS
REDES SOCIALES

DISTRIBUCIÓN

Trabajando junto con **Miami Agro Import**, una empresa de la corporación, en la distribución de nuestros productos en los mercados de Estados Unidos de América y Europeo, somos su mejor enlace en la cadena de suministros.



DISTRIBUCIÓN AÉREA



DISTRIBUCIÓN MARÍTIMA



[f](#) [t](#) [g+](#)
FACEBOOK TWITTER GOOGLE+

PREGUNTAS FRECUENTES
NOTICIAS Y EVENTOS
MAPA DEL SITIO

CONTÁCTANOS
REDES SOCIALES

Tipo de pieza: página web

Dimensiones: 1000 píxeles x 1200 píxeles

Razonamiento: En la sección de “Distribución”

Se usaron 2 películas en formato swf para mostrar gráficamente cómo es la distribución de los productos de la empresa. Se agregó el sitio web de la empresa hermana de San Juan AgroExport en Miami.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Somos una empresa con Responsabilidad Social Empresarial, fue fundada en el año 1985 estamos ubicados en San Juan Sacatepéquez, Guatemala. Trabajamos con grupos de agricultores que basan su actividad económica en la agricultura como fuente principal de ingresos y paralelamente destinan parte de la tierra para la siembra de maíz y frijol para la seguridad alimentaria y nutricional familiar, los principales cultivos de San Juan Agroexport son: arveja china, arveja dulce, ejote frances.

La generación de empleo en las áreas geográficas donde San Juan Agroexport mantiene una relación productiva ha permitido mejorar la calidad de vida de sus colaboradores.



FACEBOOK

TWITTER

GOOGLE+

PREGUNTAS FRECUENTES

NOTICIAS Y EVENTOS

MAPA DEL SITIO

CONTÁCTANOS

REDES SOCIALES

Tipo de pieza: página web

Dimensiones: 1000 píxeles x 1200 píxeles

Razonamiento: En la sección de “Responsabilidad Social Empresarial,” se siguió el diseño Minimalista y se presentó la información y en cada fotografía, es un impervinculo de informacion sobre cada área en la que trabaja la empresa San Juan AgroExport.

INFORMACIÓN DE CONTACTO



Km. 29.5,
San Juan Sacatepéquez,
Guatemala
01059

Teléfono: +502 6644-4500
FAX: +502 6644-4500
Correo Electrónico: info@sjagroexport.net

CONTÁCTANOS

Nombre:

Correo Electrónico:

Número Telefónico:

País:

Mensaje:

Enviar Combo

Facebook Twitter Google+ Preguntas Frecuentes Noticias y Eventos Mapa del Sitio Contactanos Redes Sociales

Tipo de pieza: página web
Dimensiones: 1020 píxeles x 960 píxeles
Razonamiento: En la sección de “contacto” se presentó un mapa de google maps, donde se encuentra la empresa y un formulario para datos del usuario o cliente.

CAPÍTULO X: Producción, reproducción y distribución:

10.1 Plan de costos de elaboración:

Descripción	Total de horas	Precio por hora	Total
Recopilación e investigación.	10	Q90	Q900
Proceso creativo	5	Q90	Q450
Diagramación del sitio	5	Q90	Q450
Diseño del sitio	15	Q90	Q1350
Total de elaboración	35	Q90	Q3150

Son los gastos de “mano de obra” por parte del diseñador tomando como suposición que cobra en promedio de Q90 por hora, y que la maquetación del proyecto duraría 35 horas en realizarse.

10.2 Plan de costos de producción:

Descripción	Total de Horas	Precio por hora	Total
Desarrollo del sitio (programación con lenguajes HTML y CSS)	15	Q90	Q3,150
Mantenimiento (aproximado mensual)	5	Q90	Q450
Fotografía (sesión de fotos y retoques mínimos)	Q15	Q90	Q3150
Total de producción	Q30	Q90	Q 6750

Estos gastos son en los que se incurre al “producir” el proyecto, es decir, todo lo que se debe invertir para ponerlo a funcionar. Incluye la codificación del sitio, el mantenimiento y manejo de imágenes. Para este plan también se tomó como base que un diseñador promedio cobra Q90 por hora.

10.3 Plan de costos de reproducción:

No aplica

10.4 Plan de costos de distribución:

Descripción	Total de horas	Precio por hora	Total
Hosting almacenamiento, 20GB de transferencias al mes, precio anual)	-	Q600	Q600

10.5 Cuadro con resumen general de costos:

Tipo de costo	Total
Elaboración	Q3150
Producción	Q6750
Reproducción	No aplica
Distribución	Q600
Total de elaboración	10,500

En resumen, se podría decir que los gastos de diseño y maquetación del producto ascienden a un total de Q3,150. El darle la estructura y hacerlo funcionar valdría aproximadamente Q6,750. Finalmente, lanzarlo al público tendría un costo de Q600, que sumaría un total Q10,500 para el proyecto.

CAPÍTULO XI: Conclusiones y recomendaciones

11.1 Conclusiones:

- ✓ Se desarrolló un sitio web para la empresa San Juan AgroExport, en la que se incluyó información sobre su origen, filosofía, misión, visión, productos y servicios y se buscó reflejar la imagen que dicha empresa quiere transmitir.

Al realizar la investigación se encontró que muchas empresas no le dan la importancia necesaria que cuente con un sitio web, y que tengan con un diseño original y un adecuado manejo en las redes sociales.

- ✓ Se investigó acerca de las tendencias de diseño web y se concluyó que debido al incremento de la tecnología Tablet y Smartphone, es importante mantener una diagramación, simple y adaptable a este tipo de navegadores, y se encontró el código de programación CSS como herramienta ideal para lograr este cometido.
- ✓ Se recopiló toda la información acerca de la empresa San Juan AgroExport sus, productos, filosofías y servicios, que se incluyeron en el sitio web, de acuerdo a las necesidades de la compañía.
- ✓ Se realizó la diagramación de un sitio web congruente a la imagen de la empresa San Juan AgroExport y se estructuró un contenido que fuera de fácil acceso para cualquier usuario.
- ✓ Se fotografiaron los productos que comercializa San Juan AgroExport, así colocarlas en el sitio web para dar los a conocer y reflejar la imagen de dicha empresa.

11.2 recomendaciones

- ✓ Que la empresa San Juan AgroExport se asegure que la información del sitio web siempre se mantenga actualizada para formar lealtad al usuario, al fomentar que este regrese por más información en el futuro.
- ✓ Que los administradores del sitio busquen nuevas tecnologías para mejorar la experiencia del usuario.
- ✓ Que los encargados de la empresa San Juan AgroExport lleve a cabo una campaña publicitaria para dar a conocer el nuevo sitio web

CAPÍTULO XIII: Conocimiento General

Las propuestas gráficas se llevaron a cabo utilizando una serie de conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera de Licenciatura en Comunicación y Diseño. Siendo algunos de estos:

Comunicación y Diseño

Composicion y Diseño:

Se buscó equilibrar los diseños a modo de que no tuvieran más peso en un cuadrante comparado con el resto de los cuadrantes. Asimismo, se buscó una combinación adecuada de los colores principales para hacerlo agradable a la vista y a modo de no sobrecargar el contenido de la página.

Psicología del Color

Se jugó con los colores y tonalidades a modo de dar a entender el concepto tanto del sitio web como de la imagen de la empresa San Juan AgroExport. Por ejemplo, las tonalidades de verde utilizadas en los nombres de los productos.

Semiología

Semiología: esta ciencia es imprescindible en el diseño y diagramación de un sitio web, ya que se busca que un cliente que visite el sitio, sepa identificar la barra de navegación, los vínculos a otros sitios y así también sepan de qué se trata.

Diseño Web:

Se utilizó un serie de herramientas para armar el diseño del sitio web. Dichas herramientas incluyen Photoshop, Illustrator, flash y el lenguaje de programación HTML.

El conjunto de estos conocimientos permitieron la realización del presente Proyecto habiendo sido utilizados en distintos puntos del mismo.

CAPÍTULO XIII: Referencias

Bibliografía

LIBROS VIRTUALES (LV) (ISBN)

A:

Antrazyt: Diseño Web para Todos. 2007 – 196 páginas.

Materiales Elaborados: Carlos Egea García.

Colaboradores: Juan Carlos Ramiro Iglesias y Alicia Saravia

Sánchez. De esta Edición: Icaría editorial. (www.icaríaeditorial.com)

ISBN: 978-84-7426-630-6

Alejandro E. Lerma Kirchner y Enrique Márquez Castro

Comercio y Marketing internacional 4ta Edición/2010. 600 Páginas.

ISBN-10: 6074813213

B:

Barthes Roland: Elementos de Semiología (Semiología de la Imagen) (ELEMENTS DE SEMIOLOGIE) 196 páginas.

Traducción: Alberto Méndez (derechos para la edición en castellano)

ISBN: 84-7053-028-3

Baer Lorenzo: Producción Gráfica. Ed. Senac. - São Paulo. 80 Páginas.

E:

Eco, Umberto: Semiótica y Filosofía del lenguaje (Semiología de la Comunicación, Semiótica y Comunicación) 1990. Editorial Lumen.

F:

Fernández Coca, Antonio (1998): Producción y diseño gráfico para la World Wide Web, - 336 páginas. Paidós, Barcelona, 1998.

Frascara Jorge: El Diseño De Comunicación. 2006 – 174 páginas.

Editorial: Infinito. ISBN: 9789879393420

M:

Philip kotler, Gary Armstrong Dionisio Cámara Ibáñez Ignacio Cruz Roche. 10 Edición Marketing 750 paginas. Traducción: Clara Eugenia Rivera Rodríguez. Editorial: Person Prentice Hall.

ISBN: 10: 84-205-41-98-2.

Mattelart Armand y Mattelart. Historia de la teoría de la comunicación. Edit. Paidósm Ibérica, S. A. Barcelona, España. 1997. Pág. 31.

R:

Real Academia Española, 1992. Diccionario de la lengua española.

Trigésima octava edición. Madrid. Real Academia Española.

S:

Scott Robert, Gilliam: Design Fundamentals (Fundamentos del Diseño, Psicología del Color) 199 páginas. Editorial R. E. Krieger Pub. Co (1980). ISBN-10: 0898740401.

Bibliografía Tipográfica.

T: Times New Roman. Tamaño: 12

Bibliografía web

W:

Web significado de colores: rojo, gris, blanco, negro. En línea en:

http://www.webtaller.com/maletin/articulos/significado_de_los_colores.php

Consultado en julio 20 de 2013.

Web 960 grid system [960 grid system] En línea: [http://960](http://960grid.com/)

Consultado el 1 de agosto 2013.

Web Neuronilla: página para generar ideas y estimular la creatividad. En línea <http://www.neuronilla.com/content/view/82/70/>. Consultado en julio 24 de

2013.

Web alimentación y salud. En línea:

<http://www.juntadeandalucia.es/averroes/~29701428/salud/alitipo.htm>.

Consultado en julio 13 de 2013.

Web Agroalimentación. En línea:

<http://www.significadode.org/agroalimentaci%F3n.htm> Consultado en julio 13

de 2013.

Web alimentación. En línea: [http://salud.glosario.net/alimentacion-](http://salud.glosario.net/alimentacion-nutricion/alimento-2196.html)

[nutricion/alimento-2196.html](http://salud.glosario.net/alimentacion-nutricion/alimento-2196.html). Consultado en julio 12 de 2013.

Web definición de comercio. En línea: <http://definicion.de/comercio/> consultado en Diciembre 1 de 2013

Web definición de empresa. En línea:

<http://www.wordreference.com/definicion/empresa> consultado en Diciembre 1

de 2013.

Web definición de cliente. En línea:

<http://www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html> consultado en
Diciembre 2 de 2013.

Web definición de Diseño Web. En línea: <http://www.company-design-web.com/Diseno-Web-Paginas-Internet.aspx>. Consultado en mayo 2 de 2013.

Web Foodservice distributor [Wikipedia] En línea] Disponible en:
http://en.wikipedia.org/wiki/Foodservice_distributor [En inglés] Consultado
el 28 de mayo 2013

Web niveles socio económico Guatemala. En línea:
<http://www.desarollohumano.org.gt/> consultado en marzo 12 de 2013.

Wikipedia en Español <http://es.wikipedia.org/wiki/Wikipedia>
Temas consultados: semiología, arte, diseño, composición, hardware,
internet, investigación, navegador, software, texto, arveja china,
arveja dulce, ejote.
Fechas de consulta: De Abril de 2013 a noviembre de 2013.

Wikipedia en Inglés <http://es.wikipedia.org/wiki/Wikipedia>
Temas de consulta: Hyper Text Language HTML,
Hypertext Pre-processor , CSS PHP, libro Do the Design Yourself por
Roger Walton, Keith Gillies, Lindsey y John Laing.
Fechas de consulta: De Abril de 2013 a noviembre de 2013.

CAPÍTULO XIV: Anexos

Anexo A

Tabla de niveles socioeconómicos.

CARACTERÍSTICA:	NIVEL A	NIVEL B	NIVEL C+	NIVEL C	NIVEL C-	NIVEL D	NIVEL E
EDUCACIÓN	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura	Superior, Licenciatura	Superior, Licenciatura	Media completa	Primaria completa	Primaria incompleta
DESEMPEÑO	Propietaria, Director Profesional exitosa	Empresaria, Ejecutiva de alto nivel, Profesional, Comerciante	Ejecutiva media, comerciante, vendedora	Ejecutiva, comerciante, vendedora, dependiente	Comerciante, vendedora, dependiente	Obrera, dependiente	Obrera, dependiente
INGRESO	Pira Q70 mil	Pira Q45 mil	Pira Q20 mil	Q12 mil	Q8 mil	Q4 mil	Q1.4 mil
VIVIENDA	Casa/ departamento de lujo, en propiedad, 5-6 recámaras, 4 a 6 baños, 3 A sala, pantry, alacena, estudio/ área de servicio reparada, garaje para 5-6 vehicular	Casa/ departamento de lujo, en propiedad, financiada, 3-4 recámaras, 2-3 baños, 2 sala, pantry, alacena, 1 estudio/ área de servicio reparada, garaje para 2-4	Casa/ departamento, rentada o financiada, 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio/ área de servicio, garaje para 2 vehicular	Casa/ departamento, rentada o financiada, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala, garaje para 2 vehicular	Casa/ departamento, rentada o financiada, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala,	Casa/ departamento, rentada o financiada, 1-2 recámaras, 1 baño, sala	Casa/ departamento, rentada, 1-2 recámaras, 1 baño, sala-comedor
OTRAS PROPIEDADES	Finca, casa de descanso en laqar, mar, Antigua, san	Sitio/ terreno condominial cerca de center	Sitio/ terreno interior por herencia				
PERSONAL DE SERVICIOS	Personal de planta, en el hogar, limpieza, cocina, jardín, seguridad y chef	1-2 personal de tiempo completo, chef	Por día	Por día, eventual	Eventual		
EDUCACIÓN GRUPO	Hijos menores colegiar privado/casa, mayores en U del extranjero	Hijos menores colegiar privado/casa, mayores en U local, part grado extranjera	Hijos menores colegiar privado, mayores en U privado y part grado extranjera	Hijos menores colegiar privado, mayores en U estatal	Hijos menores escuela, mayores en U estatal	Hijos en escuela	Hijos en escuela
POSESIONES	Auto del año, asegurador contra todo riesgo, 4x4, Van, Lancha, moto acuática, moto, helicóptero/ avion	Auto de 2-3 años, asegurador contra todo riesgo, 4x4, Van, moto	Auto compacto de 3-5 años, asegurador por Financiera	Auto compacto de 4-5 años, sin seguro	Auto compacto de 8-10 años, sin seguro	moto, part trabajo	
BIENES DE COMODIDAD	3 tel, mínima, col cada miembro de la familia, Direct TV, cable, internet dedicada, 2 antenas equipar de audio, 3-5 TV, varias planas a plasma, maquina de lavar/ secar, platar ropa, computadora/ miembro, internet partan eléctrica, todas las electricidades	2 tel, mínima, col cada miembro de la familia, Direct TV, internet dedicada, cable, 2 equipar de audio, 3 TV, 1 plana a plasma, maquina de lavar/ secar, platar ropa, computadora, internet partan eléctrica y todas las electricidades	1 tel, mínima, 1-2 col, cable, internet dedicada, equipar de audio, 2 TV, maquina de lavar ropa, computadora/ familia o electricidad básica	1 tel, mínima, 1-2 col, cable, radio, 2 TV, electricidad/ básico	1 tel, 1 col, cable, equipar de audio, TV, electricidad/ básico	1 col, cable, radio, TV, electricidad/ básico	1 col, radio, TV, estufa
DIVERSION	Club privado, vacaciones en el exterior	Club privado, vacaciones en el interior o exterior	Cine, CC, parque temático local	Cine, CC, parque temático local	CC, parque, estadio	CC, parque, estadio	Parque
SERVICIOS BANCARIOS FINANCIEROS	3-4 cta 0 monetaria y ahorro, Plaza fija, TC intl, Seguro y cta en US\$	2-3 cta 0 monetaria y ahorro, Plaza fija, TC intl, Seguro y cta en US\$	1-2 cta 0 monetaria y ahorro, Plaza fija, 1-2 TC intl, Seguro	1 cta 0 monetaria y ahorro, 1 TC local	1 cta 0 ahorro, TC local	cta 0 ahorro	

Anexo B

Hipervínculo para el sitio web para San Juan AgroExport

[\(http://www.sjagroexport.net/\)](http://www.sjagroexport.net/)

Anexo C

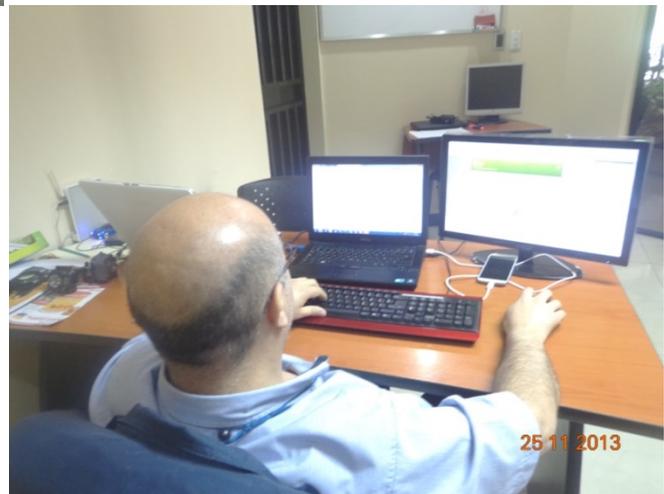
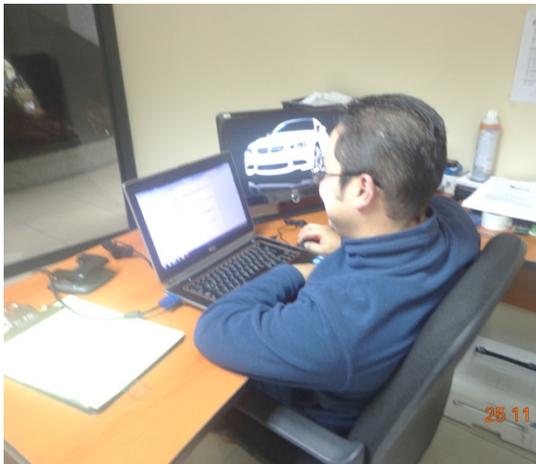
Fotografías de validación

Validación con los Expertos.





Validación con los clientes:



Anexo D

Hojas de contacto Sección fotográfica.



Valeria España. Copy Right 2013



Valeria España. Copy Right 2013