

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

Facultad de Arte, Diseño y Comunicación Audiovisual

Identidad corporativa y digital de la Red Ecuatoriana de Investigación
sobre hongos formadores de Micorrizas (Micor3des)

PROYECTO INTEGRADOR

Previo la obtención del Título de:

Licenciado en Diseño Gráfico y Publicitario

Presentado por:

Adriana Cristina Carrión Arrieta

Rossy Bethsabe Hermida Alava

GUAYAQUIL - ECUADOR

2019

AGRADECIMIENTOS

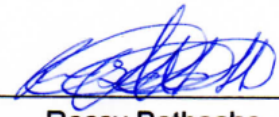
Nuestro agradecimiento está dirigido a todos los profesores y tutores que estuvieron dispuestos a ayudarnos orientándonos en la elaboración de este proyecto, forjando nuestras bases de diseño y principalmente aclarando la idea que el diseñador es muy capaz de trabajar en cualquier área que se proponga.

DECLARACIÓN EXPRESA

"Los derechos de titularidad y explotación, nos corresponde conforme al reglamento de propiedad intelectual de la institución; *Adriana Cristina Carrión Arrieta* y *Rosy Bethsabe Hermida Alava* y damos nuestro consentimiento para que la ESPOI realice la comunicación pública de la obra por cualquier medio con el fin de promover la consulta, difusión y uso público de la producción intelectual"



Adriana Cristina
Carrión Arrieta



Rosy Bethsabe
Hermida Alava

EVALUADORES



Mg. María de Lourdes Pilay G.

PROFESOR DE LA MATERIA



Mg. Lissenia Isabel Sornoza Quijije

PROFESOR TUTOR

RESUMEN

Este proyecto se enfoca en la carencia del diseño de marca de la Red Ecuatoriana de Investigación en Micorrizas (MicoR3des), quienes desean tener una identidad corporativa y digital alcanzando el objetivo principal de ser reconocidos en el campo académico y científico, contando con su propia marca y página web en donde puedan colocar investigaciones, proyectos y trabajos que realizan los profesionales involucrados de la red, pertenecientes a universidades del país (YACHAY TECH, IKIAM Y ESPOL), y que a esta red se puedan involucrar más personas e instituciones.

Para el desarrollo de la marca, se utilizó diferentes metodologías que ayudarían a la construcción del identificador visual y a la página web, empleando el mapa de empatía, la investigación visual, el Stakeholders Mapping y entrevistas. Estas herramientas fueron útiles para analizar el público objetivo, conocer el entorno que los rodea, saber sobre marcas relacionadas, el uso de colores y formas, conocer el recorrido el visual en una página web y sobre las necesidades y perspectivas del usuario.

Empleando técnicas, herramientas y realizando pruebas, se concluye que es de suma importancia para una entidad, poseer una imagen que los represente, que tenga identidad propia y que sea fácil de recordar. Contar con un manual de marca, donde esté detallado la creación de ésta y el diseño de una página web, sirve para compartir con una comunidad digital y poder expandirse en el campo científico.

Palabras Clave: Identidad Corporativa, MicoR3des, Diseño Web, Manual de marca.

ABSTRACT

This project focuses on the lack of brand design of the Ecuadorian Network of Research in Micorrizas (MicoR3des), who wish to have a corporate and digital identity reaching the main objective of being recognized in the academic and scientific field, with their own brand and website where they can place research, projects and work carried out by the professionals involved in the network, belonging to universities in the country (Yachay Tech, Ikiam and Espol), and that more people and institutions can be involved in this network.

For the development of the brand, different methodologies were used that would help the construction of the visual identifier and the website, using the empathy map, the visual research, the stakeholders mapping and interviews. These tools were useful to analyze the target audience, know the surrounding environment, know about related brands, the use of colors and shapes, know the visual tour on a web page and about the needs and perspectives of the user.

Using techniques, tools and conducting tests, it is concluded that as an entity it is important to have an image that represents them, that has its own identity and that is easy to remember. Having a brand manual, where its creation is detailed, and a website design serve to share with a digital community and thus be able to expand in the scientific field.

Keywords: *corporate identity, Mycor3des, web design, brand manual.*

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN	I
ABSTRACT	II
ÍNDICE GENERAL	III
ABREVIATURAS	V
ÍNDICE DE FIGURAS	VI
ÍNDICE DE TABLAS	VII
CAPÍTULO 1	9
1. Introducción	9
1.1 Descripción del problema	10
1.2 Justificación del problema	10
1.3 Objetivos	10
1.3.1 Objetivo General	10
1.3.2 Objetivos Específicos	11
1.4 Marco teórico	11
1.4.1 Red Académica	11
1.4.2 Diseño Web	11
1.4.3 Diseño de Interfaz	11
1.4.4 Usabilidad	12
1.4.5 Experiencia de Usuario (UX)	13
1.4.6 Diseño centrado en el Usuario	13
1.4.7 Arquitectura de la información	13
1.4.8 Identidad Corporativa	13
1.4.9 Agricultura en el Ecuador	14
1.4.10 Hongos Micorrízicos Arbusculares	14
1.4.11 Caso de Estudio	14

CAPÍTULO 2	16
2. Metodología.....	16
2.1 Mapa de Empatía	16
2.2 Stakeholders Mapping.....	17
2.3 Investigación Visual.....	18
2.4 Diseño de Sitio Web.....	23
2.5 Contenido.....	24
2.6 Diseño de pagina	24
2.7 Prototipo.....	25
CAPÍTULO 3	26
3. RESULTADOS Y ANÁLISIS.....	26
CAPÍTULO 4.....	31
4. Conclusiones Y Recomendaciones	31
4.1 Conclusiones.....	31
4.2 Recomendaciones.....	31
BIBLIOGRAFÍA	32
APÉNDICES	34
A. Fotos de reuniones y pruebas del sitio web	34
B. Presupuesto del proyecto	35
C. Implementación	36

ABREVIATURAS

ESPOL Escuela Superior Politécnica del Litoral.

CEPRA Concurso Ecuatoriano de Proyectos en I+D+i.

CEDIA Corporación Ecuatoriana para el Desarrollo de la Investigación y la Academia.

HMA Hongos Micorrícicos Arbusculares.

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.1	Página de inicio de la RedIRIS	15
Figura 1.2	Servicios que ofrece RedIRIS	15
Figura 2.1	Mapa de Empatía	16
Figura 2.2	Stakeholders Mapping	17
Figura 2.3	Investigación Visual	18
Figura 2.4	Proceso de creación de isotipo	19
Figura 2.5	Tipografía de la marca	20
Figura 2.6	Modificación de número	20
Figura 2.7	Logo de la marca	20
Figura 2.8	Colores Corporativos	21
Figura 2.9	Manual de Identidad Corporativa	22
Figura 2.10	Coolboard páginas web científicas	23
Figura 2.11	Wireframe home	24
Figura 2.12	Página principal web	25
Figura 2.13	Prototipo de interfaces FIGMA	25
Figura 3.1	Miembros de la Red	26
Figura 3.2	Entrevista y prueba de prototipo al Dr. Milton Barcos	27
Figura 3.3	Entrevista y prueba de prototipo al MSc. Jaime Naranjo	27
Figura 3.4	Entrevista en los laboratorios al Dr. Leopoldo Naranjo	28
Figura 3.5	Entrevista a la Msc. Ariana García	29
Figura 3.6	Entrevista al Msc. Edgar Jiménez	30
Figura A.1	Reunión con representantes de la red	34
Figura C.1	Stand	36
Figura C.2	Página web	36
Figura C.3	Sobres	37
Figura C.4	Papelería Corporativa	37
Figura C.5	Papelería Corporativa vista superior	38
Figura C.6	Versión móvil	38
Figura C.7	Camisetas para visitas de campo	39
Figura C.8	Gorra	39

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla B-1 Presupuesto.....	35
----------------------------	----

CAPÍTULO 1

1. INTRODUCCIÓN

Mediante la convocatoria CEPRA XIII 2019 (Concurso Ecuatoriano de Proyectos I+D+i) de CEDIA (Corporación Ecuatoriana para el desarrollo de la Investigación y la Academia), se presenta un proyecto titulado “Descubriendo la diversidad de hongos micorrícicos arbusculares asociados a cacao (*Theobroma cacao*), cedro (*Cedrela montana*) y guayusa (*Ilex guayusa*): un primer paso hacia la obtención de biofertilizantes y el desarrollo sustentable de la agroforestería”. Este proyecto dirigido por el Dr. Leopoldo Naranjo, es trabajado por la Escuela Superior Politécnica del Litoral, Yachay Tech e Ikiam, mismo que tiene como propósito estudiar la relación simbiótica entre hongos y especies de interés agroforestal de la región Costa, Sierra y Amazonía del Ecuador, para el desarrollo de biofertilizantes (Tech, 2019).

El estudio se realiza por regiones, en la Costa se encuentra el cacao y las evaluaciones la realiza la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL), Yachay Tech analiza la diversidad de hongos en la planta de cedro, que se los encuentra en la región Sierra y la guayusa que se encuentra en la Amazonía, estará a cargo de Ikiam. De esta manera se consigue un trabajo en conjunto y se convierte en un trabajo colectivo que busca un mismo objetivo (Tech, 2019).

La colaboración y la investigación en conjunto que busca responder con la problemática de un país. Hace que nazca un proyecto del Corporación Ecuatoriana para el Desarrollo de la Investigación y la Academia (CEDIA), que tiene como finalidad construir la Red Ecuatoriana de Hongos Formadores de Micorrizas (MicoR3des) (CEDIA, 2019).

Este trabajo, elaborado en colaboración con las carreras de Diseño Gráfico y Biología, tiene como finalidad el desarrollo, manejo de la imagen de la red y la elaboración de interfaces para su sitio web, dirigido a un público de educación superior y personal relacionado a temas de biotecnología, agricultura, biología y especialidades a fines.

1.1 Descripción del problema

El grupo de profesionales se conforma inicialmente de tres universidades, las cuales cuentan en común con un trabajo de investigación sobre los hongos Micorrícicos que existen en el suelo ecuatoriano. Cuentan con varios proyectos sobre los hongos Micorrícicos, sin embargo, no cuentan con un repositorio digital de sus investigaciones, futuros proyectos e imagen que represente su agrupación que busca conformar la primera Red Ecuatoriana de Investigación en Micorrizas.

La forma desordenada y aleatoria de sus datos hace imposible determinar cuáles son los avances de cada uno de esos descubrimientos por tal motivo al crear su propio sitio web se logra mantener un orden de manera específica de la información sobre investigaciones de hongos Micorrícicos y se considera colocar un acceso que permita al usuario el ingreso de nuevos trabajos de investigación.

1.2 Justificación del problema

Se estima que, mediante la creación de la identidad corporativa, la creación del sitio web y de una aplicación móvil, se logre reconocer la función del grupo y el tipo de investigaciones que realizan. De esta forma se logrará difundir el contenido científico sobre cómo ayudar al agro del suelo ecuatoriano, ya que los hongos Micorrícicos son de gran importancia para mejorar la absorción de nutrimentos en suelos agotados (Bethenfalvay y Liderman, 1992).

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Desarrollar la imagen e identidad corporativa y digital para la nueva red ecuatoriana de investigación en Micorrizas, que permita su reconocimiento en el campo académico y científico del país.

1.3.2 Objetivos Específicos

1. Analizar las redes académicas de investigación existentes para la determinación del uso de colores y el orden de la información que se utilizan para las plataformas digitales.
2. Compilar las investigaciones y proyectos para la organización de la información de todos los miembros de la red por categorías y sectores en el Ecuador.
3. Crear la identidad corporativa e interfaces para las diferentes plataformas digitales que permita la identificación de la red y una relación más cercana con sus usuarios.

1.4 Marco teórico

1.4.1 Red Académica

La red académica es la evolución, elaboración y unión de varias instituciones de educación (Arango, 2011). Permite acceder a artículos e información científica más reciente, incluyendo nuevas conexiones, aportes y vínculos entre diferentes participantes. El contenido que se comparte debe ser de interacción y satisfacción al usuario, llenando expectativas de búsqueda (Serantes, 2017).

1.4.2 Diseño Web

El diseño web es una rama del diseño, tiene como objetivo principal alcanzar un óptimo desempeño en lo operativo y cumplir la función para lo que son creados los sitios, además se complementa con un efecto visual llamativo y un buen juego de elementos en la elaboración de interfaz (Diseño Web, s.f.).

1.4.3 Diseño de Interfaz

Diariamente interactuamos con Interfaces Gráficas de Usuario (GUI por su nombre en inglés Graphic User Interface) y es una pieza clave para que el producto sea competitivo o fracase en el mundo virtual. Debe de ser de fácil seguimiento, amigable, pero sobre todo simple y atractivo, al momento de construir la página no solo se debe pensar en cumplir todas las partes

funcionales, sino también contar con un diseño que se entienda (Albornoz, 2014).

El diseño de interfaz cumple tres niveles de interacción:

- Primer Nivel. Es el más básico y permite y permite brindar al usuario la sensación de orientación y comodidad.
- Segundo Nivel. El usuario debe sentir el control de las decisiones que va tomando y debe ser de manera reflexiva.
- Tercer Nivel. La interfaz le debe proporcionar transparencia a la hora de manejarla, desarrollando una experiencia de aprendizaje, que permita elaborar el conocimiento conforme a su ritmo y necesidades.

Al cumplir con los tres niveles mencionados y empleados en proyectos educativos, permite al usuario conocer, analizar y construir al usuario el propio conocimiento, convirtiendo el diseño de interfaz en una función importante para el diseño gráfico, ya que, no se trata solo de embellecer la página, sino de más bien trabajar con diferentes elementos, jerarquías, factores y etapas (Rivera, 2005).

El Diseño Web Adaptable es el proceso de elaborar, diseñar y crear un sitio web que se pueda adaptar al dispositivo en donde es visto y así el usuario pueda obtener una experiencia óptima y fluida (Barron, 2018).

Los Wireframes son representaciones visuales a escala de grises, para mostrar estructura y función de una sola página web o aplicación móvil. Se usan en la etapa inicial y sirven para detallar posibles ubicaciones de contenidos y elementos, creando en papel, directamente en sitios o aplicaciones (Lucidchart, s.f.).

1.4.4 Usabilidad

Es la medición de un producto que ha sido usado bajo un escenario específico por un usuario específico. Al contrario del diseño de interfaces, la usabilidad se encuentra en un nivel más técnico del sistema y describe

como un usuario puede interactuar efectivamente con un producto y que tan fácil de usar es el mismo.

Entre los atributos que pueden ser usados para medir la usabilidad de un sistema, podemos encontrar la facilidad de aprendizaje; el tiempo de respuesta; la flexibilidad; robustez; recuperabilidad; sintetizabilidad y consistencia. *Granollers A (Granollers A, 2004)*.

1.4.5 Experiencia de Usuario (UX)

Describe la vivencia del usuario al interactuar con el producto, en donde se incluye sus sensaciones, y valoraciones. El objetivo de la experiencia de usuario es que el producto final genere emociones agradables, divertidas y satisfactorias al usuario. *Galeano (2008)*.

1.4.6 Diseño centrado en el Usuario

En esta filosofía de diseño, el proceso es conducido por información sobre el público objetivo. El proceso es cíclico, es decir que tiene iteraciones en las cuales se prueba el diseño, se obtiene una retroalimentación y se optimiza hasta llegar a un producto final de calidad.

El proceso del diseño centrado en el usuario empieza con una planificación, luego se lleva a cabo el prototipado y se evalúa el diseño. Esta etapa del proceso se repite hasta que se logra el resultado deseado y finalmente se realiza la implementación del producto y su respectivo monitoreo. *Norman (1986)*.

1.4.7 Arquitectura de la información

Desde el punto de vista del diseño, una correcta arquitectura de información es la que permite al usuario encontrar exactamente lo que requiere, de fácil navegación y entendimiento. También motiva a que el usuario explore todas las características del producto. *Morville (1998)*.

1.4.8 Identidad Corporativa

La identidad Corporativa es la suma de elementos, rasgos y atributos que hacen distinción y caracterizan a la empresa entre otras. Es de enfoque

multidisciplinar y fusiona estrategia, estructura, comunicación y cultura (Balmer, 2008).

1.4.9 Agricultura en el Ecuador

La agricultura juega un papel importante en los países considerados en vías de desarrollo, ya que abastece de alimentos a los ciudadanos y provee de materias primas al sector industrial. A pesar de la dependencia que tenemos del petróleo, el Ecuador sigue siendo considerado un país mundialmente agrícola. Sin embargo, en estos últimos años, se vio un incremento en la participación del sector agrícola en la actividad económica del país, con una creciente tendencia en el PIB. Reinoso (2013).

Entre los principales productos que se han destacado estos últimos años tenemos el banano; café, camarón; cacao y las flores.

1.4.10 Hongos Micorrícicos Arbusculares

Casi todas las plantas captan nutrientes por medio de interacciones (simbiosis) que establecen con los microorganismos que viven en la rizosfera (parte del suelo influenciada por las raíces y una elevada actividad microbiana). De estos simbiosis, los Hongos Micorrícicos Arbusculares (HMA), son las asociaciones más comunes e importantes que se establecen con la mayoría de las especies de plantas.

La simbiosis entre las plantas y los HMA facilita la captación de agua y ciertos minerales escasos como el fósforo; nitrógeno; potasio; calcio; magnesio; hierro y manganeso. También los HMA juegan un papel muy importante a la hora de proteger a la planta de patógenos de las raíces a través de diversos mecanismos de acción. (Whipps, 2001).

1.4.11 Caso de Estudio

RedIRIS

Es la red académica y de investigación española que proporciona servicios avanzados de comunicaciones a la comunidad científica y universitaria nacional. RedIris cuenta con más de 450 instituciones aliadas, que van

formando parte de esta red mediante la revisión y firma de acuerdo de afiliación. (RedIRIS, 2004)



Figura 1.1 Página de inicio de la RedIRIS

Fuente: <https://www.rediris.es/>

La red cuenta con diferentes pestañas que muestra los servicios, proyectos, actividades y difusión que tienen en la web, pudiendo el usuario interactuar y conocer más sobre esta red y lo que ofrece.



Figura 1.2 Servicios que ofrece RedIRIS

Fuente: <https://www.rediris.es/>

CAPÍTULO 2

2. METODOLOGÍA

En el trabajo realizado se utilizó algunas herramientas metodológicas como el mapa de empatía para analizar, para saber del cliente sobre sus necesidades y perspectivas de la empresa, la investigación visual para conocer las marcas relacionadas, ver los colores y formas más comunes que usan, también se usó el Stakeholders Mapping para obtener información sobre el entorno externo e interno y las entrevistas a expertos para conocer más de la marca. de la empresa y analizar las oportunidades que ofrece.

2.1 Mapa de Empatía

Esta herramienta nos ayudó a saber qué es lo que desea el cliente de su proyecto, conocer sus fortalezas, debilidades, saber lo que el público quiere y piensa de ellos y así mejorar las estrategias a emplear.

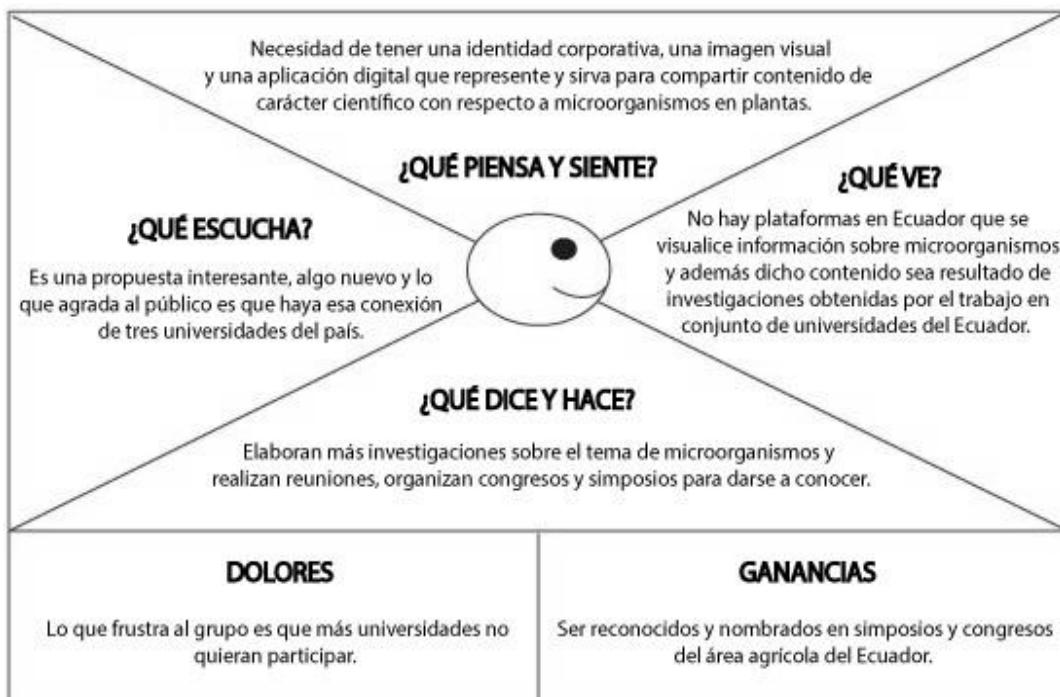


Figura 2.1 Mapa de Empatía

Fuente: Autoría Propia

2.2 Stakeholders Mapping

La herramienta Stakeholders Mapping nos ayudó a revisar el público o partes interesadas en el campo interno y externo de la empresa, para identificar grupos de interés y saber quién puede influir de forma directa o indirecta en nuestra marca.



Figura 2.2 Stakeholders Mapping

Fuente: Autoría Propia

Por medio de esta herramienta se observa las necesidades del grupo objetivo, se procedió a realizar y diseñar el identificador visual con sus aplicaciones, para que la marca tenga una identidad propia y sea reconocida en el mercado científico. Esta investigación se realizó en conjunto con profesionales de diferentes universidades y estudiantes de Biología de la ESPOL. El trabajo final y a entregar fue la creación de logo e interfaz, que luego del estudio del tema a estudiar, se compuso de elementos importantes y representativos de las Micorrizas y su entorno.

2.3 Investigación Visual

La investigación visual nos sirve para identificar las marcas relacionadas a la nuestra, observar los colores más usados, las formas repetitivas en los logos y lo que les asemejan, así teniendo una visión detallada y referencias para poder desarrollar la marca.



Figura 2.3 Investigación Visual

Fuente: Autoría Propia

La construcción del logo está compuesta por el isotipo, que fue desarrollado luego de investigar elementos representativos como las redes académicas, las especies de plantas a investigar y las Micorrizas, sacando dos formas básicas que son las esporas reventadas, que es parte del proceso que siguen en la vista microscópica y uniendo estas partes forman una forma circular dada en representación para la red. (Fig. 2.4)

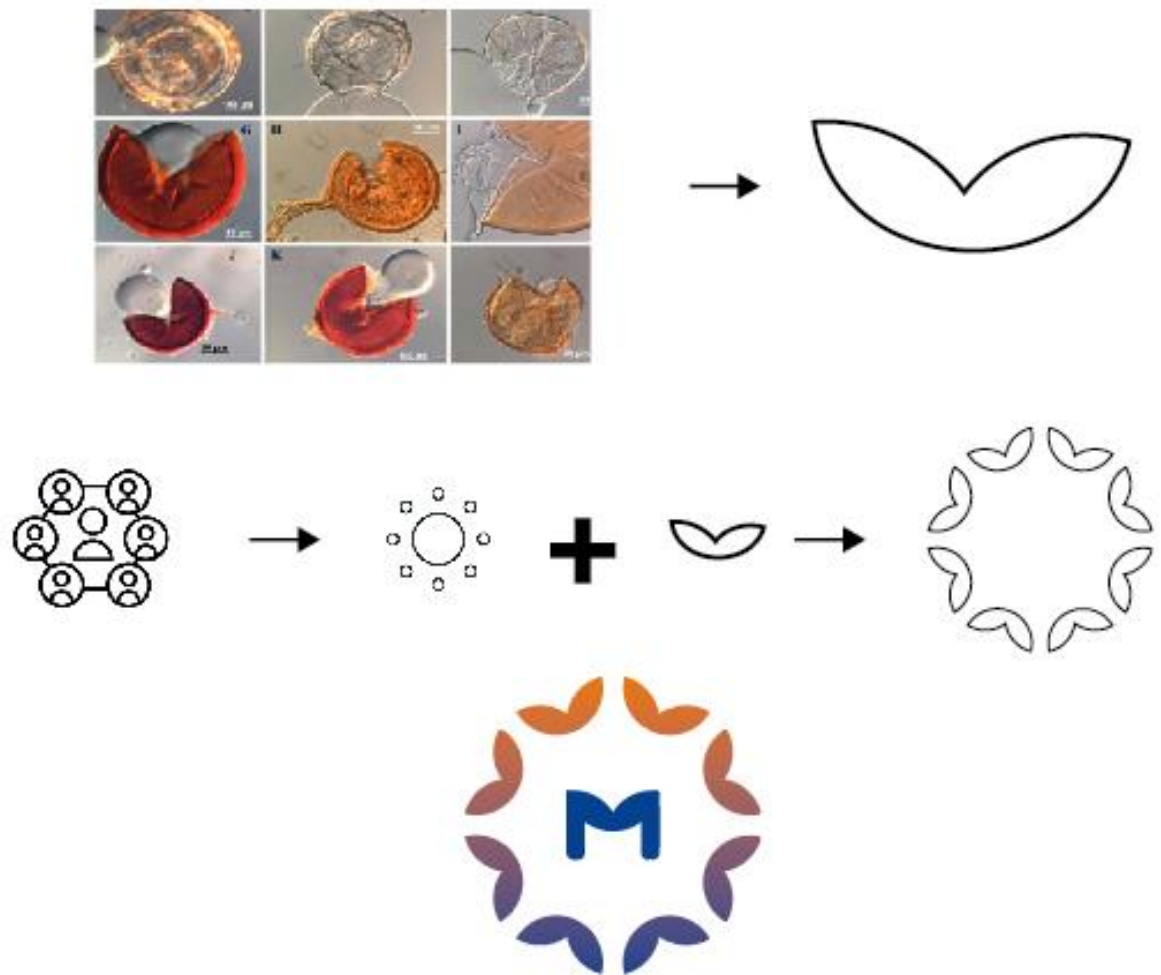


Figura 2.4 Proceso de creación de isotipo

Fuente: Autoría Propia

Acompañando al isotipo usamos tipografía Arial Rounded MT Bold, dando a la letra una forma más orgánica y legible, para evitar cualquier confusión en la lectura del nombre (Fig. 2.5), procedemos a modificar el número de tal forma que logre estar acorde a la tipografía empleada, el uso del número tres es para representar la cantidad de instituciones y las especies con la que se inicia la red (Fig. 2.6) Juntando el isotipo y la tipografía da como resultado final el logo de la red (Fig. 2.7).

MICOR3DES → MicoR3des

Figura 2.5 Tipografía de la marca

Fuente: Autoría Propia

Micor 3 des → 3

Figura 2.6 Modificación de número

Fuente: Autoría Propia



Figura 2.7 Logo de la marca

Fuente: Autoría Propia

El color utilizado fue escogido por la gama que muestra las Micorrizas a través del microscopio, haciendo una fusión de tonos naranjas y azules, mostrando el dinamismo y representando el carácter científico (Fig. 2.8).



Figura 2.8 Colores Corporativos

Fuente: Autoría Propia

Luego de la elaboración de la marca se realizó el diseño de la interfaz (Fig. 2.9) y las demás piezas que complementarían a la marca como el manual de identidad corporativo, papelería que incluye tarjetas de presentación, hojas A4, carpetas y sobres, material publicitario digital y físico adjunto en el anexo.

Para complementar con la investigación se realizó entrevistas semiestructuradas a expertos en biología, agricultura, diseño web y creadores de marca, para obtener y analizar el público objetivo a quien se va a llegar, un repositorio de información e investigaciones realizadas sobre Micorrizas más ordenado para luego poder brindar una información mejor estructurada y una pieza gráfica que identifique al grupo de investigadores en su área y sean reconocidos en el mercado. Estas entrevistas fueron elaboradas en universidades y en laboratorios de biología.

Para el contenido de la página web, nos comunicamos con el director de la red, realizamos fotografías en campo y en laboratorio, obteniendo información importante para la elaboración de la interfaz.

Utilizando las metodologías y observando las necesidades del grupo objetivo, se procedió a realizar y diseñar el identificador visual con sus aplicaciones,

para que la marca tenga una identidad propia y sea reconocida en el mercado científico. Esta investigación se realizó en conjunto con profesionales de diferentes universidades y estudiantes de Biología de la ESPOL. El trabajo final y a entregar fue la creación de logo e interfaz, que luego del estudio del tema a estudiar, se compuso de elementos importantes y representativos de las Micorrizas y su entorno.



Figura 2.9 Manual de Identidad Corporativa

Fuente: Autoría Propia

2.4 Diseño de Sitio Web

Con la herramienta de coolboard, se procedió a revisar los diferentes sitios web de redes académicas, revistas virtuales y páginas de información científica. Esto nos permitió identificar colores, estilos, tipografías para crear un diseño de página acorde a las funciones de la red con una línea grafica más dinámica y funcional.



Figura 2.10 Coolboard páginas web científicas

Fuente: Autoría Propia

2.5 Contenido

Para el contenido de la red se solicitó a las universidades miembros de Micor3des los proyectos que han realizado el contenido que desean mostrar y las opciones de acceso que deseen incorporar para empezar a maquetar de forma ordenada el contenido de la página web, logrando así disponer de un acceso a la información de forma más rápida y clara de los beneficios que brinda la página.

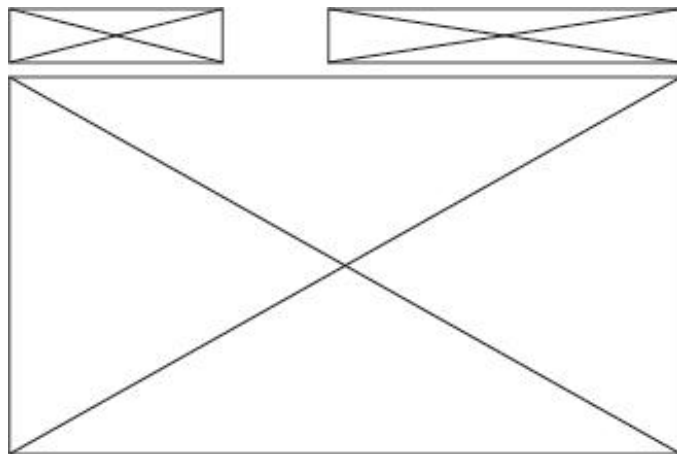


Figura 2.11 Wireframe home

Fuente: Autoría Propia

2.6 Diseño de pagina

Luego de revisar los diferentes tipos de páginas que existen actualmente y analizar la información facilitada por el cliente realizamos la propuesta de la web y la presentamos de forma directa en el prototipo con tutores y miembros de la red para observaciones y retroalimentaciones en el uso y los accesos de la web.



Figura 2.12 Página principal web

Fuente: Autoría Propia

2.7 Prototipo

Para el manejo de la web utilizamos la herramienta de prototipado FIGMA, de esta manera logramos darle una navegación al sitio permitiendo una idea concreta de cómo se vería ya implementada y así obtener mejores resultados al acceder a la información de la red.

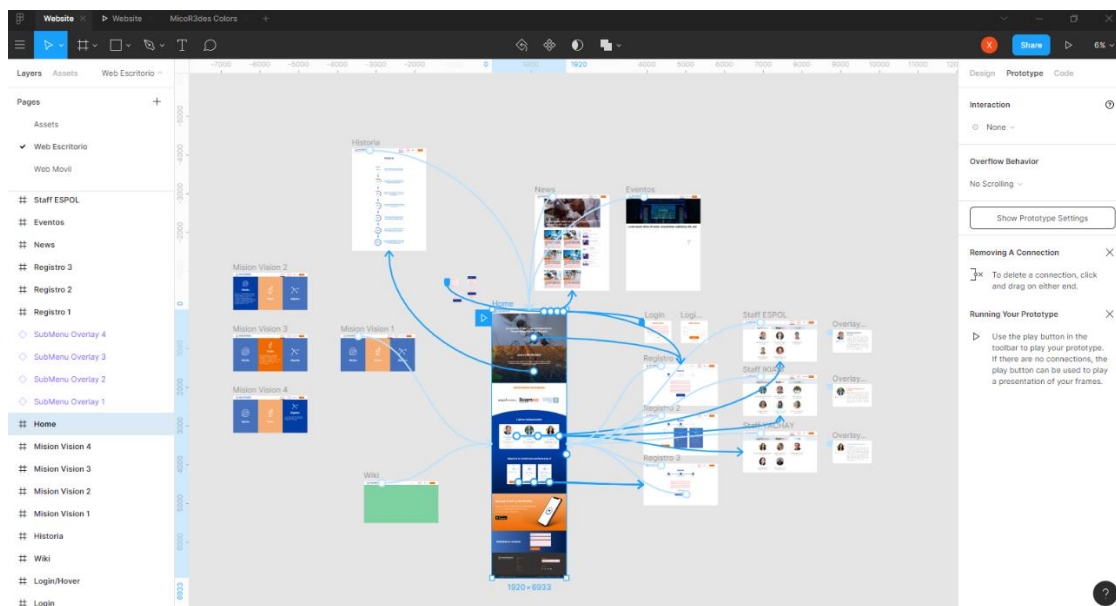


Figura 2.13 Prototipo de interfaces FIGMA

Fuente: Autoría Propia

CAPÍTULO 3

3. RESULTADOS Y ANÁLISIS

Cuando se realizó las entrevistas a expertos, se dijo que la creación de una nueva red y por ser la primera en Ecuador y Latinoamérica, iba a servir como una puerta a la investigación de Micorrizas en diferentes especies, teniendo así un repositorio digital para que sea usado tanto por estudiantes y profesionales en las áreas de biología, agricultura, microbiología, biotecnología (Fig. 3.1).



Figura 3.1 Miembros de la Red

Fuente: Autoría Propia

El Dr. Milton Barcos (Fig. 3.2) y el MSc. Jaime Naranjo (miembros de la red) (Fig. 3.3), comentan que, al surgir esta nueva red, con una propuesta diferente, abren paso a que más personas estén interesadas en el tema y así puedan tener este tipo de información con más facilidad, intercambiándola y generando mayor conocimiento, realizando un trabajo multidisciplinario que aporte para el desarrollo académico y científico.



Figura 3.2 Entrevista y prueba de prototipo al Dr. Milton Barcos

Fuente: Autoría Propia



Figura 3.3 Entrevista y prueba de prototipo al MSc. Jaime Naranjo

Fuente: Autoría Propia

Las redes académicas para áreas de agricultura y biología no son comunes, más aún si hablan de hongos beneficiosos para las plantas, es importante tener conocimientos y sobre todo contar con plataformas digitales en donde se pueda compartir nuevos descubrimientos y datos curiosos sobre estos temas, comenta el Dr. Leopoldo Naranjo (Director de la red) (Fig. 3.4).



Figura 3.4 Entrevista en los laboratorios al Dr. Leopoldo Naranjo

Fuente: Autoría Propia

Luego de la entrevista realizada a la MSc. Ariana García, se orientó por el diseño de web interactivo, desarrollando no solo la propuesta de una red académica, sino que se resaltó la interacción del usuario y la interfaz, usando una lectura de información, íconos e imágenes diferentes a la diagramación normal de las páginas web (Fig. 3.5).



Figura 3.5 Entrevista a la Msc. Ariana García

Fuente: Autoría Propia

Y para finalizar, la creación de la marca tiene como objetivo mostrar lo que la red hace, brindar una imagen en el mercado y tener su reconocimiento y diferenciación ante las demás. La Lic. Gina Gavica nos mostró las últimas tendencias en colores y el significado de elementos según la clasificación de la marca, esta entrevista se realizó junto al MSc. Edgar Jiménez dando como resultado común el uso de degradado para mostrar la fusión de la marca entre instituciones involucradas y las fases que tienen los microorganismos (Fig. 3.6).



Figura 3.6 Entrevista al Msc. Edgar Jiménez

Fuente: Autoría Propia

A través de la información obtenida, se elaboró bocetos y pruebas de color antes de tener un diseño final y determinar el uso en cada plataforma, se probó con el público objetivo vinculado a la red y a su vez se elaboró un presupuesto el cual detalla los gastos (ver apéndice B1. Pág. 29).

CAPÍTULO 4

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

- El público objetivo actuó de forma positiva ante el identificador visual de la nueva red. Llamó la atención de que no era un logo común, que no seguía los colores ya establecidos por las marcas relacionadas y que no las asociaban con ninguna otra.
- Se obtuvo un juego visual por parte del usuario en la plataforma digital, la lectura de información combinada con imágenes aportó al buen manejo del sitio sin cansar ni aburrir al lector, obteniendo información deseada.
- Científicos, alumnos y profesionales inmersos en el área agrícola y biológica, se sintieron a gusto de contar con un repositorio en donde puedan participar de manera constante con aportes, investigaciones y proyectos donde haya la posibilidad de trabajar en conjunto, vinculando a más universidades.

4.2 Recomendaciones

- Revisar el mercado investigativo en Micorrizas dentro del país y ver que avances existen para promover el conocimiento de estos hongos y sus beneficios.
- Realizar estudios de la interacción de usuario con el sitio web, ver estadísticas e ir acoplando más ventanas o herramientas necesarias para aportar al desarrollo de la red.

BIBLIOGRAFÍA

- Albornoz, M. C. (2014). *Sedici*. Obtenido de Servicio de Difusión de la Creación Intelectual es el Repositorio Institucional de la Universidad Nacional de La Plata: http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/41578/Documento_completo.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Arango, D. E. (2011).
- Balmer, J. M. (2008). Identity based views of the corporation. *European Journal of Marketing*. Obtenido de European Journal of Marketing: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/03090560810891055/full/html>
- Barron, B. (18 de April de 2018). *envatotuts+*. Obtenido de <https://business.tutsplus.com/es/tutorials/what-is-responsive-web-design-definition-examples--cms-30843>
- California Native Plant Society . (s.f.). Obtenido de <https://baja.cnps.org/es/plantas-nativas>
- CEDIA. (2019). Obtenido de Cedia : <https://cedia.edu.ec/es/proyectos-ganadores/cepra-xiii/descubriendo-la-diversidad-de-hongos-micorrizicos-arbusculares-autoctonos-asociados-a-cacao-theobroma-cacao-cedro-cedrela-montana-y-guayusa-ilex-guayusa-un-primer-paso-hacia-la-obtencion-de-biofertilizantes>
- Diseño Web*. (s.f.). Obtenido de Informatica Milenium : <https://www.informaticamilenium.com.mx/es/temas/que-es-diseno-web.html>
- Lizeth, R. (2013). Incidencia de la Agricultura en el Crecimiento y Desarrollo Económico del Ecuador del 2006 al 2012 (Tesis de Grado). Quito, Ecuador: Universidad San Francisco de Quito. Obtenido de <http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/2076/1/106171.pdf>
- Lucidchart. (s.f.). *Qué es un wireframe para un sitio web*. Obtenido de Lucidchart: <https://www.lucidchart.com/pages/es/que-es-un-wireframe-para-un-sitio-web>
- RedIRIS. (2004). Obtenido de <https://www.rediris.es/rediris/>
- Rivera, M. A. (2005). *Universidad Nacional de Educación a Distancia - México*. Obtenido de <http://e-spacio.uned.es/fez/eserv/bibliuned:19420/n03rodriguriv05.pdf>
- Serantes, A. (2017). *Redes Sociales Académicas: ¿Qué son y cómo pueden ayudar a la ciencia?*

Tech, U. Y. (31 de Julio de 2019). Obtenido de <https://www.yachaytech.edu.ec/noticia/investigadores-de-yachay-tech-buscan-crear-biofertilizantes/>

Whipps, J. (2001). Microbial interactions and biocontrol in the rhizosphere. *Journal of Experimental Botany* 52, 487-511.

APÉNDICES

A. Fotos de reuniones y pruebas del sitio web



Figura A.1 Reunión con representantes de la red

Fuente: Autoría Propia

B. Presupuesto del proyecto

Tabla B-1 Presupuesto

Cantidad	Descripción	Tiempo	Valor Unit.	Subtotal
Fase 1: Investigación y análisis				
2	Levantamiento de información	1 mes	\$200,00	\$400,00
Fase 2: Diseño y desarrollo				
1	Naming y diseño de marca	2 semanas	\$1.100,00	\$1.100,00
40	Fotografías	3 semanas	\$400,00	\$400,00
1	Diagramación	2 semanas	\$400,00	\$400,00
1	Diseño de interfaz (prototipo)	3 semanas	\$700,00	\$700,00
1	Diseño de material publicitario	1 semana	\$300,00	\$300,00
Fase 3: Inversión e implementación				
2	Manual de marca. 40 páginas, full color en couché 21x21cm, pasta dura (empastado)		\$52,00	\$52,00
100	Tarjetas de presentación. Full color, couché 300 gr, tiro y retiro, tamaño 9x5cm con laminado mate.		\$0,50	\$50,00
100	Carpetas. Full color, couché 300 gr, 43x22 cm, tiro y retiro.		\$2,00	\$165
100	Sobres. Full color, hoja 120gr		\$1,00	\$100
100	Hoja membretada. Full color, papel bond, tamaño A4		\$0.25	\$25,00
1	Roll Up. Lona mate, tamaño 80x200cm.		\$40,00	\$40,00
1	Página web		\$800,00	\$800,00
	TOTAL			\$3.485,00

C. Implementación



Figura C.1 Stand

Fuente: Autoría Propia

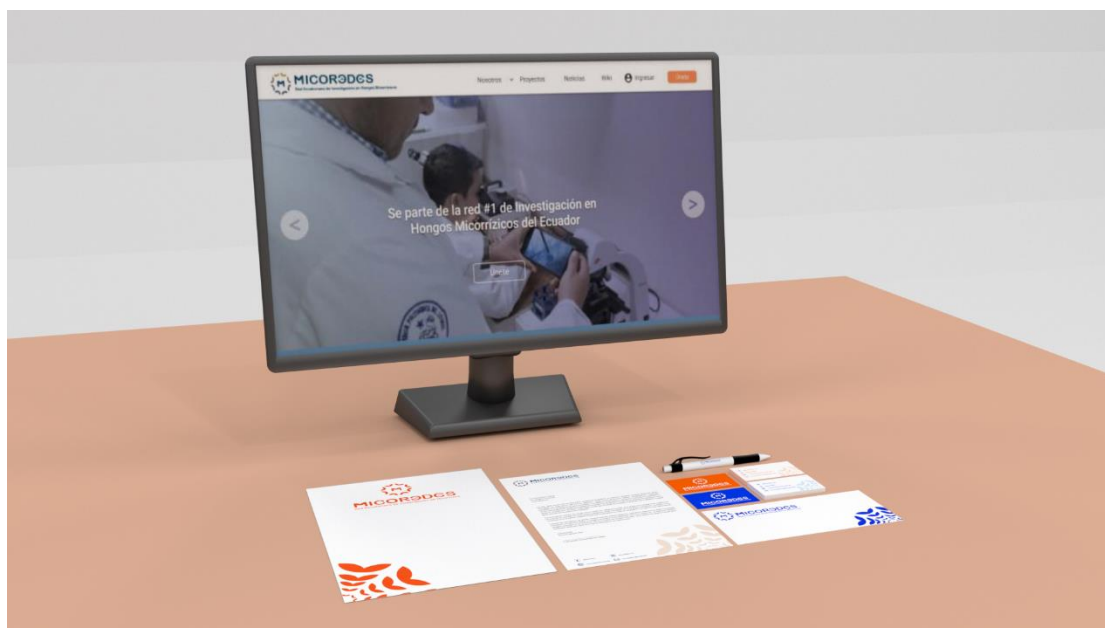


Figura C.2 Página web

Fuente: Autoría Propia



Figura C.3 Sobres

Fuente: Autoría Propia

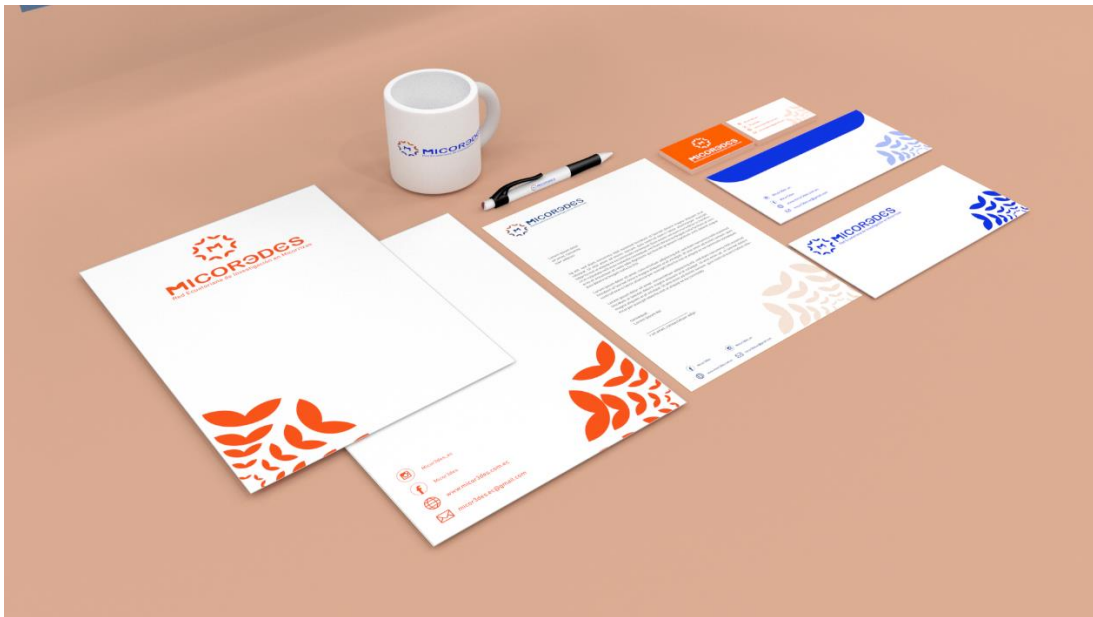


Figura C.4 Papelería Corporativa

Fuente: Autoría Propia

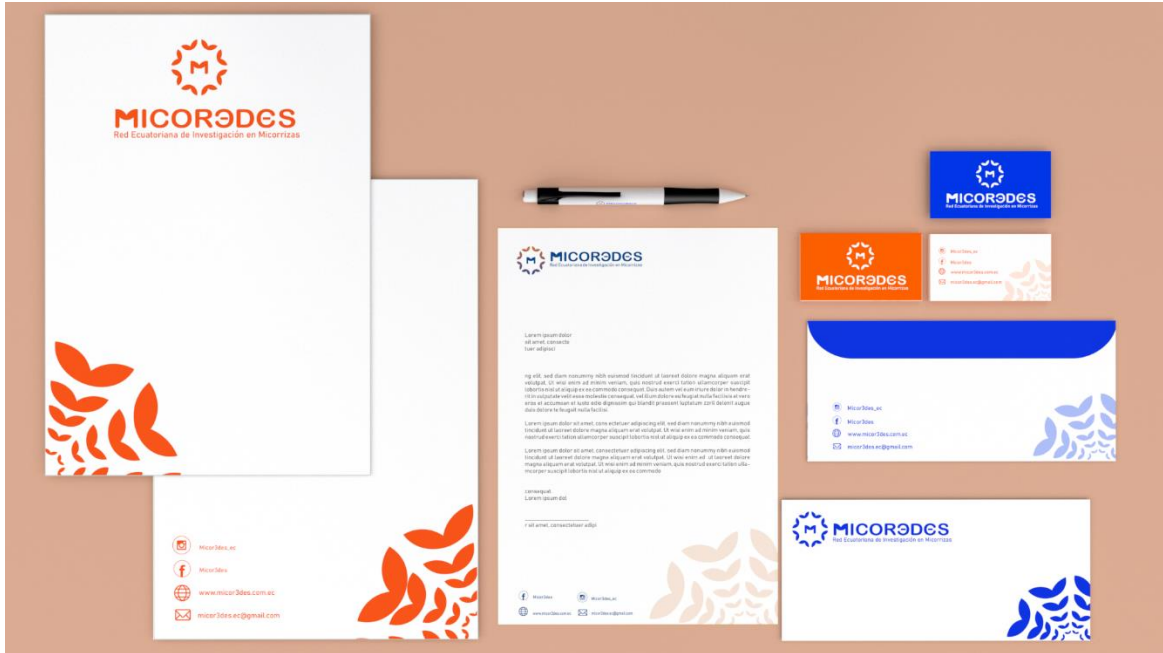


Figura C.5 Papelería Corporativa vista superior

Fuente: Autoría Propia



Figura C.6 Versión móvil

Fuente: Autoría Propia



Figura C.7 Camisetas para visitas de campo

Fuente: Autoría Propia



Figura C.8 Gorra

Fuente: Autoría Propia