



**DISEÑAR UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN VISUAL PARA LA TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO EN PROPAGACIÓN DE ORCHIDACEA (*Rodriguezia Venusta* – *Vainilla Spp*) MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PRODUCTO INTERACTIVO PARA LA GRANJA AGROECOLÓGICA DE LA CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS – UNIMINUTO**

**CARRANZA BAQUERO, DANNIER SMITH ID: 742933  
CONTRERAS GONZÁLEZ, LICETH DAHANNA ID: 601505**

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS  
RECTORÍA REGIONAL ORINOQUÍA  
PROGRAMA COMUNICACIÓN VISUAL  
2023**

**DISEÑAR UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN VISUAL PARA LA TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO EN PROPAGACIÓN DE ORCHIDACEA (Rodriguezia Venusta – Vainilla Spp) MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PRODUCTO INTERACTIVO PARA LA GRANJA AGROECOLÓGICA DE LA CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS – UNIMINUTO**

**CARRANZA BAQUERO, DANNIER SMITH ID: 742933  
CONTRERAS GONZÁLEZ, LICETH DAHANNA ID: 601505**

**PROYECTO DE GRADO COMO REQUISITO PARA OPTAR AL TÍTULO DE  
COMUNICACIÓN VISUAL**

**ASESOR: YEINI SUSANA BASTOS RODRÍGUEZ**

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS  
RECTORÍA REGIONAL ORINOQUÍA  
PROGRAMA COMUNICACIÓN VISUAL  
2023**

## **AGRADECIMIENTOS:**

Quiero dedicar un agradecimiento muy especial a mi querida madre, un ser excepcional que ha sido la columna vertebral de mi éxito académico. Su incansable esfuerzo, amor inquebrantable y sacrificio desinteresado son la razón por la que he llegado hasta este punto en mi carrera. En los momentos más difíciles de mi proceso académico, cuando las dudas y los desafíos amenazaban con desanimarme, mi madre estuvo allí, brindando un apoyo incondicional que iluminó mi camino y me dio la fuerza para seguir adelante.

Aunque las palabras no pueden capturar completamente mi gratitud, quiero que sepa, que cada logro que alcanzo en mi carrera es un tributo a tu amor, paciencia y apoyo incansable. Tú has sido mi ancla en este viaje, y por eso te agradezco desde lo más profundo de mi corazón, este logro no solo es mío, sino también tuyo, ya que, sin tu apoyo, no habría llegado tan lejos.

***Dannier Smith Carranza Baquero***

Quiero expresar mi agradecimiento a las personas que con su apoyo fueron piezas fundamentales en este proceso; a mi hermana por el sacrificio, amor y esfuerzo en mi carrera; a mis padres, que han sido un faro de apoyo incondicional, posibilitando que continuará adelante en mi camino académico; a mi mamá Carmen, que aunque ya no está conmigo, ha sido la razón que me inspira a superarme día a día; a mi pareja, que me ha brindado su ánimo; a mi asesor, la profesora Susana Basto, que ha podido realizar este proyecto.

***Liceth Dahanna Contreras González***

## Tabla de Contenido

|         |                                              |    |
|---------|----------------------------------------------|----|
| 1.      | Introducción.....                            | 16 |
| 2.      | Resumen .....                                | 18 |
| 3.      | Abstract.....                                | 24 |
| 4.      | Objetivos.....                               | 25 |
| 4.1.    | Objetivo general .....                       | 25 |
| 4.2.    | Objetivos específicos.....                   | 25 |
| 5.      | Planteamiento del problema .....             | 26 |
| 6.      | Formulación del problema.....                | 28 |
| 7.      | Justificación .....                          | 29 |
| 8.      | Línea de investigación institucional .....   | 31 |
| 9.      | Sub-línea de investigación del programa..... | 31 |
| 10.     | Grupo de investigación.....                  | 31 |
| 11.     | Semillero de investigación.....              | 31 |
| 12.     | Marco teórico.....                           | 32 |
| 12.1.   | Orquídeas .....                              | 32 |
| 12.1.1. | Características físicas de la orquídea ..... | 32 |
| 12.2.   | Transferencia de conocimientos:.....         | 37 |
| 12.3.   | Adobe Illustrator .....                      | 38 |
| 12.3.1. | Interfaz de usuario.....                     | 40 |

|         |                                                     |    |
|---------|-----------------------------------------------------|----|
| 12.3.2. | Características claves .....                        | 40 |
| 12.3.3. | Integración de programas de la suite de Adobe ..... | 41 |
| 12.4.   | Adobe InDesing.....                                 | 41 |
| 12.4.1. | Características importantes .....                   | 42 |
| 12.4.2. | Industria editorial .....                           | 42 |
| 12.5.   | Adobe Photoshop .....                               | 42 |
| 12.5.1. | Manipulación de imágenes .....                      | 44 |
| 12.5.2. | Trabajo con capas.....                              | 44 |
| 12.5.3. | Adobe Photoshop en Diseño Gráfico.....              | 44 |
| 12.6.   | Figma.....                                          | 44 |
| 12.6.1. | Figma en la nube .....                              | 45 |
| 12.6.2. | Prototipado Interactivo.....                        | 45 |
| 12.6.3. | Diseño de sistemas .....                            | 45 |
| 12.7.   | Comunicación.....                                   | 45 |
| 12.7.1. | Codificación.....                                   | 46 |
| 12.7.2. | Transmisión.....                                    | 47 |
| 12.7.3. | Recepción.....                                      | 47 |
| 12.7.4. | Retroalimentación .....                             | 47 |
| 12.8.   | Comunicación Visual .....                           | 47 |
| 12.9.   | Diseño gráfico .....                                | 48 |

|          |                                                              |    |
|----------|--------------------------------------------------------------|----|
| 12.9.1.  | Similitudes .....                                            | 49 |
| 12.9.2.  | Utilización de Herramientas y Tecnologías .....              | 50 |
| 12.9.3.  | Síntesis de información.....                                 | 50 |
| 12.9.4.  | Atracción y atención .....                                   | 50 |
| 12.9.5.  | Universalidad .....                                          | 51 |
| 12.9.6.  | Emoción .....                                                | 51 |
| 12.10.   | Estrategia .....                                             | 51 |
| 12.11.   | Interactivo .....                                            | 52 |
| 12.12.   | Diseño .....                                                 | 52 |
| 12.12.1. | Investigación.....                                           | 53 |
| 12.12.2. | Prototipado.....                                             | 53 |
| 12.12.3. | Evaluación .....                                             | 53 |
| 12.12.4. | Interacción .....                                            | 53 |
| 13.      | Antecedentes.....                                            | 54 |
| 14.      | Metodología.....                                             | 57 |
| 14.1.    | Diseño de las preguntas de la encuesta .....                 | 58 |
| 14.2.    | Diseño de las preguntas de la revista semiestructurada ..... | 62 |
|          | Pregunta para docente de Comunicación Visual .....           | 63 |
|          | Pregunta para docente de Ingeniería Agroecológica.....       | 63 |
|          | Pregunta para estudiante de Comunicación Visual.....         | 63 |

|         |                                                                                                 |     |
|---------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 14.3.   | Diseño de las preguntas de la encuesta .....                                                    | 65  |
| 15.     | Design thinking.....                                                                            | 82  |
| 15.1.   | Empatizar .....                                                                                 | 82  |
| 15.2.   | Definir .....                                                                                   | 83  |
| 15.3.   | Idear.....                                                                                      | 83  |
| 15.4.   | Prototipar .....                                                                                | 83  |
| 15.5.   | Probar .....                                                                                    | 83  |
| 16.     | Estrategia de comunicación visual .....                                                         | 84  |
| 16.1.   | Concepto de la estrategia.....                                                                  | 84  |
| 16.2.   | Estructura de la estrategia.....                                                                | 85  |
| 16.3.   | Piezas graficas para la etapa expectativa.....                                                  | 99  |
| 16.4.   | Piezas graficas para la etapa lanzamiento.....                                                  | 101 |
| 16.5.   | Piezas graficas para la etapa sostenimiento.....                                                | 105 |
| 16.6.   | Revista interactiva .....                                                                       | 107 |
| 16.6.1. | Configuración del documento.....                                                                | 107 |
| 16.6.2. | Diseño de las páginas interiores.....                                                           | 107 |
| 16.6.3. | Ilustración plana de la Orquídea <i>Vainilla Spp</i> en Adobe Illustrator.....                  | 109 |
| 16.6.4. | Ilustración con sombra y volumen de la Orquídea <i>Vainilla Spp</i> en Adobe<br>Photoshop ..... | 110 |
| 16.6.5. | Ilustración plana de la Orquídea <i>Vainilla Spp</i> en Adobe Illustrator .....                 | 110 |

|                                                                                                                                                                              |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 16.6.6. Ilustración con sombra y volumen de la Orquídea <i>Vainilla Spp</i> en Adobe Photoshop .....                                                                         | 111 |
| 16.6.7. Ilustración con sombra y volumen de la Orquídea <i>Rodriguezia Venusta</i> en Adobe Illustrator .....                                                                | 111 |
| 16.6.8. Ilustración con sombra y volumen de la Orquídea <i>Rodriguezia Venusta</i> en Adobe Photoshop .....                                                                  | 112 |
| 16.6.9. Ilustración con sombra y volumen de la propagación de la Orquídea <i>Rodriguezia Venusta</i> en Adobe Photoshop .....                                                | 113 |
| 16.6.10. Ilustración de gráficos línea sencilla .....                                                                                                                        | 113 |
| 16.7. Creación de maqueta web (prototipo) .....                                                                                                                              | 114 |
| 16.7.1. Wireframe .....                                                                                                                                                      | 114 |
| 16.7.2. Iteración .....                                                                                                                                                      | 114 |
| 16.7.3. Configuración del documento Figma.....                                                                                                                               | 115 |
| 16.7.4. Implementación de diseño en Figma .....                                                                                                                              | 115 |
| 16.7.5. Maquetado digital .....                                                                                                                                              | 116 |
| 16.7.6. Interacción en Figma.....                                                                                                                                            | 116 |
| 16.7.7. Iteración Figma .....                                                                                                                                                | 117 |
| 16.8. Creación del sistema de diseño .....                                                                                                                                   | 117 |
| 16.8.1. Configuración del documento.....                                                                                                                                     | 117 |
| 16.8.2. Definición de colores primarios, secundarios, neutrales y semánticos para la implementación en Figma, junto con la tipografía y sus tamaños según la necesidad ..... | 118 |

|         |                                                                          |     |
|---------|--------------------------------------------------------------------------|-----|
| 16.8.3. | Definición de espaciados, botones, inputs, seleccionadores e iconos..... | 119 |
| 17.     | Conclusiones.....                                                        | 120 |
| 18.     | Recomendaciones .....                                                    | 123 |
| 19.     | Referencias .....                                                        | 124 |
| 20.     | Anexos .....                                                             | 130 |

## LISTA DE TABLAS

|                                                                                                  |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabla 1. Resumen .....                                                                           | 18 |
| Tabla 2. Clasificación de las orquídeas en los diferentes niveles .....                          | 32 |
| Tabla 3. Partes de la planta de la orquídea .....                                                | 34 |
| Tabla 4. Características de las orquídeas <i>Rodriguezia Venusta</i> , <i>Vainilla spp</i> ..... | 36 |
| Tabla 5. Similitudes .....                                                                       | 49 |
| Tabla 6. Muestra poblacional.....                                                                | 58 |
| Tabla 7. Personas entrevistadas .....                                                            | 62 |
| Tabla 8. Preguntas de las entrevistas semiestructuradas.....                                     | 63 |
| Tabla 9. Presupuesto .....                                                                       | 88 |
| Tabla 10. Plan de medios .....                                                                   | 90 |

## LISTA DE ILUSTRACIONES

|                                                   |                                      |
|---------------------------------------------------|--------------------------------------|
| Ilustración 1. Partes de la orquídea.....         | 33                                   |
| Ilustración 2. Transferencia de conocimiento..... | 38                                   |
| Ilustración 3. Logo Adobe Illustrator .....       | 40                                   |
| Ilustración 4. Logo inDesing .....                | 41                                   |
| Ilustración 5. Logo Adobe Photoshop .....         | 43                                   |
| Ilustración 6. Logo Figma .....                   | <b>¡Error! Marcador no definido.</b> |
| Ilustración 7. Elementos de la Comunicación ..... | 47                                   |
| Ilustración 8. Elemento gráfico .....             | 84                                   |
| Ilustración 9. Pendon araña .....                 | 99                                   |
| Ilustración 10. Mural .....                       | 100                                  |
| Ilustración 11. Codigos QR .....                  | 100                                  |
| Ilustración 12. Pieza para redes sociales .....   | <b>¡Error! Marcador no definido.</b> |
| Ilustración 13. Banner.....                       | <b>¡Error! Marcador no definido.</b> |
| Ilustración 14. Revista interactiva .....         | <b>¡Error! Marcador no definido.</b> |
| Ilustración 15. Gorra.....                        | 101                                  |
| Ilustración 16. Agenda.....                       | <b>¡Error! Marcador no definido.</b> |
| Ilustración 17. Taza.....                         | 103                                  |
| Ilustración 18. Lapicero .....                    | 103                                  |
| Ilustración 19. Carné.....                        | 104                                  |
| Ilustración 20. Pendón araña .....                | 104                                  |
| Ilustración 21. Stand .....                       | 105                                  |
| Ilustración 22. Pieza gráfica .....               | 105                                  |

|                                                                                                               |     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Ilustración 23. Pieza grafica para envio correo electrónico.....                                              | 106 |
| Ilustración 24. Banner para aulas virtuales.....                                                              | 106 |
| Ilustración 25. Configuración del documento. ....                                                             | 107 |
| Ilustración 26. Diseño de páginas interiores.....                                                             | 108 |
| Ilustración 27. Diseño de páginas interiores.....                                                             | 108 |
| Ilustración 28. Diseño de páginas interiores.....                                                             | 108 |
| Ilustración 29. Diseño de páginas interiores.....                                                             | 109 |
| Ilustración 30. Ilustración plana de la Orquídea <i>Vainilla Spp</i> .....                                    | 109 |
| Ilustración 31. Ilustración con sombra y volumen de la Orquídea <i>Vainilla Spp</i> .....                     | 110 |
| Ilustración 32. Ilustración de la Orquídea <i>Vainilla Spp</i> en Adobe Illustrator .....                     | 110 |
| Ilustración 33. Ilustración con sombra y volumen de la Orquídea <i>Vainilla Spp</i> .....                     | 111 |
| Ilustración 34. Ilustración con sombra y volumen de la Orquídea <i>Rodriguezia Venusta</i> .....              | 111 |
| Ilustración 35. Ilustración con sombra y volumen de la Orquídea <i>Rodriguezia Venusta</i> .....              | 112 |
| Ilustración 36. Ilustración con sombra y volumen de la Orquídea <i>Rodriguezia Venusta</i> .....              | 112 |
| Ilustración 37. Ilustración con sombra y volumen de la propagación de la Orquídea<br>Rodriguezia Venusta..... | 113 |
| Ilustración 38. Ilustración de gráficos línea sencilla .....                                                  | 113 |
| Ilustración 39. Figma.....                                                                                    | 115 |
| Ilustración 40. Implementación de diseño Figma.....                                                           | 115 |
| Ilustración 41. Implementación de sistema de diseño Figma.....                                                | 115 |
| Ilustración 42. Maquetado digital.....                                                                        | 116 |
| Ilustración 43. Interacción en Figma .....                                                                    | 116 |
| Ilustración 44. Configuración del documento .....                                                             | 117 |

Ilustración 45. Definición de colores primarios, secundarios, neutrales y semánticos para la implementación en Figma. .... 118

Ilustración 46. Definición de colores primarios, secundarios y semánticos para la implementación en Figma ..... 119

Ilustración 47. Definición de espaciados, botones, inputs, seleccionadores e iconos ..... 119

Ilustración 48. Definición de espaciados, botones, inputs, seleccionadores e iconos ..... 119

Ilustración 49. Definición de espaciados, botones, inputs, seleccionadores e iconos ..... 120

## LISTA DE GRÁFICAS

|                                                                 |    |
|-----------------------------------------------------------------|----|
| Gráfica 1. Autorización de datos .....                          | 67 |
| Gráfica 2. Estadística de los resultados segunda pregunta ..... | 68 |
| Gráfica 3. Programa al que pertenece.....                       | 68 |
| Gráfica 4. Semestre que se encuentra cursando .....             | 69 |
| Gráfica 5. Conocimiento de la granja.....                       | 70 |
| Gráfica 6. Difundir el conocimiento.....                        | 71 |
| Gráfica 7. Producto para difundir el conocimiento .....         | 72 |
| Gráfica 8. Elementos para transmitir información .....          | 73 |
| Gráfica 9. Complemento de un producto interactivo .....         | 74 |
| Gráfica 10. Características que considera importante .....      | 75 |
| Gráfica 11. Formato para recibir información.....               | 77 |
| Gráfica 12. Características importantes.....                    | 79 |
| Gráfica 13. Paso a paso para llegar al tema.....                | 82 |

## LISTA DE FOTOGRAFÍAS

|                                                   |     |
|---------------------------------------------------|-----|
| Fotografía 1. Orquídeas de diferente tamaño ..... | 34  |
| Fotografía 2. Wireframe .....                     | 114 |
| Fotografía 3. Iteración .....                     | 114 |
| Fotografía 4. Iteración Figma .....               | 117 |

## 1. INTRODUCCIÓN

La Comunicación Visual es importante en la transferencia de conocimiento, facilitando la comprensión; ya que, con ayuda de gráficos mejora la retención de la información; en el presente trabajo se quiere realizar un producto interactivo a través de una estrategia de Comunicación Visual abordando temas fundamentales como: la importancia, el manejo y la propagación de las especies de Orchidaceae *Rodriguezia Venusta* y *Vainilla Spp* para la comunidad educativa de la Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO y personas interesadas.

La familia Orchidaceae, un grupo botánico de gran trascendencia en el contexto de Colombia se distingue como una de las familias vegetales más preeminentes y fascinantes. Su importancia radica no solo en su abundancia, con más de 3.000 especies registradas en Colombia y un asombroso total de 25.000 a nivel global, aunque es crucial recalcar que los números siguen siendo incompletos. Aunque las orquídeas carecen de valor económico como plantas de consumo alimentario, salvo la vainilla, con aplicaciones industriales, y no destacan como medicinales o maderables, su esencia radica en su valor ornamental. La capacidad de estas flores para cautivar a los seres humanos se basa en su incomparable belleza y en la impresionante diversidad de formas y colores que presentan. En todo el mundo, las orquídeas son objeto de admiración y respeto por parte de entusiastas de la horticultura, como ha señalado Ortiz (2000).

Desde hace más de dos siglos, el estudio de las orquídeas ha sido un área de investigación fundamental, protagonizada por académicos e investigadores científicos. Se destacan notables expediciones botánicas, como la icónica Real Expedición Botánica del Nuevo Reino de Granada, que contribuyeron al conocimiento de estas plantas. Ilustres botánicos, tales como John Lindley, Noel Bernard, Sir. Joseph Hooker y Fritz Kraenzlin.

Así, el programa de Comunicación Visual, junto con la granja Agroecológica UNIMINUTO, propone una nueva y visionaria perspectiva en la transferencia de conocimiento, complementando las contribuciones del programa de Ingeniería Agroecológica. Este enfoque fusiona aspectos esenciales de la Comunicación Visual con la creación de estrategias creativas diseñadas para optimizar la comprensión de la información. El objetivo es la concepción de una estrategia de comunicación visual que impacte de forma positiva a la comunidad UNIMINUTO, a través de contenido óptimo y de fácil asimilación, permitiendo que el público objetivo adquiera un conocimiento profundo sobre las orquídeas, específicamente las especies *Rodriguezia venusta* y *vainilla spp.*

## 2. RESUMEN

Tabla 1. Resumen

| <b>RESUMEN ANALÍTICO ESPECIALIZADO - RAE</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|----------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Título                                    | Diseñar una estrategia de comunicación visual para la transferencia de conocimiento en propagación de Orchidaceae ( <i>Rodiguetia venusta</i> – <i>Vanilla spp</i> ) mediante el diseño de un producto interactivo para la granja Agroecológica de la Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO |
| 2. Autores                                   | CARRANZA, Dannier<br>CONTRERAS, Liceth                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| 3. Edición                                   | Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO                                                                                                                                                                                                                                                       |
| 4. Fecha                                     | 23 de enero del 2024                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| 5. Palabras claves                           | Revista interactiva, Orquídeas, Comunicación Visual, Transferencia de conocimiento.                                                                                                                                                                                                                        |
| 6. Descripción                               | Trabajo de grado para optar al título de comunicación visual en la Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO                                                                                                                                                                                    |
| 7. Fuentes                                   | El texto no es resultado de una investigación                                                                                                                                                                                                                                                              |

|                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|----------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                      | <p>específica; se trata de la recolección de más de 50 referentes teóricos que dan lugar a unas bases fuertes para sustentar la investigación.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <p>8. Contenidos</p> | <p>El documento inicia con una introducción acerca de las orquídeas, que se destacan por sus características estéticas únicas y su amplia diversidad. En Colombia hay más de 3000 especies de orquídeas, de las que el 80 % son endémicas.</p> <p>Sin embargo, muchas de estas especies se encuentran amenazadas de extinción debido a una serie de factores, entre los que se encuentran: La destrucción de su hábitat, la sobreexplotación, el comercio ilegal, etc.</p> <p>En el departamento del Meta, se han descubierto especies de orquídeas, como <i>Campylocentrum micranthum</i>, <i>Epidendrum sp.</i>, <i>Rodriguezia venusta</i> y <i>Trizeuxis falcata</i>, exclusivamente en la sabana (Jaramillo, 2018). Sin embargo, estas especies son poco conocidas por los habitantes locales, lo que amenaza su preservación, este desconocimiento se atribuye a la falta de</p> |

|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <p>atractivo en los estudios disponibles, lo que genera una carga cognitiva significativa al presentar información de manera desarticulada, lo que, a su vez, sobrecarga la memoria visoespacial (Loter, 2012).</p> <p>En la zona andina de Colombia, varias familias de orquídeas enfrentan amenazas debido a la destrucción del hábitat.</p> <p>Actualmente, solo se conserva entre el 18% y el 25% de los bosques andinos donde habitan estas especies. La deforestación, la expansión de la ganadería y la creciente presencia de cultivos ilegales representan amenazas importantes para la conservación de las orquídeas.</p> <p>En este contexto, el proyecto propuesto por el autor busca transferir el conocimiento de las especies de orquídeas <i>Rodriguezia venusta</i> y <i>Vainilla spp</i> a través de una estrategia de comunicación visual. El objetivo es crear un producto interactivo que fomente la apreciación de estas especies y contribuya a su preservación. El producto proporcionará</p> |
|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                | <p>información sobre cuidados, cultivo y propagación, y se evaluará su impacto en eventos académicos a través de encuestas.</p> <p>El producto interactivo se desarrollará en un formato multimedia que combine imágenes, videos, audios y textos. Se utilizarán técnicas de gamificación para hacer que el aprendizaje sea más atractivo y divertido. El producto estará dirigido a la comunidad educativa de la Corporación Universitaria Minuto de Dios, así como a otros interesados en las orquídeas.</p> <p>El proyecto tiene el potencial de contribuir a la conservación de las orquídeas en Colombia al promover el conocimiento y la apreciación de estas especies. El producto interactivo ayudará a que las personas conozcan mejor estas plantas y su importancia para el medio ambiente. Además, el proyecto puede generar conciencia sobre las amenazas que enfrentan las orquídeas y motivar a la acción para su conservación.</p> |
| 9. Metodología | <p>Por su carácter, el escrito se apoya en una metodología cualitativa y cuantitativa.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |

|                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>10. Conclusiones</p> | <p>Las orquídeas son flores ornamentales apreciadas en todo el mundo, pero en Colombia, la falta de conocimiento sobre su cuidado y propagación plantea preocupaciones significativas para su conservación.</p> <p>En el departamento del Meta, se han descubierto especies únicas de orquídeas en la sabana, pero su escaso conocimiento por parte de la comunidad local representa un riesgo para su preservación. Además, en la zona andina de Colombia, la degradación del hábitat debido a la deforestación y la expansión de cultivos ilegales amenazan a varias familias de orquídeas.</p> <p>Para abordar estas amenazas, los autores desarrollaron un producto interactivo que ofrece información detallada sobre las orquídeas <i>Rodriguezia venusta</i> y <i>Vainilla spp.</i></p> <p>El objetivo del producto es promover la transferencia de conocimientos sobre el cuidado, cultivo y propagación de estas especies.</p> |
|-------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                   |                                                                                                                                                                                                                                                |
|-------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                   | <p>El producto utiliza elementos gráficos atractivos y tipografía elegante para ser una herramienta valiosa de divulgación y democratización del conocimiento. También pretende promover prácticas responsables de cuidado y conservación.</p> |
| 11. Autor del RAE | <p>CONTRERAS, L.<br/>CARRANZA, D.</p>                                                                                                                                                                                                          |

Elaboración propia

### 3. ABSTRACT

The document begins with an introduction about orchids, which stand out for their unique aesthetic characteristics and wide diversity. In Colombia, there are more than 3,000 species of orchids, 80% of which are endemic.

However, many of these species are threatened with extinction due to a number of factors, including: Habitat destruction, overexploitation, illegal trade, etc.

In the department of Meta, orchid species such as *Campylocentrum micranthum*, *Epidendrum sp.*, *Rodriguezia venusta* and *Trizeuxis falcata* have been discovered exclusively in the savanna (Jaramillo, 2018). However, these species are little known by local inhabitants, which threatens their preservation, this lack of knowledge is attributed to the lack of attractiveness in the available studies, which generates a significant cognitive load by presenting information in a disjointed manner, which, in turn, overloads the visuospatial memory (Lotero, 2012).

In the Andean zone of Colombia, several orchid families face threats due to habitat destruction. Currently, only 18% to 25% of the Andean forests where these species live are conserved. Deforestation, the expansion of cattle ranching, and the growing presence of illegal crops represent important threats to orchid conservation.

In this context, the project proposed by the author seeks to transfer the knowledge and experience gained from the project.

**Keywords:**

*Interactive magazine, Orchids, Visual Communication, transfer of kno*

## 4. OBJETIVOS

### 4.1. Objetivo general

- Diseñar una estrategia de Comunicación Visual efectiva e impactante que permita transferir el conocimiento de las generalidades en las especies *Rodriguezia venusta* y *Vainilla spp.* en la comunidad educativa de la Universidad Minuto de Dios – UNIMINUTO.

### 4.2. Objetivos específicos

- Determinar las necesidades y preferencias específicas de la comunidad educativa de la Universidad Minuto de Dios - UNIMINUTO y otras personas interesadas en cuanto a la adquisición de conocimientos sobre las orquídeas *Rodriguezia venusta* y *Vainilla spp.*, a partir de los resultados de las entrevistas semiestructurada y encuestas realizadas.
- Elaborar un producto interactivo que incluya información de las orquídeas (*Rodriguezia venusta* - *Vainilla spp.*) y ser difundida las iniciativas de la transferencia de conocimiento en eventos académicos para evaluar el impacto del producto interactivo por medio de una encuesta con preguntas cuantitativas.

## 5. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En Colombia, la orquídea es la flor nacional, exactamente la *Catleya trianae*, siendo de la familia de las Orchidaceae, encontrándose en todos los ecosistemas naturales, se encuentran numerosas especies de orquídeas como lo son *Odontoglossum*, *Miltoniopsis*, *Masdevallia*, *Anguloa*, *Lycaste*, *Oncidium*, *Rodriguezia venusta* y *Vainilla spp*, siendo estas dos últimas las especies en que se basará la investigación. Contando así que, en Colombia, están en vía de extinción las orquídeas con rangos geográficos reducidos. Las especies de los bosques de niebla del país tienen doble riesgo debido a sus niveles elevados de endemismo y las altas tasas de conversión de sus ecosistemas a usos como la agricultura y la ganadería (Orejuela, 2010).

La vulnerabilidad de las orquídeas colombianas se intensifica debido a la destrucción de sus hábitats naturales, en particular, los bosques de niebla. Estos enfrentan riesgos dobles por sus niveles elevados de endemismo y la rápida conversión de sus ecosistemas para usos como la agricultura y la ganadería, amenazas agravadas por actividades ilícitas como el aumento de cultivos de marihuana, coca y amapola.

En este contexto, se hace evidente la necesidad de medidas más efectivas y sostenibles para proteger las orquídeas y sus entornos. La promoción de prácticas de conservación que minimicen el impacto en los ecosistemas, alternativas económicas que desincentiven la expansión de cultivos ilegales, y la educación ambiental son esenciales.

Con el objetivo de abordar los desafíos inherentes a la conservación y propagación de las orquídeas, específicamente la especie *Rodriguezia venusta* y las variedades de *Vainilla spp*, nosotros estudiantes de comunicación visual proponemos el desarrollo de un producto interactivo. Este proyecto se enmarca en la creación de un método innovador para la transferencia

de conocimientos, dirigido a la Granja Agroecológica de la Corporación Universitaria Minuto de Dios.

La propuesta se centra en la combinación estratégica de herramientas educativas y de concientización, que comprenden tanto un producto físico como uno digital. Ambos elementos, al trabajar de manera conjunta, facilitarán la difusión de información de manera más efectiva, permitiendo así alcanzar a un público más amplio. La elección de esta sinergia entre lo físico y lo digital no solo responde a la necesidad de adaptarse a las distintas formas de aprendizaje, sino que también busca maximizar el impacto de la estrategia de comunicación visual, en donde esta última según, Aguirre (2014): “es diseño gráfico en sí mismo, definido como el codificador de mensajes con un propósito específico y práctico; es la expresión visual de la esencia de un mensaje o producto”

En este sentido, la libreta física o digital, según se requiera, servirá como un soporte tangible que los usuarios podrán tener en sus manos, ofreciendo una experiencia táctil y práctica. En ella, se plasmarán contenidos visuales y textuales de alta calidad, diseñados para transmitir eficazmente los conceptos fundamentales sobre la conservación y propagación de las orquídeas. Además, la plataforma digital complementará esta experiencia, proporcionando un acceso fácil y rápido a información adicional, recursos multimedia y herramientas interactivas.

La finalidad última de esta propuesta va más allá de la mera transmisión de conocimientos sobre las orquídeas y su importancia ecológica, no solo se busca realizar los productos sino también realizar una estrategia para su distribución, buscamos inspirar acciones concretas entre los estudiantes, motivándolos a participar activamente en la conservación de estas especies. La interacción entre lo físico y lo digital no solo enriquecerá la experiencia educativa, sino que también fomentará un sentido de compromiso y responsabilidad ambiental. De esta manera,

nuestro producto interactivo se erige como un medio no solo informativo, sino también transformador, contribuyendo significativamente a la misión de preservar la biodiversidad de las orquídeas en la Granja Agroecológica de la Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO.

## **6. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Cuál sería la estrategia de Comunicación Visual más efectiva para transferir el conocimiento de las generalidades de las especies *Rodriguezia venusta* - *Vainilla spp* en la comunidad educativa de la Universidad Minuto de Dios - UNIMINUTO?

## 7. JUSTIFICACIÓN

Desarrollar una estrategia de Comunicación Visual para la transferencia de conocimiento de las especies *Rodriguezia venusta* y *Vainilla spp* en la comunidad educativa Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO busca informar de manera que cautive y tenga un impacto positivo; el producto interactivo se realiza con el fin de promover la conservación de las orquídeas al generar conciencia sobre la importancia de proteger y cuidar estas plantas. Mediante la difusión de conocimientos sobre los beneficios de la conservación y el impacto positivo que tienen las orquídeas en el entorno natural, se espera fomentar una actitud responsable hacia su preservación.

¿Porque una transferencia de conocimiento desde la Comunicación Visual? ¿cómo puede aportar? La comunicación visual tiene un impacto positivo para captar la atención de forma inmediata, esto tiene un efecto duradero en la memoria visual de las personas. En la Revista interactiva, al utilizar imágenes, gráficos, y otros elementos visuales, transmite la información de forma efectiva y atractiva; también, la comunicación visual al ser universal y entendida por personas de distintos niveles de educación, idiomas o habilidades cognitivas garantiza que el conocimiento que se desea transferir sea accesible para una mayor audiencia fuera de la comunidad educativa. Las imágenes y los gráficos simplifican conceptos, al representar el cuidado de las orquídeas, hace más fácil asimilar la información. Para nosotros como Comunicadores Visuales, nos permite explorar las distintas formas de representar las informaciones, nos estimula la creatividad y nos da un mayor interés al tema.

En Colombia, la orquídea es considerada la flor nacional debido a su belleza y singularidad. Pero esta planta emblemática está en peligro de extinción por prácticas inadecuadas de manejo y la contaminación del aire, agua y suelo.

Según lo expuesto, en este estudio deseamos resaltar el interés de las personas en las fascinantes y exóticas flores, las orquídeas, decorativo. Sin embargo, se ha observado que existe una falta de información acerca de sus cuidados, riesgos y reproducción. Por esta razón, se propone la creación de un producto interactivo que promueva el aprendizaje dinámico de las orquídeas, centrándose específicamente en las especies *Rodriguezia venusta* y *Vainilla spp.*

El objetivo principal de este producto interactivo es fomentar de manera activa y positiva la participación de la comunidad universitaria y personas de interés, a través de una transferencia de conocimiento eficaz y comprensible por todas las personas (Anónimo, 2019). Se espera que tenga un impacto positivo en varios aspectos, entre ellos el aprendizaje, ya que proporcionará consejos prácticos sobre el cultivo de estas orquídeas y brindará acceso a información relevante para la comunidad.

## **8. LÍNEA DE INVESTIGACIÓN INSTITUCIONAL**

Educación, transformación social e innovación.

## **9. SUB-LÍNEA DE INVESTIGACIÓN DEL PROGRAMA**

Creación y más creación (industrias creativas y culturales).

## **10. GRUPO DE INVESTIGACIÓN**

Trabajo del llano.

## **11. SEMILLERO DE INVESTIGACIÓN**

Eco visual.

## 12. MARCO TEÓRICO

### 12.1. Orquídeas

“Las orquídeas son principalmente flores ornamentales. Y en ese sentido figuran en lugar preferido entre las plantas: pero hay algunas especies que tienen valor industrial, como la vainilla, de cuyos frutos se saca el conocido extracto aromático; otras se utilizan en infusión, y de algunas se emplea la fécula de sus tubérculos para alimento” Enciclopedia Ilustrada Cumbre (decimotercera, Vol. 9). (1973). Cumbre S.A.

Las orquídeas forman parte botánica de las Orchidaceae, que tiene aproximadamente entre 25 mil y 30 mil especies. Se encuentran en todo el mundo, pero en ecosistemas tropicales y cálidos/húmedos, (Olin et al, 2021). Se clasifican en:

Tabla 2. Clasificación de las orquídeas en los diferentes niveles

|            |                                                                           |
|------------|---------------------------------------------------------------------------|
| Reino      | Plantea vegetal                                                           |
| División   | Magnoliophyta (plantas con flores y frutos)                               |
| Clase      | Liliopsida (monocotiledónea)                                              |
| Orden      | Asparagales (grupo de plantas que no forman madera en su estructura)      |
| Familia    | Orchidaceae                                                               |
| Subfamilia | Epidendroideae, orchidoideae, vanilloideae, cyripedioideae, postasioideae |

Tomada de Menchaca et al, 2011

#### 12.1.1. Características físicas de la orquídea

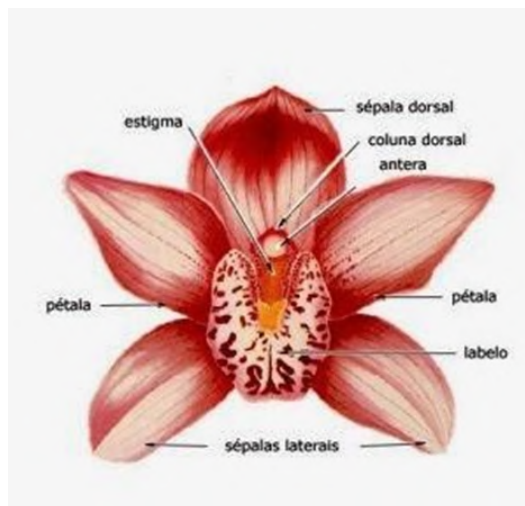
##### 12.1.1.1. Tipo de crecimiento:

La ramificación posee tallos que germinan del tallo de la planta. Cada año inicia un tallo desde el base, bautizado como guía, para que cuando la especie madure de nacimiento a las flores.

Las especies monopodiales, tienen un solo tallo que no permite el crecimiento de nuevos tallos, pero si van incrustados a las raíces.

### 12.1.1.2. Partes de las orquídeas

Ilustración 1. Partes de la orquídea



Tomada de JARDIN, 2015

Se puede apreciar las características de la orquídea con sus partes importantes como: Color, forma, pétalos y pistilos y posee fluorescencia en sus ramificaciones.

### 12.1.1.3. Tamaño de las orquídeas

Estas plantas según un estudio de Charles Darwin en 1877, pueden variar su tamaño desde 2.1 mm hasta 3 mm, teniendo en cuenta la especie. Contando generalmente con seis partes: tres sépalos iguales entre sí, ubicados en la parte de atrás y tres pétalos que están enfrente, de los cuales dos son iguales y uno diferente este último se encuentra al centro de la flor, siendo el labelo es la parte más llamativa. El labelo tiene como función atraer insectos para su posterior polinización por lo cual es la parte más llamativa de la flor. Este se caracteriza por presentar diferentes propiedades como puede producir néctar, aceites o compuestos. (García Leidy, Hernández Helen, 2023).

*Lepanthes astrafa* S. (12 mm de longitud)

b. *Oncidium Hastilabius*

Fotografía 1. Orquídeas de diferente tamaño



Tomado de: Orquideología, 2014

Tabla 3. Partes de la planta de la orquídea

|                    |                                                                                                                                          |
|--------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Hojas              | Hojas simples (no presentan divisiones), por lo general son alargadas y angostas, las hojas cilíndricas evitan que se deshidraten rápido |
| Tallos             | Pueden ser de tres tipos principales: tallos cilíndricos, pseudobulbos o cormos.                                                         |
| Tallos cilíndricos | Son alargados y erectos, con entrenudos de donde salen las hojas e inflorescencias                                                       |

|              |                                                                                                                                                                                                                                                          |
|--------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Pseudobulbos | Son tallos aéreos, engrosados, comprimidos y abultados en forma de papa. las hojas pueden salir de la parte alta o media del pseudobulbos y la inflorescencia puede salirde la base, de la parte media o alta de él.                                     |
| Raíces       | Raíces aéreas están forradas por unas fundas de células muertas y esponjosas llamadas velamen, facilita la absorción de agua y minerales; pueden crecer en todas direcciones y sirven para la sujeción, ya que abrazan al tronco o ramas de los árboles. |

**Nota:** Manual para la propagación de orquídeas, 2011 y tomado de (Garcialeidy, Henandez helen, 2023)

Tabla 4. Características de las orquídeas *Rodriguezia Venusta*, *Vainilla spp*

| <i>Rodriguezia Venusta</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | <i>Vainilla spp</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>1.</b> La planta presenta un crecimiento desorganizado, con rizoma de 1-1,5cm de largo, separando pseudobulbos cortos, elípticos, comprimidos bilateralmente, con 2,5-3cm de largo por 1,5cm de ancho en media. Portan una hoja apical única y dos hojas laterales.</p> <p><b>2.</b> Las hojas varían de 8 la 12cm de largo por 2cm de ancho.</p> <p><b>3.</b> Las inflorescencias surgen de la base de los pseudobulbos y miden 5 a 8cm de largo, con 5-7 flores blancas.</p> | <p><b>1.</b> Orquídea perenne, terrestre, trepadora, de tallo flexible, herbáceo cilíndrico, simple o ramificado de color verde brillante constituido por entrenudos.</p> <p><b>2.</b> Tiene raíces adventicias aéreas con las cuales se adhiere a los árboles u otros soportes.</p> <p><b>3.</b> Las inflorescencias se producen en racimos axilares de diez a veinte flores colocadas en espiral.</p> <p><b>4.</b> Las hojas son no articuladas, alternas con arreglo dístico o espiral, membranosos, coriáceas o carnosas, de forma oblonga- elíptica lanceolada, ápice agudo acuminado.</p> |

**Nota:** Manual para la propagación de orquídeas, 2011 y tomado de (Garcia leidy, Henandez helen, 2023)

## **12.2. Transferencia de conocimientos:**

Se refiere al proceso de compartir y difundir información relevante, llevando conocimientos generados en un contexto, generando valor para mejorar el desempeño y habilidades, puede tener sitio en la comunicación directa, en capacitaciones, publicación de documentos, entre otros. (Guerrero & Urbano, 2023). Mencionan que la transferencia de conocimientos “se refiere al proceso de compartir y aplicar los conocimientos generados en la academia y la investigación en el ámbito práctico, como el mercado laboral y la creación de empresas. En el contexto de la lectura proporcionada, la transferencia de conocimientos se considera una parte fundamental de la función de la universidad emprendedora, que busca no solo formar empleados calificados, sino también fomentar el espíritu emprendedor y la creación de empleo”.

Según Martínez, E. C., de Lucio, I. F., Marín, M. P., & Boado, F. C. (2008) dicen que la transferencia de conocimiento “son disciplinas concretas, las humanidades y ciencias humanas, hacia sus respectivos sectores de aplicación. En primer lugar, se pone en evidencia que la transferencia de conocimiento es un concepto complejo y en evolución. En segundo lugar, se caracteriza la transferencia de conocimiento en esta disciplina”

A nivel nacional, en MinTic, (2022) señala que “la transferencia de conocimientos se refiere a las actividades desarrolladas al interior de la entidad, para la divulgación y socialización de: lecciones aprendidas, transferencia de buenas prácticas, proceso de enseñanza-aprendizaje organizacional, saberes institucionales, entre otros. Permitiendo así generar el fortalecimiento e intercambio del conocimiento estratégico fundamental para el cumplimiento de los objetivos institucionales”

Como se menciona en (E-dea Networks, 2019) la transferencia de conocimiento “permite identificar dónde y cómo obtener la información necesaria en el momento preciso. Esto

estandariza la calidad en las operaciones y brinda un enfoque proactivo y eficiente para abordar fallas, optimizar y administrar todos los componentes o servicios críticos de la organización."

según (Rodríguez, 2017) Resalta que para la transferencia de conocimiento "debe procurar ser lo más transparente posible, pero los temores y conflictos de interés entre el equipo de proyecto y su proveedor de conocimientos suelen interferir en el proceso."; Se entiende que para que exista una transferencia conocimiento efectiva no se debe ignorar información y ser transparentes.

Ilustración 2. Transferencia de conocimiento



Tomado de: (Rodríguez, 2017)

Es importante destacar que la transferencia de conocimientos es la transmisión de información de un contexto a otro.

### 12.3. Adobe Illustrator

Programa de software gráfico de la suite de Adobe, con elementos vectoriales que permite crear iconos, dibujos, logos y tipografías, entre otros.

Es una de las herramientas de diseño gráfico que permite elaborar todo tipo de ilustraciones, por ejemplo, logotipos e iconos, que ayudan a ahorrar tiempo, como la repetición de patrones. Una

ventaja con Illustrator es que en cualquier ilustración el tamaño de formato digital o de impresión se verán exactamente como los diseñaste sin pixelearse.

Cuenta con un rendimiento mayor y mejorado que otros programas de ilustración, también, al ser un programa de la suite de Adobe, cuenta con la compatibilidad de otros programas, además de trabajo compartido a través de Creative Cloud.

Fue desarrollado por Adobe System y actualmente constituye el primer programa oficial de su tipo en ser lanzado por esta compañía, definiendo en cierta manera el lenguaje gráfico contemporáneo mediante el dibujo vectorial.

(Arroyal, I. V, 2018) menciona que “Adobe Illustrator da a diseñadores el incentivo de desarrollar la creatividad y el secreto de su éxito y que muchos diseñadores lo usen es su interfaz amigable y recientemente la función de poder trabajar con inteligencia artificial. Aunque Actualmente, algunos grupos luchan contra el monopolio de Adobe, ya que poco a poco se va apropiando de aquellas empresas que desarrollan herramientas vectoriales.”

Palacios, (2021) menciona que “es un programa versátil, especialmente por el manejo de vectores que mencionamos antes, pues estos nos brindan una de las principales ventajas de Adobe Illustrator: el conservar la calidad de las imágenes y la posibilidad de modificar cada uno de los vectores que hacen parte de una imagen.”

### Ilustración 3. Logo Adobe Illustrator



Tomado de: Tecnología, 2023

El programa Adobe Illustrator emplea gráficos vectoriales, esto quiere decir que los gráficos se pueden escalar sin perder la calidad, especialmente para logos, ilustraciones o diseños que se ajustan a distintos tamaños.

Camposano, (2017) menciona que Adobe Illustrator, “permite crear gráficos, nos permite crear entre otras cosas logos y además papelerías de empresas. Es una aplicación informática en forma de taller de pintura y fotografía que trabaja sobre un lienzo y que está destinado para la edición, retoque fotográfico y pintura a base de imágenes de mapa de bits.”

#### **12.3.1. Interfaz de usuario**

La interfaz de usuario de Adobe Illustrator permite que la creación de gráficos sea más fácil, también, la organización de las herramientas, menús y paneles permiten que el flujo de trabajo sea más eficiente.

#### **12.3.2. Características claves**

- Herramienta pluma: La creación de los trazos son más precisos y ayuda al diseño de formas complejas.

- Efectos y Filtros: Ayudan a mejorar y modificas las ilustraciones y los gráficos.
- Texto: Permite el desarrollo de textos creativos con diferentes estilos.

### **12.3.3. Integración de programas de la suite de Adobe**

Adobe Illustrator puede integrarse con otros programas Adobe, como Adobe Photoshop y Adobe InDesing, incorporando fácilmente el traspaso de proyectos y recursos.

### **12.4. Adobe InDesing**

Es un programa de la suite de Adobe System de maquetación que permite elaborar diseños para impresión y digital, siendo de gran utilidad para agregar archivos de multimedia como imágenes de alta calidad entre otros; InDesign es compatible con otros programas como, Illustrator,

Ilustración 4. Logo inDesing



Tomado de: Inc, 2020

Según Molina Martínez et al. (2014), "Para la creación de libros digitales, es necesario emplear Adobe InDesign. Ya que una herramienta que han utilizado la mayoría de las imprentas y

editoriales de prestigio para el desarrollo de libros en papel y es muy sencillo convertirlo en libro digital y añadirle los contenidos multimedia e interactivos que se precisen."

#### **12.4.1. Características importantes**

Es un programa de Maquetación avanzada tiene herramientas precisas que permiten la creación de diseños complejos, también facilita la consistencia en los diseños a través de la aplicación en estilos para los textos, párrafos y los objetos.

En las herramientas de Adobe InDesign, Smith, (2012) explica: "Utilizará las herramientas de InDesign para crear o modificar todo lo que aparece en sus documentos, incluidos texto, imágenes y elementos multimedia para documentos digitales. También utilizará las herramientas de InDesign para navegar por el documento. Todas las herramientas están en el panel de herramientas, a la izquierda de la pantalla. Muchas de las herramientas que se muestran en el panel de herramientas tienen herramientas relacionadas que proporcionan funcionalidad adicional, y puedes seleccionar estas herramientas relacionadas haciendo clic y manteniendo pulsada la herramienta que se muestra en el panel de herramientas. Puede identificar las herramientas con funciones adicionales por la pequeña flecha que aparece en la esquina inferior derecha. También puede hacer clic con el botón derecho en cualquier herramienta para acceder a las herramientas relacionadas"

#### **12.4.2. Industria editorial**

Este programa se utiliza para diseñar y producir documentos impresos como libros y revistas, a partir de funciones específicas en la preparación de estos documentos.

### **12.5. Adobe Photoshop**

Photoshop, A. (2021) se encuentra que Photoshop se utiliza básicamente para editar imágenes con su completo conjunto de herramientas de retoque, pintura y dibujo. No sólo se limita a editar

imágenes, sino que también es muy útil para crear logotipos llamativos, botones, texto artístico expresivo o para diseñar páginas web impresionantes y una amplia variedad de imágenes gráficas.

Ilustración 5. Logo Adobe Photoshop



Tomado de: Adobe Photoshop

Según, (Jaraba, 2022) afirma que utilizar Adobe Photoshop es un “herramienta profesional de edición digital se usa principalmente por fotógrafos y diseñadores para retocar imágenes y editar videos, crear mapas de bits y GIFs, y hacer diseños e ilustraciones. También se pueden modificar colores y añadir filtros, efectos, textos, figuras y formas”; también muestra las ventajas de utilizar este programa: “Tiene muchas herramientas, con las que se puede editar fotos, vídeos e ilustraciones, tales como la luz, las sombras, el brillo, el contraste, entre otros. Permite editar y exportar los trabajos a diferentes formatos: PSD, EPS, DCS, BMP, GIF, JPEG, TIFF, PICT, PNG, PDF, ICO, RAW, TGA, JPEG2000, Webp y muchos más. Su interfaz es intuitiva y fácil de usar, incluso si la persona es principiante. Se puede trabajar en Photoshop desde cualquier dispositivo, ya sea una computadora, una tablet o un teléfono”.

### **12.5.1. Manipulación de imágenes**

Las capacidades de Adobe Photoshop permiten ajustes de forma precisa en retoques y edición de color, tono y composición a las imágenes

### **12.5.2. Trabajo con capas**

La composición de las capas permite que la edición de las imágenes no sea destructiva y combine elementos gráficos de forma precisa

### **12.5.3. Adobe Photoshop en Diseño Gráfico**

Es utilizado en el diseño de gráficos en formatos de impresión, web y medios digitales; se puede transferir con otros programas de Adobe como Adobe Illustrator y Adobe InDesign obteniendo una experiencia de diseño completo

## **12.6. Figma**

Ilustración 6. Logo Figma



Tomado de: Logo, sf.

Herramienta de interfaz de usuario (UI) creada para prototipar diseños de aplicación, y sitios web; al ser un programa interactivo cuenta con el desarrollo de productos navegables; es una herramienta que permite trabajar desde la nube o a través de aplicaciones en Windows y Mac, con ediciones en tiempo real, compartir el proyecto con otras personas que pueden realizar comentarios y explorar el prototipo.

En (*¿Qué Es Figma Y Para Qué Sirve?*, 2022), afirma que: “Lo más interesante de Figma es su usabilidad. Es intuitiva y fácil de utilizar; Al ser también un editor de gráficos vectoriales, se utiliza para maquetar todo tipo de piezas digitales e interactivas, se puede exportar en formatos estándar como .pdf, .png, .jpg. Figma funciona con plugins que se puede añadir y ampliar su uso, se puede compartir el trabajo con tus compañeros desde la nube, permite sistematizar todos tus diseños y alojarlos en la nube, Figma funciona con páginas, lo que va a permitir tener las plantillas, colores y todos los elementos que necesites en un mismo archivo y separados por estas páginas”

### **12.6.1. Figma en la nube**

Al operar en la nube, ayuda que se puedan desarrollar proyectos desde distintos lugares con múltiples usuarios, esto facilita la colaboración la agilidad en la creación del proyecto.

### **12.6.2. Prototipado Interactivo**

En este programa se desarrolla la creación de prototipos interactivos desde la plataforma ayudando a la presentación y la prueba de los flujos con el usuario.

### **12.6.3. Diseño de sistemas**

Los componentes y estilos se pueden reutilizar y actualizar a nivel global, esto es ideal para la creación del diseño de sistemas en Figma.

## **12.7. Comunicación**

Es un proceso fundamental que permite el intercambio de información, ideas, emociones y pensamientos entre individuos o grupos, es una parte esencial para mantener una vida en comunidad, ya que permite transmitir y recibir información de forma verbal y no verbal.

Para que este proceso se pueda lograr de forma efectiva, implica dos partes; el emisor, es quien envía el mensaje, el receptor, es quien recibe y decodifica la información para comprenderlo.

María del Socorro Fonseca destaca que comunicar implica “compartir algo de nosotros mismos', siendo una cualidad tanto racional como emocional, específica del ser humano. Esta capacidad surge de la necesidad de establecer contacto con los demás, intercambiando ideas que adquieren sentido y significado en función de experiencias previas compartidas.”

Según la perspectiva de Stanton, Etzel y Walker, la comunicación se define como “la transmisión, ya sea verbal o no verbal, de información entre alguien que busca expresar una idea y aquel que espera captarla o se anticipa a que sea captada.”

Por otro lado, Lamb, Hair y McDaniel conciben la comunicación como “el proceso mediante el cual intercambiamos o compartimos significados a través de un conjunto común de símbolos.”

Para Idalberto Chiavenato, la comunicación es “el intercambio de información entre personas', implicando la creación de un entendimiento compartido de un mensaje o información. Este proceso es fundamental tanto en la experiencia humana como en la organización social.”

Finalmente, según Robbins y Coulter, la comunicación se define como “la transferencia y comprensión de significados'. Estas diversas perspectivas enfatizan la naturaleza compleja y multidimensional de la comunicación enriqueciendo nuestra comprensión de este proceso fundamental en la interacción humana.”

Según Gomez, F.S.J (2016) dice que la comunicación “es un proceso inherente a la relación humana. Por lo que se puede decir que en los últimos años se ha hablado mucho de la comunicación y ha sido un tema muy trillado. Sin embargo, a pesar de que ha sido un tema trabajado y que nadie duda de su importancia, pocos se comunican en su vida diaria de manera democrática y humana, para esto se debe tener en cuenta las etapas de una buena comunicación:

### **12.7.1. Codificación**

El emisor transmite el mensaje mediante un código (Lenguajehablado, gestos, señas, entre otros).

### 12.7.2. Transmisión

La información transformada se envía mediante un medio o canal (Presencial, virtual, carteles, etc.).

### 12.7.3. Recepción

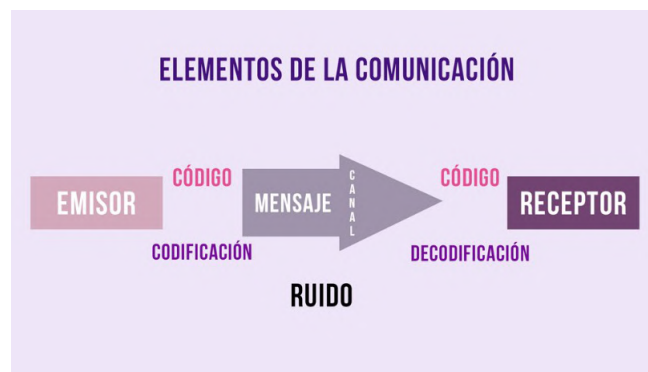
El receptor recibe la información a través del medio e interpreta el significado.

### 12.7.4. Retroalimentación

Esta etapa depende del canal que fue transmitida la información, ya que, el receptor proporciona respuesta que ha interpretado la información.

Estos elementos permiten que la comunicación se produzca el intercambio de la información de manera efectiva, los elementos se articulan entre sí para generar diferentes significados en tiempo real.”

Ilustración 7. Elementos de la Comunicación



Tomado de: E, 2014, Metafáciles

## 12.8. Comunicación Visual

Es un proceso de comunicación no verbal que consiste en transmitir información mediante elementos visuales como: Imágenes, gráficos, símbolos, diseños y colores.

Utilizándose en diferentes campos como el diseño gráfico, la publicidad, entre otros. Se basa en la información que una imagen puede transmitir, como significados y emociones de forma rápida y efectiva.

Costa, J. (2014). afirma que, la comunicación visual “es un tema muy vasto que va del diseño a la fotografía, a la plástica y al cine; de las formas abstractas a las reales; de las imágenes estáticas a las imágenes en movimiento, y de las imágenes simples a las complejas, pasando por los problemas de percepción visual, que se refieren al aspecto psicológico del problema, como las relaciones entre figura y fondo, el mimetismo, el moaré, las ilustraciones ópticas, el movimiento aparente, las imágenes y el ambiente, la permanencia retiniana y las secuelas de las imágenes.”

Según Branda, M. J., & Cuenya, A. (2014), menciona que la Comunicación Visual es “una disciplina que adquiere cada vez más presencia en todos los ámbitos de la vida pública, y necesita de la permanente actualización en el plano de la enseñanza y la profesión, para producir y formar a los alumnos en las áreas de Comunicación visual, Diseño y Arte; también se resalta que es la construcción significativa del mensaje, como resultado de una cultura y del contexto en que se desarrolla, con las características de su tiempo; es una disciplina que se relaciona de diferentes maneras con otras áreas del conocimiento. Propone al alumno una permanente vinculación con otros campos (sociales, culturales, científicas, políticas, económicas, productivas, tecnológicas etc.) Por esta razón preparar al estudiante para el abordaje de trabajos grupales e interdisciplinarios, es integrar su capacidad comunicativa.”

### **12.9. Diseño gráfico**

Es una rama del diseño que se encarga de la creación de elementos como gráficos, imágenes, tipografías y color. Transmite mensajes eficazmente para informar, convencer o entretener a la

audiencia. Esto se aplica en medios como: Carteles, folletos, logotipos, envases, sitios web, aplicaciones web, redes sociales, revistas, libros, anuncios publicitarios, entre otros.

Esto es fundamental, ya que una selección de estos elementos puede transmitir la información adecuada, coherente y atractiva. Para una buena composición se requiere tener en cuenta el equilibrio visual, la jerarquía visual y la legibilidad para tener un propósito estéticamente agradable.

### 12.9.1. Similitudes:

El diseño gráfico y la comunicación visual están estrechamente relacionados y comparten similitudes, ya que ambos se centran en la creación y transmisión efectiva de mensajes visuales.

Aquí hay algunas similitudes clave:

Tabla 5. Similitudes

| <b>COMUNICACIÓN DE MENSAJES VISUALES</b>                                                                                                                       | <b>USO DE ELEMENTOS GRÁFICOS</b>                                                                                                           | <b>ENFOQUE EN LA ESTÉTICA</b>                                                                                           | <b>PÚBLICO OBJETIVO</b>                                                                                                                                | <b>NARRATIVO A VISUAL</b>                                                            |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| Los dos campos se centran en transmitir información, ideas o conceptos a través de elementos visuales, como imágenes, colores, tipografía y diseño en general. | Tanto el diseño gráfico como la comunicación visual utilizan elementos gráficos para expresar conceptos. Esto puede incluir la creación de | Ambos se preocupan por la estética y la presentación visual de la información. La composición visual, el equilibrio, la | Tanto en diseño gráfico como en comunicación visual, es esencial tener en cuenta el público objetivo al que se dirige el mensaje. La efectividad de la | Los dos campos pueden implicar contar una historia a través de imágenes y diseño. La |

|  |                                                                    |                                                                             |                                                                 |                                                                                                             |
|--|--------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | logotipos, carteles, folletos, sitios web y otros medios visuales. | armonía y otros principios del diseño son fundamentales en las disciplinas. | comunicación depende de cómo resuena con la audiencia prevista. | disposición de los elementos visuales puede guiar al espectador a través de una narrativa visual coherente. |
|--|--------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Elaboración propia

### **12.9.2. Utilización de Herramientas y Tecnologías**

Tanto los diseñadores gráficos como los profesionales de la comunicación visual utilizan herramientas y tecnologías específicas para crear sus obras. Esto puede incluir software de diseño, herramientas de edición de imágenes y otros recursos digitales.

Aunque comparten estas similitudes, también hay diferencias específicas entre diseño gráfico y comunicación visual, y sus aplicaciones pueden variar según el contexto y los objetivos específicos de cada disciplina.

### **12.9.3. Síntesis de información**

Transmite la información de forma atractiva y fácil de entender. Se usa cuando se trata de datos estadísticos, como diagramas o mapas, entre otros.

### **12.9.4. Atracción y atención**

Busca captar el interés del usuario a través de imágenes visuales.

### **12.9.5. Universalidad**

Algunos elementos gráficos pueden ser comprendidos de forma distinta, dependiendo la cultura o los idiomas.

### **12.9.6. Emoción**

En la Comunicación Visual se puede evocar sentimientos de manera más rápida que las palabras.

### **12.10. Estrategia**

Es un plan de acción diseñado para alcanzar un objetivo en específico; implica tomar decisiones para lograr resultados en situaciones complejas, es una planificación y utilización de recursos para lograr ventajas de forma efectiva. Es una herramienta importante, ya que permite pensar de forma integral, teniendo en cuenta los recursos, el entorno y el objetivo que conduzca al éxito.

En (Larousse, 2023) encontramos que la estrategia “es el arte de coordinar acciones, de maniobrar hábilmente para lograr un objetivo”, mientras que (ASALE & RAE, 2022) dice que la estrategia “es el arte, traza para dirigir un asunto.”

Como afirma Porter, M. E. (2021), la estrategia “es la creación de una posición única y valiosa que involucra un conjunto diferente de actividades; esto quiere decir que la estrategia no es solo un enfoque, sino que también es desarrollar acciones.”

Según Armando, (2021), define que la estrategia “es una herramienta de dirección que permite la satisfacción de las necesidades del público objetivo a quien está dirigida la actividad de la empresa, a través de una interacción proactiva de la organización con su entorno y el uso de procedimientos y técnicas con un basamento científico empleadas de manera repetitiva e integral.”

Así mismo, Carmona, D R (2018), afirma que la estrategia “es una de las palabras más usadas en el mundo de los negocios y las organizaciones, hoy en día es muy común que las grandes iniciativas tengan algo de estrategia, sin que se tenga mucha claridad de lo que implica, así como los desafíos de su implementación y el seguimiento que esta requiere para poder evidenciar los efectos de esta.”

### **12.11. Interactivo**

Es la capacidad para mejorar la participación, el compromiso y la experiencia del usuario, especialmente en el mundo digital, esto implica que un elemento pueda influir en la acción o en el comportamiento, brindando experiencias personalizadas, haciendo que los usuarios tengan una experiencia activa, fomentando la participación, el aprendizaje y la retroalimentación por parte del receptor, es crucial en el campo de la educación, el entretenimiento, el marketing y el comercio electrónico.

(ASALE & RAE, 2022), Define la palabra “interactivo como un proceso que permite la interacción, especialmente entre una computadora o un programa informático y su usuario. Apl. a programa informático.”

(Bedoya, n.d.) menciona que Interactividad “es la capacidad del receptor para controlar un mensaje no-lineal hasta el grado establecido por el emisor, dentro de los límites del medio de comunicación asincrónico.”

### **12.12. Diseño**

Es un proceso creativo que busca resolver necesidades a través de la creación de un producto, sistemas, servicios o experiencias; implica conocer las necesidades, generando ideas para buscar una solución concreta, esto implica la estética y la eficiencia de crear productos que sean atractivos y útiles. Esto implica:

### **12.12.1. Investigación**

Se trata de un proceso que tiene como propósito obtener nuevos conocimientos, comprender fenómenos, validar teorías o solucionar problemas específicos.

### **12.12.2. Prototipado**

Es la creación de versiones preliminares de un producto con el fin de evaluar su funcionalidad, diseño y viabilidad antes de la producción completa.

### **12.12.3. Evaluación**

Es la revisión sistemática de un producto para determinar su eficacia, eficiencia y adecuación a los objetivos establecidos.

### **12.12.4. Interacción**

Es como los usuarios interactúan con un producto, esto involucra la relación entre los usuarios y la interfaz que utilizan.

Es una disciplina clave para crear y fomentar soluciones para mejorar la calidad de vida, así mismo, satisfacer requisitos funcionales en el progreso de la vida cotidiana

Según Campi, I. (2020) menciona que el diseño “es una disciplina creativa y por lo tanto “mental”, y, aunque los instrumentos la modifican, sin embargo, no altera su esencia”

### 13. ANTECEDENTES

En el año 2012, Ana Teresa Mosquera, ejecutó una investigación en el Valle de Cauca, titulada 'bioprospección de los recursos nativos de la orquídea Vainilla Spp, presente en el Valle del Cauca'. El género de esta orquídea depende de una simbiosis obligada con hongos para que sus semillas germinen, es decir que tiene una relación estrecha con los hongos, siendo hongos endófitos, no producen enfermedades. En este estudio se obtuvieron información sobre su ecología en condiciones naturales. Estos datos son importantes para desarrollar estrategias de producción comercial y medidas de protección en el cultivo de la orquídea. (Teresa & Otero, 2012)

La coordinación estatal de productores de café, crearon un manual, aquí detallan que las orquídeas son plantas que se distribuyen por todas las zonas y climas del mundo, excepto en los desiertos y los polos. Se dividen en dos grupos: las terrestres, que crecen en la tierra, y las epífitas, que crecen sobre otras plantas. Tienen flores llamativas en una amplia variedad de colores y formas. Las raíces de las orquídeas terrestres están cubiertas de hifas, filamentos de hongos que ayudan en la absorción de nutrientes. Las raíces de las orquídeas epífitas tienen una capa especial llamada "velamen" que facilita la absorción de agua y minerales del aire. Las hojas son simples y en algunas especies son gruesas para almacenar agua. El aparato reproductor de las orquídeas se encuentra en una estructura llamada columna, para obtener y distribuir conocimientos sobre el cultivo y cuidado de las orquídeas. (Desarrollo, n.d.)

Colombia, siendo considerado uno de los países con mayor diversidad en orquídeas, debe llevar a cabo investigaciones novedosas para obtener datos de especies aún

desconocidas; existe alrededor de 4270 especies clasificadas en Colombia, divididos en aproximadamente 274 géneros, como: *Epidendrum spp.* con 527 especies, *Lepanthes* con 361 *spp.*, *Stelis* con 276 *spp.*, *Pleurothallis* con 236 *spp.*, *Masdevallia* con 182 *spp.*, *Maxillaria* con 167 *spp.* y *Oncidium* con 158 *spp.* (Pineda, 2023) Tupac Joel, como se citó en (Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, Universidad Nacional de Colombia, 2015).

Siendo las orquídeas especies que se encuentran en amenaza por los cambios negativos en los ecosistemas, se han encontrado mal manejo y falta de conocimiento sobre cómo tratar estas especies. La deforestación en Colombia es un problema, especialmente en la región Orinoquía aumenta, volviéndose más complejo, ya que, en las zonas donde se centran en la zona con el bioma amazónico, afectando directamente en los bosques de la región.

Es importante saber que, para la conservación de las especies de Orquídeas, es conocer su biología y cualidades en su etapa de crecimiento, tal como las asociaciones de micorrizas, la polinización y condiciones de hábitat particulares, no todas estas especies tienen crecimientos similares del bosque, algunas necesitan de una alteración periódica para su crecimiento (Pineda, 2023) (Ministerio de Ambiente y Desarrollo sostenible).

A nivel latino americano se han desarrollado varios proyectos, uno de los destacados en la plataforma Behance, es Restinga, el cual es un proyecto brasileño de preservación y educación ambiental que tiene como objetivo ampliar el alcance, y facilitar la comprensión, sobre la biodiversidad de plantas que el bioma de la Restinga contiene, el catálogo es ilustrado, con lenguaje simplificado y lectura optimizada para aprender sobre estas plantas, esto último dirigido a aquellas personas que tienen el portugués como lengua primaria o secundaria. (Behance, 2023)

En cuanto a nivel nacional existe una bitácora visual de la flora en los páramos de Colombia, Según Marín, C., & Parra, S. (2015), sus autores “es una herramienta atractiva y de fácil consulta

para quienes estén interesados en conocer más de las plantas de estos ecosistemas, partiendo de su identificación y clasificación en la taxonomía botánica” esta bitácora guía cuenta con un formato atractivo que cuida la sensación visual que puede generar a los lectores, en su mayoría se usan fotografías que son apoyadas por textos minimalistas.

## 14. METODOLOGÍA

Este proyecto es una investigación que combina el método cualitativo y cuantitativo, esto con el fin de obtener una comprensión más profunda y completa, aquí se abordan aspectos relacionados con percepciones, opiniones, actitudes, conocimientos, preferencias y experiencias de la comunidad educativa de la Universidad Minuto de Dios – UNIMINUTO sede Orinoquía, para lograr diseñar una estrategia de comunicación visual, en la que se pueda hacer una transferencia de conocimiento sobre las orquídeas *Rodriguezia venusta* y *Vainilla spp* entendible para toda la comunidad educativa.

Se inicia con una investigación exhaustiva sobre productos o formatos para exponer de manera óptima la información que se pretende exponer en la transferencia de conocimiento, se buscará información como: tipo de productos, colores, método de salida, tipo de imágenes o ilustraciones, diagramación, entre otros. Además, se buscará información sobre las orquídeas *Rodriguezia venusta* y *Vainilla spp*, buscando información esencial como: Características, hábitat, ciclo de vida, cuidado, técnicas, consejos prácticos, entre otros; para obtener un conocimiento sólido se buscará en fuentes confiables como: Libros, artículos, recurso y expertos en el tema, para fundamentar el proyecto.

**Información Primaria:** Encuestas y entrevistas semi estructuradas

**Información Secundaria:** Libros, artículos, recurso y expertos en el tema.

Tabla 6. Muestra poblacional

|                        |     |
|------------------------|-----|
| Total, de la población | 630 |
| Nivel de confianza     | 94% |
| Margen de error        | 6%  |
| Muestra                | 188 |

Elaboración propia

#### **14.1. Diseño de las preguntas de la encuesta**

Se realizará una encuesta en formularios de Microsoft para evaluar el conocimiento y las preferencias de los estudiantes, profesores y egresados de Comunicación Visual, Ingeniería Agroecológica y Tecnología en Comunicación Gráfica. Esta encuesta cumple con el artículo 12 de la Ley 1581 de 2012 de tratamiento de datos personales, y cuenta con 12 preguntas cerradas. A continuación, se detallarán las preguntas:

**1. Por favor, lea la siguiente información antes de suministrarnos sus datos personales y de autorizar su tratamiento. En cumplimiento del artículo 12 de la Ley 1581 de 2012...**

- a. Si
- b. No

#### **2. ¿Es usted?**

- a. Estudiante
- b. Docente
- c. Egresado

**3. Si es estudiante, por favor marque el programa al que pertenece. a.**

**Comunicación Visual**

b. Tecnología en Comunicación Gráfica

c. Ingeniería agroecológica

d. NO aplica

**4. Si es estudiante, por favor señale el semestre que se encuentra cursando.**

a. 1

b. 2

c. 3

d. 4

e. 5

f. 6

g. 7

h. 8

i. 9

j. 10

k. NO aplica

**5. ¿Está familiarizado con la existencia de la Granja Agroecológica en la Corporación**

**Universitaria Minuto de Dios —UNIMINUTO?**

a. Sí, estoy completamente familiarizado

b. He escuchado sobre ella, pero no tengo muchos detalles.

c. No, no tengo conocimiento de su existencia: en la sexta pregunta es sobre.

**6. ¿Cree que la estrategia de comunicación visual es importante para difundir el conocimiento sobre la propagación de las orquídeas?**

- a. Sí, es muy importante.
- b. Podría ser útil, pero no es esencial.
- c. No considero que sea necesario.

**7. ¿Qué tipo de producto sería más efectivo para difundir el conocimiento sobre la propagación de las orquídeas?**

- a. Revista interactiva
- b. Revista ilustrada
- c. Infografía con información básica

**8. ¿Qué tipo de elementos considera más efectivos para transmitir información sobre la propagación de las orquídeas en el producto?**

- a. Ilustraciones científicas con todas las partes de las orquídeas
- b. Diagramas explicativos
- c. Ninguno, solo texto

**9. ¿Se debería hacer como complemento un producto interactivo (aplicación, sitio web, etc.) que brinde información más detallada sobre la propagación de las orquídeas en la Granja Agroecológica —UNIMINUTO?**

- a. Sí, definitivamente
- b. Tal vez, depende de la calidad y utilidad del producto
- c. No, no estaría interesado/a

**10. ¿Qué características considera importantes para un producto interactivo destinado a la transferencia de conocimiento sobre la propagación de orquídeas?**

- a. Guía paso a paso con imágenes ilustrativas
- b. Una experiencia amigable con el usuario
- c. Fácil acceso

**11. ¿En qué formato prefiere principalmente recibir información sobre la propagación de orquídeas en la Granja Agroecológica —UNIMINUTO?**

- a. Sitio web
- b. Documento descargable en PDF
- c. Documentos físicos
- d. Todos los anteriores

**12. ¿Qué aspectos consideraría más importantes para evaluar la efectividad del producto?**

- a. La claridad y facilidad de uso
- b. La precisión y calidad de la información proporcionada
- c. La capacidad del producto para mantenerse actualizado con nuevos conocimientos
- d. La satisfacción y experiencia de los usuarios.

La encuesta la responderán estudiantes de Comunicación Visual, Tecnología en Comunicación Gráfica e Ingeniería Agroecológica; cuentan con 190 estudiantes, docentes de estas carreras y egresados de la UNIMINUTO de las carreras mencionadas.

De acuerdo con estas respuestas, se procederá a hacer la revista interactiva, se añadirán imágenes de las orquídeas que se encuentran en la granja UNIMINUTO, tomada por los estudiantes autores de este proyecto e imágenes que fueron tomadas por practicantes de ingeniería agroecológica, autorizado por ellos a colocarlo en esta revista interactiva.

## 14.2. Diseño de las preguntas de la revista semiestructurada

Se llevarán a cabo entrevistas semiestructurada que tienen como objetivo identificar percepciones, experiencias y opiniones de profesionales en formación de cada área que contribuirá al desarrollo exitoso del proyecto, se evitará sesgar la información, tomando expertos de:

- Docente en Comunicación Visual, porque cumple con los requisitos de tener varios años de experiencia en el sector, además de contar con una sólida formación académica en diseño gráfico y comunicación visual.
- Docente de Ingeniería Agroecológica, porque cumple con los requisitos de título profesional en Ingeniería Agroecológica y con una amplia trayectoria profesional en la producción agroecológica.

Esto para unir los saberes de estos dos profesionales y poder añadirlos a nuestra investigación y desarrollo de productos, además se tomará una entrevista de un estudiante de Comunicación Visual, porque a pesar de ser un profesional en formación, ya ha desarrollado un buen nivel de competencias en diseño gráfico, fotografía y comunicación audiovisual. Las entrevistas se realizarán en las instalaciones de la universidad y serán grabadas por audio.

Tabla 7. Personas entrevistadas

|              |   |                                                             |                                                              |
|--------------|---|-------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|
| Docentes:    | 2 | Docente en Comunicación Visual:<br>SANDRA NATALIA VELASQUEZ | Docente en Ingeniería Agroecológica:<br>SANDRA MILENA VARGAS |
| Estudiantes: | 1 | Estudiante de Comunicación Visual:<br>CAMILA CONDIA TACHA   | //                                                           |

Elaboración propia

A continuación, se detallan las preguntas que se les formularán en estas entrevistas semiestructuradas, las cuales serán archivadas como parte integral del proyecto de grado

Tabla 8. Preguntas de las entrevistas semiestructuradas

| <b>Preguntas de las entrevistas semiestructuradas</b> |                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                      |
|-------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Nº</b>                                             | <b>Pregunta para docente de Comunicación Visual</b>                                                                                                               | <b>Pregunta para docente de Ingeniería Agroecológica</b>                                                                                            | <b>Pregunta para estudiante de Comunicación Visual</b>                                                                                                                                               |
| 1.                                                    | ¿Cuáles son las estrategias de Comunicación Visual que considera más efectivas en la transferencia de conocimiento?                                               | ¿Cuáles son los aspectos más importantes para considerar al transmitir conocimientos sobre la propagación de Orchidaceae?                           | ¿Cómo crees que la tecnología y la interactividad podrían hacer que el proceso de aprendizaje sobre la propagación de Orchidaceae sea más atractivo y participativo para los estudiantes de tu edad? |
| 2.                                                    | ¿Puede proporcionar ejemplos de proyectos de Comunicación Visual exitosos relacionados con la agricultura o la botánica?                                          | ¿Qué desafíos específicos cree que enfrentan los estudiantes al aprender sobre este tema?                                                           | ¿Qué tipo de recursos interactivos o plataformas digitales prefieres utilizar para aprender sobre temas relacionados con la agricultura y la botánica?                                               |
| 3.                                                    | ¿Qué sugerencias tiene para el diseño de un producto interactivo que sea atractivo y eficaz en la transmisión de información sobre la propagación de Orchidaceae? | ¿Cómo pueden las herramientas interactivas ayudar a los estudiantes a comprender mejor los conceptos agroecológicos relacionados con estas plantas? | ¿Hay algún aspecto específico de la propagación de Orchidaceae que te resulte más desafiante de entender o recordar? Si es así, ¿cómo crees que podría abordarse de manera más efectiva?             |
| 4.                                                    | ¿Cómo cree que los elementos visuales pueden simplificar conceptos complejos relacionados con la agricultura y la botánica?                                       | ¿Cuál es la importancia de la educación visual en la enseñanza de la agroecología y la botánica?                                                    | ¿Tienes experiencia previa con productos interactivos de aprendizaje? Si es así, ¿cuáles han sido los más efectivos para ti y por qué?                                                               |
| 5.                                                    | //                                                                                                                                                                | //                                                                                                                                                  | ¿Qué factores crees que son clave para que un producto interactivo sea atractivo y útil para estudiantes universitarios como tú?                                                                     |

Elaboración propia

### **14.2.1. Resultados de la metodología**

A continuación, se analizarán de manera general las preguntas de cada entrevistado, las cuales serán archivadas de manera completa como parte integral del proyecto de grado:

#### **14.2.1.1. Respuestas resumidas del docente de Comunicación Visual**

En la entrevista se destacan estrategias para comunicar conocimientos científicos de manera accesible. Se propone el uso de infografías como estrategia de comunicación ya que permite exponer conceptos complejos y hacerlos atractivos para quienes no tienen experiencia en el ámbito científico. La expedición Mutis se menciona como un ejemplo interesante de democratización, especialmente a través de la iconografía que ilustra la flora y fauna de América. En relación con el diseño interactivo, se subraya la importancia de considerar la discapacidad como parte de un enfoque inclusivo para democratizar el conocimiento en contextos con discriminación visual, auditiva y cognitiva. La co-creación y la realización de talleres se proponen como estrategias para democratizar el proceso, enfatizando la importancia de evitar imposiciones y fomentar la participación del público

#### **14.2.1.2. Respuestas resumidas del docente de Ingeniería Agroecológica**

La entrevista aborda la crucial importancia de las orquídeas en la biodiversidad, destacando factores como las condiciones climáticas, adaptabilidad, clasificación botánica y manejo necesario para su preservación. Se subraya la necesidad de sensibilizar a las comunidades sobre estas especies, cuya falta de reconocimiento a menudo conduce a procesos de deforestación y pérdida de material. Además, se identifican desafíos educativos para los estudiantes, como la falta de familiaridad con las características técnicas de las orquídeas, subrayando la importancia de proporcionar información clara y sencilla sobre botánica, manejo y propagación. El docente también propone soluciones innovadoras, como el aprovechamiento de tecnologías y

herramientas digitales para facilitar el aprendizaje, destacando la interactividad y el interés que estas pueden generar, con la esperanza de generar un impacto positivo en la conservación de las orquídeas en la región y en los entornos académicos.

#### **14.2.1.3. Respuesta resumida para estudiante de Comunicación Visual**

La entrevista destaca la importancia de un acercamiento previo a la posesión física de orquídeas como medida preventiva. Se sugiere la inclusión de aplicaciones, juegos y libros didácticos como herramientas para este acercamiento, lo que podría facilitar la comprensión de los cuidados necesarios y fomentar la conciencia sobre la responsabilidad constante en el cuidado de estas plantas. Además, se plantea el interés en aplicaciones o recordatorios específicos para el cuidado de las orquídeas, indicando una disposición hacia la integración de la tecnología como apoyo en el mantenimiento adecuado de estas especies.

#### **14.3. Diseño de las preguntas de la encuesta**

Se realizará una encuesta en formularios de Microsoft con 12 preguntas, con preguntas cerradas, se iniciará hablando sobre el artículo 12 de la Ley 1581 de 2012., se refiere a una disposición legal que establece las obligaciones de los responsables del tratamiento de datos personales en el país. Esta ley, conocida como la Ley de Protección de Datos Personales, regula el manejo y la protección de la información personal de los individuos y establece los principios, aquí el encuestado podrá autorizar o no sobre el uso de sus datos; El segundo punto es acerca del rol en la universidad, si es docente, estudiante o egresado; El tercer punto, si al ser estudiante, marcar la carrera a la que pertenece, entre estos tenemos Comunicación Visual, Tecnología en Comunicación Gráfica, ingeniería agroecológica, o si no es estudiante, podrá marcar 'no aplica'; el cuarto punto señala el semestre en que se encuentra si es estudiante, lo cual podrán realizar la encuesta desde primer semestre a décimo semestre (depende del tipo de carrera que está

estudiando) y claro, al no ser estudiante podrá matar ‘no aplica’; el quinto punto habla es sobre la familiarización de la existencia de la Granja Agroecológica en la Corporación Universitaria Minuto de Dios —UNIMINUTO, cuyas opciones de respuesta son: a. Sí, estoy completamente familiarizado, b. He escuchado sobre ella, pero no tengo muchos detalles., c. No, no tengo conocimiento de su existencia: en la sexta pregunta es sobre, ¿Cree que la estrategia de Comunicación Visual es importante para difundir el conocimiento sobre la propagación de las orquídeas?, con opciones de respuesta como, a. Sí, es muy importante, a. Podría ser útil, pero no es esencial. c. no considero que sea necesario; séptima pregunta, ¿Qué tipo de producto sería más efectivo para difundir el conocimiento sobre la propagación de las orquídeas, a. revista interactiva, b. revista ilustrada, c. infografía con información básica; octava pregunta, ¿Qué tipo de elementos considera más efectivos para transmitir información sobre la propagación de las orquídeas en el producto?, a. Ilustraciones científicas con todas las partes de las orquídeas, b. Diagramas explicativos, c. Ninguno, solo texto; novena pregunta, ¿Se debería hacer como complemento un producto interactivo (aplicación, sitio web, etc.) que brinde información más detallada sobre la propagación de las orquídeas en la Granja Agroecológica —UNIMINUTO?, a. Sí, definitivamente, b. Tal vez, depende de la calidad y utilidad del producto, c. No, no estaría interesado/a; décima pregunta, ¿Qué características considera importantes para un producto interactivo destinado a la transferencia de conocimiento sobre la propagación de orquídeas?, a. Guía paso a paso con imágenes ilustrativas, b. Una experiencia amigable con el usuario, c. Fácil acceso; onceava pregunta, ¿En qué formato prefiere principalmente recibir información sobre la propagación de orquídeas en la Granja Agroecológica — UNIMINUTO?, a. Sitio web, b. Documento descargable en PDF., c. Documentos físicos, d. todos los anteriores; doceava pregunta, ¿Qué aspectos consideraría más importantes para evaluar la efectividad del producto?, a. La claridad y facilidad de uso, b. La precisión y calidad de la información proporcionada, c. La

capacidad del producto para mantenerse actualizado con nuevos conocimientos., d. La satisfacción y experiencia de los usuarios.

Esta encuesta la responderán estudiantes de Comunicación Visual, Tecnología en Comunicación Gráfica e ingeniería agroecológica; contando así con un total de 398 estudiantes, además de docentes de estas mismas carreras y egresados de la UNIMINUTO de las carreras antes mencionadas.

Según estas respuestas, se hará la revista interactiva, se añadirán imágenes de las orquídeas de la granja UNIMINUTO, tomadas por estudiantes autores de este proyecto e imágenes tomadas por practicantes de ingeniería agroecológica, autorizados por ellos a colocarlo en esta revista interactiva.

A continuación, se da a conocer el resultado obtenido a través del instrumento de la encuesta:

- 1. Por favor, lea la siguiente información antes de suministrarnos sus datos personales y de autorizar su tratamiento. Según el artículo 12 de la Ley 1581 de 2012.**

Gráfica 1. Autorización de datos

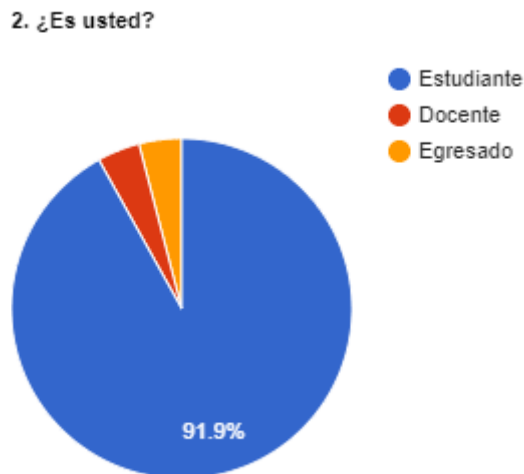


Elaboración propia

El 2% de los encuestados lo representan 3 personas, que no autorizaron el uso de sus datos personales; el 98 % restante, 190 personas, consiguió el tratamiento de sus datos.

## 2. ¿Qué rol desempeña en la universidad?

Gráfica 2. Estadística de los resultados segunda pregunta



Elaboración propia

En relación con esta pregunta, se obtuvo una participación estudiantil, con un 91,9% del total de respuestas; además, un 4,05 % de las respuestas fueron docentes, representando a 8 de ellos, y otro 4,05 % a egresados, con 8 participantes de esta categoría.

## 3. Si es estudiante, por favor marque el programa al que pertenece

Gráfica 3. Programa al que pertenece

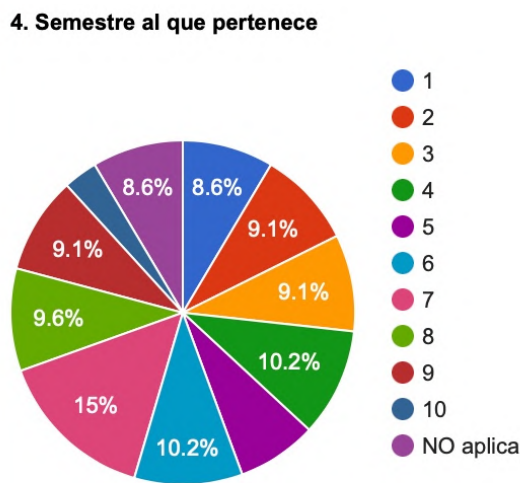


Elaboración propia

Con respecto a la tercera pregunta, los resultados revelan que el 38,6% de los encuestados indicó pertenecer al programa de Comunicación Visual, mientras que un 26,7% afirmó estar inscrito en Ingeniería Agroecológica. Por otro lado, un 25,7% señaló estar matriculado en la carrera de Tecnología de Comunicación y Gráfica, y un 8,9% manifestó no pertenecer a ninguno de los programas mencionados. Es importante destacar que este último grupo podría estar inscrito en otros programas académicos ofrecidos por la Universidad Minuto de Dios -UNIMINUTO

**4. Si es estudiante, por favor señale el semestre que se encuentra cursando**

Gráfica 4. Semestre que se encuentra cursando

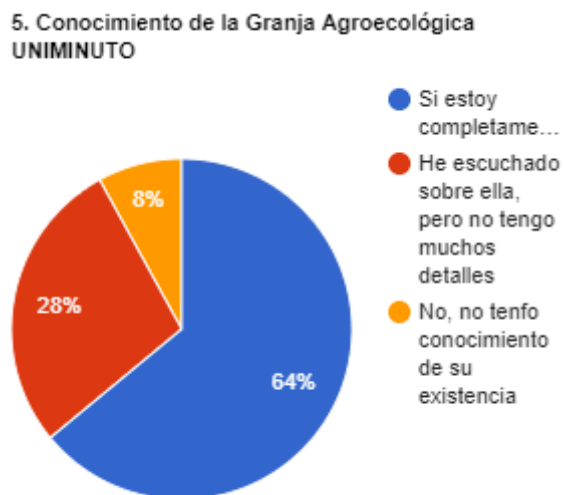


Elaboración propia

De los encuestados se evidenció que el 8,6% hace parte del primer semestre; del segundo y el tercer semestre hace parte el 9,1% de los encuestados cada uno; se muestra que el 10,2% de los encuestados son del cuarto semestre; el 7,5% lo conforma el quinto semestre; mientras que el 10,2% son de sexto semestre; el 15% de los encuestados son del séptimo semestre, siendo la mayor participación; el 9,6% son de octavo semestre; el 9,1% lo conforma noveno semestre; con 3,2% se encuentra el décimo semestre y 8,6% no aplica con que este cursando algún semestre.

## 5. ¿Está familiarizado con la existencia de la Granja Agroecológica en la Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO?

Gráfica 5. Conocimiento de la granja



Elaboración propia

El 64% de los participantes expresó que está completamente familiarizado con el conocimiento de la granja Agroecológica de la corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO.

El 28% de los participantes, por otro lado, expresó que ha escuchado sobre el tema en discusión, aunque sin disponer de muchos detalles o un conocimiento exhaustivo. Esta categoría refleja una audiencia que ha tenido alguna exposición al tema, pero que todavía podría beneficiar.

El restante 8% de los encuestados declaró no tener ningún conocimiento de la existencia del tema. En este caso, se trata de una proporción minoritaria que parece carecer de cualquier conocimiento.

**6. ¿Cree que la estrategia de Comunicación Visual es importante para difundir el conocimiento sobre la propagación de las orquídeas?**

Gráfica 6. Difundir el conocimiento



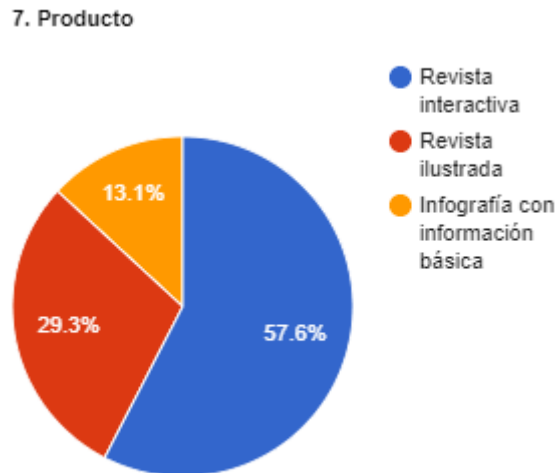
Elaboración propia

De las 187 personas que participaron, se destaca que una mayoría significativa, el 72,3% para ser precisos, expresó la opinión de que difundir es muy importante; mientras que el 24,8% expreso que podría ser útil pero no esencial.

En contrario a un grupo reducido pero interesante, el 2,9%, expresó la opinión de que no considera necesario difundir el conocimiento en absoluto. esta menor.

## 7. ¿Qué tipo de producto sería más efectivo para difundir el conocimiento sobre la propagación de las orquídeas?

Gráfica 7. Producto para difundir el conocimiento



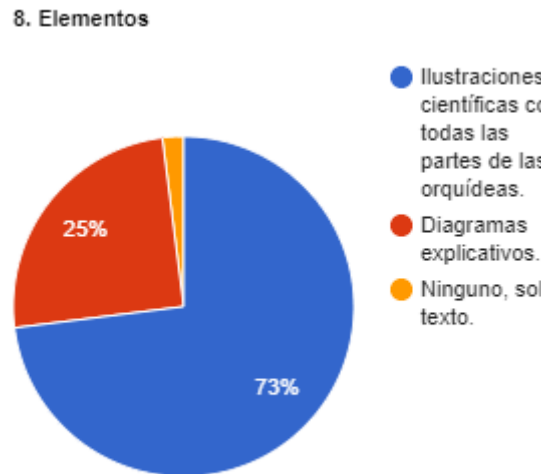
Elaboración propia

De las 187 personas que participaron, se observa una diversidad de preferencias en cuanto al formato deseado para el producto. En un análisis profundo de los datos, el 57,6% de los encuestados expresó interés en una revista interactiva; destaca una demanda significativa por parte de la mayoría de los encuestados de un formato que ofrezca una experiencia más dinámica y participativa. Una revista interactiva podría incluir elementos como videos, enlaces, encuestas interactivas y otros recursos que permitirían a los lectores una mayor participación y compromiso con el contenido.

El 29,3% de los participantes, aunque en menor proporción, indicó su preferencia por una revista ilustrada. Este grupo valora la presentación visual y gráfica de la información, lo que sugiere una apreciación por un formato que se centra en el uso de imágenes, ilustraciones y gráficos para comunicar ideas y datos de manera efectiva. Esto resalta la importancia de la estética y la representación visual en la percepción y recepción del contenido

## 8. ¿Qué tipo de elementos considera más efectivos para transmitir información sobre la propagación de las orquídeas en el producto?

Gráfica 8. Elementos para transmitir información



Elaboración propia

Cuando se trata de los elementos utilizados para transmitir información, los resultados de la encuesta reflejan una variedad de preferencias entre los 187 participantes. En un análisis detallado de los datos, se destaca que un amplio porcentaje, específicamente el 73% de los participantes, mostró una preferencia por ilustraciones científicas que detallaran todas las partes de las orquídeas. Este hallazgo resalta la importancia de la representación visual detallada en la comunicación de información sobre las orquídeas. Los encuestados que favorecen las ilustraciones científicas buscan una presentación gráfica que muestre con precisión la Anatomía y características de estas plantas, lo que podría ser esencial para una comprensión completa del tema.

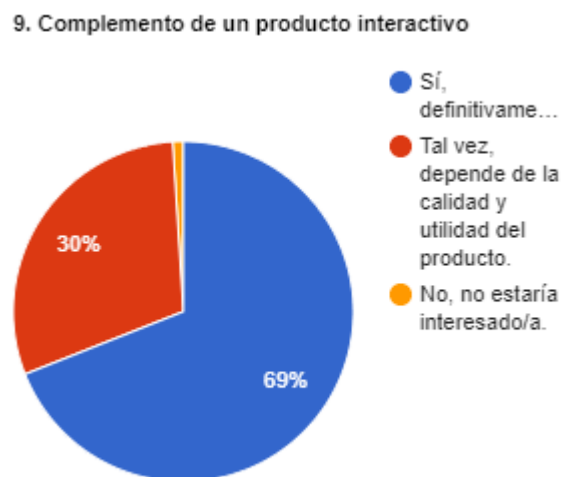
Un 25% de los encuestados, aunque en menor proporción, optó por diagramas explicativos. Esto sugiere que una parte considerable de la población encuestada valora una presentación más esquemática y simplificada de la información. Los diagramas explicativos, en contraste con las

ilustraciones científicas detalladas, pueden resumir conceptos de manera efectiva y ofrecer una visión general del tema de una manera más accesible y fácil de comprender

Por último, un pequeño grupo del 2% expresó su preferencia por tener únicamente texto en el producto. Aunque este porcentaje es minoritario, demuestra la existencia de un público que prefiere la información en su forma más textual y descriptiva

**9. ¿Se debería hacer como complemento un producto interactivo (aplicación, sitio web, etc.) que brinde información más detallada sobre la propagación de las orquídeas en la Granja Agroecológica —UNIMINUTO?**

Gráfica 9. Complemento de un producto interactivo



Elaboración propia

En lo que concierne al complemento de un producto interactivo, como una aplicación o un sitio web, diseñado para proporcionar información más detallada sobre la propagación de las orquídeas en la Granja Agroecológica de UNIMINUTO, los resultados de la encuesta arrojaron una serie de interesantes perspectivas. Entre los 187 participantes, se observa una variada gama de opiniones en cuanto a su utilidad y relevancia.

Un porcentaje significativo del 69% de los participantes manifestó un claro interés en la creación de dicho producto interactivo. Estos encuestados indicaron que definitivamente

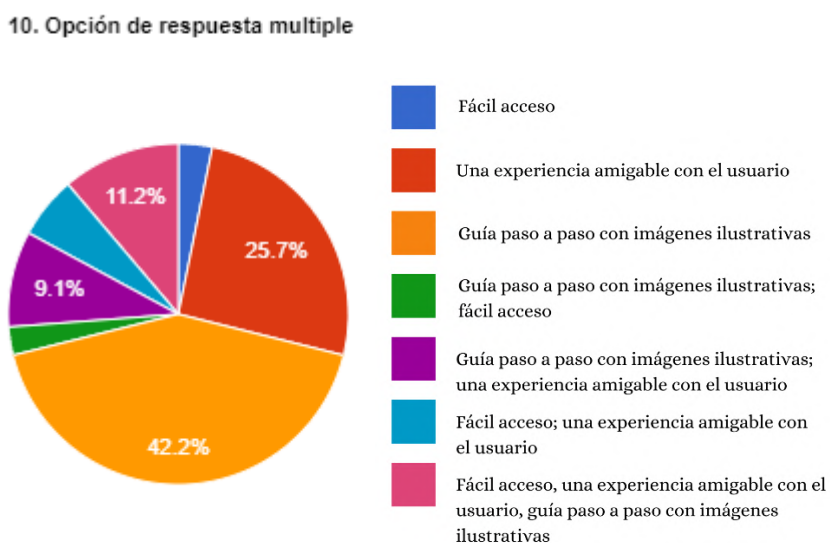
considerarían su uso. Esto refleja un alto grado de exigencia y entusiasmo por parte de la mayoría de los participantes en la encuesta. Que casi siete de cada diez encuestados estén abiertos a utilizar este producto interactivo señala una fuerte predisposición a acceder a información detallada sobre la propagación de las orquídeas en este entorno específico.

Un 30% de los encuestados expresaron que su interés en el producto interactivo dependería de la calidad y utilidad de este. Esta cifra revela una perspectiva más cautelosa, en la que los encuestados están dispuestos a considerar el producto si demostrara ser efectivo y de alta calidad. Este grupo valora la relevancia y eficacia de la herramienta interactiva como factor determinante para su compromiso.

Por último, un pequeño pero notable 1% de los participantes no mostró interés en el producto interactivo propuesto. Esto podría deberse a una variedad de razones, como la falta de interés personal en el tema o la preferencia por otras fuentes de información.

### 10. ¿Qué características considera importantes para un producto interactivo destinado a la transferencia de conocimiento sobre la propagación de orquídeas?

Gráfica 10. Características que considera importante



Elaboración propia

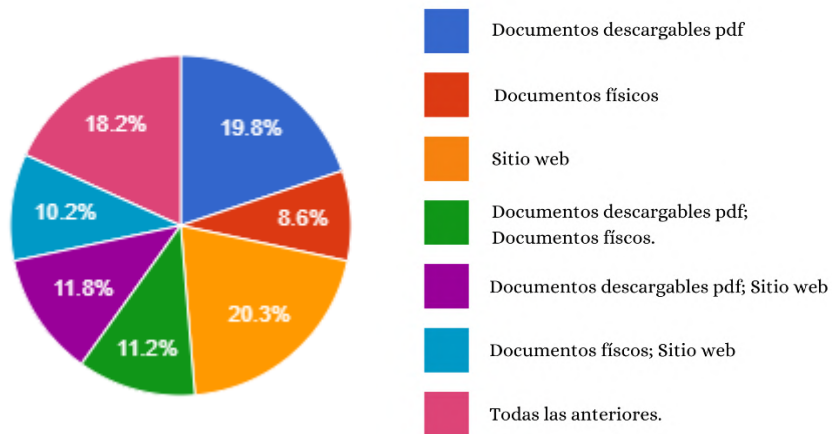
Cuando se trata de las características que los participantes consideran importantes en un producto interactivo destinado a la transferencia de conocimiento, la encuesta permitió a los participantes seleccionar más de dos respuestas, lo que proporciona un panorama completo de sus preferencias y expectativas.

En un análisis detallado de las respuestas, se observa que el 3,2% de los participantes considera importante que el producto interactivo sea de fácil acceso, esta fracción de la población valora la facilidad de acceso a la información, preocupando la conveniencia y disponibilidad del contenido. Además, el 25,7% también expresó la importancia de una experiencia amigable con el usuario, Esto implica un interés en la usabilidad y la satisfacción del usuario al interactuar con el producto; El mayor número de participantes mostró interés porque el producto interactivo sea una guía paso a paso con imágenes ilustrativas, con 42,2%; Un 2,7% de los participantes destacó nuevamente la facilidad de acceso como un factor importante, al mismo tiempo que sea una guía paso a paso con imágenes ilustrativas, esto indica que una parte de la audiencia considera que el acceso sencillo a la información y las imágenes son características esenciales. Además, el 9,1% de los participantes enfatizó la necesidad de una guía paso a paso con imágenes ilustrativas y una experiencia amigable con el usuario, esta cifra más alta subraya la importancia de una presentación visual y estructurada que pueda ayudar a los usuarios a comprender y aplicar la información de manera efectiva; Adicionalmente, el 5,9% de los participantes combinó la guía paso a paso con imágenes ilustrativas y una fácil acceso, lo que sugiere una apreciación por una combinación de elementos visuales y facilidad de uso, por último el 11,2% de los participantes, estuvo de acuerdo con manejar un fácil acceso, guía paso a paso con imágenes ilustrativas y una experiencia amigable con el usuario.

**11. ¿En qué formato prefiere principalmente recibir información sobre la propagación de orquídeas en la Granja Agroecológica —UNIMINUTO? (Pregunta con opción múltiple)**

Gráfica 11. Formato para recibir información

11. Opción de respuesta múltiple



Elaboración propia

Cuando abordamos la cuestión de la preferencia en cuanto al formato de un producto interactivo, es importante destacar que los encuestados tenían la opción deseleccionar múltiples respuestas, lo que proporciona una visión más completa de sus preferencias y necesidades en cuanto a la accesibilidad de la información.

Un 19,8% de los participantes expresó su deseo de que el producto interactivo esté disponible para su descarga en formato PDF. Esta preferencia sugiere una conveniencia en la capacidad de acceder al contenido de manera digital; Además, un 8,6% de los encuestados, prefirieron el formato en físico, resaltando la importancia de la tangibilidad y el valor de una

copia impresa; Un 20.3% de los participantes indicó que les gustaría contar con el producto en forma de sitio web.

Un 11,2% expresó la preferencia por tener una versión física y documento descargable en PDF del producto interactivo. Otro 11,8% deseó tanto un documento en físico y documento descargable en pdf; también el 10,2% de participantes expreso que prefiere recibir información a través de documentos físicos y sitios web, para finalizar, 18,2% de los encuestados mostró una preferencia por tener acceso a todas las opciones mencionadas anteriormente. Esto implica el deseo de disponer de un producto integral que ofrezca un enfoque multicanal, incluyendo la descarga en PDF, un documento físico y un sitio web. Esta cifra destacada subraya la importancia de brindar opciones a los usuarios y reconocer que las preferencias individuales pueden variar ampliamente



encuestadas, destacan combinaciones de criterios importantes para ellos al considerar la utilidad y eficacia de dicho producto.

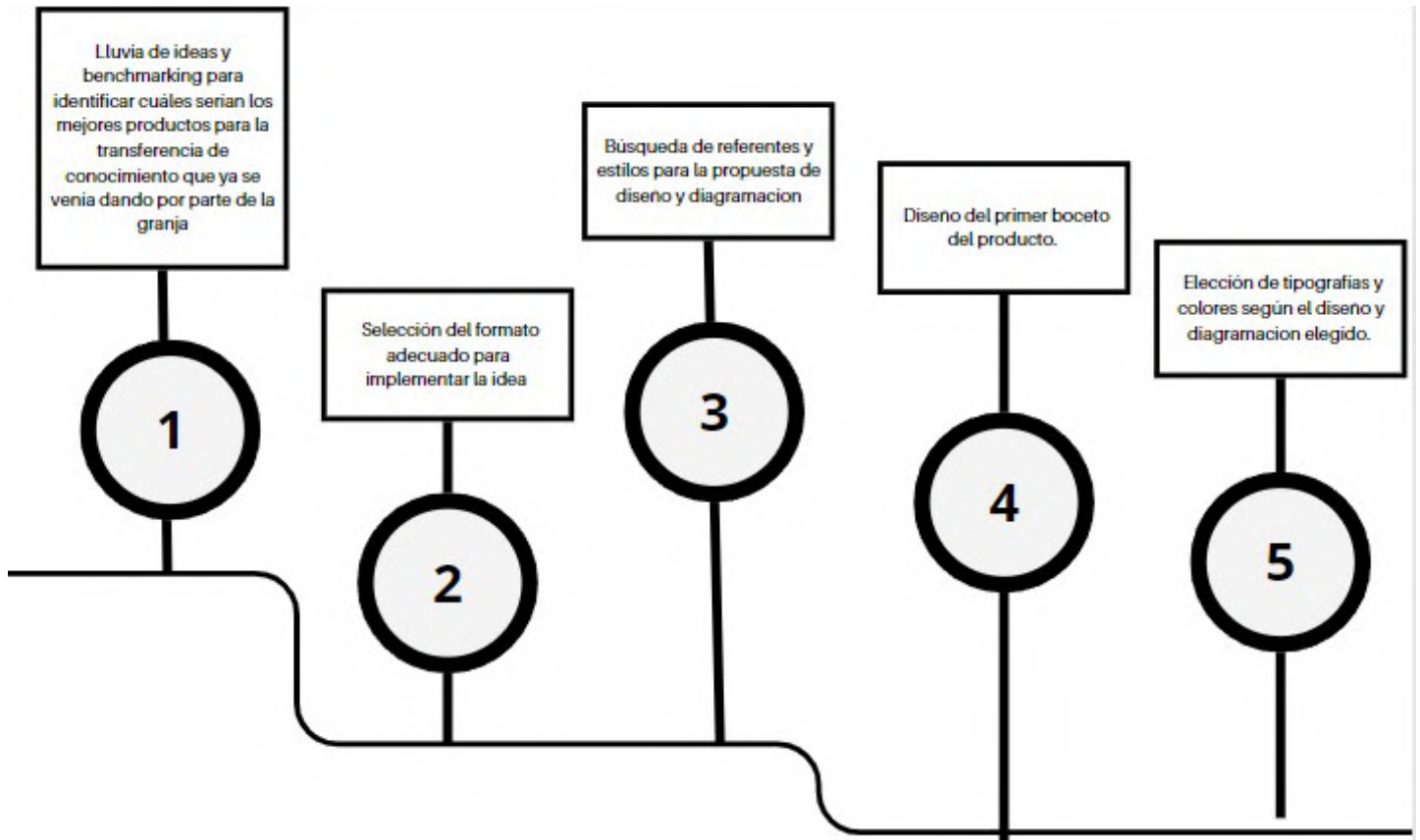
Un 8,3% de los participantes enfatizó principalmente la claridad y facilidad de uso, esto sugiere que una parte de los participantes consideran esta característica importante para comprender e interactuar con el producto interactivo, lo que podría estar relacionado con su propósito y utilidad en la transferencia de conocimiento; El 5% demostró un enfoque más amplio al considerar no solo claridad y facilidad, sino también a la satisfacción y experiencia de los usuarios, esto significa que los participantes al obtener una función comprensible, puede aumentar la satisfacción; el 1,05% expresó que considera principalmente La claridad y facilidad de uso y la capacidad del producto para mantenerse actualizado con nuevos conocimientos, esto sugiere que es un factor primordial para esta minoría de encuestados; un 4,5% optó por combinar la claridad y facilidad de uso, la capacidad del producto para mantenerse actualizado con nuevos conocimientos, la satisfacción y experiencia de los usuarios, Esto refleja la importancia que este grupo otorga a la funcionalidad, la exactitud y la calidad del contenido, junto con la satisfacción general del usuario; el 28,2 % destacó que la claridad y facilidad de uso junto con la precisión y calidad de la información proporcionada, son factores principales en la evaluación del producto interactivo.; esto subraya la importancia de una presentación y estructura accesible y comprensible del contenido; Un 7,1% se centró en la claridad y facilidad de uso, la precisión y calidad de la información proporcionada y la capacidad del producto para mantenerse actualizado con nuevos conocimientos, lo que sugiere que la comprensión y la experiencia positiva son aspectos clave para este grupo; el 1,2% de los participantes indicaron que la claridad y facilidad de uso, la precisión y calidad de la información proporcionada, y la satisfacción y experiencia de los usuarios, esto indica que puede tener una experiencia valiosa y comprensible; Un 9,9% valoró principalmente La

claridad y facilidad de uso, la precisión y calidad de la información proporcionada, la capacidad del producto para mantenerse actualizado con nuevos conocimientos, la satisfacción y experiencia de los usuarios como característica importante mientras que el solo el 0,5% La satisfacción y experiencia de los usuarios, indicando que para la mínima parte de los participantes es el factor más importante; El 3,3% se concentró exclusivamente en La satisfacción y experiencia de los usuarios, la capacidad del producto para mantenerse actualizado con nuevos conocimientos como un criterio clave; otro 3,3% de los participantes, expresaron la capacidad del producto para mantenerse actualizado con nuevos conocimientos como característica principal; el 16,6% de los participante mostraron interés por la capacidad del producto para mantenerse actualizado con nuevos conocimientos y la precisión y calidad de la información proporcionada; el 5,6% de los participantes optaron por la capacidad del producto para mantenerse actualizado con nuevos conocimientos, la precisión y calidad de la información proporcionada y la claridad y facilidad de uso; el 3,95% de los participantes escogieron que la precisión y calidad de la información proporcionada, la capacidad del producto para mantenerse actualizado con nuevos conocimientos, la satisfacción y experiencia de los usuarios son claves importantes para el desarrollo del producto interactivo; finalmente el 1,5% de los participantes eligieron que la precisión y calidad de la información proporcionada El 1%, además de la precisión, también consideró la satisfacción del usuario y la experiencia en su evaluación del producto, lo que resalta la importancia de la satisfacción global y la usabilidad.

Un 8% de los encuestados enfocó su atención principalmente en la satisfacción del usuario y la experiencia en su evaluación del producto. Esto subraya la relevancia de una experiencia positiva y satisfactoria para este grupo.

Seguendo la metodología Desing Thinking se selecciona el tema a tratar, así:

Gráfica 13. Paso a paso para llegar al tema



Elaboración propia

## 15. DESIGN THINKING

El desarrollo de la metodología desing thinking de este proyecto es el siguiente:

### 15.1. Empatizar

A través de encuestas y entrevistas semiestructuradas se realizan análisis de las necesidades importantes de la transferencia de conocimiento para la propagación de Orchidace en la granja agroecológica UNIMINUTO.

### **15.2. Definir**

Teniendo en cuenta la información obtenida a través de las encuestas y entrevistas semiestructuradas se centra en la necesidad más importante que es realizar un producto interactivo para la transferencia de conocimiento en propagación de Orchidace.

### **15.3. Idear**

En esta fase se generan ideas creativas para desarrollar el problema encontrado para realizar el producto interactivo para la transferencia de conocimiento en propagación de Orchidace.

### **15.4. Prototipar**

Se escogen las mejores ideas y se crean prototipos de producto interactivo para la transferencia de conocimiento en propagación de Orchidace.

### **15.5. Probar**

Se lleva a cabo iteración del prototipo con usuarios para conocer la efectividad del producto interactivo para la transferencia de conocimiento en propagación de Orchidace.

## 16. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN VISUAL

Para promover la preservación y propagación de las orquídeas de una manera correcta, se estableció la siguiente estrategia:

### 16.1. Concepto de la estrategia:

**Referencia de campaña:** Florece la vida

**Frase de apoyo:** Donde el color y la belleza se entrelazan con la riqueza del territorio

**Elemento grafico:**

Ilustración 8. Elemento gráfico



Elaboración propia

#### Subconceptos:

- **Belleza:** Las orquídeas son un símbolo universal de belleza. Su variedad de formas, colores y texturas nos cautiva y llena de alegría nuestros sentidos.
- **Color:** Las orquídeas son un regalo de la naturaleza que nos llena de color y vitalidad. Cada color tiene un significado especial que puede transmitir emociones y sentimientos.
- **Riqueza:** Las orquídeas representan la riqueza natural y cultural de nuestro territorio. Son una fuente de vida, alimento y belleza que debemos proteger.

- **Delicada:** Las orquídeas son un símbolo de la delicadeza y la fragilidad de la vida. Debemos cuidarlas y protegerlas para que sigan floreciendo y llenando nuestro mundo de belleza.
- **Territorio:** Las orquídeas son un elemento esencial del paisaje de nuestro territorio. Cada región tiene sus propias flores características que forman parte de su identidad cultural.
- **Florescencia:** La florescencia es un proceso natural que representa el nacimiento, la renovación y la esperanza. Es un símbolo de la capacidad de la vida para florecer incluso en las condiciones más difíciles.
- **Vida:** Las orquídeas son un símbolo de la vida y la alegría. Nos recuerdan que la vida es un regalo que debemos disfrutar al máximo.
- **Compañía:** Las orquídeas son un símbolo de compañía y amistad. Nos acompañan en los momentos más importantes de nuestra vida y nos dan alegría y consuelo.

## 16.2. Estructura de la estrategia:

**Naturaleza:** Institucional

**Tipo de campaña acorde al ciclo de vida:** Expectativa, lanzamiento y sostenimiento

**Tiempo:** 8 meses

**Objetivo:** Dar a conocer *el proyecto del Vivero – Vivas* en la comunidad educativa

Corporación universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO

**Objetivo específico:**

- Crear un mensaje publicitario impactante que genere curiosidad en el público objetivo y los acerque a la marca.
- Dar reconocimiento a la marca en la comunidad UNIMINUTO e involucramiento.

- Diseñar piezas gráficas que apoyen el mensaje publicitario y sirvan como base para desarrollar más.

**Segmento objetivo:** Estudiantes, profesores, personal administrativo, colaboradores de la Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO.

**Estrategia publicitaria:**

- **Publicidad de contenido:** A través de un mensaje publicitario impactante y con pregnancia dar a conocer el proyecto Vivero – VIVAS de la Granja agroecológica de la Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO
- **Publicidad con base en el consumidor:** Adaptar el mensaje y las piezas graficas a las diferentes personas del segmento objetivo, para causar un interés focalizado y exacto.

**Estrategia creativa:**

- **Beneficios racionales:** Apoyar la transferencia de conocimiento sobre la propagación de orquídeas *Rodriguezia venusta* y *Vainilla spp* con acceso a una información práctica e importante sobre el cultivo y cuidado de las orquídeas mencionadas.
- **Beneficios emocionales:**
- **Alegría y felicidad:** La belleza y delicadeza de las orquídeas generan emociones positivas y un sentimiento de bienestar.
- **Responsabilidad ambiental:** El proyecto puede inspirar al público a tomar acciones responsables para proteger las orquídeas y su ecosistema.
- **Conexión con la naturaleza:** El proyecto fomenta la conexión del público con el mundo natural, despertando un sentimiento de respeto y cuidado por el medio ambiente.

### **Modelo AIDA:**

- **Atención:** Campaña visualmente atractiva que destaque la belleza, el color y la riqueza del territorio que tienen las orquídeas
- **Interés:** A través de piezas publicitarias o diseños que invite a la participación sobre el cuidado.
- **Deseo:** Despertar la curiosidad mediante la creatividad
- **Acción:** Motivar e invitar al público objetivo con las acciones o tácticas establecidas en la campaña publicitaria, que cuenten al final con un premio.

### **Canales:**

- **Redes sociales:** Generando contenido para Facebook e Instagram que atraiga el público objetivo para conocer los productos.
- **E mail:** Envío masivo de correos a toda la comunidad educativa, para invitar y dar a conocer la marca.
- **Pantallas digitales:** Transmisión de piezas gráficas, adelantos de la revista e invitaciones que ayuden a dar a conocer la marca.
- **Acción BTL:** “La granja en el campus” se volverá la universidad llena de color, invitando a los estudiantes, colaboradores y administrativos a vestir de colores.
- **Material impreso:** Folletos y/o carteres informativos en lugares claves del campus.
- **Espacios claves:** Los siguientes espacios servirán como canales para poner o mostrar diferentes piezas graficas que ayuden a la difusión de la marca, invitaciones a eventos e información: escaleras, ascensores, baños, pantallas TV, jardines, mesas, puestas de acceso, casilleros, paredes principales.

**Tono y manera:**

Cercano, respetuoso, dinámico y fraternal con un enfoque hacia la importancia que debe tener cada persona en la conservación del medio ambiente, especialmente en las orquídeas.

**Presupuesto:**

Tabla 9. Presupuesto

| <b>Producto</b>                                                                                                                                                                                                                                   | <b>Presupuesto</b> | <b>Porcentaje del presupuesto total</b> |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|-----------------------------------------|
| 4 pendones impresos con estructura araña o roll                                                                                                                                                                                                   | \$700.000          | 2.18%                                   |
| 4 impresiones en papel adhesivo:<br>- 1 de 4 m x 3m<br>- 3 de 1.50 m x 2.50m                                                                                                                                                                      | \$1.300.000        | 4.05%                                   |
| Material promocional:<br>50 combos<br>- 1 esfero, marcado a 1 tinta.<br>- 1 termo, tipo doble capa en acero inoxidable, capacidad 500 ml<br>- 1 taza, de cerámica sublimada<br>- 1 agenda, de material eco amigable<br>- 1 gorra, borda a 3 tonos | \$2.625.000        | 8.17%                                   |
| 50 revistas impresas, tamaño carta                                                                                                                                                                                                                | \$2.275.000        | 7.08%                                   |

|                                                                      |              |        |
|----------------------------------------------------------------------|--------------|--------|
| con 15 hojas de papel eco amigable.                                  |              |        |
| 1.000 volantes, media carta a full color en papel eco amigable.      | \$180.000    | 0.56%  |
| Agua cristal x 48 unidades                                           | \$44.000     | 0.14%  |
| Stand 6 metros, laminado en PVC, con iluminación y sofás acolchados. | \$25,000.000 | 77.82% |
| <b>TOTAL:</b>                                                        | \$32,124.000 | 100%   |

Elaboración propia

Nota: Los auditorios, sonido, pantallas, sillas. Y mesas serán solicitadas a la universidad en forma de préstamo, por ello no están en el presupuesto.

#### **Plan de medios:**

**Piezas graficas:** Las piezas graficas deben respetar la línea grafica propuesta para la marca “*Florece la vida*”. Usando colores y tipografías ya definidos, además de los siguientes ítems:

- **Elementos visuales:** Fotografías y/o ilustraciones que resalte las orquídeas se propagan en la granja agroecológica y objetos que representen de manera directa o indirecta uno o varios de subconceptos de la campaña.
- **Vídeos:** Vídeos cortos que muestren la belleza de las flores y la importancia de su cuidado, en caso de llevar voz debe ser suave, agradable para el público.

- **Textos:** Textos informativos y persuasivos que transmitan el mensaje de la campaña, siempre siendo cercanos con el público objetivo.

Tabla 10. Plan de medios

| ETAPA       | DURACIÓN | PROPUESTA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | REQUERIMIENTO                                                                                                                                                                                        |
|-------------|----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Expectativa | 8 días   | Durante una semana se revelarán pequeños fragmentos de la marca, sin detallar, se ubicarán pendones; en el primer piso de cada bloque, murales impresos; en ascensores, columnas y casilleros y códigos QR; en mesas interlocutoras, para invitar al lanzamiento general y administrativo, esta invitación será mediante piezas gráficas que se alojarán en códigos | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pendones</li> <li>• Murales</li> <li>• QR</li> <li>• Redes sociales</li> <li>• Envío masivo de correos</li> <li>• Publicación en aulas virtuales</li> </ul> |

|  |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |  |
|--|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
|  |  | <p>QR.</p> <p>Serán piezas graficas que incentiven la curiosidad en la comunidad</p> <p>UNIMINUTO.</p> <p>El último día se entregarán instrucciones claras para motivar a toda la comunidad que asista al gran lanzamiento.</p> <p>Esta fase de expectativa se difundirá por correo electrónico y aulas virtuales para que le lleguen a la mayor cantidad de personas posibles.</p> |  |
|--|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|

|             |       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-------------|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Lanzamiento | 1 día | <p>Tomar la universidad con un evento de orquídeas, para presentar el proyecto Vivero VIVAS, “<i>Florece la vida</i>”, y todos los productos que hay detrás, además de dar a conocer la granja agroecológica y las actividades que allí se realizan.</p> <p>Será un día lleno de color, se pedirá a los asistentes que vistan lo más colorido posible, para dar alusión a los subconceptos de la marca.</p> <p>Este lanzamiento será a través de un recorrido por zonas</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Revistas impresas</li> <li>• Impresión de pendones</li> <li>• Impresión de murales</li> <li>• Material POP (esferos, termos, tazas, agendas, gorras)</li> <li>• Orquídeas de la granja</li> <li>• Sonido</li> <li>• Mesas</li> <li>• Personal para exponer</li> <li>• Auditorio</li> </ul> |
|-------------|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|  |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |  |
|--|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
|  |  | <p>verdes de la<br/>universidad, teniendo<br/>como sitio principal un<br/>stand y sitios<br/>secundarios algunas<br/>zonas para conocer<br/>más detalladamente<br/>algunos procesos. Allí<br/>se podrán conocer las<br/>orquídeas que se<br/>propagan en la granja<br/>a través de charlas<br/>cortas por estudiantes<br/>encargados del vivero<br/>VIVAS, en cuanto a la<br/>revista se dará una<br/>charla por estudiantes<br/>de comunicación<br/>visual acerca del<br/>proceso creativo y se<br/>darán algunas revistas<br/>impresas y material<br/>POP a las personas</p> |  |
|--|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|

|  |       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                |
|--|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |       | <p>que participen en la ronda de preguntas final.</p> <p>En las estructuras del campus se pondrán pendones y murales impresos en espacios estratégicos (escaleras, ascensores, baños, pantallas TV, jardines, mesas, puestas de acceso, casilleros, paredes principales) de la universidad y granja agroecológica, esto para anunciar que la granja se trasladó por un día al campus.</p> |                                                                                                                                |
|  | 1 día | <p>Realización de evento académico para la comunidad UNIMINUTO e</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Revistas impresas</li> <li>• Impresión de pendones</li> <li>• Material POP</li> </ul> |

|  |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                   |
|--|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  | <p>invitados especiales, para dar a conocer la marca “<i>Florece la vida</i>”, con todos los productos realizado, en este evento se dará una charla inicial con coordinadores de los programas, participantes de la marca y encargados de la granja.</p> <p>Esta charla es mucho más privada y dirigida a un público específico, en donde cada invitado pueda dar su opinión y aportar ideas para productos de la marca.</p> <p>En la charla, los invitados podrán aprender a cuidar una</p> | <p>(esferos, termos, tazas, agendas, gorras)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Orquídeas de la granja</li> <li>• Sonido</li> <li>• Mesas</li> <li>• Auditorio</li> <li>• Agua para asistentes y expositores</li> </ul> |
|--|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|  |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |  |
|--|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
|  |  | <p>orquídea</p> <p>didácticamente,</p> <p>ensuciando sus manos,</p> <p>por lo que se pide</p> <p>llevar ropa cómoda. Al</p> <p>final de esta charla</p> <p>podrán adoptar una y</p> <p>llevar un pedazo de la</p> <p>granja agroecológica a</p> <p>sus casas.</p> <p>Al final de esta</p> <p>socialización se</p> <p>entregarán los</p> <p>diferentes obsequios</p> <p>de la marca.</p> <p>En el espacio</p> <p>dispuesto para el</p> <p>evento se pondrán</p> <p>pendones y murales</p> <p>impresos, para que se</p> <p>sepa que allí se está</p> <p>realizando dicho</p> <p>evento.</p> |  |
|--|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|

|               |         |                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                               |
|---------------|---------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|               |         |                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Sostenimiento | 3 meses | Se publicará semanalmente 3 piezas graficas en redes sociales, con mensajes informativos acerca de la marca “ <i>Florece la vida</i> ” y mediante los diferentes canales institucionales se distribuirá la revista de forma digital y su página web. | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Acceso a redes sociales</li> <li>• Envió masivo de contenido por correo corporativo</li> <li>• Realización de piezas graficas</li> <li>• Acceso a subir contenido a aulas virtuales</li> <li>• Auditorios</li> </ul> |
|               | 1 meses | Durante este mes de dará una charla al mes por parte de los programas que participan en esta marca, desde la granja agroecológica, será                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                               |

|  |         |                                                                                                                                                                                                                                                                                      |  |
|--|---------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
|  |         | para promover las técnicas de cuidado y propagación de las orquídeas.                                                                                                                                                                                                                |  |
|  | 2 meses | Se continuará con la publicación semanal de piezas gráficas, en los distintos canales institucionales.                                                                                                                                                                               |  |
|  | 1 mes   | Se hará un evento institucional como cierre de la campaña, aquí los coordinadores de Comunicación Visual e Ingeniería Agroecológica y estudiantes participantes cerrarán a la comunidad, se mostrarán los procesos de propagación y los procesos realizados en los 8 meses; desde la |  |

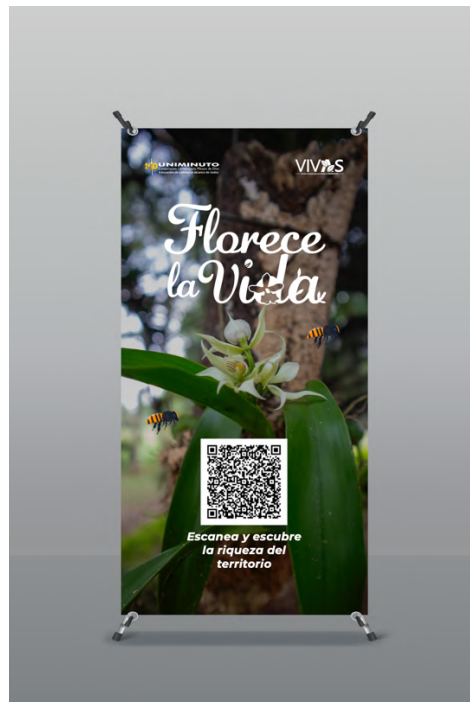
|  |  |                                              |  |
|--|--|----------------------------------------------|--|
|  |  | Granja Agroecológica<br>y los dos programas. |  |
|--|--|----------------------------------------------|--|

Elaboración propia

A continuación, el diseño de las piezas gráficas:

### 16.3. Piezas graficas para la etapa expectativa

Ilustración 9. Pendón araña



Elaboración propia

Ilustración 10. Mural



Elaboración propia

Ilustración 11. Volantes



Elaboración propia

## 16.4. Piezas graficas para la etapa lanzamiento

Ilustración 1211. Revista interactiva



Elaboración propia

Ilustración 1312. Piezas para redes sociales



Elaboración propia

Ilustración 1413. Gorra



Elaboración propia

Ilustración 1514. Agenda



Elaboración propia

Ilustración 1615. Taza



Elaboración propia

Ilustración 1716. Lapicero



Elaboración propia

Ilustración 1817. Carné



Elaboración propia

Ilustración 1918. Pendón roll



Elaboración propia

Ilustración 2019. Stand



Elaboración propia

### 16.5. Piezas graficas para la etapa sostenimiento:

Ilustración 2120. Pieza gráfica



Elaboración propia

Ilustración 2221. Pieza grafica para envió correo electrónico



Elaboración propia

Ilustración 2322. Banner para aulas virtuales



Elaboración propia

A continuación se darán a conocer algunos KPIS, que permiten conocer específicamente los aciertos y errores de la campaña para la marca “florece la vida”, dado que toma varios enfoques:

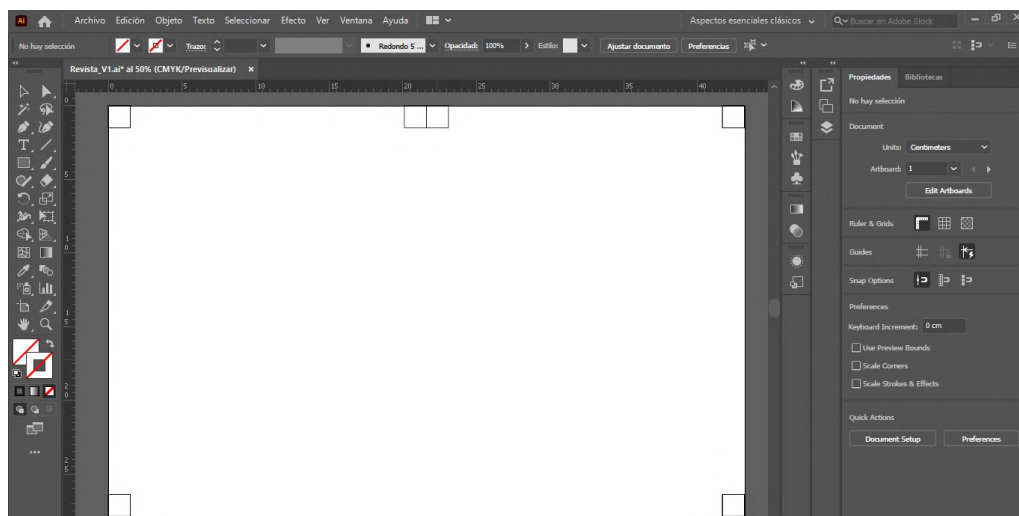
- ROI: Beneficio obtenido - inversión
- Tasa de engagement en redes: medición de la conexión de los seguidores con la marca, en reacciones, likes y comentarios
- KPIs de email marketing: medición de tasa de apertura y clics

## 16.6.Revista interactiva

A continuación, se encuentran los pasos que se realizaron para llegar al diseño de la revista interactiva:

### 16.6.1. Configuración del documento

Ilustración 23. Configuración del documento.



Elaboración propia

Se crea un documento tamaño tabloide horizontal y se divide la hoja a la mitad teniendo dos hojas tamaño media carta.

### 16.6.2. Diseño de las páginas interiores

- Se elabora una plantilla para las diferentes secciones que lleva la revista interactiva, como la portada, contraportada, contenido, abc de la revista, entre otras páginas.

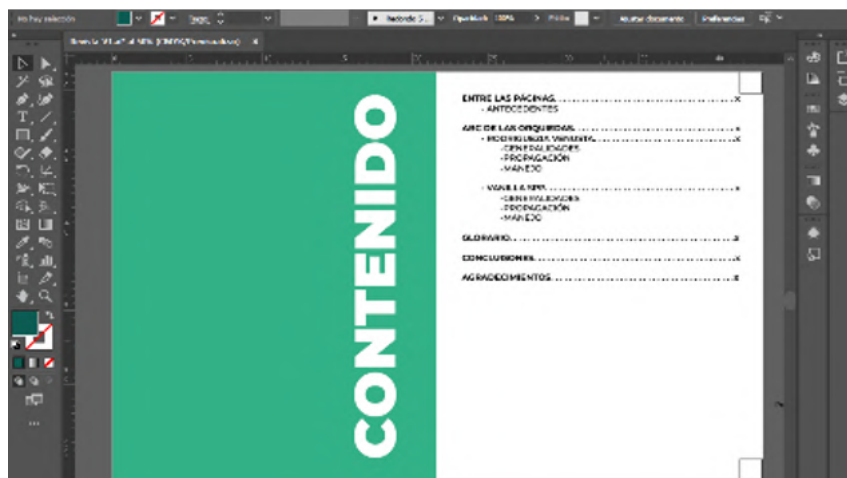
- Se vectoriza fotografías tomadas el día de la asistencia a la granja.

Ilustración 24. Diseño de páginas interiores



Elaboración propia

Ilustración 25. Diseño de páginas interiores



Elaboración propia



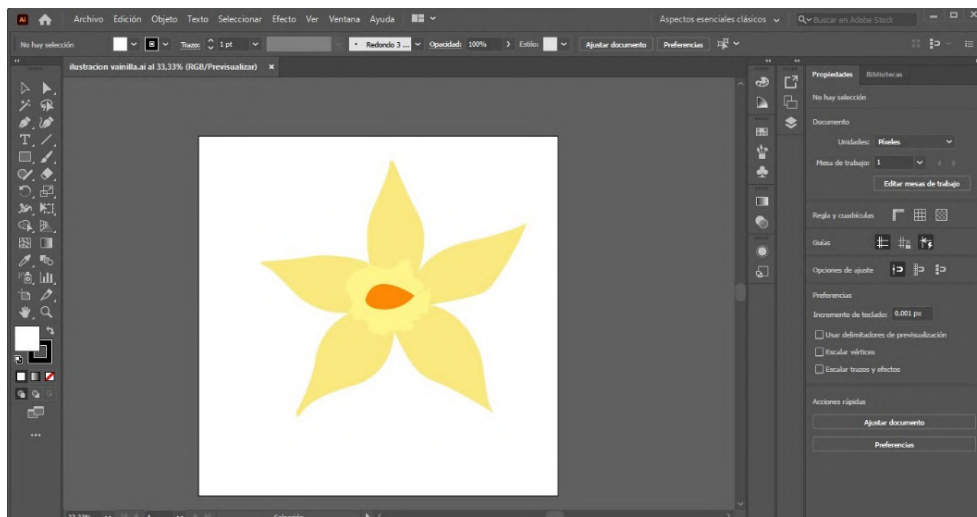
Elaboración propia  
Ilustración 27. Diseño de páginas interiores



Elaboración propia

### 16.6.3. Ilustración plana de la Orquídea *Vainilla Spp* en Adobe Illustrator

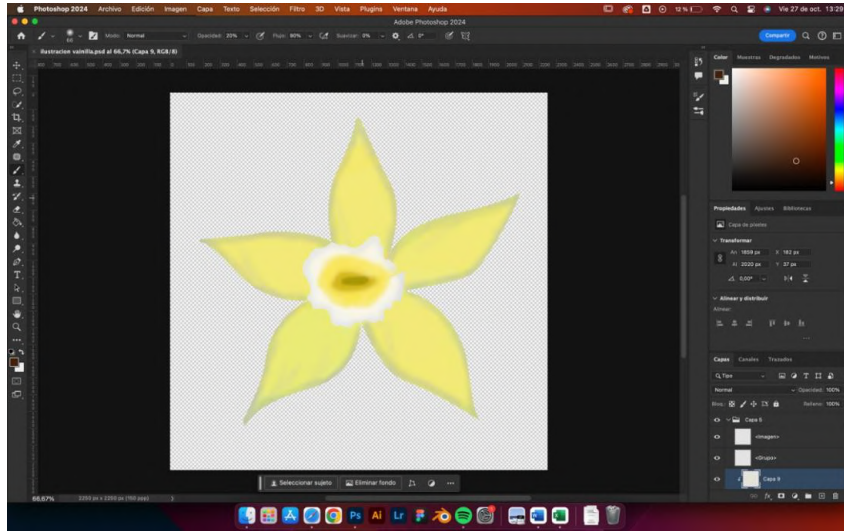
Ilustración 28. Ilustración plana de la Orquídea *Vainilla Spp*



Elaboración propia

#### 16.6.4. Ilustración con sombra y volumen de la Orquídea *Vainilla Spp* en Adobe Photoshop

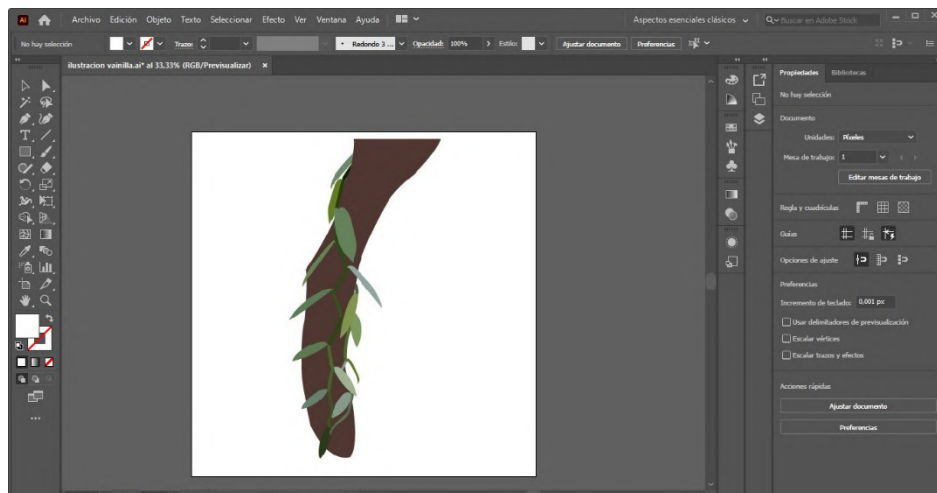
Ilustración 29. Ilustración con sombra y volumen de la Orquídea *Vainilla Spp*



Elaboración propia

#### 16.6.5. Ilustración plana de la Orquídea *Vainilla Spp* en Adobe Illustrator

Ilustración 30. Ilustración de la Orquídea *Vainilla Spp* en Adobe Illustrator

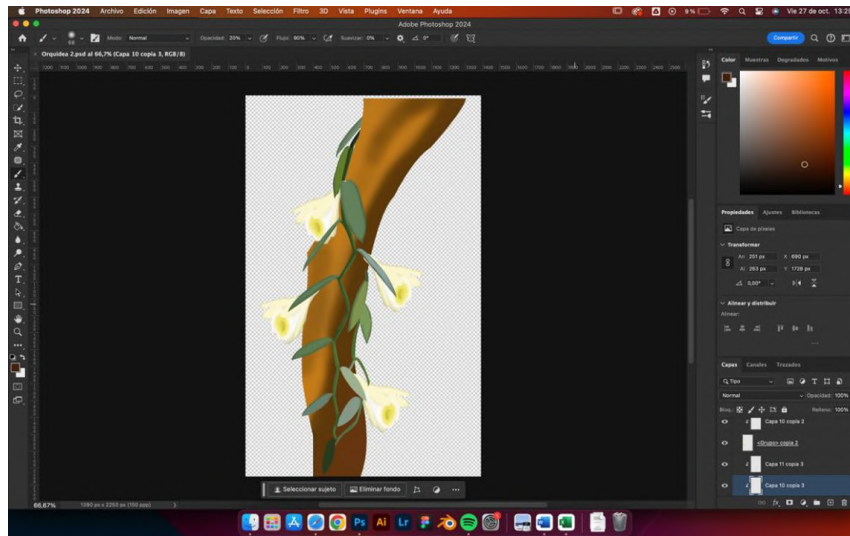


Elaboración propia

### 16.6.6. Ilustración con sombra y volumen de la Orquídea *Vainilla Spp* en Adobe

#### Photoshop

Ilustración 31. Ilustración con sombra y volumen de la Orquídea *Vainilla Spp*

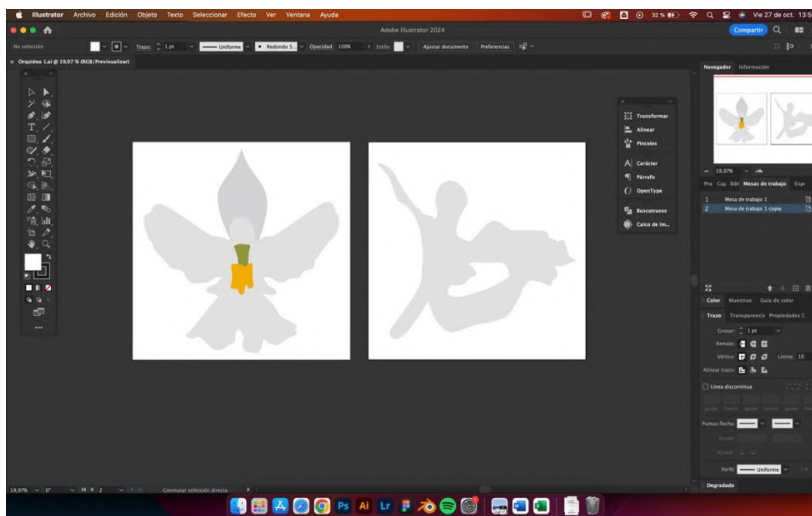


Elaboración propia

### 16.6.7. Ilustración con sombra y volumen de la Orquídea *Rodriguezia Venusta* en Adobe

#### Illustrator

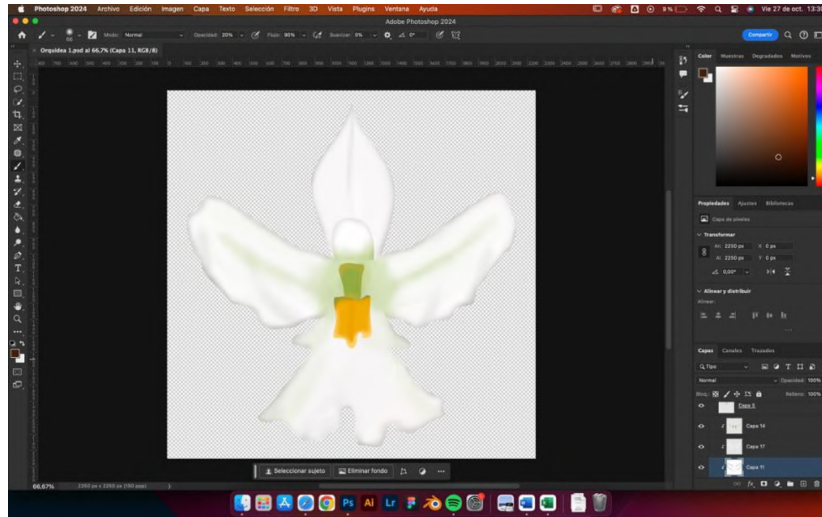
Ilustración 32. Ilustración con sombra y volumen de la Orquídea *Rodriguezia Venusta*



Elaboración propia

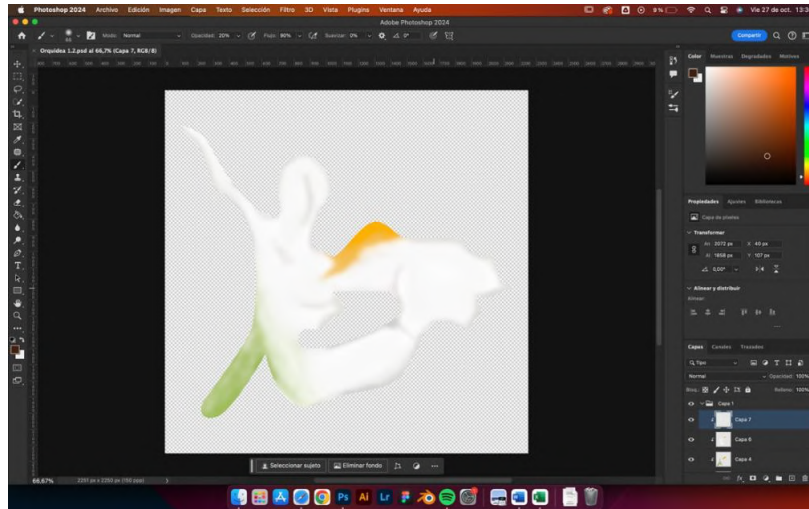
## 16.6.8. Ilustración con sombra y volumen de la Orquídea *Rodriguezia Venusta* en Adobe Photoshop

Ilustración 33. Ilustración con sombra y volumen de la Orquídea *Rodriguezia Venusta*



Elaboración propia

Ilustración 34. Ilustración con sombra y volumen de la Orquídea *Rodriguezia Venusta*

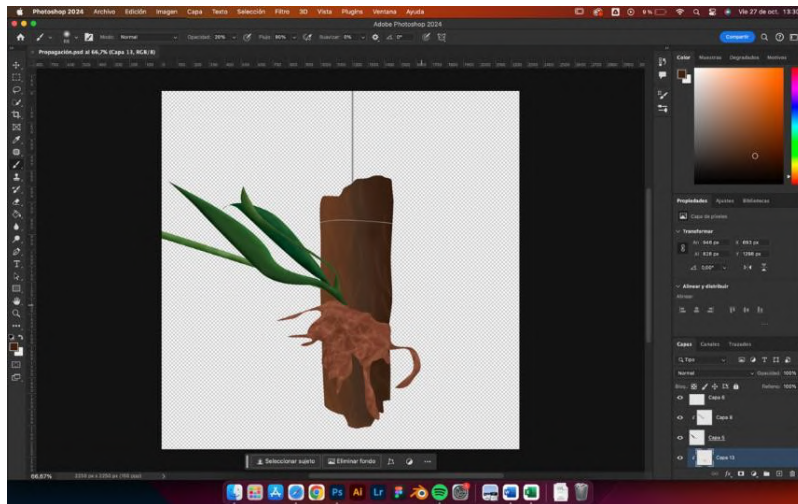


Elaboración propia

### 16.6.9. Ilustración con sombra y volumen de la propagación de la Orquídea *Rodriguezia Venusta* en Adobe Photoshop

#### *Venusta* en Adobe Photoshop

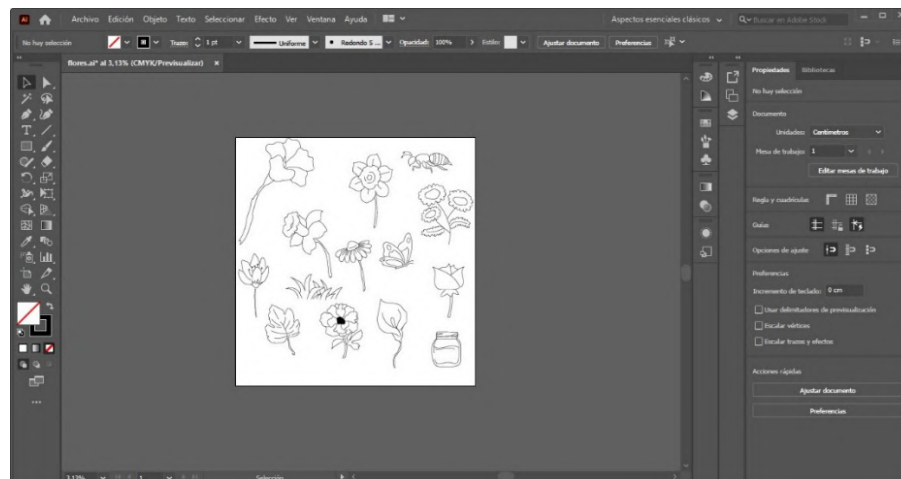
Ilustración 35. Ilustración con sombra y volumen de la propagación de la Orquídea *Rodriguezia Venusta*



Elaboración propia

### 16.6.10. Ilustración de gráficos línea sencilla

Ilustración 36. Ilustración de gráficos línea sencilla



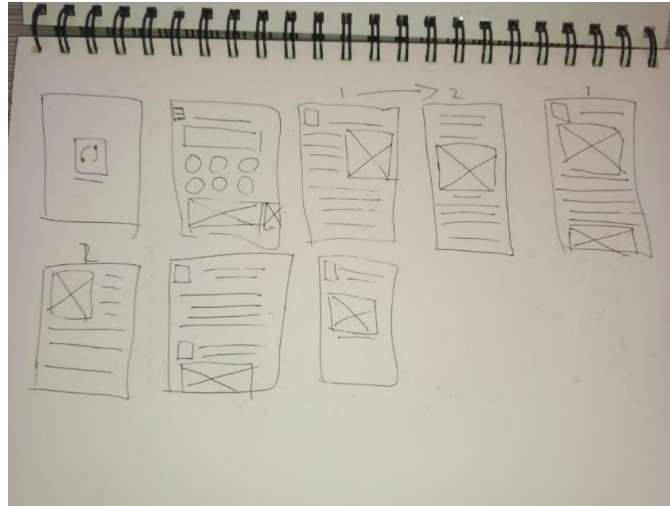
Elaboración propia

## 16.7.Creación de maqueta web (prototipo)

### 16.7.1. Wireframe

Diseño de la interfaz aplicando los conocimientos de experiencias de usuario.

Fotografía 2. Wireframe



Elaboración propia

### 16.7.2. Iteración

Se llevo a cabo un ejercicio para evaluar la iteración del wireframe con la participación de los estudiantes de Comunicación Visual.

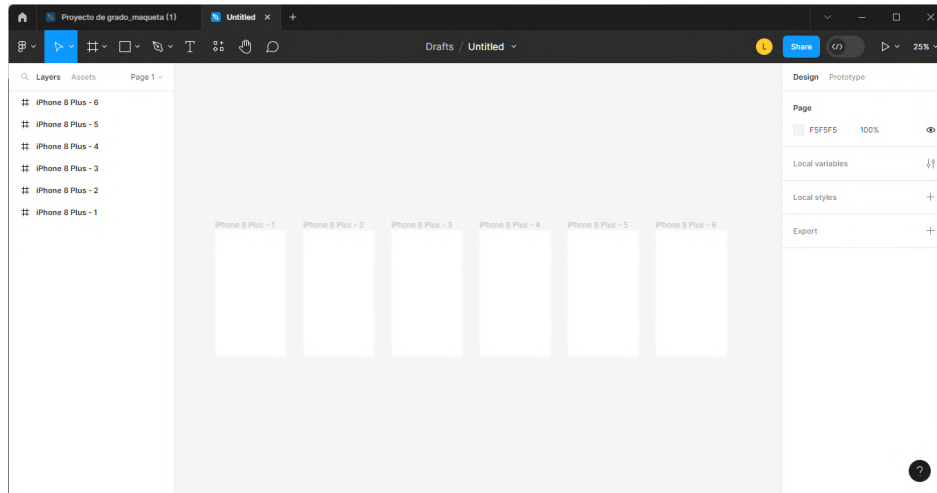
Fotografía 3. Iteración



Elaboración propia

### 16.7.3. Configuración del documento Figma

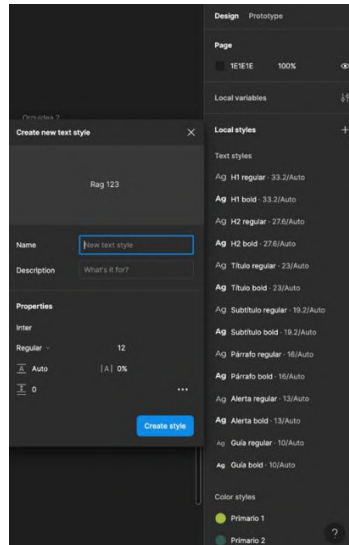
Ilustración 37. Figma



Elaboración propia

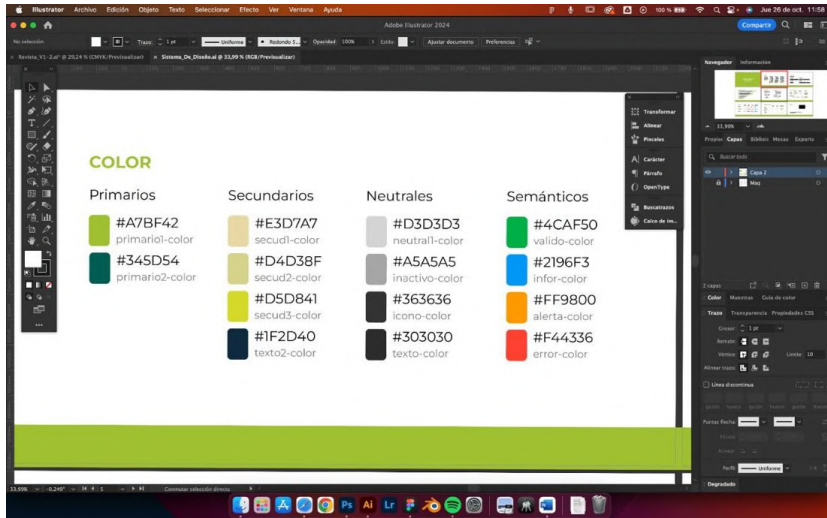
### 16.7.4. Implementación de diseño en Figma

Ilustración 38. Implementación de diseño Figma



Elaboración propia

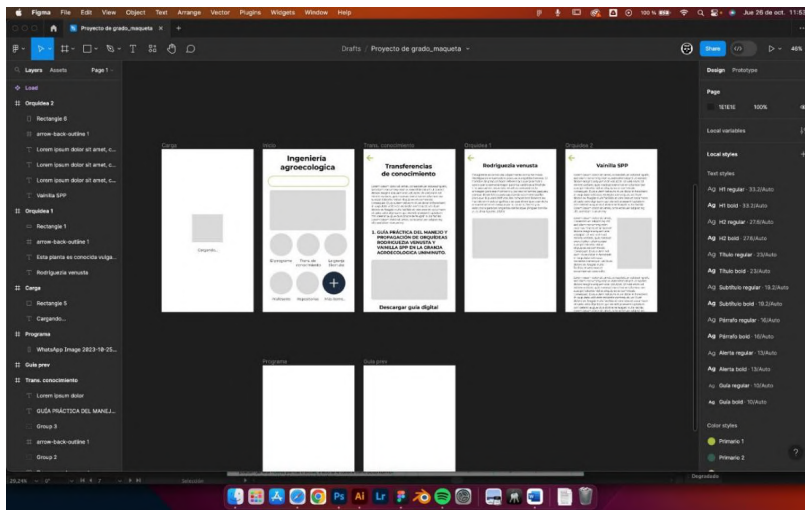
Ilustración 39. Implementación de sistema de diseño Figma



Elaboración propia

## 16.7.5. Maquetado digital

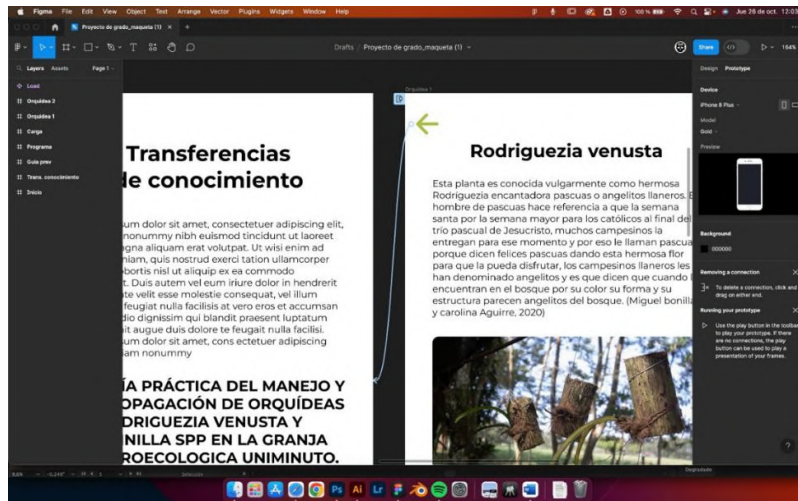
Ilustración 40. Maquetado digital



Elaboración propia

## 16.7.6. Interacción en Figma

Ilustración 41. Interacción en Figma



Elaboración propia

### 16.7.7. Iteración Figma

Fotografía 4. Iteración Figma

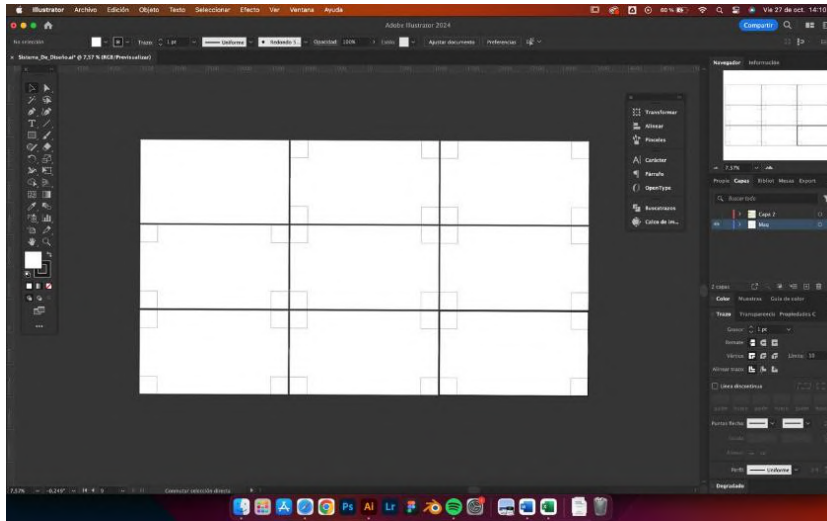


Elaboración propia

## 16.8. Creación del sistema de diseño

### 16.8.1. Configuración del documento

Ilustración 42. Configuración del documento

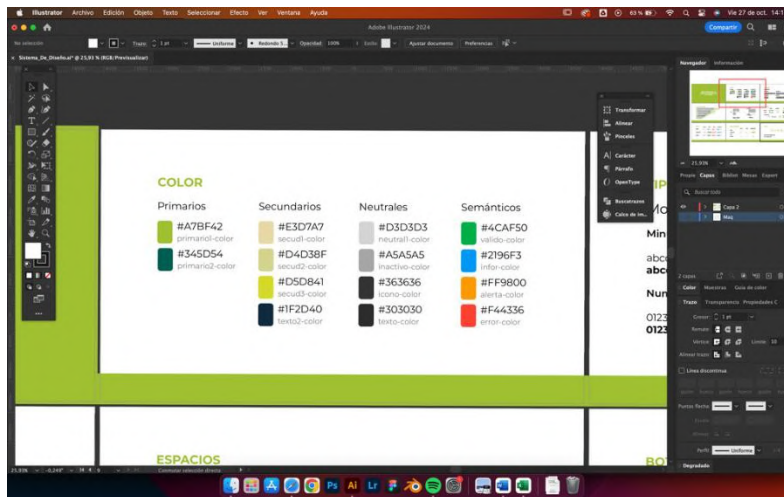


Elaboración propia

Se crea un documento con 9 mesas de trabajo en tamaño 1920 x 1080 en horizontal y se acomoda las líneas guías

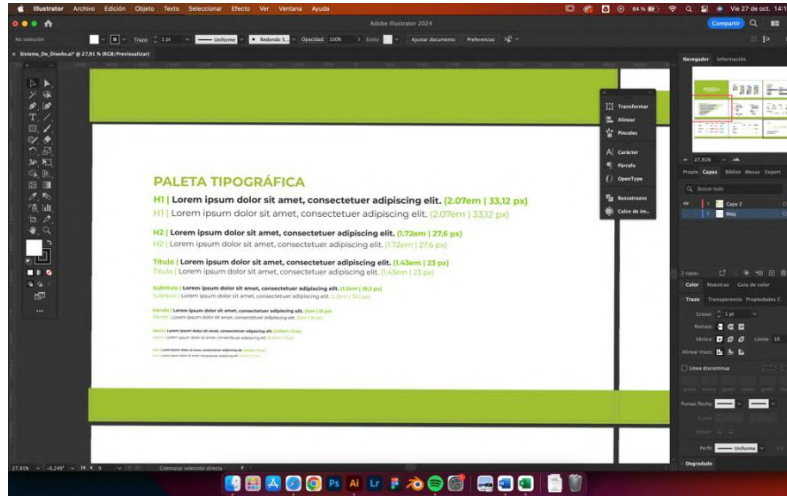
### 16.8.2. Definición de colores primarios, secundarios, neutrales y semánticos para la implementación en Figma, junto con la tipografía y sus tamaños según la necesidad

Ilustración 43. Definición de colores primarios, secundarios, neutrales y semánticos para la implementación en Figma.



Elaboración propia

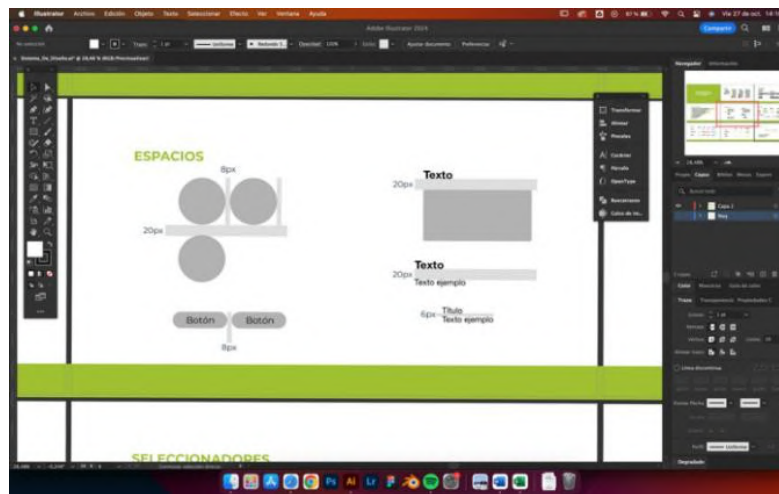
Ilustración 44. Definición de colores primarios, secundarios y semánticos para la implementación en Figma



Elaboración propia

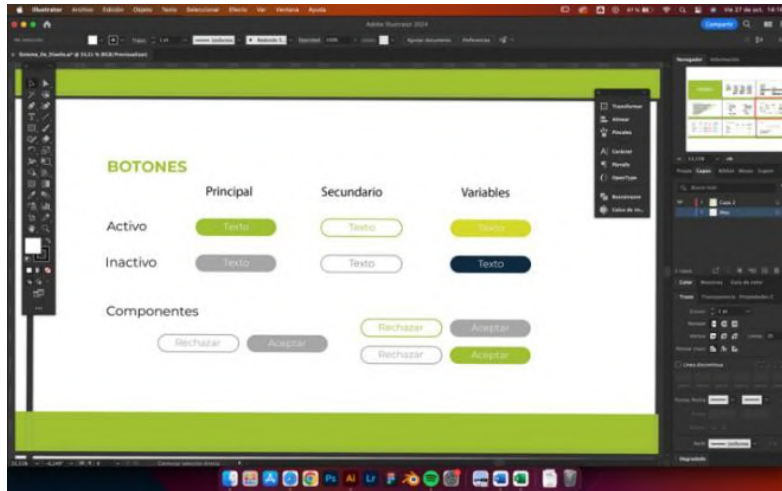
### 16.8.3. Definición de espaciados, botones, inputs, seleccionadores e iconos

Ilustración 45. Definición de espaciados, botones, inputs, seleccionadores e iconos



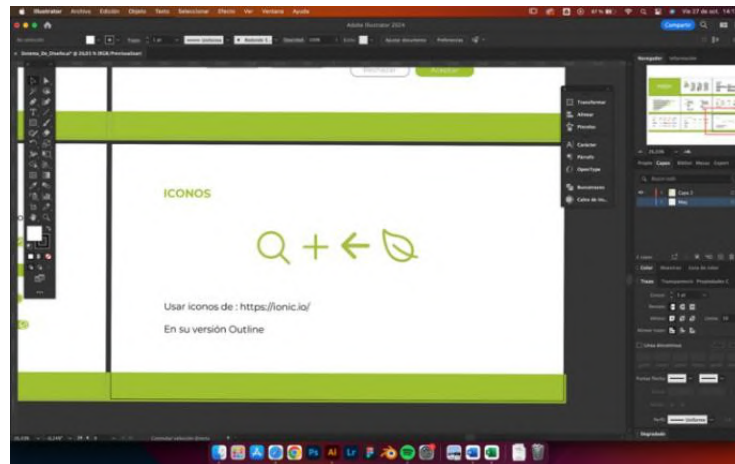
Elaboración propia

Ilustración 46. Definición de espaciados, botones, inputs, seleccionadores e iconos



Elaboración propia

Ilustración 47. Definición de espaciados, botones, inputs, seleccionadores e iconos



Elaboración propia

## 17. CONCLUSIONES

Durante el desarrollo de este proyecto se desarrolló una estrategia de comunicación visual efectiva e impactante por medio producto interactivo que permite la transferencia de conocimiento de las orquídeas *Rodriguezia venusta* y *Vainilla spp*, con destinado a ofrecer información detallada sobre estas especies acerca del cuidado, cultivo y propagación de estas especies, no solo en la comunidad educativa de UNIMINUTO; sino también entre todos aquellos interesados en la biodiversidad y la conservación de las orquídeas en Colombia.

A lo largo del proceso de desarrollo, se aplicó una metodología que permitió recabar información tanto de fuente primaria como secundaria con la cual logramos tomar decisiones para la ejecución de la revista interactiva.

Durante la creación de este producto; se logró establecer pautas de trabajo, administrar el tiempo, asignar recursos y la articulación de un equipo de trabajo. El uso del componente de la Comunicación Visual establece los parámetros indicados para obtener un producto que permita divulgar eficazmente el conocimiento e incentiva y la interacción con el usuario; la revista interactiva combina elementos gráficos atractivos, tipografía elegante para divulgar y democratizarlo.

De igual forma se pretende promover prácticas responsables de cuidado y conservación; ayudando a los usuarios a adoptar el manejo de las orquídeas prácticas sostenibles que contribuyan a su preservación a largo plazo. En definitiva; este recurso se erige como un puente que conecta el conocimiento y la pasión por estas especies, aportando su protección y la difusión de su valor en el mundo de la educación. Es importante resaltar que, las orquídeas, con su belleza y diversidad, destacan como flores ornamentales apreciadas en todo el mundo. A pesar de su importancia, en Colombia, la falta de conocimiento sobre su cuidado y propagación plantea preocupaciones significativas para la conservación de estas especies, incluyendo numerosas que están en peligro. Esto se debe, en parte, a la presentación desarticulada de información en estudios previos. Contar con una herramienta gráfica facilita la comprensión y retención de dicho contenido.

En la elaboración de este proyecto de grado se fortaleció el aprendizaje adquirido durante el proceso académico con herramientas gráficas; como Adobe Photoshop, para procesar imágenes planas y dar volumen y sombras con pinceles. Adobe Illustrator; para vectorizar las ilustraciones y la creación del diseño de la revista interactiva; Figma, para la creación de una maqueta

interactiva de alta fidelidad para el sitio web; Adobe Photoshop para dar sombra a las ilustraciones y Adobe Lighroom, para la edición de fotografías. Siendo una experiencia enriquecedora para el perfil profesional.

En este proyecto de investigación se detalla las siguientes entregas llevadas a cabo: Revista interactiva, prototipo en Figma, línea y piezas gráficas, ilustraciones iniciales, fotografías de la granja agroecológica UNIMINUTO, sistema de diseño, logo de la campaña “florece la vida”, la estrategia de comunicación visual, vídeo de invitación.

Por último, se da autorización a la Corporación Universitaria Minuto De Dios – UNIMINUTO, el uso de las imágenes relacionadas con el proyecto de investigación diseñar una estrategia de comunicación visual para la transferencia de conocimiento en propagación de orchidacea (*rodriguezia venusta* – *vainilla spp*) mediante el diseño de un producto interactivo para la granja agroecológica de la Corporación Universitaria Minuto De Dios – UNIMINUTO, con fines académicos, garantizando que se respeten los derechos de autor.

## 18. RECOMENDACIONES

Desde el perfil profesional de Comunicación Visual, es importante seguir las siguientes indicaciones para continuar con el proceso a nivel digital o impresión a través de sistema de impresión off set, así:

- Si se planea imprimir la revista interactiva; se debe investigar y seleccionar un servicio de impresión de alta calidad; además, se debe confirmar el formato (dimensiones correctas) para proceder con una técnica de impresión.
- Sumar un componente de flexibilidad a la hora de establecer el sistema de diseño del producto interactivo; este se puede adaptar acorde a las necesidades del desarrollo.
- Si se requiere realizar más ilustraciones, se sugiere seguir la línea gráfica para guardar la unidad en la comunicación.
- Manipular y sumar al proyecto insumo fotográfico de alta calidad; previamente procesado en un programa de imagen apropiado.

## 19. REFERENCIAS

- Adobe Illustrator - Software de gráficos vectoriales líder del sector. (2023). Adobe.com.  
<https://www.adobe.com/co/products/illustrator.html>
- Adobe Photoshop Professional 87. (n.d.). Retrieved November 21, 2023, from  
[https://www.ebookbou.edu.bd/Books/Text/SST/DCSA/dcsa\\_3301/Unit-06.pdf](https://www.ebookbou.edu.bd/Books/Text/SST/DCSA/dcsa_3301/Unit-06.pdf)
- Armando, G. (2021, March 12). Estrategia. Qué es, origen, definición según autores, tipos. Gestipolis. <https://www.gestipolis.com/un-concepto-de-estrategia/>
- Arroyal, I. V. (2018). El dibujo vectorial en la revolución gráfica digital. El Ornitorrinco Tachado: Revista de Artes Visuales, (7), 47-55
- Aguirre, E. (2014). Comunicación visual y Accesibilidad en los Servicios Virtuales de información de las Universidades Autónomas. Maracaibo: Universidad Dr. Rafael Bellosillo Chacín, Vicerrectorado Académico, Decanato de Investigación y Postgrado, Doctorado en Ciencias Mención: Gerencia.
- ASALE, R., & RAE. (2022). Diccionario de la lengua española RAE - ASALE. “Diccionario de La Lengua Española” - Edición Del Tricentenario. <https://dle.rae.es/estrategia>
- Behance. (s. f.). [https://www.behance.net/gallery/174553659/Revista-Restinga?tracking\\_source=search\\_projects|book+editorial](https://www.behance.net/gallery/174553659/Revista-Restinga?tracking_source=search_projects|book+editorial)
- Bedoya, A. (n.d.). ¿Qué es interactividad? <http://penta3.ufrgs.br/midiasedu/modulo6/etapa1/biblioteca/interactividad.pdf>
- Castro-Martínez, E., Fernández, I., Marián Pérez-Marín, & Felipe Criado Boado. (2008). The knowledge transfer from the Humanities: possibilities and characteristics. Arbor-Ciencia Pensamiento Y Cultura, CLXXXIV(732). <https://doi.org/10.3989/arbor.2008.i732.211>
- CEPCO. (2006). Las Orquídeas y sus cuidados (p. 36). [http://indesol.gob.mx/cedoc/pdf/III.Desarrollo Social/Producción de Alimentos/LasOrquídeas y sus Cuidados.pdf](http://indesol.gob.mx/cedoc/pdf/III.Desarrollo%20Social/Producci%20n%20de%20Alimentos/LasOrqu%20ideas%20y%20sus%20Cuidados.pdf)



Jaramillo Herrera, J. H. (2018). Relaciones ecosistémicas de las orquídeas en la Sabana y el Piedemonte Andino de la Cordillera Oriental, Villavicencio (Meta).

JARDIN, V. (24 de 04 de 2015). VERDE-JARDIN BLOGSPOT. Obtenido de VERDE-JARDIN BLOGSPOT: <https://verde-jardin.blogspot.com/2015/04/morfologia-de-las-orquideas.html>

Jorgelina, M., & Cuenya, B. (n.d.). Comunicación Visual Reflexión y práctica de la enseñanza. [Http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/35993/Documento\\_completo.pdf?Sequence=1&isallowed=y](Http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/35993/Documento_completo.pdf?Sequence=1&isallowed=y)

Larousse, É. (2023). Définitions : stratégie - Dictionnaire de français Larousse. Larousse.fr. <Https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/strat%C3%a9gie/74818>

Llasera, J. P. (2020, December 4). Los 6 principios del diseño gráfico que debes conocer - Imborrable. Imborrable. <Https://imborrable.com/blog/principios-diseno-grafico/>

LOGO, W. V. (s.f.). WORLD VECTOR LOGO. Obtenido de WORLD VECTOR LOGO: <https://worldvectorlogo.com/es/logo/figma-4>

Lotero, L. A. A. (2012). Teoría de la carga cognitiva, diseño multimedia y aprendizaje: un estado del arte. Magis, Revista Internacional de Investigación en Educación, 5(10). <Revistas.javeriana.edu.co>

Marín, C., & Parra, S. (2015). Bitácora de flora. Guía visual de plantas de páramos de Colombia

Molina Martínez, J. M., García Fernández Pacheco, D., López Hernández, F. A., Cavas Martínez, F., Jiménez Buendía, M., Vera Repullo, J. A., & Silva Pérez, M. M. (2014). Experiencias del grupo de creación de nuevos materiales docentes de la UPCT en el desarrollo de libros digitales multimedia e interactivos

Munari, B. (2008). Diseño y comunicación visual: contribución a una metodología didáctica. En Barcelona ebooks. [Http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/handle/123456789/234](http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/handle/123456789/234)

ORQUIDEOLOGIA. (2014). ORQUIDEOLOGIA. Obtenido de REVISTA SCO: <http://revista.sco.org.co/index.php/orquideologia/issue/view/2>

Ortiz, P. (2000). Las orquídeas de Colombia. Pérez-Arbelaezia, 5(11), 73-78. [Perezarbelaezia.jbb.gov.co](http://Perezarbelaezia.jbb.gov.co)

Otero, J. (2018). Investigaciones Sobre Orquídeas en Colombia. 89. [Http://bdigital.unal.edu.co/70401/1/investigación de orquídeas en Colombia.pdf](http://bdigital.unal.edu.co/70401/1/investigación_de_orquídeas_en_Colombia.pdf)

Orejuela Gartner, J. E., (2010). La conservación de orquídeas en Colombia y un caso en proceso en la cuenca del río Cali, municipio de Santiago de Cali, Valle del Cauca, Colombia. El Hombre y la Máquina, (35), 53-66.

Partes de la comunicación: importancia - Comunicare. (2021, October 28). Comunicare - Agencia de Marketing Online. [Https://www.comunicare.es/partes-de-la-comunicacion/#%C2%bfque\\_son\\_los\\_elementos\\_o\\_partes\\_de\\_la\\_comunicacion](https://www.comunicare.es/partes-de-la-comunicacion/#%C2%bfque_son_los_elementos_o_partes_de_la_comunicacion)

Pineda, L. S.-H.-N. (2023). Transferencia de Conocimiento en propagación de Orchidace (Rodríguezia - Vainilla) en la Comunidad Nohora Villavicencio. Villavicencio: Universidad Minuto de Dios.

Porter, M. (2016). ¿Qué es la estrategia? [Https://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/20.500.11962/28281/1/2.%2bque%CC%81%2Bs%2Bestrategia.pdf](https://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/20.500.11962/28281/1/2.%2bque%CC%81%2Bs%2Bestrategia.pdf)

Qué es el Diseño Gráfico: Introducción, Elementos y Ramas Del Diseño Gráfico. (2022, June 22). Piktochart. [Https://piktochart.com/es/blog/que-es-el-diseno-grafico/](https://piktochart.com/es/blog/que-es-el-diseno-grafico/)

Rodriguez, F. (2023, July 17). La importancia de la comunicación visual en el diseño gráfico. ESDIP Madrid; ESDIP Madrid. <https://www.esdip.com/blog-escuela-de-arte/comunicacion-visual-importancia-en-el-diseno-grafico/>

Software de gráficos vectoriales líder del sector | Adobe Illustrator. (2023). <https://www.adobe.com/co/products/illustrator.html>

Software de maquetación y diseño | Adobe indesign. (2023). Adobe.com. <https://www.adobe.com/co/products/indesign.html>

TECNOLOGIA, H. (2023). H&O TECNOLOGIA. Obtenido de H&O TECNOLOGIA: <https://hostore.com.uy/producto/adobe-illustrator/>

Teresa, A., & Otero, T. (2012). Bioprospección de los recursos nativos de la orquídea *Vainilla* spp. Presente en el Valle del Cauca.

Thompson, I. (2023). DEFINICIÓN DE COMUNICACIÓN - Promonegocios.net. Promonegocios.net. <https://www.promonegocios.net/comunicacion/definicion-comunicacion.html>

Transferencia de conocimiento - Gestión de Conocimiento. (2022). Mintic.gov.co. <https://gestiondelconocimiento.mintic.gov.co/714/w3-propertyvalue-379046.html>

Transferencia de conocimiento y tecnología. (2018). Min ciencias. [https://minciencias.gov.co/viceministerios/conocimiento/direccion\\_transferencia/transferencia-conocimiento](https://minciencias.gov.co/viceministerios/conocimiento/direccion_transferencia/transferencia-conocimiento)

Vista de ¿Cuál es la importancia de implementar estrategias en las organizaciones? | Revista científica anfibios. (2023). [Revistaanfibios.org](http://Revistaanfibios.org).

<https://www.revistaanfibios.org/ojs/index.php/afb/article/view/20/16>

Rodríguez, D. (2017, March). 9 desafíos de transferencia del conocimiento en organizaciones basadas en proyectos. ITM Platform | Projects, Programs & Portfolio.

<https://www.itmplatform.com/es/blog/9-desafios-de-transferencia-del-conocimiento-en-organizaciones-basadas-en-proyectos/>

Ventajas de Illustrator: lo FÁCIL que hace tu vida en el diseño vectorial [2024]. (2023).

<https://www.crehana.com>. <https://www.crehana.com/blog/estilo-vida/razones-por-las-que-illustrator-es-el-mejor-amigo-que-podrias-tener/#que-es-illustrator>

De, C., Educación, L., Computacion, M., Dinora, I., Vera, C., Lector, Técnica, U., Babahoyo, D., De, F., Jurídicas, C., De, S., & Computación, L. (2017). INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN AUTORA LAURA CAROLINA CAMPOSANO VARGAS TUTORA.

<http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/3149/P-UTB-FCJSE-COMPT-000051.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

InDesign CC Digital Classroom. (2013). Google Books.

[https://books.google.com.co/books?id=baxVAAAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.co/books?id=baxVAAAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)

Jaraba, F. (2022, December 5). ¿Qué es Adobe Photoshop? Ebac. <https://ebac.mx/blog/que-es-adobe-photoshop>

¿Qué es Figma y para qué sirve? (2022, December 21). CEI: Escuela de Diseño Y Marketing. <https://cei.es/que-es-figma/>

## 20. ANEXOS

### Anexo 1. Consentimiento de las entrevistas semiestructurada

#### FORMATO DE CONSENTIMIENTO PARA ENTREVISTA DE TRABAJO DE GRADO

Título del Proyecto de Grado: **DISEÑAR UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN VISUAL PARA LA TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO EN PROPAGACIÓN DE ORCHIDACEAE (*Rodriguezia venusta* — *Vainilla spp*) MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PRODUCTO INTERACTIVO PARA LA GRANJA AGROECOLÓGICA DE LA CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS – UNIMINUTO.**

Nombre del Entrevistador: Lizeth Dahama Contreras-Danner Smith Caranca

Nombre del Entrevistado: Camila Andrea Cordia Tadra Fecha de la Entrevista: 3-10-23

#### Propósito de la Entrevista:

La entrevista tiene como objetivo recopilar información para el trabajo de grado titulado "DISEÑAR UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN VISUAL PARA LA TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO EN PROPAGACIÓN DE ORCHIDACEAE (*Rodriguezia venusta* — *Vainilla spp*) MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PRODUCTO INTERACTIVO PARA LA GRANJA AGROECOLÓGICA DE LA CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS – UNIMINUTO".

#### Consentimiento:

Al participar en esta entrevista, doy mi consentimiento para que mis respuestas sean registradas, utilizadas y citadas en el trabajo de grado mencionado anteriormente. Entiendo que mi participación es voluntaria y que puedo retirar mi consentimiento en cualquier momento durante o después de la entrevista.

#### Confidencialidad:

El entrevistador se compromete a mantener la confidencialidad de la información proporcionada durante la entrevista. El nombre del entrevistado no será revelado en el trabajo de grado, y cualquier dato que pudiera identificar al entrevistado se mantendrá en privado.

#### Uso de Datos:

Entiendo que las respuestas proporcionadas durante la entrevista podrían ser utilizadas con fines académicos, como parte del trabajo de grado, y podrían ser compartidas en presentaciones académicas o publicaciones relacionadas con el proyecto.

#### Derechos del Entrevistado:

Como entrevistado, tengo derecho a no responder preguntas específicas o a solicitar que se omita o modifique cualquier información que considere confidencial o sensible. Mi participación en la entrevista no afectará mi relación con la institución académica o laboral.

Firma del Entrevistado: Camila Cordia Fecha: 03-10-23

Firma del Entrevistador: Lizeth Contreras Fecha: 03/10/23

**FORMATO DE CONSENTIMIENTO PARA ENTREVISTA DE TRABAJO DE GRADO**

Título del Proyecto de Grado: **DISEÑAR UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN VISUAL PARA LA TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO EN PROPAGACIÓN DE ORCHIDACEAE (*Rodriguezia venusta* — *Vainilla spp*) MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PRODUCTO INTERACTIVO PARA LA GRANJA AGROECOLÓGICA DE LA CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS – UNIMINUTO.**

Nombre del Entrevistador: Natalia Velásquez  
Nombre del Entrevistado: Damián Carranza - Liceth Contreras Fecha de la Entrevista: 24 Octubre / 2023

**Propósito de la Entrevista:**

La entrevista tiene como objetivo recopilar información para el trabajo de grado titulado "DISEÑAR UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN VISUAL PARA LA TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO EN PROPAGACIÓN DE ORCHIDACEAE (*Rodriguezia venusta* — *Vainilla spp*) MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PRODUCTO INTERACTIVO PARA LA GRANJA AGROECOLÓGICA DE LA CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS – UNIMINUTO".

**Consentimiento:**

Al participar en esta entrevista, doy mi consentimiento para que mis respuestas sean registradas, utilizadas y citadas en el trabajo de grado mencionado anteriormente. Entiendo que mi participación es voluntaria y que puedo retirar mi consentimiento en cualquier momento durante o después de la entrevista.

**Confidencialidad:**

El entrevistador se compromete a mantener la confidencialidad de la información proporcionada durante la entrevista. El nombre del entrevistado no será revelado en el trabajo de grado, y cualquier dato que pudiera identificar al entrevistado se mantendrá en privado.

**Uso de Datos:**

Entiendo que las respuestas proporcionadas durante la entrevista podrían ser utilizadas con fines académicos, como parte del trabajo de grado, y podrían ser compartidas en presentaciones académicas o publicaciones relacionadas con el proyecto.

**Derechos del Entrevistado:**

Como entrevistado, tengo derecho a no responder preguntas específicas o a solicitar que se omita o modifique cualquier información que considere confidencial o sensible. Mi participación en la entrevista no afectará mi relación con la institución académica o laboral.

Firma del Entrevistado: [Firma] Fecha: 24 octubre / 2023

Firma del Entrevistador: [Firma] Fecha: 24-10-23

**FORMATO DE CONSENTIMIENTO PARA ENTREVISTA DE TRABAJO DE GRADO**

Título del Proyecto de Grado: **DISEÑAR UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN VISUAL PARA LA TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO EN PROPAGACIÓN DE ORCHIDACEAE (*Rodriguezia venusta* — *Vainilla spp*) MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PRODUCTO INTERACTIVO PARA LA GRANJA AGROECOLÓGICA DE LA CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS – UNIMINUTO,**

Nombre del Entrevistador: Liceth Contreras González - Danner Smith Carranza

Nombre del Entrevistado: Sandra Milena Vargas Torasucho Fecha de la

Entrevista: Octubre 26 de 2023

**Propósito de la Entrevista:**

La entrevista tiene como objetivo recopilar información para el trabajo de grado titulado "DISEÑAR UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN VISUAL PARA LA TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO EN PROPAGACIÓN DE ORCHIDACEAE (*Rodriguezia venusta* — *Vainilla spp*) MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PRODUCTO INTERACTIVO PARA LA GRANJA AGROECOLÓGICA DE LA CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS – UNIMINUTO".

**Consentimiento:**

Al participar en esta entrevista, doy mi consentimiento para que mis respuestas sean registradas, utilizadas y citadas en el trabajo de grado mencionado anteriormente. Entiendo que mi participación es voluntaria y que puedo retirar mi consentimiento en cualquier momento durante o después de la entrevista.

**Confidencialidad:**

El entrevistador se compromete a mantener la confidencialidad de la información proporcionada durante la entrevista. El nombre del entrevistado no será revelado en el trabajo de grado, y cualquier dato que pudiera identificar al entrevistado se mantendrá en privado.

**Uso de Datos:**

Entiendo que las respuestas proporcionadas durante la entrevista podrían ser utilizadas con fines académicos, como parte del trabajo de grado, y podrían ser compartidas en presentaciones académicas o publicaciones relacionadas con el proyecto.

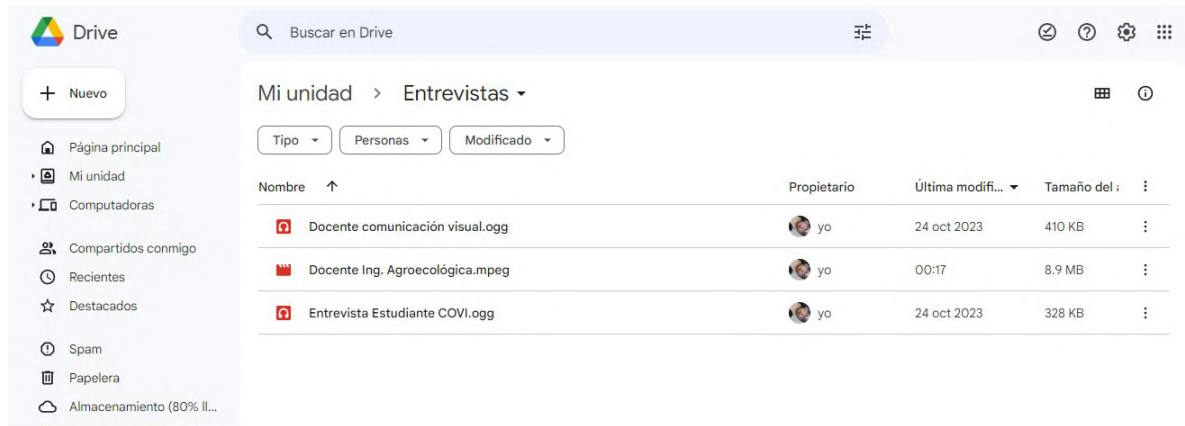
**Derechos del Entrevistado:**

Como entrevistado, tengo derecho a no responder preguntas específicas o a solicitar que se omita o modifique cualquier información que considere confidencial o sensible. Mi participación en la entrevista no afectará mi relación con la institución académica o laboral.

Firma del Entrevistado: Sandra Milena Vargas Torasucho Fecha: Octubre 25 de 2023

Firma del Entrevistador: Liceth Contreras Fecha: 25/10/2023

## Anexo 2. Fotografías de las grabaciones de entrevistas semiestructurada



Evidencia de realización de las entrevistas semiestructurada

<https://drive.google.com/drive/folders/1xdjtciQqoJjG77wG4aQSZ9xzjALjA2Su>

### Transcripción de las entrevistas semiestructuradas

Docente Comunicación Visual: “En las estrategias de comunicación visual para una transferencia de conocimientos, que es un conocimiento científico tiene que ver con la difusión de ese conocimiento tan complejo y tan técnico a un lenguaje muchísimo más manejable para aquellos que no son científicos, para aquellos que en su vida han oído hablar de estos nombres técnicos o de ese lenguaje, creería yo que una infografía es una de esas posibilidades que te permiten democratizar esa serie de conceptos y esos elementos que pueden llegar a ser bien agradables y bien atractivos en términos de esas difusión de esos temas tan complejos. Yo diría que la expedición Mutis y toda su iconografía puede ser un ejemplo interesante, hace poco hablaba de aquellos documentos como resultado de esas propuestas de incursión de los conquistadores al nuevo mundo y resultados de incursión por ejemplo a las Américas en dónde hay unas bitácoras y una serie de elementos que pueden ser muy bellos y puede ser una posibilidad democratización también de ese contexto tanto de flora como fauna y en particular la

expedición botánica muestra muchísimo de esa ilustración bellísima de la botánica de nuestro continente y de las Américas que es bellísima. La sugerencia que tengo para un diseño interactivo es pensar en el otro y también en la discapacidad, me parece que lo inclusivo puede ser una posibilidad de democratización justa del conocimiento y de esas intervenciones que ya faltan en los contextos donde hay muchísima discriminación visual, auditiva, cognitiva. Hacer co-creación, pregúntele al otro, hagan talleres con el otro, y pues definitivamente hacerlo democratizado sin imponer es mi consejo.”

Docente Ing. Agroecológica: “Las orquídeas son muy importantes para la biodiversidad, lo cual, los aspectos a considerar son: las condiciones climáticas, la adaptabilidad al medio ambiente, su clasificación botánica, su reproducción y los manejos que se deben tener para así cuidarlas, además es importante que desde las comunidades conozcan estas especies de orquídeas que son fácilmente adaptables que las identifiquen y conozcan sus características botánicas ya que muchas veces las comunidades no las considera como orquídeas y se hacen procesos de deforestación y procesos de pérdida de este material, ya con esta información, las comunidades sabiendo su identificación, su clasificación en relación a su flor, a su tallo, a su ambiente, se puede pasar esta información de manera técnica, de manera sencilla con metodologías de aprendizajes apropiados para que las comunidades así mismo puedan conservar, puedan proteger a estas especies que desde la zona de la Orinoquía se han estado perdiendo. Una de las dificultades que los estudiantes pueden tener en relación con el conocimiento de las orquídeas es quizás que los estudiantes no estén familiarizados con las características técnicas que no conozcan sobre la identificación de sus partes y que no tengan algún conocimiento de estas, lo cual, pues, mostrarían una debilidad en relación con el conocimiento, a la transferencia de conocimiento que se quiere hacer en relación con las orquídeas. Los desafíos serían brindar información clara, sencilla acorde en relación con los manejos, botánica, propagación de las

orquídeas y así mismo, visibilizar la importancia que tiene este tipo de orquídeas para la conservación de la biodiversidad y como desde el medio ambiente son importantes estas orquídeas; así se generaría un impacto positivo sobre la conservación de las orquídeas para la región y el entorno académico. Las nuevas generaciones conocen las nuevas tecnologías con herramientas digitales por aprender de manera sencilla sobre la botánica, clasificación, propagación, manejo de las orquídeas, conociendo sus partes y la importancia ecosistémica que ellas brindan al medio ambiente, además, sería más interactivo y más interesado en aprender los conceptos técnicos, agroecológicos de las orquídeas con las que son tan importantes hoy con los estudiantes generando un impacto positivo entre las herramientas digitales y los conocimientos digitales. La educación visual es muy importante y juega un papel vital en la enseñanza de los conceptos técnicos, permitiendo observar, analizar las partes de las orquídeas de manera detallada lo cual sería fácil de identificar y conocer las características botánica de manera práctica con imágenes, vídeos, herramientas interactivas haciendo que la enseñanza sea mucho más fácil de comprender y apropiarse el conocimiento en el mundo de las orquídeas” Estudiante COVI: “Se puede tener un acercamiento a las orquídeas antes de llegar a poder tenerlas en físico y poder prevenir un futuro daño. Incluir aplicaciones como juegos, libros didácticos. Los cuidados que hay que tener con las orquídeas constantemente. Le interesaría tener aplicaciones o recordatorios para el cuidado de las orquídeas”

### Anexo 3. Consentimiento de uso de imagen

#### FORMULARIO DE CONSENTIMIENTO PARA EL USO DE IMAGEN EN PROYECTO DE GRADO

Fecha: 26/10/23

Yo, JEFFERSON ANDRES CARRERO RAMIREZ, identificado con ID: 921497, en mi calidad de participante en el proyecto de grado titulado **DISEÑAR UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN VISUAL PARA LA TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO EN PROPAGACIÓN DE ORCHIDACEAE (*Rodriguezia venusta* — *Vainilla spp*) MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PRODUCTO INTERACTIVO PARA LA GRANJA AGROECOLÓGICA DE LA CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS – UNIMINUTO**, realizado por Dannier Smith Carranza Baquero y Liceth Dahanna Contreras González, estudiantes de Comunicación Visual de la Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO, doy mi consentimiento voluntario e informado para el uso de mi imagen fotográfica en dicho proyecto. Entiendo y acepto las siguientes condiciones:

**Autorización:** Autorizo al estudiante investigador a utilizar mi imagen fotográfica en el proyecto de grado mencionado, incluyendo su presentación en informes, presentaciones orales, exhibiciones y otros materiales relacionados con el proyecto.

**Uso de la Imagen:** Comprendo que mi imagen será utilizada únicamente en el contexto del proyecto de grado mencionado y no se divulgará ni se utilizará con ningún otro propósito sin mi consentimiento adicional.


**Derechos de Privacidad:** Acepto que mi imagen puede ser visible para personas dentro y fuera de la institución educativa. Sin embargo, se tomarán medidas razonables para proteger mi privacidad.

**Permanencia de la Imagen:** Entiendo que mi imagen puede permanecer en los materiales relacionados con el proyecto de grado durante el tiempo que sea necesario para los fines académicos y de investigación, a discreción del estudiante investigador y la institución educativa..

**Compensación:** No recibiré compensación económica por el uso de mi imagen en el proyecto de grado.

**Confidencialidad:** Se tomarán medidas para proteger la confidencialidad de mis datos personales, de acuerdo con las leyes y regulaciones aplicables.

Al firmar este formulario, confirmo que he leído y comprendido sus términos y consiento voluntariamente en el uso de mi imagen en el proyecto de grado mencionado.

Firma del Participante:  Fecha: 26/10/23

## FORMULARIO DE CONSENTIMIENTO PARA EL USO DE IMAGEN EN PROYECTO DE GRADO

Fecha: 26/10/23

Yo, HENRY ALEXANDER GARCIA ARANGUREN, identificado con ID: 913235, en mi calidad de participante en el proyecto de grado titulado **DISEÑAR UNA**

**ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN VISUAL PARA LA TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO EN PROPAGACIÓN DE ORCHIDACEAE (*Rodriguezia venusta* —*Vainilla spp*) MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PRODUCTO INTERACTIVO PARA LA GRANJA AGROECOLÓGICA DE LA CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS – UNIMINUTO.** realizado

por Dannier Smith Carranza Baquero y Liceth Dahanna Contreras González, estudiantes de Comunicación Visual de la Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO, doy mi consentimiento voluntario e informado para el uso de mi imagen fotográfica en dicho proyecto.

Entiendo y acepto las siguientes condiciones:

**Autorización:** Autorizo al estudiante investigador a utilizar mi imagen fotográfica en el proyecto de grado mencionado, incluyendo su presentación en informes, presentaciones orales, exhibiciones y otros materiales relacionados con el proyecto.

**Uso de la Imagen:** Comprendo que mi imagen será utilizada únicamente en el contexto del proyecto de grado mencionado y no se divulgará ni se utilizará con ningún otro propósito sin mi consentimiento adicional.


**Derechos de Privacidad:** Acepto que mi imagen puede ser visible para personas dentro y fuera de la institución educativa. Sin embargo, se tomarán medidas razonables para proteger mi privacidad.

**Permanencia de la Imagen:** Entiendo que mi imagen puede permanecer en los materiales relacionados con el proyecto de grado durante el tiempo que sea necesario para los fines académicos y de investigación, a discreción del estudiante investigador y la institución educativa..

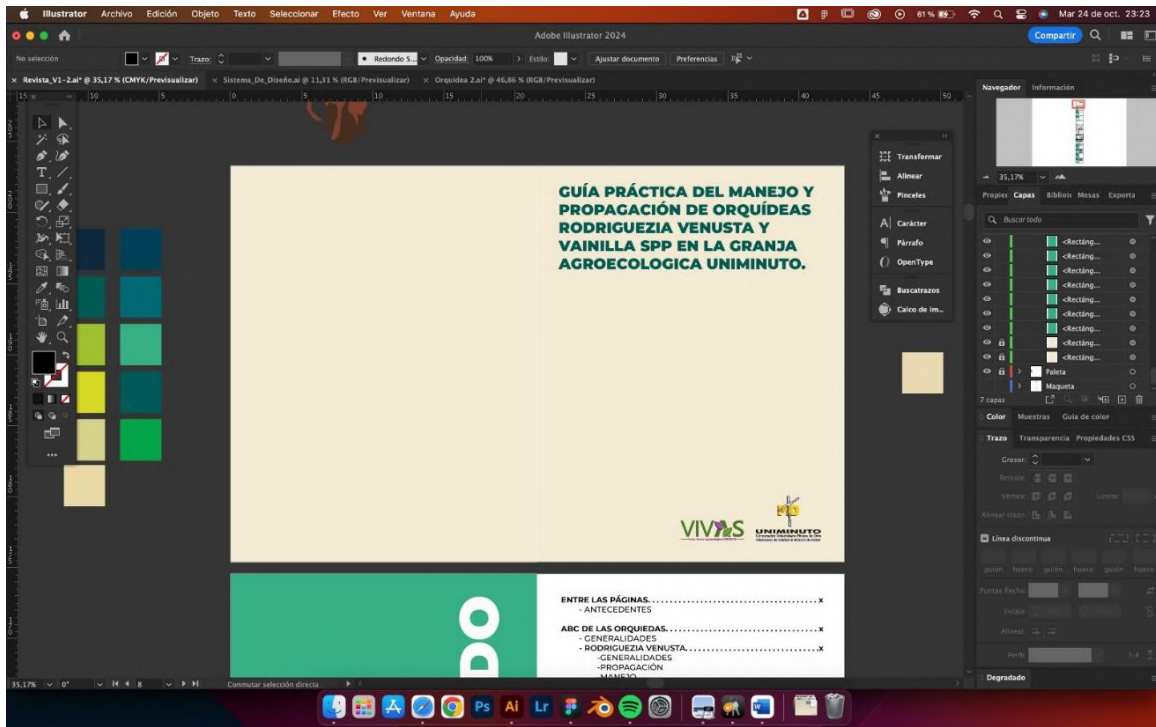
**Compensación:** No recibiré compensación económica por el uso de mi imagen en el proyecto de grado.

**Confidencialidad:** Se tomarán medidas para proteger la confidencialidad de mis datos personales, de acuerdo con las leyes y regulaciones aplicables.

Al firmar este formulario, confirmo que he leído y comprendido sus términos y consiento voluntariamente en el uso de mi imagen en el proyecto de grado mencionado.

Firma del Participante:  Fecha: 26/10/23

#### Anexo 4. Evidencia de la creación de la revista interactiva.



#### Anexo 5. Evidencia de la creación del prototipo digital.

