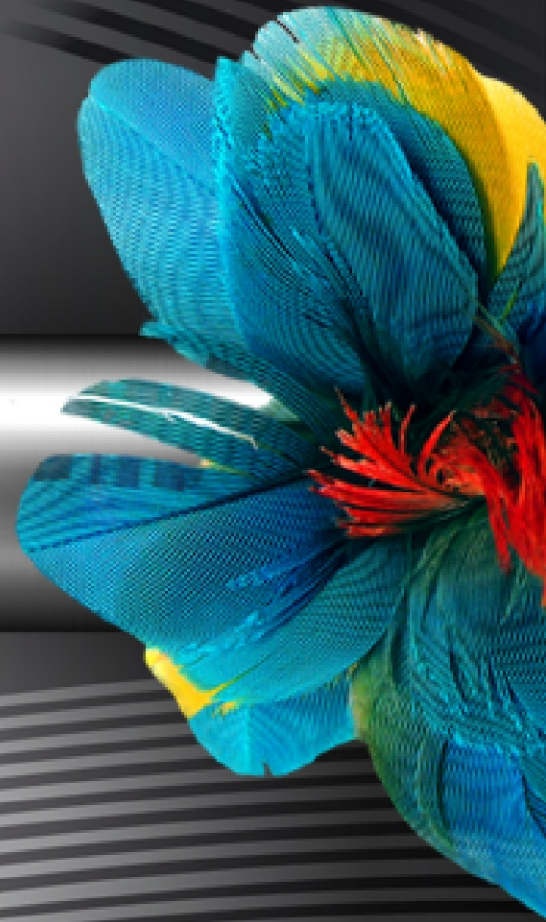


Khumana  
joyeria contemporanea



Coleccion 2  
RUMI 008

Khumana

Joyería contemporánea



El presente proyecto es

“KHUMANA JOYERIA CONTEMPORANEA”

Trabajo Presentado Para Optar Por El Titulo de:

DISEÑADOR INDUSTRIAL

Presentado por:

Ever Andrés Benavides Arévalo  
Óscar Alexander Pantoja Argoti  
Cristian Stivenson Achicanoy Ceballos

Universidad de Nariño  
Facultad de Artes  
Diseño Industrial  
San Juan de Pasto  
2007

El presente trabajo tiene como titulo catalogo interactivo “KHUMANA Joyería contemporánea Presentado por Ever Benavides, Óscar Pantoja y Cristian achicanoy estudiantes del programa de Diseño Industrial, facultad de Artes de la Universidad de Nariño. Proyecto final del Diplomado Diseño multimedia,



\_\_\_\_\_

V' B' D.G. Carolina Zambrano

\_\_\_\_\_

V' B' D.G. Ramiro viveros

\_\_\_\_\_

V' B' D. I. Jorge Mejia

## **NOTA DE RESPONSABILIDAD**

“Las ideas y conclusiones aportadas en este proyecto son responsabilidad exclusiva de los autores”.

Artículo 1 del Acuerdo 324 de Octubre 11 de 1996, emanada del Honorable Consejo Directivo de la Universidad de Nariño.



## **AGRADECIMIENTOS**

A DIOS, a las personas que nos apoyaron constantemente antes y durante nuestra carrera y a la gente que hizo amena nuestro día a día en la Facultad de Artes y en especial al Programa de Diseño Industrial; Gracias a la Universidad de Nariño por aportarnos conocimiento y sabiduría.



## **RESUMEN**

Este proyecto trata sobre el diseño de una aplicación multimedia con el fin de mejorar la manera de comercializar los productos de una empresa.

En este caso la empresa en cuestión es Khumana joyería contemporánea.

Al principio se analiza y se estudia el uso de las metodologías necesarias para la construcción del software multimedia; para dar paso a las técnicas y herramientas para el desarrollo y montaje de un catalogo interactivo el cual esta compuesto por imágenes, textos informativos y animación.

Con el fin de generar un impacto visual en los potenciales clientes, que podrán ver el catalogo desde la comodidad de su casa, oficina o sitio de trabajo.

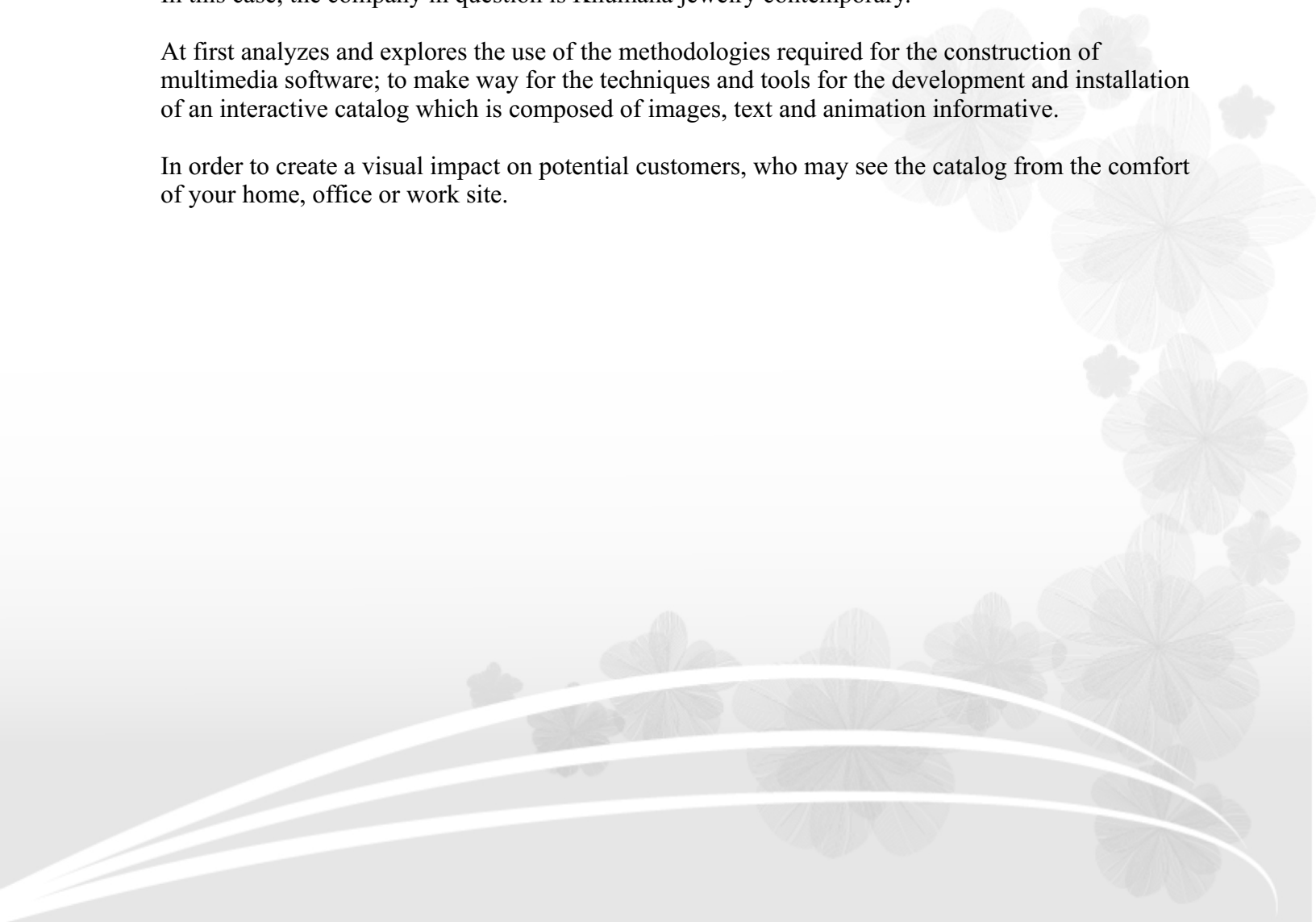
## **ABSTRAC**

This project deals with the design of a multimedia application with a view to improving the way of marketing products of a company.

In this case, the company in question is Khumana jewelry contemporary.

At first analyzes and explores the use of the methodologies required for the construction of multimedia software; to make way for the techniques and tools for the development and installation of an interactive catalog which is composed of images, text and animation informative.

In order to create a visual impact on potential customers, who may see the catalog from the comfort of your home, office or work site.





## GLOSARIO

**KHUMANA:** brillo o resplandor

**RUMI:** Tierra en quechua

**TASIN:** Nido de animales en quechua.

**MILLIQUILLA:** Mama luna en quechua

**WAKA:** Entierro en quechua.

**MALLKI:** Retoño de frutas en quechua

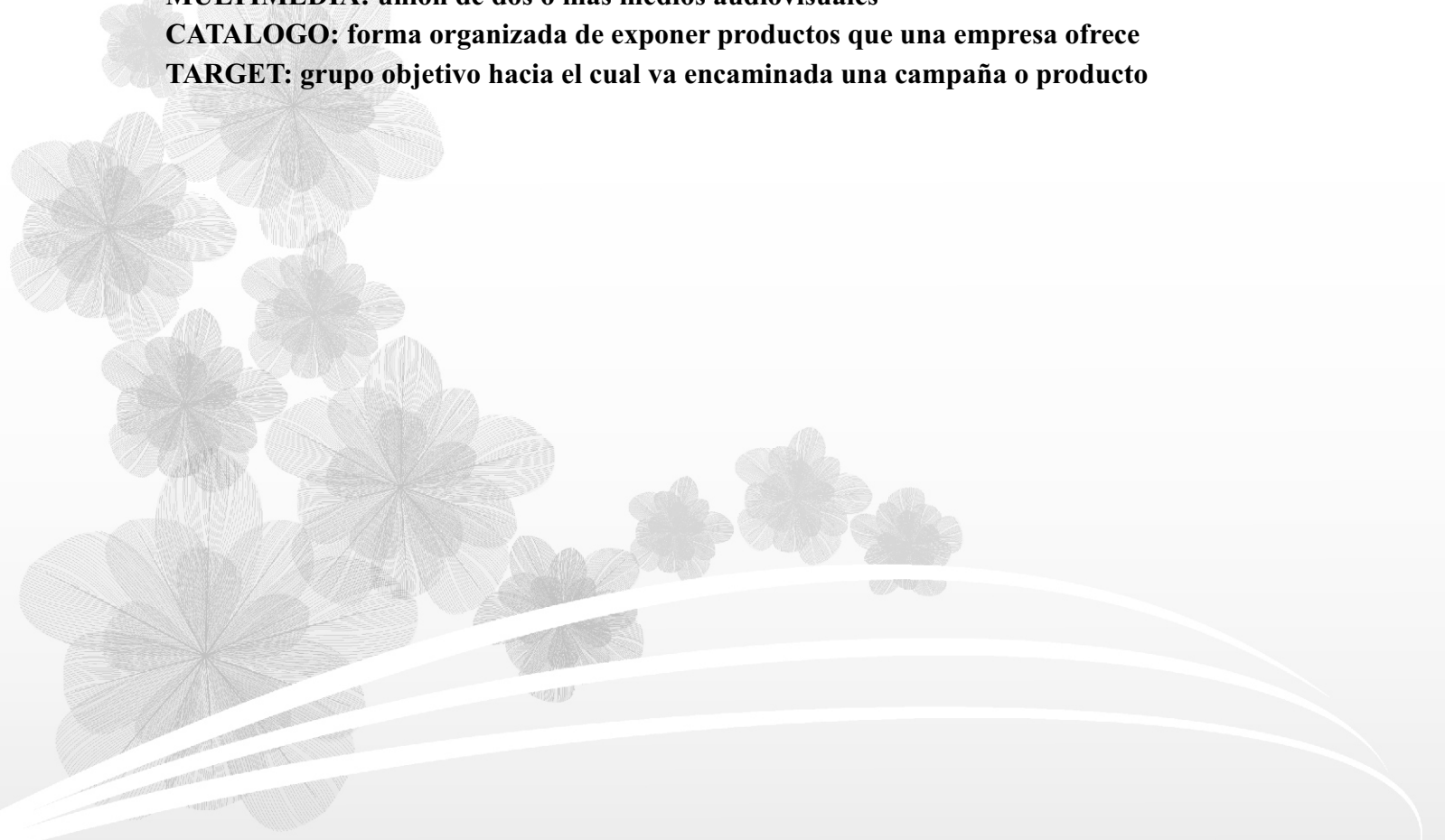
**ENTHOS:** Insecto en latín

**GUISHI:** Tierno en quechua.

**MULTIMEDIA:** unión de dos o mas medios audiovisuales

**CATALOGO:** forma organizada de exponer productos que una empresa ofrece

**TARGET:** grupo objetivo hacia el cual va encaminada una campaña o producto



## Tabla de Contenido

Introducción	
Planteamiento del Problema	
Problema	14
Definición del Problema	14
Plan de Objetivos	14
Objetivo General	15
Objetivos Específicos	15
Justificación	16
Marco Teórico	17
La Creación Digital	17
Qué es Multimedia	18
Tipos de Aplicaciones Multimedia	18
Grados de Interacción del Multimedia	18
Catalogo Interactivo	19
Interfase	19
Metodología	20
Análisis del Problema a Resolver	20
Integración de Medios	20
El Aspecto	20
El Cálculo	20
Planificación	21
Análisis Funcional	21
Especificación de Contenidos	21
Especificación de Requisitos	21

Fase Proyectual	22
Guión	22
Mapa Mental	27
Storyboard	30
Fase Final	36
Información Técnica	40
Textos Multimedia	40
Textos Memorias	42
Fotografías	43
Montaje	43
3d Studio Max	43
Macromedia Flash	43
Illustrator CS2	43
Adobe Photoshop Cs2	43
Corel Draw 12	43
Microsoft Word	43
Instituciones Vinculadas	44
Conclusiones	45
Paginas Para Analizar	46
Bibliografía	47
Créditos	



(1) **khumana** es una empresa Nariñense fundada en noviembre del año 2004, dedicada al Diseño, Producción y Comercialización de productos de **joyería en plata, hechos a mano**, bajo el parámetro de **diseño conceptual**, donde se organizarán los productos en líneas pertenecientes a una colección anual, con un nicho de mercado comprendido por hombres y Mujeres entre los 18 y 55 años de edad, con un marcado gusto por los accesorios en plata elaborados a mano con calidad y diseño.

(2) *”Khumana en una empresa Colombiana, dedicada al diseño, producción y comercialización de joyería en plata. Nuestros materiales varían desde el uso de fibras y resinas propias de nuestra región, hasta el uso perlas y de piedras semipreciosas; trabajamos joyería armada y joyas en filigrana hecha a mano.*

*Desde nuestra proyección social, capacitamos y generamos empleo a jóvenes desplazados por la violencia.”*

(1) Khumana: brillo o resplandor en quechua

(2) [http://www.iberjoya.com/index/cat\\_1/pag\\_4](http://www.iberjoya.com/index/cat_1/pag_4)



# **“Catalogo Khumana”**

Catalogo Electrónico Interactivo

## **Introduccion**

**“Catalogo Khumana”** es un catalogo interactivo que se ha identificado como una herramienta que busca principalmente una relación entre la empresa y el cliente, donde se invita al usuario a mirar y evaluar los productos que la empresa ofrece.

Además busca mejorar la competitividad comercial permitiendo que la empresa se de ha conocer más, mostrando sus productos y/o servicios. A su vez ayudara al cliente a utilizar la información que allí se presenta, para así facilitarle las cosas a la hora de hacer un pedido y que no haya confusión en el trámite de esto.

## **Planteamiento Del Problema**

Las empresas manufactureras de la ciudad de Nariño, en su gran mayoría no poseen un catalogo electrónico, ya sea por permanecer laborando en un medio tradicional o por miedo al cambio, algunas otras razones están vinculadas al factor económico o a la falta de visión frente a los elementos tecnológicos como apoyo al marketing de sus productos.

La falta de utilización de nuevas tecnologías y el uso de herramientas tradicionales de mercadeo, como catálogos impresos, muestras físicas, visitas y otros; han hecho que las empresas no hayan podido mostrar eficazmente sus productos.

Haciendo que no sean lo suficientemente competitivas con empresas de sus mismas características, lo cual les impide crecer y ocupan siempre el mismo lugar en el mercado. Por tal motivo las empresas se deben concientizar en la utilización de nuevas tecnologías permitiendo la globalización de mercados, convirtiendo al mundo en una aldea comercial.

### **Problema**

¿Como promocionar los productos de Khumana de manera eficiente?

### **Definicion Del Problema**

Diseño de un Catalogo interactivo.

## **Plan De Objetivos**

Desde el principio de la investigación se tuvo como principal objetivo el diseño de un catalogo virtual, el cual permitiría dar a conocer los productos de una determinada empresa en este caso “khumana joyería contemporánea”.

Con este catalogo se busca facilitar el proceso de promoción, difusión y comercialización de las joyas de khumana, además de ser esta una herramienta útil tanto como para la empresa (Ventas); como para los potenciales clientes (Compras).

### **Objetivo General**

Diseñar una pieza multimedia que permita difundir promocionar y comercializar los productos de khumana.

### **Objetivos Especificos**

- Presentar las colecciones anuales de la khumana.
- Hacer presentaciones individuales y muy detalladas de cada uno de los productos de la colección.
- Presentarse ante el público con direcciones, fotos, teléfonos, correo electrónico, etc.
- Permitir la instalación de una vitrina en manos de los potenciales clientes invitándolos a conocer y a comprar los nuevos diseños desde la comodidad de su casa, oficina, sitio de trabajo, etc.
- Ayuda a evitar la dilación entre el deseo de comprar un producto y la compra del mismo.
- El lenguaje que se utilizará debe adecuarse al destinatario.
- Coherencia visual.
- Presentación del “Catalogo Khumana” en ferias y eventos afines al diseño.

## Justificacion

El Catálogo Khumana es una herramienta multimedia, para distribuir por algún medio electrónico (E-mail, CD-ROM, Internet, etc.)

Este catálogo le permitirá a khumana publicar todos sus productos (incluyendo fotografías, especificaciones, fichas técnicas, materiales, costos, etc.)

Disminuirá considerablemente los costos por concepto de impresión, incluso en algunos casos estos costos se eliminarán por completo.

No será necesario esperar la siguiente versión del catálogo impreso para modificar un precio, publicar alguna promoción, eliminar un producto discontinuado o agregar un producto nuevo, ya que el catálogo siempre estará actualizado gracias a herramientas basadas en programación que integraremos, para que khumana pueda hacer actualizaciones en cualquier momento.

Por eso la importancia que por medio del diseño se habrá nuevas alternativas para la venta de productos. Gracias a los adelantos tecnológicos en los programas propios del diseño se podrá brindar a la empresa una forma fácil y novedosa, en la que el cliente pueda acceder a la información completa y detallada de la misma.

Esta multimedia será una herramienta interactiva que involucrará al cliente de principio a fin en la búsqueda de información que desee de la empresa, despertando en él, el interés en los productos que khumana ofrece. De esta manera los consumidores que esperan que su experiencia de compras resulte lo más parecido a una visita física; Queden satisfechos con lo que adquieran.

Lo anterior permitirá que la empresa adquiera ventajas competitivas en la apertura de nuevos mercados.



## **Marco Teorico**

La falta de un sistema que recopile y muestre una información detallada , particular y ágil de los diferentes productos y servicios que ofrece una empresa y la utilización de herramientas tradicionales, son algunos de los factores que han hecho que las empresas de hoy, no hayan podido ser lo suficientemente competitivas en el mercado y en su participación en los adelantos tecnológicos, haciendo deficiente el objetivo fundamental de cualquier empresa (la rentabilidad) retrasando así su entrada a la globalización tanto del mercado como de la tecnología.

La investigación previa arrojó resultados tales como, las ventajas que tienen los catálogos electrónicos sobre los impresos. (Interactividad, info. adicional, actualización y alcance).

Esto significa que las empresas en vía de aumentar su rentabilidad deben tener una herramienta que le sirva como un canal alternativo para ingresar a nuevos mercados tanto a nivel nacional como internacional.

Para eso implementamos los siguientes pasos:

### **La Creación Digital**

Las nuevas tecnologías posibilitan una nueva forma de comunicación en la que la informática toma una papel destacado A nuestro alcance tenemos diversas herramientas que nos permiten trabajar con estos objetos y combinarlos de diversas maneras, para dar forma a una aplicación multimedia. El diseño de aplicaciones multimedia, la combinación de estos elementos de las más diversas fuentes, es mitad ciencia, mitad arte. Ciencia porque debemos conocer y emplear una serie de técnicas, y arte porque debemos ejecutarlas y combinarlas con cierto estilo para lograr atraer y absorber la atención del Cliente al producto final.

## Qué es Multimedia

La palabra “multimedia” se traduce etimológicamente como “muchos medios”, entendiendo como medio un vehículo para la comunicación humana. Multimedia, por tanto, es la combinación por medio de la informática de diversos medios, ya sean textuales, visuales, sonoros o de otro tipo, en la composición de una aplicación informática.

(3) Multimedia es la conjugación de elementos como fotografía, animación, sonido, vídeo clips y textos informativos.

(3) Tay Vaughan

*“Todo el poder de la Multimedia”*

## Tipos de Aplicaciones Multimedia

Cuando empleamos y combinamos al menos dos de los medios descritos, podemos hablar de “aplicación multimedia”. Esta contará con un cierto grado de interactividad hacia el Cliente, permitiendo la navegación por los medios contenidos y dirigiendo la atención hacia unos u otros, por unos cauces preestablecidos.

(4) Para definir con mayor exactitud el tipo de aplicación al que nos estamos refiriendo, deben considerarse una serie de factores, entre ellos: Objetivo al que se dirige (target) profesionales, estudiantes, Clientes de una determinada empresas, gran público, etc.

(4) Alfonso de la Fuente Ruiz

*“Metodología de Desarrollo de Aplicaciones Multimedia”*

## Grados de Interacción del Multimedia

Si no permite ninguna interacción, la aplicación pasa a denominarse presentación y el papel del Cliente será únicamente contemplativo (Observador)

En el caso del catalogo khumana se trata de una interacción con manipulación directa o interfaces graficas que están construidas con elementos visuales en forma de iconos, menús y pulsadores. Estos elementos están considerados como dispositivos metafóricos de una realidad familiar.

## Catalogo Interactivo

Es por eso que se dice que el catalogo Khumana es interactivo, por que habrá interacción con el Cliente, ya que se Presenta como un esquema comunicacional y bi-direccional, captando la atención del cliente en el producto. Brindándole a khumana información valiosa sobre los gustos de los clientes para así, optimizar sus procesos.

(Diseño, Producción y Comercialización.)

## Interfase

(5)Las interfaces básicas de usuario son aquellas que incluyen cosas como menús, ventanas, teclado, ratón, los "beeps" y algunos otros sonidos que la computadora hace, en general, todos aquellos canales por los cuales se permite la comunicación entre el hombre y la computadora.

El catalogo Khumana será la interfase que propicie el vinculo entre la empresa y el cliente con unas rutas pre-establecidas para conducirlo por los ámbitos que sean de su interés (Empresa, Catalogo y Contactos).

Esta interfase se desarrollo en su gran mayoría en **Macromedia Flash** Por lo cual contiene elementos de programación que permiten que la actualización de la información e imágenes se realice de manera eficaz.

(5)Lewis y Rieman [1993]

*“comunicación Hombre Maquina”*

## Metodologia

**Análisis del Problema a Resolver:** diseño de un catalogo interactivo.

Los consumidores actuales esperan que su experiencia de compras resulte lo más parecido a una visita a un negocio físico. Esto ha llevado a khumana a optar por usar nuevas herramientas para que los clientes puedan acceder a un catalogo virtual que muestra los productos en un nuevo nivel de interacción.

### **Integración de Medios:**

Para resolver el problema anterior utilizamos diferentes medios, Textos, fotografías y Animación.

Para esto fue necesario ordenarlos, combinarlos, secuenciarlos y sincronizarlos de modo que logremos que la comunicación sea bi-direccional y sin trabas.

### **El Aspecto:**

Una de las cualidades que mejor define al catalogo Khumana es lo “visual”. Con esta aplicación multimedia no sólo se busca ejecutar un conjunto de instrucciones que realicen ciertas operaciones, también debemos conseguir que la información se integre a la multimedia de manera armoniosa de modo que los contenidos a transmitir se presenten de forma apropiada y que los haga atractivos al cliente para que concentre su atención en el.

### **Cálculo:**

La aplicación debe realizar una serie de operaciones sobre la información de la multimedia de la manera más eficiente posible y para ello se debe utilizar un lenguaje claro con el cliente.

## **Especificación de requisitos**

- \* Requisitos del catalogo de producto (Fotografías, Fichas técnica, Precio y Código) esto hará que sea haga exposición ordenada de los productos.
- \* Presentación de la empresa (dirección, teléfono, e-mail, sitio Web y reseña)
- \* Fácil actualización de información y base de datos.
- \* El cliente puede predeterminar los colores de algunas de las piezas (interactividad).

## **Análisis funcional**

A partir de la definición de los requisitos que elaboramos en la fase anterior; establecemos un guión de las funciones que la multimedia debería realizar. Esto se llevo a cabo en la fase proyectual del diseño del catalogo; simplemente deseábamos conocer aproximadamente cuál será la complejidad las funciones (Guión).

## **Especificación de contenidos**

En una aplicación multimedia, está claro que los “media” que emplearemos toman un papel de suma importancia. Ocasionalmente, Khumana suministro una serie de documentos (textuales y fotográficos) para su incluirlos dentro de la aplicación.

## **Planificación**

Una vez que hemos pasado por la especificación de requisitos, el análisis funcional y la especificación de contenidos, realizamos una planificación de tareas que debía realizar la multimedia.

La planificación temporal del proyecto se guía por unos principios básicos: División en pantallazos: debe dividirse en un número manejable de tareas y actividades, descomponiendo tanto el producto como el proceso. (Mapa Mental)

# Fase Proyectual

## Guion

Descripción detallada de todas y cada una de las escenas del producto audiovisual. En este caso, cada uno de los pantallazos del proyecto.

## Componentes de Cada Pantallazo

- Tareas de Entrada: acciones que se producen antes de que el usuario interactúe.
- Tareas de Fondo: acciones que se ejecutan mientras el usuario no realiza acción alguna.
- Tareas Interactivas: zona sensibles a la interacción (normalmente al clic del ratón o al paso del cursor) sobre un fondo.
- Tareas de Salida: acciones que se realizan al abandonar una escena o después de ejecutar una acción.

<b>Pantalla 1</b>	
<b>Imagen</b>	Florz.jpg : (imagen fija)
<b>Sonido</b>	Track1.mp3 : (sonido de fondo, musica instrumental)
<b>Texto</b>	Nombre.txt : (razón social de Khumana joyería contemporánea) Texto1.txt: (joyería en plata, hecho a mano, diseño conceptual)
<b>Accion</b>	Botón Empresa : <b>doble click</b> (avanza a Pantalla 2) Botón Catalogo : <b>doble click</b> (avanza a Pantalla 3) Botón Contacto : <b>doble click</b> (avanza a Pantalla 4)

## Pantalla 2

<b>Imagen</b>	Florz.jpg : (imagen fija) Empresa.jpg (imagen fija) Almacen.jpg : (imagen fija) Feria.jpg : (imagen fija)
<b>Sonido</b>	Track1.mp3 : (sonido de fondo, musica instrumental)
<b>Texto</b>	Empresa.txt : (breve descripcion de Khumana joyería contemporánea) Almacen.txt: (ciudad,direccion,telefono,etc) Ferias.txt: (participacion en ferias)
<b>Accion</b>	Botón Empresa : <b>sobre</b> (despliega Empresa.jpg, Empresa.txt) Botón Almacen : <b>sobre</b> (despliega Almacen.jpg, Almacen.txt) Botón Ferias : <b>sobre</b> (despliega Ferias.jpg, Ferias.txt)



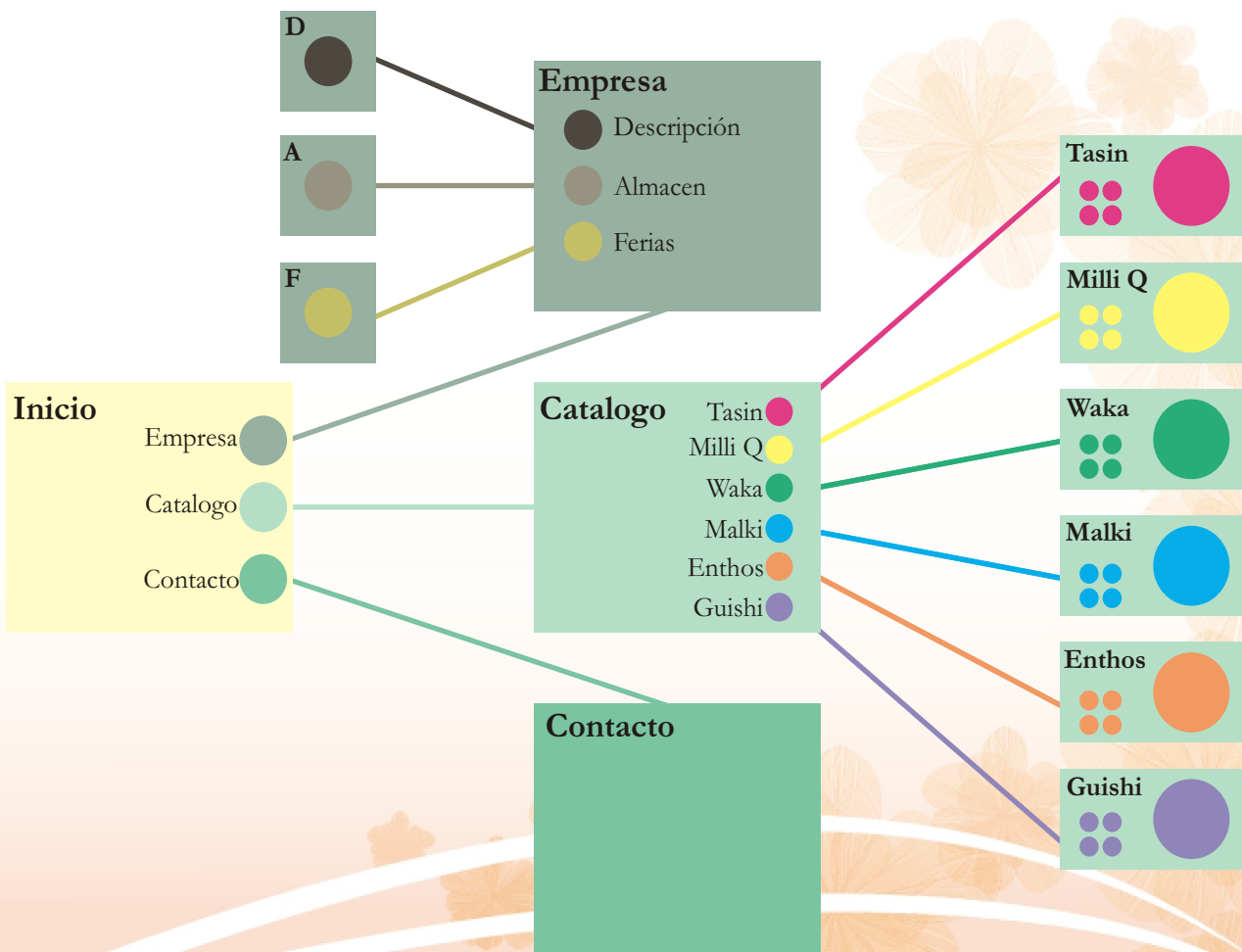
### Pantalla 3

<b>Imagen</b>	Florz.jpg : (imagen fija) Color1-6.jpg (imagen Animada)
<b>Sonido</b>	Track1.mp3 : (sonido de fondo, musica instrumental)
<b>Texto</b>	Color1-6.txt : (explicación del nombre de cada linea de la Colección de acuerdo con el botón que oprima del 1-6) Infojoya.txt : (ficha tecnica de cada/joya)
<b>Accion</b>	6 botones de Colores diferentes cada uno despliega una de las 6 lineas de la colección, al darle <b>doble click aparecen jpg</b> de las joyas de la linea elegida, esto jpg a su vez actuan como botones al pasar <b>sobre</b> ellos se <b>amplian</b> y al darles <b>un click muestra</b> la fotografia de este con su respectiva ficha tecnica.

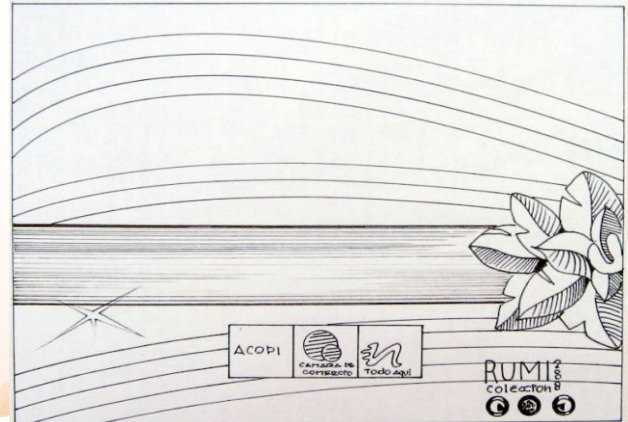
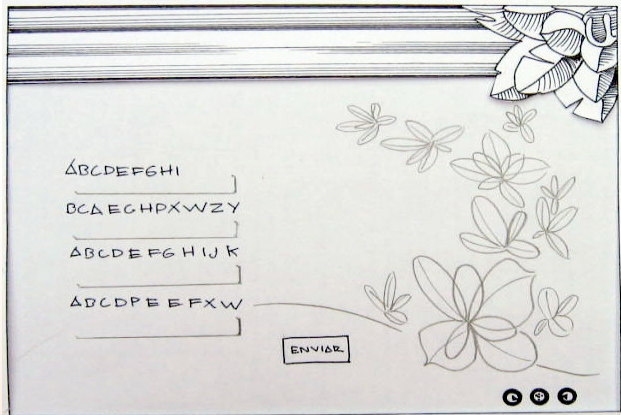
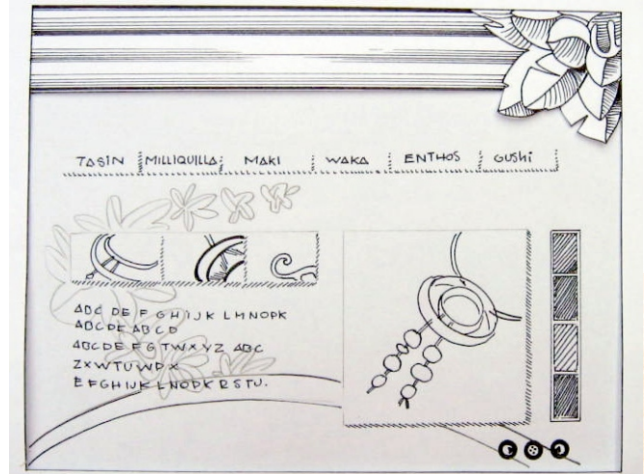
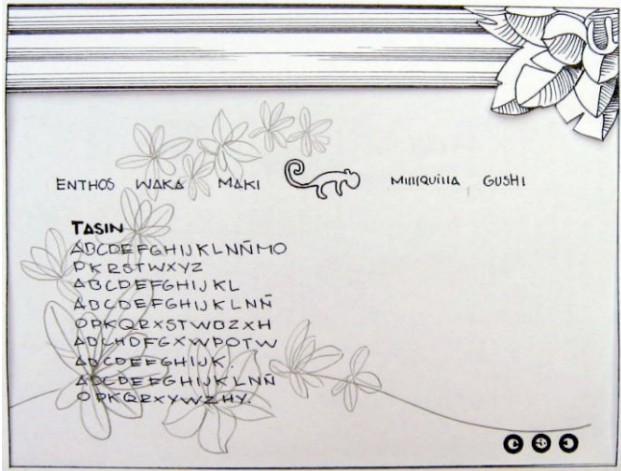
<b>Pantalla 4</b>	
<b>Imagen</b>	Florz.jpg : (imagen fija)
<b>Sonido</b>	Track1.mp3 : (sonido de fondo, musica instrumental)
<b>Texto</b>	Contacto.txt : (informacion del cliente y el pedido que va a realizar)
<b>Accion</b>	Muestra el formato de compra,envio y formas de pago

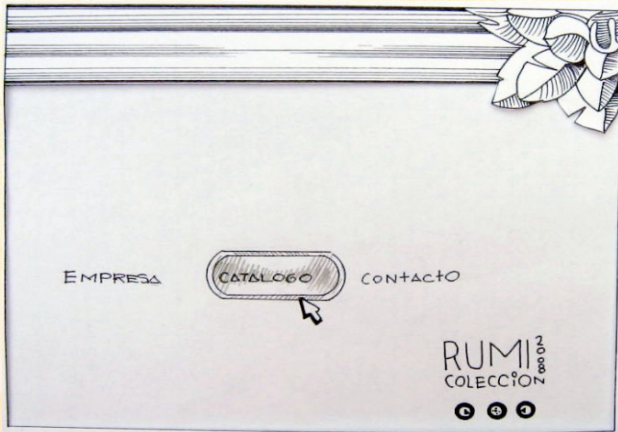
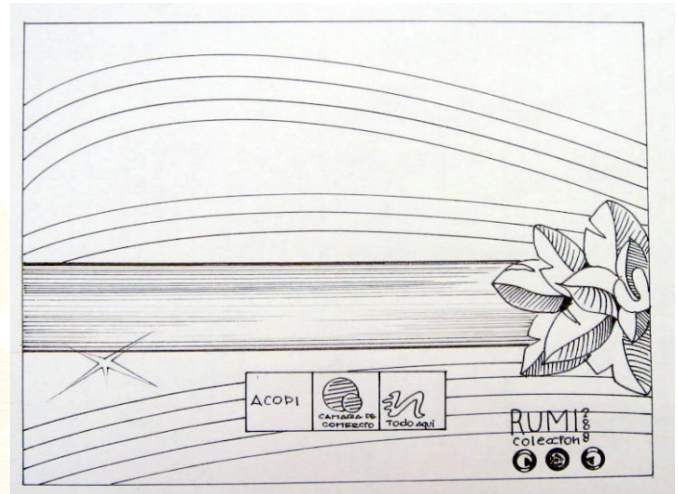
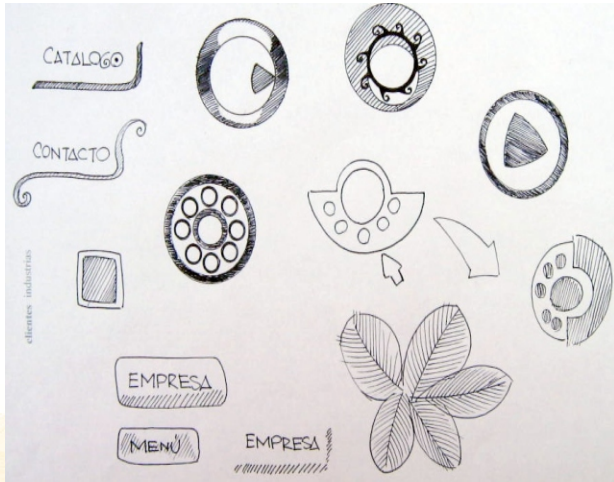
## Mapa Mental

Esta herramienta permite la memorización, organización y representación de la información presente dentro de la pieza multimedia con el propósito de facilitar los procesos de navegación dentro de la misma.



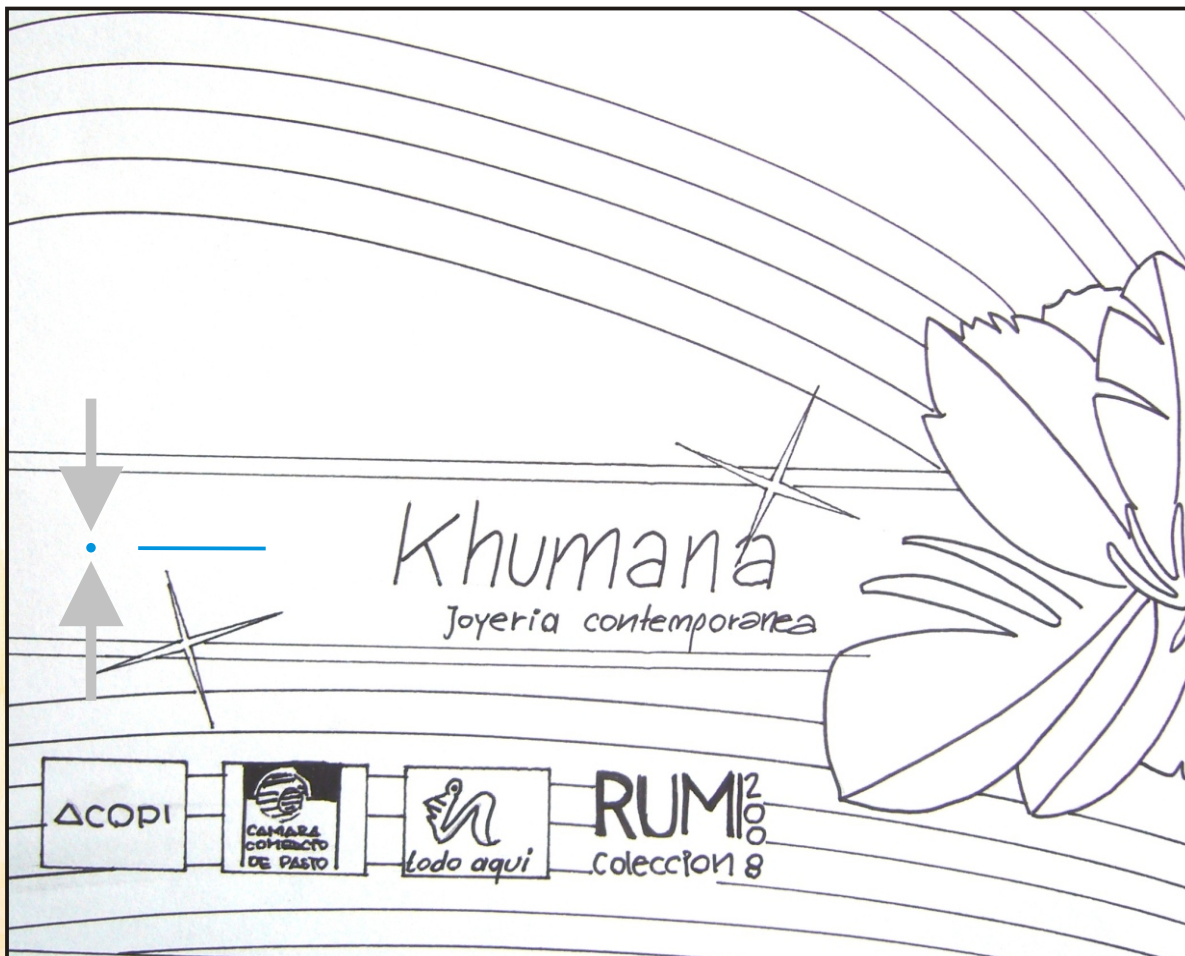
# Bocetos



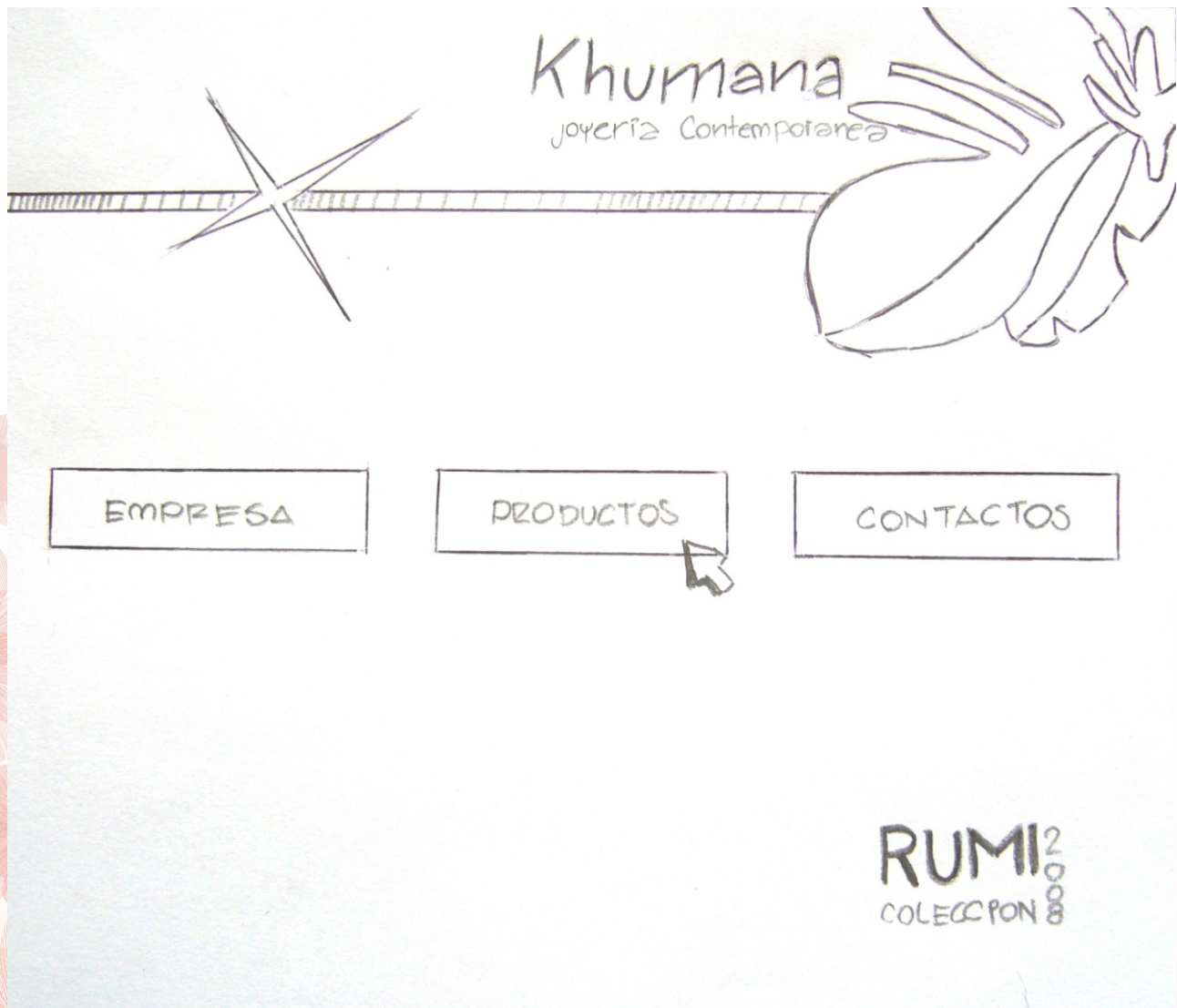


## Story Board

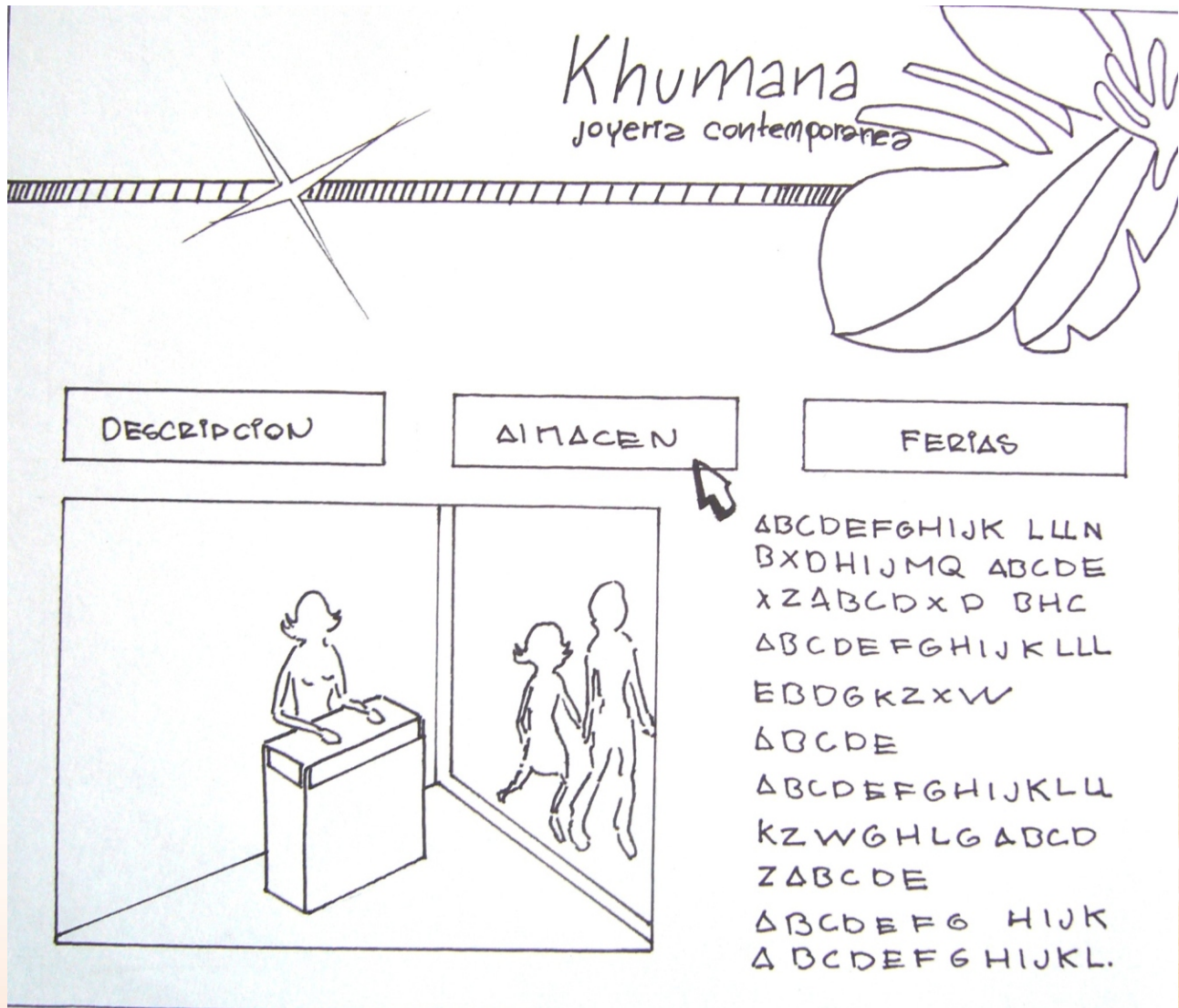
En la siguiente secuencia se pretende pre-visualizar por medio del story board, los diferentes pantallazos y la animación, con el fin de seguir la secuencia del catalogo.



Esta es el pantallazo 1 el cual lleva una animación a manera de intro. Tiene el nombre y el logo de khumana ademas de los logos de las entidades que la patrocinan. Al final de dicha animacion la pantalla se despliega horizontalmente para mostrarnos el menu principal.



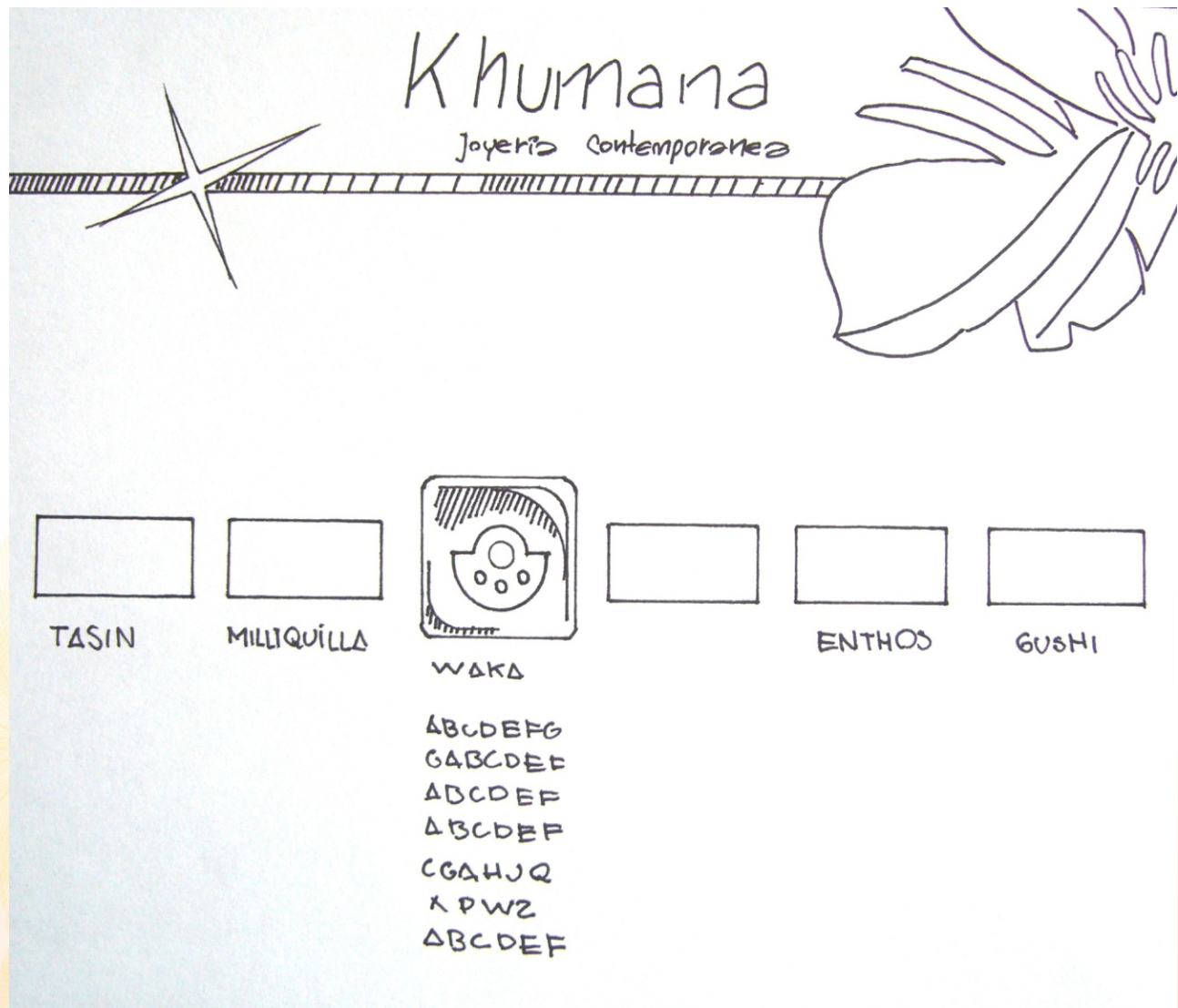
Esta es el mismo pantallazo de menu principal, hay tres (3) botones del menu principal: Empresa, Catalogo y Contactos. Los que nos llevan a sus respectivas pantallas.



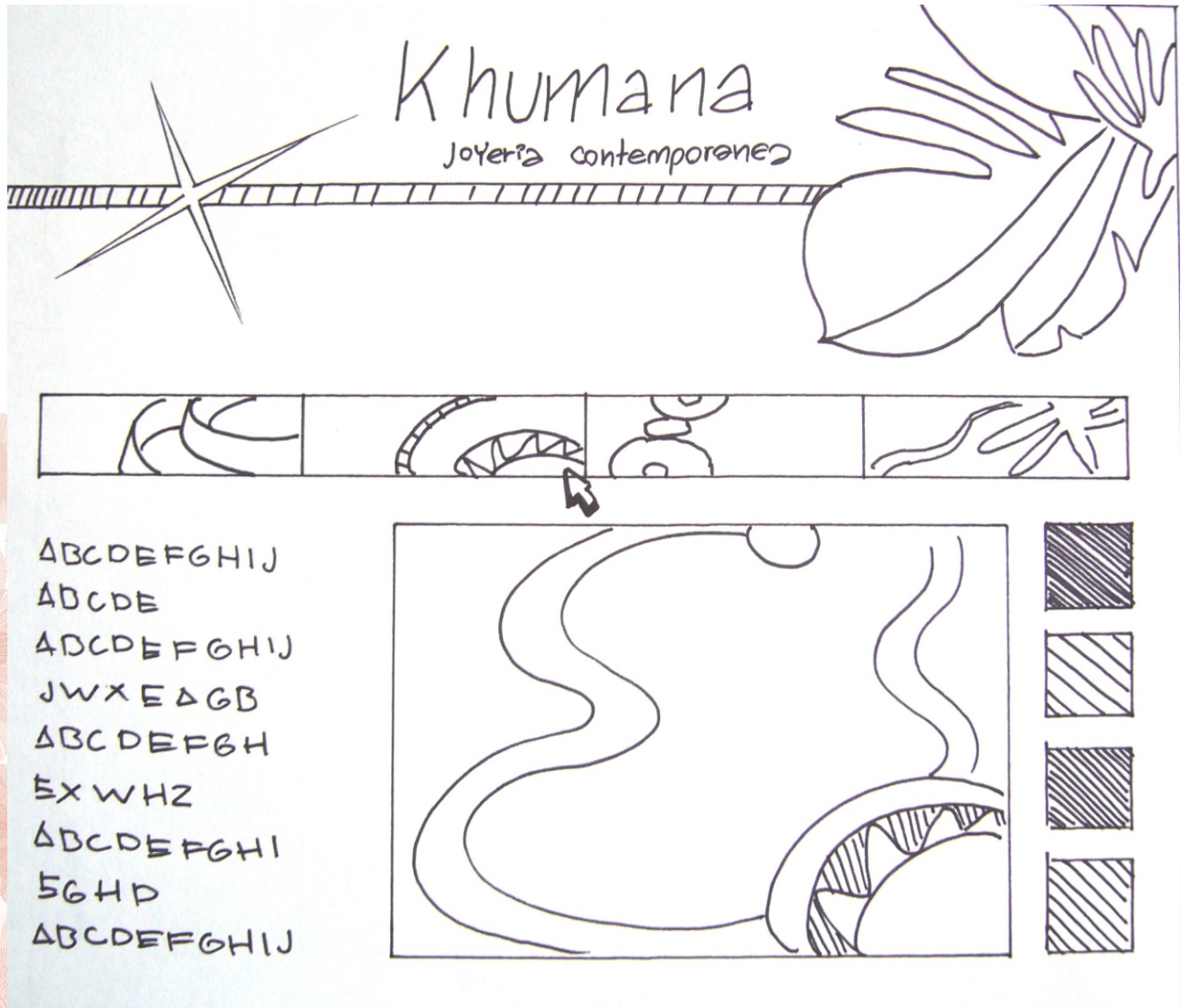
Esta es la pantalla que se despliega si se oprime el botón **EMPRESA** el cual tiene un sub-menu que consta de tres (3) botones : Descripción, Almacén y Ferias.

Cada uno de los cuales mostrara diferentes imágenes jpg de acuerdo con la opción, estos botones no se necesita ser oprimidos, si no simplemente se pasa el puntero sobre ellos para ver las imágenes y la información según sea el caso.

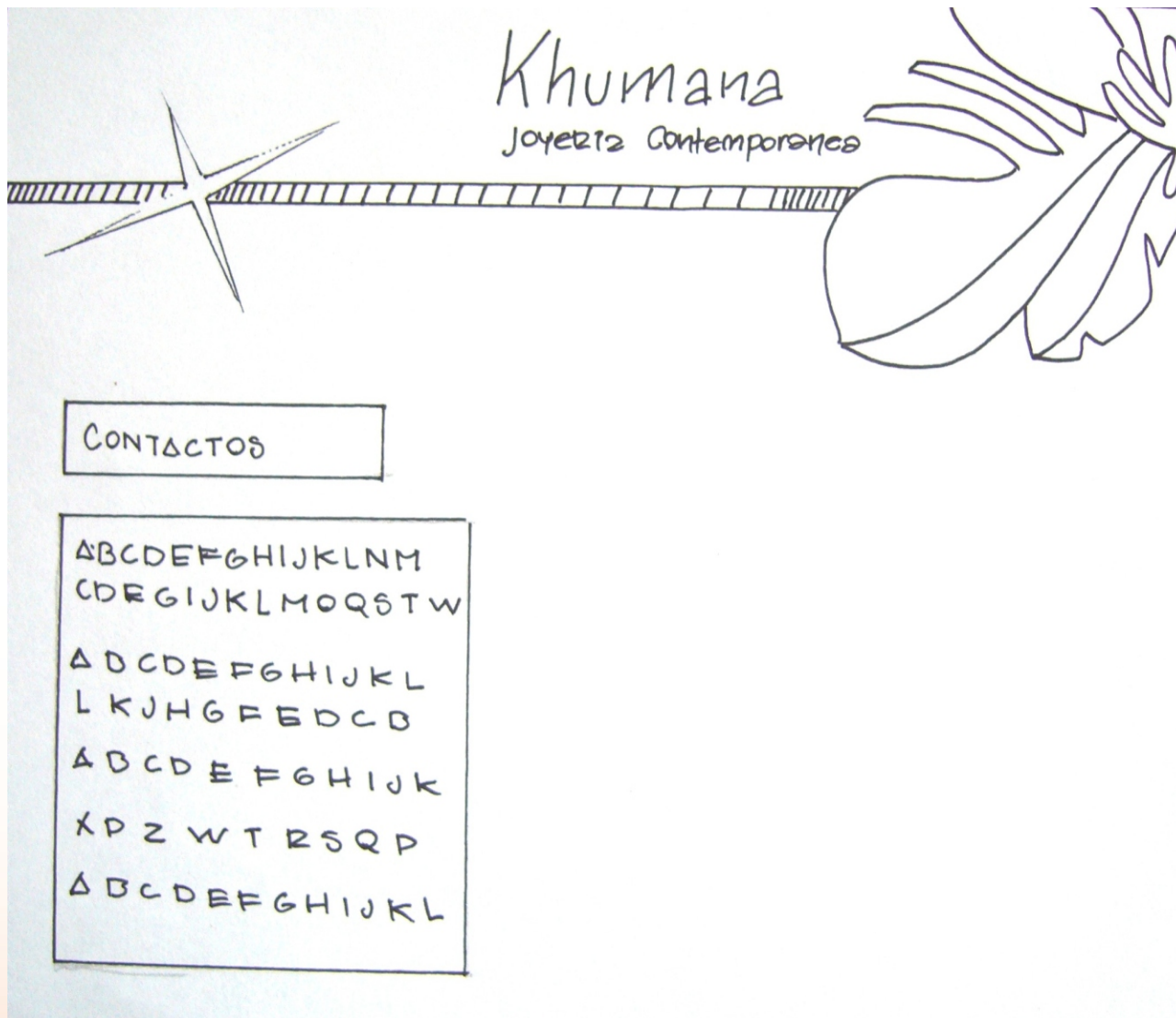




Esta es la pantalla que se despliega si se oprime el botón **CATALOGO** el cual tiene un sub-menu que consta de seis (6) botones : correspondientes a cada línea de la colección del año. Tasin, Milli-Quilla, Waka, Maki, Enthos y Guishi.



Al darle doble click sobre uno de los anteriores (6) botones , se presentaran pequeños fragmentos de las fotografías las cuales al pasar sobre se mostrara la misma fotografía en un tamaño mas grande ademas de la información de cada joya.



Esta es la pantalla que se despliega si se oprime el botón **CONTACTO** aquí se despliega un formulario en donde se deben consignar datos del cliente como :nombre, dirección, teléfono, e-mail, etc. Además de la REF de la joya de su gusto. Todo esto con el fin de evitar confusión en el momento de hacer un pedido y para evitar confusiones.

## Fase Final



Para mostrar la fase final daremos los clicks necesarios para llegar hasta un producto como ejemplo. esta pantalla es el del intro al catalogo y aquí corre una animación. Al final nos mostrara un boton de **entrar**. Para acceder al menu principal

Empresa **Catalogo** Contacto



Empresa Catalogo **Contacto**



Esta pantalla la denominamos **menu principal** aquí encuentran tres botones dependiendo donde se clickea se pasara a la siguiente pantalla (Empresa, Catalogo y Contacto) en el ejemplo el cursor va a **catalogo** para acceder a la colección RUMI 2008

Para eso damos doble click en **catalogo** así se pasa a la siguiente pantalla.

Tasin

Milli

Waka

Mallki

Enthos

Ghuisi

Tasin

Milli

Waka

Mallki

Enthos

Ghuisi

# Colección<sup>2</sup> **RUMI**<sub>008</sub>

El punto de partida de la colección RUMI 2008 es la identidad nariñense vista desde varios referentes como: la naturaleza, el trabajo cerámico y orfebre de nuestros antepasados, su cosmogonía nuestros mitos y leyendas, etc.

Para diseñar, me conecto con mis raíces y genero propuestas nuevas.



Ya entramos en CATALOGO aquí se muestra una animación explicando de que se trata la colección.

Para acceder a una de las líneas damos click sobre uno de los nombres de cada líneas.

Ver ejemplo arriba.



Mallki: retoño de frutas  
en el idioma quechua.

Khumana  
joyería contemporánea

Tasin

Milli

Waka

Mallki

Enthos

Ghuisi

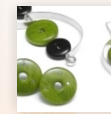


Título:  
juego lulo

Material:  
plata 925/semillas




Diseño:  
Fausto lopez

Ref:  
mk01 aretes lulo  
mk02 collar lulo



En la llacta crecer / para vos y para mi



Ya estamos en una de las líneas (**mallki**), se ha desplegado una serie de pequeños fragmentos de fotografía; al pasar el puntero sobre cada una de ellas se presentará la fotografía total de la joya en la parte derecha de la pantalla. Además cambia la información contenida en la casilla de info. Para regresar  menú inicio  siguiente  estos están presentes en todos los pantallazos.

## INFORMACION TECNICA

### Textos Multimedia

Papyrus

abcdefghijkln

m ñ o p q r s t v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

ABCDEFGHIJKLMN

MÑOPQRSTUVWXYZ

Fuente diseñada por el americano Chris Costello es un inusual tipo de letra romana que efectivamente fusiona la elegancia de un tipo tradicional romano letterform.

Proveedor: MyFonts.com Licencia: Comercial.



# Univers

a b c d e f g h i j k l n m  
ñ o p q r s t v w x y z  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9  
A B C D E F G H I J K L N M  
Ñ O P Q R S T V W X Y Z

Univers Condensed (en formato TrueType Font de Windows), Forma parte de la familia Univers, un tipo de letra sin serifa (un pequeño pie que tiene cada letra), recomendadas para trabajos que van a ser vistos en un monitor o entorno virtual, ya que al estar formadas por píxeles resultan más cómodas de leer.

# Times New Román

a b c d e f g h I j k l n m

ñ o p q r s t v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

A B C D E F G H I J K L N M

Ñ O P Q R S T V W X Y Z

Es una tipografía del tipo serif encargada por el periódico *The Times* (Londres) en 1931 y diseñada por Stanley Morison junto a Starling Burgess y Victor Lardent. Fue publicada por primera vez por Monotype Corporation en 1932. Aunque no es utilizada actualmente por *The Times*, se encuentra muy extendida para la impresión de libros.

**FOTOGRAFIAS:** estas fueron obtenidas con una cámara LUMIX de PANASONIC (DMC-LS2/ 1:2.85.0/5.8-17.4 ASPH. Optical 3x Zoom)

**MONTAJE:** Para los retoque, edición y montaje de la pieza multimedia se utilizo un PC G&E System (Microsoft Windows XP Professional, Versión 2002, Service pack 2), Equipo (Intel® Pentium® 4, 2.50Ghz-2.99Ghz, 512RAM).

CD recordable 2x-56x (CD-R 700MB/80Min). Y se utilizaron los siguientes programas:

*Sus definiciones fueron tomadas de Wikipedia la enciclopedia libre*

<http://es.wikipedia.org>

- **3d Studio Max** es un programa de creación de gráficos y animación 3D desarrollado por Autodesk Media & Entertainment .  
<http://www.autodesk.es>
- **Macromedia Flash** se refiere tanto al programa de edición multimedia; escrito y distribuido por Adobe, que utiliza gráficos vectoriales e imágenes ráster, sonido, código de programa, flujo de vídeo y audio bidireccional.  
<http://www.adobe.com/es>
- **Illustrator CS2** es un programa informático para diseño gráfico, desarrollado y comercializado por Adobe Systems, que ha definido en cierta manera el lenguaje gráfico contemporáneo mediante el dibujo vectorial.  
<Http://www.adobe.com/es>
- **Adobe Photoshop CS2** es una aplicación informática de edición y retoque de imágenes bitmap, jpeg, gif, etc, elaborada por la compañía de software Adobe inicialmente para computadores Apple pero posteriormente también para plataformas PC con sistema operativo Windows.  
<Http://www.adobe.com/es>

*Además de otros programas como:*

- **Corel Draw 12** programa de dibujo vectorial, y de edición de imágenes y fotografías corel photo-paint, comercializados conjuntamente en su versión x3, su programa para maquetado corel ventura 10, su programa para artistas corel painter en su versión  
<http://www.corel.com/>
- **Microsoft Word** es un procesador de texto creado por Microsoft Originalmente desarrollado por Richard Brodie para el ordenador de IBM con el sistema operativo DOS en 1983. Se crearon versiones posteriores Apple Macintosh en 1984 y Microsoft Windows en 1989, siendo esta última versión la más difundida en la actualidad, llegando a ser el procesador de texto más popular

**Khumana cuenta con el apoyo**

**Khumana**  
Joyería contemporánea



CORPORACION INCUBADORA  
DE EMPRESAS DE NARIÑO



## Conclusiones

- Podemos concluir que un catalogo virtual es la manera mas eficaz de difundir información de una forma dinámica y al alcance de muchas personas.
- El catalogo virtual sirve para ampliar los horizontes de una empresa.
- En el caso de khumana este le servirá para posicionarse como una de las mejores empresas dedicadas a la producción de joyas en el departamento de Nariño.
- También se resalta la importancia de tener un catalogo virtual para abrir las puertas al mundo, a través de la red. Al promocionar sus productos, puesto que es la mejor opción a la hora de capturar potenciales clientes dentro y fuera del país.
- Las interfaces de usuario, como vínculo de inmersión del hombre en el entorno de trabajo tecnológico actual, realzan su importancia en el desarrollo de nuevos productos, más eficaces e interactivos, que es lo que el mercado actual demanda.
- Destacar el valor de las nuevas herramientas tecnologías y sus avances.

## PAGINAS PARA ANALIZAR

- <http://www.cataloguedesignservices.com>
- <http://www.elcomercial.net/diccionario/c.htm>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Multimedia>
- <http://personal2.redestb.es/jevabe/guion.htm>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Storyboard>
- <http://www.conocimientoysociedad.com/mapas.html>
- Instituto Técnico Superior México, curso de interfaz de Usuario:  
<http://webdia.cem.itesm.mx/ac/rtrejo/Interfaz/index.html>
- <http://www.bayesinf.com/spanish/product/forphone/help/4inteelem/contens.htm>
- Universidad Autónoma de Guadalajara, Tutorial "Diseño de una Interfaz Gráfica":  
<http://www.uag.mx/66/proceso1.htm>
- Comunicación Hombre Máquina.  
<Http://www.lsi.us.es/docencia/asignaturas/dihm/tema1/tema1.html>

## BIBLIOGRAFIA

- Bruno Munari “ Como Nacen Los Objetos”
- Maria Ledesma “ El Diseño Es Un Acto Comunicativo”
- Leonor Arfuch “Una Fase En El Proceso Creativo”
- Gui Bonsiepe “ Del diseño a la Interfase”
- Vaughan, Tay. Todo el poder de la Multimedia. Segunda Edición. Editorial Mc Graw Hill.
- Hector Bolaños “Diccionario Pastuso”
- Enciclopedia Encarta 99, Interfaz de Usuario
- Enciclopedia del Estudiante, Larpress 99, Interfaz Hombre-Máquina.

## CREDITOS

El presente trabajo que consta de un CD-ROM Multimedia que acompaña a estas memorias fueron hechas en su totalidad por los estudiantes de diseño industrial:

- Ever Benavides
- Oscar Pantoja
- Cristian Achicanoy

Inscritos en el Programa de Diseño Industrial de la Facultad de Artes de La Universidad de Nariño, Sede Torobajo.

Con el fin de sustentar el trabajo final del Diplomado en Diseño Multimedia.



Universidad de **Nariño**

San Juan de Pasto

2007