



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

TEMA:

**“DISEÑO DE SITIO WEB PARA PRESENTAR LAS ACTIVIDADES
BENÉFICAS A LOS PATROCINADORES REALES Y POTENCIALES DE LA
ORGANIZACIÓN NO LUCRATIVA ASOCIACIÓN DESAFÍO.
GUATEMALA, GUATEMALA 2014.”**

PROYECTO DE GRADUACIÓN

Presentado a la Facultad de Ciencias De la Comunicación de la Universidad Galileo,
Guatemala, C.A.

Elaborado por:

Ingrid Marina Contreras Rodríguez

Carné: 09000266

Para optar al título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción, enero 2014

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

TEMA:

**“DISEÑO DE SITIO WEB PARA PRESENTAR LAS ACTIVIDADES
BENÉFICAS A LOS PATROCINADORES REALES Y POTENCIALES DE LA
ORGANIZACIÓN NO LUCRATIVA ASOCIACIÓN DESAFÍO.
GUATEMALA, GUATEMALA 2014.”**

PROYECTO DE GRADUACIÓN

Presentado a la Facultad de Ciencias De la Comunicación de la Universidad Galileo,
Guatemala, C.A.

Elaborado por:

Ingrid Marina Contreras Rodríguez

Carné: 09000266

Para optar al título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción, enero 2014

Guatemala 05 de junio de 2013

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

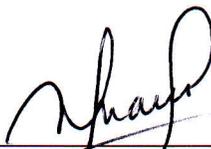
Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de Proyecto de Graduación titulado:
DISEÑO DE SITIO WEB PARA PRESENTAR LAS ACTIVIDADES BENÉFICAS A LOS PATROCINADORES REALES Y POTENCIALES DE LA ORGANIZACIÓN NO LUCRATIVA ASOCIACIÓN DESAFÍO. GUATEMALA, GUATEMALA 2014. Asimismo solicito que la Wendy Franco, sea quien me asesore en la elaboración del mismo.

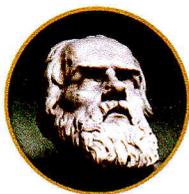
Atentamente,



Ingrid Mariña Contreras Rodríguez
09000266



Licda. Wendy Franco
Asesor



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 09 de julio de 2013

**Señorita
Ingrid Marina Contreras Rodríguez
Presente**

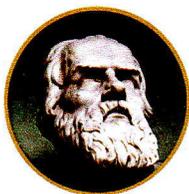
Estimada Señorita Contreras:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE SITIO WEB PARA PRESENTAR LAS ACTIVIDADES BENÉFICAS A LOS PATROCINADORES REALES Y POTENCIALES DE LA ORGANIZACIÓN NO LUCRATIVA ASOCIACIÓN DESAFÍO. GUATEMALA, GUATEMALA 2014.** Asimismo, se aprueba a la Licda. Wendy Franco, como asesora de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 11 de enero de 2014

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

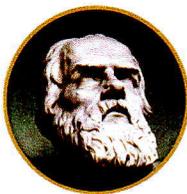
Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el Proyecto de Graduación titulado: **DISEÑO DE SITIO WEB PARA PRESENTAR LAS ACTIVIDADES BENÉFICAS A LOS PATROCINADORES REALES Y POTENCIALES DE LA ORGANIZACIÓN NO LUCRATIVA ASOCIACIÓN DESAFÍO. GUATEMALA, GUATEMALA 2014.** Presentado por la estudiante: Ingrid Marina Contreras Rodríguez, con número de carné: 09000266, está concluido a mi entera satisfacción, por lo que se extiende la presente aprobación para continuar así el proceso de titulación profesional.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Licda. Wendy Franco
Asesora



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 19 de mayo de 2014

**Señorita
Ingrid Marina Contreras Rodríguez
Presente**

Estimada Señorita Contreras:

Después de haber realizado su examen privado para optar al título de Licenciatura en Comunicación y Diseño de la **FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN** de la Universidad Galileo, me complace informarle que ha **APROBADO** dicho examen, motivo por el cual me permito felicitarle.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación

Ciudad de Guatemala, 22 de julio de 2014.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

Universidad Galileo

Presente

Señor Decano:

Le informo que la tesis: **DISEÑO DE SITIO WEB PARA PRESENTAR LAS ACTIVIDADES BENÉFICAS A LOS PATROCINADORES REALES Y POTENCIALES DE LA ORGANIZACIÓN NO LUCRATIVA ASOCIACIÓN DESAFÍO. GUATEMALA, GUATEMALA 2014**, de la estudiante Ingrid Marina Contreras Rodríguez, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente.



Lic. Edgar Lizardo Porres Velásquez

Asesor Lingüístico

Universidad Galileo



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 29 de julio de 2014

**Señorita
Ingrid Marina Contreras Rodríguez
Presente**

Estimada Señorita Contreras:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE SITIO WEB PARA PRESENTAR LAS ACTIVIDADES BENÉFICAS A LOS PATROCINADORES REALES Y POTENCIALES DE LA ORGANIZACIÓN NO LUCRATIVA ASOCIACIÓN DESAFÍO. GUATEMALA, GUATEMALA 2014.** Presentado por la estudiante: Ingrid Marina Contreras Rodríguez, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciada en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación

Autoridades

Rector

Dr. Eduardo Suger Cofiño

Vicerrectora

Dra. Mayra de Ramirez

Vicerrector Administrativo

Lic. Jean Paul Suger Castillo

Secretario General

Lic. Jorge Retolaza

Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Lic. Leizer Kachler

Vicedecano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Lic. Rualdo Anzueto

Dedicatoria

Dedico el siguiente trabajo a mi buen Dios, quien dio la provisión en cada momento de este largo camino para que este proyecto pueda al fin ser realizado y terminado.

“Digno eres, Señor y Dios nuestro, de recibir la gloria y el honor y el poder, porque tú creaste todas las cosas, y por tu voluntad existen y fueron creadas.”

Apocalipsis 4:11 LBLA

Agradecimientos

Agradezco a Dios y a Él doy toda la gloria, pues si su mano de justicia no me sustentara no sé dónde estuviera. Mi Dios, mi Rey, mi Salvador, mi Padre, muchas gracias.

A mis padres, Jorge y Lissette, quienes hicieron todo lo humanamente posible por apoyarme, por motivarme, por alentarme, por guiarme y muchas veces por regañarme, por poner mis necesidades antes que muchas otras cosas importantes; muchísimas gracias por siempre estar allí, gracias por ser como son, gracias por ser quienes son.

A mis hermanas, Lissette y Ana, cada una, única y especial, de una u otra forma siempre están presentes en mi mente y en mi corazón y me ayudaron a ser quien hoy soy.

A mi familia y a mis amigos, cada uno de ustedes fue un gran apoyo, sin ustedes no hubiera podido terminar a tiempo.

A Asociación Desafío, director de mercadeo Esteban Balan y a demás miembros, por permitirme realizar el proyecto y facilitar los recursos necesarios para culminarlo.

A mi casa de estudios, Universidad Galileo y a cada uno de mis catedráticos, fueron parte importante en mi formación. A mis compañeros de Universidad, con quienes compartimos momentos de estrés y alegría.

Finalmente, quiero agradecer a mi asesora de proyecto, Licenciada Wendy Franco, quien brindó apoyo incondicional, un genuino interés en cada proyecto y puso todo de su parte para realizar el presente proyecto.

Resumen

La organización no gubernamental Asociación Desafío no cuenta con un sitio web que presente las actividades benéficas realizadas y proyectadas a sus patrocinadores reales y potenciales.

Razón por la que se consideró importante el planteamiento del siguiente objetivo: Diseñar un sitio web que presente las actividades benéficas que realiza la organización no gubernamental Asociación Desafío, a sus patrocinadores potenciales y reales.

Se realizó una herramienta de validación para conocer la percepción del grupo objetivo, formado por hombres y mujeres entre 35 a 55 años, pertenecientes al nivel socioeconómico C, son empresarios, ejecutivos o profesionales comerciantes. Son, en su mayoría, profesionales graduados de la universidad. Entre otros, también se realizó la encuesta a expertos en las áreas de comunicación y diseño.

El resultado obtenido fue el diseño de un sitio web de fácil navegación que presenta de manera lógica y ordenada las actividades benéficas que realiza la organización no gubernamental Asociación Desafío, así como un enlace a sus principales redes sociales, con imagen acoplada a la imagen institucional de la asociación. Se recomendó ligar la estrategia del sitio web con una serie de acciones de mercadeo y relaciones públicas a través de campañas en medios BTL (como redes sociales), donde se publique siempre el nombre del sitio, para dar a conocer a la asociación y motivar a la población a visitar el sitio web e informarse más acerca de las actividades que la asociación realiza, ampliando así las posibilidades de tener visitantes en el sitio y adquirir nuevos patrocinadores, donadores y voluntarios.

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

Índice.

Capítulo I:

1.1.	Introducción.....	1
------	-------------------	---

Capítulo II: Problemática.

2.1	Contexto.....	2
2.2	Requerimiento de comunicación y diseño	3
2.3	Justificación.....	3
2.3.1	Magnitud.....	4
2.3.2	Vulnerabilidad.....	4
2.3.3	Trascendencia.....	5
2.3.4	Factibilidad.....	5
2.3.4.1	Recursos Humanos.....	5
2.3.4.2	Recursos Organizacionales.....	6
2.3.4.3	Recursos Económicos.....	6
2.3.4.4	Recursos Tecnológicos.....	6

Capítulo III: Objetivos de diseño.

3.1.	Objetivo general.....	7
3.2.	Objetivos específicos.....	7-8

Capítulo IV: Marco de referencia.

4.1	Información general del cliente.	9-16
-----	---------------------------------------	------

Capítulo V: Definición del grupo objetivo.

5.1	Perfil geográfico.....	17
5.2	Perfil demográfico.....	17
5.3	Perfil psicográfico.....	18
5.4	Perfil conductual.	18

Capítulo VI: Marco teórico.

6.1	Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio.	
6.1.1	Asociación Desafío.....	19
6.1.2	Asociación.....	19
6.1.3	Organización.....	20
6.1.3.1	Organización no gubernamental.....	20
6.1.3.2	Organización no lucrativa.....	20
6.1.3.3	Organización lucrativa	21
6.1.4	Patrocinador.....	21
6.1.5	Donación.....	21
6.1.6	Empresa internacional.....	22

6.1.7 Igualdad.....	22
6.1.8 Compromiso.....	22
6.1.9 Concientizar.....	23
6.1.10 Beneficencia.....	23
6.1.11 Reinserción social.....	23
6.1.12 Rehabilitación.....	23
6.1.13 Proyecto.....	24
6.1.14 Empresa.....	24
6.1.14.1 Micro, Pequeñas y Medianas Empresas.....	25
6.1.15 Alcoholismo.....	26
6.1.16 Drogadicción.....	26
6.1.17 Tercera edad.....	26
6.1.18 Huérfanos.....	27
6.1.19 Desastres naturales.....	27
6.1.20 Pobreza.....	27
6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño.	
6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación	
6.2.1.1 Comunicación.....	28
6.2.1.2 Proceso de comunicación.....	28
6.2.1.3 Funciones de la comunicación.....	29
6.2.1.3.1 Función Emotiva o Expresiva.....	30
6.2.1.3.2 Función Conativa o Conmitiva.....	30
6.2.1.3.3 Función Fática.....	30
6.2.1.3.4 Función Metalingüística.....	30
6.2.1.4 Comunicación Social.....	30
6.2.1.5 Comunicación web.....	31
6.2.1.6 Corporativa/Empresarial e institucional.....	31
6.2.1.7 Medios de comunicación.....	32
6.2.1.8 Comunicación masiva.....	33
6.2.1.8.1 Comunicación masiva unidireccional.....	33
6.2.1.8.2 Comunicación masiva bidireccional.....	33
6.2.1.9 Funciones de los medios de comunicación social.....	34
6.2.1.10 Relaciones públicas.....	34
6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño	
6.2.2.1 Diseño.....	36
6.2.2.2 Diseño gráfico.....	36
6.2.2.3 Material multimedia.....	37
6.2.2.4 Pagina web.....	37
6.2.2.5 Sitio web.....	38
6.2.2.5.1 Nombre de Dominio.....	38
6.2.2.5.1.1 Dominio “.org”.....	38
6.2.2.6 Tipos de diseño web.....	39
6.2.2.6.1 El diseño web fijo.....	39

6.2.2.6.2 El diseño web fluido o diseño web líquido.....	39
6.2.2.6.3 El diseño web elástico.....	39
6.2.2.6.4 El diseño web sensible.....	40
6.2.2.7 Lenguaje de programación.....	40
6.2.2.7.1 HTML.....	40
6.2.2.7.2 CSS.....	41
6.2.2.8 Diseño gráfico web.....	41
6.2.2.9 Elementos de diseño.....	41
6.2.2.10 Percepción.....	42
6.2.2.10.1 Factores que influyen en la percepción.....	42
6.2.2.10.2 Leyes de percepción.....	43
6.2.2.11 Elementos conceptuales.....	44
6.2.2.12 Elementos visuales.....	44
6.2.2.13 Elementos de relación.....	45
6.2.2.14 Tipografía.....	46
6.2.2.14.1 Tipografía instrumental.....	46
6.3 Ciencias auxiliares, teorías y tendencias.	
6.3.1 Ciencias Auxiliares	
6.3.1.1 Semiología.....	47
6.3.1.1.1 Semiología de la imagen.....	47
6.3.1.2 Sociología.....	47
6.3.1.3 Socialización.....	48
6.3.1.4 Andrología.....	48
6.3.1.5 Tecnologías de la información y comunicación.....	49
6.3.1.5.1 Cibernética.....	49
6.3.1.5.2 Informática.....	49
6.3.1.5.3 Telecomunicaciones.....	49
6.3.1.6 Psicología.....	50
6.3.1.6.1 Psicología del color.....	50
6.3.1.6.2 Color verde.....	50
6.3.1.6.3 Color amarillo	51
6.3.1.6.4 Color rojo.....	51
6.3.2 Teorías	
6.3.2.1 Teoría del color.....	52
6.3.2.1.1 Color en la web.....	52
6.3.3 Tendencias	
6.3.3.1 Tendencia.....	54

6.3.3.2 Características de un buen sitio web.....	54
6.3.3.3 Tendencias de diseño web 2013	54
6.3.3.3.1 Diseños planos o “flat”.....	55
6.3.3.3.2 Diseños “responsive”, sensibles o adaptativos.....	55
6.3.3.3.3 Diseños centrados en la experiencia de usuario (UI).....	55
6.3.3.3.4 Landing pages minimalistas.....	56
6.3.3.3.5 Scroll infinito.....	56
6.3.3.3.6 Header fijo.....	57
6.3.3.3.7 Sitios web de una única página.....	57
6.3.3.3.8 El scroll Parallax.....	57
6.3.3.3.9 Vídeos de fondo.....	57
6.3.3.3.10 Imágenes de fondo grandes.....	57
6.3.3.3.11 El contenido es el rey.....	58
6.3.3.3.12 La tipografía.....	58
6.3.3.3.13 Neón.....	58
6.3.3.3.14 Mapas.....	58

Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar.

7.1 Aplicación de la Información obtenida en el Marco Teórico.....	59-60
7.2 Conceptualización.....	60-62
7.2.1 Método.....	62
7.2.2 Definición del concepto.....	61-62
7.3 Bocetaje.....	63-88
7.4 Propuesta preliminar	89- 124

Capítulo VIII: Validación técnica.

8.1 Población y muestreo.....	125-126
8.2 Método e Instrumentos.....	126-132
8.3 Resultados e Interpretación de resultados	133-155
8.4 Cambios en base a los resultados	156-168

Capítulo IX: Propuesta gráfica final.....169-183

Capítulo X: Producción, reproducción y distribución.

10.1 Plan de costos de elaboración.....	184
---	-----

10.2 Plan de costos de producción.....	185
10.3 Plan de costos de reproducción.....	186
10.4 Plan de costos de distribución.....	186
10.5 Cuadro resumen	186

Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones.

11.1 Conclusiones.....	187-188
11.2 Recomendaciones.....	189-190

Capítulo XII: Conocimiento general.....191- 193

Capítulo XIII: Referencias.....194-205

Capítulo XIV: Anexos.

I

CAPÍTULO

INTRODUCCIÓN

Capítulo I

Introducción

Desafío es una asociación no gubernamental que nace en 1998, con la visión y el deseo de ser una organización que ayuda a la gente con un seguimiento en forma integral.

A principios del año 2013 se proyectó una revitalización para la asociación, iniciando con la renovación de la imagen institucional, con el fin de atraer nuevos patrocinadores, donadores y voluntarios que se integren a la fuerza de trabajo de la asociación.

Asociación Desafío cuenta con redes sociales y un blog, pero no posee un sitio web que funcione como tarjeta de presentación ante el público general, ante otras asociaciones y organizaciones no lucrativas y ante empresas y organizaciones lucrativas que puedan interesarse en apoyar los proyectos que la asociación emprenda. Por lo tanto, el presente proyecto de graduación propone el diseño de un sitio web con el objetivo de presentar las actividades benéficas que la asociación ha realizado y comparta información relevante acerca del trabajo que se quiere realizar.

Se trabajó el diseño del sitio bajo la frase conceptual **“Ideas transformadoras puestas en acción”** al enfocar el proceso de bocetaje y digitalización de la propuesta preliminar en este concepto; y utilizar la comunicación social a través de las herramientas web para generar una comunicación en ambas direcciones (Asociación-Público). La propuesta preliminar fue sometida a un proceso de validación técnica, utilizando una encuesta cualitativa y cuantitativa aplicada al cliente, al grupo objetivo y a expertos en el área de comunicación y diseño, cuyos resultados redirigieron la propuesta final, enriqueciendo el diseño y agregando valor al mensaje específico que se desea trasladar.

Finalmente, se presenta el diseño de un sitio web de fácil navegación que presenta de manera lógica y ordenada las actividades benéficas que realiza la organización no gubernamental Asociación Desafío, así como un enlace a sus principales redes sociales, con una imagen acoplada a la imagen institucional de la asociación.

II

CAPÍTULO
PROBLEMÁTICA

Capítulo II

Problemática

2.1 Contexto

Desafío es una asociación no gubernamental que inició labores en el año 1998, con la visión y el deseo de ser una organización que ayude a la gente con un seguimiento en forma integral; dando víveres, ropa, asistencia médica con el compromiso de un seguimiento permanente y la meta de sacar la pobreza de la mente de las personas.

La organización se manejaba bajo el slogan “Gente ayudando gente”, como una manera de concientizar a la población de la igualdad que existe entre todos los seres humanos.

En el año 2003 la asociación fue becada por la Embajada de Israel para asistir a un taller con el tema “Jóvenes en Riesgo”. Asimismo, algunos miembros de la asociación fueron capacitados en España por la organización Reto a la Esperanza.

Asociación Desafío participó atendiendo jornadas médicas, y enfocó esfuerzos en grupos de jóvenes, quienes eran capacitados para plantearse proyectos de vida, al trabajar en la creación de micro empresas y cuidar y motivar el área psicológica, intelectual y emocional de las personas.

En sus inicios, la asociación era muy fuerte y estable, contaba con apoyo de organizaciones internacionales para la realización de los diversos proyectos benéficos y actividades de voluntariado. Pero a partir del año 2009 cada uno de los miembros del equipo de trabajo, pese a tener las mejores intenciones y deseos para continuar con el proyecto, no contó con los recursos y tiempo suficiente para seguir laborando con la asociación, motivo por el que las actividades fueron cesando. Sin embargo, no ha dejado de trabajar en sus operaciones, ni con la motivación de continuar ayudando a las personas necesitadas.

A principios del año 2013 algunos de los fundadores han proyectado una revitalización para la asociación, dando inicio con la renovación de la imagen. El diseño de un nuevo logotipo

y un nuevo slogan “Somos esperanza”, son los primeros pasos dados en el camino a revitalizar la asociación.

La búsqueda de nuevos patrocinadores es otro paso importante que la asociación Desafío está tomando en cuenta, pues necesita apoyo y recursos para iniciar nuevamente con proyectos y planes de actividades que beneficiarán a la población.

Asociación Desafío cuenta con un blog alojado en blogspot.com, pero es un sitio con navegación muy simple, no tiene fechas en las publicaciones y no contiene información actual, pues no ha sido actualizado en mucho tiempo. Como parte de la revitalización y tomando en cuenta las nuevas tendencias, tecnologías y posibilidades que estas tecnologías ofrecen, se ha considerado importante el desarrollo de un sitio web diseñado específicamente para presentar los proyectos realizados y los que están en planes de realización, a los patrocinadores reales y potenciales y así atraer su atención. A su vez, el sitio web cumplirá la función de informar a la población en general, que tenga la posibilidad y el deseo de involucrarse en las actividades que la asociación tiene proyectadas para realizar.

2.2 Requerimiento de comunicación y diseño

La organización no gubernamental Asociación Desafío no cuenta con un sitio web que presente las actividades benéficas realizadas y proyectadas a sus patrocinadores reales y potenciales.

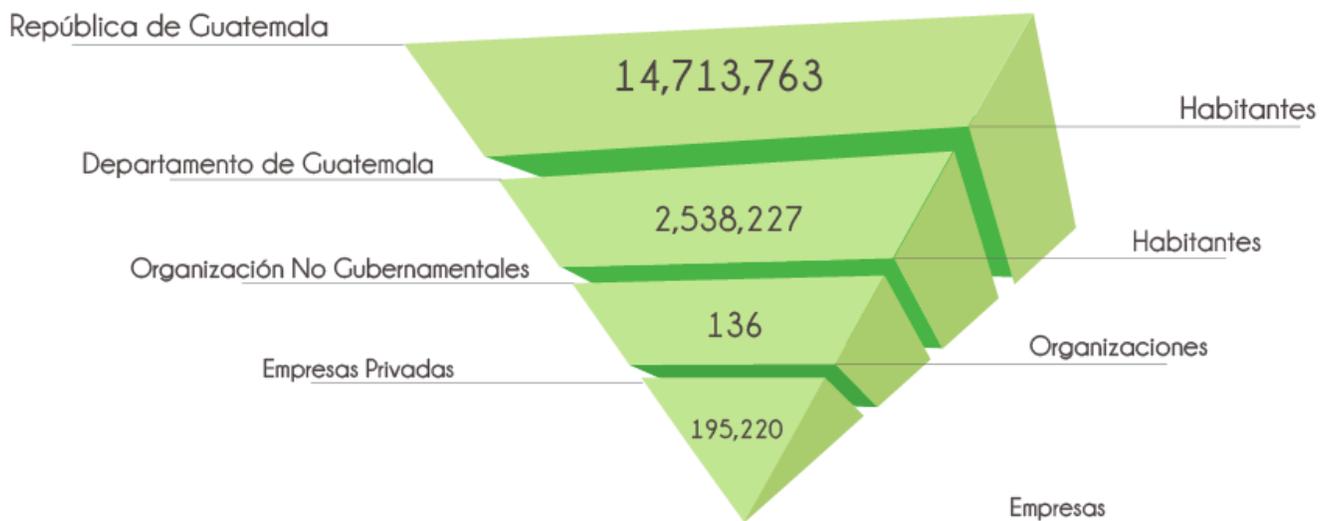
*Ver anexo B. Taller de desarrollo de Requerimiento.

2.3 Justificación

En estos tiempos modernos, teniendo acceso a tan grande herramienta como es internet, es una pérdida para cualquier empresa el no invertir recursos en la creación, desarrollo y administración de un sitio web que dé a conocer los pormenores de la empresa y permita así una

comunicación directa y abierta con sus clientes. De igual manera sucede con las organizaciones no gubernamentales, estas necesitan un canal de comunicación con la población en general que pueda conocer a la organización y participar activamente en los proyectos de voluntariado, pero más importante aún, necesita tener una carta de presentación, donde muestre a sus patrocinadores actuales qué es lo que se hace con los recursos obtenidos de las donaciones y llamar la atención de nuevos patrocinadores provenientes de cualquier parte del mundo. Por ese motivo se considera vital para la revitalización de Asociación Desafío, el desarrollo de un sitio web diseñado para presentar los proyectos realizados y los que están en planes de realización, a los patrocinadores reales y potenciales, sobrepasando cualquier frontera geográfica.

2.3.1 Magnitud



El estudio “Comercio Interno de Guatemala” publicado en <http://www.gruposgestores.org.gt/2011/wp-content/uploads/2011/03/Resumen-El-comercio-Interno-en-Guatemala.pdf> comparte que según el Directorio Nacional de Empresas y sus Locales (DINEL), existe un total de 195,220 empresas y sus locales en Guatemala.

Asociación Desafío, al contar con un sitio web, abriría un canal de comunicación con dicha cantidad de empresas, y esto solamente a nivel Guatemala, promoviendo el incremento de la cantidad de recursos humanos y económicos, para impactar un universo como es la República

de Guatemala y su población más necesitada, que de acuerdo con The World Fact Book <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/gt.html> del sitio web de Central Intelligence Agency cuenta con un estimado de 14,713,763 habitantes divididos en 22 departamentos, de los que el 54% vive en condiciones de pobreza.

2.3.2 Vulnerabilidad

Al no contar con un sitio web, Asociación Desafío no tiene una manera global de presentarse a sí misma o las actividades que realiza, no se encuentra expuesta al ojo público y es muy poco probable que pueda alcanzar y atraer la atención de nuevos patrocinadores, donadores o voluntarios que avalen y apoyen a la asociación y así poder cumplir con sus metas de ayuda a la sociedad mediante actividades y proyectos benéficos.

2.3.3 Trascendencia

La utilización de las nuevas tecnologías es vital en el desarrollo de cualquier empresa, ya sea lucrativa o no lucrativa. Asociación Desafío, al contar con el sitio web que presente y promueva sus valores, la misión y la visión, la trayectoria, las actividades, los proyectos realizados y por realizar, entre otra información importante, será capaz de alcanzar nuevos patrocinadores de empresas líderes, que pueden avalar y apoyar a la asociación desde cualquier parte del mundo. El sitio web, como valor agregado, también podrá ofrecer la opción para que toda la población interesada que tenga el deseo de ser voluntario en las actividades, tenga un punto de contacto con la asociación. Un sitio web presenta estabilidad, crecimiento, responsabilidad de la asociación con los visitantes del sitio, un canal de comunicación abierto, da una sensación de cercanía; el sitio web abrirá un panorama distinto para esta etapa de revitalización que Asociación Desafío ha iniciado. Según BROADBAND COMMISSION

(Comisión de Banda Ancha) en su reporte “El estado de la banda ancha 2013: Universalizar la banda ancha”, el 16% de los guatemaltecos utilizan internet.

2.3.4 Factibilidad

Se ha determinado que la realización de este proyecto es factible, ya que Asociación Desafío ha mostrado gran interés en el desarrollo de la plataforma web y brindará el apoyo organizacional necesario para que el proyecto del sitio web se realice.

2.3.4.1 Recursos Humanos

El director de la asociación, Antonio Balan y todo el personal a su cargo brindarán la información necesaria para la realización del proyecto.

2.3.4.2 Recursos Organizacionales

En este proyecto se cuenta con el apoyo completo de líderes de la asociación, quienes han autorizado al personal a compartir información interna de la asociación.

2.3.4.3 Recursos Económicos

La Asociación cuenta con los recursos económicos para la realización de este proyecto.

2.3.4.4 Recursos Tecnológicos

Se cuenta con el equipo de computación adecuado y necesario para realizar el proyecto.

Se utilizarán recursos web, programas en línea como webydo.com y Adobe Master Collection CS6:

- Photoshop
- Indesign
- Dreamweaver
- Ilustrador
- Fireworks

III

CAPÍTULO

OBJETIVOS DE DISEÑO

Capítulo III

Objetivos del diseño

3.1 Objetivo General:

Diseñar un sitio web que presente las actividades benéficas que realiza la organización no gubernamental Asociación Desafío a sus patrocinadores potenciales y reales.

3.2 Objetivos Específicos

3.2.1 Investigar conceptos básicos relacionados con diseño, maquetación, hosting web, nuevas tendencias de desarrollo y diseño web para presentar una propuesta adecuada a los requerimientos y necesidades presentados por Asociación Desafío.

3.2.2 Recopilar información acerca de la organización y la nueva imagen que utilizará para crear un concepto de diseño adecuado a la solicitud e imagen de la asociación y de esa forma diseñar un sitio web que cubra las necesidades de Asociación Desafío.

3.2.3 Establecer los elementos de diseño a utilizar para el desarrollo de un sitio web acorde a la imagen visual de Asociación Desafío.

3.2.4 Desarrollar el mapa de sitio acorde a los aspectos y categorías que Asociación Desafío debe presentar en el sitio web para que se incluya la información relevante de la Asociación.

3.2.5 Integrar en el diseño del sitio web una página de donaciones y voluntariado, que cuente con una forma para donar en línea y/o un formulario de registro para ser voluntario y que de esta manera sea más fácil donar o integrarse al grupo de trabajo a las personas particulares o empresas que deseen apoyar.

*Ver anexo C. Taller de Desarrollo de Objetivos

IV

CAPÍTULO

MARCO DE REFERENCIA

Capítulo IV

Marco de Referencia

Nombre del Cliente: Asociación Desafío

Dirección: 1 calle 15-25 zona 15 Colonia El Maestro.

E-mail: desafioayuda@gmail.com

Blog: <http://desafioayuda.blogspot.com/>

Contacto: Esteban Balan, Gerente de Mercadeo

Celular: 47701068

Antecedentes:

Ante la inquietud de transformar palabras en acciones, un grupo de personas dispuestas a concretar sus sueños y anhelos en acciones específicas, iniciaron el proceso de formalización de Asociación Desafío. La organización se manejaba bajo el slogan “Gente ayudando gente”, como una manera de concientizar a la población de la igualdad que existe entre todos los seres humanos.

Becados en el año 2003 por la Embajada de Israel, para que sus miembros asistieran a un taller con el tema “Jóvenes en Riesgo”, donde es sembrada la semilla para hacer nacer el proyecto. Luego los miembros reciben capacitaciones en España por la organización Reto a la Esperanza.

La asociación inicia atendiendo con Jornadas Médicas, focalizando grupos a los que se capacita para plantearse proyectos de vida mejores.

Asociación Desafío trabajó bajo la filosofía que no se brindará ayuda si la gente no se compromete a permanecer en un seguimiento en forma integral. Víveres, ropa y asistencia médica, lleva consigo el compromiso de un seguimiento permanente.

A principios del año 2013 se ha proyectado una revitalización para la asociación, dando inicio con la renovación de la imagen. El diseño de un nuevo logotipo y nuevo slogan “Somos esperanza”, son los primeros pasos dados en el camino a revitalizar la asociación.

Antecedentes Gráficos de la Identidad Institucional:

Primera imagen institucional:

La primera imagen institucional fue un imagotipo, pues tiene mayor jerarquía el texto que la imagen; en el diseño se incluyeron dos colores secundarios, naranja y violeta. La iconografía del imagotipo está formada por dos manos que se están uniendo, representa la mano amiga que se extiende para ayudar y el texto incluye el nombre de la asociación y el slogan.

Para el texto se utilizaron dos tipografías: una con alto nivel de abstracción (pero aun así legible) para colocar el nombre de la asociación y otra con alta legibilidad, para colocar el slogan.



Imagen institucional renovada (año 2013):

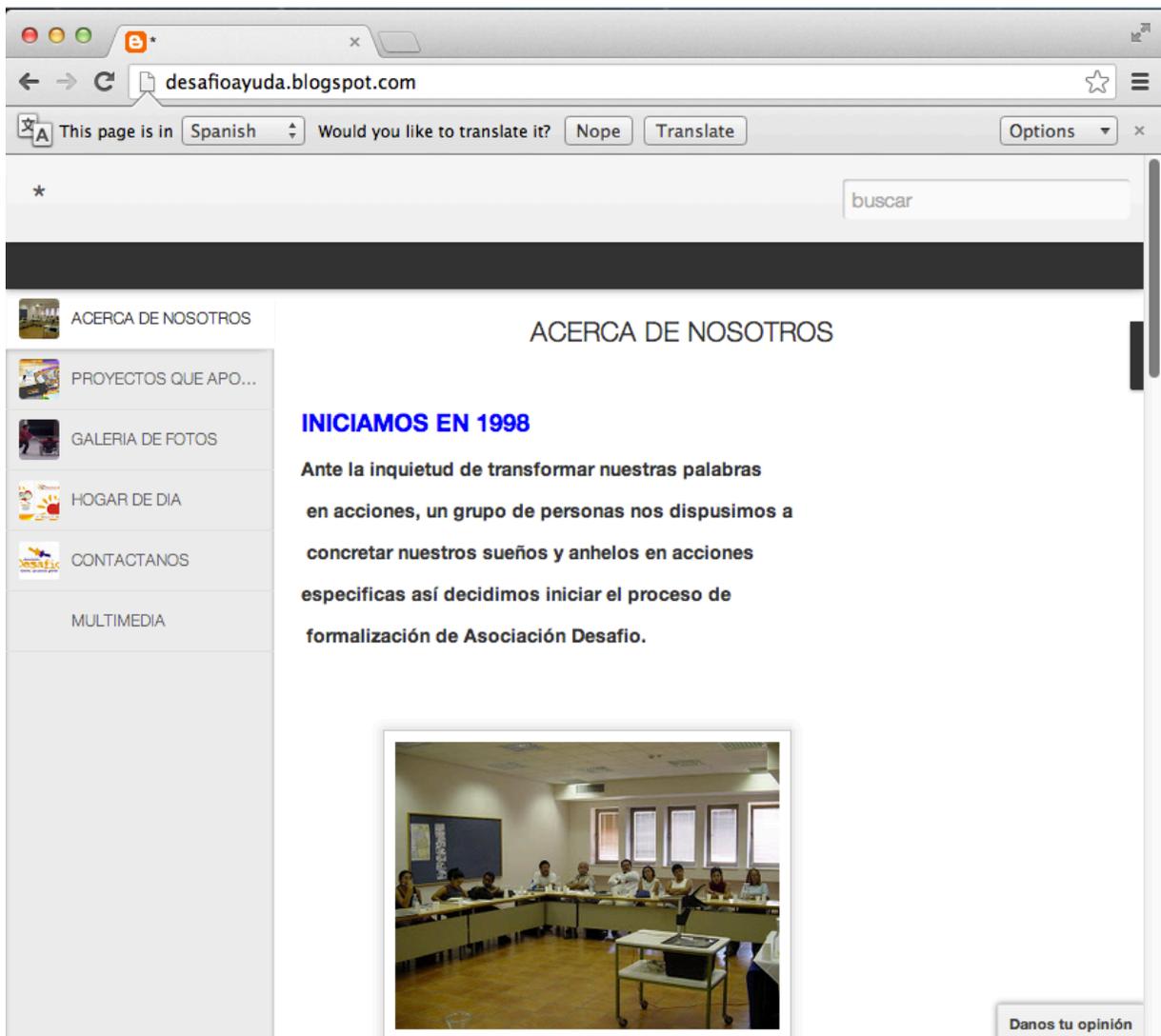
Para la renovación de la imagen institucional se ha utilizado nuevamente un imagotipo, pues utiliza tanto símbolo como tipografía, teniendo esta vez más protagonismo el símbolo, no solamente por su tamaño, sino también porque en él se utilizan colores muy llamativos. El diseño incluye 5 colores, que son verde, amarillo, rojo, blanco y negro.

En esta oportunidad se utiliza un solo tipo de letra sobrio, estable y de fácil comprensión, Champagne & Limousines en dos estilos distintos BOLD para el nombre de la asociación y REGULAR para el slogan, todo presentado en mayúsculas.



Blog: Asociación Desafío cuenta con un blog virtual en el servidor de blogspot, en él se ha presentado hasta la fecha toda la información disponible acerca de la Asociación, sus actividades, galería de fotos e información de contacto, pero actualmente el blog carece de identidad corporativa y actualización constante.

El blog puede ser visitado en el siguiente link <http://desafioayuda.blogspot.com/>



página de inicio del blog

Análisis FODA

	Positivos para alcanzar el objetivo	Negativos para alcanzar el objetivo
Origen Interno Atributos de la empresa	<p>Fortalezas</p> <p>Emprendedores</p> <p>Positivos Nuevo inicio</p> <p>Nueva organización</p> <p>Cuenta con un plan de acción para este proyecto de revitalización lo cual hará que el proyecto sea más fácilmente presentado a los patrocinadores reales y potenciales.</p>	<p>Debilidades</p> <p>Asociación desafío lleva mucho tiempo sin estar activos, o realizar proyectos.</p> <p>La nueva administración es bienintencionada pero algo inexperta.</p>
Origen Externo Atributos del ambiente	<p>Oportunidades</p> <p>Guatemala es un país con muchas oportunidades para ayudar a la población necesitada.</p> <p>Las organizaciones y empresas internacionales, en su mayoría, están dispuestas a brindar apoyo a las organizaciones y asociaciones que prestan ayuda. Esta actitud empieza a ser imitada por muchas organizaciones y empresas nacionales.</p>	<p>Amenazas</p> <p>Hay un largo camino entre el estado actual de Asociación Desafío y lo que se pretende lograr (transformar de carácter pasivo a carácter activo) y la posibilidad el poder tener audiencia con las organizaciones y empresas nacionales y posiblemente internacionales que pueden brindar el apoyo, ayuda y patrocinio que Asociación desafío necesita.</p>

Misión:

Invertir tiempo en la educación y fortalecimiento de la autoestima de la persona, al promover el entrenamiento y capacitación de niños y adolescentes, de adictos y alcohólicos y de discapacitados; al desintoxicar, rehabilitar y reinsertarlos en la sociedad, al crear y promover proyectos de desarrollo en el área urbana, trabajando en la creación de micro empresas.

Visión:

Percibir y generar fondos locales y externos, con el fin de que estos sean rentables para reinvertirlos en proyectos autofinanciables que contribuyen a erradicar la pobreza educando integralmente los grupos seleccionados para tal fin, fortaleciendo así la sociedad y mejorar la calidad de vida de los beneficiados.

Delimitación geográfica:

Asociación Desafío busca cubrir las necesidades de las poblaciones más necesitadas de toda la República de Guatemala, siempre dependiendo del apoyo de los patrocinadores para llegar a los lugares de necesidad.

Grupo objetivo:

Personas de escasos recursos, personas afectadas por algún desastre natural, personas de la tercera edad, jóvenes y niños en procesos de readaptación social, gente con alguna discapacidad. Asociación Desafío tiene muchos proyectos con diferentes grupos objetivos, y depende de la ayuda para realizarlos, al recibir donaciones se concentran los esfuerzos hacia algún grupo específico, según la necesidad.

Principal beneficio al grupo objetivo:

Además de brindar ayuda en lo material sea comida, medicina, ropa, etcétera, Asociación Desafío busca principalmente sacar la pobreza de la mente de las personas a las que ayuda de esa forma, no solo reciben cosas materiales, sino enseñanza y herramientas para valerse ellos mismos y salir adelante de sus diversas situaciones, Asociación Desafío busca enseñarles a creer en ellos mismos.

Objetivo de mercadeo:

Mostrar a Desafío como una asociación que busca ayudar, ser esa esperanza que la gente necesita. Asociación Desafío busca que los patrocinadores no solo crean en su misión y su visión, sino también en el pueblo de Guatemala, que a pesar de las diferentes situaciones que ha vivido, puede y tiene el deseo de salir adelante.

Objetivo de comunicación:

Enseñarle a la gente necesitada o grupo Objetivo los diferentes proyectos o locaciones en las que pueden recibir ayuda, mostrando a la asociación como fuente de ayuda en la que pueden confiar y en la que saben que obtendrán ayuda.

Mensajes claves a comunicar:

Siempre hay esperanza; la pobreza tiene que salir de nuestras mentes para que posteriormente nosotros salgamos de la pobreza.

Estrategia de comunicación:

Utilización de las redes sociales para alcanzar a mayor cantidad de personas, que conozcan acerca de la organización y de las actividades que realiza. Se hará uso de los recursos informáticos de internet y medios digitales como mailing directo, presentaciones interactivas, banners, entre otros.

Se pretende llegar a los patrocinadores en diferentes países, al desarrollar un sitio web específico para este propósito, también se proyecta utilizar la pagina de Facebook de la Asociación Desafío como enlace con los diferentes países, para que puedan visualizar los proyectos realizados y cómo se utilizan los recursos que han sido donados.

En Guatemala se buscará impartir una presentación a personas dispuestas a apoyar los ideales de la empresa, gerentes de empresas o proyectos, iglesias, colegios, o cualquier institución que abra las puertas con el deseo de ayudar y apoyar los proyectos de la asociación, ofreciendo así una oportunidad de ayudar a Guatemala.

*Ver anexo D. Brief de la Asociación

V

CAPÍTULO
DEFINICIÓN DE GRUPO OBJETIVO

Capítulo V

Definición del Grupo Objetivo

5.1 Perfil Geográfico:

De acuerdo con The World Fact Book <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/gt.html> del sitio web de Central Intelligence Agency, Guatemala es un país localizado en el extremo norte de América Central. Limita con: Belice, El Salvador, Honduras y México; cuenta con 400 km de línea costera. Su clima es tropical, caluroso y húmedo en las tierras bajas y más frío en tierras altas. El terreno está constituido en mayor parte por montañas con estrechas llanuras costeras y mesetas de piedra caliza. Guatemala es un país rico en recursos naturales entre los que se encuentra: petróleo, níquel, maderas, pescado, chicle, y plantas hidroeléctricas.

Guatemala es un país que cuenta con 14,713,763 habitantes. Las lenguas que se hablan en la región son: Español (oficial), y 23 lenguas indígenas oficialmente reconocidas. Las religiones que se practican son: Católicos 60 %, protestantes-evangélicos 30 %, religiones mayas 9 % y otras 1%.

5.2 Perfil Demográfico:

Según la tabla de Niveles Socio Económicos 2009/ Multivex, el grupo objetivo esta conformado por hombres y mujeres entre 35 a 55 años, pertenecientes al nivel socioeconómico C, son empresarios, ejecutivos o profesionales comerciantes. Son los dueños, directores o gerentes de negocios. Ingresos mensuales alrededor de Q. 12,000.00.

*Ver anexo E. Tabla de Niveles Socio Económicos 2009/ Multivex

5.3 Perfil Psicográfico:

De acuerdo con los resultados obtenidos en la encuesta de perfiles, las personas pertenecientes al grupo objetivo son, en su mayoría, profesionales graduados de la universidad, personas trabajadoras que continúan en constante capacitación. Son personas que han adquirido la necesidad de tener acceso a internet desde cualquier lugar en el que se encuentren, mayormente por motivos de trabajo, seguido por asuntos relacionados con estudios y finalmente por diversión y entretenimiento. Estas personas utilizan constantemente páginas web que tienen servicio de pago en línea.

5.4 Perfil Conductual:

Según los resultados obtenidos en la encuesta de perfiles, las personas de este grupo objetivo son de carácter primario, muy activos, optimistas, arriesgados y espontáneos. En su mayoría sí han participado en actividades de voluntariado y beneficencia y les atrae la idea de participar de actividades de voluntariado y beneficencia.

*Ver anexo F. Encuesta de Perfiles.

VI

CAPÍTULO
MARCO TEÓRICO

Capítulo VI

Marco Teórico

*Ver anexo G

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio.

6.1.1 Asociación Desafío: Es una asociación no gubernamental que inició labores en el año 1998, con la visión y el deseo de ser una organización que ayuda a la gente con un seguimiento en forma integral; dando víveres, ropa y asistencia médica, con el compromiso de un seguimiento permanente y la meta de sacar la pobreza de la mente de las personas.

La organización se manejaba bajo el slogan “Gente ayudando gente”, como una manera de concientizar a la población de la igualdad que existe entre todos los seres humanos.

6.1.2 Asociación: Según <http://www.informajoven.org/pub/asocia/2/22.htm> cuando se habla de

asociaciones, se refiere a organizaciones dinámicas que emergen de la sociedad civil, para vertebrarla en torno a la solución de necesidades del ámbito territorial o sectorial en el que surgen".

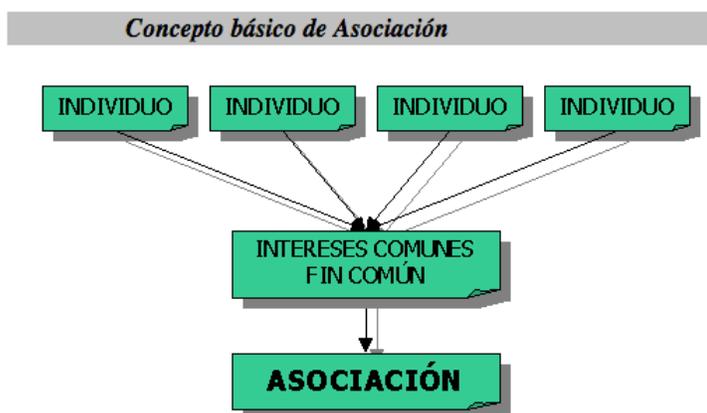


Ilustración I Concepto básico de asociación.

<http://www.gabilos.com/comosehace/Asociaciones/textoAsociacionConcepto.htm> define una asociación como la agrupación constituida mediante acuerdo de tres o más personas que se unen para alcanzar un fin común a las mismas.

La agrupación cuando cumple los requisitos de la legislación vigente, adquiere personalidad jurídica propia.

En la aplicación al presente trabajo de investigación, las asociaciones son entidades ciudadanas que tienen el propósito de impulsar a la sociedad, (personas con distintas necesidades, provenientes de diferentes estratos sociales) haciéndola más dinámica y participativa en el proceso de superación y desarrollo social.

6.1.3 Organización: <http://definicion.de/organizacion/#ixzz2d1jXdQbG> define la palabra organización como un grupo social formado por personas, tareas y administración, que interactúan en el marco de una estructura sistemática para cumplir con sus objetivos.

Una organización es un grupo de recursos humanos, tecnológicos, administrativos, entre otros, enfocados en alcanzar un fin establecido previamente (metas y objetivos), y que regularmente se dirige a la ayuda de grupos sociales.

6.1.3.1 Organización No Gubernamental: Son agrupaciones ciudadanas creadas para cubrir alguna necesidad social, se caracterizan porque no dependen de ningún gobierno y porque pretenden conseguir el bienestar del ser humano desde diversos puntos de vista, explica <http://definicion.de/organizacion/#ixzz2d260iGD3>.

Una organización no gubernamental es una entidad independiente que elige y fija libremente sus objetivos y estrategias de acción, no depende financieramente de un gobierno y está formada por miembros de una sociedad, con el objetivo de suplir o aminorar alguna necesidad manifiesta de los grupos sociales más marginados.

6.1.3.2 Organización no Lucrativa: De acuerdo con el Open Course Ware de Universidad de Zaragoza en <http://ocw.unizar.es/ocw/ciencias-sociales-y-juridicas/direccion-de-entidades-no-lucrativas/materiales-teoricos/MATERIALES%20TEORICOS%20CARPETA/mc-f-001-tema1.pdf> es aquella organización que agrupa a propietarios de recursos, los que, en una parte significativa,

no condicionan la aportación de recursos a una contrapartida explícita y en todo caso, los miembros de la entidad con capacidad de decisión no pueden apropiarse privadamente los excedentes de la acción colectiva.

Organización no lucrativa es aquella que obtiene recursos con el fin de invertir en proyectos de ayuda social previamente establecidos, y que no pretende enriquecerse mediante este tipo de actividades.

6.1.3.3 Organización Lucrativa: El mismo curso online de Universidad de Zaragoza <http://ocw.unizar.es/ocw/ciencias-sociales-y-juridicas/direccion-de-entidades-no-lucrativas/materiales-teoricos/MATERIALES%20TEORICOS%20CARPETA/mc-f-001-tema1.pdf> comparte que una organización lucrativa como aquella en donde la acción colectiva se desarrolla en un soporte institucional, donde los participantes buscan mayoritaria o exclusivamente el lucro personal, a través de contrapartidas explícitas a cambio de lo que aportan a la acción colectiva concreta.

Organización lucrativa es aquella que se inicia con el fin de obtener beneficios económicos resultantes de las actividades que realiza o el servicio o producto que provee a determinado sector de la población.

6.1.4 Patrocinador: Se aplica a la persona o entidad que paga los gastos de una actividad determinada, generalmente con fines publicitarios, según información obtenida en <http://es.thefreedictionary.com/patrocinador>.

Patrocinador es la persona u organización que apoya económicamente, al sufragar los gastos de una actividad, a una persona o entidad, y que al mismo tiempo obtiene publicidad.

6.1.5 Donación: La página web <http://www.definicion.org/donacion> comparte como un contrato mediante el que una persona transfiere a otra, gratuitamente, una parte o la totalidad de sus bienes presentes. Es el traslado de recursos que se conceden a instituciones sin fines de lucro,

organismos descentralizados y fideicomisos que proporcionan servicios sociales y comunales para estimular actividades educativas, hospitalarias, científicas y culturales de interés general.

La donación es uno de los medios para que las organizaciones no lucrativas y fundaciones benéficas adquieran fondos para realizar sus actividades y proyectos de desarrollo social. Es la acción legal mediante la que los donadores ceden a los donatarios los recursos necesarios, proyectados o presupuestados.

6.1.6 Empresa Internacional: Según <http://definicion.de/negocios-internacionales/> el término negocio hace referencia al trabajo u ocupación que se lleva a cabo con fines lucrativos. El adjetivo internacional está vinculado a aquello perteneciente o relativo a dos o más países, a una nación distinta de la propia o que ha trascendido las fronteras nacionales. Las empresas internacionales abarcan a las actividades comerciales que se desarrollan en más de un país.

Por lo tanto, una empresa internacional es toda empresa que comercializa una parte significativa de sus productos y/o servicios en países fuera de su país de origen.

6.1.7 Igualdad: De acuerdo con <http://www.definicionabc.com/social/igualdad.php> La igualdad es el trato idéntico que un organismo, estado, empresa, asociación, grupo o individuo le brinda a las personas sin que medie ningún tipo de reparo por la raza, sexo, clase social u otra circunstancia plausible de diferencia. Según <http://definicion.de/igualdad/> se conoce como igualdad social al contexto o situación donde las personas tienen los mismos derechos y las mismas oportunidades en un determinado aspecto o a nivel general.

La igualdad es el estado ideal del ser humano, en el que todos los individuos tienen las mismas oportunidades, libertades y responsabilidades.

6.1.8 Compromiso: En relación a esta palabra <http://deconceptos.com/ciencias-juridicas/compromiso> dice prometer u obligarse moral o jurídicamente, al cumplimiento de una obligación, generando responsabilidad para el autor de la promesa.

Un compromiso hace referencia a una responsabilidad aceptada, que será cumplida bajo parámetros morales o jurídicos.

6.1.9 Concientizar: De acuerdo con <http://www.definicionabc.com/general/concientizar.php> concientizar es todo acto que signifique hacer que una persona tome conciencia sobre determinadas circunstancias, fenómenos, elementos de su personalidad o actitud, para mejorar su calidad de vida y sus vínculos no sólo con el resto de los individuos si no también con el medio ambiente que lo rodea.

En los parámetros del presente trabajo, concientizar es la acción de adquirir conciencia, o hacer que alguien sea consciente de algún hecho relevante que afecta la vida social.

6.1.10 Beneficencia: Según el diccionario de María Moliner <http://www.diclib.com/cgi-bin/d1.cgi?l=es&base=moliner&page=showid&id=11749#.UiYSZmQaeJkes> la beneficencia es una actividad de quien ayuda con su dinero o con sus medios a las personas que lo necesitan.

La beneficencia es la ayuda social o económica que personas o entidades prestan a los más necesitados, sin esperar una remuneración o recompensa.

6.1.11 Reinserción Social: El término reinserción se emplea cuando se quiere dar cuenta de la situación de integrar nuevamente en la sociedad o comunidad a aquel individuo que por determinada razón se encontraba viviendo fuera de la misma, según dice <http://www.definicionabc.com/social/reinsercion.php>.

La reinserción social es la acción de integrar nuevamente en la sociedad a un individuo o a un grupo de individuos que así lo quieran, y puedan ser útiles y activos en las actividades sociales regulares.

6.1.12 Rehabilitación: La definición obtenida en <http://www.definicion.org/rehabilitacion> afirma que es un proceso de duración limitada y con un objetivo definido, encaminado a permitir que una persona con deficiencia alcance un nivel físico, mental y/o social funcional óptimo, proporcionándole así los medios de modificar su propia vida. Puede comprender

medidas encaminadas a compensar la pérdida de una función o una limitación funcional (por ejemplo, ayudas técnicas) y otras medidas encaminadas a facilitar ajustes o reajustes sociales.

Para efectos del presente trabajo, se define la rehabilitación como el proceso que debe ser realizado con el objetivo de reconstruir la vida social o reformar comportamientos sociales en individuos afectados por diferentes trastornos sociales, para alcanzar una reinserción social plena y exitosa.

6.1.13 Proyecto: La Comisión Mexicana para el desarrollo de los pueblos indígenas comunica en el documento “Gestión de Proyectos” de su iniciativa juvenil “Liderazgos Emergentes” http://www.cdi.gob.mx/jovenes/data/gestion_de_proyectos.pdf que un proyecto es un conjunto de acciones no repetitivas, únicas, de duración determinada, formalmente organizadas, que utilizan recursos. Un proyecto es cualquier actividad que podamos dividir en tareas que no sean cíclicas, que puedan caracterizarse con precisión y cuyas relaciones entre ellas sean conocidas.

Un proyecto es un conjunto de actividades o tareas que se realizan en un tiempo estipulado, que llevarán al cumplimiento de objetivos preestablecidos utilizando recursos económicos, tecnológicos y humanos para su ejecución exitosa.

6.1.14 Empresa: Según el diccionario virtual e-conomic <http://www.e-conomic.es/programa/glosario/definicion-empresa> una empresa es una unidad productiva dedicada y agrupada para desarrollar una actividad económica y tienen ánimo de lucro. Es una unidad formada por un grupo de personas, bienes materiales y financieros, con el objetivo de producir algo o prestar un servicio que cubra una necesidad y, por el que se obtengan beneficios.

Una empresa se dedica a producir un bien o un servicio para su venta o consumo, es una agrupación de recursos (humanos, tecnológicos, económicos, etcétera) que trabajan en conjunto y se utilizan de manera ordenada para producir una ganancia económica.

6.1.14.1 Micro, Pequeñas y Medianas Empresas:

En <http://www.emprendepyme.net/diferencia-entre-microempresa-pequena-y-mediana-empresa.html> se afirma que según la recomendación de la Comisión Europea de la UE del 6 de mayo de 2003:

- Mediana empresa es una que tiene menos de 250 empleados y cuya facturación anual no excede los 50 millones de euros o cuyo balance general anual no excede los 43 millones de euros.
- Pequeña empresa es una con menos de 50 empleados y cuya facturación anual o balance general anual no supera los 10 millones de euros.
- Por último, microempresa es una de menos de 10 empleados y cuya facturación o balance general anual no supera los 2 millones de euros.

El Centro de Investigaciones Económicas Nacionales (CIEN), en el documento “Micro, Pequeñas y Medianas Empresas en Guatemala” publicado en el 2012, http://www.mejoremosguate.org/cms/content/files/diagnosticos/economicos/Lineamientos_PYMES_05-05-2011.pdf afirma que en Guatemala existen varias definiciones sobre las Micro, Pequeñas y Medianas empresas. En el Artículo 3 del Acuerdo Gubernativo 178-2001 del Ministerio de Economía, categoriza las MIPYMES utilizando el “número de empleados; el BCIE por su parte también utiliza el criterio de número de empleados, pero con diferentes dimensiones para cada segmento; la Cámara de la Industria (CIG) utiliza dos tipos de definiciones: una para la clasificación de beneficiarios de programas de apoyo (que sigue un criterio de cantidad de empleados), y la otra para clasificar las empresas industriales (basado en activos totales, cantidad de empleados y ventas anuales); y, finalmente AGEXPORT, utiliza el criterio de tamaño de activos.”

Criterios para la Definición de las MIPYMES en Guatemala

Criterio	Micro	Pequeña	Mediana
No. De Empleados			
• MINECO	1 a 10	11 a 25	26 a 60
• CIG	1 a 5	6 a 50	51 a 100
• BCIE	1 – 10	11 a 40	41 a 60
Activos			
• AGEXPORT		Menos de Q500,000	Hasta Q1,200,000
Empleados/Ventas/Activos			
• CIG (empresas industriales)	De 1 a 10 empleados/ Hasta Q60,000 en ventas anuales/ Hasta Q50,000 en activos	De 11 a 20 empleados/ Hasta Q300,000 de ventas anuales/ Hasta Q500,000 en activos	De 21 a 50 empleados/ Hasta Q 500,000 de ventas anuales/ Hasta Q2,000,000 en activos

Fuente: MINECO, CIG, BICIE, AGEXPORT, CIG; Elaboración propia de I CIEN

Ilustración II Criterios para definición de MIPYMES en Guatemala

6.1.15 Alcoholismo: El diccionario en línea de la Real Academia Española <http://lema.rae.es/drae/?val=alcoh%C3%B3lico> define el término como enfermedad ocasionada por el abuso habitual y compulsivo de bebidas alcohólicas, puede ser aguda, como la embriaguez, o crónica. Esta última produce trastornos graves y suele transmitir por herencia otras enfermedades, especialmente del sistema nervioso.

El alcoholismo es la dependencia a las bebidas alcohólicas.

6.1.16 Drogadicción: Según el diccionario de la Real Academia Española <http://lema.rae.es/drae/?val=drogadici%C3%B3n> la drogadicción es hábito de quien se deja dominar por alguna droga.

La drogadicción es la dependencia que una persona tiene de alguna droga por su consumo reincidente.

6.1.17 Tercera edad: De acuerdo con el diccionario virtual de la Real Academia Española <http://lema.rae.es/drae/?val=tercera%20edad> tercera edad se define como el último período de la vida.

Según <http://deconceptos.com/ciencias-sociales/tercera-edad> se acepta que la tercera edad comienza alrededor de los 65 años.

La tercera edad es una categoría social conformada por las personas que se encuentran en la vejez, los integrantes de este grupo suelen estar jubilados, es decir, ya no trabajan y, por lo tanto, no forman parte de la población económicamente activa.

6.1.18 Huérfano: De acuerdo con el diccionario de la Real Academia Española <http://lema.rae.es/drae/?val=hu%C3%A9rfano> el término es dicho de una persona de menor edad: A quien se le han muerto el padre y la madre o uno de los dos, especialmente el padre.

Un huérfano es la persona que carece de su padre y madre o de uno de los dos, ya sea por muerte o abandono.

6.1.19 Desastres Naturales: Según <http://dictionary.reference.com/browse/natural+disaster> un desastre natural es cualquier evento o fuerza de la naturaleza que tiene consecuencias catastróficas, tales como avalanchas, terremotos, inundaciones, incendios forestales, huracanes, rayos, tornados, tsunamis y erupciones volcánicas.

Un desastre natural es un evento catastrófico provocado por fuerzas de la naturaleza, que resulta en la muerte o daño de personas y valiosas pérdidas de infraestructura, sistemas de comunicación, tierras, bosques y medio ambiente natural, entre otros.

6.1.20 Pobreza: Es la cualidad de pobre. <http://definicion.de/pobreza/> Comparte: este adjetivo hace referencia a las personas que no tienen lo necesario para vivir dignamente.

Pobreza es la situación social y económica caracterizada por la incapacidad de satisfacer las necesidades básicas de vida.

6.2 Conceptos Fundamentales Relacionados con la Comunicación y el Diseño.

6.2.1 Conceptos fundamentales de Comunicación:

6.2.1.1 Comunicación: Según la cita hecha por Reed Blake y Edwin Haroldsen en “Una Taxonomía de conceptos de la Comunicación”, Berelson y Steiner (1964) definen como la "transmisión de información, ideas emociones, etcétera, mediante símbolos, palabras, imágenes, cifras, gráficos, entre otros. El acto o proceso de transmisión es lo que, habitualmente, se llama comunicación".

Por lo tanto, la comunicación es el proceso mediante el ser humano hace uso de elementos visuales, gestuales y auditivos, a través de elaborados sistemas de signos y símbolos, entre otros, para transmitir información a otros sobre sus ideas, emociones, necesidades, aspiraciones y criterios; esperando recibir una respuesta y así cerrar el proceso de comunicación para que este se inicie nuevamente. La comunicación es una actividad realizada por diferentes seres vivos que habitan en grupos o sociedades, por lo tanto es un fenómeno de estudio social y psicológico (semiológico y semiótico) pues se da en el hombre a un nivel de alta abstracción al codificar y decodificar el lenguaje y al determinar el sistema de símbolos y signos utilizados.

6.2.1.2 Proceso de comunicación: De acuerdo con el capítulo 7 del documento virtual http://www.sectur.gob.mx/work/models/sectur/Resource/4995/1/images/CAPITULO_7.pdf presentado por la Secretaría de Turismo Mexicana, buena comunicación se caracteriza por ser de dos sentidos, como se puede ver en la ilustración III Esquemas del proceso de comunicación.

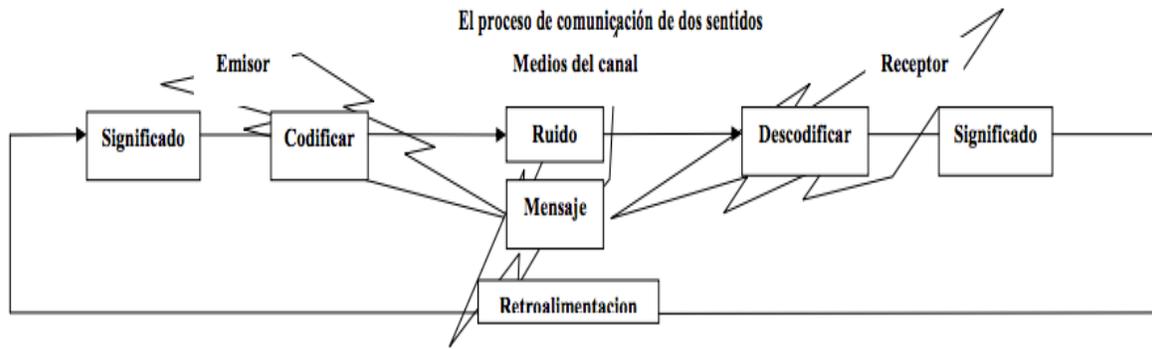


Ilustración III Esquema del proceso de comunicación

Este modelo indica que la comunicación fluye de un individuo o grupo a otro, y después, vía la retroalimentación, vuelve a la persona original, formando un círculo cerrado. Se inicia cuando una persona (el emisor) quiere comunicar un mensaje. El emisor primero codifica el mensaje, es decir, lo expresa de una manera que supone que será entendida. El emisor después transmite el mensaje o lo envía por medio de un canal, que es el vínculo formal o informal entre las dos partes, usando un medio concreto para transmitir el mensaje, como conversación frente a frente, el teléfono, un memorándum o el correo electrónico.

Acto seguido, el receptor capta el mensaje y trata de entenderlo, decodificando lo que ha recibido. Decodificar implica escuchar con atención, en el caso de la comunicación oral, o leer con atención, tratándose de una comunicación escrita o electrónica.

A continuación, el receptor ofrece al emisor cierta retroalimentación que demuestra que la emisión ha sido captada. En esta comunicación, como en la mayor parte de ellas, el ruido interfiere y limita su exactitud.

6.2.1.3 Funciones de la comunicación: En el seminario virtual de Teoría Administrativa presentado por German A. Castaño Duque en la web de la Universidad Nacional de Colombia, http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/manizales/4010014/Contenidos/Capitulo3/Pages/3.7/37Funciones_comunicacion.htm determina que cada uno de los elementos del proceso comunicativo, determinan una función diferente de la comunicación o código utilizado.

Existen diversas funciones del lenguaje, pero para fines del presente trabajo solo se tomará en cuenta las siguientes.

6.2.1.3.1 Función Emotiva o Expresiva: Está centrada en el emisor y expresa la actitud del hablante hacia aquello de lo que está hablando, expresa sentimientos y emociones sean reales o fingidas. Generalmente esta función es inconsciente. Ejemplo: Cuando alguien dice “Apenas son las cuatro de la tarde?”, nos da a entender que le ha parecido el día muy largo o que está aburrido.

6.2.1.3.2 Función Conativa o Conmitiva: Está orientada al receptor, se enuncia en forma imperativa; es un tipo de mensaje didáctico que utiliza recurso gráficos o audiovisuales, que tiene como función decir “vean, recuerde que, tenga en cuenta que”.

6.2.1.3.3 Función Fática: Está orientada hacia el contacto de emisor y receptor a través de la palabra para iniciar, mantener, prolongar o interrumpir un acto comunicativo.

6.2.1.3.4 Función Metalingüística: Está centrada en el código que hace comprensible el mensaje.

6.2.1.4 Comunicación Social: La Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires (UNICEN) comparte en su sitio web http://www.soc.unicen.edu.ar/index.php?option=com_content&id=40:ique-es-la-comunicacion-social&Itemid=47 la comunicación es el nombre de muchos fenómenos que, juntos, configuran un espacio conceptual amplio y confuso aunque, la sociedad mediatizada y los medios masivos de comunicación, han sido el problema central durante las décadas anteriores. Hoy en día, se piensa a la Comunicación en estrecho contacto con la cultura y, en este sentido, se analiza como un fenómeno transversal; como la condición de posibilidad de todas las prácticas sociales. Esta nueva visión de conjunto permite abordar procesos, instituciones y actores, sin desvincular unos de otros. Habrá así, comunicación y medios masivos, comunicación, imagen e instituciones, comunicación y producción académica, comunicación y mediaciones socioculturales,

comunicación y tecnologías, etc., sin dejar de tener en cuenta el modo en que cada una de estas dimensiones de lo social y lo cultural se encuentran y cruzan en la vida cotidiana.

Por lo tanto la comunicación social enmarca la interacción de mensajes enviados, decodificados y respondidos (retroalimentación) por las diversas capas que conforman un tejido social y la forma en la que estas interacciones afectan los tejidos, acercándolos o alejándolos entre sí.

6.2.1.5 Comunicación web: Según <http://www.thefreedictionary.com/communication> The Free Dictionary by Farlex, el Collins English dictionary define a la comunicación relacionada con la electrónica e informática (web) como una teoría de la comunicación, donde se estudia las formas en que se comunican los seres humanos, incluyendo el habla, los gestos, los sistemas de telecomunicaciones, publicación y medios de difusión, etc.

La comunicación web es el proceso mediante el cual se traslada información a múltiples destinatarios utilizando como canal una plataforma online, la comunicación web tiene como objetivo ser masiva, pero hacer sentir a cada usuario que la atención que se le brinda es especializada y personalizada; se centra, se enfoca, se actualiza y especializa en las herramientas, elementos y procesos distintivos que deben ser aplicados a este tipo de canal para que el proceso de comunicación se complete, sin que se pierda el objetivo de la comunicación, que es obtener la retroalimentación esperada del mensaje enviado.

6.2.1.6 Comunicación Corporativa/Empresarial e institucional: De acuerdo con <http://pendientedemigracion.ucm.es/info/mediars/BibliotecaMS/files/99d17c55501707b3a80555d34dc24da2-12.html> artículo publicado en la revista UCM (Universidad Complutense de Madrid) de Ciencias Sociales y de la comunicación, el Doctor en Ciencias de la Comunicación y Licenciado en Relaciones Públicas Fernando Martín Martín define en su libro “Comunicación Empresarial e Institucional” (2010) la comunicación empresarial (corporativa) e institucional como la prevención, creación, coordinación, gestión, edición, difusión y control de toda acción de gestión informativa interna o externa (noticia-actualidad), que diariamente se produce en una

empresa o institución tanto a nivel de actividades, servicios o productos, que afecta a un determinado público o grupo social interesado, y que se transmite a través de los medios de comunicación propios y externos, para así potenciar su imagen pública. El autor precisa más los términos y distingue entre comunicación empresarial (corporativa) que incluye tanto a las empresas privadas y públicas con ánimo de lucro, y comunicación institucional referente a la generada por las instituciones públicas y privadas sin ánimo de lucro.

Por lo que la comunicación empresarial e institucional es la administración del proceso de comunicación y traslado de información de una empresa, tanto a nivel interno como externo, con el fin de crear y mantener buenas relaciones públicas y una buena imagen ante sus empleados, proveedores, clientes reales y potenciales e incluso con las empresas competidoras.

6.2.1.7 Medios de Comunicación: Según el diccionario virtual Definición abc <http://www.definicionabc.com/comunicacion/18775.php> el concepto de medio de comunicación es aquel que se utiliza para designar a todos los soportes en los cuales puede ser transmitida una idea o mensaje. Hoy en día, sin embargo, el concepto es comúnmente relacionable con determinados soportes, más específicamente con los diarios o periódicos, la televisión, la radio, internet, las publicaciones gráficas. Estos medios transmiten ideas que pueden ser noticias de actualidad, mensajes publicitarios, debates ideológicos, etc. Siempre los medios están transmitiendo un mensaje en un lenguaje o código que debe ser accesible al tipo de público al que se dirigen, razón por la cual hay diferentes lenguajes para diferentes públicos. Los medios de comunicación tienen hoy en día un importantísimo rol ya que son los responsables en gran medida de moldear el pensamiento de su público, una responsabilidad muy delicada ya que muchos medios de comunicación (producto de intereses políticos, económicos o culturales) pueden enviar un mensaje errado o interesado a un público que no está acostumbrado a ser crítico sobre el mismo.

6.2.1.8 Comunicación Masiva: “Diez conceptos básicos en torno a los medios de comunicación” artículo publicado en la “Revista Realidad” de la Universidad Centroamericana “José Simeón Cañas” <http://www.uca.edu.sv/revistarealidad/archivo/4d556d9dcbfc8diez.pdf> dice: la comunicación masiva es la que se realiza entre un individuo o grupo de individuos a través de un dispositivo transmisor (un medio) para audiencias numerosas. En el ámbito de la comunicación masiva podemos distinguir dos modelos básico:

6.2.1.8.1 Comunicación Masiva Unidireccional: Pone su énfasis en el emisor, es denominado esquema de comunicación persuasivo cuyo objetivo es el conseguir efectos. Reconoce un emisor protagonista (controlador del proceso comunicativo) que envía un mensaje a un receptor relativamente activo (papel dependiente) pero si incluye una respuesta que es recogida por el emisor. Esta respuesta es tan solo la comprobación del efecto previsto, es decir, la reacción del sujeto ante una propuesta, puede ser positiva o negativa y le sirve al emisor como instrumento de verificación y control. Algunos autores prefieren denominarla difusión masiva.

6.2.1.8.2 Comunicación Masiva Bidireccional: Propugna por una relación dialéctica entre emisor y receptor de tal manera que ambos pueden ser alternativamente emisores y receptores. Tiene tres notas básicas:

- Es dialógico: todos los participantes del proceso de comunicación tienen la oportunidad de ser alternativamente emisores y receptores.
- Requiere una prealimentación: informarse de la realidad política, social, cultural, económica, religiosa, etc, de los destinatarios para conocer sus necesidades, identidades e intereses y determinar la manera correcta de comunicarse con ellos.
- Empatía: saber valorar a aquellos con los que se establece una comunicación. Entender al destinatario, pensar en él, identificarse con él. Poner al destinatario como la parte principal del proceso de comunicación.

6.2.1.9 Funciones de los Medios de Comunicación Social: De acuerdo con el artículo publicado en la Revista Realidad de la Universidad Centroamericana “José Simeón Cañas” (El Salvador) <http://www.uca.edu.sv/revistarealidad/archivo/4d556d9dcbfc8diez.pdf> las funciones de la comunicación social se describen según la relación entre los medios, la sociedad y los individuos. Existen distintos modelos para medir y analizar dichos parámetros entre los que está el modelo de los efectos (investigación cuantitativa para examen del impacto del medio en la sociedad), el análisis funcionalista (cómo el público utiliza los medios de comunicación y los beneficios que obtiene) y el enfoque crítico-cultural (examina las relaciones de poder, destacando los significados en interpretaciones que encuentra el público en el contenido de los medios. Existen 6 funciones básicas de los medios de comunicación social:

- Papel Informativo: brindar información.
- Asignan estatus: la cantidad de credibilidad que el público asigna al medio.
- Deciden la agenda de lo importante: se basa en la premisa “solo lo que sale publicado existe”, los medios fijan lo que es o no es tema de debate, lo relevante de acuerdo al nivel de cobertura que se le asigna.
- Representan a los ciudadanos: No solamente hablan al público sino en nombre del público.
- Función Socializadora: Forma en que una persona llega a adoptar la conducta y los valores (o antivalores) de una sociedad.
- Fomentan la cultura de la diversión comercializada.

6.2.1.10 Relaciones Públicas: Lamb, Hair y Mc Daniel, definen en el libro “Marketing” (2002) de International Thomson Editores a las relaciones públicas como la función de la mercadotecnia que evalúa las actitudes del público, identifica áreas dentro de la empresa que interesarían a este y ejecuta un programa de acción para ganarse la comprensión y la aceptación del mismo. Además, según los mencionados autores, las relaciones públicas contribuyen a que

una compañía se comunique con los clientes, proveedores, accionistas, funcionarios del gobierno, empleados y la comunidad donde opera.

Por otro lado en su libro “Marketing” (2004) de editorial Prentice Hall, Kotler, Armstrong, Cámara y Cruz, describen a las relaciones públicas como acciones que persiguen construir buenas relaciones con los consumidores a partir de una publicidad favorable, la creación de una buena imagen corporativa y evitando rumores, artículos periodísticos o acontecimientos desfavorables, o haciendo frente a los mismos si llegan a tener lugar. Las relaciones públicas se utilizan para promocionar productos, personas, lugares, ideas, actividades, organizaciones e incluso naciones.

Las Relaciones Públicas son la acciones que establece y mantiene relaciones mutuamente beneficiosas entre una organización y los públicos de los que depende su éxito o fracaso. Las relaciones públicas, a diferencia de la mayor parte de la publicidad, no incluyen un mensaje de ventas específico y es aplicable a diversidad de productos, ideas, actividades, lugares y personas.

6.2.2 Conceptos fundamentales de Diseño:

6.2.2.1 Diseño: Robert Gillam Scot comunica en su libro “Fundamentos del Diseño”: Diseñar es un acto humano fundamental: se diseña toda vez que se hace algo por una razón definida. Scott, en su definición, afirma que Diseño es toda acción creadora que cumple su finalidad. Un acto creador (acción creadora) produce algo nuevo. La finalidad de la creación y su cumplimiento forma parte de un esquema humano, personal y social. Se hace algo porque es necesario. Es ésta la única elección que cabe en la vida: o limitamos nuestros deseos y necesidades para adaptarnos a lo que las circunstancias nos ofrecen, o bien utilizamos toda nuestra imaginación, conocimiento y habilidad para crear algo que responda a dichas necesidades. Como individuos, hacemos tal elección en forma independiente, y, como grupo social, en conjunto.

Por lo tanto, Diseño es una actividad humana, es el proceso mediante el hombre desarrolla elementos (ideas, herramientas, objetos) con un objetivo, para satisfacer una necesidad, simplificar una tarea, obtener un beneficio, entre otros. Un diseño no es solamente una buena idea, con una apariencia visual agradable, sino igualmente importante es que los elementos que lo componen y la manera en la que se organizan sean funcionales y simplifiquen el uso del elemento diseñado.

6.2.2.2 Diseño Gráfico: Gabriela Bustos Rojo en el libro “Teorías del Diseño”, define al Diseño gráfico como la acción de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales, producidas por medios industriales y destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos determinados.

Diseño gráfico es el proceso de proyectar, programar, coordinar, seleccionar, organizar elementos gráficos al colocar de manera armónica y equilibrada los elementos conceptuales y visuales del diseño en una composición gráfica, que tiene el objetivo de comunicar un mensaje

específico a un grupo meta determinado, que se hacen llegar al público destinatario a través de diferentes soportes, como folletos, carteles, trípticos, material multimedia, etc.

6.2.2.3 Material Multimedia: La página web <http://definicion.de/multimedia/> comunica que multimedia es un término que refiere a aquello que utiliza varios medios de manera simultánea en la transmisión de una información. Una presentación multimedia, por lo tanto, puede incluir fotografías, videos, sonidos y texto. El concepto se aplica a objetos y sistemas que utilizan múltiples medios físicos y/o digitales para comunicar sus contenidos. El término también se usa en referencia a los medios en sí, que permiten almacenar y difundir contenidos con estas características. La comunicación multimedia facilita la comprensión y el aprendizaje, ya que resulta muy parecida a la comunicación humana directa (cara a cara). En la comunicación multimedia, el interlocutor puede verse (equivalente a un video o fotografía) y escucharse (audio), mientras acompaña sus palabras con gestos y/o movimientos corporales (animaciones). Una presentación o emisión multimedia puede realizarse en directo o estar grabada. La difusión de los contenidos, por otra parte, puede concretarse a través de Internet, proyectarse en una pantalla o desarrollarse en un escenario.

6.2.2.4 Página web: De acuerdo con <http://definicion.de/pagina-web/> se conoce como página web al documento desarrollado con lenguajes de marcado (como el HTML), que pueden ser interpretados por los navegadores, suelen contar con enlaces (también conocidos como hipervínculos o links) para facilitar la navegación entre los contenidos. Las páginas pueden presentar información en distintos formatos (texto, imágenes, sonidos, videos, animaciones), estar asociadas a datos de estilo o contar con aplicaciones interactivas. Una página web ejerce como la tarjeta de presentación de una empresa, una persona o un profesional concreto, para captar nuevos clientes. Se puede distinguir entre las páginas web estáticas (cuyos contenidos son predeterminados) y las páginas web dinámicas (que generan contenidos al momento de solicitar información a un servidor de web a través de lenguajes interpretados como JavaScript).

6.2.2.5 Sitio web: Según <http://definicion.de/sitio-web/> sitio web es un espacio virtual en Internet. Se trata de un conjunto de páginas web que son accesibles desde un mismo dominio o subdominio de la World Wide Web (WWW).

En Internet existe gran variedad de tipos de sitios web que se diferencian fundamentalmente por la clase de contenido que ofrecen o por el servicio que brindan a cualquiera de las personas que se encuentran navegando por la Red.

Sitio web es un conjunto de páginas web relativas a una misma materia, y direccionadas bajo un nombre de dominio, o dirección base, común.

6.2.2.5.1 Nombre de Dominio: La UNED de España (Universidad de Educación a Distancia) comparte en el área de Centros de Tecnología y Servicios Informáticos http://portal.uned.es/portal/page?_pageid=93,558701,93_20548789&_dad=portal&_schema=PORTAL que el Servicio de Nombres de Dominio (DNS) es una forma sencilla de localizar un ordenador en Internet. Todo ordenador conectado a Internet se identifica por su dirección IP: una serie de cuatro números de hasta tres cifras separadas por puntos. Sin embargo, como a las personas les resulta más fácil acordarse de nombres que de números, se inventó un sistema (DNS - Domain Name Server) capaz de convertir esos largos y complicados números, difíciles de recordar, en un sencillo nombre.

Los nombres de dominio no sólo nos localizan, además garantizan nuestra propia identidad en la red. En Internet el dominio constituye el principal medio de identificación. El nombre de dominio identifica un sitio web y es único en internet.

6.2.2.5.1.1 Dominio “.org”:

La empresa de Tecnologías de información Anacondaweb en su sitio <http://www.ayuda.anacondaweb.com/significados-dominios> comparte que el sufijo “.org” se refiere a "organization" o bien organización. Se refiere a cualquier sitio web relacionado a instituciones, establecimientos educacionales, organizaciones sin fines de lucro etcétera.

6.2.2.6 Tipos de Diseño web: El sitio <http://www.artprojectgroup.es/tipos-de-disenos-web-fijo-fluido-o-liquido-elastico-y-sensible> de la empresa española consultora de imagen corporativa web APG comunica que en el diseño web existen fundamentalmente 4 tipos de diseños:

6.2.2.6.1 El diseño web fijo (fixed web design en inglés) es, con diferencia, el más utilizado de la Internet, y es aquel que permanece inalterable sea cual sea el dispositivo donde se visualiza el sitio web. Es indiferente al tamaño de la pantalla y a la anchura del navegador web que la visualiza. Sean cuales sean las características del dispositivo, pantalla o navegador, siempre se visualiza el mismo tamaño preestablecido por el diseñador web en píxeles.

6.2.2.6.2 El diseño web fluido o diseño web líquido (fluid web design o liquid web design) es aquel que tiende a ocupar todo el ancho de la pantalla, sea cual sea el tamaño de esta. Es un tipo de diseño menos utilizado que el anterior, ya que requiere de mucho más trabajo por parte del diseñador web y a que si no se realiza correctamente su resultado puede resultar bastante atractivo para tamaños de pantalla “normales” y pequeñas, pero cuando se emplean pantallas de muchas pulgadas su estética resulta, cuanto menos, horrible, a no ser que se utilicen técnicas como el uso de max-width para limitar el máximo ancho aceptado por el diseño. En este caso el diseñador web utiliza porcentajes en lugar de píxeles para establecer los anchos de sus diseños, aunque también se pueden emplear píxeles y medidas máximas y mínimas con min-width y max-width. Es un tipo diseño que cada vez va tomando más terreno y va sustituyendo al diseño fijo.

6.2.2.6.3 El diseño web elástico (elastic web design) es un tipo de diseño muy parecido al fluido, sólo que en este caso el contenido también crece junto al ancho del diseño para rellenar la pantalla. Es un tipo de diseño prácticamente residual y muy poco usable. Al igual que en el caso del diseño fluido, el diseño elástico puede resultar más o menos

agradable en tamaños de pantalla más o menos pequeños, pero cuando se utilizan pantallas muy grandes el contenido se vuelve exageradamente irracional, por lo que salvo contadas excepciones, no tiene ningún tipo de razón de ser. En este caso el diseñador web utiliza para fijar los anchos de su diseño web y del resto del contenido que alberga.

6.2.2.6.4 El diseño web sensible (responsive web design en inglés) es un tipo de diseño que se transforma en función del tipo de dispositivo o del ancho del navegador web que lo visualiza. De esta forma se muestra un diseño web en dispositivos smartphones, otro diferente en dispositivos tipo tabletas, y otro distinto en ordenadores. De esta forma el diseñador web se asegura de que el contenido que visualizan los usuarios se ajusta a las necesidades de su dispositivo y, aunque la información mostrada es exactamente igual, sea cual sea el dispositivo que la visualiza, el diseño varía sensiblemente para optimizar al máximo el acceso a la misma. En este caso el diseñador web emplea diferentes hojas de estilo que cargará mediante el uso de JavaScript en función de las necesidades que se establezcan, principalmente ancho del navegador web y tipo de dispositivo.

6.2.2.7 Lenguajes de programación: Los apuntes de la asignatura “Desarrollo de aplicaciones Web” (DAWEB) impartida por el profesor Rafael Barzanallana de la Universidad de Murcia, España, <http://www.um.es/docencia/barzana/DAWEB/Lenguaje-de-programacion-HTML-1.pdf> comunica que los lenguajes de programación permiten crear sitios web, sirven para indicar al ordenador acerca de que contenido cargar en la web y cómo debe mostrarse visualmente.

6.2.2.7.1 HTML (HyperText Markup Language): apareció por primera vez en 1991 en el lanzamiento de la Web. Su función es la gestión y organización del contenido. Así que en HTML se escribe lo que se desea mostrar en la página: texto, enlaces, imágenes, etcétera,

6.2.2.7.2 CSS (Cascading Style Sheets, también conocidas como hojas de estilo): el papel de CSS es gestionar la apariencia de la página web (diseño, posicionamiento, colores, tamaño de texto, etcétera). Este lenguaje ha complementado el código HTML desde 1996.

6.2.2.8 Diseño Gráfico Web: Según la empresa de consultoría y desarrollo de sitios web Arcovía Digital, en su página web <http://www.arcovia.com/documentacion/disenio-sitios-web> comunica uno de los aspectos más relevantes, que convierte la web en una herramienta de comunicación, es su diseño gráfico. Además de tratarse de una cuestión estética, cumple una función muy importante en el marketing e identidad de la página, esencial para su imagen de marca, como para facilitar la navegación mediante elementos visuales intuitivos.

6.2.2.9 Elementos de Diseño: La página web del Instituto Nacional de Tecnologías Educativas y de Formación del Profesorado de España <http://www.ite.educacion.es/> comparte que el diseño es un proceso de creación visual con un propósito: un diseño gráfico debe ser el colocar ante los ojos del público un mensaje prefijado. Para que el propósito del diseño sea alcanzado, es necesario utilizar diversos recursos que completarán la idea general y específica del mensaje para que este sea comprendido a totalidad. Estos recursos son llamados elementos de diseño. En general se distinguen 4 grupos de elementos:

- Elementos Conceptuales
- Elementos Visuales
- Elementos de Relación
- Elementos Práctico

6.2.2.10 Percepción: La página web del Instituto Nacional de Tecnologías Educativas y de Formación del Profesorado de España <http://www.ite.educacion.es/> comunica que la percepción es un fenómeno sensorial, en el caso de un diseño inicia por los ojos, permitiendo mayor capacidad de recuerdo de imágenes que de las palabras. El cerebro ubica los elementos dentro de parámetros de referencia contruidos a través experiencias previa o conocimiento.

Para estudiar los elementos básicos del diseño gráfico hay que conocer las leyes que rigen la percepción. Este conocimiento ayuda al diseñador a identificar elementos como la línea, el color, el contorno, la textura y el entorno que tienen las cosas. Al conocer el proceso de percepción física y psicológica de los objetos, se tendrá a disposición más elementos para influir en el receptor del trabajo de diseño.

6.2.2.10.1 Factores que influyen en la percepción:

- La agrupación
- Percepción figura - fondo
- Percepción de contorno
- Pregnancia: Según <http://definicion.de/pregnancia/> es la cualidad que poseen las figuras que pueden captarse a través del sentido de la vista. Dicha cualidad está vinculada a la forma, el color, la textura y otras características que hacen que la persona que observa pueda captarla de manera más rápida y simple. A mayor pregnancia, mayor facilidad para que el ser humano capte la figura. La idea de pregnancia se sustenta en diversas propiedades, como el orden, la simetría y la coherencia en la estructura de la figura. Las figuras con mayor pregnancia tienen gran capacidad comunicativa, ya que se transmiten con velocidad y logran fijarse en el observador.

6.2.2.10.2 Leyes de la percepción: La Enciclopedia Cubana en la Red, EcuRed
http://www.ecured.cu/index.php/Elementos_b%C3%A1sicos_del_Dise%C3%B1o_Gr%C3%A1fico#cite_note-0 comparte:

- Ley de figura - fondo: Es una figura percibida que se destaca sobre un fondo que queda en segundo plano.
- Ley de simplicidad: Organizar los estímulos de tal manera que la figura resultante sea lo más sencilla posible.
- Ley de pregnancia: Completar la figura que aparece incompleta y a darle la organización estable.
- Ley de proximidad: Integrar en una misma figura los objetos próximos entre sí.
- Ley de la semejanza: Integrar, dentro de lo posible, en una figura objetos similares o parecidos.
- Ley del contraste: Destacar un elemento de una figura, de acuerdo con la relación que guarda con los demás elementos del conjunto.
- Ley de la continuidad: Integrar en una misma figura objetos que aparecen en una sucesión continua.
- Ley del cierre: Al agrupar los elementos se tiende a hacerlo de tal modo que el resultado sea una figura cerrada en sus contornos.
- Ley del movimiento común: Ante un conjunto de elementos, se percibe como un todo aquellos que se desplazan a la vez, y en la misma dirección, aun no siendo los más próximos entre sí.

6.2.2.11 Elementos Conceptuales: La Facultad de Ciencias Físico-Matemáticas y Naturales de la Universidad Nacional de San Luis (UNSL), en Argentina, comparte en <http://www.dirinfo.unsl.edu.ar/introdg/wp-content/apuntes/Clase 5 - Morfologia.pdf> que los elementos conceptuales que son los que no son visibles, no existen sino que parecen estar presentes. Estos elementos se encuentran presentes en el diseño, pero que no son perceptibles a la vista. Se considera que existen 4 elementos conceptuales del diseño:

- a) Punto: Indica posición, no tiene largo ni ancho, no ocupa espacio.
- b) Línea: cuando un punto se mueve, su recorrido se transforma en línea. Tiene largo pero no ancho. Tiene posición y dirección.
- c) Plano: el recorrido de una línea en movimiento se convierte en plano. El plano tiene largo y ancho pero no grosor. Tiene posición y dirección.
- d) Volumen: el recorrido de un plano en movimiento se convierte en volumen. Tiene posición en el espacio y está limitado por planos.

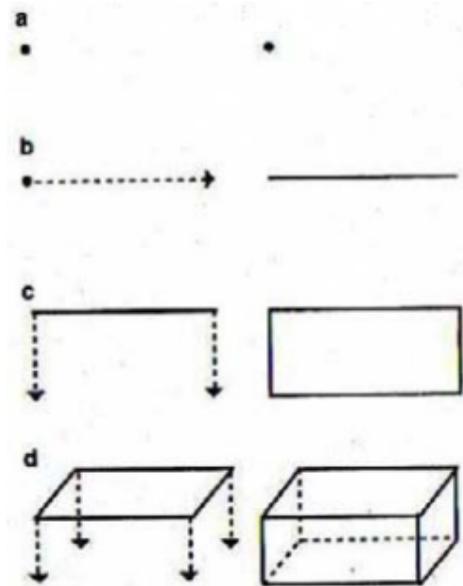


Ilustración IV Elementos Conceptuales del Diseño Gráfico

6.2.2.12 Elementos Visuales: En los “Apuntes de clase” en el sitio <http://www.dirinfo.unsl.edu.ar/introdg/wp-content/apuntes/Clase 5 - Morfologia.pdf> de la Facultad de Ciencias Físico-Matemáticas y Naturales de la Universidad Nacional de San Luis (UNSL) en Argentina, determina que los elementos visuales son aquellos que empleamos para representar los elementos conceptuales. (utilizar una línea visible para representar una línea conceptual). Los elementos visuales son aquellos objetos dibujados, los que no solo tienen un largo, sino que un ancho, un color y una textura. Forman la parte más prominente del diseño porque es lo que realmente vemos. Se considera que existen 4 elementos visuales:

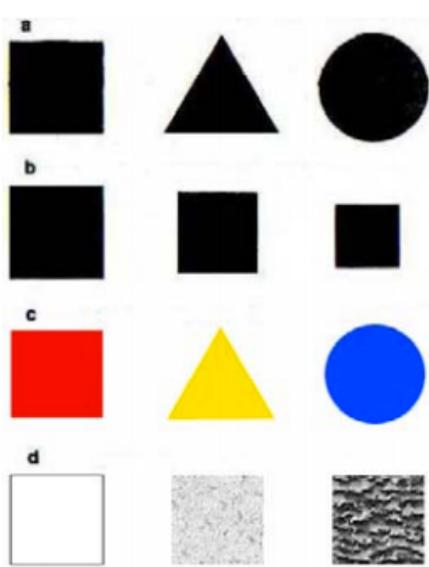


Ilustración V Elementos Visuales del Diseño Gráfico

a) Forma: Todo lo que pueda ser visto posee una forma y aporta identificación a nuestra percepción. Ocupan un lugar en el espacio y el ojo percibe en su totalidad.

b) Medida: Todas las formas tienen tamaño y podemos medirlas. Las dimensiones de los elementos

c) Color: Una forma se distingue de otras por el color, sus variaciones tonales y cromáticas.

d) Textura: Se refiere a la superficie de la forma. Puede ser Visual o Táctil, plana o decorada, lisa o rugosa.

6.2.2.13 Elementos de Relación: Los “Apuntes de clase” en el sitio http://www.dirinfo.unsl.edu.ar/introdg/wp-content/apuntes/Clase_5_-_Morfologia.pdf de la Facultad de Ciencias Físico-Matemáticas y Naturales de la Universidad Nacional de San Luis (UNSL) en Argentina, comunican que en este grupo importa la ubicación e interrelación de las formas; los elementos de relación se denominan así porque muestran la relación que existe entre el plano de la imagen y los elementos que lo contienen sin dejar de lado al observador. Se considera que existen 4 elementos de relación:

a) Dirección: Depende de cómo está relacionada con el observador, con el marco contenedor o con otras formas.

b) Posición: Se relaciona respecto a un cuadro o estructura del diseño.

c) Espacio: Las formas ocupan un espacio. El espacio puede ser vacío y ocupado, y sugiere profundidad.

d) Gravedad: Esta sensación no es visual sino psicológica. Atribuye pesadez o liviandad, estabilidad o inestabilidad.

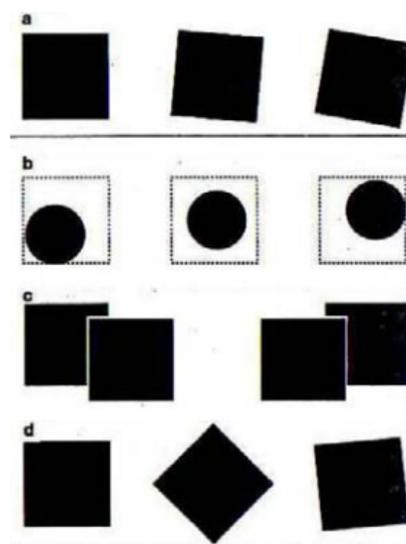


Ilustración VI Elementos de Relación del Diseño Gráfico

6.2.2.14 Tipografía: De acuerdo con la antología virtual “Introducción a la Tipografía” realizado y publicado por la Universidad de Londres en el sitio <http://www.udlondres.com/servicios/dgrafico/alta/index.html> denomina tipografía a la disciplina que dentro del Diseño Gráfico estudia los distintos modos de optimizar la emisión gráfica de mensajes verbales. La Tipografía tiene dimensión técnica y funcional basada en el oficio de tipógrafos e impresores. Cuenta con sistemas de medición y cálculo que ayudan a organizar y racionalizar la comunicación visual. Pero tiene, además, dimensión humanística que se basa en la escritura, representación abstracta de objetos e ideas que hizo posible el registro de la cultura, la organización del pensamiento y el desarrollo intelectual del hombre. Entendida como disciplina, la Tipografía profundiza y enriquece en direcciones múltiples los alcances del Diseño Gráfico.

La tipografía es la representación gráfica del lenguaje (caracteres, números, símbolos) a fin de componer visualmente y estéticamente un texto que comunique.

6.2.2.14. La Tipografía Instrumental: de acuerdo con la antología virtual “Problemáticas del Diseño Gráfico” realizado y publicado por la Universidad de Londres en el sitio <http://www.udlondres.com/servicios/dgrafico/alta/index.html> La tipografía instrumental está compuesta por las fuentes tipográficas y sus respectivas familias tipográficas para las cuales su unidad de medición es el punto, cuerpo o tamaño. Dentro de estas familias tipográficas existen las con serif y sin serif o de palo seco. Se llama tipografía instrumental porque antiguamente su construcción dependía de instrumentos, reglas, serchas, escuadras y a partir de normas de construcción, hoy en día se construye a través del ordenador y sus distintos software.

6.3 Ciencias auxiliares, teorías y tendencias:

6.3.1 Ciencias Auxiliares:

6.3.1.1 Semiología: El Gran Diccionario Enciclopédico Visual de Océano, grupo editorial, en el tomo 10, define a la semiología como la ciencia que estudia todos los sistemas de signos (códigos, lenguas, señales, el alfabeto de los sordomudos, las señales de tráfico, los códigos, el alfabeto Morse, etcétera.).

Según <http://www.comunicadores.org/> para Ferdinand de Saussure, teórico suizo de principios del siglo XX, la semiología es “la ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de la vida social”.

6.3.1.1.1 Semiología de la imagen: también conocido como semiótica de la imagen, el sitio <http://www.comunicadores.org/> comparte que es el estudio del signo icónico y los procesos de sentido-significación a partir de la imagen. Por lo que se afirma que la semiología de la imagen es el análisis del proceso de construcción de significado que un individuo obtiene de la imagen o material visual.

6.3.1.2 Sociología: Según el Diccionario Manual de la Lengua Española, la sociología es la ciencia que estudia la formación, el desarrollo y las características de las sociedades humanas.

Por lo tanto, la sociología es una ciencia enfocada en el estudio de los grupos sociales (individuos que conviven agrupados en diferentes tipos de asociaciones) analizando la organización interna del grupo, las relaciones que los sujetos mantienen entre sí y con el sistema, y el grado de unidad o cohesión existente en la estructura social.

6.3.1.3 Socialización: Según el artículo “Diez conceptos básicos en torno a los medios de comunicación” de la Universidad Centroamericana “José Simeón Cañas” (El Salvador) <http://www.uca.edu.sv/revistarealidad/archivo/4d556d9dcbfc8diez.pdf> para los sociólogos, la socialización es el proceso a través del que determinada sociedad u orden social logra pervivir y reproducirse, transmitiendo a los nuevos miembros aquellas normas y principios necesarios para la continuidad del sistema. Mediante la socialización el individuo adquiere un mundo y desarrolla una identidad personal al formar parte de distintos submundos al interior de la sociedad.

La socialización es el proceso de perpetuación de la estructura social, la cultura y los valores (o antivalores) de una sociedad y cómo esta se ve afectada por el cambio de los medios de comunicación y las modificaciones de los patrones socioculturales a nivel mundial.

6.3.1.4 Andragogía: Según el contenido virtual presentado en <http://www.usac.edu.gt/archivos/> documento “e-cont Presentación Andragogía” de la Universidad San Carlos de Guatemala, la Andragogía es la ciencia y el arte de una educación permanente, donde el facilitador del aprendizaje, permite incrementar el pensamiento, la autogestión, la calidad de vida y la creatividad del participante adulto, con el propósito de proporcionarle una oportunidad para que logre su autorrealización.

De acuerdo con Roque Ludojoski (1986; 25) La andragogía consiste en el empleo de todos los medios y modalidades de la formación de la personalidad puestos a disposición de todos los adultos sin distinción alguna, ya sea que hayan cursado sólo la enseñanza primaria o la secundaria y hasta la superior.

Andragogía es un término que parte de dos raíces griegas: *aner*, (de andros, hombre, entiéndase persona adulta) y *ágo* (yo guío o conduzco), por lo que puede definirse como el arte de educar a los adultos.

6.3.1.5 Las Tecnologías de la Información y Comunicación (T.I.C): El documento “LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (T.I.C.)” publicado en el sitio <http://www.uv.es/~bellochc/pdf/pwtic1.pdf> de la Universidad de Valencia, propone que las TIC se desarrollan a partir de los avances científicos producidos en los ámbitos de la informática y las telecomunicaciones. Las TIC son el conjunto de tecnologías que permiten el acceso, producción, tratamiento y comunicación de información presentada en diferentes códigos (texto, imagen, sonido, etcétera). El elemento más representativo de las nuevas tecnologías es sin duda el ordenador y más específicamente, Internet. Como indican diferentes autores, Internet supone un salto cualitativo de gran magnitud, cambiando y redefiniendo los modos de conocer y relacionarse del hombre.

6.3.1.5.1 Cibernética: Según el diccionario Larousse básico de la lengua española, es la ciencia que estudia los mecanismos automáticos de comunicación y de control de los seres vivos y de las máquinas. Es decir, estudia las interconexiones entre los mecanismos.

6.3.1.5.2 Informática: El diccionario Larousse básico de la lengua española define la informática como la ciencia del tratamiento automático de la información. La informática son conocimientos científicos y técnicos que se ocupan del tratamiento automático de la información por medio de ordenadores.

6.3.1.5.3 Telecomunicaciones: Según <http://definicion.de/telecomunicacion/> la palabra incluye el prefijo griego tele, que significa “distancia” o “lejos”; según su concepto, la telecomunicación abarca todas las formas de comunicación a distancia. Por lo tanto, la telecomunicación es una técnica que consiste en la transmisión de un mensaje desde un punto hacia otro, usualmente con la característica adicional de ser bidireccional. La telefonía, la radio, la televisión y la transmisión de datos a través de computadoras son parte del sector de las telecomunicaciones.

6.3.1.6 Psicología: Es la ciencia de la conducta y los procesos mentales, de acuerdo con libro “Psicología” de los autores Morris y Maisto, pero en el libro los autores comparten que la psicología es mucho más amplia y profunda pues los psicólogos pretenden explicar como el hombre (e incluso otras especies) percibe, aprende, recuerda, resuelve problemas, se comunica, siente y reacciona con otros, desde el nacimiento hasta la muerte, en relaciones íntimas y en grupo. Intentan entender, medir y explicar diferencias individuales y de grupo.

6.3.1.6.1 Psicología del color: Eva Heller, en su libro “Psicología del color sobre los sentimientos y la razón”, afirma que un mismo color actúa en cada ocasión de manera diferente. Un mismo color puede representar varios sentimientos, pero ¿A qué se deben tan particulares efectos? Ningún color aparece aislado; cada color está rodeado de otros colores. En un efecto intervienen varios colores o sea un “acorde de colores”. Un acorde cromático se compone de aquellos colores más frecuentemente asociados a un efecto particular. Los resultados de la investigación ponen de manifiesto que colores iguales se relacionan siempre con sentimientos e impresiones semejantes. Por ejemplo, a la algarabía y a la animación se asocian los mismos colores que a la actividad y la energía. A la fidelidad, los mismos colores que a la confianza. Un acorde cromático no es ninguna combinación accidental de colores, sino un todo inconfundible. Tan importantes como los colores aislados más nombrados son los colores asociados. El acorde cromático determina el efecto del color principal. El contexto determina el efecto.

6.3.1.6.2 Color verde: Gabriela Bustos Rojo, en el libro "Teorías del diseño gráfico", comunica que el color verde evoca lo relacionado con la naturaleza y la vegetación, lo fresco y lo sedante. Es el color de la calma indiferente, promueve la esperanza de una vida nueva. Incita al equilibrio por lo que es el más tranquilo y sedante. Asimismo, insinúa amor, paz, realidad, razón, lógica y juventud.

Las personas que eligen este color, desaprueban la soledad. Combinado con blanco expresa debilidad o pobreza. Quien se caracteriza por usar el color verde, desea ser respetada y competente.

6.3.1.6.3 El color amarillo: Gabriela Bustos Rojo, en el libro "Teorías del diseño, gráfico" comparte que el color amarillo está relacionado con la inteligencia, es de los más luminosos y cálidos. Se le relaciona con el sol, con la luz y con el oro y como tal es violento, intenso y agudo. Es animado jovial y excitante. Significa, en ocasiones, envidia y bajos impulsos, arrogancia, fuerza y estímulo. En psicología se asocia con gran deseo de liberación.

6.3.1.6.4 Color rojo: Gabriela Bustos Rojo, en el libro "Teorías del diseño gráfico", comunica que significa la vitalidad, es el color de la sangre, de la pasión, de la fuerza bruta y del fuego. Está ligado al principio de la vida, expresa la sensualidad, la virilidad, la energía; es exultante y agresivo. El rojo es el símbolo de la pasión extrema y desbordada, de la sexualidad y el erotismo. Debe usarse de manera controlada, pues su extensión e intensidad por su potencia de excitación cansa rápidamente. Combinado con blanco sugiere juventud, frivolidad y alegría, y mezclado con negro, indica dolor, tiranía y dominio.

6.3.2 Teorías:

6.3.2.1 Teoría del Color: Gabriela Bustos Rojo, en el libro "Teorías del diseño gráfico", comunica que existen más sentimientos que colores. Un acorde cromático se compone de aquellos colores más frecuentemente asociados a un efecto particular. Los resultados de nuestra investigación ponen de manifiesto que colores iguales se relacionan siempre con sentimientos e impresiones semejantes. El color se produce como respuesta a una sensación de la estimulación del ojo y los mecanismos nerviosos frente a la luz. Por lo tanto, el color no existe en sí, y no es tampoco una característica de los objetos, sino una mera percepción de nuestros ojos ante ciertas longitudes de onda que componen algo que se denomina "espectro" de luz blanca.

El color es un fenómeno visual que se produce en respuesta a una estimulación nerviosa del ojo, causada por la percepción de la luz.

El documento "Nociones Básicas de Diseño: Teoría del color", encontrado en <http://repositorial.cuaed.unam.mx:8080/jspui/bitstream/123456789/1901/1/teoria-del-color.pdf>

Repositorio digital Universitario de Materiales didácticos de la Universidad Autónoma de México afirma que más allá de una mera identificación o asociación, el color también se puede emplear para crear experiencias. El publicista representa el producto en su anuncio mediante la forma, pero añade las cualidades del color. El color puede llegar a ser la traducción visual de un sentido o sentimiento, o despertar éstos mediante la gama de colores utilizados. Permitiendo dar sensación de frío, de apetecible, de rugoso, de limpio, etcétera.

6.3.2.1.1 El Color en la web: Gabriela Bustos Rojo, en el libro "Teorías del diseño gráfico", comparte que dentro de la teoría del color existen los colores luz y los colores pigmento. Los colores pigmento son los físicos (pinturas y tintas), mientras que los colores luz (los que apreciamos en todo tipo de monitores) son el azul, el magenta, el amarillo y el verde; el blanco es la suma de todos los colores (luz) y el negro es la

ausencia total de color. El uso del color a la hora de hacer el diseño de un sitio web es de suma importancia, pues los colores son capaces de transmitir una infinidad de sensaciones o sentimientos al aplicar mínima parte de este elemento. El uso adecuado de un color es una clave segura de éxito para captar la atención de los visitantes hacia la página. Los monitores de ordenador muestran siempre los colores con el modelo RGB, es decir, la mezcla de los tres primarios luz.

Rojo (red), verde (green) y el azul (blue). Las iniciales en inglés dan lugar al nombre RGB para definir todos los colores. Por lo que en la web, un color se define por la cantidad de cada uno de estos primarios que contiene, cantidad que va de 0 a 255. Habitualmente se expresa con seis dígitos (RRGGBB) para cada componente.

La recomendación para el éxito de una página es mezclar colores que sean armónicos entre sí y que no vayan más allá de 4 colores para lograr buen esquema, recordando que también existen elementos auxiliares como la luminosidad, de los mismos colores elegidos.

6.3.3 Tendencias:

6.3.3.1 Tendencia: Gabriela Bustos Rojo en el libro “Teorías del Diseño” dice: las tendencias son grupos de características estilísticas que el diseño va adoptando. Están en continua evolución y marcan el estilo de los diseños y nuevas creaciones.

6.3.3.2 Características de buen sitio web: Según <http://definicion.de/pagina-web/>, los criterios fundamentales para diseñar una página web deben tener:

- Diseño atractivo para llamar la atención del usuario y conseguir que navegue por ella.
- Ese atractivo se conseguirá ofreciendo información de calidad, así como materiales de diversa índole tales como animaciones, vídeos, imágenes, etcétera.
- Es vital que se realice con ella las consabidas tareas de estrategia SEO y de optimización. Sólo de esa manera se logrará que la misma sea visible y conocida.
- Tiene que incluir enlaces, tanto a distintos apartados de la misma página web como a otros espacios que pueden resultar de gran interés para el usuario.
- Debe ser fácilmente navegable. Sólo de esta manera se conseguirá que el internauta vuelva a visitarla.

6.3.3.3 Tendencias de diseño web 2013: La Agencia de Marketing Online Concepto 05 <http://www.concepto05.com/2013/06/tendencias-de-diseno-web-2013/> comparte durante el transcurso de su carrera, que han ido emergiendo tendencias que cada día están más presentes en el diseño web. Han entrado con fuerza y no tiene signo de ser algo pasajero, sino que todo apunta a que van a dejar huella, y algunas tendencias se convertirán en referentes para los diseñadores.

No sólo se trata de cambios estéticos. La usabilidad y buena experiencia del usuario, unidas a los cambios en los hábitos de navegación desde diferentes tipos de dispositivo, están de moda.

6.3.3.3.1 Diseños planos o “flat”: Diseños sencillos y minimalistas llenos de color. Atrás quedan las sombras, degradados y elementos con volúmenes, relieves, texturas o puramente decorativos, para dar paso al estilo Metro (implica poner el acento en el contenido y dejar en segundo plano los gráficos). Ahora lo que prevalece es la sencillez, destacando los colores sólidos, formas y tipografías grandes.

Se están ampliando las paletas de color de uno o dos, a tres, cuatro o más colores, siendo siempre colores totalmente saturados y en algunas ocasiones contrarrestados con grises o negros. Se olvidan las tradicionales reglas sobre elección de colores y permanece un arcoiris al más puro estilo pop.

Siempre hay quien prefiere mezclar la tendencia con algo más tradicional, por lo que aún se encuentran esquemas de color monocromáticos o con un aire retro.

6.3.3.3.2 Diseños “responsive”, sensibles o adaptativos: Este tipo de diseños se desarrolla al usar HTML5 y CSS3, y básicamente consiste en que los elementos de la web tenga tamaño fluido y no uno fijo, como solían tener. Asegurando que el diseño se adapte y se vea perfectamente en cualquier dispositivo, independientemente del tamaño de su pantalla. Con este tipo de diseños también se evita la aparición excesiva e innecesaria del scroll.

6.3.3.3.3 Diseños centrados en la experiencia de usuario (UI)

Interfaces de usuario simples, limpias y atractivas con contenidos esquematizados y centrando la atención en la funcionalidad, usabilidad y claridad en los contenidos.

Estos diseños se desarrollan al mirar a través de los ojos del usuario, creando interacción cómoda, simple y eficiente.

Conseguir adecuada experiencia de usuario no es algo que ocurra de la noche a la mañana, es un proceso continuo que se desarrolla de manera gradual, analizando regularmente la web, resolver problemas y optimizándola.

Como punto de partida es necesario centrarse en crear interfaz de usuario clara y sencilla, que facilite a los usuarios poder interactuar con la web, al ofrecer la información de forma concisa.

6.3.3.3.4 Landing pages minimalistas: Eliminar el desorden y confusión visual y utilizar lo estrictamente necesario y destacar. El minimalismo supone reducir el diseño web a su mínima expresión en favor de mejor uso. Desaparece la creencia de que hay que introducir todos los elementos de diseño que sean posibles para provocar la conversión. Aparecen en su lugar, diseños con títulos destacados y pegadizos, una imagen grande con breve explicación de lo que se ofrece o un vídeo explicativo, un formulario con el menor número posible de campos y, lo más importante, la llamada a la acción mediante un gran botón.

Contenidos concisos y bien diferenciados visualmente, destacando la llamada a la acción, bajo una estrategia previamente desarrollada.

6.3.3.3.5 Scroll infinito: Páginas que nunca terminan y en las que, según se avanza hacia abajo, van apareciendo más y más contenidos. Este tipo de páginas es adecuado siempre que el contenido a mostrar sean imágenes o si el usuario no va buscando algo concreto, de lo contrario puede dar la sensación de que, por mucho que se baje, no se llegará a nada. Con el scroll infinito desaparece el footer o pie de página, que es donde el usuario espera encontrar información de contacto y corporativa, por lo que hay que pensar bien dónde usar este tipo de desplazamiento para no generar desconfianza. En este tipo de diseño es recomendable usar siempre un header fijo que acompañe al desplazamiento infinito.

6.3.3.3.6 Header fijo: Consiste en dejar la cabecera de la web en una posición fija para que esté siempre visible. De esta forma, por mucho que se desplace hacia abajo, quedará en la misma posición y el menú de navegación siempre será accesible.

Esto ayuda a mejorar la experiencia de usuario, ya que le facilita que pueda volver a cualquier parte, sin necesidad de desplazarse a donde estaba. Encaja con cualquier tipo de diseño, pero está especialmente indicado para sitios web de única página.

6.3.3.3.7 Sitios web de única página: Una de las tendencias que han surgido en los últimos años es mostrar todo el contenido en una misma página. Este tipo de diseño suele ir acompañados por el uso del header fijo y animaciones de desplazamiento para localizar los diferentes fragmentos de contenido, como el scroll Parallax.

6.3.3.3.8 Scroll Parallax: Permite animaciones de desplazamiento a distintas velocidades, lo que al final ofrece una ilusión óptica de profundidad que expone los contenidos de forma muy atractiva.

6.3.3.3.9 Vídeos de fondo: Usar un vídeo como fondo de una web, impacta visualmente, llama la atención de los usuarios, y les obliga a permanecer en ella. Fomenta la interacción con el usuario, crean experiencias distintas, captan la atención y ofrecen la posibilidad de dar información de forma amena. Hay que tener en cuenta que el vídeo debe tener calidad alta, ser corto, tener el audio a un volumen que no moleste y un ritmo en la acción que lo haga fácilmente comprensible, porque si fuera demasiado rápido, podría llegar a desconcertar.

6.3.3.3.10 Imágenes de fondo grandes: Las fotografías o ilustraciones de gran tamaño, usadas como fondo, pueden definir el tono de un sitio web con un solo vistazo. Se suelen usar en páginas con diseño general minimalista para no molestar, dar un aspecto caótico o desordenado, y para no quitar importancia a otros elementos de diseño. Una tendencia es usar imágenes desenfocadas en el fondo.

6.3.3.3.11 El contenido es el rey: Los diseñadores siempre han tenido una pelea interna por dar más importancia al contenido o al diseño, y al final terminan destacando lo visual y relegando el contenido a la parte inferior del diseño.

Este año eso ha cambiado y ahora, en la época del gigante Google y su pingüino, los diseñadores nos encargamos de que los usuarios puedan interactuar con el contenido, siendo éste original, útil y de calidad. Poner enlaces a las diferentes redes sociales en las que se esté, compartir contenidos de las mismas o tener un blog dentro de la web, también es tendencia.

6.3.3.3.12 La tipografía: Los títulos en negrita con diferentes tipografías es la moda en diseño web.

6.3.3.3.13 Neón: En las calles y tiendas ya puede verse en todas partes, el uso de colores de neón. Esta tendencia asegura llamar la atención, por lo que también se está extendiendo en las páginas web.

6.3.3.3.14 Mapas: En una época en la que no pueden vivir sin TomTom o Google Maps, mapas y fotos de satélite no pueden faltar en las páginas web. Se ve a menudo como fondo para las páginas de contacto y también como base completa para un sitio web.

VII

CAPÍTULO

PROCESO DE DISEÑO Y PROPUESTA PRELIMINAR

Capítulo VII

Proceso de Diseño y propuesta Preliminar

7.1 Aplicación de la Información obtenida en el Marco Teórico

7.1.1 Aplicación de Conceptos fundamentales de Comunicación:

En el presente proyecto se utilizará la comunicación social a través de las herramientas web, al generar una comunicación masiva bidireccional, para completar el proceso de comunicación con la integración de nuevos voluntarios, patrocinadores y donadores que apoyen a Asociación Desafío. Se utilizarán las funciones emotiva, conativa, fática y metalingüística de la comunicación, pues se estará enviando un mensaje desde la perspectiva del emisor, para impactar al receptor y hacerle ver la necesidad que tiene Guatemala de proyectos como los que realiza la asociación. La función fática será la constante búsqueda del feedback o la retroalimentación de los visitantes de la página y finalmente se realizará la página, con opción a español y una en inglés, para abarcar a los posibles inversionistas internacionales y cumplir con la función metalingüística. El desarrollo de la página web se hará al basar su estructura, tanto de diseño como de comunicación, en el uso de los conceptos y estrategias de la comunicación corporativa e institucional para generar adecuadas relaciones públicas.

7.1.2 Aplicación de Conceptos fundamentales de Diseño:

Haciendo uso de los conocimientos adquiridos y las diferentes herramientas y recursos web y gráficos disponibles en los distintos programas de diseño, se propone un sitio web que se ajuste a las necesidades manifiestas de Asociación Desafío, siendo este un sitio web sensible, que se ajuste a las nuevas tecnologías moldeándose a la necesidad de los usuarios y adaptando el sitio a smartphones y otros dispositivos, además de los usuales ordenadores. El diseño gráfico web se realiza desde cero, conforme a la imagen corporativa de la asociación y utilizando los diversos

elementos básicos del diseño gráfico y los elementos del diseño web. Teniendo conocimientos acerca de los distintos tipos de dominio web que pueden ser utilizados, se podrá seleccionar el tipo de dominio que mejor se acomode a las necesidades y a las características de la asociación.

7.1.3 Aplicación de Ciencias, Teorías y Tendencias:

Es necesario apoyar los elementos que se emplearán en el diseño al fundamentarlo en las diferentes ciencias de estudio del comportamiento humano, como es la psicología, y la forma en que se comprenden los distintos elementos como símbolos (semiología), utilización del color (teoría del color) y finalmente comprender cómo es que afectará a la sociedad (con la sociología) y si la estrategia será aceptada. Aplicar las nuevas tendencias de diseño web como diseños planos, con estilo responsive, utilizando dos tipografías llamativas y la implementación de mapas al adaptar en el diseño de la web las tecnologías de información y comunicación.

7.2 Conceptualización

7.2.1 Método: En el sitio web www.neuronilla.com se encuentra gran cantidad de métodos sugeridos para desarrollar la creatividad. Para alcanzar una conceptualización sobre la cual basar el desarrollo del proyecto, se ha seleccionado la técnica de “Mapas Mentales”, popularizada por Tony Buzan, investigador en el campo de la inteligencia y presidente de la Brain Foundation.

La importancia de los mapas mentales radica en que son expresión de una forma de pensamiento: el pensamiento irradiante. El mapa mental es una técnica gráfica que permite acceder al potencial del cerebro.

Es una técnica de usos múltiples. Su principal aplicación en el proceso creativo es la exploración del problema y la generación de ideas. En la exploración del problema es recomendable su uso para tener distintas perspectivas del mismo.

7.2.2 Definición del Concepto:

Mapa Mental, conceptualización Desafío.



A partir del mapa conceptual y tomando en cuenta la problemática que actualmente enfrenta la Asociación, se plantearon las siguientes frases conceptuales:

1. Mostrando el Cambio
2. Ideas transformadoras
3. Ordenando ideas para alcanzar objetivos
4. Formando caminos para alcanzar objetivos
5. Accionando el cambio

De las cuales se seleccionaron la número 2 y la número 5 para formar una sola frase a partir de ambas ideas, y resultó la siguiente conceptualización:

“Ideas transformadoras puestas en acción”

“Ideas transformadoras puestas en acción” es el concepto sobre el que se basará el diseño para el sitio web de Asociación Desafío. Esta frase representa el objetivo que la asociación tiene de impactar la vida de los grupos sociales marginados haciendo uso de la voluntad de actuar para marcar la diferencia. La página web tiene el objetivo de motivar a los visitantes de la página, ya sean grandes corporaciones o personas particulares, a informarse y participar activamente de los proyectos, al ser voluntarios, patrocinadores o donadores, mediante imágenes, recursos gráficos, una diagramación sobria y la presentación de información concisa.

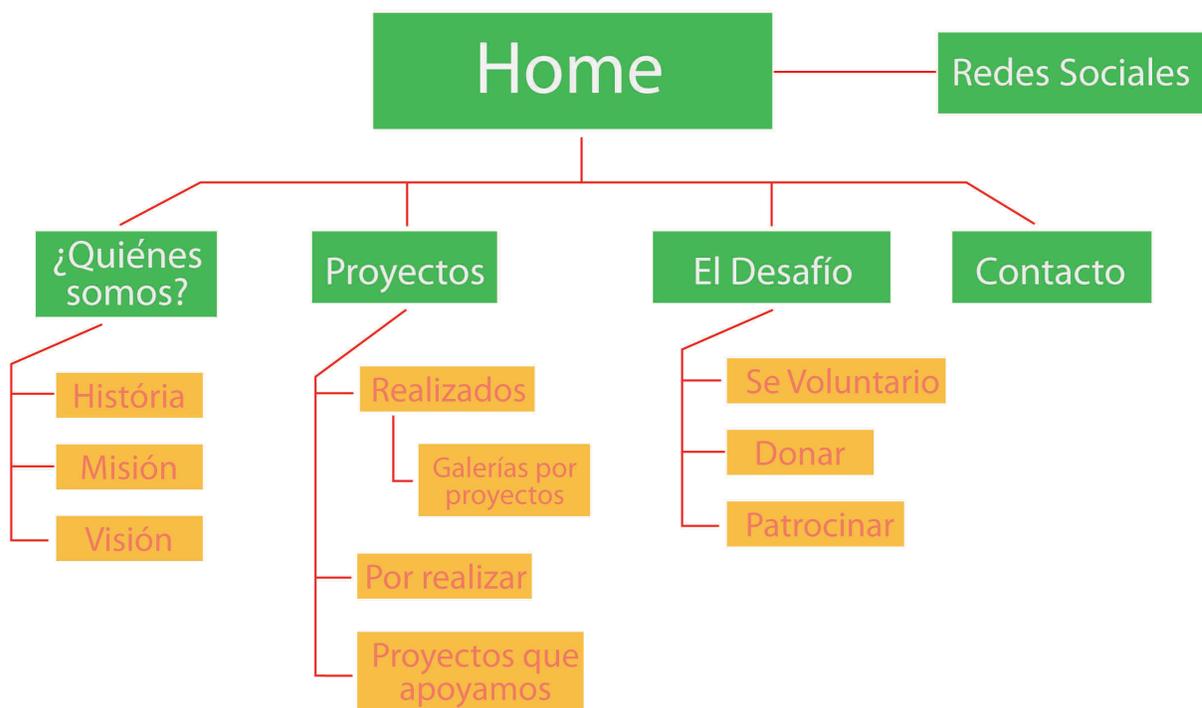
7.3 Bocetaje:

Tabla de Requisitos

Elemento Gráfico	Propósito	Técnica	Emoción
Color	Utilizar los colores de la empresa para mostrar una identidad corporativa, que permanezca en la mente de los visitantes del sitio y pueda ser fácilmente reconocida.	Colores planos (Verde, amarillo, rojo, blanco, negro)	Empatía con la empresa, paz, jovialidad, entusiasmo, pasión por los proyectos.
Tipografía	Presentar la identidad de la empresa, pues la familia Champagne & limousines es la utilizada en el logotipo. Según la tendencia Titulares de un estilo, contenido de otro estilo, sobrio, legible y que se encuentra por defecto en la mayoría de los ordenadores.	Familia Champagne & Limousines con colores planos. Familia Helvetica (sans serif) para el contenido.	Estabilidad, Uniformidad, confianza, Dinamismo.
Iconos	Utilizar figuras simples para presentar de manera gráfica el contenido de los titulares y dar a los visitantes una idea acerca de lo que trata la publicación.	Figura fondo Elementos del Logotipo (corazón)	Unidad Amor, deseo de ayudar.
Fotografías	Presentación gráfica de los beneficiarios de cada proyecto, de las actividades que realiza la asociación y también de las personas que son voluntarios, donadores o patrocinadores de la asociación.	Fotografías en Alta definición	Empatía, Compromiso, Esperanza
Forma	Representar el dinamismo que la empresa quiere proyectar a través su logo. Contrastando la estabilidad de los colores plano con el dinamismo de la línea curva distintos elementos del diseño.	Línea Curva	Dinamismo
Mapa	Utilizar los recursos tecnológicos disponibles para mostrar gráficamente la localización de la Asociación.	Utilizar la herramienta Google maps.	Seguridad, Respaldo

Mapa de sitio: Para organizar toda la información que Asociación Desafío necesita presentar a sus donadores, patrocinadores y voluntarios reales y potenciales, se ha creado un mapa de sitio que pretende organizar de manera lógica toda la información para no dejar fuera ningún dato importante.

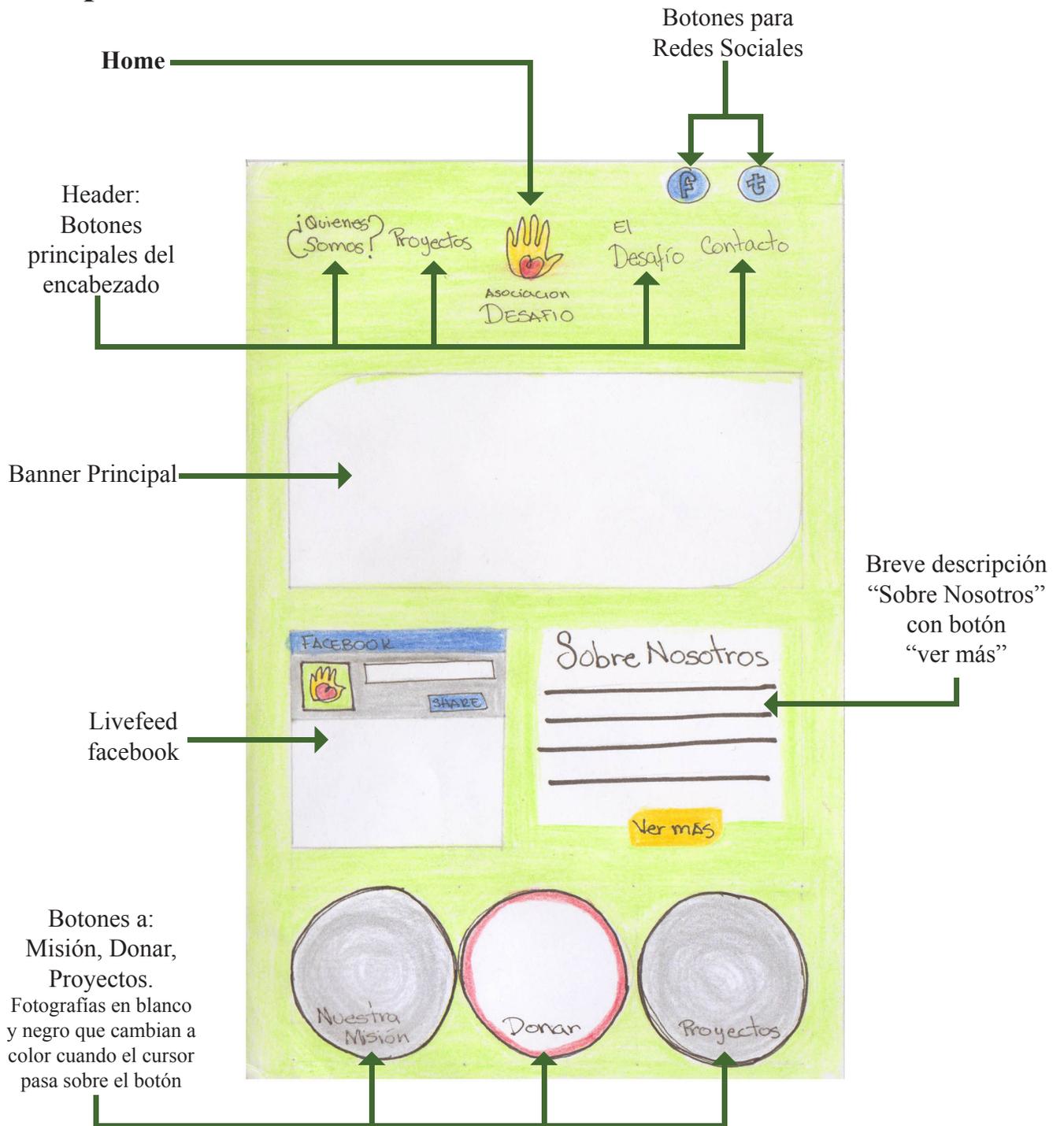
Mapa de sitio



Esta manera se considera la más apropiada para presentar toda la información de la asociación.

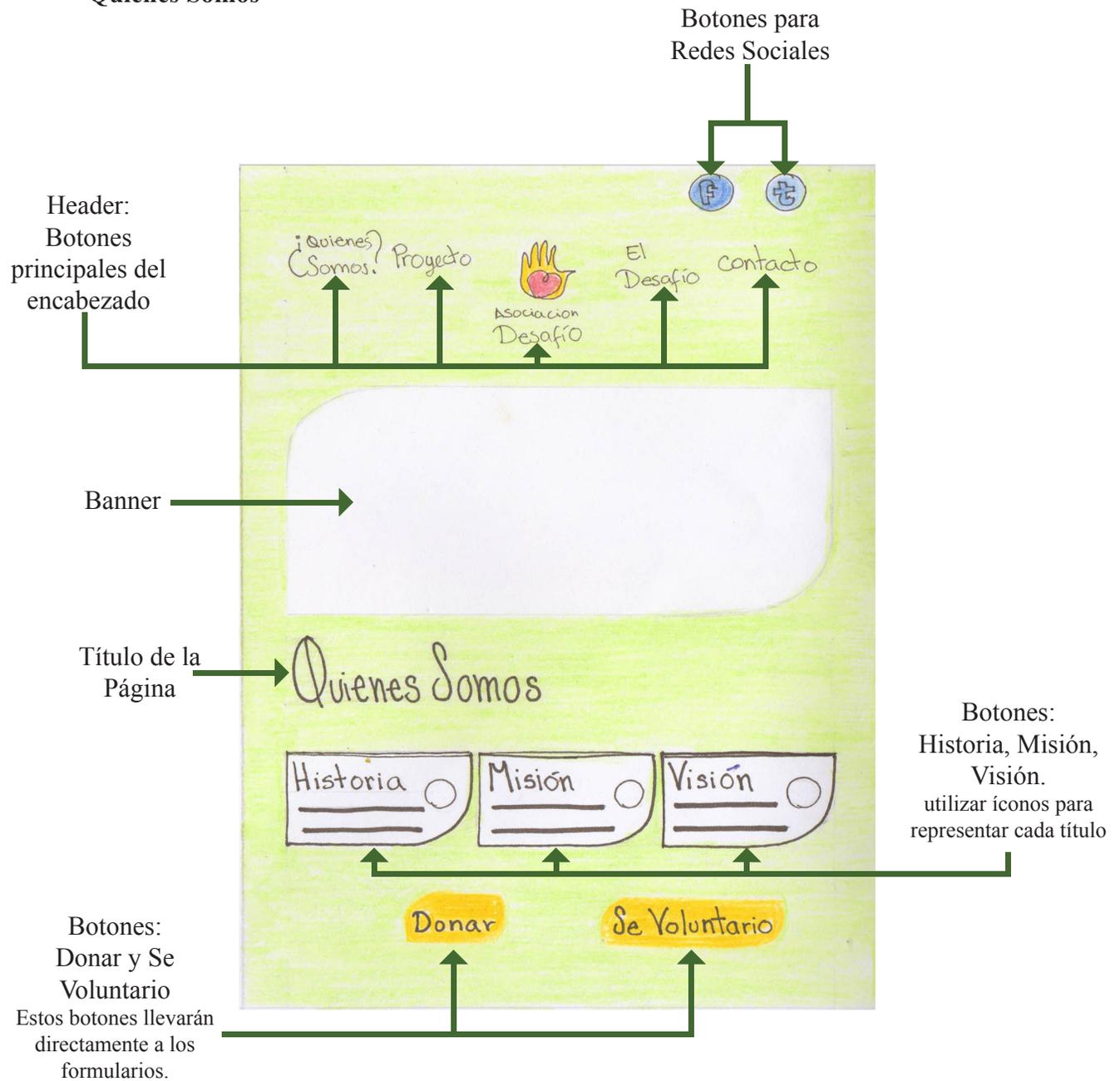
Bocetaje:

Propuesta 1



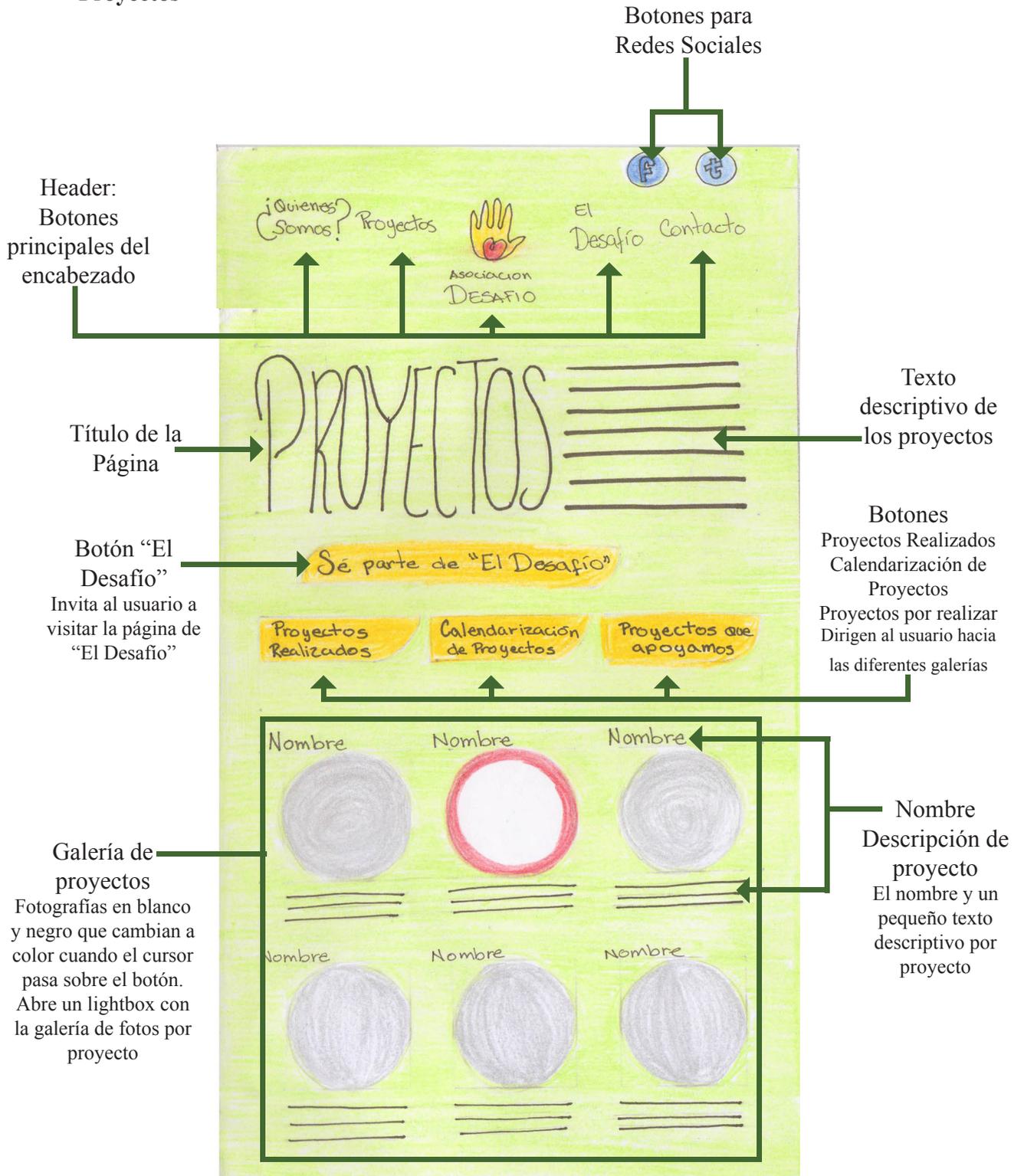
Propuesta 1

Quiénes Somos



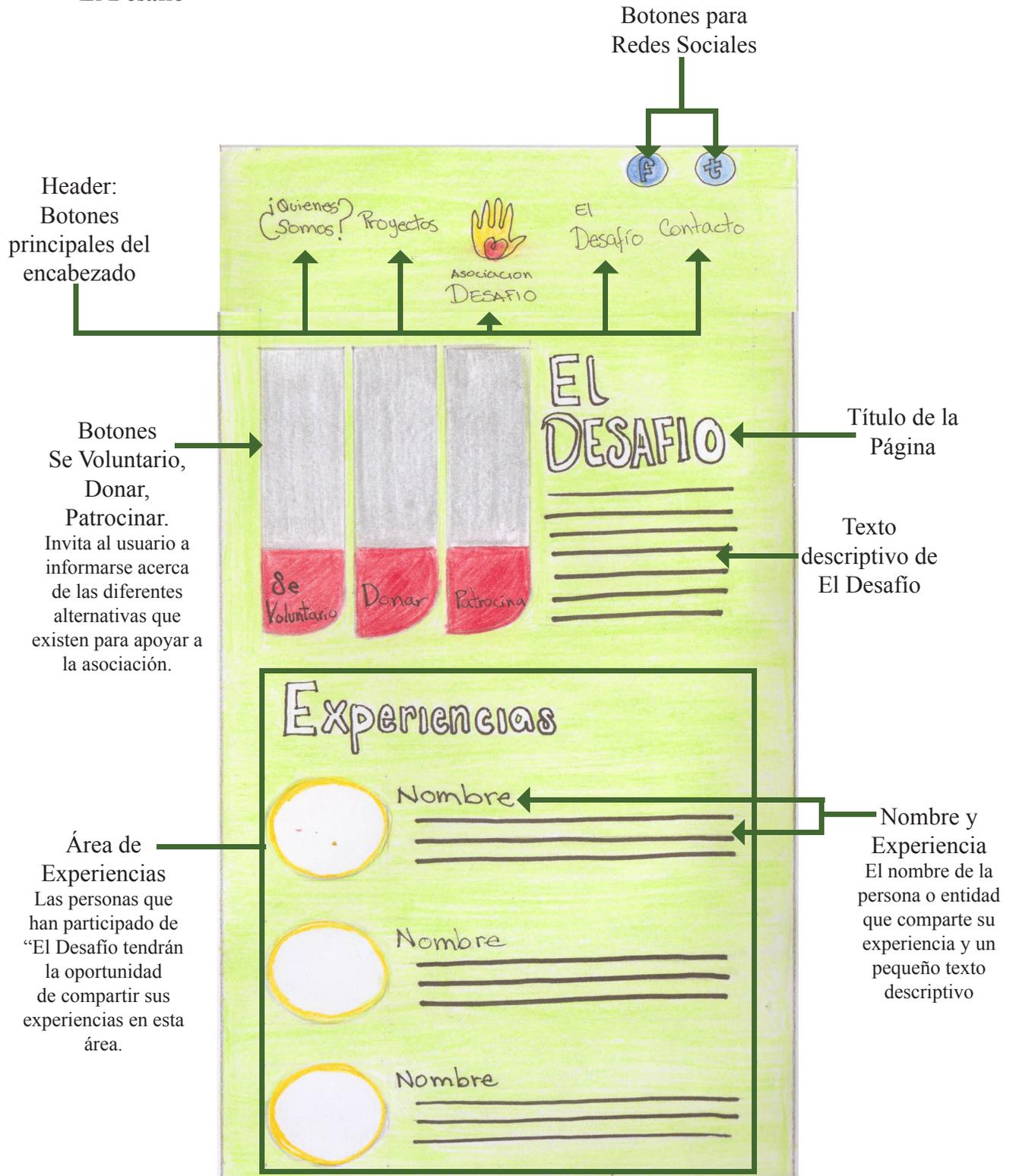
Propuesta 1

Proyectos



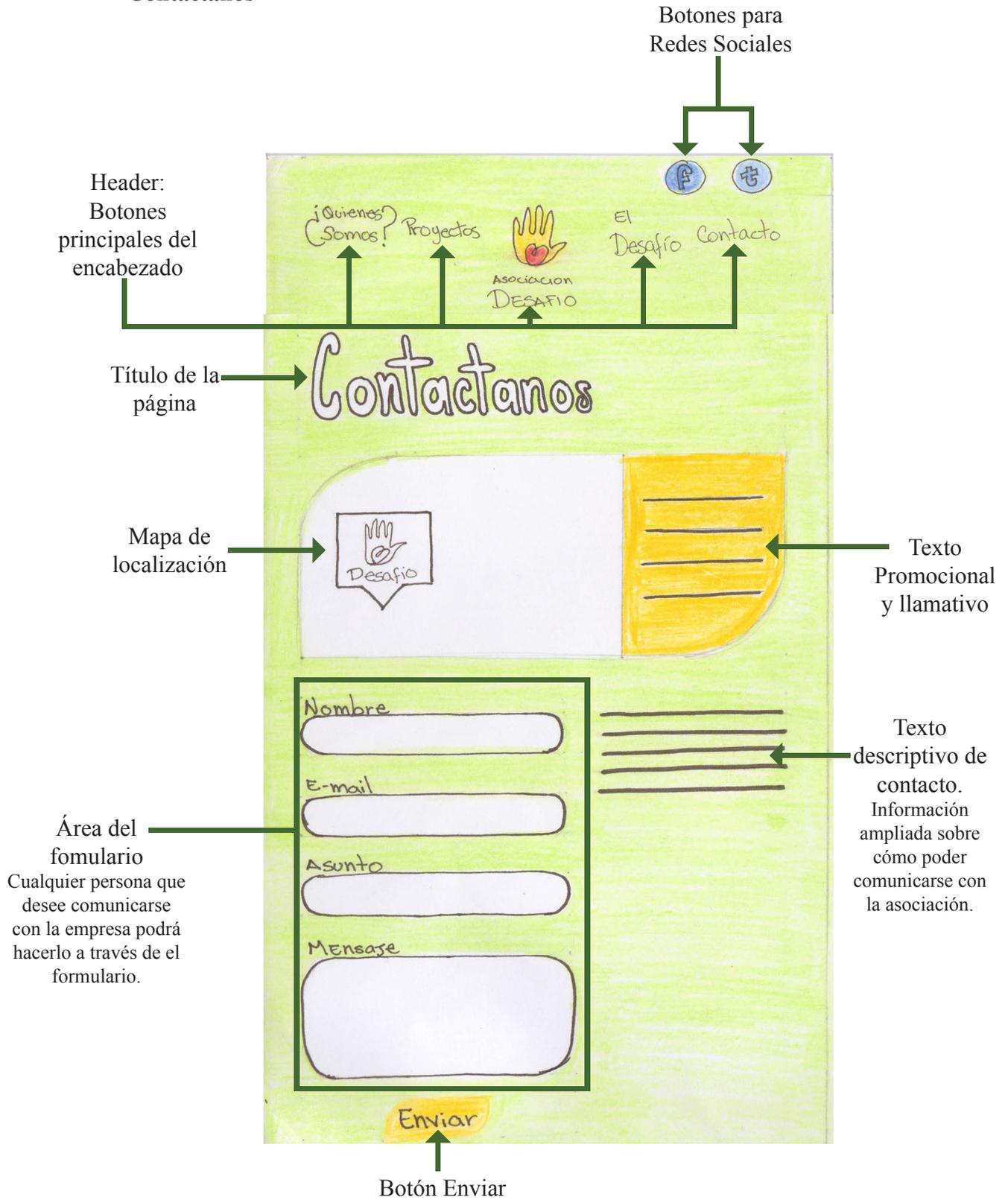
Propuesta 1

El Desafío

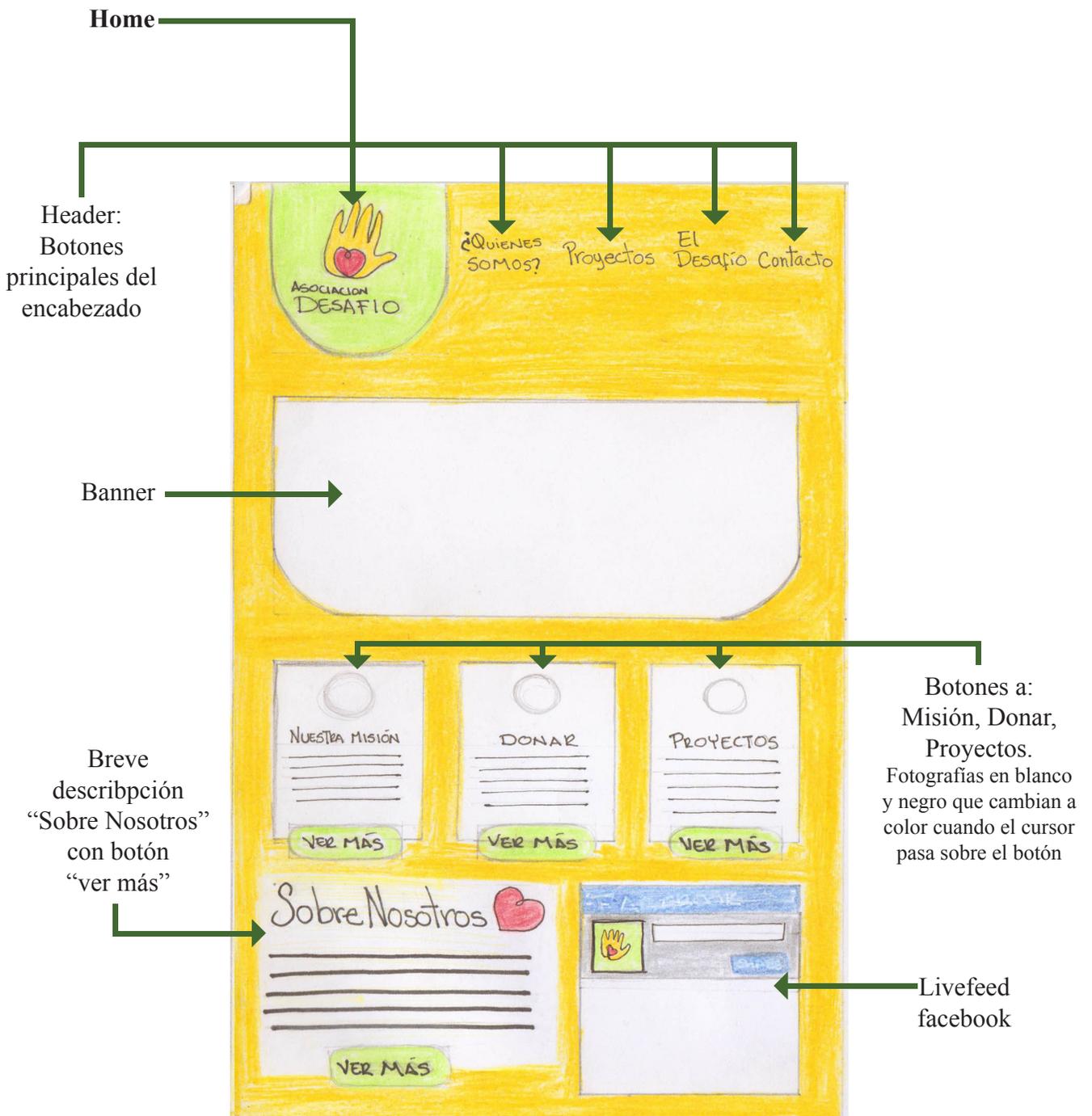


Propuesta 1

Contáctanos

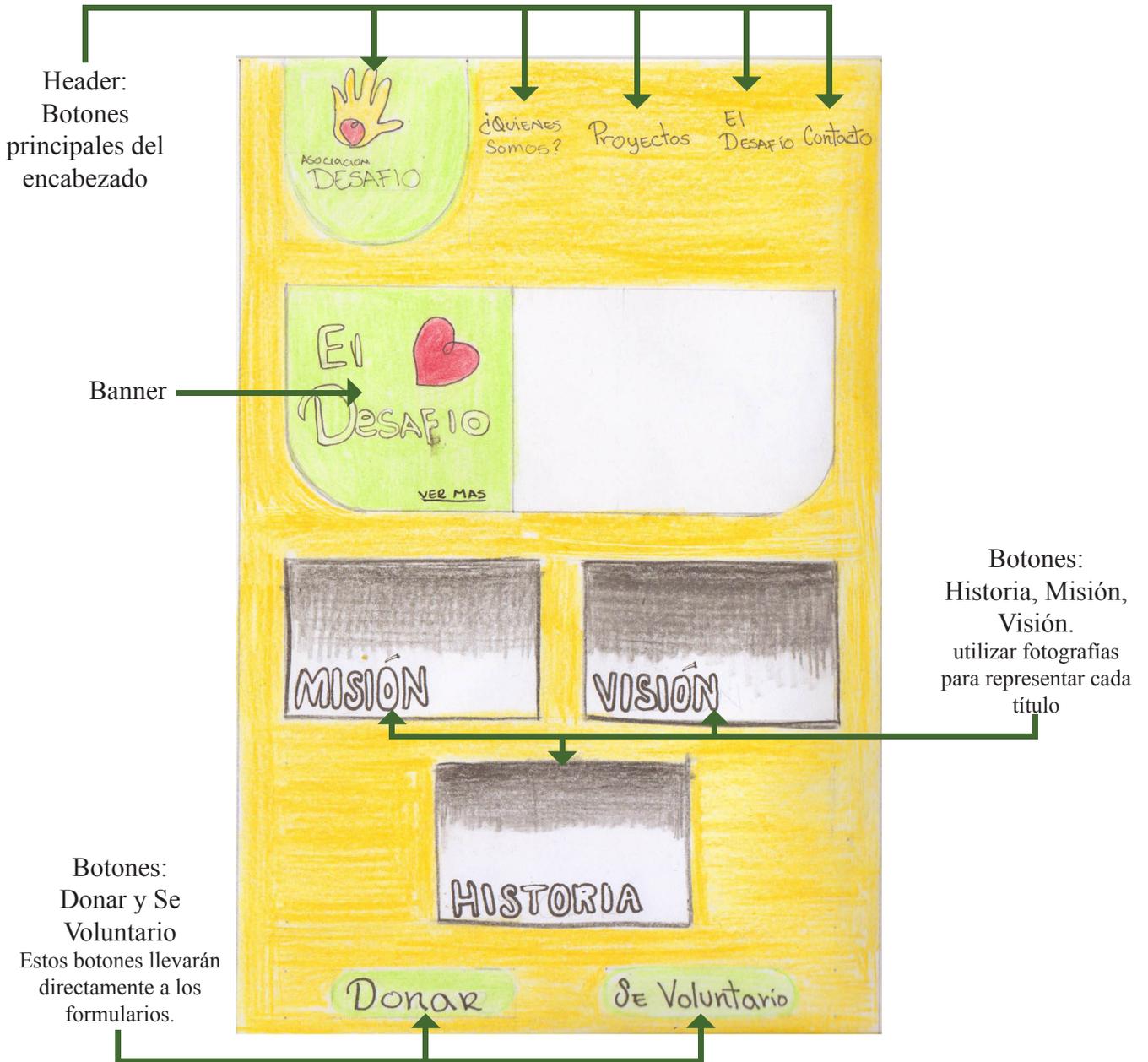


Propuesta 2



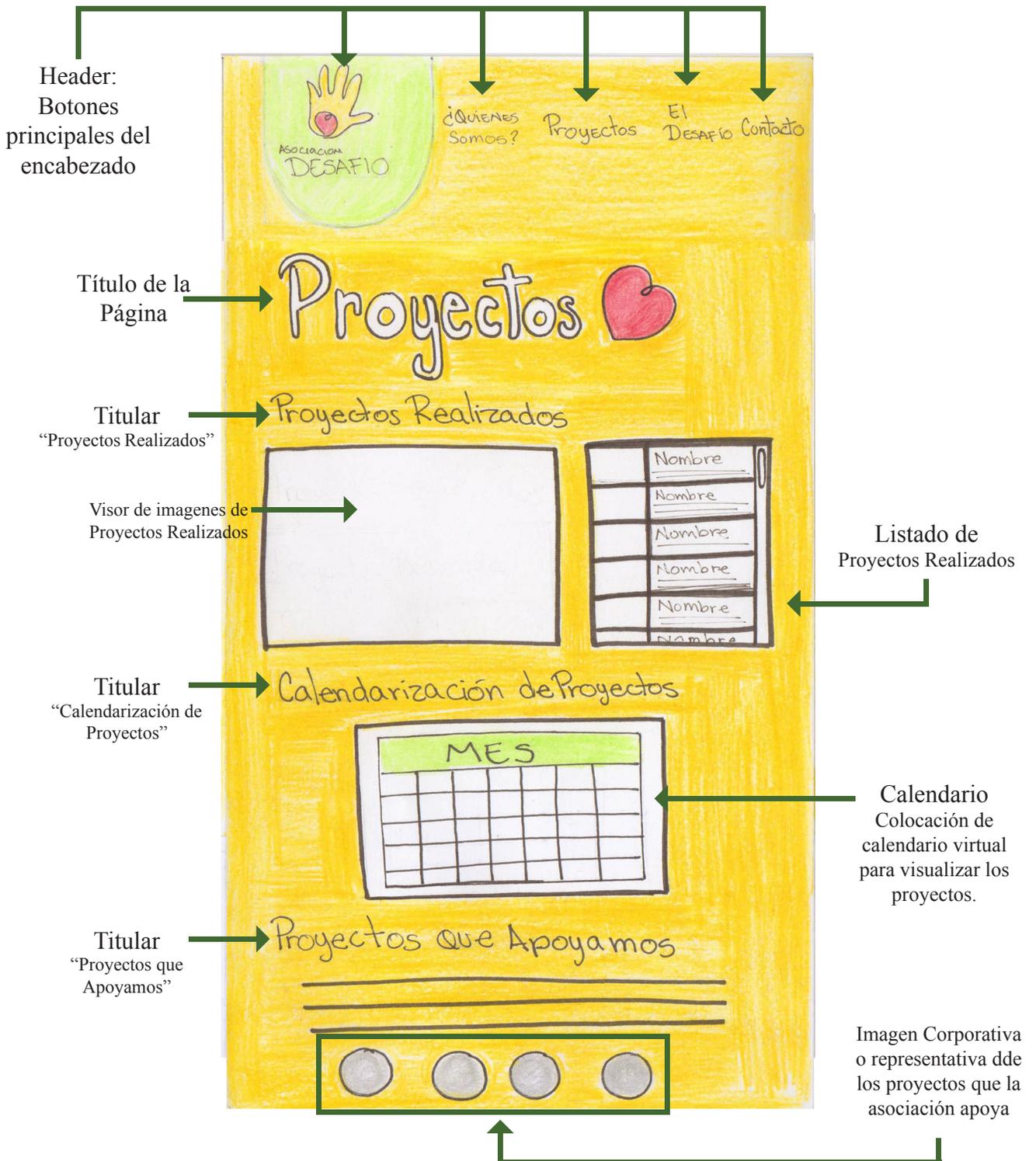
Propuesta 2

Quiénes Somos



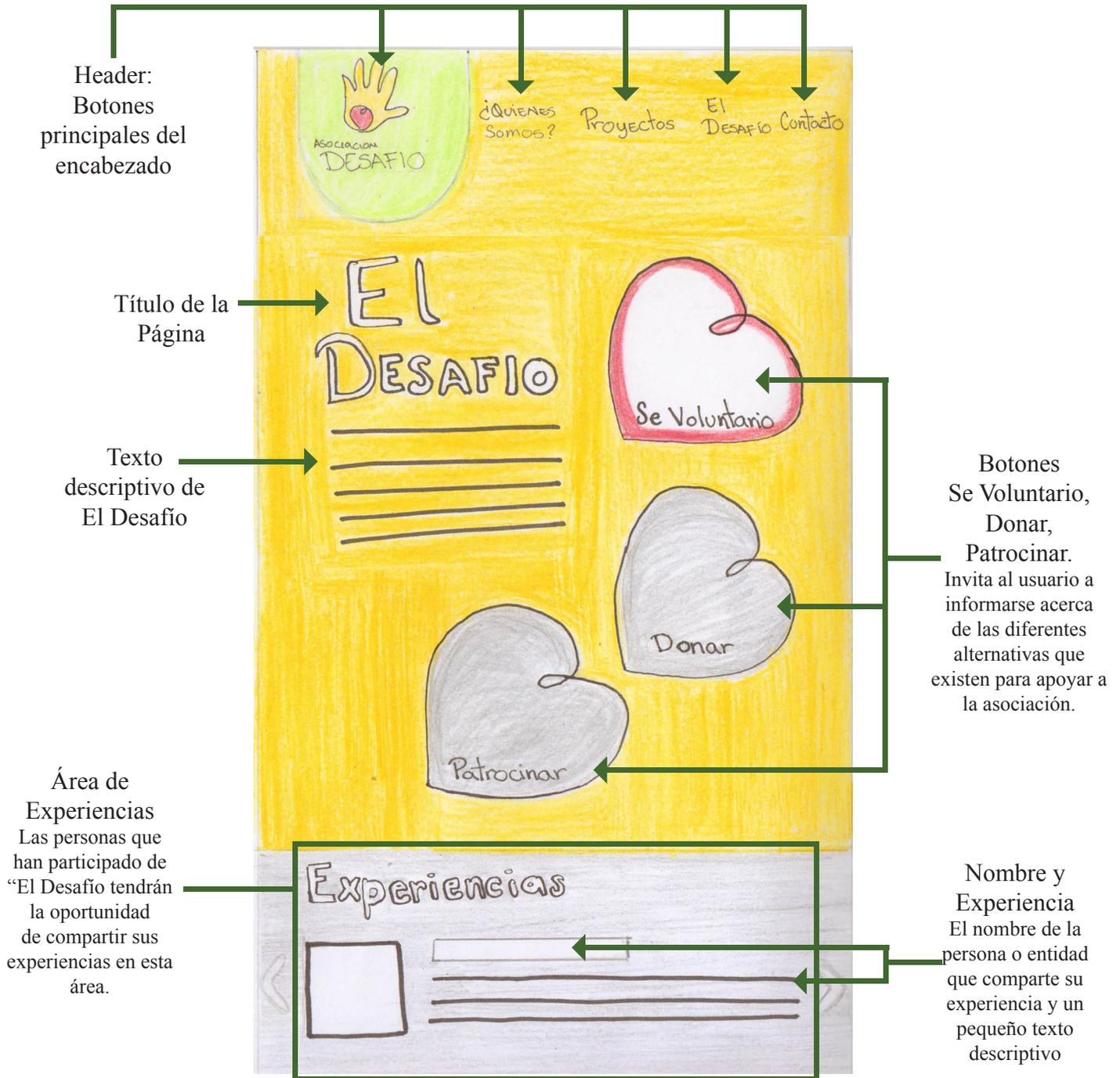
Propuesta 2

Proyectos



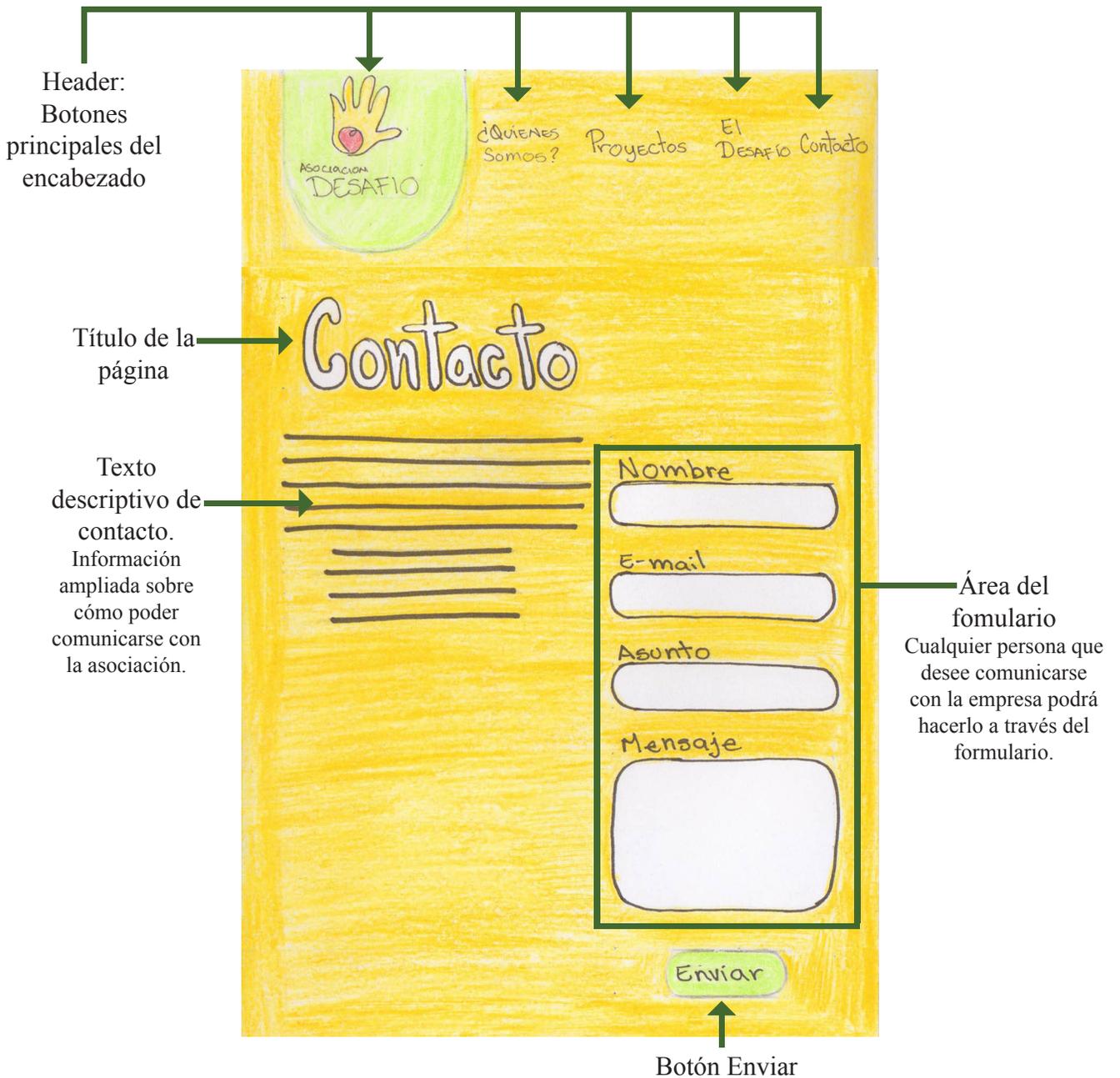
Propuesta 2

El Desafío

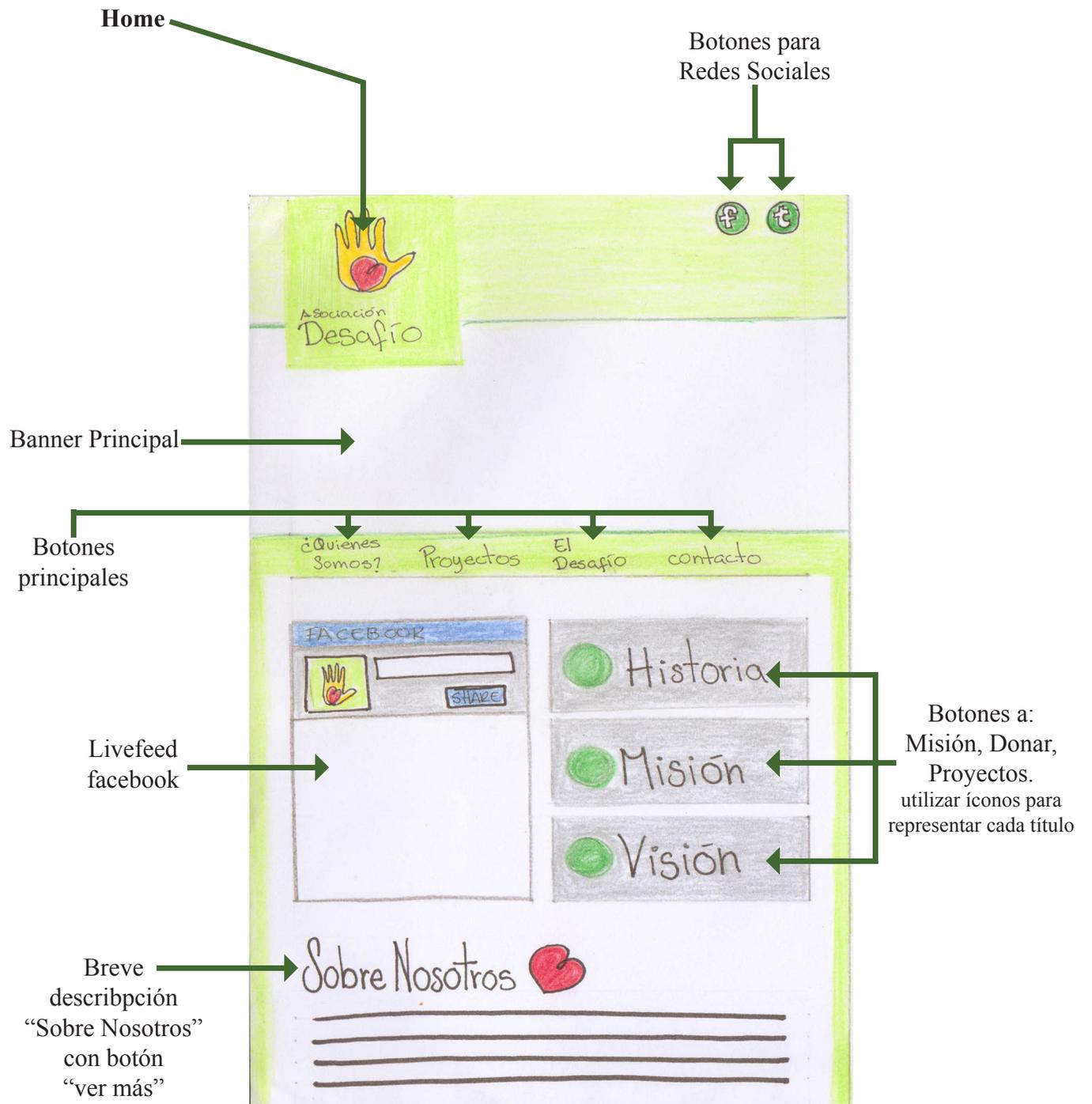


Propuesta 2

Contáctanos

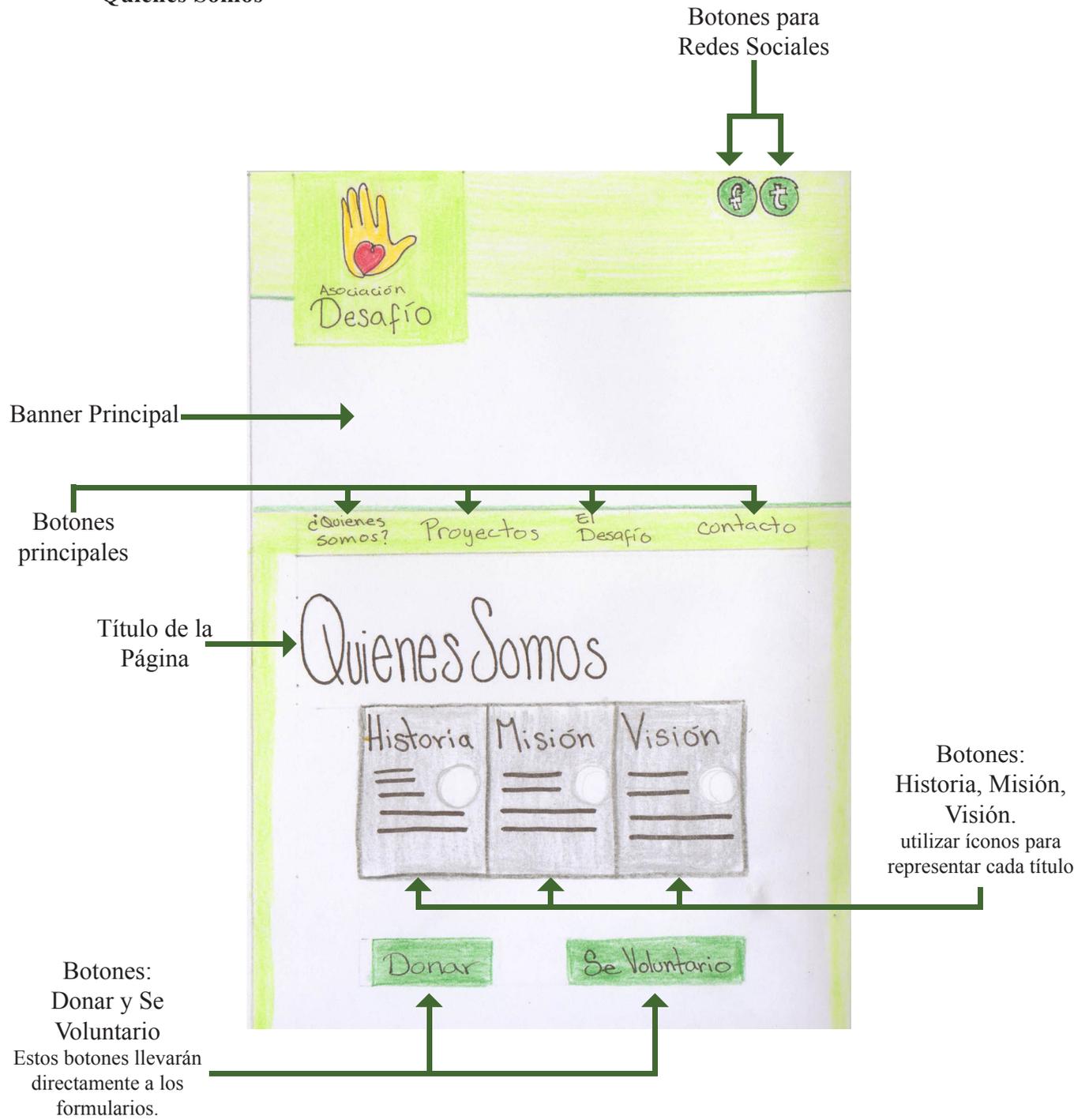


Propuesta 3



Propuesta 3

Quiénes Somos



Propuesta 3

Proyectos

Botones para
Redes Sociales



Banner Principal

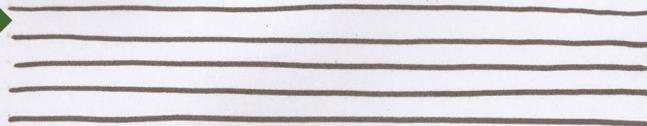
Botones
principales

¿Quiénes
Somos? Proyectos El
Desafío contacto

Título de la
Página

PROYECTOS

Texto
descriptivo de
los proyectos



Botón "El
Desafío"
Invita al usuario a
visitar la página de
"El Desafío"

Se parte de "El Desafío"

Botones:
"Proyectos Realizados"

"Calendarización de
Proyectos"

"Proyectos que Apoyamos"



Área de Proyectos

Propuesta 3

El Desafío

Botones para
Redes Sociales



Banner Principal

Botones
principales

Título de la
Página

Texto
descriptivo de
El Desafío

Área de
Experiencias
Las personas que
han participado de
"El Desafío tendrán
la oportunidad
de compartir sus
experiencias en esta
área.

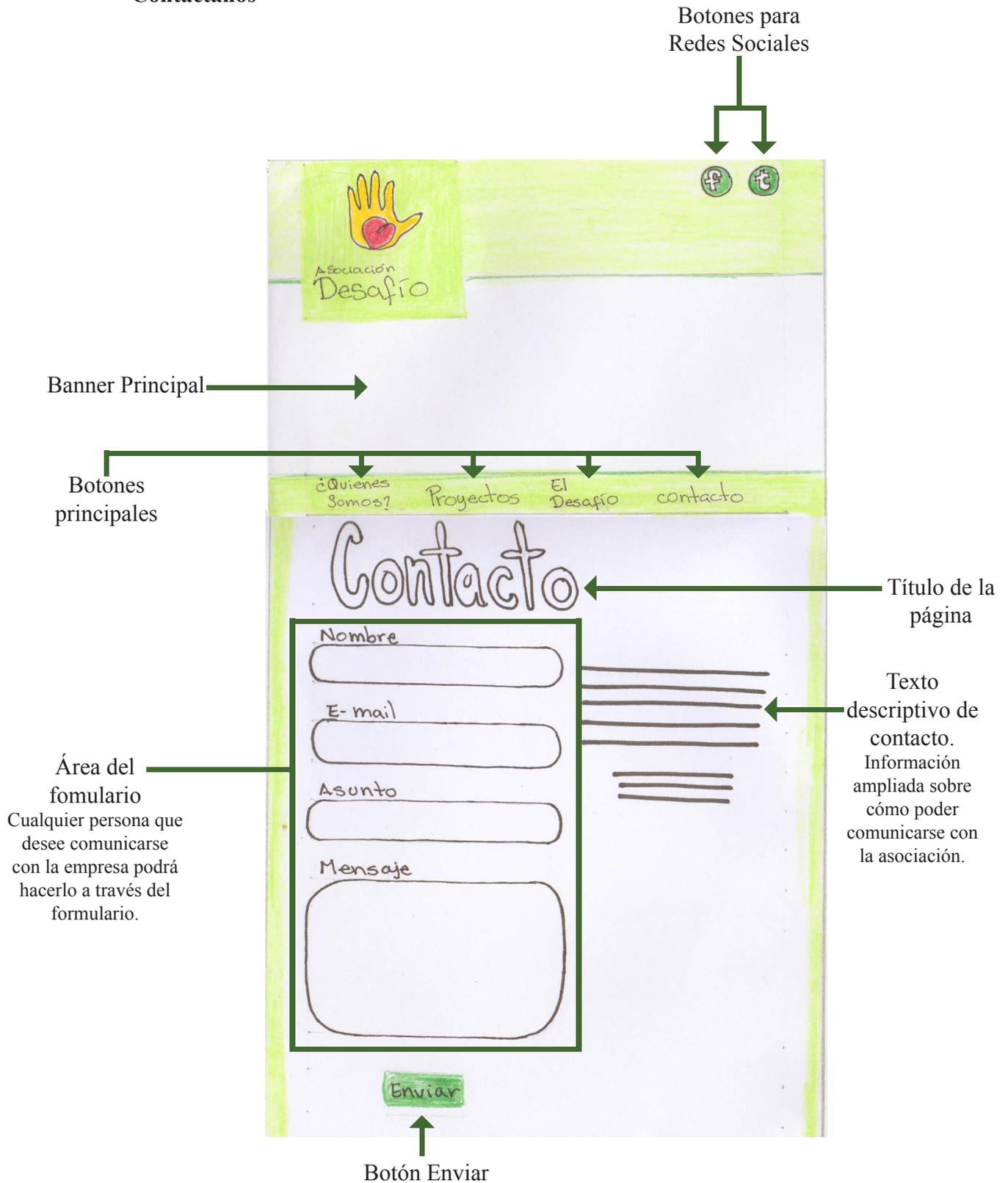
Botones
Se Voluntario,
Donar,
Patrocinar.
Invita al usuario a
informarse acerca
de las diferentes
alternativas que
existen para apoyar a
la asociación
utilizar íconos para
representar cada
título.

Nombre y
Experiencia
El nombre de la
persona o entidad
que comparte su
experiencia y un
pequeño texto
descriptivo



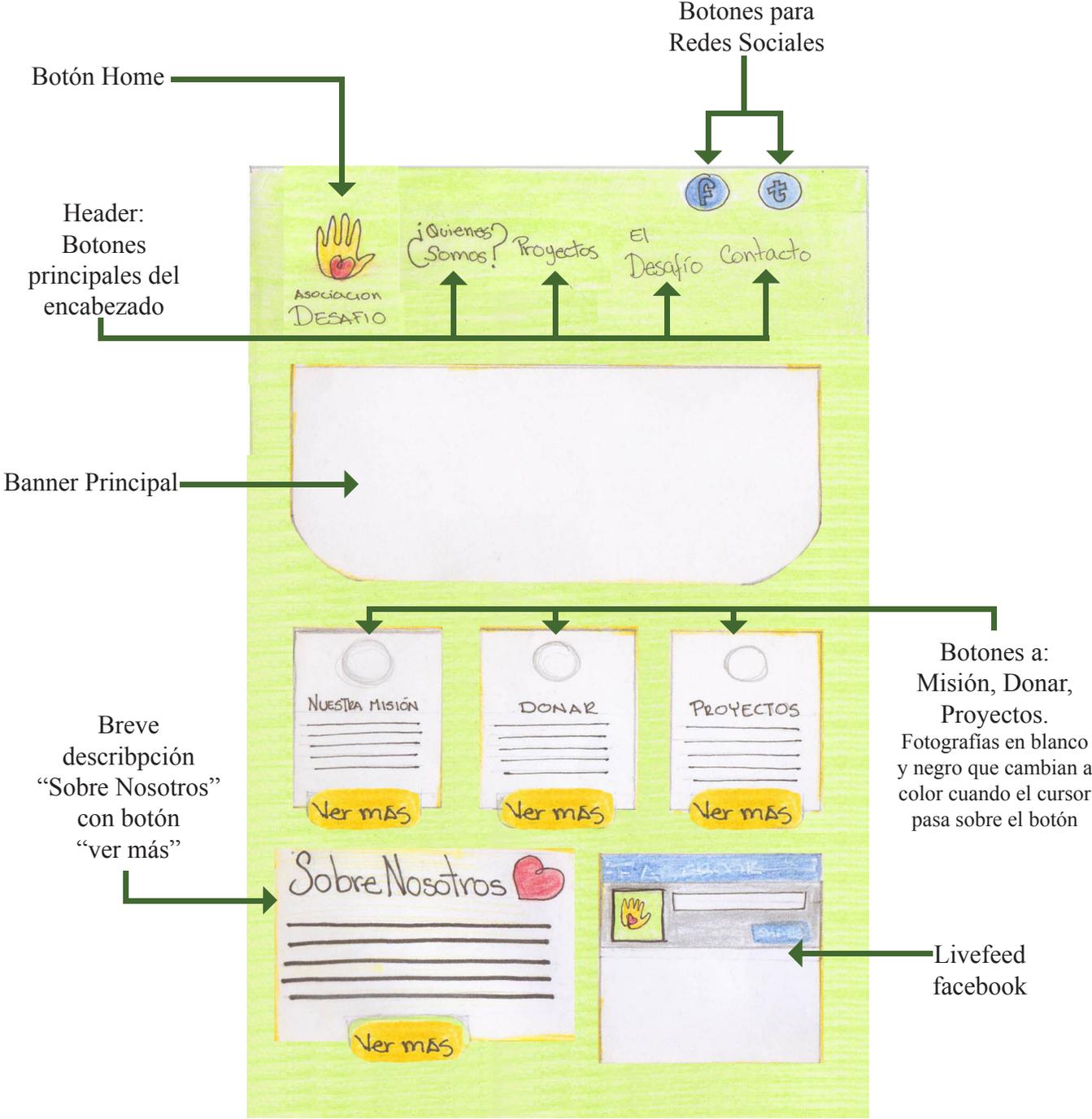
Propuesta 3

Contáctanos



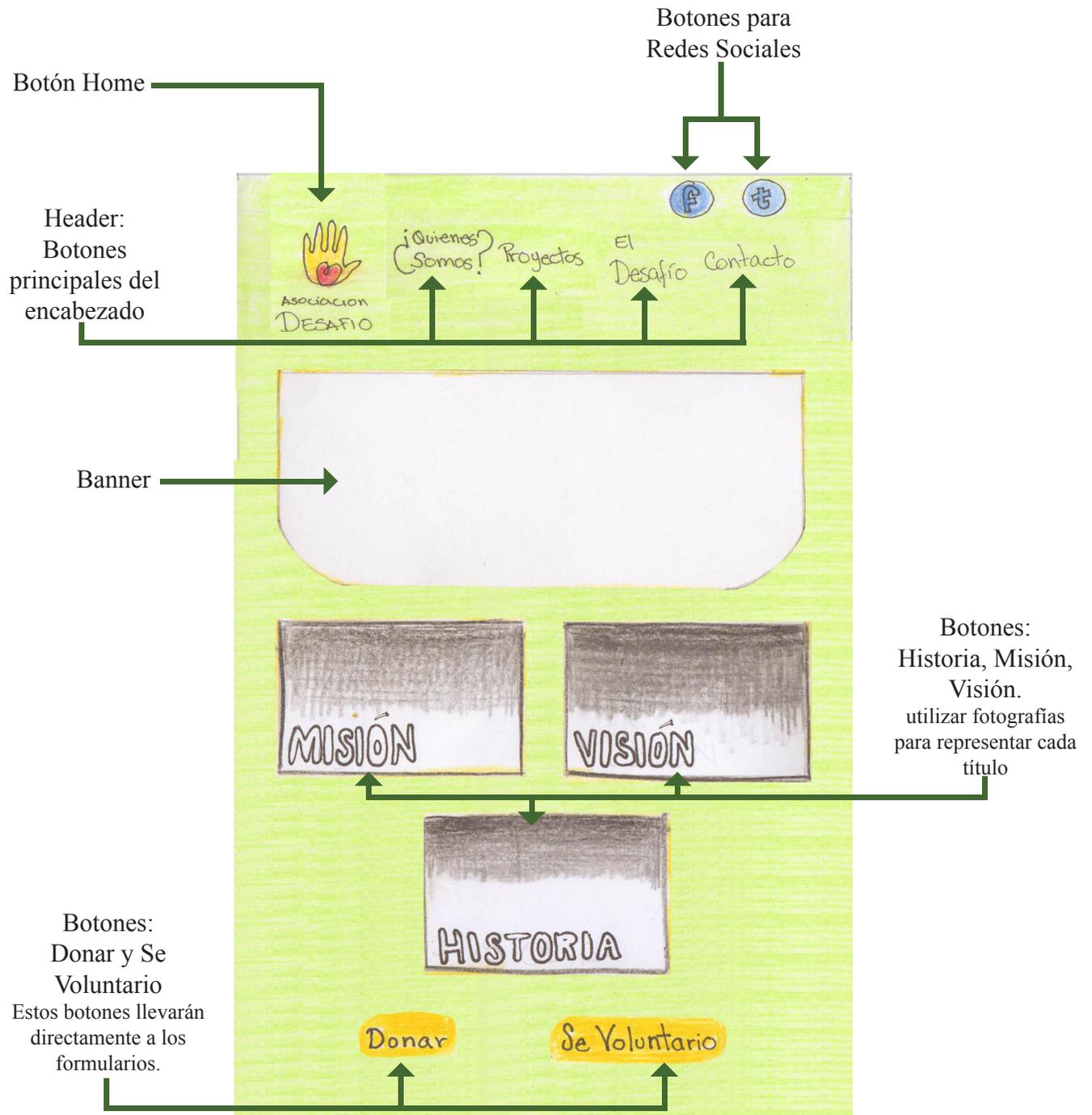
Para la Propuesta Preliminar se ha seleccionado la propuesta de diseño número 1 para el diseño básico de encabezado, botones y selección de colores, pero utilizando algunos elementos de las otras propuestas, generando así una cuarta propuesta:

Propuesta 4



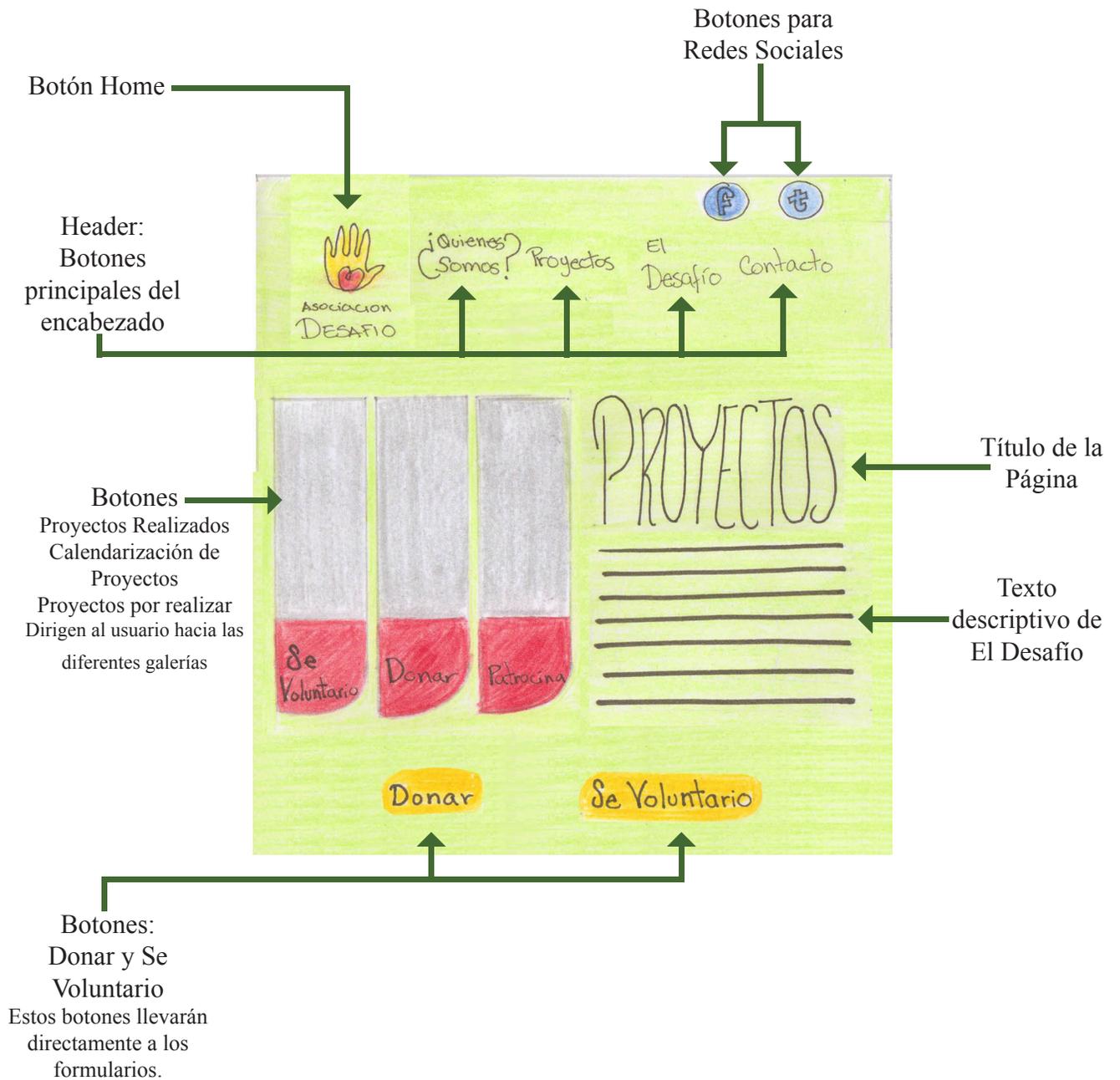
Propuesta 4

Quiénes Somos

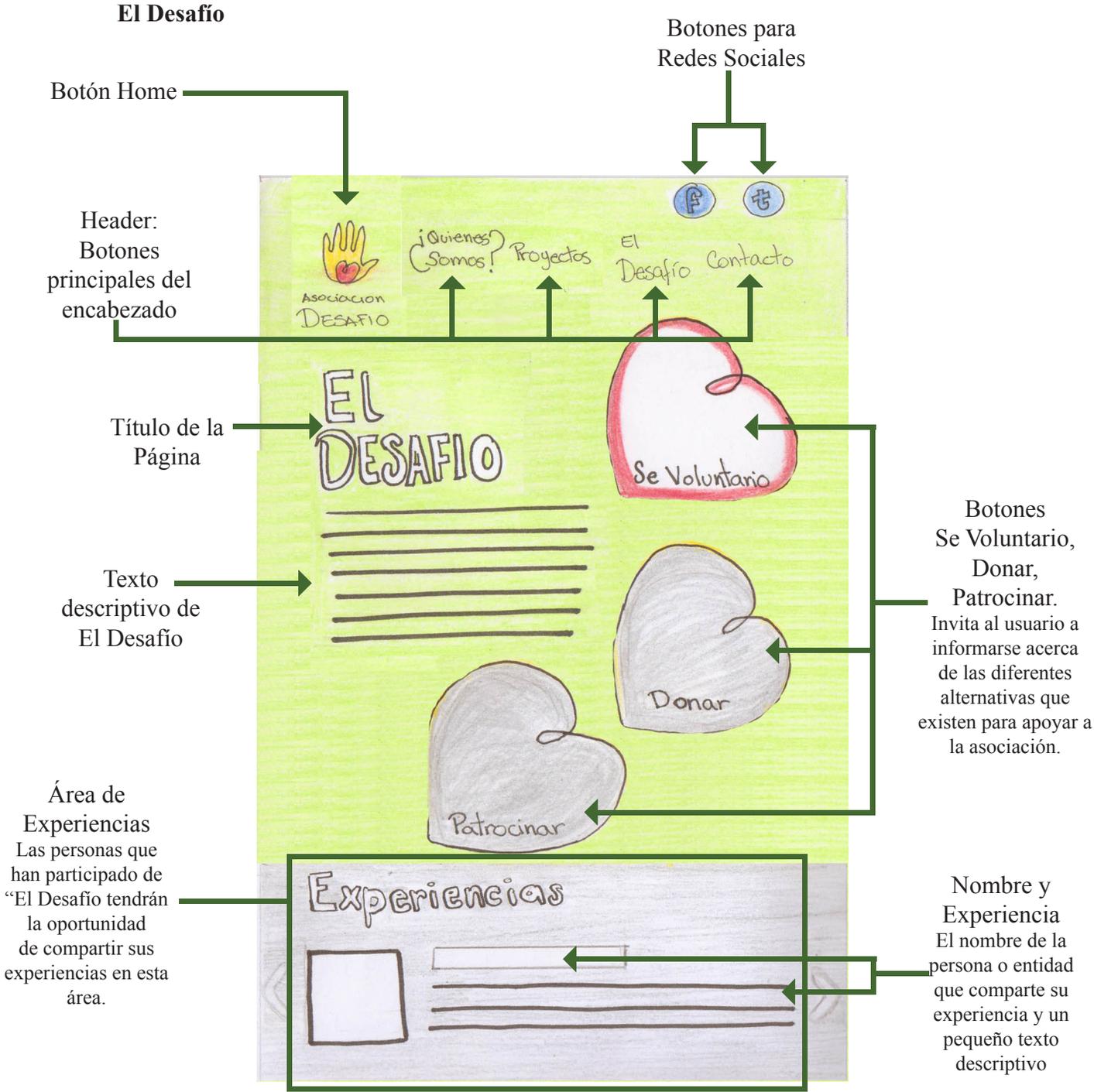


Propuesta 4

Proyectos

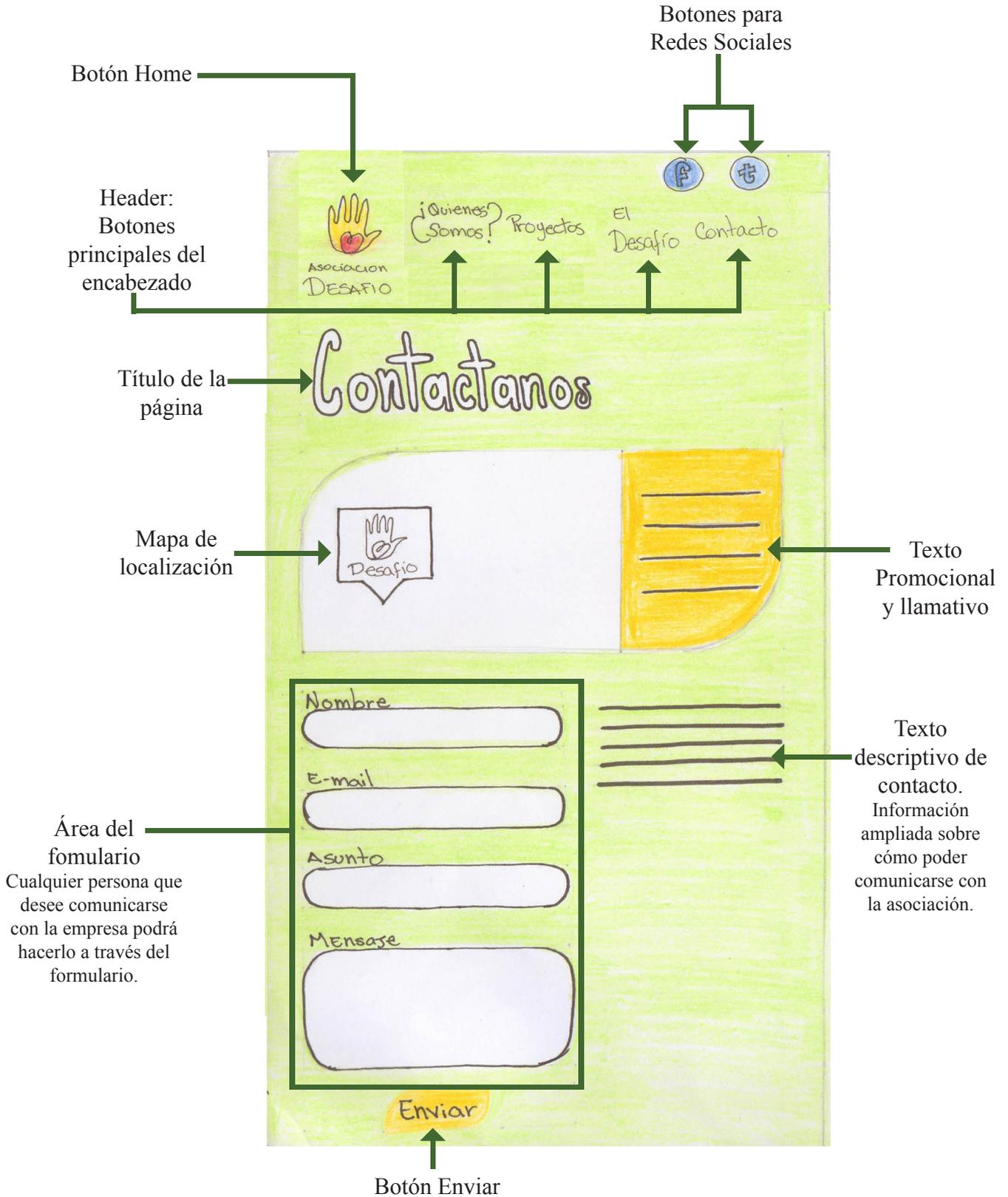


Propuesta 4



Propuesta 4

Contáctanos

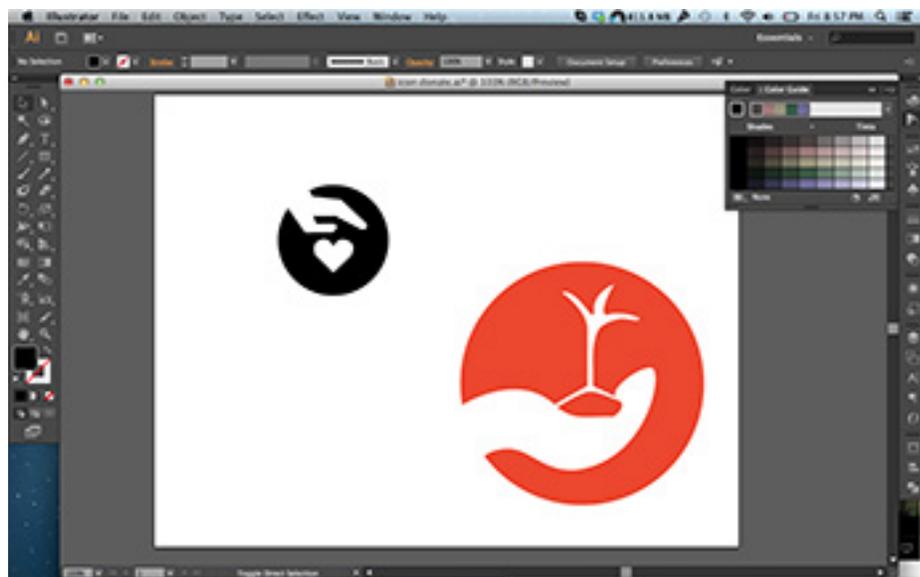


Digitalización del Bocetaje:

Se inició el Proceso de Digitalización con la vectorización de la imagen institucional de la Asociación y algunos otros elementos importantes para la elaboración del sitio web en Adobe Illustrator. También se editaron diversos elementos a utilizar como fotografías en Adobe Photoshop.



Vectorización de imagotipo

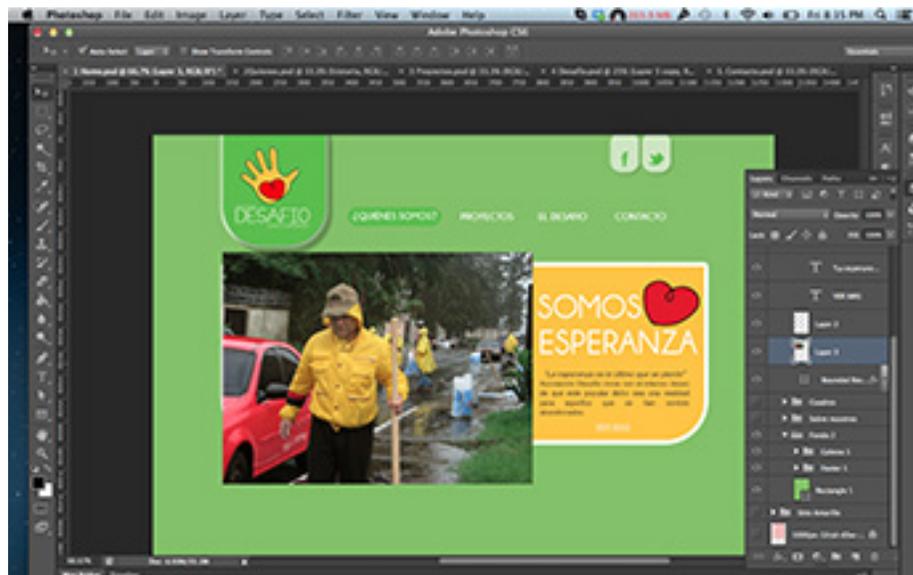


Vectorización de distintos elementos a utilizar en el desarrollo de la página, en este caso de los íconos.



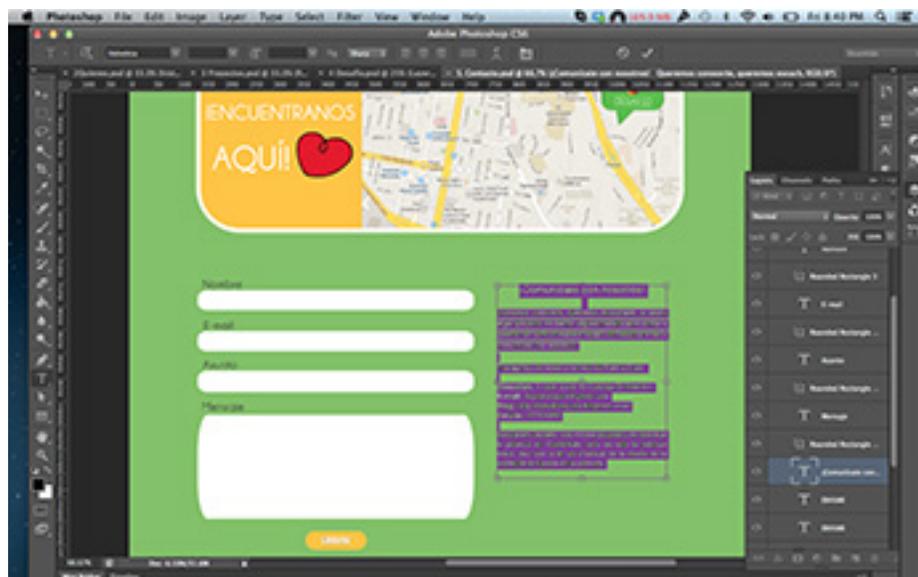
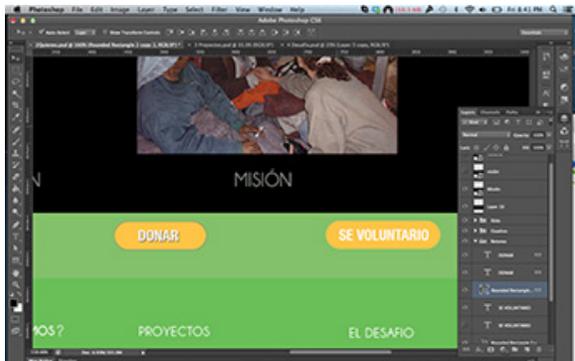
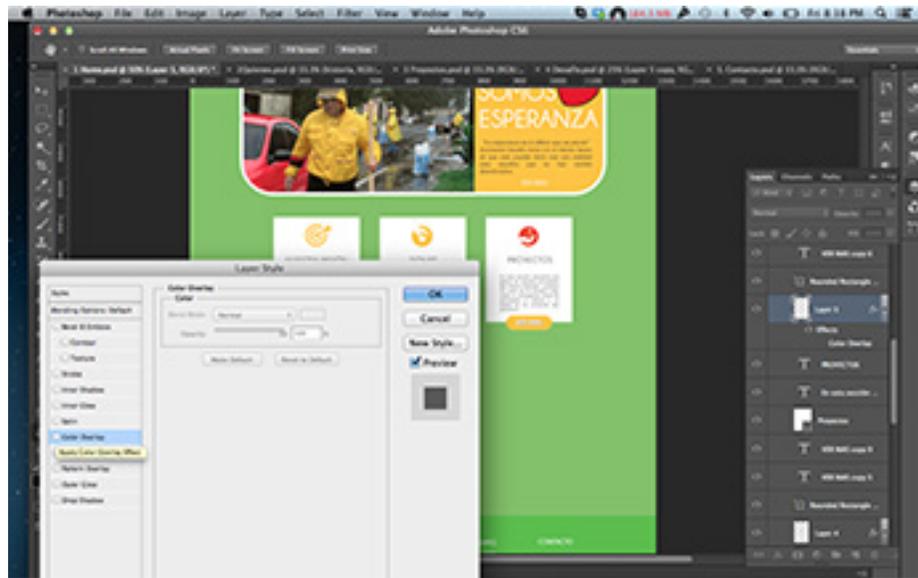
Propuesta, digitalización de Calendario de Proyectos

Se realizó la diagramación preliminar del sitio web en Adobe Photoshop.

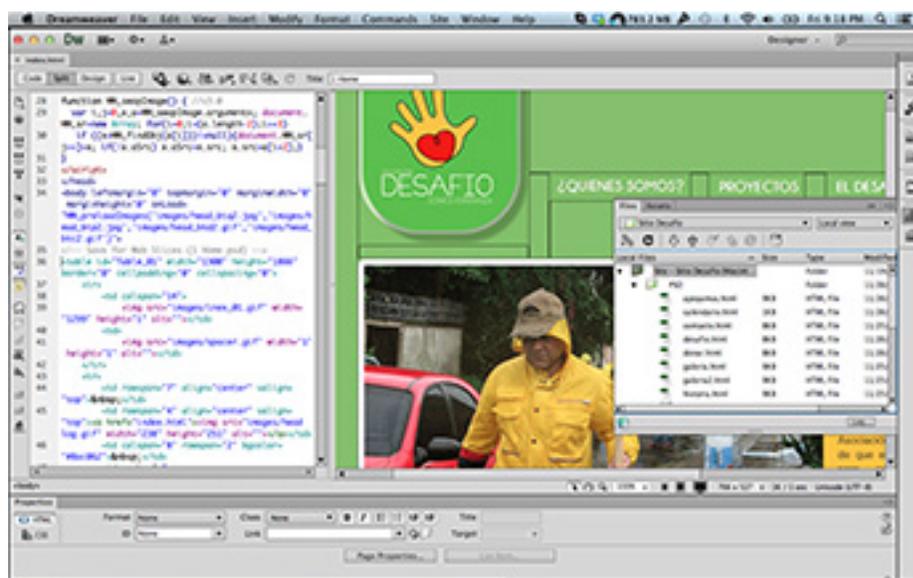
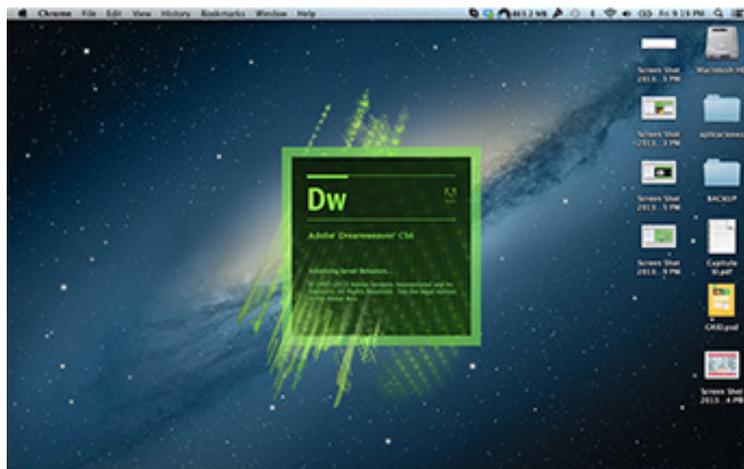


Diagramación de Home

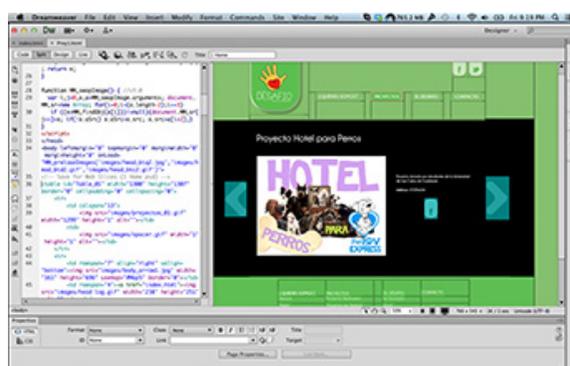
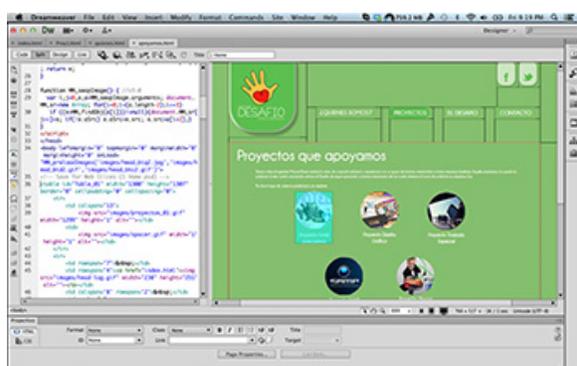
Organizar, acomodar los diferentes elementos, colocando el texto real, colores y efectos, .



Se utilizó Adobe Dreamweaver para la creación del sitio con documentos html funcionales, enlazados entre sí.



Creación de Sitio con animaciones básicas en botones.



Creación de botones para crear vínculos entre las diferentes páginas del sitio web (en este caso galería de “Proyectos que Apoyamos”).

7.4 Propuesta Preliminar:

Home:

Esta será la pagina principal del sitio, donde se presentará una breve descripción y un link a las distintas páginas del sitio web.

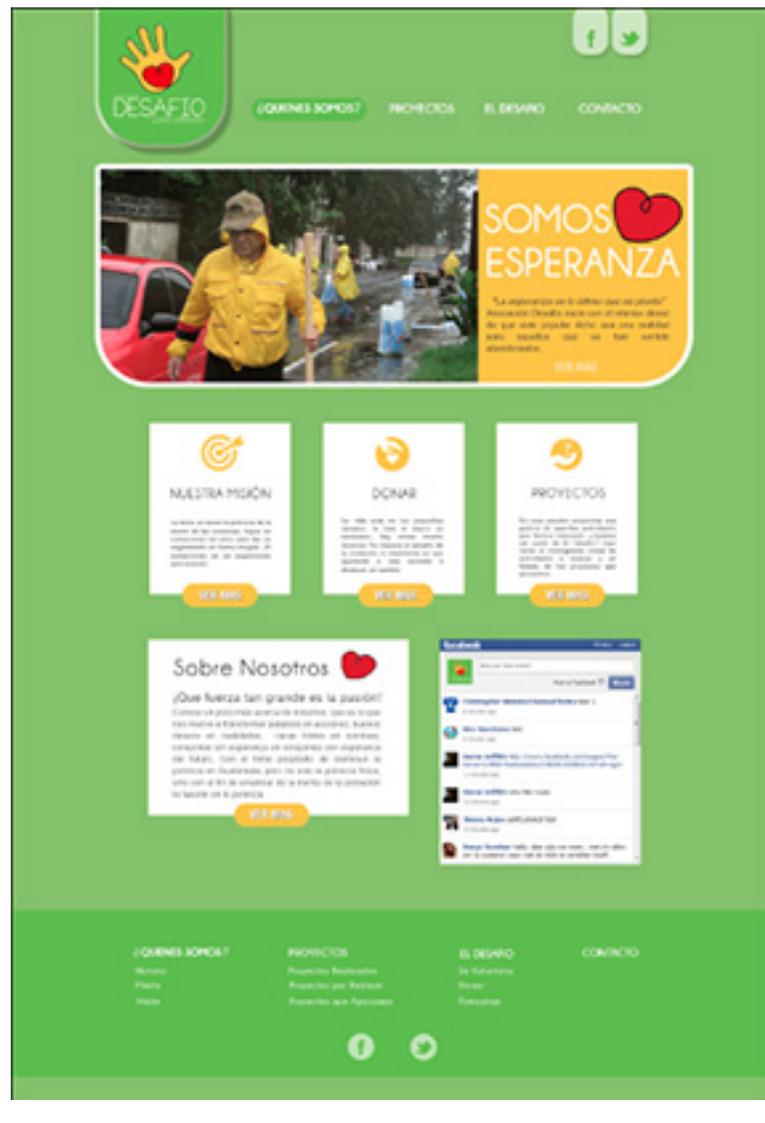
ANCHO: 1300 px.

ALTO: 1865 px.



Vista en Google Chrome

1865 px.



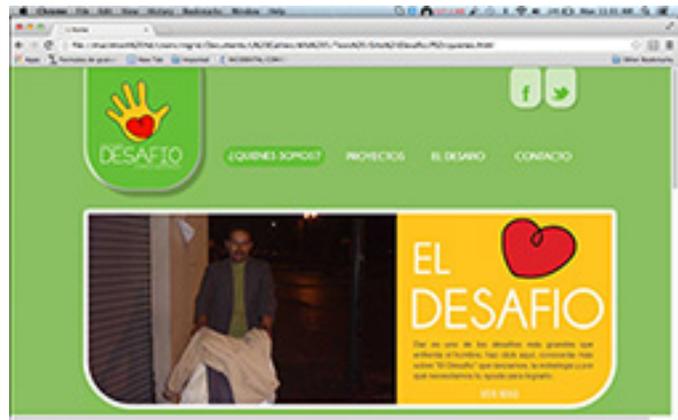
1300 px.

¿Quiénes Somos?:

En esta página el usuario tendrá acceso a información relevante sobre la compañía, su misión, su visión y su historia.

ANCHO: 1300 px.

ALTO: 1865 px.



Vista en Google Chrome

1865 px.



1300 px.

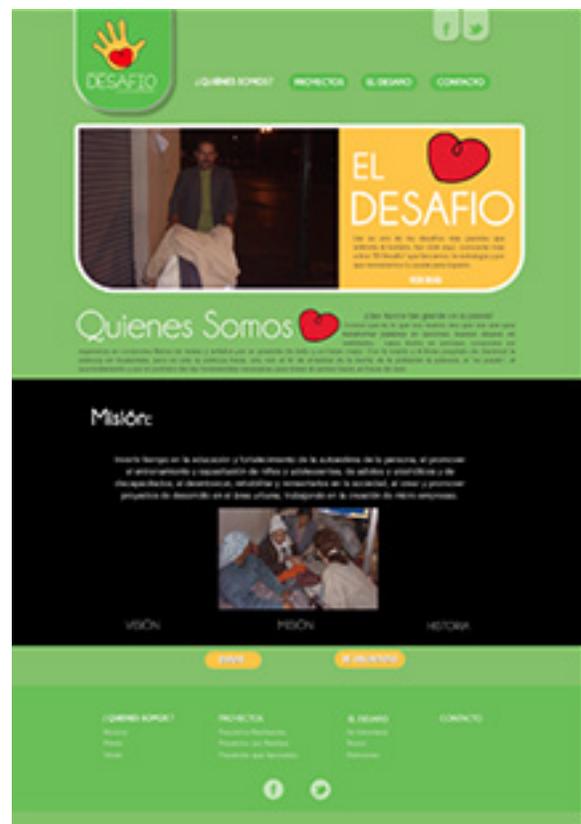
¿Quiénes Somos?:

En esta página el usuario tendrá acceso a información relevante sobre la compañía, su visión, su misión y su historia.

Para dividir las tres áreas que se presentan en la página, se utilizará un fondo negro, con tipografía blanca para facilitar la lectura y llamar la atención hacia la fotografía. Se pretende que dentro del espacio que se muestra en el navegador, se puedan visualizar los botones de “Donar” y “Se Voluntario”, para que el visitante pueda acceder a esas páginas fácilmente, remarcando el mensaje y la razón principal del sitio, que es atraer a nuevos donadores, patrocinadores y voluntarios.

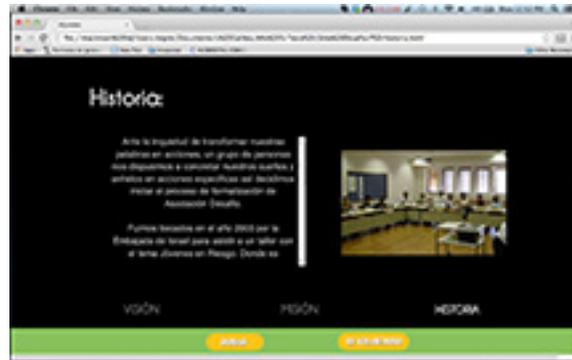
La página esta conformada por:

1. Header
2. Banner
3. Título de la página e información
4. Lightbox
 - 4.1 Titular de lightbox
 - 4.2 Información
 - 4.3 Fotografía de referencia
 - 4.4 Botón “Historia”
 - 4.5 Botón “Misión”
 - 4.6 Botón “Visión”
5. Botones “Donar” y Patrocinar
6. Footer



¿Quiénes Somos?:

Historia



Vista en Google Chrome



Proyectos:

En esta página el usuario tendrá acceso a información relevante sobre los proyectos que la asociación ha realizado, los que tiene planificados por realizar y los que han tenido la iniciativa de apoyar.



Vista en Google Chrome

ANCHO: 1300 px.

ALTO: 1297 px.

1297 px.



1300 px.

Proyectos:

En esta página el usuario tendrá acceso a información relevante sobre los **Proyectos Realizados** en una galería de fotografías.

La galería de proyectos realizados está conformada por:

1. Header
2. Título de la página.
3. Galería de los proyectos. Fotografía Representativa por proyecto, nombre del proyecto bajo la fotografía.
4. Botones “Donar” y Patrocinar
5. Footer



Las galerías por proyectos realizados se componen de la siguiente manera:

1. Header
2. Lightbox
 - 2.1 Titular de lightbox (nombre de proyecto).
 - 2.2 Información
 - 2.3 Fotografía de referencia
 - 2.4 Botones en flecha “siguiente” o “anterior”
3. Footer



Medidas:

Página Completa:

ANCHO: 1300 px.

ALTO: 1297 px.

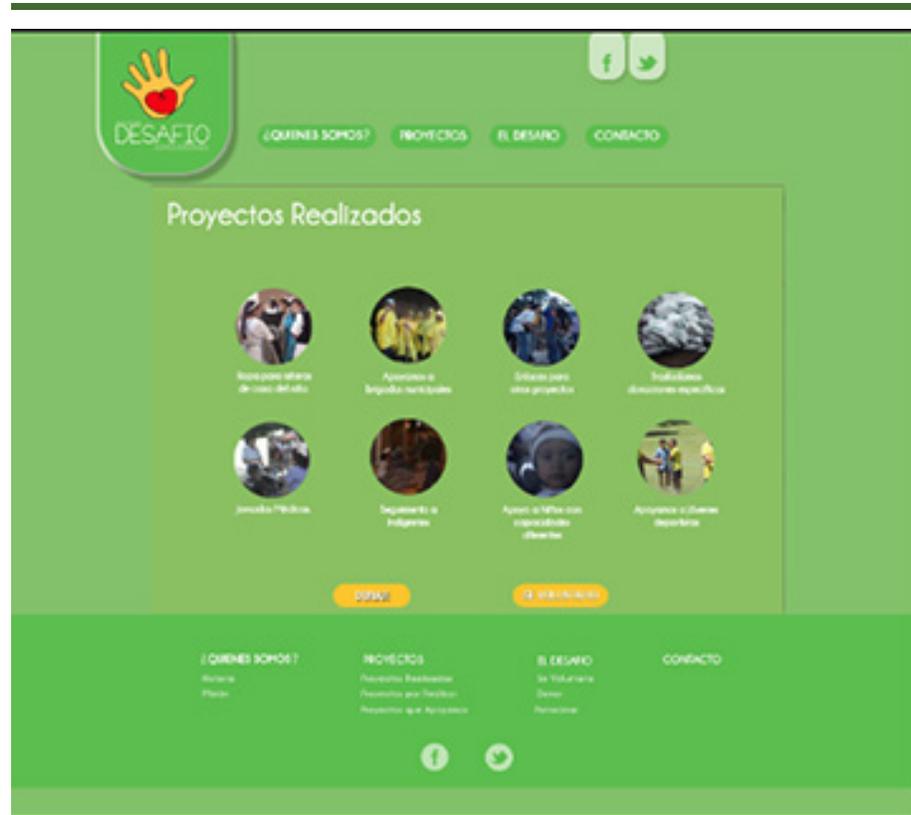
Lightbox:

ANCHO: 1300 px.

ALTO: 707 px.

1300 px.

1297 px.



707 px.

Proyectos:



Vista en Google Chrome



Galería de Proyectos Realizados



Vista en Google Chrome



Visor de imágenes Verticales



Vista en Google Chrome



Visor de imágenes Horizontales

Proyectos:

En esta página el usuario tendrá acceso a información relevante sobre la **Calendarización de nuevos Proyectos**, colocados en un calendario virtual.

La Calendarización de Proyectos está conformada por:

1. Imagen de Calendario donde se muestra la planificación mensual.
2. Botones en flecha “siguiente” o “anterior”, para moverse de mes en mes.
3. Botón para salir de la galería y volver a la página de “Proyectos”.



Vista en Google Chrome

Medidas:

Página Completa:

ANCHO: 1300 px.

ALTO: 808 px.

1300 px.

1297 px.



Proyectos:

En esta página el usuario tendrá acceso a información relevante sobre los **Proyectos que Apoyamos** en una galería de fotografías.

La galería de proyectos realizados está conformada por:

1. Header
2. Título de la página.
3. Galería de los proyectos. Fotografía Representativa por empresa que se apoya, nombre de la empresa bajo la fotografía.
4. Botones “Donar” y Patrocinar
5. Footer



La galerías de proyectos que apoyamos se presenta de la siguiente manera:

1. Header
2. Lightbox
 - 2.1 Titular de lightbox (nombre de proyecto).
 - 2.2 Información de la empresa
 - 2.3 Fotografía de referencia
 - 2.4 Enlace a redes sociales
 - 2.5 Botones en flecha “siguiente” o “anterior”
3. Footer



Medidas:

Página Completa:

ANCHO: 1300 px.

ALTO: 1297 px.

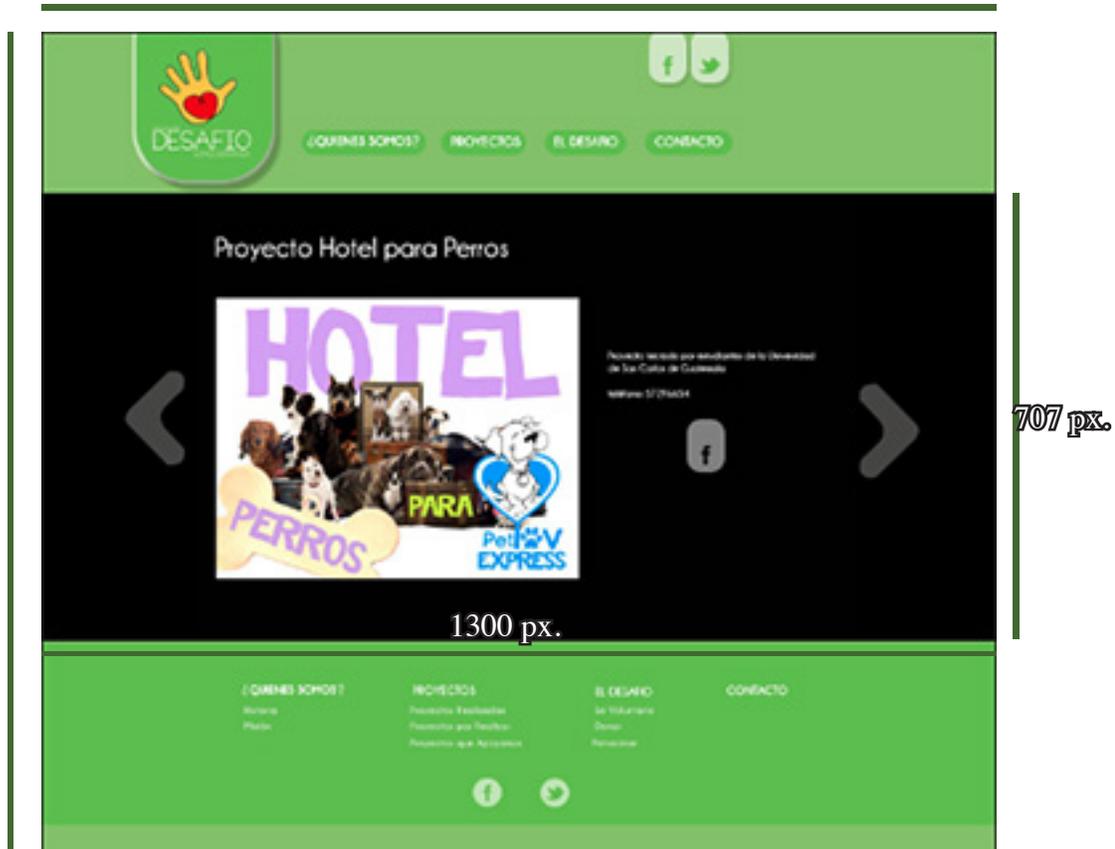
Lightbox:

ANCHO: 1300 px.

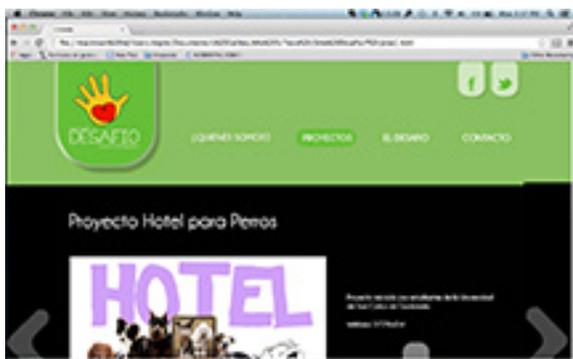
ALTO: 707 px.

1300 px.

1297 px.



Proyectos:



Vista en Google Chrome



Galería de Proyectos Realizados

El Desafío

En esta página el usuario podrá manifestar a la asociación su intención de ser parte del equipo de trabajo que conforma la asociación, al llenar un formulario específicamente diseñado para cada necesidad.



Vista en Google Chrome

ANCHO: 1300 px.

ALTO: 2060 px.



2060 px.

1300 px.

El Desafío:

De acuerdo con el botón seleccionado en la página principal de “El Desafío”, el usuario podrá llenar un formulario específico para:

- **Patrocinar**, en el que cualquier empresa podrá contactar a la Asociación para solicitar más información, sin que el lugar geográfico sea limitante.
- **Donar**, en el que podrá realizar donaciones en línea, sin que el lugar geográfico sea limitante.
- **Ser Voluntario**, en el que podrá contactar a la Asociación para solicitar más información acerca de cómo ser voluntario y unirse a la fuerza de trabajo de la asociación.

La página Patrocinar está conformada por:

1. Header
2. Formulario para patrocinador.
3. Texto informativo del área.
4. Área de Experiencias, donde distintos patrocinadores presentarán su opinión acerca de trabajar con la Asociación
5. Footer



Medidas: Patrocinar y Donar

Página Completa:

ANCHO: 1300 px.

ALTO: 1750 px.

1300 px.

1750 px.

The image shows a screenshot of the 'Desafío' website. The top navigation bar includes the logo (a hand with a heart) and the text 'DESAFÍO'. Below the logo are four menu items: '¿QUÉ NOS SOMOS?', 'PROYECTOS', 'EL DESAFÍO', and 'CONTACTO'. In the top right corner, there are social media icons for Facebook and Twitter.

The main content area features a contact form on the left with the following fields: 'Nombre de la Empresa', 'Email', 'Nombre y apellido', 'Asunto', and 'Mensaje'. Below these fields is an orange 'ENVIAR' button. To the right of the form is a section titled '¿Quieres ser nuestro patrocinador?' with three paragraphs of text and contact information for 'Asociación Desafío'.

Below the contact form is a grey section titled 'Experiencias'. It features a left and right arrow, a small 'DESAFÍO' logo, and a quote: 'Algunas de nuestras voluntarias actuales estuvieron antes del lado de acá que necesitaban ayuda y lograron salir adelante.' Below the quote is another paragraph: 'Ahora sus experiencias se vuelven el testimonio de la experiencia que Asociación Desafío les brinda.' At the bottom of this section is another quote: 'Si quieres saber más lee en este apartado las experiencias de aquellos que se han unido al Desafío.'

The bottom of the page has a green footer with four columns of text: '¿QUÉ NOS SOMOS?' (Misión, Visión, Valores), 'PROYECTOS' (Proyectos Realizados, Proyectos por Realizar, Proyectos que Patrocina), 'EL DESAFÍO' (La Voluntaria, Donar, Patrocinar), and 'CONTACTO'. Social media icons for Facebook and Twitter are also present in the footer.

El Desafío:

Patrocinar

Vista en Google Chrome

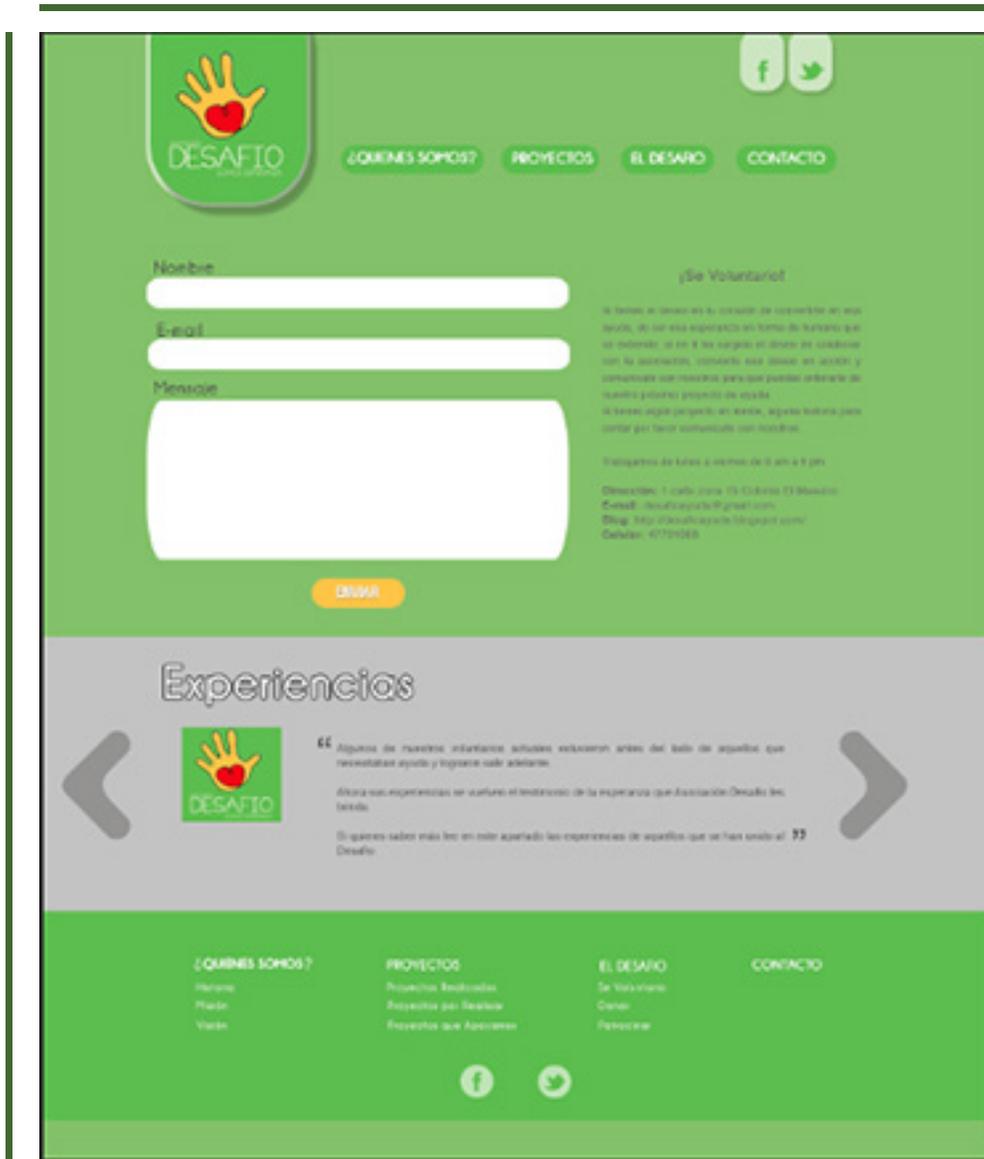
Donar

Vista en Google Chrome

Medidas: Sé Voluntario
Página Completa:
ANCHO: 1300 px.
ALTO: 1542 px.

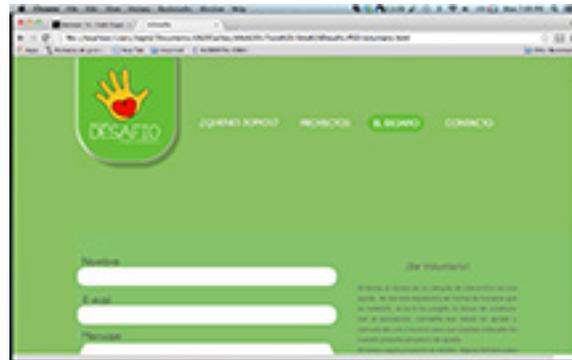
1300 px.

1542 px.



El Desafío:

Sé Voluntario



Vista en Google Chrome



Contáctanos

En esta página el usuario podrá conocer la ubicación de la asociación y tendrá un canal abierto de comunicación con la asociación, al llenar un formulario.

ANCHO: 1300 px.

ALTO: 1703 px.



Vista en Google Chrome

1703 px.

1300 px.

Home (página principal):

Asociación DESAFÍO CON ESPERANZA

¿QUIENES SOMOS? PROYECTOS EL DESAFÍO CONTACTO

SOMOS ESPERANZA

"La esperanza es la última que se pierde"
Asociación Desafío inicia con el intenso deseo de que este popular dicho sea una realidad para aquellos que se han sentido abandonados.

VER MAS

NUESTRA MISIÓN

La meta es sacar la pobreza de la mente de las personas, lograr un compromiso en alto para dar un seguimiento en forma integral. El compromiso es un seguimiento permanente!

VER MAS

DONAR

La vida está en los pequeños detalles, si bien el dinero es necesario, hay cosas mucho mejores. No importa el tamaño de la donación, lo importante es que ayude a una persona a alcanzar un cambio.

VER MAS

PROYECTOS

En esta sección encuentras una galería de algunas actividades que hemos realizado. ¿Quieres ser parte de El Desafío? Aquí verás el cronograma actual de actividades a realizar y el estado de los proyectos que estamos.

VER MAS

Sobre Nosotros

¡Que fuerza tan grande es la pasión!
Conoce un poco más acerca de nosotros, que es lo que nos mueve a transformar palabras en acciones, sueños de vida en realidades, caras tristes en sonrisas, corazones sin esperanza en corazones con esperanza del futuro. Con el firme propósito de disminuir la pobreza en Guatemala, pero no solo la pobreza física, sino con el fin de erradicar de la mente de la población la fijación en la pobreza.

VER MAS

facebook

Share this event

Post to Facebook

Share

Christophe Mulikou Samuel Nkiza bar 2
2 minutes ago

Wira Natchana bar
3 minutes ago

Desafío <http://www.facebook.com/pages/Desafío-Con-Esperanza/1182013388212474/?fref=page>
12 minutes ago

Desafío [who like music](#)
12 minutes ago

Desafío [who like music](#)
12 minutes ago

George Jaramba bar, dear you are over, but it's all over the weekend bar and all the weekend bar.

¿QUIENES SOMOS?
Historia
Misión
Visión

PROYECTOS
Proyectos Realizados
Proyectos por Realizar
Proyectos que Apoyamos

EL DESAFÍO
Se Voluntario
Donar
Participar

CONTACTO

facebook twitter

¿Quienes Somos? (sobre nosotros):

¿QUIENES SOMOS? **PROYECTOS** **EL DESAFÍO** **CONTACTO**

EL DESAFÍO

Dar es uno de los desafíos más grandes que enfrenta el hombre, haz click aquí, conocerás más sobre "El Desafío" que lanzamos, la estrategia y por qué necesitamos tu ayuda para lograrlo.

[VER MAS](#)

Quienes Somos

¡Que fuerza tan grande es la pasión! Conoce que es lo que nos mueve, eso que nos une para transformar palabras en acciones, buenos deseos en realidades, caras tristes en sonrisas, corazones sin esperanza en corazones llenos de metas y anhelos por un presente de éxito y un futuro mejor. Con la misión y el firme propósito de disminuir la pobreza en Guatemala, pero no solo la pobreza física, sino con el fin de erradicar de la mente de la población la pobreza, el "no puedo", el acomodamiento y por el contrario dar las herramientas necesarias para tomar el camino hacia un futuro de bien.

MISION

VISION

HISTORIA

[DONAR](#) [SE VOLUNTARIO](#)

¿QUIENES SOMOS?
Historia
Misión
Visión

PROYECTOS
Proyectos Realizados
Proyectos por Realizar
Proyectos que Apoyamos

EL DESAFÍO
Se Voluntario
Donar
Patrocinar

CONTACTO

f t

¿Quiénes Somos? (Misión):

The image shows a screenshot of the website for 'El Desafío'. At the top left is the logo, which consists of a yellow hand with a red heart in the palm, above the text 'EL DESAFÍO' and 'LA FUERZA DE LA PASIÓN'. To the right of the logo are social media icons for Facebook and Twitter. Below the logo is a navigation menu with four items: '¿QUIENES SOMOS?', 'PROYECTOS', 'EL DESAFÍO', and 'CONTACTO'. The main content area features a large image of a man in a blue jacket and green shirt carrying a white bag. To the right of this image is a yellow box with a red heart icon and the text 'EL DESAFÍO'. Below this is a paragraph of text: 'Dar es uno de los desafíos más grandes que enfrenta el hombre, haz click aquí, conocerás más sobre "El Desafío" que lanzamos, la estrategia y por qué necesitamos tu ayuda para lograrlo.' and a 'VER MAS' button. Below this is the heading 'Quiénes Somos' with a red heart icon and a paragraph: '¡Que fuerza tan grande es la pasión! Conoce que es lo que nos mueve, eso que nos une para transformar palabras en acciones, buenos deseos en realidades, cosas tristes en sonrisas, corazones sin esperanza en corazones llenos de metas y anhelos por un presente de éxito y un futuro mejor. Con la misión y el firme propósito de disminuir la pobreza en Guatemala, pero no solo la pobreza física, sino con el fin de erradicar de la mente de la población la pobreza, el "no puedo", el acomodamiento y por el contrario dar las herramientas necesarias para tomar el camino hacia un futuro de bien.'

Misión:

Invertir tiempo en la educación y fortalecimiento de la autoestima de la persona, al promover el entrenamiento y capacitación de niños y adolescentes, de adictos y alcohólicos y de discapacitados; al desintoxicar, rehabilitar y reinsertarlos en la sociedad, al crear y promover proyectos de desarrollo en el área urbana, trabajando en la creación de micro empresas.

Below the mission statement is a photo of a group of people, including children and adults, sitting around a table and looking at something together. Below the photo are three labels: 'VISIÓN', 'MISIÓN', and 'HISTORIA'. Below these labels are two buttons: 'DONAR' and 'SE VOLUNTARIO'. At the bottom of the page is a navigation menu with four items: '¿QUIENES SOMOS?', 'PROYECTOS', 'EL DESAFÍO', and 'CONTACTO'. Below the menu are social media icons for Facebook and Twitter.

¿Quiénes Somos? (Visión):

The image shows a screenshot of the 'El Desafío' website. At the top left is the logo, a hand holding a heart, with the text 'DESAFÍO' and 'la fuerza de la esperanza'. To the right are social media icons for Facebook and Twitter. Below the logo is a navigation menu with buttons for '¿QUIENES SOMOS?', 'PROYECTOS', 'EL DESAFÍO', and 'CONTACTO'. The main content area features a large image of a man sitting on a bench, and a yellow box with the text 'EL DESAFÍO' and a red heart icon. Below this is a section titled 'Quiénes Somos' with a red heart icon and a paragraph of text. The 'Visión:' section is highlighted in black with white text. Below it is a photo of a woman and a child. At the bottom, there are buttons for 'DONAR' and 'SE VOLUNTARIO', and a footer with navigation links and social media icons.

¿QUIENES SOMOS?

PROYECTOS

EL DESAFÍO

CONTACTO

EL DESAFÍO

¡Que fuerza tan grande es la pasión!

Conoce que es lo que nos mueve, eso que nos une para transformar palabras en acciones, buenos deseos en realidades, cosas tristes en sonrisas, corazones sin esperanza en corazones llenos de metas y anhelos por un presente de éxito y un futuro mejor. Con la misión y el firme propósito de disminuir la pobreza en Guatemala, pero no solo la pobreza física, sino con el fin de erradicar de la mente de la población la pobreza, el "no puedo", el acomodamiento y por el contrario dar las herramientas necesarias para tomar el camino hacia un futuro de bien.

Visión:

Percibir y generar fondos locales y externos, con el fin de que estos sean rentables para reinvertirlos en proyectos autofinanciables que contribuyen a erradicar la pobreza educando integralmente los grupos seleccionados para tal fin, fortaleciendo así la sociedad y mejorando la calidad de vida de los beneficiados.

VISION

MISION

HISTORIA

DONAR

SE VOLUNTARIO

¿QUIENES SOMOS?

Historia

Misión

Visión

PROYECTOS

Proyectos Realizados

Proyectos por Realizar

Proyectos que Apoyamos

EL DESAFÍO

Se Voluntario

Donar

Patrocinar

CONTACTO

¿Quienes Somos? (Historia):

¿QUIENES SOMOS? **PROYECTOS** **EL DESAFIO** **CONTACTO**

EL DESAFIO

Dar es uno de los desafíos más grandes que enfrenta el hombre, haz click aquí, conocerás más sobre "El Desafío" que lanzamos, la estrategia y por qué necesitamos tu ayuda para lograrlo.

[VER MAS](#)

Quienes Somos

¡Que fuerza tan grande es la pasión! Conoce que es lo que nos mueve, eso que nos une para transformar palabras en acciones, buenos deseos en realidades, caras tristes en sonrisas, corazones sin esperanza en corazones llenos de metas y anhelo por un presente de éxito y un futuro mejor. Con la misión y el firme propósito de disminuir la pobreza en Guatemala, pero no solo la pobreza física, sino con el fin de erradicar de la mente de la población la pobreza, el "no puedo", el acomodamiento y por el contrario dar las herramientas necesarias para tomar el camino hacia un futuro de bien.

Historia:

Ante la inquietud de transformar nuestras palabras en acciones, un grupo de personas nos dispusimos a concretar nuestros sueños y anhelos en acciones específicas así decidimos iniciar el proceso de formalización de Asociación Desafío.

Fuimos becados en el año 2003 por la Embajada de Israel para asistir a un taller con el tema Jóvenes en Riesgo. Donde es



VISION **MISION** **HISTORIA**

[DONAR](#) [SE VOLUNTARIO](#)

¿QUIENES SOMOS?
Historia
Misión
Visión

PROYECTOS
Proyectos Realizados
Proyectos por Realizar
Proyectos que Apoyamos

EL DESAFIO
Se Voluntario
Donar
Patrocinar

CONTACTO

[f](#) [t](#)

Proyectos:

DESAFIO

¿QUIENES SOMOS? PROYECTOS EL DESAFIO CONTACTO

PROYECTOS

¿Qué es la vida?, si no las actividades que hacemos todos los días. En esta sección encuentras una galería de aquellas actividades que hemos realizado a lo largo de los años.

¿Quieres ser parte de El Desafío? Aquí verás el cronograma virtual de las actividades programadas, y si así lo deseas puedes comunicarte con nosotros para ser voluntario.

Tiempo atrás el ingeniero Manuel Rivera recibió la visita de nuestra subdirectora y experimentó con un grupo de jóvenes emprendedores a formar empresas familiares. Aquella experiencia no quedó en palabras al aire, nuestra asociación, entonces el Desafío de seguir apoyando a jóvenes empresarios de los cuales tenemos el honor de publicar sus empresas hoy. Y así como nosotros los apoyamos, ellos también nos apoyan a nosotros colocando nuestro logo en sus actividades y con link hacia nuestra página en sus sitios web.

Proyectos Realizados

Calendario de Proyectos

Proyectos que Apoyamos

DONAR SE VOLUNTARIO

¿QUIENES SOMOS? PROYECTOS EL DESAFIO CONTACTO

Historia Misión

Proyectos Realizados
Proyectos por Realizar
Proyectos que Apoyamos

Se Voluntario
Donar
Patrocinar

Proyectos (Proyectos Realizados):



Proyectos (Proyectos Realizados, Galerías):



Proyectos (Calendarización de Proyectos):

CALENDARIZACIÓN DE PROYECTOS 2014

DESAFIO Enero

Domingo	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28		

CALENDARIZACIÓN DE PROYECTOS 2014

DESAFIO Febrero

Domingo	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	

Proyectos (Proyectos que apoyamos):

DESAFIO

¿QUIÉNES SOMOS? PROYECTOS EL DESAFÍO CONTACTO

Proyectos que apoyamos

Desde el año 2010, DESAFIO ha estado en el camino de impulsar iniciativas y acciones con un grupo de líderes, voluntarios y socios que nos ayudan a cumplir un propósito y de hacer un mundo mejor. El Desafío de cada momento y forma parte de los valores que nos impulsan a seguir adelante.

Proyectos que apoyamos:

- Proyecto Hotel para perros
- Proyecto Desafío Cántico
- Proyecto Trabaja Especial
- Proyecto SAPF (Servicio de Audio y Multimedia Profesional)
- Proyecto Sucesos Limpia

[DONAR](#) [SE VOLUNTARIO](#)

¿QUIÉNES SOMOS? PROYECTOS EL DESAFÍO CONTACTO

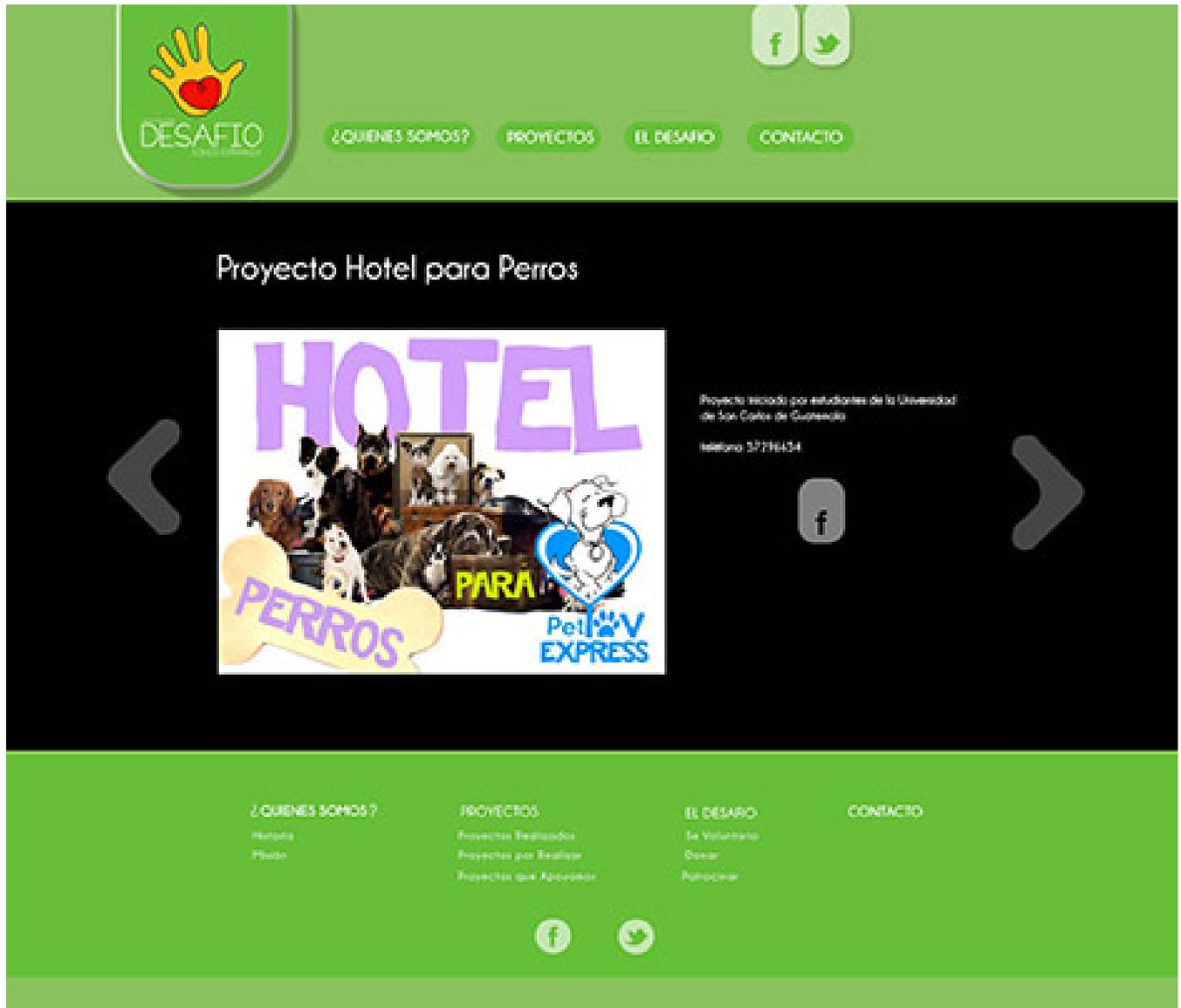
Historia Misión

Proyectos Realizados Proyectos por Realizar Proyectos que Apoyamos

Se Voluntario Donar Patrocinador

f t

Proyectos (Proyectos que apoyamos, galería):



EL DESAFÍO
somos esperanza

¿QUIENES SOMOS? PROYECTOS EL DESAFÍO CONTACTO

Se Voluntario

Donar

Patrocinar

¡SOMOS ESPERANZA!
A pesar de que la ayuda económica es muy importante, en Desafío no nos enfocamos en obtener donaciones de dinero o cosas materiales, sino buscamos el apoyo en forma humana, gente dispuesta a ensuciarse las manos para ayudar a los demás. En Desafío cada persona se vuelve esperanza porque cada voluntario se convierte en esa donación tan necesaria.

Somos esperanza porque no solo regalamos donaciones, sino que buscamos eliminar de la mente de las personas todo lo que les impide desarrollarse.

“ Algunos de nuestros voluntarios actuales estuvieron antes del lado de aquellos que necesitaban ayuda y lograron salir adelante.
Ahora sus experiencias se vuelven el testimonio de la esperanza que Asociación Desafío les brinda.
Si quieres saber más lee en este apartado las experiencias de aquellos que se han unido al Desafío. ”

¿QUIENES SOMOS?
Historia
Misión
Visión

PROYECTOS
Proyectos Realizados
Proyectos por Realizar
Proyectos que Adoptamos

EL DESAFÍO
Se Voluntario
Donar
Patrocinar

CONTACTO

El Desafío (formulario Sé Voluntario):

The image shows a web page with a green background. At the top left is the logo for 'DESAFÍO' featuring a hand holding a heart. To the right are social media icons for Facebook and Twitter. Below the logo are four navigation buttons: '¿QUIENES SOMOS?', 'PROYECTOS', 'EL DESAFÍO', and 'CONTACTO'. The main content area contains a form with three input fields: 'Nombre', 'E-mail', and 'Mensaje'. To the right of the form is a section titled '¡Se Voluntario!' with text explaining the organization's mission and providing contact information. At the bottom of the form is a yellow 'ENVIAR' button. Below the form is a grey section titled 'Experiencias' with a quote and a small version of the logo. At the bottom of the page is a green footer with navigation links and social media icons.

Nombre

E-mail

Mensaje

ENVIAR

¡Se Voluntario!

Si tienes el deseo en la corazón de convertirte en esa ayuda, de ser esa esperanza en forma de humana que se extiende, si en ti ha surgido el deseo de colaborar con la asociación, convierte ese deseo en acción y comunícalo con nosotros para que podamos enterarnos de nuestro próximo proyecto de ayuda.

Si tienes algún proyecto en mente, alguna historia para contar por favor comunícalo con nosotros.

Trabajamos de lunes a viernes de 9 am a 5 pm

Dirección: 1 calle zona 15 Colonia El Maestro.
E-mail: desafioayuda@gmail.com
Blog: <http://eldesafioayuda.blogspot.com/>
Celular: 47701068

Experiencias

“ Algunos de nuestros voluntarios actuales estuvieron antes del lado de aquellos que necesitaban ayuda y lograron salir adelante.

Ahora sus experiencias se vuelven el testimonio de la esperanza que Asociación Desafío les brinda.

Si quieres saber más lee en este apartado las experiencias de aquellos que se han unido al Desafío. ”

¿ QUIENES SOMOS ?
Historia
Misión
Visión

PROYECTOS
Proyectos Realizados
Proyectos por Realizar
Proyectos que Apoyamos

EL DESAFÍO
Se Voluntario
Donar
Participar

CONTACTO

f t

El Desafío (formulario Donar):



[¿QUIENES SOMOS?](#) [PROYECTOS](#) [EL DESAFÍO](#) [CONTACTO](#)

Donación: no. de Tarjeta de Crédito

No. de validación

¡Haz tu donación!

No te limites por la cantidad, ¡cada centavo cuenta!

Si tienes el deseo en tu corazón de convertirte en donador de la asociación puedes elegir libremente y sin restricciones u obligaciones de ningún tipo.

Puedes donar las veces que quieras y con la frecuencia que puedas.

Trabajamos de lunes a viernes de 9 am a 5 pm.

Dirección: 1 calle zona 15 Colonia El Maestro.
E-mail: desafioayuda@gmail.com
Blog: <http://desafioayuda.blogspot.com/>
Celular: 47701060

Asociación Desafío, con el firme propósito de disminuir la pobreza en Guatemala, pero no solo la pobreza física, sino con el fin de erradicar de la mente de la población la fijación en la pobreza.

Experiencias



“Algunos de nuestros voluntarios actuales estuvieron antes del lado de aquellos que necesitaban ayuda y lograron salir adelante.

Ahora sus experiencias se vuelven el testimonio de la esperanza que Asociación Desafío les brinda.

Si quieres saber más lee en este apartado las experiencias de aquellos que se han unido al Desafío.”

[¿QUIENES SOMOS?](#)
Historia
Misión
Visión

[PROYECTOS](#)
Proyectos Realizados
Proyectos por Realizar
Proyectos que Apoyamos

[EL DESAFÍO](#)
Se Voluntario
Donar
Participar

[CONTACTO](#)

El Desafío (formulario Patrocinar):

¿QUIENES SOMOS? **PROYECTOS** **EL DESAFÍO** **CONTACTO**

Nombre de la Empresa

E-mail

Nombre y apellido

Asunto

Mensaje

ENVIAR

¿Quieres ser nuestro patrocinador?

¿Eres una empresa con el deseo de patrocinar nuestras actividades y a cambio que el nombre de tu marca se muestre en cada una de las actividades y proyectos que realizamos?

Si deseas que el nombre de tu empresa se asocie con los labores que Asociación Desafío realiza, por favor contáctanos y gustosamente te informaremos todos los detalles que necesitas saber si deseas ser un patrocinador de Desafío.

Trabajamos de lunes a viernes de 9 am a 5 pm

Dirección: 1 calle zona 15 Colonia El Maestro.
E-mail: desafioayuda@gmail.com
Blog: <http://desafioayuda.blogspot.com/>
Celular: 47701068

Asociación Desafío, con el firme propósito de disminuir la pobreza en Guatemala, pero no solo la pobreza física, sino con el fin de amoldar de la mente de la población la fijación en la pobreza.

Experiencias

Algunos de nuestros voluntarios actuales estuvieron antes del lado de aquellos que necesitaban ayuda y lograron salir adelante.

Ahora sus experiencias se vuelven el testimonio de la esperanza que Asociación Desafío les brinda.

Si quieres saber más lee en este apartado las experiencias de aquellos que se han unido al Desafío.

¿QUIENES SOMOS?
Historia
Misión
Visión

PROYECTOS
Proyectos Realizados
Proyectos por Realizar
Proyectos que Apoyamos

EL DESAFÍO
Se Voluntario
Donar
Patrocinar

CONTACTO

f t

Contáctanos:

DESAFIO
INICIATIVA

¿QUIENES SOMOS? PROYECTOS EL DESAFIO **CONTACTO**

¡ENCUENTRANOS
AQUÍ!

Nombre

E-mail

Asunto

Mensaje

ENVIAR

¡Comunicate con nosotros!

Queremos conocerle, queremos escucharle, si tienes algún proyecto en mente, alguna historia para contar o quieres ser parte de nuestro equipo de trabajo por favor comunícalte con nosotros.

Trabajamos de lunes a viernes de 9 am a 5 pm

Dirección: 1 calle zona 15 Colonia El Maestro
E-mail: desafioayuda@gmail.com
Blog: <http://desafioayuda.blogspot.com/>
Celular: 47201068

Asociación Desafío, con el firme propósito de disminuir la pobreza en Guatemala, pero no solo la pobreza física, sino con el fin de enriquecer de la mente de la población la fijada en la pobreza.

¿QUIENES SOMOS?
Historia
Misión
Visión

PROYECTOS
Proyectos Realizados
Proyectos por Realizar
Proyectos que Apoyamos

EL DESAFIO
Se Voluntario
Donar
Patrocinar

CONTACTO

VIII

CAPÍTULO
VALIDACIÓN TÉCNICA

Capítulo VIII

Validación Técnica

Presentada la propuesta gráfica preliminar, del sitio web de Asociación Desafío, se prosigue a la validación técnica, que tiene como fin reunir información sobre la efectividad, funcionalidad y cumplimiento de los objetivos determinados y el cumplimiento del requerimiento de comunicación y diseño de este proyecto.

8.1 Población y Muestreo

Se desarrolló y aplicó una encuesta para verificar la percepción visual y de comunicación del cliente, personas, hombres y mujeres del grupo objetivo y a 4 expertos en el área de comunicación y diseño.

La población está determinada por un grupo de personas que tienen características en común, identificadas en los perfiles geográfico, demográfico, psicográfico y conductual.

Asimismo, se han determinado tres grupos importantes en el proceso de validación, que se dividen en:

- Expertos:
 - Licda. Lisa Quan
 - Lic. Guillermo García
 - Licda. Karin Sequen
 - Licda. Judith Sequen
 - Lic. Alejandro de León

- Cliente o Autoridades:

Esteban Balan

Lisette de Balan

- Grupo objetivo: Según la tabla de Niveles Socio Económicos 2009/ Multivex, el grupo objetivo está conformado por hombres y mujeres entre 35 a 55 años, pertenecientes al nivel socioeconómico C, son empresarios, ejecutivos o profesionales comerciantes. Son los dueños, directores o gerentes de negocios. Ingresos mensuales alrededor de Q. 12,000.00.

La muestra obtenida en este proceso de validación ha sido de 31 personas, para determinar si se realizará algún cambio en la propuesta gráfica del proyecto.

8.2 Método e Instrumentos:

Para evaluar la funcionalidad del diseño realizado y la eficacia de los elementos que conforman la página web, para transmitir el mensaje deseado sobre Asociación Desafío, se realizó una labor investigativa de carácter mixto utilizando la siguiente herramienta:

8.2.1 Encuesta: Ester Chiner Sanz, profesora en la Universidad de Alicante, en su material de clase “INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA MEDIANTE ENCUESTAS”, comparte que de acuerdo con Pablo Ferrando García, licenciado de la Universidad Complutense de Madrid y doctor en la Universidad de Valencia, encuesta es una investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativa de un colectivo más amplio, que se lleva a cabo en el contexto de la vida cotidiana, utilizando procedimientos

estandarizados de interrogación, con el fin de obtener mediciones cuantitativas de gran variedad de características objetivas y subjetivas de la población.

Es un sistema de preguntas mediante el que podemos conocer preferencias, opiniones, actitudes, creencias, hábitos, condiciones de vida, etc.

8.2.2 Investigación Cualitativa: El Dr. Lamberto Vera Vélez, de la Universidad Interamericana de Puerto Rico, comparte en <http://www.ponce.inter.edu/cai/Comite-investigacion/investigacion-cualitativa.html>, que la investigación cualitativa es aquella donde se estudia la calidad de las actividades, relaciones, asuntos, medios, materiales o instrumentos en una determinada situación o problema. La misma procura lograr una descripción holística, esto es, que intenta analizar exhaustivamente, con sumo detalle, un asunto o actividad en particular.

8.2.3 Investigación Cuantitativa: Leon G. Schiffman y Leslie Lazar Kanuk, en el libro “Comportamiento el Consumidor”, comparten que la investigación cuantitativa es de índole descriptiva. Los resultados son empíricos y se recaban en forma aleatoria (es decir, utilizando una muestra probabilística), pueden generalizarse a poblaciones más grandes. Los datos recabados son cuantitativos (es decir cantidades numéricas) y sirven para realizar un análisis estadístico.

Se utilizó una encuesta, con enfoques cuanti y cualitativo; que permitirá cuantificar los resultados de la encuesta aplicada a los sujetos y a través del enfoque cualitativo, para evaluar los niveles de percepción de los encuestados con respecto a la propuesta del diseño, que por medio de un cuestionario, recoge las opiniones u otros datos de una población, tratando diversos temas de interés.

La encuesta consta de cinco fases, la primera es la de introducción donde se interroga al encuestado sobre quién es él y se determina su participación como Cliente, Experto o Grupo Objetivo al presentar los antecedentes de la empresa que se tomaron en cuenta para la creación del sitio web. La segunda fase es la Parte Objetiva, donde se interroga al encuestado acerca de la importancia de plantear y cumplir los objetivos del trabajo y de esa manera se fundamenta la validez del presente proyecto. La tercera fase es la Parte Semiológica, donde el encuestado es interrogado acerca del significado y significante que para él tienen los distintos símbolos, íconos y elementos del lenguaje utilizados en el sitio web. La cuarta fase es la Parte Operativa, donde se interroga al encuestado sobre la funcionalidad del diseño. Para cerrar la encuesta, se colocó un espacio para que el encuestado pudiera compartir libremente su opinión, que se convierte en la quinta fase, en el área de Observaciones.

Para mantener la atención y el enfoque del encuestado, se elaboró el cuestionario con distintos tipos de preguntas, serie de preguntas dicotómicas, que según el sitio <http://www.tecnicas-de-estudio.org/investigacion/investigacion51.htm>, pregunta dicotómica es un tipo de pregunta “cerrada”, que posee únicamente dos alternativas de respuesta. También se incluye una serie de preguntas con respuesta múltiple, que dentro del mismo sitio web www.tecnicas-de-estudio.org, se describe a las preguntas con respuesta múltiple, como un tipo pregunta “cerrada” que incluye varias alternativas de respuesta. Para terminar, se implementa la utilización de preguntas con respuestas, colocadas según la escala de Likert. Según el Ministerio del Poder Popular para la Educación Universitaria del Gobierno Bolivariano de Venezuela, <http://uptparia.edu.ve/documentos/F%C3%ADsico%20de%20Escala%20Likert.pdf>, la escala tipo Likert es un tipo de instrumento de medición o de recolección de datos que se dispone en la investigación social para medir actitudes. Consiste en un conjunto de ítems bajo la

forma de afirmaciones o juicios ante los que se solicita la reacción (favorable o desfavorable, positiva o negativa) de los individuos. Dentro de los aspectos constitutivos de la escala tipo likert, es importante resaltar las alternativas o puntos, que corresponden a las opciones de respuesta, de acuerdo al instrumento seleccionado. A continuación las alternativas y valores más usados:

- Alternativa A:

Muy de Acuerdo.

De Acuerdo.

Ni de acuerdo ni en desacuerdo.

En desacuerdo.

Muy en desacuerdo.

- Alternativa B:

Totalmente de Acuerdo.

De Acuerdo.

Neutral.

En desacuerdo.

Totalmente en desacuerdo.

- Alternativa C:

Definitivamente sí.

Probablemente sí.

Indeciso.

Probablemente no.

Definitivamente no.

• Alternativa D:

Completamente verdadero.

Verdadero.

Ni falso ni verdadero.

Falso.

Completamente falso.

A continuación se presenta el cuestionario utilizado para realizar la encuesta de Validación Técnica para Proyecto: Diseño de sitio Web para presentar las actividades benéficas de Asociación Desafío. Este fue presentado a los tres grupos importantes de enfoque para la validación.



Universidad Galileo
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Licenciatura en Comunicación y Diseño
Proyecto de Tesis

Género: F ___ Experto Nombre: _____
 M ___ Cliente Profesión: _____
 ___ Grupo Objetivo Puesto: _____
Edad: _____

Encuesta de Validación de Proyecto

Diseño de sitio web para presentar las actividades benéficas a los patrocinadores reales y potenciales de la organización no lucrativa Asociación Desafío. Guatemala, Guatemala 2014.

Antecedentes:

Ante la inquietud de transformar palabras en acciones, un grupo de personas iniciaron el proceso de formalización de Asociación Desafío en 1998. La organización se manejaba bajo el slogan "gente ayudando gente" como una manera de concientizar a la población de la igualdad que existe entre todos los seres humanos.

Asociación Desafío trabaja bajo la filosofía que no se brindará ayuda si la gente no se compromete a permanecer en un seguimiento en forma integral. Viveres, ropa, asistencia médica lleva consigo el compromiso de un seguimiento permanente.

En sus inicios, la asociación era muy fuerte y estable, contaba con apoyo de organizaciones internacionales para la realización de los diversos proyectos benéficos y actividades de voluntariado. Pero a partir del año 2009 distintos factores impidieron que Asociación Desafío planificara y efectuara proyectos y otras actividades benéficas, aunque siempre se mantuvo en operaciones.

A principios del año 2013 se ha proyectado una revitalización para la asociación, dando inicio con la renovación de la imagen. El diseño de un nuevo logotipo y un nuevo slogan "somos esperanza", son los primeros pasos dados en el camino a revitalizar la asociación.

Por esa razón se ha considerado de gran importancia el diseño de un sitio web que permita a aquellos que tengan el deseo de enterarse acerca de la Asociación y sus actividades y un espacio para que usuarios de internet puedan apoyar a la institución.

A. Parte Objetiva:

1. ¿Considera necesario diseñar un sitio web que presente las actividades benéficas que realiza la organización no gubernamental Asociación Desafío a sus patrocinadores reales y potenciales?
 Si
 No
2. ¿Considera necesario investigar conceptos básicos relacionados con diseño, maquetación, hosting web, nuevas tendencias de desarrollo y diseño web para presentar una propuesta adecuada a los requerimientos y necesidades presentados por Asociación Desafío?
 Si
 No
3. ¿Considera necesario recopilar información acerca de la organización y la nueva imagen que utilizará para crear un concepto de diseño adecuado a la solicitud e imagen de la asociación y de esa forma diseñar un sitio web que cubra las necesidades de Asociación Desafío?
 Si
 No
4. ¿Considera necesario establecer los elementos de diseño a utilizar para el desarrollo de un sitio web acorde a la imagen visual de Asociación Desafío?
 Si
 No
5. ¿Considera necesario desarrollar el mapa de sitio acorde a los aspectos y categorías que Asociación Desafío debe presentar en el sitio web para que se incluya la información relevante de la organización?
 Si
 No
6. ¿Considera necesario presentar las actividades que Asociación Desafío ha realizado y realizará mediante recursos gráficos para que estas puedan ser presentadas fácilmente al grupo objetivo?
 Si
 No
7. ¿Considera necesario integrar en el diseño del sitio web una página de donaciones y voluntariado, que cuente con una forma para donar en línea y/o un formulario de registro para ser voluntario y que de esta manera sea más fácil donar o integrarse al grupo de trabajo a las personas particulares o empresas que deseen apoyar?
 Si
 No
8. ¿Considera necesario elegir un nombre de dominio adecuado, simple y que utilice palabras que representen a la asociación para que el nombre sea fácilmente recordado por los usuarios de la página?
 Si
 No

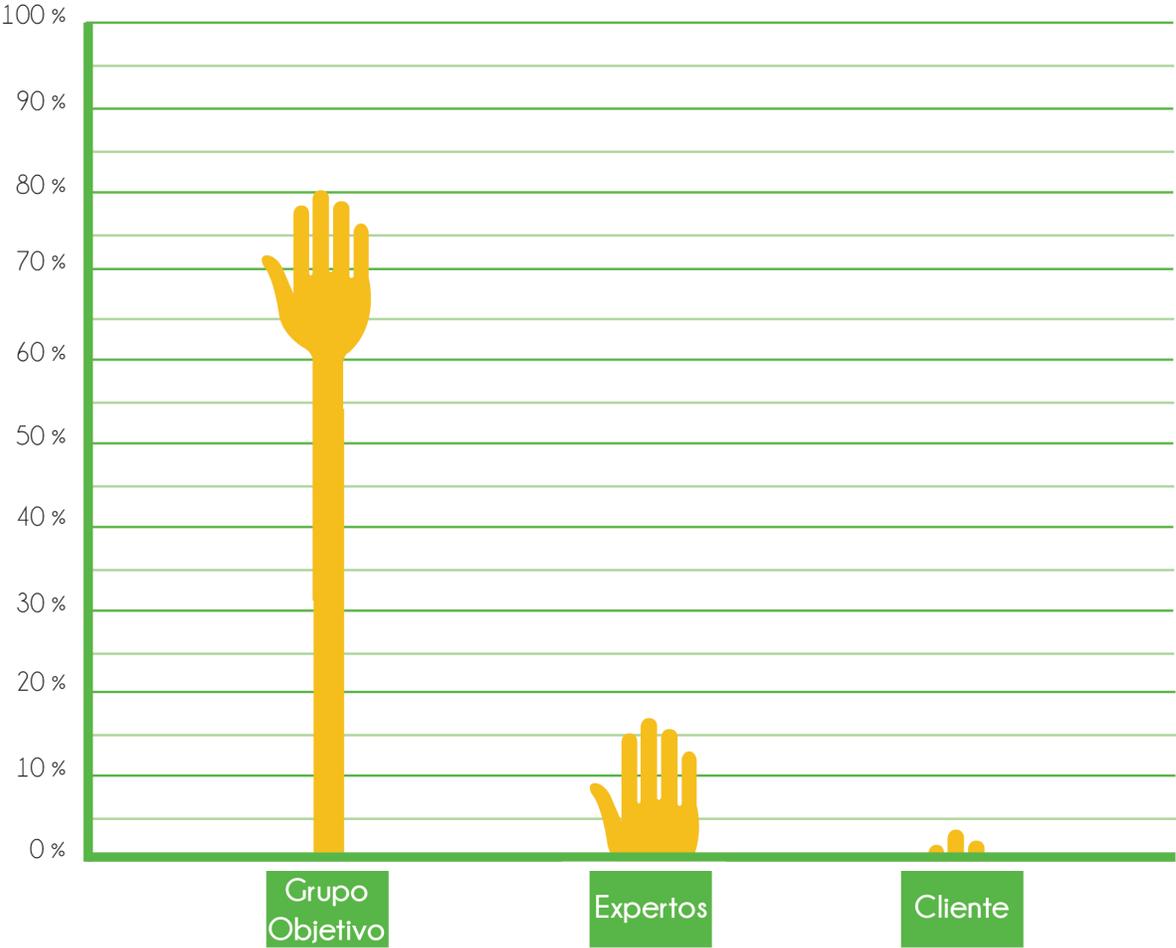
B. Parte Semiológica:

9. ¿La utilización del color verde en la página web le transmite?
 Paz Intranquilidad Esperanza Desesperación
10. ¿La utilización del color amarillo en la página web le transmite?
 Jovialidad Entusiasmo Violencia Deseo de libertad
11. ¿La utilización del color rojo en la página web le transmite?
 Vitalidad Agresividad Juventud Pasión por ayudar
12. ¿El tipo de letra utilizado en los títulos le transmite?
 Estabilidad Rigidez Dinamismo Estático (sin movimiento)

8.3 Resultados e Interpretación de resultados:

Los datos son tabulados para obtener información objetiva de las encuestas realizadas al grupo objetivo, expertos y clientes.

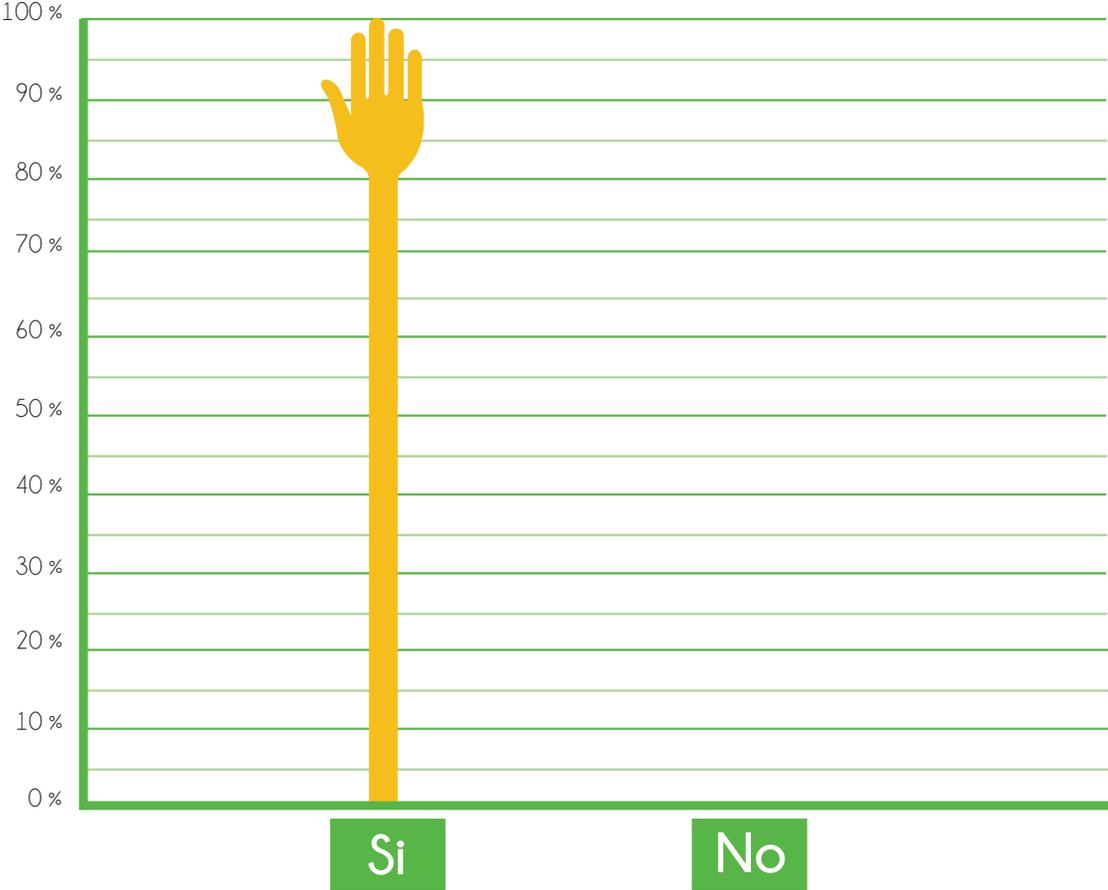
DATOS GENERALES:



El 80% de los encuestados pertenece al grupo objetivo, 17% de los encuestados pertenece a los expertos, y el 3% pertenece al cliente.

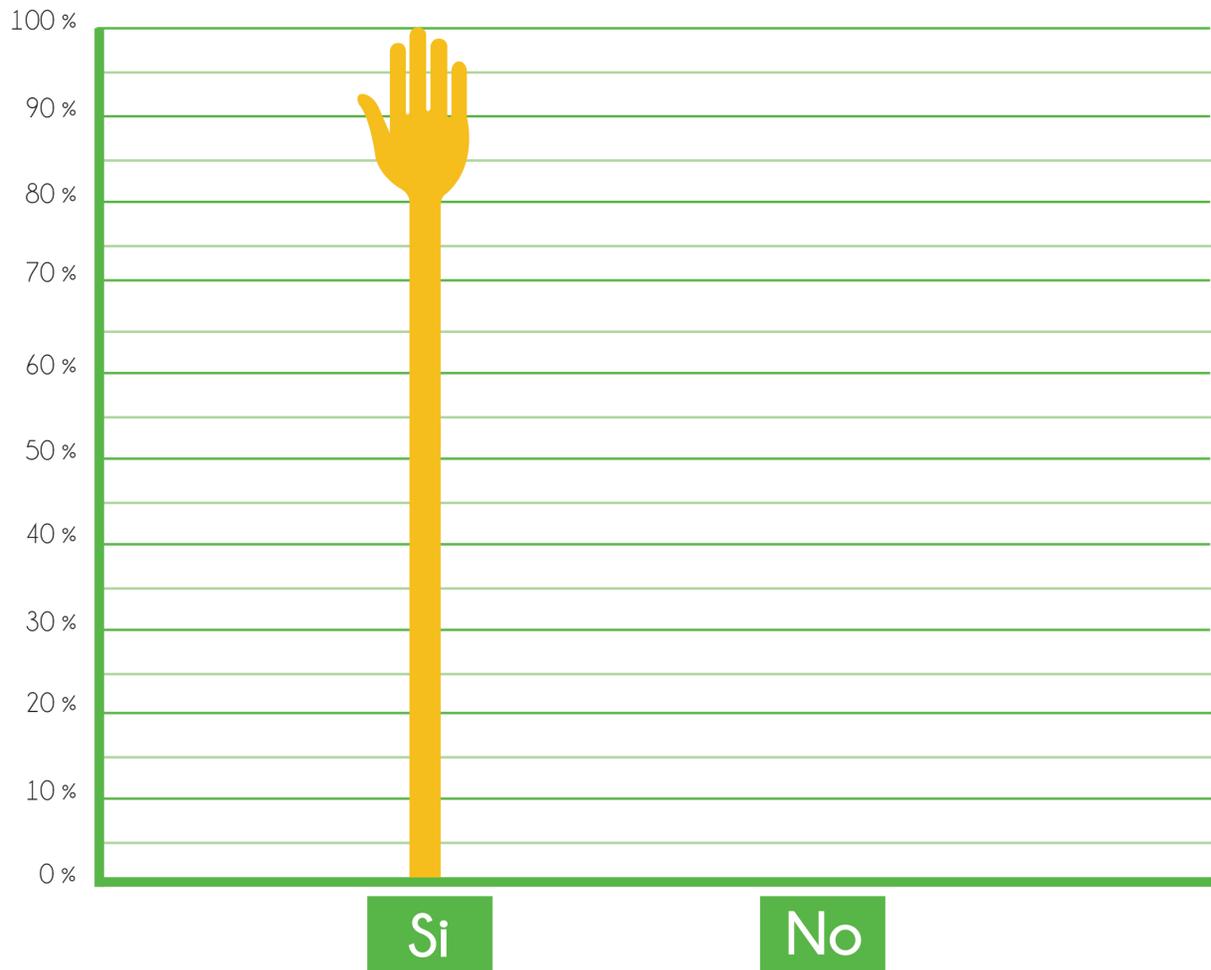
PARTE OBJETIVA:

1. ¿Considera necesario diseñar un sitio web que presente las actividades benéficas que realiza la organización no gubernamental Asociación Desafío a sus patrocinadores reales y potenciales?



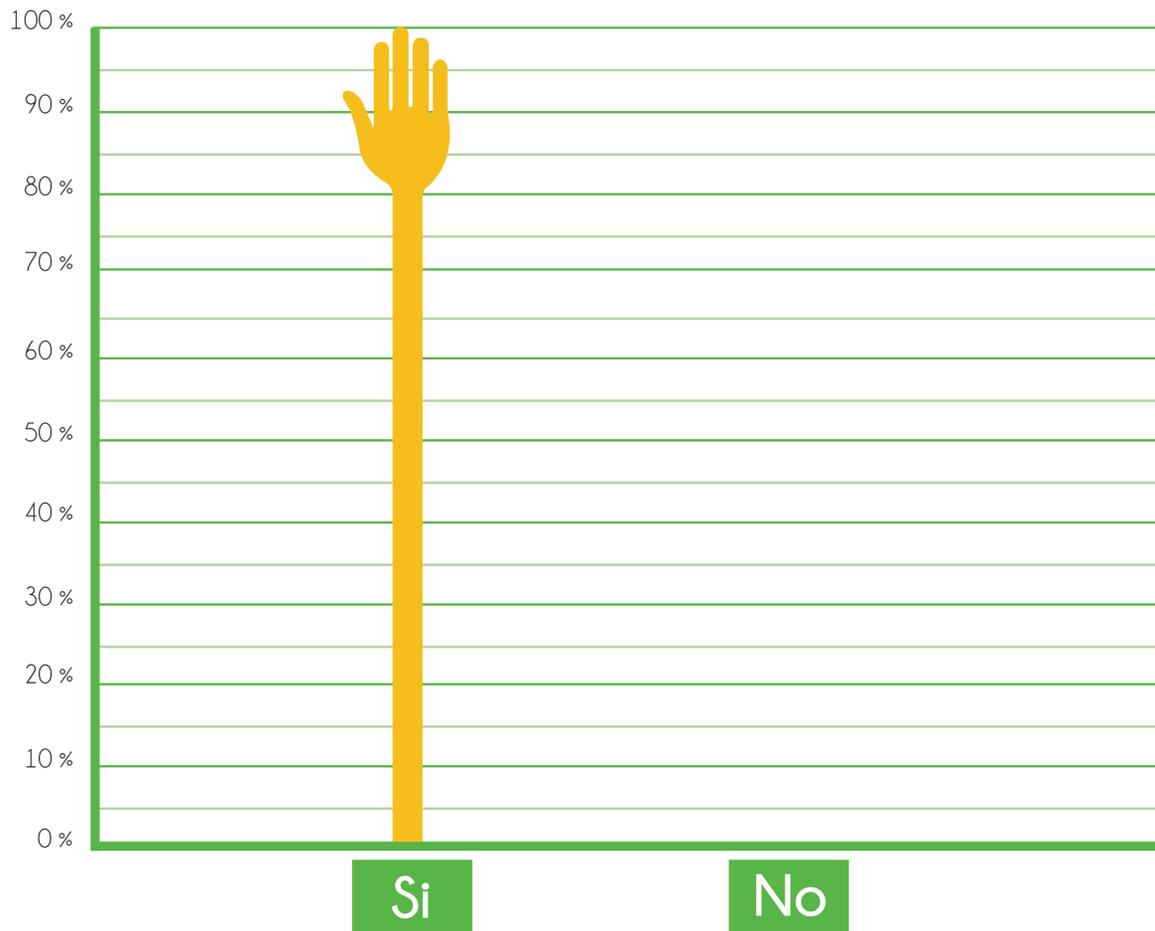
El 100% de los encuestados considera necesario diseñar un sitio web que presente las actividades benéficas que realiza la organización no gubernamental Asociación Desafío, a sus patrocinadores reales y potenciales.

2. **¿Considera necesario investigar conceptos básicos relacionados con diseño, maquetación, hosting web, nuevas tendencias de desarrollo y diseño web para presentar una propuesta adecuada a los requerimientos y necesidades presentados por Asociación Desafío?**



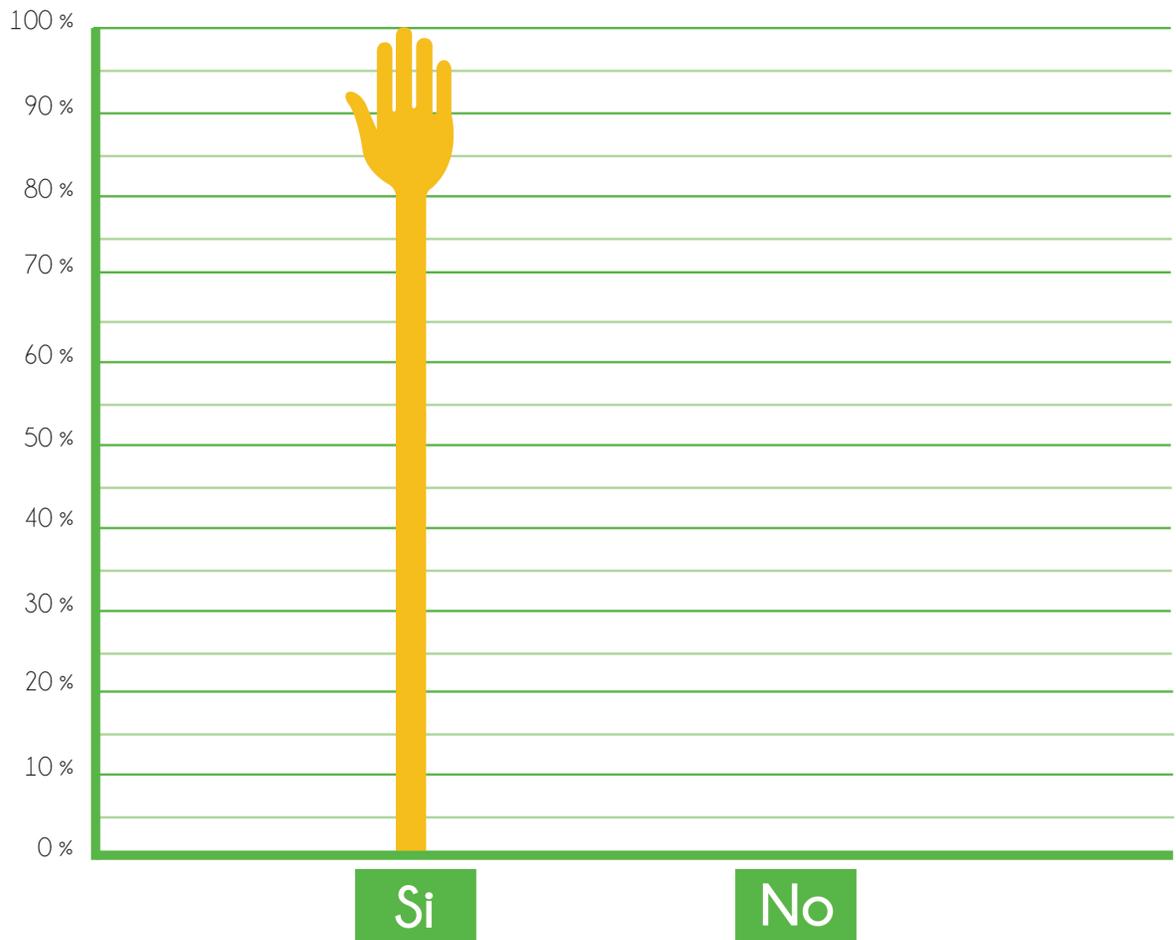
El 100% de los encuestados considera necesario investigar conceptos básicos relacionados con diseño, maquetación, hosting web, nuevas tendencias de desarrollo y diseño web, para presentar una propuesta adecuada a los requerimientos y necesidades presentados por Asociación Desafío.

3. ¿Considera necesario recopilar información acerca de la organización y la nueva imagen que utilizará para crear un concepto de diseño adecuado a la solicitud e imagen de la asociación y de esa forma diseñar un sitio web que cubra las necesidades de Asociación Desafío?



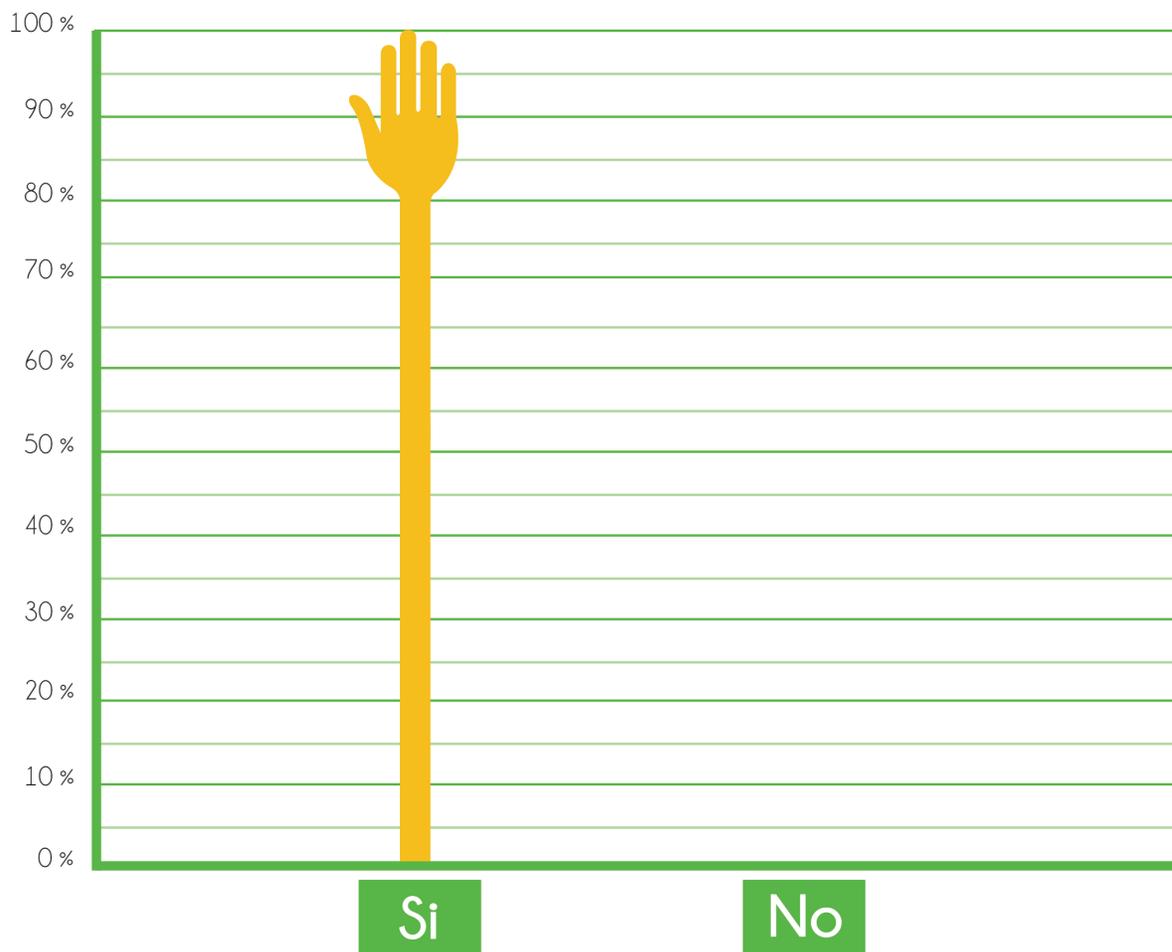
El 100% de los encuestados considera necesario recopilar información acerca de la organización y la nueva imagen que utilizará para crear un concepto de diseño adecuado a la solicitud e imagen de la asociación y de esa forma diseñar un sitio web, que cubra las necesidades de Asociación Desafío.

4. ¿Considera necesario establecer los elementos de diseño a utilizar para el desarrollo de un sitio web acorde a la imagen visual de Asociación Desafío?



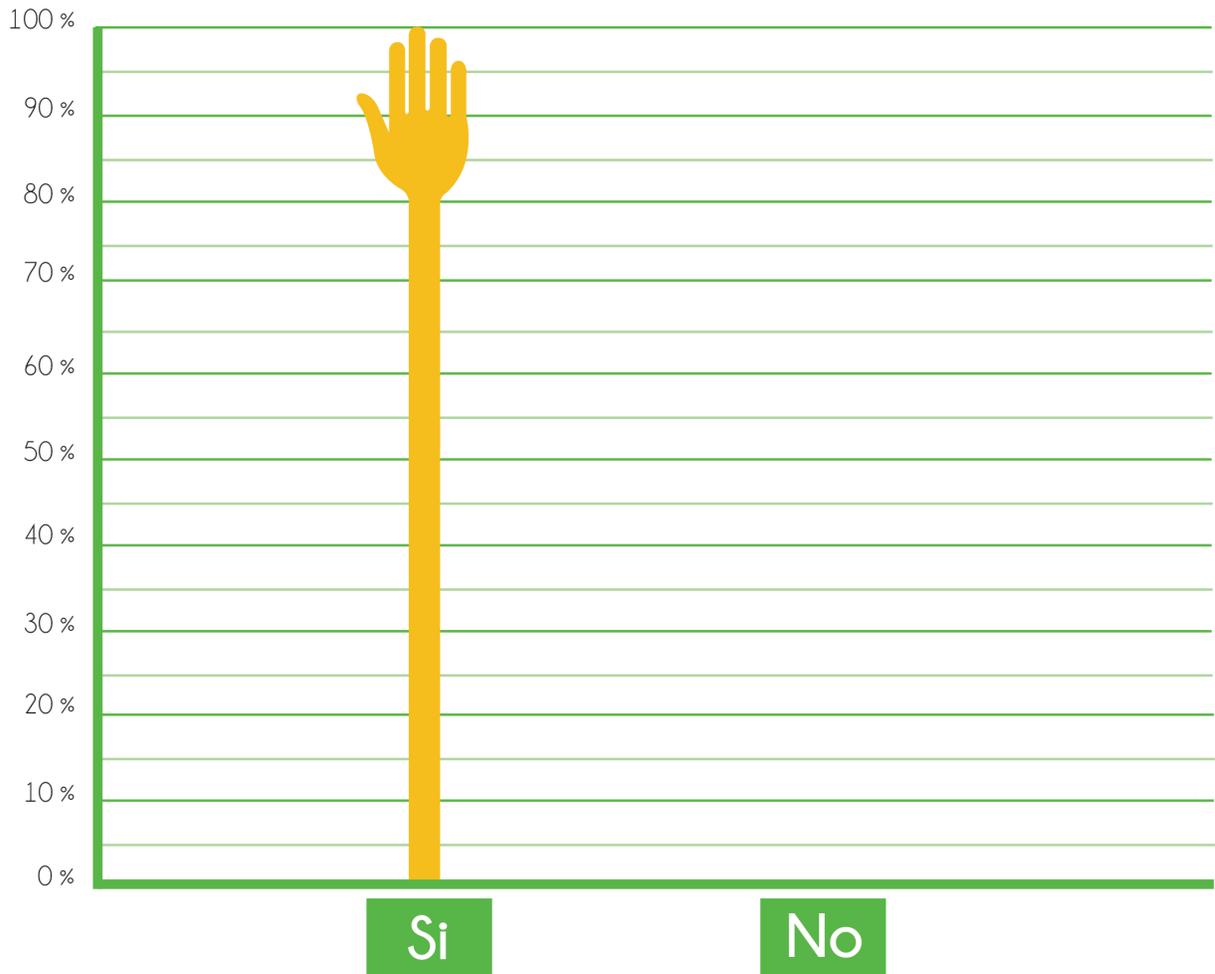
El 100% de los encuestados considera necesario establecer los elementos de diseño a utilizar para el desarrollo de un sitio web, acorde a la imagen visual de Asociación Desafío.

5. **¿Considera necesario desarrollar el mapa de sitio acorde a los aspectos y categorías que Asociación Desafío debe presentar en el sitio web para que se incluya la información relevante de la organización?**



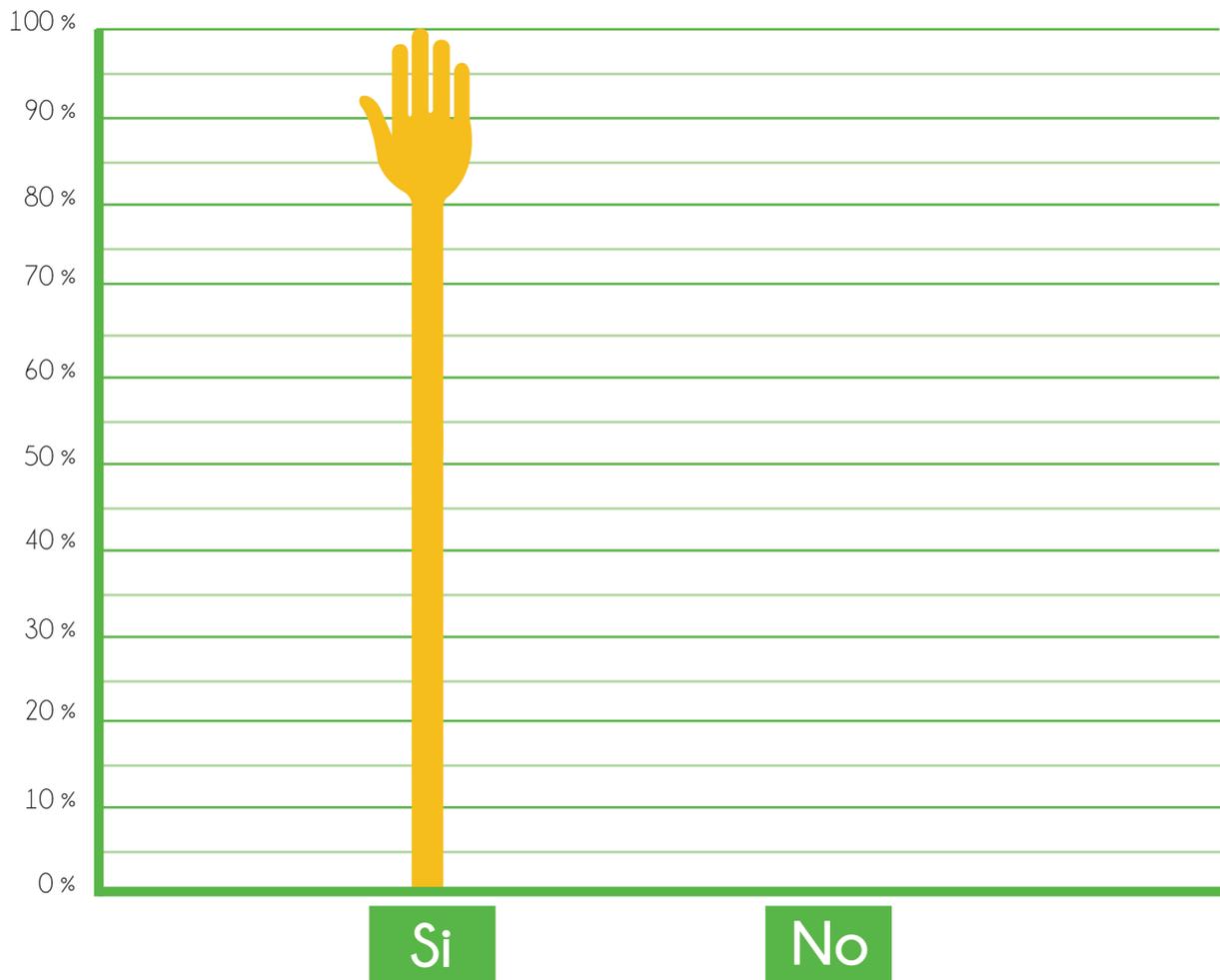
El 100% de los encuestados considera necesario desarrollar el mapa de sitio, acorde a los aspectos y categorías que Asociación Desafío debe presentar en el sitio web, para que se incluya la información relevante de la organización.

6. **¿Considera necesario presentar las actividades que Asociación Desafío ha realizado y realizará mediante recursos gráficos para que estas puedan ser mostradas fácilmente al grupo objetivo?**



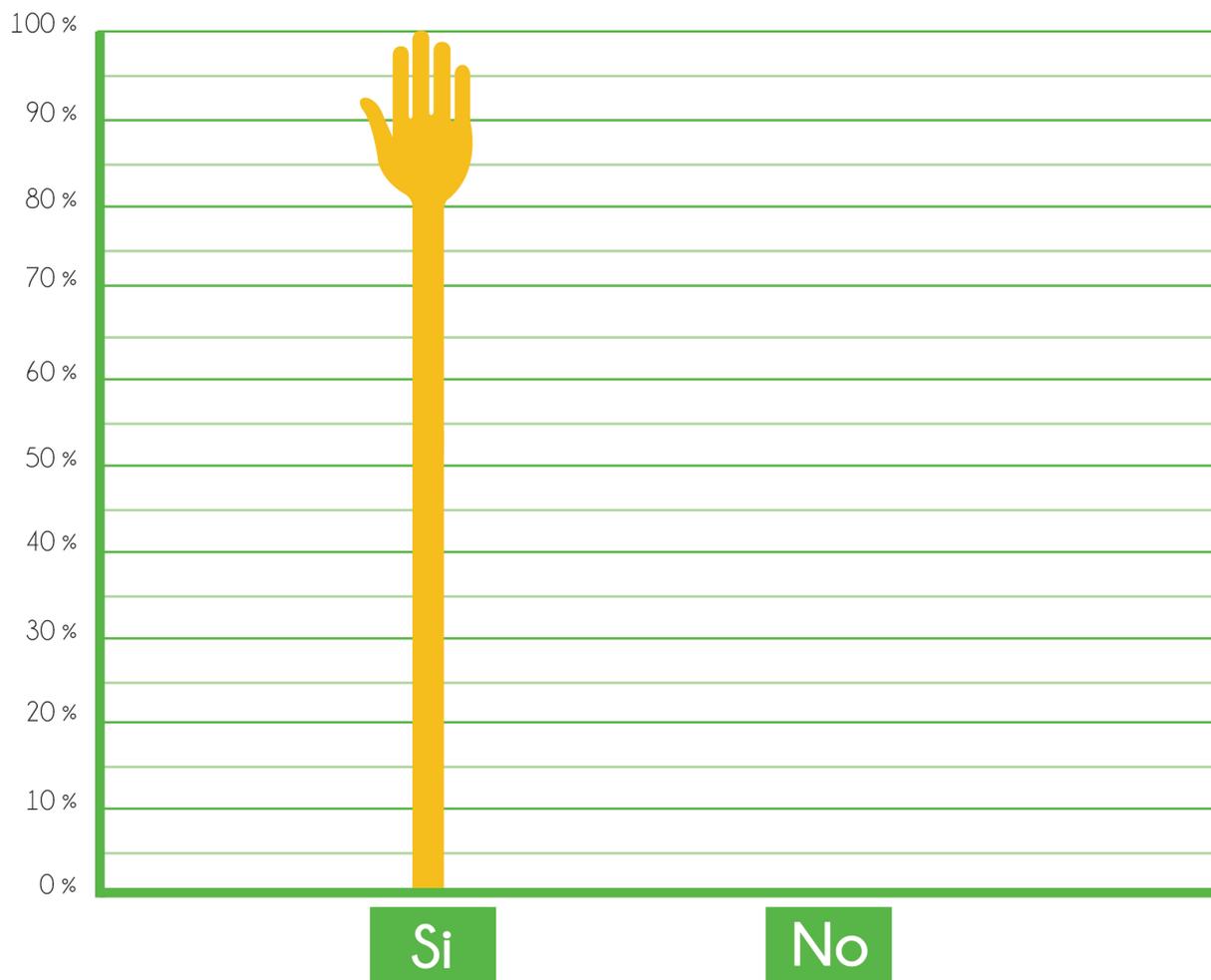
El 100% de los encuestados considera necesario presentar las actividades que Asociación Desafío ha realizado y realizará mediante recursos gráficos, para que puedan ser mostradas fácilmente al grupo objetivo.

7. **¿Considera necesario integrar en el diseño del sitio web una página de donaciones y voluntariado, que cuente con una forma para donar en línea y/o un formulario de registro para ser voluntario y que de esta manera sea más fácil donar o integrarse al grupo de trabajo a las personas particulares o empresas que deseen apoyar?**



El 100% de los encuestados considera necesario integrar en el diseño del sitio web una página de donaciones y voluntariado, que cuente con una forma para donar en línea y/o un formulario de registro para ser voluntario y de esta manera sea más fácil donar o integrarse al grupo de trabajo a las personas particulares o empresas que deseen apoyar.

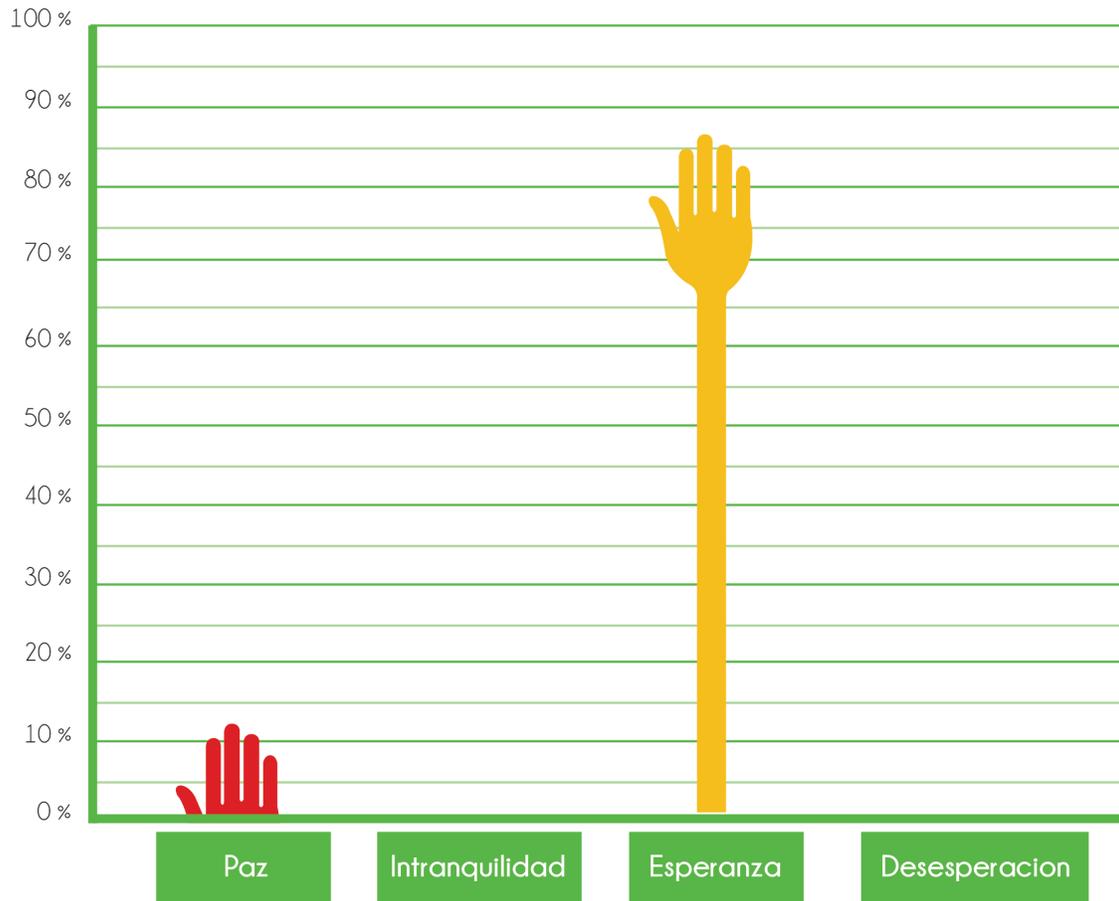
8. **¿Considera necesario elegir un nombre de dominio adecuado, simple y que utilice palabras que representen a la asociación para que el nombre sea fácilmente recordado por los usuarios de la página?**



El 100% de los encuestados considera necesario elegir un nombre de dominio adecuado, simple y que utilice palabras que representen a la asociación para que el nombre sea fácilmente recordado por los usuarios de la página.

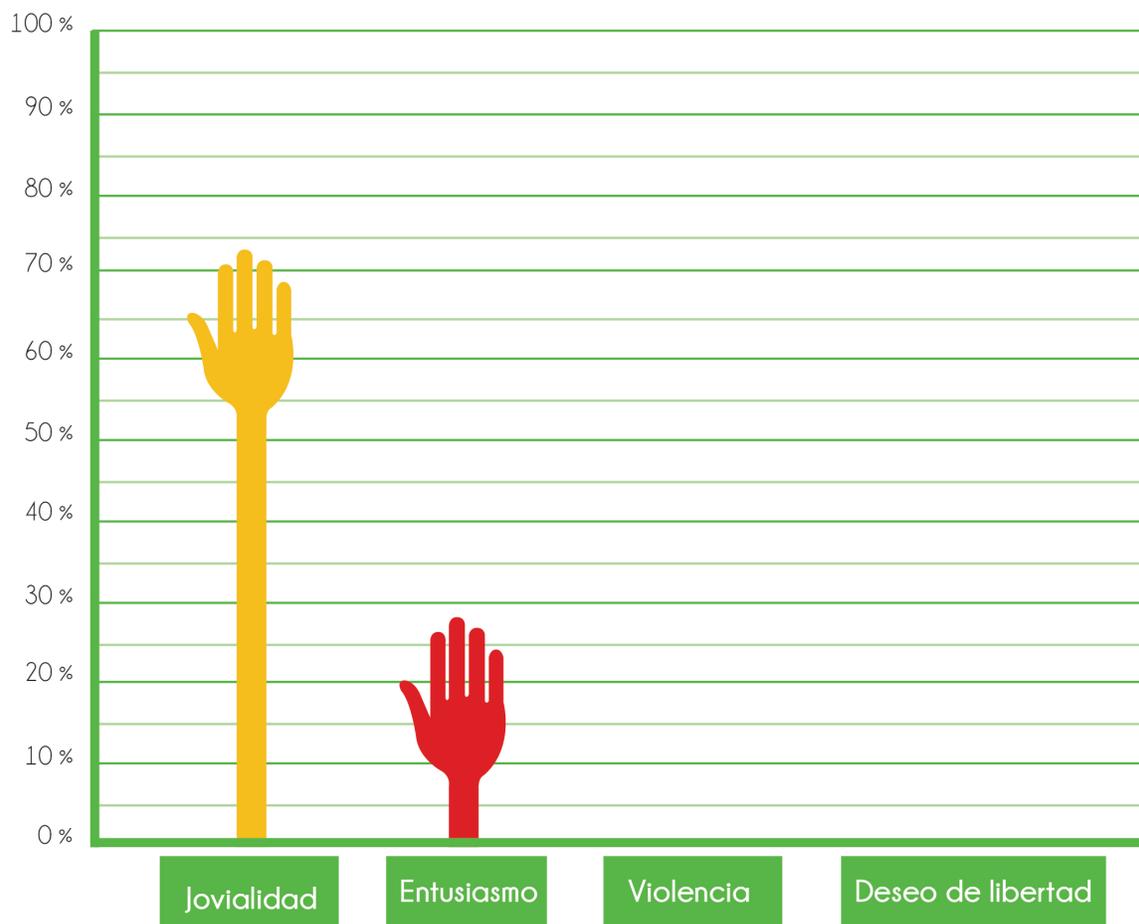
PARTE SEMIOLÓGICA:

9. ¿La utilización del color verde en la página web le transmite?



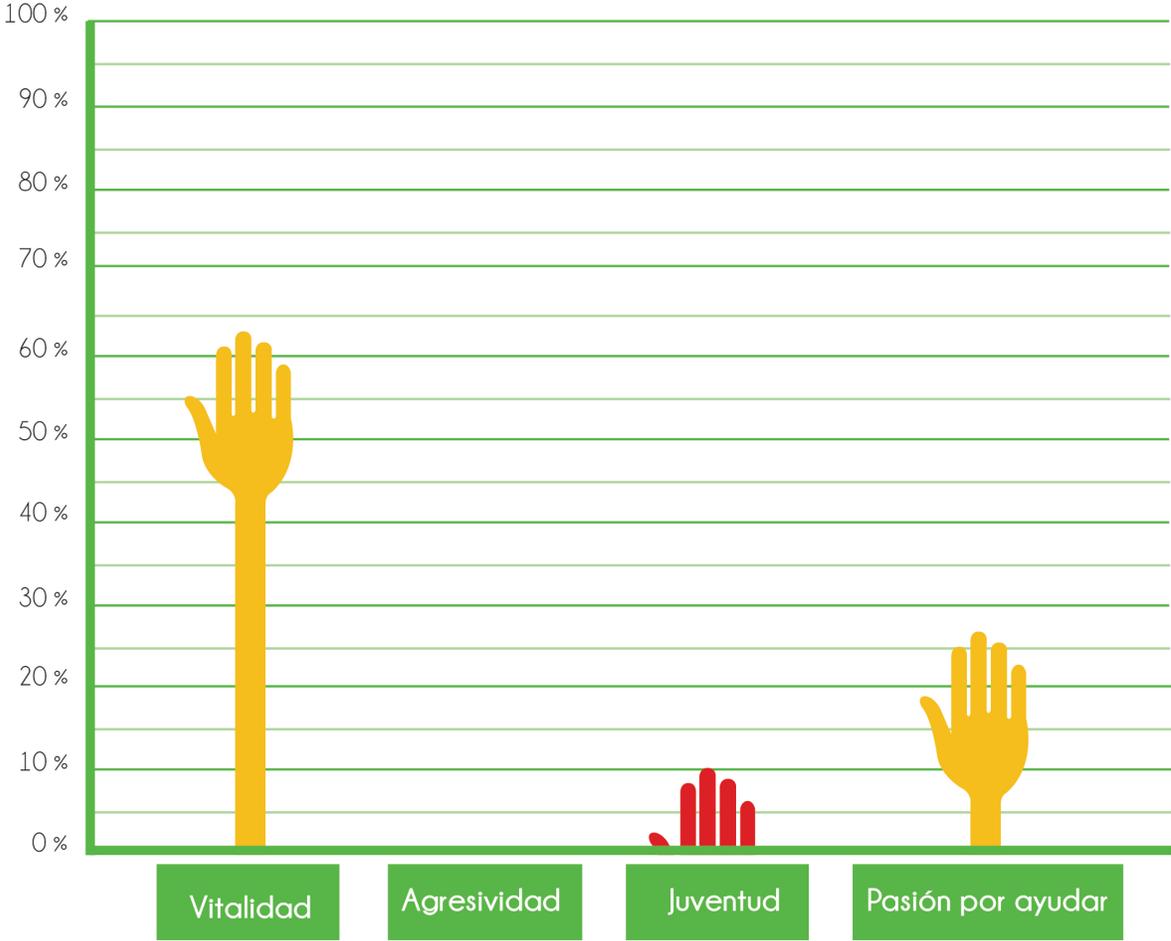
El 13% de los encuestados considera que el color verde transmite Paz; el 87%, esperanza; y 0%, intranquilidad y desesperación.

10. ¿La utilización del color amarillo en la página web le transmite?



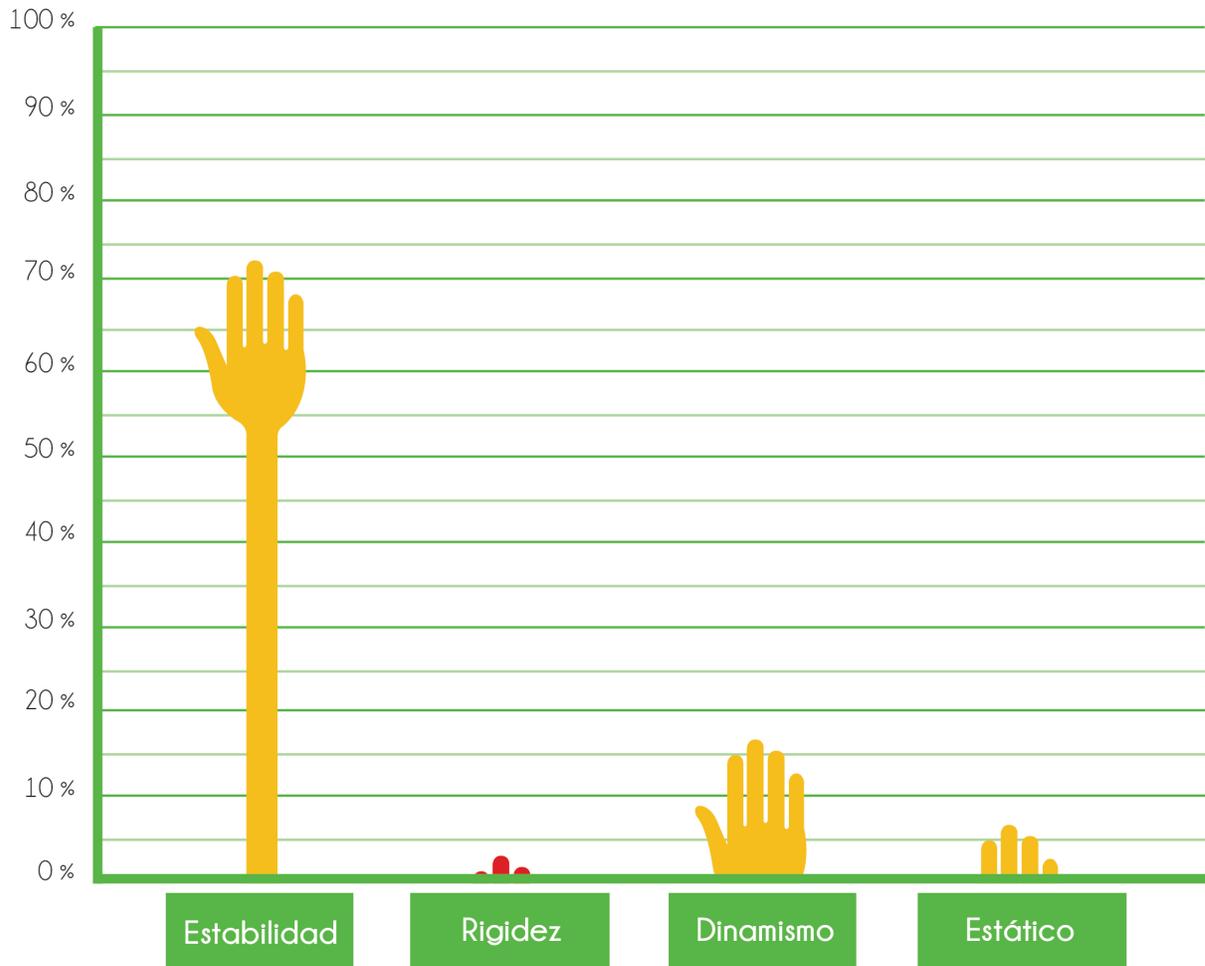
Al 73% de los encuestados, el color amarillo le transmite Jovialidad, y al 27%, Entusiasmo.

11. ¿La utilización del color rojo en la página web le transmite?



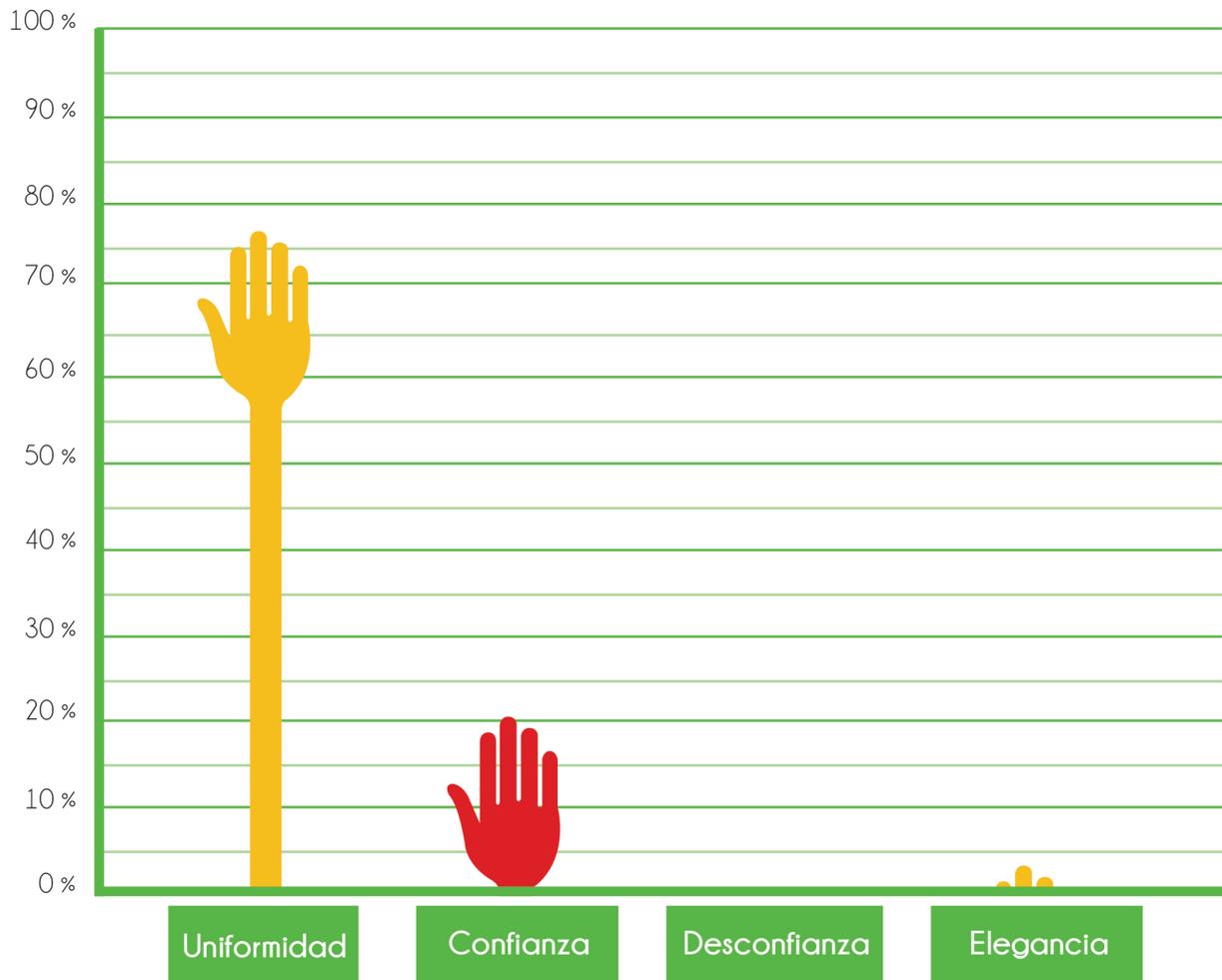
El 61% de los encuestados relaciona el color rojo con vitalidad, 10% le transmite juventud y al 26%, pasión por ayudar.

12. ¿El tipo de letra utilizado en los títulos le transmite?



Al 71% de los encuestados, el tipo de letra utilizado en los títulos le transmite estabilidad; al 3%, rigidez, al 16 %, dinamismo y al 8%, estático.

13. ¿El tipo de letra utilizado para los contenidos le transmite?



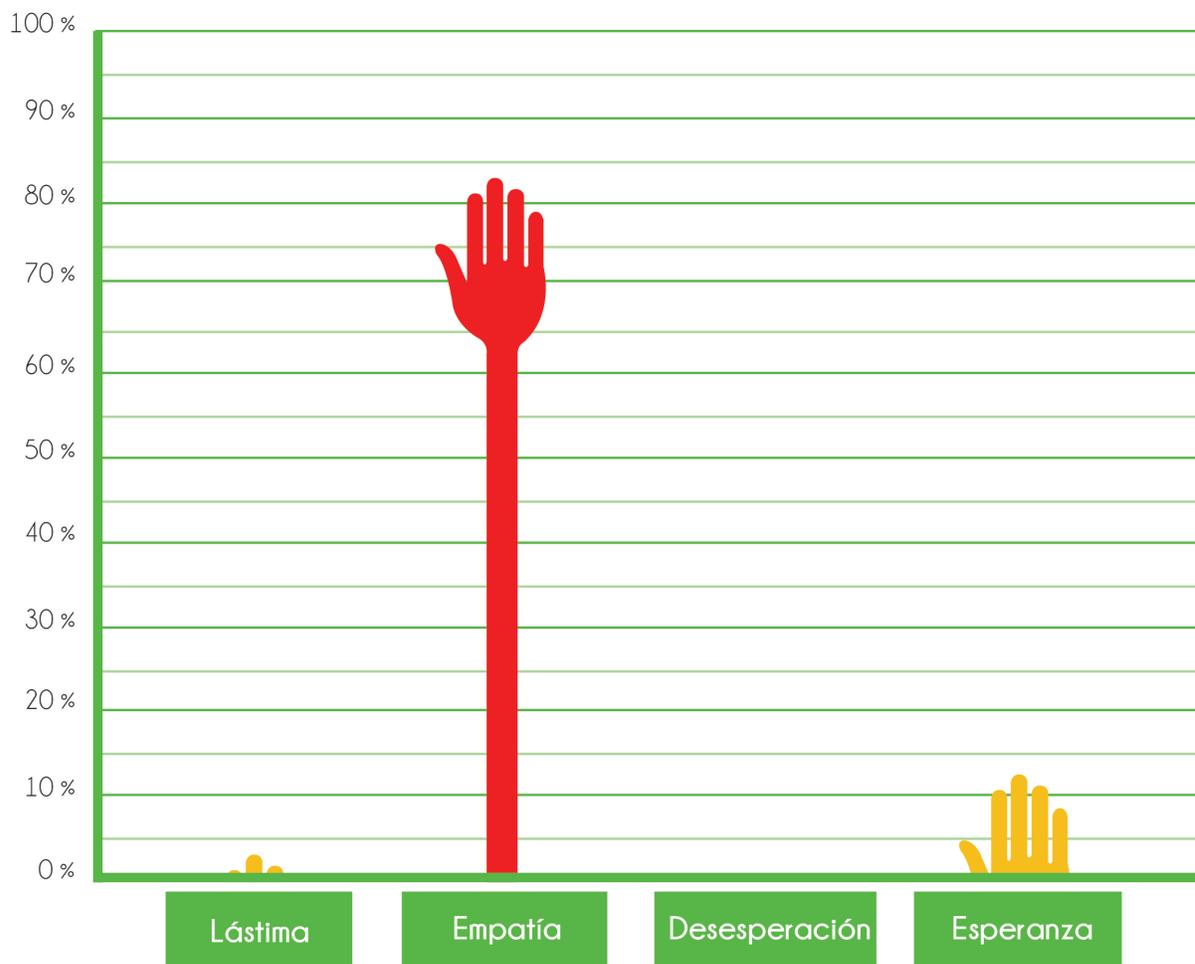
Al 77% de los encuestados, el tipo de letra utilizado para los contenidos le transmite uniformidad; al 19%, confianza; y al 3%, elegancia.

14. ¿Qué sensación le transmiten los íconos utilizados?



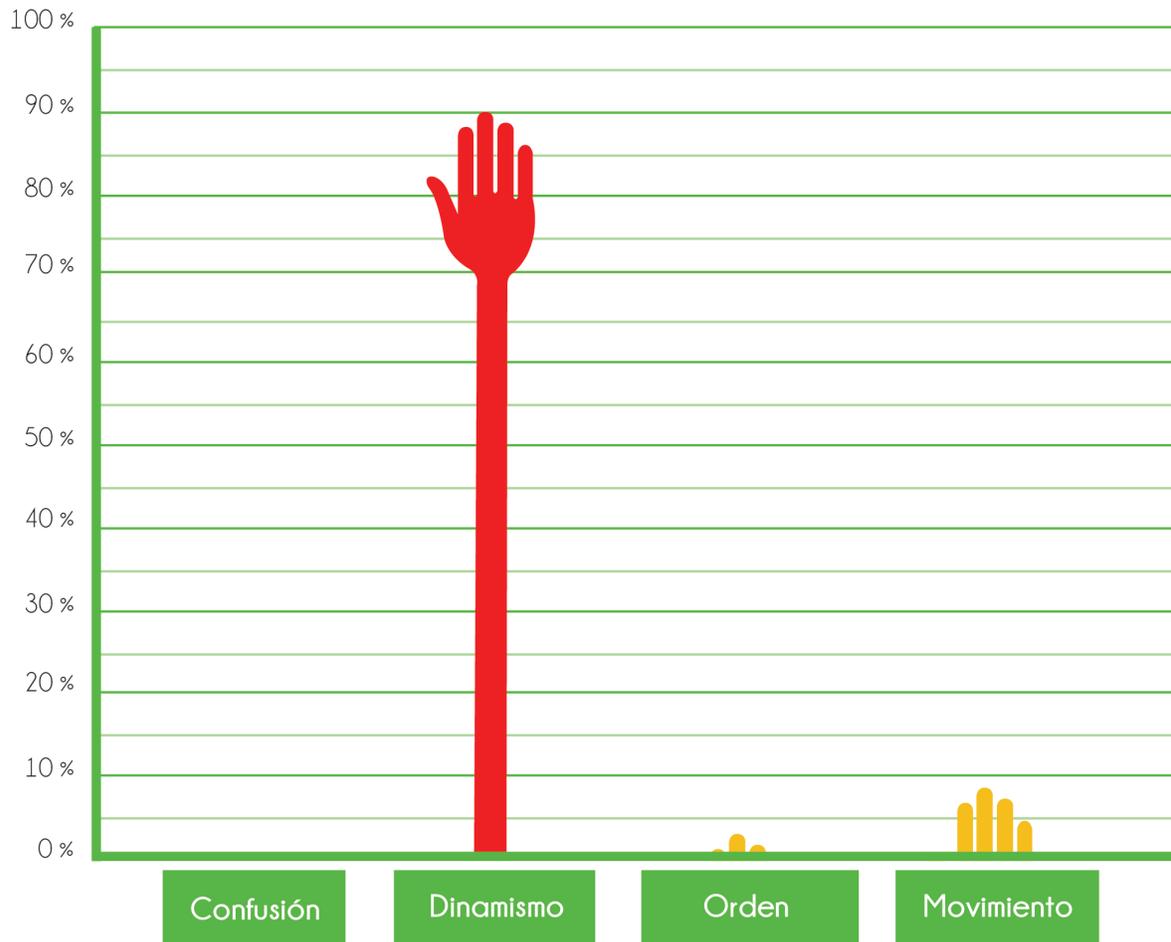
Al 39% de los encuestados, los íconos utilizados le transmiten sensación de unidad; 55%, deseo de ayudar; 3%, ninguna.

15. ¿Qué sensación le transmiten las fotografías utilizadas?



Al 3% de los encuestados, las fotografías le transmiten sensación de lástima; al 84%, de empatía; y el 13%, de esperanza.

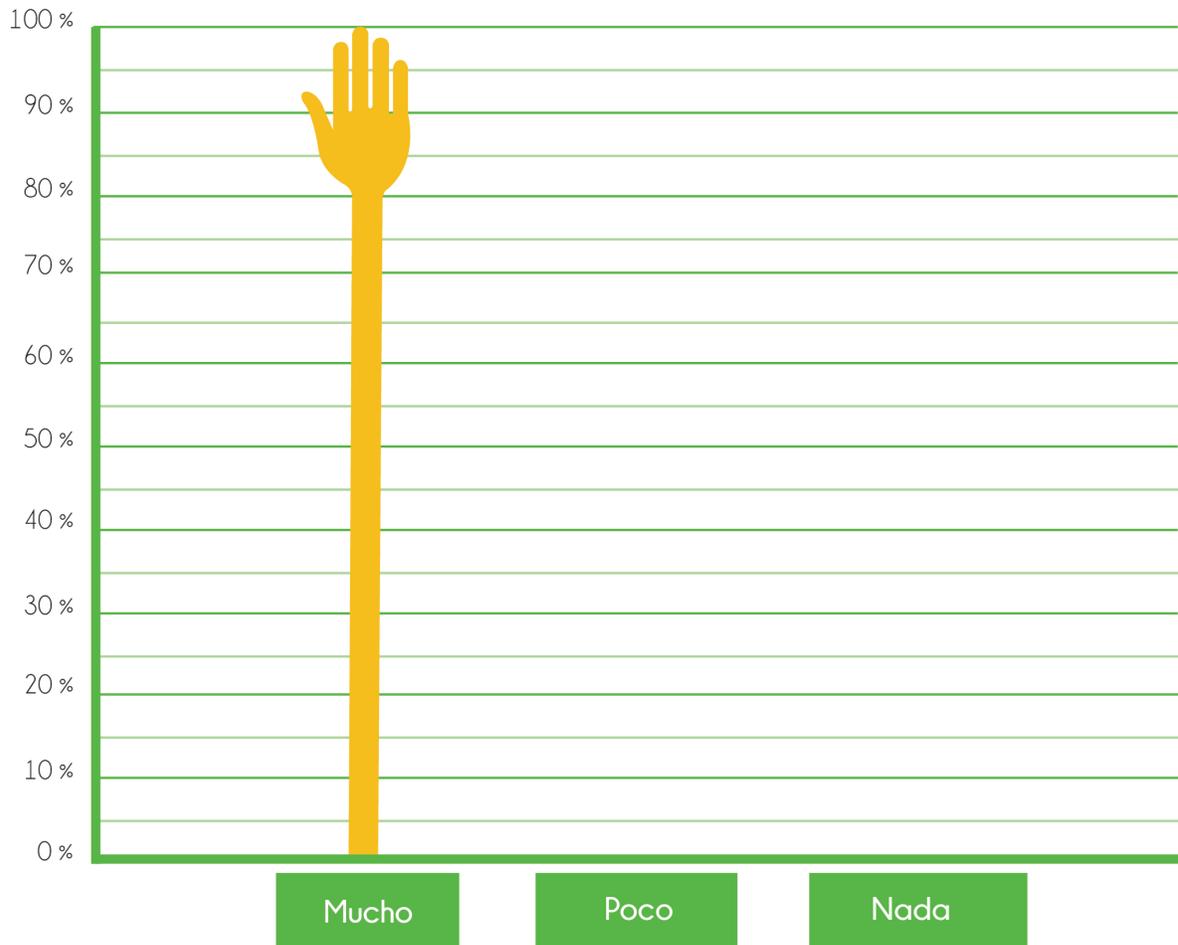
16. ¿Qué sensación le transmite la utilización de la línea curva en algunas formas y elementos de las páginas web?



El 87% de los encuestados, respondió que la utilización de la línea curva en algunas formas y elementos de las páginas web, le transmite Dinamismo; al 3%, orden; y al 10%, movimiento.

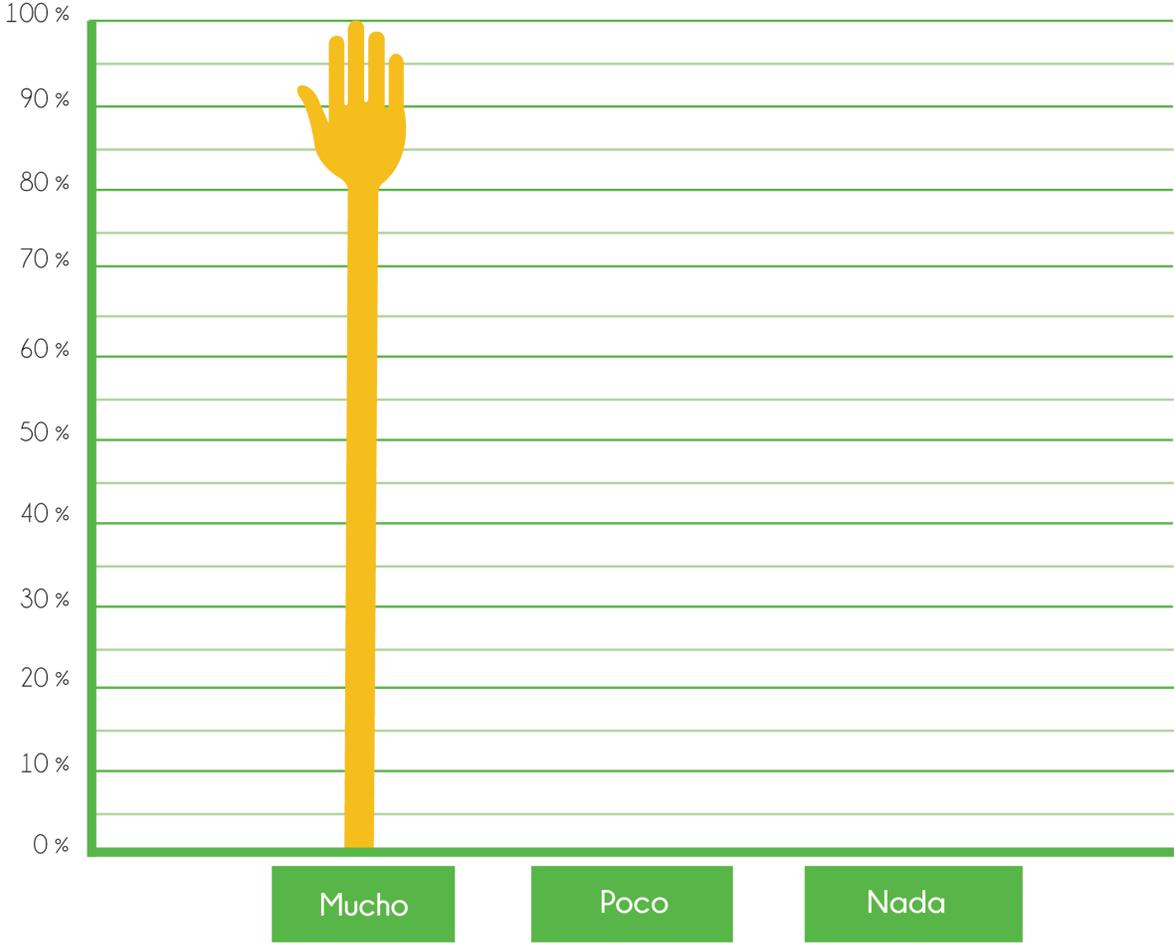
PARTE OPERATIVA:

17. ¿Considera que los colores utilizados en la página web corresponden a los colores institucionales de Asociación Desafío?



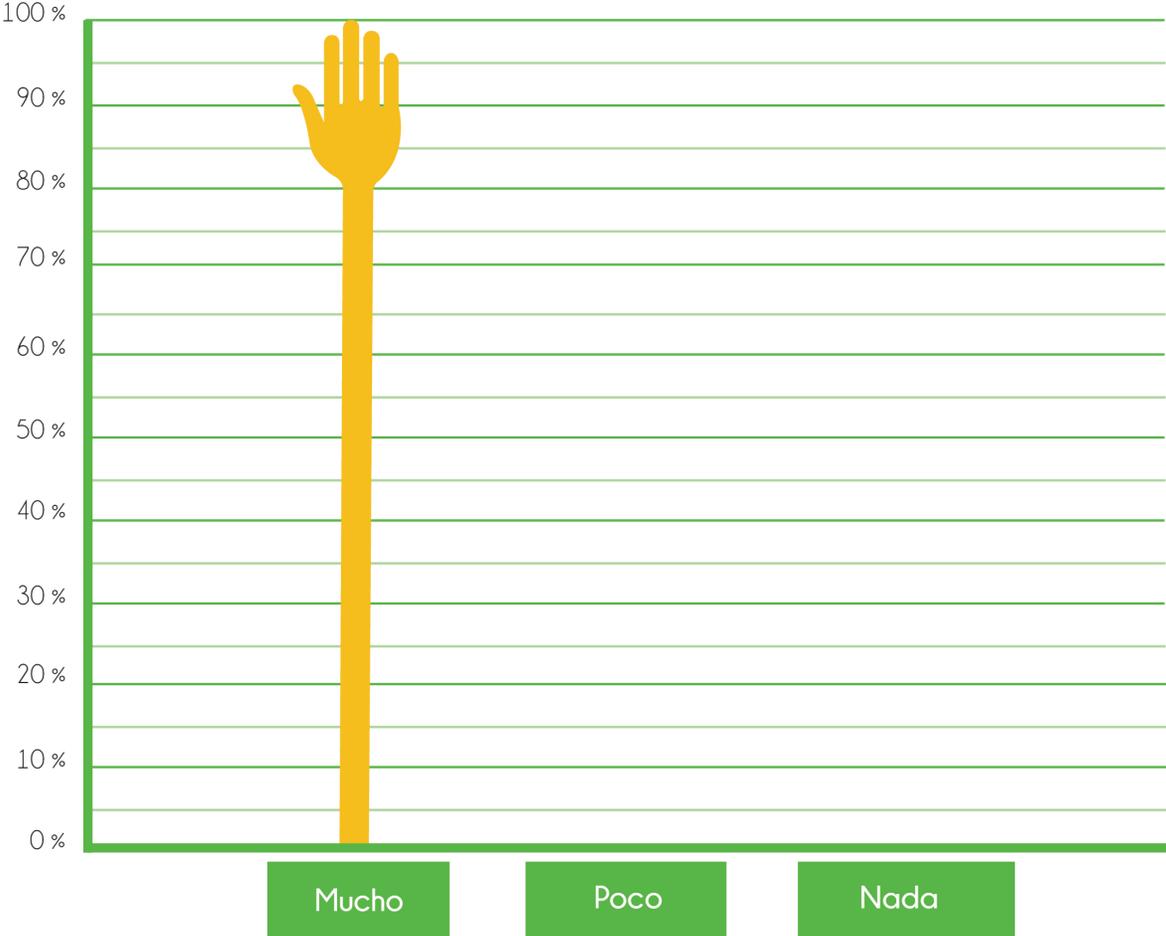
El 100% de los encuestados respondió que los colores utilizados en la página web corresponden a los colores institucionales de Asociación Desafío.

18. ¿Considera que el contenido está organizado de manera lógica? (maquetación adecuada)



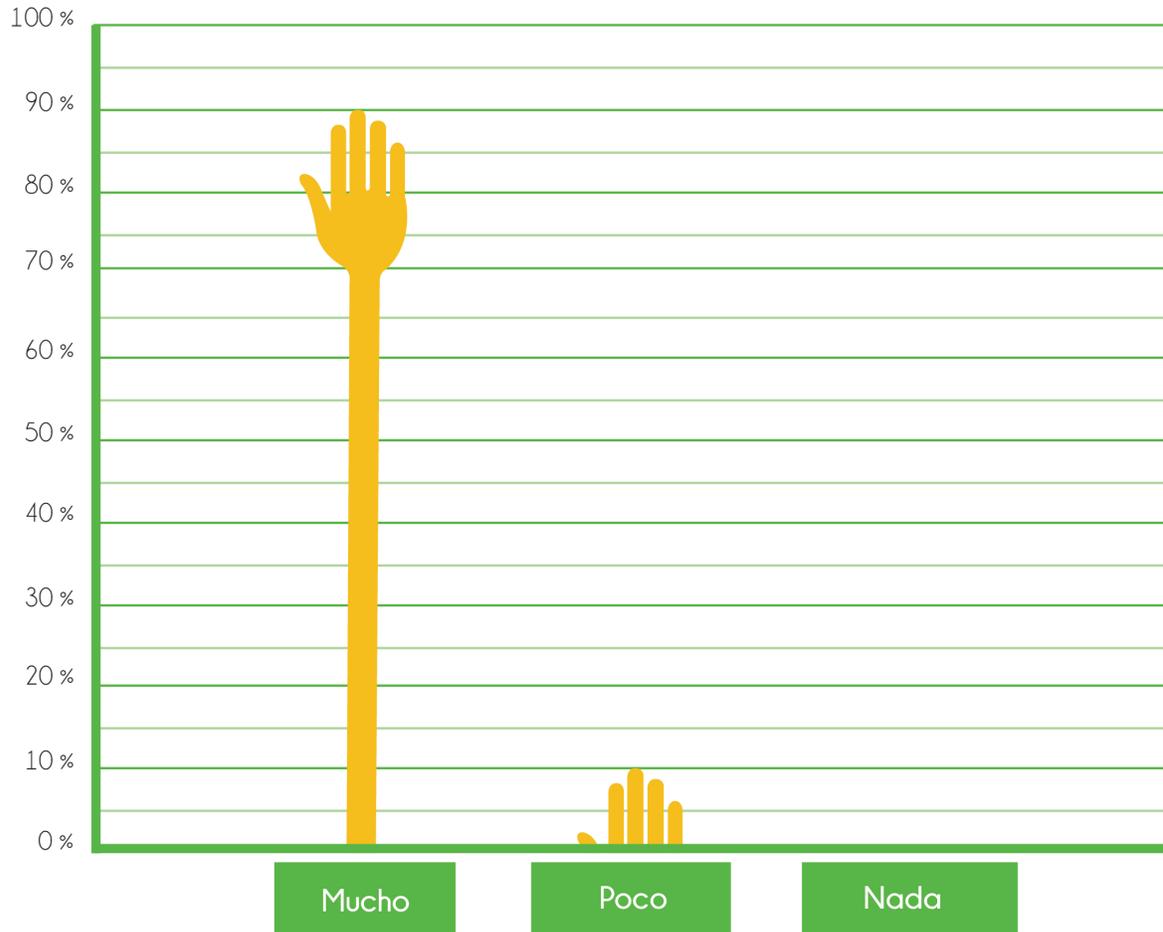
El 100% de los encuestados respondió que considera muy adecuado que el contenido está organizado de manera lógica.

19. ¿Considera adecuado el tamaño de las fotografías?



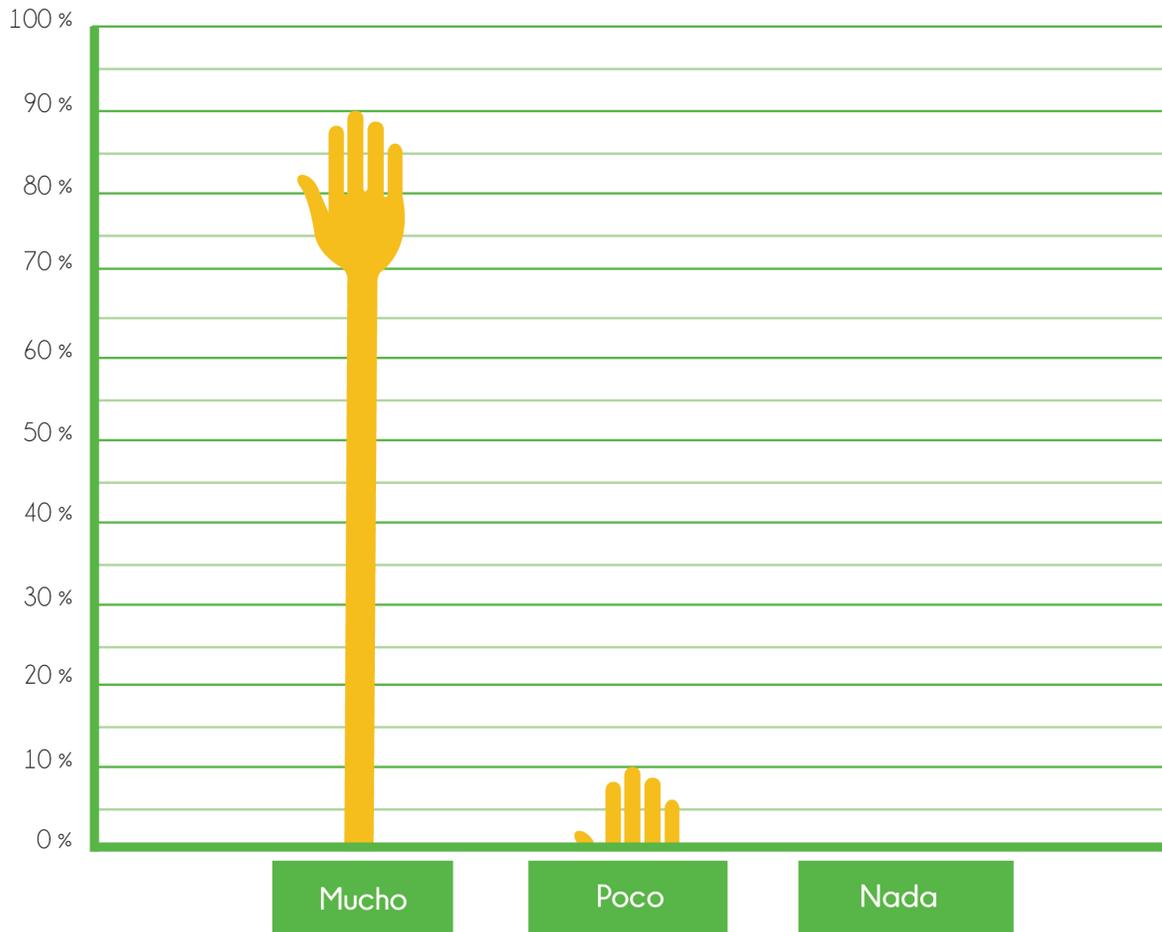
El 100% de los encuestados respondió que considera muy adecuado el tamaño de las fotografías.

20. ¿Considera adecuado el tamaño y el tipo de letra utilizada en los titulares de contenido del sitio web?



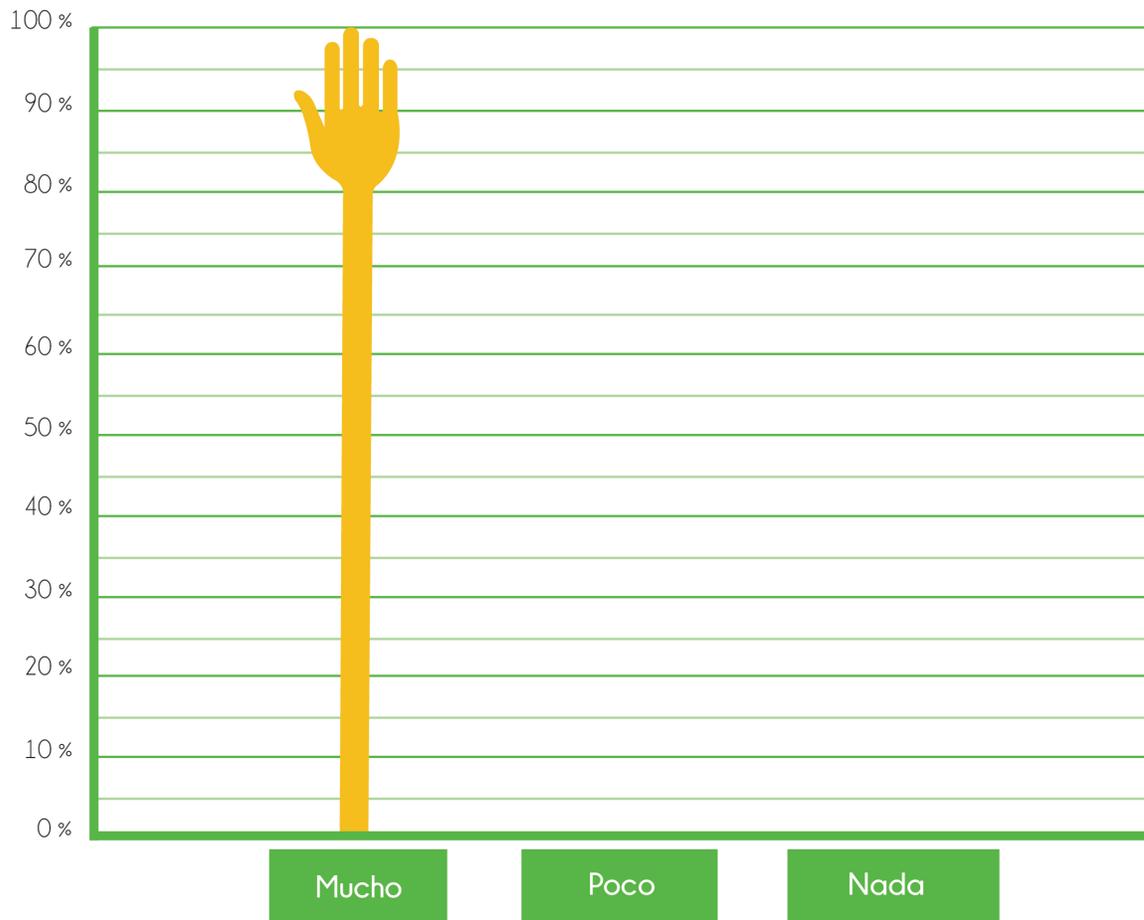
El 90% de los encuestados considera adecuado el tamaño y el tipo de letra utilizada en los titulares de contenido del sitio web, y solamente el 10% lo considera poco adecuado.

21. ¿Considera adecuado el tamaño y el tipo de letra utilizada para el contenido del sitio web?



El 90% de los encuestados considera adecuado el tamaño y el tipo de letra utilizada para el contenido del sitio web, y solamente el 10% lo considera poco adecuado.

22. ¿Considera el sitio web como un sitio de fácil navegación?



El 100% considera el sitio web como de fácil navegación.

8.4 Cambios en base a los resultados:

Tomando en cuenta los resultados de las encuestas y de acuerdo a las observaciones realizadas por el cliente, por los expertos y por el grupo objetivo se ha identificado la necesidad de realizar cambios en la propuesta preliminar, para ajustar la presentación visual del mensaje en cada página y que permita que el sitio esté acorde a los estándares internacionales actuales.

El Cliente Sugiere:

El Licenciado en Diseño Gráfico Esteban Balan, encargado de mercadeo de Asociación Desafío sugiere:

- Utilizar distintas tipografías y texturas, jugando con la combinación entre ellas para crear un diseño más llamativo.
- Cuidar la resolución de los elementos gráficos que se utiliza.
- Utilizar un marcador (un elemento que muestre visualmente en que página se encuentra el usuario, para que pueda identificar fácilmente dónde está y hacia dónde quiere ir).
- Involucrar animaciones y elementos que atraigan la atención del usuario, evitando que el sitio se vuelva aburrido.
- Mantener un estilo minimalista.
- Mejorar la estructura visual.

Los Expertos sugieren:

El Publicista Guillermo García, catedrático en Universidad Galileo sugiere:

- Colocar el googlemap como iframe.
- Colocar nombre a las páginas.
- Ver seguridad en donaciones
- Utilizar metadatos para facilitar la búsqueda en internet.

La Licenciada en Diseño Gráfico Lisa Quan, catedrática en Universidad Galileo sugiere:

- Unificar criterios de estilo en los elementos visuales que se utilizan en la página (cuadros de fotos, galerías, iconografía, etc)
- Verificar utilización del color en las propuestas, pues aparecen recuadros con diferente color de fondo en las galerías.

La Licenciada en Comunicación y Diseño Judith Sequen, Gerente de producción en la empresa Boomerang 180 sugiere:

- Buscar una tipografía especial para web.
- Quitar sombras de los elementos visuales del diseño, pues son de tendencia antigua y descontinuada.
- Alinear los párrafos a la izquierda, o centrar según sea conveniente (no justificados)
- Minimizar la extensión del contenido textual, utilizando frases claves en los recuadros.

La Licenciada en Diseño Gráfico Karin Sequen, Gerente en la empresa Boomerang 180 sugiere:

- Optimizar la utilización del espacio (demasiado espacio libre).
- Quitar sombras de los elementos visuales del diseño.
- Reemplazar la utilización de algunas imágenes con íconos, pues esa es la tendencia actual.
- La tendencia actual es utilizar botones cuadrados y no botones con bordes redondeados.
- La tendencia actual en cuanto al color es utilizar colores fuertes y llamativos, pero no en la totalidad del sitio, sino más bien utilizar colores neutros de fondo con elementos a color (íconos, botones, símbolos, etc. con colores corporativos). Esto hace que el usuario se enfoque en las áreas con color (que son las que como comunicadores web nos interesa que vean)
- Mejorar la estructura en el contenido del sitio.

El Licenciado en Diseño Gráfico y fotógrafo Alejandro de León, dueño de su empresa sugiere:

- Crear jerarquías visuales utilizando los elementos visuales del diseño como forma, medida y color.
- Mejorar la estructura del sitio, pues algunos elementos parecen estar en el aire confundiendo al usuario acerca de lo que debe hacer.
- Mejorar la utilización del espacio (demasiado espacio libre).
- Cuidar aspectos de puntuación como tildes recordando que las mayúsculas sí son tildadas.
- Las flechas utilizadas para: Calendarización de proyectos y experiencias es demasiado grande, distrayendo del contenido principal.

Tomando en cuenta todos los aspectos enlistados anteriormente, se ha considerado importante hacer una nueva propuesta visual del sitio, que contenga los mismos elementos de contenido (sin cambios en el mapa de sitio); pero con una nueva maquetación, donde se incluya una línea visual más estructurada, más unificada y una optimización del espacio utilizado. Eliminando los elementos de diseño web que ya no se utilizan como degradados y sombras, cambiar por la aplicación correcta de las tendencias actuales investigadas en el marco teórico, como la utilización de colores planos y neutros de fondo y toques de identidad corporativa a lo largo de todo el sitio web, unificación visual de botones y galerías, entre otras modificaciones.

Utilizando la misma frase conceptual:

“IDEAS TRANSFORMADORAS PUESTAS EN ACCIÓN”

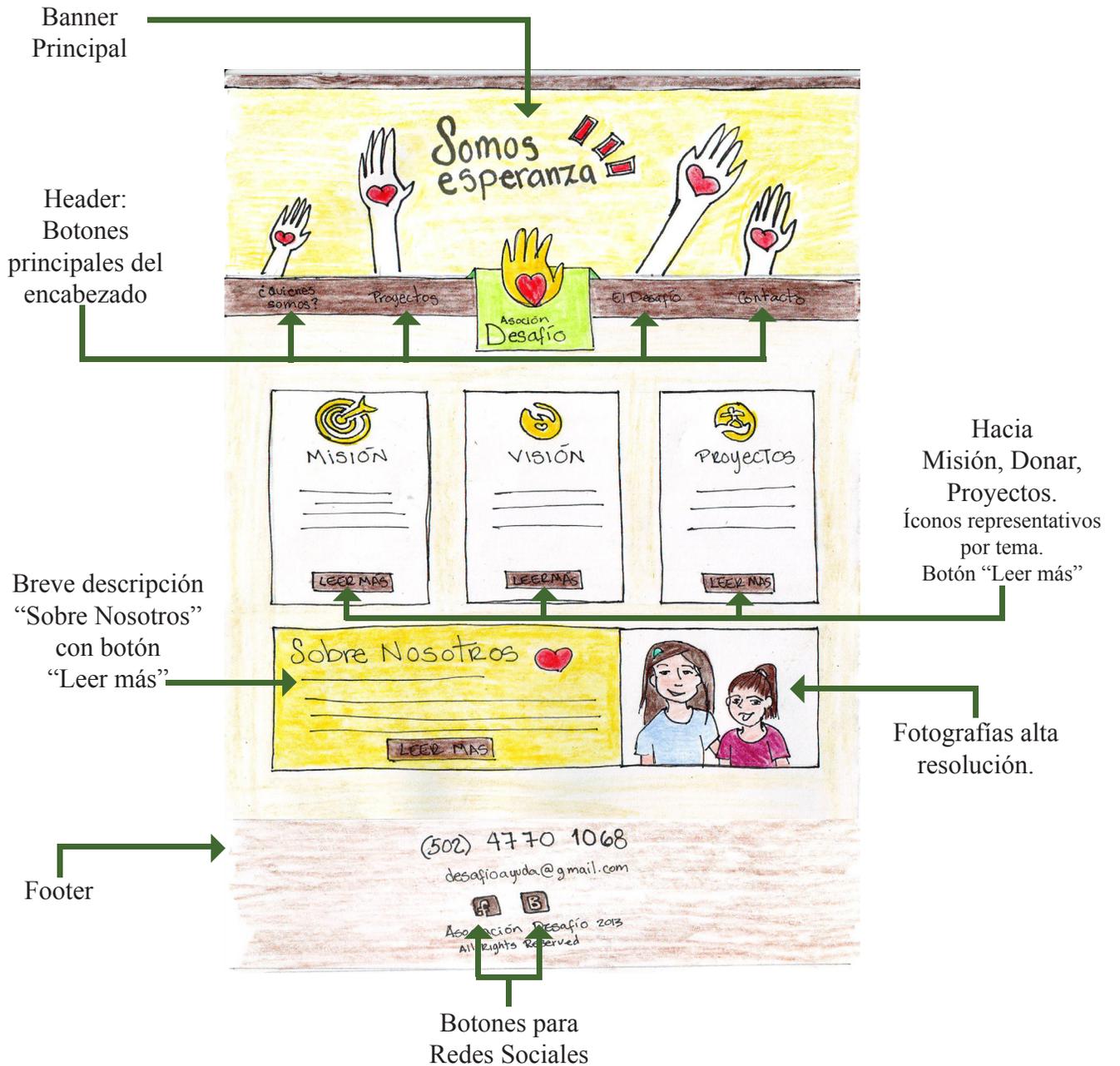
Se realiza la siguiente tabla de requisitos para presentar el proceso de bocetaje de la nueva propuesta de sitio web para Asociación Desafío.

Tabla de Requisitos:

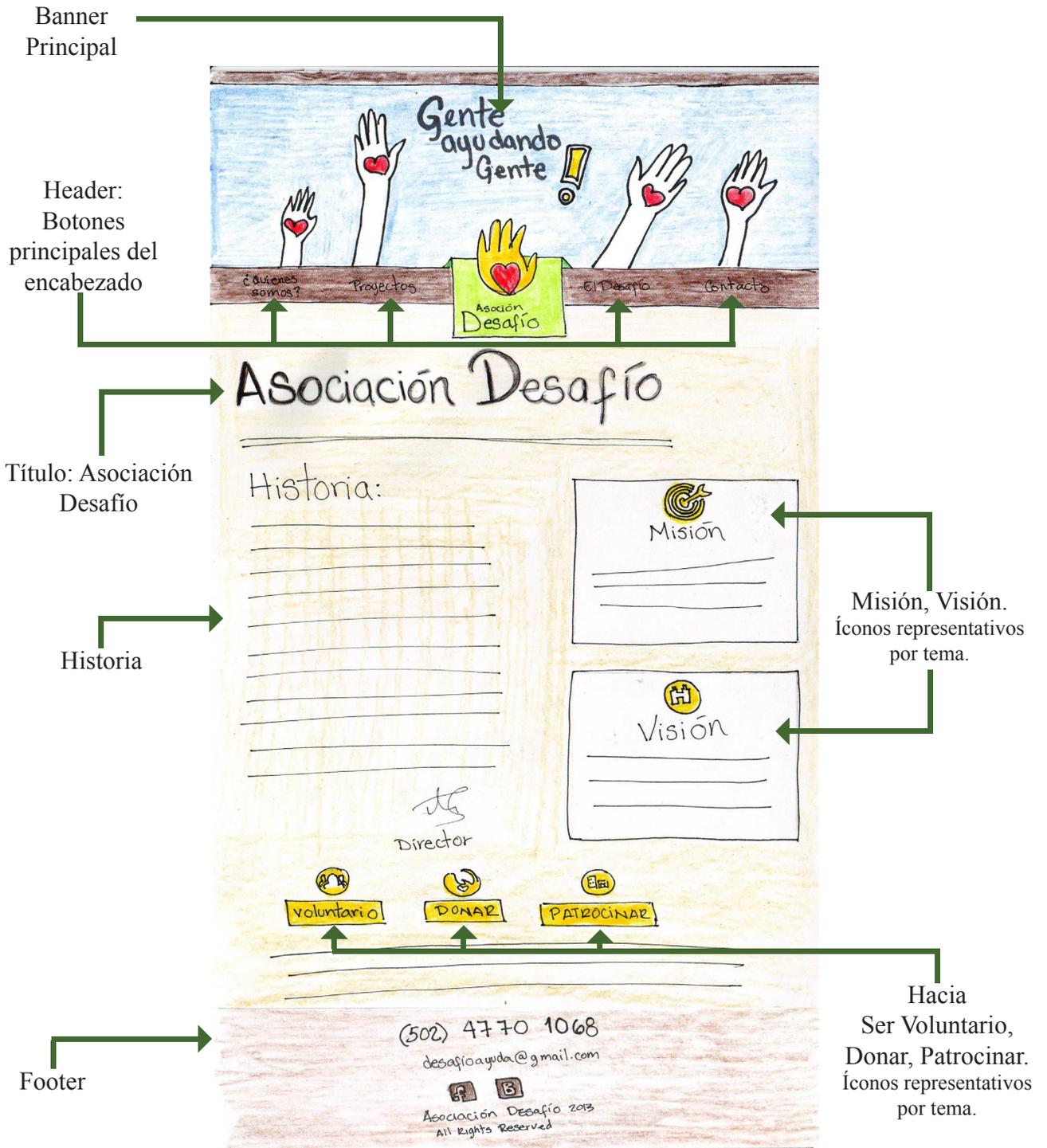
Elemento Gráfico	Propósito	Técnica	Emoción
Color	Utilizar colores neutros de fondo, para resaltar los colores corporativos en las áreas a las cuales queremos llamar la atención del visitante del sitio.	Colores planos Colores neutros de fondo (beige, café, etc) Colores Corporativos y brillantes en íconos, botones y otros para llamar la atención (verde, amarillo rojo)	Empatía con la empresa, confianza, paz, estabilidad, jovialidad, entusiasmo.
Tipografía	Se utilizarán distintas tipografías (pues es tendencia) en titulares y cuerpo de texto para llamar la atención a los titulares y permitir al usuario descansar la vista en los contenidos. Utilizar fuentes especiales para web para no tener inconvenientes al cargar el contenido en distintos ordenadores al abrir el sitio.	Utilización de tipografías con serif y sin serif en distintos grosores y tamaños. Usar una tipografía lo más parecido a la del logotipo. Familia “Quicksand”, “Lato” y “Verdana”	Estabilidad, Jerarquías definidas
Íconos	Íconos unificados, para presentar de manera gráfica el contenido de los titulares y dar a los visitantes una idea acerca de lo que trata cada publicación.	Figura fondo, íconos redondeados, íconos de redes sociales	Unidad
Fotografías	Presentar gráficamente los proyectos y actividades realizadas, manejo de fondos y beneficiarios de los proyectos.	Fotografías de alta definición utilizadas en galerías y en puntos clave dentro de las páginas web	Empatía
Forma	Dar estructura al sitio web para que sea notoria la jerarquía visual a través del color. No permitiendo que los elementos parezcan flotar o estar desordenados.	Linea Recta, estructura en bloques	Orden.

Bocetaje:

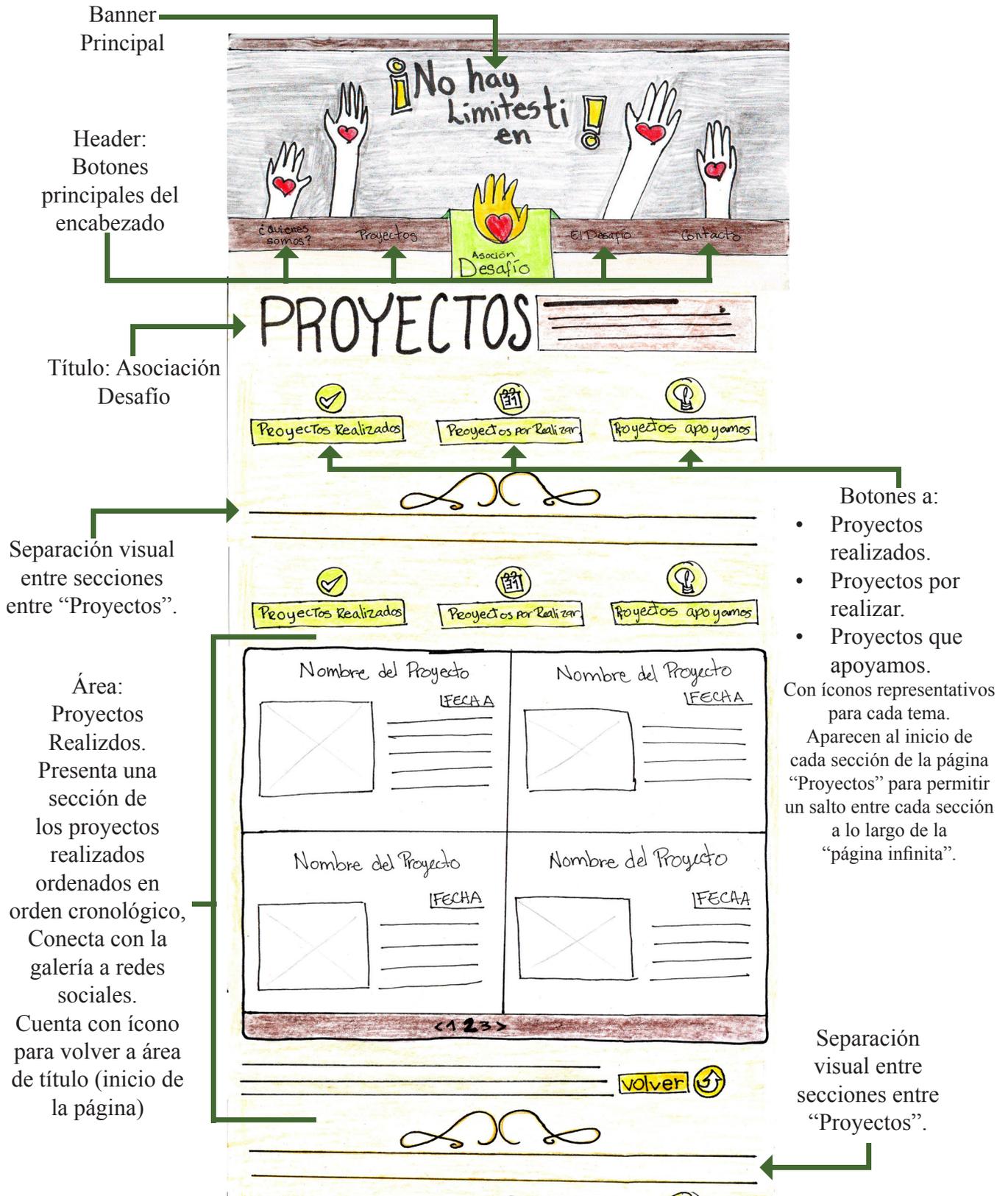
Nueva Propuesta: Home



Nueva Propuesta: ¿Quiénes Somos?



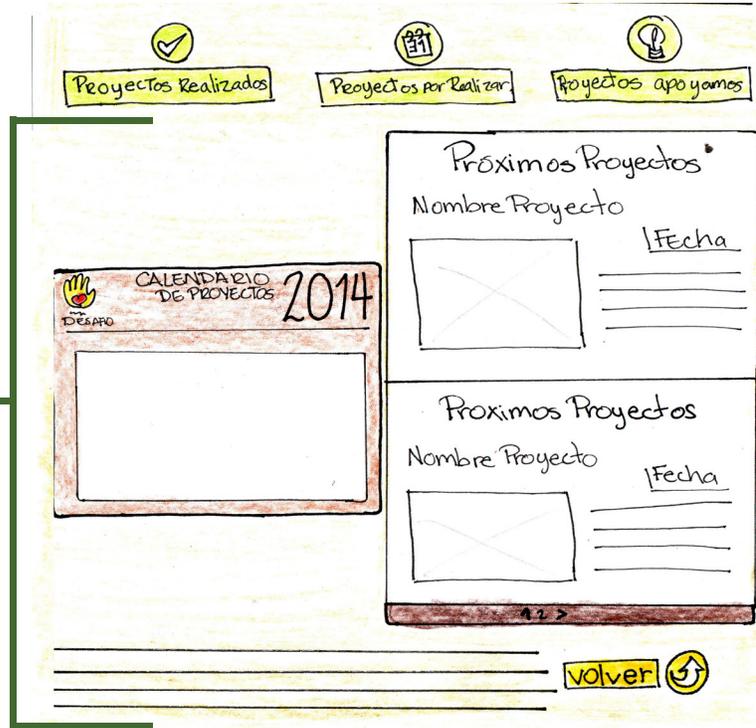
Nueva Propuesta: Proyectos “Página Infinita” (parte 1)



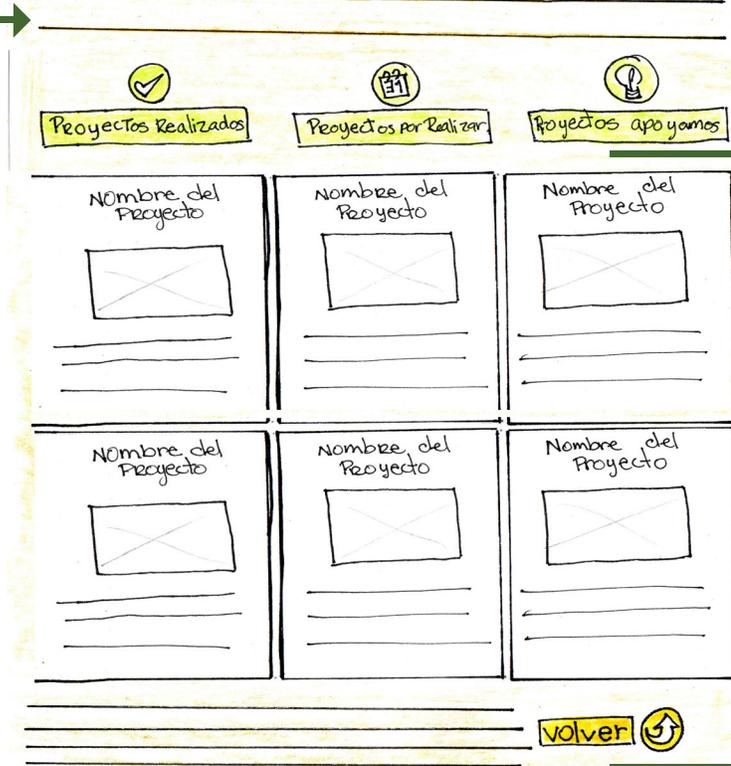
Continúa en siguiente página

Nueva Propuesta: Proyectos “Página Infinita” (parte 2)

Área:
Proyectos por Realizar.
Presenta una calendarización de los proyectos por realizar mensualmente y una cartelera de los proyectos más próximos a llevarse a cabo para que puedan informarse más. Cuenta con ícono para volver a área de título (inicio de la página)



Separación visual entre secciones entre “Proyectos”.



Área:
Proyectos que Apoyamos.
Presenta una serie de iniciativas estudiantiles de empresas que la Asociación apoya y promueve. Estas empresas iniciaron por la influencia de la Asociación sobre los jóvenes emprendedores. Enlaza a la red social de la empresa. Cuenta con ícono para volver a área de título (inicio de la página)

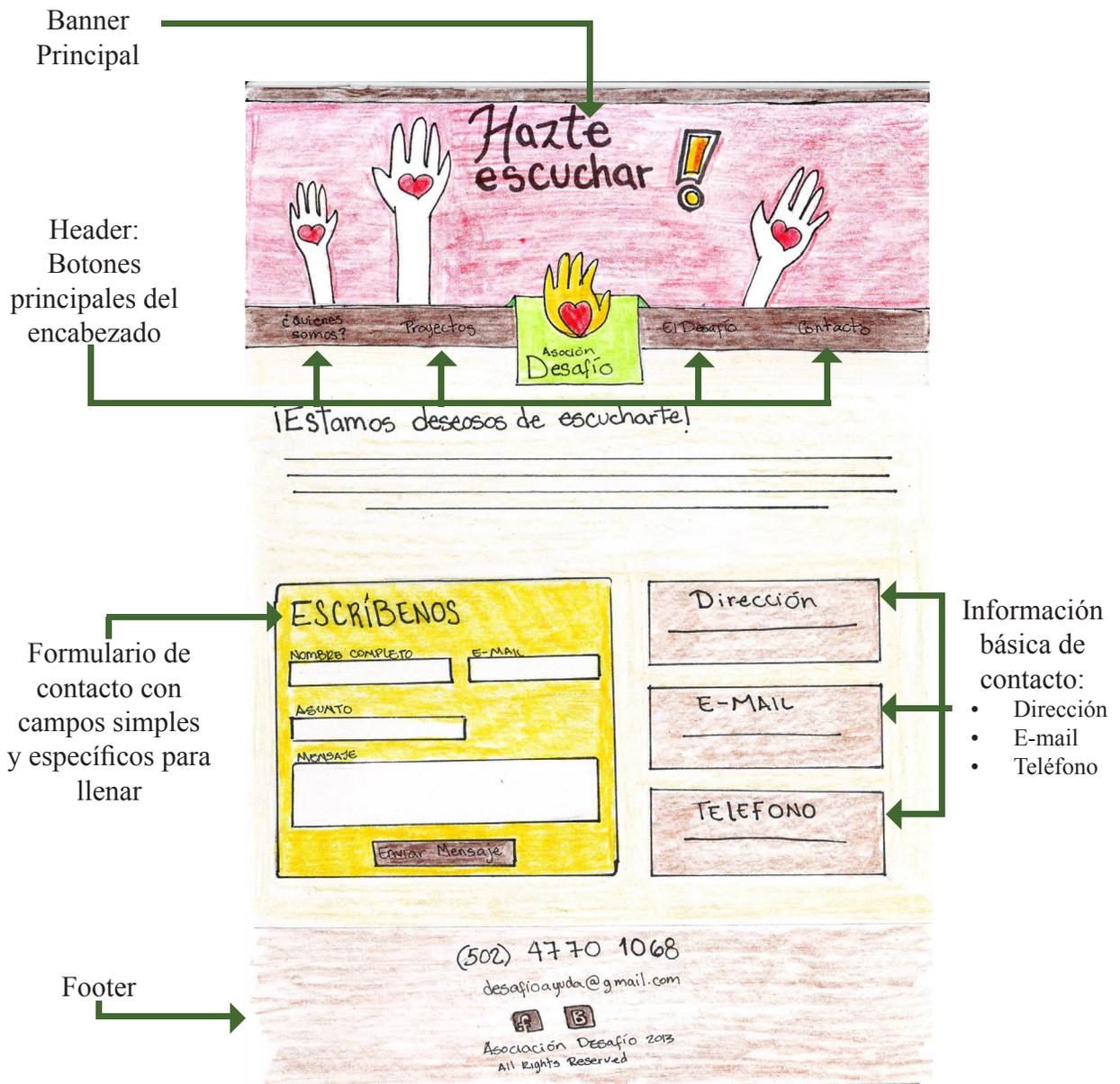
Footer



Nueva Propuesta: El Desafío



Nueva Propuesta: Contacto



Tomando en cuenta todos los aspectos enlistados por los expertos como resultado del proceso de validación, se realizó un nuevo proceso de diseño, bocetaje y digitalización para presentar una nueva propuesta que integra en su diseño los elementos descritos en las observaciones, con todos los elementos contemplados en el mapa de sitio, utilizar un estilo minimalista, colores neutros de fondo y aplicar los colores corporativos a lo largo de toda la página. El estilo de maquetación contiene una estructura más definida al utilizar una construcción a bloques, unificar estilos de botones, galerías, iconografía, entre otros.

Cambios con base a los resultados:

Comparativamente propuesta preliminar y propuesta nueva:

Propuesta Anterior

1300 px.



1865 px.

Nueva Propuesta

1225 px.



1450 px.

Propuesta Anterior



Nueva Propuesta



Las páginas contenidas en el sitio web de Asociación Desafío, ahora presentan una imagen acorde a las tendencias actuales en cuanto al color (utilizar colores neutros de fondo y colores llamativos en elementos como íconos, botones, etc.) Con el objetivo que el usuario se enfoque en las áreas con color, que son los puntos centrales de interés dentro de la composición.

Se limita el uso de fotografías, únicamente fotografías con alta definición. Se incrementa el empleo de íconos como marcadores de temas, con esto se ha logrado la unificación de criterios. Al aplicar la estructura a bloques con diferentes colores y distintas tipografías se ha logrado crear jerarquías visuales para llamar la atención de los visitantes del sitio. El sitio web en general cuenta con una estructura más definida.

Propuesta Anterior



Nueva Propuesta



Se eliminó la sombra del logotipo, al implementar una estructura más organizada. De la misma manera, se unifican criterios de botones, al emplear botones cuadrados e íconos como marcadores.

El sitio web presenta un estilo organizado en bloques y busca mantener un estilo minimalista con mejor estructura visual que presenta los contenidos de manera más organizada y simple para que los usuarios puedan navegar fácilmente.

IX

CAPÍTULO
PROPUESTA GRÁFICA FINAL

Capítulo IX

Propuesta Gráfica Final

Cada una de las páginas que conforman el sitio web de Desafío están compuestas por un encabezado en el que se escriben diversas frases que identifican a la Asociación y dan mensaje acerca del contenido de la página que se visita.

Home/Inicio: Somos esperanza

¿Quiénes Somos?: Gente Ayudando Gente

Proyectos: ¡No hay límites en tí!

El Desafío: ¡échanos una mano!

Contacto: Hazte escuchar

Seguido al encabezado se encuentra la barra de menú, donde se despliegan las 4 páginas que conforman el sitio, colocadas de manera horizontal. En esta barra se colocó el logotipo al dar identidad de la página desde el inicio.

Dentro de las páginas web se han colocado diferentes frases motivacionales que dan idea acerca del contenido y al mismo tiempo sirven como separadores de temas dentro de una misma página.

Para finalizar se colocó el footer, donde se despliega información importante acerca de la Asociación, números de teléfono, correo electrónico y, muy importante, el derecho de autor.

Se integra a la propuesta final el uso de  como favicon.

Home:

1225 px.

1340 px.

Somos esperanza

¿QUIÉNES SOMOS? PROYECTOS EL DESAFÍO CONTACTO

ASOCIACIÓN Desafío

IDEAS PUESTAS EN ACCIÓN

NUESTRA MISIÓN
¡El compromiso es un seguimiento permanente!

DONAR
No importa el tamaño de tu donación, lo importante es que ayudes a una persona a alcanzar un cambio.

PROYECTOS
En esta sección encuentra una galería de aquellas actividades que hemos realizado

SOBRE NOSOTROS
¡Qué fuerza tan grande es la pasión!

Conoce un poco más acerca de nosotros, que es lo que nos mueve a transformar palabras en acciones, buenos deseos en realidades, caras tristes en sonrisas, corazones sin esperanza en corazones con esperanza del futuro, con el firme propósito de disminuir la pobreza en Guatemala, pero no solo la pobreza física, sino con el fin de erradicar de la mente de la población la fijación en la pobreza.

(502) 4770 1068
desafioayuda@gmail.com

ASOCIACIÓN DESAFÍO © 2013
All Rights Reserved

Contact us!

Home / Inicio:

Colores llamativos combinados con colores neutros, es la forma en la que se presentan las páginas que conforman el sitio web.

El menú principal es llamativo y contiene colores neutros lo que resalta la integración de los colores corporativos a lo largo del sitio.

El cuerpo está organizado en una estructura más sólida da sensación de estabilidad, pero al mismo tiempo el uso de colores, de los íconos y de fotografías presentan el carácter dinámico del sitio.



Vista en Google Chrome

1225 px.

1560 px.

¿QUIÉNES SOMOS? PROYECTOS EL DESAFÍO CONTACTO

ASOCIACIÓN Desafío

SOMOS PASIÓN

Asociación Desafío

Con la misión y el firme propósito de disminuir la pobreza en Guatemala

INICIAMOS EN 1998

Ante la inquietud de transformar nuestras palabras en acciones, un grupo de personas nos dispusimos a concretar nuestros sueños y anhelos en acciones específicas así decidimos iniciar el proceso de formalización de Asociación Desafío.

Fuimos becados en el año 2003 por la Embajada de Israel para asistir a un taller con el tema Jóvenes en Riesgo. Donde es sembrada definitivamente la semilla para hacer nacer el proyecto.

Luego nos capacitarnos en España por la organización Reto a la Esperanza.

Iniciamos atendiendo con Jornadas Médicas, focalizamos grupos a los cuales les capacitábamos para plantearse proyectos de vida mejores.

Nuestra filosofía es que no damos ayuda si la gente no se compromete a que les demos seguimiento en forma integral. Vivieres, ropa, asistencia médica lleva consigo el compromiso de un seguimiento permanente.

Antonio Balán
Director de la Asociación

NUESTRA MISIÓN

Invertir tiempo en la educación y fortalecimiento de la autoestima de la persona, al promover el entrenamiento y capacitación de niños y adolescentes, de adictos y alcohólicos y de discapacitados; al desintoxicar, rehabilitar y reinsertarlos en la sociedad, al crear y promover proyectos de desarrollo en el área urbana, trabajando en la creación de micro empresas.

NUESTRA VISIÓN

Percibir y generar fondos locales y externos, con el fin de que estos sean rentables para reinvertirlos en proyectos autofinanciables que contribuyen a erradicar la pobreza educando integralmente los grupos seleccionados para tal fin, fortaleciendo así la sociedad y mejorando la calidad de vida de los beneficiados.

VOLUNTARIO DONAR PATROCINAR

¿Deseas ayudar? ¿Quieres ser parte de este movimiento que cambia vidas y transforma corazones? si tienes el deseo de ser voluntario, donador o patrocinador de nuestros proyectos por favor haz click en cualquiera de los botones de arriba para obtener más información y así convertirte en esa ayuda tan necesaria.

(502) 4770 1068
desafioayuda@gmail.com

ASOCIACIÓN DESAFÍO © 2013
All Rights Reserved

¿Quiénes Somos?

Se utilizaron distintas gamas de colores y texturas en los encabezados, no limitando únicamente a los colores corporativos, pues la versatilidad de los colores neutros de fondo y los colores brillantes del logotipo abren la posibilidad de utilizar colores fríos en ciertas áreas para balancear el diseño.

En el encabezado se encuentra la frase “Gente ayudando gente” (antiguo logo de desafío) al recalcar la unidad en la imagen corporativa y que ese es el enfoque de la Asociación.

El cuerpo está organizado en una estructura más sólida da sensación de estabilidad, pero el uso de colores, de los íconos y de fotografías presentan el carácter dinámico del sitio.

Para finalizar, en la página se encuentra una invitación para participar activamente como voluntario, donador o patrocinador de las actividades que la Asociación realiza. Se utilizan los mismos íconos que en la página “EL DESAFÍO”, para representar cada una de las opciones que el visitante puede seleccionar.



Vista en Google Chrome

Proyectos

El sitio de proyectos se realizó en una sola página, dado que la tendencia actual son las páginas llamadas de “scroll infinito”, páginas que parecen no tener fin.

En esta página web pueden distinguirse 4 áreas principales:

1. Menú de Proyectos: Presenta las opciones

Proyectos Realizados

Proyectos por Realizar

Proyectos que Apoyamos

Finalizado por una frase motivacional de Pablo Picasso.

2. Galería de Proyectos Realizados: Presenta descripción de los proyectos trabajados, incluyendo una fotografía y la fecha de su realización. Cuenta con un link a la fanpage de facebook donde se encuentran todas las fotografías por proyecto.

3. Proyectos por Realizar: Presenta calendarización de proyectos y una vista de los proyectos que están por venir, para informar a los visitantes acerca de las actividades que se realizarán e invitarlos a participar como voluntarios, donadores o patrocinadores de los eventos.

4. Proyectos que Apoyamos: Es una parte especial donde se presentan proyectos de iniciativa de personas que trabajan en la asociación, o han sido ayudados por ella.

1225 px.



4136 px.

Proyectos

En el encabezado se encuentra la frase “No hay límites en tí”, al recalcar el mensaje de la Asociación, que cada uno es la esperanza, la ayuda en forma humana y que no hay nada imposible.

El cuerpo está organizado en una estructura más sólida que da sensación de estabilidad, pero al mismo tiempo el uso de colores, de los íconos y de fotografías presentan el carácter dinámico del sitio.



Vista en Google Chrome

Proyectos

Menú de Proyectos: Presenta las 3 opciones de proyectos que Asociación Desafío maneja:

Proyectos Realizados

Proyectos por Realizar

Proyectos que Apoyamos

Finalizado por una frase motivacional de Pablo Picasso.



¿QUIÉNES SOMOS?

PROYECTOS



EL DESAFÍO

CONTACTO

PALABRAS TRANSFORMADAS EN ACCIONES

PROYECTOS

¡Visita nuestras galerías de proyectos!
Enterate de los proyectos que hemos realizado, informate acerca de los nuevos proyectos que estan en camino y échale un vistazo a los proyectos que apoyamos.



PROYECTOS REALIZADOS



PROYECTOS POR REALIZAR



PROYECTOS QUE APOYAMOS

"La inspiración existe, pero tiene que encontrarte trabajando".

Pablo Picasso

Menú de Proyectos

Proyectos

Galería de Proyectos Realizados: Presenta una descripción de los proyectos trabajados, incluyendo una fotografía y la fecha de su realización. Cuenta con un link a la fanpage de facebook, donde se encuentran todas las fotografías por proyecto. Posterior a los artículos de proyectos se colocó un párrafo que motiva a los lectores a participar activamente en los proyectos que realiza Asociación Desafío.



DIBUJANDO SONRISAS

Echa un vistazo a los proyectos que hemos realizado a lo largo de nuestra existencia.



PROYECTOS REALIZADOS



PROYECTOS POR REALIZAR



PROYECTOS QUE APOYAMOS

Apoyamos a jóvenes Deportistas

Julio 23 de 2010



Proveemos actividades lúdicas con instituciones que así lo requieren y que no tienen la capacidad de pagar profesionales que aborden el tema de la conducta humana.

Hemos visto mejoras en el rendimiento deportivo cuando se trabaja el aspecto *psicológico*.

Apoyamos a niños con Capacidades especiales

Marzo 12 de 2003



Hemos apoyado con actividades especiales y con el programa de Enriquecimiento Instrumental (PEI), a personas con diferencias en el aprendizaje.

Seguimiento a Indigentes

Octubre 12 de 2003



Visitamos áreas de nuestra ciudad, donde los indigentes han tomado como dormitorio, parques, aceras etc. Algunos de ellos por el seguimiento que se les dio lograron insertarse nuevamente a la sociedad.

Jornadas Médicas

septiembre 22 de 1999



Escuelas, iglesias, parques, calles, campos deportivos, han sido nuestras instalaciones para servir a las comunidades que nos requieren.

1 2 3 >

¿Deseas ayudar? ¿Quieres ser parte de este movimiento que cambia vidas y transforma corazones? si tienes el deseo de ser voluntario, donador o patrocinador de nuestros proyectos por favor haz click [aquí](#) para obtener más información y así poder convertirte en esa ayuda tan necesaria.

Volver 

Galería de Proyectos Realizados

Proyectos por Realizar: Presenta una calendarización de proyectos y una vista de los proyectos que están por venir, para informar a los visitantes acerca de las actividades que se realizarán e invitarlos a participar como voluntarios, donadores o patrocinadores de los eventos. Posterior a los artículos de proyectos, se colocó un párrafo que motiva a los lectores a participar activamente en los proyectos que realiza Asociación Desafío.



CRONOGRAMA DE ALEGRÍA



PROYECTOS REALIZADOS



PROYECTOS POR REALIZAR



PROYECTOS QUE APOYAMOS



PRÓXIMOS PROYECTOS

VISITA HOGAR DE ANCIANOS
Abril 30 de 2014



Si deseas enterarte de más acerca de este proyecto en específico para ser voluntario o realizar alguna donación especial por favor haz click [aquí](#) y contactanos, con gusto te daremos más información

PRÓXIMOS PROYECTOS

Jornada Médica
July 15, 2013



We are very excited to announce that we have just released new custom-branding abilities to Webydo. This will allow designers to custom-brand Webydo's interface and present it to their clients

Si tienes el deseo de ser voluntario, donador o patrocinador de nuestros proyectos futuros, por favor haz click [aquí](#) para obtener más información y así poder convertirte en esa ayuda tan necesaria.

Volver 

Proyectos por Realizar

Proyectos que Apoyamos: Es una parte especial donde se presentan proyectos de iniciativa de estudiantes que apoya Desafío y han surgido de personas que trabajan en la asociación o han sido ayudados por ella.



APOYANDO EL CAMBIO

Tiempo atrás el ingeniero Manuel Rivera recibió la visión de compartir sabiduría y experiencia con un grupo de jóvenes animándolos a formar empresas familiares. Aquella enseñanza no quedó en palabras al aire, nuestra asociación, retoma el Desafío de seguir apoyando a jóvenes empresarios de los cuales tenemos el honor de publicitar sus empresas hoy.



PROYECTOS REALIZADOS



PROYECTOS POR REALIZAR



PROYECTOS QUE APOYAMOS

<p style="text-align: center;">Hogar de Día para las personas de la tercera Edad</p> <p>Published by: Click to Edit Name</p>  <p>ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.</p>	<p style="text-align: center;">Diseño Gráfico</p> <p>Published by: Click to Edit Name</p>  <p>ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.</p>	<p style="text-align: center;">Hotel para Perros</p> <p>Published by: Click to Edit Name</p>  <p>ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.</p>
<p style="text-align: center;">Traslado Especial</p> <p>Published by: Webydo</p>  <p>We are very excited to announce that we have just released new custom-branding abilities to Webydo. This will allow designers to</p>	<p style="text-align: center;">Shucos Limpios</p> <p>Published by: Webydo</p>  <p>You will be granted with your own log-in page, displaying your own logo, so your clients will be able to log-in directly to their websites. in order to manage</p>	<p style="text-align: center;">SAMP Sonido Para Eventos</p> <p>Published by: Webydo</p>  <p>We are excited to announce that we have just finished the development process of "Anchor Links" (the ability to add links to a specific part in the same</p>

1

Así como Desafío apoya a estos proyectos de emprendimiento, ellos también nos apoyan promocionando las actividades y proyectos que realizamos. [Volver](#)

Si tienes el deseo de ser voluntario, donador o patrocinador de nuestros proyectos por favor haz click [aquí](#) para obtener más información y así poder convertirte en esa ayuda tan necesaria.

Proyectos que Apoyamos



SÉ LA ESPERANZA

EL DESAFÍO

¡SOMOS ESPERANZA!
 A pesar de que la ayuda económica es muy importante, en Desafío no nos enfocamos en obtener donaciones de dinero o cosas materiales, sino buscamos el apoyo en forma humana, gente dispuesta a ensuciarse las manos para ayudar a los demás. En Desafío cada persona se vuelve esperanza porque cada voluntario se convierte en esa donación tan necesaria.

[VER EXPERIENCIAS](#)

SE VOLUNTARIO	DONAR	PATROCINAR
<p>¿Tienes el deseo de ayudar? ¿Tienes un proyecto en mente? si en ti ha surgido el deseo de colaborar, comunícate con nosotros e infórmate acerca de cómo puedes involucrarte en nuestros próximos proyectos.</p> <p>NOMBRE COMPLETO <input type="text"/></p> <p>Información Obligatoria.</p> <p>CORREO ELECTRONICO <input type="text"/></p> <p>Información Obligatoria</p> <p>TELEFONO <input type="text"/></p> <p>COMENTARIO <input type="text"/></p> <p>ENVIAR</p>	<p>No te limites por la cantidad. ¡cada centavo cuenta! Puedes donar libremente, las veces que quieras sin restricciones u obligaciones de ningún tipo.</p> <p>NOMBRE COMPLETO <input type="text"/></p> <p>Información Obligatoria.</p> <p>CORREO ELECTRONICO <input type="text"/></p> <p>Información Obligatoria</p> <p>TELEFONO <input type="text"/></p> <p>COMENTARIO <input type="text"/></p> <p>Siente la libertad de donar en línea o contáctanos para más información acerca de nuestro sistema de donación</p> <p>ENVIAR</p>	<p>¿Deseas que el nombre de tu empresa se asocie con las labores que Asociación Desafío realiza? Contáctanos y te informaremos todos los detalles que necesitas saber para ser un patrocinador de Desafío</p> <p>NOMBRE COMPLETO <input type="text"/></p> <p>Información Obligatoria.</p> <p>CORREO ELECTRONICO <input type="text"/></p> <p>Información Obligatoria</p> <p>TELEFONO <input type="text"/></p> <p>COMENTARIO <input type="text"/></p> <p>Asociación Desafío se estará comunicando con el contacto en la empresa.</p> <p>ENVIAR</p>

Asociación Desafío, con el firme propósito de disminuir la pobreza en Guatemala, pero no solo la pobreza física, sino con el fin de erradicar de la mente de la población la fijación en la pobreza. Nuestras oficinas estarán de lunes a viernes de 9 am a 5 pm

ERES LA ESPERANZA

EXPERIENCIAS

Algunos de nuestros voluntarios una vez fueron quienes recibieron la ayuda y lograron salir adelante. Ahora sus experiencias se vuelven el testimonio de la esperanza que Asociación Desafío brinda. Conoce la experiencias de aquellos que se han unido al Desafío.



Click to Edit Name

Month, DD, YYYY

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

1 2 3 4 >

(502) 4770 1068
 desafioayuda@gmail.com

ASOCIACIÓN DESAFÍO © 2013
 All Rights Reserved

El Desafío

En el encabezado se encuentra la frase “échanos una mano” que invita al visitante del sitio a la acción, reforzado por los elementos visuales (mano con el corazón).

El cuerpo está formado por tres formularios diferentes que presentan los tres tipos de colaboradores que la Asociación necesita, allí se encuentra la información relevante, según la categoría (donar, patrocinar o ser voluntario).

Esta página también cuenta con una zona de “Experiencias” donde las personas que han participado en la experiencia Desafío, pueden contar su testimonios, ya sea que hayan sido voluntarios, patrocinadores o aquellos que han recibido ayuda. Allí pueden encontrarse los puntos de vista de aquellos cuyas vidas han sido afectadas por desafío.



Vista en Google Chrome

1225 px.

1300 px

¿QUÉNES SOMOS? PROYECTOS EL DESAFÍO CONTACTO

ASOCIACIÓN
Desafío

ES BUENO PREGUNTAR

¡Estamos deseosos de escucharte!...

Si tienes alguna duda, comentario o sugerencia, siempre será bien recibida. Si tienes algún proyecto en mente, conoces de alguna necesidad fuerte que este afectando una comunidad o tienes alguna historia para contar por favor comunícate con nosotros.

ESCRIBENOS

NOMBRE COMPLETO: CORREO ELECTRONICO:

ASUNTO

MENSAJE:

ENVIAR MENSAJE

DIRECCIÓN
1 calle 15-25 zona 15 colonia El Maestro

E-MAIL
desafioayuda@gmail.com

TELÉFONO
4770-1068

(502) 4770 1068
desafioayuda@gmail.com

ASOCIACIÓN DESAFÍO © 2013
All Rights Reserved

Chat with us!

Contacto

En el encabezado se encuentra la frase “Hazte escuchar” que invita al visitante a compartir sus opiniones, deseos, experiencias y cualquier duda que puedan tener.

El cuerpo está formado por un formulario para que los visitantes puedan enviar sus comentarios y recibir respuesta de los miembros de la Asociación. En esta parte también se encuentra la información importante como horarios de atención, correo electrónico, dirección y teléfono.



Vista en Google Chrome

X

CAPÍTULO

PRODUCCIÓN, REPRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Capítulo X

Producción, reproducción y distribución.

A continuación se especifica los requerimientos económicos, técnicos y tecnológicos de la propuesta, costo de elaboración, producción, web hosting y dominio del sitio web.

10.1 Plan de Costos de Elaboración:

A lo largo del tiempo que se dedicó a la elaboración del presente proyecto, se invirtieron varias horas en la recopilación e investigación de toda la información necesaria que respaldó el desarrollo del proyecto.

Se realizaron 3 citas con el cliente:

Calendarización de Citas con el cliente			
Fecha	Mayo lunes 6	Julio lunes 29	Noviembre lunes 25
Asunto	Autorización de realización de proyecto	Corroborar datos para el proyecto, solicitar fotografías, logotipo y tipografías.	Presentación de propuesta preliminar para validación
Horas	2	2	2
		Total	6 horas

A lo largo del tiempo disponible para realizar la recopilación de datos e investigación, se invirtieron aproximadamente 8 horas en recopilar de información y aproximadamente 12 horas para investigar conceptos relacionados con el Marco Teórico y otros.

Se colocaron 20 horas de creatividad, pues es un aproximado de las horas invertidas en la planificación y el diseño del proyecto

Cobrando Q. 80.00 por hora trabajada, los costos de elaboración se desglosarían de la siguiente manera:

Actividad	Horas trabajadas en el proyecto
Citas con el cliente:	6
Recopilación de datos:	8
Investigación:	12
Creatividad:	20
Total de horas	46
TOTAL	Q 3,680.00

10.2 Plan de Costos de Producción:

Posteriormente a la planificación y diseño del proyecto, se tomaron 35 horas para presentar la propuesta preliminar dividido de la siguiente manera:

3 horas para elaborar el bocetaje a dibujo natural

6 horas para desarrollar el bocetaje a dibujo técnico

26 horas para digitalización del material

Sin tomar en cuenta el tiempo invertido en la realización de la encuesta de validación, se necesitaron 15 horas para efectuar los cambios de validación resultando los costos de producción de la siguiente manera: (cobrando Q. 80.00 por hora)

Actividad	Horas trabajadas en el proyecto
Bocetaje a dibujo natural:	3
Bocetaje a dibujo técnico:	6
Digitalización:	26
Cambios de Validación:	15
Total de horas	50
TOTAL	Q4,000.00

10.3 Plan de Costos de Reproducción:

De acuerdo a la información obtenida en las cotizaciones, específicamente el plan básico de hosting CPanel Lamp de enmigate.com, los costos de reproducción serán los siguientes.

Servicio	Precio trabajadas en el proyecto
Web Hosting:	450 anuales
Dominio:	520 registro y renovación (anual)
TOTAL	Q970.00

Ver anexo I

10.4 Plan de Costos de Distribución:

No existe un costo por distribución pues el sitio web no requiere inversión en este aspecto. El sitio web necesita ser promocionado, pero los costos de esta distribución serán absorbidos por los precios de la publicidad que la asociación realice, ya que con el simple hecho de colocar la dirección web en la composición de la publicidad pautaada en distintos medios ATL y BTL, la asociación será promocionada, al igual que el sitio web.

10.5 Cuadro con resumen general de costos:

Planes	Precios
Plan de Elaboración	Q 3,680.00
Plan de Producción	Q 4,000.00
Plan de Reproducción	Q 970.00
Plan de Distribución	0
Total del Diseño	Q 8,650.00

XI

CAPÍTULO

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Capítulo XI

Conclusiones y recomendaciones:

11.1 Conclusiones

11.1.1 Se diseñó un sitio web de fácil navegación que presenta de manera lógica y ordenada las actividades benéficas que realiza la organización no gubernamental Asociación Desafío, así como un enlace a sus principales redes sociales, con una imagen acoplada a la imagen institucional de la asociación.

11.1.2 Se presentó una propuesta adecuada a los requerimientos y necesidades manifestados por Asociación Desafío, gracias a la investigación de conceptos básicos relacionados con diseño, maquetación, hosting web y nuevas tendencias de desarrollo y diseño web.

11.1.3 Se recopiló información acerca de la organización y la nueva imagen que utiliza al crear un concepto de diseño adecuado a la solicitud e imagen de la asociación, al diseñar un sitio web que cubre las necesidades de Asociación Desafío.

11.1.4 Se establecieron íconos minimalistas como elementos visuales de diseño a utilizar, para la propuesta final del sitio web de Asociación Desafío.

11.1.5 Se desarrolló el mapa de sitio acorde a los aspectos y categorías que Asociación Desafío debe presentar en el sitio web incluyendo la información más relevante de la Asociación.

11.1.6 Se integró en el diseño del sitio web una página de donaciones, patrocinio y voluntariado, para facilitar la comunicación entre la asociación y el usuario de internet con la intención de integrarse al grupo de trabajo, sean personas particulares o empresas.

11.2 Recomendaciones:

11.2.1 Es aconsejable ligar la estrategia del sitio web con una serie de acciones de mercadeo y relaciones públicas a través de campañas en medios BTL (como redes sociales), donde se publique siempre el nombre del sitio, para dar a conocer a la asociación y motivar a la población a visitar el sitio web e informarse más acerca de las actividades que la asociación realiza, ampliando así las posibilidades de adquirir nuevos patrocinadores, donadores y voluntarios.

11.2.2 Mantener el sitio en constante actualización, revisando las nuevas tendencias de desarrollo y diseño web que surjan con el tiempo, acoplándolas al diseño del sitio.

11.2.3 Mantener el contenido del sitio actualizado, con información al día de las actividades que la asociación ejecuta y proyecta realizar.

11.2.4 Es aconsejable implementar la misma línea de diseño en las diferentes campañas gráficas que Asociación Desafío pueda emprender, manteniendo el estilo minimalistas en los elementos visuales de diseño.

11.2.5 Revisar periódicamente el contenido del sitio (mapa de sitio), pues de acuerdo a las necesidades de la asociación, los aspectos y categorías que deben ser presentados en el sitio web pueden cambiar, incrementarse o disminuir, cambiando la navegación y apariencia física del sitio para incluir siempre la información más relevante de la Asociación.

11.2.6 Es de suma importancia el implementar recursos gráficos (como fotografías y videos) para mostrar fácilmente las actividades que Asociación Desafío ha realizado, ya sea en el sitio web o a través de cualquier otro tipo de material visual. Por lo tanto, se recalca la importancia de utilizar equipo fotográfico y de video de la más alta calidad posible y se sugiere la contratación de personal (o búsqueda de voluntarios) profesionales en la captura del material visual y audiovisual.

11.2.7 Que el departamento administrativo investigue a fondo las distintas opciones que los diferentes bancos nacionales (e internacionales) tienen para la sección de donaciones, de esa manera comparar cuál puede ser la mejor opción que favorecerá a los intereses de la asociación y asegurará a los usuarios el respaldo de una entidad bancaria reconocida y estable, razones que pueden ser determinantes al momento de que el usuario decida realizar su donación o no.

XII

CAPÍTULO
CONOCIMIENTO GENERAL

CAPÍTULO XII

conocimiento general



ASOCIACIÓN
DESAFIO
SOMOS ESPERANZA

Comunicación social
Comunicación corporativa
Comunicación persuasiva
Sociología

COMUNICACIÓN

Creatividad
Fundamentos para el diseño
Historia del arte y el diseño
Visualización grafica
Semiología

DISEÑO GRÁFICO

Investigación de mercados
Psicología del consumidor
Psicología de la comunicación
Psicología del color

PSICOLOGÍA

Diseño de paginas web
Photoshop
Illustrador
Dreamweaver
Indesing

SOFTWARE

Fundamentos de derecho
Matemática Básica
Deontología
Estadística

OTRAS CIENCIAS

Capítulo XII

Conocimiento General:

Comunicación: En el presente trabajo, la comunicación ha sido el eje principal en cuanto a desarrollo de la propuesta, pues cada uno de los elementos gráficos que se han colocado tiene la finalidad de comunicar un mensaje acerca de Asociación Desafío. La utilización de los fundamentos de comunicación corporativa y social ha sido básica en la propuesta para dotar al sitio con el carácter institucional de Asociación Desafío y presentarla como un ente de acción social, atrayendo mediante comunicación persuasiva a personas que participen activamente en la fuerza de trabajo de la Asociación (donadores, patrocinadores y voluntarios).

Diseño: En el desarrollo del presente trabajo, la creatividad, los conocimientos sobre las tendencias pasadas, modernas y actuales, juntamente con la utilización de los fundamentos de diseño fueron los elementos utilizados para crear una propuesta visual que no solamente fuera agradable a la vista sino también funcional, presentando a Asociación Desafío como una institución social, comunicando a través de elementos gráficos tales como signos, símbolos e imágenes el mensaje de ayuda que la Asociación quiere transmitir para así atraer donadores, patrocinadores y voluntarios.

Psicología: El estudio, conocimiento y entendimiento de la psicología es básico al trasladar un mensaje a un individuo, cuánto más es su valor al trasladar un mensaje masivo.

En el presente trabajo se utilizó la psicología como herramienta a lo largo de todo el proyecto, aplicando a grandes rasgos el siguiente proceso que rige de manera general este tipo de investigaciones:

Para poder realizar una comunicación exitosa es necesario conocer el público meta, sus deseos, anhelos y motivaciones (psicología del consumidor). La psicología de la comunicación

debe tomarse en cuenta a lo largo del desarrollo de cualquier propuesta de comunicación y específicamente para lanzar un mensaje a través de un medio visual es vital utilizar la psicología de los elementos visuales (como lo es la psicología del color). Finalmente se utilizan métodos de investigación del mercado para conocer el valor y el peso de comunicación que tienen los elementos utilizados en la elaboración del mensaje tanto en su parámetro visual (semiología) como en contenido (análisis de contenido) y el impacto que este ha tenido sobre su público meta.

Software: La rama del diseño ha evolucionado a pasos agigantados en las últimas décadas, permitiendo cada vez mayor libertad al generar composiciones visuales que comunican un mensaje. Programas como Photoshop para edición de imágenes, Illustrator para creación de ilustraciones y elementos vectoriales, Dreamweaver y Fireworks para trabajar la propuesta preliminar y la propuesta final en lenguaje HTML compatible con la Word Wide Web han sido los recursos utilizados en el presente trabajo para que la utilización de estos elementos permita el diseño de una plataforma atractiva para el usuario y funcional para la Asociación.

Otras Ciencias: La ética y la deontología son conceptos fundamentales que mantienen el orden en cualquier área de desarrollo laboral, conocer y respetar los códigos éticos y legales que involucran el desarrollo del sitio web fueron cuidadosamente considerados al momento de desarrollar la propuesta de diseño cuidando cada aspecto con sumo cuidado.

La aplicación de otras ciencias como estadística y matemática básica permitieron el desarrollo de la validación técnica, para cuantificar las respuestas y presentar la interpretación de los datos obtenidos y así realizar los cambios considerados como necesarios para presentar una propuesta gráfica final.

XIII

CAPÍTULO
REFERENCIAS

Capítulo XIII

Referencias:

A.

- Alcoholismo. (s.f.) Diccionario de la lengua española en línea (Vigésima segunda edición). Recuperado el 3 de Septiembre de 2013 del sitio web de la Real Academia Española: <http://lema.rae.es/drae/?val=alcoh%C3%B3lico>
- Andragogía (s.f) "Andragogía el aprendizaje de los Adultos. Recuperado el 7 de noviembre de 2013 del sitio web de la Universidad San Carlos de Guatemala en <http://www.usac.edu.gt/archivos/econtPRESENTACIONANDRAGOGIA%5BMododecompatibilidad%5D.pdf>
- Asociación. (s.f.) Gabilos. Recuperado el 25, agosto, 2013 de: <http://www.gabilos.com/comosehace/Asociaciones/textoAsociacionConcepto.htm>
- Asociación. (s.f.) Programa de Participación Juvenil. Recuperado el 22, agosto, 2013 del sitio web Informa Joven: <http://www.informajoven.org/pub/asocia/2/22.htm>

B.

- Beneficencia. (s.f.) Diccionario de María Moliner. Recuperado el 3 de septiembre de 2013 del sitio Online Dictionary: <http://www.diclib.com/cgi-bin/d1.cgi?l=es&base=moliner&page=showid&id=11749#.UiYSZmQaeJk>

C.

- "Comercio Interno de Guatemala" (2011). Estudio realizado y publicado por Red Nacional de Grupo Gestores y Banco Industrial. Recuperado el 2 de abril de 2014.

- Características de un buen sitio web (s.f) Definición de Página Web. Recuperado el 15 de noviembre de 2013 de <http://definicion.de/pagina-web/>
- Cibernética. (s.f.) "Diccionario Larousse básico de la lengua española" (2002) Primera Edició. Ediciones Larousse Editorial Ultra, S.A. México página 113
- Color Amarillo. (s.f.). Gabriela Bustos Rojo. "Teorías del diseño gráfico" (2012). Primera Edición. Red Tercer Milenio. Pág 19-20.
- Color Rojo (s.f) Gabriela Bustos Rojo. "Teorías del diseño gráfico" (2012). Primera Edición. Red Tercer Milenio. Pág 20.
- Color Verde (s.f) Gabriela Bustos Rojo. "Teorías del diseño gráfico" (2012). Primera Edición. Red Tercer Milenio. Pág 21.
- Compromiso. (s.f.) De Conceptos. Recuperado el 2 de septiembre de 2013 de: <http://deconceptos.com/ciencias-juridicas/compromiso>
- Comunicación Corporativa / Empresarial e Institucional (2011) Revista UCM de Ciencias Sociales y de la Comunicación. Recuperado el 3 de noviembre de 2013 de <http://pendientedemigracion.ucm.es/info/mediars/BibliotecaMS/files/99d17c55501707b3a80555d34dc24da2-12.html>
- Comunicación Masiva (s.f.) Revista Realidad. pág 819 -822. Recuperado el 3 de noviembre de 2013 del sitio web de la Universidad Centroamericana "José Simeón Cañas" (El Salvador). <http://www.uca.edu.sv/revistarealidad/archivo/4d556d9dcbfc8diez.pdf>
- Comunicación Social (s.f.). Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional del Centro de la Pcia. De Buenos Aires. Recuperado el 02 de noviembre del sitio web http://www.soc.unicen.edu.ar/index.php?option=com_content&id=40:ique-es-la-comunicacion-social&Itemid=47

- Comunicación Web (s.f.) The free Dictionary by Farlex. Recuperado el 3 de noviembre de 2013 del sitio <http://www.thefreedictionary.com/communication>
- Comunicación. Citado por Blake, Reed H. – Haroldsen, Edwin O. (1989). "Una taxonomía de conceptos de la comunicación". 5ta. reimpresión. Editorial Nuevomar, México. pp 3.
- Concientizar. (s.f) Definición abc. Recuperado el 2 de septiembre de 2013 de: <http://www.definicionabc.com/general/concientizar.php>

D.

- Desastre Natural (s.f.) Dictionary reference. Recuperado el 7 de septiembre de 2013 de: <http://dictionary.reference.com/browse/natural+disaster>
- Diseño (s.f.). Scott, Robert. "Fundamentos del Diseño" (1970). Editorial Victor Leru S.A. Impreso en Argentina. Pág 1.
- Diseño Gráfico web (s.f.) Arcovía Digial. Recuperado el 7 de noviembre del sitio web de la empresa de consultoría y desarrollo de sitios web Arcovía Digital en <http://www.arcovia.com/documentacion/disenos-sitios-web>
- Diseño Gráfico. (s.f.). Gabriela Bustos Rojo. "Teorías del diseño gráfico" (2012). Primera Edición. Red Tercer Milenio. Pág 8.
- Dominio "org.gt" (s.f.). "¿Qué significa .com, .net, org, .biz, .info, etc.?" . Recuperado el 27 de noviembre de 2013 de <http://www.ayuda.anacondaweb.com/significados-dominios>
- Donación. (s.f) Definición.org. Recuperado el 26 de agosto de 2013 de: <http://www.definicion.org/donacion>

- Drogadicción . (s.f.) Diccionario de la lengua española en línea (Vigésima segunda edición). Recuperado el 7 de Septiembre de 2013 del sitio web de la Real Academia Española: <http://lema.rae.es/drae/?val=drogadicc%C3%B3n>

E.

- El color en la web (s.f) Gabriela Bustos Rojo. "Teorías del diseño gráfico" (2012). Primera Edición. Red Tercer Milenio. Pág 21.
- Elementos conceptuales (s.f.) Introducción al diseño gráfico UNSL. Recuperado el 7 de noviembre de http://www.dirinfo.unsl.edu.ar/introdg/wp-content/apuntes/Clase_5_-_Morfologia.pdf
- Elementos de Diseño (s.f) Formación Profesional en Artes Gráficas. Recuperado el 6 de noviembre del sitio web del Instituto Nacional de Tecnologías Educativas y de Formación del Profesorado del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte de España en:
http://recursos.cnice.mec.es/fp/artes/ut.php?familia_id=5&ciclo_id=1&modulo_id=6&unidad_id=190&menu_id=2274&pagina=&pagestoyen=1&submenu_id=3382&ncab=1&contadort=0
- Elementos de relación (s.f) Introducción al diseño gráfico UNSL. Recuperado el 7 de noviembre de <http://www.dirinfo.unsl.edu.ar/introdg/wp->
- Elementos visuales (s.f) Introducción al diseño gráfico UNSL. Recuperado el 7 de noviembre de <http://www.dirinfo.unsl.edu.ar/introdg/wp->
- Empresa Internacional. (s.f) Definición de. Recuperado el 26 de agosto de 2013 de:
<http://definicion.de/negocios-internacionales/>

- Empresa. (s.f.) E-conomic. Recuperado el 3 de septiembre de 2013 de: <http://www.e-conomic.es/programa/glosario/definicion-empresa>

F.

- Funciones de la comunicación (s.f.) Castaño Duque, German Albeiro. "Seminario de Teoría Administrativa". Recuperado el 2 de noviembre de 2013 del sitio web de la Universidad Nacional de Colombia, Facultad de Administración.
http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/manizales/4010014/Contenidos/Capitulo3/Pages/3.7/37Funciones_comunicacion.htm
- Funciones de los Medios de Comunicación Social. (s.f.). Revista Realidad. pág 826-828. Recuperado el 3 de noviembre de 2013 del sitio web de la Universidad Centroamericana "José Simeón Cañas" (El Salvador)
<http://www.uca.edu.sv/revistarealidad/archivo/4d556d9dcbfc8diez.pdf>

G.

- Geography. (2013/13/08) The World Fact Book. Recuperado el 22 de agosto de 2013 del sitio web de Central Intelligence Agency:
<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/gt.html>

H.

- Huérfano. (s.f.) Diccionario de la lengua española en línea (Vigésima segunda edición.) Recuperado el 7 de septiembre de 2013 del sitio web de la Real Academia Española:
<http://lema.rae.es/drae/?val=hu%C3%A9rfano>

I.

- Igualdad Social. (s.f.) Definición de. Recuperado el 31 de agosto de 2013 de:
<http://definicion.de/igualdad/>
- Igualdad. (s.f) Definición abc. Recuperado el 31 de agosto de 2013 de:
<http://www.definicionabc.com/social/igualdad.php>
- Informática. (s.f.) "Diccionario Larousse básico de la lengua española" (2002) Primera Edició. Ediciones Larousse Editorial Ultra, S.A. México página 306
- Investigación Cualitativa. (s.f.). Vera Vélez, Lamberto. "La Investigación Cualitativa. Recuperado el 24 de enero de 2014 del sitio web de la Universidad Interamericana de Puerto Rico en <http://www.ponce.inter.edu/cai/Comite-investigacion/investigacion-cualitativa.html>
- Investigación Cuantitativa. Schiffman, Leon G. y Kanuk, Leslie Lazar. "Comportamiento del Consumidor" (2005). Octava Edición. 688 páginas. PEARSON EDUCACIÓN, México. Pág. 27 ISBN 970-26-0596-2

L.

- Lenguajes de programación. (s.f.). Barzanallana, Rafael. "Lenguajes de programación HTML y CSS". Recuperado el 3 de noviembre de 2013 del sitio de la Universidad de Murcia, España <http://www.um.es/docencia/barzana/DAWEB/Lenguaje-de-programacion-HTML-1.pdf>
- Leyes de Percepción (s.f.) Elementos básicos del Diseño Gráfico. Recuperado el 7 de noviembre del sitio web de La enciclopedia Cubana en la Red en http://www.ecured.cu/index.php/Elementos_b%C3%A1sicos_del_Dise%C3%B1o_Gr%C3%A1fico#cite_note-0

M.

- Mapas Mentales. (s.f.) Neuronilla. Recuperado el 8 de septiembre de 2013 de:
<http://www.neuronilla.com/desarrolla-tu-creatividad/tecnicas-de-creatividad/55-mapas>
- Material Multimedia (s.f.) Definición de Multimedia. Recuperado el 3 de noviembre de 2013 de: <http://definicion.de/multimedia/>
- Medio de comunicación (s.f.) Definición abc. Recuperado el 3 de noviembre de 2013 del sitio <http://www.definicionabc.com/comunicacion/18775.php>
- "Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (mayo 2010) ""MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS EN GUATEMALA"". Recuperado el 3 de septiembre de 2013 del documento virtual elaborado por el Centro de Investigaciones Económicas Nacionales (CIEN) disponible en:
http://www.mejoremosguate.org/cms/content/files/diagnosticos/economicos/Lineamientos_PYMES_05-05-2011.pdf
- Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (s.f.) Emprende pyme. Recuperado el 3 de septiembre de 2013 de: <http://www.emprendepyme.net/diferencia-entre-microempresa-pequena-y-mediana-empresa.html>

N.

- Nombre de dominio (s.f.) "Servicio de Nombres de Dominio". Recuperado el 27 de noviembre de 2013 del sitio web de la Universidad de Educación a Distancia (UNED) en:
http://portal.uned.es/portal/page?_pageid=93_558701_93_20548789&_dad=portal&_schema=PORTAL

O.

- Organización Lucrativa (2009/13/09) Concepto y Tipología de las entidades no Lucrativas. Recuperado el 25 de agosto de 2013 del Open Course Ware de Universidad de Zaragoza: <http://ocw.unizar.es/ocw/ciencias-sociales-y-juridicas/direccion-de-entidades-no-lucrativas/materiales-teoricos/MATERIALES%20TEORICOS%20CARPETA/mc-f-001-tema1.pdf>
- Organización no Gubernamental (s.f.) Definición de. Recuperado el 25 de agosto de 2013 de: <http://definicion.de/organizacion/>
- Organización no Lucrativa (2009/13/09) Concepto y Tipología de las entidades no Lucrativas. Recuperado el 25 de agosto de 2013 del Open Course Ware de Universidad de Zaragoza: <http://ocw.unizar.es/ocw/ciencias-sociales-y-juridicas/direccion-de-entidades-no-lucrativas/materiales-teoricos/MATERIALES%20TEORICOS%20CARPETA/mc-f-001-tema1.pdf>
- Organización. (s.f.) Definición de. Recuperado el 25, agosto, 2013 de: <http://definicion.de/organizacion/>

P.

- Página web (s.f.) Definición de página web. Recuperado el 5 de noviembre de 2013 de <http://definicion.de/pagina-web/>
- Patrocinador. (n.d.) Diccionario Manual de la Lengua Española Vox. (2007). Recuperado el 26 de agosto de 2013 de: <http://es.thefreedictionary.com/patrocinador>
- Percepción (s.f) Elementos básicos del Diseño Gráfico. Recuperado el 6 de noviembre de la Enciclopedia Cubana en la Red, EcuRed de

http://www.ecured.cu/index.php/Elementos_b%C3%A1sicos_del_Dise%C3%B1o_Gr%C3%A1fico#cite_note-0

- Población. (s.f.) Index Mundi. Guatemala. Recuperado el 14 de junio de 2013 de:
<http://www.indexmundi.com/es/guatemala/>
- Pobreza (s.f.) Definición de. Recuperado el 7 de septiembre de 2013 de:
<http://definicion.de/pobreza/>
- Prennancia (s.f.) Definición de Prennancia. Recuperado el 7 de noviembre de
<http://definicion.de/prennancia/>
- Proceso de comunicación (s.f.) Secretaria de Turismo Mexicana. Documento virtual capítulo 7. Recuperado el 1 de noviembre de 2013 de
http://www.sectur.gob.mx/work/models/sectur/Resource/4995/1/images/CAPITULO_7.pdf
- Proyecto. (2011) Gestión de Proyectos. Recuperado el 3 de septiembre de 2013 del sitio web de la Comisión Mexicana para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas:
http://www.cdi.gob.mx/jovenes/data/gestion_de_proyectos.pdf
- Psicología del Color. (s.f) Heller, Eva. "Psicología del color" (2008). Primera edición. Editorial Gustavo Gili, St, Barcelona 2004, impreso en española. página 17-18
- Psicología. (s.f). Morris, Charles G y Maisto, Albert A. "Psicología" (mayo 2006) Duodécima edición. Pearson Educación, México, 2005. página 4

R.

- Rehabilitación (s.f.) Definición de Rehabilitación. Recuperado el 3 de septiembre de 2013 de: <http://www.definicion.org/rehabilitacion>

- Reinserción Social (s.f.) Definición abc. Recuperado el 3 de septiembre de 2013 de:
<http://www.definicionabc.com/social/reinsercion.php>
- Relaciones Públicas (s.f.) Kotler Philip, Armstrong Gary, Cámara Dionisio y Cruz Ignacio. "Marketing" (2004). Décima Edición. Prentice Hall. Pág. 542.
- Relaciones Públicas (s.f.). Lamb, Charles, Hair Joseph y McDaniel Carl. "Marketing"(2002). Sexta Edición. International Thomson Editores S.A. pág 475.

S.

- Semiología (s.f.) "Definición de Semiología en la Comunicación". Recuperado el 7 de noviembre de 2013 del sitio informativo y de consultoría Comunicadore.org. en
<http://www.comunicadores.org/2013/01/definicion-de-semiologia-en-la-comunicacion/>
- Semiología (s.f) "Gran Diccionario Enciclopédico Visual" Tomo 10. OCEANO grupo Editorial. Impreso en España Pág 3169 .
- Semiología de la imagen (s.f.) "Definición de Semiología en la Comunicación". Recuperado el 27 de noviembre de 2013 del sitio informativo y de consultoría Comunicadore.org. en <http://www.comunicadores.org/2013/01/definicion-de-semiologia-en-la-comunicacion/>
- Sitio web (s.f.) Definición de Sitio web. Recuperado el 6 de noviembre de 2013 de
<http://definicion.de/sitio-web/>
- Socialización (s.f.). Revista Realidad. pág 828. Recuperado el 3 de noviembre de 2013 del sitio web de la Universidad Centroamericana "José Simeón Cañas" (El Salvador)
<http://www.uca.edu.sv/revistarealidad/archivo/4d556d9dcbfc8diez.pdf>
- Sociología (s.f) "Diccionario Manual de la Lengua Española Vox" (2007). Primera Edición. Larousse Editorial, S.L.

T.

- "Tecnologías de Información y Comunicación. (s.f.) Belloch Ortí, Consuelo ""LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (T.I.C.)""
Recuperado el 12 de noviembre de 2013 del Sitio Web de la Universidad de Valencia, Unidad de Tecnología Educativa en <http://www.uv.es/~bellochc/pdf/pwtic1.pdf>
- Telecomunicación. (s.f.) Definición de Telecomunicación. Recuperado el 12 de noviembre de 2013 de <http://definicion.de/telecomunicacion/>
- Tendencias de diseño web 2013-2014 (2013) "Tendencias de diseño web 2013".
Recuperado el 15 de noviembre del sitio web de la agencia de marketing online Concepto 05 en <http://www.concepto05.com/2013/06/tendencias-de-diseno-web-2013/>
- Tendencias. (s.f.). Gabriela Bustos Rojo. "Teorías del diseño gráfico" (2012). Primera Edición. Red Tercer Milenio. Pág 13.
- Teoría del Color. (s.f.). Bustos Rojo, Gabriela. "Teorías del diseño gráfico" (2012). Primera Edición. Red Tercer Milenio. Pág 14.
- Teoría del Color. (s.f.) :Nociones Básicas de diseño: Teoría del Color. Recuperado el 12 de noviembre de 2013 del Repositorio Digital de Materiales Didácticos de la Universidad Autónoma de México en <http://repositorial.cuaed.unam.mx:8080/jspui/bitstream/123456789/1901/1/teoria-del-color.pdf>
- Tercera edad. (s.f.) De Conceptos. Recuperado el 7 de septiembre de 2013 de: <http://deconceptos.com/ciencias-sociales/tercera-edad>

- Tercera edad. (s.f) diccionario de la lengua española en línea (Vigésima segunda edición). Recuperado el 7 de septiembre de 2013 del sitio web de la Real Academia Española: <http://lema.rae.es/drae/?val=tercera%20edad>
- Tipografía (s.f.) Universidad de Londres. Antología Virtual "Introducción a la Tipografía". Pág 7 Recuperado el 7 de noviembre de 2013 de <http://www.udlondres.com/servicios/dgrafico/alta/index.html>
- Tipografía Instrumental (s.f.) Universidad de Londres. Antología Virtual "Problemática del Diseño Gráfico". Pág 72 Recuperado el 7 de noviembre de 2013 de <http://www.udlondres.com/servicios/dgrafico/alta/index.html>
- Tipos de diseño web (2011/07/03). Art Project Group, Diseño web. Recuperado el 3 de noviembre de 2013 del sitio <http://www.artprojectgroup.es/tipos-de-disenos-web-fijo-fluido-o-liquido-elastico-y-sensible>

XIV

CAPÍTULO
ANEXOS

Capítulo XIV

Anexos:

A. DEFINICIÓN DE TEMA

B. TALLER DE DESARROLLO DE REQUERIMIENTO PARA PROYECTO DE COMUNICACIÓN Y DISEÑO.

C. TALLER DE DESARROLLO DE OBJETIVOS PARA PROYECTO DE COMUNICACIÓN Y DISEÑO.

D. BRIEF PUBLICITARIO

E. TABLA DE NIVELES SOCIOECONÓMICOS / MULTIVEX

F. ENCUESTA DE PERFILES

G. MAPAS PARA MARCO TEÓRICO

- a. Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio.
- b. Conceptos fundamentales de Comunicación.
- c. Conceptos fundamentales de Diseño.
- d. Ciencias auxiliares, teorías y tendencias

H. ENCUESTA DE VALIDACIÓN

I. COTIZACIONES

J. FOTOGRAFÍAS, AUTORIDADES, EXPERTOS Y GRUPO OBJETIVO.

A. DEFINICIÓN DE TEMA

Nombre: Ingrid Marina Contreras Rodríguez

No. Carné: 09000266

¿Qué?	¿A través de qué?	¿Para qué?	¿Para quién?
Diseño	Sitio web	presentar las actividades benéficas a los patrocinadores reales y potenciales	Organización no lucrativa Asociación Desafío

Definición de Tema:

Diseño de sitio web para presentar las actividades benéficas a los patrocinadores reales y potenciales de la organización no lucrativa Asociación Desafío. Guatemala, Guatemala 2014.

B. TALLER DE DESARROLLO DE REQUERIMIENTO PARA PROYECTO DE COMUNICACIÓN Y DISEÑO.

Se presentan de forma concreta los requerimientos de comunicación y/o diseño. Puede ser por descubrimiento o por demanda, es decir, lo que el cliente solicita.

Ejemplo: NO SE CUENTA CON	La empresa tal no cuenta con un manual de identidad corporativa que le permita unificar su marca en el mercado centroamericano.
FRASES SUGERIDAS	NO CUENTA CON, NO EXISTE, NO SE TIENE, SE CARECE DE, NO HAY, HACE FALTA

Para el presente proyecto se ha utilizado la frase “no cuenta con” pues se estará creando desde cero una página web que presente las actividades que Asociación Desafío realiza. Por lo que el requerimiento es el siguiente:

NO CUENTA CON	La organización no gubernamental Asociación Desafío no cuenta con un sitio web que presente las actividades benéficas realizadas y proyectadas a sus patrocinadores reales y potenciales.
----------------------	---

C. TALLER DE DESARROLLO DE OBJETIVOS PARA PROYECTO DE COMUNICACIÓN Y DISEÑO.

TIPO	¿QUÉ?	¿A TRAVÉS DE QUÉ?	¿PARA QUÉ?	¿PARA QUIÉN?	OBJETIVO
GENERAL	Diseñar	sitio web	presentar las actividades benéficas que realiza la organización no gubernamental Asociación Desafío	patrocinadores potenciales y reales	Diseñar un sitio web que presente las actividades benéficas que realiza la organización no gubernamental Asociación Desafío a sus patrocinadores potenciales y reales.
Específico	Investigar	conceptos básicos relacionados con diseño, maquetación, hosting web, nuevas tendencias de desarrollo y diseño web	presentar una propuesta adecuada a los requerimientos y necesidades	Asociación Desafío	Investigar conceptos básicos relacionados con diseño, maquetación, hosting web, nuevas tendencias de desarrollo y diseño web para presentar una propuesta adecuada a los requerimientos y necesidades presentados por Asociación Desafío.
Específico	Recopilar	información acerca de la organización y su nueva imagen	crear un concepto de diseño adecuado a la solicitud e imagen y de esa forma diseñar un sitio web que cubra las necesidades	Asociación Desafío	Recopilar información acerca de la organización y la nueva imagen que utilizará para crear un concepto de diseño adecuado a la solicitud e imagen de la asociación y de esa forma diseñar un sitio web que cubra las necesidades de Asociación Desafío.
Específico	Establecer	elementos de diseño	el desarrollo de un sitio web acorde a la imagen visual	Asociación Desafío	Establecer los elementos de diseño a utilizar para el desarrollo de un sitio web acorde a la imagen visual de Asociación Desafío.

Específico	Desarrollar	mapa de sitio acorde a los aspectos y categorías que debe presentar en el sitio web	incluir la información relevante	Asociación Desafío	Desarrollar el mapa de sitio acorde a los aspectos y categorías que Asociación Desafío debe presentar en el sitio web para que se incluya la información relevante de la organización.
Específico	Integrar	página de donaciones y voluntariado, que cuente con un forma	donar en línea y/o un formulario de registro para ser voluntario y que de esta manera sea más fácil donar o integrarse al grupo de trabajo	personas particulares o empresas que deseen apoyar.	Integrar en el diseño del sitio web una página de donaciones y voluntariado, que cuente con una forma para donar en línea y/o un formulario de registro para ser voluntario y que de esta manera sea más fácil donar o integrarse al grupo de trabajo a las personas particulares o empresas que deseen apoyar.

D. BRIEF PUBLICITARIO:



Asociación Desafío

Dirección: 1 calle 15-25 zona 15 Colonia El Maestro.

E-mail: desafioayuda@gmail.com

Blog: <http://desafioayuda.blogspot.com/>

Contacto: Esteban Balan, Gerente de Mercadeo

Celular: 47701068

Antecedentes:

Ante la inquietud de transformar palabras en acciones, un grupo de personas dispuestas a concretar sus sueños y anhelos en acciones específicas iniciaron el proceso de formalización de Asociación Desafío. La organización se manejaba bajo el slogan "gente ayudando gente" como una manera de concientizar a la población de la igualdad que existe entre todos los seres humanos.

Becados en el año 2003 por la Embajada de Israel para que sus miembros asistieran a un taller con el tema Jóvenes en Riesgo, donde es sembrada definitivamente la semilla para hacer nacer el proyecto. Luego los miembros reciben capacitaciones en España por la organización Reto a la Esperanza.

La asociación inicia atendiendo con Jornadas Médicas, focalizando grupos a los cuales se capacita para plantearse proyectos de vida mejores.

Asociación Desafío trabajo bajo la filosofía que no se brindará ayuda si la gente no se compromete a permanecer en un seguimiento en forma integral. Viveres, ropa, asistencia médica lleva consigo el compromiso de un seguimiento permanente.

A principios del año 2013 se ha proyectado una revitalización para la asociación, dando inicio con la renovación de la imagen. El diseño de un nuevo logotipo y un nuevo slogan "somos esperanza", son los primeros pasos dados en el camino a revitalizar la asociación.

Antecedentes Gráficos de la Identidad Institucional:

Primera imagen institucional:

La primera imagen institucional fue un imagotipo, pues tiene mayor jerarquía el texto que la imagen; en el diseño se incluyeron dos colores secundarios, naranja y violeta. La iconografía del imagotipo esta formada por dos manos uniéndose, representando la mano amiga que se extiende para ayudar y el texto incluye el nombre de la asociación y el slogan.

Para el texto se utilizaron dos tipografías: una tipografía con un alto nivel de abstracción (pero aun así legible) para colocar el nombre de la asociación y otra con alta legibilidad para colocar el slogan.



Imagen institucional renovada (año 2013):

Para la renovación de la imagen institucional se ha utilizado nuevamente un imagotipo, pues utiliza tanto un símbolo como tipografía, teniendo esta vez más protagonismo el símbolo no solamente por su tamaño, sino también porque en el se utilizan colores muy llamativos. El diseño incluye 5 colores que son verde, amarillo, rojo, blanco y negro.

En esta oportunidad se utiliza un solo tipo de letra sobrio, estable y de fácil comprensión, Champagne & Limousines en dos estilos distintos BOLD para el nombre de la asociación y REGULAR para el slogan, todo presentado en mayúsculas.



Blog: Asociación Desafío cuenta con un blog virtual en el servidor de blogspot, en el se ha presentado hasta la fecha toda la información disponible acerca de la Asociación, sus actividades, galería de fotos e información de contacto, pero actualmente el blog carece de identidad corporativa y actualización constante.

Análisis FODA

	Positivos para alcanzar el objetivo	Negativos para alcanzar el objetivo
Origen Interno Atributos de la empresa	<p>Fortalezas</p> <p>Emprendedores</p> <p>Positivos Nuevo inicio</p> <p>Nueva organización</p> <p>Cuenta con un plan de acción para este proyecto de revitalización lo cual hará que el proyecto sea más fácilmente presentado a los patrocinadores reales y potenciales.</p>	<p>Debilidades</p> <p>Asociación desafío lleva mucho tiempo sin estar activos, o realizar proyectos.</p> <p>La nueva administración es bienintencionada pero algo inexperta.</p>
Origen Externo Atributos del ambiente	<p>Oportunidades</p> <p>Guatemala es un país con muchas oportunidades para ayudar a la población necesitada.</p> <p>Las organizaciones y empresas internacionales, en su mayoría, están dispuestas a brindar apoyo a las organizaciones y asociaciones que prestan ayuda. Esta actitud empieza a ser imitada por muchas organizaciones y empresas nacionales.</p>	<p>Amenazas</p> <p>Hay un largo camino entre el estado actual de Asociación Desafío y lo que se pretende lograr (transformar de carácter pasivo a carácter activo) y la posibilidad el poder tener audiencia con las organizaciones y empresas nacionales y posiblemente internacionales que pueden brindar el apoyo, ayuda y patrocinio que Asociación desafío necesita.</p>

Misión:

Invertir tiempo en la educación y fortalecimiento de la autoestima de la persona, al promover el entrenamiento y capacitación de niños y adolescentes, de adictos y alcohólicos y de discapacitados; al desintoxicar, rehabilitar y reinsertarlos en la sociedad, al crear y promover proyectos de desarrollo en el área urbana, trabajando en la creación de micro empresas.

Visión:

Percibir y generar fondos locales y externos, con el fin de que estos sean rentables para reinvertirlos en proyectos autofinanciables que contribuyen a erradicar la pobreza educando integralmente los grupos seleccionados para tal fin, fortaleciendo así la sociedad y mejorando la calidad de vida de los beneficiados.

Delimitación geográfica:

Asociación Desafío busca cubrir las necesidades de las poblaciones más necesitadas de toda la República de Guatemala, siempre dependiendo del apoyo de los patrocinadores para llegar a los lugares de necesidad.

Grupo objetivo:

Personas de escasos recursos, personas afectadas por algún desastre natural, personas de la tercera edad, jóvenes y niños en procesos de readaptación social, gente con alguna discapacidad. Asociación Desafío tiene muchos proyectos con diferentes grupos objetivos, y depende de la ayuda para realizarlos, al recibir donaciones se concentran los esfuerzos hacia algún grupo en específico, según la necesidad.

Principal beneficio al grupo objetivo:

Además de brindar ayuda en lo material sea comida, medicina, ropa, etcétera, Asociación Desafío busca principalmente sacar la pobreza de la mente de las personas a las que ayuda de esa forma, no solo reciben cosas materiales, sino enseñanza y herramientas para valerse ellos mismos y salir adelante de sus diversas situaciones, Asociación Desafío busca enseñarles a creer en ellos mismos.

Objetivo de mercadeo:

Mostrar a Desafío como una asociación que busca ayudar, que busca ser esa esperanza que la gente necesita. Asociación Desafío busca que los patrocinadores no solo crean en su misión y su visión, sino también en el pueblo de Guatemala, un pueblo que a pesar de las diferentes situaciones que ha vivido, puede y tiene el deseo de salir adelante.

Objetivo de comunicación:

Enseñarle a la gente necesitada o grupo Objetivo los diferentes proyectos o locaciones en las que pueden recibir ayuda, mostrando a la asociación como una fuente de ayuda en la que

pueden confiar y en la que saben que obtendrán ayuda.

Mensajes claves a comunicar:

Siempre hay esperanza; la pobreza tiene que salir de nuestras mentes para que posteriormente nosotros salgamos de la pobreza.

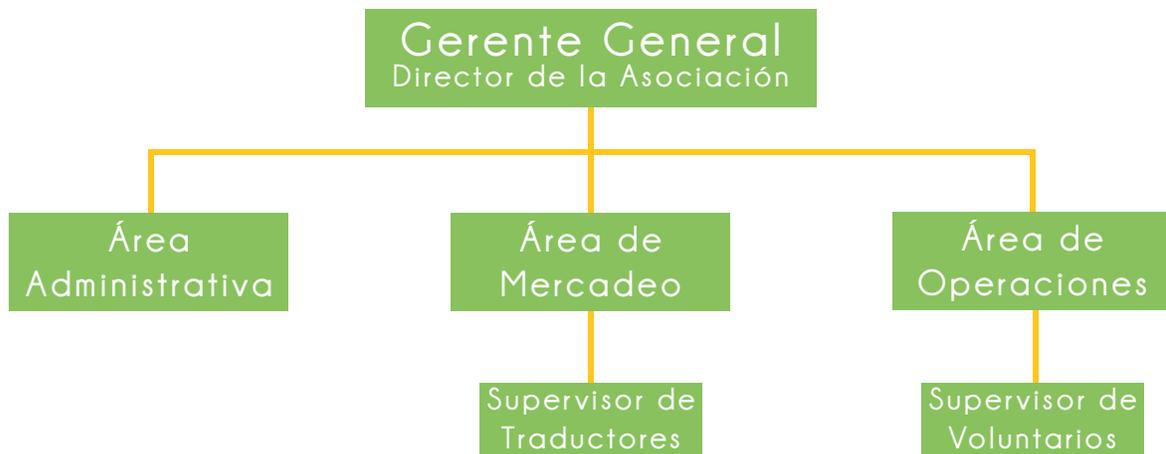
Estrategia de comunicación:

Utilización de las redes sociales para alcanzar a una mayor cantidad de personas, que conozcan acerca de la organización y acerca de las actividades que realiza. Se hará uso de los recursos informáticos de internet y medios digitales como mailing directo, presentaciones interactivas, banners, entre otros.

Se pretende llegar a los patrocinadores en diferentes países, al desarrollar un sitio web específico para este propósito, también se proyecta utilizar la pagina de Facebook de la Asociación Desafío como enlace con los diferentes países, para puedan visualizar los proyectos realizados y como se utilizan los recursos que han sido donados.

En Guatemala se buscará impartir una presentación a personas dispuestas a apoyar los ideales de la empresa, gerentes de empresas o proyectos, iglesias, Colegios, o cualquier institución que abra las puertas con el deseo de ayudar y apoyar los proyectos de la asociación, ofreciendo así una oportunidad de ayudar a Guatemala.

Organigrama:



E. TABLA DE NIVELES SOCIOECONÓMICOS / MULTIVEX

CARACTERÍSTICAS	NIVEL A	NIVEL B	NIVEL C+	NIVEL C	NIVEL C-	NIVEL D	NIVEL E
EDUCACIÓN	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura,	Superior, Licenciatura,	Superior, Licenciatura,	Media completa	Primaria completa	Primaria incompleta
DESEMPEÑO	Propietario, Director Profesional exitoso	Empresario, Ejecutivos de alto nivel, Profesional, Comerciante	Ejecutivo medio, comerciante, vendedor	Ejecutivo, comerciante, vendedor, dependiente	Comerciante, vendedor, dependiente	Obrero, dependiente	Obrero, dependiente
INGRESO	Piso Q70 mil	Piso Q45 mil	Piso Q20 mil	Q12 mil	Q8 mil	Q4 mil	Q1.4 mil
VIVIENDA	Casa/departamento de lujo, en propiedad, 5-6 recámaras, 4 a 6 baños, 3-4 salas, pantry, alacena, estudios area de servicio separada, garage para 5-6 vehículos	Casa/departamento de lujo, en propiedad, financiado, 3-4 recámaras, 2-3 baños, 2 salas, pantry, alacena, 1 estudio area de servicio separada, garage para 2-4 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio area de servicio, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala,	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1 baños, sala	Casa/cuarto rentado, 1-2 recámaras, 1 baños, sala-comedor
OTRAS PROPIEDADES	Finca, casas de descanso en lagos, mar, Antigua, con	Sitios/terrenos condominios cerca de costas	Sitios/terrenos interior por herencias				
PERSONAL DE SERVICIOS	Personal de planta, en el hogar, limpieza, cocina, jardín, seguridad y chofer	1-2 personas de tiempo completo, chofer	Por día	Por día, eventual	Eventual		
EDUCACIÓN GRUPO	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U del extranjero	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U local, post grado extranjero	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas y post grado extranjero con beca	Hijos menores colegios privados, mayores en U estatal	Hijos menores escuelas, mayores en U estatal	Hijos en escuela	Hijos en escuela
POSESIONES	Autos del año, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, Lancha, moto acuatica, moto, helicóptero-avion-	Autos de 2-3 años, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, moto	Autos compactos de 3-5 años, asegurados por Financiera	Auto compacto de 4-5 años, sin seguro	Auto compacto de 8-10 años, sin seguro	moto, por trabajo	
BIENES DE COMODIDAD	3 tel, minimo, cel cada miembro de la familia, Direct TV, cable, internet dedicada, 2 o + equipos de audio, 3-5 TV, varias planas o plasma, maquinas de lavar secar, platos ropa, computadoras/miembro, internet porton eléctrico, todos los electrodomesticos	2 tel, minimo, cel cada miembro de la familia, Direct TV, internet dedicada, cable, 2 equipos de audio, 3 TV, 1 planas o plasma, maquinas de lavar secar, platos ropa, computadora, internet porton eléctrico y todos los electrodomesticos	1 tel, minimo, 1-2 cel, cable, internet dedicada, equipo de audio, 2 TV, maquina de lavar ropa, computadora/familia electrodomesticos básicos	1 tel, minimo, 1-2 cel, cable, radio, 2 TV, electrodomesticos básicos	1 tel, 1 cel, cable, equipo de audio, TV, electrodomesticos básicos	1 cel, cable, radio, TV, electrodomesticos básicos	1 cel, radio, TV, estufa
DIVERSIÓN	Clubes privados, vacaciones en el exterior	Clubes privados, vacaciones en el interior o exterior	Cine, CC, parques temáticos locales,	Cine, CC, parques temáticos locales,	CC, parques, estadio	CC, parques, estadio	Parques
SERVICIOS BANCARIOS FINANCIEROS	3-4 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC intl, Seguros y ctas en US\$	2-3 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC intl, Seguros y ctas en US\$	1-2 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, 1-2 TC intl, Seguro colectivo	1 cta Q monetarios y ahorro, 1 TC local	1 cta Q ahorro, TC local	cta Q ahorro	

F. ENCUESTA DE PERFILES



Facultad de Ciencias de la Comunicación
Licenciatura en Comunicación y Diseño Gráfico

Género: M F

Edad: _____ Nivel Académico: _____

Perfil Psicográfico:

Hábitos hobbies actitudes y costumbres.

Instrucciones: Responda las siguientes preguntas de acuerdo a sus preferencias personales.

1. ¿En que invierte su tiempo libre?

- a) Otro Trabajo
- b) Labores domésticas
- c) Recreación y deporte
- d) Estudio

2. ¿Tiene algún Hobby? ¿Cuál?

3. ¿ Qué tan seguido utiliza el internet?

- a) Varias veces en un día
- b) Una vez al día
- c) Cada dos o tres días
- d) Una vez a la semana
- e) Cada 15 días.

4. ¿En que lugares tiene acceso al Internet?

- a) En casa
- b) En la escuela
- c) En la oficina
- d) En otro lugar

5. Usualmente, ¿Para qué utiliza el Internet?

- a) Trabajo
- b) Asuntos relacionados al estudio
- c) Información y actualización
- d) Diversión y Entretenimiento

6. ¿Utiliza usted los sistemas de pago en línea?

- a) Si
- b) No

Perfil Conductual:

Actitud que se tiene ante el producto servicio, personalidad, conducta, ocasión y beneficios de compra, como se comportan ante el producto y/o servicio.

Instrucciones: Responda las siguientes preguntas de acuerdo a sus preferencias personales.

1. ¿Con que tipo de carácter se identifica más?

	Nervioso	Emotivo, no activo, primario
	Sentimental	Emotivo, no activo, secundario
	Colérico	Emotivo, activo, primario
	Apasionado	Emotivo, activo secundario
	Sanguíneo	No emotivo, activo, primario
	Flemático	No emotivo, activo, secundario
	Amorfo	No emotivo, no activo, primario
	Apático	No emotivo, no activo, secundario

3. ¿Cómo se ve usted a sí mismo?

	Neutral			
Divertido	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Serio
Sofisticado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Práctico
Aburrido	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Emocionante
Ahorrador	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Derrochador
Crítico	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Tolerante
Tranquilo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Intenso
Extrovertido	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Tímido
Optimista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Pesimista
Cauteloso	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Arriesgado
Predecible	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Espontáneo

3. ¿Alguna vez usted ha participado en actividades de voluntariado y beneficencia?

Si_____ No_____

4. ¿Le gustaría participar en actividades de voluntariado y beneficencia?

Si_____ No_____

5. ¿Cuál de los siguientes grupos le gustaría apoyar como voluntario?

- a) Niños y jóvenes
- b) Alcohólicos y drogadictos
- c) Discapacitados
- d) Ancianos

6. ¿Utiliza usted la internet para obtener información de actividades o proyectos relacionados con la beneficencia?

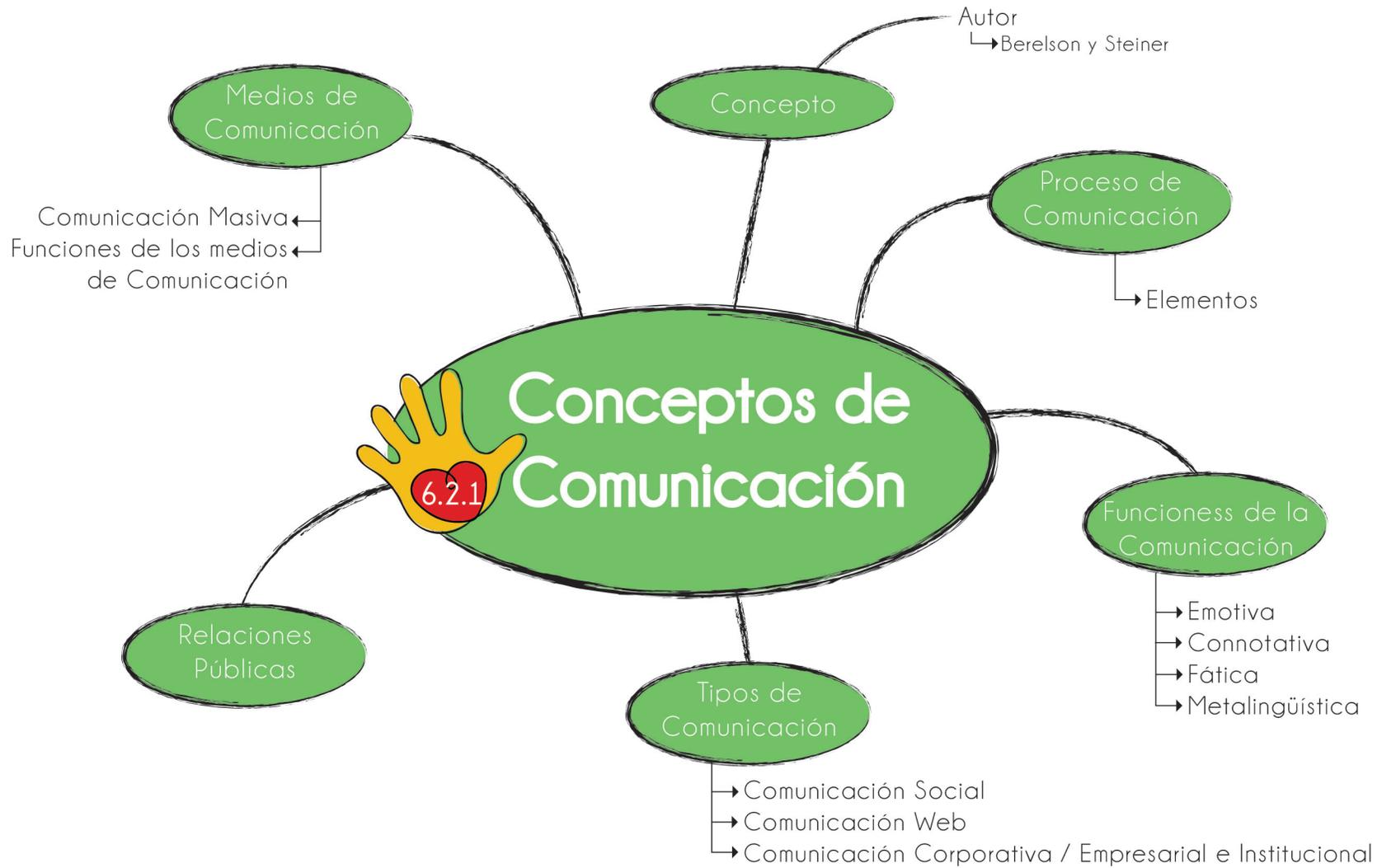
Si_____ No_____

G. MAPAS PARA MÁRCO TEÓRICO



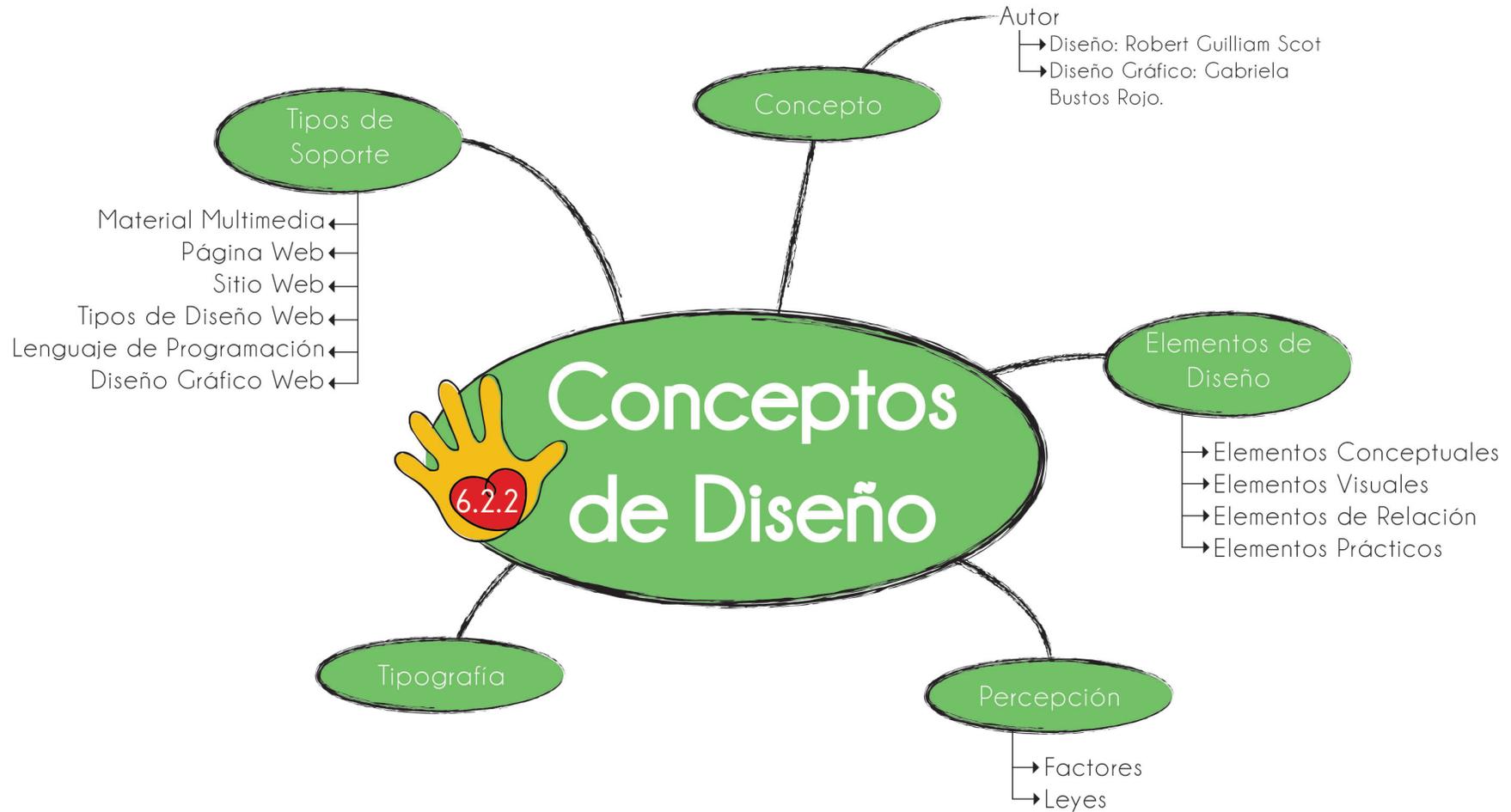
a. Conceptos Fundamentales relacionados con El Cliente

G. MAPAS PARA MÁRCO TEÓRICO



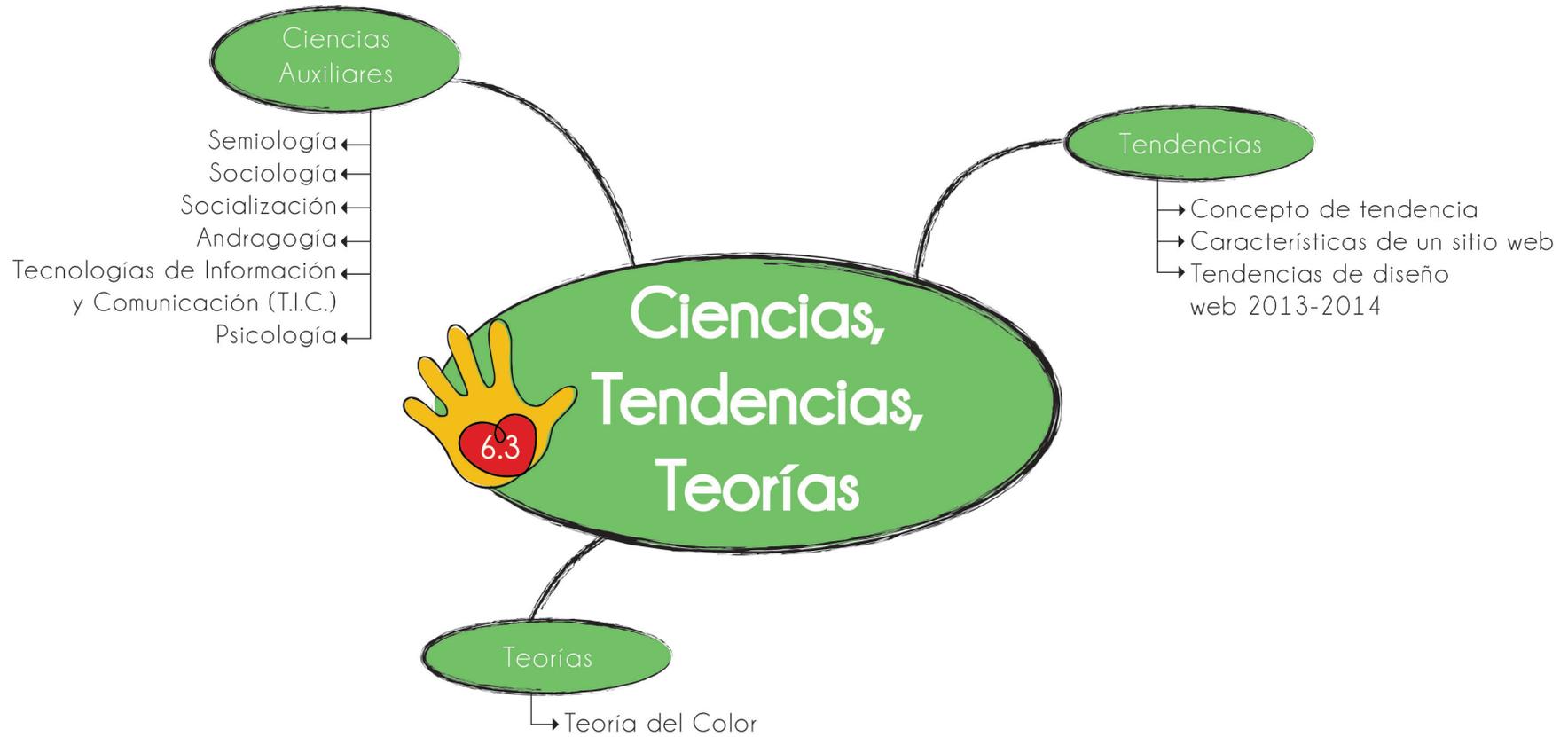
b. Conceptos Fundamentales relacionados con Comunicación

G. MAPAS PARA MÁRCO TEÓRICO



c. Conceptos Fundamentales relacionados con el Diseño

G. MAPAS PARA MÁRCO TEÓRICO



d. Ciencias Auxiliares, Tendencias, Teorías

H. Encuesta de Validación



Universidad Galileo
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Licenciatura en Comunicación y Diseño
Proyecto de Tesis

Género: F _____ Experto Nombre: _____
 M _____ Cliente Profesión: _____
 _____ Grupo Objetivo Puesto: _____
Edad: _____

Encuesta de Validación de Proyecto

Diseño de sitio web para presentar las actividades benéficas a los patrocinadores reales y potenciales de la organización no lucrativa Asociación Desafío.
Guatemala, Guatemala 2014.

Antecedentes:

Ante la inquietud de transformar palabras en acciones, un grupo de personas iniciaron el proceso de formalización de Asociación Desafío en 1998. La organización se manejaba bajo el slogan “gente ayudando gente” como una manera de concientizar a la población de la igualdad que existe entre todos los seres humanos.

Asociación Desafío trabaja bajo la filosofía que no se brindará ayuda si la gente no se compromete a permanecer en un seguimiento en forma integral. Víveres, ropa, asistencia médica lleva consigo el compromiso de un seguimiento permanente.

En sus inicios, la asociación era muy fuerte y estable, contaba con apoyo de organizaciones internacionales para la realización de los diversos proyectos benéficos y actividades de voluntariado. Pero a partir del año 2009 distintos factores impidieron que Asociación Desafío planificara y efectuara proyectos y otras actividades benéficas, aunque siempre se mantuvo en operaciones.

A principios del año 2013 se ha proyectado una revitalización para la asociación, dando inicio con la renovación de la imagen. El diseño de un nuevo logotipo y un nuevo slogan “somos esperanza”, son los primeros pasos dados en el camino a revitalizar la asociación.

Por esa razón se ha considerado de gran importancia el diseño de un sitio web que permita a aquellos que tengan el deseo de enterarse acerca de la Asociación y sus actividades y un espacio para que usuarios de internet puedan apoyar a la institución.

A. Parte Objetiva:

1. ¿Considera necesario diseñar un sitio web que presente las actividades benéficas que realiza la organización no gubernamental Asociación Desafío a sus patrocinadores reales y potenciales?
 Si
 No
2. ¿Considera necesario investigar conceptos básicos relacionados con diseño, maquetación, hosting web, nuevas tendencias de desarrollo y diseño web para presentar una propuesta adecuada a los requerimientos y necesidades presentados por Asociación Desafío?
 Si
 No
3. ¿Considera necesario recopilar información acerca de la organización y la nueva imagen que utilizará para crear un concepto de diseño adecuado a la solicitud e imagen de la asociación y de esa forma diseñar un sitio web que cubra las necesidades de Asociación Desafío?
 Si
 No
4. ¿Considera necesario establecer los elementos de diseño a utilizar para el desarrollo de un sitio web acorde a la imagen visual de Asociación Desafío?
 Si
 No
5. ¿Considera necesario desarrollar el mapa de sitio acorde a los aspectos y categorías que Asociación Desafío debe presentar en el sitio web para que se incluya la información relevante de la organización?
 Si
 No

6. ¿Considera necesario presentar las actividades que Asociación Desafío ha realizado y realizará mediante recursos gráficos para que estas puedan ser presentadas fácilmente al grupo objetivo?
- Si
 No
7. ¿Considera necesario integrar en el diseño del sitio web una página de donaciones y voluntariado, que cuente con una forma para donar en línea y/o un formulario de registro para ser voluntario y que de esta manera sea más fácil donar o integrarse al grupo de trabajo a las personas particulares o empresas que deseen apoyar?
- Si
 No
8. ¿Considera necesario elegir un nombre de dominio adecuado, simple y que utilice palabras que representen a la asociación para que el nombre sea fácilmente recordado por los usuarios de la página?
- Si
 No

B. Parte Semiológica:

9. ¿La utilización del color verde en la página web le transmite?
- Paz Intranquilidad Esperanza Desesperación
10. ¿La utilización del color amarillo en la página web le transmite?
- Jovialidad Entusiasmo Violencia Deseo de libertad
11. ¿La utilización del color rojo en la página web le transmite?
- Vitalidad Agresividad Juventud Pasión por ayudar
12. ¿El tipo de letra utilizado en los títulos le transmite?
- Estabilidad Rigidez Dinamismo Estático (sin movimiento)

13. ¿El tipo de letra utilizado para los contenidos le transmite?

Uniformidad Confianza Desconfianza Elegancia

14. ¿Qué sensación le transmiten los íconos utilizados?

Ninguna Unidad Deseo de ayudar Desmotivación

15. ¿Qué sensación le transmiten las fotografías utilizadas?

Lástima Empatía Desesperación Esperanza

16. ¿Qué sensación le transmite la utilización de la línea curva en algunas formas y elementos de las páginas web?

Confusión Dinamismo Orden Movimiento

C. Parte Operativa:

17. ¿Considera que los colores utilizados en la página web corresponden a los colores institucionales de Asociación Desafío?

Mucho Poco Nada

18. ¿Considera que el contenido está organizado de manera lógica? (maquetación adecuada)

Mucho Poco Nada

19. ¿Considera adecuado el tamaño de las fotografías?

Mucho Poco Nada

21. ¿Considera adecuado el tamaño y el tipo de letra utilizada en los titulares de contenido del sitio web?

Mucho Poco Nada

22. ¿Considera adecuado el tamaño y el tipo de letra utilizada para el contenido del sitio web?

Mucho Poco Nada

23. ¿Considera el sitio web como un sitio de fácil navegación?

Mucho Poco Nada



**CONSTRUCCIONES
WEB.NET**

info@construccionesweb.net
(502) 2256-4976 y (502) 2450-4889

Cotización No. 0113-02			
Fecha de emisión	25 noviembre 2013	Validez de esta cotización	20 días hábiles
Cliente	Ingrid Contreras	Teléfono	
Contacto	Ingrid Contreras	Email	

DESCRIPCIÓN	COSTO
<p>Sitio web autoadministrable</p> <p>A continuación describimos las funciones incluidas dentro de esta propuesta:</p> <p>Diseño gráfico de una plantilla inteligente Crearemos una plantilla para su sitio con una imagen gráfica atractiva, sencilla y ordenada. Esta plantilla tiene la capacidad de adaptarse a la información que está publicada en el sitio dependiendo su posición. Cada una de estas piezas gráficas se entregará en su formato original a concluir el trabajo en propiedad suya con los créditos respectivos propios del diseñador. Esto lo hacemos para garantizarle a usted como cliente que su plantilla es única y no se descargó de ningún sitio que las venda.</p> <p>Instalación y configuración de sistema de Gestión de Contenidos: Instalaremos una plataforma de gestión de contenidos para su sitio. Le programaremos y configuraremos la seguridad, el posicionamiento de la página e instalaremos las funciones adicionales que incluye esta propuesta. Cabe mencionar que la plataforma es un sistema modular que crece según las necesidades y demandas del cliente. Quiere decir que si usted desea el próximo año cambiar el look del sitio no tiene que empezar desde cero, simplemente se cambia la plantilla y el sitio sigue igual.</p> <p>Funcionalidades modulares Las funciones modulares sirven para hacer que su sitio brinde herramientas útiles a los visitantes. Estas se dividen en: funciones de consulta, funciones de usuarios y funciones de feedback. Para su sitio instalaremos los siguientes módulos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Módulo de búsqueda en todo el sitio - Módulo de registro de usuarios - Módulo de banners rotativos - Módulo de suscripción al boletín de noticias - Módulo de banners para clientes - Módulo de redes sociales - Generador de fuentes RSS - URLS Amigables para el posicionamiento - Encuestas en línea - Sistema de creación de formularios interactivos 	<p>Q7,500.00</p>

I. COTIZACIONES: Construccionesweb.net



CONSTRUCCIONES WEB.NET

info@construccionesweb.net
(502) 2256-4976 y (502) 2450-4889

Mapa del sitio Nos comprometemos a elaborar un mapa mental del sitio en donde dejaremos plasmado y organizado el plan de trabajo de tal forma que su equipo de trabajo esté claro y entendido de la estructura del proyecto. Además implementaremos este mapa del sitio en su páginas para facilitar al visitante la navegación en el sitio.		
El sitio podrá incluir lo siguiente:		
<ul style="list-style-type: none">• Página principal que contará con un menú interactivo autoadministrable, podrá publicar banners con promociones y un botón alternativo que les dirija a un blog, entre otras funcionalidades.• Dentro de los enlaces interiores podrá publicar información de la empresa, como Quienes Somos, Visión, Misión, Ubicación e información de cada una de las Tiendas, y mucho más.• Incluirá un registro de usuarios para que sus clientes puedan suscribirse y recibir información de su interés, además sus colaboradores podrán registrarse también para acceder a información interna de la empresa. (No acceso a puntos personales)		
TOTAL DE LA COTIZACIÓN		
Q7,500.00		
CONDICIONES DE LA NEGOCIACIÓN		
Forma de pago: 60% al contratar – 40% contra entrega		
Nota: La información para publicar deberá ser proporcionada dentro de los siguientes 15 días después de hacer efectivo el pago inicial. Si el cliente se excediera en este tiempo, construccionesweb.net no se hará responsable de publicar información fuera del período establecido. Capacitaremos a su personal acerca del uso de la plataforma y le ofrecemos soporte técnico por 2 meses después de terminados los sitios.		
ACEPTACIÓN DEL SERVICIO		
Aceptamos las condiciones de esta cotización y autorizamos se dé inicio al proceso		
Fecha de aprobación	Firma del cliente	CONSTRUCCIONESWEB

I. COTIZACIONES: www.enmiguate.com


PLANES BÁSICOS DE HOSTING CPANEL LAMP

Los planes BASICOS de hosting con cPanel incluyen capacidad de espacio en disco y transferencia mensual para la mayoría de las empresas que desean darse a conocer, mostrar sus productos y describir apropiadamente sus servicios. Todas las opciones de cPanel están activas. Si no tiene una idea clara de los recursos que necesitará su sitio web, le sugerimos iniciar con el plan BASICO-3 que ya incluye gratis la configuración de Google Apps. LAMP = Linux, Apache, MySQL y PHP



CARACTERÍSTICAS DEL HOSTING

- Capacidad en Disco
- Transferencia Mensual
- Dominios Aparcados
- Sub-Dominios
- Cuentas FTP
- Tarifa Anual en Quetzales

Correo Electrónico

- Cuentas de correo en el Hosting
- Acceso Webmail
- Alias y Reenvío
- Respuestas Automáticas
- Filtros Especiales Anti-Spam
- Puede Modificar Registros MX

Beneficios Adicionales

- P.I. en www.directorio.com.gt
- P.I. en www.marcas.com.gt
- Gratis DirectoriodeGuatemala.com
- Nombre de Pág.Interactiva(P.I.)
- Config. Gratis de Google Apps

Panel de Control y Opciones

- cPanel en español
- Bases de Datos MySQL
- PHP, Cgi, Extensiones FrontPage
- Estadísticas de Visitas
- Protección de Directorios
- Administrador de Ficheros
- Puede Crear Backups del Sitio

Aplicaciones Autoinstalables

- Instalador Softaculous
- Joomla, phpWCMS, Mambo, Drupal
- Wordpress, Nucleus, B2evolution
- Moodle, PHPauction, Advanced Poll
- osTicket, Geeklog, PHP-Nuke, SMF
- CubeCart, OS Commerce, Zen Cart
- Coppermine, 4images, Gallery
- Más de 45 Aplicaciones

	BASICO-0	BASICO-1	BASICO-2	BASICO-3	BASICO-4
	12 Meses - \$1.67 USD	1 Mes - \$3.50 USD	12 Meses - \$2.83 USD	12 Meses - \$3.92 USD	12 Meses - \$5.00 USD
Capacidad en Disco	200MB	400MB	800MB	1200MB	1600MB
Transferencia Mensual	2GB	4GB	8GB	12GB	16GB
Dominios Aparcados	10	15	20	25	30
Sub-Dominios	10	15	20	25	30
Cuentas FTP	4	8	12	16	20
	Q150 Anuales	Q200 Anuales	Q250 Anuales	Q350 Anuales	Q450 Anuales
	<input type="button" value="COMPRAR"/>				
Cuentas de correo en el Hosting	20	40	80	120	200
Acceso Webmail	✓	✓	✓	✓	✓
Alias y Reenvío	✓	✓	✓	✓	✓
Respuestas Automáticas	✓	✓	✓	✓	✓
Filtros Especiales Anti-Spam	✓	✓	✓	✓	✓
Puede Modificar Registros MX	✓	✓	✓	✓	✓
P.I. en www.directorio.com.gt	25% Desc.	50% Desc.	50% Desc.	75% Desc.	75% Desc.
P.I. en www.marcas.com.gt	25% Desc.	50% Desc.	50% Desc.	75% Desc.	75% Desc.
Gratis DirectoriodeGuatemala.com	✓	✓	✓	✓	✓
Nombre de Pág.Interactiva(P.I.)	✗	✗	✗	✗	✓
Config. Gratis de Google Apps	✗	✗	✗	✗	✗
cPanel en español	✓	✓	✓	✓	✓
Bases de Datos MySQL	6	9	12	15	18
PHP, Cgi, Extensiones FrontPage	✓	✓	✓	✓	✓
Estadísticas de Visitas	✓	✓	✓	✓	✓
Protección de Directorios	✓	✓	✓	✓	✓
Administrador de Ficheros	✓	✓	✓	✓	✓
Puede Crear Backups del Sitio	✓	✓	✓	✓	✓
Instalador Softaculous	✓	✓	✓	✓	✓
Joomla, phpWCMS, Mambo, Drupal	✓	✓	✓	✓	✓
Wordpress, Nucleus, B2evolution	✓	✓	✓	✓	✓
Moodle, PHPauction, Advanced Poll	✓	✓	✓	✓	✓
osTicket, Geeklog, PHP-Nuke, SMF	✓	✓	✓	✓	✓
CubeCart, OS Commerce, Zen Cart	✓	✓	✓	✓	✓
Coppermine, 4images, Gallery	✓	✓	✓	✓	✓
Más de 45 Aplicaciones	✓	✓	✓	✓	✓
	<input type="button" value="COMPRAR"/>				
	12 Meses - \$1.67 USD	1 Mes - \$3.50 USD	12 Meses - \$2.83 USD	12 Meses - \$3.92 USD	12 Meses - \$5.00 USD

PROVEEDOR DE SITIOS WEB DE GUATEMALA



HOSTING, DOMINIOS Y DISEÑO DE SITIOS WEB

I. COTIZACIONES: www.enmiguate.com

Ingrese abajo el dominio y marque la extensión que usted desea, luego haga click en Buscar para ver si ese dominio está disponible para registrarlo.

www.

- .com .net .biz .org
- .info .us .ws .tv
- .cc .de .usac.ws .net.gt
- .com.gt .org.gt .gob.gt .edu.gt
- .mil.gt .name .es .com.pa
- .com.co .co .mx .me
- .e.gt .guate.gt .reu.gt .xela.gt
- .gua.gt .spa.gt .muni.gt .cpa.gt
- .usac.gt .ufm.gt .umg.gt .url.gt
- .galileo.gt .fut.gt .gt .sa.gt
- .cc.gt .am.gt .fm.gt

Los caracteres que has introducido no se corresponden con los de la imagen. Por favor, inténtalo de nuevo.

IADTB

BUSCAR

TLD	Min. Años	Registrar	Transferir	Renovar
.com	1	\$19.00 USD	\$19.00 USD	\$19.00 USD
.net	1	\$19.00 USD	\$19.00 USD	\$19.00 USD
.biz	1	\$19.00 USD	\$19.00 USD	\$19.00 USD
.org	1	\$19.00 USD	\$19.00 USD	\$19.00 USD
.info	1	\$19.00 USD	\$19.00 USD	\$19.00 USD
.us	1	\$19.00 USD	\$19.00 USD	\$19.00 USD
.ws	1	\$19.00 USD	\$19.00 USD	\$19.00 USD
.tv	1	\$44.00 USD	\$44.00 USD	\$44.00 USD
.cc	1	\$19.00 USD	\$19.00 USD	\$19.00 USD
.de	1	\$19.00 USD	\$19.00 USD	\$19.00 USD
.usac.ws	1	\$9.00 USD	\$9.00 USD	\$9.00 USD
.net.gt	2	\$65.00 USD	\$65.00 USD	\$65.00 USD
.com.gt	2	\$65.00 USD	\$65.00 USD	\$65.00 USD
.org.gt	2	\$65.00 USD	\$65.00 USD	\$65.00 USD
.gob.gt	10	\$65.00 USD	N/A	N/A

- PLANES BASICOS DE HOSTING CPANEL LAMP
- PLANES EMPRESA DE HOSTING CPANEL LAMP
- PLANES DE HOSTING LINUX CON HOSTINGMANAGER
- PLANES DE HOSTING WINDOWS CON HOSTINGMANAGER
- PLANES DE HOSTING SIN PANEL DE CONTROL
- HOSTING RESELLER (WHM) MULTIDOMINIOS
- CUENTAS GMAIL CON SU DOMINIO
- RADIO EN LÍNEA - SHOUTCAST
- DISCOS VIRTUALES
- EMAILMARKETING
- HOSTING PARA CUENTAS DE CORREO
- MEMBRESIAS EN DIRECTORIO.COM.GT
- MANTENIMIENTO DE CONTENIDO WEB
- DISENO DE SITIOS WEB (HTML)
- VPS LINUX-WINDOWS
- CERTIFICADOS DE SEGURIDAD (SSL)
- SERVIDORPLESK
- REGISTRO DE DOMINIO

RECURSOS PARA CLIENTES

Información y Respuestas

BUSCAR

J. FOTOGRAFÍAS, AUTORIDADES, EXPERTOS Y GRUPO OBJETIVO.

Autoridades:



Lic. Esteban Balan. Diseñador Gráfico
Encargado de Mercadeo. Asociación Desafío

J. FOTOGRAFÍAS, AUTORIDADES, EXPERTOS Y GRUPO OBJETIVO.

Expertos:



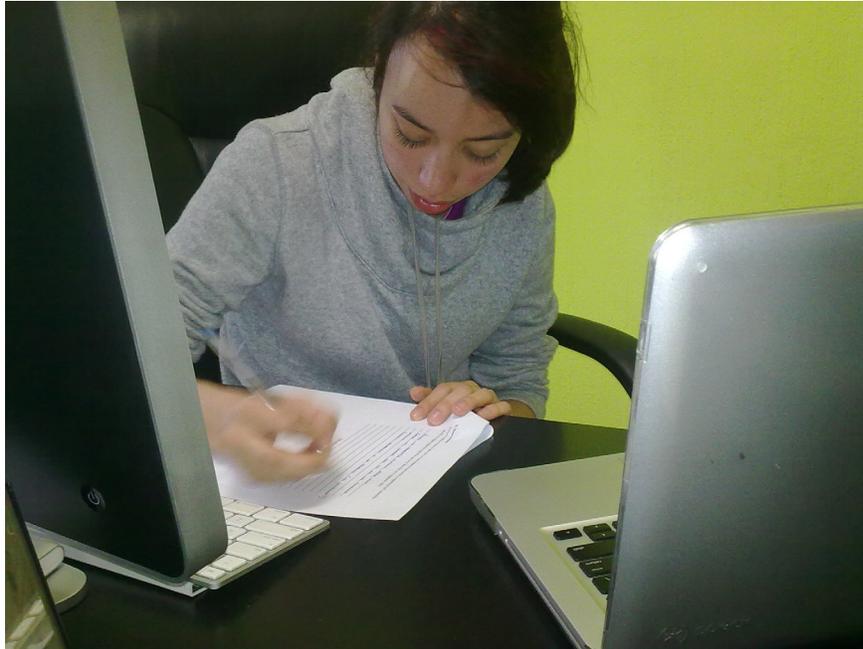
Licda. Lisa Quan. Diseñadora Gráfica



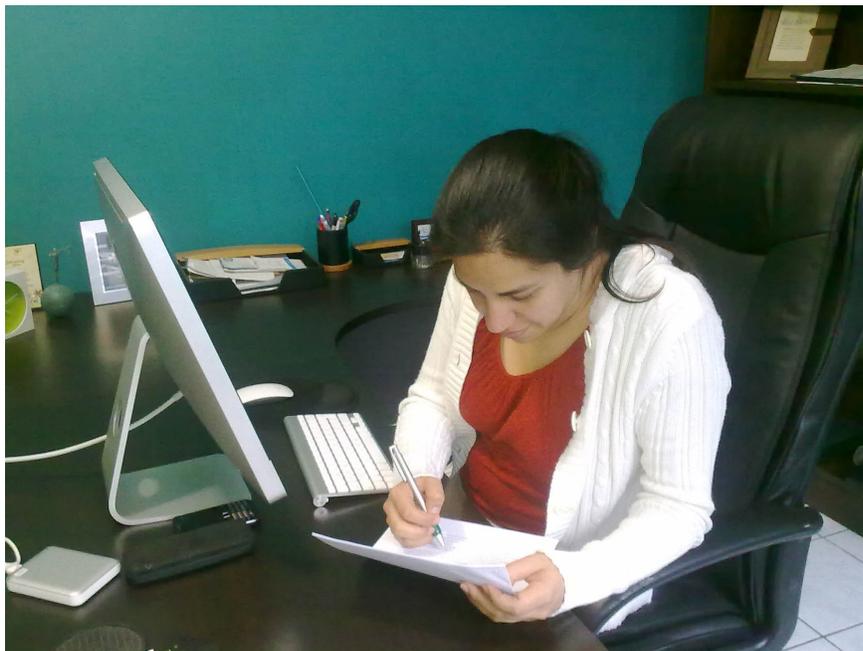
Lic. Guillermo Letona. Publicista

J. FOTOGRAFÍAS, AUTORIDADES, EXPERTOS Y GRUPO OBJETIVO.

Expertos:



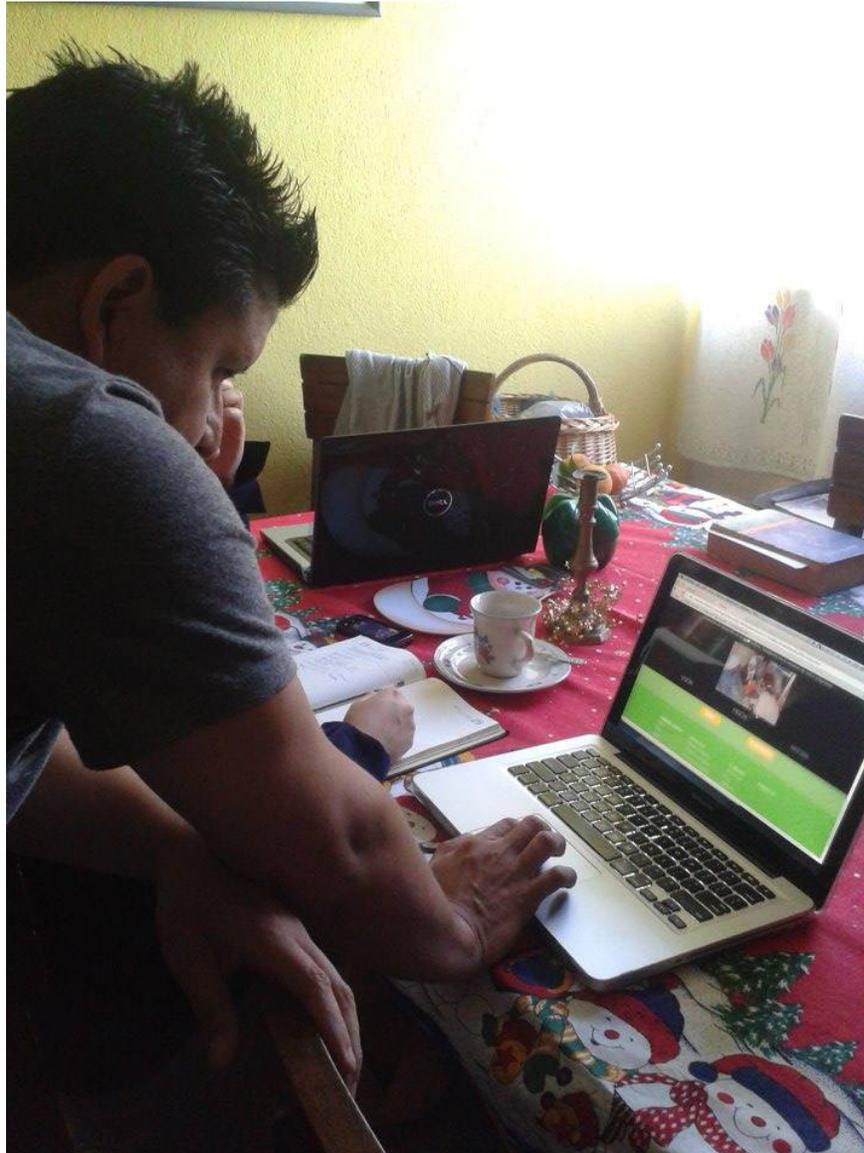
Lica. Judith Sequen. Licenciada en Comunicación y diseño
Gerente de producción. Boomerang 180



Licda. Karin Sequén. Diseñadora Gráfica. Gerente. Boomerang 180

J. FOTOGRAFÍAS, AUTORIDADES, EXPERTOS Y GRUPO OBJETIVO.

Expertos:



Lic. Alejandro de León. Diseñador y Fotógrafo.
Gerente de producción. Boomerang 180

J. FOTOGRAFÍAS, AUTORIDADES, EXPERTOS Y GRUPO OBJETIVO.

Grupo Objetivo:



Patricia de Perez. Gerente de logística
Distribuidora Joper's



Joel Perez. Comerciante.
Gerente General Distribuidora Joper's