



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

ARQUITECTURA
Diseño Gráfico



Universidad de San Carlos de Guatemala
Facultad de Arquitectura
Escuela de Diseño Gráfico

Reestructuración del sitio web de la Asociación La Fuerza del Cambio

Presentado por: Mynor Smayk Alexander Alegria Monterroso
Previo a optar el título de: Licenciado en Diseño Gráfico





Reestructuración del sitio web de la Asociación La Fuerza del Cambio.

Presentado a junta directiva por
Mynor Smayk Alexander Alegría Monterroso

Al conferirse el título de
Diseñador Gráfico

“El autor es responsable de las doctrinas sustentadas, originalidad y contenido del proyecto de graduación, eximiendo de cualquier responsabilidad a la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala”

Nómina de Autoridades:

Junta Directiva

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo
Decano

Arq. Gloria Ruth Lara Cordón de Corea
Vocal I

Arq. Edgar Armando López Pazos
Vocal II

Arq. Marco Vinicio Barrios Contreras
Vocal III

Tec D.G. Wilian Josué Pérez Sazo
Vocal IV

Br. Carlos Alfredo Guzmán Lechuga
Vocal V

Arq. Alejandro Muñoz Calderón
Secretario Académico

Tribunal Examinador

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo
Decano

Arq. Alejandro Muñoz Calderón
Secretario Académico

Licda. Lourdes Pérez
Asesora Metodológica

Lic. Luis Gustavo Jurado Duarte
Asesor Gráfico

Inga. Liuba María Cabrera Ovalle
Asesora Temática

Agradecimientos:

A Dios en primer lugar por todas las bendiciones que me da y por permitirme llegar hasta este punto de mi carrera universitaria.

La culminación de mi proyecto de graduación fue de cierta forma el trabajo de muchas personas a las cuales quisiera agradecer:

A mi madre Olga Romelia Monterroso que ha sido mi guía en esta vida, que me ha enseñado los mejores valores: honestidad y perseverancia, por su paciencia, su amor incondicional y su apoyo.

A mi papá Mynor Alegria que ya no está conmigo por haberme apoyado y comprendido.

A mi hermana Jazmín Alegria que siempre a estado a mi lado apoyándome y aconsejándome en cada paso de mi vida.

A mis tíos y primos, por el cariño y apoyo que me han dado a través de estos años.

A mis compañeros y amigos porque con ellos convivimos en muchos momentos buenos y malos a lo largo de estos años de estudio.

A mis catedráticos que compartieron sus conocimientos conmigo dentro y fuera de las clases.

A la Universidad de San Carlos de Guatemala por darme la oportunidad formarme y desarrollarme como profesional en esta casa de estudio.

A la Facultad de Arquitectura y a la Escuela de Diseño Gráfico por permitirme ser parte de ellas y poder adquirí los conocimientos en mi formación como profesional.

Gracias a todos.

Índice:

– Presentación.....	13
Capítulo I.....	15
– Antecedentes.....	17
– Problema.....	18
– Justificación del proyecto.....	18
• Magnitud.....	18
• Trascendencia.....	19
• Vulnerabilidad del problema.....	19
• Factibilidad del Proyecto.....	20
– Objetivos.....	20
• General.....	20
• Específico.....	20
– Descripción de la Empresa.....	21
• Datos Generales.....	21
• Acerca de la institución.....	21
• Misión.....	21
• Visión.....	21
• Servicios.....	21
• Atención Psicológica.....	22
• Jornadas Médicas.....	22
– Perfil del Grupo Objetivo.....	23
• Perfil demográfico.....	23
• Perfil Psicográfico.....	23
• Perfil Conductual.....	23
Capítulo II.....	25
– Marco Teórico.....	27
• La Donación.....	27
• Organizaciones sin fines de lucros.....	27
• Desnutrición Infantil.....	28
• Propaganda, modos de promoción.....	28
• Diseño Multimedia	28
• Página web.....	29
• Página web adaptativa.....	29
Capítulo III.....	31
– Empresarios.....	33
– SPICE.....	34
– POEMS.....	35
– 6W.....	36
– Conceptualización.....	37

• Concepto.....	37
• creativo.....	37
• Insight.....	37
– Pre-visualización de la página web.....	38
• Página de Inicio.....	38
• Acerca de Nosotros.....	39
• Servicios.....	40
• Contáctenos.....	41
– Mapa de Sitio.....	42
– Diagrama de Interactividad.....	43
– Producción: 1ª Fase.....	44
• Objetivos.....	44
• Grupos.....	44
• Logística.....	44
• Análisis de la información e interpretación de resultados.....	45
• Modelo rúbrica de evaluación.....	45
• Resultados.....	47
– Producción: 2ª Fase.....	48
• Objetivos.....	48
• Grupo.....	48
• Logística.....	48
• Análisis de la información e interpretación de resultados.....	49
• Modelo rúbrica de evaluación.....	49
• Resultados.....	50
– Producción: 3ª Fase.....	51

Capítulo IV..... 53

– Validación.....	55
• Objetivos General.....	55
• Objetivos Específicos.....	55
• Grupos.....	55
• Logística.....	55
• 1era. Sesión.....	55
• 2da. Sesión.....	55
• Resultados obtenidos.....	56
• Análisis de la información e interpretación de resultados.....	56
– Propuesta final.....	57
– Fundamentación Técnica.....	58
• Plataforma.....	58
• Estructura.....	58
• Header.....	59
• Banner.....	60
• Estructura de la información.....	60
• Footer.....	61
• Color.....	62
• Tipografía.....	63
• Interactividad.....	64
• Iconografía.....	65

Capítulo V.....	67
– Conclusiones.....	69
– Lecciones aprendidas.....	69
Lineamientos para la puesta en práctica.....	71
– Presupuesto.....	73
– Recomendaciones técnicas.....	74
• Modificación de texto.....	76
• Modificación de imágenes.....	77
• Exportar los HTML.....	79
• Subir la página web al servidor.....	80
Capítulo VI.....	83
– Bibliografía.....	83
ANEXOS.....	87
– Glosario.....	88
– Anexos.....	93

Presentación:

Como parte de la culminación de la Licenciatura en Diseño Gráfico con énfasis informático visual se presenta el proyecto de “Reestructuración del sitio web para la Asociación La Fuerza del Cambio”.

Dicho proyecto se enfocó en poder promocionar la labor social que realiza la asociación, ya que llevan artículos de primera necesidad a las comunidades que carecen de recursos para satisfacer dichas necesidades. Guatemala, según el Informe de Pobreza Infantil en América Latina y el Caribe realizado por la Unicef y la CEPAL, es uno de los países latinoamericanos con los mayores índices de desnutrición infantil, con lo cual no se garantiza que la niñez guatemalteca tenga un óptimo desempeño físico-mental.

Pero el problema de la Asociación objeto de estudio, es que es una institución que carece de recursos y herramientas atractivas que puedan llegar a captar la atención de donadores y así poder seguir apoyando a las comunidades rurales, donde el impacto de la desnutrición es más elevado, porque su condición de vida es más precaria en comparación a las condiciones del área urbana.

Por lo tanto se trabajó en 3 propuestas, las cuales fueron evaluadas para poder llegar a una solución final que permita una conexión entre la interfaz y el usuario, y con ello crear un vínculo de ayuda y que se pueda involucrar directamente.

Para consulta de términos técnicos existe un glosario al final del documento al cual se puede avocar para aclarar dudas.

Capítulo 1:

Antecedentes.

Problema.

Justificación del proyecto.

Problema.

Descripción de la Empresa.

Objetivos.

Perfil del Grupo Objetivo.



Antecedentes:

Según el estudio “Cifras para el desarrollo humano” realizado por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (2011), el departamento de San Marcos cuenta con una población de 995700 habitantes, de los cuales 15700 pertenecen al Municipio de Sibinal. Este municipio muestra un índice en cuanto a desarrollo humano se refiere del 0.512, poniendo que 0 es lo más bajo y 1 lo más alto, refleja que en comparación con los demás municipios del departamento sus índices son más bajos, así como lo muestra el cuadro 1. El 75 % de la población del departamento viven en las áreas rurales donde las condiciones de vida son más precarias y no cuentan con los suficientes recursos para satisfacer sus necesidades primarias.

Estas cifras repercuten en la población más vulnerable: los niños, ya que si desean ir a la escuela deben enfrentar diversas situaciones provocadas por la pobreza y extrema pobreza, lo cual no les garantiza los recursos suficientes para satisfacer sus necesidades primarias y con ello que no tengan suficiente energía y ánimos para tener un desempeño pleno y optimo en sus actividades.

Ya que los primeros años de vida de un niño o una niña son vitales así como los primeros años en la escuela primaria son esenciales para desarrollar todo su potencial y para su vida futura La Fuerza del Cambio Promoviendo y Capacitando Prevención y Salud ha decidido brindar apoyo mediante donaciones de artículos de primera necesidad y granos básicos a la Escuela Rural Mixta de la Aldea Chocabj, del Municipio de Sibinal, donde las

Cuadro 1. San Marcos (2002)
Índice de Desarrollo Humano Según Componente

	Municipio	IDH	Salud	Educación	Ingresos
1	San marcos	0.746	0.863	0.749	0.625
2	San Pedro Sacatepéquez	0.714	0.825	0.712	0.605
3	San Antonio Sacatepequez	0.598	0.619	0.623	0.551
4	Comitancillo	0.398	0.184	0.478	0.531
5	San Miguel Ixtahuacán	0.502	0.488	0.499	0.520
6	Concepción Tutuapa	0.495	0.575	0.421	0.488
7	Tacanán	0.568	0.720	0.483	0.501
8	Sibinal	0.512	0.460	0.559	0.517
9	Tajumulco	0.541	0.739	0.384	0.498
10	Tejutla	0.637	0.653	0.700	0.558
11	San Rafael Pie de La Cuesta	0.630	0.625	0.679	0.585
12	Nuevo Progreso	0.596	0.681	0.567	0.539
13	El Tumbador	0.546	0.509	0.582	0.547
14	San José el Rodeo	0.600	0.665	0.584	0.551
15	Malacatán	0.606	0.715	0.553	0.551
16	Catarina	0.604	0.629	0.637	0.548
17	Ayutla Tecún Umán	0.660	0.717	0.677	0.587
18	Ocós	0.575	0.610	0.588	0.526
19	San Pablo	0.584	0.626	0.570	0.557
20	El Quetzal	0.569	0.601	0.558	0.547
21	La Reforma	0.584	0.630	0.564	0.558
22	Pajapita	0.592	0.550	0.647	0.579
23	Ixchiguán	0.566	0.660	0.512	0.525
24	San José Ojetenam	0.520	0.564	0.482	0.514
25	San Cristóbal Cucho	0.626	0.777	0.557	0.545
26	Sipacapa	0.572	0.736	0.464	0.515
27	Esquipulas Palo Gordo	0.661	0.747	0.676	0.559
28	Río Blanco	0.629	0.672	0.663	0.551
29	San Lorenzo	0.561	0.474	0.658	0.549

Fuente: INDH 2005, Guatemala

condiciones de vida de las familias son de pobreza y pobreza extrema y carecen de muchos recursos para cubrir sus necesidades.

La importancia de ayudar al desarrollo integro de la niñez, es para mejorar sus condiciones de vida dentro de una sociedad y ampliar sus opciones y oportunidades de vida.

Problema:

Debido a los altos índices de desnutrición que tiene el departamento de San Marcos y la carencia de recursos que tienen las escuelas del sector para ayudar a la nutrición de los niños que tiene a su cargo, La Asociación La Fuerza del Cambio Promoviendo y Capacitando Prevención y Salud se enfoca en gestionar donaciones para poder apoyar al desarrollo pleno de la niñez guatemalteca.

En la actualidad la asociación se encuentra apoyando a la escuela Rural Mixta de la Aldea Chocabj, Sibinal, San Marcos, con un total de 100 niños en edades de

3 a 13 años brindándoles apoyo en prevención y salud, atención psicológica, entrega de víveres y desarrollo en la comunidad.

El problema en comunicación radica en la falta de fondos y recursos que permitan poder contar con herramientas atractivas para divulgar la labor social que realiza la asociación, lo cual hace muy difícil el poder atraer la atención de personas que puedan involucrarse como voluntarios o de donadores que puedan contribuir ya sea de forma monetaria o con artículos de primera necesidad.

Justificación del proyecto:

Magnitud:

Según el Informe de Pobreza Infantil en América Latina y el Caribe realizado por la Unicef y la CEPAL Guatemala aparece como uno de los países con mayor número de niños en problema al registrar que el 79.7% por ciento de la población infantil vive en condiciones de pobreza y que de esa cifra el 47.2% vive pobreza extrema.

Al analizar la desnutrición crónica los responsables del estudio evidenciaron que el país registra la tasa más elevada

en América Latina con el 54.3%, manteniendo una prevalencia de anemia del 39.7 %, la sexta más alta de la región al igual se registra una desnutrición crónica del 49% en niños menores de 5 años.

Pero las escuelas de las áreas rurales no cuentan con los recursos suficientes para ayudar a los niños que viven en condiciones muy precarias y por ello buscan ayuda en instituciones que puedan conseguir víveres y artículos para que los niños puedan cubrir sus necesidades.

Por lo antes mencionado La asociación la Fuerza del Cambio Promoviendo y Capacitando Prevención y Salud tiene cobertura en el municipio de Sibinal y sus esfuerzos se concentran en la escuela de la aldea Chocabj, para la cual gestionan donaciones de forma monetaria o de artículos de primera necesidad para seguir la labor social. Las recolectas que realizan son mensuales y la primera semana de cada mes se entrega lo recolectado a la Escuela.

Trascendencia:

El estudio “Pobreza infantil en América Latina y el Caribe” de la CEPAL- UNICEF revela que el 79.7% de la población infantil en el país vive en condiciones de pobreza y pobreza extrema, lo cual no les garantiza un desarrollo óptimo de sus facultades, por esto mismo las escuelas de las áreas rurales buscan ayuda por parte de las asociaciones para poder conseguir víveres y artículos de primera necesidad y así contribuir al desarrollo de los niños. Pero muchas de estas asociaciones no cuentan con los recursos suficientes o con las herramientas adecuadas para promover y divulgar su labor social y con ello no consiguen que las personas se involucren o donen.

La falta de donaciones propicia que sea muy difícil poder ayudar a que los niños puedan cubrir sus necesidades básicas y que con ello no tengan un buen desarrollo humano y oportunidades de vida.

Vulnerabilidad del problema:

El rol que puede jugar el diseñador gráfico dentro de la contribución a la solución de la problemática partirá con la reestructuración de la imagen institucional, que solo cuenta con un logotipo elaborado por las mismas personas de la institución, también se crearán herramientas atractivas que sirvan para atraer donadores potenciales para la escuela y la reestructuración de la página web.

Factibilidad del Proyecto:

La asociación la fuerza del cambio tiene una trayectoria de 11 años, con lo cual han podido establecer contacto con algunas entidades que los ayudan en su labor social, así como información estadística que pueda ayudar al desarrollo del proyecto, entre las entidades que ayudan con donaciones esta el Banco de Alimentos y apoyan con la distribución de medicamentos a la Municipalidad de Guatemala.

Objetivos:

General:

Divulgar la labor social que realiza la Asociación La Fuerza del Cambio Capacitando y Promoviendo Prevención y Salud a través de un sitio web.

Específico:

- Persuadir a los empresarios de mediana empresa para que se involucren más con la Asociación y así que puedan tener más donadores regulares.
- Reestructurar la página web de la institución para que pueda ser visualizada en cualquier dispositivo, reforzándola con elementos multimedia que puedan ser utilizados para la divulgación de la labor social que realiza la institución.

Descripción de la Empresa:

Datos Generales:

Nombre: Asociación La Fuerza del Cambio
Capacitando y Promoviendo Prevención y Salud.

Tipo: ONG.

Fundación: 2002.

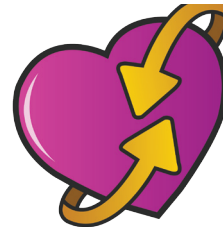
Ubicación: Arco 3, casa No. 23, Jardines de la Asunción, zona 5, Guatemala.

Teléfono: 5001-0575 / 4664-3178.

Correo: lafuerzadelcambio@gmail.com

Página web: www.lafuerzadelcambio.wix.com/la-fuerza-del-cambio

Blog: www.lafuerzadelcambio.blogspot.com



La Fuerza del Cambio

Capacitando y promoviendo prevención y salud

Acerca de la institución:

La Asociación La Fuerza del Cambio, es una entidad civil, apolítica y no lucrativa cuya finalidad principal es la capacitación y prevención de la salud en Guatemala.

Una de las funciones primordiales de la Fuerza del Cambio es poder brindar apoyo a comunidades rurales, es por ello que solicita donaciones a diferentes entidades con el fin de continuar beneficiando a la población.

Las poblaciones que beneficia con donaciones que se proporcionan son:

- Público en general

A quienes se les ha brindado el apoyo con donaciones de:

- Cereal
- Medicina
- Ropa
- Alimentos

Misión:

Promover la labor social a través de la realización de diversas actividades que van encaminadas a la capacitación, promoción y prevención de la Salud integral y educación de los guatemaltecos.

Visión:

Ser una entidad reconocida por promover e incentivar la labor social en los guatemaltecos, a través de la elaboración e implementación de proyectos y programas encaminados a la salud integral y la educación, velando siempre por el profesionalismo, calidad humana de sus integrantes y excelencia en sus acciones.

Servicios:

- Labor social, capacitando, promoviendo prevención y salud
- Solicitud y entrega de donaciones
- Jornadas médicas.
- Atención psicológica.

Atención Psicológica:

Al tomar en cuenta que las circunstancias de la vida diaria pueden afectar sobre manera la vida de las personas y a sus familias, este es uno de los servicios que se provee a la población que es beneficiada por la organización así como también se extiende a todas aquellas personas que tengan la necesidad de ser atendidas por un psicólogo.

Jornadas Médicas:

La Asociación lleva a cabo el proyecto Jornadas Médicas, brindando apoyo a la Municipalidad de Guatemala y se cuenta con la presencia del grupo de personas Visión en Acción.

Dentro de las especialidades que se ofrecen como parte de la jornada médica se encuentran las siguientes:

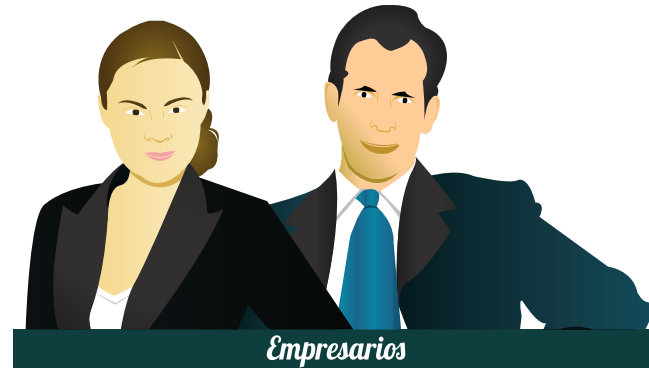
1. Medicina General
2. Naturista
3. Termoterapia
4. Dentista
5. Oculista
6. Psicología
7. Trabajo Social.

Perfil del Grupo Objetivo:

Este proyecto está enfocado en llegar a dueños de mediana empresa, de 30 a 55 años, de géneros masculino y femenino y que vivan o tengan su empresa dentro del área urbana de la ciudad de Guatemala.

Perfil demográfico:

Edad: 30 a 55 años
Género: masculino y femenino
Nacionalidad: guatemalteca
Religión: cualquiera
Transporte: vehículo propio
Estado Civil: cualquiera
Ocupación: dueño de empresa
Idioma: español



Nivel Socio-económico: Empresarios que tengan un ingreso arriba de los Q 6,000.00 y la suficiente solvencia económica en sus empresas para realizar donaciones o financiar algunos de los eventos. Principalmente dueños de empresas que puedan donar víveres, medicinas y artículos de primera necesidad.

Perfil Psicográfico:

Estilo de vida: Personas trabajadoras, que son los dueños de las empresas, que sus necesidades básicas son cubiertas sin ningún problema y que tienen una solvencia económica que permite ayudar o dar donaciones.

Personalidad: Cautelosos y detallistas, dispuestos a emprender nuevos proyectos media vez los convenga, líderes de carácter fuerte y seguro, suele ser muy serio cuando se trata de negocios y no mezclar el trabajo con los problemas personales.

Valores: Necesita estar seguro de la lealtad, honradez y honestidad de la gente con la que trabaja.

Perfil Conductual:

Ocasión de donación: regular, ayudar, contribuir.

Status de posible donante: no donante, donante, primerizo y potencial.

Status de lealtad: depende de cada institución.

Etapas de disposición: dispuesto a donar.

Beneficio buscado: Ningún beneficio lucrativo o de cualquier tipo.

Capítulo 11:

Marco Teórico.



Marco Teórico:

La Donación:

Según la UNICEF (s.f.) La donación es “aquel acto en que una persona da un fondo o un bien material a otra de forma voluntaria y sin esperar recibir algo a cambio”. La donación puede ser realizada por cualquier tipo de personas, empresas e instituciones, realizándolo como un acto de solidaridad y humanidad.

Existen varios tipos de donación entre las más importante se mencionan:

- La donación monetaria es cuando se da una cierta cantidad de dinero a la institución interesada con fines de ayuda y sin que exista alguna intención de lucro.
- La donación de un bien se refiere a dar cualquier objeto material que pueda ser utilizado por una persona que está necesitada.
- Donación de víveres es la entrega de cualquier tipo de alimento para el consumo de las personas que lo necesitan.
- La donación de órganos es la acción de dar una parte del cuerpo humano estando vivo o al morir con la intención de poder ayudar a suplir la carencia de órgano que tiene otra persona que lo necesite para seguir viviendo.
- La donación de sangre se da cuando una persona pierde sangre en gran cantidad por un accidente, una operación o tiene problemas de salud, puede que sea necesario que reciba una transfusión de sangre, la cual es necesaria extraerla de otra persona.

Organizaciones sin fines de lucro:

En el portal La Web del Emprendedor (s.f.) explica que “son organizaciones sin fines de lucro, es decir que su objetivo principal no es la búsqueda de un beneficio económico”.

Existen organizaciones que tienen como principal objetivo gestionar donaciones para distintas entidades que las necesitan y no cuentan con los recursos suficientes para poder conseguirlos, estas organizaciones se financian mediante la ayuda o donaciones que hacen las personas, empresas e instituciones de todo tipo.

La razón de ser de las donaciones es poder ayudar a combatir un problema que afecta a una determinada población, etnia, o país que son provocadas por diferentes factores sociales y económicos de dichos lugar.

En los últimos años uno de los problemas que más se ha incrementado es la desnutrición infantil, que es provocado por las condiciones de vida que tienen las personas ya que en su mayoría viven en condiciones de pobreza o pobreza extrema y que carecen de recursos para cubrir sus necesidades más elementales.

Desnutrición Infantil:

La desnutrición según el INCAP (s.f) “es la deficiencia en la absorción de las calorías y proteínas y tiende a causar problemas con la estatura, enfermedades, muy débiles y que tienen a generar problemas con el aprendizaje y el desarrollo intelectual”. Actualmente Guatemala es uno de los países de Latinoamérica que presenta los índices más elevados de desnutrición infantil según el estudio “Pobreza infantil en América Latina y el Caribe” de la CEPAL-UNICEF, TACRO (2010).

Es por ello que existen varias entidades que centran sus esfuerzos en poder ayudar a las personas que viven en situaciones más precarias y que no cuentan con los suficientes recursos para suplir sus necesidades mediante propaganda que muestren la labor social que se realiza y que quieran persuadir al público a que genere una donación.

Propaganda, modos de promoción:

La propaganda según el sitio web Publicitado (s.f) “es la difusión de ideas políticas, filosóficas, morales, sociales o religiosas, es decir comunicación ideológica o valores culturales. Informa a la población, genera conciencia y modifica conductas”.

Hay infinidad de propaganda que invitan a realizar una donación, el problema es que mucha de esta propaganda no lleva un plan de mercadeo o tiene la estética necesaria para atraer la atención del grupo al cual se quiere dirigir, esto

se debe a que en su mayoría las asociaciones, ONG o instituciones no cuentan con los fondos suficientes para cubrir los gastos que genera la propaganda a utilizar y mucho menos pagar los sueldos de personas que estén especializada en ese campo, por ello recurren a utilizar herramientas que sean gratis o de fácil acceso (según la necesidad) y elaboran los artes de la forma que para ellos pueda ser llamativa para el público dando como consecuencia que mucha de esta propaganda quede en los basureros o simplemente ignorada y que el mensaje no pueda ser recibido.

La mayoría de esta propaganda es impresa pero por costos, cuidado ambiental y el auge que tienen en este momento las redes sociales, se ha optado por utilizar la web como modo de promoción, ya que tienen un gran alcance y es más fácil que se pueda captar la atención del público. Este tipo de propaganda o modo de promoción en la web debe de ser realizado por una persona capacitada en Diseño Multimedia ya que se deben de combinar los diferentes elementos para crear herramientas atractivas que puedan atraer al espectador.

Diseño Multimedia:

Según explica Behocaray, G.(s.f.) el diseño multimedia:

Integra entonces, de manera compatible y estratégica, conceptos básicos de la comunicación, como la interactividad, junto a aspectos del diseño de la imagen en sus diversos soportes. Propone un criterio innovador para desarrollar contenidos apoyados en un dinamismo visual que capte la

atención del usuario, y utiliza en su proceso de creación medios de expresión digitales con el fin de comunicar. Es poder combinar de manera estratégica los distintos soportes de comunicación: texto, sonido, imagen, fotografía, animación gráfica y el video de una forma interactiva, creando un vínculo participativo con el usuario.

El diseño multimedia tiene diferentes campos en los que se pueden desarrollar y va actualizándose junto con la tecnología. Entre los campos que aborda está el diseño catálogos interactivos, realización de videos institucionales y la elaboración de páginas web.

Página web:

Según la página web Inegocios (2012) define una página web de la siguiente manera:

Es un documento electrónico diseñado para el World Wide Web (Internet) que contiene algún tipo de información como texto, imagen, video, animación u otros. Una de las principales características de las páginas web son los Hipervínculos, link o enlaces, que vinculan una página con otra, son utilizadas por las empresas para promocionar algún bien o servicio.

Existen en el internet diversos sitios que ayudan a poder generar una página web adecuándolas a sus plataformas, también existen software que permiten la creación de sitios sin tener conocimientos de código html, la desventaja de este software es que se debe de pagar para poder adquirirlo, pero la ventaja es que una persona que no esté familiarizado con las herramientas que se utilicen en diseño grafico y con código html puede elaborar y editar su sitio sin ninguna complicación.

Página web adaptativa:

En los últimos años la alta demanda en el uso de dispositivos móviles y tabletas supone un cambio en la forma en que las personas interactúan con su entorno, por esto mismo es importante el poder llegar a ellos por medio de estos dispositivos.

Para ello la página web debe de ser adaptativa, esto significa que la misma puede ser visualizada en cualquier dispositivo, esto implica que todos los elementos del sitio se deben de adaptar a la resolución del dispositivo y con ello poder visualizarse sin ninguna dificultad. La estructura de un sitio visto desde un ordenador implica una estructura la cual al visualizarse en un teléfono móvil debe de variar según las necesidades, generalmente se reduce a mostrar los elementos e información más relevantes.

Capítulo III:

Producción Gráfica y evaluación de propuestas.



El uso de herramientas que permitan entender al grupo objetivo de una forma más profunda es de suma importancia para desarrollar insight y conceptos creativos con los que el grupo objetivo se sienta identificado. Estas herramientas son: Retrato del Grupo Objetivo, SPICE, POEMS y 6W

Empresarios:



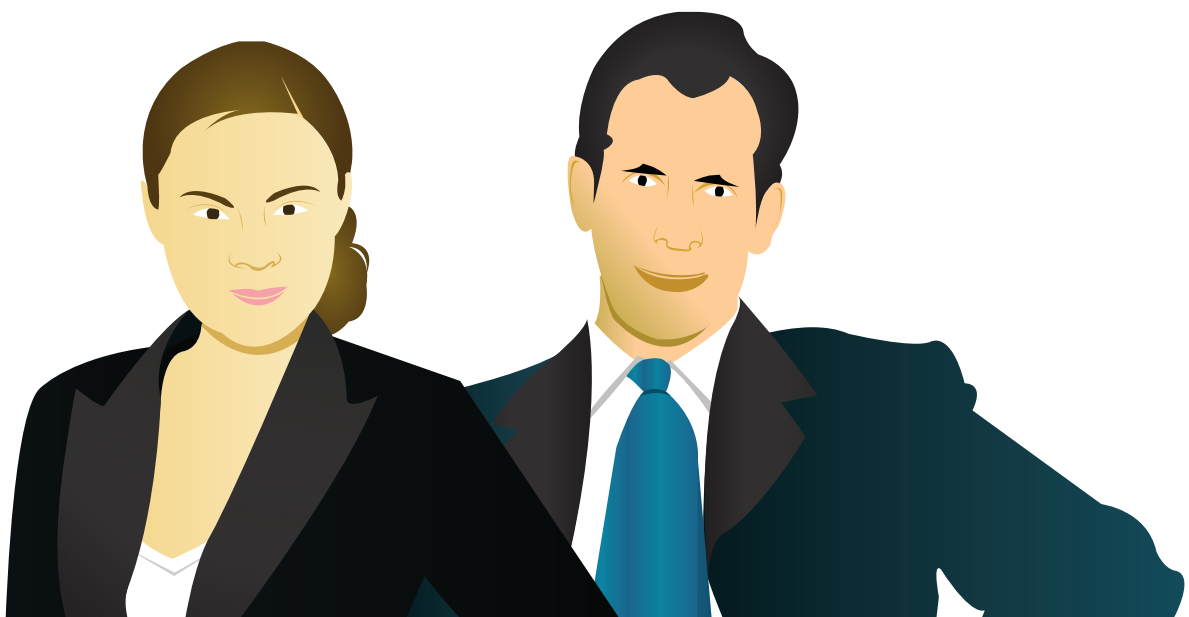
Dueños de mediana empresa, de 30 a 55 años, de géneros masculino y femenino, viven o tienen su empresa dentro del área urbana de la ciudad de Guatemala.

Se mueven en centros comerciales como Miraflores, Oakland Mall, entre otros. Viven en residenciales o colonias cerradas, cuentan con propiedades.



Tienen vehículo propio, les gusta la tecnología, utilizan redes sociales en sus tiempos libres, emails a través de teléfonos inteligentes, tablets y laptops.

Sus entretenimientos son ver películas, ver programas de televisión por cable, navegar en internet, tener reuniones sociales y salir de paseo.



SPICE:

Permite poder retratar y describir los intereses, entornos, estado económico, gustos y distracciones del grupo objetivo de una forma más profunda y detallada.

- S** *ocial* (Social):
¿Qué es lo que necesita esta persona de las relaciones de las personas a su alrededor → Necesita estar seguro de la gente con la que trabaja, está motivado por emprender proyectos, suele ser muy serio cuando se trata de negocios y no suele mezclar el trabajo con los problemas personales.
- P** *hysical* (Físico):
¿Qué es lo que esta persona necesita en un nivel práctico y funcional? → Tiene que tener su espacio ordenado de la forma que le gusta y presentable para sentirse cómodo, le gusta estar en un ambiente agradable y con un buen servicio.
- I** *dentify* (Identidad):
¿Cómo esta persona necesita definirse así mismo? → Tiene una personalidad fuerte y segura a la hora de tomar decisiones, es muy emprendedor y visionario y observa hasta el mínimo detalle en los proyectos que tiene.
- C** *ommunication* (Comunicación):
¿Qué información necesita esta persona? → Esta siempre interesado en las noticias sobre economía y todo lo relacionado a su trabajo, frecuentemente ven programas de televisión que traten sobre comercio o sobre empresarios.
- E** *motional* (emociones):
¿Qué es lo que esta persona necesita emocional y psicológicamente? → Trata de poder controlar sus emociones, es muy seguro y le gusta que las personas que están a su alrededor también lo sean, siempre está pendiente de los movimientos con relación a sus empresas y son muy precavidos, le gusta que su equipo de trabajo este tranquilo y armonioso.

POEMS:

Permite poder identificar aspectos relevantes apartir del conocimiento de sus necesidades más profundas y poder establecer detalles y aspectos que permitan tener empatía con el grupo objetivo.

- P** *eo*ple (Gente):
¿Quiénes van a estar en contacto con la experiencia? → Empresarios, gente particular, interesados en donaciones, directores de otras ONG´s o instituciones.
- O** *bj*ects (Objetos): ¿Cómo va a estar en contacto con la experiencia? → Computadoras con acceso a internet, teléfonos inteligentes, tabletas.
- E** *n*vironments (Ambientes):
¿En qué parte van a estar en contacto con la experiencia? → Oficinas de trabajo, cuartos de casas, centros comerciales y restaurantes con conectividad a internet y wifi.
- M** *essages and means* (Mensajes y medios):
¿Qué tipo de información puede ser proveída y cómo? → Website, sitios para móviles, videos institucionales, animaciones.
- S** *er*vices (Servicios):
¿Qué servicios y sistemas de soportes pueden ser ofrecidos? → Galerías de imágenes que muestren información sobre la Asociación, información en redes sociales, poder donar a través de la página web, consultas sobre los servicios y lugares a los que se apoya.

6W:

En el proceso de investigación se busca establecer patrones que permitan tener un análisis concreto del grupo objetivo y poder establecer un vínculo emocional con ellos, por tal motivo, el método de las 6W hace posible poder identificar patrones para desarrollar estos vínculos mediante las siguientes las preguntas: Qué, Quién, Cuándo, Por qué, Dónde, de Quien.

¿Who? (Quién)

- Epecista de Diseño Gráfico con especialidad informático visual
- Voluntarios de la Asociación La Fuerza del Cambio
- Instituciones que colaboran con la Asociación.

¿When? (Cuándo)

- Juntas con empresarios para la exposición del proyecto
- Divulgación durante el curso del año 2014
- Lanzamientos de proyectos

¿What? (Qué)

El problema en comunicación radica en la falta de fondos y recursos que permitan poder contar con herramientas atractivas para poder divulgar la labor social que realiza la Asociación La Fuerza del Cambio, lo cual hace muy difícil el poder atraer la atención de personas que puedan involucrarse como voluntarios o de donadores que puedan contribuir ya sea de forma monetaria o con artículos de primera necesidad.

¿Why? (Por Qué)

- Carencia de fondos en la institución para costear publicidad en televisión, radio y prensa.
- Falta de conocimientos de cómo realizar un sitio web
- Falta de donadores y voluntarios que se involucren con la labor social de la asociación

¿Whom? (De Quién)

Grupo Objetivo

- Empresario de mediana empresa
- Guatemaltecos

¿Where? (Dónde)

- Página web
- Sitios web para móviles y tablets
- Redes Sociales
- Banner digitales
- Animación gráfica
- Videos Informativos
- E-mailing

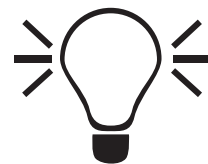
Conceptualización:

Insight



“Tú tienes lo que ellos necesitan”

Concepto creativo



El planteamiento esta dado desde un punto de vista humanitario, con datos estadísticos sobre el problema y la realidad nacional, abordándolo no desde el punto de lastimas de la situación sino de forma en crear una conciencia de una mejor sociedad a través de un desarrollo óptimo y pleno de la niñez.

Idea:

El concepto “**Empieza el ciclo de ayuda**” es porque donar es un ciclo, que comienza por un donador el cual se pone en contacto con la asociación para contribuir de forma física, monetaria o con artículos de primera necesidad, los cuales son entregados a las personas que lo necesitan.

La idea es que con esta contribución que realizan están ayudando al desarrollo pleno y óptimo de la niñez guatemalteca y que en un futuro ellos podrán hacer lo mismo para ayudar a las personas que lo necesitan, siguiendo con el ciclo de “donación”.

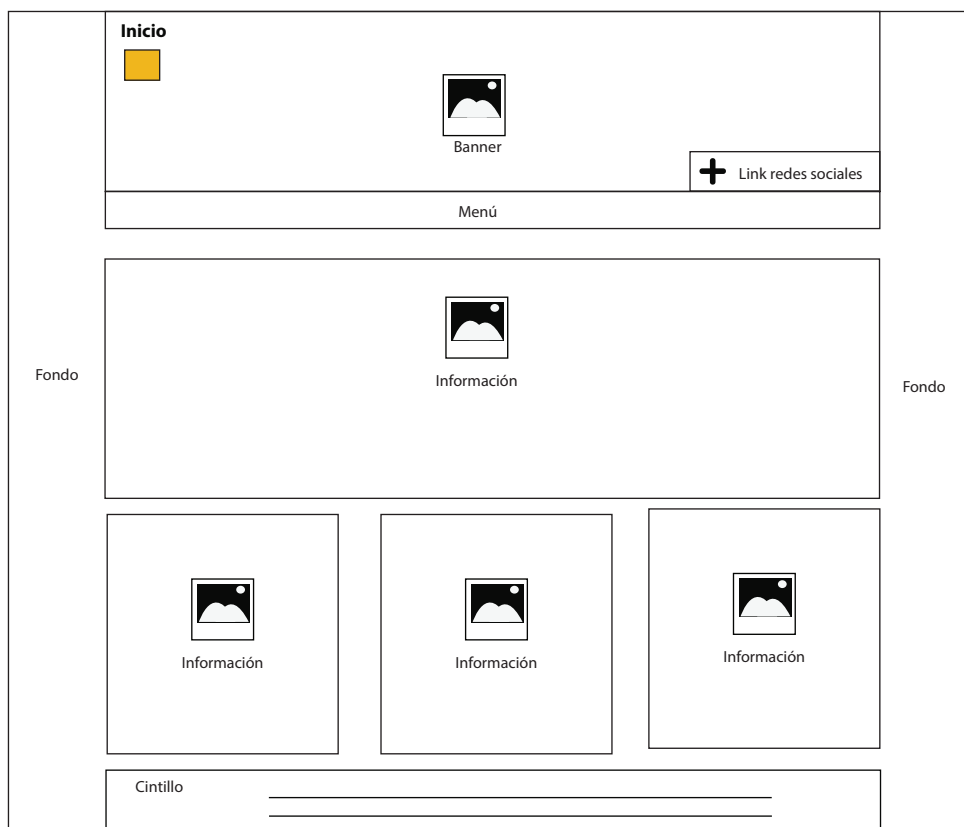
Pre-visualización de la página web:

La página web de la institución tendrá un total de 4 páginas principales, de las cuales 2 de ellas tendrán un sub-menú donde se desglosa la información.

A continuación se describen las cosas que contendrá cada página:

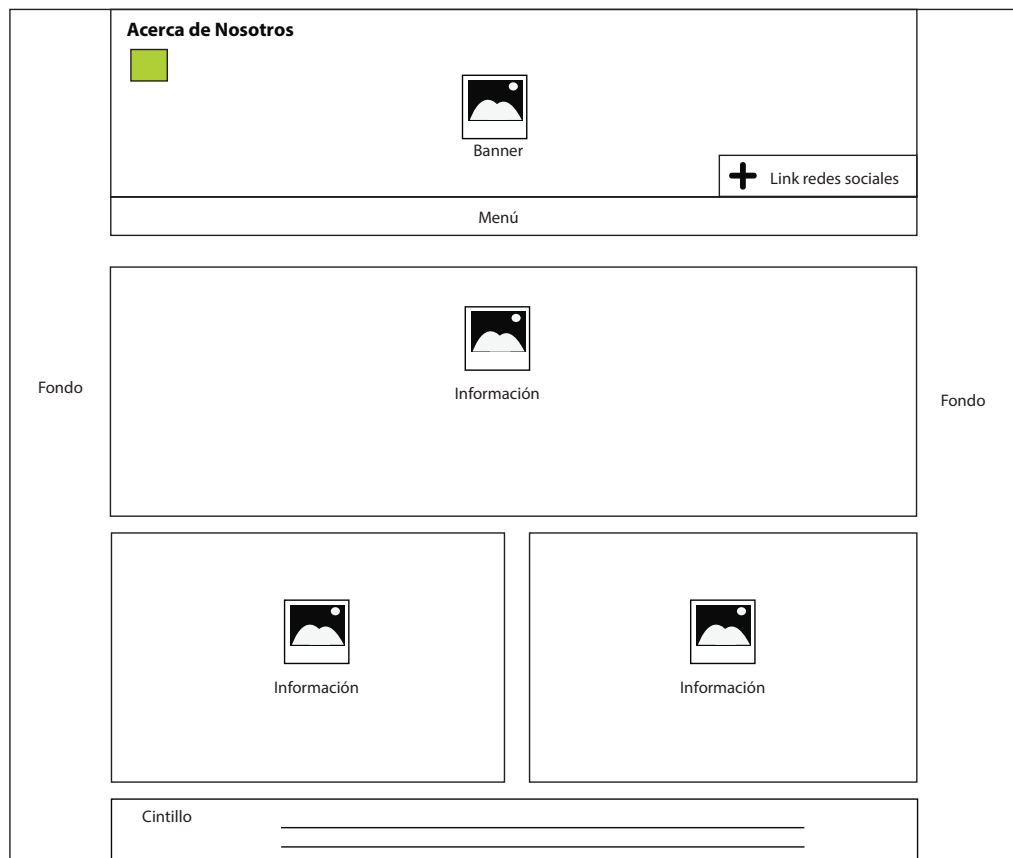
Página de Inicio:

- Encabezado con un banner animado
- Botones de enlace a Twitter, Facebook, Youtube y Blogspot.
- Menú de secciones del sitio.
- Breve descripción de la información más relevante de la asociación.
- Pie de página con datos de la Asociación.



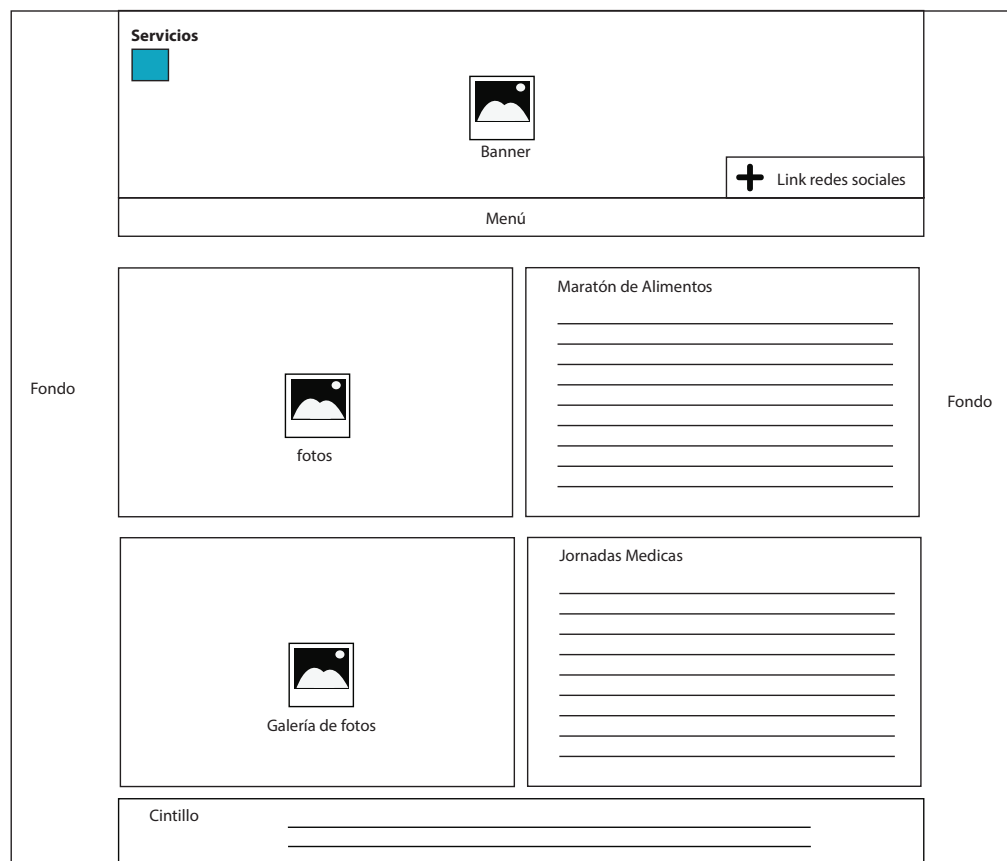
Acerca de Nosotros:

- Encabezado con un banner animado
- Botones de enlace a Twitter, Facebook, Youtube y Blogspot.
- Menú de secciones del sitio.
- Submenú que permita el desplazamiento para las secciones dentro de la página.
- Historia.
- Misión y Visión.
- Perfil de la Presidenta y Vicepresidenta.
- Pie de página con datos de la Asociación.

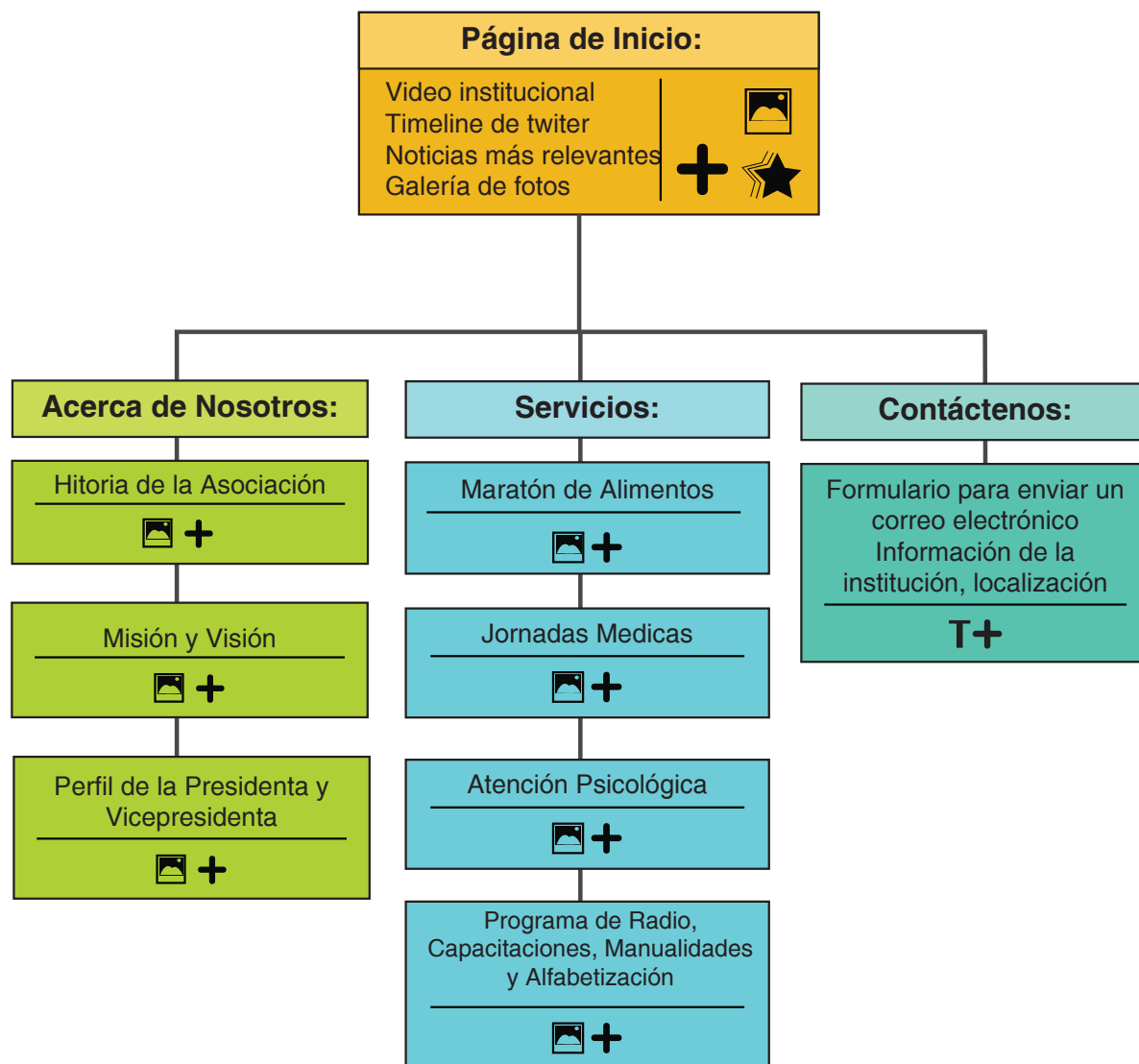


Servicios:

- Encabezado con un banner animado
- Botones de enlace a Twiter, Facebook, Youtube y Blogspot.
- Menú de secciones del sitio.
- Submenú que permita el desplazamiento para las secciones dentro de la página.
- Maratón de Alimentos
- Jornadas Médicas
- Atención Psicológica
- Programa de Radio, Capacitaciones, Manualidades y Alfabetización
- Encabezado con un banner animado con imágenes de la Asociación y el logotipo.
- Pie de página con datos de la Asociación.



Mapa de Sitio:



Mater de páginas:
Link para twitter, facebook, youtube y blog
Banner Interactivo sobre actividades

Iconografía de lo que va a llevar cada página

Video	Animación	Formulario
fotos	link redes sociales	

Producción: 1ª Fase

Se comenzó a producir la página web, se realizaron una serie de bocetos los cuales fueron validados para definir la línea gráfica que se utilizaría.

Material: Página web

Institución: La Fuerza del Cambio Capacitando y Promoviendo Prevención y Salud

Número de Participantes: 11

Objetivos:

- Tener un feedback de lo que opina el grupo objetivo y sobre el material que se les presenta.
- Sistematizar las reacciones y opiniones que tuvieron los diferentes grupos sobre la página web para su mejoramiento.
- Definir una línea gráfica para desarrollar el sitio web.

Grupos:

Compañeros de clase

Esta validación fue realizada en la clase de proyecto de graduación junto con otros compañeros del énfasis, con los cuales se realizaron autoevaluaciones de las propuestas para poder mejorarla.

Empresarios de mediana empresa, entre 35 a 55 años que vivan dentro del área urbana de la ciudad de Guatemala. Se convocó en la sede de la institución a empresarios de micro empresa que se encontraran dentro del área urbana de la ciudad de Guatemala, y personas de entre 35 y 55 años.

Evaluación con un profesional de Sitio web:

Se procedió a realizar una evaluación sobre el sitio web con el Lic. Axel Barrio para conocer el punto de vista de un profesional sobre los aspectos de diseño y funcionabilidad del sitio.

Logística:

1er. Grupo: Compañeros de clase.

Lugar: Salón 103, Edificio T-1, Ciudad Universitaria, Zona 12.

Moderador: Alexander Alegria

Número de Participantes: 5

1. Se les convocó al grupo en un salón para realizar la evaluación.
2. Una vez reunidas las personas bienvenida e introducción de lo que se trata la Asociación y que es lo que busca.
3. Se procedió a mostrar en una laptop el sitio web para que pudieran navegar dentro del mismo y así poder documentar sus reacciones.
4. Luego de que exploraran se procedió a realizar un cuestionario para poder evaluar aspectos muy puntuales sobre el sitio.
5. Se les agradeció su cooperación.

2do. Grupo: Empresarios de micro o mediana empresa, entre 35 a 55 años que vivan dentro del área urbana de la ciudad de Guatemala.

Lugar: Sede de la Asociación.

Moderador: Alexander Alegria

Número de Participantes: 6

1. Se les convocó al grupo en la sede para realizar el grupo focal.
2. Una vez reunidas las personas que respondieron a la convocatoria se procedió a realizar una pequeña bienvenida e introducción.
3. Se procedió a mostrar en una computadora el sitio web para que pudieran navegar dentro del mismo y así poder documentar sus reacciones.
4. Luego de que exploraran se procedió a realizar un cuestionario para poder evaluar aspectos muy puntuales sobre el sitio.
5. Se les agradeció su cooperación.

Análisis de la información e interpretación de resultados:

A continuación se muestran los resultados y la matriz con la que fueron evaluadas las propuestas así como los comentarios de cada una.

Modelo matriz de evaluación:

		Principios a evaluar en el diseño / 10 pts.										
Nombre de la versión		Pertinencia	Legibilidad	Composición	Estilización	Uso de color	Tipografía	Identidad visual	Funcionalidad	Interactividad	Uso herramientas multimedia	RESULTADO / 100
1	Propuesta 1											
2	Propuesta 2											

Fuente: Elaboración de los estudiantes del decimo ciclo de la Licenciatura en Diseño Gráfico con énfasis Informático Visual con especialidad Multimedia.

Estos son los aspectos que se les pidió a las personas que evaluaran sobre el sitio, en una escala de 1 a 10 donde 1 es lo más bajo y 10 lo más alto. En la parte de debajo de la tabla se dejó un espacio para que pudieran realizar comentarios.



Propuesta 1

Comentarios Generales:
Es muy cuadrada, no tiene mayor interacción, el uso de colores es regular, colores están regulares y no tiene relación con el concepto creativo.

Propuesta 2

Comentarios Generales:
Rígida y cuadrada, no tiene interacción, el uso de colores es malo, no tiene relación con el concepto, está muy simple y las fotografías no tienen un atractivo visual, los bloques de texto son muy extensos y la diagramación no da el dinamismo que refleja la asociación.





Propuesta 3

Comentarios Generales: Fue la propuesta que mejores críticas recibió, les gusto el uso del color y la interactividad que posee, esta fue la que el Lic. Axel Barrios vio pero que necesitaba realizársele mejoras.

Resultados:

		Principios a evaluar en el diseño / 10 pts.										
Nombre de la versión		Pertinencia	Legibilidad	Composición	Estilización	Uso de color	Tipografía	Identidad visual	Funcionalidad	Interactividad	Uso herramientas multimedia	RESULTADO / 100
1	Propuesta 1	5	7	4	3	4	6	5	5	3	4	46
2	Propuesta 2	4	4	4	3	3	7	4	4	3	3	39
3	Propueta 3	7	8	7	6	8	7	7	6	7	7	70

De las 3 propuestas evaluadas, la que mejores resultados obtuvo fue la número 3 (en anaranjado), por la utilización del color, la tipografía y los demás aspectos a evaluar. De esta propuesta se partió para generar otras propuestas.

Producción: 2ª Fase

Se tomaron en cuenta los resultados del análisis anterior para generar una nueva propuesta de diseño, la cual también será sometida a evaluación.

Material: Página web

Institución: La Fuerza del Cambio Capacitando y Promoviendo Prevención y Salud

Número de Participantes: 5

Objetivos:

- Poder evaluar el progreso sobre el diseño y funcionalidad del sitio web.
- Sistematizar las reacciones y opiniones que tiene el grupo sobre la página web para su mejoramiento.
- Definir la propuesta a la cual se le implementaran mejoras.

Grupo

Empresarios de mediana empresa, entre 35 a 55 años que vivan dentro del área urbana de la ciudad de Guatemala.

Se volvió a convocar en la sede de la institución a empresarios de micro empresa que se encontraran dentro del área urbana de la ciudad de Guatemala, y personas de entre 35 y 55 años.

Evaluación con un profesional de Sitio web:

Se procedió a realizar una nueva evaluación sobre el sitio web con el Lic. Axel Barrio tomando en cuenta los cambios que había solicitado para la misma.

Logística:

Grupo: Empresarios de micro o mediana empresa, entre 35 a 55 años que vivan dentro del área urbana de la ciudad de Guatemala.

Lugar: Sede de la Asociación.

Moderador: Alexander Alegria

Número de Participantes: 5

1. Se les convocó al grupo en la sede para realizar el grupo focal.
2. Una vez reunidas las personas que respondieron a la convocatoria se procedió a realizar una pequeña bienvenida e introducción.
3. Se procedió a mostrar en una computadora el sitio web para que pudieran navegar dentro del mismo.
4. Luego de que exploraran se les solicitó evaluar la página en base a la rúbrica que se elaboró para la misma y que también pudieran hacer comentarios.
5. Se les agradeció su cooperación.

Análisis de la información e interpretación de resultados:

A continuación se muestran los resultados y la matriz con la que fueron evaluadas las propuestas así como los comentarios de cada una.

Modelo matriz de evaluación:

Nombre de la versión		Principios a evaluar en el diseño / 10 pts.										
		Pertinencia	Legibilidad	Composición	Estilización	Uso de color	Tipografía	Identidad visual	Funcionalidad	Interactividad	Uso herramientas multimedia	RESULTADO / 100
1	Propuesta 1											
2	Propuesta 2											

Estos son los aspectos que se les pidió a las personas que evaluaran sobre el sitio, en una escala de 1 a 10 donde 1 es lo más bajo y 10 lo más alto. En la parte de debajo de la tabla se dejó un espacio para que pudieran realizar comentarios.



Propuesta 1

Comentarios Generales:

El diseño y su funcionalidad está bastante bien, es legible pero hay que implementar mejoras como en los títulos, uso de viñetas, mejorar el orden y distribución del header así como la implementación de un banner que permita la promoción de las actividades más importantes de la asociación.

Propuesta 2

Comentarios Generales:
Tiene una mejor estructura, el uso de color es más llamativo y su funcionalidad está bastante bien.



Resultados:

Nombre de la versión		Principios a evaluar en el diseño / 10 pts.										
		Pertinencia	Legibilidad	Composición	Estilización	Uso de color	Tipografía	Identidad visual	Funcionalidad	Interactividad	Uso herramientas multimedia	RESULTADO / 100
1	Propuesta 1	7	7	4	3	4	6	7	6	8	4	56
2	Propuesta 2	8	9	8	6	7	7	9	9	8	6	77

De las 2 propuestas evaluadas, la que mejores resultados obtuvo fue la número 2 (en anaranjado), por la utilización del color, la tipografía y los demás aspectos a evaluar. De esta propuesta se implementaron mejoras para su funcionamiento.

Producción: 3ª Fase



Se implementaron mejoras en la propuesta de diseño, incluyendo un banner en el header que cambia de imagen cada 5 segundos, de igual forma se implemento un reordenamiento en el menú y en los iconos de las redes sociales, para la propuesta final también se desarrollaron las versiones de tablet y teléfono.

Capítulo IV:

Validación Propuesta final.
Fundamentación Técnica.



Validación:

Material: Página web

Institución: La Fuerza del Cambio Capacitando y Promoviendo Prevención y Salud

Número de Participantes: 10

Objetivo General:

- Tener un feedback de lo que opina el grupo objetivo sobre el material que se les presenta para su mejoramiento.
- Tener un feedback de lo que opina el público en general sobre el material que se les presenta para su mejoramiento.
- Sistematizar las reacciones y opiniones que tuvieron los diferentes grupos sobre la página web.

Objetivos Específicos:

- Conocer la percepción que tienen los empresarios y las personas entre 30 y 55 años sobre la página web.
- Valorar la reacción de la gente, que tan aceptable es para ellos la página web.
- Documentar el nivel de motivación que puede generar el sitio web para que la gente esté dispuesta a donar.

Grupos:

Jóvenes entre 18 a 27 años que se pudieran involucrar con la institución:

Se contó con la presencia de 5 jóvenes, se habían convocado a más personas pero no pudieron asistir al evento.

Empresarios de mediana empresa, entre 35 a 55 años que vivan dentro del área urbana de la ciudad de Guatemala:

En este grupo se realizó convocando a empresarios y gente que viviera en el área urbana de la ciudad de Guatemala, de los cuales pudieron asistir 3 personas y se contó con la presencia de la Directora general de la Asociación para dar sus opiniones sobre el sitio web.

Logística:

1ª Sesión:

1er. Grupo: Jóvenes entre 18 a 27 años

1. Se les convocó al grupo en un salón para realizar el grupo focal.
2. Una vez reunidas las personas que respondieron a la convocatoria se procedió a realizar una pequeña bienvenida e introducción.
3. Se procedió a mostrar en una laptop, tablet y teléfono el sitio web para que pudieran navegar dentro del mismo y así poder documentar sus reacciones.
4. Luego de que exploraran se procedió a realizar una serie de preguntas.

2ª Sesión:

2do. Grupo: Empresarios de mediana empresa, entre 35 a 55 años que vivan dentro del área urbana de la ciudad de Guatemala.

1. Se les convocó al grupo en la sede para realizar el grupo focal.

2. Una vez reunidas las personas que respondieron a la convocatoria se procedió a realizar una pequeña bienvenida e introducción.
3. Se procedió a mostrar en una laptop, tablet y teléfono el sitio web para que pudieran navegar dentro del mismo y así poder documentar sus reacciones.
4. Luego de que exploraran se procedió a realizar una serie de preguntas y escuchar sus comentarios los cuales se describirán en resultados obtenidos.

Resultados obtenidos:

Se logró obtener las reacciones y opiniones sobre el sitio web con cada uno de los grupos.

Impresiones sobre el sitio

- Es una página muy completa en aspectos informativos
- Los colores son atractivos
- Interesante y bastante moderna e informa lo necesario sobre la ONG

Captación del mensaje: Los grupos identificaron que la página es para buscar donaciones de cualquier tipo, que pueden involucrarse con la labor social que realiza la institución y cuáles son los servicios que presta.

Atracción: El contraste de colores fue uno de los aspectos que más atrajo a los grupos objetivos al igual que el logotipo, orden, imagen de cada sección, el corazón.

Aceptación: El nivel de aceptación de cada elemento tiene la siguiente valoración en escala de 1 a 10.

- Tipografía: 8
- Color: 9
- Estructura: 9
- Contenido: 8
- Galerías: 7
- Interactividad: 9
- Coherencia con el concepto: 8
- Facilitación de Información: 7
- Iconografía: 10

Persuasión: El grupo objetivo se sintió motivado a involucrarse en la labor social, pudieron constatar la magnitud de la labor y si se mostraban con interés a poder ayudar.

Análisis de la información e interpretación de resultados.

El sitio tuvo una gran aceptación entre la gente que participo en los grupos focales, pero hubieron algunos detalles o elementos los cuales no fueron de su total agrado o solo hicieron recomendaciones:

- Agregar más imágenes al banner.
- Colocar en la página de contactos un link para el formulario.
- Componer el google maps
- Colocar botones de desplazamiento en el banner principal.
- Hacer más grandes el texto en los botones del menú.

Propuesta final:

Versión ordenador



Versión tablet



Versión teléfono

Fundamentación Técnica:

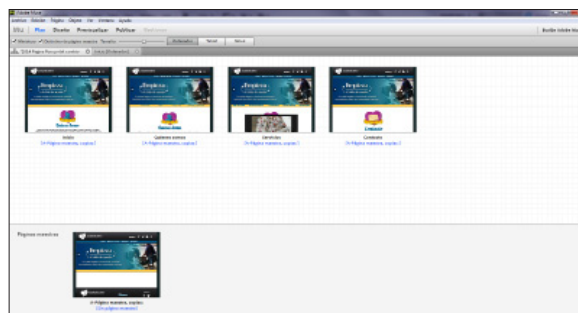
Plataforma:

La plataforma para desarrollar el sitio web fue Adobe Muse ya que es una plataforma que agiliza los procesos y genera un código HTML y CSS que se puede adaptar a las diferentes plataformas en que se puede visualizar el sitio web.

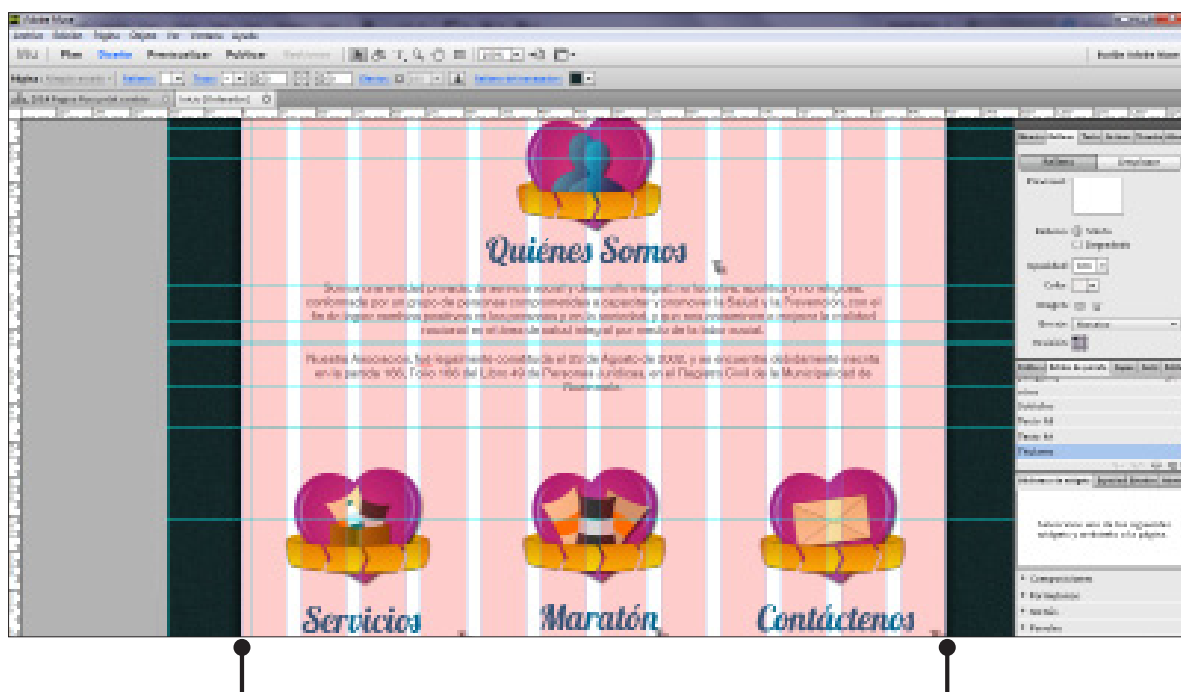


Estructura:

EL sitio se desarrollo en una resolución de 1280 X 720 con una estructura basada en el Grid 960 de 12 columnas para poder utilizar 2, 3 y 4 módulos adaptados a cubrir las 12 columnas, tiene una separación entre columnas 78px.

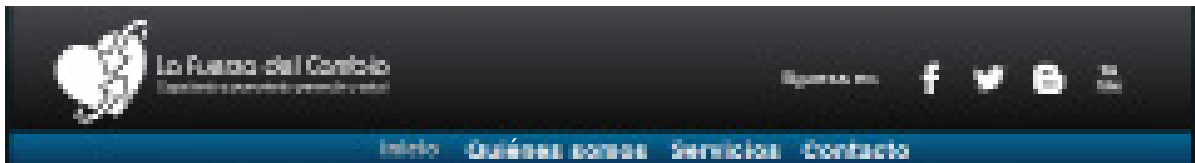


Adobe Muse



Header:

Contiene el logotipo de la institución al lado izquierdo para que pueda ser identificado rápidamente, a su vez contiene los iconos de enlace para las redes sociales por la magnitud y trascendencia que tienen para que pueda estar en contacto con mayor facilidad con la Asociación.



En la versión de tablet el logotipo está centrado y las redes sociales abajo para mantener la jerarquía entre los elementos y que el usuario pueda interactuar con estos botones sin problemas y pueda visualizarlos adecuadamente.

En la versión móvil se modifica todo para que pueda ocupar toda la resolución de la pantalla y el menú y los elementos están en forma vertical para que el usuario lo pueda visualizar fácilmente y pueda interactuar con los botones sin problemas.



Banner:

Se encuentra después de header porque promociona la maratón de alimentos y esta es la información más importante que se desea transmitir y la cual atrae al usuario, y se cambia de imagen cada 5 segundos para que el usuario no pierda el interés en la información.

El banner solo aparece en las versiones de ordenador y tablet ya que en los dispositivos móviles no permiten poder visualizar adecuadamente el banner y solo presentan la información más relevante a la cual se desea acceder.



Estructura de la información:

Está formada por un grid 960, el cual está estructurado en 12 columnas, cuando un texto tiene mucha relevancia se utilizan las 12 columnas para resaltar la información y darle el énfasis de importancia que amerita, cuando son de menor importancia se utilizan solo 6 columnas para crear un rompimiento y que así el usuario no sienta tan pesada la lectura dentro del sitio y no pierda el interés.



En la versión móvil es un solo bloque en la que todos los elementos están en forma vertical ya que son dispositivos donde el usuario se puede desplazar de arriba-abajo sin problemas.

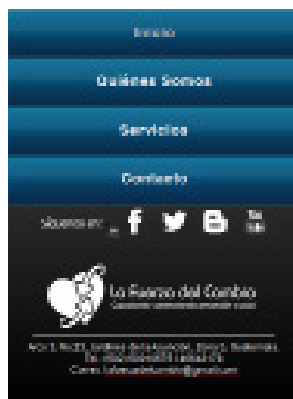
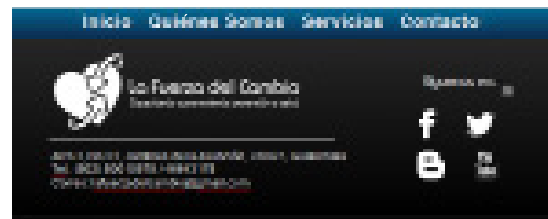


Footer:

En el footer se encuentra el logotipo que también sirve como botón para regresar a la página principal, también se encuentra el menú al final en forma de lista para que el usuario no tenga que regresar hasta el header para poder interactuar entre las paginas y también se encuentran los botones de las redes sociales para que puedan acceder a ellas fácilmente.



En la versión para tablet tiene el menú igual que el header, esto se debe a que en estos dispositivos al conservar el estilo de lista pueden hacer difícil el interactuar con los botones y hacer que el usuario pierda el interés en el sitio.



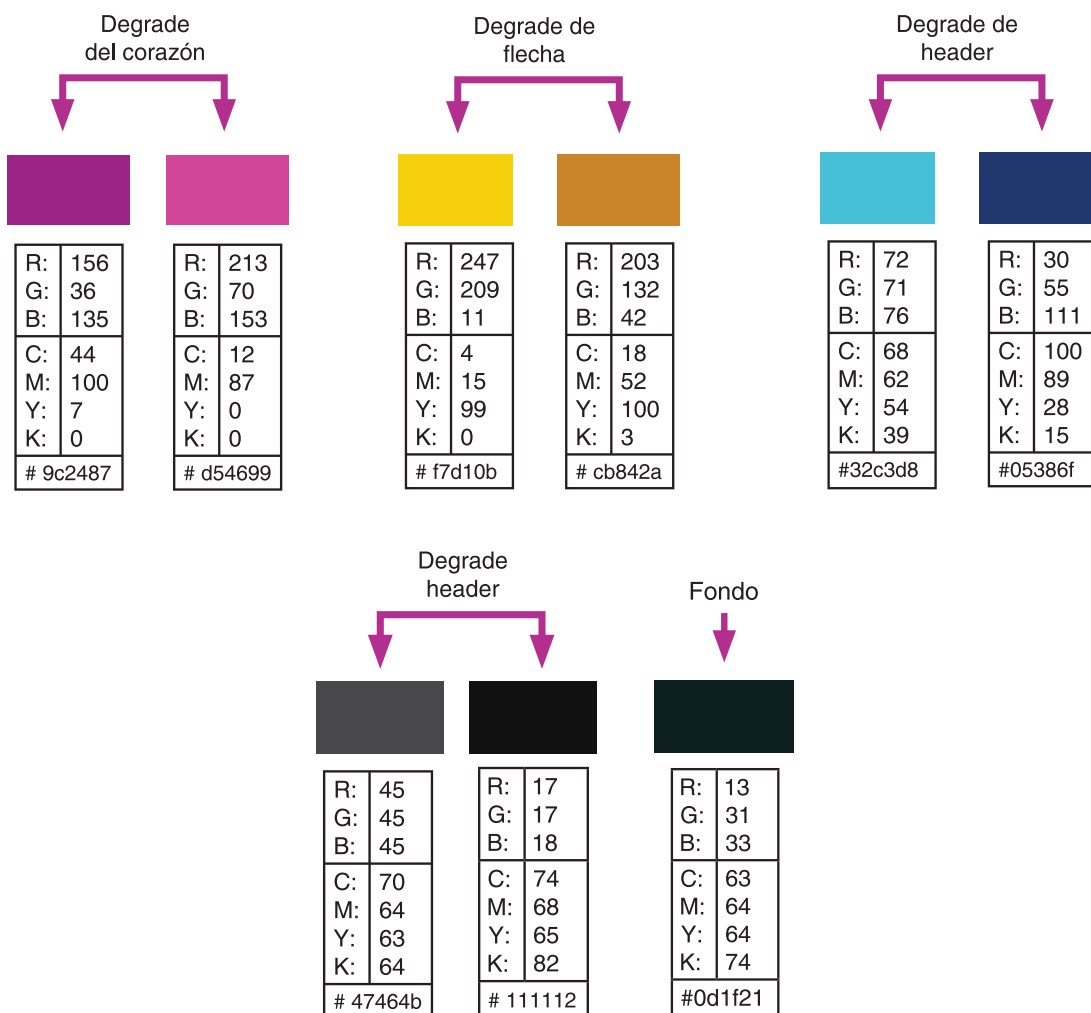
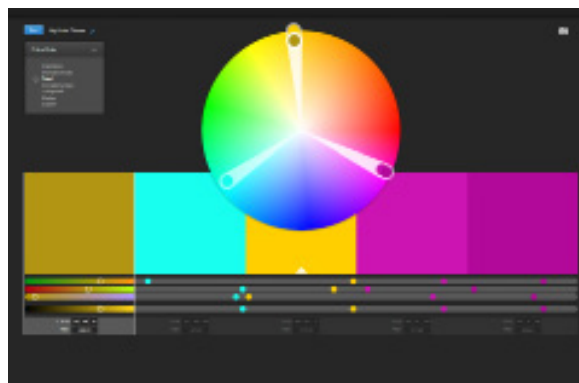
En la versión de móvil se modifica todo para que aparezca en forma vertical para mantener la línea de la página y porque en la resolución de estos dispositivos es más fácil para el usuario interactuar con botones grandes.

Color:

En el menú se utilizó un degrade de celeste a un azul más oscuro para realizar una triada con los colores Institucionales, que son el amarillo y el magenta para que puedan tener un contraste, como complemento en el header y footer se utilizó el degrade de color gris a negro para darle neutralidad a la combinación de colores.

En el cuerpo de la página se utilizó un fondo blanco y en el fondo un verde oscuro para que el espacio del contenido este limpio, pueda resaltar y no fatigue la vista del usuario.

triada de colores



Tipografía:

La tipografía utilizada para los titulares es **Lobster 1.4**, que es una tipografía curva que mantiene la formalidad de sitio pero a su vez le da dinamismo y crear un atractivo para el usuario, utiliza un color azul para que pueda tener contraste de color con el resto del sitio.

La familia tipográfica que se utiliza en el resto de la página es de Helvetica, por sus trazos rectos es muy legible y no cansa la lectura. Se utiliza en cursiva y color azul aquellos textos que sirven como vínculos dentro del sitio.

Ejemplo de texto en el sitio web

Maratón

Debido a que las escuelas rurales carecen de los recursos necesarios para el desarrollo físico y mental de los niños...

[Leer más](#)

Helvetica:

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Helvetica Bold:

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Lobster 1.4

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Títulos

Texto
Cuerpo

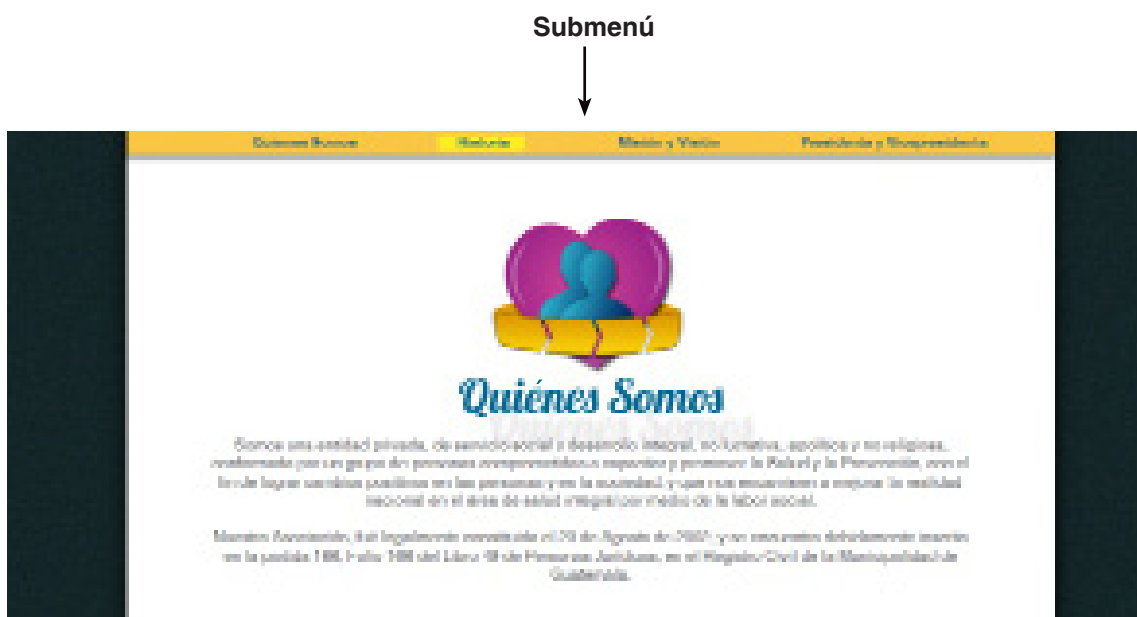


R:	412
G:	104
B:	144
C:	92
M:	56
Y:	27
K:	4
# 046792	

R:	45
G:	45
B:	45
C:	70
M:	64
Y:	63
K:	64
# 47464b	

Interactividad:

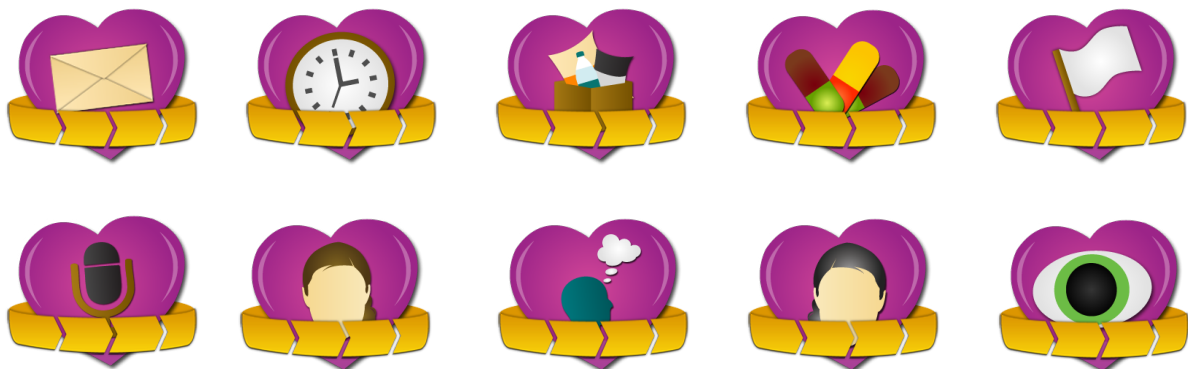
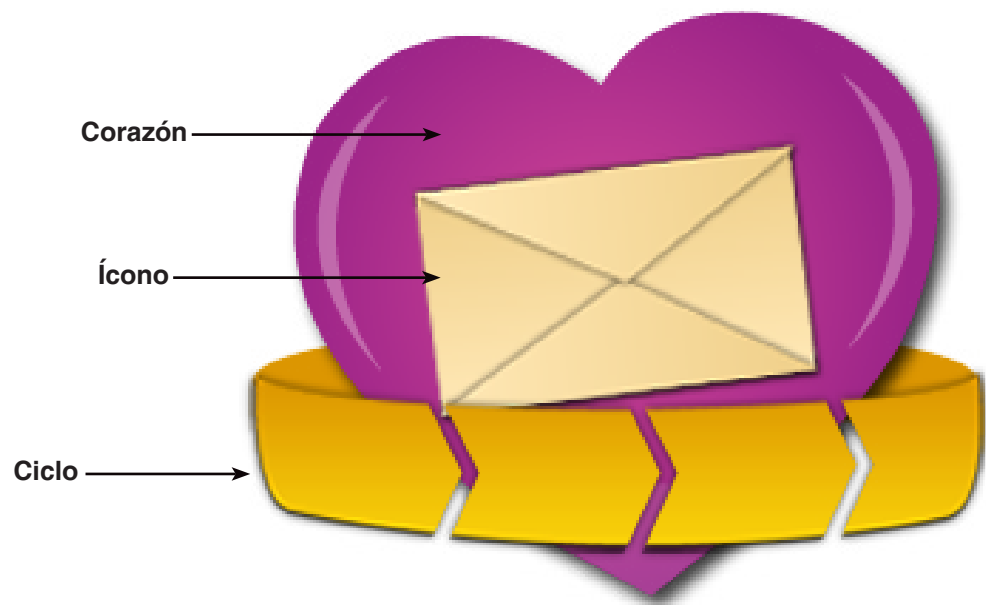
La estructura de la página está hecha para que el usuario pueda navegar dentro de ella de una forma sencilla y práctica, en la cual la información aparece en forma vertical, separándose por secciones mediante una línea, esto se debe a que en las páginas donde hay mucha información aparece un submenú en el cual el usuario puede dar click en la sección que más le interese y la página se desplazará hasta la sección deseada, el uso de un desplazamiento vertical es por la tendencia de responsive en la cual este modelo se adecuará a cualquier dispositivo móvil con el que una persona puede interactuar mediante este desplazamiento.



Iconografía:

Se utilizó el corazón del logotipo de la institución como un módulo para posicionar los elementos icónicos de cada sección, con un anillo de flechas que asemejan a un ciclo, eso para reforzar el concepto creativo: “Empecemos el ciclo”.

La utilización de Ilustraciones en la iconografía es para atraer la atención del usuario, que pueda captar fácilmente el mensaje que se le desea transmitir y se interese en la información que se le expone, así también es para poder mantener una línea gráfica y la unidad visual del sitio web.



Capítulo V:

Conclusiones

Lecciones aprendidas



Conclusiones:

El grupo objetivo evidenció mediante el proceso de validación de la página web una gran aceptación sobre el diseño y funcionalidad del sitio, a su vez expresaron que se sintieron motivados a poder contribuir con la labor social que realiza la Asociación.

Los empresarios indicaron en la validación que el poder visualizar el sitio desde cualquier dispositivo hacía más atractivo al sitio y que con ello podían acceder a la información con mayor facilidad.

Lecciones aprendidas:

Las dificultades que se encontraron en la elaboración del sitio es que no se estaba suficientemente capacitado para poder realizar un sitio que fuera adaptativo, por ello se tuvo que realizar un proceso de investigación amplio para aprender técnicas de cómo poder desarrollar el sitio.

La planificación del proyecto es de suma importancia y que de realizarlo adecuadamente se evitan las dificultades que se manifiestan a final de semestre.

La oportunidad de ayudar a las ONG'S nos permiten poder comprender su labor social y poder ayudar a su causa ya que en su mayoría carecen de recursos y presupuesto para divulgar lo que realizan, y es algo que nos ayuda a nosotros no solo como profesionales si no humanitariamente.

Lineamientos para la puesta en práctica:

Presupuesto.
Lineamientos.



Presupuesto de un sitio web adaptativo:

A continuación se describe lo que incluye y el valor total del desarrollo del sitio:

Slideshows.
links de redes sociales.
Iconografía.
1 Página principal.
3 páginas secundarias:
1) Quienes somos.
2) Servicios.
-1 galería de fotos.
3) Contacto.
-Formulario para contactar a la ONG.
-Google Maps.

Diseño y maquetación: **Q. 9,500.00 + IVA**

Mantenimiento por mes: **Q. 700.00 + IVA**

Los costos del diseño y estructuración del sitio web fueron un aporte del Ejercicio Profesional Supervisado de la Escuela de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Hosting y dominio con la empresa Global Net Café por un año.

Dominio: GRATIS.

Espacio Disco: 400 MB.

Transferencia Mensual: Sin límite.

Cuenta de correo: 15.

Hosting y dominio: **Q. 480.00 + IVA**

Total: **Q. 10,680.00 + IVA**

Recomendaciones técnicas:

El mantenimiento de la página sugiere no modificar la estructura del sitio ya que se realizó un estudio para respaldar el uso de la misma, los cambios que se sugieren que se puedan implementar son en cuanto a: modificación de algún texto, cambiar alguna imagen.

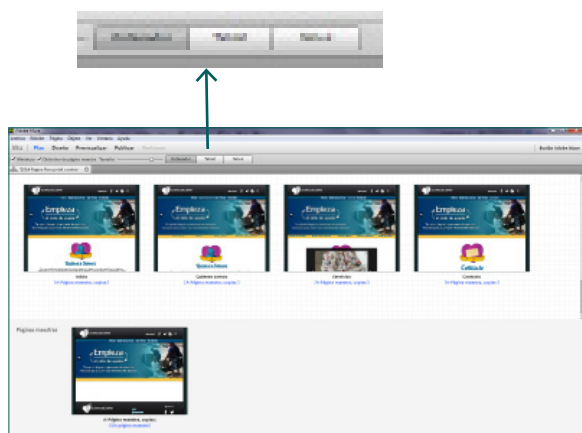
Para el mantenimiento del sitio web es necesario instalar los siguientes programas en la computadora de la asociación: Adobe Muse para la edición de la página

web y Filezilla para cargar la página al servidor. También se deben de instalar las fuentes que requiere la página para poder modificarla.

Las modificaciones que se implementen dentro del sitio hay que realizarlas en los 3 modos de visualización: Ordenador, Tablet y Móvil. Para realizar esto el programa nos da las 3 opciones entre las cuales se puede interactuar mediante el uso de pestañas.

Una vez instalado el programa de adobe muse se procede a abrir el archivo **2014 Página Fuerza del cambio.Muse**.

Archivo .Muse



Mapa del sitio

El cual muestra una interfaz en donde se puede visualizar el mapa del sitio de las tres formas en que se pueden trabajar el sitio web: Ordenador, Tablet y Móvil. Se empieza por el ordenador el cual abre automáticamente, allí se decidirá en que página se encuentra el elemento que se desea modificar, se le da doble click encima de la página para abrir el editor del sitio

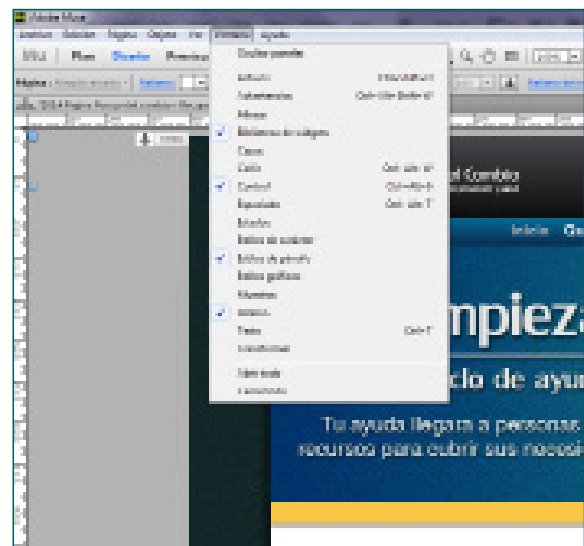
Para entender la interfaz se explicará en que consiste cada sección:

Panel de Herramientas: es donde están todas las herramientas para modificar objetos, textos e imágenes dentro de nuestra página.

Panel de edición



Para poder utilizar algún panel de edición de elementos hay que ir al panel de herramientas, hay que seleccionar la opción **ventana** y luego el panel que se necesita modificar.

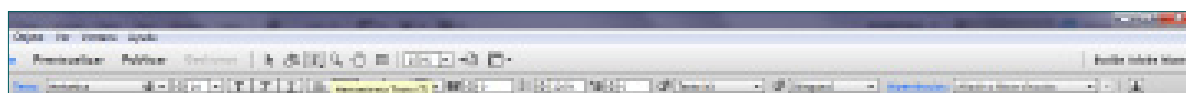
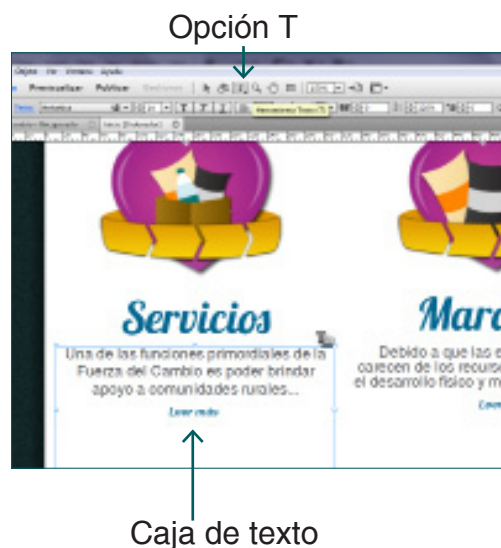


Modificación de texto:

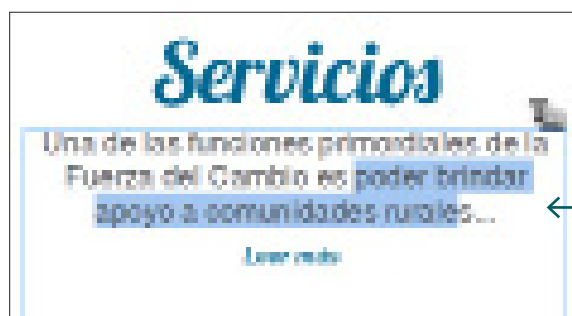
Los textos de la asociación están divididos de la siguiente manera:

- H1 Titulares
- H2 Subtítulos
- H3 Cuerpo de texto

Los textos de la página están dentro de cajas o contenedores, para poder modificarlo hay que ir a la barra de herramientas y seleccionar la opción de **T**:



Nota: al seleccionar una opción en la barra de herramientas estas cambian automáticamente en la última barra que sirve para poder editar los objetos.



Una vez seleccionado hay que dar un click cerca del texto que se desea modificar y ya se borra o escribe.

Este cambio se debe de efectuar en las páginas de tablet y móvil.

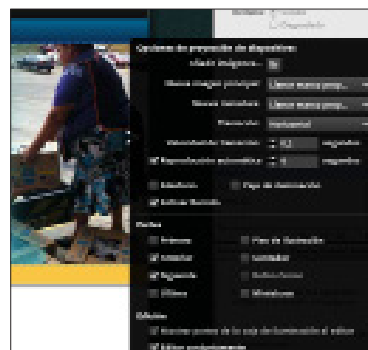
Modificación de imágenes:

Para editar una imagen en el banner principal se debe de generar una imagen con las siguientes medidas en cualquier editor de imágenes: 960 pixeles de ancho por 312 de alto, a 72 pixeles de resolución con una extensión **.jpg** y no mayor a un tamaño de 800 kbs.

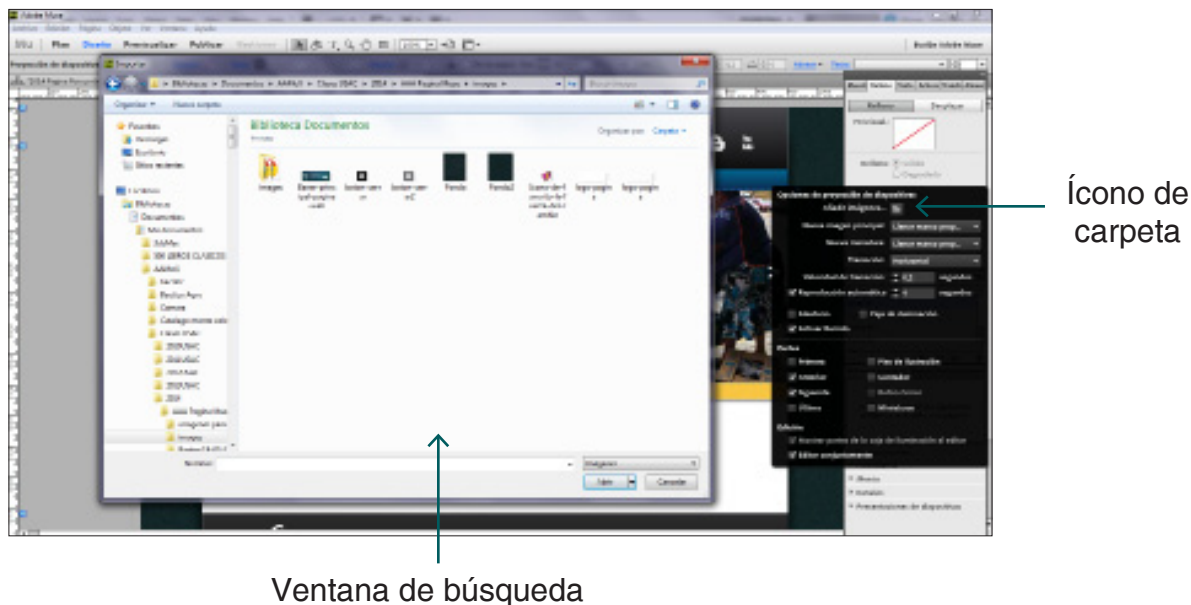
Para agregar una imagen hay que posicionarse en la barra de herramienta donde hay que seleccionar la **herramienta de selección**, dar doble click sobre las fotografías, esto mostrará un recuadro, hay que posicionarse en la parte superior derecha del marco de las imágenes y dar un click en el **ícono azul**:



Esto despliega un menú en el cual se puede modificar los elementos de visualizador de fotografías:



Para agregar una imagen nueva hay que dar un click en el **ícono de carpeta**, esto despliega una ventana donde hay que buscar en donde esta ubicada la imagen, al hacer esto mostrará la nueva fotografía, esto introducirá la imagen dentro del cuadro asignado para las fotografías:

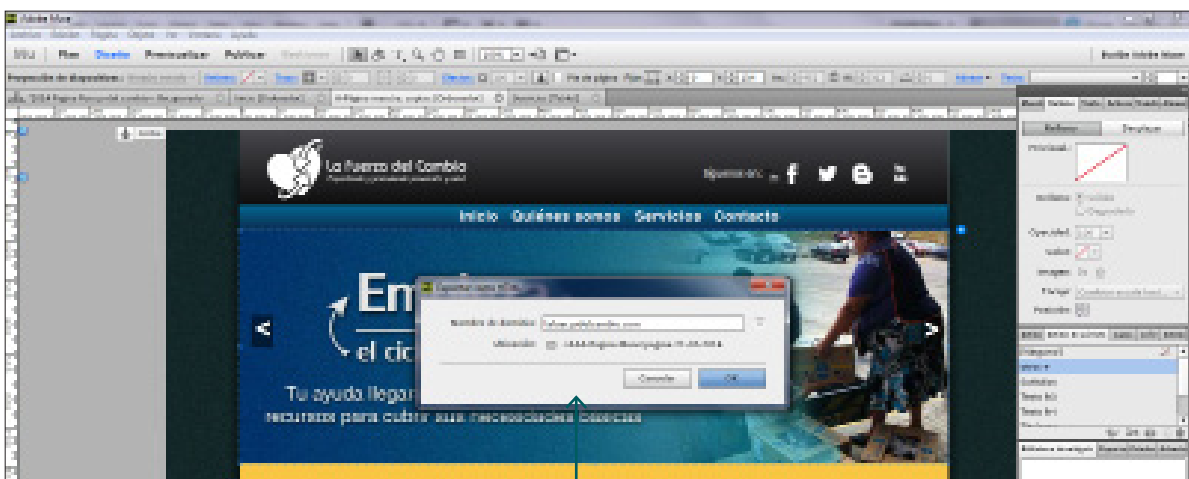


Para agregar una imagen en la galería fotográfica se debe de crear una imagen para la versión del ordenador y de tablet con una resolución de: 467 pixeles de ancho por 349 de alto, a 72 pixeles de resolución con una extensión **.jpg** y no mayor a un tamaño de 40 kbs.

Para la versión de teléfono: 324 pixeles de ancho por 243 de alto, a 72 pixeles de resolución con una extensión **.jpg** y no mayor a un tamaño de 40 kbs. Y se agrega igual que en el banner.

Exportar los HTML

Cuando ya estén realizados los cambios vamos a exportar la página para poderla cargar al dominio, hay que ir a la opción de **Archivo** y le damos **exportar como html**, al hacer click desplegará un cuadro de diálogo en donde se debe de especificar donde se quiere guardar las páginas, dar click en aceptar y exporta los archivos.



Cuadro de diálogo

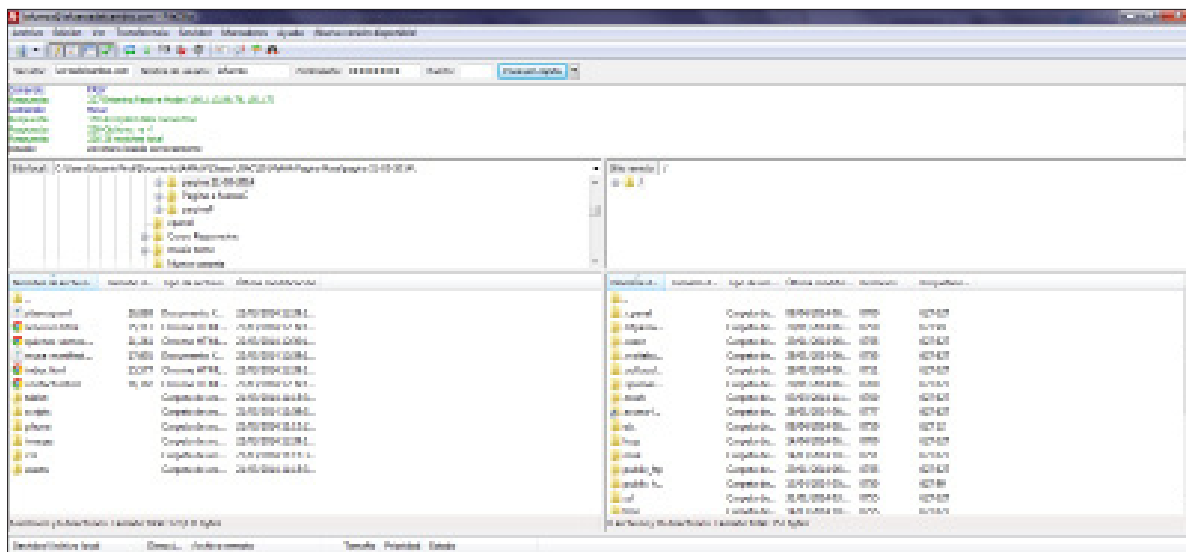
Subir la página web al servidor

Para subir la página hay que abrir el programa **Filezilla** en el cual hay que introducir la siguiente información:

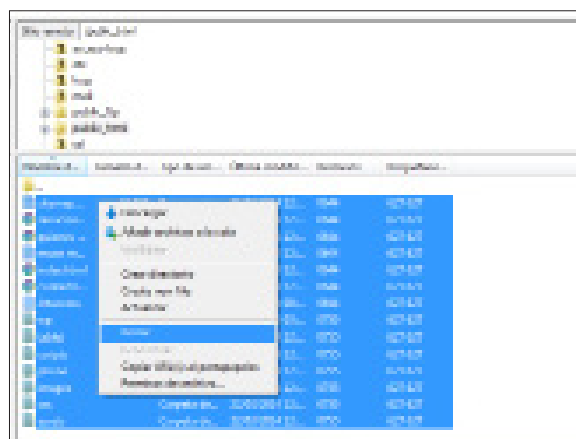
Servidor:
Nombre de usuario:
Contraseña:
Puerto:



Luego de introducir la información hay que hacer click en **conexión rápida** y hay que esperar unos segundos a que se conecte con el servidor.

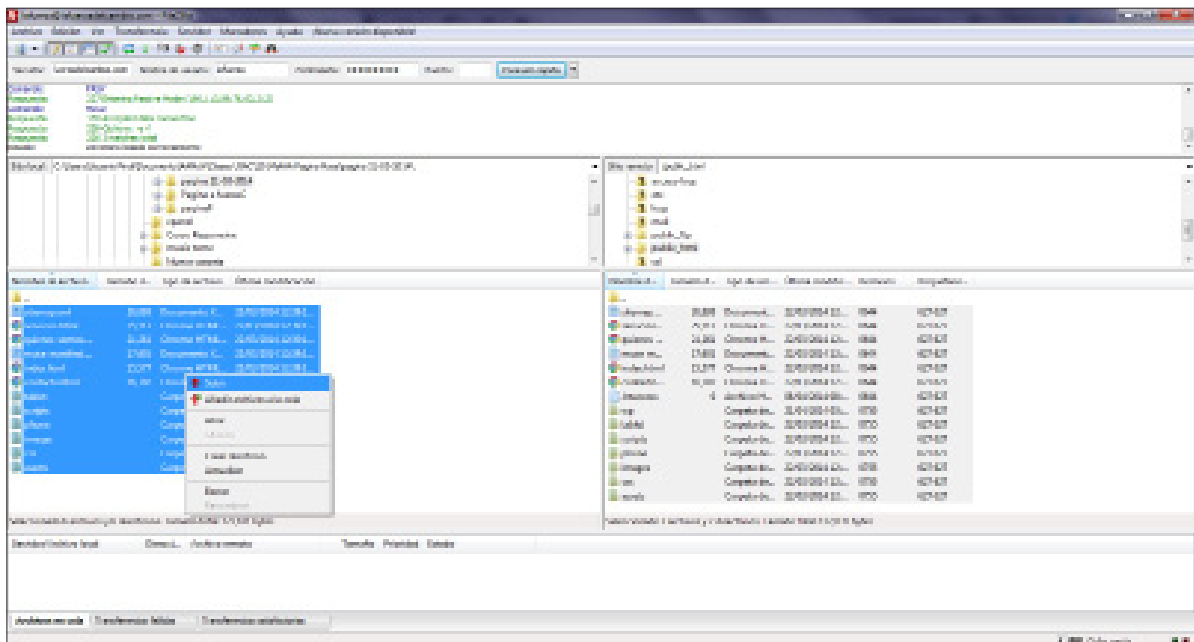


Cuando ya se halla conectado al servido se procede a ingresar en el cuadro del lado derecho y buscamos la carpeta **public_html** damos un click y esperamos a que ingrese, al estar adentro de la carpeta borramos todos los archivos que estén adentro seleccionando todo y dando click derecho y seleccionando la opción de **borrar**.



Luego se procede a buscar la carpeta en la que se guardaron los **html** en el cuadro del lado derecho, luego se selecciona todo, dar click derecho y luego en la opción **subir** (siempre dentro de la carpeta **public_html**), esto puede tardar algunos minutos.

Cuando ya se halla cargado se desconectara del servidor, luego se procede a salir del programa y entra al sitio en el buscador: lafuerzadelcambio.com y procedemos a revisar nuestro sitio web.



El dominio y hosting fueron adquiridos con la empresa Global Net Café, en el cual se cuenta con servicio de 24 horas para cualquier consulta de soporte técnico del hosting.

Bibliografía



Behocaray, Grisel. (s.f.) *Diseño Multimedia. Conectar Igualdad*. Recuperado de: http://competenciastic.educ.ar/pdf/disenio_multimedia_1.pdf

Buitrago, Jorge. (27 de mayo de 2011) *¿Qué es Drupal?* Recuperado de: <https://groups.drupal.org/node/148379>

CEPAL/UNICEF TACRO (2010, diciembre). *Pobreza infantil en América Latina y el Caribe*. Recuperado de: <http://www.cepal.org/cgibin/getProd.asp?xml=/publicaciones/xml/6/42796/P42796.xml&xsl=/dds/tpl/p9f.xsl&base=/dds/tpl/top-bottom.xsl>

Editorial, S. (2012, 25 de julio). *Penúltimo lugar en desarrollo humano en América Latina*. Siglo 21. Recuperado de: <http://www.s21.com.gt/nacionales/2012/11/13/aumenta-cifra-ninos-abandono>

INCAP (s.f.) *Desnutrición Crónica*. Recuperado de: <http://www.incap.int/index.php/es/areas-tematicas/nutricion-y-sus-determinantes/desnutricion-cronica>

Index Mundi (s. f.). *Guatemala Perfil Población 2012*. Recuperado de: http://www.indexmundi.com/es/guatemala/poblacion_perfil.html

Inegocios (s.f.). *Que es una página web* Recuperado de <http://www.wevxs.com/inegocios/paginas-web/que-es-una-pagina-web/>

Investic (14 de septiembre de 2011) *¿Qué es un CMS o Gestor de Contenidos?*. Recuperado de <http://www.investig.net/node/90>

La Web del Emprendedor (s.f.) *Clasificación de las Organizaciones*. Recuperado de <http://www.investig.net/node/90>

La Fuerza del Cambio (s. f.). *La Fuerza del Cambio Organización no Gubernamental*. Recuperado de: <http://lafuerzadelcambio.wix.com/la-fuerza-del-cambio>

Media Club (s.f.) *Qué es un video corporativo*. Recuperado de: http://www.medioclub.com.mx/Videos_Corporativos_Toluca.html

Méndez Villaseñor, C. (s.f.). *Niños de Guatemala, entre los más pobres de la región latinoamericana*. El Periodico. Recuperado de: <http://www.elperiodico.com.gt/es/20110614/pais/196786/>

Páginas Amarillas Cantv (s.f.) *Wordpress: ¿Qué es y para qué sirve?*. Recuperado de: http://www.pac.com.ve/index.php?option=com_content&view=article&id=10594:wordpress-ique-es-y-para-que-sirve&catid=56:computacion&Itemid=79

Programa para las Naciones Unidas para el Desarrollo (2,011) *Cifras para el desarrollo Humano*. Guatemala, Guatemala. Recuperado de: http://www.desarrollohumano.org.gt/fasciculos/cifras_v4.html

Publicitario (s.f.) *Publicidad vs Propaganda*. Recuperado de: <http://publicitado.com/publicidad-vs-propaganda/>

UNICEF (s.f.) *Donaciones Individuales*. Recuperado de: http://www.unicef.org/guatemala/spanish/support_2419.htm

UNICEF Guatemala (s. f.). *Años de la escuela primaria*. Recuperado de: <http://www.unicef.org/guatemala/spanish/nutrition.html>

Anexos



Glosario:

Ancho De Banda: (Bandwith) Término técnico que determina el volumen de información que puede circular por un medio físico de comunicación de datos, es decir, la capacidad de una conexión. A mayor ancho de banda, mejor velocidad de acceso; más personas pueden utilizar el mismo medio simultáneamente. Se mide en Hertz o bps (bits por segundo), por ejemplo 32 kbps, 64 kbps, 1Mbps, etc.

Banner: Aviso publicitario que ocupa parte de una página Web, en general ubicado en la parte superior al centro. Haciendo un click sobre él, se puede llegar al sitio del anunciante. De este modo, los banners en general se cobran en base a los click-throughs que se obtienen.

Buscador: (Search) Herramienta que permite ubicar contenidos en la Red, buscando en forma booleana a través de palabras clave. Se organizan en buscadores por palabra o índices (como Lycos o Infoseek) y buscadores temáticos (como Yahoo!). Dentro de estas dos categorías básicas existen cientos de buscadores diferentes, cada uno con distintas habilidades o entornos de búsqueda (por ejemplo, sólo para médicos, para fanáticos de las mascotas o para libros y revistas).

Cache: Almacenamiento intermedio o temporario de información. Por ejemplo, un navegador posee un cache donde almacena las últimas páginas visitadas por el usuario y, si alguna se solicita nuevamente, el navegador mostrará la que tiene acumulada en lugar de volver a buscarla en Internet. El término se utiliza para denominar todo depósito intermedio de datos solicitados con mayor frecuencia.

Dirección electrónica: Serie de caracteres que identifican un servidor (por ejemplo, www.supernet.com.mx) una persona (e_soule@supernet.com.mx) o un recurso (un sitio web como <http://www.supernet.com.mx/info.html>) en Internet. Se componen de varias partes de longitud variable. Las direcciones son convertidas por

los DNS en los números IP correspondientes para que puedan viajar por la Red.

Dirección IP: La dirección IP de una máquina conectada a Internet es un número que identifica unívocamente a esa máquina (es decir, tan sólo esa máquina tiene ese número). Las direcciones IP constan de cuatro números que van del 0 al 255, y que se representan por dígitos decimales separados por puntos, como 123.456.1.1. Como estos números son difíciles de recordar, a cada máquina se le asigna también un nombre, su nombre de dominio.

DNS: (Domain Name System/Server, Servidor de nombres de dominios) Sistema de computadoras que se encarga de convertir (resolver) las direcciones electrónicas de Internet (como www.supernet.com.mx) en la dirección IP correspondiente y viceversa. Componen la base del funcionamiento de las direcciones electrónicas en Internet y están organizados jerárquicamente.

Dominio: El dominio, o más propiamente nombre de dominio, es uno de los conceptos básicos de Internet. Está muy relacionado con las direcciones IP, y su función es identificar unívocamente cada máquina conectada a Internet con un nombre que sea más fácil de recordar (para un humano) que una dirección IP. Un nombre de dominio está compuesto de varias partes que suelen dar una idea de la localización física de la máquina.

Download: Es el proceso de bajar (traer) un archivo desde algún lugar en la Red a la computadora de un usuario. (Up-load, el proceso inverso).

E-mail: Servicio de Internet que permite el envío de mensajes privados (semejantes al correo común) entre usuarios. Basado en el SMTP. Más rápido, económico y versátil que ningún otro medio de comunicación actual. También utilizado como medio de debate grupal en las mailing lists.

Enlaces: (Links) Conexiones que posee un documento de la Web (escrito en HTML). Un enlace puede apuntar a referencias en el mismo documento, en otro docu-

mento en el mismo site; también a otro site, a un gráfico, video o sonido.

Freeware: Política de distribución gratuita de programas. Utilizada para gran parte del software de Internet. En general, estos programas son creados por un estudiante o alguna organización (usualmente una Universidad) con el único objetivo de que mucha gente en el mundo pueda disfrutarlos. No son necesariamente sencillos: muchos de ellos son complejos y han llevado ciento de horas de desarrollo. ejemplos de freeware son el sistema operativo Linux (un Unix) o el PGP (Pretty Good Privacy, un software de encriptación), que se distribuyen de este modo.

FTP: (File Transfer Protocol, Protocolo de Transferencia de Archivos) Es un servicio de Internet que permite transferir archivos (upload y download) entre computadoras conectadas a Internet. Método por el cual la mayoría del software de Internet es distribuido.

Home Page: (Página principal o de entrada) Página de información de la Web, escrita en HTML. En general, el término hace referencia a la página principal o de acceso inicial de un site.

Host: Actualmente, sinónimo de SERVIDOR, y también se le conoce a los servidores que albergan como "HOST" a una o varias Páginas, pudiendo tener estas un nombre de dominio distinto a la del HOST en que se encuentren.

Hostname: Denominación otorgada por el administrador a una computadora. El hostname es parte de la dirección electrónica de esa computadora, y debe ser único para cada maquina conectada a Internet. Por ejemplo "supernet"

HTML: (Hypertext Markup Language, Lenguaje de Marcado de Hipertextos) Lenguaje que define textos, subgrupo del SGML, destinado a simplificar la escritura de documentos estándar. Es la base estructural en la que están diseñadas las páginas de la World Wide Web. Su definición está a cargo del Web Consortium.

HTTP: (Hypertext Transfer Protocol, Protocolo de Transferencia de Hipertexto) Es el mecanismo de inter-

cambio de información que constituye la base funcional de la World Wide Web.

Ícono: Dibujo, por lo general pequeño y de imagen fácilmente reconocible, y que normalmente sirve para activar un enlace.

Interactivo: Es aquel elemento (de una página Web o de un programa) que responde a las acciones del usuario.

Interfaz: Sistema de comunicación de un programa con su usuario; la interfaz comprende las pantallas y los elementos que informan al usuario sobre lo que puede hacer, o sobre lo que está ocurriendo.

Internet: Denomina a un grupo interconectado de redes locales, que utilizan un mismo protocolo de comunicación.

IP: (Internet Protocol) Protocolo de Internet definido en el RFC 791. Confirma la base del estándar de comunicaciones de Internet. El IP provee un método para fragmentar (deshacer en pequeños paquetes) y rutear (llevar desde el origen al destino) la información. Es inseguro, ya que no verifica que todos los fragmentos del mensaje lleguen a su destino sin perderse por el camino. Por eso se complementa con el TCP.

ISDN: (Integrated Services Data Networks) Tecnología rápida de conexión para líneas dedicadas y transmisión de datos. Se utiliza para tener acceso a Internet o a una videoconferencia. Si bien esta tecnología existe hace varios años, aún se encuentra poco difundida.

Java: Lenguaje de programación creado por Sun Microsystems. Desde su aparición, java se perfila como un probable revolucionario de la Red. Como lenguaje es simple, orientado a objetos, distribuido, interpretado, robusto, seguro, neutral con respecto a la arquitectura, portable, de alta performance, multithreaded y dinámico. Java es un lenguaje de programación, un subset de C++. Subset, porque algunas instrucciones (como las que tienen que ver con la administración de memoria) no se pueden usar. Seguro, porque agrega caracterís-

ticas de seguridad a los programas. Un applet de Java se baja automáticamente con la página Web y es compilado y ejecutado en la máquina local. Permite, entre otras cosas, agregar animación e interactividad a una página Web, pero su característica más importante es que un programa escrito en Java puede correr en cualquier computadora.

Javascript: Lenguaje de Scripts para utilizar en páginas Web desarrollado por Nets.

LAN: (Local Area Network, Red de Area Local) Red de computadoras interconectadas, distribuida en la superficie de una sola oficina o edificio. También llamadas redes privadas de datos. Su principal característica es la velocidad de conexión.

Link: Enlace.

LOGIN: Proceso de seguridad que exige que un usuario se identifique con un nombre (user-ID o nombre de usuario) y una clave (password o contraseña), para poder acceder a una computadora o recurso.

Mailing Lists: (Lista de interés) Modo de distribución de e-mail grupal. Mecanismos de debate grupales entre distintas personas interesadas en un determinado tema. Similares en concepto a los NewsGroups, pero no es necesario utilizar un servidor especial ya que los mensajes son recibidos por el usuario como correo electrónico.

Mapa de Sitio: es una lista de las páginas de un sitio web.

Modem: Dispositivo que se utiliza para transferir datos entre computadoras a través de una línea telefónica. Unifica la información para que pueda ser transmitida entre dos medios distintos como un teléfono y una computadora. La velocidad del módem se mide en una unidad llamada baudios (bits por segundo), por ejemplo 56.600 baudios. Cuanto más rápido es el módem, más datos pueden viajar por el en menos tiempo.

Multimedia: Combinación de varias tecnologías de presentación de información (imágenes, sonido, anima-

ción, video, texto) con la intención de captar tantos sentidos humanos como sea posible. Previamente a la existencia de la multimedia, el intercambio de información con las computadoras estaba limitado al texto. Luego, con el nacimiento de las interfaces de usuario gráficas y los desarrollos en video y sonido, la multimedia permitió convertir el modo de comunicación entre personas y dispositivos aumentando la variedad de información disponible. El uso de la multimedia fue la razón principal por la que la World Wide Web facilitó la difusión masiva de Internet.

Navegación: La exploración de una obra en hipertexto, como una página Web, saltando de un punto a otro de la página, o de una página a otra según los deseos del usuario.

Página Web: es la unidad mínima de información en el WWW. Cada vez que pulsa un enlace o especifica una dirección, se carga un fichero que se le muestra en pantalla. Este fichero, llamado página, puede contener imágenes, enlaces a otras páginas, textos... puede ser tan pequeño como unas pocas líneas, o tan grande como esta (y más).

Servidor: en una estructura cliente-servidor, se llama servidor a un programa que ofrece una serie de servicios, a los cuales se suele acceder por medio de programas especiales llamados clientes. Por ejemplo, a un servidor FTP, situado en un ordenador en cualquier lugar de la red se accede mediante programas FTP clientes, que son los que disponemos en nuestro ordenador. Por extensión, se suele llamar servidor también al ordenador en el que están situados estos programas.

SERVIDOR DE NOMBRES: es la máquina que traduce las direcciones de Internet en forma de texto a direcciones IP.

Spamming: se llama así al envío masivo de mensajes de correo no solicitados, por lo general de carácter comercial, a varias listas de correos, grupos de noticias, o a listas de usuarios que pueden alcanzar miles de personas.

TAG: se llama así a cada uno de los elementos del lenguaje HTML.

URL: Uniform Resource Location. Estandar de identificación de un recurso de cualquier tipo (ftp, web, telnet, news...) en Internet. Consta de un identificador de recurso, una dirección y el recurso en sí: directorio en que está, grupo de news, fichero... Por ejemplo: <http://www.xe1rcs.org.mx/index.html> identifica un recurso HTML (<http://>) situado en la dirección www.xe1rcs.org.mx, que es el fichero [index.html](#), correspondiente a la homepage del proveedor [xe1rcs](#).

Usuario: Es un individuo que utiliza una computadora, sistema operativo, servicio o cualquier sistema.

Webmaster: Suele llamarse así al administrador de sistema de un sitio o servidor, el cual es el encargado y responsable del mismo, además de ser en muchos casos el que de formato y mantenimiento a las páginas contenidas en el.

WWW: World Wide Web. También conocido simplemente como el Web, es uno de los servicios más populares de Internet. Combina texto con gráficos, imágenes, animaciones e incluso música, enlazados entre sí de tal manera que facilita la navegación por la información dispersa en todo Internet. Se basa en el protocolo HTTP.

Fuentes consultadas:

EcuRed (s.f.) *Definición Usuario*. Recuperado de: [http://www.ecured.cu/index.php/Usuario_\(Inform%C3%A1tica\)](http://www.ecured.cu/index.php/Usuario_(Inform%C3%A1tica))

Google (s.f.) *¿Qué son los sitemaps?*. Recuperado de: <https://support.google.com/webmasters/answer/156184?hl=es>

Tripod (s.f.) *Glosario de términos más utilizados de internet*. Recuperado de: http://members.tripod.com/e_soule/tesis/glosario.html

Modelo de **encuesta** para entender cuanto conocen sobre la temática el grupo objetivo.

Encuesta	
Rango de edad:	
20-30	31-40 41-50 51-60
Número de integrantes de su núcleo familiar	

¿Ha realizado una donación alguna vez?	
Si	No
¿Qué tipo de donación ha hecho?	

¿Que lo motivo a realizar esa donación?	

Si su respuesta es no ¿que lo motivaría para realizar una donación?	

¿Conoce alguna institución que se dedique a gestionar donaciones de víveres?	

¿Conoce alguna institución que se dedique a gestionar donaciones de artículos de primera necesidad?	

¿Ha escuchado hablar alguna vez de la Asociación La Fuerza del Cambio?	
Si	No
Si su respuesta es no ¿Cómo le gustaría saber sobre esta Asociación?	
Redes sociales	Medios impresos

Modelo de la matriz que se implementó para evaluar las propuestas de sitio web.

		Principios a evaluar en el diseño / 10 pts.										
Nombre de la versión		Pertinencia	Legibilidad	Composición	Estilización	Uso de color	Tipografía	Identidad visual	Funcionalidad	Interactividad	Uso herramientas multimedia	RESULTADO / 100
1	Propuesta 1											
2	Propuesta 2											

Modelo de tabla para demostrar los resultados de la evaluación de las propuestas del sitio web.

		Principios a evaluar en el diseño / 10 pts.										
Nombre de la versión		Pertinencia	Legibilidad	Composición	Estilización	Uso de color	Tipografía	Identidad visual	Funcionalidad	Interactividad	Uso herramientas multimedia	RESULTADO / 100
1	Propuesta 1											
2	Propuesta 2											

Modelo de cuestionario que se implementó en el proceso de validación de la propuesta gráfica final sobre el sitio web.

Nombre: _____

Firma: _____

Página Web La Fuerza del Cambio

1. ¿Cuál es su impresión sobre el sitio web?
2. ¿Qué mensaje considera usted que desea transmitir?
3. ¿Qué elemento recuerda con más claridad?
4. ¿Recuerda haber visto algo similar anteriormente? (ejemplo)
5. ¿Le parece atractivo el diseño de la página?
6. ¿Es coherente el estilo de la página con el mensaje que quiere transmitir?
7. ¿Se alcanza a leer los textos del sitio web?
8. ¿Qué colores recuerda con más claridad?

Continuación del modelo de cuestionario que se implementó en el proceso de validación de la propuesta gráfica final sobre el sitio web.

10. ¿Estaría dispuesto a involucrarse con la labor social de la institución? ¿Por qué?

11. ¿Alguna información adicional debe contener para dar seguimiento a este movimiento?

12. ¿Considera que el sitio web es apto para su promoción?

13. ¿Alguna opinión que quiera agregar?

Fotografías:



Evaluación de propuestas web,
fotografía tomada por Mitzi Iturbide.



Evaluación de propuestas web,
fotografía tomada por Mitzi Iturbide.



Evaluación de propuestas web con el
Licenciado Axel Barrios, fotografía
tomada por Fernand Briones.



1era. Sesión de validación de la
propuesta final del sitio web, fotografía
tomada por Juan Ortiz.



2da. Sesión de validación de la
propuesta final del sitio web, fotografía
tomada por Liza Saravia.



2da. Sesión de validación de la
propuesta final del sitio web, fotografía
tomada por Alexander Alegria.



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala



**Facultad de
Arquitectura**
Universidad de San Carlos de Guatemala

Arquitecto
Carlos Valladares Cerezo
Decano Facultad de Arquitectura
Universidad de San Carlos de Guatemala

Señor Decano:

Por este medio hago constar que he leído y revisado el Proyecto de Graduación, previo a optar al Grado de Licenciado en Diseño Gráfico, Énfasis Informático Visual, del estudiante **MYNOR SMAYK ALEXANDER ALEGRÍA MONTERROSO**, carné **200821518**, titulado **“REESTRUCTURACIÓN DEL SITIO WEB DE LA ASOCIACIÓN LA FUERZA DEL CAMBIO”**

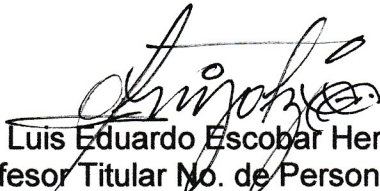
Dicho trabajo ha sido corregido en el aspecto ortográfico, sintáctico y estilo académico; por lo anterior, la Facultad tiene la potestad de disponer del documento como considere pertinente.

Extiendo la presente constancia en una hoja con los membretes de la Universidad de San Carlos de Guatemala y de la Facultad de Arquitectura, a los ocho días de agosto de dos mil catorce.

Agradeciendo su atención, me suscribo con las muestras de mi alta estima,

Atentamente,

Lic. Luis Eduardo Escobar Hernández
COL. No. 4509
COLEGIO DE HUMANIDADES


Lic. Luis Eduardo Escobar Hernández
Profesor Titular No. de Personal 16861
Colegiado Activo 4,509



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala



Facultad de
Arquitectura

“Reestructuración del sitio web de la Asociación La Fuerza del Cambio”

IMPRÍMASE

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo
DECANO

Licda. Lourdes Eugenia Pérez Estrada
ASESOR

Mynor Smayk Alexander Alegria Monterroso
SUSTENTANTE



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

ARQUITECTURA
Diseño Gráfico



“Id y enseñad a todos”

Presentado por: Mynor Smayk Alexander Alegría Monterroso

