



**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA  
PROGRAMA DE DISEÑO GRÁFICO**



**Diseño de sitio web, como herramienta  
publicitaria para la organización  
Hope World Wide Guatemala**

---

Proyecto de graduación presentado por:  
Madelyn Leonora Retana Albanés  
Previo a optar al título de  
Licenciatura en Diseño Gráfico con especialidad en Multimedia

Guatemala de la Asunción, Octubre de 2006.



**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA  
PROGRAMA DE DISEÑO GRÁFICO**



**Diseño de sitio web, como herramienta  
publicitaria para la organización  
Hope World Wide Guatemala**

---

Proyecto de graduación presentado por:  
Madelyn Leonora Retana Albanés  
Previo a optar al título de  
Licenciatura en Diseño Gráfico con especialidad en Multimedia

Guatemala de la Asunción, Octubre de 2006.



# índice

1. Nómina de autoridades .....	i
2. Dedicatoria .....	ii
3. Presentación .....	iii
4. Introducción .....	iv
5. Capítulo I: Introducción .....	1
6. Capítulo II: Perfil del cliente y grupo objetivo .....	9
7. Capítulo III: Conceptos fundamentales .....	16
8. Capítulo IV: Concepto de Diseño y Bocetaje .....	36
9. Capítulo V: Comprobación de eficacia y propuesta gráfica fundamentada ..	54
10. Conclusiones .....	86
11. Lineamientos para la puesta en práctica de la propuesta .....	89
12. Bibliografía y fuentes de consulta .....	92
13. Glosario .....	93
14. Anexos .....	97



## **NÓMINA DE AUTORIDADES**

### **JUNTA DIRECTIVA FARUSAC**

Decano: Arq. Carlos Valladares Cerezo  
Vocal I: Arq. Jorge Arturo González Péñate  
Vocal II: Arq. Raúl Estuardo Monterroso Juárez  
Vocal III: Arq. Jorge Escobar Ortiz  
Vocal IV: Br. Pooll Enrique Polanco  
Vocal V: Br. Eddy Alberto Popa Ixcot  
Secretario: Arq. Alejandro Muñoz Calderón

### **TRIBUNAL EXAMINADOR**

Decano: Arq. Carlos Valladares Cerezo  
Secretario: Arq. Alejandro Muñoz Calderón  
Examinador: Lic. Américo Santizo  
Examinador: Licda. Wendy Herrera  
Examinador: Arq. Brenda Penados

### **ASESOR DE TESIS**

Lic. Américo Santizo  
Licda. Wendy Herrera  
Arq. Brenda Penados



## **DEDICATORIA**

### **A DIOS:**

Porque cada día me abre las puertas iluminando mi vida con luz de esperanza, de paz y de amor.

### **A MIS PADRES:**

Alicia de Retana y Abelardo Retana por su amor incondicional y apoyo en todas las actividades de mi vida.

### **A MIS HERMANOS:**

Vivian y Rony por demostrarme su apoyo en todo momento.

### **A MIS ABUELOS:**

Cándida Ortiz de Albanes, Elías Albanes, Francisca de Retana, Anselmo Retana Q.E.P.D

### **A MIS TIOS Y TIAS:**

Quienes me han brindado su cariño y apoyo.

### **A MIS PRIMOS:**

Con especial cariño.

### **A MI NOVIO:**

Gonzalo Escobar por su amor y su comprensión.

### **A MIS AMIGOS:**

Por los momentos agradables compartidos, especialmente a Evelyn Montenegro, por su cariño y amistad incondicional.



# Presentación:

El contenido de este proyecto se basa en el aporte de un diseño para sitio web a la institución Hope World Wide Guatemala, con el motivo de dar a conocer la labor que realizan en la sociedad guatemalteca y motivar a posibles donantes y patrocinadores para los proyectos de desarrollo de dicha institución. Logrando un concepto gráfico de impacto visual y la funcionalidad de informar, recordar y persuadir la sensibilidad pública que la institución utiliza por medio de una página web, medio importante para proyectarse a nivel nacional e internacional generando confianza, credibilidad y mayor oportunidad para obtener recursos.



## Introducción:

Los avances tecnológicos en el campo de la informática, aplicados a las comunicaciones, ofrecen a través de la Internet un sistema versátil que permite navegar y a través de ello, dialogar, recibir y enviar información, hacer transacciones y una innumerable cantidad de actividades. Es una alternativa para cualquier tipo de empresa que lo utilice como un medio divulgativo de acuerdo a los objetivos de las mismas.

Como un medio factible para las organizaciones no Gubernamentales (ONGs) entes no lucrativos dedicados a impulsar el desarrollo económico, social y ambiental del país mediante la ejecución de programas específicos: tienen un compromiso con el mejoramiento de las condiciones de vida de las comunidades más necesitadas en el país; se basan principalmente unas en fortalecer la organización y gestión comunitaria, y otras en conservar el ambiente y los recursos naturales.

Últimamente se ha generado un crecimiento de este tipo de entes, pero no todas gozan de credibilidad y tienen limitantes para poder obtener recursos financieros.

Esta situación se debe a que las ONGs han descuidado el manejo de un concepto de imagen institucional, que reflejen lo que son, probablemente por no contar con una asesoría adecuada en el área.

La ONG, Hope World Wide Guatemala, necesita ser conocida en forma individual, por su área de trabajo, por su especialidad y por todos los aspectos que contribuyen a proyectar una imagen, la cual le pueda dar credibilidad, confianza a los entes donantes, cooperantes, beneficiarios etc, y así mayor oportunidad de obtener recursos. Por eso surge la necesidad de crear un material virtual como lo es una página web para dicha institución, que les permita tener una carta de presentación a nivel local e internacional para dar a conocer su labor social y lo más importante, que puedan captar donantes y patrocinadores para seguir creciendo en las áreas de educación, salud y asistencia social en las áreas de extrema pobreza del departamento de Guatemala.

Para ello se ha realizado una estrategia creativa y un estudio teórico- conceptual mediante el uso del método



de cuatro etapas, el cual se acopló al presente proyecto. Técnicas y procedimientos adecuados en la elaboración de la página web planteada, para que cumpla con el objetivo del proyecto. Con ésto se ha logrado un material que ofrece un concepto gráfico planificado dando como resultados un medio de comunicación constante e interactivo y una carta de presentación a la institución Hope World Wide Guatemala.

El presente trabajo se realizó gracias a la Universidad de San Carlos, que nos brindó la oportunidad de pertenecer a la Licenciatura de Diseño Gráfico, y a la institución Hope World Wide Guatemala. Agradecimientos a la asesoría del licenciado Américo Santizo, la Licenciada Wendy Herrera y Arq. Brenda Penados así como a todas aquellas personas que participaron en la evaluación y aprobación del presente material.



# CAPÍTULO I

## Introducción



## 1. Antecedentes

A través de participar en charlas sobre Hope World Wide Guatemala(ONG) y escuchar sobre el voluntariado, la labor que se realiza al refugiar al necesitado, dando amor al abandonado, ayudar al enfermo,etc. Se sintio la necesidad de participar activamente con una colaboración de diseño gráfico para ayudar a nuestra comunidad y obtener un impacto positivo dentro de nuestra sociedad, ya que dicho proyecto cuenta con ayuda extranjera lo cual traspasa la barrera geográfica y estaría llevando una solución a muchas personas, a través de un proyecto de divulgación.

Se realizó una entrevista con el Señor Edgar Cuellar que tiene a cargo la dirección de la organización desde el año 2001, en la cual se manifestó un resumen de Hope World Wide Guatemala, en donde exteriorizó que Hope es una institución dinámica que debido a su voluntariado permite prestar varios servicios y dicha institución busca la manera de tener mayor voluntariado y patrocinadores. Es por ello que tienen la necesidad de un diseñador gráfico que desarrolle un proyecto que de a conocer la labor que realiza la institución y que a través de este se pueda llegar a muchas comunidades, además al grupo objetivo que tenga



las facilidades para participar como vountariado o que pueda llegar a ser un posible donante.

El Señor Edgar Cuellar nos comentó que en la ciudad capital de Guatemala existen alrededor de 240 ONGs (ASINDES 2000), no todas tienen la habilidad y capacidad para mercadearse o tener estrategias de comunicación como institución, tampoco conocen cómo utilizar un concepto gráfico de imagen institucional para darse a conocer a la sociedad y a los entes donantes; esta falta de capacidad de propuesta administrativa financiera y en algunos casos de experiencia, se convierte en una limitante al momento de gestionar recursos para ejecución de proyectos de desarrollo económico, social y ambiental.



## 1.2 Problema

Los entes donantes y cooperantes son instituciones, por lo general internacionales que tienen como función y objetivo contribuir al desarrollo y mejoramiento del nivel de vida de las comunidades, mediante donaciones que pueden ser efectivo y /o materiales, o por la ayuda de un sistema de patrocinio. Esta recaudación de donaciones conlleva a la institución a una mejor administración y aprovechamiento eficiente de los recursos donados, donde tienen que ser reflejados en el desarrollo de sus proyectos.

Para ello el director de la institución expresó que necesitan un medio publicitario planificado, para darse a conocer a la sociedad nacional e internacional con un concepto gráfico que logre una imagen institucional establecida, ya que actualmente no tienen una asesoría gráfica a nivel de página web, como carta de presentación, y podría ser un medio importante para proyectarse.

El mayor problema de las ONGs como lo es Hope World Wide Guatemala, es la limitación del recurso financiero para poder desarrollar sus proyectos, incluyendo la de



comunicación visual la cual puede fortalecer la imagen institucional. Los medios de comunicación que utiliza son escritos (trifolios, papelería etc.) y entre sus materiales virtuales, una página web empírica que carecen de concepto gráfico y personalidad del sitio. Por lo que será necesario el diseño de una página web, que les permita conocerse como institución a nivel nacional e internacional, bajo un concepto gráfico que genere confianza, credibilidad y mayor oportunidad de obtener recursos.

La fuerza de una gran organización moderna se basa en múltiples aspectos como la consistencia visual de la comunicación, la interactividad al grupo objetivo de la empresa y sin duda, uno de los más importantes en una sociedad es ser eminentemente audiovisual y tecnológica y el de disponer de una imagen representativa y fácilmente identificable, reflejando connotaciones y moviendo sentimientos de compasión, solidaridad etc. para este tipo de organizaciones. Por lo que se realizó el proyecto de investigación y comunicación "Diseño de un sitio web, como herramienta publicitaria para la organización Hope World Wide Guatemala", realizado en la ciudad de Guatemala de julio a noviembre del año 2005, dicho proyecto pretende solucionar este problema de comunicación de la institución.



## 1.3 Justificación

Más de 5,000 personas son beneficiadas anualmente por Hope World Wide Guatemala, a 200 niños y niñas, en el área escolar de pre- primaria y primaria, que viven en extrema pobreza, alrededor de la línea férrea al final de la petapa zona 12 , donde su misión es darles educación y salud, enseñándoles a valerse por si mismos y en un futuro convertirse en personas productivas para el país. Brinda asistencia social en asilos y hospitales de la ciudad de Guatemala, como otras actividades especiales (Jornadas médicas, campañas de donación, academias de computación, jornadas de alfabetización entre otros).

Es importante que esta organización pueda obtener recursos a través de donaciones y patrocinios. Y las empresas privadas nacionales e internacionales son una fuente importante para captar recursos económicos, sin embargo, éstas apoyan a las organizaciones no lucrativas más conocidas por la población. Para lograr el apoyo económico de las empresas, Hope World Wide Guatemala. debe darse a conocer a través de los medios de comunicación con un concepto gráfico de la imagen institucional bajo una estrategia adecuada de comunicación asegurando su éxito en cuanto su impacto visual y funcionalidad.

Internet es el medio tecnologico de mayor crecimiento en los últimos años, es importante tener presencia a través de sitios web para intercambiar información con personas, organizaciones y empresas de todo el mundo. Este medio publicitario tan moderno que permite presentar información, está disponible todo el tiempo para que los posibles donantes y patrocinadores puedan consultar. Brindar capacidad de comunicarse con un alto número de personas en sólo segundos. Internet permite el intercambio de información lo que facilita construir relaciones a largo plazo con los visitantes del sitio, cosa que no se logra por otros medios. Son muchas las ventajas que ofrece un sitio web institucional, pero entre las más importantes es dar a conocer una empresa a nivel local con alcances a nivel mundial, captar nuevos donadores, fidelizar y consolidar la marca o servicios, los usuarios pueden comunicarse directamente con la empresa o institución y lo más importante, poder sensibilizar los valores humanitarios (solidaridad, compasión, amor al prójimo, satisfacción personal etc.)

Hope World Wide Guatemala, debe introducir una página web en sus estrategias de comunicación para seguir



difundiendo información sobre la labor que ellos están realizando en la sociedad de Guatemala, por medio de la educación, asistencia social y salud; en niños y personas de la tercera edad con el fin transformar vidas a través de un desarrollo sostenible, para lograr estabilizar sus vidas y poder llegar a ser independientes y productivos.

Con la ventaja y disponibilidad de Hope World Wide Guatemala y la factibilidad de los recursos humanos, materiales y la ventaja que ofrece este medio publicitario, en el futuro, la institución podrá aumentar las donaciones y patrocinios y seguir creciendo en sus proyectos . Lo que hace el desarrollo del sitio web para que esta organización tenga la función de informar, recordar y persuadir, para lograr la sensibilidad pública y llegue a ser factible.

El recurso económico para implementar los proyectos, son solventados por los tres donantes más fuertes que tiene la institución (Ericsson, America Airlines y Bulocks), quienes han sido visionarios y se han dado cuenta que a través de la publicidad se puede tener una obra social que abarque más población en riesgo.



---

## 1.4 Objetivos

### OBJETIVO GENERAL

- Colaborar con la realización del diseño de una propuesta de sitio web para dar a conocer la organización Hope World Wide Guatemala, por medio de un concepto gráfico para informar, concientizar y persuadir.

### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Establecer la estrategia creativa que se utilizará en el desarrollo del sitio web.
- Definir contenido, elementos multimedia, vínculos y estructura del sitio web.
- Motivar a posibles donantes y patrocinadores para los proyectos de desarrollo de Hope World Wide Guatemala.



# CAPÍTULO II

Perfil del cliente  
y grupo objetivo

---



## Capítulo II

### 2. PERFIL DEL CLIENTE Y GRUPO OBJETIVO

A continuación se presentan datos generales, características, el propósito y necesidad de comunicación visual. Así también como el grupo objetivo de la institución investigada.

#### 2.1 Hope World Wide Guatemala:

Nombre de la institución: Hope World Wide Guatemala

Ubicación: 6ta avenida 14-57 zona 9, ciudad de Guatemala

Tipo de Institución: Organización no gubernamental (ONG) no lucrativa.

Director general: Edgar Cuellar, director general de Hope World Wide Guatemala

Hope World Wide a nivel mundial es una organización no lucrativa, establecida la jefatura en Philadelphia, en la ciudad brotherly.

Fundada en el año 1991, por las iglesias Internacionales de Cristo, que proporcionan educación y entregan servicios

médicos a comunidades en vías de desarrollo. En la actualidad sirven a 75 naciones en los seis continentes habitados. Con 100.000 voluntarios a nivel mundial y atienden anualmente a más de dos millones de personas necesitadas.

Hope mundial, es una organización no gubernamental reconocida en estado consultivo especial con el concilio económico y social de las naciones unidas. Organización voluntaria privada registrada con la agencia de Estados Unidos para desarrollo internacional (USAID)

Hope mundial, colabora con UNAIDS, UNICEF Y WHO, así como las agencias gubernamentales y no gubernamentales en los países donde sirven.

Es una organización que empezó a desarrollarse en el año 1995. Hope World Wide Guatemala, es una organización no gubernamental, no lucrativa, reconocida en estado consultivo especial con el Concilio Económico y Social de las Naciones Unidas.



Con más de 10 años de estar en Guatemala Hope World Wide Guatemala, ha avanzado en sus proyectos de desarrollo, principalmente en la educación, logrando obtener bases económicas por medio de donaciones a nivel internacional y nacional, bajo un programa de patrocinios que le permite desarrollarse.

En el año 2000, hacían jornadas odontológicas que consistían en enseñarles a cepillarse y se les regalaba pastas y cepillos. Actualmente cuentan con una clínica dental, donde se realiza atención personalizada y se encuentra totalmente equipada.

En Guatemala, Hope World Wide ayuda a contrarrestar la pobreza por medio de la asistencia social orientada a la educación, principalmente a niños. Iniciaron con jornadas de alfabetización, luego iniciaron el ciclo escolar en el año 2003 en un asentamiento a orillas de la línea férrea al final de la petapa zona 12, en un salón comunal que no llenaba los requisitos principales para la educación. Ericsson de Guatemala, viendo la escasez de educación que radica principalmente en los niños, aportó infraestructura dándole una nueva imagen a la escuela, por lo que ahora se llame *escuelita de Hope World Wide Guatemala & Ericsson* (actualmente registrada como colegio), así finalizó el primer ciclo escolar donde el 94% de los niños aprendió a leer y a escribir.

En el ciclo escolar 2004, la asistencia de niños se duplicó y actualmente cuentan con los grados de preparatoria, dos grados de primero y uno de segundo.

En el ciclo escolar 2005, Ericsson de Costa Rica, aportó una parte para la ampliación de la infraestructura de la escuela. (Documentación de Hope,2005:2)

### 2.1.1 El propósito de la institución:

Hope World Wide Guatemala, es eminentemente de ayuda social, principalmente se enfoca en la educación, salud de niños que viven alrededor del asentamiento de la línea férrea de la zona 12, de la ciudad de Guatemala y asistencia social a personas de tercera edad, con el fin de transformar vidas a través de un desarrollo.

#### 2.1.1.1 Visión:

La visión Hope World Wide Guatemala, es ayudar a contrarrestar la pobreza en Guatemala, por medio de asistencia social orientada a la educación y salud, en niños y en personas de tercera edad, con el fin de transformar vidas a través de un desarrollo; llevando esperanza donde se ha perdido.



#### 2.1.1.2 Misión:

La misión de Hope mundial es traer esperanza a un mundo lastimado a través de cinco áreas del programa para tratar al enfermo, alimentar al hambriento, dar refugio al abandonado, educando al pobre, y dando amor a los abandonados por medio de asistencia social.

#### 2.1.1.3 Objetivos:

Lograr que las personas que viven en los asentamientos de la ciudad capital y aldeas del interior de la república, puedan salir de la pobreza extrema en que viven hoy en día y de esa forma lograr estabilizar su vida hasta poder llegar a ser independientes y productivos.

#### 2.1.2 Programas de hope mundial:

Las áreas de los programas de Hope mundial son:

- Programas de Educación mundial: cuya misión es ayudar a adultos perjudicados y juventud para volverse miembros productivos de sociedad a través de la ayuda educativa básica, profesional y tecnológica.
- Programa de Salud mundial: mejorar la salud de comunidades en estados críticos. Motivar a los profesionales médicos para servir.

- Programa de niños mundiales: la misión es dar a los niños la esperanza por un futuro productivo, proporcionando educación y oportunidades para el desarrollo, cuidado adoptivo y adopción.
- Programa para mayores: objetivo ayudarles a envejecer con dignidad, respeto y seguridad, proporcionándoles la amistad y satisfaciendo las necesidades personales a través de los mejores centros.
- Programa de Outreach globales: reclutar, motivar, entrenar y movilizar a los voluntarios alrededor del mundo. Entregar la información críticamente necesitada y servicios que apoyan a la salud, educación etc. Principalmente se esfuerza en la participación voluntaria para ayudar a resolver las necesidades físicas y emocionales de niños y adultos perjudicados.

#### 2.1.3 Actividades principales de la institución nacional:

Los proyectos que realiza Hope World Wide Guatemala, cubre tres áreas: salud, educación y asistencia social.

2.1.3.1 Colegio Hope-Ericsson, proyecto realizado con el apoyo de Hope World Wide Guatemala y con el patrocinio de Ericsson. Se atienden a niños y niñas que viven alrededor del asentamiento de la línea férrea de la zona 12, de la



ciudad capital de Guatemala. En dicha institución se atienden a más de 200 niños y niñas de Pre- primaria y Primaria.

2.1.3.2 Academias de computación, su función es enseñar a los estudiantes en una forma práctica, donde aprenden lo esencial para desenvolverse en el campo laboral. Cuentan con cuatro centros de computación, dos en la Ciudad de Guatemala y dos en Quetzaltenango (Xela),

En Quetzaltenango uno de los centros se encuentra en la Granja de Rehabilitación Cantel, donde muchos reos se han beneficiado, al cumplir su condena podrían tener mejores oportunidades.

2.1.3.4 Jornadas médicas, oftalmológicas y odontológicas, apoyados por profesionales voluntarios guatemaltecos, en áreas marginales, cómo son los asentamientos de la línea férrea de la zona 12, de la Vega en la zona 16 y Santa Fe en la zona 6, entre otros.

2.1.3.5 Campañas de donación de sangre donde conjuntamente con La Cruz Roja Guatemalteca se han recabado más de 200 unidades de sangre en un día; dichas campañas se han realizado anualmente en los últimos tres años, beneficiando así, a los bancos de sangre de los Hospitales Roosevelt y San Juan de Dios.

2.1.3.6 Asistencia social, el Asilo Rey David, Asilo Bethel, Hospicio San José, Infectología Hospital Roosevelt, entre otros, proveyendo de víveres, ropa. Juguetes, así como actividades especiales (Día del Padre, Día de la Madre, Día del Niño, Navidad etc. )

2.1.4 Características generales de la población y el público con quien se relaciona la institución

- Público con que se relaciona la institución: Hope World Wide Guatemala, se relaciona con las familias de escasos recursos con un nivel socioeconómico bajo, niños huérfanos, personas de tercera edad, personas discapacitadas, etc.
- Número de personas que atiende:  
En el proyecto Colegio Hope-Ericsson atiende a 200 niños.
- La ubicación: Área de extrema pobreza en asentamientos del área de la capital, asilos, hospitales, cárcel de Cantel (en Quetzaltenango).
- Niveles de escolaridad: analfabetas (personas de la calle), nivel de escolaridad bajo y medio.
- La distribución por sexo: Hombres y mujeres de 18-50 años, niños entre 4-12 años de edad.



### 2.1.5 Necesidad de la comunicación visual encontrada

Hope World Wide Guatemala, tiene la necesidad de innovar por medio de la publicidad virtual, un sitio web, con un concepto gráfico de la imagen institucional con la función de informar, recordar y persuadir a posibles donantes y patrocinadores logrando una sensibilidad al grupo objetivo.

## 2.2 Grupo objetivo:

2.2.1 Grupo objetivo primario: Empresas, fundaciones, iglesias, corporaciones.

Perfil geográfico: Territorio nacional e internacional.

Perfil demográfico:

Sexo: masculino y femenino.

Edad: mujeres y hombres de 25-60 años.

Idioma: Español e inglés.

Ingresos: Q.18,000 - Q.30,000 al mes

Nivel de educación: Profesionales, la mayoría con estudios universitarios.

Creencias: Creen en la ayuda al más necesitado.

Perfil Psicográfico:

Nivel socioeconómico: A-B

Grupo de personas con perfil filántropo (tendencia a la ayuda).

- actitudes: personas con tendencia a cooperar con el más necesitado, se conmueven con el dolor.
- Valores: Compasión, satisfacción personal, amor al prójimo, solidaridad, espíritu de ayuda.

Perfil conductual:

Hábitos de consumo y características:

- Viven en grandes residencias y zonas exclusivas
- Escolaridad profesional
- Muestran sentido al respeto social
- Compran en tiendas lujosas
- Compran bienes y servicios caros, pero no hacen ostentación de riqueza.
- Hombres de negocio moderadamente exitosos, profesionales y propietarios de compañías medianas
- Bien educados
- Logran deseos de éxito e impulsan a sus hijos a laborar un buen futuro.
- Dan grandes cantidades de dinero para beneficencia y promover valores nacionales, culturales, etc.



2.2.2 Grupo objetivo secundario: Personas individuales con conciencia social.

Perfil geográfico: Territorio nacional e internacional.

Perfil demográfico:

Sexo: masculino y femenino.

Edad: mujeres y hombres de 30-65 años.

Idioma: Español e inglés.

Ingresos: Q.12,000 - Q.30,000 al mes

Nivel de educación: Universitarios.

- Creencias: Creen en la ayuda al más necesitado.

Perfil Psicográfico:

Nivel socioeconómico: A-B-C

Grupo de personas con perfil filántropo (tendencia a la ayuda).

- actitudes: personas con tendencia a cooperar con el más necesitado, se conmueven con el dolor y forman parte del grupo de colaboradores.
- Valores: Compasión, satisfacción personal, amor al prójimo, solidaridad, espíritu de ayuda.

Hábitos de consumo y características:

- Viven en grandes residencias y zonas exclusivas
- Escolaridad profesional
- Muestran sentido al respeto social
- Compran en tiendas lujosas

- Compran bienes y servicios caros, pero no hacen ostentación de riqueza.
- Hombres de negocio moderadamente exitosos profesionales y propietarios de compañía medianas
- Bien educados
- Logran éxitos e impulsan a sus hijos a laborar un buen futuro.
- Dan grandes cantidades de dinero para beneficencia y promover valores nacionales, culturales, etc.
- Dueños de negocios.
- Tienen planes de ahorro.
- Buscan el ascenso en la escala social.
- Seguros de si mismos.



# CAPÍTULO III

Conceptos  
fundamentales

---



## Capítulo III

### 3. CONCEPTOS FUNDAMENTALES

A continuación se presenta conceptos básicos que informan el contenido del tema y contenidos de diseño que representan la pieza de diseño.

#### 3.1 Conceptos de tema:

En este apartado se presentan una serie de conceptos fundamentales relacionados con el tema que respaldan en el contenido de las piezas.

##### 3.1.1 Organizaciones no gubernamentales (ONGs)

"El término ONG se utiliza para referirse a las organizaciones no gubernamentales, de desarrollo y servicios. Una ONG es una organización sin fines de lucro, intermediaria entre comunidades y gobiernos, agencias y / o organismos internacionales. Tienen como fin complementar supletoria gubernamental" (Girón, 1998:25)

"Una organización no gubernamental (mejor conocida por su siglas ONG), es un tipo de asociación voluntaria con fines y objetivos definidos por sus integrantes, creada independientemente de los gobiernos locales, regionales y nacionales, así como también, de los organismos internacionales.

Las ONGs tienen como radio de acción desde un nivel local a uno internacional. Cubren una gran variedad de temas y ámbitos que definen su quehacer. Dichos temas están relacionados con ayuda humanitaria, salud pública, investigación, desarrollo económico, desarrollo humano, cultura, derechos humanos, etcétera" (Wikimedia,2005:17)

Las organizaciones no Gubernamentales (ONGs) son entes no lucrativos dedicados a impulsar el desarrollo económico, social y ambiental del país, mediante la ejecución de programas específicos tienen un compromiso con el mejoramiento de las condiciones de vida de las comunidades más necesitadas en el país; se basan principalmente en fortalecer la organización y gestión



comunitaria, y otras en conservar el ambiente y los recursos. Su membresía está compuesta por voluntarios. Internamente pueden tener un bajo o alto grado de organización interna. El financiamiento de actividades generalmente proviene de diversas fuentes.

#### 3.1.1.1 Clasificación de ONGs:

Se puede realizar una clasificación de ONGs en función de su orientación o énfasis principal. Así de acuerdo a su origen y sus motivaciones, el CEIDEC (1993), identificó cuatro grandes grupos:

- " De orientación religiosa: suele tener una visión humanitaria del desarrollo, por lo que presentan especial atención a la educación y desarrollo personal de la población con la que trabajan, además de promover con énfasis el bienestar social de esas comunidades.
- De orientación política: suelen prestar atención especial a la toma de conciencia y a la formación ideológica de sus miembros y buscan adquirir una fuerte capacidad de movilización y fuerza política en las organizaciones.
- De orientación económica y productiva: prestan

atención especial al acceso a financiamiento, a la asistencia técnica y a la eficiencia productiva, a fin de elevar el nivel de ingreso de los usuarios.

- De orientación conservacionista y ambientalista: que se dedican a la protección, manejo y conservación de los recursos naturales y del medio ambiente. (CEIDEC, 1993:64)

#### 3.1.1.2 Fuentes de recursos:

Los propósitos de una ONG responde generalmente al origen de sus fondos, ya sea privado o público, nacional e internacional, y único o multi-institucional. También la relación que tiene con los recursos humanos depende de su origen, ya sea como personal voluntario, asalariado o asignado por una autoridad institucional.

La mayoría de las ONGs obtienen financiamiento de fuentes Internacionales: en este rubro se localizan los aportes ONG internacionales como calidad intermediaria hacen llegar aporte a ONG nacionales, ya sea como afiliadas o como beneficiarias.

Está la fuente de cooperación Multilateral: aquí entran las agencias del Sistema de Naciones Unidas y las agencias



y organismo multilaterales de crédito que ofrecen algún apoyo financiero y técnico al sector ONG.

Y la última fuente llamada cooperación Bilateral: que son otras fuentes internacionales, igualmente importantes resultan aportes de grupos solidarios con Guatemala y otros grupos voluntarios que aportan, no sólo su fuerza de trabajo en el propio país, si no también proveen recursos financieros.

Cabe destacar que también la fuente de recursos que utilizan las ONGs es, el autofinanciamiento por medio de fuentes de ingresos referidas que son el cobro por servicios y las contribuciones voluntarias.

### 3.1.2 Sensibilización y educación para el desarrollo

Esta actividad es un proceso activo y creativo que promueve un cambio de actitudes y comportamientos en la sociedad, fomentando los valores de justicia y solidaridad.

Con la sensibilización y la educación para el Desarrollo, las ONGs pretenden:

- Mantener a la opinión pública informada de la realidad de la pobreza en el mundo y de las causas y estructuras que la perpetúan; y facilitar una mejor comprensión de la interdependencia entre países, de las causas de la desigualdad y de sus posibles soluciones.
- Fomentar en la opinión pública un ambiente de comprensión

y de respeto hacia las costumbres y formas de vida de otras culturas;

- Promover valores y actitudes tendentes a un cambio social, basado en criterios de justicia, paz, equidad, igualdad de derechos y oportunidades entre mujeres y hombres, democracia, participación, solidaridad y cuidado del medio ambiente.
- Estimular un compromiso concreto con los países empobrecidos.

### 3.1.3 Servicio social

Trabajo social, actividad profesional cuyo objetivo suele ser enriquecer y mejorar el desarrollo individual y de grupo, o aliviar condiciones sociales y económicas adversas. ”  
(Encarta, 2004:3)

El Servicio Social y la actividad Voluntaria son actividades que te permite compartir tu tiempo, tus talentos y tus habilidades con los demás. Es también una actividad formativa que permite reforzar tu responsabilidad social ante tu entorno, al tiempo que colaboras con alguna organización que atiende una causa de beneficio a la comunidad.

El trabajo social es la profesión que estudia las necesidades sociales.



### 3.1.3.1 Tipos de servicio

El trabajo social ha tenido la necesidad de actuar científicamente en el conocimiento y la resolución de los problemas que afectan por igual al individuo y a la sociedad y esto ha dado lugar a esta gran profesión la cual tiene funciones fundamentales, se agrupan en tres categorías:

- Trabajo de casos este ayuda a individuos en dificultades en algún aspecto de su existencia, en él siempre hay una persona que ayuda y una a quien se ayuda, cada técnica y conocimientos deben aplicarse de diferente forma a cada individuo y por lo tanto a cada caso.
- Trabajo de grupos éste se ocupa del individuo en la calidad de grupos, constituye un proceso educativo realizado por elementos voluntarios y con la orientación del trabajador social.
- Organización de la comunidad trata de tener un equilibrio entre las necesidades asistenciales de la comunidad y los recursos para cubrirlas, utiliza métodos los cuales reconocen al individuo o grupo como centro de acción y se refiere a que la organización de la comunidad actúa directamente sobre la vida colectiva, buscando los intereses comunes y las trabajadoras sociales tienen que ocuparse de formar grupos dirigentes con los individuos hasta lograr una verdadera coordinación (Fortalecimiento.org, 2005:2)

### 3.1.3.2 Trabajo voluntario

El trabajo voluntario puede definirse de diferentes formas, pero estas definiciones deben incluir, al menos, los siguientes elementos:

- Las actividades se ocupan de los intereses de otras personas o de la sociedad.
- Carece de interés económico personal.
- Se desarrolla en un marco más o menos organizado.
- Es una elección libre, y se expresa por medios pacíficos.

La promoción del concepto de servicio voluntario incluye:

- La actitud de aceptar responsabilidades en actividades con y para otras personas, y el desarrollo de una participación activa en ellas.
- El desarrollo de sistemas que complementen el apoyo de la familia, amigos, vecinos y compañeros.
- El trabajo voluntario es valioso para la comunidad por: ser una oportunidad para la contribución personal, y una participación en la vida de la comunidad; perfeccionar la calidad de la sociedad; defender, por métodos pacíficos, los intereses de personas y grupos que se encuentran en situaciones desfavorables y contribuir por una vía democrática



a solucionar las necesidades de la sociedad.

- El trabajo voluntario puede ser autónomo o complementario a los servicios profesionales, para renovarlos, ampliarlos o apoyarlos. El trabajo voluntario se realiza por hombres y mujeres; en los campos de servicio humanitario, cultura y acción ciudadana.
- El servicio voluntario no significa la ausencia de compromiso. Los voluntarios deben obrar como acordaron y cumplir con su compromiso. Debe ser posible confiar en los voluntarios.
- El trabajo voluntario tiene una función de futuro. Es una fuerza para renovar el actual sistema, labrando, junto con otros, la sociedad del mañana.

condiciones de los demás; un sentido de responsabilidad compartida respecto a las tareas a realizar; la disposición a adaptarse y a demostrar flexibilidad ante circunstancias locales y, por tanto, el deseo de aprendizaje mutuo.

#### Características de la acción voluntaria

Aunque se acepta que los voluntarios se sienten inspirados por motivos muy variados, hay que destacar una serie de características y valores comunes fundamentales implícitos en la acción voluntaria. Algunos de estos valores y características son el alma de la motivación voluntaria: la noción de libre voluntad, de solidaridad, de servicio al prójimo y de compromiso con una causa, entre otros.

Fuerzas motoras importantes son el deseo de justicia social, de cooperación y de compartir las preocupaciones y



### 3.2 Conceptos de diseño:

A continuación se presentan conceptos básicos del contenido y elementos que represente la propuesta.

#### 3.2.1 Imagen institucional:

La imagen institucional es como " la impresión general de una empresa lograda por su propio personal, empleado, o por el público en general, basada en la exposición eficiente de sus actividades y en una buena reputación de sus productos y / o servicios". (Bittel, 1985:36)

Según (Chávez, 1990:141), "la imagen institucional aparece como el registro de los atributos identificatorios del sujeto social. Es la lectura pública de una institución ó la interpretación que la sociedad o cada uno de sus grupos, sectores o colectivos, tienen o construye de modo intencional o espontáneo."

Actualmente las organizaciones no lucrativas, como universidades, instituciones de beneficencia, museos, iglesias y grupos artísticos crean publicidad en sus organizaciones para reunir fondos y atraer miembros o patrocinadores.

La publicidad de la imagen corporativa es una de las principales herramientas utilizadas por las instituciones para proveerse de diferentes públicos. Esta puede utilizarse para construir una imagen favorable o conservarla durante muchos años. Siempre teniendo en cuenta que la realidad tiene que ir de acuerdo a la imagen. Para fomentar la creación de la imagen es importante transmitir en realidad lo que son, utilizando técnicas y medios de comunicación que mejor se adecuen a las necesidades de la organización.

Este tipo de actividades de mercadotecnia de la organización, sólo funciona si la organización misma se mantiene fiel a la imagen proyectada. La idea es la repetición constante sobre lo que quieren transmitir para hacer del conocimiento de los diferentes públicos lo que la organización es, para fortalecer la imagen de la institución. La imagen institucional se puede orientar hacia los benefactores, personal interno, agencias de cooperación y beneficiarios de la institución.

En el libro de Kenneth Boulding titulado "The image", (citado en Cabal, 1991:123) "La imagen utiliza el concepto como una representación mental de la realidad establecida por el individuo o un grupo. En otras palabras la imagen es un modelo que manifiesta creencias o comprensión de un fenómeno o situación." La imagen puede ser un medio



eficaz para ejercer la influencia y en el caso de las organizaciones no gubernamentales para sensibilizar la opinión pública; ya que tiene un gran significado porque guía la conducta.

” La imagen misma genera una conducta intencionada, que si tiene éxito, tiende a justificarla y consolidarla. Por otro lado, tal conducta se hace visible ante las demás personas del entorno, y por lo tanto, influirá también en su percepción de la realidad” (Cabal, 1991: 125 )

### 3.2.1.1 Relaciones públicas

La comunicación es el aspecto básico de las relaciones públicas; por su intermediario se cuenta la trascendencia de una organización ante diferentes audiencias. Los públicos son las diferentes audiencias objetivo que han de recibir los mensajes de las relaciones públicas.

Una definición más simple es que las relaciones públicas son el uso de la información y la comunicación de ésta mediante diversos medios de comunicación para influir en la opinión pública. (Burnett, 1997:159)

La ex Federación Interamericana de Asociaciones de Relaciones Públicas (FIARP), explicó ” Las relaciones

públicas son una actividad social, técnica y administrativa, mediante la cual se investiga y se aquilata la opinión y la actitud de público y se emprende un programa de acción planificado y de comunicación recíproca, basado en los intereses de la comunidad, destinado a mantener la afinidad y comprensión de ésta última para con las entidades de cualquier índole. (Blanco, 1998:29)

### 3.2.1.2 Tipos de público de las relaciones públicas

Las relaciones públicas deben ser sensibles a dos tipos de público: internos y externos.

- Público interno: es una organización no lucrativa incluye a empleados, proveedores, distribuidores, clientes y vecinos de la planta.
- Público externo: está compuesto por personas y organizaciones que no tienen relación directa y continua con una organización en particular. Por ejemplo miembros de la prensa, educadores o funcionarios de gobierno pueden o no tener interés en una organización. La lista de público externo puede ser extensa, pero cuatro elementos tienen mayor importancia: prensa, gobierno, mundo financiero y asociación comercial.



### 3.2.1.3 Publicidad institucional

La publicidad institucional es la comunicación de una organización sobre su trabajo, puntos de vista, y problemas con miras a lograr buena reputación entre el público y el apoyo de éste. El énfasis se hace sobre la imagen de la organización más que la venta de un producto o servicio específico. En ocasiones se llama publicidad corporativa o publicidad de relaciones públicas. A diferencia de las actividades de propaganda, el anunciante o patrocinador paga la publicidad institucional, con lo cual puede transmitir información cuando lo decida y a la audiencia que seleccione. Como por ejemplo los artes finales, los encabezados y el mensaje van en forma exacta como el anunciante quiere que aparezcan, impresos o al aire.

Las organizaciones que contribuyen con sus comunidades u otras obras de caridad tienen más probabilidad de interesarse en satisfacer a sus clientes que aquellas que no hacen contribuciones de esa índole.

### 3.2.1.4 Mercadotecnia

La mercadotecnia es el proceso de planear y ejecutar la concepción, definición de precios, promoción y distribución de ideas, bienes, servicios, organizaciones y eventos para crear y mantener relaciones que permitan a los individuos

y organizaciones cumplir sus objetivos. La mayoría de la gente piensa que la mercadotecnia se limita a la publicidad o venta de bienes y servicios. Sin embargo, la publicidad y las ventas solamente son dos de las diversas actividades de la mercadotecnia.

En general, las actividades de la mercadotecnia son todas aquellas asociadas primeramente con la identificación de lo que los clientes desean y requieren, para luego satisfacer esas necesidades de una forma más eficaz que los competidores. Esto involucra llevar a cabo estudios de mercado con los clientes, analizar sus necesidades, y entonces tomar decisiones estratégicas acerca del diseño del producto, su precio, promoción y distribución.

### 3.2.1.5 Estrategia Creativa

La estrategia creativa también llamada estrategia publicitaria, es la orientación sobre lo que debe comunicarse en el mensaje publicitario y cómo debería transmitirse. Donde la percepción deseada entra en la mente del público.

" La estrategia publicitaria describe la personalidad de la publicidad y los parámetros del ambiente creativo donde debe cumplir su cometido la publicidad. Sin esa guía, la publicidad final podrá ser muy entretenida, pero no



necesariamente eficaz, quizás no comunique los beneficios del producto que puede satisfacer las necesidades y deseos del mercado meta en particular.

Según Hiebing y Cooper (2002:138) la estrategia publicitaria debe comprender:

- Identificación clave del mercado meta: Es la descripción fundamental de comprador ó usuario; sin embargo, se debe asegurar que el encargado de la ejecución creativa haya examinado la descripción total del mercado meta, a fin de que sepa muy bien para quién se está realizando la publicidad.
- Promesa: Es el premio o beneficio que obtendrá el mercado meta al resolver el problema o al aprovechar una oportunidad.
- Apoyo a esta promesa: se deberá ofrecer una confirmación o pruebas a favor de la promesa o razones para creer en ella.
- Tono: Describir el tono de publicidad planeada que sea compatible con la personalidad del producto, y también para el mercado meta de la publicidad.

La estrategia creativa es la orientación final y la dirección ideal que se le da a un problema de comunicación.

Establecer la forma más efectiva para hacer llegar el mensaje a determinado público. Para ello la estrategia debe ser clara, sencilla y competitiva.

Una estrategia creativa consta de:

- Definición del producto o servicio
- Objetivo de la comunicación
- Grupo objetivo
- Beneficio: (primario y secundario)
- Razón de respaldo
- Posicionamiento
- Personalidad de la marca
- Tono y manera

### 3.2.2 Internet

La Internet, algunas veces llamado simplemente "La Red", es un sistema mundial de redes de computadoras (servidores) denominados Host , un conjunto integrado por las diferentes redes de cada país del mundo, por medio del cual un usuario en cualquier computadora puede, en caso de contar con los permisos apropiados, acceder información de otra computadora y poder tener inclusive comunicación directa con otros usuarios en otras computadoras.



Actualmente la Internet es un medio de comunicación público, cooperativo y autosuficiente en términos económicos, accesible a cientos de millones de personas en el mundo entero. Físicamente, Internet usa parte del total de recursos actualmente existentes en las redes de telecomunicaciones. Técnicamente, lo que distingue al Internet es el uso del protocolo de comunicación llamado TCP/IP (Transmission Control Protocol/Internet Protocol). Formado por Internet. Cada una de esas computadoras tiene su propio y único nombre (dominio) o dirección del Internet. Este nombre debe ser registrado y posee una clasificación dependiendo del tipo de servicio que brinde el website y del país al que pertenece.

La primera parte del dominio indica el nombre de la máquina a quien corresponde la dirección, después viene el nombre de la organización a la que pertenece al servidor y en tercer lugar se encuentra un código que se refiere al tipo de organización a la que pertenece website o al país que pertenece.

Códigos como ".com" para redes comerciales pertenecientes a empresas; ".gov." para organismos gubernamentales; ".edu" para universidades o centros educativos o códigos de países como ".gt" para Guatemala. La Internet permite al usuario, ya sea particular o empresa, participar

activamente en la comunicación, solicitar determinada información, contestarla o modificarla según nuestras necesidades. Este es el principio fundamental de Internet, su interactividad.

#### 3.2.2.1 URL

Es un acrónimo de Uniform Resource Locator, que traducido al castellano significa Localizador Uniforme de Recursos. Es un estándar para identificar documentos o ficheros en Internet.

#### 3.2.2.2 Dominio

Es el nombre de una página web. Cualquier persona en el mundo puede registrar cualquier dominio, siempre y cuando esté disponible. El registro de dominios es único y válido en todo el mundo. Para registrar un dominio, se debe pagar una tasa, que puede ser anual, bianual o mayor. Y asegurarse que el nombre no haya sido registrado anteriormente. Los dominios se registran por su extensión, esta puede ser de carácter general (com, net, org,...etc.) o específica de un país o región.

#### 3.2.2.3 Hosting

La palabra Hosting viene del inglés y quiere decir anfitrión, en cómputo se refiere al servicio de alojar un sitio web en Internet. Cuando un diseñador web ha terminado de crear



sus páginas web es preciso publicarlas en Internet, es decir ponerlas "en línea" para que el mundo pueda visitarlas. Esto consiste en que los archivos que fueron diseñados para su sitio web se colocan en una computadora potente (un servidor) la cual tendrá dentro de su disco duro su sitio web. Este sitio web será mostrado al mundo gracias a dos tecnologías, la conexión permanente y de alta velocidad de dicha computadora a Internet, y además el software que publica sus páginas al mundo, dicho software se llama "servidor web".

#### ventajas

Se obtiene una cuenta FTP para publicar su creación, varios correos reales para usted, la posibilidad de tener su dominio propio, la capacidad para ver quienes lo visitan con estadísticas detalladas, su propia base de datos MySQL (excepto el plan Personal), soporte. Además no se le pone ninguna publicidad extraña a su sitio web. Esto le da a su presencia en la red seriedad y profesionalismo.

Finalmente cabe mencionar que si bien existen proveedores gratis de hosting, estos están orientados para hobbies y personas individuales, no para negocios, pues para dar la gratuidad invaden su sitio web con publicidad extraña a su sitio, además lo limitan severamente en espacio, prestaciones, facilidad de publicación, no le dan cuentas de correo, no le dejan tener su dominio propio, y un largo etcétera.

#### 3.2.2.4 Alojamiento

Después de diseñar una página web, ésta necesita ser mostrada en Internet, Para esto una página web debe estar en una computadora especial llamada servidor web, que la mostrará al mundo.

#### 3.2.2.5 Correo Electrónico

El correo electrónico (email, electronic mail) es el intercambio de mensajes almacenados en computadora por medio de las telecomunicaciones. Los mensajes de correo electrónico se codifican por lo general en formato de texto ASCII (American Standard Code for Information Interchange). Sin embargo, se pueden también enviar archivos en otros formatos, tales como imágenes gráficas y archivos de sonidos, los cuales son transferidos como archivos anexos en formato binario. El correo electrónico representa una de las primeras aplicaciones del Internet y sigue siendo la de mayor uso. Un alto porcentaje del tráfico total en la Internet se debe al correo electrónico. El correo electrónico puede ser también intercambiado entre usuarios de proveedores privados de servicios en línea, tales como America On Line y Compuserve, y aquellos conectados a través de otros medios diferentes al Internet, redes públicas y privadas.

El correo puede ser enviado tanto a individuos en lo particular como a listas de distribución. Una lista de distribución puede ser administrada usando software



especializado (e-reflector). Algunas listas de correo permiten suscribirse con sólo enviar una solicitud a su administrador. Una lista de correo que se administra automáticamente se le nombra servidor de listas (list server).

El correo electrónico es uno de los protocolos incluidos dentro del TCP/IP (Transport Control Protocol/Internet Protocol), protocolo que gobierna la operación del Internet. Un protocolo comúnmente empleado para enviar correo electrónico es el SMTP (Simple Mail Transfer Protocol) y un protocolo muy popular para recibirlo es el POP3 (Post Office Protocol 3). Tanto Netscape como Microsoft incluyen un software básico para administración de correo junto con sus programas para navegación en el Web.

El correo electrónico es la aplicación de mayor uso en la red. También se pueden realizar conversaciones "en vivo" con otros usuarios en otras localidades usando el IRC (Internet Relay Chat). Más recientemente, el software y hardware para telefonía en Internet permite conversaciones de voz en línea. El correo electrónico permite el intercambio casi instantáneo de cartas, mensajes y archivos.

#### 3.2.2.6 Red

En términos de tecnologías de información, una red es una serie de puntos o nodos interconectados por algún medio

físico de comunicación. Las redes pueden interconectarse con otras redes y contener sub-redes.

La topología más común, o configuración general de redes, incluye el bus, la estrella, y las topologías token ring. Las redes se pueden clasificar también en términos de la separación física entre nodos, como redes de área local (LAN, local area network), redes de área metropolitana (MAN, metropolitan area network), y redes de área amplia (WAN, wide area network).

Una cierta clase de redes puede también ser clasificada por el tipo de tecnología de la transmisión de datos que se emplea. Por ejemplo, una red TCP/IP (Transport Control Protocol/Internet Protocol), o una red del tipo SNA (Systems Network Architecture); si transporta voz, datos, o ambas clases de señales; por quien puede utilizar la red (pública o privada); por la naturaleza de sus conexiones (conmutada, dedicada o no dedicada, o por conexión virtual); y por los tipos de conexiones físicas (por ejemplo, fibra óptica, cable coaxial, y par trenzado sin blindaje UTP). Las grandes redes de telefonía y las redes que usan su infraestructura disponen de acuerdos para compartir e intercambiar recursos con otras compañías para formar redes mucho más grandes.



### 3.2.2.7 Buscador o Motor de Búsqueda

Es un conjunto de programas coordinados que se encargan de visitar cada uno de los sitios que integran el Web, empleando los propios hipervínculos contenidos en las páginas Web para buscar y leer otros sitios, crear un enorme índice de todas las páginas que han sido leídas y registradas, llamado comúnmente catálogo, y mantiene una copia actualizada de toda esta información, para luego presentar direcciones en Internet como resultado de las peticiones de búsqueda solicitadas por las personas que usan estos servicios de localización de páginas.

### 3.2.2.8 Portal

Portal es un término, sinónimo de puente, para referirse a un Sitio Web que sirve o pretende servir como un sitio principal de partida para las personas que se conectan al World Wide Web. Son sitios que los usuarios tienden a visitar como sitios ancla. Los portales tienen gran reconocimiento en Internet por el poder de influencia que tienen sobre grandes comunidades. Un portal es una plataforma de despegue para la navegación en el Web.

### 3.2.2.9 Hospedaje Web

Es el servicio de almacenamiento, acceso y mantenimiento

de los archivos que integran un Sitio Web. Más importante que el espacio en disco provisto para estos archivos, es el acceso rápido al Internet lo que adquiere mayor relevancia. Una empresa que pretenda hospedar su Sitio Web en sus propias instalaciones, requiere invertir una fuerte cantidad en recursos de equipos, sistemas y medios de comunicación generalmente caros. Los servicios de Hospedaje Web permiten a las compañías compartir el costo de una conexión rápida a Internet.

Cuando un Sitio Web llega a ser muy robusto, es muy probable que el servidor web en el que se encuentran instalados los archivos electrónicos que lo integran, sea dedicado única y exclusivamente a atender a este sitio. Este servicio se conoce como Hospedaje Web dedicado. En este caso, el equipo de cómputo que funciona como servidor web puede ser propiedad de la empresa que publica el Sitio Web o del propio proveedor de Internet.

### 3.2.2.10 Marketing en Internet

Una variedad de la mercadotecnia que combina principios convencionales de marketing con las facilidades interactivas propias del Internet. El propósito es comercializar productos y servicios que satisfagan las necesidades de los clientes.



Los especialistas en mercadotecnia en Internet diseñan programas y campañas para atraer a clientes potenciales hacia el Sitio Web y convencerlos de registrar sus nombres o adquirir productos.

Se trata de un conjunto de operaciones coordinadas que contribuyen al desarrollo de las ventas de un producto o servicio a través de Internet. Se basa en conceptos tanto de tecnologías de información como de mercadotecnia.

### 3.2.3 Página Web

Una página de Internet o página Web es un documento electrónico que contiene información específica de un tema en particular y que es almacenado en algún sistema de cómputo que se encuentre conectado a la red mundial de información denominada Internet, de tal forma que este documento pueda ser consultado por cualquier persona que se conecte a esta red mundial de comunicaciones y que cuente con los permisos apropiados para hacerlo.

Una página Web es la unidad básica del World Wide Web, tiene la Característica peculiar de que el texto se combina con imágenes para hacer que el documento sea dinámico y permita que se puedan ejecutar diferentes acciones, una

tras otra, a través de la selección de texto remarcado o de las imágenes, acción que nos puede conducir a otra sección dentro del documento, abrir otra página Web, iniciar un mensaje de correo electrónico o transportarnos a otro Sitio Web totalmente distinto a través de sus hipervínculos.

Estos documentos pueden ser elaborados por los gobiernos, instituciones educativas, instituciones públicas o privadas, empresas o cualquier otro tipo de asociación, y por las propias personas en lo individual. (informática Milenium, 2004:3)

#### 3.2.3.1 Elementos básicos de una página Web.

Cada pagina web incluye, en su parte estructural más básica, principalmente lo siguiente:

- encabezado
- el cuerpo de la página
- y un pie de página.

Encabezado: es la primera parte de la página que aparece cuando esta se descarga. Este puede consistir en intitular de texto, un logotipo, una imagen gráfica o combinación de estas. Usualmente este encabezado está acompañado de un menú de navegación, con sus respectivos botones. El encabezado sirve como elemento introductorio hacia la



misma y hacia el contenido que esta contiene.

El cuerpo de la página: es aquel que incluye el contenido de la página y de la parte más importante de la misma. El cuerpo de una página puede estar formado por párrafos de texto, fotografías e ilustraciones o por cualquier otro tipo de contenido multimedia.

Pie de página: es un elemento que va colocado en la parte inferior de la página y que usualmente contiene información relevante a la misma. Esta información puede incluir el nombre de la compañía o creador de la página y la fecha de su última actualización. También es utilizado como contador de visitantes al sitio, o en otros casos la página es demasiado larga, se opta por colocar un link de retorno hacia el principio de la página.

#### 3.2.4 Sitio Web

Es un conjunto de archivos electrónicos y páginas Web referentes a un tema en particular, que incluye una página inicial de bienvenida, generalmente denominada home page, con un nombre de dominio y dirección en Internet específicos. Los Sitios Web pueden ser de diversos géneros, destacando los sitios de negocios, servicio, comercio electrónico en línea, imagen corporativa, entretenimiento y sitios informativos.

#### 3.2.4.1 Clasificación de sitios web:

Cada sitio que se crea tiene sus propias características y se puede clasificar en:

- Por su audiencia:

- Públicos: es un sitio web dirigido al público general, sin restricciones de acceso.
- Extranet: son sitios limitados por el tipo de usuarios que pueden acceder, por ejemplo los proveedores de una empresa determinada, o los clientes.
- Intranet: son sitios cuyo acceso está restringido a una empresa u organización, normalmente funcionan dentro de redes privadas aunque no siempre es así.

- Por su dinamismo o interacción:

- Sitios interactivos: El usuario puede influir sobre el contenido del sitio que variará en función de cada usuario y de los objetivos de éste. Normalmente, las páginas se generan cuando el usuario las solicita, personalizando la información que se le ofrece.
- Sitios estáticos: Los usuarios no pueden modificar o añadir nada al sitio, los contenidos son modificados por sus diseñadores.



- Por su apertura:

- Estructura abierta: Todos los documentos disponen de su dirección y los usuarios pueden acceder a cualquier punto del WebSite.
- Estructura cerrada: Limita el acceso a unos pocos puntos de entrada. Por ejemplo sería un sitio que requiere un registro previo para entrar, el usuario tendría que pasar primero por el registro antes de poder acceder al resto de la página.
- Estructura semicerrada: Obliga a los usuarios a acceder por unos puntos específicos.
- Basada en el número de enlaces que hay que pulsar para llegar al contenido. En general los usuarios prefieren sitios poco profundos. Conviene que el usuario no tenga que pulsar más de 3 enlaces para encontrar lo que busca.

- Por sus objetivos

- Comerciales (Institucionales): Están creadas para promocionar los negocios de una empresa. Su finalidad es económica, Su audiencia puede estar formada por clientes (actuales y potenciales), inversores (actuales y potenciales), empleados (actuales y potenciales), e incluso la competencia y los medios de comunicación. Se puede a su vez

dividir las en corporativas (informan sobre la empresa) y promocionales. Los sitios institucionales representan a una empresa o institución y su objetivo principal es dar información acerca de los servicios o productos que ofrecen o bien su historia, procesos y logros sin hacer transacciones en línea.

- Informativos: Su finalidad principal es distribuir información. La audiencia de este tipo de sitios depende del tipo de información que distribuyen.
- Ocio: Aunque normalmente son sitios con una finalidad económica, son un caso especial. No son sitios fáciles de crear ni de mantener y a veces siguen reglas propias, puesto que a veces es más importante sorprender al usuario con innovaciones que mantener la consistencia y la estructura. Y tomar en cuenta que son contenidos dirigidos a un público o segmentos.
- Navegación: Su finalidad es ayudar al usuario a encontrar lo que busca en Internet. Dentro de este grupo se sitúa los llamados portales, que intentan abarcar prácticamente todo dentro del propio sitio.
- Artísticos: Son un medio de expresión artística de su creador. Este tipo de sitios suelen saltarse todas las convenciones y las únicas normas a aplicar son las que el propio artista desee.- Por ejemplo en arte: Cultura en general, arquitectura, literatura,



historia, museos, galerías, exposiciones, centros culturales, museos, galerías, exposiciones, revistas culturales etc.

- Personales: Son un medio de expresión de su creador o creadores, Sus objetivos y su audiencia son muy variadas. Dentro de este grupo puede haber de todo desde colecciones de fotos de la familia hasta tratados científicos de primer orden.
- Asociaciones. Civiles, políticas, humanitarias, profesionales, clubes, sindicatos, ecología, altruismo etc.
- Banca y Finanzas: cajas de ahorro, aseguradora, casas de cambio, afianzadoras, grupos financieros, inversiones on line y off line, servicios de financiamientos etc.
- E-commerce: cualquier tipo de transacción en línea
- Educación: cursos de información, universidades, escuelas institutos y colegios, investigación, bibliotecas, congresos, conferencias, etc.

#### 3.2.4.2 Estructura y Diseño de un sitio Web:

Las páginas web poseen elementos estructurales que ayudan a crear consistencia y organizar eficientemente los elementos que lo conforman. Los sitios web varían en su estructura según la necesidad de los mismos, no se tiene

establecida la cantidad y orden de páginas que componen la estructura del sitio.

Para realizar una planificación eficiente según webaprendiz (2003:3), se debe iniciar con una tormenta de ideas, donde participen personas relacionadas con el proyecto. Entre la tormenta de ideas se debe contestar las siguientes preguntas: Por qué?, ¿Con qué finalidad?, ¿Cuál sería el contenido?, ¿A quiéñ irà dirigida? ¿Qué se espera del sitio web? ¿Qué obtendrán los visitantes del sitio web? Asignar prioridades al contenido potencial del sitio web. Las ideas deben clasificarse en tres categorías:

- Debe tener: los elementos sin los cuales no tendría sentido publicar el sitio.
- Sería bueno tener: se refiere al material que esperamos que tenga el sito, aunque se puede agregar a medida que pasa el tiempo.
- Lista de deseos: lo componen todos los elementos que se realizan cuando se tenga el tiempo y recursos, sin tener que volver a diseñar el sitio desde el principio.

La estructura del sitio web es muy importante, ya que debe permitir al lector visualizar todo el contenido de una manera fácil y clara.

Según Janal, (2000:96) existen diversos tipos de estructurar



la Web, estos son algunos:

**Jerárquica:** Es la típica estructura de árbol, en el que la raíz es la hoja del contenido, donde se expone las diferentes secciones que contendrá nuestro sitio. La selección de una sección conduce asimismo a una lista de subtemas que pueden o no dividirse.

**Lineal:** Este tipo de estructura es la más simple de todas, la forma de recorrerla es la misma que se utiliza al leer un libro, de manera que estando en una página sea posible ir a la siguiente, o a la interior.

**Red:** La estructura de la red es una organización sin orden establecido, las páginas pueden apuntarse sin orden aparente. Esta organización es más libre y a la vez la más peligrosa, porque si no está bien señalado hay posibilidad de que el lector se pierda y salga de la página web.

Existe un patrón común en el que la mayoría de las páginas encajan:

**Home o página de portada:**

Es un elemento decisivo de la web, dado que es habitualmente el punto de entrada en un sitio. La imagen que proyecta debe ser deseada, atractiva y funcional, en

donde se puede visualizar los vínculos o enlaces que tiene el sitio.

**Menú o página índice:** son los elementos que proporcionan el acceso de las páginas de las secciones principales del sitio web. Puede incluir información de las empresas o institución, servicios, descripciones de su función, temas de relación de la misma, etc.

**3.2.4.3 Espacios Publicitarios:**

Algunas páginas presentan ciertas franjas publicitarias que permanecen dentro de las mismas. Estos espacios pueden ser banners en movimiento constante o simplemente gráficos. Los temas de publicidad pueda que sean ajenos a la institución propietaria.

**Idioma:** Por lo regular antes de entrar a la página con mayor visibilidad se encuentra la opción de cambiar el idioma.

**Gráficos:** Dentro del sitio aparecen imágenes que ayudan a dar mejor presentación o facilitan la navegación, dependiendo del diseño.

**Iconografía:** Algunas páginas recurren opcionalmente a manejar un mensaje simbólico para facilitar la navegación dentro del sitio.



Copy Right: Es el apartado principalmente en la parte inferior, donde se coloca los fines legales que puede ser de la siguiente forma: | Términos y Condiciones de Uso© Medios Digitales de COPESA; todos los derechos reservados | Este sitio es parte de la red Terra Networks Chile



# CAPÍTULO IV

Concepto de diseño,  
método y bocetaje

---



## Capítulo IV

### 4. CONCEPTO DE DISEÑO Y BOCETAJE

Resultados esperados:

Debido a la difusión de la tecnología de la información a nivel mundial, es necesario para empresas y organizaciones tener presente en Internet a través de un sitio web que sirva como referencia y medio de contacto.

Para ello se presenta una propuesta para la creación del sitio web de Hope World Wide Guatemala, donde se contemplan los aspectos técnicos que permiten desarrollar, publicar y promocionar el sitio.

La finalidad del sitio web es dar a conocer a la Hope World Wide Guatemala a través de este medio. Para definir el concepto del sitio se realizan una sesión de tormentas de ideas con un representante de la asociación: Todas las ideas obtenidas de esta sesión se clasificaron en tres categorías para conformar la estrategia creativa y método:

- Concepto de diseño
- Planificación del sitio y
- Estructura del mismo.

### 4.1 ESTRATEGIA CREATIVA

Objetivo de la Comunicación:

Dar a conocer por medio publicitario del sitio web, la labor que la institución Hope World Wide Guatemala, está realizando en la sociedad.

Definición de producto o servicio:

Hope World Wide Guatemala, es una entidad no lucrativa, fundada en 1995 y su fin es de ayudar a contrarrestar la pobreza en Guatemala, por medio de asistencia social orientada a la educación y salud, en niños y en personas de tercera edad.

Posicionamiento:

La Misión de HOPE Guatemala, como institución de ayuda social.

¿Por qué se quiere reforzar este aspecto de la imagen Objetivo?





Que el grupo objetivo pueda convertirse en donante regular de HOPE Guatemala.

#### 4.1.1.6 Puntos diferenciadores y propiedad publicitaria:

Colores oficiales de HOPE, tipos de letra, fotos de niños y abuelos sonrientes, texto claro e impactante, el reflejo de nuestro material que es una fundación que se involucra en las vidas de nuestros beneficiarios, que los ven como amigos.

#### 4.1.2 CÓDIGOS QUE CONFORMAN EL CONCEPTO

##### 4.1.2.1 Código cromático:

Colores representativos del concepto:

- Azul: color del logo, representa confianza, armonía, afecto, fidelidad.
- Amarillo: color del logo, representa el color de la luz, risa.
- Verde: color que representa esperanza, juventud, simboliza fé y vida.

##### 4.1.2.2 Código icónico:

Imágenes: muy sutiles, expresivas que connoten ternura, compasión y sensibilidad hacia el grupo objetivo. (niños y ancianos alegres que represente la necesidad de tener una esperanza en la vida).

##### 4.1.2.3 Código tipográfico:

Tipografía: letra legible y dando un tratamiento en palabras claves como la palabra esperanza, en cuanto al tipo de letra como al tratamiento de color. La letra que se utiliza es de las familias Palo Seco se caracterizan por reducir los caracteres a su esquema esencial. Formadas por tipos de un grosor de trazo uniforme.

##### 4.1.2.4 Código lingüístico:

Frases: Representativas al concepto con el objetivo de concientizar y dar connotaciones de tristeza, compasión etc. Las frases que se quiere resaltar son: "Todos necesitamos esperanza", resaltando la palabra "esperanza". Ya que Hope transmite "Esperanza a un mundo lastimado. Cuando hay esperanza hay vida"



#### 4.1.3 PLANIFICACIÓN DEL SITIO WEB

Se realizó una serie de tormentas de ideas conjuntamente con Edgar Cuellar director de Hope World Wide Guatemala.

##### Tormentas de ideas

- Información de Hope
- Misión
- Visión
- Actividades de Hope
- Links
- Apadrinar un niño
- Empresas que colaboran
- Eventos
- Noticias
- Traducción del sitio a otros idiomas.
- Correo
- Banners
- Galerías
- Formularios
- Intro
- Multimedia

##### Asignación de prioridades

Se clasificaron las idea en tres categorías, debe tener, sería bueno tener, y lista de deseos

##### Debe tener

- ¿Quiénes somos?
- Misión y visión
- Proyectos: Educación, salud y asistencia social
- Links
- Apadrinar un niño

##### Sería bueno tener

- Intro
- Formulario para apadrinar un niño
- Correo electrónico

##### Lista de deseos

- Empresas que colaboran
- Calendario de actividades
- Formulario de datos
- Traducción del sitio a otros idiomas en especial a inglés

En la reunión de tormentas de ideas se contestó a las siguientes preguntas:

##### ¿Cuál es la finalidad del sitio?

Dar a conocer la institución Hope World Wide Guatemala, la labor que están realizando en la sociedad guatemalteca.



Y motivar a posibles donantes y patrocinadores para los proyectos de desarrollo.

¿Qué se espera del sitio web?

Que brinde información completa sobre la historia, servicios y actividades de Hope World Wide Guatemala.

¿Qué obtendrán los visitantes del sitio web?

Información sobre Hope World Wide Guatemala, y la oportunidad de contactar a una organización que puede ayudar económica y moralmente a los niños de extrema pobreza.

Otro beneficio del sitio es que los visitantes puedan observar las diferentes actividades que realizan en sus tres áreas educación, salud y asistencia social.

Servicios que prestará el sitio web

- Formulario preliminar para apadrinar a un niño
- Espacios publicitarios para empresas patrocinadoras.

#### 4.2.3.1 ESTRUCTURA DEL SITIO

El sitio se organizará en dos niveles, el primero abarca los aspectos técnicos de la estructura de los archivos del sitio, llamado servicio de fondo. El segundo es la interfaz del usuario, que se refiere a la apariencia del sitio.

- Servicio de fondo



- Interfaz del usuario, como aparecía del sitio tenemos:

#### Página principal

Es la parte habitualmente el punto de entrada en un sitio. La imagen que proyecta debe ser deseada, atractiva y funcional, en donde se puede visualizar los vínculos o enlaces que tiene el sitio, para ello se logró hacer una introducción de 10 segundos que despierte mayor



interés para entrar a la página y que apele factores psicológicos bajo el concepto que se definió. Luego entrar a la página principal en donde se dividió en encabezado, cuerpo y pie de página y se determinó 6 enlaces importantes (¿Quiénes son?, misión y visión, proyectos, multimedia, patrocine a un niño, contáctenos) para el ingreso de la página.

#### Diseño

El diseño de un sitio web es importante, ya que es lo primero que verá el cliente, sin embargo, se deben evitar gráficos que tarden en descargarse. Es por ello que se determinó:

- Colocar animaciones fijas donde acompañen en todo el recorrido de la página (logo animado, cintillo de fotos y botón de patrocinio).
- Usar los colores azul, verde y amarillo que armonicen con el logo y connoten con el concepto establecido.
- Colocar logos que ayuden a patrocinar Hope
- Fotos que apelen alegría, esperanza, ayuda, amor, compasión etc.

#### Exploración

El menú de exploración permite al usuario navegar y

encontrar la información requerida del sitio Web. El menú estará disponible en forma vertical en el centro de la página y en algunos casos en la parte izquierda.

#### Tipo de estructura

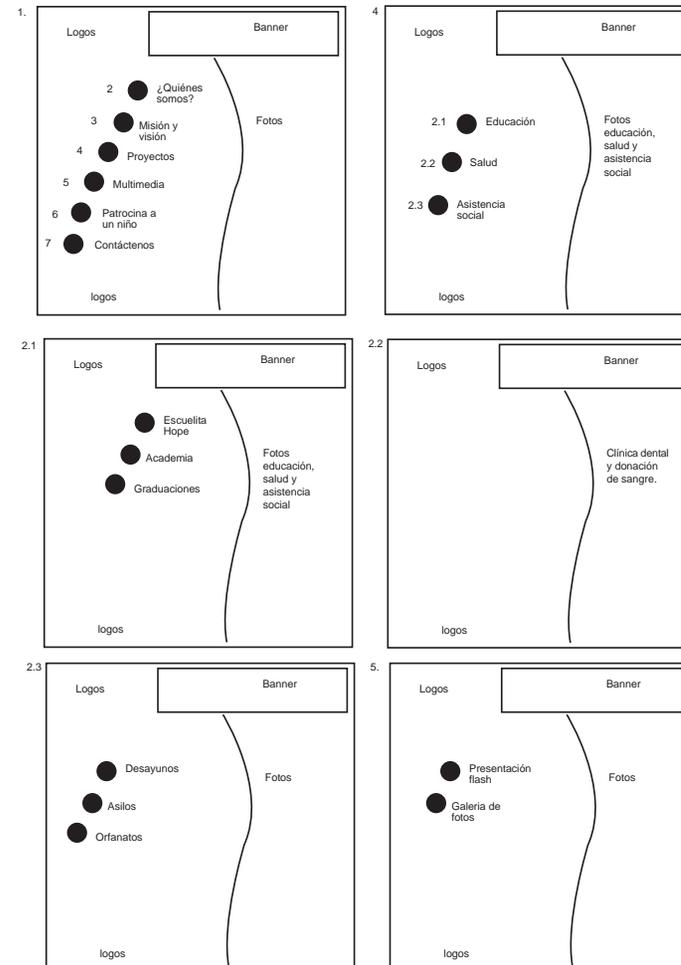
Se utilizará la estructura jerárquica, que es la típica estructura de árbol en el que la raíz es la hoja de contenido y se exponen las diferentes secciones que contendrá el sitio.

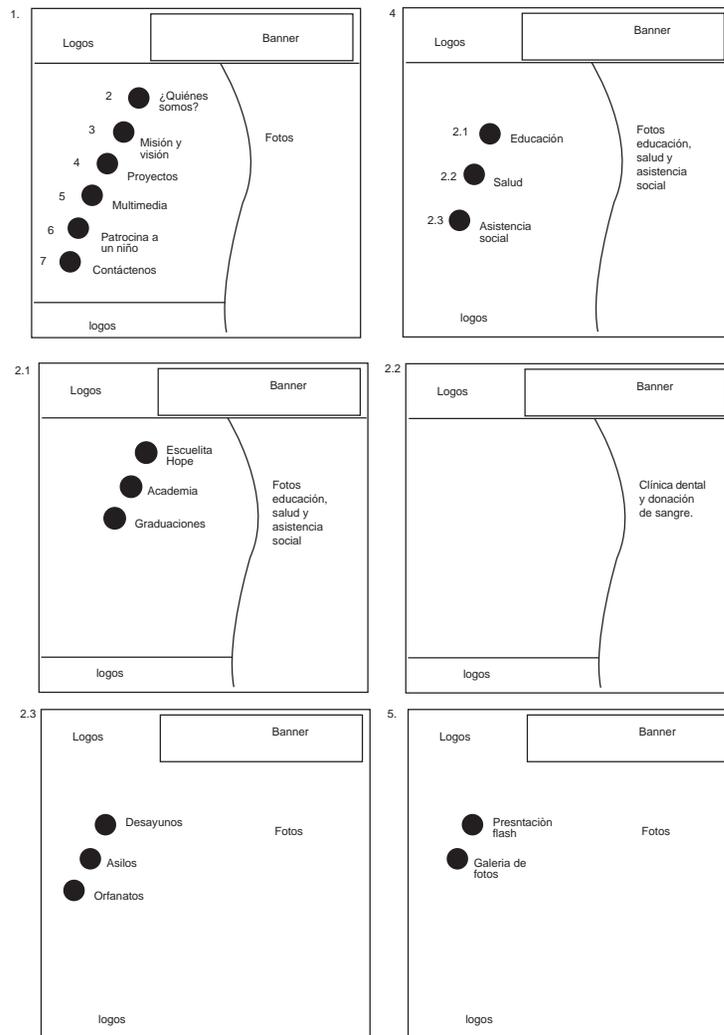


#### 4.2.2.1 ESTRUCTURA DE LA PAGINA

## Pre-bocetaje

Primer pre-boceto, donde se plasmó una esquematización de lo que sería el sitio. Teniendo en cuenta todos los links que van a ir relacionados, para llevar un orden y colocación de elementos, etapa en la que conjuntamente con el cliente se realizó una estructuración con el fin que tengan cierta lógica y sea más fluida para el espectador.





## boceto

Después de haber logrado la esquematización se observó que algunos elementos no eran muy funcionales donde se habían planificado. Teniendo en cuenta que en cada links tuviera un espacio donde se colocarían la mayoría de las fotos animadas con flash, opción de la cual se desistió para evitar la lentitud de la página, cambiando cierta disposición de diseño. Logrando un primer boceto con las imágenes y textos:

- En el cintillo en la parte superior se colocó el logo de Hope World Wide Guatemala, seguidamente un espacio de un logotipo de patrocinador, y al final con un cintillo de fotografías mostrando un resumen de Hope, en este caso, animada en flash, logrando que el cintillo este permanente y no afecte en la navegación de los links, eliminando animaciones grandes en cada link.
- En la parte del centro un apartado donde se coloca una foto principal y en la otra parte los botones, dejando mucho espacio libre.
- Concluyendo con un cintillo de logos que patrocinan a Hope World Wide.



Logrando las mejoras anteriores se presenta un segundo boceto con los cambios establecidos anteriormente.

- Colocando una foto con un texto de invitación en la parte vacía central derecha de la pagina.
- Animación flash en el banner superior de patrocinio, colocando varias fotografías de niños y un texto de invitación de entrada.
- Se manejó con más sutileza los logos de patrocinios.
- Ya que Home page es como la base de los demás links, se presentó el primer link de ¿Quiénes somos?, en donde se logra un cambio de fotografía y el texto en la parte derecha.

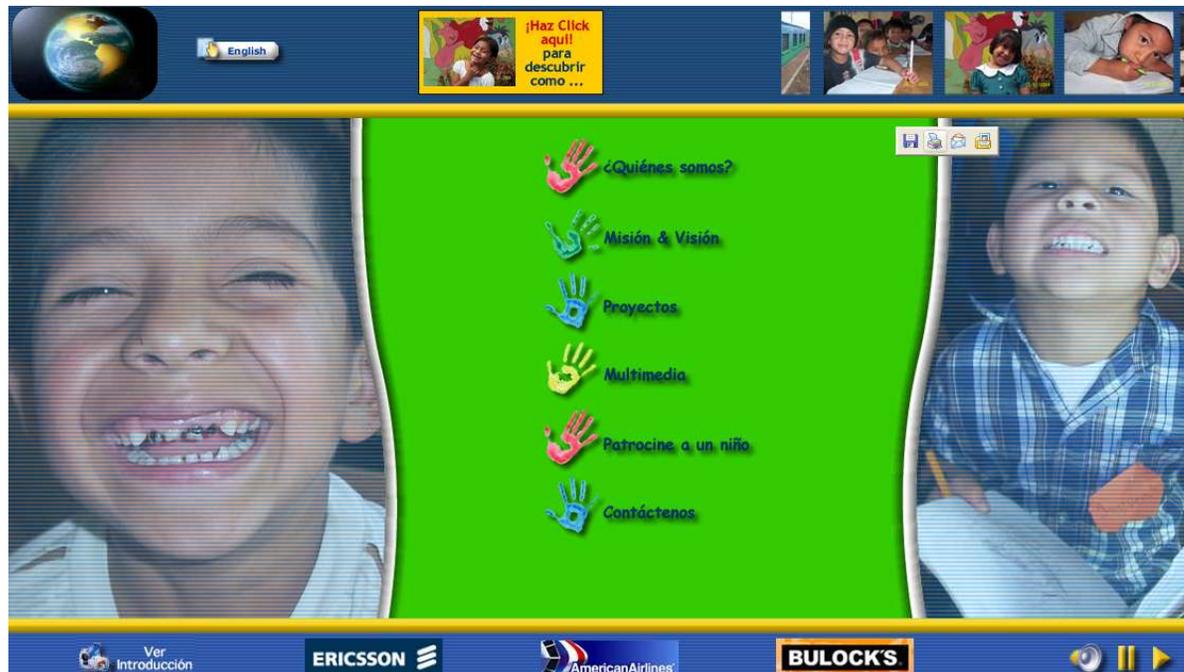
Como primer boceto de ensayo se dieron ciertas mejoras:

- Colocar el logotipo de Hope World Wide con la palabra Guatemala.
- Se evaluó colocar en el cintillo superior un mini banner como botón para llegar al link de patrocinio.
- En la parte del centro se observó que había mucho espacio vacío y los botones eran muy pequeños, por lo que no daba presencia de página y mucho espacio en blanco, teniendo más diseño en esa parte. Se propuso colocar cierta animación en los botones ya que eran muy planos.
- Logotipos más trabajados de manera que no fueran muy grandes.





## boceto final



Como segundo ensayo las mejoras fueron:

- No fue muy funcional colocar en la parte vacía central derecha una foto, porque se ve muy sobrepuesta dentro del diseño y no logra cierta integridad de la página, visualizándose vacía aún.
- Igualar espacios entre cada foto del cintillo de la parte superior.

- Mejorar diagramación en la parte del texto del segundo link.

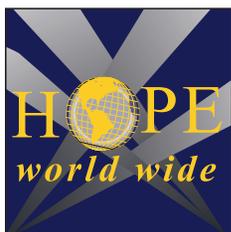
Logrando las mejoras anteriores se presenta un boceto final.

- Tener un equilibrio en la parte central con el mismo efecto a la foto izquierda y dió más sutileza a la misma.



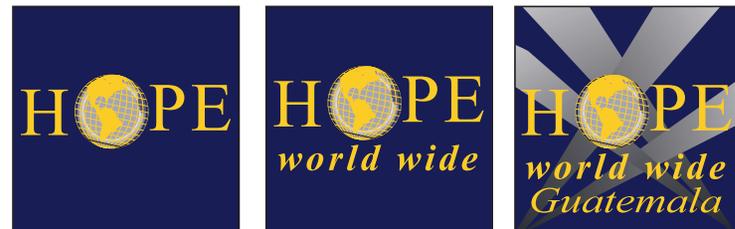
#### 4.2.2.2 LOGOTIPO 3D

### pre-boceto a mano alzada



- En el presente segmento se elaboró un boceto para tener una idea de cómo se planificaría el logotipo, para diseñarlo en el programa 3d. En ello se evaluó los elementos que lo componen. Para diseñar ciertos movimientos y luces que logran que la marca tenga presencia.

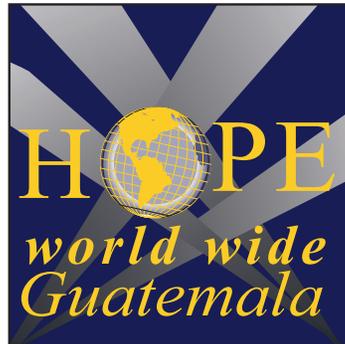
### boceto logotipo 3d



- Dentro del pre-boceto se observó que sería mejor que al comenzar la animación se colocara el mundo en primer plano cubriendo toda la pantalla y que no iniciara, letra por letra y al final el mundo porque se volvía demasiado lenta el inicio de la presentación.
- Uno de los elementos que faltaba dentro de la planificación del logotipo fue, colocar la palabra Guatemala.



## boceto final logotipo 3d



Logotipo Hope World Wide Guatemala, fue realizado en el programa .3d, ya que es un software dedicado a la animación y permite crear al usuario un innovador concepto de diseño, ya que los elementos se manipulan en tercera dimensión y logran mayores acabados y efectos especiales.

Imagen: El logotipo esta compuesto de las palabras y tipo de letra representativo de Hope en la cual la letra "O" es representada por un mundo y abajo el texto World Wide Guatemala. Elementos que no se pueden cambiar

por ser logotipo de la empresa pero sí una animación para tener presencia de marca.

Animación: consiste en visualizar como primer plano el mundo cubriendo toda la pantalla, donde se aleja lentamente llegando al centro del formato, creando cierta luminosidad de los países, dando más contraste con el fondo, llegando a un punto de desplazamiento, y saliendo la palabra Hope primero y luego World Wide Guatemala, logrando luces y sombras para lograr más contraste y movimiento. Dejando luminosidad intercalada al fondo para darle importancia. Se diseñó este tipo de animacion porque sus elementos que lo conforman dan lugar a que sobresalga el mundo y en especial América ya que Hope mundial cubre y apoya con varios países de este continente, concluyendo con la palabra Hope Guatemala de manera que intervengan en orden jerarquico de lo grande a lo específico.



### 4.2.2.3 PRESENTACIÓN HOPE

## Pre-boceto presentación Hope

Mision	Traer esperanza a un mundo lastimado	Rostro de niño	Educando al pobre y dando amor al abandonado	Niño recibiendo clases
Proyecto Guatemala centro educativo	En el año 2002 nació un sueño en el corazón de Hope	Fotos de antes de ser escuela	aulas de antes	fachada
Fotos de antes de ser escuela	Con su apoyo esto lograremos	Nueva fachada	Aulas renovadas	escuela nueva
actividades	actividades	actividades	Construcción dela nueva escuela	Graduaciones
Graduaciones	Fotos de niños en aulas	Ellos y muchos más	Fotos de caritas	Gracias a tu apoyo

Estos pequeños ahora tienen esperanza	Fachada	niños en clase	baños	corredores
salud, examen de la vista	salud, odontología	Corte de pelo	área de computación	niño
Logo Hope				

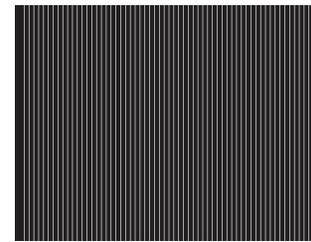
Sobre esta etapa se logró plasmar toda la secuencia que podría contener la presentación en flash abarcando todos los puntos que el cliente quiere dar a conocer. El primer paso fue escoger las fotos que identificarán el concepto. Logrando a groso modo una secuencia lógica de lo que se quería presentar, surgieron cambios de textos y colocación de fotografías; y se consiguió que surgieran otras ideas. Se llegó a la conclusión de dar connotación de cómo empezaron su proyecto escuelita Hope y como ha ido evolucionando el proyecto y alcanzando así muchos cambios dentro de ella.



## Boceto

	Cuando todo está perdido, aún queda la <b>esperanza</b> .	
La vida comienza a tener sentido. ...cuando ayudas a otro	<b>Misión</b>	Traer <b>esperanza</b> a un mundo lastimado.
	Educando al pobre y dando amor al abandonado.	
Proyecto HOPE en Guatemala Centro Educativo	En el año 2002 HOPE trae <b>esperanza</b> al asentamiento de la línea ferrea.	<b>Todo empezó así</b>

	con su apoyo hemos logrado	



HOPE  
world wide

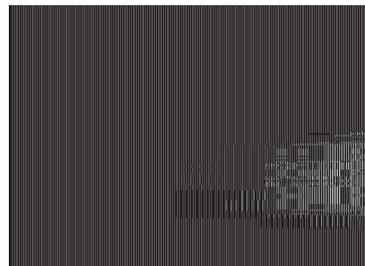
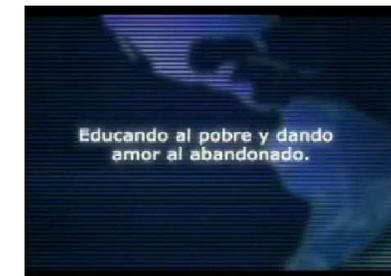
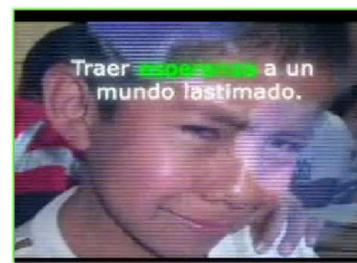
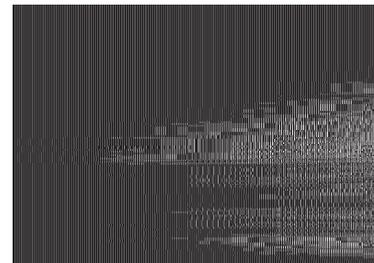
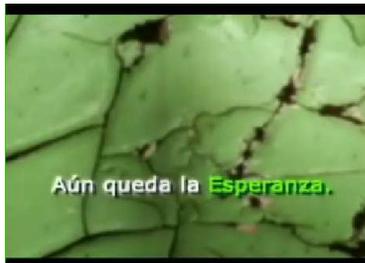
En la segunda etapa como un primer boceto, donde se observó varios detalles, y cambios. La presentación dura 2.50 minutos en la cual por su tamaño no se podía colocar dentro de la página porque se volvía demasiado pesado, lo que provocaría que la navegación fuera muy lenta. Se tomó la decisión de hacer un resumen de la presentación para insertarla dentro de la página la cual tendría una duración de 1.15 minutos ya que permitirá que cargara sin ninguna complicación.

En cuanto a los cambios gráficos se realizaron varios aspectos:

- Se integró el estilo y los fondos del logo de Hope para tener uniformidad en el diseño.
- Cambio de color a la palabra esperanza ya que no representaba el verde con el concepto.
- La letra presentada como Helvetica se dio cambio por una Gill Sans para dar más dinamismo.
- Cuidar detalle de cortes de fotos
- Rematar con una frase.



## boceto final





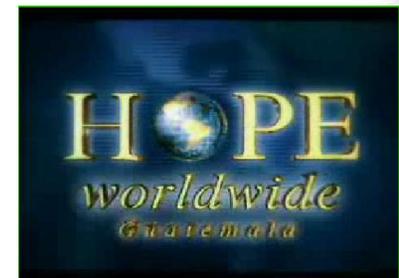
Con su apoyo  
hemos logrado



¡Gracias !



Tú eres su esperanza.





# CAPÍTULO V

Comprobación de  
eficacia y propuesta  
gráfica final

---



## Capítulo V

### 5. COMPROBACIÓN DE EFICIENCIA Y PROPUESTA GRÁFICA FINAL

En todo el proceso de investigación, se llegó a la parte final donde se aplicó una prueba para validar la pieza.

#### 5.1 TÉCNICAS DE LA VALIDACIÓN

Son utilizadas para verificar la aceptación de la propuesta gráfica y de esta forma tener conocimiento para poder evaluar en forma objetiva la obtención de datos, para ello se describen las tres siguientes técnicas:

- Observación: esta técnica es utilizada para obtener información de actividades y distintas situaciones que se puedan presentar siendo de gran importancia ya que puede revelar distintos aspectos de lo que se pueda extraer, según las actividades que se hayan presentado a lo largo de la observación.

- Entrevista: ésta puede ser de forma verbal o escrita y se puede aplicar para grupos numerosos, puede describir

actitudes, opiniones y causas, permitiendo la misma explicar o predecir hechos. Una encuesta puede ser realizada con fines de monitoreo o retroalimentación de alguna actividad.

- La encuesta debe ser legible y de buena redacción, esta se realiza a base de preguntas y debe asegurar que las condiciones para realizarla sean adecuadas, se plantea las preguntas posibles en forma verbal para ayudar a entender a la persona que se encuesta. Las personas deben entender cuál es el objetivo de dicha encuesta y los usos que se le dará, al entregarse debe acompañarse de una lectura para el esclarecimiento de una pregunta.

#### 5.1.1 INSTRUMENTOS

##### ENTREVISTA

-Se realizó una entrevista con el Director del centro (Señor Edgar Cuellar) para evaluar la página de Hope World Wide Guatemala, Para conocer si los elementos que conforma la página son los que se desea transmitir, establecer si la información que muestra la página hace evidente el trabajo



que realiza Hope y si las imágenes propuestas dan a conocer las distintas actividades que el centro realiza, partiendo también si la musicalización, la interactividad y los distintos links de los que está formada la página son los adecuados, así mismo, si la galería de fotos muestra diversidad y emotividad sobre el trabajo social que se ha hecho a la fecha. En pocas palabras se puede decir si la página transmite el trabajo que se ha hecho, el papel importante que juega el voluntariado y la necesidad de tener más patrocinadores para que el proyecto continúe.

## ENCUESTAS

Se realizó un cuestionario incluyendo preguntas cerradas o abiertas, las preguntas abiertas contienen categorías u opciones de respuestas que han sido delimitadas. Es decir presentan al informante la posibilidad de respuesta. Las preguntas directas por ser de fácil decodificación, también se incluyen en la encuesta, ya que requieren un menor esfuerzo por parte del informante en donde no tienen que dar largas respuestas o memorizar pensamientos. Simplemente seleccionar la opción que mejor describe su opinión. Obteniendo como resultado las mejoras de la página ya que cada una de las preguntas permitirá un análisis y nuevas ideas que deberán ser evaluadas para modificar, cambiar algún aspecto de la página.

## 5.1.2 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Se realizó una entrevista con el director de la institución, ésta consistió en una presentación formal de la página, dando a conocer los distintos links que la página posee, lo importante que es el audio y para ello se ha escogido una pieza que invite a la reflexión, el uso de banners como la diagramación que lleva la distribución de los objetos y el uso de colores que representan a Hope, siempre transmitiendo la identidad que ésta posee en su introducción como en su página principal para causar un impacto al usuario y luego la facilidad de operatividad de la misma, como también, la inclusión de galerías de fotos y cómo se relacionan éstas con las obras realizadas, se ha explicado también la importancia que tiene crear en el usuario la necesidad de conocer e interesarse más por la organización, permitiéndole llenar un pequeño formulario para conocer posibles patrocinadores. Se presenta también el video que muestra el trabajo de Hope que cubre en nuestra sociedad. Luego de ello, se estableció un momento de preguntas para conocer las inquietudes y sugerencias que se tenían ya sea por el diseño, diagramación o algún aspecto que no se tomó en cuenta, en este material que fué elaborado con herramientas de software modernas para su fácil manejo y mayor visualización, transmitiéndole algunas ideas de velocidad en la web como también tiempo de respuesta para obtener una página limpia y no saturada de información.



Con la misma dinámica de hacer una presentación formal del material en una reunión por grupos para tener una población variada pero que fuera capaz de entender a qué se dedica Hope y que a través de una encuesta se podían obtener resultados verificadores de la eficacia de la página web. Se transmitieron los objetivos del material y de la encuesta, explicación del contenido y la lectura de las preguntas. Logrando un análisis con los resultados e inquietudes para hacer mejoras necesarias en la página con el fin de llegar más eficazmente al grupo objetivo.

#### 5.1.3 PERFIL DEL INFORMANTE:

Para comprobar la eficacia de la Página como material publicitario de Hope World Wide Guatemala, se tomó una muestra total de 20 personas entre el grupo primario y secundario de la población total activa de 250 personas.

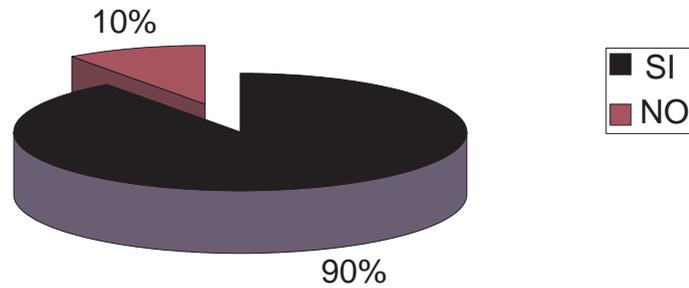
Para ello se estableció una encuesta dirigida a hombres y mujeres de 25 a 60 años, dirigida a personas que laboren en empresas, fundaciones, iglesias, corporaciones, personas individuales con conciencia social. Residentes en la ciudad capital.



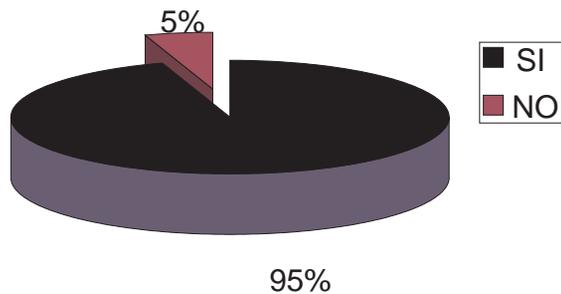
### 5.1.4 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

#### PRIMERA PARTE

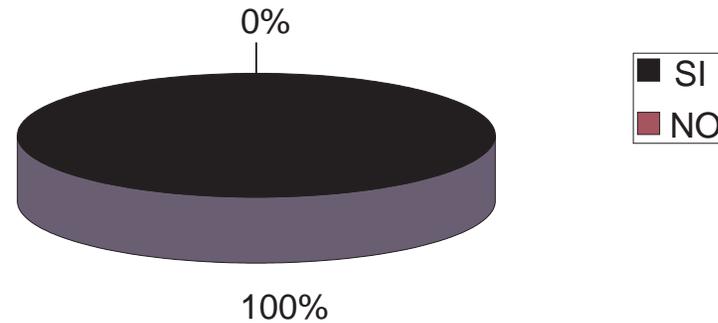
1. La intención del sitio es reflejar el concepto " Todos necesitamos esperanza " ¿Usted considera que ésto se logró?



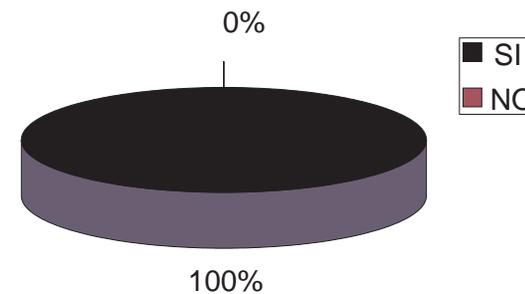
3. ¿Considera que la página transmite concientizar, motivar, persuadir e informar a los posibles patrocinadores y voluntarios?



2. ¿Considera que el sitio cumple con el propósito de dar a conocer más acerca de Hope World Wide Guatemala y las actividades que realiza?



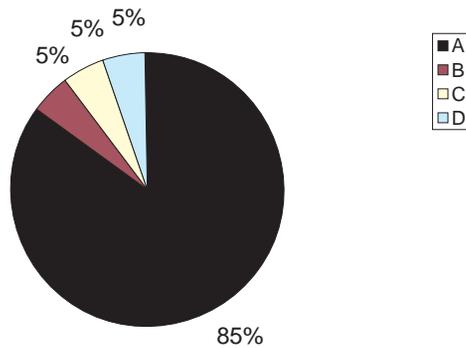
4. ¿Luego de ver el sitio usted se sentiría con motivación de apoyar a Hope?





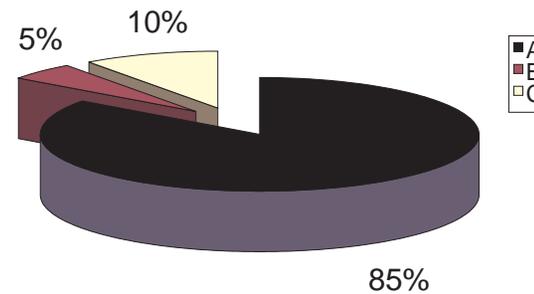
SEGUNDA PARTE

1. ¿Cómo califica la introducción del sitio?



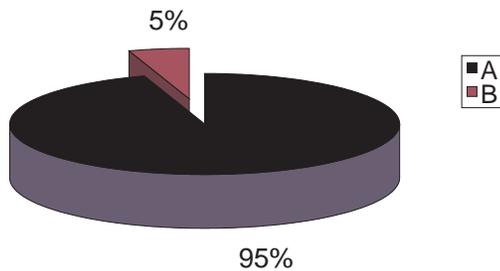
- a. Corta, tiene impacto visual y no se pierde el interés del usuario
- b. Larga, impactante al inicio pero se pierde el interés de usuario
- c. Corta, pero no tiene impacto visual
- d. Larga, no tiene impacto visual

2. ¿Cómo califica las animaciones del home page y páginas interiores?



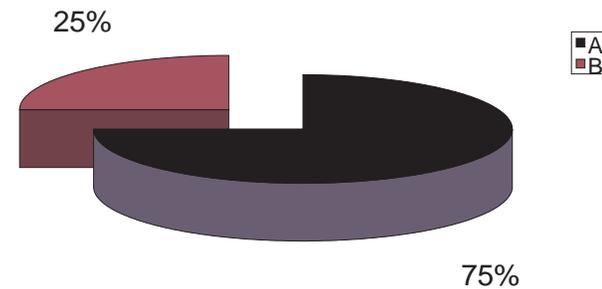
- a. Las animaciones se adaptan al diseño de la página
- b. Las animaciones no se adaptan al diseño de la página
- c. Los elementos animados son muy escasos
- d. No están animados

3. ¿Los recursos gráficos llevan una línea de diseño?



- a. Evidencia una línea de diseño y guarda unidad
- b. No guarda unidad, no evidencia una línea de diseño

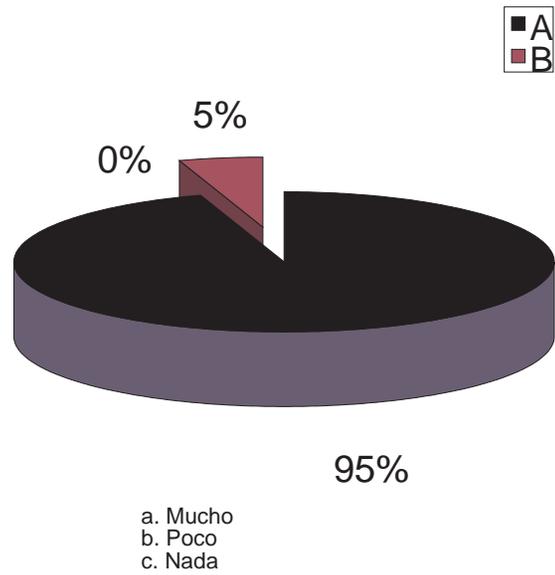
4. ¿Cómo es la funcionalidad en relación a la velocidad?



- a. La navegación es fluida, se mantiene el interés
- b. Algunos elementos tardan en cargarse, la fluidez es inmediatamente buena.
- c. La navegación es lenta, se pierde el interés



5. ¿La presentación institucional es representativa en el contenido del sitio?





#### 5.1.5 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS:

- En la entrevista con el Sr. Edgar Cuellar, comenta que la página llena sus expectativas con relación a mostrar el sentir del trabajo realizado y visto por la casa matriz, a quienes les ha interesado el concepto e imagen que transmite dicha página. Ellos están pensando adaptar ciertos elementos, por ejemplo la animación del logotipo, en toda su organización, ya que el trabajo les ha gustado. En general se pudo observar la satisfacción y el agradecimiento por el trabajo realizado.
- Al realizar la presentación se ha observado que un 90 % se mostró sorprendido e hizo la observación que el trabajo que se ha realizado ha sido largo y muestra muchos frutos que reflejan los intereses de la institución, como también, lo importante que es el cuerpo de voluntarios que la forman y la necesidad de patrocinadores. Se observó la satisfacción del trabajo realizado para esta institución porque la página muestra todas las actividades que Hope está realizando actualmente. También hace una comparación sobre el avance que se ha hecho a la fecha, permitiendo transmitir más sensibilidad a los usuarios que visitan la página.

Como toda validación siempre surgen cambios, en este caso, para la mayoría de elementos los resultados

obtenidos son positivos, siempre tomando en cuenta la opinión de los encuestados por ser muy importante, quienes opinaron que debía mejorarse y corregir un poco la velocidad de la página. Ello implica hacer una revisión de las animaciones para que ésto no perjudique.

#### PRIMERA PARTE

1. La intención del sitio es reflejar el concepto " Todos necesitamos esperanza " ¿Usted considera que esto se logró?

El 10% refleja, que el concepto de esperanza no es transmitido directamente, para los usuarios que visitan la página. Ahora bien el 90% ve elementos como el color, la música, las imágenes y video que transmiten a través de obras el concepto de esperanza. Y se le muestra al usuario lo importante que es su colaboración y participación para que el proyecto funcione dando esperanza a muchas personas más.

2. ¿Considera que el sitio cumple con el propósito de dar a conocer más acerca de Hope World Wide Guatemala y las actividades que realiza?

El 100% de la población visualiza el propósito de dar a conocer a Hope ya que existe un balance entre los textos, fotografías que explican las distintas actividades que realiza



Hope y cómo sus colaboradores participan. Les llamó la atención la galería de fotos, ya que expresaron que se de muestra los logros más importantes para Hope, desde una pequeña sonrisa que recuerda las necesidades de los niños hasta las convivencias en las escuelas y hospitales, testimonio de lo que cada uno de los colaboradores ha vivido estas experiencias y como influyó su colaboración en las obras. Quienes por primera vez tienen la oportunidad de conocer las obras que Hope realiza, a través de la página web, se quedaron impactados porque con un grupo pequeño de personas que tienen el deseo de ayudar han realizado muchas obras sociales.

3. ¿Considera que la página transmite concientizar, motivar, persuadir e informar a los posibles patrocinadores y voluntarios?

El 5% refleja que dentro de la página no existe una concientización hacia los usuarios, en donde se exprese el compromiso social que cada uno de nosotros debemos tener y piensan que se debe ser más agresivos para que existan más voluntarios, más patrocinadores. El 95% encuentra que la página mostrada motiva a través de sus actividades y que persuade a las personas a colaborar ya sea de forma monetaria o con participación social, ya que abre un sentimiento de cómo es nuestra realidad y que debemos ser personas que actúan para realizar cambios

en nuestra sociedad y no ser entes pasivos que esperan a que otras personas hagan las obras para que exista un cambio.

4. ¿Luego de ver el sitio usted se sentiría con motivación de apoyar a Hope?

Todas las personas que han sido encuestadas manifiestan que es necesario involucrarse y creen en el proyecto ya que el mismo existe en diversos lugares del mundo y es apoyado por varias personas, están concientes de la importancia que éste pueda tener ante la sociedad y ven hacia el futuro ya que si existe una red de patrocinadores y colaboradores juntos podríamos cambiar lentamente la situación actual y sobre todo quién no se siente bien con ayudar a otra persona y saber que pudo aportar su granito de arena para hacer un verdadero cambio.

## SEGUNDA PARTE

1. ¿Cómo califica la introducción del sitio?

En cuanto a la calificación del sitio existen muchos criterios y variadas opiniones, el 5% muestra que es larga y que no tiene impacto visual porque son personas muy serias y de pocas palabras que les gusta ser muy concisos y llegar al



grano rápidamente, consideran que si es colaboración o aportación es necesario pedirla y simplemente, otro 5% establece que es necesario darle más interacción y mayor participación a los logros realizados, mostrar escenas más intensas que permitieran un mayor impacto visual ya que desean que exista musicalización, algún video, pero no han tomado en cuenta que recarga mucho la página; el otro 5% dice que es larga debido a que presenta muchas frases. Ahora bien, 85% le ha gustado mucho porque da a conocer la institución, muestra palabras que representan los valores por los cuales son regidos y despierta en el usuario conocer lo que la institución puede realizar.

2. ¿Cómo califica las animaciones del home page y páginas interiores?

Un 10% piensa que los elementos animados son muy escasos pero sin duda alguna no se han puesto a pensar que entre más animación exista el usuario deberá tener un mejor ancho de banda, un buen equipo para poder curiosear la página; El otro 5% piensa que no se adaptan las animaciones porque deseaba ver diferentes animaciones en cada link. Al 85% le ha llamado mucho la atención que los links son iconos representados por manos para acceder ya que le da un valor humanitario y otro aspecto es, que han quedado fascinados con las imágenes

presentadas y que la musicalización hace despertar un sentimiento de ayuda y nostalgia ya que hay personas que necesitan no solo dinero, sino también una dirección en su vida y para ello Hope los ayuda a encontrar que son útiles dentro de nuestra sociedad.

3. ¿Los recursos gráficos llevan una línea de diseño?

Se les explicó a los encuestados qué era una línea de diseño, un 5 % de personas, no entendieron el aspecto gráfico que se estaba evaluando y expusieron en cuanto al tipo de letra que debería ser mejorada, sin tomar en cuenta que el diseño está preparado para cargar en cualquier navegador y sin necesidad de instalar el tipo de letra. El otro 95% opinó que la página tiene una línea de diseño ya que todo en conjunto tiene forma, composición, connotación y unidad en todos sus elementos gráficos, de las cuales son apropiados al tipo de organización y proyecto que quieren transmitir.

4. ¿Cómo es la funcionalidad en relación a la velocidad?

El 5 % desearía que la página se cargara de forma rápida con todo el contenido de música e imágenes, textos e iconos, sin duda alguna, todos quisiéramos que existiera mayor velocidad, El 75 % se da cuenta que la



infraestructura dentro del país es muy caro aún para llevarnos al ancho de banda ágil y sobre todo que en el campo de lo visual cada imagen tiene una cantidad mínima de tamaño para observarse bien y esto representa capacidad en los computadores para su mejor visualización.

5. ¿La presentación institucional es representativa en el contenido del sitio?

El 5% considera que puede hacerse más extensa la presentación y con presentar una mejor idea al usuario de la labor de Hope, el otro 95% considera que es apropiada y balanceada, que tiene todos los elementos que dan a conocer la entidad y los valores que la forman como también los links y distribución de espacio y diseño.



## 5.2 Propuesta gráfica final y fundamentación

### 5.2.1 Descripción de las principales características de la propuesta

Consiste en el diseño de una propuesta para dar a conocer la organización Hope World Wide Guatemala, por medio de un concepto gráfico para informar, concientizar y persuadir, tomando en cuenta elementos de multimedia, el contenido de las mismas y la propia estructura del sitio; a través de la imagen presentada se pretende motivar a posibles donantes y patrocinados para ayudar a los proyectos de desarrollo de dicha institución.

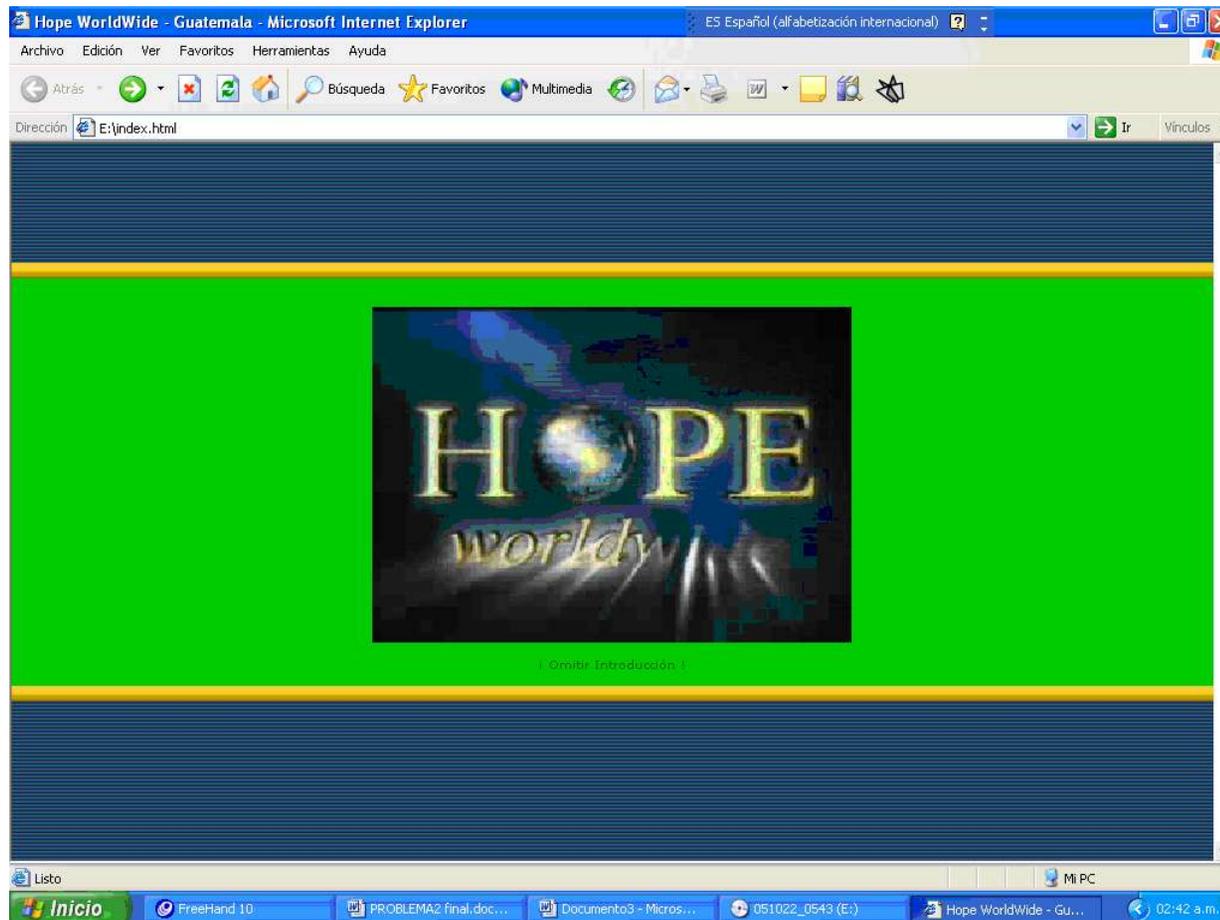
Las principales características de la página:

- Despierta mayor interés de los usuarios.
- Es mucho más amigable.
- Se aprecia una mayor estructuración.
- Posee páginas informativas.
- El sitio espera persuadir y concientizar a todo aquel que lo visita.
- Motivación de donantes y patrocinadores.



## 5.2.2 Propuesta final

Página web: [www.hopeworldwideguatemala.org](http://www.hopeworldwideguatemala.org)



Intro y logotipo



Home page

English

¡Haz Click aquí! para descubrir como ...

- ¿Quiénes somos?
- Misión & Visión
- Proyectos
- Multimedia
- Patrocine a un niño
- Contáctenos

Ver Introducción

ERICSSON

American Airlines

BULLOCK'S



Link ¿Quiénes somos?

English

Patrocina su educación

### ¿A quiénes ayudamos?

Nosotros ayudamos mediante proyectos a las personas de escasos recursos, como niños huérfanos, personas de la tercera edad, personas discapacitadas, etc. brindándoles no solo una ayuda, sino una ayuda con amor. También colaboramos con el desarrollo de personas adultas y niños para que puedan optar por mejores empleos y así lograr mejores condiciones de vida.

Hope Worldwide colabora con UNAIDS, UNICEF y WHO, así como las agencias gubernamentales y no-gubernamentales en los países donde nosotros servimos.

### ¿Cómo puedes ayudarnos?

Uniéndote a nosotros, amando a nuestro prójimo, te invitamos a ser parte de Hope Worldwide involucrate en las actividades de ayuda, tu participación es importante.

Ver Introducción

ERICSSON

American Airlines

BULLOCK'S



Link Misión y Visión

The screenshot shows a website interface with a dark blue header and a green main content area. On the left, there is a large, semi-transparent image of a young boy's face. The header includes a globe icon, an 'English' button, and a yellow box with a woman's photo and the text '¡Haz feliz a un niño!'. The main content area features the heading 'MISIÓN' followed by a paragraph: 'La misión de Hope es tan simple como nuestro nombre, traer Esperanza a un mundo lastimado, por medio de sus cinco aéreas ayudando al enfermo, alimentado al hambriento, dando el refugio al necesitado, educando al pobre y dando Amor a los abandonados.' Below this is a photo of a man in a white shirt. To the right, the heading 'VISIÓN' is followed by a paragraph: 'Ayudamos a contrarrestar la pobreza en Guatemala, por medio de asistencia social orientada a la educación y salud, en niños y en personas de tercera edad, con el fin de transformar vidas a través de un desarrollo; llevando la esperanza donde se ha perdido.' Below this is a photo of a group of people around a table. At the bottom of the green area is a red hand icon and the text 'in al inicio...'. The footer contains a 'Ver Introducción' button, logos for ERICSSON, American Airlines, and BULLOCK'S, and navigation icons.

English

¡Haz feliz a un niño!

### MISIÓN

La misión de Hope es tan simple como nuestro nombre, traer Esperanza a un mundo lastimado, por medio de sus cinco aéreas ayudando al enfermo, alimentado al hambriento, dando el refugio al necesitado, educando al pobre y dando Amor a los abandonados.

### VISIÓN

Ayudamos a contrarrestar la pobreza en Guatemala, por medio de asistencia social orientada a la educación y salud, en niños y en personas de tercera edad, con el fin de transformar vidas a través de un desarrollo; llevando la esperanza donde se ha perdido.

in al inicio...

Ver Introducción

ERICSSON

American Airlines

BULLOCK'S



Link de proyectos

A screenshot of a website interface. At the top left is a globe icon. Next to it is a button labeled "English". To the right is a yellow box with the text "¡Haz Click aquí! para descubrir como ...". Below this are several small images: a baby, two children walking, a person in a lab coat, and a group of people. The main content area has a green background with a list of categories, each with a hand icon: "Educación" (red hand), "Salud" (green hand), "Asistencia Social" (blue hand), "Actividades" (yellow hand), and "Ir al inicio..." (red hand). The bottom of the page features a blue navigation bar with logos for "Ver Introducción", "ERICSSON", "American Airlines", and "BULLOCK'S", along with audio and navigation icons.



Link de educación

A screenshot of a website interface for HOPE. The top navigation bar is dark blue and contains a globe icon, an "English" button, a yellow box with the text "¡Haz Click aquí! para descubrir como ...", and several small thumbnail images. The main content area has a green background and features a central logo for "COLEGIO HOPE" with a yellow star, the text "Educando con ERICSSON", and a photo of a child at a computer labeled "Academia de Computación". To the left is a photo of graduates in blue caps and gowns, and to the right is a large photo of a boy writing. The bottom footer is dark blue and includes logos for "Ver Introducción", "ERICSSON", "American Airlines", and "BULLOCK'S", along with navigation icons.



Link de educación

English

Patrocina su educación

Bienvenido

Con su apoyo seguiremos adelante...

Se ha ayudado a contrarrestar la pobreza por medio de la Asistencia Social orientada a la educación principalmente a niños, transformando sus vidas a un mejor desarrollo, sobre todo llevando la esperanza donde se ha perdido.

Iniciamos el Ciclo Escolar en el 2,003 en un asentamiento a orillas de la línea férrea final de la Petapa zona 21, en un salón comunal el cual no llenaba los requisitos principales para la educación, pero poniendo todo el amor la fe y la esperanza en Dios se logró fundar un colegio para dar educación integral y sin fin de lucro.

En el ciclo escolar 2,004 la asistencia para niños se duplicó y ahora se cuenta con los grados de preparatoria, dos grados de primero y uno de segundo.

En el ciclo escolar 2005 se volvió a duplicar la asistencia, por la necesidad de educación tan grande que existe para muchos infantes en dicho asentamiento.

Educación Proyectos

Ver Introducción

ERICSSON

American Airlines

BULLOCK'S



Link de educación

English

¡Haz Click aquí! para descubrir como ...

## Graduaciones

El viernes 5 de noviembre en el Auditorio de Hope World wide Guatemala. El personal de Ericsson, quienes son nuestros patrocinadores y juntos con el voluntariado de Hope se llevó a cabo la clausura escolar 2004 y a la vez la entrega de certificados y diplomas a los niños de la escolita de Hope.

Fue una gran dicha ese momento al ver los rostros de los niños al ser premiados por su esfuerzo en este ciclo escolar. Los grados que se impartieron fueron de Kinder, Preparatoria, Primero y segundo grado de primaria. Se inscribieron 128 alumnos pero solo terminaron el año, 78.

Ver Introducción

ERICSSON

American Airlines

BULLOCK'S



Link de computación

The screenshot shows a website interface with a blue header and a green main content area. The header includes a globe icon, an 'English' button, a yellow box with the text '¡Haz Click aquí! para descubrir como ...', and two small images of people. The main content area features a large image of graduates on the left and a green background on the right with the title 'Academia de Computación' and two paragraphs of text. The bottom of the page has a blue footer with logos for 'Ver Introducción', 'ERICSSON', 'American Airlines', and 'BULOCK'S', along with navigation icons.

English

¡Haz Click aquí! para descubrir como ...

### Academia de Computación

Nuestro objetivo primordial con nuestras academias de computación es enseñar a nuestros estudiantes en una forma práctica donde aprenderán lo esencial para desenvolverse en el campo laboral como el uso del sistema operativo, hojas electrónicas, creación documentos varios y presentaciones.

Contamos con tres centros de computación, uno en la Ciudad de Guatemala y dos en Quetzaltenango (Xela), el centro de computación que se encuentra en Guatemala se encuentra en el colegio de Hope worldwide Guatemala y en Quetzaltenango uno de sus Centros se encuentra en la Granja de Rehabilitación Cantel, donde mas de 100 reos se han beneficiado, y se han especializado en operadores de sistemas y con la esperanza que al cumplir su condena tendrán mejores oportunidades de trabajo.

Ver Introducción

ERICSSON

American Airlines

BULOCK'S



Link de patrocinio

The screenshot shows a website interface with a blue header and a green main content area. The header includes a globe icon, a map of Guatemala with the text "¡Haz Click aquí! para descubrir como ...", and a row of four small images showing children in various settings. The main content area features a large image of a smiling girl on the left and a green box on the right containing text in Spanish. The text describes a sponsorship program for children in an extreme poverty area, detailing the benefits of attending a private school and the types of support provided. At the bottom, there are logos for Ericsson, American Airlines, and Bullock's, along with navigation icons.

**CUENTA CONMIGO**

Es nuestro programa de patrocinio a niñas y niños que viven alrededor de la línea férrea en la zona 12, un área de extrema pobreza en la ciudad de Guatemala.

Estos niños tienen la oportunidad de ir a un colegio privado, que fue construido con el apoyo de Hope worldwide Guatemala y Ericsson.

En dicha institución se atiende a más de 200 niños y niñas, en el área escolar de Pre-primaria y Primaria.

**COMO PUEDEN CONTAR CONMIGO?**

PUEDES PATROCINAR a uno o varios niños.

Con un aporte mensual de \$ 15 dólares, o un aporte anual de \$ 180, tus donaciones serán invertidas en útiles escolares, refacción nutritiva, uniforme escolar, odontología general y otras necesidades personales en su hogar.

Patrocinadores Oficiales de  
Hope World Wild  
Guatemala

ERICSSON

American Airlines

BULLOCK'S



Link de Formulario

The screenshot shows a web browser window displaying the HOPE Worldwide Guatemala website. The page has a blue header with the HOPE logo, a language selector set to 'English', and a yellow button that says '¡Haz Click aquí! para descubrir como ...'. Below the header is a navigation bar with several small images of children. The main content area is green and features a large image of a smiling girl on the left. The text on the page is in Spanish and includes the following information:

**PUEDES SER VOLUNTARIO**  
Promotor Internacional y Nacional Voluntario en eventos especiales  
Puedes enviar tus donativos de patrocinio a nombre de:

**HOPE WORLDWIDE GUATEMALA**  
en BANCO G&T CONTINENTAL  
CUENTA MONETARIA: 002-0001363-1

**O puedes enviarlo a:**  
BANK OF AMERICA, N.A.  
ADDRESS: 30 TH FLOOR, 100 SOUTHEAST 2ND ST, MIAMI FLORIDA 33130  
ABA: 1901734945  
SWIFT: BOFAUS3M  
ACCT. NO. 1901734945  
IN THE NAME OF: BANCO G&T CONTINENTAL, S.A.

Visitanos: 6a. Avenida 14-57, Zona 9 Ciudad de Guatemala, Guatemala

**Formulario para patrocinios:**  
\* Datos requeridos:

- \*Nombres
- \*Apellidos
- Fecha de Nacimiento (dd/mm/aaaa)
- Dirección
- País
- Telefono Fijo
- No. Celular
- \*E-Mail
- Profesión
- \*No. Boleta del Banco
- Dirección

The footer of the page contains logos for 'Ver Introducción', 'ERICSSON', 'American Airlines', and 'BULLOCK'S', along with navigation icons.



Link de contáctenos

The screenshot shows a web browser window with a blue header and a green contact form. The header includes a globe icon, a language selector set to 'English', and a yellow button that says '¡Haz Click aquí! para descubrir como ...'. Below the header is a row of six small images: a girl, a baby, a boy, a man, and a woman. The main content area has a green background and features a contact form with the following fields: 'Nombre Completo', 'E-Mail', 'No. Teléfono', 'Dirección', and 'Comentario'. A 'Enviar' button is located below the form. At the bottom of the page, there are logos for 'Ver Introducción', 'ERICSSON', 'American Airlines', and 'BULLOCK'S', along with navigation icons.

English

¡Haz Click aquí! para descubrir como ...

### Contáctenos

Para nosotros es muy importante tu opinión, envía tus impresiones o sugerencias y muy pronto nos comunicaremos contigo.

Nombre Completo

E-Mail

No. Teléfono

Dirección

Comentario

Enviar

Visítanos: 6a Avenida 14-57 Zona 9  
Llámanos: 2362-8385 / 2362-8388  
Escribenos: hopeguatemala@telgua.com

Ver Introducción

ERICSSON

American Airlines

BULLOCK'S



Link de galería de fotos

Hope World Wide Guatemala-slideshow

A screenshot of a web slideshow interface. The background is a vibrant green. At the top, there is a navigation bar with a globe icon, an "English" button, a yellow banner with a woman's photo and the text "¡Haz feliz a un niño!", and a row of five small thumbnail images. The main area displays a large photo of a woman in a white dress holding a baby. The date "09/01/2005" is visible in the bottom right corner of the photo. Below the photo are navigation controls: "Anterior (1 de 65) siguiente" and "Iniciar slideshow". At the bottom center, there is a button with a hand icon and the text "ir al inicio...". The footer contains logos for "Ver Introducción", "ERICSSON", "American Airlines", and "BULLOCK'S", along with a volume icon and a play button.



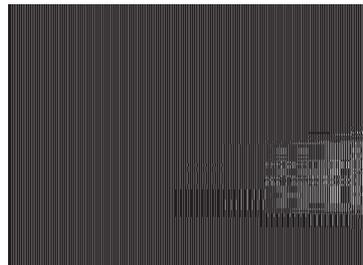
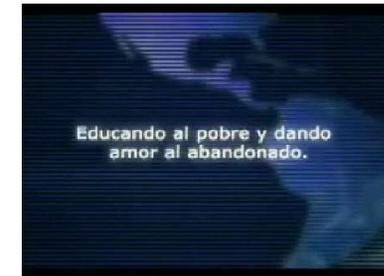
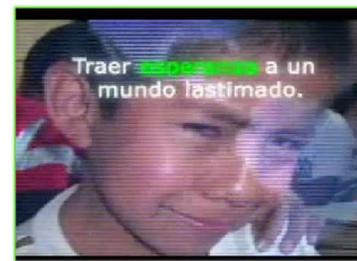
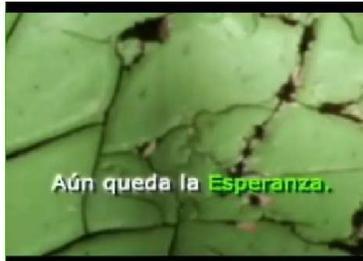
Link de calendarización

The screenshot shows a Microsoft Internet Explorer browser window with the address bar set to 'E:\inicio.html'. The page content includes a navigation bar with the HOPE logo and a banner that says '¡Haz feliz a un niño!'. The main content area features a large image of a child being examined by a doctor, a smaller image of a smiling child, and a table for activity scheduling. Below the table are links for 'Proyectos' and 'Ir al inicio...'. The footer contains logos for 'Patrocinadores Oficiales de Hope World Wild Guatemala', 'ERICSSON', 'American Airlines', and 'BULOCK'S'. The Windows taskbar at the bottom shows several open applications and the system clock at 11:47 p.m.

Fecha	Descripción



Presentación Interactiva





Con su apoyo  
hemos logrado



¡Gracias !



Tú eres su **esperanza.**





---

## 5.2.3 Fundamentación de la propuesta

RESOLUCIÓN O TAMAÑO DE PANTALLA: Está configurado a 1024\*768 píxeles, ya que esta resolución es la que funciona en la mayoría de monitores.

LOGOTIPO: Se colocó en la parte superior izquierda el logotipo Hope World Wide Guatemala, en donde hace una pequeña animación de la misma para que este tenga un papel importante en las partes de la página. El logotipo será visible en todos los links, de manera que el usuario tenga presente, la institución en todas las páginas. Fue diseñado en el software llamado 3d que permite colocar cada uno de sus elementos con dinamismo e interactividad, agregando atractivo visual a la página.

TIPOGRAFIA: Considerando que se trata de un material interactivo que lleva información sobre la institución y que va dirigido a un público formal, pero a la vez para persuadir bajo el concepto de niños que tienen esperanza. Por ello se utilizó en los botones, una letra contemporánea Comic



Sans ya que por ser de la familia San Serif, es recomendable para utilizarla en las páginas de internet, hacen que la página no se vuelva pesada hacia el lector, es bastante informal e infantil, sus caracteres son redondeados, definidos y legibles, de manera que se les colocó una sombra para que resaltaran con el fondo. El cuerpo de texto contiene la misma tipografía para guardar unidad, permitirá que el ojo del lector fluya fácilmente de una sección a otra. El objetivo es no usar demasiadas tipografías para no recargar la página y solo variarlas en tamaño y estilo como negrita o itálica para los títulos, para lograr limpieza en los cuerpos de textos. Asimismo, tener en cuenta que el usuario posea los mismos tipos de letra en sus computadoras, de otra manera, el browser mostrará un tipo de letra para sustituir ya que no se tiene instalado.

**COLOR:** Por tratarse de un material interactivo para computadora, hay que tomar ciertas consideraciones, como el que una computadora despliega los colores basándose en el sistema RGB (rojo, verde y azul). Además de lo mencionado, se consideró que la mejor forma de hacer que los colores se vieran iguales en todas las computadoras es utilizar la gama de color WEB, O Web Safe Palette, utilizada al diseñar páginas Web.

El uso del color del material gráfico está ligado principalmente al uso de contraste entre elementos. También

fue considerado que los colores utilizados reforzaran el concepto de diseño elegido y transmitirán la idea **TODOS NECESITAMOS ESPERANZA**. Fueron escogidos el color azul y verde, colores que armonicen con el logo y que connoten alegría, confianza, afecto, esperanza, luz, juventud, fe y vida. Logrando no utilizar demasiados colores en la página ya que puede distraer y ser contra productivo. Dejando espacios en blanco ayudando que los elementos resalten más fácilmente.

**MAPA DE CONTENIDO:** En el caso de un material interactivo o de una página Web, al hablar de mapa de contenido se refiere específicamente a un mapa de navegación. Este mapa de navegación fue considerado tomando en cuenta el tipo de información que debe llevar el material gráfico, y a la vez, la forma de hacer que este contenido sea comprendido eficientemente por los usuarios. Por ello fue dividida la información. Algunos links están divididos en sub-links, de esta manera se enfatiza mejor la información.

**DISEÑO HOME PAGE:** Para el diseño la página principal fue dividida en tres partes .

**Encabezado:** Dentro de los elementos colocados se tiene el logotipo de la organización seguida de un banner de patrocinio y un cintillo donde muestra una pequeña colección



de fotos que dan a conocer lo que significa Hope World Wide Guatemala. Con ello el usuario puede identificar qué organización está presentando, y lo más importante, se transmite el sentimiento de lo que hace Hope World Wide Guatemala, en nuestra comunidad y se deja desde ya un atractivo para el usuario, de manera que al entrar, pueda encontrar de una forma fácil el patrocinar a un niño o niña de Hope.

**Cuerpo:** Se tiene la fotografía de un niño sonriente ya que muestra o transmite lo que hace Hope al cumplir el objetivo que es lograr el patrocinio de un niño, seguido a ésta se encuentran seis links en donde se ha distribuido toda la información referente a la organización y dichos links se componen de un texto y una mano que nuevamente invitan al usuario a dar la mano, o dicho de otra forma ayudar al prójimo y se tiene el efecto de undir el link como haciendo referencia a dar el apoyo y luego una segunda foto mostrando a otro niño que tiene la esperanza que exista para él, algún patrocinador. Mostrando su mejor sonrisa para ser electo. A las fotos se les colocó un efecto de manera que el mensaje que se transmite sea más sutil.

**Pie de página:** Dentro de los elementos que han sido colocados en la parte inferior del cintillo se colocaron tres logotipos pensando en no saturar la página y haciendo saber quiénes nos apoyan con dicho proyecto. Concluyendo con el nombre de la compañía.

**DISEÑO:** El diseño de la página se logró haciendo primero el diseño del Home Page o página principal, que sirvió como plantillas para los demás links. Obteniendo un diseño muy limpio y con una composición que sobresalieran primero una foto o dos fotos de mayor tamaño que acompañara el texto o la información de manera que tuviera impacto, logrando un equilibrio tanto de forma como de color, de manera que la página se visualizara muy limpia con espacios en blanco. Teniendo en cuenta el concepto de la misma ya que lo que se quería transmitir era una página humanizadora que trasmite solidaridad, compasión, amor y satisfacción personal.

**FOTOGRAFIAS:** Lo importante de las fotografías es mostrar un concepto de ayuda hacia los beneficiarios y evidenciar el trabajo que ha hecho por dicha organización. Por eso se escogio fotografías que transmitieran sutileza, ternura, compasión y sensibilidad hacia el grupo objetivo la mayoría de niños, ya que su proyecto mayor es la educación. Se debe tomar en cuenta la norma de 216 colores para que se vean igual en todos los tipos de computadoras, permitiendo que las imágenes sean siempre atractivas, distinguibles, de una buena resolución y que contraste con los colores de la página.

**ANIMACION:** Para ello se ha utilizado programas de 3D, con el objetivo de colocar animaciones a esta página es



para aportar enriquecimiento visual, movimiento, dinamismo e interactividad, creatividad, impacto en el usuario, y colocándola en puntos como lo es el banner que invita al usuario hacer un click y en el caso de la colección de fotos que muestra lo que es Hope, la intro y en el logotipo. Se ha decidido no saturar de animación la página para efectos de que los visitantes no tengan problema con cargarla o ya no la quieran ver por lo que el usuario se impacienta cuando el sitio se descargue.

El logotipo y la introducción fueron elaboradas en 3d ya que para el impacto y manipulación de los textos y figuras este software es amigable y fácil de manipular. La idea es bombardear a los visitantes a un inicio con frases representativas que desde su inicio permitan dar a conocer, el sentir de Hope .

**TEXTOS:** Los textos de la página se dan en forma sugestiva de manera que pretendan despertar, en el espectador, determinado tipo de sentimientos. Los textos se colocaron de acuerdo a la planificación que se tuvo con el cliente de manera que informan en forma clara, concisa y correcta lo que era la misión y visión, qué tipo de organización es Hope y los proyectos y patrocinios que realizan. Los párrafos son cortos y concisos de manera que el cliente desea una página muy limpia con bastantes espacios en blanco.

**MUSICALIZACIÓN:** Dentro de la página hay un botón de audio de manera que, el espectador tendrá la oportunidad de navegar la página con una melodía (If\_i\_could\_tell\_you), con el objetivo de tocar sentimientos y sensibilidades hacia el grupo objetivo de manera que los conmuevan y se animen a participar en el proyecto.

**ESQUEMATIZACIÓN:** Se utilizó una estructura jerárquica en forma vertical ya que es la más adecuada para la exploración de la página en la cual el Home page o página principal es el índice del contenido y de ahí parte a las diferentes secciones de la misma.



# Conclusiones y recomendaciones

---



## Conclusiones

-Este proyecto ha sido de gran ayuda para la institución Hope, ya que da a conocer la organización, a través de un concepto gráfico que lleva elementos que se encuentran desarrollados con herramientas actuales que aprovechan de mejor forma los recursos y permite concientizar y persuadir a todos los visitantes, mostrando un diseño original y definiendo links que permiten conocer a la institución.

-Dicho proceso permitirá utilizar los conocimientos aprendidos durante la carrera y motivó a buscar nuevos conocimientos para el desarrollo del mismo, con la construcción de una estrategia que permitió alcanzar los objetivos con éxito a través de su diseño, el uso de la multimedia y su propia estructura.

-Al finalizar un proyecto de este tipo es satisfactorio ver que el trabajo realizado ha permitido contribuir a la institución para darla a conocer a nivel internacional y que dicho trabajo permite ser una puerta para tener colaboradores y patrocinadores que apoyen la institución y en lo personal investigar, conocer, aprender y poner en práctica el

conocimiento de diseño gráfico, en la elaboración de una página que permita ampliar la base de ayuda y ver que dentro de nuestra sociedad no todo está perdido sino que existen personas e instituciones que día con día tratan de ser una razón de cambio.

-La validación de la pieza de diseño nos muestra que un 90% del grupo objetivo comprendió la importancia de colaborar como voluntario, así como donante en una institución con fines tan nobles.



## Recomendaciones

-Para obtener buenos resultados a la elaboración de sitios web, es importante aplicar un concepto de diseño a las animaciones de flash, basándose en un estudio de las necesidades de la empresa o institución, para poder proyectar la imagen que ésta necesita.

-Es importante que al momento de animaciones digitales, especialmente al crear los sitios web, se tome en cuenta que el nivel tecnológico en Guatemala es aún bajo, por lo que debe lograrse un equilibrio entre la velocidad y la calidad visual, no afectando así la funcionalidad del sitio.

-Para lograr diseñar sitios web funcionales que incluyan animaciones Flash, se recomienda combinar este programa con otros de desarrollo de web como dreamweaver, frontpage, etc. Para reducir el peso de archivos y aumentar la velocidad.

-Es necesario la implementación o fortalecimiento, según sea el caso de un concepto de imagen institucional por parte de las ONGs para poder alcanzar

altos niveles de credibilidad y reconocimiento por parte de la sociedad y de los entes donantes o cooperantes.



## Lineamientos

Los pasos para llevar a Hope a Internet son:

1. Hope necesita estar en Internet:

- Buscar en Internet otros sitios y negocios web como el que se quiere crear. (Se llevó a cabo en investigación)
- Hope Crea y Diseña su sitio primero en papel, para tener una idea de lo que se desea tener en el web.
- Hope trabaja en la idea de dar un motivo para que los usuarios regresen al sitio. (Se diseñó en el proyecto)
- Se diseñó el sitio de tal manera que los visitantes den alguna información incluyendo el correo electrónico. - De esta forma podrán estar en contacto constante con los potenciales patrocinadores.

2. Se fijaron objetivos claros que el sitio web debía cumplir, idealmente se hizo un "Plan de Marketing para Internet" (Llevar un sitio que despierte a los usuarios el interés y les de seguridad de que el proyecto es serio y les permita aportar.)

3. Se debe adquirir un dominio representativo de la empresa en Internet. Por ejemplo: Hope deberá decidir si comprar su propio dominio, de ser así sería hopeguatemala.org y tener espacio como la infraestructura de hardware dentro

de la empresa o arrendar el espacio en otra empresa que se dedique a esto. Por ejemplo, sería Telgua.

4. Sabiendo que pertenece a una corporación mundial se debe aprovechar el e-Marketing web para apoyar a la institución.

5. Elegir el ancho de banda correcto según uso y presupuesto. Se tiene pensado un enlace de 256 kb, debido al uso y velocidad de transmisión que se necesita.

6. Se debe considerar un espacio entre 50 y 75 megas, debido a las fotos, música, animaciones, textos e imágenes.



# Presupuesto

El presente Presupuesto está dividido en dos, debido a que en el primero es la inversión que tendrá que realizar Hope y en el segundo el costo de la realización de la página en el proyecto de graduación de la licenciatura en Diseño Gráfico.

A continuación se presenta el presupuesto para Hope, con los rubros referentes al desarrollo, publicación y mantenimiento del sitio web. Este refleja el costo de funcionamiento del sitio durante un año. Los gastos de registro de dominio y servicio de Web hosting serán cubiertos en su totalidad por Hope. En el desarrollo no se representa bajo un costo pero si aparece como un rubro ya que es la aportación que la estudiante realiza a dicha organización.

## PROPUESTA ISO

Presupuesto para Hope	Precios \$	Total \$	Total Q
Dominio por un año (1)	35.00	35.00	268.10
Servicio de Web hosting por un año (1)	300.00	300.00	2,298.00
Compra de Dominio*	55.00	55.00	421.30
Servicio de mantenimiento por año (1)	240.00	240.00	1,838.40
	0.00	0.00	0.00
<b>TOTAL</b>		630.00	4,825.80

\* Unico Pago

T.C. 7.66

→ 500 Megas Disponibles

## PROPUESTA SOLUCIONES WEB

Presupuesto para Hope	Precios \$	Total \$	Total Q
Dominio por un año (1)	20.00	20.00	153.20
Servicio de Web hosting por un año (1)	960.00	960.00	7,353.60
Incluye Soporte y Mantenimiento			
<b>TOTAL</b>		980.00	7,506.80

T.C. 7.66

→ 500 Megas Disponibles

## PROPUESTA TELGUA

Presupuesto para Hope	Precios \$	Total \$	Total Q
Dominio por un año (1) ó IP Publica	80.00	80.00	612.80
Servicio de Turbonet por un año (1)	600.00	600.00	4,596.00
Compra de paquete Turbonett*	100.00	100.00	766.00
<b>TOTAL</b>		780.00	5,974.80

T.C. 7.66



## Costos

Costo de la realización del proyecto se presenta, y en el caso de la depreciación se hace un cálculo del valor del equipo de Computo por el 20% anual y es llevado a horas para saber el costo x hora real y de igual forma la mano de obra se calcula por un sueldo de Q5,000.00 y llevado a costo por hora.

Presupuesto en el proyecto Hope	U. Medida	Presupuesto			Real		
		Cantidad	Costo/U.	Total Q	Cantidad	Costo/U.	Total Q.
Entrevistas con el Clientes	Hrs.	30	20.83	624.90	48	20.83	999.84
Combustible	Galon	28	25.50	714.00	40	25.50	1,020.00
Internet	Hrs.	16	7.50	120.00	24	7.50	180.00
Papel Bond	Resma	2	27.50	55.00	3	27.50	82.50
Suministros	Unidad	2	150.00	300.00	3	150.00	450.00
Luz	Mes	2	35.00	70.00	3	35.00	105.00
Depreciación de Equipo de computo	hora	120	0.82	98.40	180	0.82	147.60
Mano de Obra	hora	300	20.83	6,249.00	360	20.83	7,498.80
Fotocopias	hoja	150	0.30	45.00	260	0.30	78.00
Útiles de Oficina	Varios	25	25.00	625.00	1	25.00	25.00
<b>Total</b>				<b>8,901.30</b>			<b>10,586.74</b>



## Bibliográficas

### REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

ASINDES, Tratamiento que las Leyes Fiscales de Guatemala dan a las ONGs. Guatemala (1997)

Aguilar, A. Diseño de Sitios del World Wide Web. Tesis inédita. Universidad Rafael Landívar. Guatemala. (1999).

Bittel, L. Lo que todo supervisor debe saber. Mac Graw Hill. México. (1985). p.p:189

Blanco, L. El Planeamiento. Práctica de Relaciones Públicas. Urgeman Editor. Argentina. (2000). p.p:163

Burnett, J. Promoción. Conceptos y Estrategias. Mac Graw Hill. Colombia. (1997). p.p:159

CABAL. J. Mercadeo social. Editorial Instituto FES de liderzgo. Colombia. (1991). p.p:123

CEIDEC. Guatemala, ONG y desarrollo. Editorial Praxis. México. (1993). p.p:170

Costa. J. Identidad corporativa. Editorial Trillas, México.(1993).

Chávez, N. La imagen corporativa. Teoría y metodología de la identificación institucional. Editorial Gustavo Gil, S.A. España. (1990).

Girón, A. Perfil de las organizaciones gubernamentales en Guatemala. Universidad Rafael Landívar. Guatemala. (1998).

Cohan E. . El Negocio Está En Internet. España: Prentice Hall.(2000)

Diseño de páginas web, (2003). (En red) Disponible

Intranet y diseño web. (2003). (En red). Disponible

Manual de desarrollo web. (2002). (En red) Disponible

Web Studio, Historia Internet. (2003). (En red) Disponible



## Glosario

### Acceso

Cada una de las veces que alguien entra a una página de la Web; los accesos son una buena medida de la popularidad de una página

### Ancho de banda

Es como el ancho de la tubería por la que pasa la información: a mayor ancho de banda en nuestra línea de conexión, mayor rapidez de transmisión

### Bajar

Pasar un contenido de algún punto de la Internet al ordenador del usuario

### Bit

(Del inglés binary digit, "dígito binario") la unidad mínima de información, equivalente a una elección binaria: sí o no, 1 o 0...

### Browser

Explorador

### Buscador

Programa que sirve para localizar contenidos en la Web,

como Yahoo! (<http://www.yahoo.com/>), o Altavista (<http://www.altavista.digital.com>)

### Cargar

Calco del inglés upload, subir

### Ciberespacio

Es el lugar virtual de encuentro de las personas que utilizan las redes electrónicas.

### Clic, hacer

Pulsar el botón del ratón con el cursor colocado sobre algún elemento de la pantalla

### Conectado

"Estar conectado" es tener acceso a la Web (no quiere decir que uno esté todo el día navegando)

### Correo electrónico

(En inglés, e-mail) correspondencia que tiene su origen en un ordenador y que viaja a través del ciberespacio para llegar a otros; es tan rápido y efectivo que los usuarios de Internet se refieren al correo normal como snail-mail, literalmente "correo caracol"



#### Descargar

Calco del inglés download, bajar

#### Dominio

Localización del servidor de la Internet que contiene la página a la que remite un enlace

#### E-mail

Abreviatura del inglés electronic mail, correo electrónico

#### Enlace

En las páginas Web, conexiones entre partes de la página, o con otras páginas remotas

#### Explorador

Programa (como Netscape o Mosaic) que permite ver las páginas de la Web, tal y como fueron concebidas

#### Hipertexto

Conjunto de texto y contenidos multimedia que no está creado para ser leído linealmente (es decir, empezando por el principio y acabando por el final), sino que utiliza enlaces para hacer remisiones, poner en contacto distintas partes, o para conectarse con otros textos.

#### Html

Siglas del inglés HyperText Markup Language, "lenguaje

de etiquetado de hipertexto": es el lenguaje que se utiliza para crear las páginas Web, un lenguaje muy sencillo que permite combinar gráficos, textos y enlaces

#### Http

Siglas del inglés HyperText Transfer Protocol, "protocolo de transferencia de hipertexto": es el protocolo de comunicación que utiliza la WWW.

#### Icono

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

Conjunto de ordenadores, o servidores, conectados en una red de redes mundial, que comparten un mismo protocolo de comunicación, y que prestan servicio a los



ordenadores que se conectan a esa red; debe decirse siempre "la Internet"

#### Link

Palabra inglesa para enlace; hay quien usa incluso linkar, porque no se ha enterado de que existe "enlazar"

#### Localizador

Dirección de una página Web, o URL

#### Módem

(Del inglés modulator and demodulator, "modulador y desmodulador") dispositivo que se usa para transmitir información entre un ordenador y la línea telefónica.

#### Multimedia

Combinación de texto, imagen, sonido e imagen en movimiento

#### 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

#### Navegador

Explorador

#### Net

"La Net" es una forma abreviada de referirse a Internet; en español podemos decir "la Red"

#### Página

Unidad de contenido en la World Wide Web, normalmente tiene textos, elementos multimedia y enlaces con otras páginas

#### Por línea

(En inglés on-line) modo de conexión a un lugar remoto de una red de comunicación (como la Internet) a través de un módem; por ejemplo: "estoy siguiendo un curso de inglés por línea"

#### Portada

(En inglés, home page) página de la Web que sirve de punto de partida para la navegación, y que normalmente tiene enlaces con otras páginas; también se puede llamar "página inicial"

#### Red

"La Red", como madre, sólo hay una, la Internet



#### Realidad virtual

Simulación de la realidad, interactiva y tridimensional.

#### Servicios por línea

(También llamados "servicios electrónicos" o "servicios telemáticos") compañías privadas, como Compuserve o America Online, que dan a sus usuarios prestaciones en parte similares y en parte complementarias a las de la Internet

#### Servidor

Ordenador que suministra información, a través de una red, a otros ordenadores (llamados "clientes")

#### Sitio Web

Traducción del inglés Web site, conjunto de páginas de una institución o persona; también se dice sólo sitio: ("he visitado el sitio de Sí, Spain", "¿has estado en mi sitio?")

#### Subir

Pasar un contenido de un ordenador a algún punto de la Internet

#### Telaraña Mundial

"La Telaraña": un posible nombre de la Web en español

#### Triple uve doble

WWW

#### Virtual

Que tiene existencia en el contexto de una simulación; por ejemplo, una página Web puede contar con botones virtuales (que se hunden al ser tocados con el ratón y activan enlaces). Véase también realidad virtual

#### URL

Siglas del inglés Uniform Resource Locator, "localizador de recursos uniforme", sistema de direcciones de la Internet.

#### Vínculo

Enlace

#### WWW

Forma abreviada de referirse a la World Wide Web

#### World Wide Web

(En español "Telaraña Mundial") interfaz de comunicación en la Internet, que hace uso de enlaces de hipertexto en el interior de una misma página, o entre distintas páginas.



# Anexos

---