

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**

FACULTAD DE ARQUITECTURA ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO




**SITIO WEB Y CAMPAÑA E-MARKETING VIRAL**  
PARA DAR A CONOCER LAS ACTIVIDADES  
CULTURALES Y EDUCATIVAS DE LA ASOCIACIÓN  
NUEVA ACRÓPOLIS, SEDE ANTIGUA GUATEMALA

**Presentado por:**  
**DAVID GUILLERMO GALDAMEZ MONROY**

Para optar al título de Licenciado en Diseño Gráfico,  
Énfasis Informático visual, con Especialidad Multimedia.







**SITIO WEB Y CAMPAÑA E-MARKETING VIRAL**  
PARA DAR A CONOCER LAS ACTIVIDADES  
CULTURALES Y EDUCATIVAS DE LA ASOCIACIÓN  
NUEVA ACRÓPOLIS, SEDE ANTIGUA GUATEMALA

PROYECTO realizado en la ciudad de Guatemala, en el período de  
Agosto a Octubre del año 2009.

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

**JUNTA DIRECTIVA DE LA FACULTAD DE ARQUITECTURA**

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo / Decano  
Arq. Sergio Mohamed Estrada Ruiz / Vocal I  
Arq. Efraín de Jesús Amaya Caravantes / Vocal II  
Arq. Carlos Enrique Martini Herrera / Vocal III  
Br. Jairon Daniel del Cid Rendón / Vocal IV  
Br. Nadia Michelle Barahona Garido / Vocal V  
Arq. Alejandro Muñoz Calderón / Secretario

**ASESORES DEL PROYECTO**

Lic. José Francisco Chang Meneses  
Lic. Luis Alejandro Urizar Sánchez  
Lic. Axel Barrios Lara  
Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo / Decano  
Arq. Alejandro Muñoz Calderón / Secretario




Se prohíbe la reproducción total o parcial de este proyecto, incluyendo diseño tipográfico y visual; sea cual sea el medio, electrónico o mecánico sin consentimiento del autor.

**SITIO WEB Y CAMPAÑA E-MARKETING VIRAL PARA DAR A CONOCER LAS ACTIVIDADES CULTURALES Y EDUCATIVAS DE LA ASOCIACIÓN NUEVA ACRÓPOLIS, SEDE ANTIGUA GUATEMALA**

**David Guillermo Galdámez Monroy**  
Carné: 200511245

Guatemala, 20 de Octubre de 2009



Pocas líneas no son suficientes para expresar mi total agradecimiento hacia todas las personas que me brindaron su apoyo, tiempo, afecto y durante la elaboración del presente proyecto no dudaron de mi capacidad y conocimiento, quiero dedicar el presente proyecto primeramente a Dios por estar presente en mis acciones y decisiones.

A mi familia, por su apoyo, su paciencia, sus consejos y su afecto. A mi pareja, por su confianza, por sus palabras, su amor y su presencia en cada logro de mi vida. A mis amigos, por estar en mi vida llenándola de alegría. Y para finalizar, va dedicado de igual manera a los catedráticos que creyeron en mí y que brindaron parte del conocimiento que como profesional llevo en todo momento.

“Al final, lo que importa no son los años de vida, sino la vida de los años.”

Abraham Lincoln

**AGRADECIMIENTOS  
Y DEDICATORIA**



La contribución del estudiante de Diseño Gráfico a las comunidades e instituciones no gubernamentales o no lucrativas ha sido de gran apoyo para generar desarrollo y avance en las técnicas de comunicación y en los procesos educativos que se mantienen día con día. En la actualidad la Asociación Nueva Acrópolis contribuye a la transformación social mediante la educación filosófica y talleres culturales, con el fin de construir un mejor futuro con mayor equidad, solidaridad, humanismo, tolerancia, respeto y paz.

Actualmente la asociación no cuenta con herramientas actuales que se acoplen a su contexto social, ya que estando ubicada en la Ciudad de Antigua Guatemala carece de herramientas alternas de comunicación, entendiéndose el uso del Internet. Al tomar en cuenta que la ciudad de Antigua es la única ciudad tecnológica de Centroamérica y el alto crecimiento que está teniendo la educación tecnológica en nuestro país, es importante el uso de este medio de comunicación, con el fin de difundir y promocionar la entidad de igual manera como sus actividades y servicios.

Con la creación del presente proyecto se pretende aportar las herramientas necesarias para el conocimiento social, nacional e internacional de dicha asociación, así como brindar nuevas formas de comunicación, despertar el interés por la tecnología y aumentar el aporte nacional a la educación social y desarrollo personal. Considerando la satisfacción del cliente y grupo objetivo se contempla el diseño y elaboración de un sitio web, así como también una campaña de marketing viral teniendo elementos de difusión web que sean soporte para una mayor difusión de la entidad.

# PRESENTACIÓN



# ÍNDICE

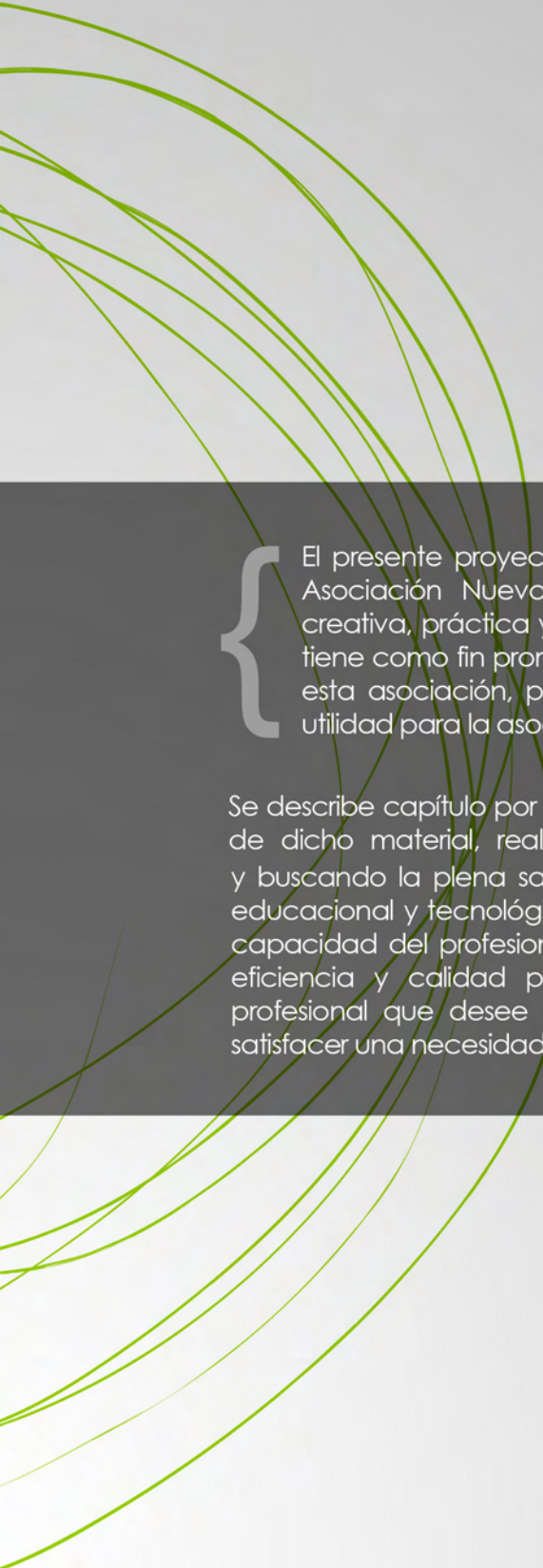
Portada	
Notas Introdutorias	
Presentación	
<b>CAPÍTULO 1</b>	<b>PAG.</b>
Introducción	{1- 2}
Antecedentes	{3- 4}
Problema	{5- 6}
Justificación	{7- 8}
Objetivos	{9- 10}
<b>CAPÍTULO 2</b>	
Perfil del Cliente	{11- 14}
Grupo Objetivo	{15- 16}
Análisis de Contexto	{17- 18}
<b>CAPÍTULO 3</b>	
Conceptos Fundamentales	{19- 26}
<b>CAPÍTULO 4</b>	
Mensaje	{27- 29}
Estrategia de Comunicación	{30 - 32}
Concepto Creativo	{33 - 34}
Realización Propuesta Final	{35 - 42}
Bocetaje	
Propuestas	
Validación	
Propuesta Final	{43 - 52}
Lineamientos de Proyecto	
Conclusiones	
Recomendaciones	
Bibliografía	
Anexos	



# INTRODUCCIÓN

## CAPÍTULO 1





El presente proyecto tiene origen en la necesidad de comunicación de la Asociación Nueva Acrópolis, Sede Antigua Guatemala. Como solución creativa, práctica y funcional se elaboró una herramienta multimedia la cual tiene como fin promocionar y difundir a nivel social las actividades que realiza esta asociación, para generar actividades y maximizar recursos, siendo de utilidad para la asociación como para la sociedad.

Se describe capítulo por capítulo el proceso de análisis, elaboración y presentación de dicho material, realzando el valor factible y funcional de tal herramienta y buscando la plena satisfacción del cliente en su meta de lograr progreso educativo y tecnológico para la población actual; con el fin de mostrar la capacidad del profesional actual para generar proyectos de alto grado de eficiencia y calidad profesional y contribuir con cualquier estudiante o profesional que desee conocer las actividades y el esfuerzo que requiere satisfacer una necesidad de comunicación.

La sede en la Antigua Guatemala de la Asociación Nueva Acrópolis no posee la tecnología ni el personal profesional para desarrollar procesos de diseño, de comunicación y de persuasión. Posee materiales de apoyo e informativos como foliares, afiches, etc., inclusive posee un blogg interactivo, el cual muestra baja respuesta del grupo de interés, ya que no cuenta con la atractividad, practicidad y efectividad que debería tener, con lo cual está deteniendo su progreso educacional, ya que por la poca información en nuevos medios está teniendo un estancamiento de actividades esporádicamente afectando el proceso de formación de personas. Posee riquezas culturales en cuestión a actividades que mejoran la comunicación entre comunidades e inclusive a generar cambio en sociedad, lo cual debería aprovechar para generar nuevas herramientas de presencia popular que sean prácticas, cómodas e interactivas. Como solución se presentó al cliente la elaboración de un sitio web para satisfacer sus necesidades de comunicación.

Es importante maximizar los recursos y aprovechar el auge que tiene actualmente el medio del Internet, ya que siendo la ciudad de Antigua Guatemala la primera ciudad tecnológica de Centroamérica es importante tener presencia constante en espacios de interés y/o en espacios sociales de convivencia actual, ya que por la falta de los mismos no se tiene la actividad deseada ni de igual forma se mantiene comunicación constante con cada integrante y la sociedad en sí, esto afectando su popularidad, difusión, reconocimiento y promoción propia de la asociación y el deber que cumple en sociedad.

De igual manera se mantiene como antecedente el constante progreso que mantiene el gobierno y el ministerio de educación brindando nuevas oportunidades de educación, montando laboratorios de computación en aldeas y comunidades, también de igual manera modificando pensums estudiantiles que se adecuen al cambio tecnológico que vive la educación global, ya que, en países desarrollados, a temprana edad se tiene contacto con computadoras y acceso a Internet. Gracias a los constantes cambios en educación, actualmente existen páginas que apoyan a la difusión de contenido educativo e informativo, como es el caso de [www.skool.edu.gt](http://www.skool.edu.gt) que lleva patrocinio del Ministerio de Educación, Universidad de Salamanca y otras entidades de interés, esto aportando grandemente avances a corto plazo y manteniendo vigente a largo plazo el cambio y progreso de la educación en el país.

Todo esto favorece a que la sociedad actualmente cuenta con medios de difusión libre y práctica, con lo cual el aporte que hace cada miembro de la sociedad se ve reflejado en un espacio interactivo, de manera sencilla y de entendimiento altamente empírico, con lo cual cualquier individuo puede acceder al mismo informándose de cualquier tema de su interés. Gracias a todos los avances y el constante progreso que se tiene a largo plazo es importante que cualquier entidad con contacto cultural y educativo cuente con herramientas tecnológicas presentes para difundir sus mensajes y comunicarse de manera efectiva con sus grupos de interés, teniendo así progreso como comunicadores y receptores.

Cabe mencionar que cualquier adelanto transparente, moderno, popular con procesos visuales de comunicación o de diseño en el medio del Internet, ayuda principalmente a la sociedad guatemalteca a tener un énfasis diferente a ver posibilidades más allá de una hoja de papel, a comunicarse y a aprender de diferente manera, ya que actualmente el uso del Internet cada vez más va aumentando el valor de ser una necesidad y no un lujo.



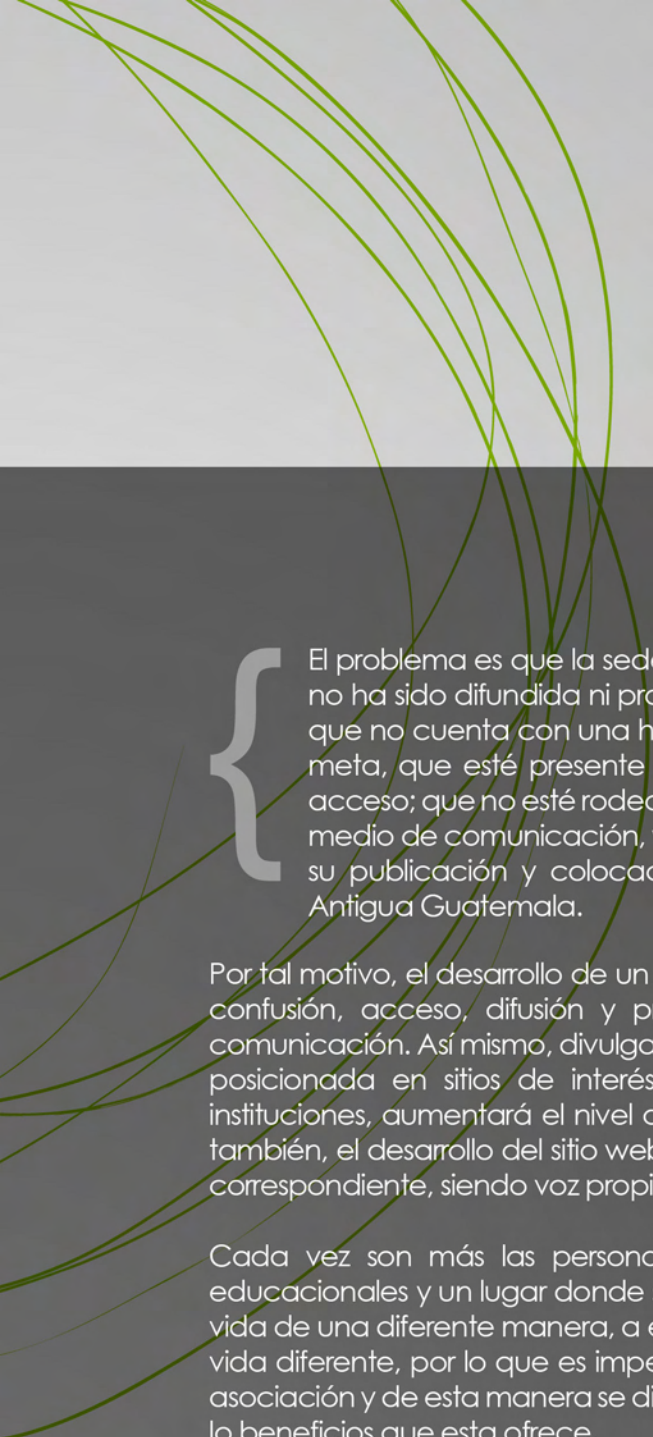
# ANTECEDENTES

## CAPÍTULO 1



# PROBLEMA

## CAPÍTULO 1



{ El problema es que la sede en la Antigua Guatemala de la Asociación Nueva Acrópolis no ha sido difundida ni promocionada de buena manera o de una manera regular, ya que no cuenta con una herramienta que mantenga contacto constante con el grupo meta, que esté presente a cada momento, que sea práctica, interactiva y de fácil acceso; que no esté rodeada de factores como los que se encuentra rodeado su actual medio de comunicación, ya que cuentan con material impreso, el cual es restringido en su publicación y colocación debido a metodologías y normativas de su contexto, Antigua Guatemala.

Por tal motivo, el desarrollo de un sitio web y sus diversos elementos de apoyo busca resolver la confusión, acceso, difusión y promoción que se obtiene de sus actuales elementos de comunicación. Así mismo, divulgar a la fundación por medio de una campaña de e-marketing posicionada en sitios de interés, actuales y populares ayudará a diferenciarlos de otras instituciones, aumentará el nivel de observadores, a generar mayor expectación e interés. Así también, el desarrollo del sitio web es fundamental para la correcta comunicación de todo lo correspondiente, siendo voz propia de la sede para sus actividades.

Cada vez son más las personas y entidades que buscan actividades recreativas, educativas y un lugar donde se puedan desarrollar como individuos y con ello ver la vida de una diferente manera, a encontrar la paz interior y la verdad desde un punto de vida diferente, por lo que es imperante la creación de un sitio web que represente a la asociación y de esta manera se difundirla, promoverla e identificarla para poder gozar de los beneficios que esta ofrece.

# JUSTIFICACIÓN

## CAPÍTULO 1

El Internet es descrito mundialmente como el único canal **universal**, soporta sin dificultad el tráfico de todos los medios de comunicación, de igual manera es Multifuncional, desempeña funciones conectoras (uno a uno), distribuidoras (de uno a muchos) y colectoras (de muchos a muchos), y se diferencia de todos los canales de comunicación por tener **alcance ilimitado** cuyo ámbito es mundial.

[www.argo.es](http://www.argo.es)

La imagen que una institución u organización proyecta en Internet es tan importante como la imagen propia. La falta de interacción y presencia en medios alternos - Internet - afecta a la sede, ya que está ubicada en la ciudad de Antigua que registra un aproximado de 2 millones 500 mil vistas de personas extranjeras y actualmente se cuenta como la manera más práctica, común y popular el uso de Internet en esta, es de suma importancia la presencia informativa para promover las actividades y lo que concierne a la Asociación Nueva Acrópolis, para generar interacción de forma directa, actual y dinámica mediante el Internet, teniendo como beneficiarios ambas partes, tanto la sede en sí, como los usuarios que hagan uso de este medio, siendo los principales los 65 alumnos de tráfico constante de la sede, la población de Antigua (41,097 hab.) y las poblaciones aledañas, tanto como los departamentos de Guatemala, Chimaltenango y Escuintla (29% de la población entera del país), siendo estos segmentados en su manera de usuarios principales, potenciales, esporádicos y periódicos; de la misma manera servirá para atraer turistas interesados, instituciones educativas, culturales o de acción social para adentrarse a conocer las actividades y así formar parte de sus proyectos para progreso comunitario mediante la filosofía y la cultura.

El no contar con herramientas de peso en la sociedad actual y el no relacionar los temas buscando maneras alternas de comunicación hacen inútiles los esfuerzos que se tienen actualmente, ya que, teniendo como contexto la ciudad de Antigua, es imperante explotar al máximo el medio del Internet ya que es el medio más confiable, popular y de auge en lo que se refiere a conectividad y comunicación en la ciudad de Antigua.

Actualmente la mayoría de personas, no importando rango de edad, sexo y cultura, se comunican a través de Redes sociales, las cuales han sido descritas como “el periódico de hoy en día”, actualmente el mayor número de usuarios en una red social supera los 200,001,000.

es.wikipedia.org

Contando con un material interactivo se mejorará la imagen y se favorecerá el desenvolvimiento de los integrantes de la sede, ya que se aprenderá el manejo y edición de contenido, y se aumentará la confiabilidad y practicidad en la información de tráfico que tiene la sede, el crecimiento individual de cada comunicador y voluntario será favorecido con aumento en conocimiento motivando la calidad de presentación, educación, promoción de todo lo que es Nueva Acrópolis y lo que tiene que ofrecer la sede.

Es importante recalcar que el impacto que tendrá irá acrecentándose pasando de ser de largo plazo a corto plazo, ya que la practicidad y la forma directa de comunicación por web no posee restricciones ni barreras. Inclusive el progreso educativo y comunicativo es necesario en la sociedad actual, ya que los esfuerzos que hace el Ministerio de Educación, entidades afines y entidades individuales tienen que apoyarse con proyectos de igual peso dando opciones educativas necesarias para el progreso tecnológico del país y mientras más entidades, personas individuales, etc., posean espacios de divulgación en la web, más se favorece al reconocimiento internacional de lo que es Guatemala contando con impactos gráficos e informativos de lo que se desarrolla en la actualidad en cuestiones educativas y culturales, ya que esto posee un valor informativo y publicitario a nivel mundial.

La realización de un sitio web tiene como aporte principal la identificación, promoción y divulgación de la entidad, así como el uso estratégico a nivel gráfico y de contenido favorecerá la funcionalidad y la practicidad, llegando con ello más directamente al grupo de interés. Se comunicará con fiabilidad cada tema dando así un valor extra a los procesos de

divulgación que se tienen actualmente, siendo este el aporte más importante como herramienta educativa. De igual manera es importante el contacto periódico con temas actuales que posee el grupo objetivo, ya que teniendo mensajes alternos se puede facilitar al reconocimiento, conocimiento e interés del sitio web, con lo cual se generará actividad hacia el mismo, así como para la asociación, haciendo memorable su razón social, todo esto por medio de banners y presencia en redes sociales –campaña emarketing- esto beneficiará en tres aspectos a comunicar todo lo concerniente, a encontrar e integrar comunidades de apoyo e interés y a generar cooperación de parte de la sociedad popular hacia la asociación y su grupo de interés.

Como institución cultural y educativa se posee terreno y grupos bastos de interés, aun mayormente en la ciudad de Antigua que tiene como medio de comunicación popular el Internet debido a problemas de limpieza difusión, divulgación y ubicación de los materiales impresos, aun mas el aporte que tiene monetariamente la asociación sustenta la utilización de un medio tan directo como el Internet, con los aportes voluntarios que se tienen por taller, la inscripción simbólica de algunos talleres, la implementación de capital propio de la junta directiva y el apoyo que se tiene de fondos de empresas de responsabilidad social.

En la actualidad Guatemala cuenta con una población activa de 2,100,000 internautas con un estimado de un 11% en crecimiento anual.

América Economía Intelligence IPSOS  
CIA World Factbook TPP EMARKETING

### General

Dar a conocer las actividades culturales y educativas de la Asociación Cultural Nueva Acrópolis, por medio de la elaboración de un sitio web.

### Específicos

Diferenciar a Sede Antigua Guatemala de otras entidades que manejen la misma función o que estén involucradas en similar razón social a Nueva Acrópolis.

Elaborar una campaña de emarketing para complementar los esfuerzos de difusión y promoción del sitio web a desarrollar.

Persuadir a grupos sociales juveniles, por medio de una campaña de e-marketing viral, para adentrarlos a procesos culturales propios de la Asociación Cultural Nueva Acrópolis.

Mejorar el nivel tecnológico de la Asociación Cultural Nueva Acrópolis por medio de la elaboración de un sitio web.





# OBJETIVOS

## CAPÍTULO 1

# PERFIL CLIENTE CAPÍTULO 2

ASOCIACION CULTURAL  
NUEVA ACROPOLIS  
"Por un mundo nuevo y mejor"



NUEVA ACROPOLIS

2a Av. Sur no 39-A  
La Antigua Guatemala  
Tel: 7832-7664  
nuevaacropolisantigua@gmail.com



Fundada por Jorge Angel Livraga Rizzi, la Asociación Cultural Nueva Acrópolis está presente en más de 40 países y reúne a miles de miembros activos y simpatizantes que se expresan en más de 20 idiomas y representan una amplia gama de herencias culturales, orígenes étnicos y creencias en un gran ejemplo de convivencia y comprensión.

Es un ideal humanista que se concreta en un movimiento filosófico y socio-cultural, sin filiación política ni religiosa, con pensamiento clásico filosófico con fines prácticos, lo cual provee a los seres humanos valiosas herramientas que dan acceso a la sabiduría y a manifestar su actitud de manera objetiva y benéfica.

Su acción contribuye a la transformación social por medio de la educación con el fin de construir un futuro con mayor equidad, solidaridad, humanismo, tolerancia, respeto y paz. Se sustenta sobre tres principios y tres propósitos generales:

#### Principios

1. Promover el respeto a la dignidad humana sin distinción de creencias, culturas y condiciones sociales.
2. Fomentar el estudio comparativo de las ciencias, artes, filosofías y tradiciones.
3. Permitir al ser humano el conocimiento de su propia personalidad para que viva de acuerdo a sus propias cualidades.

#### Propósitos

1. Discernir lo verdadero de lo falso y reunir armónicamente la vivencia interior y la vida exterior.
2. Proyección de una nueva creatividad, seguridad, fuerza interior y dominio de sí mismo para adaptar las dificultades y oportunidades de la existencia misma.
3. Aplicación dinámica con visión al futuro de los valores esenciales de la filosofía, las ciencias y las artes.

Nueva Acrópolis está conformada por personas de diversas edades, profesiones, ideologías y niveles socioeconómicos, se dirige a toda clase de público a través de actividades culturales, en las cuales se estimula el despertar natural de condición de filósofos que cada ser humano lleva en el interior.

Gran parte del esfuerzo se traduce en generar espacios y proyectos donde la convivencia y el trabajo en equipo propician la integración del



conocimiento. Los programas de estudio se aplican en un marco teórico –vivencial- que fomenta la experiencia y el proceso de formación filosófica. Nueva Acrópolis desarrolla la conciencia del hombre ante sí mismo, ante los demás y ante el momento histórico que le toca vivir.

La Asociación se fundó en Guatemala en 1985, con el fuerte compromiso de proporcionar a la sociedad guatemalteca una oportunidad para fortalecer los valores humanos que necesita para desarrollarse, lo cual se trata de lograr con la aplicación del programa de formación filosófica que se promueve y del efecto multiplicador que esto tiene con aquellos que lo reciban.

De acuerdo a sus estatutos, la junta directiva de la Asociación está conformada por dos pilares: Hernan Perla (Coordinador de Asociación) y Vilma Duarte (Directora de propaganda R.R.P.P.), los cuales son los máximos representantes de sede Antigua, ya que gestionan un presupuesto base destinado a cubrir los gastos administrativos de funcionamiento y aportan entre el voluntariado un presupuesto o cuota proporcional que gestiona de manera autónoma los propios recursos según la legislación vigente.

### **Acción Social**

N.A. reúne a hombres y mujeres voluntarios que prestan servicios en cada programa bajo el lema "Construir un mundo nuevo y mejor". La acción tiene como fin crear solidaridad entre las personas y los pueblos para construir una sociedad más justa, equitativa, tolerante y pacífica. Conscientes de las necesidades del país, también se ejecutan proyectos con el apoyo de la Unión Europea y Fundación Soros Guatemala.

### **Grupo Objetivo y su relación de actividad**

La juventud guatemalteca, la mujer indígena, las poblaciones en extrema pobreza, la niñez en riesgo y la población de atención a desastres. Teniendo como rango en diferentes puntos de atención niños de 4 a 9 años para atención e inducción al aprendizaje filosófico, a jóvenes de 10 a 25 años para progreso educacional y dotar de actitud voluntaria en beneficio social, a adultos de 26 a 60 años

a informar, educar y comunicar nuevos conceptos filosóficos, a generar en ellos una postura voluntaria, pedagógica y de beneficio a la sociedad con el deseo de brindar ayuda educativa, informativa y cultural a cualquier comunidad y/o grupo de interés.

### **Actividad**

#### **Curso de Filosofía**

El importante legado de la humanidad nos aporta una rica herencia milenaria que N.A. como escuela a manera clásica, adapta y vitaliza en la época actual. Se desarrolla un Programa de Estudio impartido en niveles sucesivos.

Se trata de una actualización de los conocimientos tradicionales de Oriente y Occidente que, de acuerdo al humanístico clásico, relaciona Ciencias, Artes, Tradiciones y Filosofías de manera comparada, permitiendo unir todos los campos de creatividad e investigación para conocer mejor las leyes de la Naturaleza y del ser humano.

La labor pedagógica se desarrolla a través de la cultura, ofreciendo diversas asignaturas filosóficas, entre ellas Ética, Psicología, Filosofía de Oriente, Oratoria, Filosofía Moral y Simbología. Uno de los ejes centrales de la labor radica en la "formación de formadores" y en la conducción y acompañamiento continuo de los instructores y coordinadores voluntarios, quienes han adquirido comprobadas habilidades de comunicación efectiva, liderazgo e inteligencia emocional, desarrollando a la vez sensibilidad social y compromiso de servicio hacia su entorno.

#### **Cultura y Artes**

Se abarca un gran abanico de campos y especialidades, las actividades de carácter artístico, filosófico y científico que se desarrollan permiten participar activamente en teatros, recitales, conferencias y sino actores de programas que aportan experiencias filosóficas y espirituales que enseñan a pensar por sí mismos y a decidir libremente, se imparten talleres para promover la plasmación de la belleza y la expresión del alma humana.

#### Talleres

1. Club Sherezada (Taller de Danza Árabe)
2. Conferencias con especialistas.
3. Taller Tai Chi
4. Taller de Defensa Personal
5. Café Sócrates las bacantes (Club de lectura)
6. Letras de Fuego (Círculo Literario)

### Institutos Globales de Apoyo para la Sede

#### SERAPHIS

Centro médico que integra varias ramas de las Ciencias de la Salud con el fin de abordar de manera integral las distintas enfermedades. Tiene su sede central en Madrid, España y está presente en 14 países.

La visión de trabajo utilizada es la medicina clásica que consiste en que el paciente es una persona integral en la que se conjugan elementos psicológicos, físicos y mentales. El abordaje de las enfermedades es individual, ya que una enfermedad física puede tener sus orígenes en el plano emocional o mental del ser humano, como lo confirman los últimos avances de la medicina psicosomática. Seraphis promueve la investigación científica tanto en profesionales como en los estudiantes asociados para prestar un servicio actualizado para recuperar los sistemas médicos tradicionales en nuestra sociedad.

El centro Seraphis da apoyo a la sede de Antigua aplicando terapias como: Medicina General, Medicina Familiar, Acupuntura, Medicina Tradicional China, Homeopatía, Terapia Floral, Fitoterapia, Terapia Neural, Control de Estrés y Psicología curativa.

#### MAAT

El instituto Maat reúne estudiantes y profesionales de las Ciencias Jurídicas, sociales y ciencias afines, realizando estudios de filosofía del derecho y su historia, lleva a cabo conferencias, mesas redondas y talleres de análisis de la vida profesional. La aspiración propia es vivir un orden social en un país gobernado por valores atemporales fundamentando la práctica individual cotidiana en cada profesional para desarrollo social.

### Fuentes Monetarias

Cada país aporta a este presupuesto una cuota proporcional y gestiona de manera autónoma sus propios recursos, según la legislación vigente. En el año 2008 este presupuesto no excedió los \$20.000 (Fuente: [www.acropolis.org](http://www.acropolis.org)), para el presupuesto de sede Antigua Guatemala se tiene previsto los ingresos de inscripciones de cursos afines a la educación filosófica, de acuerdo a la cantidad de Q250 mensuales este aplica a cursos de danza, pintura y escultura, se sustenta el presupuesto de igual manera con el monto voluntario en cada reunión o exposición de cualquier tema propuesto por la organización, siendo aproximado de Q500 cada reunión realizada, varían en su cantidad pueden ser de 4 a 7 por mes.



PERFIL  
CLIENTE  
CAPÍTULO 2

### Rango de Edad

Usuarios Principales (13 a 26 años)

Usuarios Potenciales (27 a 35 años)

Usuarios esporádicos (36 a 65 años) -de interés social o apoyo-

**Sexo:** Masculino / Femenino

**Idioma:** Español en dominio o conocimiento básico o popular del mismo.

### Socio Económico:

Bajo alto/ Medio bajo / Medio alto / Alto

Grupo con fin voluntariado (Medio bajo/alto)

Grupo fin educativo/cultural (Bajo alto / Medio bajo)

Grupo con fin de apoyo (Medio alto/Alto)

**Escolaridad:** Conocimiento mínimo de computación, educación primaria o menos, educación media terminada o en proceso, estudios universitarios o titulados.

**Estado civil:** solteros /as, casados /as con o sin hijos. Unidos o separados.

**Ocupación:** Estudiantes, trabajadores sociales, trabajadores asalariados, voluntarios, profesionales, pedagogos, profesores titulados, psicólogos.

### Ubicación Demográfica

Densidad urbana, sub-urbana y rural, multi racial - multi étnico

### Clasificación Geográfica de usuarios

Usuarios Primarios (Antigua Guatemala)

Usuarios Periódicos (Depto. Sacatepéquez)

Usuarios Esporádicos (Depto. Guatemala)

Usuarios Potenciales (Depto. Chimaltenango y Depto. Escuintla)

Usuarios de Apoyo (Extranjeros/País Guatemala)

**Grupo de interés primario y secundario:** Antigua Guatemala y Departamentos aledaños.

**Grupo de interés potencial/apoyo:** Visitantes o residentes extranjeros en Antigua Guatemala; que servirán de apoyo y difusión de los programas de la fundación en su nación con el afán de ayudar monetariamente a dicha institución.

### Conducta

Usuarios con carácter positivo, alegre y entusiasta para desarrollar habilidades con acción educativa (aprender) o acción comunitaria (enseñar / ayudar), teniendo como características el respeto y la tolerancia sin embargo con celo en tradiciones y costumbres, así como para la defensa de lo que consideren intereses comunitarios, con carácter de



La mayor cantidad de Internautas en Guatemala radica entre las edades de 13 a 26 años los cuales equivalen el 77% de usuarios actuales.



América Economía Intelligence IPSOS  
CIA World Factbook TPPEMARKETING

# GRUPO OBJETIVO

## CAPÍTULO 2

interacción con personas de diferente índole, abiertas a procesos educativos alternos, con tiempo a distancia para informarse y conocer acerca de maneras opcionales de implementar la educación, que conozcan o tengan contacto con instituciones del mismo rubro o que promuevan la cultura y el voluntariado para progreso en sociedad.

#### Valores

Honestidad, Responsabilidad, Familia, Aprendizaje, Sensibilidad, Comunicación, Voluntad, Servicio, Paciencia, Sencillez, Amistad, Respeto, Optimismo, Superación, Bondad, Empatía y Alegría.

#### Caracterización de Usuarios

Hábito de compra: Compras por medio de comparación y precio más bajo.

Forma de pago: Al Contado.

Frecuencia de las compras: usualmente lunes, viernes y domingo.

Lugar de compra: Almacén la Bodegona, Despensa Familiar y Mercado.

Hábito de consumo: Alargar la vida de los productos, multiuso y combinación.

#### Formas de socialización

1. Comunidades Religiosas: Iglesia católica y cristiana. Usualmente servicio cada domingo y presencia en actividades religiosas.

2. Grupo de Interés temático: Círculos literarios, foros presenciales, charlas educativas, cátedras científicas e históricas, clases de filosofía, novedades de comercio, actividades sociales, mejoramiento de estilo de vida y debates motivacionales.

3. Actividades Culturales: Visitas a ruinas o museos, actividades culturales (danza árabe, teatro, ballet, cursos de música, escultura y pintura).

4. Actividades Deportivas: Fútbol, Caminatas y ciclismo.

#### Entretenimiento

1. Canales favoritos: 3, 7 y 11 (nacionales), Antigua (departamental), History Channel, Discovery Channel, Fox Kids (Jefix), Cartoon Network, A&E Mundo, Utilísima, programas preferiblemente de drama, históricos y de acción.

2. Estaciones de radio: Radio Punto, Radio USAC, Joya, La Fiesta y Kiss FM.

3. Música Preferida: Reggaeton, Clásica, Melódica, Andina, Árabe, Marimba y Salsa comúnmente en lapsos interrumpidos.

4. Sitios de Internet: con temática de aprendizaje, informativos de historia, galerías de arte, blogs de artistas y Redes Sociales (Hi5, Facebook y Twitter).

6. Literatura: Libros escolares, revistas (Revue y ¿Qué paso?), anuarios Nueva Acrópolis mundial, libros de literatura ancestral temáticas como el Oriente, Confucio, Egipto, Grecia y obras relevantes de la historia.

7. Actividades Recreativas: Voluntariado, excursiones, club de lectura y pintura.

#### Información

1. Medios impresos: por medio de notas informativas o boletines, unifolios, trifolios, anuarios, unidades móviles y periódicos.

2. Medios audiovisuales: películas preferiblemente de historia/drama/acción y con mensaje positivo de igual manera ponencias grabadas subtituladas como medio informativo en cátedras.

3. Medios electrónicos: se maneja el Internet – propio o alquilado –, se comparte tiempo en redes sociales e informándose por medio de páginas sobre interés cultural local acerca de actividades culturales y de procesos internos y externos de Antigua Guatemala.

### Datos Técnicos de Interés

Categoría: Ciudad  
Población: 41,097 habitantes  
Población Aldeas colindantes: 24,221 habitantes  
Extensión: 78 kilómetros cuadrados.  
Altura: 1,530 metros sobre el nivel del mar.  
Clima: Templado.  
Fiesta: 25 de julio, como día principal en conmemoración del Apóstol Santiago.  
Centros Turísticos: Toda la ciudad es una atracción turística con sus diversas ruinas de edificios coloniales como Capuchinas, San Francisco, La Compañía de Jesús, La Recolectión, La Merced.  
Educación y Formación: se irradia la cultura y la educación a través de los colegios mayores y menores como los de San Buenaventura, San Lucas, El Tridentino, el de San

Borja; el seminario de Nuestra Señora de La Asunción y el colegio de Santo Tomás de Aquino que fue el precursor de la Real y Pontificia Universidad de San Carlos de Borromeo de Guatemala, fundada el 31 de enero de 1676, la cual inició formalmente sus actividades el 28 de marzo de 1681. Esta fue la sexta universidad del continente americano.  
Centros Culturales Educativos: Mundo verde y Colegio Boston  
Centro Cultural más importante: El Sitio  
Datos Poblacionales de departamentos de interés:  
Sacatepéquez: 206,922  
Guatemala: 2,541,581  
Chimaltenango: 446,133  
Escuintla: 538,756

Fuentes: Censo XI de Población y VI de Habitación / Municipalidad de Antigua  
[www.munideantigua.com](http://www.munideantigua.com) / Diccionario Geográfico de Guatemala

La sociedad de Antigua vive un estilo de vida muy característico, tiene la simpleza y practicidad en su modo de vivir, cuenta con centros variados que van desde la cultura, entretenimiento, actividades tanto agropecuaria como artesanal, educativos, religiosos etc; esto genera comodidad al habitante, ya que mantiene contacto constante con todos los servicios, siendo uno de los más importantes el Internet ya que aproximadamente cuenta con más de 18 centros de apoyo y distribución del servicio (Fuente INGUAT, sede Antigua), con ello apoyando a la comunicación alterna para los pobladores, ya que el ritmo de los visitantes extranjeros y sus costumbres populares como el Chat y las redes sociales conducen al público joven a estas tendencias, manteniendo contacto con nuevas herramientas de comunicación constantemente, de igual manera en el ámbito cultural.

# ANÁLISIS DE CONTEXTO

## CAPÍTULO 2





La ciudad de Antigua con su riqueza cultural, arqueológica y turística lleva a que se promueva la expresión artística y cultural en sus diversas manifestaciones (música, teatro, fotografía, danza, pintura, escultura, literatura, cine) dándole prioridad siempre al rubro de los jóvenes guatemaltecos. La sociedad, en lo que respecta a la educación, cuenta con centros educativos en su mayoría especializados en primaria y secundaria, pocos apoyan al diversificado y a las carreras alternas de especialización. Se ve estancado el progreso educativo, ya que al querer superarse el alumno opta por la búsqueda de centros educativos a las afueras de la Antigua, siendo departamental su experiencia. He aquí un blanco fácil del desinterés de la población, muchos estudiantes no completan su ciclo educativo graduándose medianamente, por eso el apoyo al progreso llevando de la mano proyectos culturales para captar la atención y darle un enfoque diferente a la educación generando un manejo de percepción del mundo y las tecnologías al estudiante. Con el apoyo de varias organizaciones extranjeras y nacionales se vive apoyando a la sociedad de diferente índole al progreso educativo, a guardar el patrimonio de la ciudad, a generar un cambio en sociedad y a crear personas de cambio interesadas en procesos comunicativos que favorezcan el desenvolvimiento de comunidades.

Como asociación educacional y cultural Nueva Acrópolis ve como necesidad la promoción de actividades que cambien el pensar y sentir social, generen un cambio de actitud mayormente en la juventud y preadolescencia para aprovechar los recursos que esta brinda para la formación de una comunidad desarrollada académicamente mejor.

En el ámbito de formación de líderes juveniles y agentes de cambio, Nueva Acrópolis promueve y patrocina talleres filosóficos, de desarrollo cultural y artístico así como incentiva al voluntariado. Cada vez son más los jóvenes que buscan actividades recreativas, culturales y un lugar donde se puedan desarrollar como individuos por lo que es relevante la creación de sitio web de acuerdo a las características de la asociación para incrementar la identificación y afinidad de la misma con su grupo de trabajo.



# CONCEPTOS FUNDAMENTALES

CAPÍTULO 3

Es importante entender y conocer las herramientas a manejar, de igual forma abordar temas con relación a la estructuración del proyecto. Como primer punto es posible definir qué es el Internet, "se puede definir a Internet como una red de redes es decir, una red que no sólo interconecta computadoras, es un conjunto de máquinas que se comunican a través de algún medio físico". ([www.cad.com.mx](http://www.cad.com.mx))

La principal diferencia entre Internet y cualquier otra red informática reside en que esta no pertenece a ningún país, ni organismo oficial, ni a una empresa determinada, es decir, se trata de una red libre ya que cualquier persona puede acceder a ella desde cualquier punto del planeta, de la misma forma que no existe ningún tipo de restricción para toda la información que circula por la misma. Es posible decir que el resultado final es que lo que comenzó como un proyecto de investigación gubernamental y educativo ahora se ha convertido en uno de los medios de comunicación más importantes de la actualidad. Nunca antes había sido posible tener acceso a tantas personas de culturas y antecedentes tan variados.

El Internet cuenta con 4 inigualables características las cuales son:

- A. Es un medio universal, es decir soporta sin dificultad el tráfico de todos los medios de comunicación.
- B. Es un medio multifuncional, capaz de desempeñar funciones "conectoras" (comunicación de uno a uno), "distribuidoras" (de uno a muchos) y "colectoras" (de mucho a uno) con lo cual se dice que es personalizable.
- C. Admite interactividad y funcionamiento en forma bidireccional, usuario-creador.
- D. Es un medio ilimitado, ya que su ámbito es mundial.

[www.argo.es/medios/ponencia.html](http://www.argo.es/medios/ponencia.html)

Todo esto conduce directamente a la World Wide Web (WWW) la que consiste en ofrecer una interfaz simple y consistente para acceder a la inmensidad de los recursos de Internet. Es la forma más moderna de ofrecer información. el medio más potente. La información siempre se desplegará en páginas de contenido en sitios de Internet.

Un sitio web es un sitio (localización) en la World Wide Web que contiene documentos (páginas web) organizados jerárquicamente. Cada documento (página web) contiene texto y o gráficos que aparecen como información digital en la pantalla de un ordenador. Una página Web puede contener elementos que permiten una comunicación activa

entre el usuario e información, la página responderá a sus acciones. Un sitio puede contener una combinación de gráficos, texto, audio, vídeo y otros materiales dinámicos o estáticos.

A veces se utiliza erróneamente el término página web para referirse a sitio web. Una página web es parte de un sitio web y es un único archivo con un nombre de archivo asignado, mientras que un sitio web es un conjunto de archivos llamados páginas web. Si se comparara con un libro, un sitio web sería el libro entero y una página web de ese sitio web sería un capítulo de ese libro. Un capítulo, al igual que una página web, tiene un nombre que lo define. Se dice que sería un capítulo y no una página del libro porque a menudo es necesario desplazarse hacia abajo en la pantalla para ver todo el contenido de una página web, al igual que en un libro te desplazas a través de varias páginas para ver todo el contenido de un capítulo. El índice de los capítulos del libro sería el equivalente al mapa del sitio web (sitemap en inglés).

Un sitio web es como una segunda puerta de acceso para clientes, que permanece abierta las 24 horas del día, los 365 días del año. Si el mercado es solo local, el producto o servicio puede ser vendido y/o conocido internacionalmente, la apertura de ese horizonte económico se dará exponiéndolos ante ojos de miles de potenciales compradores-conocedores, por lo cual es la herramienta perfecta para satisfacer las necesidades de comunicación de Nueva Acrópolis, ya que explotando este medio se llega a tantas personas no importando su índole y esquivando las barreras de colocación y normativas de formato o ubicación que posee actualmente.

En cuanto al diseño del sitio web se hace referencia a la disposición de los elementos que lo conformarán, en particular a su apariencia final y todo lo necesario para que se vea y funcione como lo hace en un navegador web. En esto hay tres elementos básicos a considerar: **el contenido, la apariencia y la facilidad de uso.**

El contenido es la razón de ser del sitio; como tal, los demás elementos que lo conforman le están supeditados. Por lo que cualquier elemento gráfico o de programación mantiene como principal objetivo servir a que el contenido se transmita de forma clara al usuario final.

La apariencia del sitio es la forma de presentar el contenido a los usuarios, es este elemento por el que se logra que la disposición del contenido sea agradable para un usuario, el que le da la personalidad mediante la correcta disposición de sus elementos, y se basa generalmente, en la consistencia de los elementos gráficos, la jerarquía de los botones o enlaces, la armonía y carácter de los elementos que conforman el sitio. Los componentes gráficos aportan a la composición

“

Hoy en el mundo hay más de mil millones de usuarios de la red. Internet representa la tercera economía de todo el mundo, ya que a través de la red circula el 10% del Producto Interno Bruto mundial, indica Reyes Krafft. Se prevé que para el año 2010 existan mil 500 millones de usuarios en la red, equivalente al 28% del total de habitantes de todo el planeta.

”

[www.tupaginaweb.com.mx](http://www.tupaginaweb.com.mx)

“

Estudios realizados demuestran que el tiempo máximo de aguante de una persona que espera la descarga de una página suele ser de unos 15 segundos, pasados los cuales prefiere abandonar nuestro sitio web y buscar otro más rápido.

”

Luciano Moreno,  
[www.DesarrolloWeb.com/articulos/1278.php](http://www.DesarrolloWeb.com/articulos/1278.php)

“

**Jerarquía por elementos superior:** se refiere a la colocación de los elementos más importantes en una zona superior, los demás elementos en orden de importancia en el cuerpo central y los menos relevantes en la parte inferior, en las páginas web, que siguen esta estructura jerárquica en el 95% de los sitios, que, además, son los que mejor aceptación tienen por el público.

”

<http://www.desarrolloweb.com/articulos/1426.php>

sensaciones visuales por medio de formas, colores, contrastes, mientras que los textos suministran información y mensajes, no quiere decir que estas funcionalidades sean excluyentes, ya que los gráficos pueden aportar información y los textos formas y colores.

En toda composición gráfica se debe crear una jerarquía visual adecuada, con el objeto de que los elementos más importantes de la misma se muestren debidamente acentuados para guiar mejor al usuario y retener su visita o atención.

Mediante un adecuado diseño se establece un camino visual que conduzca el ojo del espectador y le vaya mostrando la información contenida en la composición de forma organizada, lógica y fiable, que dirija su percepción por la ruta más idónea.

Para el diseño del sitio web para la Asociación Nueva Acrópolis resulta importante el profundizar en un tipo de jerarquía que divida de una manera ordenada por niveles de importancia para guiar mejor al usuario.

En cuanto a los elementos textuales, a los que también son aplicables los métodos de color y contraste, es posible establecer una jerarquía en ellos mediante los tamaños relativos de los mismos. Los títulos de página, los encabezados o los titulares de una noticia o apartado pueden ser destacados aumentando su tamaño según su importancia en la composición o página web. Este método es siempre aconsejable, ya que organiza de forma lógica el contenido textual y rompe la monotonía intrínseca de los textos.

Partiendo de la base de la jerarquía por importancia es relevante la búsqueda de la simetría estructural, gráfica y textual, ya que al mostrar de una manera equilibrada todo el contenido del sitio web se favorece el entendimiento y a evitar el cansancio visual que puede sufrir cualquier usuario. Una forma o imagen es simétrica cuando un eje central la puede dividir en dos partes iguales y opuestas entre sí. Este concepto en una composición gráfica puede aplicarse tanto a los propios elementos individuales de la misma como a su totalidad. En este caso, obtener una simetría exacta puede resultar difícil (incluso inconveniente), pero sí que se puede buscar una simetría de bloques y espaciados en el sitio.

En el caso de una página web, la concepción simétrica de la misma comienza con el reticulado elegido, ya que será el que defina la distribución básica de elementos en ella. Hay que tender entonces a diseñar un reticulado lo más simétrico posible. Otro aspecto fundamental es mantener simetrías en el tratamiento de aires en la página.

“

El diseño simétrico sugiere estabilidad, equilibrio, resultando estético, ordenado, atractivo y agradable de contemplar. Por el contrario, el asimétrico muestra irregularidad, desigualdad en las formas y desequilibrio.

”

Luciano Moreno

<http://www.desarrolloweb.com/articulos/1424.php>

Se entiende por “aire” el espacio libre entre elementos y entre éstos y los límites de la página. Es lo que en cualquier documento es llamado “márgenes”, pero extendido a todos los elementos y contenidos.

En el caso concreto de una página web, el diseñador puede perfectamente distribuir en pantalla una serie de rectángulos que representen las zonas que va a tener la página. Si la distribución sigue un reticulado acorde y las zonas están ubicadas con lógica, la página que resulte de ello tiene un 50% de posibilidades de resultar correcta.

La agrupación de los elementos textuales y gráficos para la Asociación se tratará en 4 aspectos:

**Proximidad:** Se agrupará aquellos objetos que están próximos, cercanos entre sí (en relación de mensaje o tema).

**Semejanza:** Agrupar los elementos iguales o parecidos (para dar una idea en un solo mensaje no por partes).

**Continuidad:** Dándole una razón continua para subir el interés del usuario y así darle una guía imaginaria a todo el contenido para no desequilibrar en contenido, sea gráfico o visual.

**Simetría:** Los elementos se agruparán para formar un todo equilibrado y de semejanza a lo natural para darle un sentido artístico y sentimental.

Ya teniendo todos los elementos es importante dar un significado a todo el conjunto, es decir, darle un objetivo concreto a los elementos. En la elaboración del sitio web para la Asociación se definió a cada fotografía por medio de la tricomía de **Rudolf Arnheim**, la cual indica que la imagen busca tres objetivos:

**Modo Simbólico:** Las imágenes sirven desde su origen como símbolos, las destinamos a un significado simple y abstracto.

**Modo Epistémico:** Las imágenes aportan información sobre la realidad y conocimiento de esta, nos permiten buscar sentimientos y conceptos propios del observador.

**Modo Estético:** Las imágenes las destinamos a agradar a complacer al observador.

Utilizando este método es mucho más concreto el fin de cada imagen a colocar en el sitio, ya que se destina a generar una actitud, un pensamiento y un sentimiento para captar la mayor atención del grupo contribuyendo a la retención del usuario en el sitio.

Para complementar todo lo que integra la estructura y diseño se da paso a la facilidad de uso, la cual es la claridad con la que se presenta la información y la forma en la que el sitio interactúa con el usuario final; se dice que un sitio es de fácil uso cuando la persona que navega en él puede, sin mayor problema, encontrar la información que está buscando o la retiene de una forma más sencilla. La idea es que el sitio le sea útil y le funcione al usuario.

Esto se observa más de cerca en la estructura y en la facilidad de obtener la información del usuario. Esto en el sitio de la Asociación se basa principalmente en una jerarquía visual por módulos de información de interés, con la cual el grupo objetivo va de menos a más en su búsqueda al finalizar y empezar de manera grata obteniendo de manera completa la información referente a la Asociación. Al diseñar un sitio web se debe pensar qué mensaje se quiere transmitir y a quién se le quiere transmitir. A partir de eso se pueden satisfacer las necesidades del usuario, la Asociación y, a partir de ahí, las del sitio.

Ya definido el sitio web se pasa al apoyo hacia el mismo, esto quiere decir a generar tráfico hacia el sitio web buscando atención y acción de parte del grupo objetivo para el sitio web de Nueva Acrópolis. Este apoyo se buscará por medio del e-marketing viral, "El e-marketing viral o la publicidad viral son términos empleados para referirse a las técnicas de marketing que intentan explotar redes sociales y otros medios electrónicos para producir incrementos exponenciales en "renombre de marca" (Brand Awareness), mediante procesos de autorreplicación viral análogos a la expansión de un virus informático. Se suele basar en el boca a boca mediante medios electrónicos; usa el efecto de "red social" creado por Internet para llegar a una gran cantidad de personas rápidamente". [es.wikipedia.org/wiki/Marketing\\_viral](http://es.wikipedia.org/wiki/Marketing_viral).

La popularidad creciente del marketing viral se debe a la facilidad de ejecución de la campaña, su coste relativamente **bajo**, (comparado con

“

Lo más importante de toda composición es el mensaje que subyace bajo ella. Es trabajo del diseñador buscar la máxima eficacia comunicativa, transmitiendo ese mensaje por medio de una composición que impacte visualmente al espectador y le haga receptivo.

”

Jacob Nielsen ,

[www.chilepd.cl/content/view/full/502125/Aspectos-basicos-de-un-sitio-web.html](http://www.chilepd.cl/content/view/full/502125/Aspectos-basicos-de-un-sitio-web.html)

“

El término e-marketing viral se refiere al tono y manera de transmitir una idea en línea, la cual cualquier observador pasará y compartirá dependiendo de su experiencia personal. Esta técnica a menudo está patrocinada por una marca, que busca generar conocimiento de un producto o servicio. Los anuncios virales no generan alto costo y benefician en % de conocimiento, retroalimentación y ganancia.

”



Actualmente cuando se utiliza el emarketing con finalidad viral se tiene un incremento de 10 a 16% de recordación y si poseen referencia personal un 30% un vivo ejemplo que hace la publicidad en línea cada vez más fuerte.



**Nielsen & Facebook**

<http://www.adlatina.com> "Anuncios en línea funcionan muy bien"

relativamente bajo (comparado con campañas de marketing general o basadas en medios que impliquen base de datos), buen "targeting", y una tasa de respuesta alta y elevada. La principal ventaja de esta forma de marketing consiste en su capacidad de conseguir una gran cantidad de posibles clientes interesados, a un bajo costo. Debido a esto es importante el uso de una campaña de emarketing como apoyo para llegar al grupo objetivo más rápido y con un alto interés debido a presencia en su contexto social.

Para tener el impacto que la publicidad da es necesario conocer en cada campaña publicitaria o elemento gráfico comunicativo por Internet, lo siguiente:

**Flujo:** Es "el estado mental en que entra un usuario de Internet al sumergirse en una web que le ofrece una experiencia llena de interactividad y valor añadido" el cual es el principal motivo para generar en el grupo objetivo por medio de la distribución, tono y manera del sitio web.

**Funcionalidad:** Si el cliente ha entrado en estado de flujo, está en camino de ser captado, pero para que el flujo de la relación no se rompa, queda dotar a la presencia on-line de funcionalidad, es decir, construir páginas teniendo en cuenta las limitaciones de la tecnología. Se refiere a una homepage atractiva, con navegación clara y útil para el usuario.

**Feedback (respuesta/retroalimentación):** La relación se ha comenzado a construir. El usuario está en estado de flujo y además no se exaspera en su navegación. Ha llegado el momento de seguir dialogando y sacar partido de la información a través del conocimiento del usuario. Internet da la oportunidad de preguntar al cliente qué le gusta y qué le gustaría mejorar. En definitiva, dialogar con el cliente para conocerlo mejor y construir una relación basada en sus necesidades para personalizar en función de esto la página después de cada contacto, en síntesis se busca dos respuestas: ya sea física llegando a la propia asociación o visitando el sitio web manteniéndose en contacto con la misma asociación.

**Fidelización:** Internet ofrece la creación de comunidades de usuarios que aporten contenidos de manera que se establezca un diálogo personalizado con los clientes, quienes podrán ser así más fieles".

Paul Fleming, "Hablemos de la Mercadotecnia Interactiva", 2002

Por lo cual es importante maximizar recursos y de optar por la fidelización a través del uso de fan pages (páginas para asociaciones o grupos sociales) de las redes sociales "facebook" y "twitter", logrando el contacto directo mediante las dos más grandes redes de interacción en Guatemala.

Todo lo anteriormente expuesto sirve para evaluar el material a elaborar, cómo elaborarlo y cuál debe ser su contenido idóneo.



# CONCEPTOS FUNDAMENTALES

## CAPÍTULO 3

5,25" Mini-Disk

DS/DD  
2S/2D  
soft  
48 TPI

# MENSAJE

## CAPÍTULO 4

Es importante la difusión de todo lo concerniente a la cultura y educación que mantiene la Asociación Nueva Acrópolis, ya que con ello se promueve el desarrollo comunitario y de igual manera ayuda a formar comunidades sólidas en valores con tendencia al aprendizaje, favoreciendo a los procesos educativos que tiene el país. Con la transmisión de información adecuada al concepto de todo lo que concierne a la asociación se pretende lograr el interés de la audiencia meta hacia lo que concierne a los procesos y actividades culturales y educativas que posee la Asociación Nueva Acrópolis, dejando atrás prejuicios y significados erróneos sobre la filosofía, la cual es la base educacional de la Asociación. De igual manera a que los niños preadolescentes y jóvenes se integren en procesos de comunicación mediante la orientación o persuasión de temas referentes a la asociación y su contexto, así como la creación de agentes de cambio para el progreso educacional en comunidades. Así mismo, con la realización de materiales interactivos se promueve el progreso del país, ya que no existen barreras para tener acceso a este tipo de materiales y de igual manera al aprendizaje que se tiene con ellos al momento de su conocimiento favoreciendo al desenvolvimiento de cada usuario.

De acuerdo a la definición de **Krippendorff** "el diseñar es resolver problemas que no pueden ser formulados hasta que éstos han sido resueltos", por lo cual transmitiendo de buena manera lo concerniente a la asociación se tienen como objetivos de comunicador los siguientes:

Difundir, promover y comunicar las actividades y todo lo que concierne a la Asociación, de igual manera se pretende un cambio en la sociedad por medio de la difusión de mensajes claros y concisos, interesando así al grupo meta a adentrarse a los procesos educativos y culturales que posee Nueva Acrópolis.

Incrementar las actividades de la Asociación, ya que teniendo más audiencia y grupos de interés, se maximizarán los recursos de cada actividad o taller para el progreso comunitario.

De igual manera se pretende disminuir la desinformación que posee la sociedad ante la entidad, ya que al no estar ya ubicada en el Internet no posee un medio popular y actual que mantenga contacto con niños pre-adolescentes y la juventud.

Minimizar y cambiar el concepto de filosofía, ya que grupos sociales de baja educación lo sienten como una herramienta tosca, antigua, sin interés y demasiado técnica por lo cual teniendo presencia en medios actuales se irá cambiando parte por parte el sentir social hacia el método de educación de la Asociación Nueva Acrópolis.

Se desea crear oportunidades que favorezcan al desarrollo en comunidad por medio de la información concerniente a la Asociación y su razón de ser, abarcando más campo de actividad y creando progreso que sirvan para fortalecer los proyectos, así como también el contexto que les rodea.

De acuerdo al grupo objetivo el mensaje se adecuará en un contexto gráfico limpio y agradable, mostrando grafismos de vida cotidiana e insights fotográficos que transmitan de manera directa el concepto y caractericen al usuario para identificarlo, generando sentido de pertenencia hacia la información para que retenga y genere el interés de cada uno de los temas a comunicar, de igual forma los mensajes a transmitir serán fáciles de decodificar, con lenguaje claro y explicaciones de refuerzo.

El sitio contará con elementos que faciliten la navegación, ya que tiene que ser práctico, tanto para usuarios experimentados, como para usuarios conocimiento empírico o sin conocimiento alguno. Por último, contará con mensajes que ambientarán y le darán aun más validez al concepto, teniendo como fin generar un pensamiento trascendental que haga meditar a los usuarios, interesándolos en un cambio positivo para bien social y desarrollo personal.

Como punto de atención en la manera y trato de transmitir el mensaje con la utilización de grafismos ágiles en su forma, vivos en color y de gran atractivo, se pretende minimizar el sentir social hacia la filosofía para interesar a los grupos sociales hacia este como un medio diferente, creativo e interesante para ser educado y de igual manera para educar.

Para la adecuación del mensaje en el contexto se usaron 2 fundamentos que remarcan la elaboración del concepto y su posicionamiento en los grafismos y elementos gráficos que se utilizarán. Primeramente la **semiología o semiótica** ya que estudiando, observado y conociendo los signos, lenguaje y actitudes en el seno de la vida social se obtiene una mejor visión del presente, la cultura y la forma y trato que debe prevalecer en el contexto y el ambiente del mensaje, por lo cual es importante que se perciba, se interprete y se decodifique el mensaje de manera grata y fácil para su memorización a largo plazo (intervienen imágenes, símbolos, forma y color).

Como segundo fundamento está la **percepción** como tal, ya que a sabiendas de lo que esperan y conocen los miembros del grupo meta, se tiene la idea de cómo debe ser y con qué debe cumplir como elemento interactivo de convivencia tanto cultural como educativa. Ya que en la representación de la realidad del grupo meta y la adecuación de la información al concepto tiene que informar de manera directa el mensaje y transportar por medio de los sentidos a cada usuario a un estado de interés constante para retener la información y transmitir un estado que genere una acción a futuro favorable a la asociación (intervienen imágenes y lenguaje visual descritos en el capítulo 3).

Como aspectos a considerar que puedan ser obstáculo o modificadores de lo que desea lograr están:

- La presencia regular de medios interactivos como agentes de cambio en comunidades.
- La poca actividad que posee Nueva Acrópolis como sede de Antigua en el Internet.
- La pertenencia a métodos normales de comunicación sabiendo los obstáculos que presentan en su difusión.
- El lenguaje técnico que se maneja internamente en la sede.
- El bajo interés que posee la sociedad hacia el principal principio de Nueva Acrópolis, la filosofía.

Responsabilidad del mensaje

Es necesario reconocer al grupo como personas individuales que tienen diferentes formas de pensar, sentir, percibir y comunicar. El conocer la magnitud del problema facilita la comprensión de cuáles tienen que ser las soluciones a transmitir, en este caso el contribuir con la educación y la cultura. Es importante que el mensaje se transfiera con confiabilidad, credibilidad y afinidad, ya que el grupo tiene que percibirlo como un apoyo que no afecte o contribuya en forma negativa a la sociedad guatemalteca que en estos momentos es débil ante la impunidad, la delincuencia y la mentira. }

“

La semiótica se define como la ciencia que estudia las propiedades generales de los sistemas de signos, como base para la comprensión de toda actividad humana .

”

[www.fotonostra.com](http://www.fotonostra.com)

“

La percepción es la función psíquica que permite al organismo, a través de los sentidos, recibir, elaborar e interpretar la información proveniente de su entorno.

”

[www.wikipedia.com/Percepcion](http://www.wikipedia.com/Percepcion)

# ESTRETEGIA DE COMUNICACIÓN

## CAPÍTULO 4

Ya que el proyecto cuenta con una herramienta a difundir con el apoyo de dos medios masivos, se realiza un plan de medios que dará resultados a corto plazo y mantendrá con fluidez la atención de los diversos grupos focales, en paralelo al plan de medios se describen las tácticas y estrategias a utilizar para la plena satisfacción de los objetivos previstos en la difusión de la Asociación Nueva Acrópolis.

### Fase 1

Medio: Virtual

Formato: 900x680.

Características: Sitio web completo e interactivo de actividades e información institucional de la Asociación.

### Fase 2

Medio: Impreso

Formatos: Varios, en popularidad 11"x17", 8.5"x11" y 4"x5"

Programa: Colocación en puntos legales por parte de municipalidad, repatridos persona a persona, arranque desde el inicio del hosting del sitio web.

Características: Cintillo textual de dirección de Fan Pages y Sitio web, textual debido a formatos ya establecidos en material propio de la Asociación.

### Fase 3

Medio: Virtual

Formatos: Varios, en popularidad 160x600 pxl, 468x60 pxl, 300x250 pxl y 120x60 pxl.

Programa: Posteo en sitios de interés, redes sociales, buscadores, y páginas de correo, arranque cuando de inicio el sitio web.

Características: banner publicitarios animados swf.

### Fase 4

Medio: Virtual

Formatos: Establecido por proveedor.

Programa: Fan Pages, arranque a dos semanas de lanzamiento de sitio web, apoyo a búsquedas y afinidad con asociación.

Características: Banco informativo y de entretenimiento en Facebook y textual en twitter.

PLAN DE MEDIOS



# ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

## CAPÍTULO 4

### Objetivos

Diferenciar a Sede Antigua Guatemala de otras entidades que manejen la misma función o que estén involucradas en similar razón social a Nueva Acrópolis.

Elaborar una campaña e-marketing para complementar los esfuerzos de difusión y promoción del sitio web a desarrollar.

Persuadir a grupos sociales juveniles, por medio de una campaña de e-marketing viral, para adentrarlos a procesos culturales propios de la Asociación Nueva Acrópolis.

Mejorar el nivel tecnológico de la Asociación Nueva Acrópolis por medio de la elaboración de un sitio web.

TÁCTICAS Y ESTRATEGIAS

### Estrategias

Desarrollar una herramienta tecnológica a nivel multimedia que cuente con contenido de interés propio de la Asociación, así como espacios en internet en sitios de tráfico elevado de personas.

Desarrollar espacios en internet en sitios de tráfico elevado de personas, así como colocar publicar publicidad de call to action para tráfico en sitio web a desarrollar.

Desarrollar publicidad de call to action para tráfico en sitio web a desarrollar, impresiones digitales en sitios de interés para convivir y comunicar acerca de la Asociación directamente en los sitios más visitados hoy en día. Tono y manera sentimental en cuanto a difundir que puede realizar uno como persona por medio de la Asociación y la difusión del sitio web a desarrollar como principal punto de encuentro de la totalidad de la información.

Enseñar sobre la importancia del uso del internet, desarrollar espacios de diálogo sobre las herramientas desarrolladas y generar deseo sobre aprender y desarrollar elementos que mantengan actualmente a la Asociación en contacto directo con el grupo de trabajo.

### Tácticas

Diseñar el sitio web interactivo para la Asociación Nueva Acrópolis.

Diseñar la Fan Page en las redes sociales más populares actualmente (Facebook y Twitter) con información de la Asociación, noticias, actividades, memos sobre actualizaciones, fotografías y testimonios de participantes.

Diseñar Banners publicitarios call to action para sitios de interés con lo que se puede lograr integrando y participando junto a la Asociación.

Capacitar sobre el uso del internet, actualizar el sitio web, establecer contacto y lineamientos de cada propuesta.

Como parte fundamental del proyecto para difundir a la Asociación Nueva Acrópolis, se plantea la forma o temática para representarla, buscando definir todo lo que es y hace la asociación en un sólo concepto para que el mismo sea partícipe en cada herramienta gráfica a realizar y sea portavoz del mensaje. Se consideraron todos los aspectos relacionados con la Asociación, de igual manera sus atributos y características.

Se inició el proceso de conceptualización desarrollando 3 conceptos de partida, los cuales para su compenetración con el proyecto se analizarán bajo tres ámbitos (ético, estético y funcional).

#### Positivismo para un mundo mejor...

*Ambito ético:* en relación social e institucional por parte de la Asociación es relevante la actitud de cada persona del grupo objetivo, ya que uno de los propósitos buscados es la integración para realizarse como agentes de cambio, por lo cual la actitud positiva es uno de los requisitos para un bien social. Carece de puntos de vista, ya que se encierra en ser positivo o negativo.

*Ambito estético:* conjugable con insights de gran carisma, con relación estrecha con la realidad se puede lograr sentimentalismo fácilmente.

*Ambito funcional:* Debido a su corto alcance no es de gran impacto en la sociedad a tratar, ya que el positivismo es una de las pocas características del ser humano la cual busca satisfacción para ser originada, se puede conjugar con puntos de vista pero hacen al concepto rebuscado.

#### Superación para un mundo nuevo...

*Ambito ético:* la superación es en sí la actitud de superar barreras u obstáculos, los cuales sirven para dejar una lección y observar y vivir un mejor mañana, se apega al voluntariado de la asociación y al conocer la huella que la historia ha dejado para conocimiento y acción en uno mismo por un beneficio social.

*Ambito estético:* insights con dificultad en su lectura, un sin fin de elementos para usarse como obstáculos, varía el punto de vista del observador.

*Ambito funcional:* Debido al poco entendimiento, ya que los obstáculos son relativos a cada persona y tienen diferente caracterización, se tiene poca amplitud la cual ya sido explotada por varias asociaciones y lo que se busca es ser original y ameno, no monótono en los mensajes.

#### La felicidad hace un mundo nuevo y mejor..

*Ambito ético:* la felicidad es una de las características que no necesita un sentimiento obligatorio para su surgimiento, la felicidad es un concepto mundialmente llevado en la sangre por la Asociación, fácil de digerir, no requiere lineamientos que confundan al observador o lo comprometan.

*Ambito estético:* insights variables, debido a tantos aspectos de la felicidad se puede describir de muchas maneras, no necesariamente por una imagen sino por color y forma, trasciende el mensaje por medio de equilibrio.

*Ambito funcional:* Estrechamente unida a la Asociación, la felicidad ayuda al ser humano a generar una cadena de sentimientos, la cual puede ser percibida e imitada por un buen estímulo, ya sea visual o físico. Para un sitio web destaca la importancia en la estadía del usuario, ya que si es agradable, balanceado y comunicativo es fácil guardar una estrecha fidelidad con el usuario.

La información y las formas serán tratadas en el contexto de felicidad.

**¿Por qué felicidad?** De acuerdo al comportamiento del grupo meta, de las actividades que realiza la Asociación, ya que promueven el sentirse bien, la amistad, la fe interna, el respeto y actitudes de cambio positivas por lo mismo, es de relevancia expresar felicidad, hacer sentir bien a los grupos de interés de la Asociación, a remover los prejuicios y los malos juicios que se mantienen hacia la filosofía como un método aburrido, complicado o



# CONCEPTO CREATIVO

## CAPÍTULO 4

antiguo, por medio de mensajes claros, prácticos, interactivos y de gusto visual. Es de importancia el efecto que se tiene como persona al navegar e interactuar con un sitio web agradable a la vista y de contenido, se perciben con mayor interés los temas, se desarrolla más la acción pretendida en cada usuario y se tiene una mayor retroalimentación, en este caso el formar parte de las actividades de la Asociación e interesarse a mantener una actitud positiva y de cambio en sociedad.

**¿Para qué felicidad?** Para lograr una mejor reacción y retroalimentación en cada usuario, sabemos de la capacidad que posee cada persona y si todo esto se maneja en un ámbito tranquilo, con actitud, ambiente positivo y limpieza en espacio y mensajes, es más que obvia la respuesta favorable a lo que se está buscando por medio del Internet, ya que cada agente de cambio y de actividad que se busca atraer a la Asociación cuenta con los valores afines a la felicidad, será más fácil el tacto con los grupos de interés por medio del presente concepto con ello facilitando el cumplimiento de cada objetivo buscado.

La felicidad de un ser humano se ve afectada por la felicidad de lo que lo rodea, lo afecta, los que le rodean y con quienes se relaciona. Lo más importante es el reconocimiento de que las personas son seres sociales y el bienestar y la salud de un individuo afecta a la de quienes le rodean. Una persona es más proclive y productiva a la felicidad si alguien directamente conectada a ella lo es, una persona tiene un 15% más de probabilidades de sentirse feliz si está conectada con un medio o ente feliz; la felicidad está relacionada con factores diversos como la calidad de vida, la satisfacción en el trabajo, el dinero, la salud, las buenas relaciones sociales y familiares, etc.

Su integración como concepto será reflejado bajo el slogan de la entidad, el cual es: "Por un mundo nuevo y mejor", trascendiendo por el lado emocional de los usuarios por medio de imágenes, contenido activo y dinámico, íconos agradables y contrastantes, así como dinamismo en formas y equilibrio en su totalidad, llevando de la mano la campaña e-marketing mostrando espacios limpios y ambiente agradable en cualquier sitio que se publique. }

“

Parece pertinente puntualizar que comunicar, en el sentido humano, es más que únicamente entrar en contacto con los demás; y que tampoco es solamente intercambiar información. Comunicar es involucrar nuestro pensamiento en el proceso, es enriquecer lo recibido y recrear nuestras percepciones, es respetar y dar valor a la participación del otro, y es entender que el punto óptimo en este proceso se verifica cuando quienes participan en él intercambian pensamientos que promueven la generación de ideas. Comunicarse es estar dispuesto a dar y recibir con honestidad, alteridad, equidad, y pertinencia.

[www.redcientifica.com](http://www.redcientifica.com)

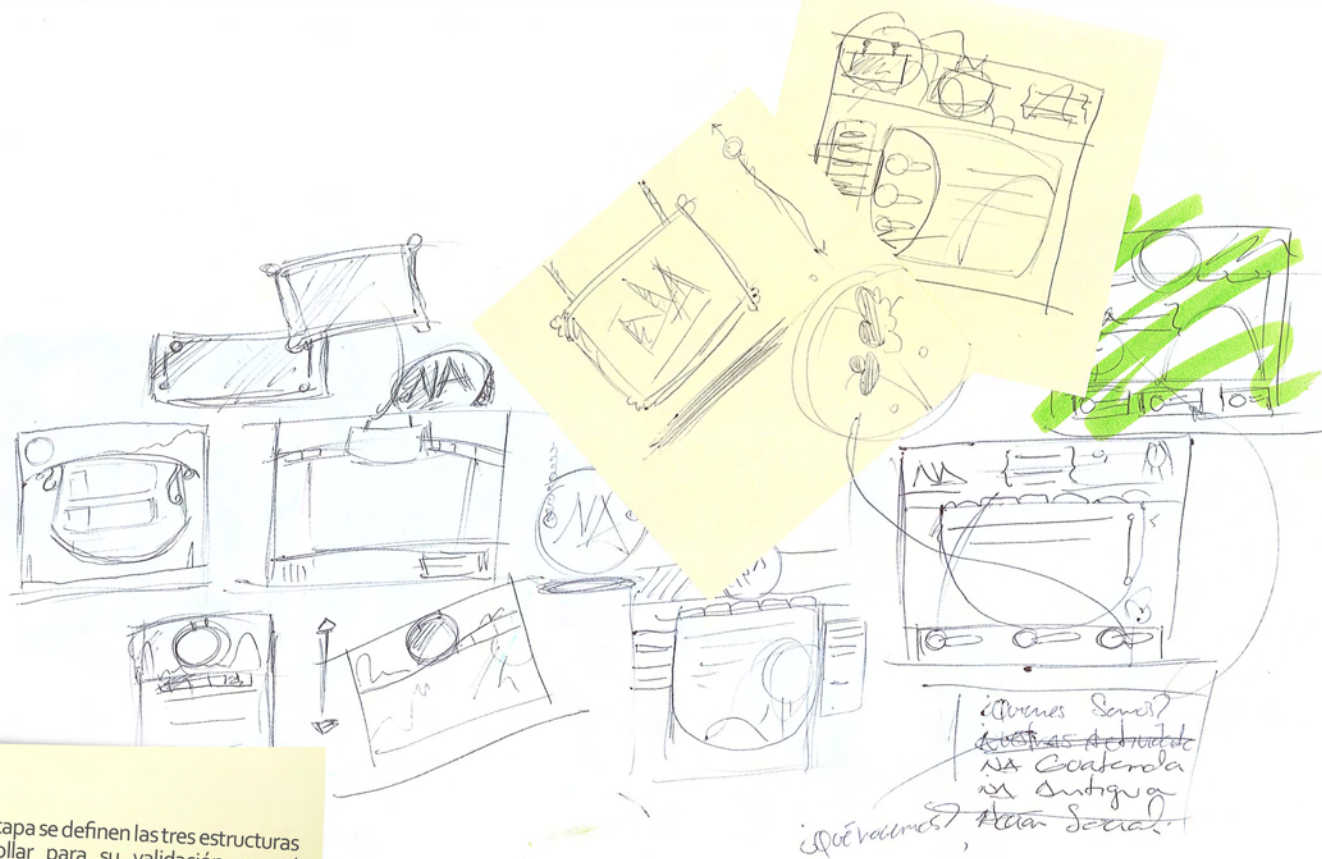
”



# REALIZACIÓN DE PROPUESTA FINAL BOCETAJE

## CAPÍTULO 4

Para realizar la propuesta final, se inició el dibujo de los esquemas posibles, las diferentes grías y alineaciones de contenido, así como los elementos gráficos que pertenecen al contenido. Como posibles estructuras se plantearon diversas soluciones, siempre teniendo en cuenta la graficación del concepto y la idea global para expresar una imagen más adecuada a la Asociación.



En esta etapa se definen las tres estructuras a desarrollar para su validación con el cliente de acuerdo a lineamientos de imagen, trato y manera de la entidad.

De igual manera quedan establecidos los elementos a digitalizar para su uso en cada propuesta.

# REALIZACIÓN DE PROPUESTA FINAL

## BOCETAJE PROPUESTAS

### CAPÍTULO 4

Establecidas con anterioridad las ideas a realizar se principia con la recopilación de información y afinidad con lineamientos gráficos de la marca, ya que teniendo en mente los colores, formas, espacios y el trato y manera de la misma asociación se empezó a definir por un principio las frases que debería contener el sitio, para resaltar la importancia de la misma asociación por brindar un espacio agradable, etc.

De igual manera tomando de partida el slogan propio de la Asociación "Por un mundo nuevo y mejor" se llevó a cabo la recolección de imágenes que den un toque de afinidad con el grupo objetivo así como generar sentimientos y deseos para generar un cambio de conducta favorable a la Asociación de igual manera retener la "visita" al sitio por medio de grafismos animados, los cuales no recargarán el diseño y formarán parte de un ambiente de visibilidad grato y ameno.



Esta etapa consiste en la creación de las propuestas a validar con el cliente por medio de selección de cada elemento gráfico a utilizar.

Se implementa este método ya que da valores exactos en cuanto a validación y satisfacción de la propuesta final, de acuerdo a la comprensión de ambas partes cliente-usuario se consolida efectivamente una propuesta, la cual no descuida lineamientos ni opiniones.

Las fotografías se seleccionaron por parámetros de calidad, afinidad con marca y sentimentalismo, exigencias propias de diseñador. Así mismo se procedió a la toma de fotografías de la entidad para su exposición en el sitio.

Clasificadas por el propósito de cada imagen se distribuyeron de acuerdo a los copies (titulares) de cada sección, los cuales en su esencia crearán ambiente grato, expectativa y sentimiento de deseo así con ello llamando al usuario a identificarse con el sitio.



Por imagen de marca, el predominio cromático se delimitó a contrastes de semicálido a frío, variando tinta verde, cyan y negra. de igual manera generando contrastes por temperatura y dirección de círculo cromático. Con ello se genera un buen manejo de imágenes y equilibrio en pantalla.

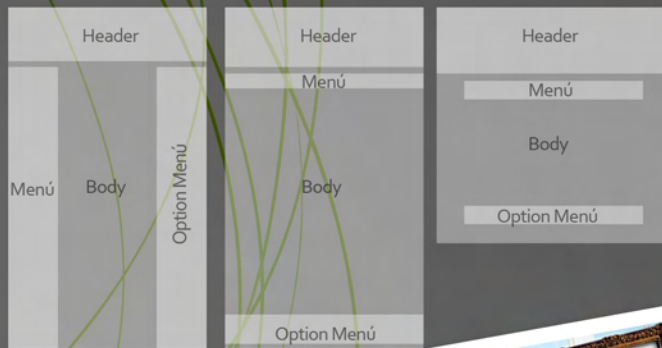
Ya teniendo fotografías acordes al cliente y con directa afinidad al concepto se procedió a retocar las fotografías inclusive a rellenar espacios e ilustrar partes importantes que no encajaban en las fotografías. Teniendo ya una idea de las frases, fotografías y línea cromática se elaboraron bosquejos a lápiz de elementos gráficos que podría llevar el sitio, luego se digitalizaron para su ilustración.

Se delimitó al uso de tipografías que no tuvieran serif ni remates muy decorativos, ya que como principal meta es la lectura clara y el equilibrio de formas, por lo cual se establecieron tres líneas a usar.

Century Gothic  
Century Gothic  
Century Gothic

Costa FTP  
Costa FTP  
Costa FTP

Epsy Sans  
Epsy Sans  
Epsy Sans



Por último se delimitaron tres líneas a seguir en la jerarquía por contenido de interés, las cuales mostraron tres soluciones debido al extenso contenido del sitio a desarrollar.



Al tener grafismos válidos que soportaran el contenido, se procedió a validar por tres aspectos, funcionalidad, contenido, lineamientos gráficos y normativos propios de la Asociación, los cuales se comunicaron y se procedió a elegir una única propuesta a validar con el grupo focal así teniendo pleno consentimiento de cumplir con la Asociación y cumplir con los usuarios.



**Index**  
 ¿Quiénes somos?, ¿Qué hacemos?  
 Acción Social, Calendario de Actividades  
 y Nuestras Instalaciones



**Index**  
 Inicio, ¿Quiénes somos?, ¿Qué hacemos?  
 Acción Social, Calendario de Actividades  
 y Lección Semanal

# REALIZACIÓN DE PROPUESTA FINAL PROPUESTAS

## CAPÍTULO 4



**Index**  
Inicio, ¿Quiénes somos?, ¿Qué hacemos? Nueva Acrópolis Guatemala y Antigua, Acción Social, Calendario, Lección Semanal y Actividades

Complemento de mensaje, concepto, línea gráfica y lineamientos propios de imagen y marca de asociación.

# VALIDACIÓN

## CAPÍTULO 4

El método a emplear para validación se compone de dos fases, la primera fase fue constituida por la validación propia y el cumplimiento de lineamientos gráficos, tono, manera y contenido aprobado por el cliente, la segunda etapa se distribuye en dos fases:

Como primera fase de validación se encuentra la comprobación de la eficacia, la cual se constituye por la directa manipulación del prototipo del sitio por los usuarios a validar el mismo. Con la finalidad de recabar la información que retroalimente el proyecto se analizaron las reacciones, tiempo, memorabilidad y sentimiento de cada sección del sitio; ya que teniendo las actitudes y reacciones ante el mismo se puede observar la afinidad y a largo plazo es perceptible si será usado o no por el usuario.

La segunda fase de validación está constituida por la encuesta, ya que por medio de la misma se retroalimentará técnicamente si el sitio cumple los fines de su razón de ser. La encuesta se construyó en base a medir la memorabilidad y afinidad que el usuario haya tenido, ya que no se puede medir técnicamente con una palabra el sentimiento que pudo haber tenido el usuario.

Debido a la necesidad de evaluar el sitio, la encuesta se integra de preguntas semi-cerradas con opción a explicar (bonus para recabar comentarios o sugerencias), la misma se distribuyó al finalizar el tiempo de prueba de prototipo acompañada de un discurso de agradecimiento y la resolución de dudas en cuanto a la puesta en práctica del mismo.

La encuesta de acuerdo al grupo objetivo se integró con las siguientes preguntas:

1. ¿Cree usted que la creación y publicación de un sitio web para Nueva Acrópolis, será de gran ayuda para los estudiantes, voluntarios y población en general?
2. ¿Cómo considera el diseño del sitio web?
3. ¿Le ha sido de fácil acceso el sitio web, pudo ingresar a la información que usted deseaba?
4. ¿Cómo evalúa las imágenes en el sitio web, le transmiten felicidad y educación, le resultan agradables?
5. ¿Cree usted que el contenido que muestra el sitio web está completo?
6. ¿Cree usted que cualquier persona que ingrese al sitio web se pueda interesar sobre Nueva Acrópolis o quiera integrarse directamente con la Asociación?
7. ¿Cree usted que le hace falta algún elemento al sitio web, contenido, imagen, color, etc..?
8. ¿Estaría en contacto con la asociación por medio del sitio web, volvería a entrar?

**Encuesta**

Desarrollo de Sitio Web que de a conocer las actividades culturales y educativas de Asociación Nueva Acrópolis, Sede Antigua Guatemala

Instrucciones Subraye la respuesta que crea conveniente en cada pregunta después de haber interactuado con el material multimedia.

<p>¿Cree usted que la creación y publicación de un sitio web para Nueva Acrópolis, será de gran ayuda para los estudiantes, voluntarios y población en general?</p> <p>SI</p> <p>NO</p> <p>¿POR QUÉ?</p>	<p>¿Cómo considera el diseño del sitio web?</p> <p>MUY BUENO</p> <p>BUENO</p> <p>REGULAR</p> <p>¿POR QUÉ?</p>	<p>¿Le ha sido de fácil acceso el sitio web, pudo ingresar a la información que usted deseaba?</p> <p>SI</p> <p>NO</p> <p>¿POR QUÉ?</p>	<p>¿Cómo evalúa las imágenes en el sitio web, le transmiten felicidad y educación, le resultan agradables?</p> <p>MUY BUENO</p> <p>BUENO</p> <p>REGULAR</p> <p>¿POR QUÉ?</p>
<p>¿Cree usted que el contenido que muestra el sitio web está completo, informa y promueve de manera completa lo que es la asociación Nueva Acrópolis?</p> <p>SI</p> <p>NO</p> <p>¿POR QUÉ?</p>	<p>¿Cree usted que toda persona que ingrese al sitio web se pueda interesar sobre Nueva Acrópolis o quiera integrarse directamente con la Asociación?</p> <p>SI</p> <p>NO</p> <p>¿POR QUÉ?</p>	<p>¿Cree usted que le hace falta algún elemento al sitio web, contenido, imagen, color, etc..?</p> <p>SI</p> <p>NO</p> <p>¿POR QUÉ?</p>	<p>¿Estaría en contacto con la asociación por medio del sitio web, volvería a entrar?</p> <p>SI</p> <p>NO</p> <p>¿POR QUÉ?</p>

NOMBRE \_\_\_\_\_ LUGAR Y FECHA \_\_\_\_\_ FIRMA \_\_\_\_\_  
No CEDULA





El análisis e interpretación de los resultados se basó principalmente de la misma actividad de validación, se empezó a evaluar el interés que prestaba el grupo mientras se le explicaba el proceso de creación, la utilidad de la herramienta y el concepto y fin de la misma. El porcentaje de respuestas brindó datos cuantificables de efectividad del sitio web, e inclusive permitió medir las capacidades del sitio como herramienta comunicativa, anudado a esto la observación como método de evaluación ayudó a captar los sentimientos y emociones que se transmiten en el sitio web por medio de las imágenes, color, contenido, etc.

1. ¿Cree usted que la creación y publicación de un sitio web para Nueva Acrópolis, será de gran ayuda para los estudiantes, voluntarios y población en general?

SÍ  
100%

2. ¿Cómo considera el diseño del sitio web?

MUY BUENO  
100%

3. ¿Le ha sido de fácil acceso el sitio web, pudo ingresar a la información que usted deseaba?

SÍ  
100%

4. ¿Cómo evalúa las imágenes en el sitio web, le transmiten felicidad y educación, le resultan agradables?

SÍ  
100%

5. ¿Cree usted que el contenido que muestra el sitio web está completo?

SÍ  
100%

6. ¿Cree usted que cualquier persona que ingrese al sitio web se pueda interesar sobre Nueva Acrópolis o quiera integrarse directamente con la asociación?

NO  
20%

SÍ  
80%

7. ¿Cree usted que le hace falta algún elemento al sitio web, contenido, imagen, color, etc.?

NO  
100%

8. ¿Estaría en contacto con la asociación por medio del sitio web, volvería a entrar?

NO  
25%

SÍ  
75%

RESULTADOS

Como observación acerca de los resultados, se puede hacer una anotación que aún con los esfuerzos que se puedan hacer siempre la necesidad y la carencia de nuestra gente limita la comunicación y educación, ya que es el único punto donde no se acertó al 100%, ya que no todos poseen internet en sus casas y la facilidad de pagar diario, de la estructuración y diseño se acertó en 100%.



Resulta muy atractivo y agradable; La forma en que está distribuido todo lo hace ver fresco, moderno y agradable; Todo está acorde a la Asociación se muestra todo divertido, Inimaginable el alcance y aporte, muy bueno todo.

Desiree Cojulún/Alfredo Artiga / Andrea Mendizabal /Ruben Natanael



Finalizado el proceso de validación de la propuesta bocetada final, se procedió a realizar pequeños ajustes en contenido y la eliminación de secciones innecesarias. Se presentó al cliente y al grupo objetivo, cumpliendo satisfactoriamente los deseos de ambas partes. Se procedió a la elaboración de la campaña e-marketing, ya que esta va ligada estrictamente en similitud al sitio web, ya aprobada la estructura final se presenta a continuación toda la propuesta final.

## { WEBSITE }

Contiene elementos gráficos de gran contenido atractivo, muestra imágenes de acuerdo al grupo meta buscando la navegación sencilla al momento de cargar, despliega el menú principal ubicado superiormente como objeto estático para facilitar la búsqueda de material. El sitio web está dividido en dos bloques comprendidos entre el menú principal y un segundo menú ubicado en la parte inferior, el cual muestra contenido estrictamente interactivo.

**Primer Bloque** comprendido como el menú principal despliega información institucional tales como ¿Quiénes somos?, ¿Qué hacemos?, Nuestras Instalaciones, Acción Social, etc.

**Segundo Bloque** comprendido en la sección de Frase diaria; que despliega un pensamiento positivo cada día; también contiene la sección de actividades y talleres permanentes llamada Educación y Cultura que desplegará la información perteneciente a las actividades de la sede en sí; como tercera opción

está la Lección Semanal la cual cambia cada semana, además se muestra información de interés con una sección de ¿Sabías qué?; y por último se muestra las actividades y sus horarios por día en un calendario mensual de una manera amena e interactiva, lo cual requiere de posicionar el puntero para desplegar la información.

# PROPIUESTA FINAL

## CAPÍTULO 4

menú principal

Contenido

menú secundario

**Home:** Estructura Completa mediante enlaces dinámicos  
Previa animación antes de entrar a home



**¿Quiénes Somos?:** Estructura Completa mediante enlaces dinámicos, Previa animación antes de entrar a la sección, control de contenido mediante scroll.

**¿Qué hacemos?:** Estructura Completa mediante enlaces dinámicos, Previa animación antes de entrar a la sección, control de contenido mediante scroll.



**Acción Social:** Estructura Completa mediante enlaces dinámicos y Previa animación antes de entrar a la sección.



**Nuestras Instalaciones:** Estructura Completa mediante enlaces dinámicos, Previa animación antes de entrar a la sección e imágenes mostradas con fade in y fade out.



**Educación y Cultura:** Estructura Completa mediante enlaces dinámicos, Previa animación antes de entrar a la sección, control de contenido mediante scroll y contenido variable por mes o actividad especial.



**Lección Semanal:** Estructura Completa mediante enlaces dinámicos, Previa animación antes de entrar a la sección, control de contenido mediante scroll y elemento de puntero (contenido variable por semana).



**Calendario de Actividades:** Estructura Completa mediante enlaces dinámicos, Previa animación antes de entrar a la sección, control de contenido mediante puntero y animación desplegable (contenido variable por mes).

# PROPUESTA FINAL

## CAPÍTULO 4

### { E-marketing }

#### Publicidad Banners

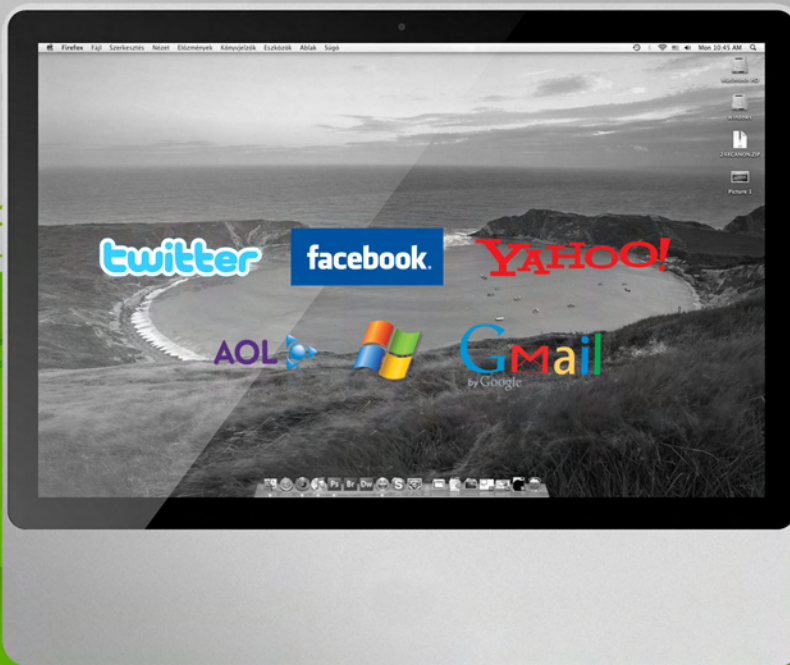
De acuerdo a la estructura, diseño y contexto de sitio web, se realiza la campaña de e-marketing viral, que cuenta con 4 banners animados para impresiones digitales en sitios de interés, haciendo relevancia en redes sociales; cuentan con una animación no superior a los 12 segundos y son enlaces directos con el sitio web mediante call to action sentimental.

#### Fan Pages

Otro complemento para la publicidad en sitios de interés serán las dos fan pages que se realizarán en los dos sitios de mayor interés en redes sociales, Twitter y Facebook; los cuales tendrán alertas de acuerdo a actividades, fotografías de actividades e información más apegada a cada usuario o miembro de la Asociación, esto también sirviendo como gancho adjunto al sitio web teniendo comunicación constante con el grupo meta.



**Publicaciones en:** AOL, Facebook, Hotmail, Yahoo, Youtube, DeGuate, Gmail y Twitter.

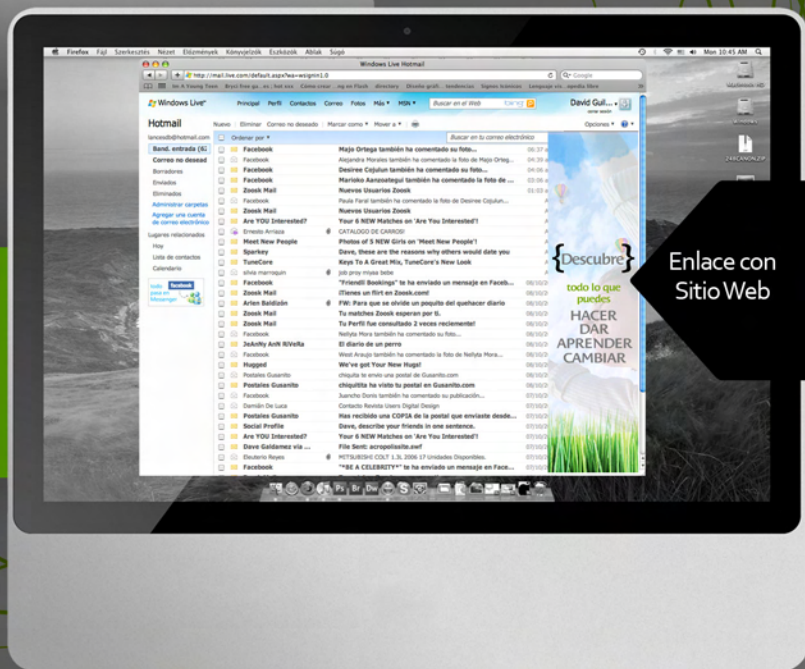


**Fan pages:** contenido de alerta, noticias sobre actividades, contenido institucional y difusión de actualizaciones de sitio web.



Enlace con  
Sitio Web

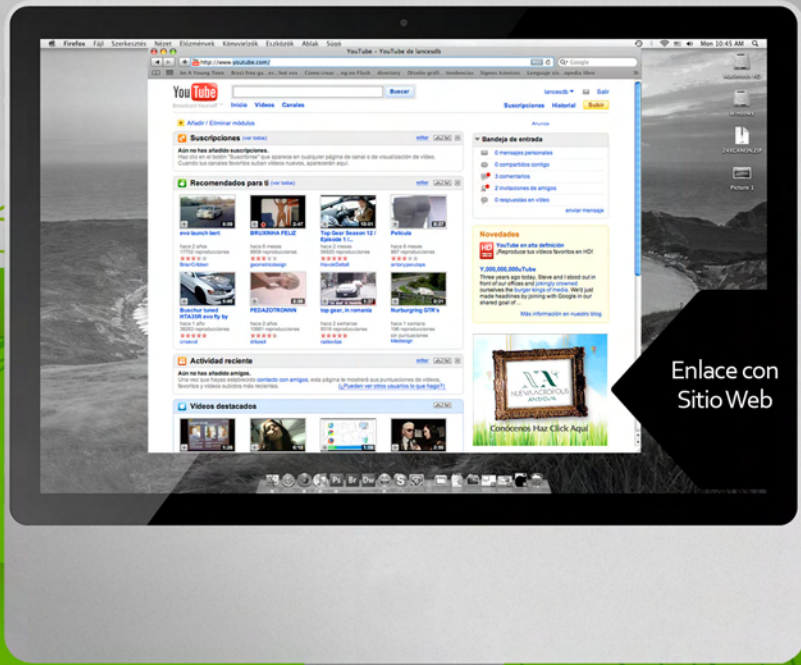
110x80 Pixeles  
Exclusivo Facebook



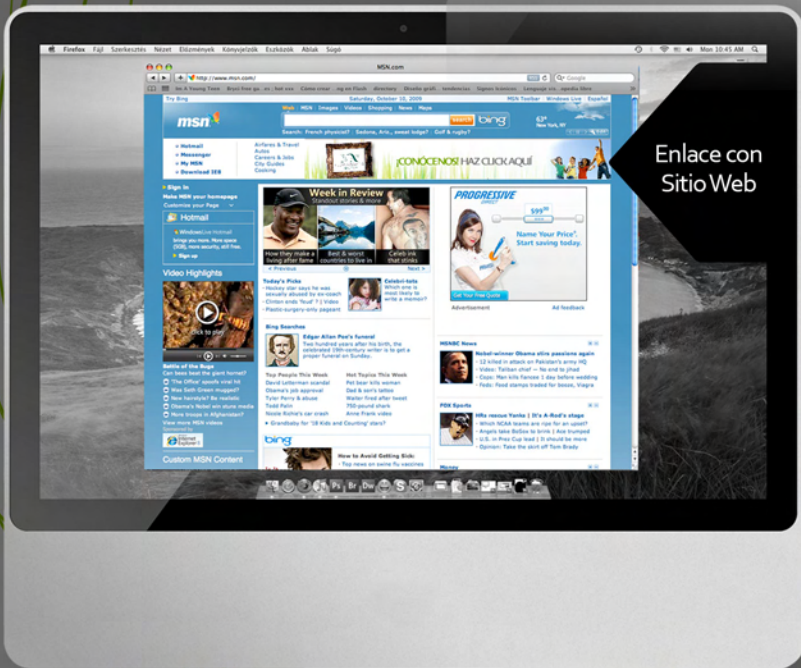
Enlace con  
Sitio Web

160x600 Publicación General

300x250 Publicación General



Enlace con Sitio Web



Enlace con Sitio Web

468x60 Publicación General

Para su modificación, reproducción y puesta en práctica se deben seguir los siguientes lineamientos. Adjunto a los mismos se presentan 3 diversas modalidades en cuanto a soporte técnico y proveedores de servicio, los cuales están certificados y con amplio conocimiento de acuerdo a los criterios propios como profesional.

### **Sitio Web**

#### **HOSTING (ALOJAMIENTO EN INTERNET)**

##### **1. HostingdeGuatemala**

500 MB de espacio en disco (almacenamiento).  
Sitio en recomendación no mayor a 1 MB para lectura rápida.  
1 Dominio (registro .com .net .org .info www.sunombre.com)  
2 Listas de Correo (Clientes).  
15 Cuentas de Correo (administradores).  
Backups periódicos de respaldo de información.  
5 Actualizaciones anuales.

#### **Precio**

Q3,518.75 Anual (Cobertura 12 meses).

Contacto: [www.HOSTINGDEGUATEMALA.com](http://www.HOSTINGDEGUATEMALA.com)  
José Luis Batres Tel.: 5502-8703

##### **2. TPPEMARKETING / PPMOVIL**

500 MB de espacio en disco (almacenamiento).  
Sitio en recomendación no mayor a 2 MB para lectura rápida.  
1 Dominio (registro .com .net .org .biz .info www.sunombre.com).  
2 Lista de Correo (Clientes).  
20 Cuentas de Correo (administradores).  
Actualizaciones diarias de contenido.  
Estadísticas de visitas a su sitio detalladas.  
Backup limitados para respaldo de información.  
Estudio de metatags (Palabras clave para agilizar búsqueda).

#### **Precio**

\$350 Anual (Cobertura 12 meses).

Contacto: [Soizic@tppemarketing.com](mailto:Soizic@tppemarketing.com)  
Sólo por cartera o referencia a Soizic Freyschmidt Tel.: 2433-1131

# LINEAMIENTOS DE PROPUESTA FINAL

## CAPÍTULO 4

### 3. GuatemalaHosting

150 MB de espacio (almacenamiento).  
Sitio en recomendación no mayor a 1 MB para lectura rápida.  
1 Dominio (registro .com .net .org www.sunombre.com)  
Estudio de metatags (Palabras clave para agilizar búsqueda).  
3 Cuentas de Correo Propio.  
Actualizaciones por mes no mayor a 2000 MB

#### Precio

Q500 Anual \*sujeto a cambios cuando se considere necesario por proveedor.

Contacto: [www.GUATEMALAHOSTING.net](http://www.GUATEMALAHOSTING.net)  
[suporte@guatemalahosting.net](mailto:suporte@guatemalahosting.net)  
Tel.: 5152-8456

### E-marketing

#### BANNERS/FANPAGES

#### TPPEMARKETING/PPMOVIL

Animaciones de 15 segundos (3 repeticiones permitidos)  
Peso máximo 30-40-50-70 KB  
Formatos GIF, SWF y FLA  
Contienen instrucciones de redirección a su sitio.  
Tamaños: 160x600 / 480x60 / 110x80 / 350x200 pixeles.

#### Precios

\$4.50 Publicación en Facebook, Hotmail, Gmail , Twitter, Yahoo.

\$3.00 Publicación en [www.Deguate.com](http://www.Deguate.com)

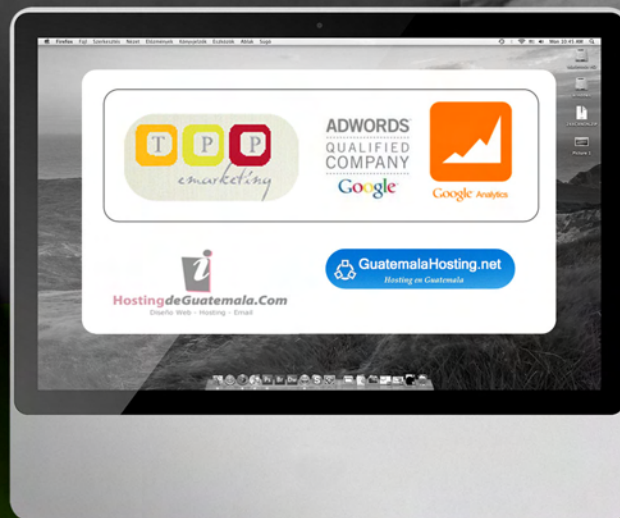
\$8.00 Publicación en Youtube

Compra por Clicks (\$0.25)

\*tiempo definido en contrato por clicks o duración en sitios publicados.

#### Contacto :

Soizic Freyshmidt  
[Soizic@tppemarketing.com](mailto:Soizic@tppemarketing.com)  
Tel.: 2433-1131



# CONCLUSIONES

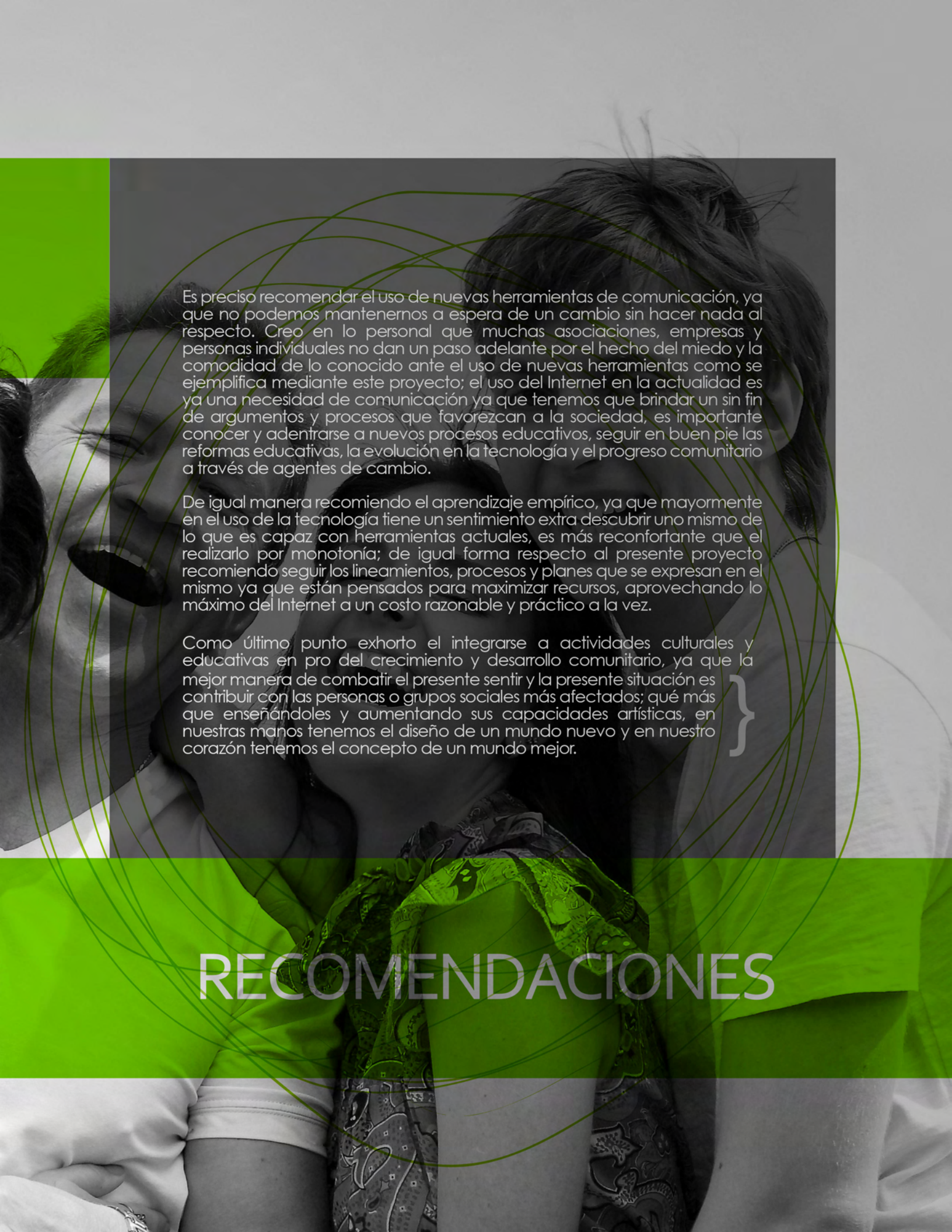
{ Con la creación, divulgación y utilización del material interactivo propuesto en este proyecto, se favorecerá en grande a la Asociación a conseguir un sin fin de beneficios, ya que ayudará a difundir y promocionar las diversas actividades que maneja Nueva Acrópolis en Antigua.

La creación del sitio web ha creado una nueva brecha en la tecnología para las asociaciones no lucrativas de este rubro cultural y educativo, ya que se ha creado con el fin de competitividad vanguardista para diferenciar a la sede con ello, abriendo nuevas formas de comunicación para estas entidades, para que así maximicen los recursos y obtengan un mayor beneficio en ambas partes, tanto la sociedad como la Asociación.

Por medio del material que se realizó se podrá mantener a la población informada de acuerdo a lo que ocurra en el contexto de Nueva Acrópolis facilitando la obtención de información "de última mano", así siempre manteniendo satisfechos a los integrantes de dicha institución.

En síntesis, se contribuyó a estructurar de una mejor manera la sede, a fortalecer visualmente y socialmente sus capacidades emprendedoras, ya que llegando de manera directa a su público meta aumenta socialmente la imagen de la Asociación, de igual manera se exorta para la participación continua de otras instituciones paralelas a Nueva Acrópolis a que den el paso adelante en la tecnología, ya que es una herramienta factible, de bajo costo y directa como ninguna otra.





Es preciso recomendar el uso de nuevas herramientas de comunicación, ya que no podemos mantenernos a espera de un cambio sin hacer nada al respecto. Creo en lo personal que muchas asociaciones, empresas y personas individuales no dan un paso adelante por el hecho del miedo y la comodidad de lo conocido ante el uso de nuevas herramientas como se ejemplifica mediante este proyecto; el uso del Internet en la actualidad es ya una necesidad de comunicación ya que tenemos que brindar un sin fin de argumentos y procesos que favorezcan a la sociedad, es importante conocer y adentrarse a nuevos procesos educativos, seguir en buen pie las reformas educativas, la evolución en la tecnología y el progreso comunitario a través de agentes de cambio.

De igual manera recomiendo el aprendizaje empírico, ya que mayormente en el uso de la tecnología tiene un sentimiento extra descubrir uno mismo de lo que es capaz con herramientas actuales, es más reconfortante que el realizarlo por monotonía; de igual forma respecto al presente proyecto recomiendo seguir los lineamientos, procesos y planes que se expresan en el mismo ya que están pensados para maximizar recursos, aprovechando lo máximo del Internet a un costo razonable y práctico a la vez.

Como último punto exhorto el integrarse a actividades culturales y educativas en pro del crecimiento y desarrollo comunitario, ya que la mejor manera de combatir el presente sentir y la presente situación es contribuir con las personas o grupos sociales más afectados; qué más que enseñándoles y aumentando sus capacidades artísticas, en nuestras manos tenemos el diseño de un mundo nuevo y en nuestro corazón tenemos el concepto de un mundo mejor.

## RECOMENDACIONES

# BIBLIOGRAFÍA

- Jakob Nielsen, "HOMEPAGE USABILITY", Ed. Prentice Hall 2005
- Beltrán Félix, Semiótica y Diseño, artículo publicado en la revista Al Diseño, No. 67
- Paul Fleming, "Hablemos de la Mercadotecnia Interactiva", 2002
- Censo XI de Población y VI de Habitación, INE, 2005
- Diccionario Geográfico de Guatemala
- Axel Barrios, "Portal Web y Campaña de divulgación del centro de aprendizaje de lenguas de la Universidad de San Carlos de Guatemala", 2006.
- Soizic Freschmydt, AmÁmerica Economía Intelligence IPSOS CIA World Factbook, 2009
  
- [www.segundonacimiento.wordpress.com](http://www.segundonacimiento.wordpress.com)
- [www.redcientifica.com](http://www.redcientifica.com)
- [www.tupaginaweb.com.mx](http://www.tupaginaweb.com.mx)
- [www.desarrolloweb.com/articulos/1426.php](http://www.desarrolloweb.com/articulos/1426.php)
- Luciano Moreno, [www.desarrolloweb.com/articulos/1278.php](http://www.desarrolloweb.com/articulos/1278.php)
- [es.wikipedia.org/wiki/marketing\\_viral.php](http://es.wikipedia.org/wiki/marketing_viral.php)
- Jacob Nielsen, [ww.chilepd.cl/content/view/502125/aspectos-basicos-de-un-sitio-web.html](http://ww.chilepd.cl/content/view/502125/aspectos-basicos-de-un-sitio-web.html)
- [www.argo.es](http://www.argo.es)
- [www.munideantigua.com](http://www.munideantigua.com)
- [www.wikipedia.com/percepcion](http://www.wikipedia.com/percepcion)
- [www.fotonostra.com](http://www.fotonostra.com)
- [www.cad.com.mx](http://www.cad.com.mx)
- [www.argo.es/medios/ponencia.html](http://www.argo.es/medios/ponencia.html)





# ANEXOS

## <i>Facebook</i> promueve publicidad de bajo costo

Desde \$1 las compañías pueden optar por colocar un anuncio en la red social, la que verán miles de personas en un día.

Noticia Fotos (1) Infografía (1)

A A



El *Facebook* se ha vuelto una herramienta empresarial con la cual las marcas logran posicionarse de forma rápida y a un bajo costo. Los anuncios tienen precios desde \$1 diario y uno de sus secretos es que la comunicación es en doble vía, explica el director de *FoxNetworks*, Roberto Vassaux.

El ejecutivo está al frente de la compañía que representa oficialmente a *Facebook* en Latinoamérica y la que controla la venta de publicidad en el país. Vassaux indica que las ventajas de utilizar una red social para publicitarse "es que las marcas se vuelven amigas del consumidor", y agrega: "Los demás sitios corporativos se manejan en una sola

portal, en la red social lo que se busca es atraer a más personas para que se hagan fans".

### El 50% regresa

De acuerdo con Vassaux, cerca de unos 730 mil guatemaltecos tienen una cuenta en *Facebook* y de ese número cerca del 50% regresa el día siguiente, lo que representa una oportunidad para las empresas de posicionar sus marcas. "La gente quiere estar enterada de todo lo que pasa en la mañana, al mediodía y en la noche", añadió.

Un ejemplo de la magnitud a la que llega la red social fue el *Mc Día Feliz*, que recibió una respuesta de 5 mil personas anunciando su compra de la hamburguesa, revela el directivo.

Estadísticas proporcionadas por *FoxNetworks* muestran que en promedio una persona pasa 7 horas del día en el *Facebook*, mientras que en *Google* son menos de 2 horas y en *Yahoo* menos de 3. Además, la lealtad del usuario es de un 46%, mientras que el buscador cuenta con menos del 40% y *Yahoo* con menor de 10% (lea: *Antes de crear la Fan Page*).

Según las estadísticas de la representante, en Guatemala los restaurantes son los que tienen más seguidores en sus *Fan Page*.

Hasta mayo, *Pizza Hut* tenía 62,141 usuarios; *McDonald's*, 52,993; *Skillet's*, 45,733; *Taco Bell*, 44,699 y *Nais*, 33,410.

El presidente de la gremial de restaurantes, Peter Meng, considera que las redes sociales son importantes para posicionar la marca y provocar tráfico. "Se crea una afinidad entre el usuario, que es el consumidor y el restaurante, el cual logra sobrepasar los alcances de la publicidad por otro medio", agregó.

Además, señaló que este medio es un poco más económico. "Lo importante es que se invierte en cada consumidor, puede hacerse un direccionamiento que haga que la comunicación sea enfocada, hay una interacción que si se maneja bien puede ser beneficiosa", añadió.

### Una ventaja

Una experiencia de posicionamiento la tuvo la Asociación Guatemalteca de Exportadores (*Agexport*). El gerente de comercialización y mercadeo de esa entidad, Estuardo Morales, comenta que hace cuatro meses empezaron con la red social de *Facebook* y durante ese período ya tiene 3 mil seguidores.

Agregó que cada día tienen cerca de 25 a 30 solicitudes. "Es una ventaja a través de la página central podemos administrar las mismas herramientas para las comisiones que forman parte de la institución y publicar las noticias de interés. El único gasto que hemos tenido es el pago de las personas que manejan la información digital agregó (lea: *No se detiene*).

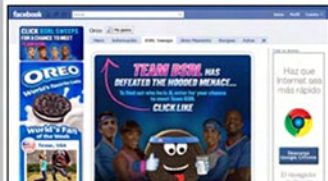
03 DE FEBRERO DE 2011

GLOBAL | PERMITE A LAS MARCAS UNA COMUNICACIÓN DIRECTA CON SUS CONSUMIDORES

**Cómo usar Facebook para explotar todo su potencial**

Me gusta 11

Tanto las grandes marcas como los pequeños anunciantes pueden hallar ventajas al crear una página en esta red social. Proveer contenidos y actividades, y crear formas de participación, algunas iniciativas para mantener activos a los seguidores.



Oreo lanzó un juego interactivo en su página de Facebook y consiguió siete millones de seguidores adicionales en tres meses.

Facebook ha logrado establecerse como la mayor red social, y las marcas no pierden la oportunidad de hacerse presentes en esa plataforma, en tanto que representa una posibilidad simple y directa de contactarse con sus consumidores. La ventaja que brinda Facebook es que no se presenta como una herramienta

exclusiva para grandes anunciantes, sino que incluso pequeñas marcas y emprendimientos pueden aprovechar sus posibilidades. Un relevamiento realizado por la firma Wedbush, publicado por eMarketer, indica que los pequeños anunciantes locales ocupan el primer lugar entre las páginas de Facebook, con un 17,6 por ciento del total, mientras que las grandes compañías alcanzan un 6,3 por ciento, y los productos representan un 3 por ciento.

Ahora bien, para poder sacar provecho de esta herramienta los anunciantes deben proponer actividades con asiduidad para mantener a sus seguidores activos, en tanto que nuevos contenidos y propuestas de participación disparan conversaciones en torno a las marcas anunciadas, llaman a los fans a regresar a estas páginas con mayor frecuencia y atraen nuevos seguidores. Así lo refleja el testimonio de Alexandra Wheeler, directora de estrategia digital de Starbucks, segunda marca más popular en Facebook con cerca de 19 millones de seguidores, reproducido por eMarketer: "Se trata de asegurarnos de que hacemos nuestro trabajo diariamente para darle a nuestros fans algo significativo. Tener diez millones de personas que nos siguen sería inútil si no hiciéramos nada con eso".

Tal es el caso, por ejemplo, de Oreo, la marca de galletitas que cuenta con más de 16 millones de fans, que en septiembre pasado lanzó un juego interactivo en su sitio y logró reunir más de siete millones de seguidores en tres meses.

**Más anunciantes, mayor facturación**

Muchos usuarios, elevados niveles de permanencia en el sitio y la posibilidad de realizar diferentes tareas en simultáneo hacen de las redes sociales una plataforma ventajosa para los anunciantes, y eso redundará en un mayor volumen de ingresos por publicidad. De hecho, las estadísticas indican que estos sitios, con Facebook a la cabeza, están incrementando año a año su participación en los presupuestos publicitarios. De acuerdo con eMarketer, se espera que en 2011 las redes sociales representen un 10,8 por ciento de toda la inversión en Estados Unidos, y que para 2012 lleguen al 12,1 por ciento, mientras que a nivel global se estima que de los 69.000 millones de dólares que se invertirán en las plataformas online este año, un 8,7 por ciento (alrededor de 5.970 millones) será destinado a medios sociales. Además, en tanto que sitios globales, la tendencia indica que crecerá la participación de anunciantes de países fuera de Estados Unidos como Rusia, Japón o China, donde sitios como Facebook aún están en etapas de crecimiento.

Url permanente:

[http://www.adlatina.com/notas/noticia.php?id\\_noticia=39814](http://www.adlatina.com/notas/noticia.php?id_noticia=39814)

## Guatemala en las Redes Sociales II

Es indiscutible que las redes sociales están volviéndose parte del día a día de la mayoría de personas.

Noticia | Comentarios

A+ A-

¿Qué comportamiento se tiene en las redes sociales? Analizaremos los resultados del estudio elaborado por UNIMER y publicado este año 2011 para el Departamento de Guatemala.

Casi uno de cada 4 adultos, residentes en GAM Guatemala, es miembro de una red social. La incidencia es más alta entre hombres, jóvenes de 18 a 24 años de nivel BC+ y C. Si habláramos de números para proyectar, aproximadamente 509 mil guatemaltecos, entre 18 y 64 años, del departamento de Guatemala han ingresado en alguna de estas durante los últimos 12 meses.

¿Cuáles son las redes sociales predilectas? De las que se pertenecen, *Facebook* ocupa el primer lugar con un 90%, *Hi5* con un 28%, *Twitter* con un 22%, *MySpace* con un 12% y *Tagged* con un 4%. En promedio se mencionaron 1.6 redes a las que pertenecen.

Sin embargo, en términos de uso más frecuente, vemos que los números de estos grupos en Internet alternativas a *Facebook* varían. La más frecuente continúa siendo *Facebook* con un 86%, *Hi5* con un 8%, *Twitter* con un 3% y *MySpace* con un 2%.

¿Quiénes son los usuarios de *Facebook*? Los usuarios frecuentes de este son en un 60% hombres y en un 40% mujeres. La mayor proporción de visitantes o miembros se encuentra en edades de 18 a 34 años, de nivel BC+ y C.

¿Cuántas veces ingresan diariamente a la red social predilecta? El 26% (aproximadamente 134 mil personas) ingresan varias veces al día. Un 17.6% (aproximadamente 91 mil personas) ingresan a su red una vez al día. El 45% de los usuarios de redes sociales ingresa por las noches.

¿Para qué se utiliza la red social? El 76% la utiliza para chatear con varios amigos a la vez. El 52% para subir o bajar fotos. El 47% para enviarse mensajes privados entre amigos. El 43% para buscar amigos y mantenerse en contacto. El 40% para comentar fotos. El 35% para mantenerse en contacto con colegas profesionales. El 30% para buscar artículos. El 27% para revisar actualizaciones o ver estados de los amigos. La minoría, un 3% afirma usarlo para vigilar a su pareja. Un 7% afirma que lo utiliza para hacer negocios. Podemos afirmar entonces que de los 509 mil usuarios actuales de redes sociales en el departamento de Guatemala, 367 mil chatean con personas afines.

¿Cuánto tiempo le dedica? En promedio, las redes sociales se usan 90 minutos al día.

¿Le hace click a la publicidad? Casi 234 mil personas (46%) han hecho click sobre alguna publicidad que aparece en su red social. Este porcentaje de buscadores de información es más alto entre mujeres, personas de 18 a 24 años y personas de nivel BC+ y C.

¿Qué beneficios o emociones le suscitan las redes sociales? Un 94% afirmó que les permite relacionarse con otras personas. Un 47% asegura que le permite estar al día de eventos recientes. Un 39% señala que le permite elegir amigos. Un 31% indica que le permite compartir intereses con otras personas.

¿Ingresan sus datos correctamente? 132 mil guatemaltecos entre 18 y 64 años, residentes del departamento de Guatemala ingresan su información personal de forma correcta y completa. El resto de los 509 mil beneficiarios no ingresa sus datos de manera completa o al menos algunos son incorrectos.

Es indiscutible que los grupos sociales en la red están volviéndose parte del día a día de la mayoría de personas. Acceso cada vez mayor a servicios de Internet en los móviles están cambiando cada vez más las conductas de socialización y de búsqueda de información. ¿Lo estamos usando correctamente? ¿Nos está permitiendo estrechar lazos, o más bien destruirlos? ¿Qué está haciendo hoy para alcanzar sus sueños?



**Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo**  
DECANO FACULTAD DE ARQUITECTURA

IMPRÍMASE



**Lic. Francisco Chang**  
ASESOR METODOLÓGICO



**David Guillermo Galdámez Monroy**  
SUSTENTANTE