

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

**SITIO WEB PARA LA ASOCIACIÓN
DE INVESTIGACIÓN Y FOMENTO DEL
DESARROLLO CABAÑAS (ASIVESCA)**

CARLOS GUILLERMO CANEL PÉREZ



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala



FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala



FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

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

**SITIO WEB PARA LA ASOCIACIÓN
DE INVESTIGACIÓN Y FOMENTO DEL
DESARROLLO CABAÑAS (ASIVESCA)**

Proyecto de Graduación presentado por
CARLOS GUILLERMO CANEL PÉREZ
para optar al título de Licenciado en Diseño Gráfico
Guatemala, septiembre de 2016.

El autor es responsable de las doctrinas sustentadas, originalidad
y contenido del Proyecto de Graduación, eximiendo de cualquier
responsabilidad a la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San
Carlos de Guatemala.



NÓMINA

NÓMINA DE AUTORIDADES

Msc. Byron Alfredo Rabé Rendón	Decano
Arq. Gloria Ruth Lara Cordón de Corea	Vocal I
Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini	Vocal II
Arq. Marco Vinicio Barrios Contreras	Vocal III
Br. Gladys Jeanharie Chacón Garcia	Vocal IV
Br. Carlos Rubén Subuyuj Gómez	Vocal V
Msc. Publio Rodriguez Lobos	Secretario

TRIBUNAL EXAMINADOR

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo
Lic. Axel Barrios
Lic. Fernando Fuentes
Lic. Juan Pablo Guzmán
Arq. Alejandro Muñoz Calderón

INDEX





Agradecimientos
Dedicatoria
Presentación

CAPÍTULO I

1.1	Antecedentes	15
1.2	Problema	17
1.3	Justificación	17
	1.3.1 Magnitud	17
	1.3.2 Trascendencia	18
	1.3.3 Vulnerabilidad	18
	1.3.4 Factibilidad	18
1.4	Objetivos	18
	1.4.1 Objetivo general	18
	1.4.2 Objetivos específicos	19

CAPÍTULO II

2.1	Perfil del Cliente	23
2.2	Grupo objetivo	25
	2.2.1 Perfil geográfico	26
	2.2.2 Perfil demográfico	26
	2.2.3 Perfil psicosográfico	26

CAPÍTULO III

3.1	Ensayo: Recorrido de diseño	29
-----	-----------------------------------	----

CAPÍTULO IV

4.1	Fundamentación	39
	4.1.1 Estrategia de comunicación	40
4.2	Concepto creativo	41
	4.2.1 Entrevista	41
	4.2.2 Encuesta	41
	4.2.3 Método de diseño	43
	4.2.4 Lluvia de ideas	43
	4.2.5 Análisis del concepto	44
4.3	Códigos de diseño	44
	4.3.1 Código cromático	44
	4.3.2 Código tipográfico	45
	4.3.3 Código icónico	46
4.5	Proceso de Bocetaje	46
4.6	Propuesta de diseño	48

CAPÍTULO IV

5.1	Comprobación de eficacia	52
	5.1.1 Fundamentación de la eficacia	52

	Presupuesto	57
	Conclusiones	58
	Recomendaciones	59
	Referencias	60

AGRADECIMIENTOS

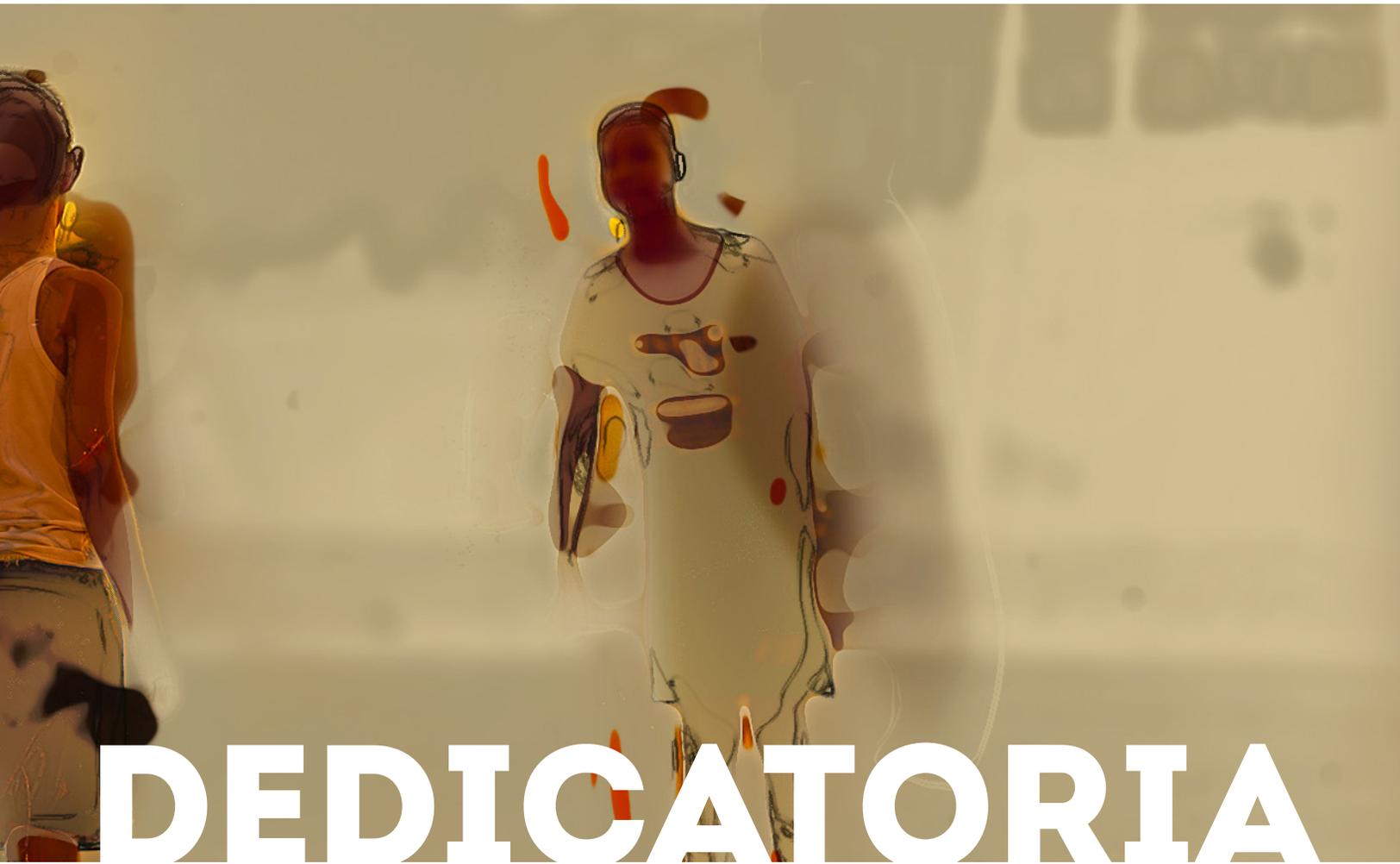


A Dios, por dejarme existir y darme tantas bendiciones en esta corta vida.

A mis padres, por ser la máquina que impulsa este motor interno con tanto amor.

A mi hermana y sobrinos, por ser esa inmensa alegría en mi corazón.

A mi novia, amigos y demás familia, que son fundamentales para seguir.



DEDICATORIA

Hace años escuché a alguien decir algo que les quiero compartir porque tengo ese mismo sentimiento: Hoy se gradúa mi mamá conmigo, este esfuerzo es sin ninguna duda de un equipo y ella está en él.

A todas las personas que me han acompañado en este camino, viviendo buenos y malos momentos juntos, compartiendo experiencias, conocimiento, sabiduría...



PRESENTACIÓN

La importancia del Internet en las comunicaciones ha llegado a ser parte fundamental en las organizaciones modernas de cualquier índole; el Internet vino a hacer más efectivo y rápido el flujo de las comunicaciones; por tanto, una organización moderna, por más alejada de la metrópoli que se encuentre funcionando, no puede prescindir de este medio de comunicación que, en la actualidad, adquirió ventajas sobre otros medios más lentos y costosos que hacen que su uso se minimice y los convierta, prácticamente, en caducos. En resumen, el Internet dotó de nuevas posibilidades y características a la comunicación.

Por las razones anteriores y para agilizar sus funciones y hacer más efectivos sus servicios, la Asociación de Investigación y Fomento del Desarrollo Cabañas (ASIVESCA) abrió las puertas de un sitio web.

Los objetivos generales a los que apunta ASIVESCA con la apertura de este portal son: que la Asociación pueda servir de mejor manera a la población; además, que establezca contactos que sirvan de apoyo para cumplir, de mejor manera, con sus funciones dentro y fuera del municipio;

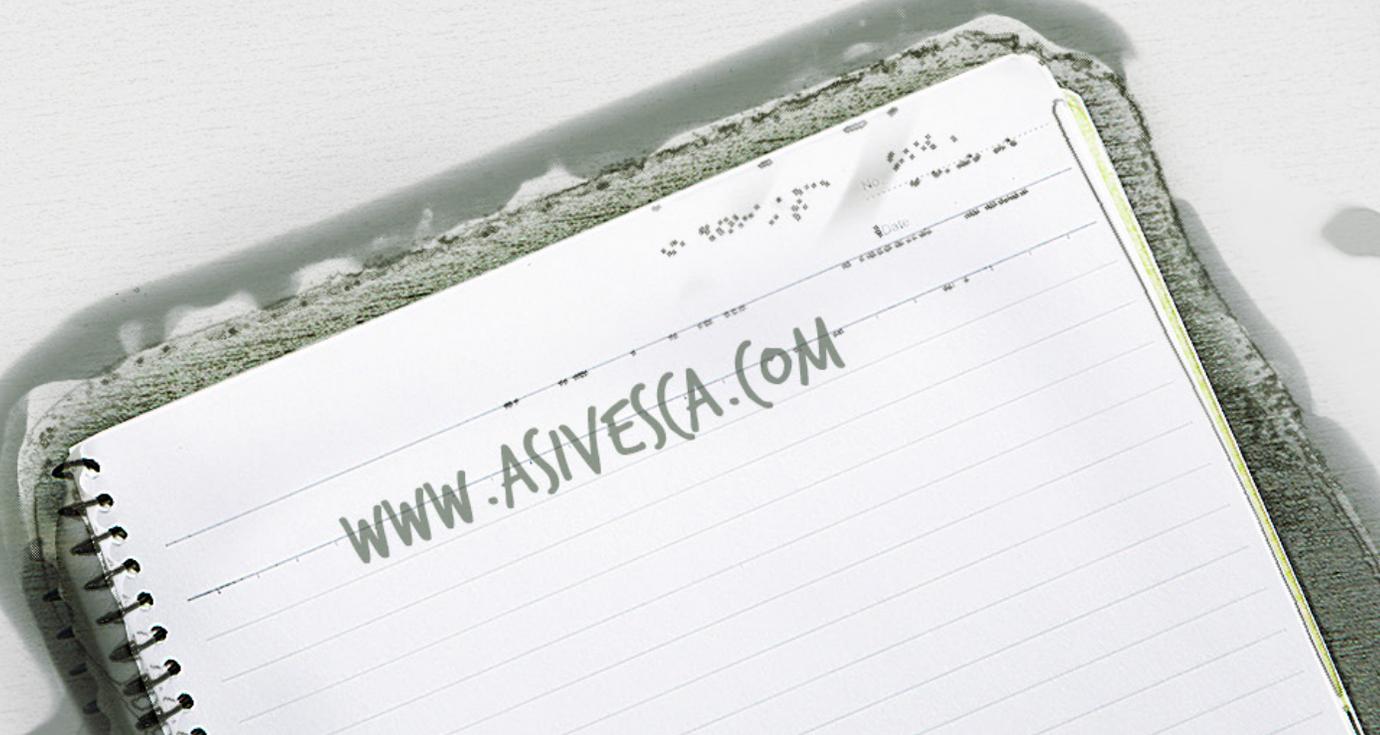
también, dejar una ventana abierta para el mundo cibernético.

El proyecto del sitio web de ASIVESCA fue concebido, entonces, para establecer nexos y obtener apoyo de la población que se encuentra fuera del municipio; además, para dar a conocer las diferentes actividades que realiza la organización. Es sabido que muchas personas que han emigrado a otros lugares mantienen latente el deseo de ayudar a su comunidad; desafortunadamente, se les dificulta hacerlo porque no encuentran el vínculo adecuado para canalizar su colaboración.



A small, round, green cactus with many thin, light-colored spines is planted in a dark, cylindrical pot. The pot is placed on a white desk surface. In the background, a white computer keyboard is partially visible on the left, and a white computer mouse is on the right. The scene is lit from the top, creating soft shadows.

ASIVESCA estará disponible las 24 horas del día para quienes tengan la facilidad de Internet y deseen saber acerca de esta asociación. Como dato importante, solo «en América 431,939 personas tienen acceso a Internet. Ellos representan el 46.6% de la población. Otro dato interesante es el crecimiento de usuarios de Internet. Por ejemplo, del año 2000 al 2009, el número de usuarios de Internet en Suramérica ha crecido en un 852.7%. Haciendo una relación con su mercado local, imagínese qué porcentaje de estos usuarios de América estarían interesados en sus productos y servicios.»

A spiral-bound notebook with a dark cover is open on a white desk. The notebook has lined pages. On the top page, the website address 'WWW.ASIVESCA.COM' is written in a large, bold, black, sans-serif font. Above the text, there are some faint, illegible markings and a small graphic of a globe. The notebook is positioned in the bottom right corner of the frame.

WWW.ASIVESCA.COM





CA PÍTU LO I

Homepage

LOGO

IMAGE BANNER

NAVIGATION

CONTENT

NEWS



FOOTER



1.1 Antecedentes

ASIVESCA es una organización que se dedica a la promoción de actividades de desarrollo humano para estimular el progreso de la población de Cabañas. Está constituida, según se norma en la escritura de constitución, por una Junta Directiva integrada por los siguientes miembros:

- a) Presidente,
- b) Vicepresidente,
- c) Secretario,
- d) Tesorero,
- e) Vocal Primero,
- f) Vocal segundo y Vocal Tercero.

Para su mejor funcionamiento está organizada en las siguientes comisiones que son coordinadas por la Junta Directiva:

- **Comisión del Medio Ambiente**
Esta Comisión es la encargada de trabajar por el medio ambiente. A partir de la capacitación recibida por la Fundación Defensores de la Naturaleza, trabaja en Cabañas y en sus aldeas, promoviendo y



enseñando el adecuado manejo de los recursos naturales. Los visitantes realizan ecoturismo guiados por miembros de ASIVESCA, sobre todo en las áreas de bosque seco que posee el municipio de Cabañas, A los extranjeros se les brinda el servicio de traducción (inglés-español). Además de promover la enseñanza en el cuidado del medio ambiente, ASIVESCA también trabaja en la protección de las especies animales y vegetales.

- **Centro de acopio de reciclados**

Esta comisión procura que los materiales de desecho sean manejados de la manera más adecuada; trabaja la creación de un centro de acopio de reciclados para que tales desechos puedan ser reutilizados y los pobladores tengan plena conciencia de la necesidad sanitaria de ser higiénicos y ordenados en el tratamiento de esos materiales.

- **Comisión de Educación**

Para los efectos de las operaciones de la Asociación, por educación se entiende «el proceso de socialización de los individuos. Al educarse, una persona asimila y aprende conocimientos. La educación también implica una concienciación cultural y conductual, donde las nuevas generaciones adquieren los modos de ser de generaciones anteriores. »El proceso educativo se materializa en una serie de habilidades y valores, que producen cambios intelectuales,

emocionales y sociales en el individuo.»¹

Esta comisión ha gestionado becas para estudiantes que han aprovechado el apoyo integrándose, de una mejor manera, a actividades de la comunidad. Uno de los servicios más importantes de esta comisión es el de Biblioteca. Los niños y jóvenes estudiantes encuentran en este lugar bibliografía básica para el mejor cumplimiento de sus tareas escolares. Además, se atiende servicio de consultas específicas a través de la gestión informática en Internet. Otro apoyo importante es el aporte de voluntarios que, continuamente, donan su tiempo sirviendo conferencias, cursos, capacitaciones en artesanías, etc.

En la comisión de Educación también se engloba lo relacionado con la cultura, al valorar la conservación y difusión del legado de los ancestros respecto a tradiciones, costumbres, arte, etc. Por eso hace especial énfasis en el fomento de la lectura y en la promoción de charlas, conferencias, talleres, etc. que contribuyan a la valoración de esos saberes que fortalecen de manera decisiva el sentido de pertenencia al municipio y la disposición a luchar por su desarrollo integral.

Por otra parte, ASIVESCA forma parte de la Alianza para el Desarrollo Sostenible del Valle del Motagua. Desde el mes de mayo de 2009

1 <http://definicion.de/educacion/>

ASIVESCA ha asistido a reuniones para la conformación legal de esta alianza. De esta manera procura defender la conservación y desarrollo del Monte Seco y Bosque Espinoso de Guatemala.

El equipo de trabajo de ASIVESCA inició labores en el año 2008. Su ubicación geográfica es el municipio de Cabañas, del departamento de Zacapa. Se organizó ante la necesidad de fomentar el desarrollo del municipio mediante actividades de participación social activa.

Al tener el primer acercamiento con los miembros de ASIVESCA, manifestaron desconocer que era necesario contar con una identidad corporativa que identificara a la Asociación; entonces, se les planteó las ventajas y la importancia de contar con ella, ya que solo tenían contempladas, para la divulgación de sus actividades, la realización de: mantas, papelería, trifoliales y otros materiales físicos para la divulgación.

1.2 Problema

ASIVESCA carece de un medio de comunicación visual para divulgar sus actividades de desarrollo humano e involucrar a la población de Cabañas, a que participe en ellas, ya que es una organización no gubernamental y no cuenta con fondos propios; es por ello que necesita el apoyo de otras organizaciones y sobre todo de la participación de la población para poder desarrollarse.

Para solventar la carencia de comunicación visual entre la población de Cabañas, beneficiarios, voluntarios, donantes y la Asociación se plantea la realización del proyecto titulado: **Sitio Web para la Asociación de Investigación y fomento del Desarrollo Cabañas (ASIVESCA)**, como una oportunidad para fortalecer la vía de comunicación de la Asociación que se encuentra ubicada en el municipio de Cabañas, departamento de Zacapa. Proyecto a realizarse en la ciudad de Guatemala, en el período de febrero a noviembre del año 2012.

1.3 Justificación

Una organización de servicio para el desarrollo, en la actualidad, poco puede hacer para cumplir con sus funciones si no cuenta con un sitio web; por eso, la creación de ese espacio cibernético se justifica plenamente porque ASIVESCA pretende ser una organización moderna cuyos servicios aspiran a ser eficientes en el contexto de la modernidad. No tenerlo hace más lenta la gestión para el desarrollo y progreso, además de limitar su alcance e implicar más esfuerzo y costos.

1.3.1 Magnitud

Según el INE (Instituto Nacional de Estadística-2012), Guatemala cuenta con una población de 14,713,763 habitantes, distribuidos en 22



departamentos, entre los cuales se encuentra el departamento de Zacapa que cuenta con 221,646 habitantes y está distribuido en 10 municipios. La Asociación de Investigación y Fomento del Desarrollo Cabañas está ubicada en Cabañas, como su nombre lo indica, que es el municipio número 7 del departamento de Zacapa. El municipio de Cabañas cuenta con una población de 11,898 habitantes en total. Específicamente, el área urbana Cabañas cuenta con 4,709 habitantes que es para quienes se desarrollará el proyecto de la página Web. Se estima que el proyecto beneficiará a toda la población urbana de Cabañas y también a un buen porcentaje de beneficiarios, voluntarios y donantes que asisten y apoyan a la Asociación. Se proyecta que la difusión del sitio Web para ASIVESCA alcanzará al 2.12 % de la población de Zacapa y más adelante se espera que este porcentaje aumente su difusión en áreas urbanas de otros departamentos, preferentemente en la Ciudad Guatemala.

1.3.2 Trascendencia

La falta de un medio de comunicación hace que la población desconozca la institución y por ende sus actividades de desarrollo humano y voluntariados. También dificulta a ASIVESCA la promoción de sus actividades y extender sus servicios a más personas.

1.3.3 Vulnerabilidad

A partir de un sitio Web, el usuario podrá conocer e informarse sobre las actividades de desarrollo humano de la organización; además, consultar el catálogo de libros con que cuenta la biblioteca. También podrá saber sobre las actividades de las demás comisiones.

1.3.4 Factibilidad

Actualmente, ASIVESCA cuenta con el apoyo de varias personas y organizaciones, las cuales permiten contratar el alojamiento y nombre del dominio para llevar a cabo dicho proyecto. Esta posibilidad es el resultado del interés de las personas y organizaciones que han visto en las tareas desempeñadas por ASIVESCA una posibilidad real de desarrollo. Si bien es cierto que su alcance aún es limitado, las expectativas de crecimiento son alentadoras. Tal optimismo deviene, en buena medida, de los resultados obtenidos a partir de su fundación.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General

Desarrollar un sitio Web para la Asociación de Investigación y Fomento del Desarrollo Cabañas (ASIVESCA) para dar a conocer todas las actividades de desarrollo humano de la asociación por medio el Internet a la población de Cabañas, Zacapa.

1.4.2 Objetivos específicos

Recopilar toda la información requerida de la Asociación para incluir lo más relevante en el sitio Web.

Crear una estrategia creativa que se utilizará en el desarrollo del sitio Web para que este sea agradable y de manejo amigable para que, constantemente, pueda nutrirse de nuevos aportes y renovación constante de sus contenidos.

Definir contenido, elementos gráficos, elementos multimedia, vínculos y estructura del sitio web.





C A PÍT U L O II





2,1 Perfil del Cliente

Nombre

Asociación de Investigación y Fomento del Desarrollo Cabaña (ASIVESCA)

Dirección

Cabañas, Zacapa

Teléfonos

79419020, 55659961

Correo Electrónico

anadelrosario.archila@gmail.com

Junta Directiva

Presidenta: Ana del Rosario Ruiz

Vicepresidente: Héctor Paz

Tesorero: Alexar Mayorga

Secretario: Estuardo Catalán

Vocal 1: Alex Guillermo Archila

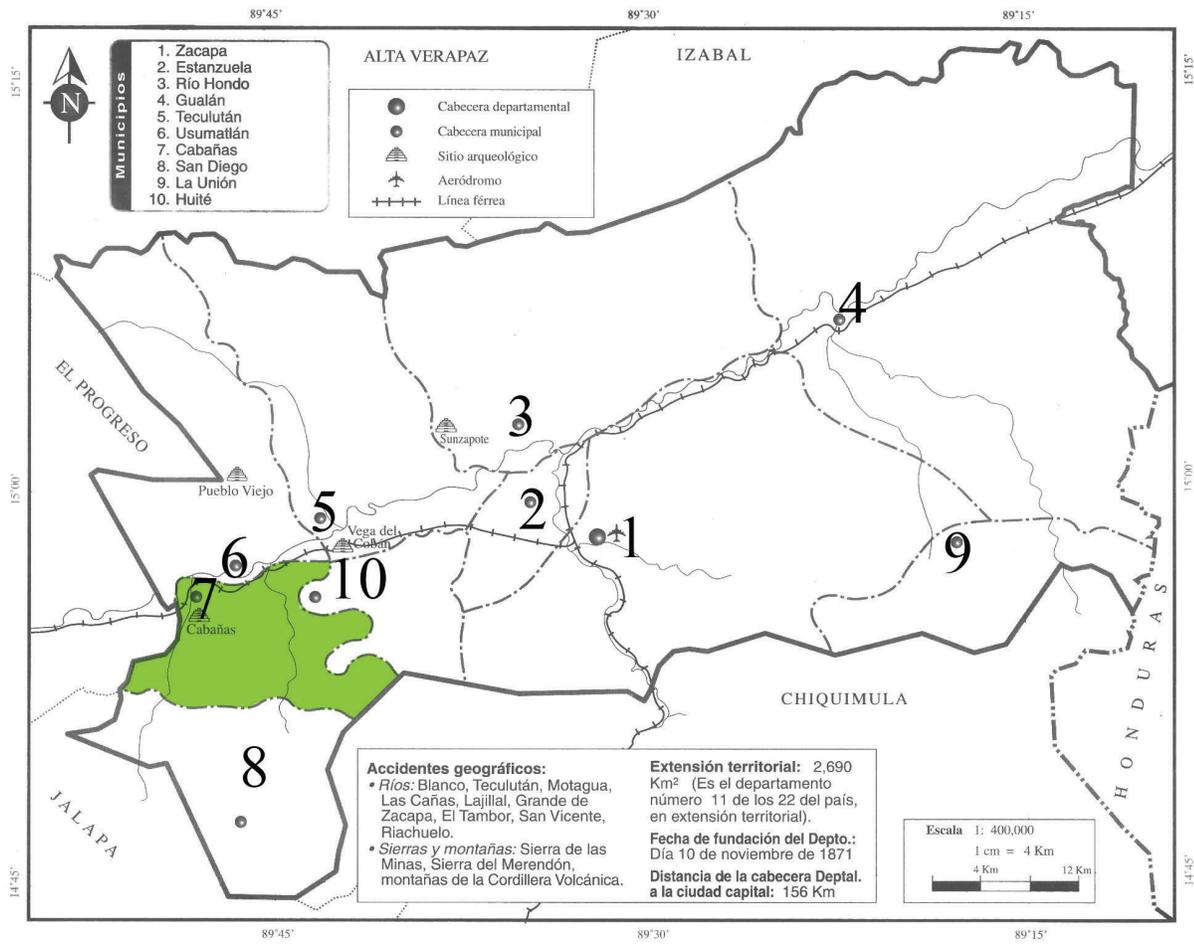
Vocal 2: Sergio Quinteros

Vocal 3: Marvin Vargas

Ubicación

La Asociación de Investigación y Fomento del Desarrollo Cabañas (ASIVESCA) atiende a la población de municipio de Cabañas, departamento de Zacapa.





Visión

Contribuir al desarrollo humano, fomentando en las personas la participación activa, en una cultura de paz, para un mejor futuro. La ONG investiga las necesidades urgentes de la población para diseñar propuestas de trabajo que guíen a las personas a ser mejores guatemaltecos y a fomentar la participación ciudadana. Este esfuerzo aspira a que los pobladores de Cabañas estén conscientes de sus rezagos y se esfuercen personal y comunitariamente por superarlos y, de esa manera, gozar de los beneficios de la modernidad.

Misión

Trabajar proyectos y otros eventos con enfoque de desarrollo social incluyente; promoviendo la concienciación, en la población de Cabañas, de luchar por un bienestar largoplacista. Provocar entusiasmo en los pobladores para aportar su colaboración y, a la vez, servirse de los beneficios que emanen del esfuerzo conjunto.

Objetivos de la organización

- Fomentar el desarrollo del municipio por medio del diseño y ejecución de proyectos y otros eventos.
- Promover el crecimiento integral de la población del municipio de Cabañas.
- Contribuir a concientizar a los habitantes de Cabañas en la participación ciudadana activa con valores éticos.
- Investigar y gestionar medidas de apoyo sirviendo como enlace o coordinadores de proyectos entre instituciones / empresas que pueden ayudar a la población cabañeca.
- Contribuir al cuidado de los recursos naturales.
- Contribuir al mejoramiento educativo de los pobladores de Cabañas.
- Contribuir al fortalecimiento, cuidado, conservación, difusión de los valores culturales de los pobladores de Cabañas.
- Elaborar un diagnóstico, a partir de la experiencia de los miembros, como de los usuarios y de todos quienes se involucren en las tareas de ASIVESCA, de las necesidades y problemática de los cabañecos como base para diseñar un plan integral de largo plazo para el desarrollo y que, de acuerdo a la prospección pertinente, sea sostenible.
- A partir de poseer un sitio web, desarrollar un plan que posibilite la creación de una comunidad virtual que permita

el autodesarrollo y el trabajo en equipo; que los familiarice con el aprendizaje virtual. Es una idea para realizarla a largo plazo, ya que implica acopiarse de recursos económicos y técnicos para hacerlo realidad; hay que tener en cuenta que el rezago tecnológico en Cabañas es evidente y, por tanto requerirá de mucho tesón y habilidad para agenciarse de los recursos que lo posibiliten.

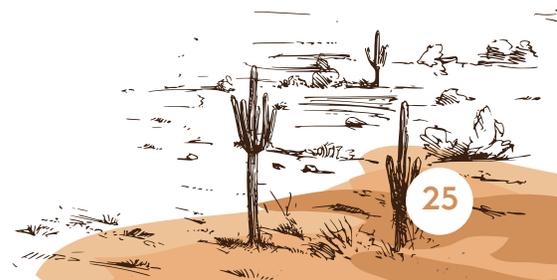
- Fomentar la alegría entre los pobladores de ser gestores de un nuevo Cabañas que aspire a vivir en paz y con solidaridad humana.

Propósitos de la organización

Investigar y fomentar el desarrollo con toda la población del municipio de Cabañas, por medio del diseños de proyectos y actividades de participación social, con la colaboración de voluntarios e instituciones que brinden su apoyo.

2.2 Grupo objetivo

Para este proyecto se elige al grupo objetivo en el Municipio de Cabañas, departamento de Zacapa, específicamente en el área urbana. Esta es la población que cuenta con acceso a internet y la cual desea informarse y participar en las actividades que promuevan el desarrollo del municipio en todos los aspectos sociales y culturales.



2.2.1 Perfil geográfico

Guatemala cuenta con una población de 14,713,763 habitantes distribuidos en 22 departamentos; el Departamento de Zacapa cuenta con una población aproximada de 221,646 habitantes según la estimación de la población total y por departamento. Período 2003-2012 por el INE (Instituto Nacional de Estadística 2012). Zacapa está situado en la región Nor-Oriente de Guatemala. Limita al Norte con los departamentos de Alta Verapaz e Izabal; al sur con los departamentos de Chiquimula y Jalapa; al este con el departamento de Izabal y la República de Honduras; y al Oeste con el departamento de El Progreso. Está localizado en la latitud 14° 56' 01" y en la longitud 89° 47' 46" El municipio de Cabañas tiene una población total de 11,898 habitantes; en el área urbana con 4,709 personas. Cuenta con 19 aldeas:

- Aldea La Puente
- Aldea La Laguna
- Aldea Aguas Calientes
- Aldea San Luis
- Aldea El Rosario
- El Guayabo
- Aldea Piedras Blancas

- Aldea Agua Zarca
- Aldea Quebrada Honda
- Aldea San Vicente
- Aldea El Arenal
- Aldea Los Encuentros
- Aldea Sunzapote
- Aldea Los Achiotes
- Aldea Plan de La Cruz
- Aldea Loma de San Juan
- Aldea El Solís
- Aldea Plan de Los Pinos
- Aldea Santo Tomás

2.2.2 Perfil demográfico

Edad: De 13 a 60 años.

Género: Masculino y femenino.

Estudios: Nivel básico o diversificado, con conocimientos básicos de computación.

Residencia: Municipio de Cabañas, departamento de Zacapa y Ciudad de Guatemala.

Nacionalidad: Indiferente.

2.2.3 Perfil Psicográfico

Nivel Socioeconómico

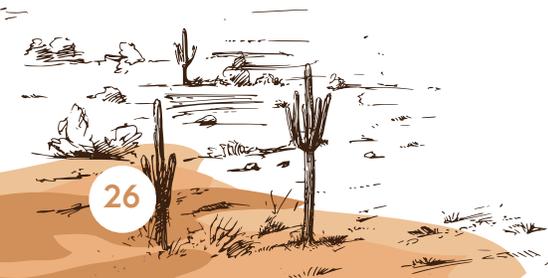
Alto, medio y medio bajo (Programa Nacional de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), 2005-2006)

Estilo de vida

Sobresalientes

Personalidad

Emprendedores, proactivos.





**CA
PÍTU
LO
III**



**EN
SA
YO**



Ensayo: Recorrido del Diseño

Están las condiciones tecnológicas, hay suficientes insumos teóricos para la creación de un sitio web, una creatividad febril entre los diseñadores que permite ver nuevas formas estéticas y parece como que todo estuviera dado para que, con solo desearlo, el genio surja y nos provea de manera instantánea de todo lo necesario para consolidar el proyecto. Así parece. No obstante, esas facilidades con las que hoy contamos para diseñar una página web han supuesto un enorme camino; un andar de muchos siglos. No sucedió de la noche a la mañana. Entonces, surge la pregunta: «¿cómo fue?» Para responderla, haré un rápido viaje a través de la historia para mostrar las distintas etapas que el ser humano tuvo que recorrer para llegar al concepto más general de diseño que hoy tenemos. No obstante, antes definiré lo que, para efectos de esta tesis, entiendo por diseño.

La palabra y el concepto diseño es utilizado habitualmente en el contexto de las artes,



ingeniería, arquitectura y otras manifestaciones creativas; diseño se define como el proceso previo de configuración mental, «prefiguración», en la búsqueda de una solución en cualquier campo.

Etimológicamente deriva del término italiano «disegno» dibujo, designio, signare, signado «lo por venir», el porvenir, visión representada gráficamente del futuro. Lo hecho es la obra, lo por hacer es el proyecto. El acto de diseñar como prefiguración es el proceso previo en la búsqueda de una solución o conjunto de las mismas. Plasmar el pensamiento de la solución mediante esbozos, dibujos, bocetos o esquemas trazados en cualquiera de los soportes, durante o posteriores a un proceso de observación de alternativas o investigación. Diseñar es representar.

Ahora acompañenme en ese viaje, por la ruta recorrida por nuestros antepasados para proveernos de las herramientas adecuadas para, hoy, poder realizar el diseño de una página web.

El ser humano primitivo tuvo la imperiosa necesidad de la representación por cuestiones

de su misma sobrevivencia. Hay testimonios dejados desde el paleolítico inferior y, sobre todo, en el paleolítico superior, en los que el ser humano dejó la impronta de su capacidad de representar. En esos tiempos los primitivos vivían en cuevas y allí se resguardaban de las inclemencias del tiempo. Allí, después de regresar de cacería con la carne y los víveres, sintieron la necesidad de representar a los animales con los que se enfrentaron; de representar el miedo que tuvieron y de magnificar las heridas y el dolor por quienes murieron en la cacería. Y lo hicieron con mímicas y sonidos, pero también en las cuevas representaron a los animales y bestias para que los demás los vieran y conocieran su apariencia. Pinturas rupestres en Francia, España y otros lugares de Europa Occidental dan testimonio de esas representaciones.

Pero no todo quedó allí.

El ser humano, como lo atestiguan esas pinturas antiguas, no solo hizo gala de su capacidad de representar sino que, a la vez, fue adquiriendo habilidades para hacerlo de mejor manera; es decir, para que los espectadores no solo vieran lo representado sino que se



conmovieran con lo que observaban. Esa búsqueda lo demuestran los trazos sueltos y seguros; los colores con los cuales dotaron a sus figuras. El movimiento lo representaron superponiendo figuras en el mismo plano. Es decir, desde el principio, los humanos sintieron esa necesidad de representar de la mejor manera no solo la realidad sino, también, los sentimientos y emociones de la cacería. Ese, podríamos decir, fue el primer paso que los humanos dieron en esa búsqueda de prefigurar las cosas, en esa senda de representarlas y no solo describirlas. Eso ya implicó, además, una manifestación estética. Una primitiva manifestación de la poesía gráfica, por así decirlo; del diseño gráfico no solo como técnica sino, sobre todo, como arte; como manifestación espiritual. Otro paso importante en la búsqueda por representar las cosas fue la llegada de la palabra. En el principio no necesitaron representarla porque todos los sonidos que emitían eran onomatopéyicos; es decir, imitación de los sonidos que emitían los animales, los elementos de la naturaleza y los del mismo ser humano. Por ejemplo, para decir vaca, podemos suponer que decían sencillamente muúuu. Para decir

que el oso atacaba, hacían mímicas y decían aaarrg, etc. Para expresar que recibieron un golpe decían plas, plas.

Luego, ese ejercicio onomatopéyico comenzó a tener derivaciones y a fijar sonidos hasta que descubrieron la palabra; es decir, vocalizaciones capaces de representar ideas; comenzaron a contar y a formular conceptos. Así pasaron siglos, sin tener otra manera de comunicarse más que la palabra hablada y los gestos. Luego llegó a la escritura jeroglífica y pictográfica, pero aún no era capaz de representar la palabra. Esos recursos eran, como la onomatopeya en lo oral, unas maneras de imitar gráficamente los objetos con volumen; algo así como retratos estilizados de las cosas que se combinaban para dar ideas sobre los sucesos importantes. Hasta que los sumerios y, según los testimonios más antiguos encontrados en tablillas de arcilla, inventaron la escritura cuneiforme. Allí cambió el mundo.

La invención de la escritura cuneiforme fue una gran revolución cultural. A través de ese descubrimiento comenzó a ser posible la representación de los sonidos y las palabras. No



obstante, como en esos tiempos el conocimiento era considerado como símbolo del poder, la escritura fue un recurso utilizado solo por las élites. Y así pasaron muchos siglos. Ya en tiempos de la Grecia clásica, cuando existía la escritura, el alfabeto y el idioma se había inventado, Sócrates, el gran filósofo griego, era totalmente analfabeto.

Pero sigamos.

Con las herramientas culturales que los griegos habían adquirido, sobre todo las traídas de Mesopotamia y Egipto, estos le dieron otro viraje enorme al sentir estético del ser humano.

Definieron conceptualmente el arte y meditaron a profundidad sobre esa manifestación estética de los humanos; sobre todo, Aristóteles, cuyo saber abarcó casi todo el conocimiento que se tenía en ese entonces. Habían llegado a concebir el círculo como la forma perfecta; por eso, erróneamente, eran geocéntricos; es decir creían que el universo giraba alrededor de la tierra y lo hacían en círculos.

Después de los griegos, llegamos a la Edad Media que se nutrió, especialmente, de las ideas helenas para oficializar una nueva manera

de representar las cosas. Siguiendo a los griegos también imaginaron que el universo era geocéntrico, solo que se apoyaban en el pasaje bíblico que dice que Josué le ordenó al sol que se detuviera sobre Gabaón, para darle tiempo a vencer a sus enemigos. Pero como todavía prevalecía la idea de que el conocimiento es poder, ese saber siguió concentrado en la élite; solo que esta vez ese poder lo tenía la Iglesia Católica. Incluso la Biblia solo podía ser leída por los curas y muy pocos laicos a quienes la Iglesia autorizaba. Y la interpretación de la Biblia sólo podía hacerla la autoridad de la Iglesia. Nadie más.

En la Edad Media, sin embargo, aconteció algo realmente importante para el diseño. Como la imprenta aún no existía, sólo hasta 1440 apareció, los libros se hacían a mano. En conventos, los monjes reproducían los textos necesarios que debían conservarse para la práctica de los rituales y la doctrina. Además para satisfacer la demanda de reyes y nobles. Ese oficio llevó a la especialización y, también, a la sofisticación. Por ende, a encontrar fórmulas para hacer atractivos esos libros; para que quienes los leyeran no se durmieran ante temas difíciles, hondos o áridos. De esa actividad



surgió, por ejemplo, el miniator; es decir el que dibujaba y pintaba las miniaturas que ornamentaban la páginas; el rubricator, que diseñaba los capitulares; los antiquarii que eran los calígrafos que escribían con preciosidad los textos.

(Introducción a la Historia del Libro y de las Bibliotecas, 1971). Cuando terminaba todo el proceso de hacer un libro, lo que se le presentaba al lector era, verdaderamente, una obra de arte. Y de eso derivaba más; de las miniaturas dibujadas los escultores tomaban los modelos para las imágenes sagradas. Esta etapa fue muy importante para el diseño gráfico porque configuró el ordenamiento del espacio para que los elementos presentados fuesen atractivos para quien los viera. A partir de entonces, me parece, quienes hacían uso de espacios de representación gráfica, comenzaron a tener plena conciencia de que, a mejor distribuidos los elementos, más atractivo el producto final.

No obstante el recorrido que hasta la Edad Media tuvo que realizar el ser humano para encontrar nuevas formas de representación gráfica, el momento crucial para comenzar el camino hacia el diseño moderno fue la imprenta. La movilidad de los tipos para imprimir le dio versatilidad a

la distribución de los espacios y a hacer más atractiva la lectura. Todo auguraba que el avance en el diseño de libros y materiales gráficos, gracias a la imprenta, iba a ser vertiginoso; sin embargo, un obstáculo hizo que, 50 años después de inventada la imprenta, tuviera un retroceso: la censura de todo material impreso. Pero la creatividad humana encontró caminos alternativos para obviar ese obstáculo. Con los conceptos y prácticas que la imprenta había proveído, el diseño salió fortalecido. De pronto emergieron los grandes calígrafos franceses y españoles que, para burlar las prohibiciones editoriales que el Estado y la Iglesia imponían, se dieron a la tarea de editar libros, otra vez, a mano. ¿Cuál fue el resultado de eso? Que la imprenta, después, pudo enriquecerse imitando en tipos fijos, los tipos de letras que los calígrafos crearon.

Luego vino la incorporación del grabado en las planchas para impresión. Entonces sí, las posibilidades del diseño se multiplicaron de manera, prácticamente, infinita. A eso se sumó la influencia que la arquitectura tuvo en todas las formas del diseño; sobre todo en



la distribución del espacio y en determinar que no todo sirve para todo; es decir, cada espacio tiene sus exigencias, de acuerdo a la utilidad que va a tener. Eso permitió el aprovechamiento de los estilos artísticos que habían surgido a partir del Renacimiento. El diseño ya no fue saturación sino consistió en administrar los espacios de manera que produjera una sensación estética atractiva.

Después vinieron la Ilustración, la independencia de Estados Unidos, la Revolución Francesa, el Liberalismo Inglés y la Revolución Industrial que utilizaron, para difusión de las nuevas ideas y sacarle más provecho a las nuevas formas de producción, todos los elementos del diseño que habían servido, básicamente, para que una élite se instruyera. Pero lo hicieron para expandir esos recursos a todos los estratos sociales. O sea, democratizaron el diseño. ¿Por qué sucedió eso? Porque el latifundio le daba paso a nuevas formas de producción que necesitaban, también, nuevas maneras de distribuir y ofertar los productos y servicios que la nueva sociedad producía. Se necesitaba comercializar a grandes escalas y a los más diversos segmentos de la población. Esto planteaba un

nuevo reto: ¿Cómo persuadir a los consumidores? En ese momento se adquiere la conciencia de la necesidad de promocionar las nuevas ofertas; de crear un mercado dinámico y efectivo para un público que ya sabe leer y tiene conceptos estéticos. Nada más propicio que la publicidad.

Esas nuevas formas de la producción demandaban etiquetas para los productos, diseños para la presentación de los envases y empaques; novedosas maneras de persuasión. Como efecto colateral, esas necesidades que inicialmente fueron de diseño comercial, también llevaron a la indagación del ser humano. La razón que Descartes planteó en 1634, en su Discurso del Método, de índole matemática y exacta para la indagación, le dio paso al estudio de la psicología, con aportes importantísimos de Sigmund Freud, y a la intuición humana con los estudios de Henry Bergson, como nuevas formas de conocimiento humano y, por ende, de maneras diferentes y más creativas de diseño para inducirlo al consumo. Esto planteaba dos rutas que convergían; por un lado la del productor y, por otro la del consumidor. Es decir, lo convertía en un asunto de comunicación; de

lograr comunicar de mejor manera los beneficios de un producto o servicio. ¿Cuáles fueron los canales más adecuados para llevar el mensaje? El diseño gráfico y la publicidad. En ese momento, la imagen y el texto formaron la pareja perfecta.

El diario impreso, que había surgido a principios del siglo XVIII, se tornó más versátil y su distribución se masificó; eso abrió la puerta ancha para que el diseño gráfico y la publicidad jugaran en mejor cancha. En este siglo hace su aparición la caricatura, que dotó al diseño de un nuevo atractivo.

El siglo XIX vio aparecer la mecanización de la imprenta; también fue posible imprimir en formatos más grandes. Además, la práctica de la política impulsó decididamente el uso del diseño gráfico para la propaganda. «La publicidad directa empieza a perfilarse como estrategia e instrumento propagador y embellecedor, así surge otro elemento innovador: el uso de la figura femenina como elemento simbólico de atracción.»

En esta rápida visión del diseño gráfico a través de la historia, llegamos al siglo XX. Con los

sistemas de impresión totalmente automatizados y con el uso de grandes formatos creció la demanda no solo de los diarios sino de todo tipo de material impreso. También se dio un auge en el estudio y reflexión sobre el diseño. Toda la experiencia acumulada y los saberes derivados de esa automatización produjeron una demanda inusitada de diseñadores, especialistas de los diversos procesos de impresión, teóricos y artesanos de los más variados aspectos gráficos. Esa posibilidad de reproducción masiva, también hizo que las grandes obras de arte y todas las manifestaciones estéticas pudieran llegar a los más amplios sectores sociales; en consecuencia, la gente tuvo la posibilidad de, a través de ver los nuevos productos gráficos, ir educando su gusto; eso, a la vez, creó en los diseñadores y artistas gráficos una mayor preocupación por satisfacer esa demanda estética.

«Una nueva generación de diseñadores surge en el siglo XX rechazando el gusto por los estilos históricos (neoclasicismo, neogótico, etc.) dando como resultado un nuevo arte: Art Nouveau o Modernismo, el cual incluía ideas procedentes de todas las disciplinas del diseño y el arte



(arquitectura, pintura, diseño de muebles, cerámicas, joyería, diseño industrial, ingeniería de la construcción, cine, fotografía, etc.), acelerando la evolución en el arte de vanguardia y en el diseño; el Art Nouveau creó al diseño gráfico como oposición al puramente tipográfico, no solo como un medio de comunicación de ideas nuevas, sino también para su expresión.»

Como paso siguiente, en la cuarta parte del siglo XX, llegó la popularización de la computadora que dotó de inusitados recursos al diseñador a través de programas de diseño y edición de materiales gráficos. Primero fue el auge de los procesadores de texto que permitían la impresión de los textos titulares, para después pegarlos en los formatos de papel que desplazaron a los tipos transferibles; Luego, programas de diagramación y maquetación que comenzaron su desarrollo; en resumen, la facilidad de combinar varios programas para poder producir diseños que, en buena medida, han relegado el uso de herramientas manuales como los pinceles, las pinturas físicas y tantos elementos que, durante siglos, acompañaron al diseñador gráfico.

Con el auge digital, también vino un medio tan revolucionario como

el Internet, que hizo cambiar drásticamente la manera de comunicarse entre la gente. Casi enterró al correo ordinario; está por desplazar al teléfono y, prácticamente, modificó muchos de los hábitos tradicionales como comprar, vender, leer, comunicarse, hacer publicidad, dar a conocerse, etc.

Con el desarrollo digital se mejoraron muchas herramientas para el diseñador gráfico; como consecuencia, se concretaron mejoras en la aplicación del color y se establecieron estándares internacionales y perfiles que ayudan a la hora de la impresión.

En la actualidad, sobre todo para una organización como ASIVESCA, es fundamental servirse de ese medio para comunicarse, darse a conocer, promover sus actividades, recibir donaciones y, en general, poder cumplir de mejor manera con los objetivos que se han propuesto. Por eso, gracias al esfuerzo de la humanidad por encontrar mejores herramientas para la comunicación, es posible, ahora, desarrollar para ASIVESCA el proyecto de creación de una página web.





**CA
PITU
LO
IV**



CON
CEP
TO



4.1 Fundamentación

Una estrategia de comunicación nos sirve para mejorar la relación entre el usuario y el cliente y poder exponer de manera adecuada la percepción sin errores ni malos entendidos. Entre mejor sea la relación con los interlocutores, mejores serán los resultados y de esta manera se logrará mayor motivación, afinidad e identificación con la marca, para finalmente crear mejores relaciones, mayor confianza y mayor colaboración.

En definitiva, mejorar la comunicación influye en los resultados. No existen marcas que tras apostar por una mejora en sus estrategias de comunicación, tuvieran peores resultados.



4.1.1 Estrategia de comunicación

Objetivos	Estrategias	Tácticas
Informar acerca de las actividades de desarrollo humano que realiza la Asociación.	Desarrollar una herramienta multimedia que cuente con contenido de interés propio.	Diseñar Sitio Web para la Asociación.
Invitar a varios grupos sociales para formar parte de la Asociación.	Demostrar la importancia o impacto sobre la sociedad del municipio de Cabañas.	Generar informes y material fotográfico en las actividades realizadas.
Captar futuros integrantes, voluntarios y donantes que participen activamente en las actividades a realizar por la Asociación.	Facilitar la información, siendo buen anfitrión con el usuario.	Destacar la sección de contacto con la organización para lograr el call to action.
Difusión de un Sitio Web.	Ser incidentes utilizando medios alternos como las redes sociales y blogs que ayuden a facilitar la difusión.	Crear un Fan Page. Crear un Canal en Youtube. Crear una cuenta en twitter.



4.2 Concepto Creativo

Para lograr una mejor reacción para transmitir el mensaje “Compartimos tu felicidad”, se realizaron varios conceptos que se originaron a través de una tormenta de ideas, apelando a tres ámbitos: ético, estético y funcional.

Previo a la elaboración de cualquier gráfica se aplicaron algunas técnicas de investigación, con el único fin de establecer los parámetros dentro de los cuales se deberá elaborar la propuesta de diseño.

4.2.1 Entrevista

Las primeras entrevistas dirigidas se realizaron con la Junta Directiva de la Asociación con el objetivo de establecer las fortalezas y necesidad de comunicación que la Asociación ha logrado consolidar.

En dichas entrevistas compartieron fotografías y documentos con datos de los programas sociales que desarrollan en el departamento de Zacapa, se estableció la necesidad de poseer un medio de comunicación a través del que se den a conocer como Asociación y atraer a más donantes que patrocinen los programas que se desarrollan, así como dar a conocer las actividades realizadas.

Entrevistas posteriores se realizaron con los beneficiarios de la Asociación para dar seguimiento durante la elaboración del proyecto de diseño, validando los textos con

la información que se colocaría dentro de cada página del sitio web, expresando las ideas centrales.

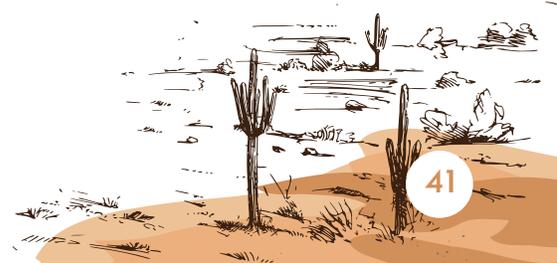
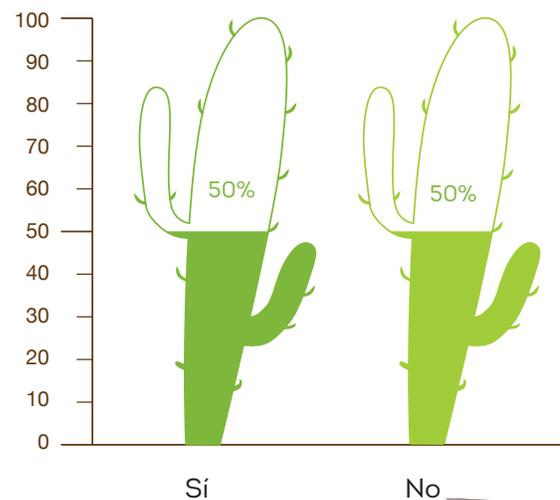
La comunicación con la Asociación también se realizó a través de correo electrónico y telefónicamente. A través de estos medios se se continuaba compartiendo información en ambas vías y se daba seguimiento al proceso.

4.2.2 Encuesta

Se realizó una encuesta a un grupo de 50 personas del departamento de Zacapa con las preguntas que a continuación se detallan, cuestionándoles sobre su postura preferencias en general, para poder determinar sus gustos e intereses conforme a la información adquirida.

Los resultados más importantes obtenidos con la encuesta enviada fueron:

1. ¿Conoce o ha escuchado sobre ASIVESCA?

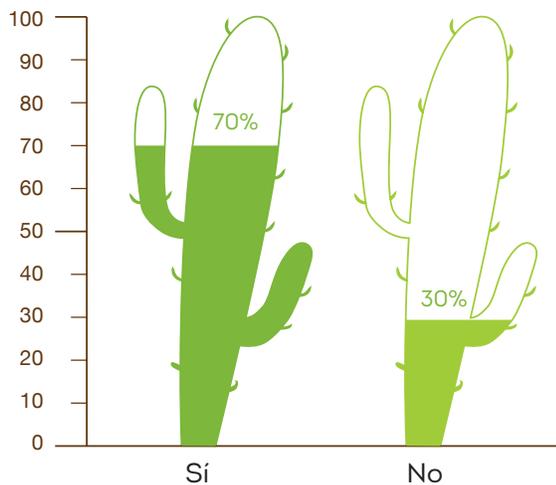


La primera pregunta formulada se realizó con el propósito de medir el posicionamiento de la Asociación dentro del grupo objetivo y así lograr reforzar la identidad de la misma.

Como se puede observar en la gráfica, la mitad de la muestra conoce y, por lo tanto, es igual el porcentaje que no conoce a la Asociación.

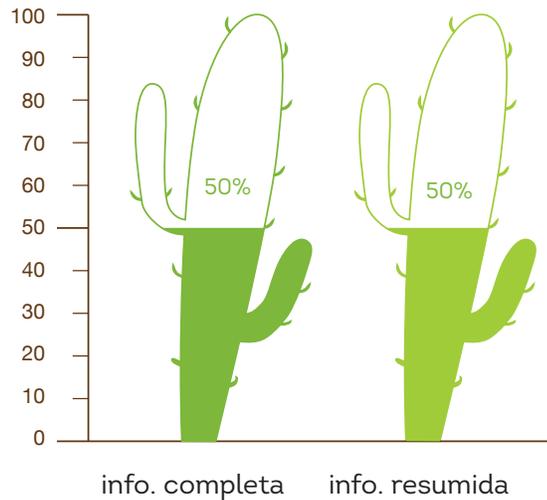
Este resultado nos ayuda a reafirmar la necesidad de promocionar a la Organización y la labor que realiza.

2. ¿Apoya actualmente a alguna Organización como voluntario o donante?



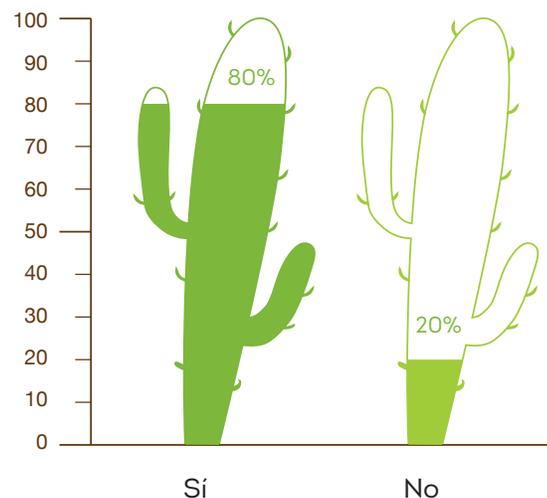
A través de esta pregunta se pretende conocer el nivel de participación o aceptación de la población hacia los programas sociales de cualquier índole y la disposición para comenzar a participar en alguna actividad realizada por la Asociación, cultural o deportiva o por simple colaboración.

3. En un sitio web Institucional de una ONG, ¿qué tipo de información le gustaría encontrar?



Como se puede observar en la anterior gráfica, la opinión de las personas encuestadas se encuentra dividida, por lo que se opta por publicar dentro del sitio web la Asociación, información general y resumida, a la vez, enlaces a archivos PDF para quienes deseen descargar información completa.

5. ¿Alguna vez ha visitado alguno de estos sitios web: www.hbo.com, www.cnn.espanol.cnn.com



Las páginas que las personas encuestadas debieron visitar están elaboradas con animaciones realizadas con flash y para poder visualizarlas, deben tener instalado en sus computadores el Adobe Flash Player.

La finalidad de esta pregunta es identificar si las personas que no tienen Adobe Flash Player son un número significativo o no, para determinar si dentro del sitio de ASIVESCA que se elaborará es conveniente o no colocar elementos Flash.

Y como se pudo corroborar, más del 90% de las personas cuenta con esta aplicación, por lo que sí es viable el uso de elementos Flash.

4.2.3 Método de Diseño

Para definir el concepto creativo y la posterior elaboración de las piezas gráficas, se utilizó el método de diseño denominado Caja de Cristal o Caja Transparente.

Con este método se plantean los objetivos que se desean cumplir antes de comenzar a elaborar los diseños, también se fijan los criterios o decisiones de diseño de antemano y se analiza el medio de comunicación para la solución gráfica más efectiva y eficiente para el problema de comunicación existente.

Dichos objetivos ya han sido establecidos dentro de este proyecto en el capítulo uno. El medio de comunicación a utilizar

se pudo definir al establecer que un sitio web institucional es la solución más eficiente y eficaz ante la necesidad de comunicación visual expresada por el Instituto de Cooperación Social, dentro del cual se dará a conocer tanto a la Organización como la labor humanitaria que realiza.

4.2.4 Lluvia de ideas

Para elaborar el concepto creativo en el que se basará la elaboración del diseño de la propuesta gráfica, se utilizó la técnica denominada Lluvia de ideas, también conocida como Tormenta de Ideas.

Esta herramienta facilita el surgimiento de nuevas ideas sobre un tema o problema determinado. En esta oportunidad, se realizó una lluvia de ideas grupal, en la que participaron cinco personas de edades entre los 25 y los 40 años, todos zacapanecos, con gustos e intereses diversos.

Para realizar la lluvia de ideas se citó a los participantes en un salón apartado, en donde se habló sobre ASIVESCA y la labor que realiza, exponiendo a la vez la necesidad que tiene la Organización de captar voluntarios tanto para el programa de biblioteca como para los cursos a personas adultas y también donantes para poder seguir funcionando.



4.2.5 Análisis del Concepto

Se llegó a tres conceptos fundamentales durante dicho proceso:

Compartimos tu felicidad

Se relaciona al hecho de actividades de bien común dentro de la comunidad que hacen que la convivencia sea más agradable en un lugar donde todos conviven alegres por aportar algo a Cabañas.

El desarrollo llega con la educación

La formación y el conocimiento como pilar del desarrollo de cualquier comunidad hace que crezcan como personas y contagien a las demás comunidades.

Una cultura de ayuda lleva al desarrollo

Generar un vínculo emocional de participación de todas las actividades que se realicen por un bien común, el desarrollo del pueblo

4.3. Códigos de diseño

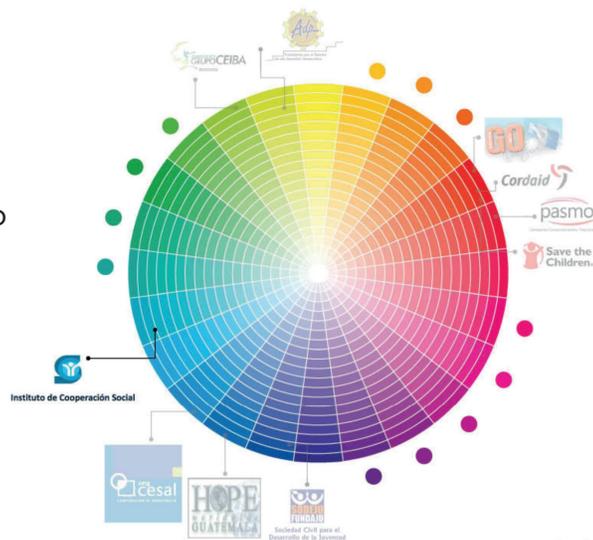
4.3.1. Código Cromático

El Código Cromático es el conjunto de colores que se utilizarán en las piezas gráficas a elaborar dentro del proyecto. Todo el material será reproducido mediante la web.

Todos los diseños y los recursos a utilizar dentro de los mismos se presentarán a colores, con excepción de algunas fotografías históricas de la Asociación que aparecerán en el color original.

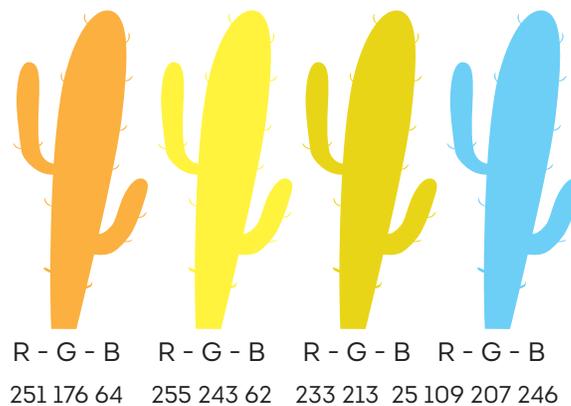
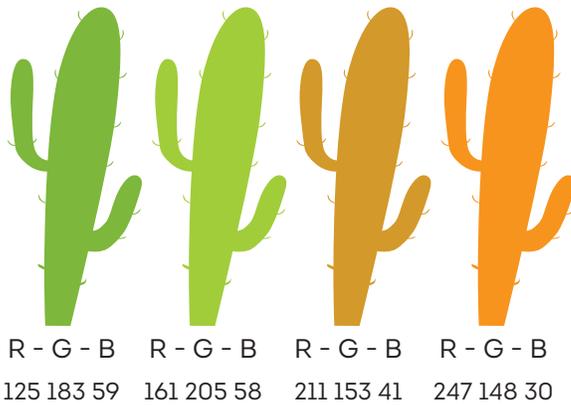
Los colores de primer nivel son institucionales, establecidos por autoridades de la Organización, los cuales transmiten el calor y el ambiente que se vive en el departamento de Zacapa y crear una línea gráfica limpia y descansada para la vista.

Tomando en cuenta que uno de los requerimientos de la Asociación es el de diferenciar el sitio web de ASIVESCA de los demás sitios de organizaciones que realizan labores similares a las que ellos desempeñan en la región, la selección de los colores de segundo nivel se realizó en base al siguiente estudio de color:



El anaranjado es un color cálido que psicológicamente denota entusiasmo, sensibilidad y estimula la creatividad y productividad. El verde denota naturaleza, aceptación, solidaridad y determinación, y también la frescura y la naturaleza.

Al elaborar material multimedia audiovisual, el cual será visto por medio de monitores, se trabajará con colores “luz” del Modelo RGB, los cuales son la base de los pixeles de colores; mientras que para los diseño web, se utilizarán colores hexadecimales, que son los que reconocen los lenguajes de programación.



Para obtener un mejor rendimiento de la marca se definieron los colores utilizados dentro del Isotipo; eso permitirá que esta gama pueda representar e identificar a la marca.

4.3.2 Código Tipográfico

Se delimitó al uso de la tipografía de uso en la Web y al mismo tiempo asociarlo con el logotipo el cual utiliza Helvetica.

Helvetica Regular
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
 VWXYZ 1234567890
 abcdefghijklmnopqrstu
 vwxyz 1234567890

Helvetica BOLD
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTU
VWXYZ 1234567890
abcdefghijklmnopqrstu
vwxyz 1234567890

Helvetica BOLD
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTU
VWXYZ 1234567890
abcdefghijklmnopqrstu
vwxyz 1234567890

4.4.2. Código Lingüístico

El contenido de los artículos colocado en cada una de las páginas del sitio web, se elaboró en conjunto con la presidencia de la Asociación, que validó dicha información.

Dicha información es derivada de un análisis realizado del trabajo que la Asociación ha ejecutado desde su fundación y de los resultados obtenidos año con año, además de experiencias vividas por las personas a las que se ha beneficiado con los programas de la Asociación.



4.4.3. Código Icónico

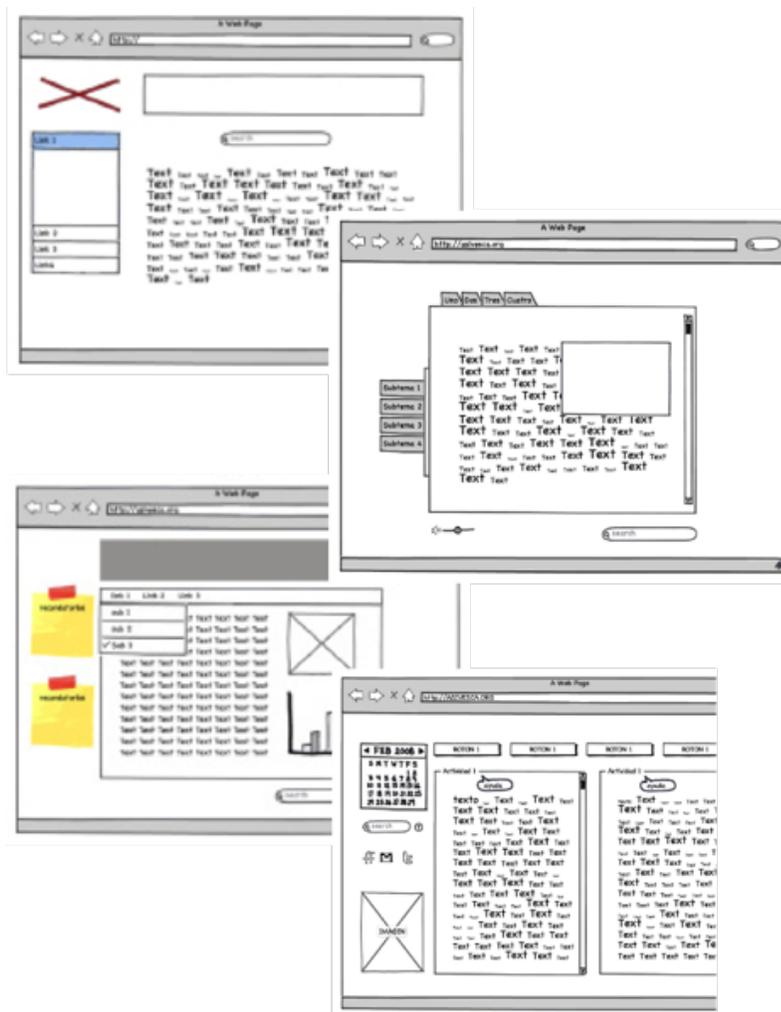
En todas las páginas del sitio web se colocará el logotipo de la Asociación. Se utilizarán texturas de cielo para los fondos del diseño, únicamente colores planos y algunos degradados de colores monocromáticos.

4.5 Proceso de bocetaje

Se realizan propuestas o esquemas de contenido, así como los

elementos gráficos a utilizar y generar soluciones, teniendo en cuenta el concepto definido. Se utilizó el programa Balsamiq Mockups para la creación de los layouts de maquetación del sitio web.

En esta etapa se definen las estructuras a desarrollar para su validación de acuerdo a los lineamientos de la imagen de la Asociación.



Fuente: Ilustración propia

4.6 Propuestas de Diseño

Propuesta 1



Fuente: captura de pantalla propia

Propuesta 2



Fuente: captura de pantalla propia







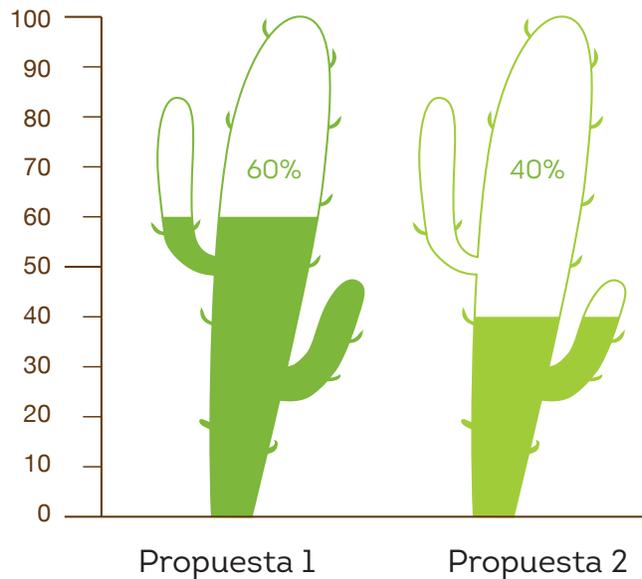
**CA
PÍTU
LO
V**

5. Comprobación de la eficacia

5.1.1 Fundamentación de la eficacia

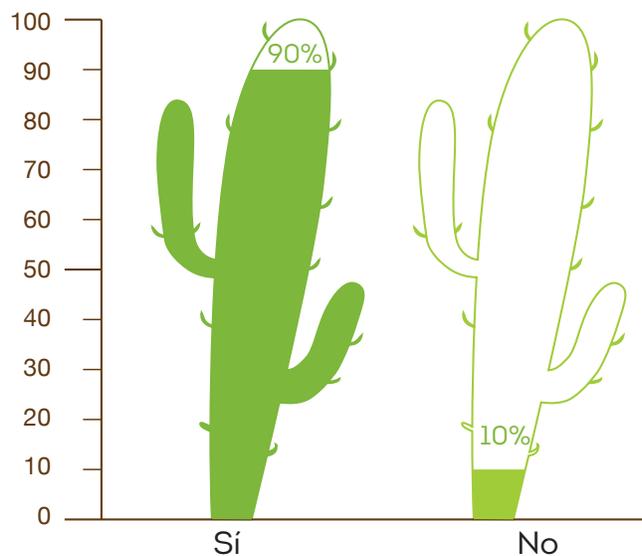
Por ser un proyecto multimedia se necesita comprobar la efectividad y la funcionalidad del mismo en línea, por tal motivo se subieron a la web las dos propuestas para la validación.

1. ¿Cuál de las dos líneas de diseño le parece más agradable?



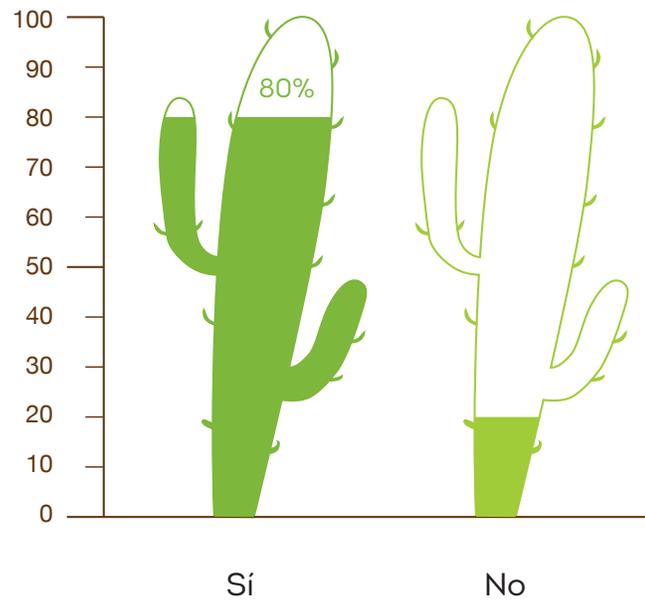
El 60% del grupo objetivo expresó que la propuesta 1 es más agradable y cálida, al contrario de la propuesta 2 que es más sencilla.

2. ¿El diseño le transmite la ubicación de la asociación?



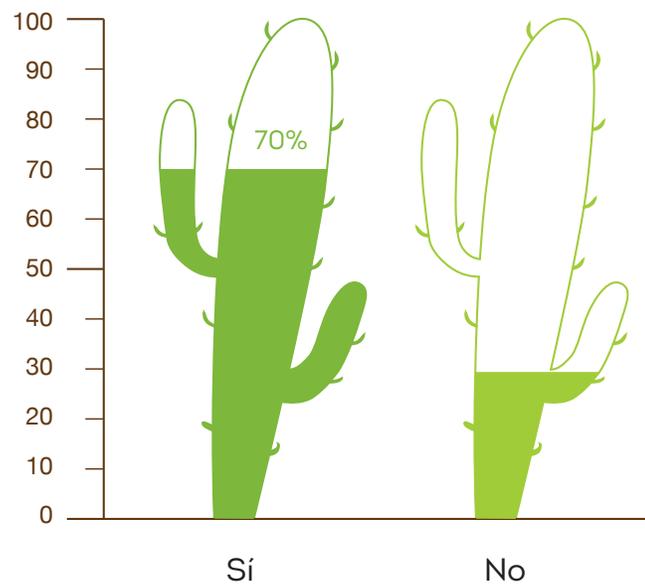
La mayoría del grupo objetivo expresó que los íconos en el diseño del sitio web sí representan la ubicación de la Asociación.

3. ¿La tipografía utilizada es clara y fácil de leer?



El 80% respondió que la tipografía es muy legible y conocida. Solo un 20 % expresó que les gustaría ver una tipografía más estilizada.

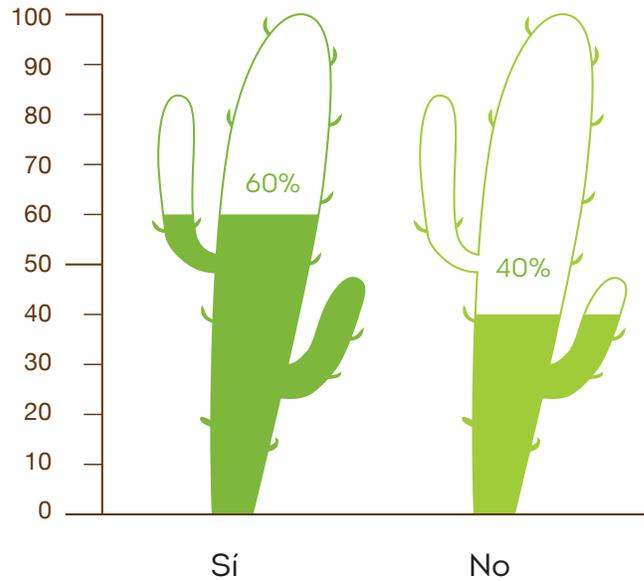
4. ¿En el tiempo que navegó dentro del sitio web entendió la labor de la Asociación?



El 70% del grupo objetivo expresó que captó muy bien el trabajo que realiza la Asociación y solo el 30% no tenía muy claro el concepto.

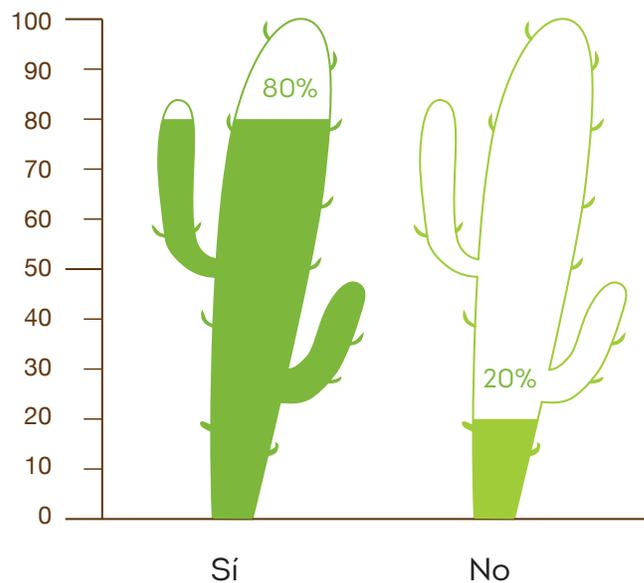


5. ¿Cree usted que cualquier persona que ingrese en el sitio web pueda interesarle la labor de la misma?



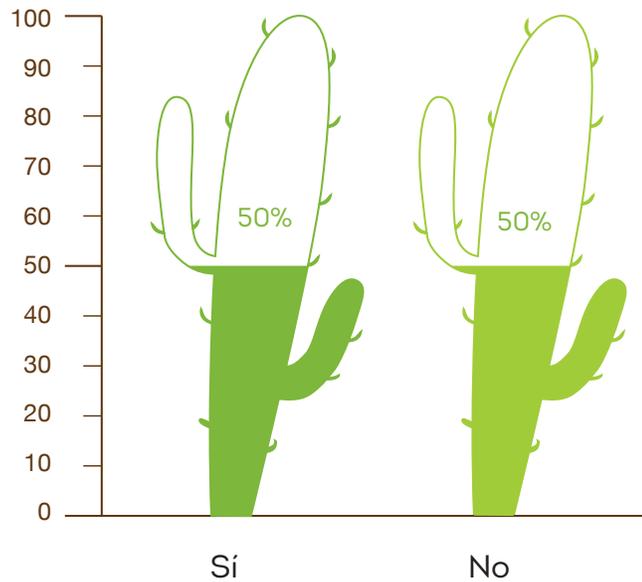
El 60% del grupo objetivo expresó que sí le interesaría mucho y el otro 40% expresó que le interesan más otras actividades.

6. ¿Volvería a visitar el sitio web?



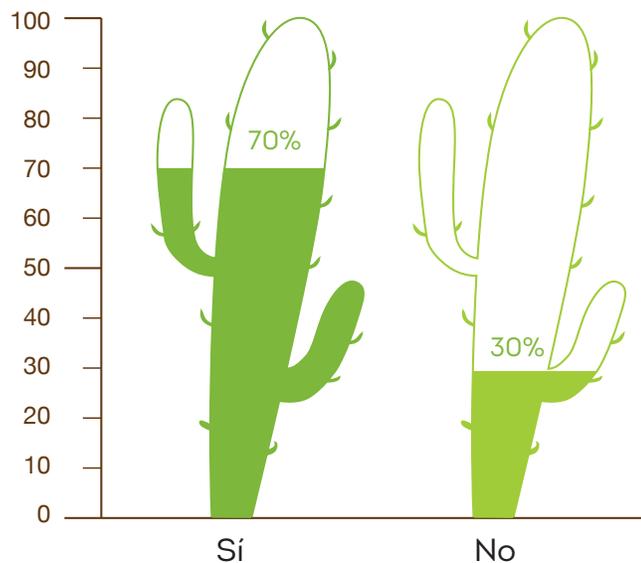
La mayoría del grupo objetivo expresó que le gustaría regresar a revisar las últimas actividades realizadas o a realizarse por la Asociación.

7. ¿Le interesaría participar en la misma?



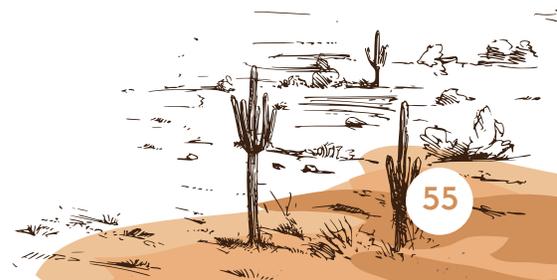
El 50% del grupo objetivo expresó que si le interesaría mucho y el otro 50% expresó que le interesan más otras actividades.

8. ¿Cree que la ubicación de los elementos es de fácil accesibilidad?



El 70% del grupo objetivo expresó que los elementos estaban muy bien ubicados para navegar en el sitio.

Finalizado el proceso de validación, se procedió a realizar algunos ajustes en el contenido y a la eliminación de secciones o bloques de texto que eran innecesarios.



Dreamweaver



Web



Presupuesto

Para poder ejecutar el proyecto se necesita el nombre de dominio y el hosting.

Nombre de dominio: www.asivesca.com

Se puede comprar en diversos sitios si cuenta con la disponibilidad, por ejemplo sitios como www.3ix.com con un precio de \$ 15.00, www.godaddy.com \$ 12.99

Servicio de Hosting por un año

3ix.com

Precio \$ 55

Capacidad de almacenamiento 300 GB

200 Cuentas de correo POP3 IMAP SMTP

Ancho de Banda Ilimitado

50 subdominios

Cuentas FTP ilimitadas

Aceeso a 4 subdominios

godaddy.com

precio \$ 71.28

Capacidad de almacenamiento de 150 GB

500 Cuentas de correo POP3 IMAP SMTP

25 bases de Datos MySQL

Ancho de Banda Ilimitado

Sitios web Ilimitados

Cuentas FTP ilimitadas

veclix.com

precio Q 720

Capacidad de almacenamiento 2 GB

20 GB de transferencia mensual

5 subdominios

20 cuentas FTP

10 bases de datos

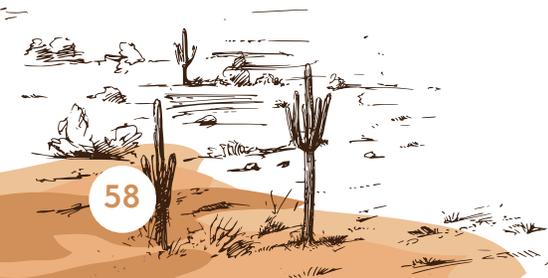
5 dominios apuntados

TCR 7.87485 - al 20711712, fuente BANGUAT



Conclusiones

- Al poseer un sitio web, las personas que lo deseen, en cualquier parte del mundo, pueden establecer una comunicación efectiva con la Asociación; además, obtener información sin necesidad de llamar por teléfono o acudir a una oficina.
- Poseer un sitio web posibilita que muchas personas puedan manifestar su interés de colaborar, no solo con medios económicos sino, también, a través de sugerencias, ideas, compartir experiencias y, en resumidas cuentas, con nuevas herramientas para el mejor funcionamiento y servicio de la Asociación.
- Un sitio web abre la posibilidad para que ASIVESCA pueda reforzar su imagen en quienes lo visitan y, a la vez, abre la posibilidad de que estos refieran su imagen, objetivos y labor a otras personas.
- El sitio permitirá a la Asociación compartir sus logros, avances y proyectos, y también la posibilitará para que manifieste sus carencias, necesidades y asuntos urgentes que el desarrollo de Cabañas demande.
- Tener un sitio web le permitirá a ASIVESCA poseer, no sólo un alcance local sino, también, internacional. Es decir, podrá vincularse mundialmente para hacer acopio de nuevas experiencias y aportes; estas redundarán en el mejor servicio que ASIVESCA preste a la comunidad. A la vez, muchas organizaciones con fines similares podrán servirse de la experiencia que ASIVESCA comparta a través de su sitio.
- Reduce los costos de personal y optimiza la labor de quienes colaboran en la Asociación.
- Al no tener un sitio web, la publicidad de las actividades debe realizarse por medios físicos, como mantas, volantes, trifoliales, etc. Esos medios tienen la desventaja de que su alcance es limitado, el costo es más alto y la efectividad queda reducida sólo a un pequeño grupo de personas.



Recomendaciones

Es muy importante la actualización de la información en un medio de comunicación que avanza día con día, integrando la comunicación en todos los medios, de una forma clara y directa.

Tener claro siempre el objetivo del proyecto y ser flexible en la validación para obtener los mejores resultados, ya que el usuario final es el que la utilizará, al mismo tiempo no perder de vista el grupo objetivo de la página.

En la realización de un sitio web, una buena forma de realizar un proyecto es de un aprendizaje empírico y de investigación; el uso de la tecnología no es lineal, por tal motivo hay muchas maneras de llegar a un fin.



Referencias

Bibliografía

- A. Millares Carlo, *Introducción a la Historia del Libro y de las Bibliotecas*, Fondo de Cultura Económica, México, 1971.
- Programa Nacional de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), *Informe Nacional de Desarrollo Humano, Guatemala 2005, 2006*, página 95. <http://www.url.edu.gt/PortalURL/Archivos/49/Archivos/ca5.pdf>
- David Guillermo Galdamez Monroy “*Sitio Web y Campaña e-marketing viral para dar a conocer las actividades culturales y educativas de la Asociación Nueva Acrópolis, Sede Antigua Guatemala.*” Tesis 2009.
- Adriana Lucía Polanco Polanco, “*Sitio web para informar acerca de los servicios que brinda la Asociación Niños y Jóvenes con Futuro*” 2010.
- Programa Nacional de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), *Informe Nacional de Desarrollo Humano, Guatemala 2005, 2006*, página 95. <http://www.url.edu.gt/PortalURL/Archivos/49/Archivos/ca5.pdf>
- A. Millares Carlo, *Introducción a la Historia del Libro y de las Bibliotecas*, Fondo de Cultura Económica, México, 1971.

Webgrafía

- <http://definicion.de/educacion/>
- <http://www.slideshare.net/ramosu63/01-estrategia-de-comunicacion-1969911>
- <http://www.mindtools.com/brainstm.html>
- <http://mercadeoypublicidad.com/Secciones/Biblioteca/DetalleBiblioteca.php?recordID=6530>
- http://es.wikipedia.org/wiki/Sitio_web
- <http://definicion.de/educacion/>



JULIO FERNANDO AVENDAÑO C.
LICENCIADO EN LETRAS

0 CALLE "B" 4-88 ZONA 3
SAN BARTOLOMÉ MILPAS ALTAS
SACATEPÉQUEZ
(502) 5994 4872

Guatemala, 1 de agosto de 2016.

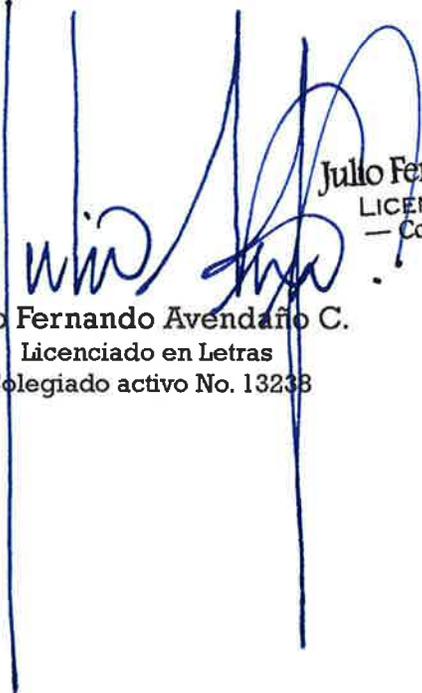
Arquitecto
Byron Alfredo Rabe Rendón
Decano
Facultad de Arquitectura
Universidad de San Carlos de Guatemala

Señor Decano:

Atentamente hago de su conocimiento que he realizado la revisión de redacción y estilo del proyecto de graduación **SITIO WEB PARA LA ASOCIACIÓN DE INVESTIGACIÓN Y FOMENTO DEL DESARROLLO DE CABAÑAS (ASIVESCA)** del estudiante **CARLOS GUILLERMO CANEL PÉREZ** de la Escuela de Diseño Gráfico de la Facultad de Arquitectura, identificado con el carné universitario número **199911748**, previamente a conferírsele el título de **DISEÑADOR GRÁFICO** en el grado de LICENCIADO.

Luego de las adecuaciones y correcciones que se consideraron pertinentes en el campo lingüístico, considero que el proyecto de graduación que se presenta, cumple con la calidad técnica y científica requerida.

Al agradecer la atención que se sirva brindar a la presente, me suscribo respetuosamente,


Julio Fernando Avendaño C.
LICENCIADO EN LETRAS
— Colegiado No. 13238 —
Julio Fernando Avendaño C.
Licenciado en Letras
Colegiado activo No. 13238

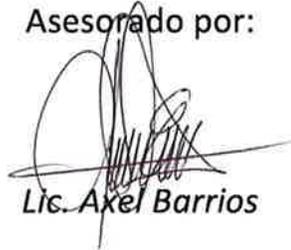
Sitio Web para la Asociación de Investigación y
Fomento del Desarrollo Cabañas (ASIVESCA)

Proyecto de Graduación desarrollado por:



Carlos Guillermo Canel Pérez

Asesorado por:



Lic. Axel Barrios



Lic. Fernando Fuentes



Lic. Juan Pablo Guzmán

Imprímase:

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"



Arq. Byron Alfredo Rabe Rendón
Decano