



**Carrera de Diseño**

**Proyecto Final de Grado para la obtención del Título  
de Ingeniero en Diseño Gráfico**

**Tema: Rediseño de la página web de la fundación Remar  
en la ciudad de Quito.**

**Tutor: Diplo. Sup. Ing. Pablo Vélez Ibarra**

**Alumno: Marcelo Javier Sánchez Álvarez**

**2012**

**DEDICATORIA DEL PRESENTE TRABAJO:**

A mis padres y mi hermana,  
por el apoyo incondicional.

A mis familiares, amigos y amigas,  
que siempre han estado junto a mí.

Y a cada una de las personas  
de la Fundación Remar que me ayudaron  
con su tiempo para culminar este proyecto.

**MIS AGRADECIMIENTOS:**

A mi padre y a mi madre, por la confianza  
enseñanza y sus sabios consejos.

A mi hermana por su ayuda incondicional,  
por todo su apoyo y amistad.

A mi tutor, Diplo. Sup. Ing. Pablo Vélez Ibarra  
por su ayuda y tiempo brindado.

## ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN</b>	Pág. 9
1.1.- Problema Investigado	Pág. 10
1.2.- Justificación	Pág. 11
1.3.- Objetivos	Pág. 12
1.3.1.- Objetivo General	Pág. 12
1.3.2.- Objetivos Específicos	Pág. 12
1.4.- Premisa	Pág. 12
1.5.- Metodología	Pág. 12
1.6.- Presupuesto	Pág. 16
<b>2.- MARCO TEÓRICO</b>	Pág. 17
1.- La Comunicación	Pág. 17
1.1.- Procesos de Comunicación	Pág. 17
1.2.- Importancia de la Comunicación	Pág. 19
1.3.- El diseño gráfico y comunicación	Pág. 19
1.4.- Comunicación visual	Pág. 20
2.- Diseño Gráfico	Pág. 21
2.1.- Concepto Básico	Pág. 21
2.2.- Elementos del Diseño	Pág. 22
2.2.1.- Color	Pág. 22
2.2.2.- Imagen	Pág. 25
2.2.3.- Tipografía	Pág. 25
2.3.- El Diseño Gráfico y su evolución Histórica	Pág. 26
2.4.- Diseño Gráfico y sus nuevas Tecnologías	Pág. 27

2.5.- Diseño Gráfico en la sociedad y su responsabilidad social	Pág. 28
3.- Diseño Corporativo	Pág. 29
3.1.- Identidad corporativa	Pág. 30
3.2.- La Marca	Pág. 32
3.4.- Imagen corporativa	Pág. 33
4.- Diseño Editorial	Pág. 35
4.1.- Breve historia del diseño editorial	Pág. 35
4.2.- Elementos del diseño editorial	Pág. 36
4.3.- Retícula	Pág. 42
4.4.- Elementos que componen la página	Pág. 47
5.- Diseño Multimedia	Pág. 49
5.1.- Elementos multimedia	Pág. 50
5.2.- Principios básicos de la multimedia	Pág. 52
6.- Diseño Web	Pág. 54
6.1.- Breve historia del Internet	Pág. 54
6.2.- Generaciones del Diseño web	Pág. 57
6.3.- La web 2.0	Pág. 60
6.3.1.- Desplazamiento de la web 2.0 hacia la empresa	Pág. 62
6.4.- Especificaciones Técnicas	Pág. 63
6.4.1.- Relación equipo Usuario	Pág. 63
6.4.2.- Tipos de Conexión	Pág. 65
6.5.- Base para el diseño web	Pág. 67
6.6.- Estructura de la web	Pág. 68

6.7.- Sistema de Retículas	Pág. 70
6.8.- Tipografía en la web	Pág. 73
6.9.- Color en la web	Pág. 78
6.10.- Imagen en la web	Pág. 81
6.11.- Planificación para el diseño de la página web	Pág. 83
6.12.- Arquitectura de la web	Pág. 87
6.12.1.- Organización de contenidos	Pág. 90
6.13.- Estructura del sitio	Pág. 91
6.13.1.- Creación de la estructura	Pág. 91
6.13.2.- Mapa del sitio	Pág. 92
6.13.3.- Características de los sistemas de navegación	Pág. 94
6.14.- Diseño de páginas web	Pág. 95
6.15.- Diagramación de la página	Pág. 97
6.16.- Incorporación de elementos gráficos y multimedia	Pág. 100
<b>3.- ANÁLISIS DE LA FUNDACIÓN REMAR</b>	Pág. 104
3.1.- Introducción	Pág. 104
3.2.- Historia	Pág. 104
3.3.- Misión	Pág. 105
3.4.- Visión	Pág. 105
3.5.- Principios y valores	Pág. 105
3.6.- Prioridades estratégicas	Pág. 106
3.6.1.- Recursos y gestión	Pág. 106
3.6.2.- Objetivos, resultados y metas previstos	Pág. 109
3.7.- Plan estratégico 2012 – 2016 para recaudar fondos	Pág. 123

3.8.- Análisis de la página web actual Pág. 125

#### **4.- PRESENTACIÓN Y FUNDAMENTACIÓN DEL PRODUCTO**

4.1.- Método Pág. 129

4.2.- Fase Analítica Pág. 129

4.2.1.- Problema de diseño Pág. 129

4.2.2.- Objetivo del producto Pág. 130

4.3.- Fase Creativa Pág. 131

4.3.1.- Tema Pág. 132

4.3.2.- Formulación de Ideas Pág. 133

4.3.3.- Idea base Pág. 133

4.3.4.- Formalización de la idea Pág. 134

4.3.5.- Concepto Pág. 134

4.4.- Fase Ejecutiva Pág. 134

4.4.1.- Desarrollo Pág. 135

4.4.2.- Usabilidad Pág. 136

4.4.3.- Navegabilidad Pág. 136

4.4.4.- Accesibilidad Pág. 136

4.5- Principios Incorporados Pág. 137

4.5.1.- Retroalimentación Pág. 137

4.5.2.- Interactividad Pág. 138

4.5.3.- Aportación mediante la web Pág. 138

4.5.4.- Jerarquía Pág. 139

4.6.- Construcción del sitio web Pág. 140

4.6.1.- Tamaño Pág. 140

4.6.2.- Mapa de navegación Pág. 141

4.6.3.- Tipografía	Pág. 142
4.6.4.- Cromática	Pág. 142
4.6.1.- Descripción del entorno	Pág. 143
4.6.2.- Funcionalidad del sistema	Pág. 145
4.7.- Manual de Estilos	Pág. 150
4.8.- Piezas gráficas	Pág. 154
4.9.- Presupuesto del producto	Pág. 157
<b>5.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>	
5.1.- Conclusión	Pág. 158
5.2.- Recomendación	Pág. 158
5.3.- Bibliografía	Pág. 159
5.4.- ANEXO	Pág. 163



## 1.- INTRODUCCIÓN

El Diseño Gráfico es una herramienta importante en la comunicación visual y gráfica ha sido demostrado en la práctica por distintos teóricos como Joan Costa, Norberto Chaves, Bruno Munari, entre otros; permite agrupar la información según el tipo de necesidad y que esta sea creada con armonía y ritmo y que permita satisfacer la necesidad de comunicación del usuario desde el punto de vista gráfico visual con el fin de impactar al usuario y que este se interese por dicho mensaje.

Así también, el Diseño Web consiste en la implementación, planificación y creación del proceso de comunicación para sitios web, que involucra la navegabilidad, interactividad, usabilidad entre otras características que busca el usuario. La importancia de mecanismos adicionales como audio, texto, imagen y video hacen que la web sea el medio más usado para la adquisición y envío de información de una manera amplia.

La Fundación Remar ha venido trabajando en el Ecuador por más de 13 años, es de carácter social, sin ánimo de lucro que con aportes voluntarios y autogestión, ayuda a superar distintos problemas a niños abandonados, huérfanos, enfermos, ancianos, drogadictos, alcohólicos, madres solteras en abandono, jóvenes adolescentes en estado de riesgo y todo aquel ser humano que necesite de apoyo y ayuda, esta Fundación ha utilizado varios mecanismos para dar a conocer sus actividades.

La Fundación Remar consta con una página web que en la actualidad no brinda la suficiente información ni cumple con las expectativas de diseño e imagen para transmitir y facilitar las ideas sobre la labor que está realizando en la ciudad de Quito.

Es por eso que el presente trabajo tiene como propuesta el rediseño de la página web de la Fundación Remar que ayuda en la difusión de su labor y espera ser un mecanismo eficaz para la difusión de los servicios que disponen y de los productos que elaboran y de los cuales se sustenta todo este gran proyecto de ayuda social.

## 1.1.- Problema Investigado

El Ecuador como muchos países de Latinoamérica vive una problemática social latente ya que una parte significativa de su población sufre algún tipo de dificultad en diferentes aspectos sociales. En la ciudad de Quito el panorama es el mismo, por esta razón la Fundación Remar cumple una labor importante reinsertando a personas que tuvieron algún tipo de problema o necesidad dentro de la sociedad.

Principalmente la Fundación Remar nace en Ecuador en 1993 con un grupo de voluntarios enviados desde Remar España; Remar Ecuador fue reconocido en el año de 1997 con su sede principal en Quito. La atención se ha centrado en satisfacer las necesidades primarias especialmente en la población infantil tanto alimenticias como primeros auxilios, sanitarios y escolares por medio de la casa de acogida, escuelas gratuitas, dispensarios médicos.<sup>1</sup>

La página web que hoy en día posee la Fundación Remar fue creada hace cinco años y en todo este tiempo no ha tenido ningún tipo de modificación y actualización de sus datos, siendo una página estática que limita al usuario su correcta navegabilidad y usabilidad.

Se puede observar que su cromática no va acorde con la identidad corporativa de esta Fundación ya que no fue creada por un profesional en el diseño, por lo cual se hace poco atractiva para los que la visitan, siendo evidente la falta de información y difusión de actividades que se realizan y productos que elabora.

La página web de la Fundación Remar no posee los requerimientos gráficos que ayuden de una manera visual del aporte que da a la sociedad con su inmensa labor que está realizando, ya que la interfaz que posee no dispone la correcta comunicación e interacción entre la persona, el computador y la Fundación.

Es evidente que la interfaz gráfica que posee la página web de Remar tiene carencias fundamentales en cuanto a la aplicación que el usuario ve y con la cual se relaciona. Está involucrada con las pantallas, ventanas, controles, menús y todas las herramientas que se muestran y con las cuales se interactúa, es por esto que al ver esta página no presenta un diseño gráfico que genere el interés en el usuario.

---

<sup>1</sup> Miguel, Mate. Somos una gran familia juntos si podemos. Revista de la Fundación Remar, Ecuador: Quito.

## **1.2.- Justificación**

Remar no recibe ningún aporte del Estado y todo su sustento lo hace bajo autogestión, por tal motivo es importante que todas las herramientas que utilice para realizar un rediseño de página web sea actual para establecer una interfaz adecuada con el usuario y no tenga ningún problema de carácter tecnológico o visual a la hora de poder mostrar cualquier tipo de archivo, documento o información en la página Web.

La propuesta que se establece del rediseño de la página Web de la Fundación Remar es para mejorar la capacidad de comunicación visual y difusión de su loable labor, esta herramienta tecnológica ayudara a difundir su información de una manera directa y en permanente contacto con el usuario. La página web contiene elementos multimedia que abarca y contiene hipervínculos permitiéndole acceder a otras páginas como sitios web o portales, mediante métodos accesibles diseñando interfaces gráficas para la interacción con el usuario aplicando elementos conceptuales y prácticos desde los fundamentos de diseño y comunicación como la semiología, la retórica visual, la imagen y la distribución de elementos que permita la armonía y ritmo para la interactividad con el usuario mejorando la comunicación reciproca marcando la diferencia entre una página web de otra.

Mediante el autor Steven Wright es un sistema de información incorporada para transmitir funciones y la secuencia funcional de interacciones en tiempo real, una interfaz es fácil de aprender y usar, permite a los usuarios hacer su trabajo o desempeñar una tarea en la manera que hace más sencilla para ellos, en vez de tener que ajustarse al software. Una interfaz inteligente se diseña específicamente para la gente que la usará.

Un rediseño hará que la página Web de Remar luzca más versátil y que responda a las necesidades de comunicación e información de todos sus usuarios. Con una interfaz inteligente, esto quiere decir que se adapta a diferencias y a cambios que existan, su objetivo principal es de mejorar la eficiencia, efectividad y naturalidad de la interacción entre el hombre y la maquina tales como, usuario, dominio tareas, contenidos, etc.

### **1.3.- Objetivos**

#### **1.3.1.- Objetivo General**

Rediseñar la página Web de la fundación Remar de la ciudad de Quito, vinculando conocimientos de diseño gráfico, diseño web e identidad corporativa.

#### **1.3.2.- Objetivos Específicos**

- 1.- Definir los distintos conocimientos teóricos en el campo Diseño y aquellos que permitan conocer la realidad de la fundación Remar para el rediseño de su página web.
- 2.- Aplicar procesos de investigación científica y de diseño para entender de mejor manera el rediseño de la página web.
- 3.- Usar el concepto de la web 2.0 como herramienta tecnológica interactiva que permita la funcionalidad de la página Web.

### **1.4.- Premisa**

Mediante el rediseño de la página web se aportará con la información detallada y específica a las personas que se muestran interesados en la labor que ofrece la fundación Remar, de una manera atractiva, interactiva y principalmente funcional. Al implementar la herramienta de la web 2.0 generando una comunicación virtual mejorará notablemente la calidad de los servicios de información e imagen para poder llegar de mejor manera a los clientes o usuarios.

### **1.5.- Metodología**

La investigación se planteo desde los momentos de Carlos Sabino proyectivo, metodológico, técnico y de síntesis.

## **Momento Proyectivo**

Este momento llevó a la revisión del problema para el planteamiento y definición de los ejes a investigar. Se planteo la necesidad de conocer la situación de la página web actual, y esto condujo a la implementación del rediseño de la web con la aplicación de la web 2.0, para la gestión de la fundación, mejoramiento de la comunicación entre la fundación y los usuarios.

## **Momento Metodológico**

Se inicio escogiendo el método de investigación que en este caso se aplicó el Método Integral, es decir, el uso del método cuantitativo, cualitativo y descriptivo.

### **Cuantitativa**

Para conseguir datos sobre la necesidad planteada en la fundación, los mismos que ayudara ampliar el panorama que tendrán los usuarios al momento de tener interacción dentro de la página web.

### **Cualitativa**

Para obtener información sobre la importancia de la web 2.0, aplicando el método analítico sistemático, partiendo del análisis de la teoría recopilatorio para la síntesis en el desarrollo y fundamentación del producto.

También se planteo el tipo de investigación: descriptiva.

### **Descriptiva**

Para determinar la situación actual de aplicación del diseño web 2.0 en la fundación Remar

## **Momento Técnico**

Para esta investigación se aplicaron las técnicas de la encuesta y de la entrevista,

**La Encuesta.-** Se realizó una encuesta con preguntas cerradas y semi abiertas dirigida a una muestra de 108 personas, tomando en cuenta la cantidad de empresas y personas con las que la Fundación Remar tiene

contacto, fue elaborado en Quito con el fin de obtener datos más precisos. Se planteo la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot Q \cdot N}{e^2(N - 1) + (Z^2 \cdot P \cdot Q)}$$

n= Tamaño de la muestra

Z= Nivel de confianza del 95% Z= 1,96; es una constante a la cual se le asigna un nivel de confianza. El nivel de confianza indica la probabilidad de que los resultados de nuestra investigación sean verídicos.

P= Probabilidad de que ocurra el evento, es del 50% o 0.50.

Q= Probabilidad que el evento no suceda, es del 50% o 0.50.

N= Tamaño de la población, personas o empresas relacionadas con la Fundación Remar, 150 personas.

e= Es el error estimado y permitido del 5% o 0.05.

$$n = \frac{1.96^2 \cdot 0.50 \cdot 0.50 \cdot 150}{0.05^2 (150 - 1) + (1.96^2 \cdot 0.50 \cdot 0.50)}$$

$$n = \frac{144}{0.37 + 0.96}$$

$$n = \frac{144}{1.33}$$

$$n = 108$$

**La Entrevista.-** Se ha realizado la entrevista a un representante de la Fundación Remar al Sr. Jorge Castro coordinador de proyectos a partir de un cuestionario que facilitó la búsqueda de información.

### **Momento de Síntesis**

Los resultados obtenidos en la mayoría de gente se sienten insatisfechos por el contenido y la función de la página web, que debería mejor ya que no indica información clara. (Ver Anexo 1, página 161)

Las conclusiones obtenidas en la encuesta evidencia que es necesario la aplicación de la web 2.0, a través de un gestor de contenidos que involucre más al usuario con la Fundación trabajando con el área de administración. (Ver Anexo 2, página 170)

Por esta razón es realizar el marco teórico con información de la comunicación, nuevas tecnologías diseño web y la web 2.0, temas que se involucran con la necesidades de la fundación Remar.

### **1.6.- Presupuesto de la investigación**

El costo que se establecerá en el proceso de investigación es el siguiente:

ítem	Rubro	Cantidad	Tiempo Frecuencia	Valor Unitario	Valor total
<b>1</b>	<b>Maquinaria e Insumos</b>				
	Tinta para impresora	1 cada color		5.00	30.00
	Flash Memory	1		20.00	20.00
	Copias		450	0.03	13.50
				<b>SUBTOTAL</b>	<b>63.50</b>
<b>2</b>	<b>Material y útiles de oficina</b>				
	Libros	4		25	100.00
	Resma de papel	2		5.00	10.00
	Internet		360	0.60	216.00
				<b>SUBTOTAL</b>	<b>326.00</b>
<b>3</b>	<b>Otros</b>				
	Alimentación		360	2.80	367.80
	Transporte público		60	0.25	60.25
				<b>SUBTOTAL</b>	<b>428.05</b>
<b>4</b>	<b>Imprevistos</b>	1	1	450.00	450.00
				<b>SUBTOTAL</b>	<b>450.00</b>
				<b>SUBTOTAL</b>	<b>1267.55</b>
				<b>I.V.A</b>	<b>152.10</b>
				<b>TOTAL</b>	<b>1419.65</b>

### Gastos de Grado

CANT	DETALLE	VALOR	V.TOTAL
1	<b>Derechos de Grado</b>	850	850
		<b>VALOR TOTAL</b>	<b>850</b>



## CAPÍTULO II

### MARCO DE REFERENCIA

#### 1.- La Comunicación

La comunicación es el proceso que permite la interacción entre personas y que ha ido evolucionando con el ser humano, ayuda a transmitir diferentes tipos de información, compuesta por un emisor, receptor y el mensaje.

Comunicarse, para el hombre, es tan natural e imprescindible como respirar. Y durante las últimas décadas del siglo veinte las diversas formas de hacerlo han sufrido cambios tan profundos y vertiginosos que sus redes constituyen la nueva atmósfera del planeta. La comunicación es, pues, un fenómeno en el que convergen todas las ciencias del hombre y los más increíbles avances tecnológicos.<sup>2</sup>

De esta manera la comunicación se ha convertido en el ejercicio fundamental para el desarrollo de la sociedad basada en una interrelación dialéctica, teórica y práctica que se materializa a través del lenguaje, tomando en cuenta que existen varias formas de comunicación.

El ser humano ha desarrollado a lo largo de su existencia numerosos sistemas de comunicación que le permite operar en distintas circunstancias, bien haciendo uso de sus facultades naturales, bien aplicando tecnologías que actúan como extensión de estas.<sup>3</sup>

El Internet es uno de los tipos de comunicación más utilizado hoy en día sin olvidar a la escritura y los símbolos que han acompañado al ser humano a lo largo de su existencia para relacionarse con los demás.

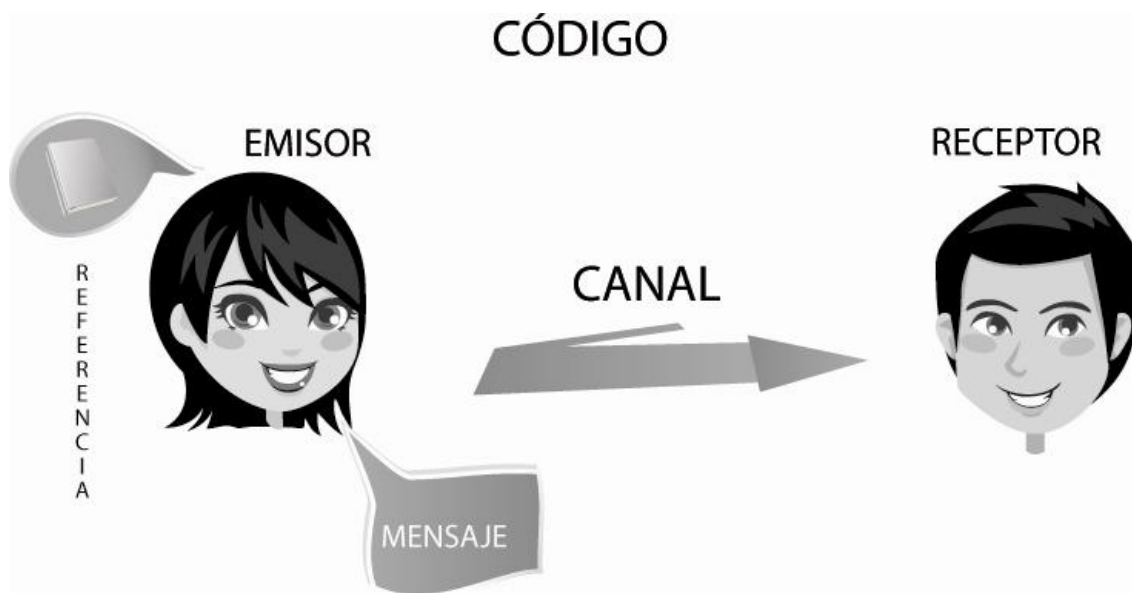
#### 1.1.- Proceso de Comunicación

El proceso de la comunicación es el canal que se tiene para llegar a obtener una comunicación clara y concisa. Existen algunos elementos primordiales para el proceso comunicativo estos elementos son:

---

<sup>2</sup> Berlo, David (2008). El proceso de la comunicación: Introducción a la teoría y a la práctica. Buenos Aires: El Ateneo. pág. 8

<sup>3</sup> Pelayo, Nenea y Cabrera, Adriana (2001). Lenguaje y comunicación: Conceptos básicos, aspectos teóricos generales. Caracas: Libros de el Nacional. pág. 7



Creado por Marcelo Sánchez

El proceso completo de comunicación presenta los siguientes elementos planteados por el autor Mario Pérez Gutiérrez en su libro procesos de comunicación partiendo de la referencia, es el objeto al que representa o remite el mensaje. Y que continua con el emisor o codificador, proviene del latín (emisor) que significa emitir, manifestar y producir, es decir el emisor es aquel que emite determinado mensaje en un acto comunicativo, elige, selecciona y codifica los signos adecuados para transmitir de manera entendible el mensaje al receptor.

En el proceso de comunicación el código que es el sistema de signos y de reglas convencionales que permiten construir el mensaje, es el elemento que el emisor y el receptor deben compartir para el éxito de la comunicación. El cual por medio del mensaje, informaciones que el emisor envía al receptor, está formado por la totalidad de las ideas, datos, sentimientos o temas. Pueden ser unilaterales o bilaterales, dependiendo de si el mensaje llega o no de forma inmediata al receptor y de si se da o no comunicación recíproca. Estas características dependen de dos factores:

De la situación temporal o espacial en que se realiza el mensaje. (Libros o televisión). De la diferencia en el conocimiento del código por parte del emisor y el receptor, posiblemente por causas sociales o culturales.

Existen varios tipos de canal, es el medio por el cual se trasmite y se difunde el mensaje, mediante la comunicación se debe establecer el más

adecuado en el momento que lo estemos usando o por medio del receptor o decodificador, es el que recibe la información decodificada e interpreta el mensaje.

## **1.2.- Importancia de la Comunicación**

La comunicación es uno de los pilares fundamentales de cualquier tipo de relación humana, está ligada al aspecto biológico y a la supervivencia de los seres vivos, es crucial para el bienestar personal y ayuda a superar situaciones delicadas, expresar sentimientos y defender nuestros intereses.

En teoría, la asertividad es una forma de transmitir nuestros sentimientos positiva o inocuamente. La comunicación asertiva es un mensaje directo referente a nuestras necesidades y deseos ofrecidos a las personas adecuadas y debería contribuir a prevenir los malos entendidos y a corregirlos.<sup>4</sup>

La comunicación humana, es un proceso que implica reciprocidad dentro de la vida cotidiana, es una transferencia de información y cada individuo se convierte en un centro, fuente, portador y transmisor de información que trata de intercambiar e interactuar con los demás para tener una vida común.

## **1.3.- El diseño gráfico y la comunicación**

El diseño gráfico y la comunicación en el proceso de informar actúan de manera independiente, por ello el diseño desarrolla una variedad de códigos en donde el mensaje se regula a las condiciones de la comunicación concreta, así influenciar en la recepción del individuo.

El diseño, no es el objeto creado en sí, sino el proceso mental a través del cual se llega a él, y se debe establecer una coherencia entre el contenido, el significado del mensaje, y la forma, la ejecución del mismo, y se debe prestar importancia a lo que se quiere comunicar.

El diseño gráfico trabaja en la interpretación, el ordenamiento y la presentación visual del mensaje. Su sensibilidad para la forma debe ser paralela a su sensibilidad para el contenido.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> Díaz Loving, Rolando (2002). Psicología social de las Américas. Naucalpan: Pearson Educación. pág. 266

<sup>5</sup> Frascara, Jorge (2006). Diseño y comunicación. Buenos: Edición infinito, pág. 20.

De manera conjunta el diseño y la comunicación se relacionan con conceptos culturales o sociales con varias significantes y crear un enfoque así vincular a la sociedad y satisfacer necesidades del entorno.

El diseño se caracteriza por la planificación simbólica de los productos visuales donde la función específica, visual y estética, del producto permitirá el posicionamiento mental mediante el mensaje persuasivo y funcional en el individuo dependiendo de sus necesidades y requerimientos.

#### **1.4.- Comunicación Visual**

La comunicación visual son las formas de transferencias de mensajes y comunicados con la importancia de la comunicación visual en cuanto a objeto de orientación, conocimiento y desarrollo humano.

La comunicación visual es, pues, el sistema de transmisión de señales cuyo código es el lenguaje visual.<sup>6</sup>

La comunicación visual tiene como código específico al lenguaje visual, el cual comunica un significado por medio de símbolos visuales ya que ignora los límites del idioma, del vocabulario y de la gramática. La interpretación de un mensaje comprende dos niveles: El nivel semántico, denotado (lo que quiere decir) y el nivel sintáctico, connotado (como seduce estéticamente al decirlo).

El proceso de comunicación es correcto cuando el receptor asigna a la señal el mismo mensaje que el emisor quería transmitir. El punto de partida para la utilización de señales reside en el propósito del emisor de transmitir un mensaje; una particularidad especial de las señales consiste en que cada señal admite solo determinados mensajes, mientras que simultáneamente excluye otros. Sólo así será posible que el receptor pueda identificar el mensaje enviado por el emisor mediante una señal.

El elemento por el cual se recibe y registra las imágenes son los ojos, los cuales buscan imágenes complejas y sencillas, que ayudan a tener sentido del espacio y de esta manera crean en el individuo experiencias propias, el conocimiento es en realidad una interpretación de los estímulos de un dato

---

<sup>6</sup> Acaso, María (2009). El lenguaje visual. Barcelona: Editorial paídos. pág. 24.

del cual solo se capta fragmentos. Aprender a percibir, explorar y recolecta información que después serán los orígenes de la formación de conceptos y la solución de problemas.

## **2.- Diseño Gráfico**

### **2.1.- Conceptos Básicos**

Algunos autores consideran que el diseño gráfico surge al mismo tiempo que la imprenta sin embargo cabe destacar los hechos como la Revolución Francesa y la Revolución Industrial para el desarrollo del comercio y de la publicidad, que han influido en la evolución para lo que ahora es el diseño gráfico.

El autor Jorge Frascara explica que el diseño no es el objeto creado en sí, sino el proceso mental a través del cual se llega a él, y se debe establecer una coherencia entre el contenido, el significado del mensaje, y la forma, la ejecución del mismo, ya que se debe prestar importancia a lo que se quiere comunicar, tarea para la cual el emisor del mensaje los ha convocado.

Es importante recordar que aunque el diseño pudo verse siempre estéticamente es también un producto que se vende y se compra como cualquier otro. Sus precios deben reflejar los índices del mercado.<sup>7</sup>

Toda obra de comunicación visual nace de la necesidad de transmitir un mensaje específico, el diseño gráfico no es simplemente la creación de formas si no un creador de comunicaciones, construye mensajes con medios visuales, no es un creador de mensajes si no su intérprete que ha ido evolucionando con el transcurso de los años.

Los elementos básicos al combinarse van formando conceptos propios del diseño gráfico como el punto y la línea, encargándose de transmitir ideas que van hacer plasmadas en materiales impresos o digitales influyendo con los conceptos a nivel individual o grupal, conceptualizando e impactando para crear expectativa al receptor.

---

<sup>7</sup> Bridge, Walter Peter (2001). Introducción al diseño. Ciudad de México: Editorial trillas. pág. 10.

El diseño gráfico básicamente es una actividad bidimensional que consiste en la disposición de formas en una superficie, habitualmente plana, limitada por cuatro lados.<sup>8</sup>

Los procesos de decisión en la comunicación entre el diseñador y el cliente es crear una sensación de confianza mediante el uso del lenguaje tanto como sea posible, pero no todo es racional se debe pensar que las palabras no se leen si no que se ven, mediante las formas y las circunstancias que se las presentan.

El mensaje tiene que ser claro, para el destinatario del mensaje. Los códigos utilizados en el mensaje, deben ser compartidos por su destinatario y estar pensados en función a él mismo. Visto como actividad, el diseño gráfico, es la acción de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales, producidas en general por medios industriales determinados según señala Jorge Frascara.

El rol de las comunicaciones visuales no termina en su producción y distribución, sino en su efecto sobre la gente. La motivación para su creación y el cumplimiento de su propósito se centra en la intención de transformar una realidad existente en una realidad deseada.<sup>9</sup>

Por lo tanto el diseño gráfico debe cumplir con el proceso de comunicación debe transmitir el mensaje, tener un receptor se debe distribuir por un canal de información y para finalizar debe tener una retro alimentación, esto ayuda para saber si el mensaje esta correctamente enviado, al grupo objetivo correcto o si existe algunas falencias en dicho mensaje y así mejorarlo de alguno u otra manera.

## **2.2.- Elementos del diseño**

### **2.2.1.- Color**

El color es el elemento fundamental en el diseño gráfico, por lo que desempeña un papel fundamental en la toma de decisiones, donde el espectador percibe por medio de las imágenes un proceso visual de luz por

---

<sup>8</sup> Walton, Roger; Gillies, Keith; Heppell, Lindsey y Laing, John (1999). Haga usted mismo su propio diseño gráfico. Los Ángeles: Editorial Hermann Blume. pág. 19.

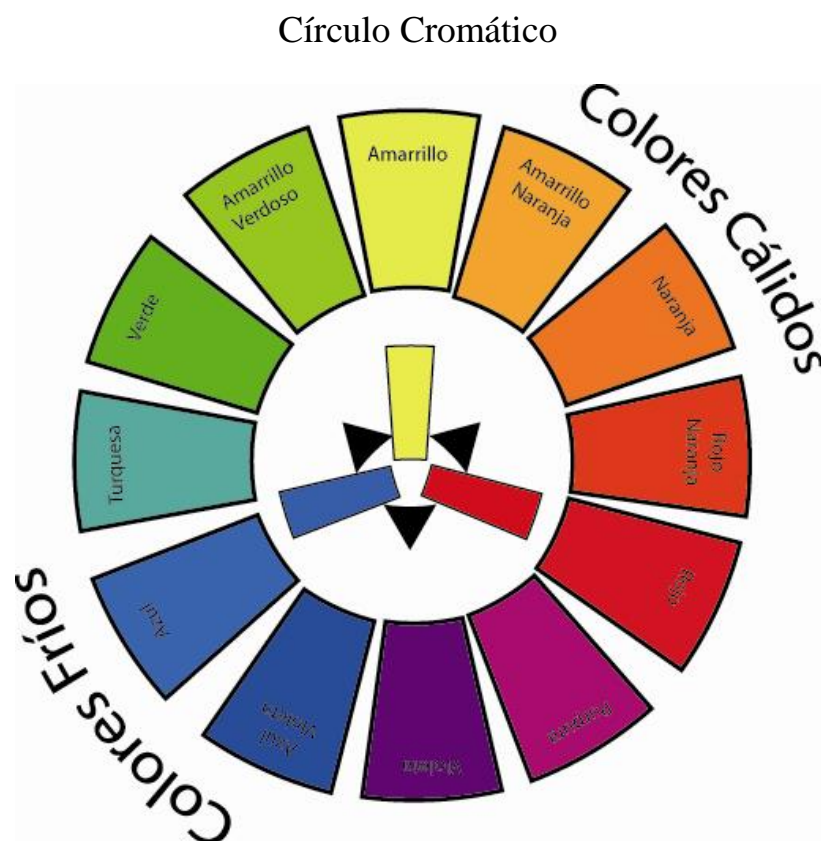
<sup>9</sup> Frascara, Jorge (2004). Diseño grafico para la gente: Comunicaciones de masa y cambios sociales. Buenos Aires: Ediciones Infinito. pág. 19.

el conjunto de ondas luminosas reflejado por la pigmentación de las distintas superficies.

Los colores determinados para un diseño no solo influyen en los aspectos psicológicos y emocionales, también ayudan a realizar los aspectos formales de un proyecto, en el lenguaje del color los signos son cromáticos y constituyen un elemento importante para la comunicación mediática.

El color así considerado es un elemento más del sistema gráfico, en pie de igualdad de las formas, las imágenes y los signos, sean tipográficos o icónicos.<sup>10</sup>

Cada color es un signo que tiene su propio significado como lo plantea el autor Joan Costa, el color genera un efecto individual en cada sujeto por ejemplo:



Creado por Marcelo Sánchez

**Naranja:** Representa el entusiasmo, la felicidad, la atracción, la creatividad, la determinación, el éxito, el ánimo y el estímulo. Es un color muy caliente, por lo que produce sensación de calor.

<sup>10</sup> Costa, Joan (2003). Diseñar para los ojos. La Paz: Grupo editorial design. pág. 57.

**Rojo:** El color rojo es el del fuego y el de la sangre, por lo que se le asocia al peligro, la guerra, la energía, la fortaleza, la determinación, así como a la pasión, al deseo y al amor. Es un color muy intenso a nivel emocional.

**Azul:** se suele asociar con la estabilidad y la profundidad. Representa la lealtad, la confianza, la sabiduría, la inteligencia, la fe, la verdad y el cielo eterno. Se le considera un color beneficioso tanto para el cuerpo como para la mente. Retarda el metabolismo y produce un efecto relajante. Es un color fuertemente ligado a la tranquilidad y la calma.

**Blanco:** expresa paz y pureza, creación luminosa de vacío y de infinito, es el “fondo Universal” de las formas gráficas. El blanco se asocia a la luz, la bondad, la inocencia, la pureza y limpieza.

**Negro:** Es un color sin resonancias. El negro representa autoridad, fortaleza, intransigencia. También se asocia al prestigio y la seriedad.

**Violeta:** es el símbolo de la templanza, lucidez y reflexión. Se asocia a la realeza y simboliza poder, nobleza, lujo y ambición. Sugiere riqueza y extravagancia. También está asociado con la sabiduría, la creatividad, la independencia, la dignidad.

**Verde:** Evoca la vegetación, el frescor acuático y el mundo natural. Representa armonía, crecimiento, exuberancia, fertilidad y frescura. Tiene una fuerte relación a nivel emocional con la seguridad.

**Gris:** Es un centro neutral y pasivo que simboliza la indecisión y la ausencia de energía. Expresa suda y cierta melancolía.

**Amarillo:** es el color más luminoso, cálido, ardiente y expansivo. Es el color del sol, de la luz y del oro, y como tal es violento, intenso y agudo, provoca alegría, estimula la actividad mental y genera energía muscular.

La semiótica del color se determina por dos componentes que son; el grado de iconicidad cromática que es la interrelación entre color y forma con lo que se representa en realidad; y la psicología de los colores, lo que la imagen expresa en su contexto y lo que representa cada color al identificar un elemento. Mediante este análisis se puede aplicar de mejor manera nuestra estructura del producto que se vaya a elaborar y mediante al grupo objetivo que se va a llegar, los colores son muy importantes para captar la



atención del usuario y del cliente, identificando los colores adecuados por medio de su característica que los diferencia sean colores fríos o cálidos.

### **2.2.2.- Imagen**

La imagen es una parte importante de la comunicación ya que estudia los sistemas culturales en la representación, construye imágenes significativas, donde crean una acción o representan un simbolismo.

La imagen así, la retórica de la imagen (o sea la clasificación de sus connotadores) es específica en la medida en que se encuentra sometida a las condiciones físicas de la visión pero es general en la medida, en que las figuras nunca son más relaciones formales entre elementos.<sup>11</sup>

El análisis de la imagen es una representación visual y mental se asemeja a la realidad por su entorno, las imágenes pueden crearse en fusión a su contexto y estructura, mediante las necesidades de su entorno.

### **2.2.3.- Tipografía**

La tipografía es fundamental para una estructura gráfica como digital por la capacidad de complementar textualmente el significado de la imagen y para complementar la dimensión semántica que es la relación de la imagen con su significado.

La composición tipográfica publicitaria es el arte de seleccionar el tipo de letra idóneo para un determinado comercial. La computadora y los sofisticados programas de software producen una organización permanente y un mundo infinito en el diseño de tipos de letras que comunican más eficazmente el mensaje de un producto o servicio.<sup>12</sup>

La tipografía dentro del mensaje es un elemento diferenciador mediante su tratamiento adecuado puede marcar la diferencia en el concepto, por busca de mayor respuesta del receptor, tomando en cuenta las diferentes fuentes y familias tipográficas que nos ayudara a marcar la diferencia como la legibilidad, claridad y tamaño utilizado dando un carácter propio.

---

<sup>11</sup> Barthes, Roland (1982). Lo obvio y lo obtuso: Imágenes, gestos y voces. Barcelona: Editorial Paidós. pág.51

<sup>12</sup> Figueroa, Romeo Antonio (1999). Cómo hacer publicidad: Un enfoque teórico y práctico. Monterrey: Editorial Pearson educación. pág. 159.

### 2.3.- Diseño gráfico y su evolución histórica

El diseñador gráfico trabaja en la interpretación, el ordenamiento y la presentación visual de mensajes a la vez se ocupa de la efectividad, la belleza y la economía de los mensajes, este trabajo tiene que ver con la planificación y estructuración de las comunicaciones.

Diseñar es una actividad abstracta que implica coordinar factores materiales y humanos, traducir lo invisible en visible. Incluye juicios de valor, toma de decisiones, aplicaciones y adquisiciones de conocimientos.

Se llama diseño gráfico a la transformación de ideas y conceptos en una forma de orden estructural y visual. Es el arte de hacer libros y revistas, anuncios, envases o folletos.<sup>13</sup>

El diseño gráfico es un complemento de varios conocimientos que se van organizando mediante la necesidad a la que se plantea con disciplina intelectual, estética y práctica que relaciona todos los niveles de la actividad humana y requiere de poder de análisis, sensibilidad visual y conocimiento para poder crear un vínculo comunicacional.

Mediante este proceso y las nuevas tecnologías el diseño gráfico se ha ido acoplado a los cambios para así mejorar de manera notable con lo que se va a crear de una manera fácil y rápida.

Si examinamos la evolución del diseño en los últimos ciento cincuenta años, salta a la vista que hoy los diseñadores se encuentran con un desafío, no a su capacidad si no a su integridad. Sin embargo hay en todos lados una inquietante cantidad de diseñadores que parecen contentarse simplemente con permanecer indiferentes al problema.<sup>14</sup>

Mediante el proceso de evolución que tiene el diseño gráfico siempre es indispensable la buena observación es una de las técnicas que ayuda a que el diseño siga teniendo un debido y correcto equilibrio entre los elementos que se utiliza e integrando más elementos que pueden ser distintos al mismo para que pueda tener una correcta comunicación.

---

<sup>13</sup> Walton, Roger; Gillies, Keith; Heppell, Lindsey y Laing, John (1999). Haga usted mismo su propio diseño gráfico. Los Ángeles: Editorial Hermann Blume. pág. 9.

<sup>14</sup> Bierut, Michael (2001). Fundamentos del diseño gráfico. Buenos Aires: Editorial Infinito. pág. 194

## 2.4.- Diseño Gráfico y sus nuevas tecnologías

Conforme van avanzando las tecnologías el diseño gráfico ha ido acoplándose de mejor manera, haciéndolas parte de sus herramientas y así mejorando los servicios e irse actualizando constantemente, la actividad tecnológica influye en el proceso social y económico, con el conjunto de conocimientos técnicos ordenados científicamente.

Conjuntamente el diseño gráfico y las nuevas tecnologías permiten diseñar bienes o servicios facilitando las necesidades de las personas y adaptándolas a un medio nuevo y desconocido, pero partiendo de una gran base de conocimientos y técnicas tradicionales, que ayuden en el proceso de configuración y desarrollo de las ideas.

El mejoramiento de acceso de la información para ancianos, para las personas con problemas visuales o de aprendizaje, el diseño de materiales didácticos para la erradicación del analfabetismo total y funcional.<sup>15</sup>

La creación de nuevas tecnologías, las cuales en algunos casos son creadas exclusivamente para los diseñadores pero en otros casos el diseñador las a adaptado y usado para su conveniencia así como el escáner, dispositivo que sirve para transformar las imágenes, materiales impresos en digitales. Otros dispositivos puede ser el lápiz óptico, que facilita la ilustración para los trabajos de diseño.

Las nuevas tecnologías tienen un cambio importante en la forma de abordar los proyectos de diseño gráfico, permite una colaboración más estrecha entre diseñadores y receptores, cambiando los soportes y códigos visuales aparece el sonido, el movimiento y tiempo surgiendo la interactividad, siendo un sistema de multimedia aplicando en toda su extensión.

En pocas palabras, un buen diseño es la mejor expresión visual de la esencia de “algo”, ya sea estoy un mensaje o un producto. Para hacerlo fiel y eficazmente, el diseñador debe buscar la mejor forma posible para que ese “algo” sea conformado, fabricado, distribuido, usado y relacionado con su ambiente. Su creación no debe ser solo estética sino también funcional, mientras refleja o guía el gusto de su época.<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup> Frascara, Jorge (2004). Diseño grafico para la gente: Comunicaciones de masa y cambios sociales. Buenos Aires: Ediciones Infinito. pág. 51.

<sup>16</sup> Wong, Wucios (1992). Fundamentos del diseño bi- y tri- dimensional. Barcelona: Editorial Gustavo Gili S.A.pág.11.

No se puede ignorar que las nuevas tecnologías han ayudado al diseño gráfico para poder llegar de mejor manera con su mensaje, por lo cual se debe enfocar principalmente en el problema y definirlo claramente para plantearse diversas soluciones al mismo, estableciendo así el medio adecuado para la distribución del mismo e ir de la mano con la tecnología apropiada.

Por lo tanto mediante a las nuevas tecnologías que se centran en el proceso de comunicación y se representan en tres aéreas como son: la informática, la telecomunicación y el video. El manejo adecuado de las herramientas y el diseño gráfico va a mejorar la comunicación para que sea más impactante al usuario o grupo específico que va dirigido el su mensaje cumpliendo con el proceso adecuado al momento de comunicar.

## **2.5.- Diseño Gráfico en la sociedad y su responsabilidad social**

El diseño gráfico en la sociedad cumple una función muy importante que es la de comunicar que a su vez deriva en un cierto aprendizaje, ya que su función es de dar forma a los mensajes, implementando elementos de comunicación visual para generar códigos comunicacionales destinados a fomentar una respuesta en el receptor. Las personas con el transcurso de los años cada vez con nuevas formas de pensar cambian, es por eso que el diseño debe ir acoplándose y evolucionar a estos cambios que surge la sociedad.

Los diseñadores deben conocer las situaciones sociales en que trabajan y a las que contribuyen y tomar posiciones conscientes para definir el futuro de la profesión, para que esto suceda deberá en cierto modo cambiar su rol y desarrollar nuevas herramientas.<sup>17</sup>

Los diseñadores gráficos pueden proveer una construcción con la claridad, efectividad, la viabilidad del creciente flujo de informaciones visuales y dar forma a los mensajes tomando en cuenta una serie de responsabilidades ya que se dirigen a la gente estos mensajes tiene una importante función social.

---

<sup>17</sup> Frascara, Jorge (2004). Diseño grafico para la gente: Comunicaciones de masa y cambios sociales. Buenos Aires: Ediciones Infinito. pág. 51.

El diseñador debe mirar al diseño gráfico con otra perspectiva, el propósito de esta disciplina es dar más valor a un diseño, en donde el diseño sea más valorado por la sociedad en sus conocimientos y proceso social.

Somos diseñadores gráficos, fotógrafos, y comunicadores visuales que nos hemos criado en un mundo en el cual las técnicas publicitarias y sus medios se nos han presentado de manera insistente como el lugar más creativo, más eficiente y deseable donde utilizar nuestros talentos.<sup>18</sup>

Los diseñadores tienen responsabilidades y compromiso con la sociedad ya que esta en sus manos el ayudar a crear y comunicar mensajes de forma ética y socialmente adecuada y va a depender del contexto donde sea utilizado.

### **3.- Diseño Corporativo**

El diseño corporativo es la representación de la idea o el concepto, encargándose de transmitir la visión de la empresa a través de sus productos o imagen corporativa. El diseño debe ocupar un puesto relevante englobando el proceso de comunicación y teniendo la capacidad de evolución identificándose a primera vista.

El diseño corporativo integra las complicadas características y los logros de una personalidad corporativa y los convierte en una declaración visual memorable, uniforme y creíble.<sup>19</sup>

Es indispensable para el desarrollo de cada empresa establecer una identidad corporativa mediante el establecimiento de los procesos de diseño gráfico, estructurando todos los elementos necesarios para la creación del mismo con los requerimientos de cada usuario satisfaciendo las necesidades de la empresa.

El objetivo de cualquier tipo de corporación, una vez definida claramente su identidad y cuyos productos/servicios están en consonancia con ella, es lograr esa imagen positiva que la coloque en situación preferente del público.<sup>20</sup>

---

<sup>18</sup> Pelta, Raquel (2003). Lo primero es lo primero: Diseño y responsabilidad social. Barcelona: Paídos.pág.67.

<sup>19</sup> Escrito por varios autores (2008). El pequeño sabelotodo: Sentido común para diseñadores. Barcelona: Indexbook. pág.240

<sup>20</sup> Costa, Joan y Segalés, Solá (2009). DirCom: Estratega de la complejidad. Barcelona: Editorial universidad Autónoma de Barcelona. pág. 111.

Se debe tomar en cuenta que el diseño corporativo tenga los elementos gráficos y sus normas de aplicación con el fin de ser una herramienta eficaz para examinar todos los aspectos que garantizan a coherencia en la identidad de la empresa.

La coherencia de las aplicaciones del diseño corporativo ayuda a la comprensión de la filosofía de la empresa y a percibir el carácter diferenciador e innovador. Así el impacto se consigue desde la marca de la empresa, el catalogo, el logotipo de cada una de las líneas de los productos, el tratamiento de las fotos, tanto de los productos como de los niños, el diseño de packaging y de los displays, etc.<sup>21</sup>

Al diseñar la identidad corporativa se debe recordar que es el alma de la empresa que se quiere mostrar, para transmitir todo lo que constituye, para lo que fue creada, los logros que aspira, en fin un grupo de ideas transformadas en imágenes que representen lo que es y lo que representa una empresa.

Uno de los principales elementos con los que debe contar una compañía para definir su identidad corporativa es la marca, esta será desde el momento en que se lo establezca, la cara visible de la marca y lo que todos los clientes observarán cuando quieran entrar en contacto con ella.

El diseño corporativo el trabajo del estudio abarca la estrategia de comunicación y naming, el diseño de marca y sus aplicaciones a diversos soportes, igualmente desarrolla proyectos de video institucional y corporativo desde el concepto inicial hasta el producto acabado (briefing, guión, rodaje, edición y posproducción).<sup>22</sup>

El diseño corporativo como el autor lo menciona es el que crea vínculos con la empresa y el usuario mediante su idea básica de lo que es y de lo que hace mediante su grafica que se ve presente en todos sus productos de una manera adecuada para que tenga una buena percepción.

### **3.1.- Identidad Corporativa**

La identidad corporativa muestra una conceptualización dirigido a un elemento gráfico, como logotipo o formas de simbolismos utilizados por instituciones que lo representa ante el público tanto de manera interna

---

<sup>21</sup> García, Beatriz y Songel, Gabriel (2004). Factores de innovación para el diseño de nuevos productos. Valencia: Editorial Universidad Técnica de Valencia, pág. 261

<sup>22</sup> Costa, Joan (2005). Identidad televisiva en 4D. La Paz: Editorial grupo design. pág.131

como externa según su estructura, filosofía y políticas, que está vinculada al conjunto de atributos y valores que posee mediante los métodos, técnicas y aspectos relevantes que la marca tendría para diferenciarse.

La identidad corporativa es el término más utilizado para definir el programa de comunicaciones y cambio que emprende una empresa en colaboración con un consulting externo. La identidad de una organización es la percepción que se tiene de una misma algo muy parecido al sentido que una persona tiene de su propia identidad.<sup>23</sup>

La identidad corporativa, también conocida como identidad visual siendo el manifiesto físico de la marca, permite dar una única imagen algún servicio u producto, aportando coherencia entre sus elementos, definida por un sistema de elementos gráficos mostrando seriedad y confianza a las personas o a sus usuarios, siendo identificado y diferenciado por sus clientes de otras empresas que presten los mismos servicios.

Podríamos definir a la identidad corporativa como el conjunto de elementos que componen la realidad objetiva de cualquier organización y que pueden potenciarse a través de los aspectos que configuran esta identidad corporativa<sup>24</sup>

La identidad corporativa adquiere una importancia fundamental convirtiéndola en un identificador para los empleados y de igual manera los clientes por medio de esta identidad establecida aseguran la estabilidad y el futuro de la empresa, haciendo referencia a los diferentes elementos que una empresa, una marca o una compañía utiliza, los elementos van desde lo más fundamental como es el logo hasta elementos más complejos como formas de negociar, actuar, de cómo reaccionar en determinadas situaciones, etc. Estos elementos en conjunto son lo que componen la identidad corporativa

La se basa en la realidad de la propia empresa, incluye su historia, sus creencias, la personalidad de sus dirigentes sus valores éticos, su cultura y sus estrategias. Responde a preguntas como ¿Qué somos? ¿Qué hacemos? ¿Cómo hacemos? ¿Cómo lo presentamos? ¿Cómo queremos que se perciba? Su respuesta ah de diferencia a la empresa del resto de la competencia y ah de transmitirse de una manera coherente y a lo largo de los tiempos a todos sus públicos, a través de las diferentes formas de comunicación utilizada.<sup>25</sup>

<sup>23</sup> Ind, Nicholas (1990). La imagen corporativa. Madrid: Editorial Días de Santos. pág. 3

<sup>24</sup> Enrique, Ana María; Madroñero, Gabriela; Morales Francisco y Soler, Pere (2008). La planificación de la comunicación empresarial. Barcelona: Servei de Publicacions. pág. 102.

<sup>25</sup> García, Mariola (2008). Las claves de la publicidad. Madrid: Esic Editorial. pág. 119

En síntesis la identidad corporativa hace referencia al concepto estratégico para posicionar a una empresa o a una marca integrando la estrategia establecida para que sea manejada conscientemente a su institución y representarla en el mercado.

### **3.2.- La Marca**

La marca es un nombre, un término, una señal, un símbolo, un diseño, que identifica a un producto o servicio de una empresa, y que los diferencia de los competidores. La marca es lo que le garantiza situándolo en un plano superior, al construir una verdadera identidad y relación emocional con los consumidores además del principal identificador del producto.

La marca es, objetivamente un signo sensible, al mismo tiempo signo verbal y signo visual. En una primera aproximación, la marca es, pues una moneda de dos caras. O un doble signo.<sup>26</sup>

La marca se ha convertido en una herramienta estratégica dentro del entorno actual al que se ha pasado de comercializar productos a vender sensaciones y soluciones, lo que pasa inevitablemente por vender no sólo los atributos finales del producto, sino los intangibles y emocionales del mismo. En la actualidad la marca se aplica no solo a bienes y servicios de consumo si no también a entidades públicas, organizaciones benéficas, personas, etc. Hoy todo es marca por eso es la importancia del mismo.

La identidad de la marca es un conjunto único de asociaciones que el estratega a crear o mantener. Estas asociaciones representan la razón de ser de la marca implicando una promesa de los integrantes de la organización a los clientes. La identidad de marca debe contribuir a establecer relaciones entre la marca y el cliente mediante la generación de una proposición de valor que involucre beneficios, funciones, emociones o de auto expresión.<sup>27</sup>

La marca debe cumplir con los siguientes principios actitud, presencia, universalidad, capacidad de ser reconocido, coherencia y viabilidad económica. La estructura visual de una marca comprende

---

<sup>26</sup> Costa, Joan (2004). La imagen de la marca. Barcelona: Ediciones Paidós. pág. 18

<sup>27</sup> Aaker, David (2000). Construir marcas poderosas. Barcelona: Ediciones Gestión. pág. 71





Creado por Marcelo Sánchez

El logotipo Es un diseño tipográfico distintivo, un tipo de letra característico que identifica y personaliza una marca o empresa. Que se estructura también de un Isotipo que es un elemento gráfico- pictórico que sintetiza visualmente a la marca. El Isotipo constituye un símbolo único distintivo; un elemento visual que ayuda a la recordación e identificación en la mente del consumidor.

El Isologotipo es la identidad visual de la marca está representada por una fusión de tipografía (logotipo) y un elemento gráfico (Isotipo), que al implementar el eslogan, es lo que acompaña a la marca, pero la marca tiene una propia identidad que es asociada con estereotipos para que el receptor se identifique con ésta.

### **3.3.- Imagen Corporativa**

La imagen corporativa llega a entenderse como el público reconoce o ve a una identidad en sus aspectos globales y sus actividades, llagando a verla como un elemento de la sociedad y no solamente como un elemento económico.

La imagen corporativa se puede definir como una evocación o representación mental que conforma cada individuo, formada por un cúmulo de atributos

referentes a la compañía; cada uno de estos atributos puede variar, y puede coincidir o no con la combinación de atributos ideal de dicho individuo.<sup>28</sup>

La imagen corporativa busca una representación clara y definida de una entidad, organización o empresa diferenciando así en el mercado mediante la recepción de sus cualidades y características de la compañía, el producto y la publicidad. La imagen corporativa tiene el sentido amplio de todo lo que es percibido por el público y que lo relaciona con la empresa y ayuda a mejorar la imagen que la percibe.

La imagen corporativa de una organización es uno de sus importantes elementos de ventas, un elemento definitivo de diferenciación y posicionamiento, la manera por la cual transmite quién y qué es, qué hace y cómo lo hace. Tiene que estar impreso en todo aquello que involucre a la empresa para darle cuerpo, repetir su imagen y posicionarla en el mercado.<sup>29</sup>

La elaboración de la imagen corporativa abarca varios recursos para optimizarlos con elementos necesarios como son la papelería, publicidad, uniformes, envases, etc. Que se transformaran en la personalidad de la empresa marcando un posicionamiento en ella. Las imágenes que presenta la empresa tienen una gran influencia en el éxito global ya que es el elemento definitivo para representarla.

Esta tiene el poder de transmitir sentimientos hacia el público, dependiendo de cómo se quiere mostrar y como quiere llegar visualmente, y de tal manera seducir al consumo.

La imagen será, pues, una representación, una puesta en escena actual, vivencial, de un objeto o persona. Es un soporte de comunicación visual que materializa un fragmento del mundo perceptivo, esta es quizás, la noción más popular sobre la imagen corporativa: ella es lo que se ve de una empresa o persona.<sup>30</sup>

Podemos decir que la imagen corporativa es la que representa a un grupo específico en el mercado puesto que la imagen que emite está ubicada en la mente de la gente, por la información que se ha ido almacenando a través del tiempo, manteniendo a la empresa en permanente comunicación con el público.

---

<sup>28</sup> Sánchez Herrera, Joaquín y Pintado Blanco, Teresa (2009). Imagen corporativa: Influencias en la gestión empresarial. Madrid: Esic Editorial, pág. 18

<sup>29</sup> Lucio Mera, Elena (2005). Presentaciones e imagen. Madrid: Editorial ideas propias. pág. 3

<sup>30</sup> Capriotti, Paul (1999). Planificación estratégica de la imagen corporativa. Barcelona: Editorial Ariel. pág. 19

## **4.- Diseño Editorial**

El diseño editorial es la rama del diseño gráfico que se especializa en la diagramación y composición de texto e imagen, contenida en distintas publicaciones como: libros, revistas y periódicos, creando una unidad armónica que permita expresar sus mensajes teniendo en cuenta las condiciones de impresión ligándole al concepto que lo define.

### **4.1.- Breve historia del diseño editorial**

A la hora de escribir se utilizaron primero placas regulares de arcilla o piedra a mediados del siglo XV. Luego, se emplearon rectángulos de papiro para los manuscritos, y ya para entonces se estableció escribir siguiendo líneas rectas y márgenes. La historia sobre la elaboración de libros se remota al comienzo de la comunicación gráfica, en este proceso se empezó con la escritura rudimentaria hasta llegar al proceso de impresión, para desarrollarse en la industria editorial.

Los primitivos grabados o símbolos en las piedras que se encontraron, definitivamente constituyeron el principio de los primeros alfabetos que dieron origen a los nacientes códices, que no son otras cosas que los libros en formas de hojas atadas, algo diferente a los rollos de papiro que se produjeron con anterioridad.<sup>31</sup>

El diseño editorial empieza su desarrollo a partir del Renacimiento con la invención de la imprenta de tipos móviles por Johannes Gutenberg, que produjo una revolución cultural. Se puede afirmar que ya desde tiempos antiguos el hombre recurrió a distintas formas de impresión para conservar la información por escrito.

El estudio del diseño editorial observa, la forma, el formato, efectividad y funcionalidad del medio para transmitir un mensaje. No solo es importante el contenido de un artículo u historia, todos los elementos de diseño y producción determinan que tan bien recibido es nuestro mensaje.<sup>32</sup>

Mediante a los aportes de la Bauhaus, escuela alemana de diseño, arte y arquitectura creada en 1919, en el siglo XX hubo una renovación en el

---

<sup>31</sup> Villamizar, Juan Carlos (2007). Taller de diseño editorial. Bogotá: Taller cinco publicaciones. pág. 7

<sup>32</sup> L. D. G. Manjarrez de la Vega, Juan José (2010). Introducción al diseño editorial. Licenciatura en diseño gráfico. Universidad de Londres. pág. 3

diseño editorial. El cual se estableció el uso asimétrico de la retícula esta propuesta ayudo a salir de la monotonía en los diseños.

Actualmente el diseño editorial ha adquirido una gran importancia y se va desarrollando progresivamente debido a competencia que existe entre los medios gráficos y audiovisuales. Los productos se deben mostrar con una diagramación atractiva para sobresalir de los de más y para que tenga una mayor importancia en medios de comunicación.

El diseño editorial es fundamental, dado que el mundo actual presenta una cantidad enorme de estímulos visuales, para que el lector potencial de una publicación se convierta en un comprador real. Hay que prestar atención al diseño exterior de la publicación ya que es determinante para que una persona se decida o no por una publicación. Si bien el contenido es fundamental, el éxito en el mercado editorial depende en gran medida del diseño externo de una publicación, ya que éste puede hacerla sobresalir por sobre otros textos.

La pretensión del diseño editorial es diseñar obras difundirlas, comunicar eficientemente unas ideas a través de unas tipografías, colores, formas y composiciones que muestren una relación inequívoca del contenido con el continente.<sup>33</sup>

El diseño exterior es la llave de acceso al contenido, por ello es de gran importancia una gráfica que responda al mensaje que se transmite en el texto. Es necesario que el diseño esté pensado en función de un sector claramente delimitado de público al que se dirige la publicación, para llamar su atención teniendo en cuenta sus características sociales, culturales y genéricas.

Un buen diseño editorial consiste en lograr la coherencia gráfica y comunicativa entre el interior, el exterior y el contenido de una publicación.

## **4.2.- Elementos del Diseño Editorial**

### **Plantilla y Estilo**

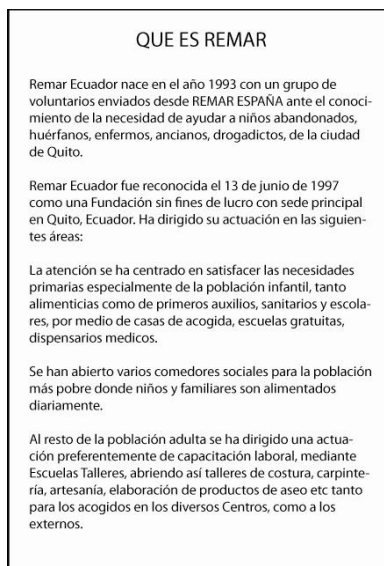
Los productos impresos como las revistas, periódicos y los libros deben diseñarse con una estructura armónica, el área total de la que se dispone

---

<sup>33</sup> Zanón, David Andrés (2007). Introducción al diseño editorial. Madrid: Visión Net. pág. 9

para realizar un diseño. Incluye los márgenes y la caja tipográfica. Los clasifica según la cantidad de columnas que se incluyan como por ejemplo:

**Formato de una columna:** se utiliza para los libros; en general se muestra sólo texto o sólo imagen.



Creado por Marcelo Sánchez

**Formato de dos columnas:** facilita la combinación de textos e imágenes.



Creado por Marcelo Sánchez

Formato de tres columnas: ofrece muchas posibilidades para combinar imágenes y textos de diferentes tamaños.

## QUE ES REMAR



Remar Ecuador nace en el año 1993 con un grupo de voluntarios enviados desde REMAR ESPAÑA ante el conocimiento de la necesidad de ayudar a niños abandonados, huérfanos, enfermos, ancianos, drogadicitos, de la ciudad de Quito. Remar Ecuador fue reconocida el 13 de junio de 1997 como una Fundación sin fines de lucro con sede principal en Quito, Ecuador. Ha dirigido su actuación en las siguientes áreas:

Se han abierto varios comedores sociales para la población más pobre donde niños y familiares son alimentados diariamente. varios comedores sociales para la población más pobre donde niños y diariamente.

Al resto de la población adulta se ha dirigido una actuación preferentemente de capacitación laboral, mediante Escuelas Talleres, abriendo así talleres de costura, carpidos Centros, como a los externos.

Remar Ecuador nace en el año 1993 con un grupo de voluntarios enviados desde REMAR ESPAÑA ante el conocimiento de la necesidad de ayudar a niños abandonados, huérfanos, enfermos, ancianos, drogadicitos, de la ciudad de Quito. Remar Ecuador fue reconocida el 13 de junio de 1997 como una Fundación sin fines de lucro con sede principal en Quito, Ecuador. Ha dirigido su actuación en las siguientes áreas:

Creado por Marcelo Sánchez

Formato de cuatro columnas: generalmente se utiliza en periódicos y revistas dado que facilita la composición cuando hay mucho texto.

## QUE ES REMAR

Remar Ecuador nace en el año 1993 con un grupo de voluntarios enviados desde REMAR ESPAÑA



Remar Ecuador nace en el año 1993 con un grupo de voluntarios enviados desde REMAR ESPAÑA



Se han abierto varios comedores sociales para la población más pobre donde niños y familiares son alimentados diariamente. varios comedores sociales para la población más pobre donde niños y diariamente.

diariamente. Se han abierto varios comedores sociales para la población más pobre donde niños y familiares son alimentados diariamente.

diariamente. Se han abierto varios comedores sociales para la población más pobre donde niños y familiares son alimentados diariamente.

diariamente. Se han abierto varios comedores sociales para la población más pobre donde niños y familiares son alimentados diariamente.

drogadicitos, de la ciudad de Quito. Remar Ecuador fue reconocida junio de ción actuación en las siguientes áreas:



drogadicitos, de la ciudad de Quito. Remar Ecuador fue reconocida junio de ción actuación en las siguientes áreas:



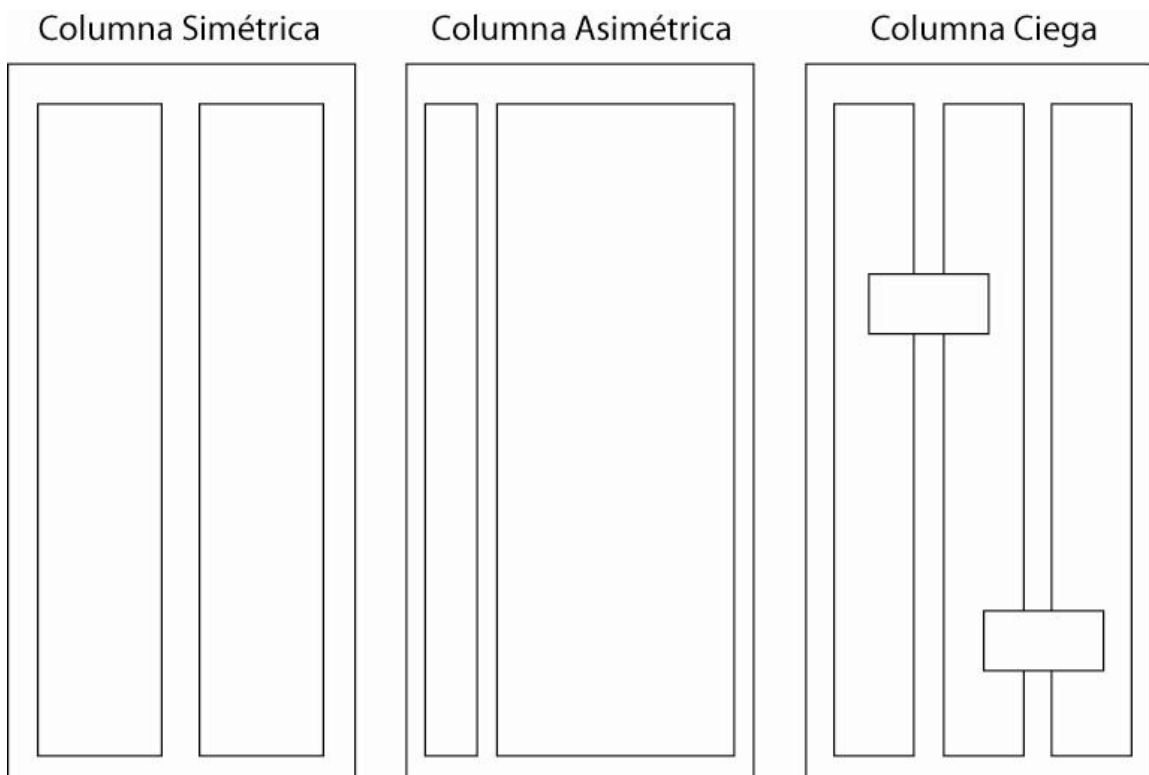
Creado por Marcelo Sánchez

Se puede encontrar distintos tipos de columna como son:

Columna simétrica.- Sus dos columnas tienen las mismas medidas

Columna asimétrica.- Donde sus dos columnas son distintas

Columna ciega.- Donde se puede encontrar dentro de estas columnas un párrafo que se destaca de los demás.



Creado por Marcelo Sánchez

### **Ritmo y contraste**

Los libros requieren cambios de ritmo, aunque necesitan menos dinamismo. Los lectores siguen una pauta más lógica y recorren la publicación de principio a fin. Si la publicación cuenta con varias páginas el diseñador puede utilizar textos introductorios y espacios en blancos para crear dramatismos con encabezamientos y titulares. Se debe intentar crear un estilo con una identidad visual.

El ritmo y el contraste son aspectos esenciales para mantener el interés del lector. En libros es esencial poder dirigir el ojo hacia los distintos

elementos de información. El ritmo estará dictado por el contenido y el espacio disponible, y está en estrecha relación con el contraste.

Para lograr un buen ritmo con contraste es necesario planificar el diseño en su conjunto. Elaborar un boceto esquemático que muestre el número total de páginas de la publicación, este boceto ofrece una visión rápida de la maquetación de todo el material a la vez indica que textos con argumentos complejos necesitan un ritmo más lento, una tipografía más limpia y clara, mientras que mensajes estratégicos requerirán imágenes más audaces y vivas para llegar al lector.

### **Legibilidad**

La legibilidad ayuda para que el mensaje que se está transmitiendo al lector sea visible es sumamente importante tener en cuenta que los textos y las imágenes mostradas en la página sean cómodos para el lector y poder leerlo sin dificultad, para hacerlo debemos tomar en cuenta los siguientes elementos que el autor David Zanón Andrés plantea:

La tipografía es parte de la información que se va a mostrar en nuestro diseño y debe estar acorde al estilo que se plantea, la tipografía debe ser clara y legible, y que debe contrastar con el color el cual es muy importante ya que depende mucho para su legibilidad por que debe existir contraste para que no se pierda el texto que se está mostrando, buscando variaciones de color tomando en cuenta el contraste.

El cuerpo tipográfico depende mucho del interlineado, el ancho de las columnas y la cantidad de texto, el tamaño tipográfico puede estar entre 8 y 11 – 12 puntos, dependiendo el tipo de letra seleccionado y a quien está dirigido. Que tiene que guardar armonía con la imagen el cual es otro elemento importante es la imagen ya que se debe seleccionar dependiendo los siguientes aspectos:

Las funciones son la implementación de las imágenes son importantes ya que ayuda a reforzar, explicar y ampliar la información mediante el lenguaje visual manteniendo una coherencia con el texto. Las imágenes van ayudar al lector a ya que los enganchan o atraen su atención y dando oxigenación a la lectura facilitando su legibilidad y su proceso de comunicar.



La descripción ayuda a las imágenes ya que siempre deben estar utilizadas acorde al texto que lo está reforzando generando puntos de atracción, el diseñador decidirá en qué modo ubicar las imágenes según el significado que se le vaya a dar. Y tener en cuenta si se va a implementar fotografías o ilustraciones ya que las imágenes a utilizar son varias como fotografías e ilustraciones, las fotografías son utilizadas para dar realismo; ya que se muestran escenas reales, estas se pueden mostrar en las revistas y en los periódicos ahí las fotos explican visualmente la noticia.

En los libros podemos encontrar historias donde las imágenes tienen el valor de documentos o testimonios, por lo cual debemos tener en cuenta para qué son las imágenes que se utilizan porque para cada producto puede tener diferente significado. Y las ilustraciones se incluyen por su valor estético y creativo, se caracterizan por la originalidad y expresividad, y tienen el poder de llamar más la atención, son de gran ayuda en los textos infantiles expresando distintas emociones según la composición que tenga.

El espacio en blanco ayuda a la oxigenación del texto mostrando libertad y claridad al lector, sirven también como descanso y pausa en la lectura, y como formas de equilibrar la composición mediante las cajas tipográficas podemos tener mayor oxigenación ya que define el espacio donde se va a implementar el texto y mediante los márgenes superiores, inferiores, izquierdo y derecho se delimita el sector que se imprimirá, estas dimensiones se establecen depende el tipo producto que se realice o las necesidades que se tengan, teniendo en cuenta los tipos de terminados que se vayan a utilizar porque eso determina la capacidad de apertura de páginas.

El interletraje es el espacio que existe entre las letras, tiene un estándar establecido para poder aptar mejor el texto pero se lo puede modificar para generar texturas diferentes tomando en cuenta también el interlineado es lo que muestra la cantidad de espacio entre líneas, estas cantidades está establecido el espacio que se establece para las cantidades ascendentes como el trazo de la letra k y descendentes como la letra p, el espacio de las líneas no debe ser muy pequeña ya que el lector no podrá diferenciar una línea de la otra.

Y los márgenes son los espacios en blanco que tienen la función de separar a los elementos de la composición, permite una lectura agradable y facilita los procesos de encuadernación para que no exista ningún problema a la

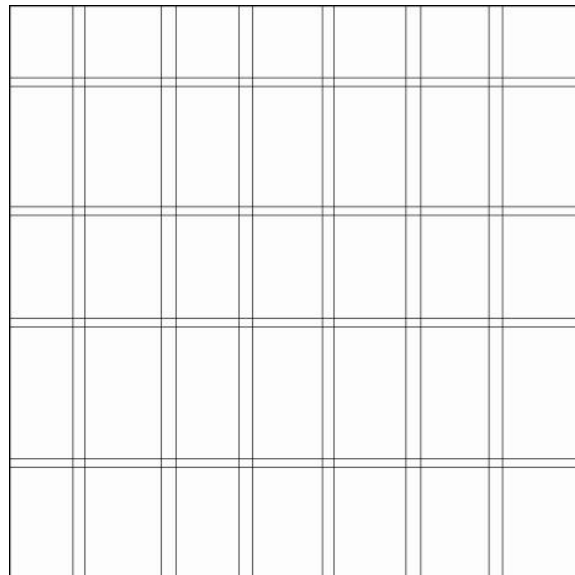
hora de cortar o engrampar los textos, los márgenes son: superior, inferior, izquierdo y derecho.

### 4.3.- Retícula

La retícula es un esquema que permite subdividir el campo visual dentro de la caja tipográfica en campos o espacios más reducidos a modo de reja.

La retícula divide al área para el texto en un número de subdivisiones proporcionadas que ofrecen una estructura visual en la que se basa el diseño. La retículas que se componen de tres, cuatro, cinco y seis columnas permiten la utilización de cualquier material, cuantas más unidades tenga la retícula, mayor flexibilidad para acomodar cajas de texto, pies de imagen.

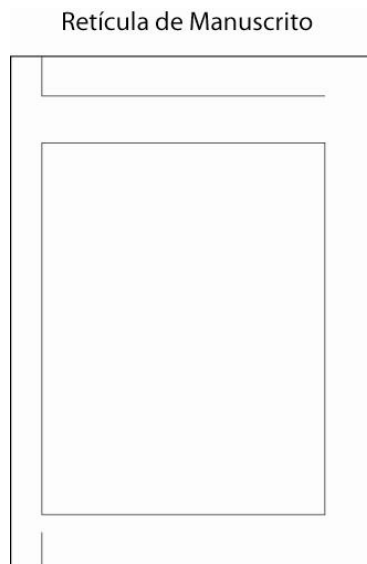
Esta debe tener controles verticales, los cuales permiten estructurar la página en vertical y ordenar mejor el material. Las cabeceras, subcabeceras, pies y números de páginas deben tener posiciones fijas para dar continuidad de conjunto.



Creado por Marcelo Sánchez

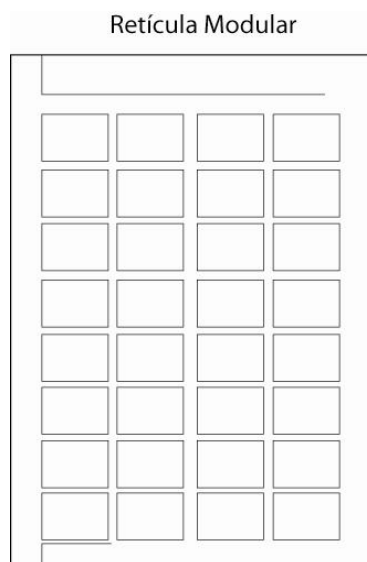
### Tipos de Retícula

Las retículas más importantes a la hora de trabajar son:



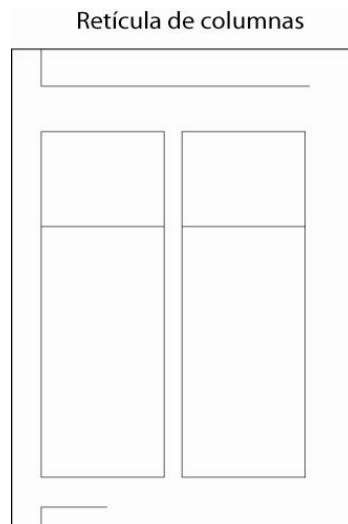
Creado por Marcelo Sánchez

Estructura de base rectangular, ocupa la mayor parte de una página. Acoge textos largos y continuos, tiene una estructura principal (margen y texto) y estructuras secundarias que se definen otros detalles como folio, título de capítulo, notas de pie, numeración, etc.



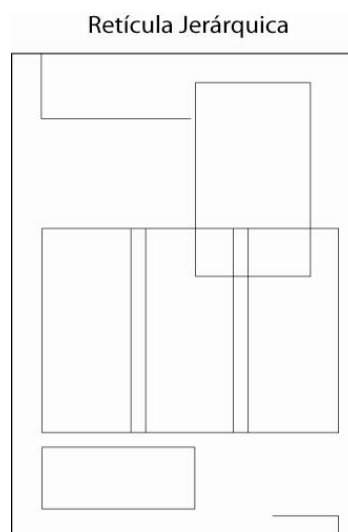
Creado por Marcelo Sánchez

Sirve para proyectos complejos. Los módulos pueden ser verticales u horizontales dependiendo de la organización de las imágenes. Retículas que sirven para diagramar periódicos, sistemas de diseño de información tabulada como cuadros, formularios, programaciones,



Creado por Marcelo Sánchez

Sirve cuando se presenta información discontinua, así se disponen entre columnas verticales, es de carácter flexible y se utiliza para separar diversos tipos información, por ejemplo: columnas para texto y otras para imágenes.



Creado por Marcelo Sánchez

Esta rompe con todos los esquemas anteriores, ya que está basada en suposición intuitiva de alineaciones relacionadas a las proporciones de los elementos.

La relación que existe entre la composición, el color, conceptos, tipografía, compuestos de una manera armonía es la referencia directa la de maquetación, esta organiza las proporciones de los elementos en la página







en orden jerárquico manteniendo un peso visual compuesto con el contraste de los colores.

## Maquetación

La composición debe tener en cuenta la armonía y el ordenamiento de los elementos para que no exista un desorden visual, maquetar es componer o estructurar un espacio para expresar la idea que se quiere comunicar, se debe detallar la información que va a transmitir en cada página tomando las decisiones correctas.

Hay dos estilos de maquetación el simétrico y asimétrico. El estilo simétrico tiene un enfoque tradicional en el que el diseño se estructura alrededor de un eje central. Se utiliza este estilo para generar una sensación de tradición, elegancia o dignidad y racionalidad.

La maquetación asimétrica surge de los movimientos vanguardistas de la década de 1920 y 1930, y en especial de la escuela alemana Bauhaus. Esta maquetación está basada en un eje centrado intermitentemente, con lo que se crea mayor tensión y dinamismo. En este estilo la composición es en bandera.

		<h1>REMAR ECUADOR</h1>	
<p>Inicio</p> <p>Historia</p> <p>Programas</p> 	<p>Remar Ecuador nace en el año 1993 con un grupo de voluntarios enviados desde REMAR ESPAÑA ante el conocimiento de la necesidad de ayudar a niños abandonados, huérfanos, enfermos, ancianos, drogadictos, de la ciudad de Quito.</p> <p>Remar Ecuador fue reconocida el 13 de junio de 1997 como una Fundación sin fines de lucro con sede principal en Quito, Ecuador. Ha dirigido su actuación en las siguientes áreas:</p> <p>La atención se ha centrado en satisfacer las necesid</p>		   

Al momento de crear la página lo más importante es el contenido mediante la estructura que el diseñador plantea al lector tomando en cuenta los tipos de material y soporte que existan y de esa manera enfocarse directamente a su usuario.

### **Material, soporte o sustrato**

Existe una amplia gama de papeles que varía en su gramaje, textura y color, acabados. Al seleccionar un papel hay que tener en cuenta la propuesta que se busca, revista, periódico, libro, tomando en cuenta el presupuesto y el método de impresión que se utilizará.

Se puede dividir al papel en dos categorías:

Estucado satinado, couche, de grano más fino y que reproduce mejor el color.

Papel offset, bond ó cartulina, más suave y ligeramente más grueso en un peso equivalente, es más absorbente y los colores se hacen más planos y las tramas más intensas, se da una ganancia de punto, es el punto impreso que causa que una la imagen luzca opaca, oscurecida o sin color.

En Europa los papeles y cartulinas se cortan en un determinado tamaño, implementando un sistema de normalización de tamaños para la imprenta, este es conocido como tamaño DIM (Deutsches Institut für Normung - Instituto Alemán de Normalización-) tiene como objetivo optimizar la economía y la utilidad de los mismos.

Esta es la base para los formatos internacionales se los divide de tres tipos que son:

**Las series A.-** Son por lo general para trabajo de imprenta. La hoja mide 841 x 1181 mm. Cada número después de la inicial A indica la mitad del tamaño de la superficie precedente. Así A1 es la mitad de A0, A2 es la cuarta parte de A0 y A3 es la octava parte de A0. Así sucesivamente

**Las series B.-** Constituyen una alternativa para series A, se usan para carteles, mapas, murales, etc. El tamaño básico llamado B0 mide 1000 x 1414 mm.

**Las series C.-** Se usan para folletos, tarjetas postales, y sobre todo que permiten la inserción de tamaños tipo A, por ejemplo, un sobre C6 que mide 114 x 162 mm. Puede contener a una A6 que mide 105 x 148 mm.

Serie A	cm	Serie B	cm
A0	84,1 * 118,9 cm	B0	100 * 141,4 cm
A1	59,4 * 84,1 cm	B1	70,7 * 100 cm
A2	42 * 59,4 cm	B2	50 * 70,7 cm
A3	29,7 * 42 cm	B3	35,3 * 50 cm
A4	21 * 29,7 cm	B4	25 * 35,3 cm
A5	14,8 * 21 cm	B5	17,6 * 25 cm
A6	10,5 * 14,8 cm	B6	12,5 * 17,6 cm
A7	7,4 * 10,5 cm	B7	8,8 * 12,5 cm
A8	5,2 * 7,4 cm	B8	6,2 * 8,8 cm
A9	3,7 * 5,2 cm	B9	4,4 * 6,2 cm
A10	2,6 * 3,7 cm	B10	3,1 * 4,4 cm

Creado por Marcelo Sánchez

Las medias establecidas para los papeles son importantes ayuda para la distribución de elementos que van a componer la página mediante esto se organiza la estructura del producto que se va a elaborar.

#### **4.4.- Elementos que componen la página**

La página es un proyecto editorial permite distinguir los distintos elementos que la conforman permitiendo crear diseños por medio de la estructura reticular y creando una armonía adecuando dependiendo al publico que está dirigido.



Creado por Marcelo Sánchez

**Titular:** Es el elemento más importante de la composición, ya que debe captar la atención del lector e introducirlo al contenido con un mensaje rápido. El tamaño del titular debe ser mayor que el resto de texto que exista en la composición.

**Subtítulos:** La función de estos es realizar una pausa en la lectura e introducir nuevos temas; su ubicación y la utilización jerárquica se debe tener muy en cuenta para no generar rompimientos visuales y confusiones de lectura o efectos poco estéticos.

**Cuerpo de Texto:** debe ser legible y claro.

**Textos Destacados:** frase sugestiva, que ayuda al lector a sentirse interesado por el resto del contenido. Suelen ser más anchos que las columnas.

**Crédito:** nombre del autor del texto.

**Pie de Foto:** es la información sobre la fotografía, debe ser preciso. Es usual que se utilice un cuerpo pequeño de 6 a 8 puntos.

**Numeración:** facilita la búsqueda de un determinado contenido.



**Espacios en Blanco:** generan claridad, libertad, espacio, y en algunas composiciones, ayuda a equilibrar la composición.

Y otro elemento imprescindible que le aporta realismo a la publicación es la fotografía.

## 5.- Diseño Multimedia

El diseño multimedia combina los distintos soportes de la comunicación, el texto, el sonido, la imagen, la fotografía, la animación y el video de una forma interactiva, creando un vínculo participativo con el usuario.

Tal vez el aspecto más importante de la tecnología de la informática es la capacidad de combinar texto, imágenes, sonido e imágenes en movimiento de formas muy variadas e interesantes.<sup>34</sup>

El concepto multimedia refiere a cualquier objeto o sistema que utiliza múltiples medios de expresión físicos o digitales para presentar o para comunicar determinada información, se mejora notablemente la atención, la comunicación y el aprendizaje. Es una herramienta muy útil para la comunicación moderna ya que el usuario es quien escoge las acciones o procesos a realizar mediante cualquier medio.

El teatro, el cine, la televisión, el disco compacto en cualquiera de las versiones que produce del tipo CD – Música, son soportes multimedia. Incluso el ser humano podría ser considerado como un soporte multimedia. En cada uno de ellos, los resultados visuales conseguidos, pueden tener una solución distinta.<sup>35</sup>

Las nuevas tecnologías han mejorado su capacidad al momento de mostrar y transferir información, es fundamental que al navegar un sitio, contenido en la web o en un formato físico como un DVD el usuario pueda acceder y recorrer fácilmente la información y el mensaje que se presenta, sin dejar de lado la importancia central del aspecto visual.

---

<sup>34</sup> Lynch, Patrick J y Horton, Sarah (2000). Principios de diseño básico para la creación de sitios web. Madrid: Ediciones G. Gili. pág. 137

<sup>35</sup> Fernández, Antonio (1999). Producción y diseño para la World Wide Web. Barcelona: Editorial Paidós. pág. 29

## 5.1.- Elementos multimedia

El uso de los diferentes códigos o medios en la que se presenta la información viene determinado por la utilidad y funcionalidad con los elementos de comunicación, audio y video, facilitan la enseñanza en los distintos tipos de medios que se los exponga.

En los elementos multimedia debemos aprovechar la tecnología informática en lo que tiene de bueno, y no simplemente trasladar los materiales a la pantalla, sean estos videos análogos o contenidos de audio.<sup>36</sup>

Cualquier aplicación multimedia está constituida por elementos informativos de diferente naturaleza, que coinciden en una misma intencionalidad comunicativa; recrear una experiencia de percepción integral, en la que cada uno de ellos, aporta sus capacidades expresivas características:

**Texto.-** Son mensajes lingüísticos codificados mediante signos precedentes de distintos sistemas de escritura. La implementación de texto en los productos multimedia facilita desarrollar la comprensión lectoral, fluidez verbal, etc. Siendo el medio de comunicación más tradicional es el método preciso de transmisión de información, los textos pueden presentarse en secuencia lineal o asociados dinámicamente en enlaces hipertextuales.

**Imagen.-** Son documentos codificados y almacenados como mapas de bits compuesta por un conjunto de pixeles su función es de ilustrar y facilitar la comprensión de la información que se muestra al usuario, las imagen con mayor nitidez facilitan la comprensión, se puede distinguir distintos tipo de de imágenes como fotografías, representaciones graficas, fotogramas, ilustraciones, etc.

**Gráficos.-** Son representaciones visuales figurativas, esquemas, planos, dibujos y líneas, permiten la representación de palabras, conceptos, ideas mediante mediante dibujos o imágenes. Facilitan la expresión y comprensión de ideas abstractas proponiendo representaciones más concretas.

---

<sup>36</sup> Lynch, Patrick J y Horton, Sarah (2000). Principios de diseño básico para la creación de sitios web. Madrid: Ediciones G. Gili. pág. 140

**Animaciones.-** Son secuencias de gráficos con sentido propio se acoplan con los productos multimedia creando ambientes con mayor control de la situación y que es disfrutada del usuario. Las animaciones es un conjunto de figuras, textos o imágenes que al acoplarse muestran realismo.

**Sonido.-** Los sonidos pueden representarse de distinta manera, música, sonidos o el habla, facilita la comprensión de la información aportando sonoridad complementando el significado de las imágenes y del texto. Con los productos multimedia su finalidad es interactuar con el usuario ayeándole con la memoria auditiva.

**Video.-** En los productos multimedia los videos convierten a su producto en una pantalla de televisión mostrando los atributos dinámicos de un concepto, están desarrollados para que el usuario pueda manipularlo a su gusto repitiéndolo, pausándolo o adelantándolo, volviendo a ver varias veces.

En el proceso de creación y diseño de cualquier producto multimedia todos estos elementos se relacionan entre sí aportando sus prestaciones más características.

Este proceso puede tener las siguientes etapas:

**Definición del mensaje clave.-** Es delimitar lo que se quiere decir manteniendo en cuenta el tipo de cliente al que se va a dirigir, implementando así el tipo de producto multimedia.

**Conocimiento del público.-** El producto elaborado debe de tener compaginada con el usuario al que se lo va a dirigir, acotando sus gustos y necesidades, para que el producto se ajuste a ellas.

**Desarrollo del guión.-** Teniendo claro el concepto y se han delimitado los perfiles respectivos del usuario, se definen las funcionalidades, las herramientas, las opciones de navegación y las principales prestaciones de la aplicación.

**Creación de un prototipo.-** Esta fase permite chequear las capacidades y el alcance de las versiones iniciales de la aplicación y efectuar, si es el caso, los ajustes necesarios.

**Rediseño final del producto.**- Una vez comprobado el funcionamiento del prototipo, se procede a redefinir y reajustar el producto, creándose la versión definitiva del mismo.

## **5.2.- Principios básicos de la multimedia**

Para los diseñadores multimedia al crear estos productos tienen que tomar en cuenta su capacidad y los recursos y así plantear un producto funcional que de tal manera traspase las necesidades del usuario manteniendo los siguientes principios que plantea Guillem Bou Bauzá principios básicos para el producto multimedia.

### **Principio de necesidad:**

La elaboración del multimedia debe resolver un problema cuya solución percibimos inmediatamente que requiere de un diseño audiovisual. Es decir, el producto debe servir para algo se debe justificar la existencia del audiovisual y ser multimedia se debe justificar que esta forma de comunicación es la más adecuada. Todo material que no surja de estas dos condiciones es gratuito, carece de significatividad, corre el riesgo de ser ignorada.

### **Principio de atención:**

El objetivo del producto es mantener la atención de modo sostenido, es decir, conseguir que el usuario mantenga una actitud continua de expectación ante el audiovisual.

### **La atención cognitiva:**

Se basa en el valor de la información suministrada. Para conseguir la atención de los espectadores necesario que:

La información sea relevante.

La información esté bien organizada.

### **La atención afectiva:**

Se fundamenta en el vínculo emocional que se establece entre el usuario y el material audiovisual. Un recurso que contribuye especialmente a mantener este tipo de atención es el argumento. Sembrar en el usuario la inquietud por conocer el final. Enfocar el audiovisual como una narración y hacer ver que lo que se cuenta es real, que puede afectar directamente al usuario y que con el audiovisual va a encontrar formas de actuar o de pensar en relación al tema.

Pero para mantener la atención también es muy importante el tratamiento del ritmo. Si una información tiene un alto interés la narración de la misma podrá realizarse a un ritmo más pausado. Es el caso de los documentales clásicos, que son tremendamente descriptivos, y mantienen la atención en virtud del interés del contenido que tratan. En el caso contrario están los dibujos animados que transcurren a un ritmo trepidante. Estos últimos son un buen modelo para nuestros audiovisuales.

### **Principio de economía**

El receptor del mensaje siempre es más inteligente y más rápido de lo que el guionista supone. El principio de economía tiene cuatro vertientes:

**Economía de tiempo.** Evitar secuencias demasiado largas. En el lenguaje audiovisual, unos pocos segundos son mucho tiempo. Este principio es muy difícil puesto que obliga no sólo anarrar de forma breve y concisa lo que se quiere expresar.

**Economía de espacio.** El espacio donde se ubica la imagen debe ser rentabilizado al máximo. Esto no se hace con la intención de ahorrar escenas, sino debido a la necesidad de que los elementos tengan fuerza dramática. En la imagen deben figurar únicamente aquellos elementos indispensables y con el mayor tamaño posible.

Por tanto, cada objeto que se incluye en escena sólo ha de ser visible en la proporción suficiente para que sea identificable. Por otra parte, trataremos de introducir un solo objeto (o muy pocos) en la imagen.

**Economía conceptual.** Los textos que acompañan a las imágenes no deben sobre informar al receptor. Hay que dejar que el destinatario del audiovisual piense. La aplicación correcta de este principio consiste en transmitir cada uno de los mensajes encontrando la manera más simple posible de hacerlo. Hay que conseguir situarse en el lugar del usuario y adivinar qué cosas ya ha entendido sin necesidad de que se las demos mascadas.

**Economía de lenguaje.** Tendemos a ser demasiado exhaustivos y nos empeñamos en incluir en el guión hasta la última coma de la frase que hemos pensado. El receptor es capaz de deducir el significado completo del discurso que acompaña la imagen, y si no para eso diseñamos actividades educativas que faciliten la asimilación de los mensajes.

**Economía de espera.** Respetar un ritmo rápido. Hay que evitar pausas, interrupciones bruscas del ritmo de narración. Un ejemplo de aplicación de este principio es cuando la imagen o el sonido van por delante el uno del otro. Es decir, se ve algo de lo que todavía no se está hablando o se está hablando de algo que todavía no se ve.

## 6.- Diseño Web

Es un documento realizado en HTML, HyperText Markup Lenguaje, con la actividad enfocada a la planificación, el diseño y a la implementación de sitios y páginas web. Se puede complementar con otros lenguajes como PHP, ASP, Java Script. Estos son códigos que el navegador interpreta y procesa para mostrar al usuario.

El diseñador es el eslabón entre el emisor (que puede ser un individuo, una empresa o una institución, con una necesidad de comunicar) y un público más o menos amplio, al que va destinado ese mensaje. Se trata de crear, elegir, organizar y disponer toda la información para la visualización de textos, gráficos, sonidos e, incluso, el espacio en blanco para comunicar el mensaje.<sup>37</sup>

Se puede encontrar una cantidad impresionante de sitios y páginas web inefectivos, entre los elementos primordiales a tomarse en cuenta para el buen diseño de un sitio están, la organización ó empresa, el usuario y ciertas especificaciones funcionales – técnicas. Para que un diseño web cumpla a la perfección con los objetivos de mostrar la información de manera adecuada y cuidar la forma en la que ésta se presenta.

### 6.1.- Breve historia del Internet

En la primera etapa la creación y el desarrollo del Internet empieza en los años sesenta se derivó de una combinación única de estrategia militar, manteniendo la comunicación mediante una red de ordenadores, inmerso en la Guerra Fría, su interés se concentraba en mantener conexión así alguno de sus nodos fuera destruido.

En la misma época investigadores de instituciones como el Instituto Tecnológico de Massachusetts, MIT, estaban centrándose en las bases tecnológicas sobre lo que sería la llamada Internet.

---

<sup>37</sup> Mariño Campos, Ramón (2005). Diseño de páginas web y diseño gráfico. Madrid: Editorial ideas propias. pág. 4

En 1969 Agencia de Proyectos de Investigación Avanzada del Departamento de la defensa (DARPA, Department of Defense's Advanced Research Projects Agency) de EUA quiso que los científicos que trabajan en diferentes universidades dentro del país puedan compartir información entre ellos de una manera segura y eficiente.<sup>38</sup>

DARPA realizó investigaciones en el desarrollo de redes creando la primera red sin nodos, basado en el intercambio de información, fue el primer esbozo de la Internet, estas redes se conectaban con cinco universidades, las cuales cambiaron la historia de la tecnología introduciendo información de gran escala.

En 1972 se cambió el nombre por ARPANET, se conectaba a cuarenta nodos, este proyecto se encargó para los centros de investigación que aportaban con el departamento de defensa de los Estados Unidos.

ARPANET trabajó en el desarrollo de un modelo de arquitectura de redes abiertas, donde cualquier ordenador pudiera comunicarse con cualquier otro, independientemente del hardware o software particular de cada uno de ellos.<sup>39</sup>

En los años sesenta se van formando protocolos que desarrollan a las redes que van creciendo y en 1981 se define el protocolo TCP/IP (Transfer Control Protocol / Internet Protocol), y que ARPANET lo adoptó en el año 1982 y un año después ARPANET se independiza de la red militar que lo creó u origen y que se considera este año como el nacimiento del Internet 1983.

Desaparece en el 28 de febrero de 1990 quedando esta tecnología obsoleta debido a que en los años 80 las redes se conformaron con el nombre de Internet que se encontraba a cargo por la National Science Foundation.

En la segunda etapa en el año de 1985 se presenta el protocolo de transferencia de ficheros, FTP, que sigue vigente en la actualidad. A lo largo de esta década se conectaba a Internet las primeras redes europeas y también japonesas, con lo que la red ya es de ámbito verdaderamente mundial.

El FTP es un protocolo que se define como transferir o mover ficheros de un ordenador para otro. Así, este servicio posibilita el envío (upload) y la recepción (download) de archivos por Internet. Es necesario disponer un programa de

---

<sup>38</sup> Keat, Paul G y Young, Philip KY (2004). Economía de empresas. Naucalpan: Editorial Pearson. pág. 545

<sup>39</sup> Luján Mora, Sergio (2002). Historia y principios básicos de la web. Madrid: Editorial club universitario. pág. 6

transferencia de ficheros o utilizar los recursos de los principales browsers de la web o la utilización de los programas de correo electrónico.<sup>40</sup>

A finales de los ochenta surgen unos grandes cambios aparecen los primeros crackers y hackers, con esto aparece el primer virus gusano, y aparece el World Wide Web, la telaraña global, fue Tim Berners quien trabajo en el CERN (Center Europeen de Recherche Nucleaire) junto con Robert Cailliau que invento el protocolo de de trasmisión http y el lenguaje HTLM en que se basa la web.

El World Wide Web es el primer el más importante hilo que permitió la explosión de las actividades comerciales en Internet que ahora simplemente damos por hecho. Fue creada en 1989 por Tim Berners, antes de la web los usuarios de Internet tenían que ser muchos más, antes solo se podría transmitir archivos de texto pero ahora el Internet permite la información sea transmitida en forma de audio, video y gráficos a color.<sup>41</sup>

En 1993 aparece el primer navegador MOSAIC de internet se lo considero así porque facilito el acceso a Internet a la gente sin conocimientos técnicos.

En la tercera etapa en el año de 1995 empieza la gran explosión del Internet desde entonces se ha superado todas las expectativas. En este año la www se consolida como el primer servicio que ofrece la red. Y varios acontecimientos marcaron este año como SSL (Secure Sockets Layer) fue desarrollado por Netscape, haciéndolo más seguro para realizar transacciones financieras, como los pagos con tarjeta de crédito, en línea.

Las herramientas de Java y Java Script, originalmente llamado live script, su creador Brendan Eich y desarrollados como parte de navegadores Netscape fue introducido por primera vez al público. También aparece el Internet comercial las empresas se colocan en la red ofreciendo todo tipo de servicios online integrando el ciberespacio.

En la actualidad el Internet va creciendo a pasos agigantados mejorando sus canales de comunicación con el fin de aumentar la capacidad de envío y recepción de información. Aparecen nuevas posibilidades de uso del Internet mediante herramientas tecnológicas que van creciendo y dando más ayuda al usuario para que se integre mas con esto que es el mundo de la web.

---

<sup>40</sup> De Viveros, José Manuel (2011). La integración del internet en el aula. Madrid: Editorial Club Universo. pág. 19

<sup>41</sup> Keat, Paul G y Young, Philip KY (2004). Economía de empresas. Naucalpan: Editorial Pearson. pág. 546



## 6.2.- Generaciones del Diseño web

El Diseño Web ha ido mejorando con el transcurso de sus años pasando por distintas etapas estos cambios han sido adecuándose a las tecnologías, hardware y software, que cada día van evolucionando notablemente para mejorar los servicios de los usuarios.

Al igual que el Internet el desarrollo de la web no se debe a una única persona, pero si buscamos un único padre de la web, ese es Tim Bernes a él se le debe los elementos clave que fueron el nacimiento de la web.<sup>42</sup>

Las cuatro generaciones se los plantean así:

### Primera Generación

El primer Diseño Web de una página que se realizó fue en 1993, la página web se llamo Mosaic, y en menos de un año había recibido dos millones de visitas. La página era capaz de mostrar tanto imágenes como texto, aunque la diagramación no era la más adecuada en la página web. El diseño era lineal y se planteaba para científicos, que eran los usuarios que compartían su información, su tecnología era limitada por lo cual no permitía transferir información gráfica.



Imagen obtenida de [www.conectica.com](http://www.conectica.com)

Hemos dicho, que la idea original de Tim Bernes Lee era crear un sistema que sirviese de base para el intercambio de información entre investigadores, así como permitir la revisión de referencias que existiesen en el documento original

<sup>42</sup> Luján Mora, Sergio (2002). Historia y principios básicos de la web. Madrid: Editorial club universitario. pág. 15

mientras este se leía siempre y cuando el usuario lo quisiera hacer, así es como tenemos probablemente la primera aplicación real de los conceptos de hipertexto.<sup>43</sup>

Las principales características de esta primera generación de Diseño Web era la velocidad de transmisión de datos, ya que era una conexión vía modem, lo que limitaba el peso de las páginas web. El uso de monitores monocromos, permite visualizar un solo color, la estructura era desordenada, imágenes horizontalmente y líneas de texto separadas.

Debido a este caos en el Diseño Web, un año más tarde se estableció un concurso para establecer normas y pautas para el futuro desarrollo de la web, el W3C, desarrollando estándares de HTML para unificar los diseños web implementando nuevas funcionalidades.

## **Segunda Generación**

El Diseño Web en esta generación se basa en los conceptos de la primera pero empieza a implementar iconos sustituyendo alguna de las palabras, comienzan a poner imágenes de fondo, aparece el diseño, y el uso de botones con relieve para la navegabilidad, el uso de banner en lugar de cabeceras, se estableció el texto de manera jerárquica mediante los menús o listados.

La implementación de estos elementos gráficos en el Diseño Web generó un impacto visual y todos los diseñadores querían implementar en sus páginas web, pero no se tomo en cuenta el control y el equilibrio de elementos, por eso se generó una saturación de elementos sin tomar en cuenta la accesibilidad y usabilidad, pero algunos diseñadores sabían cómo implementar estos elementos y se crearon diseños innovadores y elegantes, tanto etiquetas como los códigos HTML.

En definitiva la página web de esta generación se caracterizaba por que prima el uso de tecnología, sin tener en cuenta el propósito del sitio web. Además no se tenía en cuenta la legibilidad y claridad de la presentación de la información.<sup>44</sup>

Se empezaron a usar tablas para organizar los contenidos, distribución de los elementos, maquetación similar a los libros y revistas. Esta generación se encuentra la aparición de monitores y tarjetas gráficas, con mayor

---

<sup>43</sup> Márquez, Santiago (2005). La web semántica. Madrid: Editorial lulu, pág. 10

<sup>44</sup> Luján Mora, Sergio (2002). Historia y principios básicos de la web. Madrid: Editorial club universitario. pág. 28

resolución y definición del color, lo cual mejoro la calidad y apariencia de las páginas web.

Existió un problema en esta generación ya que había diferencias de adaptación en los dos principales navegadores como el Internet Explorer y el Netscape Navigator.

### **Tercera Generación**

En la tercera generación, el Diseño Web seguía teniendo muchas restricciones con el uso del lenguaje con los dos navegadores. Esta generación se orienta a los diseñadores de páginas web los cuales implementan dinamismo al aparecer la herramienta de plugin, de Macromedia Flash, lo cual revolucionaria el concepto de Diseño Web.

En una era enfocada a las páginas web el objetivo de vender productos, servicios, información, noticias debería existir la ayuda al usuario para encontrar esa información generando una navegabilidad estructurada e intuitiva.

Las características principales de la página web pertenecientes a la tercera generación es la planificación: los diseñadores invierten tiempo en analizar los posibles cambios que los visitantes tomaran al visitar un sitio web, y en función de ello diseñan los sitios web. La estructura del sitio web cobra una gran importancia durante este periodo tiene lugar a una “explosión” en el numero de herramientas informáticas relacionadas con la web.<sup>45</sup>

La gran mayoría de páginas web que aparecen en esta generación son de publicidad y venta de productos y servicios, por lo que es este el diseño más utilizado. Conseguir atraerles a los productos manteniéndolos en las páginas web y poder ingresar a más ventanas que se les ofrece.

### **Cuarta Generación**

En la cuarta generación el Diseño Web ya está enfocado totalmente al multimedia, por que implementa varios medios para expresar su mensaje, integrado en las páginas web los elementos multimedia de última generación. Con usuarios de todo tipo, cualquiera tiene una página web al día de hoy que ofrecen las últimas tecnologías para los programadores.

---

<sup>45</sup> Luján Mora, Sergio (2002). Historia y principios básicos de la web. Madrid: Editorial club universitario. pág. 31

A esto se lo puede añadir que se han creado más navegadores con la tecnología adecuada soportando mucha más capacidad de información y elementos multimedia en sus páginas web, para que el usuario que está interesado sobre un producto o servicio este bien informado y seguir buscando mucha más información.

Respecto a la generación de páginas web dinámicas supone a la consolidación de las tecnologías de generación dinámica. La mayoría de las páginas web pertenecientes a esta generación se crean a partir de información almacenada en base de datos.<sup>46</sup>

El Diseño Web mediante esta sucesión de generaciones ha tenido un proceso muy notable y que lo va a seguir haciendo con la implementación de páginas de televisión online y muchas herramientas más que saldrán, que será de gran ayuda para empresas, productos, entidades, ONGS, y de más instituciones que representan ese progreso notable del Diseño Web.

### **6.3.- La web 2.0**

La web 2.0 está asociada a las aplicaciones web que facilitan el compartir información, ayuda a que los usuarios interactúen entre si y colaborar como creadores de contenidos generando una comunidad virtual, a diferencia de sitios web que limitan al usuario a la observación de contenidos creados por ellos.

El origen del concepto de la web 2.0 y su utilización en otras aéreas indica una actitud en la que se otorga renovada importancia a lo social a la interacción entre iguales, ya se reconoce el valor que cada individuo aporta al conjunto. En definitiva el nuevo poder de los usuarios que alcanzan gracias a estas aplicaciones.<sup>47</sup>

Es una realidad de Internet que, con la ayuda de nuevas herramientas y tecnologías de corte informático, promueve que la organización y el flujo de información, cada vez más, dependan del comportamiento de las personas que acceden a ella, permitiéndose a estas no sólo un acceso mucho más fácil y centralizado a los contenidos, sino su propia participación tanto en la clasificación de los mismos como en su propia

---

<sup>46</sup> Luján Mora, Sergio (2002). Historia y principios básicos de la web. Madrid: Editorial club universitario. pág. 34

<sup>47</sup> Rojas, Octavio Isaac (2007). Web 2.0. Madrid: Editorial Esic. pág. 13

construcción, mediante herramientas cada vez más fáciles e intuitivas de usar.

Los nuevos espacios de la web 2.0 (blog, videos y redes sociales online entre otros) quedan a disposición de, los anunciantes para expresar al máximo sus presupuestos publicitarios y lograr la mayor rentabilidad a menor inversión, gracias a estrategias como el marketing viral que aprovecha las características de estas herramientas para la difusión de los mensajes.<sup>48</sup>

Es necesario tomar en cuenta que no es solo la evolución de las herramientas tecnológicas, la web 2.0 es un concepto el cual identifica una serie de procesos sociales y culturales que se están desarrollando actualmente a la sociedad y las organizaciones. La web 2.0 se inicio mediante una conferencia por medio del intercambio de ideas mediante esta práctica se observo que la web era más importante que en otros tiempos, con nuevas aplicaciones, tecnología y sitios innovadores.

Es cierto que la web 2.0 no cambia todo, pero si otorga un nuevo y mencionado protagonismo a una de las partes que había quedado algo olvidada en la primera fase del Internet: el usuario. El usuario que, como se puede comprobar a dejado de lado su actitud pasiva para convertirse en un actor activo y participativo y sin el cual la web no tiene sentido.<sup>49</sup>

El progreso que ha ido teniendo la web 2.0 a partir de la web 1.0 mediante el siguiente cuadro se mostrará la comparación que existe.



Imagen: Análisis comparativo sobre la web 1.0 y la web 2.0; O'Reilly 2005

<sup>48</sup> Castelló, Araceli (2010). Estrategias empresariales en la web 2.0. Madrid: Editorial club universo. pág. 14

<sup>49</sup> Nafría, Ismael (2000). Web 2.0: El usuario, el nuevo rey de Internet. Barcelona: Editorial Gestión. pág. 111,112

Los principios en los que se maneja la web 2.0 son los siguientes:

- La web como plataforma.
- La inteligencia colectiva de la web 2.0.
- La gestión de la base de datos de competencia básica y de servicios web 2.0.
- Entregar el software como un servicio no como producto son la norma en la web 2.0.
- En la web 2.0 menos es más.
- En la web 2.0 se aplican más dispositivos, es más amplia.
- La experiencia del usuario para interactuar con fortaleza del entorno web 2.0.

### **6.3.1.- Desplazamiento de la web 2.0 hacia la empresa**

La creación de la web 2.0 ha generado grandes ventajas competitivas en la mayoría de empresas las cuales la están implementando en sus web, está enfocada como una herramienta mediante la cual ayuda con la información correcta en el momento preciso por medio de una red de dispositivos aplicaciones y servicios.

Los principios base de la web 2.0 con las instituciones es la web social con la inteligencia colectiva y la arquitectura de participación y, en definitiva, constituye la clave para entender porqué las organizaciones empresariales están en la tecnología y la herramienta que se esconde tras este concepto.<sup>50</sup>

La implementación de esta herramienta que es la web 2.0 es muy importante para las empresas, instituciones, ONG, etc. Ya que mediante esta se puede tener un mayor contacto con el cliente, usuario o aportarte, y saber sus dudas y solucionarlas mejorando sus productos, servicios e información.

Las organizaciones sociales prefieren las redes sociales para relacionarse con su público. Prueba de ellos es que todas las ONG, están en redes sociales.

---

<sup>50</sup> Areitio, Gloria y Areitio, Ana (2009). Información, informática e Internet: Del ordenador personal a la empresa 2.0. Madrid: Editorial visión libros. pág. 226

Generalmente desde la web, se informa e invita al internauta a visitar el perfil de la organización en redes sociales.<sup>51</sup>

Las redes sociales en el Internet permiten las nuevas dinámicas de trabajo y de nuevas interacciones sociales, que no solo informan sino también motivan a decisiones. Estas redes sociales representan una tendencia actual donde los usuarios proyectan su personalidad compartiendo un espacio común, idea, valores, gustos, etc.

Actualmente los usuarios de las redes sociales tienen mayor aceptación sobre la publicidad mediante la cantidad y la confiabilidad de la información que se presenta, mediante la retroalimentación ayuda a las instituciones para cambiar y mejorar, pero más que esto es un medio para comunicar dialogar y conocer al usuario formando una comunicación continua.

#### **6.4.- Especificaciones Técnicas**

Las especificaciones técnicas son los requisitos tecnológicos con los que se va a trabajar, tomando en cuenta su correcto funcionamiento, mostrando los necesarios de accesibilidad y usabilidad que se implementaran en la página web teniendo relación con el usuario.

##### **6.4.1.- Relación equipo usuario**

Para la creación y el diseño de la página web se debe tomar en cuenta algunas especificaciones técnicas sobre los equipos de los usuarios al cual está dirigido, para tener una correcta visualización y funcionamiento de la página, tomando en cuenta varias de las especificaciones para garantizar un producto siguiendo las siguientes especificaciones:

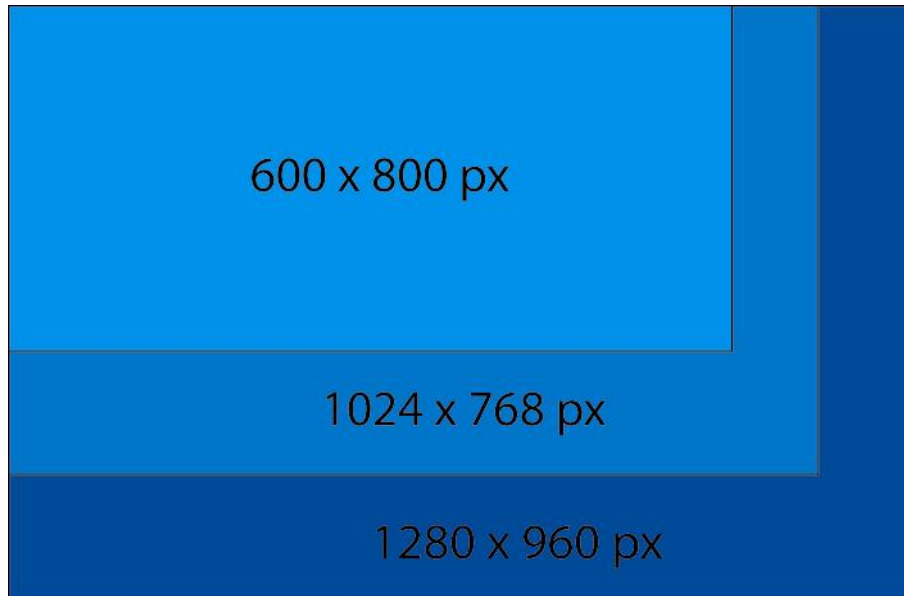
##### **Resolución del monitor**

La importancia de la resolución de pantalla sobre la forma de ser visualizadas las páginas web es sumamente importante ya que a mayor resolución se dispone de más puntos de información para mostrar los elementos en pantalla.

---

<sup>51</sup> González, Juan Enrique (2011). La web 2.0 y 3.0 en relación con su Eees. Madrid: Editorial visión libros. pág. 39

Actualmente los monitores tienen un estándar determinado que son: 600 x 800 px, 1024 x 768 px, 1280 x 960 px.



Creado por Marcelo Sánchez

Al diseñar una página web para una resolución establecida y ocupa toda la ventana del navegador tenemos que tomar en cuenta que el usuario que visualice esta página a resoluciones menores no tendrá espacio en la pantalla por lo que se le mostrara las barras de desplazamiento lateral e inferiores para poder desplazarse por toda la página web. Y si existe el otro caso si vemos en pantallas con mayor resolución existirá muchos espacios en blanco y sin contenido.

Para solucionar estos inconvenientes la norma es diseñar las páginas web en una resolución base, generalmente la más usada en la actualidad es 800x600 pixeles, construyendo tablas relativas a este tamaño, con esto se consigue que al ser visualizada en monitores de más resolución se muestre ocupando el espacio en la pantalla disponible.

Estas normas son utilizadas tanto para los monitores MAC como PC ya que al mostrar la página web se acoplan al mismo y no tienen ninguna diferencia, salvo si la pantalla cuenta con mayor pixeles eso solo mejorara las imágenes y los colores que se muestren, pero siempre se va a mantener esta estructura a la hora de diseñar páginas web desentendiendo de las necesidades del usuario y del uso que se requiera.



## **Navegadores**

Los navegadores son apoyos de búsqueda para los visitantes, depende de la visualización del navegador de esto depende su éxito y lo que proporciona en cada página como distintos factores que pueden ser java scripts, plug-ins que no son compatibles con algunos navegadores. Los navegadores más importantes son:

El Internet Explorer es el navegador de internet más utilizado en la actualidad, de ahí podemos hablar de Mozilla Firefox que tiene la sencillez, estabilidad y el gran número de posibilidades de ofrecer ya que es el segundo navegador más utilizado. Seguido del Google Chrome es un navegador creado por Google y compilado con bases de componentes de códigos abiertos.

Opera es uno de los mejores navegadores que existe en la actualidad, Netscape Navigator es un navegador que compitió cabeza a cabeza con Internet Explorer, el siguiente navegador tiene una diferencia es el Safari es el navegador de Apple y está creciendo cada día más en el mercado y el siguiente navegador tiene una característica única es el Flock es un completo navegador gratuito que añade novedosas funciones.

Todos estos tipos de navegadores ayudan al usuario con su búsqueda pero también van de la mano con la velocidad de conexión que se tenga.

### **6.4.2.- Tipos de conexiones**

Es muy importante tomar en cuenta este aspecto ya que aquí no se toma en cuenta el diseño ni la clase de información que se establezca en la página web, el tiempo que se esté en la página será poco si no se despliega la información en un tiempo adecuado por eso se debe mantener un tamaño mínimo.

La conexión RTC es la Red Telefónica Conmutada (RTC) también llamada Red Telefónica Básica (RTB) es la red original y habitual (analógica). Por ella circula habitualmente las vibraciones de la voz, las cuales son traducidas en impulsos eléctricos que se transmiten a través de dos hilos de cobre. A este tipo de comunicación se denomina analógica. La señal del ordenador, que es digital, se convierte en analógica a través del módem y se

transmite por la línea telefónica. Es la red de menor velocidad y calidad. También podemos hablar de la conexión RDSI es la Red Digital de Servicios Integrados (RDSI) envía la información codificada digitalmente, por ello necesita un adaptador de red, módem o tarjeta RDSI que adecúa la velocidad entre el PC y la línea. Para disponer de RDSI hay que hablar con un operador de telecomunicaciones para que instale esta conexión especial que, lógicamente, es más cara pero que permite una velocidad de conexión digital a 64 kbit/s en ambos sentidos.

La conexión ADSL que significa (Asymmetric Digital Subscriber Line o Línea de Abonado Digital Asimétrica) es una tecnología que, basada en el par de cobre de la línea telefónica normal, la convierte en una línea de alta velocidad. Permite transmitir simultáneamente voz y datos a través de la misma línea telefónica. Y las más conocidas como el cable esta tecnología puede proporcionar una tasa de 30 Mbps de bajada como máximo, pero los módems normalmente están fabricados con una capacidad de bajada de 10 Mbps y 2 Mbps de subida. De cualquier forma, los operadores de cable normalmente limitan las tasas máximas para cada usuario a niveles muy inferiores a estos, sobre todo en la dirección de subida.

Y mediante el proceso tecnológico va avanzando de igual manera las conexiones como vía Satélite en los últimos años, cada vez más compañías están empleando este sistema de transmisión para distribuir contenidos de Internet o transferir ficheros entre distintas sucursales. De esta manera, se puede aliviar la congestión existente en las redes terrestres tradicionales. Redes Inalámbricas o wireless son una tecnología normalizada por el IEEE que permite montar redes locales sin emplear ningún tipo de cableado, utilizando infrarrojos u ondas de radio a frecuencias des normalizadas (de libre utilización).

El uso de la tecnología de LMDS es (Local Multipoint Distribution System) es un sistema de comunicación de punto a multipunto que utiliza ondas radioeléctricas a altas frecuencias, en torno a 28 ó 40 GHz. Las señales que se transmiten pueden consistir en voz, datos, internet y vídeo.

### **Uso de Plug-ins**

Los plugins son pequeños programas, librerías externas a un software, que sirven para mejorar las prestaciones o complementar a otros, estos se agregan a un navegador para realizar funciones determinadas y poderlos

ver en cualquiera de ellos, como por ejemplo para poder mostrar animaciones en Flash. Existe una variedad de plugins que cumple determinada función y la mayoría son de distribución gratuita.

Su función aumenta la capacidad de los software pero nunca los reemplaza, por que trabaja de manera interna, utilizando el mismo código de programación tronando en cuenta las versiones a instalar para que puedan a copelarse sin problemas.

## **6.5.- Base para el Diseño Web**

### **Usabilidad**

La usabilidad en las páginas web es la manera de distribución de los elementos en la pantalla para que el usuario pueda interactuar de una manera clara, fácil y cómoda. La usabilidad va simultáneamente con la finalidad porque cuanto más sencillo resulte para el usuario navegar en la página web mayores posibilidades tendrán de encontrar lo que busca.

Es la medida en que un producto puede ser utilizado por usuarios específicos con eficacia, eficiencia y satisfacción con un contexto específico de uso.<sup>52</sup>

Es el valor que mide al usuario mediante la experiencia de acceder a la web satisfactoriamente, la facilidad de uso de la web.

### **Navegabilidad**

Es la que permite las propiedades de interactividad con el usuario, el mismo que sea capaz de desplazarse por la estructura y contenidos de una forma sencilla, efectiva y eficaz. La buena navegabilidad de los sitios es en la mayoría de casos un factor clave por parte de los usuarios.

La mayor parte de las interacciones del usuario con la página web implica navegar en las condiciones hipertextuales entre documentos.<sup>53</sup>

Al diseñar una página web no hay que solo enfocarnos en el diseño si no también en su fácil acceso para que los usuarios puedan navegar con tranquilidad y no se les haga problema a la hora de buscar información.

---

<sup>52</sup> De Jong, René (2010). Sácale partido a internet. Barcelona: Editorial Gestión. pág. 71

<sup>53</sup> De Viveros, José Manuel (2011). La integración del internet en el aula. Madrid: Editorial Club Universo. pág. 31

## Accesibilidad

Es la manera de cómo el usuario va a percibir, entender, navegar e interactuar con la web, aportando contenidos, independiente mente de las limitaciones propias del individuo, discapacidad, o de las que se deriven del contexto como el uso tecnológico.

Se define accesibilidad electrónica hace referencia que los productos y servicios puedan ser utilizados con efectividad, eficiencia y satisfacción en un contexto de uso determinado.<sup>54</sup>

De esta manera la accesibilidad es la capacidad de la página web conjuntamente con el diseño que sea accesible para todo el mundo y que no existe ninguna complicación de ello, ya que por medio de esta se muestra toda la información que todo usuario necesita.

### 6.6.- Estructura de web

Para realizar el diseño web hay que primero organizarlo, y para esto hay que saber cuál es el propósito de la página web, sus contenidos y a quien va dirigido.

La estructura lógica o de navegación define como un visitante se va a mover (navegar) de una zona a otra en el sitio web. La estructura lógica y la física son totalmente independientes, aunque se pueden definir de forma que una sea una proyección de la otra.<sup>55</sup>

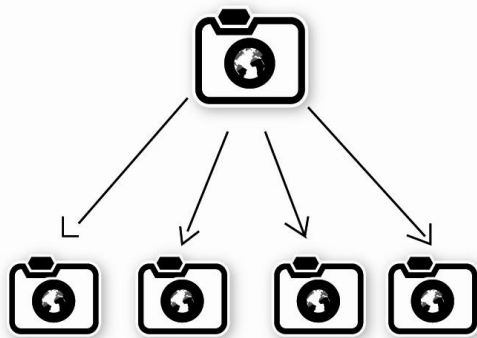
La creación de un sitio web lo primordial es ofrecer un producto al usuario que lo beneficie y le guste por su originalidad, creatividad o por la inquietud que tiene por conocerlo, por eso lo optimo es ver la estructura de navegación para poder implementar el esquema del flujo de información, esto dependerá al tipo de público que va la dirigida la web por esto existe las siguientes estructuras:

**Jerárquica.-** Es una estructura estándar de árbol, donde la raíz de la hoja de bienvenida se la puede también sustituir por la hoja de contenidos, en la que se exponen las diferentes secciones que contendrá nuestra página web, la selección conduce así mismo a una lista de sub temas que pueden o no dividirse.

<sup>54</sup> Lara Navarra, Pablo (2006). La accesibilidad de los contenidos web. Barcelona: Editoriales UOC. pág. 10

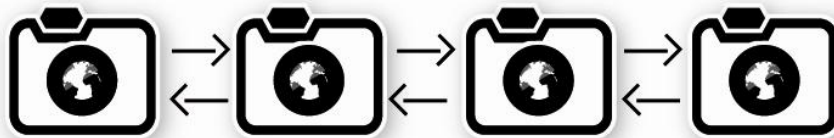
<sup>55</sup> Luján Mora, Sergio (2002). Historia y principios básicos de la web. Madrid: Editorial club universitario. pág. 70

Este tipo de organización permite al lector conocer en qué lugar de la estructura se encuentra conforme va ingresando a la estructura obtiene información más específica y que la información general se encuentra en los niveles superiores.



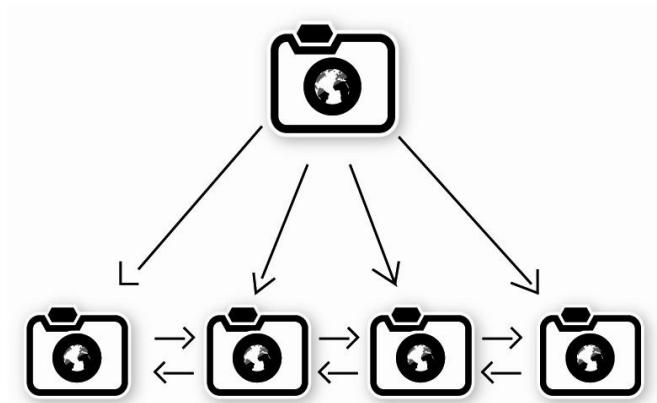
Creado por Marcelo Sánchez

**Lineal.**- Es más simple de todas la manera de recorrerla es lo mismo que si estuvieras leyendo un libro, se puede ir a la siguiente página o regresar a la anterior. Esta estructura muy útil cuando queramos que el lector siga un camino fijo y guiado, se impide que se distraiga con enlaces a otras páginas. Por otra parte puede causar a lector la sensación de estar encerrado si el camino es muy largo o poco interesante.



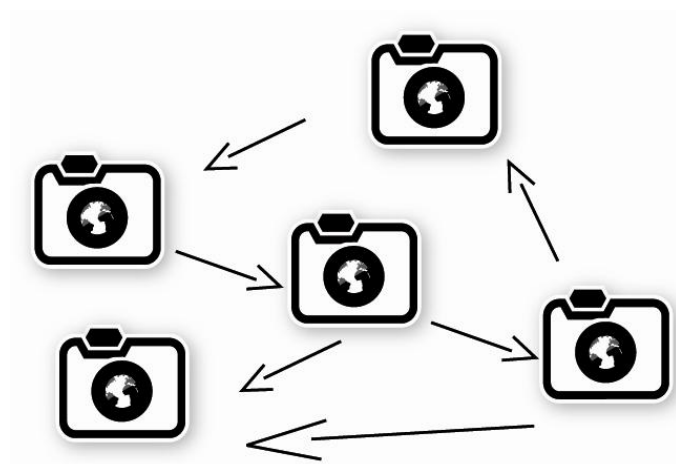
Creado por Marcelo Sánchez

**Lineal con jerarquía.**- Este tipo de estructura es una mezcla de los dos anteriores, los temas y subtemas están organizados de una forma jerárquica, pero uno puede leer todo el contenido de una forma más lineal si se desea. Esto permite tener un contenido organizado jerárquicamente y simultáneamente poder acceder a toda la información de una manera lineal como si se estuviera leyendo un libro.



Creado por Marcelo Sánchez

**Red.-** Esta estructura de red establece que no exista un orden determinado, las páginas se las pueden ver en un orden distinto, es una organización más libre, pero tiene alguna dificultad ya que si no se le informa al lector donde se encuentra puede perderse y no encontrar la información que necesita. Por esto es recomendable asociar esta estructura con alguna conocida.



Creado por Marcelo Sánchez

## 6.7.- Sistema de retículas

Es la estructura que permite distribuir y alinearlos de forma ordenada categorías, es decir, ayuda a que los usuarios puedan tener mejor navegabilidad, todas las retículas cuentan con las mismas partes básicas sin embargo algunas son más complejas y otras se pueden combinar.

En el diseño web las retículas facilitan enormemente el trabajo del diseñador, pues permite automatizar no solo la colocación de los elementos si no también el

habitual recorte y retoque preciso de los elementos en el proceso de edición final.<sup>56</sup>

A continuación se describirá algunos tipos de retículas:

**Manuscrita.-** Esta retícula es la más sencilla de todas se utiliza en textos largos, ya que se encuentran contenidos en un bloque grande, delimitado por un margen y tiene espacio para los títulos y la numeración.

Al resto de la población adulta se ha dirigido una actuación preferentemente de capacitación laboral, mediante Escuelas Talleres, abriendo así talleres de costura, carpintería, artesanía, elaboración de productos de aseo etc tanto para los acogidos en los diversos Al resto de la poblacitalleres de costura, c de aseo etc tanto para en los diversos



## QUE ES REMAR

Remar Ecuador nace en el año 1993 con un grupo de voluntarios enviados desde REMAR ESPAÑA ante el conocimiento de la necesidad de ayudar a niños abandonados, huérfanos, enfermos, ancianos, drogadictos, de la ciudad de Quito. Remar Ecuador fue reconocida el 13 de junio de 1997 como una Fundación sin fines de lucro con sede principal en Quito, Ecuador. Ha dirigido su actuación en las siguientes áreas:  
La atención se ha centrado en satisfacer las necesidades primarias especialmente de la población infantil, tanto  
Se han abierto varios comedores sociales para la población más pobre donde niños y familiares son alimentados diariamente Se han abierto varios comedores sociales para la población más pobre donde niños y familiares son alimentados diariamente.  
Al resto de la población adulta se ha dirigido una actuación preferentemente de capacitación laboral, mediante Escuelas Talleres, abriendo así talleres de costura, carpintería, artesanía, elaboración de productos de aseo etc tanto para los acogidos los externos

Al resto de la población adulta se ha dirigido una actuación preferentemente de capacitación laboral, mediante Escuelas Talleres, abriendo así talleres de costura, carpintería, artesanía, elaboración de productos de aseo etc tanto para los acogidos en los diversos Al resto de la poblacitalleres de costura, c de aseo etc tanto para en los diversos

Creado por Marcelo Sánchez

**Columns.-** En esta retícula se puede separar los tipos e información ya que es mucho más flexible, es una de las retículas más utilizadas en revistas y en diseño web, ya que puede utilizar varias columnas para texto e imágenes.



## QUE ES REMAR



Al resto de la población adulta se ha dirigido una actuación preferentemente de capacitación laboral, mediante Escuelas Talleres, abriendo así talleres de costura, carpintería, artesanía, elaboración de productos de aseo etc tanto para los acogidos en los diversos Al resto de la poblacitalleres de costura,



Al resto de la población adulta se ha dirigido una actuación preferentemente de capacitación laboral, mediante Escuelas Talleres, abriendo así talleres de costura, carpintería, artesanía, elaboración de productos de aseo etc tanto para los acogidos en los diversos Al resto de la poblacitalleres de costura,



Al resto de la población adulta se ha dirigido una actuación preferentemente de capacitación laboral, mediante Escuelas Talleres, abriendo así talleres de costura, carpintería, artesanía, elaboración de productos de aseo etc tanto para los acogidos en los diversos Al resto de la poblacitalleres de costura,



Al resto de la población adulta se ha dirigido una actuación preferentemente de capacitación laboral, mediante Escuelas Talleres, abriendo así talleres de costura, carpintería, artesanía, elaboración de productos de aseo etc tanto para los acogidos en los diversos Al resto de la poblacitalleres de costura,

Al resto de la población adulta se ha dirigido una actuación preferentemente de capacitación laboral, mediante Escuelas Talleres, abriendo así talleres de costura, carpintería, artesanía, elaboración de productos de aseo etc tanto para los acogidos en los diversos Al resto de la poblacitalleres de costura, c de aseo etc tanto para en los diversos

Creado por Marcelo Sánchez

<sup>56</sup> Alberich, Jordi Pascual (2007). Grafismos multimedia. Barcelona: Editorial UOC. pág. 43

**Modular.-** Útil cuando los contenidos son muy complejos, es parecido a la retícula de las columnas en cambio aquí se lo divide en las filas, creando una matriz de celdas que se los llama módulos. En cada uno se puede colocar información o en varios agrupados, son flexibles pero en exceso puede causar confusión.



Creado por Marcelo Sánchez

**Jerárquica.-** Esta es la que los diseñadores la ocupan más, la información se organiza proporcionando los elementos ordenadamente, sus textos muestran la información jerárquica por lo que el usuario sabe donde está situado.





Creado por Marcelo Sánchez

## 6.8.- Tipografía en la web

La tipografía se debe tomar en cuenta que debe conseguir la atención del usuario siendo el vehículo de información y persuasión, para que la tipografía deba cumplir con estos pasos que son atraer, informar y seducir al usuario de manera impecable con su mensaje debe estar estructurada de una manera clara y precisa ayudándose de los diversos monitores y plataformas utilizadas por los usuarios.

Las familias tipográficas en los sistemas operáticos son diferentes pero el Internet instala un conjunto de fuentes similares para Windows y para MAC OS pero no todos los exploradores cuentan con estas herramientas u otros sistemas operativos, de esta manera hay que tener en cuenta que la tipografía no tendrá el mismo aspecto, 97% de los usuarios utilizan los sistemas de Windows y Mac OS por lo tanto el diseñador debe tener en cuenta y buscar la mayor compatibilidad tipográfica entre ambos sistemas.

El texto en la pantalla del monitor es más complejo de leer por que la mayoría de los diseñadores de las páginas web no respetan una de las reglas más básicas de tipografía en publicaciones las líneas de texto son muy alargadas para que se caractericen por una cómoda legibilidad.<sup>57</sup>

<sup>57</sup> Quero, Enrique (2007). Mantenimiento de portales de información. Madrid: Editorial Paraninfo. pág. 244

Fuentes disponibles en Windows y Mac Os

Windows	Mac Os
Arial	Chicago
<b>Arial Black</b>	Curier
Arial Narrow	Geneva
<b>Arial Rounder MT</b>	Helvetica
Book Antiqua	Monaco
Bookman Old Style	New York
Century Gothic	Palatino
Courier	Times
Courier New	
Garamond	
MS Dialog	
MS Dialog Light	
MS Line Draw	
MS San Serif	
MS SystemX	
Times New Roman	
Vernada	

Creado por Marcelo Sánchez

La tipografía posee características que permiten la comprensión del texto como es la legibilidad, que es distinguir las letras de su entorno; color de fondo interlineado, estilo de la tipografía, etc. El usuario dentro de la web por ser un producto digital tiende a reducir el número de palabras que lee ya que si existe una página completamente llena de texto el usuario se va a cansar y no va a tener una buena navegabilidad.

Para lograr una adecuada composición tipográfica es necesaria una correcta elección de las familias tipográficas a utilizar teniendo en cuenta que su legibilidad, sus proporciones, el contraste entre los trazos gruesos y delgados, la existencia del remate o su falta, su inclinación y su forma.<sup>58</sup>

Para establecer una buena tipografía se debe seguir las siguientes características:

### Tamaño y formato de fuente

En las páginas web no todo el contenido es igual por lo tanto no todo el contenido tiene la misma forma, se debe establecer una mejor visualización con la tipografía adecuada y el tamaño acorde a la misma.

<sup>58</sup> Tortajada, Ignacio (2006). Preproducción multimedia. Valencia: Editorial Universidad Politécnica de Valencia. pág. 193

Cada persona puede tener definido un tamaño de letra por defecto distinto en su navegador. Por ejemplo, si posee un monitor de 14" posiblemente tenga por defecto un tamaño de letra 10 con lo que las etiquetas <FRONT ZIDE=+1> y <FRON ZIDE=12> tendrán el mismo efecto.<sup>59</sup>

En el siguiente cuadro se muestra en cuanto podemos aumentar la tipografía de una manera adecuada.

	Base Front 10	Base Front 14
Mal	Palabra que se desea aumentar	Palabra que se desea aumentar
Bien	Palabra que se desea aumentar	Palabra que se desea aumentar

Creado por Marcelo Sánchez

Se debe que tener en cuenta que una Mac trabaja a una resolución de 72 pixeles por pulgada a diferencia que una PC tiene una resolución es de 96 pixeles por pulgada.

Mac: 12pt = 12px

PC: 12pt = 16px

### Formato con serif y sans serif

Los formatos de fuentes con serif son aquellos que tienen unos pequeños remates en los extremos, por ejemplo:

Times New Roman, es un tipo de letra serif

Y por otro lado se tiene las fuentes san serif con aquellas que no poseen los remates en los extremos, ejemplo:

Arial es un tipo de letra san serif

En texto impreso se usaría una tipografía sans serif, seria de mayor legibilidad ya que los remates contribuyen hacer la lectura menos monótona. Por el

<sup>59</sup> Quero, Enrique (2007). Mantenimiento de portales de información. Madrid: Editorial Paraninfo. pág. 244

contrario en la pantalla del ordenador los trazos terminales quedarían menos definidos debido a la baja resolución de la misma y la lectura se complicaría.<sup>60</sup>



Creado por Marcelo Sánchez

### **Kerning y Tracking**

El espacio entre las letras y palabras en una misma línea o párrafo, no siempre es fijo. Cuando este espacio se ajusta correctamente los textos son más legibles y el espacio en pantalla es mucho mejor.

El espacio entre los caracteres viene definido por el diseñador de la familia tipográfica. Estos dos conceptos, kerning y tracking, hacen referencia a este espacio que antes eran modificados a mano con los tipos móviles.<sup>61</sup>

En los navegadores se tiene en cuenta estos aspectos para poder trabajar con los títulos, textos, pie de imagen, etc. La combinación varía dependiendo de la combinación de letras que se lo pueda implementar a nuestro diseño.

---

<sup>60</sup> Quero, Enrique (2007). Mantenimiento de portales de información. Madrid: Editorial Paraninfo. pág. 246

<sup>61</sup> Herrera, Carolina y López Parejo Alberto (2008). Introducción al diseño. Málaga: Editorial Vértice. pág. 95

Tracking:

REMAR

R E M A R

kerning:

REMAR

R E M A R

Creado por Marcelo Sánchez

### **Color y contraste con el fondo**

A la hora de realizar el diseño de la página web se toma en cuenta el color que se va establecer y escoger la tipografía adecuada que no tenga problemas de lectura si el fondo la distorsiona. Para los colores de fondo es considerable utilizar colores suaves y claros y un color de texto oscuro.

El color debe ser usado con prudencia, ya que se considera un diseño elegante, atractivo y diferente. Su mal uso puede crear un efecto totalmente contrario y llegar hacer, incluso, vulgar y poco profesional.<sup>62</sup>

---

<sup>62</sup> Herrera, Carolina y López Parejo Alberto (2008). Introducción al diseño. Málaga: Editorial Vértice. pág. 149

## Color y contraste con el fondo



Creado por Marcelo Sánchez

### 6.9.- Color en la web

El color tiene una función muy importante en la elaboración de la página web, ya que debe existir una buena calidad en cuanto a los colores y la imagen y el tamaño del archivo dependiendo de la velocidad en la que se desplaza por la red.

Utilizar texto en color o utilizar diferentes colores de fondo en una página web puede transformar el aspecto de lo que, otro modo, podría ser una monótona página web. No obstante, hay que hacer una advertencia: elija sabiamente los colores, no habrá nadie capaz de leer su página.<sup>63</sup>

La administración de los colores para los sitios web está bajo el modelo RGB, rojo, verde y azul, están compuestos de puntos que son llamados píxeles y que están organizados mediante una retícula, en renglones y columnas, el cual cuenta con una gama de más de 16,7 millones de colores que se mide en una escala que va entre 0 a 255.

---

<sup>63</sup> Hobbs, Lilian (1999). Diseñar su propia página web. Barcelona: Editorial Marcombo. pág. 67



Creado por Marcelo Sánchez

### **Contraste entre colores**

El contraste de los colores es la diferencia que existe entre ambos, creado cuando sobre un color o una imagen de fondo se coloca otro color diferente. El contraste entre los elementos que componen una página web sea parte importante a la hora de diseñar y como forma general el texto debe destacar del fondo con suficiente claridad y poderse leer cómodamente.

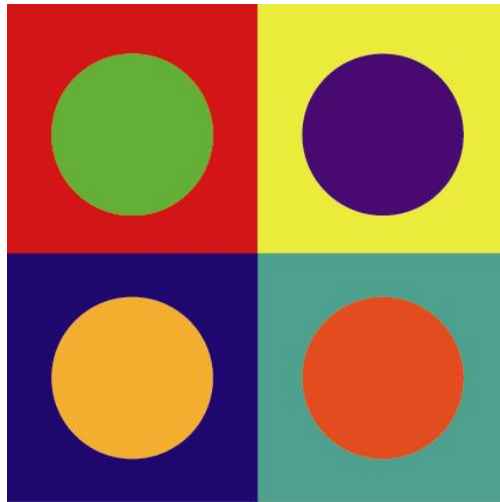
El contraste se puede obtener de varias maneras pero las más destacadas se realizan por la alta saturación del color (colores más puros e intensos) o bien por contraste luminoso de colores, que se producen al confrontar un color claro con un color oscuro.<sup>64</sup>

El contraste será mayor cuanto mayor sean las diferencias entre ambos en término de tono, luminosidad y cromática. Al diseñar una página web los colores que se va establecer y el contraste de los mismos van a generar sensaciones hacia el usuario, generando así su mayor atención, así también se puede diferenciar, separar y resaltar aéreas de contenidos.

**Contraste de tono.-** Este tipo de contraste relaciona a los colores por medio de la distancia ya que mientras más alejados se encuentran en el círculo cromático mayor será su contraste.

---

<sup>64</sup> Navarro, Lizandra y Páginas José Luis (2007). Fundamentos del diseño. Madrid: Editorial universitat Jaume. pág. 77



Creado por Marcelo Sánchez

Mediante la imagen planteada se puede decir que una pareja de colores complementarios producen el máximo contraste, y lo opuesto el que produce menor contraste a un color es su adyacente.

**Contraste de luminancia.-** Se puede generar un contraste con el mismo tono de color por medio de la luz. Este tipo de contraste es agradable al ojo humano, ya que es muy implementado en diseño web.

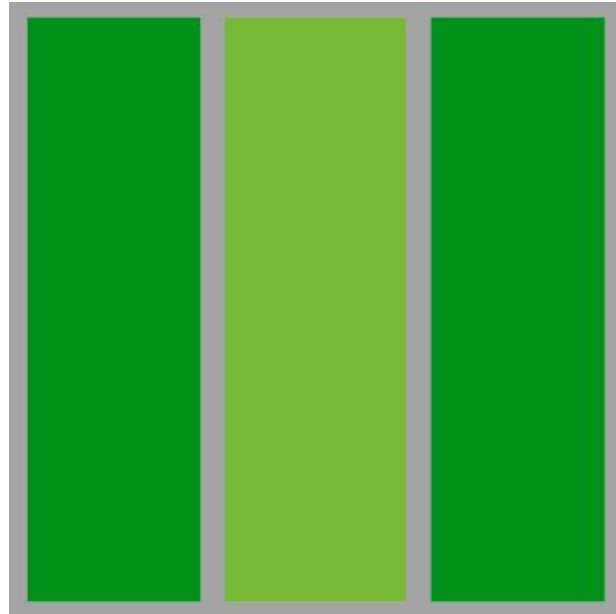


Creado por Marcelo Sánchez

**Contraste de saturación.-** Este tipo de contraste son más frecuentes a la hora de resaltar aspectos en las páginas web de una manera moderada. Los efectos que se puede conseguir son combinando algunas aéreas con



diferentes saturaciones, implementando el fondo gris se puede obtener un efecto de transparencia, para algunas páginas web muy apropiado.



Creado por Marcelo Sánchez

## 6.10.- Imagen en la web

Las imágenes son muy importantes para las páginas web ya que la mayoría de páginas su distribución de información es texto e imagen, son utilizadas para complementar los textos de una manera más eficaz y correcta.

Al inicio de la web el empleo de imágenes de los documentos HTML era muy escaso. Sin embargo, hoy es todo lo contrario y es muy difícil encontrar páginas que no empleen una gran cantidad de imágenes.<sup>65</sup>

Las páginas web no son compatibles con todos los formatos de imagen que tenemos, pero con otros sí que son los siguientes:

### Formato JPG

JPG o (Joint Photographic Experts Group) este tipo de formato soporta 16.7 millones de colores, 24 bits, es el más usado para las fotografías. Estas imágenes son de mayor calidad que los formatos GIF, pero esta imagen es mucho más pesada.

---

<sup>65</sup> Luján Mora, Sergio (2001). Programación en internet. Madrid: Editorial club universitario. pág. 58

El formato de compresión jpg fue estandarizado por ISO en agosto de 1990 y las primeras aplicaciones comerciales comenzaron a seguir en 1991. Su principal característica es que su cantidad de compresión puede ser ajustada para lograr la compresión deseada entre el tamaño del archivo y la calidad de visualización.<sup>66</sup>

Los formatos JPG pierden algo de información y pueden afectar su calidad, pero en algunos casos no es apreciable a simple vista, al comprimir estos formatos cada vez se va perdiendo su información y calidad. Por eso si se desea modificar una imagen se podría hacer en un formato sin pérdida de información o datos como BMP o TIFF.

### **Formato GIF**

GIF o (Graphic Interchange Format) este formato fue creado por CompuServe. Este formato tiene el algoritmo de compresión LZW o (Lemple Ziv Welch) para reducir el peso de las imágenes, pero sin pérdida de información o de datos. Este tipo de formato permite contener transparencia y animación, pero no son tan recomendados para fotográficas ya que se pierde colores y no tendría una adecuada visualización.

Gif es un formato sin pérdida de calidad con imágenes hasta 256 colores. Para imágenes más de 256 colores, debe de hacerse una adaptación reduciendo el número de colores, con la consecuencia de pérdida de calidad.<sup>67</sup>

Este formato es muy bueno para dibujos de pocos colores ya que es el más popular en la web y eficiente, es una buena ventaja para los otros formatos ya que se puede mostrar en el navegador fácilmente a baja resolución hasta ser descargado completamente.

### **Formato PNG**

PNG o (Portable Network Graphics) este formato fue desarrollado para superar las limitaciones del formato GIF, también utiliza un algoritmo de compresión para no tener perdida. Este formato permite imágenes con colores verdaderos, escala de bits y paleta de 8 bits, y es adecuado para imágenes con pocas variaciones de color.

Fue desarrollado por Portable Network Graphics en 1995, se trata de un formato nuevo que surgió como respuesta a las limitaciones del formato GIF, por ejemplo, el poder codificar imágenes con un número máximo de 256 colores

---

<sup>66</sup> Equipo, Vértice (2009). Diseño básico de páginas web en HTML, Málaga: Editorial vértice. pág. 76

<sup>67</sup> Equipo, Vértice (2009). Diseño básico de páginas web en HTML, Málaga: Editorial vértice. pág. 75

cuando los ordenadores soportaban millones de colores. El PNG gano mayor popularidad en 1999 cuando Unisys puso fin a su política de licencias de patentes, haciendo un software no sujeto a patentes.<sup>68</sup>

Este formato combina a los formatos anteriores como es GIF y JPG, ofreciendo compresión sin pérdida, admite transparencia y entrelazado permitiendo hasta 16 millones de colores y transparencia con esto se puede fundir progresivamente las imágenes con el fondo del navegador y evitar los bordes serrados.

Formatos gráficos para páginas web		
JPG	GIF	PNG
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Compresión con pérdida</li> <li>- Comprime bien las fotos</li> <li>- Platea de colores real</li> <li>- Hasta 16 millones de colores</li> <li>- Sin transparencia</li> <li>- Sin animacion</li> <li>- Alta compatibilidad</li> </ul> <p>OPTIMIZACIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Alterar calidad de imagen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Compresión sin pérdida</li> <li>- Comprime bien los dibujos</li> <li>- Platea de colores variables</li> <li>- Hasta 256 colores</li> <li>- Permite transparencia</li> <li>- Permite animacion</li> <li>- Alta compatibilidad</li> </ul> <p>OPTIMIZACIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Reducir paleta de colores</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Compresión sin pérdida</li> <li>- Comprime bien los dibujos</li> <li>- Platea de colores variables</li> <li>- Hasta millones de colores</li> <li>- Permite transparencia</li> <li>- sin animación</li> <li>- menor compatibilidad</li> </ul> <p>OPTIMIZACIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Reducir paleta y más</li> </ul>

Creado por Marcelo Sánchez

## 6.11.- Planificación para el diseño de la página web

La web es un instrumento que se compone con la evolución tecnológica de enseñanza avanzada, en el descubrimiento de interacción, brindando información que el usuario necesita de una manera adecuada.

Las características del proceso del desarrollo del sitio web hacen que cualquier cambio que realicen sobre la marcha, empeore el producto final, siendo imprescindible la correcta y detallada plantificación previa del diseño.<sup>69</sup>

<sup>68</sup> Equipo, Vértice (2009). Diseño básico de páginas web en HTML, Málaga: Editorial vértice. pág. 77

<sup>69</sup> Quero, Enrique; García, Agustín y Peña, Javier (2007). Mantenimiento de portales de información. Madrid: Editorial paraninfo. pág. 211

La planificación de información para la página web debe estar planteada de la mejor manera para que exista un diseño funcional ya que es representado por su contenido, mediante esta se puede jerarquizar los contenidos y tener una organización adecuada, mediante el proceso de recolección y organización de contenidos.

Antes de empezar el trabajo en el ordenador es muy importante realizar con lápiz y papel una planificación y preparación de nuestro sitio. Crear adecuadamente los contenidos y estructurarlos en forma de página es más importante. Más tarde colocaremos nuestras páginas en el servidor web.<sup>70</sup>

Para la planificación de la página web de una forma segura y funcional para el usuario se debe establecer el por qué de la página web los beneficios que va aportar y a que público va dirigido y así determinar el esquema de navegación, tiempos y costos. Se puede seguir los siguientes pasos para la creación de página web o sitio web:

### **El medio de la web**

Se puede establecer el medio adecuando al que se va hacer el producto mediante las necesidades del usuario y/o la empresa que realiza el producto que se va a mostrar se puede plantear entre los entre los dos más conocidos que son sitio web, página web y portal web.

### **Página web**

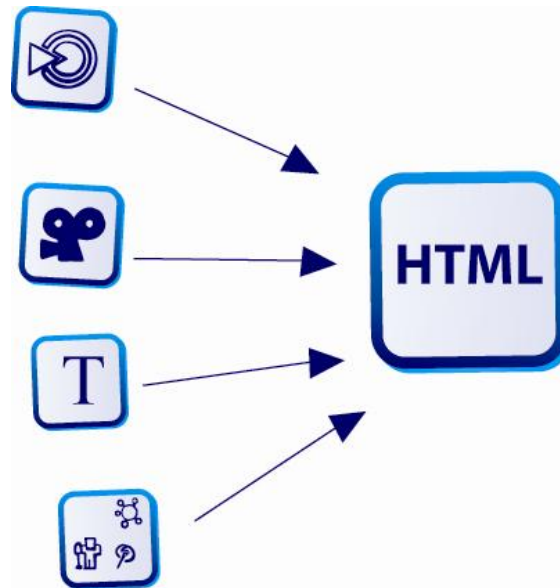
Es un documento electrónico escrito en HTML, que se visualiza mediante un navegador por información en texto, elementos multimedia (gráficos, videos, sonidos y animación) y otros componentes que dan interactividad.

El usuario accede a la página web mediante un navegador de internet, este programa emplea un protocolo llamado http que funciona sobre TCP/IP y que se encarga de gestionar el aspecto de las páginas y sus enlaces.<sup>71</sup>

---

<sup>70</sup> Quero, Enrique; García, Agustín y Peña, Javier (2007). Mantenimiento de portales de información. Madrid: Editorial paraninfo. pág. 31

<sup>71</sup> Rodil Jiménez, Irene y De Vega, Camino (2010). Operaciones auxiliares de tecnologías de la información y comunicación. Madrid: Editorial parafino. pág. 282



Creado por Marcelo Sánchez

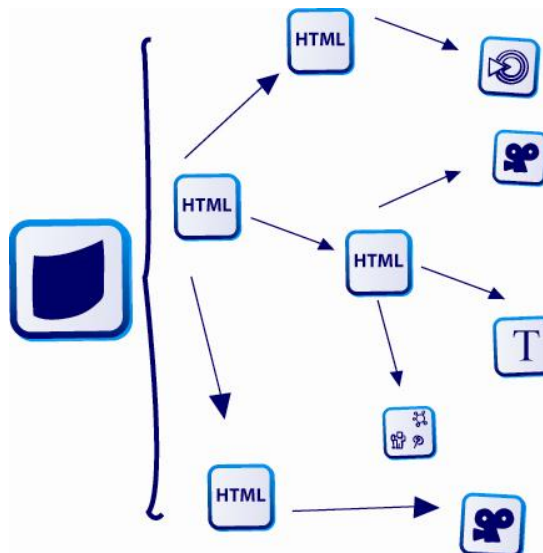
## Sitio web

Sitio web es un conjunto de páginas web y archivos necesarios, imágenes, videos, etc. Comunes en un dominio de Internet que tratan de informar sobre un tema y están organizadas en función a sus contenidos.

Un sitio web es el conjunto de páginas web y viene siempre indicado con www, otro parámetro es que el nombre del dominio que lleva es el nombre de la empresa y el tercer parámetro en un sitio web se establece que tipo de organización es con las siglas al finar como.org, ec, etc.<sup>72</sup>

---

<sup>72</sup> Rodil Jiménez, Irene y De Vega, Camino (2010). Operaciones auxiliares de tecnologías de la información y comunicación. Madrid: Editorial parafino. pág. 283

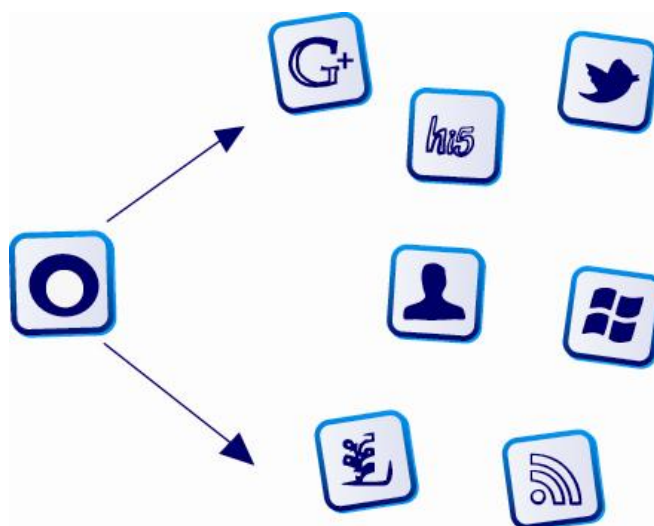


Creado por Marcelo Sánchez

## Portal web

Portal web es una localidad que se encuentra en un sitio web o en una página web ofrece al usuario de forma fácil e integral a una serie de recursos y de un servicio relacionado en el mismo tema que incluye enlaces, buscadores, foros, aplicaciones, etc.

El portal net es un punto de acceso a Internet que permite al usuario, desde una misma página web, enlazada con destinos a sitios web, para poder localizar rápidamente distinta información en internet. El objetivo de un portal web es el usuario cuando acceda a internet lo haga a través de su portal.<sup>73</sup>



Creado por Marcelo Sánchez

<sup>73</sup> Rodil Jiménez, Irene y De Vega, Camino (2010). Operaciones auxiliares de tecnologías de la información y comunicación. Madrid: Editorial parafino. pág. 284

## 6.12.- Arquitectura de la web

La arquitectura de la web es el conjunto de métodos y herramientas que permiten organizar los contenidos, para ser encontrados y utilizados por el usuario, de una manera simple y directa.

La arquitectura de la información estará cumpliendo con sus objetivos cuando el usuario entre por primera vez al sitio y pueda reconocer a quien le pertenece el sitio web, que su recorrido sea eficaz y que no tenga ningún inconveniente a la hora de encontrar la información.

La arquitectura web básica está basada en el uso de clientes ligeros (únicamente precisan el uso del navegador) y servidores distribuidos con diferentes funciones. Básicamente se precisa un servidor web que permite el almacenamiento y acceso a páginas web y clientes browser.<sup>74</sup>

Se debe establecer el diseño de la aplicación pero no se debe tener solo en cuenta lo que es colores y tipografías, se debe establecer el tipo de estructura que se va a implementar en el sitio web. La información debe estar suministrada adecuadamente para que la navegación sea directa y facilitando el acceso.

Al empezar a diseñar la páginas se debe tomar en cuenta las proporciones y composición mediante la documentación existente, se debe empezar viendo que se muestra en otros sitios web como la estructura los colores las animaciones la tipografía esto nos ayuda a establecer un orden lógico para estructural la web.

La arquitectura elemental de la web tal y como la definió originalmente Tim Berners se basa en utilizar tres estándares que son: El localizador uniforme de recursos (URL), el protocolo de transferencia de hipertexto (http) y el lenguaje de marcación de Hipertexto (HTML).<sup>75</sup>

## URL

URL o (Uniform Resource Locator) el localizador de recursos uniforme es una secuencia de caracteres de acuerdo a un formato estándar que les para nombrar recursos en internet para su localización o identificación.

---

<sup>74</sup> Barranco de Areba, Jesús (2007). Mitología del análisis estructurado de sistemas. Madrid: Editorial comillas. pág. 284

<sup>75</sup> Márquez Solís, Santiago (2007). La web semántica. Madrid: Editorial Lulú. pág. 13

La URL es una cadena de caracteres a la cual se le asigna una dirección única a cada uno de los recursos de información disponibles en Internet. Existe un URL única para cada página de cada uno de los documentos de la World Wide Web.<sup>76</sup>

La URL es el nombre del esquema y deben seguir una sintaxis general, cada esquema puede determinar sus principios de sintaxis, donde la autoridad, que es el nombre o la dirección IP de un servidor, la ruta, es la especificación de una ubicación en una estructura jerárquica, y el fragmento, indica una ubicación en un documento, están relacionados y unen para desarrollar la información.

## **HTTP**

Http o (Hipertexto Transfer Protocol) usado en cada transición de la World Wide Web en este protocolo no se guarda ninguna información sobre conexiones anteriores, el uso de campos le dan mayor flexibilidad al protocolo estos campos permiten que se envíe información descriptiva en la transacción, permitiendo así la autenticidad identificado por el usuario.

El protocolo de transferencia de hipertexto HTTP es el protocolo utilizado en cada transacción de la web, el hipertexto es el contenido de las páginas web, y el protocolo de transferencia es el sistema mediante el cual se envían las peticiones para acceder a una página web y obtener respuesta de esa misma web, remitiendo la información que se verá en la pantalla del navegador<sup>77</sup>

Este protocolo también puede enviar otro tipo de información como formularios o mensajes similares, los datos del usuario se pueden enviar en dos maneras diferentes, GET, que son los datos enviados al servidor web en la URL de llamada, POST, que son los datos enviados al servidor web pero en el cuerpo HTTP.

## **HTML**

HTML o (HyperText Markup Language) es el lenguaje marcado predominante para la elaboración de páginas web, es usado para describir la estructura y el contenido en forma de texto, así como para complementar el texto con objetos tales como las imágenes el HTML se escribe en forma de etiquetas.

El lenguaje HTML puede ser creado y editado como cualquier editor de texto básico como el bloc de notas de Windows o cualquier otro editor que admita

<sup>76</sup> <sup>76</sup> Márquez Solís, Santiago (2007). La web semántica. Madrid: Editorial Lulú. pág. 14

<sup>77</sup> <sup>77</sup> Márquez Solís, Santiago (2007). La web semántica. Madrid: Editorial Lulú. pág. 16



texto sin formato, sin embargo, resulta mucho más cómodo utilizar otros programas que mediante la interfaz gráfica permita la creación de la pantalla del documento o del sitio web.<sup>78</sup>

HTML utiliza etiquetas o marcas que consisten en breves instrucciones de comienzo y fin, mediante las cuales se determinan la forma en la que se debe aparecer en el navegador de texto, así también como imágenes y demás elementos.

Toda etiqueta se identifica por estar encerrada en los signos mayor que y menor que (<>), y algunas tienen atributos que pueden tomar algún valor, las etiquetas básicas de HTML de obligada presencia en el documento son:

**<HTML>**.- Es la etiqueta que define el inicio del documento HTML, le indica al navegador que todo lo que viene a continuación debe tratarlo como serie de códigos.

**<HEAD>**.- Esta etiqueta sirve para definir la cabecera del documento HTML, esta cabecera suele contener información del documento que no se muestra directamente, como por ejemplo el título de la ventana del navegador.

**<TITLE>**.- Define el título de la página, por lo general este título aparece en la barra de título encima de la ventana.

**<LINK>**.- Esta etiqueta define algunas características avanzadas, como por ejemplo crear las hojas de estilo para el diseño de la página.

**<BODY>**.- Establece el cuerpo del documento o el contenido a mostrar, esta es la parte del documento HTML que se muestra en el navegador. Dentro de esta etiqueta se puede definir propiedades comunes para toda la página, como color e imágenes.

Los elementos que se muestran a continuación son parte de la arquitectura que nos ayudaran para las metas de la organización y visibilidad de los contenidos que son las siguientes:

---

<sup>78</sup> Márquez Solís, Santiago (2007). La web semántica. Madrid: Editorial Lulú. pág. 17

### 6.12.1.- Organización del contenido

Una vez establecido los objetivos para la creación de la página o del sitio web y al grupo objetivo al que está dirigido, se debe seguir con establecer qué tipo de contenidos se va a implementar y definirlos correctamente. Para identificar los contenidos se debe ayudar de los objetivos y de la audiencia a donde va dirigida la web mediante eso se establecieron las necesidades.

En el ámbito de la información electrónica y la arquitectura de contenidos web se entiende por clasificar la actividad de agrupar elementos de información de acuerdo a atributos o propiedades comunes entre ellos.<sup>79</sup>

Para cumplir con una norma establecida, con respecto a que debería contener un sitio web, se debe tomar en cuenta lo siguiente:

**La Institución.-** Implementar información sobre quiénes son los que están inmersos en la institución información detallada de qué tipo de organización es.

**Producto o Servicio.-** Se puede hablar principalmente de las actividades que realizan la empresa y cuáles son los productos que ofrece y que exista un vínculo que el usuario se interese por dicho producto o servicio estableciendo la interacción.

**Novedades o Actividades.-** Se puede implementar textos sobre lo que hace diariamente la institución o semanalmente para tener informado al usuario con noticias, actividades, etc.

La gestión de la presentación de contenidos ya sea de artículos o páginas de categorías en forma de blog o lista, está previsto que se establezca de forma predeterminada para no tener que hacerlo elemento por elemento. Estos valores siempre se pueden modificar más adelante para controlar las excepciones.<sup>80</sup>

Esta lista de contenidos es mínima ya que existirán páginas que muestren mucha más información u otro tipo de servicios que cada día irá creciendo a medida de las necesidades de entrega de información sobre la institución, los intereses de los contenidos varían dependiendo los usuarios que se está dirigiendo.

<sup>79</sup> Lara Navarra, Pablo y Martínez, José Ángel (2006). La organización de conocimientos en internet. Barcelona: Editorial UOC. pág. 37

<sup>80</sup> Jean, Noel (2011). Joomla 1.6 cree y administre sus contenidos. Barcelona: Editorial ENI. pág. 54

### **6.13.- Estructura del sitio**

Con la información lista para la web y con la estructura, pero tomando en cuenta tres aspectos para el proceso del mismo que son: estructura del sitio web, árbol de contenidos y los sistemas de navegación que se ofrecerá a los usuarios para que pueda navegar a través de los contenidos.

La estructura de la web se puede configurar con una herramienta que, habitualmente, presenta una visión jerárquica del sitio y permite modificaciones. Mediante esta estructura se puede asignar a un grupo a cada área, con responsables, editores, autores y usuarios con diferentes permisos.<sup>81</sup>

Las etapas mencionadas anteriormente se detallan a continuación:

#### **6.13.1.- Creación de la Estructura**

Es el proceso para identificar la forma que tendrá la web, hay que tener en cuenta que estructura no es lo mismo que diseño. Estructura, es la forma que tendrá la web en términos generales con sus funciones, generalidades y sistema de navegación, no incluye elementos gráficos como logotipos, viñetas, etc. Diseño, es la solución gráfica que se creara para la web en el cual aparecen logotipos, colores, viñetas, estos elementos de diseño que permiten identificar visualmente al sitio.

Cuando se habla de la estructura se refiere a cuál será la experiencia que tendrá un usuario cuando acceda al sitio, de esta manera podemos determinar donde estarán ubicados los servicios interactivos, buscador, área de contenidos, etc.

Si contamos con un modelo donde este recogido los requisitos del usuario, con objetivos claros y probados, y un conociendo del problema actual podemos abordar con éxito el planteamiento de la creación de la estructura con las diferentes propuestas de solución al sistema y que sea desarrollada.<sup>82</sup>

Por medio de esta realización es posible analizar términos más prácticos, como cual será los elementos de información e interacción que tendrá el usuario, al no incluir elementos de diseño se permite la discusión sobre la estructura que se va a implementar en la web mediante aspectos concretos, sin hablar de las consideraciones estéticas en esta etapa del desarrollo.

---

<sup>81</sup> Martínez, José Ángel (2007). La producción de contenidos en la web. Barcelona: Editorial UOC. pág. 60

<sup>82</sup> Barranco, Jesús (2001). Metodología de análisis estructurado de sistemas. Madrid: Editorial comillas. pág. 275

### 6.13.2.- Mapa del Sitio

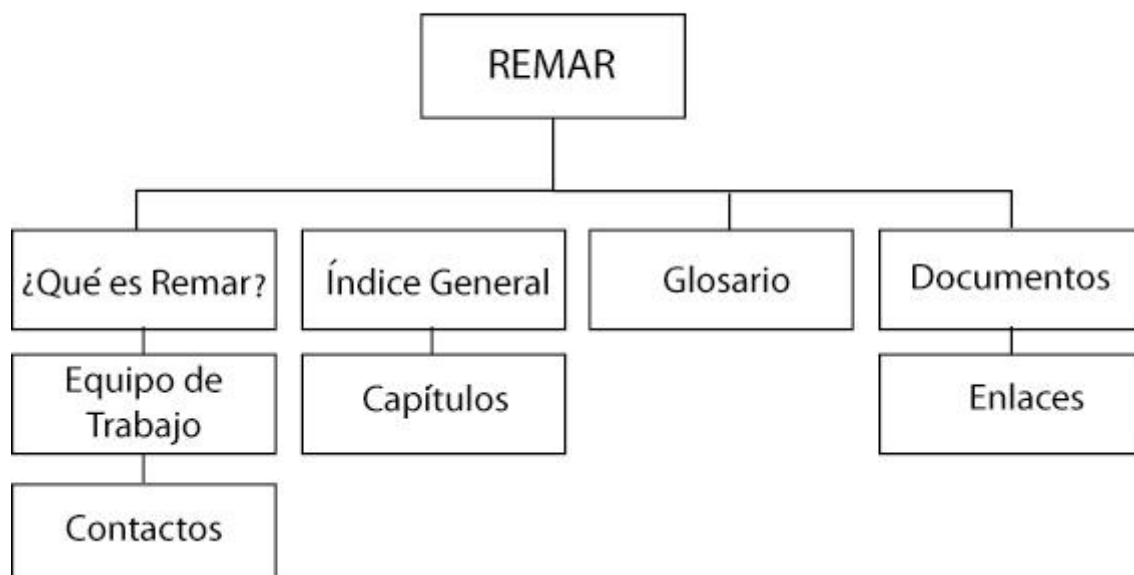
El mapa del sitio se refiere a la creación de un árbol de contenidos, donde se muestra de una manera práctica cuantas secciones tendrá la web y su desarrollo, y cuantos niveles habrán dentro de cada uno. Este árbol es un diagrama que consta de un árbol, ramas y hojas, mostrando las zonas principales y secundarias que se irán incorporando en la web.

Los mapas de sitios permiten tener una vista general de cómo se tiene organizado el sitio y así tener un acceso más rápido al mismo.<sup>83</sup>

En este sentido se debe evitar el árbol de contenidos presente en la estructura de organización, porque esta es conocida y comprendida internamente, pero constituye una barrera de entrada para usuarios externos. Si esto llega a pasar debería principalmente informarse de lo que hace la empresa como tal y de ahí empezar a buscar la información requerida.

Se establece dos sentidos de arboles de navegación que son: árbol organizacional y árbol funcional.

## ÁRBOL ORGANIZACIONAL



Creado por Marcelo Sánchez

<sup>83</sup> Ramos, Alicia (2011). Aplicaciones web. Madrid: Editorial paraninfo. pág. 132

## ÁRBOL FUNCIONAL



Creado por Marcelo Sánchez

**Secciones.-** Se debe intentar que sea lo menos posible para que el usuario no se pueda perder y pueda navegar con tranquilidad se establece tener entre 5 a 7 secciones, hay que considerar que cada una de las aéreas tienen su mantenimiento tanto de texto como imagen que esto aumenta los costos de la web.

**Niveles.-** Se debe intentar que el uso este a menos de tres click del contenido que el usuario va a buscar, por lo tanto lo adecuado es crear tres niveles de acceso, sería portada, portada de selección y contenidos.

**Contenidos relacionados.-** Entre estos contenidos se relacionan el buscador, preguntas, formularios, contactos pero esto es preferible mantenerlo fuera del árbol de navegación para que de cualquier parte de la página se pueda acceder al mismo.

### Sistemas de Navegación

Una vez establecido el árbol de navegación de contenidos se procede a generar los sistemas de acceso de dichos contenidos en la web. A través de estos los usuarios podrán desplazarse por sus distintas aéreas sin tener ninguna dificultad.

Estos sistemas de navegación plantean dos elementos muy importantes que son: texto y contextual.

**Textual.-** Se refiere a que la navegación se establecerá por medio de elementos concretos, que pueden ser menús, guías, botones y otros elementos que deben ser claramente distinguibles dentro de la interfaz.

Para generar se debe establecer una función clara para cada uno de ellos, la función para la que fueron destinados mediante esa acción que desarrollaran al usuario. Es muy importante que las palabras seleccionadas para indicar acciones sean claras y precisas, si un botón necesita ser explicado para su uso es mejor desecharlo.

**Contextual.-** Es todo referido a como se muestra la información, mediante elementos basados en textos, gráficos, animaciones o el mismo entorno. Los elementos principales serán todos aquellos que permiten mostrar la navegación en pantalla, la gráfica, redacción de los textos, e incluso el dominio (URL), estos elementos permitirán que el usuario se sienta en el lugar indicado.

### **6.13.3.- Características de los Sistemas de Navegación**

Al generar el sistema de navegación se debe plantear las siguientes características que son:

#### **Consistente**

El sistema que se aplique debe ser similar en toda la web, lo que es su ubicación disposición en las páginas. Esto se aplica a empresas o instituciones que tienen más de un página web.

#### **Uniforme**

Este sistema se utiliza en similares términos con el fin de que el usuario que entre a la página y lo vea confié en que sus opciones llevan hacia los mismos lugares dentro de la web.

## **Visible**

Este sistema debe distinguirse clara mente dentro de los sitios o páginas web, para que el usuario acceda al mismo como que si fuera una guía permanente en el área que se encuentre dentro de la página.

## **Mantenimiento**

Para el mantenimiento del sitio web se seguirá unas pautas adecuadas establecidas en el proyecto como términos de contenidos, estructura de la información formatos gráficas y criterios de calidad, tomando en cuenta que algunos sitios pueden tener actualizaciones de sus textos e imágenes.

## **Tiempo de Realización**

Este punto es fundamental para el planeamiento del trabajo y para el presupuesto final. Hay que definir el tiempo total de entrega parcial. Todo esto también dependerá de los recursos que se tengan para trabajar, la complejidad del sitio y el tiempo que dispone el cliente para su realización. Habrá que pensar cómo se va a organizar el trabajo: definición de responsables por parte del cliente, calendario de presentación de versiones.

## **6.14.- Diseño de páginas web**

El diseño de páginas web básicamente es un documento con información interrelacionada con otros documentos, los cuales son asignados para diferentes dispositivos de salida como en computador, por medio de teléfonos, etc. Las páginas web pueden ser realizadas en archivos de texto como: HTML, PHP, Asp, Aspx, Java Script, JSP, Phyton, Rudy; utilizando un programa como: WYSIWYG o WYSIWYM de creación de páginas y con un lenguaje de programación adecuado.

Tanto Internet como el diseño de páginas web están en constante evolución, el diseño de páginas web es una actividad multidisciplinaria se alimenta de fuentes como el diseño gráfico y las artes visuales, la programación de información de informática, el diseño de interfaces, la redacción de contenidos, la publicidad el marketing y muchas más.<sup>84</sup>

---

<sup>84</sup> Mariño, Ramón (2005). Diseño de páginas web y diseño grafico. Madrid: Editorial ideas propias. pág. 2

No existe una forma estándar para crear páginas web, ya que está creciendo vertiginosamente juntamente con el Internet y que nos muestran diferentes métodos de desarrollo y nuevos lenguajes todo esto gracias a la tecnología. Una de las características es la facilidad para mostrar contenidos de manera gráfica y vincularlos a distintos orígenes de una manera fácil, pero esto es necesario de personas que realicen este tipo de procesos con los conocimientos adecuados para que aseguren que el usuario podrá ver lo que se está mastrando en la web.

El sitio web va a tener una expresión gráfica el que permite su visualización y navegación, creando una lógica coherente optimizando la razón de la estructura de contenidos definiendo los elementos gráficos, de texto, audio y video.

## **Lenguaje HTML**

Para comenzar, se verá que el HTML es un lenguaje que se basa en SGML (estándar internacional para la definición de métodos de representación de texto en forma electrónica no ligados a ningún sistema ni a ningún dispositivo), lo que quiere decir que todo irá encerrado entre dos etiquetas, normalmente, una que indica el comienzo de algún elemento del documento y otra que indica el final del mismo.

El lenguaje HTML puede ser creado y editado como cualquier editor de texto básico como el bloc de notas de Windows o cualquier otro editor que admita texto sin formato, sin embargo, resulta mucho más cómodo utilizar otros programas que mediante la interfaz gráfica permita la creación de la pantalla del documento o del sitio web.<sup>85</sup>

Es el lenguaje en que se escriben los millones de documentos que hoy existen en el World Wide Web esta permite describir la estructura y contenidos en forma de texto, cada formato en HTML es interpretado por el navegador y cada vez esta mas estandarizado permitiendo que el diseño de la página sea independiente del navegador que utilice.

Un documento HTML se divide en tres secciones reconocidas por etiquetas que son <HTML>, <HEAD>, <BODY>, la primera engloba todo el documento HTML, es decir la configuración la segunda abarca programación e interactividad y el tercero presenta todos los documentos visibles del documento.

---

<sup>85</sup> Márquez Solís, Santiago (2007). La web semántica. Madrid: Editorial Lulú. pág. 17



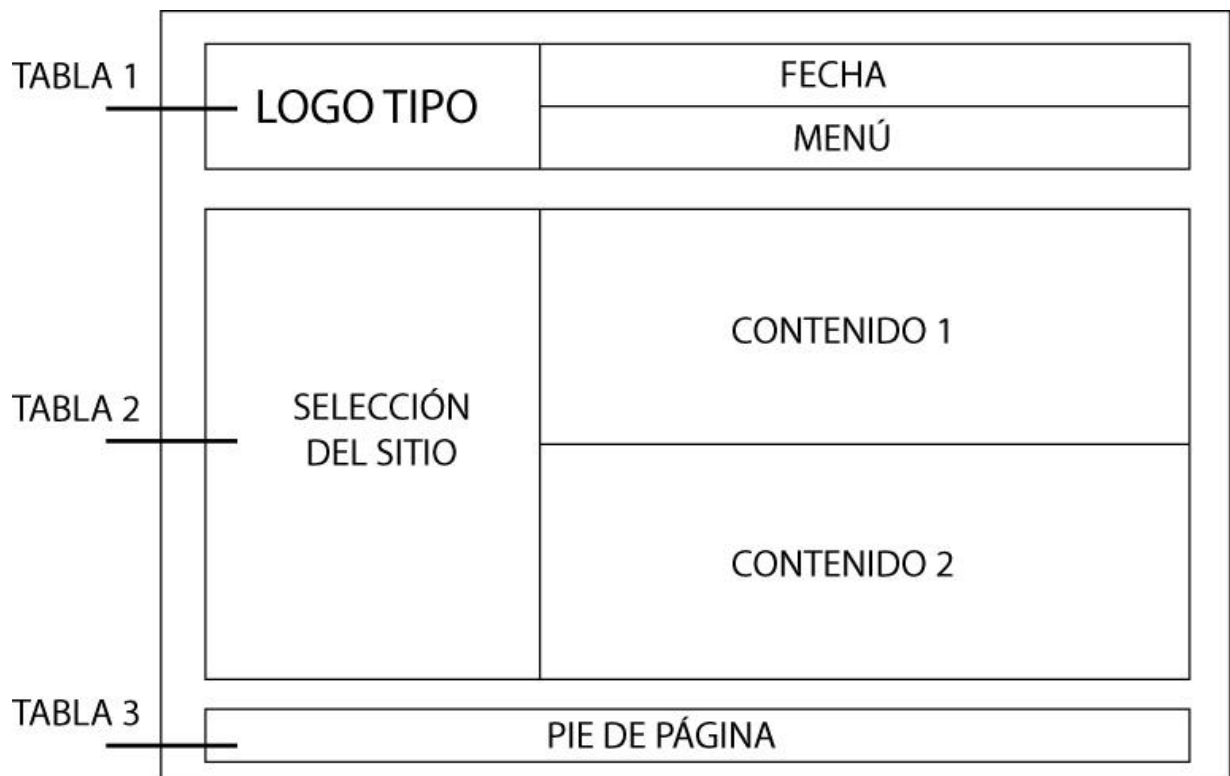
### **6.15.- Diagramación de la Página**

Existen nuevas tecnologías para la diagramación de páginas web, como las hojas de estilos, lo habitual es que los contenidos se los presente en tablas con esto cada elemento ocupa un lugar determinado dentro de la página. El éxito de una buena composición de página consiste en una organización balanceada, clara y concisa la información usando las herramientas básicas de diseño: formato editorial, tipografía, color y uso de gráficas.

Se recomienda construir una estructura de presentación de los contenidos que se pueda fragmentar en varias tablas cuando el sitio se presente en la web mostrará la primera tabla, llevará el logotipo y la identificación del sitio, de manera rápida, dando al usuario la sensación de haber llegado al destino elegido. Luego en las siguientes tablas se van poniendo los restantes elementos del sitio.

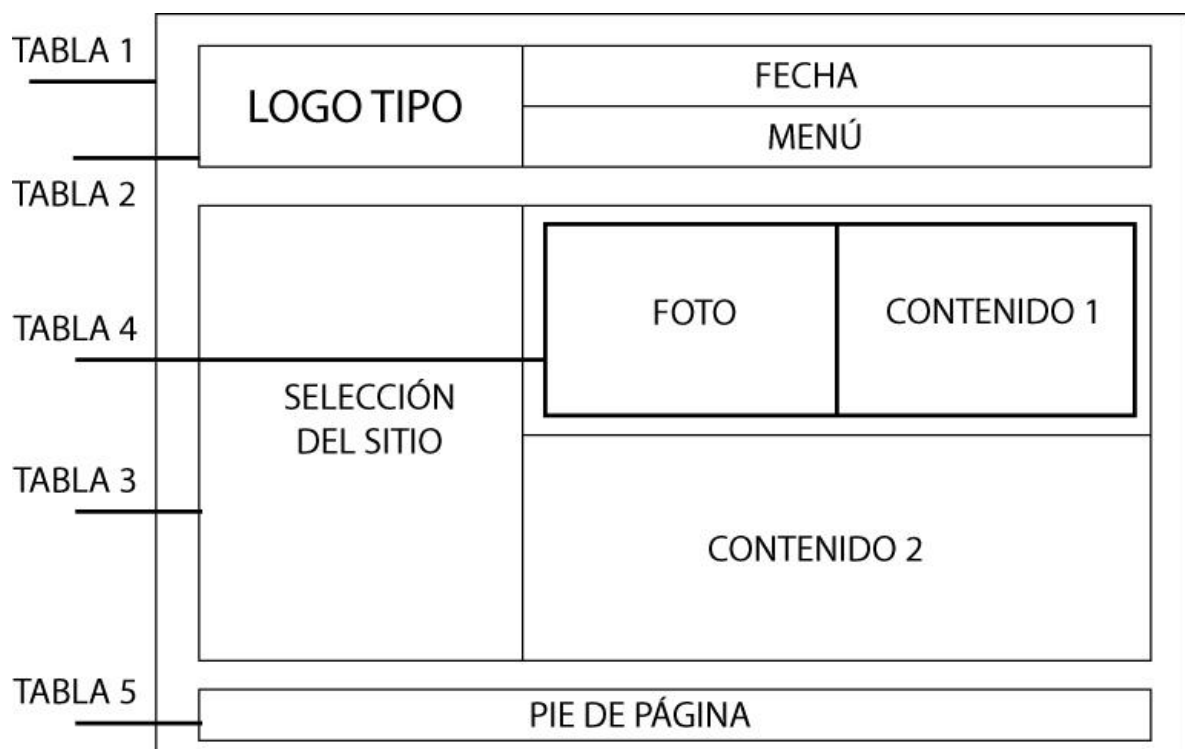
En la siguiente imagen el sitio está planteado por tres tablas mediante el siguiente orden:

- 1.- Muestra el logotipo de la institución la fecha y el menú.
- 2.- Muestra las selecciones del sitio con los contenidos.
- 3.- Muestra el pie de página con el logo de la institución.



Creado por Marcelo Sánchez

En la siguiente figura se mostrara que el sitio web está construido en tres tablas interiores que las mismas serán agrupadas por tablas generales mostrando la variación que se puede lograr.

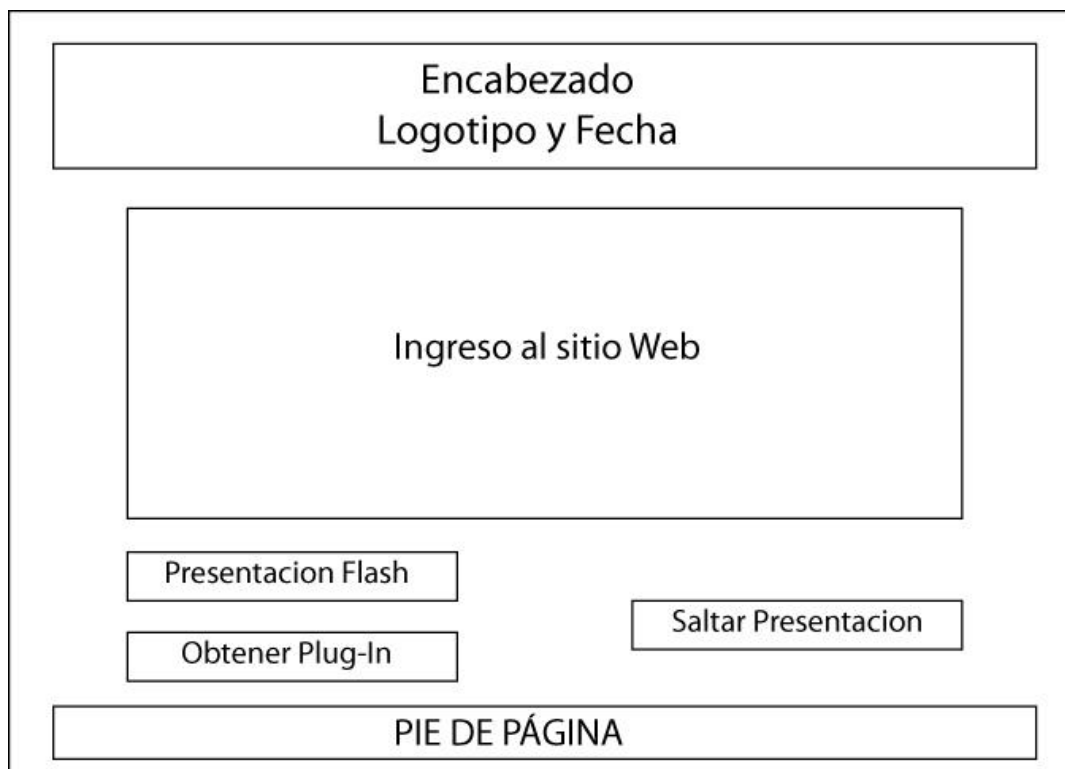


Creado por Marcelo Sánchez

## Uso de presentaciones en Flash

Si se desea que nuestra página sea dinámica y se requiere implementar la tecnología Flash de Macromedia, se recomienda no hacerlo directamente en la portada.

Flash crea lo que denominamos películas o animaciones, en el momento en el que se anima un objeto se está gestionando dos espacios: el espacio-tiempo y el espacio geográfico.<sup>86</sup>



Creado por Marcelo Sánchez

El planteamiento de insertar Flash a las páginas web hace más dinámico el comportamiento con el usuario, pero caso contrario si la animación no está bien estructurada y en el lugar adecuado va distorsionar la visualización al usuario impidiéndole el acceso a la información.

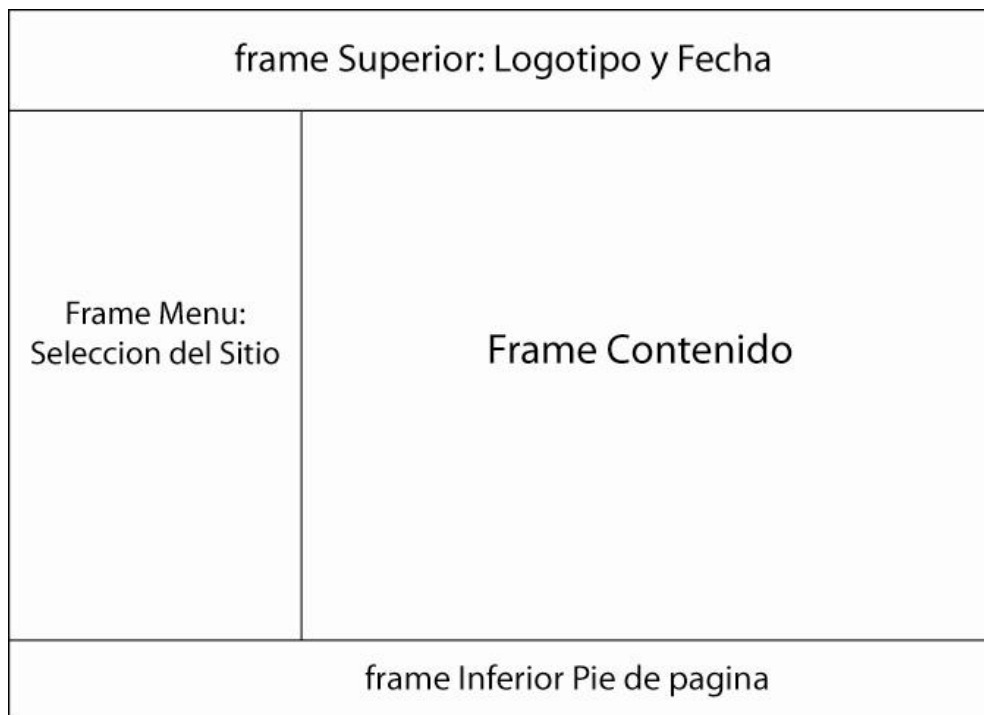
## Uso de Frames o Marcos

Los Marcos o Frames consisten en agrupar varios archivos para que se desplieguen de manera simultánea permitiéndole al usuario ver varios contenidos al mismo tiempo.

<sup>86</sup> Aubry, Christophe (2011). Studio Factory Flash Professional. Barcelona: Editorial ENI. pág. 175

Los frames o marcos permiten dividir un documento en varias zonas de forma que en cada una de estas sea otro documento HTML. Se declara con la etiqueta <frameset> que debe colocarse antes de la etiqueta <body>. Actualmente esas etiquetas están en desuso ya que en su lugar se utilizan los Iframes, estos son marcos internos o flotantes dentro de las páginas HTML.<sup>87</sup>

En el ejemplo siguiente se puede ver gráficamente cómo se hace el despliegue de dichos archivos:



Creado por Marcelo Sánchez

## 6.16.- Incorporación de elementos Gráficos y Multimedia

### Las Imágenes

El software Netscape Navigator implemento los imagos como fondos pero ahora no solo se lo implementa como fondo si no como apoyo para que los textos sean entendidos con mayor claridad y para que la lectura no sea tan pesada en la web. Como ya vimos en anteriores capítulos los adecuados formatos y tamaños que se debe utilizar en la web se tiene que tomar en cuenta estos principios para que las imágenes estén de la mayor manera para que sea deleite del usuario.

<sup>87</sup> Alicia (2011). Aplicaciones web. Madrid: Editorial paraninfo. pág. 42

## **Los colores**

El color es muy importante ya que, ya que de esta manera las empresas o instituciones muestran su identidad y así mas usuarios pueden reconocerla en la web, pero hay que tener en cuenta el buen manejo de los colores como se vio anteriormente los contraste que existe y la mejor combinación de color entre fondos y textos.

## **La Tipografía**

La tipografía es muy importante como se lo estableció anteriormente para tener una buena legibilidad y entendimiento del texto que no tenga ningún problema a la hora de ser leída por el usuario, evitar las combinaciones bruscas de texto, tener en cuenta los contrastes de color entre fondo y texto, utilizar títulos grandes y líneas cortas y los pies de texto o imágenes a un tamaño adecuado.

## **Uso de sonido y video**

Al establecer el uso del sonido y del video se debe tener en cuenta los tipos de reproductores que tenga cada usuario por eso puede tener compatibilidad con la mayoría de los servidores, también se debe saber que es muy importante la armonía en el sitio web por eso es importante implementar el sonido pero que vaya con la temática de la página para que los usuarios puedan sentirse a gusto con la canción asignada.

De la misma manera al establecer el video si se establece una página web que vincule al usuario y pueda ver videos del proceso que se hace en alguna institución la ayuda, el aporte, etc.

Así se podrá sentir el usuario mas conectado con la página pero siempre teniendo en cuenta las herramientas que se va a utilizar y si son compatibles con nuestro producto.

## **Creación de botones y animación**

Los usuarios suelen crear sitios web favoritos los cuales contienen varios botones diseñados con varias animaciones utilizando sus técnicas y tecnologías utilizando su creatividad los cuales son, animación, video, sonido dándole una nueva visión al sitio brindando variables de comunicación.

La creación de botones se establece de tres movimientos el cual se ve de una manera al ingresar a la página la otra cuando se pone nuestro cursor sobre el botón y otra animación cuando se hace click al botón todos estos atributos que los se da ayudan al diseño de nuestra página mediante la interacción con el usuario manteniendo el mismo fin pero con una animación.

### **Guión web**

El guión multimedia narra y describe el proceso que va a tener la página web mediante imágenes mostrando todas las ideas que se desarrollara mediante el proceso que conduce a una descripción de todas las ideas y escenas del producto.

Depende a las historias los guiones pueden ser originales o adaptados, el original esta es creada originalmente y exclusiva del autor, y la adaptada se construye a partir de una obra original.

### **Diseño para la Accesibilidad**

La accesibilidad de un Diseño Web se refiere a su capacidad para presentar contenidos a personas que cuentan con discapacidades físicas, que les impiden usar la información disponible de una manera tradicional y por ello emplean ayudas técnicas que les permiten interpretar el texto que se muestra en la pantalla.

La accesibilidad corresponde a una de las tendencias que se ha impuesto con mucha fuerza en los últimos dos años esta tendencia se ha asociado mundialmente a la actividad de los sitios web que plantean los Gobiernos deben asegurarse de que todos los ciudadanos accedan a la información que se les ofrece por esta vía sin que existan ninguna clase de impedimento.

### **Interfaz**

El diseño de la interfaz es el diseño de computadoras, máquinas, dispositivos, aplicaciones, software, sitios web, es decir el aparato tecnológico que permite a través del lenguaje una experiencia del usuario y de la interacción.

El diseño de interfaz es una actividad que involucra a muchas ramas del diseño especialmente el diseño industrial ya que se encarga de que la actividad a desarrollar se comunique y aprenda lo más rápido posible,

atreves de medios como la gráfica, los pictogramas los estereotipos y de la interacción del usuario.

Los sistemas operativos ofrecen varias formas de interacción con el usuario donde podemos elegir el modo que deseemos en cada momento y cambiarlo por otro creando por medio de la interfaz modelos mentales efectivos.

## **Hosting**

También conocido como alojamiento web, es un negocio que sirve para alojar, servir y mantener archivos para uno o más sitios web. Las empresas que proveen de un servidor a sus clientes se los conocen como web host.

### **Tipos de Hosting**

Los Hosting se pueden dividir en cuatro tipos que son:

#### **Hosting Gratuito**

Este tipo de alojamiento u hospedaje es muy limitado por ser gratuito, por lo tanto estos tipos de alojamiento presentan tus propios anuncios, y tienen límites muy grandes de espacio y tráfico.

#### **Hosting de Imágenes**

Este tipo de alojamiento permite solo algunos formatos de imágenes, estos tipos de alojamientos son gratuitos, las imágenes se suben al servidor del proveedor para ahorrar espacio y no tener ninguna complicación.

#### **Hosting Compartido**

Este tipo de alojamiento es cuando varios sitios o páginas web están alojados en un mismo sitio, por la cantidad de personas u empresas que lo utilizan pueden tener problemas de que el servidor caiga, y tienen algunas restricciones pero no tanto como en el gratuito.

#### **Hosting Dedicado**

Este alojamiento es dedicado exclusivamente para él, no tienen ninguna restricción, tan solo las de diseño que mantiene la integridad del proveedor ni tampoco ningún problema de que el servidor se pueda caer.

## CAPÍTULO III

### 3.- Análisis de la Fundación Remar

#### 3.1.- Introducción

Remar Ecuador nace en el año 1993 con un grupo de voluntarios enviados desde REMAR ESPAÑA ante el conocimiento de la necesidad de ayudar a niños abandonados, huérfanos, enfermos, ancianos, drogadictos de la ciudad de Quito.

Remar Ecuador fue reconocida el 13 de junio de 1997 como una Fundación sin fines de lucro con sede principal en Quito, Ecuador. Ha dirigido su actuación en las siguientes áreas:

- La atención se ha centrado en satisfacer las necesidades primarias especialmente de la población infantil, tanto alimenticias como de primeros auxilios, sanitarios y escolares, por medio de casas de acogida, escuelas gratuitas, dispensarios médicos.
- Se han abierto varios comedores sociales para la población más pobre donde niños y familiares son alimentados diariamente.
- Al resto de la población adulta se ha dirigido una actuación preferentemente de capacitación laboral, mediante Escuelas Talleres, abriendo así talleres de costura, carpintería, artesanía, elaboración de productos de aseo, etc. Tanto para los acogidos en los diversos Centros, como a los externos.
- Desarrolla microempresas para la fabricación de productos de limpieza y tiendas rastros dedicadas a la venta de artículos de primera y segunda mano.

#### 3.2.- Historia

Remar en la actualidad, después de 15 años de presencia en el país, mantiene diferentes programas de atención a alcohólicos y drogadictos, madres solteras en abandono, jóvenes adolescentes y niños y niñas abandonados o en estado de riesgo.

Esta en las principales ciudades del país, Quito, Guayaquil, Cuenca, Loja y Ambato, con una población aproximada de 400 personas acogidas, de las cuales más del 50% son niños en estado de emergencia. La mayor parte de la obra la desarrollamos en la capital Quito, donde se cuenta con diferentes propiedades adquiridas, donde se puede desarrollar



los diferentes programas de atención a la población más desfavorecida de la ciudad y alrededores.

Entre los diferentes proyectos de extensión de la obra a otras ciudades, lo más próximo sería iniciar la obra en la zona del Oriente del país, concretamente en la ciudad del Puyo, una pequeña ciudad con una problemática muy grande de alcoholismo entre la población.

Se tuvo la oportunidad de ser recibidos por el alcalde de la ciudad, el cual estaba muy interesado en que Remar pudiera comenzar a trabajar en su ciudad, por lo que ha propuesto ayudar para comenzar allí de alguna manera, con una vivienda, un lugar para implementar una oficina de información y en un futuro una finca para rehabilitación de alcohólicos, un comedor social para personas de escasos recursos, etc.

### **3.3.- Misión**

Mejorar las condiciones de vida de los niños y niñas, las familias y comunidades en países y regiones pobres, a través de proyectos auto sostenible de desarrollo integral y actividades de sensibilización, con la finalidad última de propiciar cambios estructurales que contribuyan a la erradicación de la pobreza. Luchar contra la marginación, el hambre, la deficiente nutrición, la miseria, la enfermedad, el subdesarrollo y la falta de instrucción; y trabajar para erradicar las causas estructurales que las producen: la injusticia, el desigual reparto de los bienes y las oportunidades entre las personas y los pueblos, la ignorancia, los prejuicios, la insolidaridad, la indiferencia y la crisis de valores humanos y cristianos.

### **3.4.- Visión**

La visión, se fundamenta en el Evangelio Cristiano, es que cada persona, hombre y mujer, en virtud de su dignidad e igualdad fundamental, sea capaz de ser, por sí mismo, agente responsable de su mejora material, de su progreso moral y de su desarrollo espiritual, y goce de una vida digna.

### **3.5.- Principios y Valores**

La cultura que orienta esta organización y la gestión de los recursos está conformada por los siguientes VALORES:

Valores finales (relativos a la visión): La **dignidad de la persona**, eje y fundamento de todo proyecto social, económico, político y cultural. El destino universal de los bienes, orientados a garantizar condiciones de vida

digna para todos. El bien común, que se considera alcanzado cuando los derechos humanos son garantizados, respetados y promovidos.

La **Solidaridad**, como determinación firme de trabajar por la justicia, de manera organizada y perseverante, por la vida digna de las personas más empobrecidas de la tierra.

La **subsidiariedad**, no imponiendo el modo de ver y hacer las cosas, sino respondiendo a demandas de las mujeres y hombres de los pueblos y compartiendo con ellos la responsabilidad de su propio desarrollo.

Valores instrumentales (relativos a la misión): El **voluntariado** como cultura del servicio y la gratuidad, como alternativa a la competitividad y el economicismo, en orden a la transformación más justa y solidaria de la sociedad.

El voluntario asume las responsabilidades de los órganos de gobierno, dirección y gestión.

La **austeridad** en los gastos y en el consumo, orientada al compartir y al desarrollo de estilos de vida sostenible, respetuosos con el medio ambiente.

La **cultura de la paz**, construida sobre el diálogo, la reconciliación, la amistad y el respeto por la vida, no colaborando en ningún caso con acciones bélicas, partidistas o que impliquen violencia al ser humano o a la naturaleza.

La **cooperación y la coordinación** con otras organizaciones para atender las solicitudes de todas las personas en situación de exclusión, sin distinción de sexo, raza, país o religión.

### **3.6.- Prioridades y estratégicas**

#### **3.6.1.- Recursos y gestión**

Fundación REMAR Ecuador cuenta con recursos propios, sus activos fijos son apreciables, tiene una infraestructura de pequeñas empresas que trabajan para sustentar las múltiples necesidades, pero no es suficiente ya que cada día vienen más personas necesitadas en busca de ayuda. Nunca se niega, porque siempre las puertas están abiertas de día y de noche para dar cabida a los “**más necesitados**”. Debido a esta realidad necesita de la colaboración externa con donativos en sus variadas alternativas. La persona puede colaborar de distintas formas:

**Asociándose:**

Con un aporte mensual, por pequeño que sea, se apoyo con nobleza a distintas actividades.

**Como voluntario:**

Aportar con el talento, lo que se sabe hacer y se da al distinto equipo de trabajo.

**Desde el correo electrónico o la Web:**

Agregar al correo, web y redes sociales para que más personas conozcan y ayuden en esta causa.

**Con una sola donación:**

Se puede hacer un donativo por única vez. En dinero o en especie para seguir creciendo y ayudando.

**Vinculando a la empresa:**

Se puede poner en contacto con empresas para realizar actividades en conjunto.

**Vinculando a la ONG:**

Poner en contacto con la ONG para realizar actividades en conjunto.

**Proponiendo ideas:**

Son ideas sugerencias, para poder trabajar sobre ellas.

**Subsistencia (Alimentación, abrigo)**

Lo que se produce siempre es poco en función de los beneficiarios directos, y aún más cuando se necesita alimentar a personas de bajos recursos en nuestros comedores sociales, por lo que la ayuda en efectivo o especies siempre será bienvenida. También siempre es importante tener donaciones de todo tipo, como: vestimenta, accesorios, calzado, menaje para dormitorio, cocina, comedor y otros elementos necesarios para dotar a las personas que constantemente vienen en busca de refugio y albergue. Las donaciones en especie y usadas pero que estén en buen estado, se las utiliza con los internos que prácticamente vienen sin nada a recuperarse de sus adicciones.

### **Protección (Techo, trabajo, salud, social)**

Siempre se está mejorando las instalaciones o se encuentra construyendo un nuevo albergue para mejorar la calidad de vida de usuarios directos, por lo que los presupuestos siempre son apretados, por medio de la ayuda solidaria externa se podría seguir con estos programas. Se está empeñado en tener una infraestructura para carpintería, reciclado de sólidos, papel reciclado en forma artesanal, cerrajería, costura y modas, preparación de dulces tradicionales quiteños, entre otros. Todo esto se puede realizar pero falta la respectiva financiación con lo cual los internos y usuarios directos tendrían trabajo y podrían sustentar la economía de sus hogares.

La salud es otra de las prioridades de este proyecto, se necesita de un consultorio médico, consultorio dental con todo su instrumental y profesional encargado. Para estos proyectos se necesitan de muchas manos que ayuden con el financiamiento respectivo.

Para la protección social se necesita de consultorio jurídico para ayudar a resolver múltiples problemas de los usuarios directos, especialmente en juicios de alimentos, trata de blancas, violaciones, problemas de violencia doméstica, violencia intrafamiliar y otros. Se necesita ampliar el trabajo social a todas las filiales, por otro lado se carece de un seguro médico para todos los beneficiarios directos, en tal virtud siempre es necesario de la colaboración particular tanto en efectivo como en servicio para esta buena causa.

### **Educación y Formación (Escuela y oficios)**

Se tiene un centro escolar para pre primaria y primaria, que a futuro se pretende transformar en unidad educativa. Los gastos de operación de esta escuela corren a cargo de las arcas de REMAR Ecuador, es importante que para mejorar la calidad de la escuela se hace necesario de la colaboración externa para tener para pagar a más profesores en áreas como música, destrezas artísticas (pintura, teatro, canto, danza). Para la formación de oficios se necesita de más talleres (carpintería, cerrajería, electricidad, costura, manualidades, etc.). Ideas no faltan pero las finanzas no da para atender estas necesidades, se apela a la buena voluntad de personas

altruistas que puedan echar una mano dando su contingente con lo que saben hacer o en efectivo y especie.

### **Lúdica**

Fundación Remar Ecuador no cuenta con una ludoteca, ni con una profesional en esta área por lo que se apela a la sensibilidad de nuestros colaboradores y socios externos para la consecución de fondos para esta área, pues se cuenta con una gran población infantil a la cual se pretende cuidar y cultivar de la mejor forma.

### **Relaciones con la sociedad**

El fin de REMAR Ecuador, como toda ONG de Desarrollo, es dar servicios a la sociedad ecuatoriana. La Fundación REMAR Ecuador también es muy sensible a los problemas que afectan a la sociedad, por lo que el Plan fomenta acciones encaminadas a la sensibilización de la comunidad en temas candentes en la actualidad como son la Cooperación para el Desarrollo de las personas menos favorecidos económicamente, con incremento de la relación con ONG y Organizaciones internacionales, activando la participación de la comunidad en acción de voluntariado y cooperación al desarrollo. La Fundación REMAR Ecuador también está preocupada por la eliminación de la discriminación, por la consecución de una efectiva igualdad de género. Por ello, el Plan considera acciones en este sentido. La preocupación por la protección del Medio Ambiente quedó patentada porque son Gestores del Medio Ambiente. La promoción de la imagen de Fundación Remar Ecuador se consigue con otras acciones más directas de comunicación al exterior, con la potenciación de la página Web como una herramienta de comunicación, tanto interna como externa. Como elemento diferenciador se encuentra la promoción, desarrollo y fortalecimiento, de la recién creada radio en línea RKM Ecuador, que no sólo cumple su función de comunicación interna y externa sino que también es un instrumento de innovación de aprendizaje.

### **3.6.2.- Objetivos, resultados y metas previstas**

#### **Objetivos de Recursos y gestión**

Atraer a los potenciales donantes mediante campaña de transparencia.

Retener a los donantes y aumentarlos mediante testimonios de los beneficiarios directos.

Motivar a los donantes a que sigan donando por una causa noble y altruista. Ayudar a los gestores de recaudación de fondos a crecer y desarrollarse en la organización.

Aumento de la productividad en la gestión de recaudación de fondos. Mejorar la calidad de vida de los beneficiarios directos mediante un sólido programa de recaudación de fondos.

Cumplimiento de la normativa y legislación para con los donantes.

## **Resultados de Recursos y gestión**

### **Desempeño**

El desempeño, surge de entender que la primera responsabilidad es contribuir al logro de los resultados en la búsqueda de consecución de fondos. El rol protagónico es conseguir los fondos para los diversos programas que REMARA Ecuador mantiene. Entender por qué se logran (o no) los resultados de la búsqueda de fondos, comprender las causas, las barreras y las palancas comporta mentales, culturales, organizacionales, ambientales y técnicas para asegurar la mejora del desempeño tanto a nivel individual como colectivo es uno de los primeros insumos para guiar la gestión de recaudación de fondos.

### **Satisfacción**

El segundo campo de resultados es el de la satisfacción por lograr captar fondos. Está claro que un gestor de captación de fondos que está desmotivado disminuirá su desempeño o bien se irá de sus funciones. Pero ocuparse de la satisfacción es mucho más que eso.

La satisfacción va ligada a un esquema de mando horizontal y no vertical dentro de la cadena de mando, el vínculo con los compañeros de gestión de recaudación de fondos y el compromiso emotivo que cada persona tiene con la organización en su conjunto. Pero medir y no hacer nada siempre es peor que no hacer nada.

Por eso ocuparse de la satisfacción es contribuir al desarrollo de ambientes cooperativos y estimulantes asegurando las condiciones para que cada uno pueda cumplir sus expectativas y sentirse orgulloso de trabajar y pertenecer.

### **Manejo de los flujos y stocks de intangibles**

Por último, el tercer campo de resultados está constituido por el manejo de los flujos y stocks de intangibles.

Básicamente se piensa en dos intangibles: los talentos y los conocimientos aplicados a la captación de fondos. La gente talentosa es como un capital. Es como el saldo de una cuenta corriente. Eso es un stock. En este caso, un stock de talentos. Pero, como cuando se gasta más de lo que se gana, el saldo del banco (stock) disminuye (flujo negativo). Análogamente, cuando se gana más de lo que se gasta, el saldo (stock) crece (flujo positivo).

Lo mismo sucede con los talentos. La gestión de captación de fondos debe procurar, no sólo medir los stocks o flujos, sino por sobre todo incrementar los stocks a partir de la gestión del flujo. Lo mismo podría decirse de los conocimientos que se poseen en la organización ya que los mismos pueden entenderse a través de los conceptos de flujos y stocks.

De algún modo, la gestión de los flujos de los intangibles está sumamente ligada al futuro. **Metas de Recursos y gestión**

#### **Integración:**

**Componente estratégico:** necesidad de que los gestores de captación de fondos estén integrados en el proceso estratégico. Una eficiente utilización de los gestores de captación de fondos daría a la organización una considerable ventaja en el logro de sus metas. **Políticas aplicadas a los gestores de captación de fondos:** deben ser coherentes entre los gestores frente a las demás áreas. **Directores de captación de fondos:** deben reconocer la importancia de los gestores de fondos y aceptar la responsabilidad de su gestión. **Gestores de captación de fondos:** deben buscar la identidad de intereses dentro del proceso de captar fondos. **Compromiso:** La gestión de los miembros de gestión de recolección de fondos busca desarrollar un sentimiento de compromiso con la organización, que debe traducirse en una mayor satisfacción, productividad y adaptabilidad. Para el logro de este compromiso son claves los procesos

de reclutamiento, selección y socialización. **Flexibilidad:** Una organización capaz de adaptarse, requiere poseer una estructura orgánica y una flexibilidad funcional garantizada por los procesos de adiestramiento y desarrollo del personal para la captación de fondos. **Calidad:** Tres dimensiones: Calidad del departamento de Captación de fondos y de sus políticas. Calidad en los rendimientos de los individuos para alcanzar los estándares establecidos. Transmisión de una imagen pública de calidad organizativa en materia de gestión de recaudación de fondos. Esta meta se logra a través de un correcto sistema de compensaciones y comunicaciones.

## **Objetivos de Alimentación**

### **Contar con medios de subsistencia más sostenibles**

Fortalecer los medios de subsistencia aumentando la eficiencia y/o la productividad en el manejo de programas de recolección de alimentos (Programa de Alimentos).

Fortalecer los medios de subsistencia introduciendo elementos relacionados con la nutrición y la salud en las actividades de manejo y manipulación de alimentos.

Fortalecer los medios de subsistencia mediante la mitigación de los efectos de los peligros de contaminación de alimentos. Fortalecer los medios de subsistencia mediante la conservación de la diversidad de la cadena alimenticia.

Asentar o reasentar a las personas para que puedan adoptar estrategias de subsistencia sostenibles

Buscar medios de subsistencia sostenibles, arreglos de tenencia, gestión de conflictos, parámetros, seguridad alimentaria, diseño y seguimiento de actividades del Programa de Alimentos.

**Hablar en nombre de los pobres:** se indican distintas formas en que el Programa de Alimentos puede realizar actividades de promoción que mejoren el manejo de la recolección de alimentos y los medios de subsistencia de las personas.

Aumentar el nivel de conciencia sobre la importancia de una buena dieta para mantener la salud y resistir enfermedades.



Aumentar el nivel de comprensión sobre las necesidades nutricionales de las madres embarazadas y lactantes, los niños pequeños y las personas ancianas.

Aumentar el nivel de conciencia sobre los alimentos que son esenciales para una dieta balanceada.

Aumentar el nivel de conciencia sobre los riesgos de transmisión del VIH por medio de la lactancia, a fin de que las mujeres puedan tomar decisiones claras al respecto.

Mejorar la variedad de alimentos que se consumen en el hogar por medio de huertas ecológicas producidas en Finca REMAR, la preservación de alimentos y el estímulo al uso de alimentos tradicionales valiosos.

Estimular la discusión sobre ciertas tradiciones alimentarias y tabúes que van en contra de las buenas prácticas nutricionales.

### **Resultados de Alimentación**

Se da mayor prioridad a las mujeres embarazadas o lactantes y a los niños pequeños, en el momento de compartir las comidas en las casas-hogares.

Mejoramiento de la salud de las mujeres embarazadas lo cual conlleva a niveles reducidos en la mortalidad infantil.

Reducción de la mortalidad infantil debido al mejoramiento de la dieta y a una mayor resistencia a las enfermedades e infecciones.

Reducción en el número de visitas a las clínicas debido a un mejoramiento general en la salud y en la resistencia a las enfermedades.

Mejoramiento en las tasas de supervivencia de los bebés saludables nacidos de mujeres con HIV / SIDA, estimulando la lactancia como alimento exclusivo durante los primeros seis meses, y luego interrumpiendo la lactancia lo más pronto posible.

Abandono gradual de tabúes y costumbres perjudiciales.

### **Metas de Alimentación**

Los alimentos como solución de un problema de consumo.

Creación de bienes estratégicos para quienes sufren un problema de consumo alimentario.

Satisfacción de las necesidades alimentarias a corto plazo y respaldo de estrategias de subsistencia a largo plazo.

Uso de enfoques participativos.

Búsqueda de nuevas asociaciones.

Momento de la intervención/ Distribución de alimentos según el plan de trabajo.

**Demostración de resultados.** Apunta a hacer un seguimiento de los productos.

**Fomentar una alimentación saludable** a través de la educación y buenas prácticas de higiene y manipulación de alimentos.

**Sensibilizar e informar a la población** del impacto positivo que, para su salud, tiene una alimentación equilibrada mediante el aporte de nutricionistas voluntarios que ayuden con el programa.

**Promover la educación nutricional** en el medio familiar, escolar y comunitario.

**Propiciar un convenio con las empresas del sector alimentario** para que se nos done productos comestibles con uso de caducidad antes de que efectivamente se caduquen para darle trámite inmediatamente en nuestras viandas.

**Realizar el seguimiento de las medidas propuestas** y la evaluación de los resultados obtenidos a través de la Estrategia.

### **Objetivos de Abrigo**

Contar con un Programa de Abrigo sostenible

Fortalecer los medios de búsqueda y recolección de abrigo, aumentando la eficiencia y/o la productividad en el manejo de programas de recolección de prendas de abrigo (Programa de Abrigo).

Buscar medios que generen un abrigo sostenible, buscando parámetros de seguridad en el vestuario con un diseño y seguimiento de actividades del Programa de Abrigo.

Hablar en nombre de los pobres: se indican distintas formas en que el Programa de Abrigo puede realizar actividades de promoción que mejoren el manejo de la recolección de prendas de vestir, calzado y otros con la

finalidad de que las personas tengan asegurado un vestuario digno y adecuado a las funciones y actividades que realiza.

Concientizar sobre la importancia de una buena vestimenta para mantener la salud y resistir enfermedades.

Mejorar la variedad de prendas de vestir que se puedan confeccionar en los talleres de la Fundación REMAR, dando énfasis a los uniformes escolares.

### **Resultados de Abrigo**

Siempre se cumplirá con el programa de confección de uniformes para niños de Escuela “Elyon” en los talleres de costura de REMAR Ecuador.  
Mejoramiento de la provisión de vestuario para todos los usuarios directos de REMAR Ecuador.

Reducción de los índices de desnudez de recién habilitados en los diversos programas de REMAR Ecuador.

Reducción en el número de visitas a las clínicas debido a un mejoramiento general en la salud y en la resistencia a las enfermedades por buen uso de vestimenta.

### **Metas de Abrigo**

El abrigo como solución de un problema de consumo.  
Creación de bienes y servicios para aumentar las posibilidades de tener mejor abrigo.

Satisfacción de las necesidades de abrigo a corto plazo y respaldo de estrategias de subsistencia de abrigo a largo plazo.

Uso de enfoques participativos.

Búsqueda de nuevas asociaciones.

Momento de la intervención/ Distribución de abrigo según el plan de trabajo.

Demostración de resultados/Apunta a hacer un seguimiento de los productos de abrigo.

**Fomentar un vestuario saludable** a través de la educación y buenas prácticas de higiene y manipulación de alimentos.

**Sensibilizar e informar a la población** del impacto positivo que, para su salud, tiene una vestimenta equilibrada mediante el aporte de gestores voluntarios que ayuden con el programa.

**Promover la educación de uso adecuado de prendas de vestir** en el medio familiar, escolar y comunitario.

**Propiciar un marco de colaboración con las empresas del sector de la confección del vestuario** para que se nos donen prendas con fallas, saldos de temporada por cambio de moda.etc

**Realizar el seguimiento de las medidas propuestas** y la evaluación de los resultados obtenidos a través de la Estrategia.

### **Objetivos de Protección de Techo (Techo, trabajo, salud, social)**

Brindar la oportunidad de hogar y estudio a niños, adolescentes, personas con adicciones muy pobres del entorno merideño, desde una perspectiva integral, se pretende dar respuesta a las necesidades biológicas y sociales de este grupo vulnerable, rescatándolos de su situación de abandono y fomentando su promoción humana y social de manera más justa.

Hospedaje con una dinámica de permanencia que permite el intercambio entre su lugar de origen y la alternativa que le brinda la Fundación. Los niños permanecen en la Casa Hogar de lunes a viernes y el fin de semana van a sus hogares en el caso de que sus padres tengan los recursos para aquello o un hogar sustitutivo compuesto por sus benefactores (Padrinos).

Alimentación completa y balanceada que permite mejorar y en algunos casos superar casos de desnutrición severos. Este régimen alimenticio también constituye un espacio para la creación de hábitos y de normas de comportamiento en la mesa Asistir, atender y resolver problemas asociados a la salud, tales como enfermedades y tratamientos preventivos, tanto en el área odontológica como de medicina general, para lograr que los muchachos se sientan bien físicamente y puedan acceder a otro tipo de tratamientos.

Resolver el problema del vestuario, en lo que se refiere a compra y manutención de vestido y calzado para lograr hábitos de limpieza y aseo personal que ayuden en elevar su autoestima.

Crear y mantener una dinámica grupal con deberes y derechos, condiciones para descubrir posibilidades para el desarrollo individual y colectivo, la

corresponsabilidad en el uso y mantenimiento de la casa, la necesaria solidaridad que supone la convivencia de un grupo numeroso con recursos restringidos el disfrute y la alegría que nos permitan entender estos como elementos indispensables para una vida plena.

Brindar educación formal para dar respuesta al derecho que todo niño ecuatoriano tiene de recibir Educación Básica favoreciendo la inscripción de los niños y adolescentes en instituciones con la cual se mantiene una alianza estratégica.

Brindar Educación Extra -Escolar, apoyados en la certeza que se tiene de que a ellos se les facilita la adquisición de herramientas para el trabajo que complementa el trabajo de la escuela y explote las potencialidades que muchas veces están dormidas en muchos de los niños y jóvenes atendidos. Esta educación comprende: Talleres de Ciencias, Tecnología en la informática y Formación Humano-Cristiana.

En este momento el programa Casa Hogar intenta implementar su **Propuesta Metodológica de Intervención Integral.**

Este modelo de Atención Integral busca resolver las necesidades de los niños y adolescentes atendidos, que se encuentran en situación de riesgo, procurando una mejoría en la calidad de vida en los mismos, favoreciendo así su desarrollo.

### **Resultados de Protección de Techo**

Mejoramiento de la calidad de vida de los beneficiarios directos del programa de acogimiento de niño, niñas, adolescentes, madres solteras y personas con problemas de adicciones.

Hospedaje gratuito con cobertura de alimentación, vestuario, salud, educación formal y no formal con todos los servicios públicos existentes. Padres sustitutos y responsables que monitorean el comportamiento y necesidades de los beneficiarios directos de los diversos programas de acogimiento en las casas hogares.

### **Metas de Protección de Techo**

Funcionamiento a plena capacidad de Casa hogar para Madres, con todas las comodidades del caso para la plena recuperación anímica, social y saludable de mujeres y niños que han sufrido desplazamiento social por diversas causas.

Funcionamiento a plena capacidad de Casa hogar para Jóvenes en su segunda etapa, con todos los servicios sociales y públicos para llevar una vida plena y desarrollo holístico en armonía.

Reparación de techo de Casa hogar para Niñas.

### **Objetivos de Protección de Trabajo**

Crear nuevas fuentes de trabajo en bienes y servicios especializados.

Actualizar nuevos conocimientos frente al tipo de trabajo creado y mantenerse a la vanguardia para ser un verdadero aporte a las soluciones por venir.

Aprender el teje y maneje del nuevo puesto de trabajo cualquiera que sea su grado de complejidad y profundidad, desde la observación metódica hasta la construcción teórica de las fases de operación.

Realizar los trabajos de una forma ordenada y coherente que faciliten las fases operacionales del mismo.

### **Resultado de Protección de Trabajo**

Nuevas fuentes de financiamiento reales para ser utilizadas en el mantenimiento de los programas de REMAR Ecuador.

Adquisición de nuevos conocimientos tangibles e intangibles y de vanguardia paralelos a nuevas propuestas de trabajo.

Desarrollo de nuevas habilidades y destrezas en beneficiarios directos que ayudan a desarrollar nuevas fuentes de trabajo.

Liderazgo y motivación en personas que nunca tuvieron responsabilidades.

### **Metas de Protección de Trabajo**

Crear y desarrollar las siguientes microempresas:

Taller de corte, confección y modas

Taller de confección de disfraces

Taller de reciclado de papel

Taller de dulces tradicionales quiteños

Taller de cerrajería y metal mecánica

Talle de lavado rápido de autos

## **Objetivos de Protección de Salud**

### **Asistencia Médica**

Esta lo que busca principalmente es brindar servicio de Asistencia Médica a los beneficiarios directos que lo requieran, **Salud en Medicina:** El aspecto de la atención médica hacia todos los miembros de REMAR Ecuador, cubriendo prevención, curación y rehabilitación, y tomando todo lo referente a la medicina.

### **Servicio Dental**

Con el propósito de crear y fomentar en los beneficiarios directos de REMAR Ecuador una cultura de salud, para contribuir a la generación de conocimientos, conductas y actitudes de responsabilidad y auto cuidado que se proyecten en una mejor calidad de vida y apoyar al interno con su desempeño normal, desarrollo humano e integración social. Educación y difusión de buenas prácticas de salubridad mediante implementación de seminarios dirigidos a madres y gestores sociales de REMAR Ecuador.

## **Resultado de Protección de Salud**

Salud y medicina mejorada.

Atención dental mejorada.

Política de salud y atención dental mejorada al tener conocimiento de causa y efecto.

## **Metas de Protección de Salud**

Consultorio médico completamente equipado con profesional con cuatro horas mínimo de atención. Medicinas genéricas esenciales en stock.

Consultorio Dental equipado con tecnología de punta con profesional con cuatro horas mínimo de atención. Insumos y medicinas genéricas esenciales en stock.

Botiquines de primeros auxilios en cada dependencia de REMAR Ecuador.

## **Objetivos de Protección Social**

Contribuir a la satisfacción de las necesidades básicas de la población beneficiaria directa e indirecta, mientras esa población desarrolla proyectos productivos que les vuelva auto sustentable.

Ampliar la cobertura de créditos productivos e incentivar las inversiones productivas, para emprender micro negocios entre los beneficiarios, y generar empleo.

Mejorar la respuesta del Programa de Protección Ante Emergencias, para que tenga capacidad de reacción inmediata durante y después de las declaratorias de emergencia a favor de la población afectada.

Implementación de seguro médico para emergencias y enfermedades catastróficas.

Formar una red de protección social con otras instituciones del estado y de la sociedad civil.

### **Resultado de Protección Social**

Desarrollo humano (Salud y educación)

Disminución pobreza y desigualdad de ingreso

Aumento de canasta de alimentos, techo, vestuario, educación, servicios médicos, etc.

### **Metas de Protección Social**

Microempresas desarrolladas y autosustentables y sostenibles para mitigar falencias.

Empleo formal e informal para miembros de REMAR Ecuador.

Seguro médico implementado para emergencias y enfermedades catastróficas.

### **Objetivos de Educación y Formación (Escuela y oficios)**

Mejorar la calidad educativa de la Escuela “Elyon”

Implementar la Educación continua en las áreas de informática, gestión de ventas, servicio al cliente, gestión y desarrollo de proyectos sustentables.

Implementar Escuelas de Oficios (Panadería, Corte y Confección, Manualidades, Cerrajería, Fabricación de dulces, etc.)

### **Resultados de Educación y Formación (Escuela y oficios)**

Niños, jóvenes, adultos mejor preparados para responder los retos que se vienen en REMAR Ecuador.



Escuela de Educación continúa funcionando al 100%.-Primeras hornadas de graduados Escuela de Oficios implementada al 100%.- Primeras hornadas de graduados.

### **Metas de Educación y Formación (Escuela y oficios)**

Fortalecer las políticas educativas y culturales, tendientes a asegurar el derecho a la educación de calidad desde la primera infancia, la cobertura universal y gratuita de la primaria y secundaria y a mejorar las condiciones de vida y las oportunidades reales de las y los jóvenes, que permitan su crecimiento integral para lograr mayores niveles de inclusión y desarrollo social en nuestra comunidad de REMAR Ecuador y avanzar en la consolidación del Conocimiento de Artes y Oficios menores que de alguna manera garanticen la economía de la institución y/o del interno.

### **Objetivos de Lúdica**

Enseñar a los educandos a tomar decisiones ante problemas que pueden surgir en su vida.

Garantizar la posibilidad de la adquisición de una experiencia práctica del trabajo colectivo y el análisis de las actividades organizativas de los educandos.

Contribuir a la asimilación de los conocimientos teóricos de las diferentes asignaturas, partiendo del logro de un mayor nivel de satisfacción en el aprendizaje creativo.

Preparar a los educandos en la solución de los problemas de la vida y la sociedad.

### **Resultados de Lúdica**

#### **Aprender a Conocer**

Aprende a reconocerse a sí mismo(a) como parte diferente y, a su vez, integrante de su entorno inmediato.

#### **Aprender a Hacer**

Se expresa creativamente a través de actividades artísticas: la pintura, el dibujo, el modelado, la música, la expresión corporal, representaciones de personajes y situaciones.

## **Aprender a Convivir**

Se identifica como persona y se inicia en la toma de conciencia como ser social en una familia y una comunidad, de sus normas, hábitos, valores y costumbres.

## **Metas de Lúdica**

Crecimiento físico y mental adecuado de los niños.

Aseguramiento y satisfacción de necesidades inmediatas de los niños.

Expresión natural personal.

Despreocupación infantil natural Preparación del niño para el futuro, asegurando su desarrollo y respetando su ritmo de maduración.

Libertad de expresión.

Facilitar una ruptura con la realidad y sus conflictos.

Conversión en “otro”, pasando de la realidad a la imaginación, pudiendo cambiar de “personaje”, experimentando destinitos papeles.

## **Objetivos de Relaciones con la sociedad**

Consolidar y ampliar la oferta de servicios desde la Comunidad de REMAR Ecuador al exterior.

Consolidar, extender y mejorar las actividades culturales de REMAR Ecuador.

Consolidar, extender y mejorar las actividades deportivas de REMAR Ecuador.

Impulsar la participación de REMAR Ecuador en iniciativas de carácter social y cultural.

## **Resultados de Relaciones con la sociedad**

Escuela de Evangelismo Dinámico para inconversos.

Ballet de danza contemporánea cristiana implementado al 100%.

Grupo de teatro cristiano implementado al 100%.

Implementación al 100% de las Olimpiadas REMAR Ecuador con la participación de deportistas de casa e invitados especiales de fuera de casa.

Implementar al 100% Campañas de abrigo, útiles escolares, jabón, canasta de alimentos, etc.

## Metas de Relaciones con la sociedad

Carácter maduro

Relaciones buenas y armoniosas - Construir una buena familia

Contribuir a la sociedad.

### 3.7.- Plan estratégico 2012 – 2016 para recaudar fondos

El Plan Estratégico de Fundación REMAR Ecuador para recaudar fondos 2012-2016, que establece el rumbo para los próximos cinco años. Reconocemos que nuestra experiencia colectiva y la determinación de no haber llevado mucho potencial, y en muchos aspectos nuestro trabajo nunca ha sido más importante de lo que es ahora.

El plan es un llamado audaz y transformador a la acción. Se establece como toda la comunidad de Fundación REMAR trabajan juntos para servir a nuestros beneficiarios directos e indirectos y miles de personas de bajos ingresos en Quito, Salcedo, Guayaquil, Cuenca y Loja. El plan establece las prioridades fundamentales de REMAR Ecuador hasta el 2016. También creamos una nueva estructura que se ampliará nuestro alcance y aumentar el impacto de nuestro trabajo a nivel nacional.

Nuestro fundador, Miguel Diez fue un visionario, y es frecuente ver a su legado en nuestro trabajo. En un momento en nuestros vecindarios fueron decayendo, creó nuevas ideas e inspirado nuevas políticas que ayudaron a cambiar nuestro rumbo.

Su visión: Dar de comer al hambriento.-Dar de beber al sediento.-Vestir al desnudo.-Visitar a los enfermos.-Asistir al preso.-Dar posada al caminante.-Sepultar a los muertos son prioridades de nuestra Fundación, y su trabajo afectado la vida de miles de ecuatorianos que no tienen los medios adecuados para su supervivencia. Es en sus pasos que se avanza.

Tenemos la visión de un futuro próspero, la de ser “el granero de José”, siendo una ONG **sustentable** (Capacidad instalada: Recursos físicos, humanos y financieros para que los procesos requeridos sean adecuadamente implementados) y **sostenible** (Cuando los impactos producidos perduran en el tiempo).

Para ayudar a liderar el camino. Como siempre, se espera contar con su colaboración continua a medida que se trabaje para mejorar la calidad de vida de muchos ECUATORIANOS de bajos ingresos.

Basamentos de la propuesta:

Excelentes estrategias, objetivos para alcanzar impactos buscados.  
Imagen corporativa de reconocida visualización colectiva.

Teniendo estos dos eslabones pulidos, animar a que las personas den sus contribuciones en efectivo y en especie para la causa de mejorar la calidad de vida de aquellos que por diversas circunstancias se les ha negado los medios adecuados para su supervivencia.

Nuestra misión continúa, con más audacia y más esfuerzo de planificación de transformación que nunca. El Plan Estratégico de REMAR Ecuador 2012-2016 para recolectar fondos ha sido diseñado para ampliar el impacto en la economía de hoy y de mañana.

Se reconoce y responde al actual eco-recesión económica, al establecer una visión clara para el futuro.

Las posiciones del plan de trabajo de REMAR y sus socios contribuyentes proporcionan las soluciones adecuadas, el avance de las políticas y contar con el capital para su gestión social emprendedora.

Es sostenible y próspera para la comunidad y las generaciones por venir. Hasta la fecha, REMAR Ecuador ha ayudado a sostener una gran infraestructura social repartida por diferentes ciudades y puntos de operación como es el caso de:

Casa de niños con todas las comodidades para albergar a más de 50 niños con sus respectivos tutores. Ubicación: Mitad del Mundo.

Comedor benéfico con comida caliente para 100 personas en la Mitad del Mundo.

Comedor benéfico con comida caliente para 75 personas en La Comuna Alta.

Comedor benéfico con comida caliente para 100 personas en El Cumandá.

Finca agrícola ganadera con zona social para recuperar marginados por su condición de adictos a alcohol, drogas. Capacidad para 50 internos varones (Primera fase: Desintoxicación). Ubicación: Pisulí.

Casa para madres desamparadas y sus hijos en Quito. Capacidad 75 personas.

Casa de niñas. Capacidad 75 niñas. Ubicación: La Gasca.

Casa de jóvenes. Capacidad 25 jóvenes. Ubicación: La Rumiñahui.

Casa de producción y oficios menores. Capacidad 50 varones (Segunda fase: Capacitación en oficios menores y reinserción social). Ubicación: El Cumandá.

Finca agrícola-pecuaria para desintoxicación de internos de primera fase. Capacidad 50 personas. Ubicación: Salcedo.

Casa de Niñas en Azogues. Capacidad 50 niñas

Comedor popular en Loja. Capacidad 100 personas

Casa para primera y segunda fase en Guayaquil. Capacidad 50 personas.

Nuestro éxito refleja una estructura única que combina nuestra misión social con una innovación financiera la cual es parte fundamental usted como colaborador directo de la economía para el sostenimiento de estos planes.

Sin su contribución monetaria o en especie sería prácticamente imposible realizar todos estos programas de beneficencia social.

### **3.8.- Análisis de la página web actual**

La Fundación Remar en el año 2009 creó un sitio web básico, establecido con un formato estático, ya que no existe ningún tipo de interactividad con el usuario y solo tienen información y no hay un acercamiento hacia el usuario y la Fundación, en donde se muestra información de ese año y no se la actualizó. El sitio fue creado principalmente para informar lo que se realiza en la Fundación en cuestiones sociales, con capacidad limitada por lo cual no existía una relación con el usuario.

Se muestra la web 1.0 que es un tipo de web estática, usando la tecnología HTML, imágenes gif y un banner implementado con flash, su arquitectura es usuario servidor, existe un bloque de información único en un servidor, el acceso a la información es página a página y la intervención del usuario es solo de lectura y solicitud de información vía e mail.

Sitio web existente <http://www.remarecuador.org/>

La pantalla de introducción muestra una imagen estática con la barra al lado izquierdo que inicia con su radio.



En la cabecera se observa una animación en flash con imágenes de la fundación.



Se muestra que al pasar de página solo existe texto y ninguna información detallada sobre su proceso.

Apoyo de organismos públicos, privados y empresas - Mozilla Firefox

www.remarecuador.org/apoyo.html

REMAR Ecuador

Inicio | Qué es | Se financia | Colaborar | Programas | Contacta

Rastros  
 Fábrica de productos de aseo  
 Apoyo de organismos y empresas  
 Donativos  
 Taller de costura

Apoyo de organismos y empresas

- Consejo Nacional de Control de Estupefacientes AZUAY.
- Advisory S.A.
- Criset S.A.
- Megamotors S.A.
- Ecuamoda.
- Reciclajes B.
- Interexpreso S.A.
- Cargo Service.
- Centro de Vida Nueva.
- Óptica Torres.
- Lúdiri Repuestos Granizo.
- Iglesia Evangélica Príncipe de Paz.
- Integración Andina.
- Liceo Cristiano de Cuenca.
- Fundación Mensajeros de la Paz.
- Importadora Barrezueta.
- Aduana Cuenca.
- Fundación Reyes de Cuenca.
- HD III DE TARQUI.
- Ministerio de Relaciones Exteriores.

Inicio TESIS TESIS REMAR [Modo ... Metodología [Modo d... Apoyo de organismos ... 10:44

Al momento que se ingresa en el link para colaborar solo muestra que se puede colaborar directamente a la cuenta y no existe otra manera para que el usuario se interese sobre la Fundación.

Cómo puedes colaborar con Remar Ecuador - Mozilla Firefox

www.remarecuador.org/colaborar.html

REMAR Ecuador

Inicio | Qué es | Se financia | Colaborar | Programas | Contacta

Cómo puedes colaborar

Haciéndote Socio colaborador.

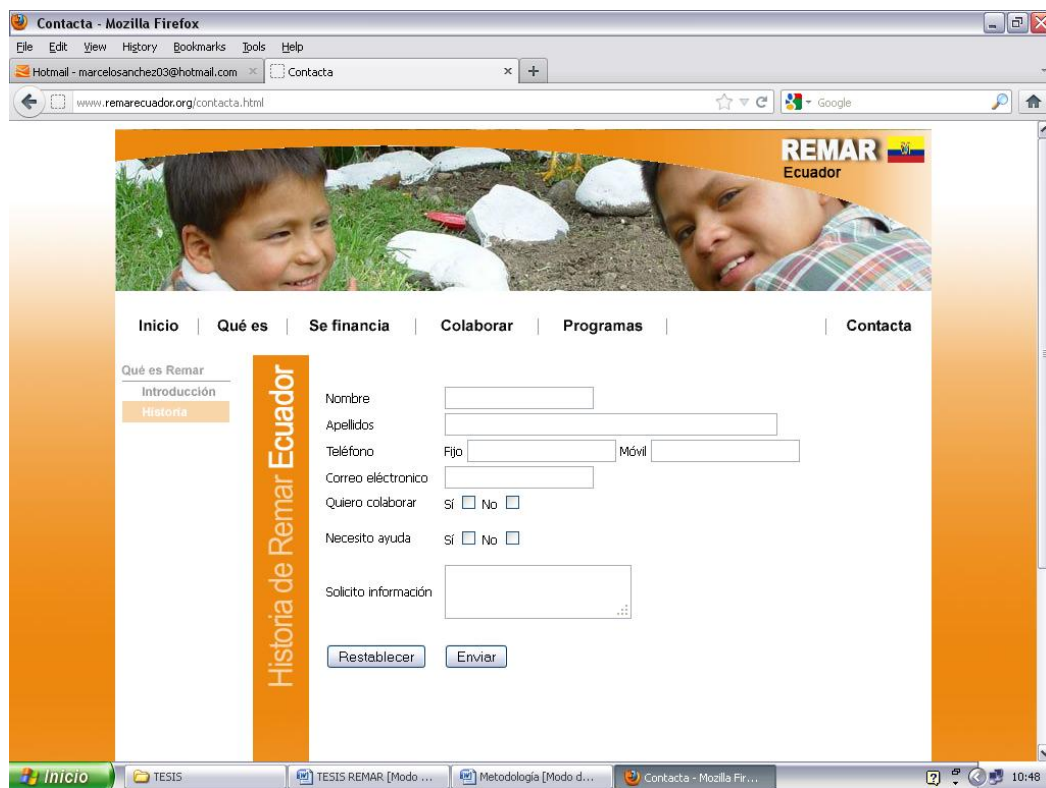
Cuenta Cte. PRODUBANCO 0200001689-2  
 Cuenta Ahorros, Bco. INTERNACIONAL 070733-7 QUITO Arenas  
 Oe2-54 y Juan Larrea Telf. 2 502 900/2 907 465 Fax: 2544 459  
 GUAYAQUIL: Cala. Samanes 2, Mz. 220, Villa 11/  
 Telefax: (04) 2210 217 CUENCA: Calle Gran Colombia 13- 80 Y  
 Estevez de Toral Telefax: (07) 2 841 206 LOJA: Olmedo 1375  
 entre Leopoldo Palacio y Catacocha Telf: 099 470 408

Este bebé fue abandonado en nuestros hogares de Remar Ecuador donde ahora tiene un hogar y una familia que le cuidan.

Inicio TESIS TESIS REMAR [Modo ... Metodología [Modo d... Cómo puedes colabor... 10:45



La interacción que existe con el usuario es a través de los contactos, sobre cualquier inquietud que se debe preguntar pero esto no es en un tiempo real la respuesta puede demorar semanas hasta meses.



Estas son algunas de las desventajas al no contar con un sitio con un diseño web 2.0 que garantice la interacción de la Fundación y el usuario que permite de mejor manera la difusión de su labor y así poder tener mayor a portantes.



## CAPÍTULO IV

### DESARROLLO Y FUNDAMENTACIÓN DEL PRODUCTO

#### Método

Para el desarrollo de este proyecto se establece tres fases las cuales están propuestas en el libro González Ruiz Guillermo, estudio de diseño de 1994. Y estas fases son: fase analítica, fase creativa y fase ejecutiva. Al implementar este proceso en la planificación se cumple con una mejor y mayor facilidad los objetivos planteados.

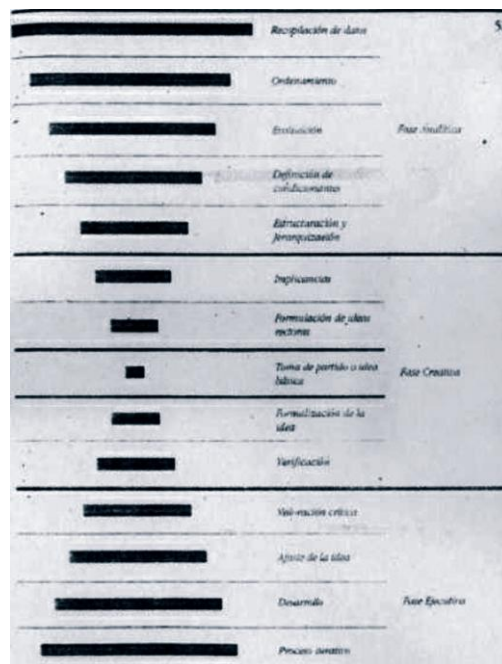


Imagen obtenida del libro estudio del diseño, proceso de diseño gráfico de Bruce Archer

#### 4.1.- Fase Analítica

En esta primera fase se obtiene recopilación de información muy valiosa para establecer los lineamientos y determinar el problema de diseño mediante las reuniones con los directivos y colaboradores de la Fundación Remar. Con este tipo de acercamiento se obtuvo todo tipo de información como es primaria y secundaria, tomando en cuenta que la Fundación Remar posee un Manual de Identidad Corporativo elaborado en mayo del 2009, necesario para aplicar el mismo lineamiento en el rediseño de la página Web.

Otro tipo de información obtenida fue la entrevista realizada al Sr. Jorge Castro coordinador de proyectos de la Fundación Remar, facilitando

productos impresos como revistas, folletos, trípticos, etc. Y las encuestas realizadas a las empresas y personas que aportan con la Fundación Remar y que muchas de estas personas han tenido contacto con la página Web.

### **Problema de Diseño**

La página Web actual de la Fundación Remar no cuenta con una distribución adecuada de sus elementos en la composición, los colores no se lleva la unidad cromática y no van acorde a su manual corporativo. Por lo tanto su navegabilidad, usabilidad y accesibilidad son bajos con respecto al manejo de usuario, mala distribución para la interactividad con el usuario, archivos en desuso que no se han actualizado desde los años 2009 y tamaños obsoletos para gadgets actuales, pantallas, laptops, tables, smarphone, en conclusión la página de la Fundación remar no aplica diseño de web 2.0.

Para revolver este problema se propone el rediseño de su página web y su manual de estilos web, que informe sobre el proceso de incorporación a la web 2.0, encaminado al mejoramiento del desarrollo de comunicación entre La fundación y el usuario.

### **Objetivo del Producto**

Rediseñar la página Web el cual contribuya a la aplicación de un método de trabajo encaminado a la Fundación Remar para organizar un sistema de gestor de contenidos.

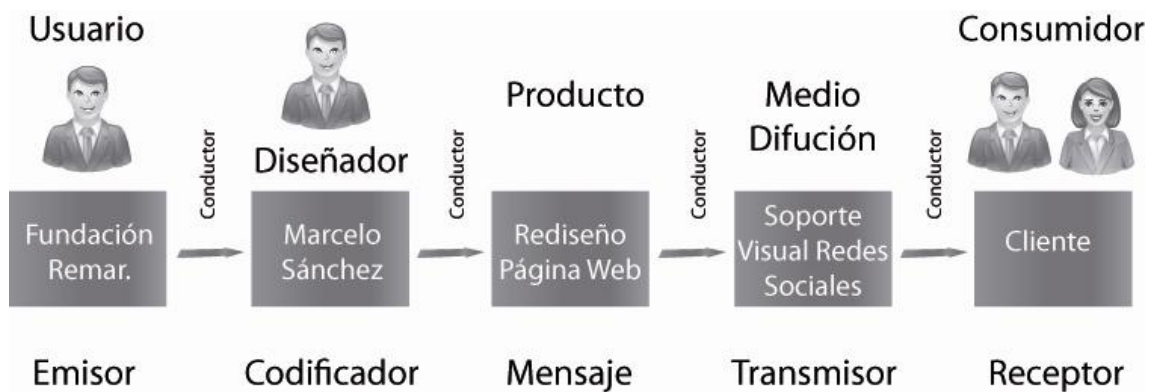
### **Objetivos Específicos**

Aplicar la Web 2.0 que responda a las necesidades de comunicación entre el usuario y la Fundación Remar.

Diseñar un manual de estilos que indique las herramientas aplicadas en la Web y la implementación de la Web 2.0.

Diseñar piezas gráficas que permita conocer la nueva página Web de la Fundación Remar.

## Cadena de Comunicación Visual



(Fuente: Costa, 1992:11)

### 4.2.- Fase Creativa

Rediseñar la página Web para la Fundación Remar que se adapte a las necesidades de comunicación mediante la tecnología de la web 2.0

#### Formulación de Ideas

- Organización de la información de la Fundación Remar previamente recopilada.
- Clasificación de información.
- Malla modular y estructura.
- Desarrollo de las piezas visuales que conforman la página Web.
- Preparación y optimización de fotografías y animación.
- Prueba de funcionamiento en los navegadores.
- Creación de cuentas en Facebook y Twitter para la Fundación Remar.
- Colocar la página en la web

## **Toma de Idea base**

Resaltando de las ideas rectoras del producto, se justifica la creación de la página Web bajo el sistema de gestor de documentos y que garantice el proceso de comunicación entre el usuario y la Fundación Remar.

Mediante la investigación para la realización de este proyecto se encontró que existen gestores de contenidos CMS y entre los principales tenemos:

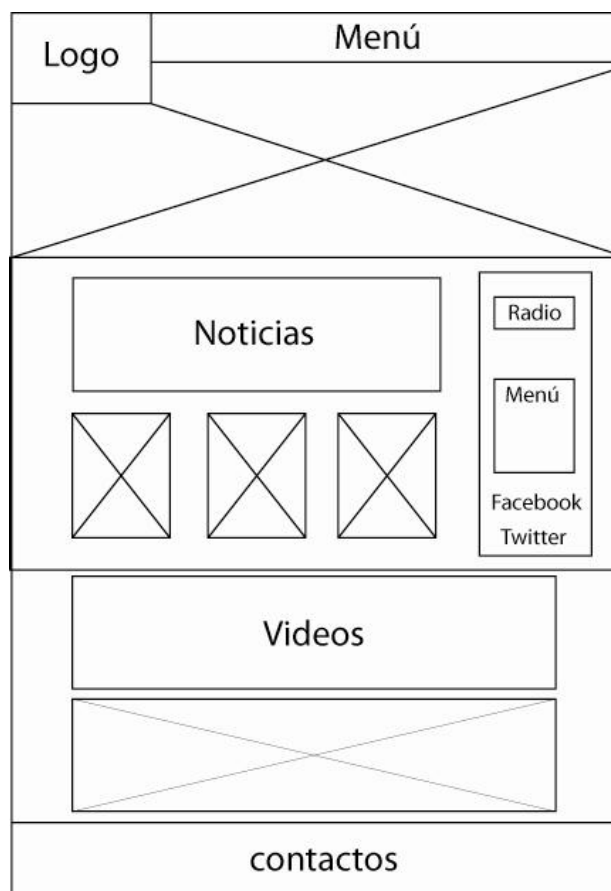
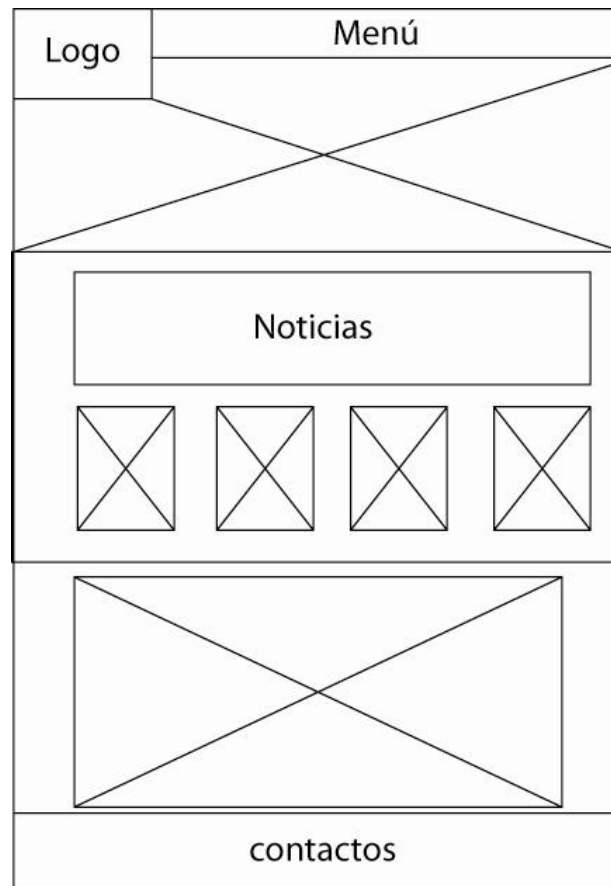
Wordpress

Joomla

Drupal

Estos tres son los más importantes y pueden generar la interacción requerida en este proyecto, pero por el manejo, estabilidad, foros, códigos abiertos, usabilidad se escogió a Joomla, que es un gestor de contenidos amigable de software libre, establecido así por respetar la libertad de los usuarios ya que al ingresar a la Web se puede analizar, copiar, estudiar y finalmente distribuir libremente su información, con renovación visual de la página sin interrumpir su funcionamiento, implementación de módulos y nuevas funcionalidades (encuestas, estado del tiempo y calendarios), alta interactividad con el usuario y la página.

Los siguientes son bocetos que posteriormente establecieron un sistema modular para la distribución organizada y jerárquica de elementos en la composición de la página Web.



## **Concepto**

Se ha manejado la misma línea gráfica que se plantea en el manual de identidad corporativa para el desarrollo de la página Web, con una estructura moderna modular 2.0 permitiendo la evolución y transformación continua.

### **4.3.- Fase Ejecutiva**

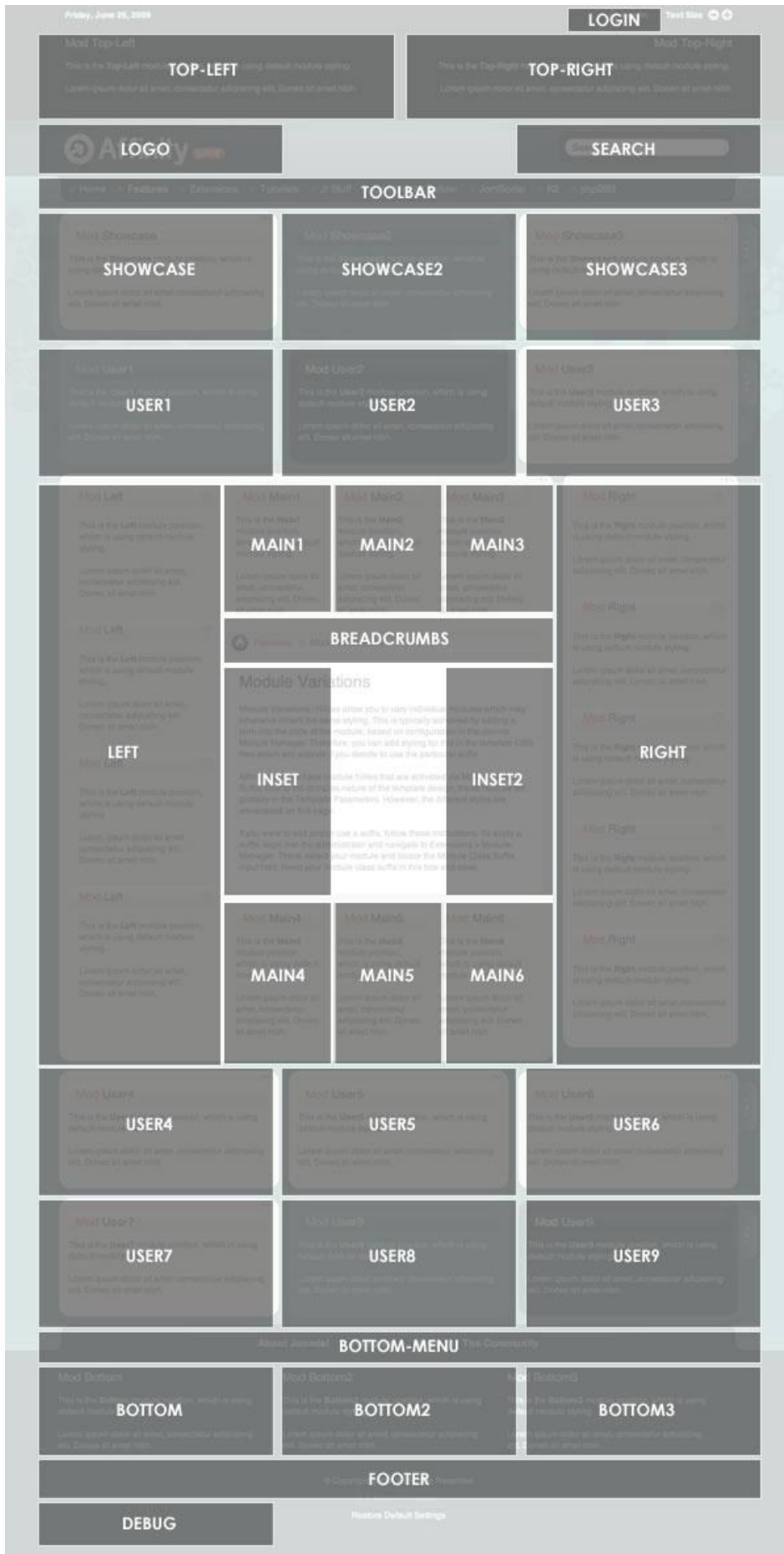
Todas las piezas gráficas elaboradas para la nueva página web, han sido desarrolladas bajo el mismo lineamiento que se establece en el manual corporativo de la Fundación Remar.

### **Valoración Crítica**

La página rediseñada se ha puesto en funcionamiento desde el día lunes 11 de Junio del 2012 y mediante los encargados de la Fundación Remar están satisfechos con todo lo planteado.

### **Desarrollo**

El sistema modular aplicado en el rediseño de la página Web de la Fundación Remar es el siguiente:




Todas las piezas gráficas serán diseñadas independientemente para posteriores actualizaciones de la página Web y que no exista ningún tipo de inconveniente. La página Web aplica las características detalladas anteriormente en el marco teórico como es usabilidad, navegabilidad y accesibilidad.

**Usabilidad.-** La información planteada en la página Web se encuentra de una forma clara, sencilla y ordenada jerárquicamente de forma que el usuario no se pierda y pueda encontrar la información con facilidad.

**Navegabilidad.-** Los botones y links proporcionan la libertad de moverse con facilidad dentro de la página Web.


**Accesibilidad.-** La página Web cuenta con elementos gráficos claros de manera que todos los usuarios pueden acceder en condiciones de igualdad a los contenidos.





Inicio | 19 Junio 2012

HOME
QUE ES?
QUE PROGRAMA DESARROLLA?
PROYECTOS DE VIDA
CONTÁCTENOS
INICIO DE SESIÓN



**COMO SE FINANCIA?**

**REMAR ECUADOR**

- Fincas
- Panadería, Tiendas
- Talleres, productos, etc

Leer Más >

**DONDE ACTUA?**

**REMAR ECUADOR**

- Ciudadela
- Dirección


Leer Más >

**COMO COLOBORAR?**

**Remar Ecuador**

- PAN
- VEMOS
- Cuentas Bancarias


Leer Más >



**Bienvenidos**

Fundación REMAR Ecuador les da la más cordial de las bienvenidas...

LEER MÁS



**Remar Internacional**

Somos la ONG REMAR INTERNACIONAL para la ayuda, promoción

LEER MÁS

**Suscripción**

Si quieres colaborar o tener más información déjanos tu nombre y mail y nos comunicaremos

Nombre

Correo electrónico

Suscribirse

RKRADIO

00:00

Menu de Interes





- COLABORACIONES
- MEMBERÍA
- ÚNICA DONACIÓN
- DONACIONES
- APADRINAMIENTO
- GALERIA DE IMAGENES





TWITTER

Si jóvenes de 16 a 18 años e ligen un candidato también pueden discernir cuando cometen un delito, recalca Vicent...

<http://t.co/5UmDF5U1>

**Remar Ecuador**

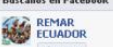





cooliris

También Síguenos

Búscanos en Facebook



A 80 personas les gusta **REMAR ECUADOR**

Plug-in social de Facebook

Numero de Visitas

0 000 115


© by GFUTMO


APRENDIZAJE

ACCIÓN


CONCIENCIA

FELICIDAD





Por estos días nos regala el día 18 del MES DE MARZO el Festival de la Solidaridad que organiza el Club Atlético Boca Juniors y el Programa "Solidaridad 2012".  
 Queremos compartir a través de este espacio con todos los amigos que nos acompañan en esta gran aventura y que nos permiten seguir creciendo y mejorando día a día.  
 Para cualquier información o para saber más sobre este evento, por favor contactarse con nosotros al teléfono 0994592235 o al correo electrónico [info@remar.org.ec](mailto:info@remar.org.ec).  
 ¡Feliz cumpleaños REMAR!



**Redes Sociales**

- Twitter
- Facebook
- LinkedIn

**“**

REPERTORIO P+M 2003  
Dani morales & friends:  
musica en directo en  
Solidaria tv  
<http://t.co/8GFRV9Wt4>

**”**

**Links de Interes**

- PAN
- SOLIDARITV
- RUMERADIO
- MISION BIC
- LIBRERIA LOS OLIVOS

**Dirección**

Dirección: González Suárez y  
Gonzalo Saldumbide,  
Ecuador (Quito, Azuay, Cuenca)  
Teléfono: 07 2094520  
Celular: 0994592235

Fundación Remar Ecuador TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS  
Copyright © 2012

La página Web responde a los siguientes principios de multimedia:

### **Principios de Retro Alimentación**

- Está dirigido a la Fundación Remar y a sus clientes y/o usuarios.
- Recolección de mails.
- Registro para los usuarios por el cual se intercambia información solicitada.
- Buscador internos para que los usuarios encuentren la información rápidamente.
- Implementación de google analytics indica país de visita, ciudad de acceso, usuarios recurrentes y usuarios nuevos.
- Google Maps.
- Facebook para compartir y hacerse fan page, Twitter automatizado, al cambias en la cuenta en la pagina se actualiza automáticamente.
- Interacción con videos en youtube.

### **Principios de Interacción**

La página Web cuenta con interactividad que se la detalla de la siguiente manera:

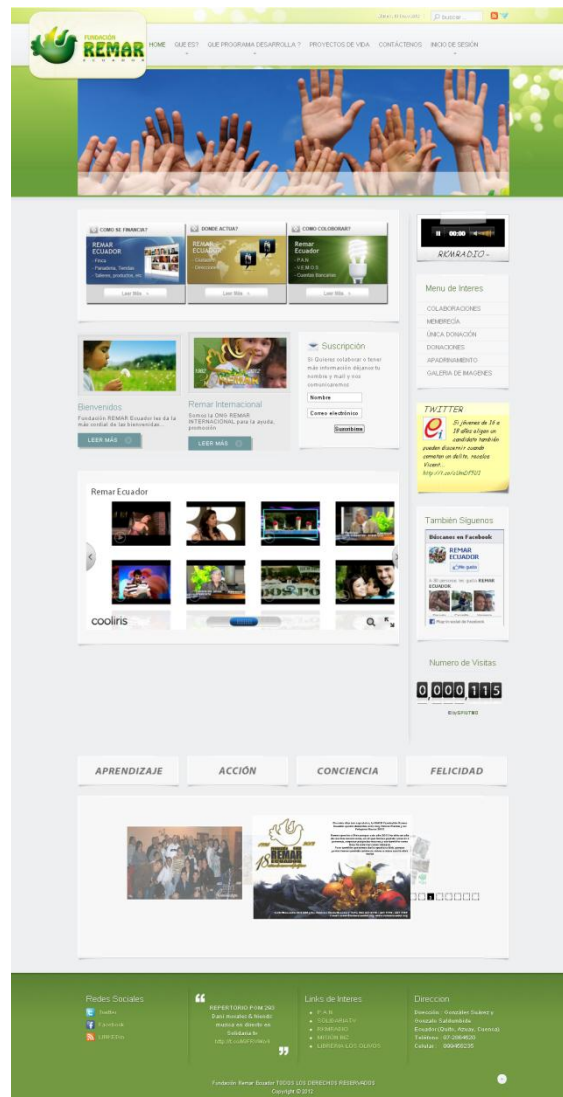
Está diseñada para reformar la comunicación, permitiendo el intercambio de información entre el usuario y la Fundación, por medio del chat, y en el intercambio de información a la hora de registrarse para resolver cualquier inquietud o si el usuario necesita mayor información sobre algo específico sobre la fundación, y permitiendo tener un registro descriptivo de estos datos y el aumento de nuevos usuarios.

### **Beneficios de Interactividad**

**Entrada.-** En la pantalla principal se muestra los botones interactivos ayudando al usuario en su recorrido visual.

**Fondo.-** Las acciones que ejecuta la página Web es el paso de imágenes que contienen información de la Fundación Remar sin que el usuario ejecute alguna acción.

**Salida.-** Esta página Web tiene implementado radio streaming que se puede escuchar la radio de la Fundación en línea.



## Economía y Redundancia

Toda la información obtenida y suministrada en la página Web ha sido utilizada para informar y guiar a los usuarios dándole una fácil interacción, de esta manera se ayuda a optimizar el tiempo de navegación. Los usuarios registrados pueden tener información detallada sobre las personas a quienes se ayuda, si se desea apadrinar o aportar, o si desean documentación sobre los productos que se elaboran en la Fundación Remar. Y como se lo dijo se cuenta con un buscador interno facilitando su navegabilidad.

## **Principios de Liberación**

La página Web usa estructura jerárquica que facilita y permite al usuario navegar libremente sin perderse.

## **Software Aplicado**

En el desarrollo de la página web se pondrá en práctica todas las herramientas tecnológicas y de software aprendidas y utilizadas en la carrera como son: Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, Adobe Dreamweaver, Adobe Flash y aprendidas de manera autodidácticas PHP Edit y programas on-line.

## **Dominio**

Se trabajo bajo el mismo dominio que es <http://www.remarecuador.org/>, las claves del dominio fueron proporcionadas por la Fundación Remar.

## **4.4.- Construcción de la Página Web**

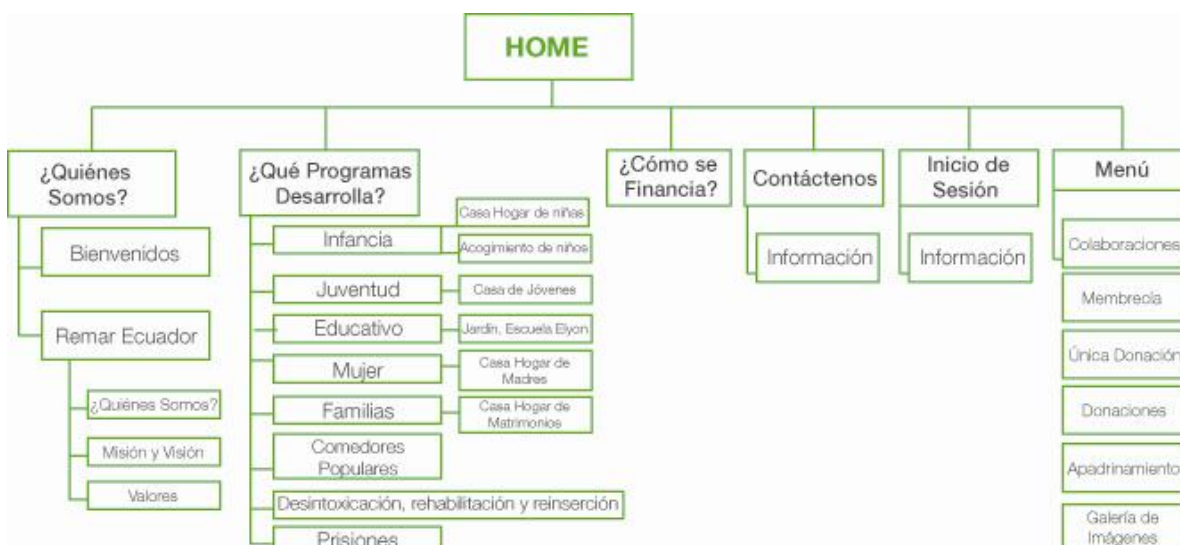
### **Tamaño**

La página fue construida en un formato 1024 x 768px es un tamaño estándar y es el más utilizado, este formato favorece la distribución de los diferentes elementos gráficos y es adaptable a los diferentes tipos de pantalla.

### **Mapa Navegación**

El rediseño de la página web de la Fundación Remar cuenta con una estructura jerárquica garantizando la lectura ordenada de la información y de navegación entre las distintas secciones o ventanas de la página.

Para el manejo de la información se basa en el siguiente esquema, sobándose en las características de comunicación e interacción entre el usuario y la Fundación Remar.



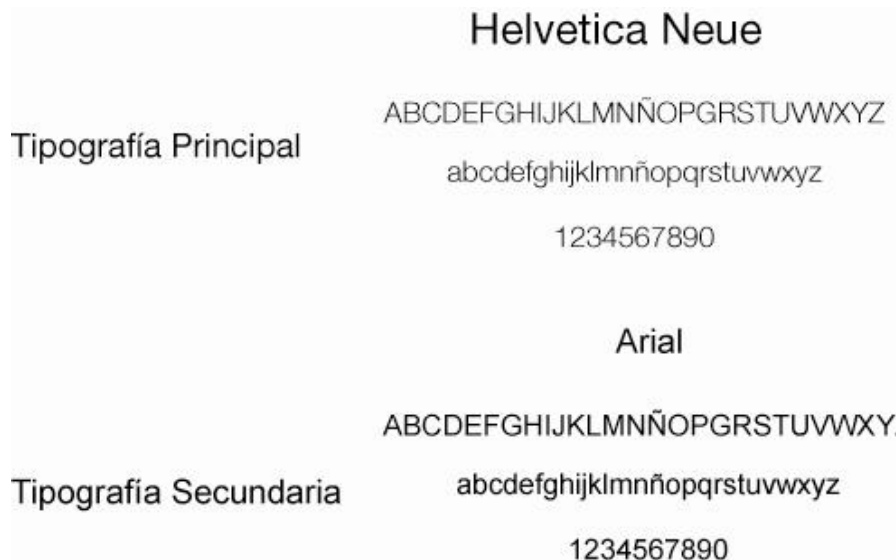
En el siguiente cuadro se muestran las características del diseño Web 2.0 aplicada a la página web de la Fundación Remar:

Características	Página Web 2.0 Fundación Remar
<b>Tipo de web</b>	<b>colaborativo mediante comunicación entre empresa cliente</b>
<b>Tecnologías Asociadas</b>	<b>XML, PHP, CSS, Flash, Java Script</b>
<b>Arquitectura</b>	<b>PHP Version, Web Server to PHP interface, Joomla! 1.5.22 .</b>
<b>Mezclas</b>	<b>Integrabilidad de elementos</b>
<b>Acceso de Información</b>	<b>redes sociales, directorios web y youtube.</b>
<b>Desarrollo</b>	<b>XHTML, CDD, Módulos , componentes, otros , Java Script</b>
<b>Intervención del usuario</b>	<b>Publicaciones, lectura y escritura.</b>

(Fuente: Tim Oreilli 2004)

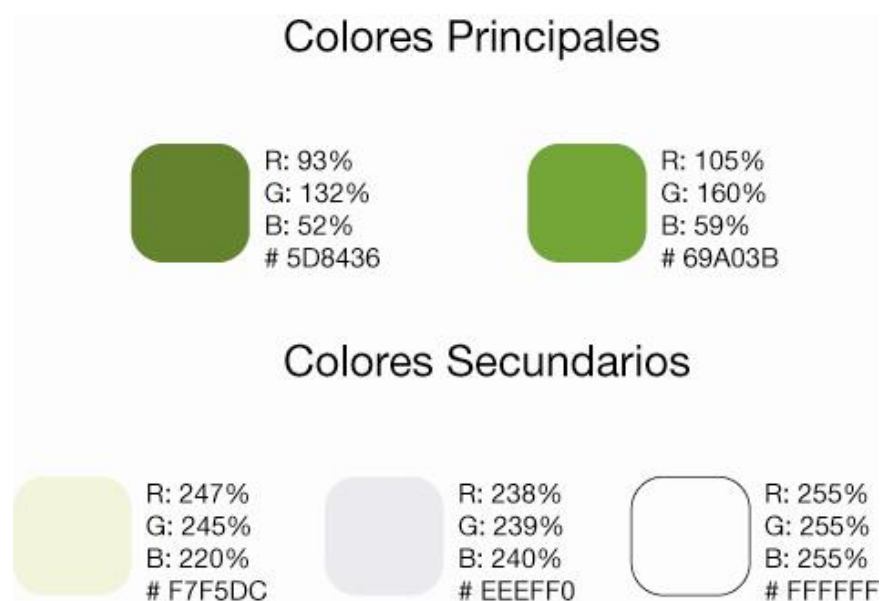
## Fundamentación Tipográfica

El manual de identidad corporativa de la Fundación Remar que establece sus aplicaciones se deberán utilizar las familias tipográficas como la Helvética Neue y Arial. Se estableció implementar solo la tipografía Helvética ya que tiene una alta legibilidad en la web.



## Fundamentación Cromática

Los colores que van a predominar en la página web serán los entregados por el manual corporativo de la Fundación Remar, ya que se debe mostrar la misma línea gráfica. Los textos que van en los titulares van de color verde y los textos de contenido que se manejarán de color gris.



## Descripción General del Entorno

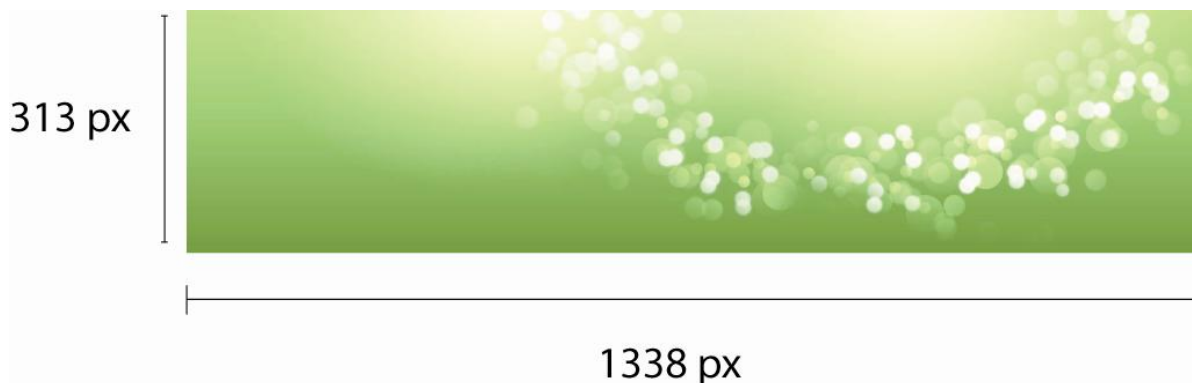
En el encabezado superior de la página Web se compone de los elementos que son: el identificador de la Fundación Remar ubicado a la izquierda y a lado derecho el menú de usuario y en la parte superior del menú el buscador. El identificador va a estar presente en todas las pantallas.



## Fondo

El fondo que se implementó en la página Web es una imagen que contrasta con el identificador se muestra unos colores verdes en degrade y como brillos como destello de luz.





### Slider

En el slider o banner que se ha utilizado con fotografías relacionadas con la Fundación Remar que son de interés para el usuario, que está elaborada en 3D que gira y es actualizable mediante el link de fotografía, el tipo de concepto que se utiliza en las fotografías es de armonía, convivencia y solidaridad ya que se muestran a niños, niñas, adolescentes personas adultas, y personas de la tercera edad con ganas de seguir viviendo y hacerlo en paz para poder insertarse a una vida normal y mediante la Fundación Remar lo están logrando.



### Módulos

Existen varios módulos que cada uno de ellos tiene su imagen para representarlo, y al contacto con el mismo o al hacerlo click se despliega información detallada sobre el mismo.



The diagram illustrates a website layout with the following sections and dimensions:

- Top Row:** Three columns of 272 px height and 768 px width. Each column contains a header (e.g., 'COMO SE FINANCIA?', 'DONDE ACTUA?', 'COMO COLOBORAR?') and a content area with a 'Leer Más' button.
- Second Row:** A 293 px high section with a 768 px width. It includes a 'Suscripción' form with fields for 'Nombre' and 'Correo electrónico', and a 'Suscribirse' button. It also features two columns of text with 'LEER MÁS' buttons.
- Third Row:** A 416 px high section with a 768 px width, containing a grid of video thumbnails and a 'cooliris' logo.
- Right Sidebar:** A 1205 px high vertical column containing:
  - 'RKMRADIO' player (247 px wide)
  - 'Menu de Interes' with links: COLABORACIONES, MEMBRECÍA, ÚNICA DONACIÓN, DONACIONES, APADRINAMIENTO, GALERIA DE IMAGENES
  - 'TWITTER' section with a tweet about a contest.
  - 'También Siguenos' section with a Facebook search box for 'REMAR ECUADOR'.
  - 'Numero de Visitas' counter showing '0,000,115'.
- Bottom Row:** A 73 px high navigation bar with four buttons: 'APRENDIZAJE', 'ACCIÓN', 'CONCIENCIA', and 'FELICIDAD'.
- Final Section:** A 389 px high section with a 1032 px width, featuring a large photo of children and the text 'CASA HOGAR DE NIÑOS MITAD DEL MUNDO'.

## Footer

Aquí se puede encontrar la información de la ubicación en redes sociales también el detalle de su ubicación y dirección y unos links de interés sobre la Fundación Remar.



## Redes Sociales

La implementación de las redes sociales garantizan el proceso de implementación de la web 2.0 y su difusión del rediseño de la página Web de la Fundación Remar, con un mayor impacto donde se mostrara sobre la labor que hace Remar en Ecuador administrando sus actividades y sus servicios.

Además se implementara la cuenta de la Fundación Remar en Youtube para poder mostrar eventos que se realicen dentro y fuera de la fundación y así el usuario tenga más información sobre lo que se hacen en la Fundación Remar.



## Funcionalidad del Sistema

La implementación de la Web 2.0 en la página de la Fundación Remar garantiza la gestión de organizadores de trabajo en línea permite interactuar con el usuario, ya que el usuario puede compartir información por medio de las redes sociales creando así una base de datos para mails para envío de información, sus procesos y aprobaciones, organiza estos documentos permiten acceder al mismo desde cualquier parte del mundo con cualquier dispositivo conectado al internet.

De la misma manera se implementa una política de seguridad que permitirá ingresar únicamente al usuario registrado mediante la utilización de usuario y contraseña, par que solo la persona que tenga estos datos tenga acceso a los mismos, esto generara la facilidad de comunicación entre la Fundación y el usuario.

## **Inicio**

En esta parte el usuario tiene su primer impacto con la página Web, aquí se encuentra información sobre noticias y actualizaciones y las actividades de la Fundación Remar. Las escenas cuentan con la información detallada se utiliza animación gif para los gráficos de la misma. En estas escenas se contiene los siguientes módulos: Ingreso al sistema, menú principal, módulo de noticias, módulo de información destacada, buscador y Footer.

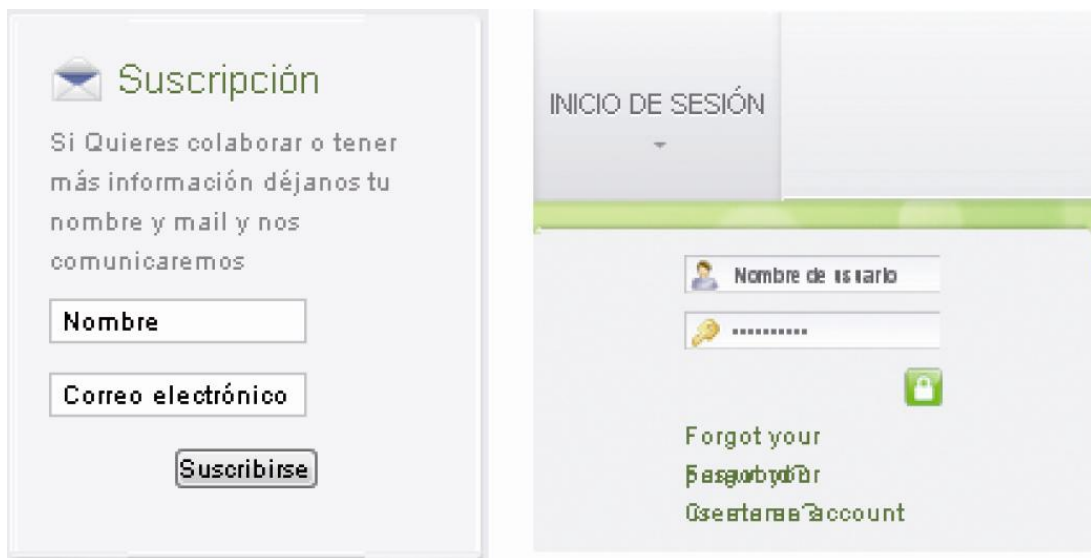
En estas escenas se aprecian los siguientes módulos:

- El buscador en la posición toolbarright (es un buscador interno que mediante tags y adwords localiza internamente palabras relacionadas)
- La Fecha y día posición toolbarright ( mediante la IP localiza la fecha de cada país)
- Los menús desplegables con sub menús (mod mainmenu)
- 3D banner posición Header (banner que gira y actualizable mediante link de la foto)
- La radio streaming on line posición right (radio streamnug on line con botones de comando)
- Iconos principales posición maintop (botones )
- Información en la posición body (Información con link)
- Suscripciones posición contenright (newsletter recopilación de mails para enviar información)
- Menú lateral iglesia posición right (menú vertical)
- Mod\_yoo\_tweet posición right (Twitter automatizado )
- Fan page facebook posición right (nos ayuda a tener más seguidores hacia facebook)
- Galería de videos 3d posición mainbottom (mediante el user del canal de youtube se actualiza automatizado las posiciones y la integración de nuevos videos)

- Contador de visitas posición right (registra el numero de ips que ingresan a la web).

## Usuarios

En esta escena es la parte importante de la página Web ya que es donde se obtiene la información del usuario o cliente y se recopila la información que desea y con los datos obtenidos vamos teniendo mayor contacto con el usuario.



## Dificultades que pueden aparecer

Mediante la implementación del rediseño de la página Web puede existir algunas condiciones las cuales pueden llegar a crear confusión en el usuario.

- Podría existir dificultad de visualización gadgets móviles la web se va a ver en todos los dispositivos pero en iphone no se va a mostrar las estructuras hechas en flash por que Apple no lo permite, pero en los dispositivos androides se ve todo perfectamente.
- Puede existir la dificultad de que al usuario se le pierda su contraseña pero eso se lo solucionar ya que el mismo registro de los usuarios te envía un mail si te olvidas.

## Manual de Estilos de la Página Web

La elaboración del manual de estilos es importante para la Fundación Remar, ya que responde a las necesidades planteadas en la página Web y justifica todos sus contenidos aplicados en el mismo y su aplicación al diseño Web 2.0.

### Tamaño

El tamaño establecido para el manual es de A5, ancho 21cm x alto 14.85cm, estas medidas fueron planteadas ya que el manual debe ser fácil de manejar y manipular, mantener el ahorro de papel y disminuir sus costos de impresión.

### Sistema Reticular

Se utilizó un sistema de retícula simétrica, clasificando la información mediante jerarquía entre textos e imágenes, dando un adecuado equilibrio visual y mejor lectura del mismo.



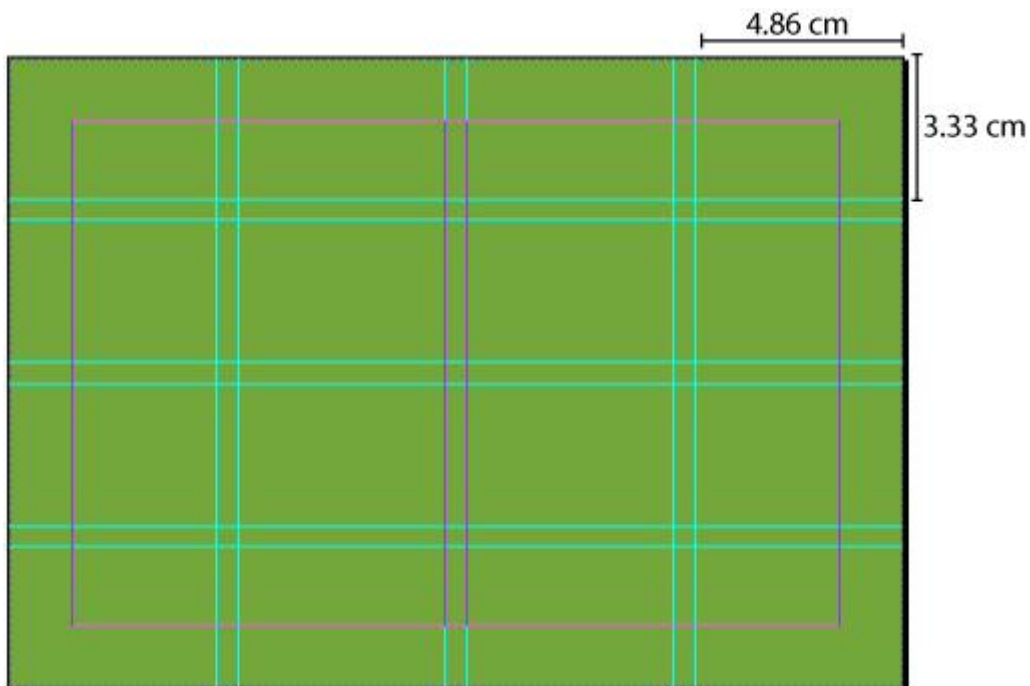
## Página Máster

Se realizó tres tipos de páginas máster para cada tipo de contenido o información que mantienen la misma estructura y se caracterizan por su cromática pero se modificó los diseños para cada una de ellas.

La tipografía seleccionada e implementada en el manual fue Helvética Neue manteniendo la misma línea que lleva la página Web, ya que es una tipografía legible en los bloques de textos y titulares, los colores implementados son los que se implementaron en la página Web teniendo relación y manteniendo el mismo estilo.

## Página Máster 1

En este primer diseño de la página máster se estableció con el fondo verde, color que representa a la fundación Remar, y se utilizó para la introducción al manual de estilos, se lo dividió entre cuatro columnas y cuatro filas para distribuir de mejor manera los textos.



## Página Máster 2

En esta siguiente página máster se estableció con un diseño superior e inferior con los colores identificativos de la Fundación Remar en la parte



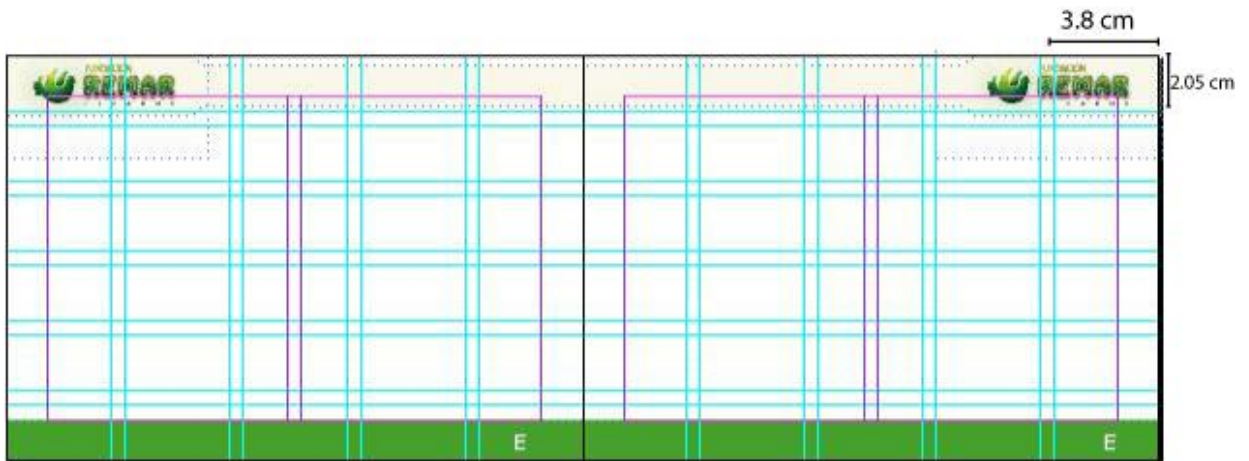
superior y en la parte inferior se estableció el color gris que se plantea en la página Web y esta se elaboro para establecer el índice, se hizo la división entre columnas y filas de seis por cada una para organizar los textos de una manera adecuada.



### **Página Máster 3**

En la última página máster se la elaboro a doble página y que la información se establecerá tiro y retiro, se estableció el mismo diseño del índice pero con la modificación que en la parte superior se le incorporo el identificador y en la parte inferior la numeración, los colores también fueron modificados en la parte se estableció un color crema para que de mayor contraste con el identificador este color también se implemento en la página Web y en la parte inferior se lo cambio por el color verde, en esta página se modifiko las divisiones se estableció cinco filas y seis columnas para la organización de los textos.





## Portada y Contra Portada



La estructura de la portada y contra portada guarda relación con sus elementos internos como externos, se mantiene los colores corporativos de la Fundación Remar que se lo ha planteado también en la página Web manteniendo su estilo grafico. En la portada se muestra una imagen muy representativa a la Fundación con el logotipo en la parte inferior izquierda y en la parte superior derecha el tema, en este caso manual de estilos Web, en la contra portada se puede observar que se mantiene la misma estructura pero modificando los colores, en la parte superior está el nombre del manual, en la parte del centro el logotipo de la Fundación Remar y debajo los derechos de autor, y en la parte inferior derecha está el logo de la Universidad Israel.

## **4.8.- Piezas Gráficas**

### **Afiche:**

El afiche se creó con la misma estructura planteada en la página Web mediante su manual de estilos, es un formato A4 21 cm x 29,7 cm estas piezas gráficas serán distribuidas solamente por la web.



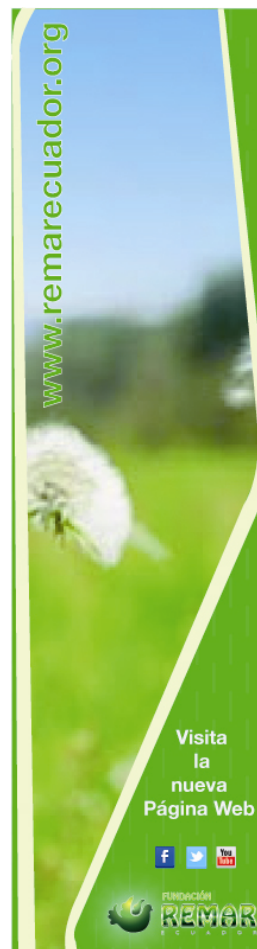
**Visita la nueva  
Página Web  
actualizada y orientada  
a la Web 2.0**



**[www.remarecuador.org](http://www.remarecuador.org)**

## Banners:

Se elaboro tres tipos de banner dos horizontales y uno vertical, los dos primeros tienen una medida de 468 x 60 px, la diferencia entre estos son que se invirtió el diseño para generar movimiento visual. El banner vertical tiene una medida de 160 x 600 px pero manteniendo los colores corporativos implementados en la página Web, manual de estilos y piezas gráficas.



#### 4.9.- Presupuesto del Producto

ítem	Rubro	Cantidad	Tiempo Frecuencia	Valor Unitario	Valor total
<b>1</b>	<b>Talento Humano</b>				
	Asesoramiento, diseño e implementación de la página web.	1		1200.00	1200.00
	Diseño,maquetacion de manual d estilos	1		150	150
				<b>SUBTOTAL</b>	<b>1350.00</b>
<b>2</b>	<b>Material y útiles de oficina</b>				
	Impresiones	220		1.50	330.00
	Internet	336		0.80	268.80
				<b>SUBTOTAL</b>	<b>598.80</b>
<b>3</b>	<b>Otros</b>				
	Agua, Luz, Teléfono		360	10.00	3600.00
	Alimentación		360	2.80	367.80
	Transporte público		180	0.25	45.00
				<b>SUBTOTAL</b>	<b>4012.8</b>
<b>4</b>	<b>Imprevistos</b>	1	1	500.00	500.00
				<b>SUBTOTAL</b>	<b>500.00</b>
				<b>SUBTOTAL</b>	<b>6461.60</b>
				<b>I.V.A</b>	<b>775.39</b>
				<b>TOTAL</b>	<b>7236.99</b>

#### Gastos de Grado

CANT	DETALLE	VALOR	V.TOTAL
1	<b>Derechos de Grado</b>	850	850
	<b>VALOR TOTAL</b>		<b>850</b>

## CAPÍTULO IV

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 5.1.- Conclusión

La Fundación Remar de la ciudad de Quito afronta un problema de visibilidad, causado por las personas que informan de una manera indebida de lo que es la Fundación, ya que desempeña un papel muy importante dentro de las personas más necesitadas.

El rediseño de la página Web de la Fundación Remar fue diseñado para mostrar el trabajo que hace y para que mayor gente se interese por su loable labor, por medio de la web con un mejor contacto con el usuario, la página está lista para la entrada de cualquier persona, no actuar como un “jardín cerrado”: la información debe poderse introducir y extraer fácilmente los usuarios deben controlar su propia información basada exclusivamente en la Web, la implementación de la Web 2.0 ayudará a la Fundación Remar a tener un mayor contacto con el usuario y satisfacer cualquier tipo de preguntas o dudas en un tiempo mínimo.

#### 5.2.- Recomendación

La Fundación Remar, la información y difusión sobre esta ONG, es realmente escasa, por lo que la mayoría de personas piensan que solo es un albergue, pero la Fundación Remar desarrolla programas asistenciales para dar auxilio a la población en extrema pobreza y/o alto riesgo, y así insertándolas a la sociedad mediante la elaboran varios productos que ayuda para su sustento, progreso y poder ayudar a más personas necesitadas. Es por eso el desarrollo de productos que aporte a la comprensión y difusión sobre la loable labor que está realizando con mucha gente que lo necesitan y así poder desarrollarse en un entorno social.

### 5.3.- Bibliografía

Aaker Davir, Construir marcas poderosas, gestión 2000.

Acaso María, El lenguaje visual, editorial paidós, 2009.

Alberich Jordi Pascual, Grafismos multimedia, editorial UOC.

Areitio Gloria y Areitio Ana, Información, informática e Internet, editorial visión libros.

Aubry Christophe, Studio Factory Flash Professional, editorial eni.

Barranco Jesús de Areba, Mitología del análisis estructurado de sistemas, editorial comillas.

Barranco Jesús, Metodología de análisis estructurado de sistemas, editorial comillas.

Barthes Roland, Lo obvio y lo obtuso imágenes, gestos y voces, editorial paidos 1986.

Berlo David, El proceso de la comunicación, el Ateneo 2000.

Bierut Michael, Fundamentos del diseño gráfico, 2001.

Bridge Walter, Peter, Introducción al diseño, editorial, trillas, México, 2001 .D.F.

Capriotti Paul, Planificación estratégica de la imagen corporativa, editorial Ariel 1999, pág. 19

Castelló Araceli, Estrategias empresariales en la web 2.0, editorial club universo.

Costa Joan, Diseñar para los ojos, grupo editorial design 2003.

Costa Joan, Identidad televisiva en 4D, grupo design.

Costa Joan, La imagen de la marca, paídos diseño.

Costa Joan, Segalés Solá, DirCom estrategia de la complejidad, editorial universidad Autónoma de Barcelona.

De Jong Rene, Sacale partido a internet, editorial gestión 2000.

De Viveros José Manuel, La integración de la internet en el aula, editorial club universo.

De Viveros Sergio Manuel, La integración del internet en el aula, editorial Club Universo.

Diaz Loving Rolando, Psicología social de las Americas, Pearson educación 2002.

Enríquez, Ana M; Madroñero Gabriela M; Morales Francisco; Soler Pere, La planificación de la comunicación empresarial, Servei de publicacions.

Escrito por varios autores Equipo Vértice, Diseño básico de páginas web en HTML, editorial vértice.

Escrito por varios autores, El pequeño sabelotodo, sentido común para diseñadores, indexbook.

Fernández Antonio, Producción y diseño para la Word Wide Web, editorial paídos.

Figuroa Romeo Antonio, Cómo hacer publicidad un enfoque teórico y practico, pearson educación 1999.

Frascara Jorge, Diseño grafico para la gente, Ediciones Infinito 2004.

Frascara Jorge, Diseño grafico comunicaciones de masa y cambio social, Ediciones Infinito 2004.

Frascara Jorge, Diseño y comunicación, edición infinito Buenos Aires Argentina.

García Beatriz; Songel Gabriel, Factores de innovación para el diseño de nuevos productos, editorial universidad técnica de valencia.

García Mariola, Las claves de la publicidad, bussiness&marketingschool.

Gonzales Juan Enrique, La web 2.0 y 3.0 en relación con su eees, editorial visión libros.



Hobbs Lilian, Diseñar su propia página web, editorial marcombo.

[http://www.remar.org/remar\\_memoria\\_2009.pdf](http://www.remar.org/remar_memoria_2009.pdf)

Ind Nicholas, La imagen corporativa, editorial días de santos.

Jiménez Rodil Irene y Ardo De Vega Camino, Op Aux con Ticmf1209\_1, editorial parafino.

Keat Paul G, Philip K. Young, Economía de empresas, editorial person.

Lara Navarra Pablo, La accesibilidad de los contenidos web, editoriales UOC.

Lara Navarra Pablo; José Ángel Martínez, La organización de conocimientos en internet, editorial UOC.

Luján Mora Sergio, Historia y principios básicos de la web, editorial club universitario.

Luján Mora Sergio, Programación en internet, editorial club universitario.

Manjarrez Juan José de la Vega L. D. G., Diseño editorial.

Mariño Campos Ramón, Diseño de páginas web y diseño gráfico, editorial ideas propias.

Mariño Ramón, Diseño de páginas web y diseño grafico, editorial ideas propias.

Márquez Santiago, La web semántica, editorial lulu.

Martínez José Ángel, La producción de contenidos en la web, editorial UOC.

Mera Elena, Presentaciones e imagen, editorial ideas propias 2005.

Nafría Ismael, Web 2.0, editorial gestión 2000.

Navarro Lizandra; José Luis Ágines, Fundamentos del diseño, editorial universitat Jaume.

Noël Jean, Joomla 1.6 cree y administre sus contenidos, editorial ENI.

Patrick J. Lynch; Sarah Horton, Principios de diseño básico para la creación de sitios web, Ediciones G. Gili, SA de CV, pág. 137

Pelayo Neneka; Adriana Cabrera, Lenguaje y comunicación, Editorial CEC. SA.

Pelta Raquel, Lo primero es lo primero. Diseño y responsabilidad social. Paidós. Barcelona.

Quero Enrique, Mantenimiento de portales de información, editorial paraninfo.

Ramos Alicia, Aplicaciones web, editorial paraninfo.

Rojas Octavio Isaac, Web 2.0, editorial esic.

Sánchez Herrera Joaquín; Teresa Pintado Blanco, Imagen corporativa influencias en la gestión empresarial, ESICO.

Tortajada Ignacio, Preproducción multimedia, editorial universidad politécnica de valencia.

Villamizar Juan Carlos, Taller de diseño editorial, taller cinco publicaciones.

Walton Roger, Keith Gillies, Lindsey Heppell, John Laing, Haga usted mismo su propio diseño gráfico, editorial Hermann Blume.

Wong Wucios, Fundamentos del diseño bi- y tri- dimensional, Editorial Gustavo Gili S.A, Mexico 2001.

Zanón David Andrés, Introducción al diseño editorial, 2007, visión net.

## 5.4.- ANEXO

### ANEXO N° 1

#### Encuesta:

El objetivo de mi presencia en esta tarde es para presentar una pequeña encuesta sobre la Fundación Remar y su página Web. Mi nombre es Marcelo Sánchez estudiante de la Universidad Israel Facultad de Diseño, todas las preguntas y las respuestas serán utilizadas únicamente para la elaboración de mi proyecto de grado de forma confidencial, de antemano agradezco su colaboración.

Edad:                    15 – 24 años     25 – 34 años     35 – 44 años   
                               45 – 54 años     55 – 64 años     65 o mayor

Género:

M   
 F

**¿En breves palabras qué conoce sobre la Fundación Remar?**

**¿Por qué medio conoció de la Fundación Remar?**

Radio     Impresos     Redes Sociales   
 TV         Web         Referencias

**¿Sabe a qué tipo de grupo social ayuda la Fundación Remar?**

SI   
 NO

**¿Cuáles?**

---

**¿Ha visitado la página web de la Fundación Remar?**

SI

NO

**¿Cree usted que la Fundación Remar brinda la información detallada y actualizada en su página web?**

SI

NO

**¿La página de la Fundación Remar genera en usted interés en obtener mayor información?**

SI

NO

**¿Por qué?**

---

**¿Qué tipo de herramientas le gustaría que se implementara en la página web?**

Video	<input type="checkbox"/>	Audio	<input type="checkbox"/>
Imágenes	<input type="checkbox"/>	Redes Sociales	<input type="checkbox"/>

**¿Por medio de qué tipo de red social le gustaría conocer información de la Fundación Remar?**

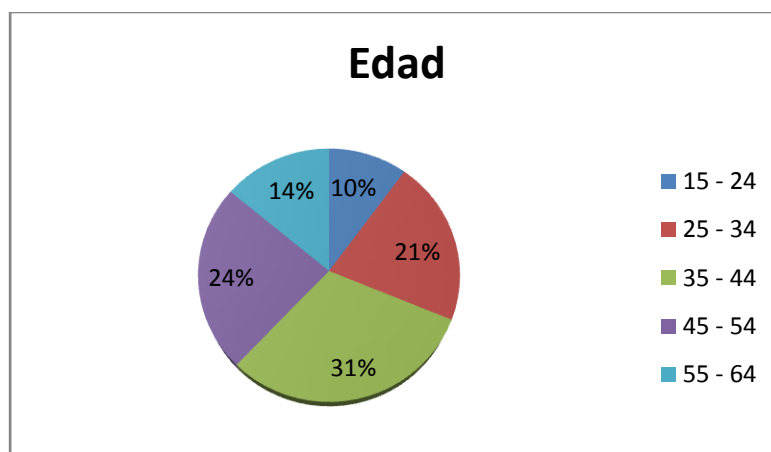
Facebook

Twitter

## TABULACIÓN DE LA ENCUESTA

La encuesta realizada nos arroja los siguientes resultados:

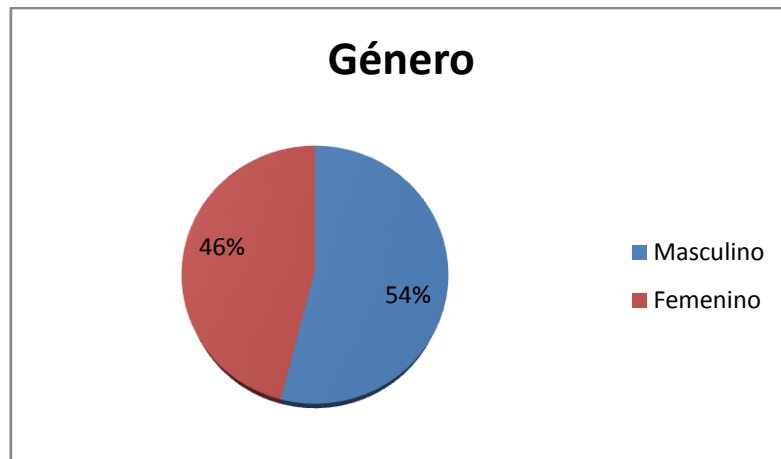
<b>Edad:</b>	15 – 24 años	11	25 – 34 años	23	35 – 44 años	33
	45 – 54 años	26	55 – 64 años	15	65 o mayor	0



El porcentaje mayor de edad de personas encuestadas está entre el rango de 35 – 44 años este grupo pertenece a empresarios que aportan constantemente a la Fundación Remar.

### Género:

M	58
F	50



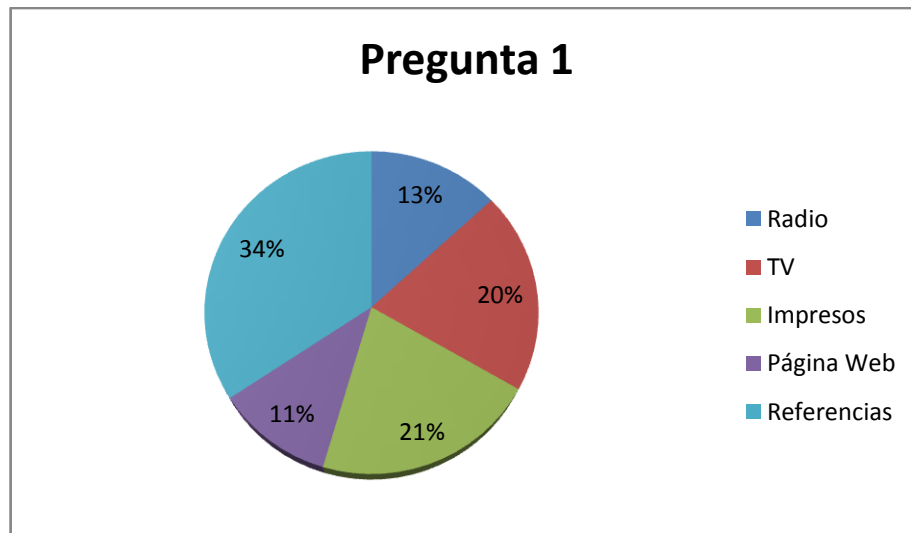
En un 54% esta encuesta fue aplicada al género masculino y en 46% al género femenino que se realizó indistintamente.

### ¿En breves palabras qué conoce sobre la Fundación Remar?

De las 108 personas encuestadas el 100% conoce sobre la Fundación Remar, con sus distintos tipos de criterios unos con el conocimiento a profundidad y otros con conocimientos básicos de lo que es la Fundación Remar.

### ¿Por qué medio conoció de la Fundación Remar?

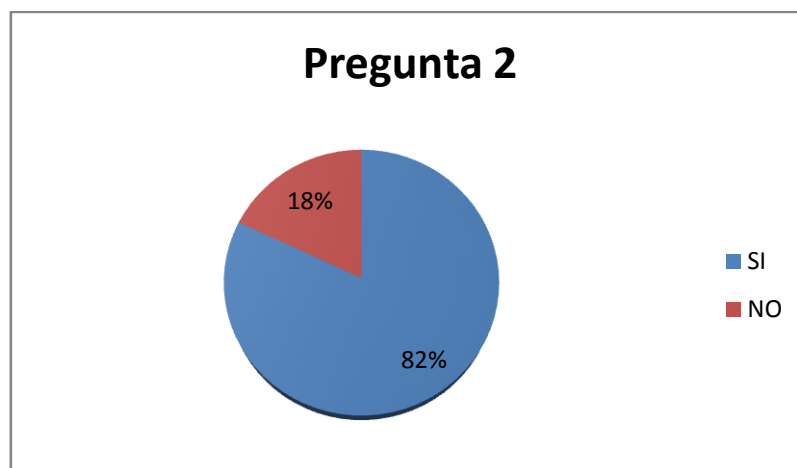
Radio	14	Impresos	23	Redes Sociales	0
TV	22	Página Web	12	Referencias	37



La Fundación remar según las personas encuestadas es conocida mayormente por referencias de personas que ya conocen o han visitado la Fundación y difunden su labor en la sociedad. Se puede apreciar que la Fundación Remar no se da a conocer por su página web por el porcentaje que refleja.

**¿Sabe a qué tipo de grupo social ayuda la Fundación Remar?**

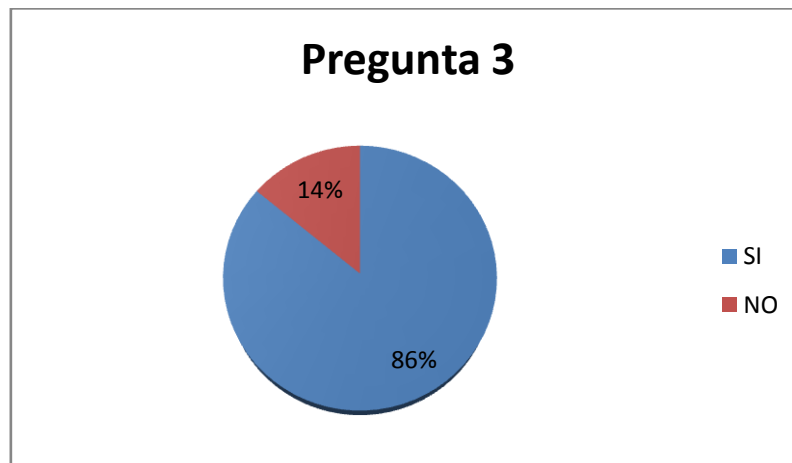
SI	89
NO	19



Se pudo evidenciar que la mayoría de encuestados conocer los que es la Fundación Remar y a qué grupo social ayuda y en un 18% no tienen una información adecuada tomándolo solo como un albergue.

### ¿Ha visitado la página web de la Fundación Remar?

SI	93
NO	15

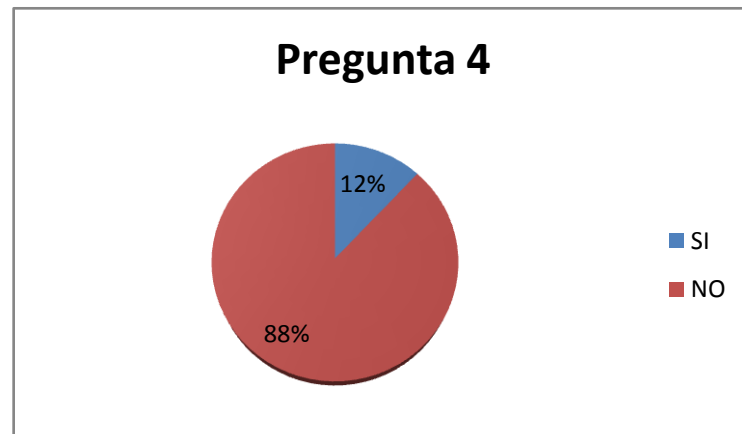


El 86% de los encuestados ha visitado la página Web de la Fundación Remar, con estos resultados se muestra que la web es una herramienta muy importante donde la mayoría de gente busca información sobre algún producto o servicio.

### ¿Cree Usted que la Fundación Remar brinda la información detallada y actualizada en su página web?



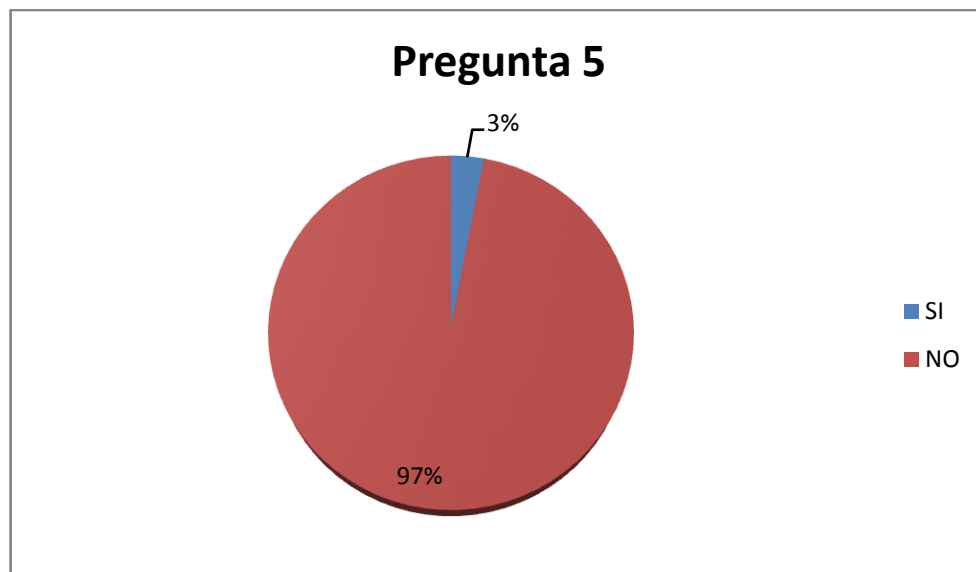
SI	82
NO	11



Los encuestados consideran que la página Web de la Fundación Remar no cumple con los objetivos que todo usuario busca al momento requerir información, por lo tanto sus necesidades no son cumplidas a totalidad y esto se debe tomar en cuenta al momento del Rediseño de la Página Web.

**¿La página de la Fundación Remar genera en usted interés en obtener mayor información?**

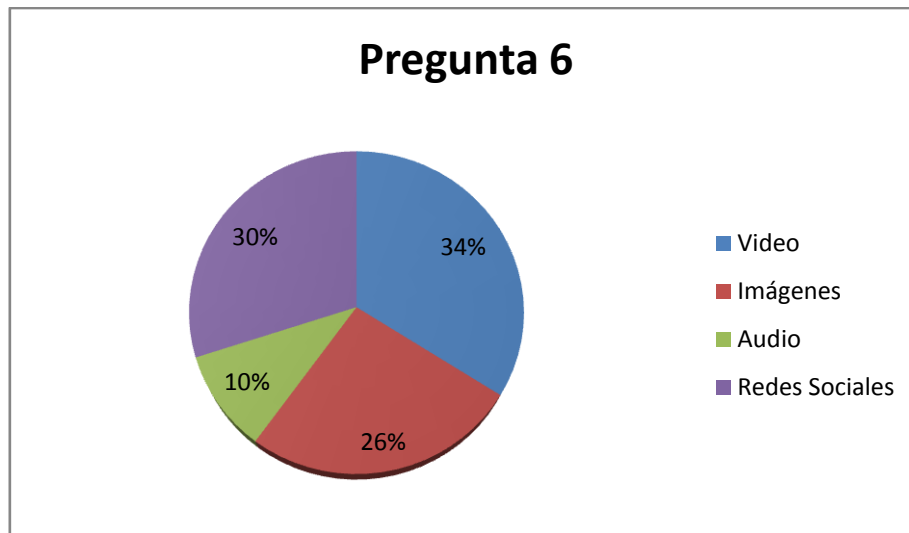
SI	105
NO	3



Con los datos obtenidos se ve que un 97% de los encuestados piensan que la página web no genera interés en adquirir mayor información sobre la Fundación Remar, porque se la considera una página estática carente de herramientas que permitan la interacción con todo aquel que la visita, en el rediseño se debe capturar el interés del usuario para incentivar en la búsqueda de información y poder tener mayor contacto.

**¿Qué tipo de herramientas le gustaría que se implementara en la página web?**

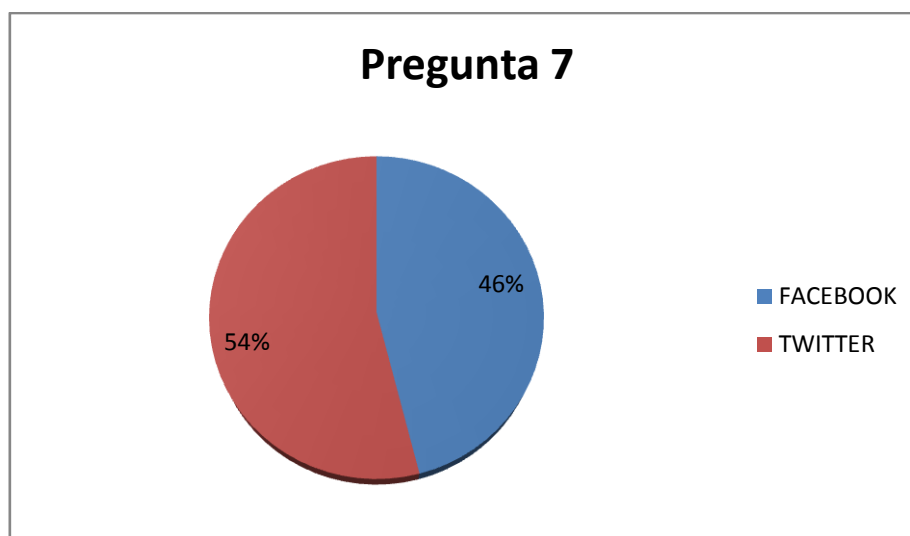
Video	34	Audio	18
Imágenes	26	Redes Sociales	30



Las personas encuestadas revelan que es necesaria la implementación de más herramientas tecnológicas a la página web para mejorar su información y comunicación. Las herramientas que se implementarán será video, galería de imágenes, audio y las redes sociales, mediante la investigación e implementación de herramientas al rediseño de la página web conocerá que otras herramientas adicionales se implementaran para mejorar la comunicación de Fundación y usuario.

**¿Por medio de qué tipo de red social le gustaría conocer información de la Fundación Remar?**

Facebook	50
Twitter	58



Con el análisis de esta respuesta se puede observar que las personas están muy relacionadas con lo que son las redes sociales ya que las dos cuentas más importantes tuvieron mucha importancia por lo tanto se mostrara información mediante el rediseño de la página web vinculando a estas dos cuentas y a sus seguidores para que tengan más acercamiento hacia la Fundación Remar.

## ANEXO N° 2

### **Entrevista**

Se realizó una entrevista al coordinador de proyectos de la Fundación Remar el Sr. Jorge Castro con el fin de tener una precepción actual de la página web con la que cuenta actualmente la Fundación. Esta entrevista se llevó a cabo en las instalaciones de la Fundación Remar el día miércoles 18 de Enero del 2012 y se realizó las siguientes preguntas:

#### **¿Hace que tiempo se diseño la pagina Web y con qué finalidad?**

En un principio la Fundación Remar se manejaba tan sólo con el correo electrónico donde recibíamos todo tipo de información y de la misma manera enviábamos información a quien lo requiera. Con el transcurso del tiempo vimos la necesidad de crear la página web hace aproximadamente cuatro años, con la finalidad de extender nuestra información y servicios

hacia todo el público. Siendo una ONG que no recibe ayuda del estado necesitamos el aporte de personas o empresas que crean en nuestra labor.

Tomando en cuenta que a la hora de crear la página web no contamos con un diseñador interno que la elabore, por lo tanto tuvimos la colaboración de una persona con conocimientos básicos en esta área, por tal motivo sentimos la necesidad de mejorar la página web y sus servicios.

### **¿Se lleva un control estadístico del número de usuarios que visitan la web?**

Realmente no contamos con esa herramienta, tan solo se lleva un registro de las personas que envías preguntas pidiendo más información sobre la Fundación Remar, contar con esta herramienta nos ayudara a saber cuántos usuarios visitan la página web, de esta manera actualizar los datos e informar sobre eventos y productos que se realizan en esta Fundación de una manera más eficaz y con mayor contacto con el usuario.

### **¿La página web que servicios presta a la comunidad o es solo un sitio estático? (es decir da la oportunidad de descargar documentos, imágenes, etc. al usuario)**

Con la página que actualmente contamos en la web no se puede descargar ningún tipo de documentos tan solo muestra información sobre la fundación siendo una página estática que no da mayor interacción con el usuario. Considerando que es una debilidad en la página ya que constantemente recibimos petición de mayor información que no son respondidas a su debido tiempo y en algunos casos por demora el usuario ha perdido el interés.

### **¿El diseño e imagen de la web responden a la filosofía de la Fundación Remar?**

A la hora de crear la página web se quiso diferenciar de Remar España por lo que se decidió plantear los colores naranja a diferencia del verde, pero esto no dio los resultados que nosotros queríamos por que muchos usuarios tenían identificado a la Fundación Remar con el color verde, por el cual no hubo mayor interés de visitar la página y llegaron a pensar que no es la página oficial de remar Ecuador. Por lo tanto es necesario establecer los mismos colores que consta en su identidad.

**¿A la Fundación Remar se la puede encontrar en las distintas redes sociales?**

Actualmente Remar Ecuador no tiene una cuenta en redes sociales, creemos que sería beneficioso ya que Remar en países de Latinoamérica ya cuenta con este servicio y es más fácil estar en contacto y mantener una comunicación instantánea con toda la gente que se interesa por la Fundación. Ya que en estos tiempos las redes sociales son una herramienta más utilizada en el internet.

**¿Qué impacto tendría para la fundación Remar el mejoramiento de la página web?**

Como se sabe la Fundación Remar no tiene aporte del gobierno y brinda servicios sin fines de lucro a muchas personas que lo necesitan, por lo tanto, lo fundamental es que mucha gente conozca sobre nuestra labor en la sociedad y los productos que se elabora con el grupo de personas que se está rehabilitando siendo esto nuestro sustento.

Por medio de la página web que se quiere implementar el objetivo es mejorar el contacto con el usuario, crecer como Fundación asiéndose conocer a Remar Ecuador en el mundo.