

UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO

INVESTIGACIÓN: La intervención del diseño gráfico en el desarrollo de aplicativos BTL para la persuasión.

ESTRATEGIA: Portal Público Universidad Rafael Landívar.

PROYECTO DE GRADO

MARIA XIMENA VIELMAN

CARNET 10268-11

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, JULIO DE 2015

CAMPUS CENTRAL

UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO

INVESTIGACIÓN: La intervención del diseño gráfico en el desarrollo de aplicativos BTL para la persuasión.

ESTRATEGIA: Portal Público Universidad Rafael Landívar.
PROYECTO DE GRADO

TRABAJO PRESENTADO AL CONSEJO DE LA FACULTAD DE
ARQUITECTURA Y DISEÑO

POR
MARIA XIMENA VIELMAN

PREVIO A CONFERÍRSELE

EL TÍTULO DE DISEÑADORA GRÁFICA EN EL GRADO ACADÉMICO DE LICENCIADA

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, JULIO DE 2015
CAMPUS CENTRAL

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR

RECTOR: P. EDUARDO VALDES BARRIA, S. J.
VICERRECTORA ACADÉMICA: DRA. MARTA LUCRECIA MÉNDEZ GONZÁLEZ DE PENEDO
VICERRECTOR DE INVESTIGACIÓN Y PROYECCIÓN: ING. JOSÉ JUVENTINO GÁLVEZ RUANO
VICERRECTOR DE INTEGRACIÓN UNIVERSITARIA: P. JULIO ENRIQUE MOREIRA CHAVARRÍA, S. J.
VICERRECTOR ADMINISTRATIVO: LIC. ARIEL RIVERA IRÍAS
SECRETARIA GENERAL: LIC. FABIOLA DE LA LUZ PADILLA BELTRANENA DE LORENZANA

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO

DECANO: MGTR. HERNÁN OVIDIO MORALES CALDERÓN
SECRETARIA: MGTR. ALICE MARÍA BECKER ÁVILA
DIRECTORA DE CARRERA: MGTR. ANA REGINA LÓPEZ DE LA VEGA

NOMBRE DEL ASESOR DE TRABAJO DE GRADUACIÓN

LIC. RAMIRO ALFONSO GRACIAS VILLEDA

TERNA QUE PRACTICÓ LA EVALUACIÓN

LIC. DAVID ALFARO VALLADARES
LIC. ERICKA NATALIA HERRERA HERRERA
LIC. MARCELO ARDÓN BOLAÑOS

Reg. No. DG.015-2015

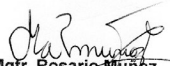
Departamento de Diseño Gráfico de la Facultad de
Arquitectura y Diseño a los veinte días del mes de mayo de
dos mil quince.

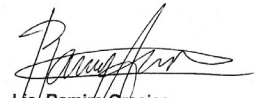
CARTA DE APROBACIÓN DE LOS ASESORES


(Ximena Vielman)

Por este medio hacemos constar que el (la) estudiante **VIELMAN, MARÍA XIMENA**, con carné **1026811**, cumplió con los requerimientos del curso de Elaboración de Portafolio Académico. Aprobando las tres áreas correspondientes.

Por lo que puede solicitar el trámite respectivo para la Defensa Privada de Portafolio Académico, previo a optar el grado académico de Licenciado(a).


Mgtr. Rosario Muñoz
Asesor Proyecto de Investigación


Lic. Ramiro Gracias
Asesor Proyecto Digital


Lic. Dania Mollinedo
Asesor Proyecto de Estrategia

CARTA DE APROBACIÓN DE LOS ASESORES

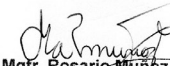
(Erik Dubón)

Reg. No. DG.015-2015

Departamento de Diseño Gráfico de la Facultad de
Arquitectura y Diseño a los veinte días del mes de mayo de
dos mil quince.

Por este medio hacemos constar que el (la) estudiante **VIELMAN, MARÍA XIMENA**, con
carné **1026811**, cumplió con los requerimientos del curso de Elaboración de Portafolio
Académico. Aprobando las tres áreas correspondientes.

Por lo que puede solicitar el trámite respectivo para la Defensa Privada de Portafolio
Académico, previo a optar el grado académico de Licenciado(a).


Mgtr. Rosario Muñoz
Asesor Proyecto de Investigación


Lic. Ramiro Gracias
Asesor Proyecto Digital


Lic. Dania Mollinedo
Asesor Proyecto de Estrategia

Reg. No. DG.015-2015

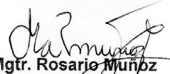
Departamento de Diseño Gráfico de la Facultad de
Arquitectura y Diseño a los veinte días del mes de mayo de
dos mil quince.

CARTA DE APROBACIÓN DE LOS ASESORES


(Andrés Fernández)

Por este medio hacemos constar que el (la) estudiante **VIELMAN, MARÍA XIMENA**, con carné **1026811**, cumplió con los requerimientos del curso de Elaboración de Portafolio Académico. Aprobando las tres áreas correspondientes.

Por lo que puede solicitar el trámite respectivo para la Defensa Privada de Portafolio Académico, previo a optar el grado académico de Licenciado(a).


Mgtr. Rosario Muñoz
Asesor Proyecto de Investigación


Lic. Ramiro Gracias
Asesor Proyecto Digital


Lic. Dania Mollinedo
Asesor Proyecto de Estrategia

Orden de Impresión

De acuerdo a la aprobación de la Evaluación del Trabajo de Graduación en la variante Proyecto de Grado de la estudiante MARIA XIMENA VIELMAN, Carnet 10268-11 en la carrera LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO, del Campus Central, que consta en el Acta No. 0361-2015 de fecha 11 de junio de 2015, se autoriza la impresión digital del trabajo titulado:



INVESTIGACIÓN: La intervención del diseño gráfico en el desarrollo de aplicativos BTL para la persuasión.

ESTRATEGIA: Portal Público Universidad Rafael Landívar.

Previo a conferírsele el título de DISEÑADORA GRÁFICA en el grado académico de LICENCIADA.

Dado en la ciudad de Guatemala de la Asunción, al día 1 del mes de julio del año 2015.

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE IMPRESIÓN



MGTR. ALICE MARÍA BECKER AVILA SECRETARIA
ARQUITECTURA Y DISEÑO
Universidad Rafael Landívar

DEDICATORIA

En memoria de Ana Lucía González.

Estábamos casi empezando el semestre cuando al cielo se unió un nuevo integrante.

Esta experiencia nos unió como promoción y además ella pudo saber lo apreciada y querida que es por sus amistades y por todas las personas que la conocieron. Fue una noticia conmovedora, y ella hasta la fecha es recordada con mucho cariño y por ello, está en esta dedicatoria de promoción.

Hay quienes la recuerdan como alegre y enojada, única y directa. La que hacía reír con su sinceridad ante cualquiera. Una mujer fuerte, dedicada, trabajadora y muy buen ejemplo de persona. Era una de esas personas tan puras y amables que te preguntás "¿por qué las mejores personas son las que se van antes?", pues porque en el cielo se les necesita, su tiempo en la Tierra terminó, y dejaste huella, Lu. La promo 2011 te quiere y te recuerda con muchísimo cariño.

Si podés ver esta buena intención desde donde quiera que estés, esperamos que te haga sentir tan bien como a nosotros hacerte parte de nuestros portafolios, porque juntos lo logramos, Lu, tú también formás parte de esto.

Promo 2011.

Universidad Rafael Landívar
Facultad de Arquitectura y Diseño
Licenciatura en Diseño Gráfico

PORTAL PÚBLICO

Universidad Rafael Landívar

Erik Dubón 1057811
Andrés Fernández 1018711
Ximena Vielman 1026811

Guatemala, Mayo 2015

ÍNDICE

1	_____	Introducción
2	_____	Fase I, Gestión del Proceso de Diseño
3	_____	Familiarización con el cliente
5	_____	Comprensión y definición del problema o Necesidad
5	_____	Objetivos
6	_____	Marco de Referencia
6	_____	MR: Profundización de la información del cliente
8	_____	Antecedentes Gráficos
11	_____	Análisis de la competencia
14	_____	MR: Recopilación de información del tema
20	_____	Contenido Teórico de Diseño
20	_____	Diseño Web
20	_____	Arquitectura de la Información
21	_____	Usabilidad
23	_____	Etapas de Diseño Web
25	_____	Construcción Sitios Web
35	_____	Diseño Responsivo
36	_____	Sistema de Gestión de Contenidos
37	_____	Comprensión del Grupo Objetivo
37	_____	Comprensión Estudiantes potenciales de Pregrado
40	_____	Comprensión Estudiantes potenciales de Posgrado

43	_____	Fase II, Gestión del proceso de Diseño
44	_____	Contenido del Material Gráfico
46	_____	Diseño del Concepto
47	_____	DC: Búsqueda del Concepto
63	_____	DC: Fundamentación de la idea
66	_____	Codificación del Mensaje: Visualización
68	_____	Planeación Estratégica de Medios
68	_____	PM: Selección de Piezas
69	_____	PM: Fases Estratégicas de Comunicación
70	_____	Bocetaje
94	_____	Propuesta Preliminar
104	_____	Validación
110	_____	Fase III, Gestión de la Implementación del Diseño
111	_____	Fundamentación y Propuesta Final
138	_____	Producción y Reproducción
138	_____	PR: Especificaciones Técnicas
142	_____	PR: Informe Técnico de Archivos Digitales
144	_____	PR: Presupuesto de Diseño y Reproducción
146	_____	PR: Sistema de impresión o Reproducción
147	_____	Conclusiones y Recomendaciones
149	_____	Referencias
152	_____	Anexos

INTRODUCCIÓN

El avance tecnológico ha revolucionado las formas de comunicación, entre ellas se encuentran los sitios web, que son un canal de comunicación e intercambio de datos que brindan posibilidades como el contacto directo entre los usuarios y los emisores del mensaje.

Debido a esto, el proyecto del “Portal Público de la Universidad Rafael Landívar” tiene por propósito rediseñar el sitio Universitario para facilitar el acceso a la información y actualizar la imagen visual, este fue trabajado bajo el eje temático de tecnología. El cliente directo con el que se tuvo el contacto para trabajar el proyecto fue la Licenciada Marcia Morales, quien es la Directora de la Dirección de Comunicaciones de la Universidad Rafael Landívar. La intervención se realizó a través del Diseño Web, con la finalidad de resolver las necesidades del usuario, elevando la satisfacción y experiencia de uso. El proyecto consistió en el rediseño de la página principal del Portal Público, la realización de cinco templates y las respectivas adaptaciones al diseño responsivo. Está dirigido a jóvenes guatemaltecos que son potenciales estudiantes de una carrera de pregrado, con edades entre 16 a 18 años y a potenciales estudiantes de posgrado con edades entre 22 a 33 años, quienes tienen un nivel socioeconómico AB y C.

En base a la necesidad detectada y las validaciones realizadas a los grupos objetivos antes mencionados, fueron elegidas las piezas finales que solventan y brindan una mayor funcionalidad para el sitio web facilitando la usabilidad y navegabilidad, mejorando la distribución de la información y renovando la imagen visual del mismo.

FASE I

Gestión del proceso de Diseño

FAMILIARIZACIÓN CON EL CLIENTE

La Universidad Rafael Landívar, como es mencionado en su misión, es una institución privada guatemalteca de educación superior, católica, independiente y no lucrativa, fundada en 1961 con el nombre del poeta guatemalteco Rafael Landívar, S. J.

La institución trabaja para contribuir y construir la paz, el desarrollo económico, social y sostenible, el desarrollo político dentro de un marco democrático, los derechos humanos, el cuidado del medio ambiente y la apertura hacia la globalización.

Los estudiantes y el personal administrativo que pertenecen a la comunidad landivariana, se convierten en agentes de cambio, puesto que se dedican con pasión a investigar, conocer, enseñar, aprender, servir y actuar éticamente para comprometerse con la sociedad guatemalteca, creando de esta forma, espacios más justos y libres.

Ya que es necesario transmitir la personalidad e identidad de la Universidad en el sitio, se creó una entrevista como instrumento de indagación con la finalidad de establecer una comunicación directa con el cliente, conocer más sobre la institución y ampliar la información que se tenía sobre el proyecto. El instrumento utilizado y realizado a la licenciada Marcia morales se encuentra en el Anexo A.1.

Morales indica que la característica diferenciadora de la Universidad Rafael Landívar como institución es que la Fe Jesuita apuesta a la educación como elemento fundamental, ya

que a través de ella se transmiten valores y conocimientos a través de generaciones, además es un instrumento esencial para la innovación. Estos aspectos se enfocan por ende a reforzar la identidad cultural guatemalteca, así como a aumentar el desarrollo integral del país.

Asimismo, también se preocupa por la formación en valores humanos, cristianos e ignacianos para aportar con responsabilidad a la realidad humana.

Por otro lado, la licenciada Morales indica que, debido al conflicto que existe entre el usuario y la interfaz del sitio, surge el proyecto del Portal Público de la Universidad Rafael Landívar. En él se observa la necesidad de rediseñar la estructura y acceso a la información, así como renovar la imagen, de esta forma se propone facilitar la transmisión de información entre los usuarios y portal.

Cabe mencionar que se busca optimizar la funcionalidad de los elementos dentro del sitio, así como renovar la imagen y crear un diseño responsivo que se adapte a los diversos dispositivos tecnológicos como computadoras, smartphones, tablets o ipads.

El rediseño estará enfocado para el grupo objetivo primario, **estudiantes potenciales de una carrera de pre-grado**, es decir estudiantes de diversificado de diferentes colegios del país entre 16 y 18 años, y como grupo objetivo secundario, **estudiantes potenciales de una carrera o maestría**

de posgrado entre 28 y 36 años, con NSE AB y C. Estas personas están buscando información para conocer qué universidades tienen mejores p \acute nsu \acute m, cuotas de estudio, mejores instalaciones en el campus universitario, servicios que ofrecen las Universidades y dem \acute as gestiones que se deben realizar para matricularse.

En la actualidad se cuenta con un manual de uso en el que se muestran aspectos de la identidad gr \acute fica de la Universidad. La Direcci \acute n de Comunicaciones de la URL es la unidad que tiene a su disposici \acute n este material, al cual est \acute n realizando una actualizaci \acute n, expres \acute la licenciada Morales.

Tambi \acute n indica que no existe presupuesto para el proyecto, \acute nicamente cuentan con el dinero para compra o mantenimiento de software y elementos de la infraestructura. En caso de que sea muy necesario y el monto a pagar no sea excesivo, se puede realizar una colecta de dinero interna para recaudar los fondos necesarios y realizar el proyecto.

COMPRENSIÓN Y DEFINICIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD

La Universidad Rafael Landívar es una entidad de educación de nivel superior sin fines de lucro bajo la influencia Jesuita en Guatemala. Uno de los servicios vitales que presta es su portal en línea. En este sitio, los futuros estudiantes universitarios tienen a su disposición la búsqueda y gestión de información necesaria de interés para elegir este centro de estudios como su alma mater.

Desde los últimos meses del año 2011 la estructura que maneja el Portal Público de la URL no ha cambiado significativamente además de limitar de cierta manera el acceso a la información porque mantiene una estructura desorganizada. Asimismo maneja una imagen desactualizada según la tendencia de otros portales universitarios a nivel internacional.

Por este motivo hace falta mejorar la distribución visual y acceso a la información del portal Universitario, para que jóvenes guatemaltecos estudiantes potenciales de pregrado entre 16 y 18 años, y estudiantes potenciales de posgrado entre 28 y 36 años, con NSE AB y C, interesados en ingresar a la URL puedan conocer, gestionar y navegar de una manera más accesible a todas las posibilidades que este ofrece.

OBJETIVOS

Rediseñar el sitio web de la Universidad Rafael Landívar, facilitando la navegación y renovando la imagen visual para optimizar el acceso a la información y las gestiones que jóvenes guatemaltecos estudiantes de diversificado entre 16 y 18 años y estudiantes potenciales de posgrado entre 28 y 36 años, de NSE AB y C, interesados en las carreras que esta ofrece, puedan tener una mejor experiencia de usuario y consideren este centro de estudios para su aprendizaje de pregrado.

MARCO DE REFERENCIA

MR: Profundización de la información del cliente

Cliente: Universidad Rafael Landívar

Ubicación: Vista Hermosa III Campus Central, zona 16 - Guatemala, Centroamérica.

Contacto directo: Licenciada Marcia Morales de Barrios

PBX: (502) 2426-2626. Ext. 2810

Correo: mvmorales@url.edu.gt



Universidad
Rafael Landívar

Tradición Jesuita en Guatemala

Misión

(Universidad Rafael Landívar [URL], 2014), La Universidad Rafael Landívar es una institución de educación superior guatemalteca, independiente y no lucrativa, de inspiración cristiana, visión católica y de tradición jesuítica. La Universidad en su búsqueda de la verdad por medio de sus funciones de investigación, docencia y proyección social, se compromete a contribuir al desarrollo integral y sostenible, transformando a la persona y la sociedad hacia dimensiones cada vez más humanas, justas, inclusiva y libre.

Visión

(URL, 2014), En el 2015 la URL:

Se destaca como una universidad de excelencia, precursora y consecuente con su misión de servicio evangélico al país y a la región.

V1: Desde su objetivo es una universidad con una distintiva identidad, compartida e impulsada por una comunidad motivada, coordinada, comprometida y servicial.

V2: Desde la investigación, se identifica como un centro de investigación pertinente, de calidad que incrementa el patrimonio intelectual y cultural y aporta creativamente soluciones a los desafíos del país y de la región.

V3: Desde la docencia, se caracteriza por preparar profesionales competentes, actualizados, honestos, integrales, responsables, con plena conciencia ciudadana y del auténtico sentido de la vida.

V4: Desde la proyección social, sustentada en la fe y la justicia, se distingue por realizar junto a otros una incidencia sociocultural y sociopolítica, promotora de la interculturalidad, colaboradora del fortalecimiento de la institucionalidad democrática e impulsora de la sostenibilidad ambiental.

V5: Desde la gestión administrativa, es un sistema universitario eficaz y eficiente, articulado y sostenible, al servicio de las funciones sustantivas de la Universidad, con un ordenamiento consistente, en resguardo de la institución y su patrimonio. La Universidad Rafael Landívar se caracteriza por ser una

universidad Jesuita con el fin de crear profesionales altamente educados que busquen un beneficio para la sociedad donde se desarrollen. Es muy importante para las autoridades de la universidad esta ideología y por este motivo la promueven de muchas formas dentro de la Universidad.

Del instrumento utilizado con el cliente directo, la licenciada Marcia Morales (Anexo A.1), se obtuvo información acerca de los beneficios que provee la Universidad Rafael Landívar a sus estudiantes, docentes y demás personas de la comunidad landivariana. Estos son:

- » Programas de becas parciales y totales para estudiantes que apliquen y tengan los requisitos mínimos para las mismas
- » Parqueos dentro de la universidad
- » Restaurantes dentro de la universidad y una tienda de abarrotes
- » Centro de impresión y copiado dentro de la universidad
- » 3 laboratorios de computación que cubren las necesidades de las diferentes carreras
- » Educación de alta calidad a un costo accesible
- » Clubes extra curriculares de intereses varios
- » Biblioteca

Dirección de Comunicaciones

(URL, 2014), La Dirección de Comunicaciones es la responsable de facilitar a la comunidad landivariana el uso de los distintos medios de comunicación internos y externos, con el fin de dar a conocer y promover la imagen institucional, las actividades, eventos o información que genera esta casa de estudios.

Desde inicios de 2014, la Dirección está a cargo de la licenciada en Ciencias de la Comunicación Marcia Virginia Morales de Barrios, a quien fue realizada una entrevista para conocer el alcance del proyecto.

El proyecto está a cargo del departamento de Dirección de Comunicaciones tiene por objetivo y finalidad **comunicar** a los estudiantes potenciales de pregrado y estudiantes potenciales de posgrado acerca de los servicios y gestiones que ofrece la Universidad. Por ello, es necesario mejorar a nivel estructural y visual el portal universitario.

La importancia radica en que un sitio web es una carta de presentación, recurso que es necesario para satisfacer las necesidades de los usuarios permitiéndoles tener un mejor acceso a la información sobre los servicios que ofrece la Universidad, así como realizar diferentes gestiones.

La URL desea que su grupo objetivo la conozca por sus avances y herramientas tecnológicas en cuanto a las educativas, así como por su experiencia en la formación de profesionales, albergado por unas instalaciones de alto nivel. Pero a su vez desea transmitir una imagen amigable que incite al grupo objetivo a estudiar en este campo de estudios.



Fuente: Dirección de Comunicaciones URL



Fuente: Dirección de Comunicaciones URL

Antecedentes Gráficos

La Universidad Rafael Landívar tiene un manual de uso de la identidad gráfica de la institución. Con este documento, cada unidad operativa es responsable de asegurarse que sus respectivas publicaciones respeten y cumplan con las políticas de uso.

Este manual de identidad gráfica fue creado en el año 2001, pero actualmente se están renovando sus políticas de uso, así como las instrucciones para implementar la identidad institucional en diversas piezas gráficas.

Respecto a la imagen actual manejada en el Portal Público de la URL, se muestra el uso correcto del isologotipo de la institución, así como el uso de los colores institucionales. Esta diverge en cuanto a las tendencias actuales de la web. Esta implementa el uso de texturas orgánicas con gradientes y opacidades que muestra un estilo desactualizado.

Un problema que presenta el Portal Público de la URL es la usabilidad. Bevan, Kirakowski y Maissel citados por Hassan, Martín y Ghzala (en red, 1991), indican que la palabra usabilidad significa "facilidad y simplicidad de uso de un producto o software", además mencionan que su origen proviene de la expresión *user friendly*.

El problema es la dificultad para encontrar la información que se busca dentro del sitio web. Los menús o barras de navegación se encuentran dispersos y uno de ellos tiene la intención de presentar los links como botones pero son confusos porque lo parecen, es decir se perciben como imágenes estáticas.

Otro aspecto, es que el sitio tiene contenido innecesario, esto se refiere a que tiene sub-páginas que no se visitan

desde hace años y que la información que tiene es obsoleta, esto se debe a que el manejo del portal es descentralizado y cada área alimenta la base de datos según crea conveniente, la consecuencia es que los contenidos son desactualizados y no crean interés en el grupo objetivo, según comentarios realizados por la licenciada Morales.

Una característica que tienen las piezas gráficas que se publican en distintos medios de comunicación de la URL, es que involucran a los estudiantes y el campus universitario en las fotografías. Es un aspecto que debe ser tomado en cuenta ya que el objetivo de la institución es educar.

Además, en sus diversas publicaciones se diferencian del resto de Universidades con el uso de los colores institucionales que son muy representativos y transmiten la personalidad social de la URL.

Otras dificultades que presenta el portal en sus páginas internas es la extensión de los textos que utilizan, los cuales no facilitan una comunicación rápida con los usuarios; los múltiples submenús que generan confusión en el usuario porque no existe una jerarquía que determine el que tiene mayor importancia; y banners que proveen información que podría estar ubicada en otras áreas de la diagramación para ayudar a disminuir la saturación visual.

Barras de navegación dispersas

Inclusión de estudiantes y el campus universitario



Fuente: <http://www.url.edu.gt/PortalURL/>

Botones

Sub-menús dispersos y jerarquía confusa

Textos extensos

Banners



Fuente: http://www.url.edu.gt/PortalURL/Principal_01.aspx?sm=c2&S=1

LINKS RELEVANTES PARA EL G. O.

Con la autorización de la licenciada Morales y la ayuda de el licenciado Pedro Rubio de Dirección de Comunicaciones de la Universidad Rafael Landívar, se realizó una evaluación acerca del uso del portal a través de un software que mide la cantidad de visitas dentro de un tiempo estimado. En ella se identificaron los dieciséis sitios más visitados y menos visitados.

Según la evaluación se definió lo siguiente:

Los sitios más visitados:

1. Campus Regional de Quetzaltenango
2. Biblioteca Landivariana
3. Admisiones
4. Dirección de Tecnologías de la información (Portal de estudiantes)
5. Centro Landivariano de Educación Continua
6. Departamento de Asistencia Económica DAEF
7. Sede Regional de La Antigua
8. Facultades y carreras
9. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
10. Posgrados
11. Facultad de Ingeniería
12. Facultad de Arquitectura y Diseño
13. Facultad de Ciencias de la Salud
14. Facultad de Humanidades
15. Ciencias Jurídicas y Sociales
16. Egresados

Los sitios menos visitados:

*El orden de las posiciones se encuentran de menos a más visitas

1. Licenciatura en Nutrición (Xela)
2. Instituto de Musicología
3. Redes Ignacianas
4. Proyecto FISCAR
5. Ingenierías Campus Verapaz
6. Instituto de Estudios Religiosos
7. Dirección de Registro
8. Secretaria General
9. Sitio de Facultad de Arquitectura y Diseño versión en Inglés
10. Posgrado en pediatría
11. Casi todas las becas
12. Publicaciones URL
13. Proyección Social
14. Desarrollo de Sistemas
15. Información General
16. Campus y Sedes Regionales

Con estos resultados se concluye que la información y páginas internas más buscadas del portal son la biblioteca en línea y las principales facultades; además se concluye que los sitios menos visitados tienen temas de poco interés para el grupo objetivo, por tanto serán considerados para eliminarlos del portal, menciona la Licenciada Morales.

Análisis de la Competencia



Fuente: <http://www.uvg.edu.gt/>

Universidad del Valle

El portal de la Universidad del Valle de Guatemala presenta una mejor organización en cuanto a los enlaces que pueden ser más relevantes para el grupo objetivo, esto se logra con una barra de navegación principal sencilla, la cual incluye los links a admisiones, carreras, información acerca de la UVG, etc. Además es posible ubicar rápidamente las redes sociales de la Universidad.

Otro aspecto a resaltar es la limpieza que presenta el sitio, ya que este aplica la reserva de espacios en blanco, lo que proporciona una composición sin saturación visual.

El inconveniente principal que presenta el sitio es el uso de párrafos extensos ubicados por filas que se extienden de forma horizontal, y el uso de gris claro que dificulta la

legibilidad por el poco contraste con el fondo blanco. Estos inconvenientes generan dificultad para captar la atención, así como el agotamiento de la vista del usuario

Universidad Francisco Marroquín

La página principal de la Universidad Francisco Marroquín cuenta con una estructura ordenada, minimalista y modular. El punto de enfoque en el sitio es el bloque azul, que debido a su color y dimensiones, crea mayor peso visual versus el fondo de color blanco, por ende dirige la vista hacia la esquina superior izquierda en el que se encuentra el isologotipo y la galería principal de imágenes.

La forma en que se distribuyen los elementos es a través de columnas permitiendo distribuir el contenido de forma organizada y facilitando el diseño responsivo. Sin embargo, la ubicación del login, el cual se encuentra en el lado inferior izquierdo, así como los colores que utiliza, dificulta su percepción.



Fuente: <https://www.ufm.edu/index.php/Portal>

Fuente: <http://www.harvard.edu/>

Un aspecto positivo es que la información es breve, proveyendo fácilmente el mensaje que desea comunicar la Universidad en el sitio.

En el sitio existe una falta de jerarquías visuales que distingan contenidos primarios y contenidos secundarios, lo que crea confusión en el espectador.

Harvard University

Esta prestigiosa institución de los Estados Unidos ubicada en Cambridge Massachusetts, es uno de los centros de educación superior más reconocidos y privilegiados en todo el mundo por su excelencia y grandes aportes a la comunidad científica.

Al observar el sitio web, se percibe una estructura que mantiene un equilibrio visual a través del orden y jerarquías.

El sitio web organiza su información en 3 menús principales. El primero se ubica en el área superior del sitio y contiene la información acerca de cómo aplicar a la Universidad, las facultades, su personal, un área para estudiantes, área para padres, área para visitas y galerías multimedia. Este menú habilita a los usuarios el acceso a información y gestiones de menor importancia.

Luego se ubica el menú de central, el cual destaca por tamaño y jerarquía tipográfica. La ubicación de esta barra de navegación enfoca su atención en disponer la información más relevante para potenciales estudiantes de la Universidad, por ello coloca links del área de admisiones, tipos de ayuda que prestan en la universidad, las diferentes carreras que ofrecen, recursos y contactos de las oficinas.

Por último, se encuentra un menú que contiene apartados para gestiones secundarias que pueden ser de menor importancia para los estudiantes potenciales.

La distribución de los links más importantes en tres menús, facilita el acceso a la información más común y necesaria para realizar gestiones en la institución, hecho que permite eficiencia y eficacia en la navegación.

Además de los menús, el área con mayor peso visual de la página es: La sección de noticias, la cual muestra una serie de imágenes con links y artículos que se presentan en forma de carrusel y abarcan todo el ancho de la página. Esta muestra las noticias más importantes y relevantes acerca de eventos, discusiones científicas o logros como institución.

Presenta una sección de eventos mostrada en forma de calendario, en ella facilita los datos acerca de los eventos más próximos, permitiendo a los usuarios conocer rápidamente fechas importantes.

También tiene un área de información secundaria sobre artículos de interés en diversas áreas, y una sección de redes sociales y la respectiva información de las mismas.

En general es un sitio claramente estructurado que facilita la adaptación a diferentes dispositivos, tiene un buen manejo de la información y que responde a las necesidades de los aspirantes a entrar a esta Universidad. También cabe destacar que al predominar el color blanco hace que el diseño refleje limpieza y para crear énfasis se utilizan colores en bloques o líneas que encasillan el contenido textual o gráfico.

MR: Recopilación de la información del tema

EJE TEMÁTICO

Tecnología

Plataforma Estatal de Asociaciones del Profesorado de Tecnología o PEAPT (<http://www.peapt.blogspot.com>) (en red, 2013), define la tecnología como: “el conjunto de conocimientos y técnicas que, aplicados de forma lógica y ordenada, permiten al ser humano modificar su entorno material o virtual para satisfacer sus necesidades, esto es, un proceso combinado de pensamiento y acción con la finalidad de crear soluciones útiles”.

La tecnología como eje temático del proyecto abarca el concepto de herramientas tecnológicas más que la tecnología en sí, ya que según la descripción dada por la PEAPT, casi todo en la actualidad podría ser considerado como tecnológico.

Relacionando la información recabada con el proyecto, este no involucra la creación de bienes, más bien consta en rediseñar la estructura, usabilidad e imagen del portal que ofrece la universidad, debido a que a través de la tecnología se favorecen procesos de comunicación, enseñanza, retroalimentación y otros aspectos que permiten a los seres humanos satisfacer sus deseos o necesidades.

QUÉ ES UN PORTAL

Según Lamarca (en red, 2013) los portales son “puntos o puertas de entrada a Internet desde los cuáles se le ofrece al usuario el acceso directo a un conjunto heterogéneo

de servicios desde la página web de entrada”. Menciona además que existen dos tipos de portales: generalistas los cuales ofrecen al usuario servicios relacionados con internet tales como buscador de palabras, directorio, correo electrónico, chats, mensajes telefónicos móviles, etc.; y los especializados que permiten acceso a servicios específicos como educación por ejemplo.

Según Winkler (s.f.) un portal web es un punto de acceso para información recolectada de diversas fuentes; básicamente, es una librería de contenido categorizado y personalizado. Los sitios más comunes y conocidos como portales web son los motores de búsqueda tales como: Google, Yahoo, Bing, entre otros, los cuales sirven para que los usuarios accedan a información específica dentro del internet.

CARACTERÍSTICAS DE UN PORTAL

A continuación se presentan las características que definen a los portales web, sin embargo estas aplican dependiendo de su finalidad. Según Vega (2007) las posibles características de un portal son:

- » Tienen solo un punto de acceso a todos los contenidos que pertenecen al dominio del portal.
- » Tienen interacción personalizada con los servicios que ofrece el portal.
- » Tiene acceso a información de diversas fuentes y categorías.
- » Integran herramientas de colaboración como grupos de trabajo, comunidades, foros o grupos de discusión y chat's.
- » Integran aplicaciones y diversos sistemas

Complementando lo mencionado anteriormente, Winkler (s.f.) identifica que las características claves que un portal debe tener son:

- » Seguridad
- » Acceso a diferente información
- » Transacciones
- » Búsqueda
- » Publicación de contenido
- » Contenido personal

TIPOS DE PORTALES

Debido al crecimiento de internet y al aumento de portales García (en red, 2001) ha expuesto una clasificación general que facilita distinguir hacia qué objetivo está orientado el portal. Se clasifican en:

1. Generales (megaportales o portales horizontales)

Son orientados a todo tipo de público y el contenido que ofrecen es muy extenso, además intentan incorporar servicios virtuales como mensajes para teléfonos, chat, e-mail, software libres de distribución, etc. Esta clase de portales no son recomendados puesto que requiere de mucho tiempo y dinero alimentar tanta cantidad de servicios e información.

2. Especializados

Son portales diseñados para aspectos específicos, intentan segmentar a un grupo objetivo en un área determinada, con un tema concreto, Jones (en red, 2008) agrega que la información de calidad es centrada al profesional o usuario. Estos portales son:

- » **Portales de mercado:** soporta el comercio y transacciones entre vendedores y compradores.

- » **Portales públicos:** son los que presentan variedad de servicios y sistemas extensivos de búsqueda y navegación de sistema.
- » **Portales corporativos:** Proveen un acceso personalizado y apropiado sobre una compañía en particular. Jones (2008) menciona que estos portales proveen y potencian el acceso de la información de la empresa, incluyen ayuda interna para buscar documentación, genera contacto con clientes y proveedores y material de trabajo para sus trabajadores.
- » **Portales de trabajo:** tienen información sobre lo necesario para realizar el trabajo.
- » **Portales de conocimiento:** provee información necesaria para roles específicos, servicios de colaboración e información de búsqueda sofisticada.
- » **Portales móviles:** Jones (2008) menciona que son sitios que permiten la conexión de los usuarios desde computadoras o teléfonos móviles.

DESARROLLO SOSTENIBLE DE PORTALES

García (en red, 2001) menciona que para mantener la estabilidad de un portal se requiere de una planificación adecuada, marketing e inversión económica. Este desarrollo requiere de:

- » **Equipo:** Es necesario tener un grupo de personal informático, profesionales de información, marketing y diseño.
- » **Planificación:** Para perdurar en la web se debe tomar en cuenta al grupo objetivo (necesidades, intereses, cómo satisfacerlos).

- » **Herramientas:** El portal debe constar de servicios electrónicos que solucionen acciones tales como pagar al banco, correo electrónico, motores de búsqueda, etc.
- » **Costo:** La construcción y el mantenimiento de un portal puede implicar el aporte de un monto alto de dinero.
- » **Desarrollo de contenidos:** Es necesario que los portales ofrezcan recopilaciones de contenido, pero al mismo tiempo deben aportar materiales propios con calidad y profundidad en los contenidos que satisfagan las necesidades de los usuarios.
- » **Marketing:** Se debe realizar algún tipo de actividad de marketing para promocionar el portal y así elevar el número de visitas.
- » **Fomento de comunidades virtuales:** Tener un grupo al que va dirigido el portal significa la existencia del mismo, y a través de este es importante satisfacer las necesidades de los usuarios.

10 CRITERIOS PARA SITIOS WEB UNIVERSITARIOS

Las universidades que se enfocan en mejorar la usabilidad y experiencia de usuario en sus sitios web contribuyen a alcanzar metas institucionales y a recuperar la inversión realizada. Sherwin (2014) y su equipo de trabajo realizaron un estudio con usuarios de Estados Unidos, Canadá, Reino Unido y Taiwán, basado en una muestra de 57 sitios de educación superior, que los futuros estudiantes se frustran por los problemas frecuentes

de usabilidad en los sitios universitarios. En base al estudio que realizaron, definen 10 criterios de diseño para desarrollar un óptimo sitio web universitario.

1. Identificar la universidad en cada página

El nombre de la universidad debe ser claramente visible en cada página. Debido a que los usuarios pueden acceder a páginas internas del sitio a través de diversos buscadores, Es importante mantener coherencia en la ubicación del logotipo o nombre de la Universidad para facilitar la identificación por parte de los usuarios, y que estos puedan asociarlo a un todo.

2. Utilizar imágenes que reflejen los valores y prioridades de la Universidad

Los visitantes realizan juicios de valor sobre la universidad en base a las imágenes que se utilizan en el sitio. Sherwin menciona que, al seleccionar las imágenes se debe ser consciente de qué comunica cada una por individual y como parte de un todo; además afirma que los usuarios aprecian cuando las imágenes son auténticas y representan la experiencia universitaria.

3. Hacer que la página "Acerca de Nosotros- About Us" valga

"Sobre Nosotros" es una página importante en la que los futuros estudiantes se basan para decidir si la universidad es apta para ellos. Según Sherwin, es necesario escribir un resumen en lenguaje simple y ofrecer hechos significativos, además se puede incluir un video que complemente la información escrita y que atraiga a los usuarios.

4. Resaltar las fortalezas y logros

En el sitio "Acerca de Nosotros" es importante enfatizar qué energullece a la institución, mostrar estadísticas, premios, honores, etc. sin saturar de información persuasiva.

5. Crear una lista de especializaciones y programas

Sherwin menciona que dar una opción organizada por facultades con todos los programas, especializaciones y carreras existentes, facilita a los futuros estudiantes encontrar lo que ofrece la institución.

6. Proveer información sobre lugares de trabajo

Según Sherwin, es importante que las universidades provean información acerca de lo que hacen los graduandos luego de la Universidad, junto con números y fuentes que fundamenten dicha información.

7. Ofrecer descripciones paso a paso para procesos y plazos de aplicación

Es importante resaltar en la página de admisiones las fechas para aplicar a la universidad, colocándolas de forma organizada en algún punto visible que facilite su detección.

8. Revisar las tareas principales que ejecutan los usuarios en el sitio

Es importante identificar las principales tareas que ejecutan los usuarios y los caminos que utilizan para lograrlos, para facilitar la navegación y usabilidad del sitio.

9. Tener cuidado que el sitio se vea "muy fresco"

Los estudiantes son conscientes del alto costo de la educación y no están interesados en frases o links que carezcan de seriedad. Sherwin menciona que es importante ofrecer un contenido apropiado, fácil de entender e inclusive puede ser creado por los estudiantes para generar un cierto tipo de conversación que atrae a los futuros estudiantes.

10. Prepararse para que usuarios busquen información sobre la universidad en sitios externos

Es importante que la información que se provee sobre la

universidad en redes sociales, blogs, y demás sitios externos, esté actualizada y sean adecuados a la imagen y esencia que la universidad desea proyectar.

Maciel (en red, 2008) menciona en su tesis los criterios o características que un sitio web universitario debería tener, las más valoradas fueron:

- » Rapidez de conexión: Debería ser rápido sin importar la calidad de banda ancha que tengan los usuarios.
- » No debería tener ventanas emergentes, publicidad exterior, ni exceso de banners.
- » Debe tener una barra de navegación que facilite la navegación entre las páginas internas y el home del sitio.
- » Debe mantener equilibrio entre contenidos gráficos y textuales.
- » La navegación debe ser fácil de comprender y utilizar.
- » No debería ser necesario algún programa externo para poder utilizar el portal.
- » La información debe ser breve y concisa.
- » Se debe actualizar constantemente.
- » Debe tener un buscador propio dentro del sitio.
- » Los menús deben ser claros y sin tener demasiadas sub-opciones.

- » Debe presentar direcciones, teléfonos y correos electrónicos del personal directivo, docentes y personal en general.
- » La respuesta de los correos debe ser rápida por parte de los administradores del sitio.
- » El servidor debe estar disponible los 365 días del año, las 24 horas al día.

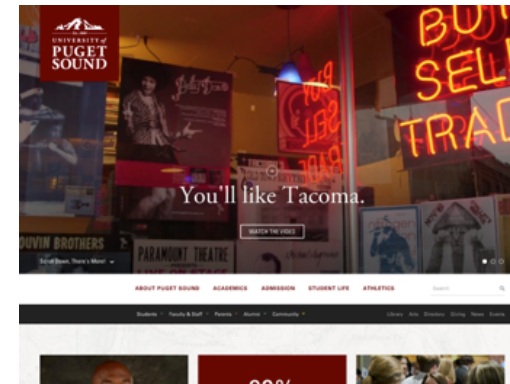
LOS MEJORES 5 PORTALES UNIVERSITARIOS

EduStyle (<http://www.edustyle.net>), es un sitio web fundado en el año 2007, dedicado a premiar a los mejores sitios web de educación superior. En él, los usuarios envían sugerencias y comentarios sobre los pros y contras de los sitios.

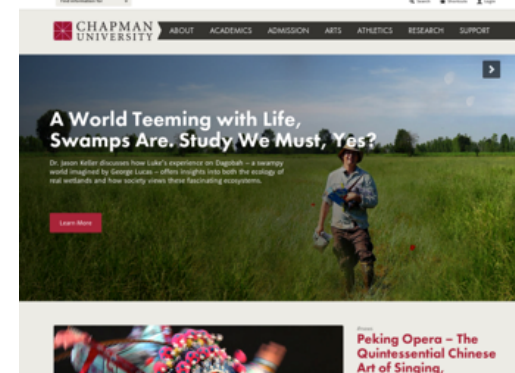
Según EduStyle (s.f.) los portales universitarios considerados como los mejores son seleccionados debido a la innovación en la página principal, el rediseño, el diseño visual, el uso de fotografía, innovación, entre otros. Dichos portales se presentan a continuación:



Sitio Web: <http://www.unl.edu/>



Sitio Web: <http://www.pugetsound.edu/>



Sitio Web: <http://www.chapman.edu/>



Sitio Web: <http://www.concordiacollege.edu/>



Sitio Web: <http://www.vcu.edu/>

CONTENIDO TEÓRICO DE DISEÑO

DISEÑO WEB

Según Ortiz (2013, en red), el diseño web se define como: "La actividad que consiste en la planificación, diseño e implementación de sitios web y páginas web". El diseño web se diferencia del diseño convencional por el hecho de que se requiere tener en cuenta los siguientes aspectos:

1. Navegabilidad
2. Interactividad
3. Usabilidad
4. Arquitectura de información
5. Interacción de funcionalidades multimedia

Según Marin (<http://www.marindela fuente.com.ar/>) (s.f., en red), dice que "la unión de un buen diseño con una jerarquía bien elaborada de contenidos aumenta la eficiencia de la web como canal de comunicación e intercambio de datos, que brinda posibilidades como el contacto directo entre el productor y el consumidor de contenidos, característica destacable del medio Internet".

De esta información se concluye que en el diseño web es importante tomar en consideración los diferentes aspectos planteados en el pre-desarrollo del sitio para obtener la mayor eficiencia de la página web y lograr que el diseño genere mayor impacto y sea usado para su fin planteado.

COMPOSICIÓN WEB

Hassan, Martín y Iazza (2004) mencionan que la forma se une a la funcionalidad para crear algo bello y a la vez útil. Es por ello que un sitio web debe sorprender, ser animado, compatible, ágil, rápido y facilitar su uso, porque son puntos de venta que promocionan productos y/o servicios.

COMO SE ORGANIZA UN SITIO WEB

Según Hassan, Martín y Iazza (2004), al tener una organización y planificación deficiente de un sitio web, con el tiempo se transformará en una base de información confusa y difícil de mantener eficazmente. Para lograr un sitio de calidad, se debe tener una organización acertada que se logra al definir los objetivos del sitio, el grupo objetivo al que se dirige, la estructura y los contenidos que tendrá.

ARQUITECTURA DE LA INFORMACIÓN

La usabilidad del sitio web depende del diseño de la interfaz como de su arquitectura (estructura y organización), que es el elemento no visible en el diseño.

Según Toub (2000, en red), la Arquitectura de la Información (AI) "se define como arte y ciencia de organizar espacios de información con el fin de ayudar a los usuarios a satisfacer sus necesidades de información. La actividad de organizar comporta la estructuración, clasificación y rotulado de los contenidos del sitio web".

El aspecto más importante que busca definir la AI es:

Recuperación de información: tiene por objeto crear una arquitectura de información que facilite al usuario recuperar información. Se obtiene al crear clasificaciones, taxonomías y sistemas de búsqueda en el sitio web; consiste en optimizar el sitio para que cada elemento de información pueda ser encontrado.

USABILIDAD

Como fue mencionado anteriormente, usabilidad (traducido del inglés "usability") se refiere a la facilidad con que el usuario puede utilizar algún producto o software con la finalidad de lograr un objetivo.

Según la norma internacional ISO 9241-11: Guidance on Usability (en red, 1998) usabilidad se define como "el grado de eficacia, eficiencia y satisfacción con la que usuarios específicos pueden lograr objetivos específicos, en contextos de usos específicos".

En otras palabras, la usabilidad es la medida de calidad de la experiencia que tiene un usuario cuando interactúa con un producto o sistema. Se mide a través del estudio de la relación entre el sitio web (sistema de navegación, funcionalidades y contenidos ofrecidos) y quienes las utilizan.

El diseño es usable para los usuarios específicos en contextos de uso específicos. Quiere decir que el diseño del sitio o aplicación web es más fácil de utilizar cuanto más adaptada esté el diseño al grupo objetivo.

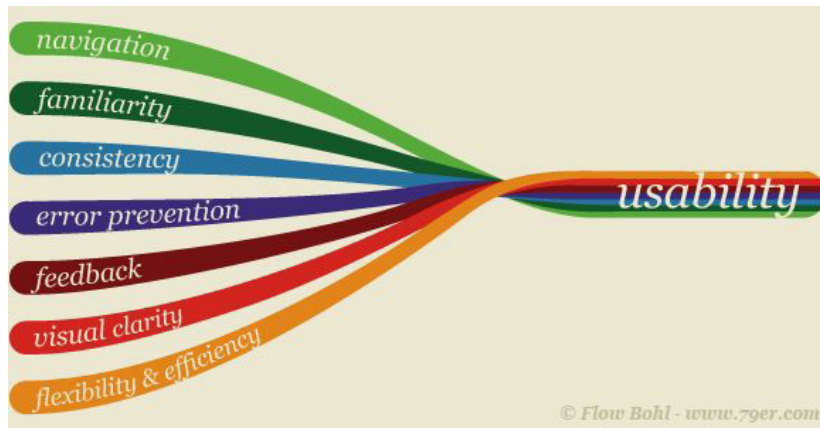
Entonces, la usabilidad se compone por dos tipos de atributo: **Cuantificables de forma objetiva:** es la eficacia o número de errores cometido por el usuario durante la realización de una tarea y el tiempo empleado por el usuario para realizar la tarea.

Cuantificables de forma subjetiva: como es la satisfacción del uso, se mide interrogando al usuario, y si tiene una relación con el concepto de usabilidad percibida.

CARACTERÍSTICAS DE USABILIDAD

La Dirección General de Tecnología, del Ministerio de hacienda y Crédito de Nicaragua (en red, 2009) indica que la usabilidad tiene las siguientes características:

- » **Facilidad de aprendizaje:** define en cuánto tiempo un usuario, puede aprender a usar y realizar gestiones básicas en la interfaz.
- » **Facilidad y eficiencia de uso:** determina la rapidez con la que se desarrollan las tareas al comprender el uso de la interfaz.
- » **Facilidad de recordar cómo funciona:** es la capacidad de recordar características y formas de uso de un sistema para ser utilizado nuevamente en el futuro.
- » **Frecuencia y gravedad de errores:** es la ayuda entregada a los usuarios para apoyarlos cuando cometen errores al utilizar la interfaz.
- » **Satisfacción subjetiva:** indica la satisfacción de los usuarios al utilizar la interfaz. Esta se da debido a la facilidad y simplicidad de uso.



Fuente: <http://www.pinterest.com/pin/93801604710913633/>

Nielsen (2002), pautó algunos consejos principales para mejorar la usabilidad de un sitio web:

- » **Aclarar el propósito del sitio:** A primera vista, el usuario tenga claro quién hace el sitio y cuál es el alcance del mismo.
- » **Ayudar a los usuarios a encontrar lo que buscan:** ofrecer una buena organización de información enfatizando en los mensajes principales y sistemas de búsqueda adecuados.
- » **Mostrar el contenido del sitio:** consiste en mostrar los contenidos de manera clara para evitar clicks innecesarios, mostrando temas anteriores que hayan sido destacados.
- » **Diseño para mejorar Interacción, no para definirla:** el diseño debe cooperar con la información, no competir con ella.

Según Krug (2000, p. 62), dice que "los sitios web deben ser creados para que el usuario llegue a sus páginas y actúe en

forma inmediata, sin que tenga que detenerse a entender cómo está hecho u organizado".

Algunos consejos para ayudar a crear la usabilidad de un sitio son:

Diseñar un sitio requiere de equilibrio: priorizar el uso del espacio ayuda al usuario y al cliente a alcanzar sus metas.

Equilibrar el diseño y el formato: se debe crear equilibrio para que los elementos tengan énfasis adecuado en cuanto a uso y espacio.

No existen reglas universales: la solución de cada caso depende del contexto y grupo objetivo.

Además se debe diseñar pensando que los usuarios no leen los textos sino que van saltando por el contenido; que los contenidos serán accedidos de mejor forma si se crean jerarquías visuales; la navegación debe utilizar signos visibles y métodos convencionales para que sea entendida en todos los contextos, entre otros aspectos.

Un concepto que está ligado a la usabilidad es el de accesibilidad, este se refiere a la posibilidad de acceso que permite el diseño, posibilita el acceso a todos sus potenciales usuarios.

Quiere decir que la usabilidad delimita al grupo objetivo potencial para diseñar algo concreto, pero al mismo tiempo la accesibilidad implica un diseño que satisfaga la amplia diversidad de necesidades que presentan los usuarios.

DISEÑO WEB CENTRADO EN EL USUARIO

Según Hassan, Martín y Iazza (2004), el diseño centrado en el usuario implica involucrar desde el inicio del desarrollo del sitio a los usuarios. Básicamente consiste en conocer al grupo objetivo, saber para qué usan el sitio, testear el sitio con los usuarios, ver cuál es su reacción ante el diseño.

El proceso de diseño web centrado en el usuario consiste en las siguientes etapas:

- » **Planificación:** Identificación de requerimientos del proyecto.
- » **Diseño:** Diseño Conceptual, definir estilo, Diseño visual, diseño de contenidos.
- » **Prototipado:** realización de prototipos para su respectiva evaluación.
- » **Evaluación:** métodos de inspección, métodos de test
- » **Implementación y lanzamiento**
- » **Mantenimiento y seguimiento**

ETAPAS DE DISEÑO SITIO WEB

A continuación se amplía la descripción de las etapas que se mencionan anteriormente:

1. PLANIFICACIÓN

Hassan, Martín y Iazza (2004) mencionan que esta es la etapa de identificación de objetivos del sitio, necesidades, requerimientos y objetivos del grupo objetivo. Se trata de establecer un equilibrio entre lo que oferta el cliente y lo que necesita el usuario a través de métodos de aproximación individual y/o grupal.

2. DISEÑO

Se desarrolla la toma de decisiones de cómo diseñar o rediseñar en base al conocimiento obtenido en la etapa de planificación, los problemas de usabilidad se evalúan en el prototipado y evaluación.

Diseño conceptual

Hassan, Martín y Iazza (2004) indican que en esta etapa se define el esquema de organización, funcionamiento y navegación del sitio, es decir su arquitectura de información. La "estructura" del sitio son las conexiones y relaciones entre páginas, se puede estructurar por aproximación descendente (del todo a las partes, se divide el contenido en páginas y se definen enlaces entre páginas), y el ascendente (se crean bloques mínimos de información); la "navegación" son las posibilidades y forma en que cada página muestra sus opciones de desplazamiento hacia otras páginas.

Diseño visual

Es el diseño de cada interfaz tomando en cuenta el aspecto y comportamiento de los elementos, la presentación de elementos multimedia.

Hassan, Martín y Iazza (2004) mencionan que para diseñar la interfaz se toma en cuenta el comportamiento del usuario en el recorrido visual de la página, distribuyendo elementos de información y navegación según su importancia a través de jerarquías visuales.

**Para evitar sobrecarga informativa se recomienda un número de opciones reducido, usualmente no más de nueve diferentes.*

Se toma en cuenta la accesibilidad por ejemplo en el uso de colores, que sean contrastantes y que no dificulten la lectura, el uso de imágenes al tamaño y resolución adecuadas, etc.

3. PROTOTIPO

Es la creación de modelos de la interfaz del sitio. El aspecto no corresponde exactamente a lo que tendrá el sitio finalizado pero sirve para evaluar la usabilidad del sitio. Hassan, Martín y Iazza (2004) clasifican los prototipos según su funcionalidad:

Prototipo horizontal: se crea gran parte del aspecto visual del sitio, pero los modelos de interfaz no están respaldados con la funcionalidad real. A esto se le llama Mockups.

Prototipo vertical: se crea el aspecto visual de una parte del sitio, pero se muestra la funcionalidad del sitio, como funcionara cuando sea implementado.

4. EVALUACIÓN

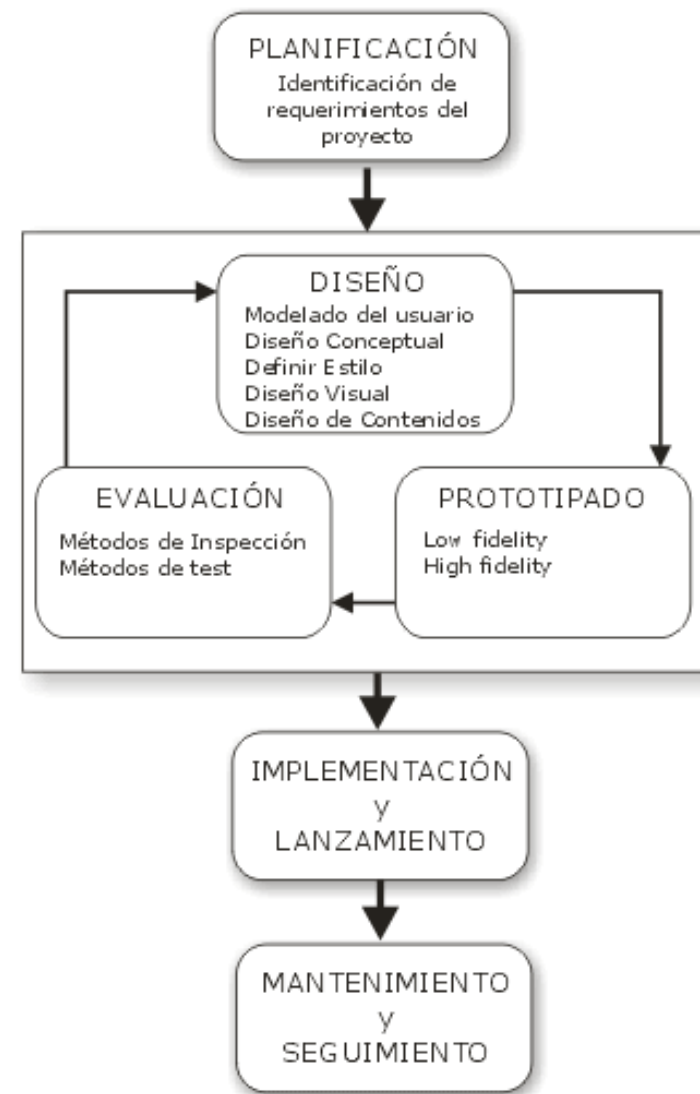
En esta etapa se evalúa la usabilidad del sitio, se evalúan a expertos como a usuarios y se anotan los problemas de uso que se encuentran para poder solucionarlos posteriormente.

5. IMPLEMENTACIÓN Y LANZAMIENTO

Hassan, Martín y Iazza (2004) indican que para la implementación se debe utilizar estándares como HTML, XHTML, etc. para asegurar la compatibilidad y escalabilidad, además de hacer uso de hojas de estilo (CSS) que faciliten el rediseño del sitio. Se lleva un control de calidad supervisando que funcione y responda como fue planificado.

Para controlar calidad de implementación se pueden utilizar validadores automáticos de códigos como W3C (<http://www.w3c.org>), y validadores para testear de forma semi-automática el cumplimiento de directrices de accesibilidad en el código, como el Test de Accesibilidad Web (<http://www.tawdis.net>).

Una vez implementado el sitio y testeada su funcionalidad se realiza al lanzamiento, que consiste en su puesta a disposición para los usuarios.



CONSTRUCCIÓN SITIO WEB

LAYOUT

Según Libros Web (<http://www.librosweb.es>) (2014) un sitio web debe presentar la información de la mejor forma a través de una estructura que se divide en bloques como: header, menú, contenidos y pie de página.

El layout es un esquema de distribución de los elementos en un diseño. Este esquema es útil para que el cliente apruebe la ubicación de contenidos en un sitio web. El objetivo de utilizar un layout es que a partir de él, el sitio se desarrolla pensando en sus contenidos específicos.

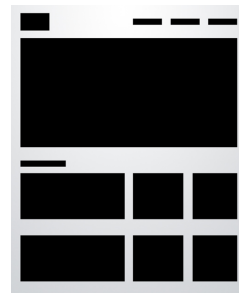
- » **Tres cajas:** Es la estructura más básica debido a la jerarquía que presenta. Es sencilla pero permite flexibilidad para manejar galerías, sliders, contenido, etc.
- » **Layout avanzado:** Se cuenta con el principio básico de las tres cajas, pero se agregan más subdivisiones a la estructura para segmentar mejor la información.

Tres cajas



Fuente: <http://bit.ly/1KnbaTZ>

Avanzado



Fuente: <http://bit.ly/1KnbaTZ>

- » **Destacando gráfico:** Consiste en crear énfasis en elementos importantes.
- » **Barra lateral fija:** Se utiliza una columna fija en el lateral izquierdo para mantener el menú de navegación al alcance del usuario.
- » **Dos filas:** Se utiliza para portafolios, un bloque es para el header del sitio y otro presenta el resto de contenidos.

Destacando gráfico



Fuente: <http://bit.ly/1KnbaTZ>

Barra lateral fija



Fuente: <http://bit.ly/1KnbaTZ>

Dos filas



Fuente: <http://bit.ly/1KnbaTZ>

WIREFRAME

Usability.gov (<http://www.usability.gov>) (s.f. en red) dice que wireframe "es una ilustración bidimensional de la interface de un sitio web, la cual se enfoca en la ubicación de contenidos, funcionalidades y conductas intencionales." Los wireframes no incluyen contenido, color o gráficas puesto que únicamente ayudan a establecer relaciones entre los templates del sitio web.

Usability.gov (s.f.) menciona que los propósitos de crear wireframes son:

- » Conectar la arquitectura de información del sitio con el diseño visual al mostrar patrones entre páginas.
- » Clarifican la forma de colocar información específica en la interface.
- » Determina la funcionalidad de la interface
- » Prioriza el contenido determinando cuanto espacio se debe respetar para cada elemento ubicado dentro del sitio.

Además, indican que para la creación de wireframes no se deben utilizar colores, más bien se utilizan escalas de grises para diferenciar elementos; además no se utilizan imágenes, solo se marca su ubicación con rectángulos tachados con una x; al mismo tiempo la tipografía es genérica, sin embargo si se deben notar cambios de jerarquía entre textos, headers, etc.



Fuente: <http://bit.ly/1LQzOQo>

JERARQUÍAS EN SITIOS WEB

Según Moreno (2004), la persona que contempla una obra gráfica aprecia en primer lugar un conjunto completo de formas y colores, con los elementos situados en primer plano contrastando con el fondo de la composición. Solo tras esta primera observación global, y si su curiosidad despierta, el espectador comenzara a analizar las partes individuales del todo, comenzando por los elementos gráficos puros, y continuando luego con los elementos textuales, mas difíciles de interpretar, ya que hay que leerlos palabra por palabra.

Moreno (2004) menciona que debido a la forma de lectura occidental, de izquierda a derecha y de arriba hacia abajo, la organización jerárquica de información debe ser igual, colocando la más importante en el lado izquierdo. Se complementa con el diseño para crear puntos de interés en las áreas deseadas donde se coloca la información que se busca resaltar. Como ejemplo muestra esta grafica:



Fuente: <http://bit.ly/1KnbaTZ>

De igual forma, Moreno (2004) indica que otro método para implementar jerarquía es a través de colores saturados y primarios que atraen al espectador, mientras que los colores análogos ayudan a crear asociaciones.

Usolab (2006, en red) dice que “los usuarios al llegar a una página de inicio eligen la primer opción que piensan les conducirá hacia los objetivos que desean cumplir. Por ello es primordial jerarquizar la información.”

Es importante realizar un estudio previo del tipo de información a incluir en el sitio, así como los principales objetivos que desean realizar los usuarios en él, de esta forma se desarrollan retículas que aporten jerarquía a través de ubicación, color, tamaño y diseño.

MOCK UPS

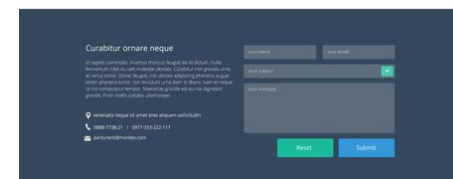
Según Morales (2014, en red) un mock up es: “El Mockup es una representación más avanzada del diseño gráfico y comunicativo (desde una visión de navegación y AI) del proyecto”. También hace mención que en los mock ups se realiza una visualización aproximada de contenidos, paleta de color, declaraciones de CSS, Dimensiones de área de contenido y la iconografía.

LOOK AND FEEL

Motive (2004) menciona que el *look and feel* es lo que describe la forma en que el branding y el mensaje es reflejado en el diseño de un sitio web. Es una mezcla que relaciona el diseño visual del sitio (tipografía, tamaño, layout, etc.) y la experiencia de usuario (como el sitio funciona y si el usuario puede lograr su objetivo, más conocido como usabilidad).



Mock up



Fuente: <http://bit.ly/1yNijaq>

Motive (2004) comenta que además, el *look and feel* es afectado por la combinación de:

- » Información de arquitectura
- » Navegación
- » Interface
- » Tono (estilo de escritura)
- » Layout
- » Tipografía
- » Colores
- » Imágenes

TEMPLATE Y SU CREACIÓN

Según Jofré (2013, en red) "Un template es un conjunto de archivos que determinan la estructura y el aspecto visual de un sitio web, y tiene como ventaja principal disminuir tiempos y costos de desarrollo."

La ventaja de utilizar templates es que al modificarlo, automáticamente todas las páginas que lo utilizan corrigen las nuevas características asignadas.

Es importante tener templates cuando el sitio web está en constante actualización, ya que facilita al administrador, programador o diseñador agregar los nuevos elementos desde una plantilla predeterminada.

Los CMS o gestores de contenido web, utilizan templates para el diseño del sitio manejado en hoja de estilos CSS, las cuales contienen la programación y diseño del sitio.

FONDO

Álvarez (2004) hace mención que el fondo de un sitio web debe ser tratado cuidadosamente porque puede dificultar la lectura.

Es importante evitar el uso de imágenes como fondo, pero si se utilizan, deben contener poca información visual, de esta forma el texto se puede leer con facilidad.

Los fondos de colores oscuros o grises facilitan la lectura y generan menos tensión en los ojos. Por el contrario utilizar fondos claros en páginas que contengan mucho texto dificulta la lectura.

TEXTO

Rodríguez (2010) menciona que el texto es el elemento que brinda la información más importante al usuario. Preferiblemente, se debe evitar textos prolongados porque requieren tiempos de descarga elevados y afectan la atención del usuario.

Rodríguez (2010), indica que en los sitios web el texto debe:

- » **Alineado horizontal:** Los párrafos deberían comenzar a una distancia del margen izquierdo del sitio entre 300 y 600px.
- » **Ancho de párrafo:** Los párrafos no deben tener más de 20 palabras por línea (aproximadamente 500px de ancho al utilizar una fuente entre 10-12px).
- » **Tamaño de fuente:** Es recomendable utilizar un tamaño superior a los 10px. Si el grupo objetivo es mayor de los 40 años, se recomienda un tamaño de 14px.
- » **Tipografía:** Las tipografías más recomendadas son las diseñadas para ser mostradas en pantalla, tales como: Arial, Georgia, Times, Verdana, Trebuchet y Courier. Actualmente existen más tipografías que facilitan la lectura en la web como: Open Sans, Roboto, Lato, PT Sans, Source Sans Pro, Exo, Exo 2, Ubuntu, Istok Web y Nobile.
- » **Interlineado:** Idealmente se utiliza un interlineado superior al tamaño de la fuente.

GRÁFICOS

García (s.f.) menciona que los componentes gráficos o imágenes permiten al usuario experimentar, disfrutar y ejercer un uso productivo en el sitio web.

Es importante estudiar cuando es necesario utilizar imágenes, puesto que afectan el tiempo de descarga del sitio.

Es aconsejable incluir el atributo descripción en todas las imágenes puesto que son una guía de previsualización, mientras que los exploradores web cargan las imágenes.

García (s.f.) indica que para elegir el formato adecuado para cada tipo de imagen se debe tomar en cuenta:

- » **Imágenes fotográficas:** Para este tipo de imágenes el formato más recomendado es el JPEG, porque consigue una gran compresión con una mínima pérdida de calidad.
- » **Imágenes renderizadas:** se recomienda utilizar un formato PNG debido a los degradados suaves, transparencias y líneas definidas.
- » **Imágenes sencillas:** Para las imágenes con pocos colores y formas sólidas es recomendable el formato GIF porque se adapta al número de colores de una imagen. Se utiliza para íconos, botones, ilustraciones e imágenes con colores planos.

COLOR

El color en un sitio web es muy importante ya que refuerza la imagen de una institución y crea atractivo visual y jerárquico al sitio web.

Cannon (2012), explica que la interacción de los colores en un diseño es a través de tres términos importantes que definen la teoría básica del color, estos son: contraste, complementación y vitalidad o vibracy.

Cannon(2012) menciona que **complementación** es la relación entre los colores del sitio web. Los colores complementarios generan un balance y permiten el descanso de la visión del usuario.

El **contraste** es el que permite la visibilidad de los elementos, especialmente con cuerpos de texto, los que usualmente se utilizan de color claro para fondo y oscuro para texto, o viceversa.

Cannon (2012) comenta que **vibracy** es definida por las emociones que los colores transmiten en la página web. Por ejemplo los colores claros hacen sentir al usuario más energético, que puede ser efectivo para cierto tipo de páginas donde se necesita que el usuario responda a una emoción. O bien los colores oscuros que provocan que el usuario se concentre y relaje su vista.

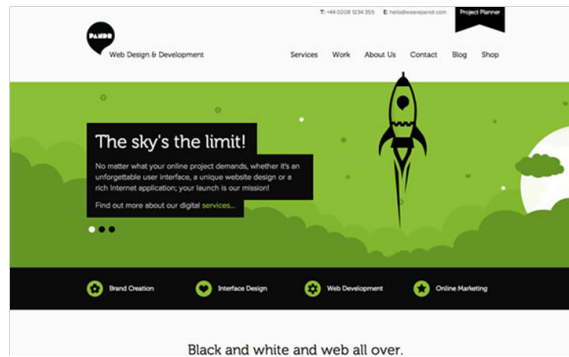
Existen muchas herramientas en el internet que ayudan a realizar combinaciones de colores para sitios web, los cuales facilitan crear paletas funcionales, entre estos encontramos Kuler de Adobe, o Color Scheme Designer.

Complementación



Fuente: <http://bit.ly/1AObBy5>

Contraste



Fuente: <http://bit.ly/1w0lnb>

Vibracy



Fuente: <http://bit.ly/1AObP8B>

Psicología del color azul

Bowman (2014) menciona que el color azul representa competencia, calidad, calma, confianza, perseverancia, sabiduría, lealtad, fuerza, productividad, y seguridad. Es común el uso de este color en grandes corporaciones y bancos debido a su asociación con confianza, es bueno implementarlo para la salud, tecnología, medicina, ciencia, gobierno, leyes y utilidades. Indica que utilizar demasiado azul puede hacer que el sitio se sienta indiferente y frío.

Psicología del color blanco

Bowman (2014) indica que este color se asocia con pureza, limpieza, virtud, felicidad, sinceridad y seguridad. Este color es asociado con la industria de cuidado y salud, así como alta tecnología y ciencia.

PuroMarketing (2014) menciona que el blanco es característico en el uso de sitios web porque aporta minimalismo, ayuda generar los "espacios en blanco", y a crear una imagen más seria y fiable.

Psicología del color gris

Bowman (2014) menciona que este color es asociado con formalidad, profesionalismo, sofisticación, practicidad, atemporalidad y carácter fuerte. Es bueno utilizarlo en sitios profesionales, de lujo o para crear equilibrio y un efecto tranquilizador. Pero algunos tonos de gris pueden ser distantes o fríos por lo que no debe emplearse para atraer la atención del usuario.

PuroMarketing (2014) menciona que el color gris es muy utilizado para conseguir una estructura clara que proporciona al usuario navegar en la página de forma intuitiva ya que evoca neutralidad y son más suaves para la vista que el negro. Indican que según la psicología del color, el gris evoca

seriedad y capacidad, además se recomienda para el diseño de la navegación desde el punto de vista asociativo.

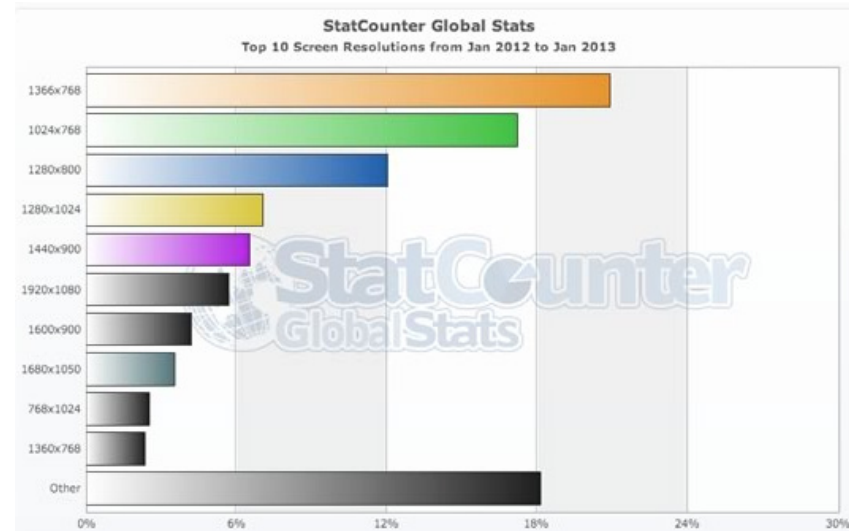
Psicología del color amarillo

Bowman (2014) indica que es el color más brillante, este se asocia con competencia, felicidad, optimismo y juventud. Menciona que se debe utilizar para energizar a las personas o crear sensación de felicidad. Este puede ser utilizado para atraer la atención en textos y botones. Sin embargo su uso debe ser moderado ya que puede ser abrumador, tensar los ojos.

Se desarrollo una guía de observación con la finalidad de determinar qué colores representan el futuro (ver Anexo A.4), de las imágenes y sitios web analizados se pudo determinar que los colores predominantes son el azul (diversos tonos), blanco, plateado o gris y en algunas ocasiones negro.

TAMAÑOS ESTÁNDAR DE WEB

Los tiempos cambian (<http://www.lostiemposcambian.com>) (2013) tiene un artículo acerca de las estadísticas de resolución de pantallas más utilizadas en la web. Recopilando la información de diversas fuente incluyendo: statcounter.com la cual se basa en 15 mil millones de páginas visitadas al mes. W3schools.com a partir de las visitas obtenidas durante los últimos 10 años. W3Counter, screenresolution.org y netmarketshare.com. Durante muchos años el desarrollo de sitios web se baso en la resolución estándar de 1024x768 (hace 3 años esta era la resolución utilizada por el 40% de los usuarios). Actualmente la resolución estándar es de 1366x768, que de momento es la resolución más utilizada en internet ya que esta es la resolución estándar de Windows 8.



Fuente: <http://www.lostiemposcambian.com>

resolución	% utilización Enero 2013
1366x768	20-25%
1024x768	10-15%
1280x1024	8-10%
1280x800	8-10%
1920x1080	6-10%
1920x1080	6-10%
800x600	2%

Fuente: <http://www.lostiemposcambian.com>

En muchos casos, como tamaño mínimo para el diseño de sitios web para la versión de desktop se sigue tomando como base el formato de 1024x768, ya que no se debería de despreciar a un 10-15% de los usuarios.

ÍCONO

Según la RAE, (Del fr. icône, este del ruso ikona, y este del gr. bizant. *εἰκών*, *-όνος*). "Signo que mantiene una relación de semejanza con el objeto representado". La función del ícono es ofrecer información visual concreta que asocie el contenido a una situación específica.

Moreno (2005) define las características que deben proyectar los iconos:

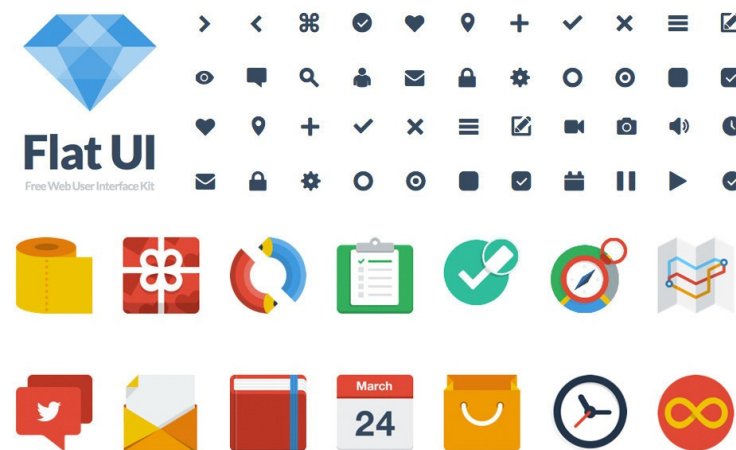
- » Ser lo más sencillos posible, con los suficientes detalles para expresar lo que debe. Los íconos complejos y con muchos trazos crean confusión.
- » Deben seguir modelos de íconos ya aceptados por los usuarios.
- » Deben ser creados para la información concreta que va a representar.

7 PRINCIPIOS PARA DISEÑAR ÍCONOS

Para crear íconos efectivos se toma en cuenta la audiencia, el tamaño, la simplicidad, la luz, la perspectiva y el estilo. Hodge (2008), menciona siete principios básicos para el diseño de íconos, los cuales se presentan a continuación:

- » **Diseño holístico:** Un ícono es un elemento gráfico que necesita armonía. Estos se aprecian por las soluciones individuales que ejecutan, pero no funcionan solos. Quiere decir que cada ícono debe diferenciarse de los otros, pero que trabajan en conjunto con los otros.

- » **Considerar a la Audiencia:** Es necesario tomar en cuenta las condiciones en las que el ícono será utilizado. Es importante la característica cultural, tradiciones, áreas aledañas, etc.
- » **Diseñar para el tamaño que se utilizará:** Los iconos se deben diseñar desde el tamaño al que serán utilizados para que sean óptimos.
- » **Iconos simples e icónicos:** Cierta nivel de realismo puede llamar la atención de un ícono, pero no reemplaza la función de la simplicidad y efectividad. Se trata de no complicar el diseño del ícono, omitiendo elementos innecesarios y deben facilitar su reconocimiento.
- » **Considerar luz, reflejos y sombras:** Si se utilizan luces, se debe considerar de donde proviene la fuente de luz y hacia donde se proyectan las sombras, para guardar esa coherencia.



Fuente: <http://bit.ly/1uTKZgv>

- » **Utilizar perspectiva limitada:** La perspectiva utilizada para el conjunto de iconos diseñados debe ser la misma. Si se utiliza un ángulo, todos los iconos deben estar diseñados en base a dicho ángulo.
- » **Crear consistencia de estilo en el set de icono:** Se debe considerar el tipo de luz, perspectiva, colores, trazados, etc. para contribuir al estilo del icono.

NUEVOS ATRIBUTOS O TENDENCIAS WEB

El diseño web es un campo que ha incrementado debido a los avances tecnológicos y el mundo virtual. Las empresas y organizaciones buscan estar más cerca y disponibles para los usuarios y clientes, una forma personalizada de hacerlo es a través de sitios Web.

Trigueros (2014, en red) explica que “el 2015 será al menos durante su primera mitad, una prolongación en cuanto a tendencias de lo que se ha llevado y se ha estado haciendo durante este 2014”.

Una tendencia actual consiste establecer dinamismo y beneficiarse del uso del Scroll, ya que con el aumento de los dispositivos móviles táctiles, se ha buscado la manera de evitar al usuario dar click sobre botones, permitiendo así navegar por las diferentes secciones de la web con un simple movimiento del dedo.

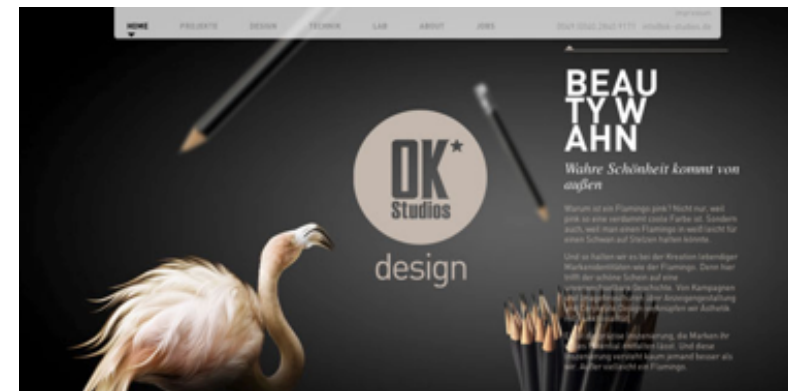
Scroll down



fuelle: <http://bit.ly/1JYNiYs>

Otro rasgo característico del diseño web actual es el uso de imágenes grandes, el cual ha aumentado debido a las redes sociales, especialmente Instagram y Pinterest. Trigueros (2014, en red) recalca “Los usuarios prefieren imágenes a textos y eso es un hecho”.

Predominio imágenes



fuelle: <http://bit.ly/1yWh2wz>

Otra tendencia es que la tipografía toma el papel protagonista en el diseño de los sitios web. Trigueros (2014, en red) explica que “El nivel de sofisticación lo marcarán las fuentes que usemos en nuestro diseño de página web”.

Además menciona que la tendencia de utilizar diseño responsivo es un atributo que no debe faltar debido al auge de los Smartphone y Tablets, las cuales marcan el rumbo hacia el cual se deben guiar los sitios web, ya que la mayoría de usuarios navega a través de estos dispositivos.

Por último se encuentra la tendencia del estilo flat, el cual ha tenido auge debido a la simplicidad de interfaz, a la claridad y limpieza del diseño que facilita la experiencia de usuario. Como característica extra, se ha implementado el uso de infografías como sustitución de textos largos, sintetizando la información de forma gráfica y más entendible a los usuarios.

Diseño responsivo



fuelle: <http://bit.ly/1EWYCKT>

Predominio Tipografía



fuelle: <http://bit.ly/18EcpSY>

DISEÑO RESPONSIVO

Frain (2012), menciona que en los inicios de la web, los sitios y páginas eran diseñados bajo un ancho establecido que permitiera a los usuarios con diferentes dispositivos y resoluciones tener una experiencia "igual"; pero esto provocaba problemas de tamaño, especialmente con usuarios que tenían un monitor de dimensiones más anchas. El desarrollo de la tecnología, ha provocado que el diseño web evolucione a gran medida debido a la aparición de dispositivos que manejan diferentes resoluciones (como Smartphone, tablets y televisores).

De acuerdo a la tendencia de utilización de los Smartphones, el número de Webs que aplican el diseño responsivo ha ido en aumento.

El término "Resposive Web Design", surgió gracias a Ethan Marcotte, en un artículo en el que consolida las tres existentes técnicas de diseño (diseño de retícula flexible, imágenes



Fuente: <http://bit.ly/1cz5Ax9>

flexibles y media and media queries) en un solo término. Quesada define el Diseño Responsivo (2013, en red), como una "tendencia de creación de páginas web, que pueden ser visualizadas desde distintos dispositivos; es la presentación de los contenidos de manera más accesible al usuario. Con este tipo de diseño, no se necesitan diversas versiones del sitio, sino una sola web que se adapta a la resolución del dispositivo".

Frain (2012, p. 26) comenta que el diseño responsivo cuenta con algunas características que permite la adaptación a los diferentes dispositivos, que en conjunto, hacen de la web una experiencia para el usuario adecuada. Estas son:

- » **El uso de Retículas flexibles:** la retícula crea su tamaño en base a proporciones (porcentajes). Esto permite que la web se adapte al ancho del dispositivo.
- » **El uso de las Media Queries:** Permiten la configuración del tamaño del sitio dependiendo de la resolución y características del dispositivo. Las Media Queries son soportadas por la mayoría de navegadores modernos.
- » **Imágenes, objetos, videos flexibles:** las imágenes y demás elementos pueden ser flexibles al asignarles porcentajes, para que su dimensión se pueda ver por igual en distintas resoluciones de pantalla.
- » **Fuentes tipográficas:** Los textos se manejan con valores relativos o em, ya que estos valores cambian cuando su elemento original cambia.

El uso de un diseño web responsivo presenta beneficios que reducen costos, mejoran la accesibilidad y usabilidad del sitio, traduciéndolo a un diseño responsable al usuario.

SISTEMA DE GESTIÓN DE CONTENIDO

Sistema de Gestión de Contenido es también conocido como CMS (en inglés: Content Management System); Xavier García (2004) explica que es un software que se utiliza principalmente para la gestión y manejo de webs, por ello son conocidos como gestores de contenido web. También tienen la función de aportar herramientas para definir el diseño y estructura del sitio web.

Estos gestores de contenido, proporcionan un entorno que permite a un editor de información actualizar, crear y dar mantenimiento de la web.

Robertson (2003), explica la funcionalidad de un CMS de la siguiente manera:

- » Creación de Contenido
- » Gestión o Manejo de Contenido
- » Publicación
- » Presentación

Creación de Contenido: No es necesario tener conocimientos técnicos para su creación. Estos proveen al usuario una vista del contenido final mientras estos editan la información. Permiten la creación de contenido desde cualquier ordenador.

Gestión de Contenido: Es el manejo de contenido y estructura del sitio, el cual es guardado en una base de datos con toda la información relacionada al sitio.

Publicación: Es la etapa en la que una página aprobada es automáticamente publicada en el sitio web en línea.

Presentación: Por último un CMS puede gestionar la accesibilidad de la web, y a su vez facilita el soporte de los distintos navegadores.

JOOMLA!

En su sitio oficial, Joomla! (s.f. en red) define que "es un gestor de contenidos web (CMS) caracterizado por la creación de sitios web dinámicos e interactivos". Por su diseño, potencia, flexibilidad y capacidad de ampliación es uno de los sistemas de gestión más utilizados por centros educativos para el desarrollo de su portal web.

Barriocanal (2009, en red) afirma que "Joomla! es una aplicación Open Source o de código abierto programada en lenguaje PHP bajo una licencia GPL y que utiliza unabase de datos MySQL para almacenar el contenido y los parámetros de configuración del sitio."

Con esta herramienta se puede desarrollar un entorno y sitio web completo, sin necesidad de programas auxiliares ni conocimientos sobre diseño web y programación. Permite la edición de contenidos desde cualquier acceso a internet por medio de un navegador.

Estos sistemas permiten que la edición e introducción de contenidos sea una tarea sencilla de realizar, y facilita la actualización del sitio.

COMPRENSIÓN DEL GRUPO OBJETIVO

ESTUDIANTES POTENCIALES DE UNA CARRERA DE PREGRADO

Perfil Geográfico

Según Anexo A.2, información proveída por la Dirección de Planificación, Seguimiento y Evaluación de la Universidad Rafael Landívar:

Habitantes de Guatemala, principalmente de la ciudad capital y municipios cercanos al departamento de Guatemala.

Perfil Demográfico

- » 16-18 años
- » NSE AB, C y C-
- » Según Multivex (s.f.), la generación Y (14 a 33 años) tiene acceso a internet (con velocidad mínima de 512 Kbps) y teléfono celular con el cual ingresan a la red para realizar consultas o entran a las redes sociales con el fin de comunicarse y socializar.
- » Grado de escolaridad: cursando Diversificado

La Licenciada Carolina Sánchez del Departamento de Promoción de la Facultad de Arquitectura y Diseño proporcionó información relacionada sobre la proveniencia de los estudiantes potenciales de pregrado, los colegios prioritarios de los que proceden son:

- » Liceo Guatemala
- » Colegio Sagrado Corazón de Jesús
- » Colegio Capouillez

- » Instituto Privado Para Señoritas Guatemalteco Americano IGA
- » Liceo Javier
- » Colegio el Sagrado Corazón
- » Colegio Monte María
- » Instituto Para Señoritas Belga Guatemalteco
- » Colegio Lehnsen Central (Las Américas)
- » Colegio Lehnsen Roosevelt
- » Colegio Salesiano Don Bosco
- » Instituto Estudios Avanzados Suger Montano
- » Colegio Guatemalteco Bilingüe
- » Liceo Secretarial Bilingüe (Mixco)
- » Colegio Español De Guatemala Príncipe De Asturias
- » Colegio La Preparatoria
- » Instituto Experimental De La Asunción
- » Centro Escolar El Roble
- » Colegio Bilingüe Vista Hermosa
- » Colegio Bilingüe Campo Real (Mixco)

Perfil Psicográfico

Según Piaget, citado por reEduca (s.f., en red) "Las operaciones formales se caracterizan por la posibilidad de razonar sobre hipótesis distinguiendo la necesidad de conexiones debidas a la forma y a la verdad de los contenidos". (Piaget, p. 49 Epistemología genética). Piaget menciona que La etapa final del desarrollo cognitivo es de los once años en adelante, esta es la etapa de Operaciones formales en la cual se desarrolla un razonamiento hipotético-deductivo y abstracto, es decir, se crea un pensamiento científico en el que son capaces de determinar la relación lógica entre dos proposiciones o situaciones para obtener conclusiones y aplicar estos criterios en un mundo que no siempre está ordenado de forma lógica.

El grupo objetivo tiene la capacidad de investigar y resolver problemas de forma sistemática y empieza a considerar los

posibles resultados y consecuencias de sus acciones. Es en esta etapa del desarrollo humano que los jóvenes promueven un entendimiento sobre las posibilidades para el futuro y abren su mente considerando lo que podrían llegar a lograr.

Gálvez (2011, en red) menciona que investigaciones realizadas por Castells y Díaz en el año 2005 para el medio virtual Ciudadanía, democracia y valores en sociedades plurales CEI, señalan que “un 73% de los usuarios en internet son jóvenes entre 15 y 19 años. Los estudios estiman que estos intervienen en promedio siete horas, los cinco días de la semana en la web.”

Gálvez (2011, en red) cita a Norma Hernández, catedrática del curso de Nuevas Tecnologías de la Universidad Rafael Landívar “Cada día se hace más común para los usuarios jóvenes invertir varias horas (de su día) a la navegación en la red” Hernández afirma que “la computadora y el celular se han convertido en una herramienta de uso constante para la educación, el trabajo, la búsqueda de información e incluso para fomentar las relaciones sociales.”

Es decir, que estos jóvenes al tener mayor acceso a dispositivos con internet, tienen mayor conciencia de las estructuras y carácter visual que manejan los sitios web en la actualidad.

Se elaboró una encuesta como instrumento de recopilación de datos (Anexo A.4), para conocer la percepción del grupo objetivo sobre la estructura e imagen del portal público (externo) de la Universidad Rafael Landívar, del año 2014, así como los aspectos cualitativos que observan de portales universitarios del extranjero. Dicha información tiene como fin la construcción de un sitio web que satisfaga las necesidades del grupo objetivo.

Según los resultados de la encuesta, ubicada en el Anexo A.4.1, realizada a una muestra de 50 personas, se obtuvo lo siguiente:

Se les indicó realizar la tarea simple de ingresar al sitio de la biblioteca dentro del portal universitario de la URL, luego de su ejecución, un 51% de encuestados afirmó que es posible esta clase de tareas en el sitio, sin embargo creen que es necesario crear mayor organización para facilitar la gestión. De igual forma un 63% de encuestados admitió que la página que presenta de forma más organizada la información es la página de inicio,

Fueron cuestionados varios aspectos sobre la apreciación que tuvieron acerca del sitio de la Universidad Rafael Landívar e indicaron que: según un 55% de encuestados mencionan que las jerarquías de texto son diferenciables, pero que podrían mejorar; según un 39% de encuestados los íconos de redes sociales son difíciles de percibir ya que su tamaño y ubicación no son las adecuadas; además manifestaron que las mayores deficiencias del sitio son: la imagen visual (73%), la distribución de elementos (71%), y la tipografía (45%); finalmente se les preguntó cómo perciben el sitio y afirman que es un sitio interesante (43%) pero que necesita mejorar su organización y ser más moderno (55%).

Se les cuestionaron las preferencias de estructura e imagen sobre sitios web a lo que contestaron: en cuanto a disposición de la barra de navegación un 65% mencionan que prefieren su ubicación en el área superior. En cuanto a la forma de presentación de textos en un sitio web, un 59% prefiere leer la información sobre fondos claros y textos oscuros ya que permite mayor legibilidad.

Además, se les preguntó su opinión sobre diversos portales universitarios del mundo, de esta forma se obtendría un punto de partida para determinar la estructura e imagen del

sitio. Según un 31% de encuestados, el portal con mayor organización es el de la Universidad de Michigan la cual tiene un diseño modular bajo la tendencia flat. En cuanto al aspecto de modernidad eligieron entre los portales de la Universidad de British Columbia y Michigan (con 43% de encuestados para c/u); ambas universidades con una imagen juvenil y con la utilización de características de la tendencia flat. En cuanto al aspecto de profesionalidad un 49% eligió a la Universidad de Columbia ya que al tener una estructura más formal y rígida da el aspecto de seriedad. Por último, en cuanto al portal más juvenil y amigable es la Universidad de British Columbia con un 57% y 37% respectivamente.

Por último se les presentó la situación de qué Universidad escogerían si debieran hacerlo basados en la imagen que perciben del sitio, un 33% (el 67% restante se encuentra dispersos entre el resto de opciones) eligió la Universidad de British Columbia.

En la encuesta A. 5. se recopilaron datos para conocer sobre intereses, comportamiento o gustos que tiene el grupo objetivo con respecto a los sitios web.

Se pudo obtener que (ver anexo A.5.1) que un 78% de encuestados prefieren ver más imágenes, de igual forma un 60% opinó que lo más impactante en un sitio web son los gráficos; en cuanto al uso de colores, un 56% opina que prefieren los colores fríos; un 78% opina que prefieren los sitios web minimalistas y el implemento de botones textuales y visuales (44%).

También se les cuestionó si tuvieran que ingresar a la Universidad la primera información que buscarían en el sitio serían los pensum (40%) y que en sitios universitarios prefieren ver imágenes de los ambientes con personas en ellas (70%).

COMPRESIÓN DEL GRUPO OBJETIVO

ESTUDIANTES POTENCIALES DE POSGRADO

Perfil Geográfico

Según Anexo A.2, información proveída por la Dirección de Planificación, Seguimiento y Evaluación de la Universidad Rafael Landívar:

Habitantes de Guatemala, principalmente de la ciudad capital y municipios cercanos al departamento de Guatemala.

Perfil Demográfico

- » El rango de edad con mayor porcentaje para estudiar un posgrado es de 22-33 años (Anexo A.2), del cual fueron tomados en cuenta personas principalmente de 22-29 años.
- » NSE AB, C y C-
- » Según Multivex (s.f.), la generación Y (14 a 33 años) tiene acceso a internet (con velocidad mínima de 512 Kbps) y teléfono celular con el cual ingresan a la red para realizar consultas o entrar a las redes sociales con el fin de comunicarse y socializar.
- » Grado de escolaridad: Universitaria.
- » Son trabajadores y algunos estudian o están interesados en ingresar a posgrado.

Perfil Psicográfico

Según URL (2014, en red), "los profesionales egresados de la Universidad Rafael Landívar se caracterizan por su competencia, actualización, honestidad, integridad, responsabilidad y una distintiva identidad de motivación y compromiso hacia el servicio."

Según Gardner 2003, mencionado por el Instituto de Tecnologías Educativas (s.f. en red), "el pensamiento del adulto se identifica por la coordinación interpersonal y las interacciones entre personas más que por la interacción con el entorno físico."

La adultez se caracteriza por la complejidad en la que se involucran procesos cognitivos, emocionales y afectivos, las múltiples perspectivas, el pensamiento es situado en un contexto cultural cambiante en tiempo y espacio, el relativismo que permite la libertad de solucionar problemas o no tomando en cuenta el riesgo entre distintas opciones, y el pensamiento que es multidireccional y contradictorio debido a la realidad emergente en la que no todo es controlable.

Son personas preocupadas por establecer interacción con otras, utilizan su inteligencia interpersonal, es decir, son capaces de entender a los demás y comunicarse con ellos, asumen diversos roles dentro de grupos sociales, ya sea como miembros o líderes. Tienen la capacidad de establecer relaciones interpersonales, que son asociaciones a largo plazo entre dos o más personas, dichas asociaciones tienen lugar en diversos contextos como la familia, trabajo, amigos, etc., que permiten la integración y adaptación de la persona a la sociedad.

Se elaboró una encuesta como instrumento de recopilación de datos (Anexo A.4), para conocer la percepción del grupo objetivo sobre la estructura e imagen del portal público de

la Universidad Rafael Landívar, del año 2014, así como los aspectos cualitativos que observan de portales universitarios del extranjero. Dicha información tiene como finalidad la construcción de un sitio web que satisfaga las necesidades del grupo objetivo.

Según los resultados de la encuesta, ubicada en el Anexo A.4.2 realizada a una muestra de 15 personas, se obtuvieron las siguientes impresiones:

Se les indicó realizar la tarea simple de ingresar al sitio de la biblioteca dentro del portal universitario de la URL, luego de su ejecución, 63% dijo que es difícil la ubicación de contenidos y los elementos son desorganizados. 53% de los encuestados indicaron que ninguna de las páginas presenta adecuadamente la información.

Se cuestionó el sitio desde la perspectiva funcional y visual, un 86% de encuestados indicaron que la distribución de los elementos no es funcional; el 66% seleccionó que es más funcional colocar la barra de navegación en el área superior. Además un 86% de encuestados indicaron que el estilo visual no es actualizado; y un 53% opinó que los textos claros sobre fondo oscuro proporcionan mayor legibilidad.

Otras preguntas fueron orientadas a la jerarquía y distinción de diversos elementos; respecto a los textos y elementos como botones de redes sociales opinan que deben ser más distinguibles, indicó un 53%.

Respecto la percepción que tienen los encuestados sobre el sitio, 53% opinaron que el sitio tiene deficiencia en la estructura y una imagen desactualizada, esta no es acorde a la personalidad que desea proyectar la Universidad.

Asimismo, se les preguntó su opinión sobre diversos portales universitarios del mundo, de esta forma se obtendría la base para determinar la estructura e imagen que se quiere aplicar al portal universitario. En cuanto a la mejor organización estructural y modernidad un 60% y 66% de encuestados consideraron a la Universidad de British Columbia, respectivamente, al contener elementos de las últimas tendencias, como el flat design, se encuentra a la vanguardia respecto al estándar de sitios web. El que refleja mejor la tradición profesional, un 66% de encuestados optó por el sitio de Standford ya que tiene una estructura formal en su diseño. Un 60% seleccionó a Michigan como juvenil y un 86% considera a British Columbia como amigable.

Por último se cuestionó acerca de qué Universidad escogerían si debieran hacerlo basados en la imagen que perciben del sitio, el 53% de encuestados indicaron que la Universidad de British Columbia.

En la encuesta A. 5. se recopilaban datos para conocer sobre intereses, comportamiento o gustos que tiene el grupo objetivo con respecto a los sitios web.

Se pudo obtener que (ver anexo A.5.2) que un 73% de encuestados prefieren ver más imágenes, de igual forma un 46% opinó que lo más impactante en un sitio web son los gráficos; en cuanto al uso de colores, un 60% opina que prefieren los colores fríos; un 80% opina que prefieren los sitios web minimalistas y el implemento de botones textuales y visuales (60%).

También se les cuestionó si tuvieran que ingresar a la Universidad la primera información que buscarían en el sitio serían los pensum (53%) y que en sitios universitarios prefieren ver imágenes de los ambientes con personas en ellas (66%).

ANÁLISIS GRUPOS OBJETIVOS

En conclusión, el surgimiento de nuevas tecnologías ha posibilitado el desarrollo de nuevas formas de comunicación y construcción de conocimiento. Gálvez (2011) que hace referencia a Hernández, apunta que las nuevas tecnologías y comunicación son un desarrollo para la sociedad desde todo punto de vista debido a la posibilidad de construcción de interacción.

Se deduce entonces de los resultados obtenidos en los instrumentos utilizados en potenciales estudiantes de una carrera de pregrado y potenciales estudiantes de posgrado, que es necesario el rediseño del portal universitario en el que se tome en cuenta una correcta distribución de la arquitectura de información, así como la estructuración del resto de contenidos que facilite a los usuarios la usabilidad, navegación, accesibilidad e interacción con el sitio. Así como crear una imagen acorde a las tendencias actuales, ya que las Universidades que las han aplicado fueron señaladas como modernas, juveniles y organizadas, características que quieren ser resaltadas en el portal de la URL. La opinión se inclinaba más a favor de la estructura e imagen de las Universidades de British Columbia y Columbia.

También se debe tomar en cuenta que los grupos objetivos prefieren sitios web que incorporan imágenes, por lo que es necesario utilizar las más apropiadas para reflejar la personalidad de la Universidad.

Otras características a tomar en cuenta es el implemento de colores fríos, que son preferidos por el grupo objetivo y que además ayudan a aportar la sensación de futuro que se desea transmitir, como se presenta en el Anexo A.3.

Además se debe intentar crear un sitio que presente simplicidad y que implemente el uso de botones preferiblemente visuales y textuales al mismo tiempo.

Además es necesario tomar en cuenta que el rediseño incluye la actualización de la imagen que maneja el portal para que se acople a las tendencias web actuales, crear jerarquías visuales que establezcan enfoques en determinados elementos dentro de la composición.

FASE II

Gestión del proceso de Diseño

CONTENIDO DEL MATERIAL GRÁFICO

A continuación se presenta el Portal de la Universidad Rafael Landívar del año 2014. Este sitio tiene los contenidos que irán en el sitio, sin embargo estos serán modificados por el departamento de la Dirección de Comunicaciones de la Universidad durante y posterior al proceso de diseño y entrega de contenidos.

Universidad Rafael Landívar
Tradicón Jesuita en Guatemala

Usuario
Contraseña
¿Olvidó su contraseña?

Conoce La URL Academia Sistema Universitario Formación Integral Investigación

Buscar

Para cambiar el mundo no faltan ideas,
falta nuestro corazón y nuestra decisión.

Universidad Rafael Landívar

Admisiones ▶ Acreditaciones ▶ Cursos Libres ▶ Donaciones

Posgrados ▶ Becas ▶ Deportes ▶ Egresados

Red de BIBLIOTECAS
AUSJAL

Vida Universitaria PLAZA PÚBLICA brujula.com.gt

Expandingo la visión del mundo
Se complementa la formación
Un ron emborracha (y contamina) al río Popohuá
Donde más y donde menos
Recorrido de la Memoria y la Esperanza
Cerati

Actividades

Concurso de Anime
COLOQUIOS FILOSÓFICOS
¿Para qué sirve la Filosofía en el mundo actual?
VIDA UNIVERSITARIA #97 edición septiembre
Startup Weekend

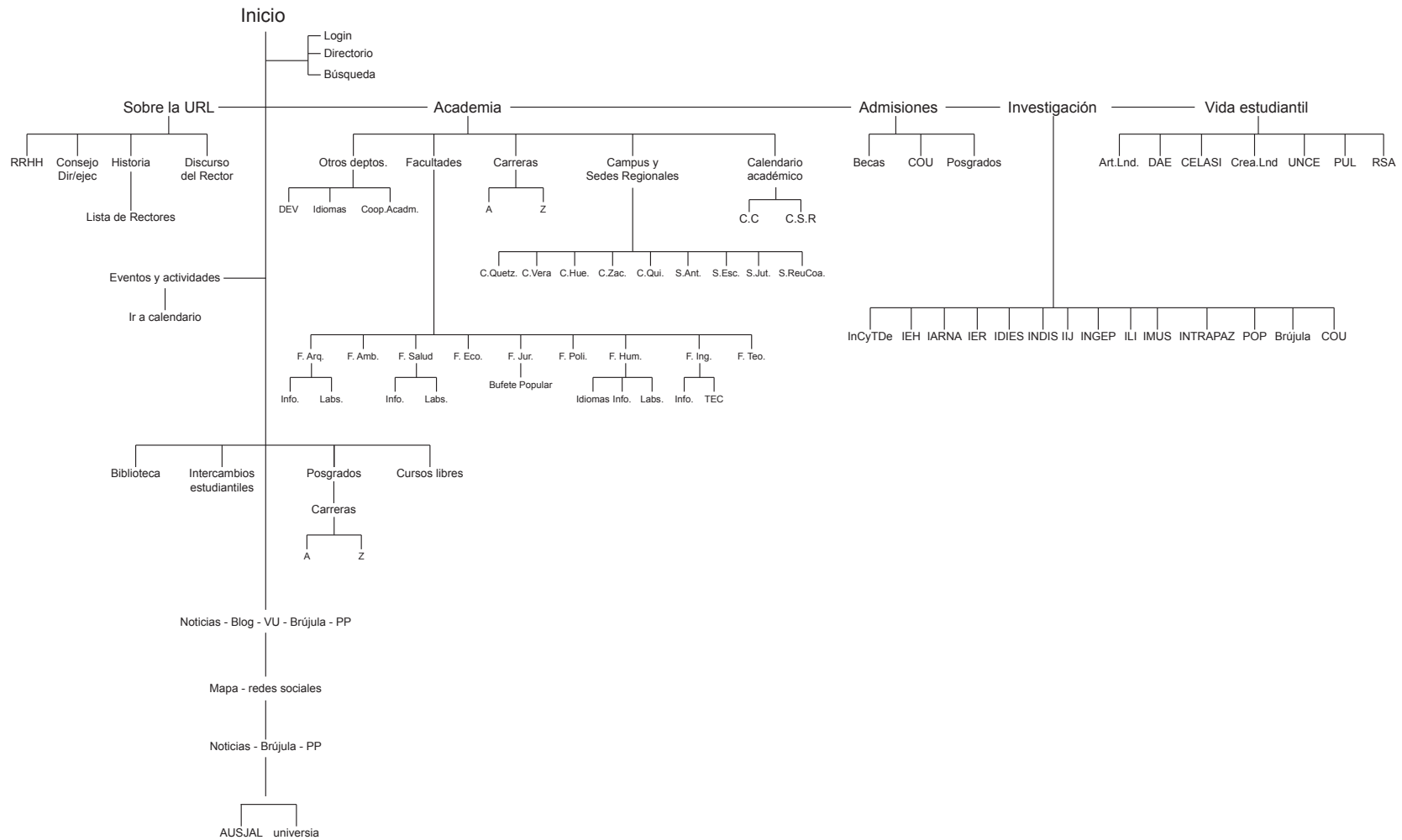
Universidad Rafael Landívar, Vista Hermosa III Campus Central zona 16 - Guatemala, Centroamérica.
Tel (+502) 2426-2626 Correo electrónico: info@url.edu.gt

CONTENIDO DEL MATERIAL GRÁFICO

Mapa de sitio

Arquitectura de información

(actualizado para el rediseño por parte de la Dirección de Comunicaciones)



DISEÑO DEL CONCEPTO

Según la RAE (2014, en red) la palabra concepto (Del lat. *conceptus*) es la "idea que concibe o forma el entendimiento".

Se puede definir entonces al concepto como una idea que resume la información que se obtiene y se interpreta a través de este para crear un mensaje que sirve para captar e influir en el grupo objetivo. El concepto es útil para encontrar una forma de comunicar el mensaje de manera diferenciadora y para ubicar a los diseñadores o creativos en una idea concreta, sin dudas ni ambigüedades, así como para permitir y explorar la creatividad.

Se utilizaron diversas técnicas creativas para estimular la producción de ideas. Estas son Brainstorming combinado con el catálogo, IDEART, camino al futuro, inspiración desde los colores combinada con brainstorming y DISRUPT, cada una de estas fue una exploración creativa para lograr la frase conceptual. Para cada técnica aplicada se presenta, al inicio de su proceso, una breve explicación sobre en qué consistió la técnica.

DISEÑO DEL CONCEPTO DC: BÚSQUEDA DEL CONCEPTO

1. BRAINSTORMING/CATÁLOGO

En el siguiente proceso de conceptualización se utilizó una combinación de ejercicios de creatividad de lluvia de palabras con la técnica el catálogo. Esta técnica consiste en seleccionar dos palabras al azar obtenidas de un libro y escribir palabras asociadas a estas, luego se combinan para obtener ideas de cada combinación, las cuales se relacionan con el problema de comunicación o necesidad. Luego se eligieron las mejores ideas y se combinaron con palabras del brainstorming para formar frases conceptuales.

UNIVERSIDAD

- » Entidad
- » Unidad
- » Operativa
- » Enseñanza
- » Superior
- » Investigación
- » Creación
- » Cultura
- » Científica
- » Humanística
- » Campus
- » Grados
- » Académico
- » Títulos
- » Profesionales
- » Comunidad
- » Profesores
- » Gremios
- » Colectivo
- » Legal

- » Derechos
- » Escuelas
- » Histórica
- » Academia
- » Institución
- » Estudios
- » Maestros
- » Estudiantes
- » Catedráticos
- » Sabiduría
- » Inteligencia
- » Voluntariado
- » Ayuda
- » Futuro
- » Trabajo
- » Facultad
- » Cátedra
- » Conocimiento
- » Difusión
- » Economía
- » Disciplina

- » Cursos
- » Admisiones
- » Posgrados
- » Becas
- » Deporte
- » Egresados
- » Donaciones
- » Biblioteca
- » Vida
- » Edificio
- » Independencia
- » Tradición
- » Verdad
- » Búsqueda
- » Proyección
- » Social
- » Docencia
- » Integral
- » Sostenible
- » Transforma
- » Sociedad

- » Justa
- » Humana
- » Inclusiva
- » Libertad
- » Excelencia
- » Misión
- » Coordinada
- » Servicio
- » Personal
- » Calidad
- » Intelectual
- » Soluciones
- » Competencia
- » Actualizada
- » Responsabilidad
- » Impulso
- » Administrativa
- » Orden
- » Patrimonio
- » Libros
- » Lectura
- » Oraciones
- » Palabras
- » Inspiración
- » Católica
- » Desarrollo
- » Integridad
- » Profesional
- » Moderna
- » Prestigio
- » Formal
- » Vanguardista
- » Personas
- » Juventud
- » Conciencia
- » Principios
- » Virtudes
- » Valores
- » Ética

- » Moral
- » Igualdad
- » Oportunidad
- » Orden
- » Participación
- » Actividad
- » Ciudad
- » Vida
- » Política
- » Bienes
- » Propiedad
- » Especializada
- » Saber
- » Pública
- » Privada
- » Departamentos
- » Colegios
- » Centros
- » Pensamiento
- » Empírico
- » Historia
- » Medieval
- » Escudo
- » Identidad
- » Huella
- » Camino
- » Avance
- » Establecimiento
- » Tema
- » Carácter
- » Administración
- » Labor
- » Laboratorios
- » Optativa
- » Etapa
- » Acumular
- » Expandir
- » Promoción
- » Civilización

WEB

- » Planificación
- » Sitios
- » Navegación
- » Acceso
- » Usabilidad
- » Interactivo
- » Arquitectura
- » Jerarquía
- » Eficiencia
- » Contacto directo
- » Funcionalidad
- » Estructura
- » Simplicidad uso
- » Consistencia
- » Claridad visual
- » Flexibilidad
- » Satisfacción
- » Memorable
- » Modular
- » Flat
- » Información
- » www
- » informática
- » Red
- » Mundial
- » Sistema
- » Distribución
- » Documentos
- » Hipertexto
- » Hipermédios
- » Interconectado
- » Accessible
- » Vía
- » Usuario
- » Páginas
- » Contenedor
- » Texto
- » Imágenes

- » Videos
- » Contenidos
- » Multimedia
- » Enlaces
- » Links
- » Desarrollo
- » Estándares
- » Lenguaje
- » Computación
- » Comunicación
- » Nodos
- » Vincular
- » Programación
- » Ciencia
- » Satélite
- » Consola
- » Funcionalidad
- » Ordenador
- » Transferencia
- » Datos
- » Software
- » Gestión
- » Interfaz
- » Operativa
- » Tecnológico
- » Soporte
- » Noción
- » Servidor
- » Herramientas
- » Envío
- » Proceso
- » Global
- » Identificador
- » Recurso
- » Extensiones
- » Licencia
- » Computador
- » Tablet
- » Smartphone
- » Clasificación
- » Insertar
- » HTML
- » Línea
- » Home
- » Navegadores
- » Chrome
- » Firefox
- » Explorer
- » Rendimiento
- » Traducir
- » URL
- » Dirección
- » IP
- » Etiqueta
- » Numérica
- » Base
- » Nombre
- » Dominio
- » Dispositivo
- » Lógico
- » Dinámico
- » Localización
- » Gráficos
- » Almacenar
- » Electrónico
- » Correo
- » Ficheros
- » Estadísticas
- » Visitas
- » Renderizar
- » CSS
- » Producir
- » Pantalla
- » Universal
- » Java
- » Script
- » Plataforma
- » Sintaxis
- » Cargar
- » Confiable
- » Flujo
- » Intercambio
- » Digital
- » Virtual
- » Rapidez
- » Inmediato
- » Medio
- » Difusión
- » Proceso
- » Propagación
- » Divulgación
- » Noticias
- » Actitudes
- » Costumbres
- » Equipo
- » Impulsos
- » Eléctricos
- » Ondas
- » Transporte
- » Emisor
- » Mensaje
- » Receptor
- » Compartir
- » Disponibilidad
- » Velocidad
- » Reducción
- » Costo
- » Módulos
- » Hardware
- » Compatibilidad
- » Aplicaciones
- » Responsivo
- » Programador
- » Infraestructura
- » Artefacto
- » Componentes
- » Metodología

DESENCAJAR — JOVEN
 Alterar — Alegre
 Sacar — Estudiantes
 Caja — Mochilas

ENGANCHAR — PIRATA
 Agarrar — Clandestino
 Gancho — Robar
 Atraer — Mar

ENGANCHAR-PIRATA

- » Enganchar a usuarios a permanecer en web.
- » Pirateando la URL

AGARRAR-MAR

- » Abarcar un mar de información
- » Guiar a usuarios a través de web
- » Tonalidades de azul

GANCHO-ROBAR

- » Sujetar a los usuarios
- » Gancho de información

ATRAER-CLANDESTINO

- » Atracción fatal

DESENCAJAR-MOCHILAS

- » Espacios no organizados en cajas

ALTERAR-ESTUDIANTES

- » Asustar estudiantes con el portal
- » Estudiantes hinoptizados

SACAR-ALEGRE

- » Vibración de alegría

CAJA-JOVEN

- » Espacios de juventud
- » Jovenes encajados

PLATILLO		DENTISTA
Instrumento		Dientes
Percusión		Salud
Disco		Boca

FELINO		INFLACIÓN
Mamífero		Economía
Carnívoro		Aumento
Garras		Precios

PLATILLO-BOCA

- » Comunicando elementos circulares
- » Circulación de la comunicación
- » Ondas comunicacionales

INSTRUMENTO-SALUD

- » Salud mental e instrumental
- » El sitio como instrumento de salud

PERCUSIÓN-DIENTES

- » Ritmo ordenado en el sitio
- » Sonidos de estudiantes universitarios

DISCO-DENTISTA

- » Mostrar profesionales en sus labores
- » Lanzamiento del sitio

FELINO-INFLACIÓN

- » Expandiendo conocimientos
- » Expansión de horizontes

MAMÍFERO-PRECIOS

- » Precios de colegiaturas al alcance del usuario

CARNÍVORO-AUMENTO

- » Aumentar la población estudiantil

GARRAS-ECONOMÍA

- » El sitio te engancha con lo económico

FRASES

- » Enganchados en la modernidad estructurada.
- » Profesionales que guían el acceso.
- » Interactividad que te engancha en formalidad.
- » Portal vibrante de alegría.
- » Interactividad de movimientos alegres.
- » Guiados al enganchamiento profesional.
- » Hipnosis de cajas desenchajadas.
- » Sujutando espacios de juventud.
- » Pirateando jóvenes guiados hacia la alegría.
- » Opuestos de atracción espaciosos.
- » Mares informáticos de hipnosis joven.
- » Haciendo vibrar el mundo joven.
- » Enganchando información azul.
- » Tonos de juventud que enganchan.
- » Espacios de atracción central.
- » Guías informativas espaciales.
- » Universidad que asusta por cajas.
- » Cajas al nivel estudiantil.
- » Información empaquetada.
- » Arrasando espacios juveniles.
- » Comunicando en plataformas circulares
- » Información de intercambio cíclico
- » Códigos que comunican a través de ondas
- » Ondas de velocidad inmediata al usuario
- » Instrumento para ampliar conocimientos
- » Ritmos que comunican en redes ordenadas
- » Enlaces al ritmo de la difusión
- » Compatibilidad gráfica con el ritmo ordenado
- » Programando mentes de estudiantes como profesionales
- » Programando y desarrollando mentes de contenidos académicos
- » Operando sonidos de estudiantes compatibles
- » Lanzando plataformas de comunicación académica
- » Dominando el lanzamiento del sitio estudiantil

- » Herramientas para lanzar comunicación aplicada
- » Expandiendo conocimientos en la navegación de consola
- » Expandiendo la interfaz para el conocimiento libre
- » Precios de competencia envolvente
- » Formalidad en el incremento poblacional académico
- » Información de gestión estudiantil y difusión informática
- » Códigos de expansión comunicacional
- » Proceso para atrapar receptores por nodos
- » Vinculación de transferencia académica en la comunicación fluida
- » Envío de comunicación por ciclos
- » Transferencia de datos académicos en expansión
- » Mar de lenguaje codificado
- » Noticias que viajan como datos codificados
- » Academia que acoge estudiantes a través de un servidor
- » Herramientas espaciales de soporte superior
- » Impulsos eléctricos de información educativa
- » Licencias para expandir conocimientos
- » Satélites que transmiten ondas de pensamiento
- » El valor personal del conocimiento expandible
- » Sabiduría que comunica y vincula por nodos
- » Procesos lógicos de vida en aumento
- » Juventud al ritmo de la interfaz dinámica
- » Atracción a la educación fatal
- » Consola que expande un mar de información
- » Dominio de espacios juveniles
- » Guiando al usuario a través de impulsos eléctricos
- » Procesos de tonalidad azul tecnológica
- » Plataformas virtuales de espacios sociales
- » Distribución sistemática de información para juventud
- » Usuarios de unidad que operan labores profesionales
- » Estructura de ciclos de comunicación eléctrica
- » Etiquetas de guía para usuarios académicos
- » Responsabilidad responsiva de jóvenes encajados
- » Ficheros de expansión de inteligencia y prestigio

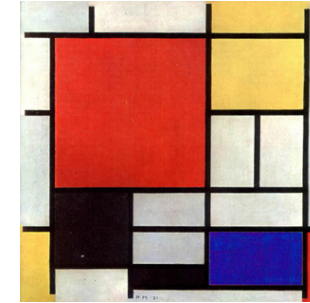
2. IDEART

Es una técnica de creatividad útil para generar ideas a través del pensamiento provocativo. En esta se manejan estímulos visuales, comúnmente pinturas de artistas conocidos. De una imagen se generan analogías y asociaciones para forzar conexiones entre el foco creativo (problema) y la imagen, de esta forma se crean las frases conceptuales.



Fuente: <http://bit.ly/1BQFSJK>

Salvador Dalí
Hijo del hombre



Fuente: <http://bit.ly/1zO1ORj>

Piet Mondrian



Fuente: <http://bit.ly/1Flzi3W>

Oleg Shuplyak



Fuente: <http://bit.ly/18KNH36>

Claude Monet
El punto de Waterloo

Salvador Dalí-Hijo del hombre

IDEAS AL AZAR	RELACIONADO
Manzana se convierte en cara del hombre	Manzana de sabiduría Jóvenes con cara de manzana La otra cara de la manzana
Formalidad al aire libre	Portal como un día de campo En armonía con la naturaleza Formalidad natural no forzada
Del cielo caen manzanas	Trozos de sabiduría El cielo no es el límite
Generaciones de abstracción	Lazos entre páginas Tradiciones abstractas

Piet Mondrian

IDEAS AL AZAR	RELACIONADO
Bloques sólidos	Flat solid colors
Formalidad modular	Retícula semi-formal
Cuadros y rectángulos	Manejando espacios cuadrículares
Layout visible	Marcando el layout Rastros de layout en el portal

Oleg Shuplyak

IDEAS AL AZAR	RELACIONADO
Rostros humanos	Rostros de los estudiantes Las caras del ejemplo Los rostros del portal
Paisajes de naturaleza cotidiana	Portal de ambientación natural Paisajes universitarios
La cultura del pueblo	Mostrando raíces guatemaltecas El pueblo universitario
Figura fondo natural	Mensajes ocultos en el portal Manejo de figura fondo espacial

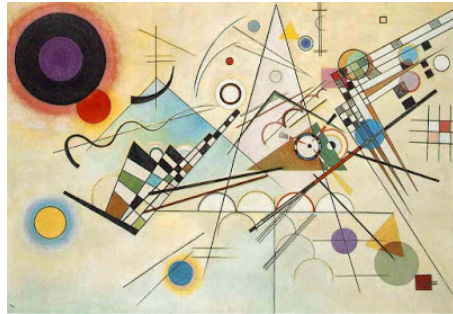
Claude Monet-Puente de Waterloo

IDEAS AL AZAR	RELACIONADO
Desvanecer en tonos azules	Uso de degradés azules
Cruzar brechas imposibles	Interconectando información Puentes que eliminan distancias de mensajes
Puntos de comunicación industrial	Comunicación tecnológica Puntos de énfasis
Navegando entre huecos azules	Portales de profundidad azul Avanzar al agujero informático



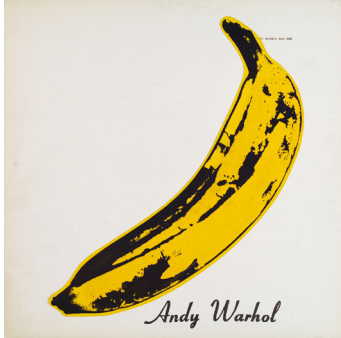
Fuente: <http://bit.ly/1FIUmaO>

Leonid Afremov



Fuente: <http://bit.ly/18KXpCv>

Wassily Kandinsky



Fuente: <http://bit.ly/1bhugjY>

Andy Warhol



Fuente: <http://bit.ly/1iQiGdx>

Jackson Pollock

Leonid Afremov

IDEAS AL AZAR	RELACIONADO
Caminando al amanecer	Caminando hacia tu profesión Amanecer de oportunidades En busca del camino
Naturaleza colorida	Los colores de mi gente Tonos de estudio Portal multicolor
Soledad por la mañana	Solitarios y sabios Estudios solitarios
Camino al infinito	Lazos entre páginas Tradiciones abstractas

Kandinsky

IDEAS AL AZAR	RELACIONADO
Orden en el caos	Portal desordenado insaturado
Geometría de dispersión	Portales dispersos Contenidos alejados Columnas de distancia monumental
Puntos de fuga multidireccionales	Múltiples puntos de enfoque
Abstracciones geométricas conectadas	Conexiones abstractas entre estudiantes

Andy Warhol

IDEAS AL AZAR	RELACIONADO
Desayuno matutino	Sitios de información matutina Alimento académico por la mañana
Consumismo podrido	La imagen podrida del sitio Viejo es podrido y consumido
Mallugado amarillo	Portal atrofiado Estructuras descompuestas
Imperfección natural	Estructuras orgánicas Naturalidad en el equilibrio imperfecto

Jackson Pollock

IDEAS AL AZAR	RELACIONADO
Splash molecular	Moléculas de información Pequeños espacios informativos
Goteras en el techo	Elementos que caen desde arriba
Locura moderna	Cada sabio tiene un loco por dentro
Vientos desesperados	Ráfagas informativas Ráfagas de movimiento modular

FRASES

- » Simplificando la proyección moderna.
- » Modernidad de semiformalidad joven.
- » Hipnosis de modernidad.
- » Integrando layout de simplicidad.
- » Profesionalidad sin límites.
- » Cuadrados de proyección moderna.
- » Hijos de la manzana navegable.
- » Del cielo caen profesionales.
- » Diagramas modulares primarios.
- » Layouts de continuidad espacial.
- » Modernidad semi-formal integrada.
- » La manzana interior de todos.
- » Sabiduría que cae del cielo.
- » Alcanzando límites espaciales.
- » Enlaces de tradición y modernidad.
- » Abstracciones enlazantes espaciales.
- » Campos de armonía abstracta.
- » Armonía estructural entre manzanas.
- » Juventud con visión espacial.
- » Espacios amigables de juventud.
- » La cuadrícula juvenil.
- » Formalidad de solidez combinada con armonía.
- » Bloques de formación al exterior.
- » Exteriores de sabiduría.
- » Exteriorizando sabiduría en manzanas.
- » Layouts de flexibilidad modular.
- » Rostros de estudiantes robotizados
- » Ejemplificando el compromiso estudiantil
- » Las caras de la educación ejemplar
- » Modernizando la cara académica
- » Paisajes naturales de la universidad
- » Edificios de sabiduría
- » Ambientes educativos que comprometen
- » Información que comunica raíces guatemaltecas

- » Portal universitario típico
- » Textiles culturales en el portal
- » Tradición guatemalteca popular
- » El pueblo unido jamás será vencido
- » La comunidad landivariana te da la bienvenida
- » Comunicación con la comunidad landivariana digital
- » Digitalizando el espacio de figura fondo
- » Ocultando mensajes innecesarios
- » Tonos de mensajes transmitidos linealmente
- » Desvaneciendo azules de información
- » Academia azul que desvanece
- » Conexión de información profesional y educativa
- » Puentes de comunicación entre usuario y universidad
- » Puentes que comunican inteligencia
- » Experiencias de construcción de información
- » Tecnología que emite comunicación sabia y tradicional
- » Puntos de énfasis juvenil
- » Conectando puntos entre jóvenes y academia
- » Agujeros de información perdida
- » Saltando agujeros
- » Profundidad del mensaje que capta por ondas electrónicas
- » Campos de campus informativos
- » Espacios semi-formales de conocimientos
- » Layouts cuadrados de modernidad espacial
- » Distribución de raíces guatemaltecas
- » Soportes de información superior
- » Cimientos del futuro profesional
- » Estudios que aseguran tu futuro
- » Tecnología que comunica puntos de énfasis
- » Enfoque inteligente hacia la sabiduría juvenil
- » La manzana envenenada de sabiduría
- » Sabiduría que cae del cielo
- » Rostros del ejemplo voluntario
- » La cultura de la comunidad inteligente y emprendedora
- » Enfatizando a los jóvenes estudiantes
- » La web, tu camino a la profesión
- » Intercambio de oportunidades que amanecen en códigos
- » Caminos que buscan el olvido
- » Caminos hacia el infinito académico
- » Academia que amanece con oportunidades modulares
- » Modernidad de cultura multicolor
- » La personalidad de Guatemala situada con modernidad y futuro
- » Etapas de estudio por color
- » Navegando en el mundo solitario de la web
- » Digitalización solitaria inteligente
- » Soledad de ambientes espaciales
- » Conexiones que comunican páginas
- » Lazos que atan sitios múltiples
- » Tradición de educación académica digital
- » Cuerdas de información interpersonal
- » Caos informático en el portal universitario
- » Minimalismo de educación académica desordenada
- » Estructuras desordenadas colgantes
- » Abstracciones de dispersión elástica
- » Modernidad y elegancia en el desorden estructural
- » Dispersión de la cadena estructural
- » Red de dispersión contenida en cajas
- » Cambios de columnas que se distancian de lo académico
- » Monumentos de información dispersa y modular
- » Perspectivas del sitio vertical
- » Reflectores de énfasis geométrico desordenado
- » Abstracción de comunicación estudiantil
- » Conexiones que comunican de forma abstracta
- » Comunicación educacional por la mañana
- » Alimentación informativa académica
- » Infografías de información universitaria flat
- » Moléculas de información que se expanden al futuro
- » Espacios pequeños para pequeña información
- » Brevidad de información en el minimalismo molecular

- » Goteo de información digital
- » Desde el cielo cae la academia
- » Peso académico que fluye hacia abajo
- » Inteligencia tecnológica que cae del más sabio
- » Todo sabio tiene un loco en su interior
- » Locura de información académica equilibrada
- » Las dos caras del sabio
- » Velocidad de transmisión informativa
- » Movimientos de módulos en parallax
- » Comiendo información para tu futuro
- » Absorbiendo amaneceres de información
- » Devorando códigos de información
- » Informando a la juventud de educación superior
- » Futuro que devora códigos web
- » Web de amaneceres matutinos
- » Portal atrofiado de conocimientos académicos
- » Conexión de expansión abstracta informativa
- » Información digital que conecta con los estudiantes
- » Lazos de páginas que amarran información por módulos
- » Múltiples puntos de vista que enfocan información importante

3. CAMINO AL FUTURO

Esta es una técnica de conceptualización que se enfoca en hacer dos listas de lluvia de ideas. En la primera lista se colocan palabras describiendo la situación actual de la pagina web y en la segunda describiendo a dónde se quiere llegar. Luego se crea una combinación entre las dos listas para generar frases conceptuales que hagan alusión hacia el futuro pero sin olvidarnos del presente.

Presente

- | | | |
|------------------|-------------------|------------------|
| » Aburrido | » Anticuado | » Apatía |
| » Ordenado | » Cuadrado | » Desolado |
| » Monótono | » Esparcido | » Antipático |
| » Estructurado | » Pasado | » Débil |
| » Rígido | » Engranaje | » Desagradable |
| » Pequeño | » Manual | » Frívolo |
| » Azul | » Incompatible | » Inseguro |
| » Amarillo | » Lento | » Negligente |
| » Crema | » Perdido | » Recto |
| » Confuso | » Sin enfocar | » Torpe |
| » Sobrecargado | » Inefectivo | » Inapropiado |
| » Viejo | » Descontinuado | » Ineficiente |
| » No responsivo | » Lineal | » Lento |
| » Serio | » Pesado | » Triste |
| » Plano | » Apretado | » Enredado |
| » Monocromático | » Oxidado | » Inútil |
| » Opaco | » Temporáneo | » Incomprensible |
| » Cuadrado | » Provisional | » Atraso |
| » Poco intuitivo | » Sucio | » Inoportuno |
| » Extraño | » Lleno | » Ineficiente |
| » Genérico | » Confusión | » Inaccesible |
| » Frio | » Poca usabilidad | |
| » Desactualizado | » Frustración | |
| | » Dolor | |
| | » Estrés | |

Futuro

- » Creativo
- » Responsivo
- » Moderno
- » Juvenil
- » Amigable
- » Diferente
- » Intuitivo
- » Dinámico
- » Interesante
- » Organizado
- » Líder
- » Directo
- » Eficiente
- » Jerárjico
- » Punto focal
- » Identidad
- » Innovador
- » Creativo
- » Usable
- » Relajante
- » Limpio
- » Amplio
- » Nuevo
- » Futurista
- » Cambio
- » Compatible
- » Rápido
- » Complejo
- » Enfocado
- » Placer
- » Calma
- » Limpio
- » Pulcro
- » Cuidado
- » Encontrado
- » Mínimo
- » Optimizado
- » Intuitivo
- » Ergonómico
- » Visual
- » Pensado
- » Estructurado
- » Comprensible
- » Apoyo
- » Animo
- » Soporte
- » Acompañado
- » Amistoso
- » Fuerte
- » Agradable
- » Seguro
- » Pensativo
- » Rítmico
- » Inteligente
- » Eficiente
- » Apropiado
- » Centrífugo
- » Ordenado
- » Útil
- » Ráfaga
- » Adelantado
- » Oportuno
- » Tecnológico
- » Empático
- » Navegable
- » Accesible
- » Viable
- » Inteligente
- » Claro
- » Evidente
- » Sensible
- » Partidario
- » Fulminante
- » Ventajoso
- » Rentable
- » Arreglado
- » Ordenado
- » Dispuesto
- » Reciente
- » Fresco
- » Vigente
- » Resplandeciente
- » Innovador
- » Transformador
- » Reformador

FRASES

- » Orden creativo
- » Planos responsivos
- » Confusión intuitiva
- » Innovaciones extrañas
- » Estructuras modernas
- » Identidades opacas
- » Orden amigable
- » Planos juveniles
- » Intuición azul
- » Creatividad monocromática
- » Confusión organizada
- » Amarillo responsivo
- » Dinamismo crema
- » Líder no responsivo
- » Juventud confusa
- » Extraña jerarquía
- » Rigidez amigable
- » Punto focal poco intuitivo
- » Modernidad rígida
- » Atrasos de oportunidades eficientes
- » Utilidad en seguridad sostenible
- » Suciedad enfocada en lo mínimo
- » Seguridad de una lenta utilidad
- » Limpieza en un futuro extraño
- » Modernidad seria
- » Accesibilidad a una confusión del futuro
- » Creatividad en planos pensativos

- » Usabilidad desolada
- » Diferencias en oxidaciones pulcras
- » Optimización de la modernidad
- » Lideres en la limpieza
- » Identidad de planos fríos
- » Rigidez en un futuro enfocado
- » Inteligencia enredada
- » Engranajes de un motor futurista
- » Limpieza visual en la inseguridad
- » Soportes lineales
- » Cuadros de placer complejo
- » Soporte ineficiente de utilidad
- » Amplio esparcimiento de tecnología
- » Reforma de antiguas sombras
- » Orden neutral
- » Orden abrumador de lo actual
- » Negligente utilidad que busca ser eficaz
- » Asperezas actuales
- » Sensibilidad difusa

4. INSPIRACIÓN DESDE LOS COLORES/ BRAINSTORMING

Esta técnica consiste en la combinación de los ejercicios de creatividad de brainstorming con inspiración por color. La técnica de inspiración por color es una técnica que se utiliza para generar ideas a través de fotografías de colores intensos y se intenta relacionar el objeto creativo con las imágenes a través de analogías; fusionado con el brainstorming, de cada imagen se escriben palabras, que luego se mezclan para obtener frases conceptuales.



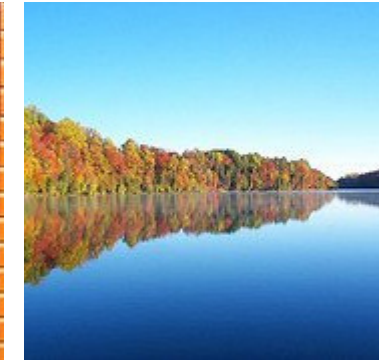
<http://bit.ly/1v0A58Y>



<http://bit.ly/10kphJU>



<http://bit.ly/1Byi8B6>



<http://bit.ly/1v0zGmS>

- » Accesible
- » Acceso
- » Acumulación
- » Adaptable
- » Adaptación
- » Agua
- » Aire
- » Amarillo
- » Animal
- » Antiguo
- » Apariencia
- » Árbol
- » Área
- » Arquitectura
- » Arrepentimiento
- » Avanzar
- » Ayudar
- » Belleza
- » Bloque
- » Bloqueado
- » Bosque
- » Café
- » Cálido
- » Calma
- » Cambio
- » Cambio
- » Cambio
- » Cambios
- » Camino
- » Camuflaje
- » Carreta
- » Casa
- » Centro
- » Centro
- » Ciclo
- » Circular
- » Circunferencia
- » Código
- » Cometido
- » Comienzo
- » Complementario
- » Complemento
- » Comunicación
- » Comunidad
- » Conexión
- » Confinamiento
- » Confort
- » Continente
- » Contraste
- » Cortejo
- » Cortina
- » Creatividad
- » Crecer
- » Crecimiento
- » Criatura
- » Cuadrado
- » Cuadrante
- » Dato
- » Dedicación
- » Degradé
- » Descubrir
- » Desequilibrio
- » Desigual
- » Destino
- » Desvanecer
- » Detalle
- » Diferencia
- » Dirección
- » División
- » Ejes
- » Elementos
- » Engaño
- » Enriquecimiento
- » Entono
- » Equidad
- » Equilibrado
- » Escueto
- » Esfuerzo
- » Espacio
- » Espacio vacío
- » Esplendor
- » Esponjoso
- » Estaciones
- » Estructura
- » Expansión
- » Experiencia
- » Extensión
- » Fabricado
- » Familia
- » Fauna
- » Fin
- » Flexibilidad
- » Flora
- » Formal
- » Fragmentos
- » Franjas
- » Frio
- » Frontera
- » Fuego
- » Funcionalidad
- » Furia
- » Fusión
- » Gaseoso
- » Genero
- » Historias
- » Hojas
- » Horizontal
- » Horizonte
- » Idea
- » Ideología
- » Impenetrable
- » Inclinación
- » Inestable
- » Ingeniería
- » Inspiración
- » Instinto
- » Interacción
- » Interactivo
- » Intercambio
- » Interés
- » Intersección
- » Intriga
- » Irregular
- » Jerarquía
- » Leyes
- » Libertad
- » Lienzo
- » Limite
- » Lineal
- » Líneas
- » Liquido
- » Lugar
- » Llamativo
- » Lleno
- » Madera
- » Marco
- » Mecánico
- » Mecanismo
- » Medio
- » Meditación
- » Mimetizar
- » Minimalismo
- » Mínimo
- » Mirada
- » Misterio
- » Moderno
- » Modificar
- » Modular
- » Motor
- » Movilizar
- » Movimiento
- » Multicolor
- » Mundo
- » Muro
- » Musgo
- » Naturaleza
- » Navegabilidad
- » Nivelar
- » Ojos
- » Oleo
- » Opaco
- » Oportunista
- » Opuestos
- » Orden
- » Orgánico
- » Organización
- » Otoño
- » Paralelo
- » Parte
- » Patrón
- » Pensamiento
- » Perspectiva
- » Piedras
- » Pincel
- » Pintor
- » Plan
- » Plumas
- » Poder
- » Positivismo
- » Práctica
- » Principal
- » Prisión
- » Profundidad
- » Progresar
- » Progreso
- » Proteger
- » Punto
- » Punto focal
- » Raíz
- » Ramas
- » Rancho
- » Rectilíneo
- » Recto
- » Redondo
- » Reflejo
- » Reflexión
- » Renacer
- » Repartir
- » Repetición
- » Representación
- » Resaltar
- » Resguardar
- » Retrasos
- » Ritmo
- » Rumbo
- » Ruta
- » Segmentación
- » Seguridad
- » Semillas
- » Sendero
- » Sentidos
- » Seriedad
- » Silueta
- » Simple
- » Sitios
- » Solido
- » Sombras
- » Técnica
- » Textura
- » Tierra
- » Tonalidad
- » Tonalidades
- » Trabajo
- » Tradición
- » Tranquilo
- » Transparente
- » Trascendencia
- » Traslucido
Orgánico
- » Trayectoria
- » Triangulo
- » Unidad
- » Universo
- » Uno
- » Usabilidad
- » Uso
- » Usos
- » Usuario
- » Vacío
- » Variedad
- » Vejes
- » Velocidad
- » Versatilidad
- » Vibrante
- » Vida
- » Vidrio
- » Viento
- » Virtud
- » Vivo
- » Volumen
- » Vuelo

FRASES

Bloque + Minimalismo + Expansión

- » Patron de bloques en expansión.
- » Centro minimalista de bloques circulares.
- » Expansión de franjas minimalistas.
- » Bloques triangulares que expanden horizontes.
- » Expansión minimalista modular.
- » Bloques minimalistas que se abren.
- » Expansión mínima de bloques.
- » Catarsis minimalista.
- » Expandiendo bloques horizontales hacia el minimalismo.

Cambio + Movimiento + Flexibilidad

- » Cambio modular con movimiento.
- » Flexibilidad mecánica con progresivo movimiento.
- » Movimiento Paralelo con cambios simples.
- » Movimiento en espacio vacío con cambio de contraste.
- » Todo cambia todo fluye.
- » Cambios flexibles en movimiento.
- » Flexibilidad hacia el cambio.
- » Movimientos que cambian de dirección curva.
- » Ciclos en movimiento.
- » Ondas expansivas del cambio.
- » Flexibilidad que cambia hacia movimientos circulares.

Elementos + Lienzo + Instinto

- » Lienzo de elementos modulares
- » Instintos elementales de la naturaleza
- » Lienzo del instinto creativo
- » Elementos en un lienzo de diversidad
- » Instintos plasmados en un lienzo de colores

» Viaje + Experiencia + Misterio

- » Viaje de experiencias concentradas
- » EL misterio de una experiencia
- » Viaje de experiencias misteriosas
- » Experiencias en un viaje futurista
- » El futuro de experiencias misteriosas

» Ritmo + Universo + Silueta

- » Ritmos verticales en el universo
- » Silueta de un universo paralelo
- » Siluetas al ritmo de la música
- » Universo de ritmos cambiantes
- » Universo evolucionando al ritmo del futuro

» Nivel + Ejes + Cambio

- » Ejes en diferentes niveles
- » Ejes cambiantes del futuro
- » Niveles de cambios futuristas
- » Cambios en un futuro nivelado
- » Ejes del cambio

5. DISRUPT

Esta es una técnica de conceptualización que consiste en romper conexiones de forma absurda. La técnica se ayuda de transformar, mejorar, crear y DISRUPT las imágenes que se escogen al azar de una baraja de tarjetas. Con las imágenes que surgen, el individuo debe dejarse llevar, divertirse y equivocarse al momento de generar ideas que abran camino al pensamiento lateral.

FRASES

- » Movimiento paralelo con cambios simples.
- » Movimiento en espacio vacío con cambio de contraste.
- » Patrón de bloques en expansión.
- » Sillas que acomodan el éxito.
- » Mecánica que asciende al futuro.
- » Escaleras para salir de la basura.
- » Elevarse hacia abajo.
- » Lavar con palabras la cabeza.
- » Mecánica con movimiento paralelo que asciende a lo moderno.
- » Espacio vacío que escala al éxito.
- » Pasos para subir a un espacio vacío.
- » Movimiento mecánico con cambio de contraste.
- » Patrón de bloques que asciende al futuro (éxito).
- » Bloques con movimiento paralelo que muestran ascenso.
- » Bloques que muestran ascenso al éxito.
- » Un río de conocimiento
- » Limpia tus ideas
- » Un portal limpio
- » Educación transparente
- » Limpia tu vida con educación
- » Luz de oportunidad educativa
- » Espacios amplios para aprender
- » Un portal automático
- » Guarda tu futuro
- » Lleva tu futuro
- » Deslízate hacia la tecnología
- » Guarda tu cabeza para el estudio
- » Velocidad de cohete para entrar al portal
- » Cohete como computadora
- » Universidad espacial
- » Universidad del futuro
- » Alumnos tecnológicos
- » Silla que sirve como computadora
- » Silla con computadora integrada
- » Silla que te educa
- » Siéntate a aprender
- » El espectador del futuro
- » Silla con experiencia
- » Estudiantes que viven en moto
- » Ya no mas vivir esperando por velocidad lenta
- » Vida universitaria
- » El motor que ve el aprendizaje
- » Salva tu futuro no lo tires a la basura
- » No tenemos un servicio de ayuda defectuoso
- » Salir de una mala educación
- » Sube hasta sobresalir de la basura
- » Fiesta de estudiantes en el aire
- » Educación que rebana a la competencia
- » Navega por el portal
- » Una lluvia de oportunidades educativas
- » Lávate las malas experiencias
- » Limpiemos las oportunidades
- » Volar entre la web
- » Alcanzando el título en el universo
- » Explotando títulos
- » Lanzando sombreros al espacio
- » Sillas ergonómicas
- » Acómodate a ver el sitio como en el cine

- » Botones en la silla para navegar
- » Estudiantes felices sentados viendo la web
- » Rebeldes enjaulados en web
- » Velocidad de altura= velocidad del sitio
- » Seguridad veloz
- » Modernizado pero atrapado
- » Restregar títulos en las caras de otros
- » Remojar imágenes que se distorsionan
- » Poder de convencimiento en estudiantes
- » Ciclos de interacción con usuario
- » Estacionar gente en el sitio
- » Juego web de estacionamiento
- » Recorriendo la U en carros
- » Iluminación elementos importantes
- » Mochilas como suéter
- » Abriendo espacios de interacción
- » Zipper en la mente= exploración de la mente de estudiantes
- » Sujetados al campus
- » Universidad grafitera que se limpia
- » Escalando a la basura universitaria
- » Rodando entre la basura para alcanzar la excelencia
- » Sirena que advierte tu promedio
- » Girando entre sitios
- » Ventilando a estudiantes por la web
- » Saltando al abismo
- » Rescatando almas como el life saber
- » Profesionales purificados
- » Lluvia de conocimientos
- » Mangueras a estudiantes de la URL
- » Títulos al alcance de tus manos
- » Desplazamiento espacial entre profesionales
- » Distribución de contenidos a la velocidad de la luz
- » Alpinismo a la excelencia
- » Goteando contenidos de sabiduría

DISRUPT

De la técnica se crearon frases finales, y luego de su evaluación grupal durante el período de clase de Síntesis del Diseño III, se optó por seguir trabajando más conceptos derivados de la mejor frase expuesta "Mecánica que asciende al futuro".

FRASES FINALES

- » Mecánica con movimiento paralelo que asciende a lo moderno.
- » Bloques con movimiento paralelo que muestran ascenso.
- » Mecánica que asciende al futuro.
- » Patrón de bloques que asciende al futuro (éxito).
- » Pilotar al camino profesional
- » Ciclos de interacción educacional
- » Salvavidas de educación profesional
- » Luz de oportunidad educativa

De la frase "**Mecánica que asciende al futuro**" se derivan:

- » Colectivos de ascendencia futura
- » Ascendiendo a la educación
- » **Conexiones que ascienden al futuro**
- » Horizontes de conexiones ascendentes
- » Escalando posibilidades de comunicación
- » Extendiendo conexiones de profesionalidad
- » Conexiones de aprendizaje para el futuro
- » **Construcción que asciende al futuro**
- » Progreso de aprendizaje al futuro
- » Sembrar la construcción del futuro
- » Enseñanzas que ascienden al futuro
- » **Lecciones que ascienden al futuro**
- » Conocimientos futuros.

FUNDAMENTACIÓN DE CONCEPTOS

Luz de oportunidad educativa

Este concepto busca representar la importancia del portal para la Universidad y la oportunidad de educar para el futuro. El sitio proporciona información a las personas interesadas en ingresar a la universidad, como: los requisitos y proceso para ingresar, pensum de las carreras, perfiles de egresados, y demás gestiones que convierten al portal la entrada, la luz para los estudiantes en el camino de la educación superior. Dicho lo anterior, el concepto intenta mostrar el aporte de una nueva oportunidad para los futuros estudiantes de obtener una mejor educación. Algo que también se busca representar con la luz es la luz del futuro prometedor y esto apoya a la intención del cliente de proporcionar un look & feel más moderno.

Ciclos de interacción educacional

El concepto ejemplifica las diferentes etapas de educación Universitaria. Estas serían representadas por ciclos, es decir por secciones o sitios de diferente color y los cuales proporcionarían información relevante para formar parte de la Universidad. La interacción sería creada a través de elementos que permitan un sitio dinámico, en el que los usuarios deben interactuar activamente con el contenido para involucrarse con la URL. Educacional porque el objetivo es educar a los usuarios sobre los servicios, carreras, actividades y demás opciones que ofrece la Landívar a sus futuros estudiantes.

Mecánica que asciende al futuro

Con este concepto se hace referencia a una parte moderna de la Universidad al referirse a la parte mecánica, que hace alusión del funcionamiento y proceso de la transmisión de

conocimientos a la mente del alumno, es por medio de este proceso que se trata de trascender el conocimiento para que el futuro profesional pueda desempeñarse en su campo laboral. Los términos manejados en el concepto hablan de una parte moderna que sería la mecánica y el futuro, los cuales serían representados a través de elementos mecánicos y formas simples, y la palabra ascender que propone lograr el profesionalismo del estudiante landivariano, el cual se visualizaría por medio de estructuras y ejes verticales.

Conexiones que ascienden al futuro

De la frase conceptual Mecánica que asciende al futuro se derivaron tres frases más de las cuales, fue elegida Conexiones que ascienden al futuro. Esta frase representa un sentido social porque implica la búsqueda y creación de conexiones para cambiar el país y el mundo; representa un sentido de superación porque implica avanzar hacia un nuevo punto, el ascender a algo superior; representa un sentido de perspectiva, porque implica crear posibilidades y un mejor futuro. La frase conceptual permite plasmar un diseño moderno y representar la tecnología a través de la tipografía, paleta de color, imágenes, etc.

Representa a la URL porque incluye los aspectos de modernidad, tecnología y social que ayudan a formar como profesional y como persona a los estudiantes.

DISEÑO DEL CONCEPTO

DC: FUNDAMENTACIÓN DE LA IDEA

El concepto elegido para la propuesta del rediseño del portal público de la Universidad Rafael Landívar, es: “**Conexiones que ascienden al futuro**”, la cual representa los vínculos que establecen los usuarios con la información que provee la Universidad en el portal y con esta se crea un camino que eleva y dirige hacia un mejor porvenir profesional. La frase conceptual fue elegida porque responde a la necesidad de la URL de tener una imagen moderna, profesional y social.

Este concepto tiene como objetivo plasmar una imagen **moderna**, mostrando que la Universidad se mantiene a la vanguardia, y así lograr atraer a más jóvenes y profesionales a estudiar en la URL.

Es importante el evidenciar la parte **social** de la Universidad, ya que esta característica la identifica sobre otras, a través de la formación académica busca que los alumnos se gradúen de profesionales y que contribuyan a la solución de los problemas que la sociedad atraviesa en cualquier época, favorezcan el desarrollo y transformación de la realidad, por ello es importante mostrar la participación social que tienen los estudiantes landivarianos.

Por último la parte **profesional** es otro rasgo importante que tiene que proyectar el portal universitario a los jóvenes y profesionales, ya que la preparación que reciban es importante para el futuro del estudiante. El sitio web debe transmitir la preparación y capacitación que sus estudiantes reciben en el campus universitario.

Estos tres términos permiten que el sitio se pueda desarrollar de acuerdo a las tendencias que se aplican en la actualidad. Es necesario mejorar la estructura de contenidos y la imagen para facilitar la interfaz de usuario; aprovechar las tendencias en las que el uso de colores sólidos y diagramación espaciosa permite al usuario captar mejor la información, respetar características de la identidad gráfica de la Universidad, como lo son sus colores pero complementándolos con paletas que den una percepción de futuro moderno. También se debe reflejar a través de las fotografías la parte social que es una característica o personalidad de la Universidad, mostrando a los estudiantes interactuando entre ellos en su campo de desempeño y mostrando el profesionalismo de los mismos.

Conexiones

Según la RAE (Real Academia Española, [RAE], 2014) los significados de la palabra conexión son:

(Del lat. *connexio*, -ōnis).

1. f. Enlace, atadura, trabazón, concatenación de una cosa con otra.
2. f. Acción y efecto de conectar.
3. f. Tecnol. Punto donde se realiza el enlace entre aparatos o sistemas.
4. f. pl. Amistades, mancomunidad de ideas o de intereses.

La definición que en este caso describe mejor lo que se quiere reflejar a través de la palabra es el enlace, atadura de una cosa con otra, porque implica la acción de conectar elementos entre sí tanto tecnológicos, como no tecnológicos.

Gráficamente se busca representar por medio de enlaces entre varios motivos, así como crear una estructura que ubique de forma organizada la información y el resto de elementos que forman parte del sitio. Asimismo se explora la creación de conexiones entre módulos de contenido.

Ascender

Según la RAE (2014), el término ascender tiene los siguientes significados:

(Del lat. ascendĕre).

1. intr. Subir de un sitio a otro más alto.
2. intr. Adelantar en empleo o dignidad. Juan ascendió a director.
3. intr. Dicho de una cuenta: Importar, valer.
4. tr. Dar o conceder un ascenso. Miguel ascendió a sus empleados.

El concepto que en este caso aplica al proyecto es el que define que la palabra ascender es subir de un sitio a otro. Este se relaciona con que la Universidad prepara a los alumnos para aumentar sus conocimientos y generen proyecciones de desarrollo para la sociedad, con el proyecto se relacionan a modo de avanzar entre secciones y páginas internas del sitio.

Gráficamente se representa por medio de las direcciones en los ejes de diagramación hacia arriba o elementos que se asocien con avanzar hacia otros sitios. Además del implemento de módulos que asciende de más a menos para contener los elementos en forma de columnas.

Futuro

Según la RAE (2014) los significados de la palabra futuro son:

1. adj. Que está por venir. U. t. c. s. m.

2. m. y f. coloq. Persona que tiene compromiso formal de casamiento con otra de distinto sexo.

3. m. Econ. Valor o mercancía cuya entrega se pacta para después de un cierto plazo, pero cuyo precio queda fijado al concertar la operación.

4. m. Gram. Tiempo que sirve para denotar una acción, un proceso o un estado de cosas posteriores al momento en que se habla. Amaré, habré amado, amare, hubiere amado

5. f. Derecho a la sucesión de un empleo o beneficio antes de estar vacante.

El concepto que mejor lo define en cuanto al proyecto es el que está por venir porque orienta a crear una imagen que demuestre que la URL es moderna y profesional, ya que esta educa para el futuro profesional de sus estudiantes, así como el compromiso de esta para el desarrollo de la sociedad. Se relaciona con el proyecto porque busca aplicar tendencias web actuales, que ayuden a transmitir que la Universidad está constantemente actualizándose, es tecnológica y competente.

Gráficamente se representa con influencias de elementos gráficos de apoyo con una visión a futuro, una diagramación y estructura de elementos más orientada a las últimas tendencias en diseño web, una imagen actualizada y una paleta de color que combina los colores institucionales con escala de grises.

Diseño Web Modular y tendencia

El diseño web es un área del diseño que se mantiene en contraste cambio, ya que necesita adecuarse a los cambios tecnológicos que la actualidad va ofreciendo a los usuarios,

para crear mejor accesibilidad y usabilidad de sus sitios en diversos dispositivos.

Por ello, una tendencia que se maneja en la actualidad es el diseño de web modular. Este tipo de diseño evita lo siguiente, tal como Bustamante (2013) explica: "quizás no tenga ya sentido crear diferentes versiones de cada página en Photoshop o en Fireworks para diferentes anchos de pantalla", sino trabajar en un mismo diseño adaptado en responsivos.

Esta tendencia de diseño es el que deja de pensar en la web como una "página", más bien, distribuye los componentes de manera independiente en módulos, quiere decir que cada módulo se adecua, reubica o desaparece, para mostrar la información ordenada. Es una fortaleza el implemento de esta tendencia ya que su distribución permite adecuarse a nuevos formatos.

En cuanto a estilo, al sitio se le quiere adaptar un estilo actualmente muy utilizado, que es el flat design, Olachea (2013) explica que el diseño web actual tiene una tendencia Flat, un estilo muy simple y limpio, con tipografías elegantes y colores sólidos. Una de sus características es que no tiene muchos efectos, permitiendo tener una interfaz rápida y sencilla para el usuario.

Murgas (2013) menciona también algunas características importantes del web actual que se quiere implementar en el portal, por ejemplo la simplicidad, que permite mantener el enfoque en lo más importante que es la información que se trata de transmitir, evitando que el diseño compita con esta, también el espacio en blanco, que permite el descanso visual.

CODIFICACIÓN DEL MENSAJE

CM: VISUALIZACIÓN

PORTAL PÚBLICO URL

FORMATO

FUNCIÓN: Tener un espacio estándar y aprovechable para la distribución de contenidos.

TECNOLOGÍA: Formato digital

Desktop

» Tamaño 1280px por altura requerida

Tablet

» Tamaño 768px por altura requerida

Smatphone

» Tamaño 480x por altura requerida

EXPRESIÓN: Es un elemento estandarizado por lo que no comunica una expresión.

RETÍCULA

FUNCIÓN: Crear una estructura responsiva que permita distribuir y segmentar la información.

TECNOLOGÍA: Ejes rectos verticales y horizontales, columnas.

EXPRESIÓN: **Ascendencia, usabilidad.**

ÍCONOS

FUNCIÓN: Representar visualmente una función, herramienta u opción que permita identificar y navegar a través del sitio.

TECNOLOGÍA: Elementos simples Vectoriales con tamaños 40px, 30px, 24px, trabajados bajo la influencia de tendencias modernas. .

EXPRESIÓN: **Conexión, vínculo, enlace.**

CODIFICACIÓN DEL MENSAJE

CM: VISUALIZACIÓN

PORTAL
PÚBLICO
URL

IMÁGENES

FUNCIÓN: Graficar la experiencia de convivencia y formación educativa en la Universidad Rafael Landívar.

TECNOLOGÍA: Fotografías profesionales enfocadas en estudiantes socializando en diversos ambientes y la tecnología que ofrece la Universidad. A color, con encuadre horizontal, planos medio, entero y general.

EXPRESIÓN: **Futuro profesional y vida social del estudiante landivariano en el campus.**

TIPOGRAFÍA

FUNCIÓN: Permitir legibilidad, jerarquía y organización de contenido.

TECNOLOGÍA: Varaciones de tamaño, tipografías san serif de títulos, subtítulos y cuerpos de texto.

EXPRESIÓN: **Futuro/moderno.**

COLOR

FUNCIÓN: Facilitar la organización del sitio por secciones, reforzar la identidad gráfica institucional y dar un aspecto moderno a la página.

TECNOLOGÍA:

■ #00264f ■ #ffc210 ■ #cccccc ■ #ffffff ■ #131c31

EXPRESIÓN: **Asociación institucional y futuro/moderno.**

PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE MEDIOS

PM: SELECCIÓN DE LAS PIEZAS

¿QUÉ SE VA A UTILIZAR COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN?			¿CÓMO SE DISTRIBUIRÁ?		
PIEZAS Y MEDIO O SOPORTE	CARÁCTER	PROPÓSITO	LUGAR	TIEMPO	A TRAVÉS DE QUIÉN O CÓMO
Sitio Web Universidad Rafael Landívar. Página Principal Medio digital online.	Tecnológico Material informativo digital	Material disponible para los usuarios, que proveerá información sobre servicios, carreras y demás actividades que ofrece la URL a estudiantes, egresados, etc. Además, muestra la imagen profesional, moderna y social que caracteriza a la Universidad.	En la web. http://www.url.edu.gt/Portalurl/	Tiempo de vida con el usuario varía según las necesidades de cada uno. Tiempo de vida para la institución indefinido: Se desarrollará entre los meses de Octubre y Noviembre de 2014, tendrá una validación a inicios del 2015 para implementarse en Marzo de ese año. Esta página tiene un tiempo de vida de 5 años aprox. En el año 2020 se sugiere un estudio de actualización/adaptación del diseño y estilo.	Quien distribuye este material es la URL, específicamente la Dirección de Comunicación son quienes darán mantenimiento y actualizarán el sitio. Se podrá acceder a ella a través de ordenadores, smartphones, tablets y demás dispositivos electrónicos en los que tengan acceso a internet.
Sitio Web Universidad Rafael Landívar Plantillas del sitio web Medio digital online.	Tecnológico Material informativo digital	Los plantillas permitirán acomodar la información en áreas específicas, y a su vez, unificar y darle diversidad al aspecto del Sitio Web.	En la web. http://www.url.edu.gt/Portalurl/	Se planea desarrollar entre los meses de Octubre y Noviembre de 2014, tendrá una validación a inicios del 2015 para implementarse en Marzo de ese año. Esta página tiene un tiempo de vida de 5 años aprox.	Se crearán en css y Dirección de Comunicaciones se encargará de introducir el contenido actualizado.

PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE MEDIOS

PM: FASES ESTRATÉGICAS DE COMUNICACIÓN

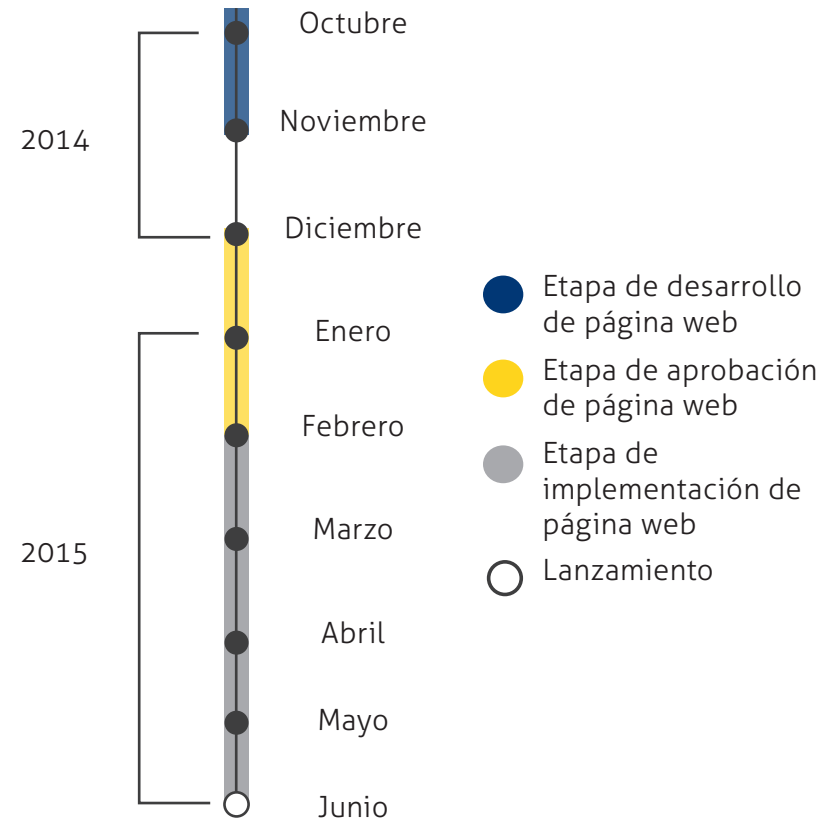
La estrategia se realizará a través de un canal de distribución directo en el que la Universidad Rafael Landívar publica el rediseño del portal al sitio web que tienen actualmente. La implementación de la página web, se hará a través de un servicio de dominio de sitio web que tiene la Universidad y se podrá acceder al mismo por medio de una conexión a internet y un programa de navegación de internet en sus computadoras tales como: (Internet Explorer, Mozilla Firefox, Safari, Google Chrome).

La pieza (el sitio web) solo tiene una fase de implementación ya que estará disponible en la web para que los usuarios y clientes potenciales la visiten y se informen sobre los servicios y gestiones que se pueden realizar en la universidad. Su uso es para diferentes fines, pero, entre los principales, está proveer información sobre las carreras y servicios que ofrece la universidad al público en general.

Después de que se apruebe el sitio web por las autoridades de la Universidad Rafael Landívar, se espera que el nuevo home page y secciones rediseñadas del Portal Público de la URL inicien su implementación (desarrollo de programación) aproximadamente en Marzo del año 2015 y su respectivo lanzamiento en Junio del año 2015 (si todo sale en los tiempos estimados).

El tiempo de vigencia que tendrá el nuevo diseño del portal no está definido por las autoridades de la Universidad, sin

embargo se estima que durará aproximadamente un tiempo de 5 años, cumpliendo los objetivos para los que fue creado. En el año 2020 se sugiere un estudio sobre la necesidad de actualizar o adaptar el diseño de la estructura e imagen del sitio a las tendencias que se desarrollan en dicho año debido al constante cambio de la tecnología.



BOCETAJE

El proceso de bocetaje se puede describir como una lluvia de ideas gráficas que toma un rumbo para concretar una idea, tomando en cuenta la necesidad que se debe resolver, el grupo objetivo al que va dirigida la propuesta y el concepto bajo el cual se está trabajando. A través de él, se creó la estructura e imagen del proyecto que consistió en implementar las palabras del concepto (ascendencia, conexiones y futuro) en los diferentes elementos a diseñar, así como el uso de tendencias web que facilitarían la usabilidad al usuario y poder lograr el objetivo final. Debido a que es un proyecto de diseño web, como parte del proceso inicial del bocetaje se realizó un moodboard que ayudó a obtener inspiración gráfica respecto a estructuras, elementos que componen un sitio web, portales universitarios, elementos relacionados con conexiones, futuro, etc. Posteriormente se realizaron layouts y wireframes que ayudan a definir el "esqueleto" del sitio, estos son útiles para determinar con rapidez el requisito del proyecto así como para definir la navegación y planificación del mismo. Posteriormente se bocetaron elementos como barras de navegación, iconografía, área de login, etc., que forman parte del conjunto del sitio y los cuales se unen en la etapa final del proceso que es la creación de los mock ups, en los que se visualiza la diagramación y el look & feel empleado en la composición para la propuesta preliminar.

BOCETAJE MOODBOARD

Al iniciar el bocetaje del Portal Público de la URL se buscaron referencias que apoyaran el concepto y sirvieran de inspiración para el proceso de bocetaje del sitio y los elementos necesarios para la creación del mismo, es por ello que se realizó un moodboard.

Para el rediseño del Portal Público de la Universidad Rafael Landívar se consideró tomar en cuenta los tres aspectos del concepto: conexiones, ascendencia y futuro.

*Nota: No necesariamente los tres aspectos del concepto aplican a cada boceto o elemento realizado. (La búsqueda está basada en las consideraciones de la tabla de codificación del mensaje.)

A continuación se presenta el código de color que representa a cada aspecto:



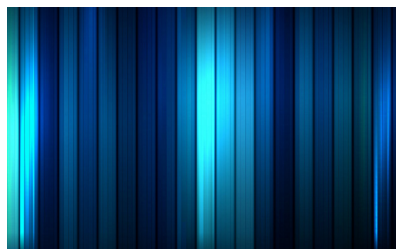
Conexiones



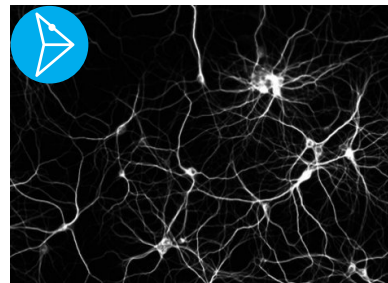
Ascendencia



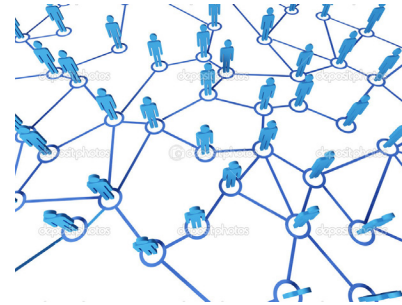
Futuro



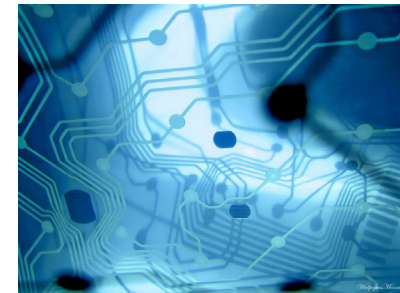
Fuente: <http://bit.ly/1LVZ0tt>



Fuente: <http://bit.ly/1C23F0b>



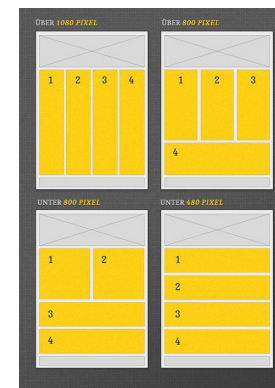
Fuente: <http://bit.ly/16Az9BQ>



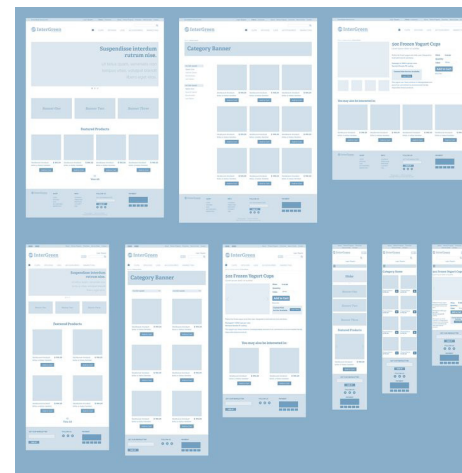
Fuente: <http://bit.ly/1vwXU2C>



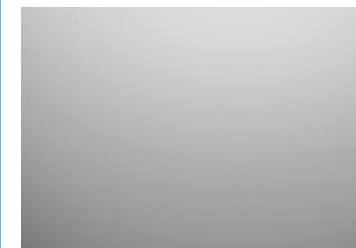
Fuente: <http://bit.ly/1M0dWBZ>



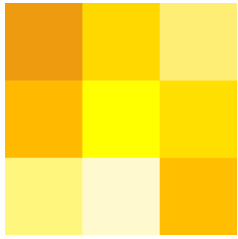
Fuente: <http://bit.ly/1D8Mz4I>



<http://bit.ly/1C5C0To>



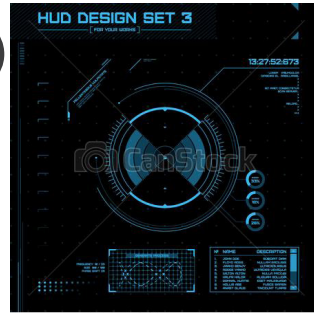
Fuente: <http://bit.ly/1DnqCiT>



Fuente: <http://bit.ly/1LVYJC1>



<http://bit.ly/1vy4EIF>



© Can Stock Photo - csp18621385
<http://bit.ly/18YnChr>



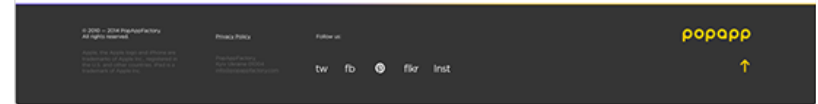
<http://bit.ly/1D8PFZ>



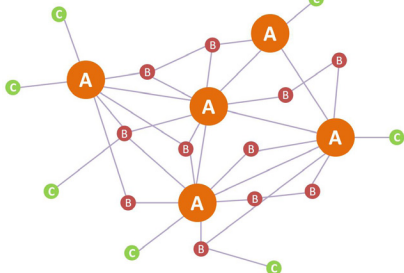
<http://bit.ly/1CG8YHR>



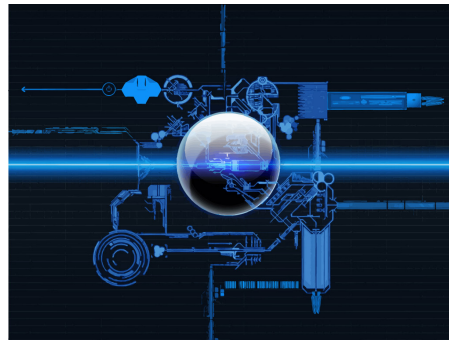
<http://bit.ly/1M0qJvG>



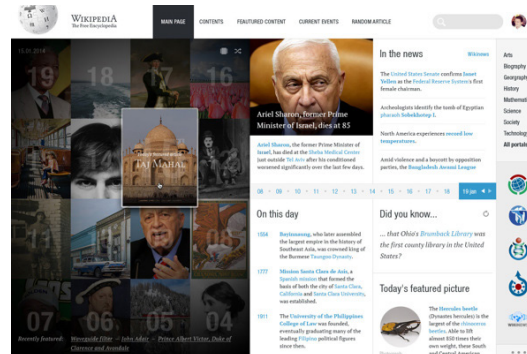
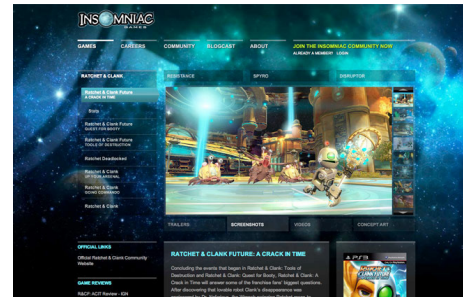
<http://on.be.net/1zjAmEr>



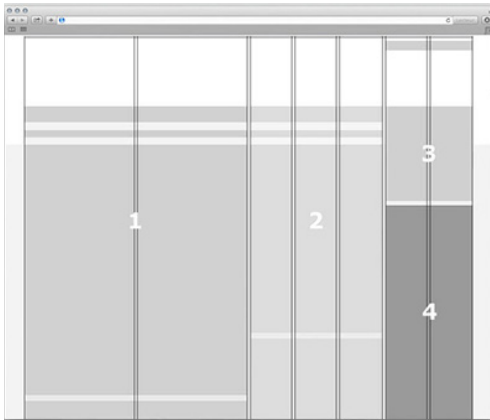
<http://bit.ly/1AHhK7G>



<http://bit.ly/1vy2J6X>



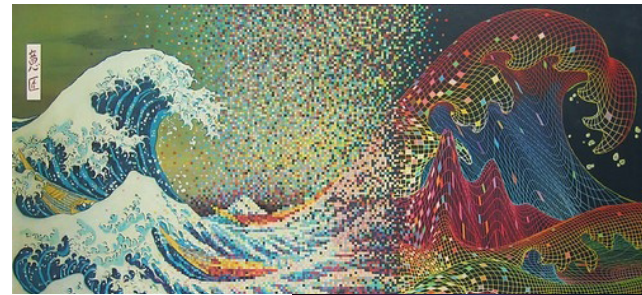
<http://bit.ly/1yV4nvH>



<http://on.be.net/16UJYzs>



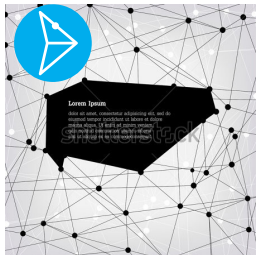
<http://on.be.net/1M0sP7A>



Fuente: <http://bit.ly/16xaNbV>



Fuente: <http://bit.ly/1A0nKcR>



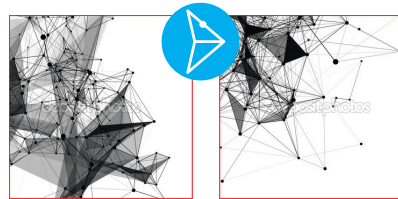
Fuente: <http://bit.ly/1A2YY9A>



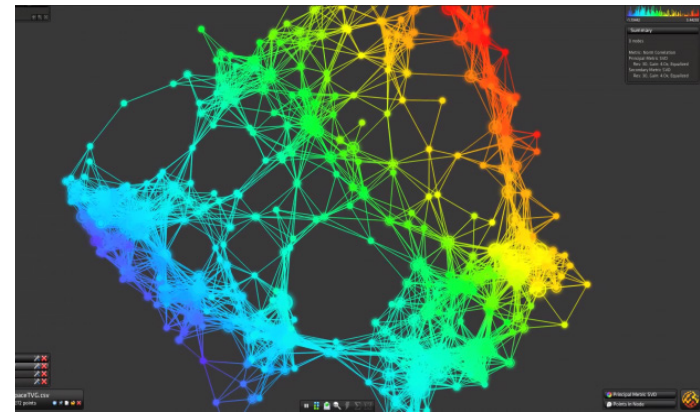
Fuente: <http://bit.ly/16EGLn3>



Fuente: <http://bit.ly/1s1pcln>

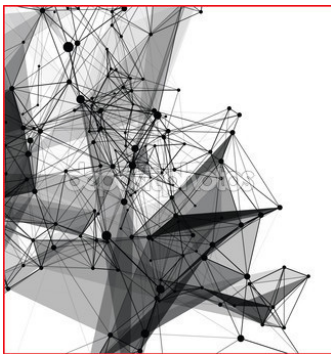


Fuente: <http://bit.ly/1vr8Rhf>



Fuente: <http://bit.ly/16Uv50i>

BOCETAJE



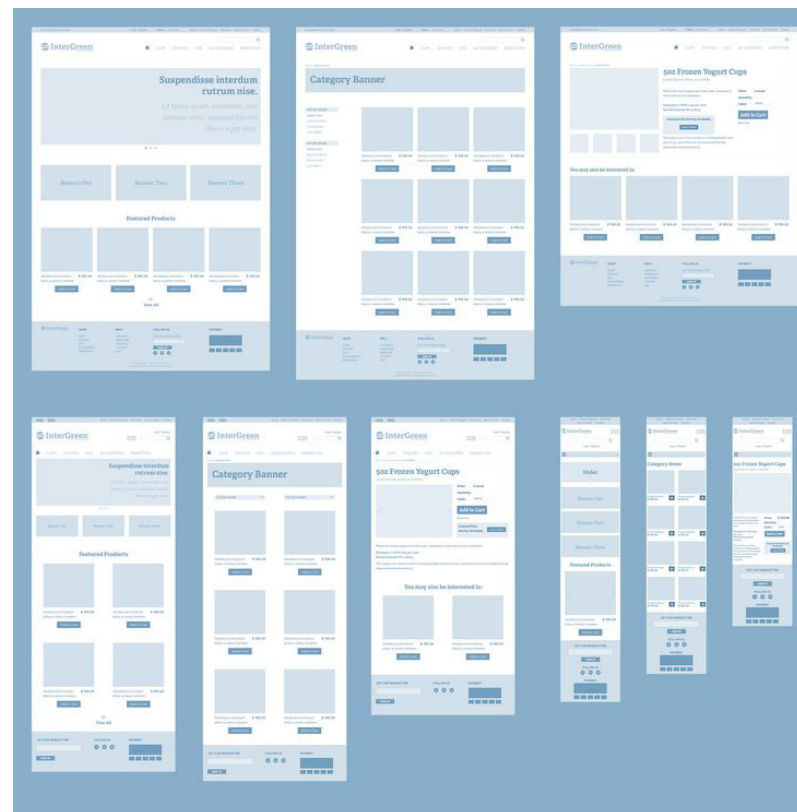
Fuente: <http://bit.ly/1vr8RhF>

La imagen anterior fue utilizada como antecedente de conexiones. Esta evoca una sensación futurista y presenta vínculos entre diversos elementos.



Referencia más significativa utilizada como punto de partida para tomar en cuenta la ascendencia y uso de contrastes en la paleta de color para el sitio web.

Fuente: <http://on.be.net/16fOfOq>



Fuente: <http://bit.ly/1Kpm8rX>

La gráfica anterior sirvió para considerar el uso de una retícula responsiva (responsive wireframe). Esta presenta la adaptación de contenidos de forma responsiva.

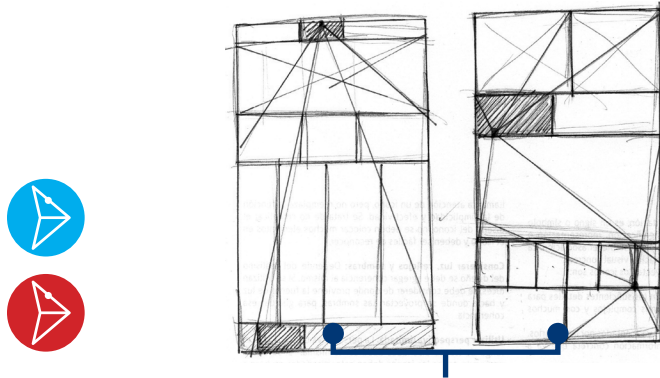
1. RETÍCULAS

Indicado en la tabla de codificación del mensaje, el bocetaje de la retícula busca crear una estructura que distribuya y segmente la información tomando en cuenta que debe ser responsivo. Por ello, se bocetaron tomando en cuenta ejes rectos verticales y horizontales, creando columnas para facilitar la disposición de los elementos, crear ascendencia y una usabilidad clara, que permita consistencia visual y navegabilidad.

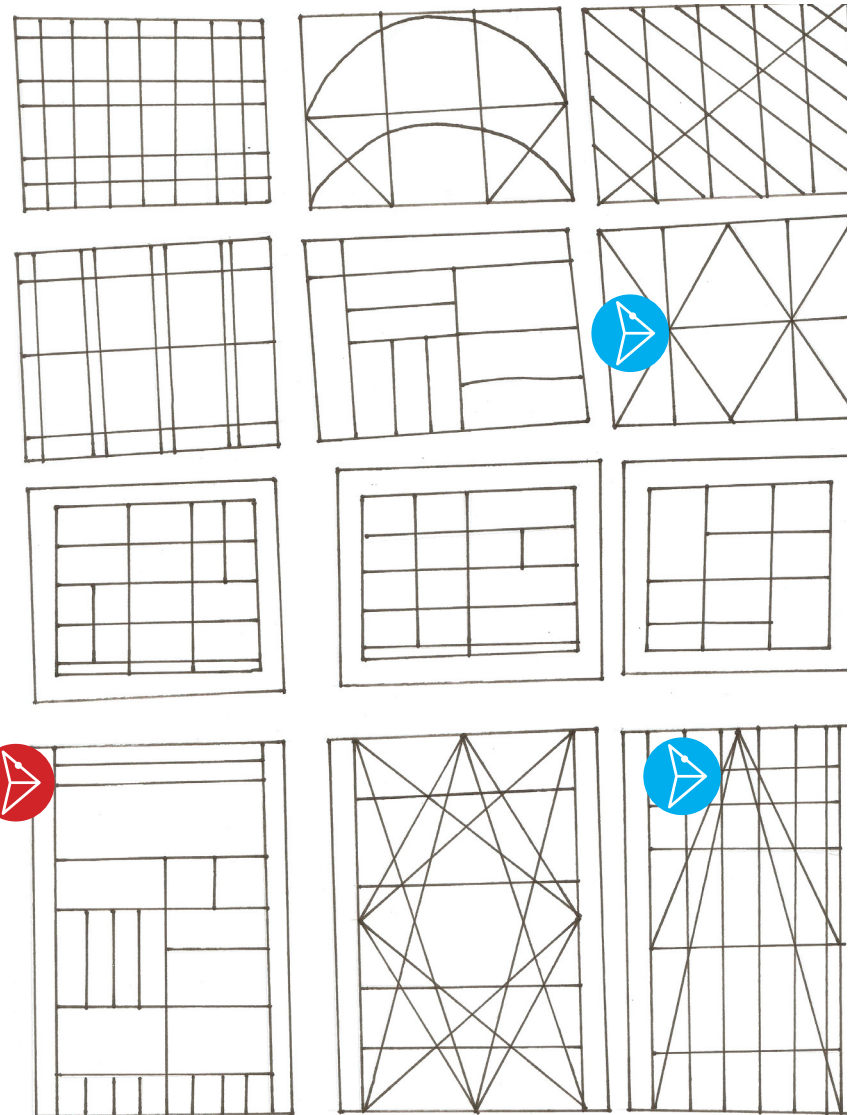
A continuación se pueden encontrar bocetos que fueron trabajados bajo estos aspectos:

- » **Ascendencia:** retículas que muestran mayor cantidad de módulos de abajo hacia arriba.

Aunque no es mencionado en la tabla, se utilizaron **conexiones** como fuente de inspiración para crear retículas que surgen a partir de los puntos y la vinculación de estos.



Debido a factores de funcionalidad estructural y representación visual del concepto, se utilizaron las retículas anteriores, las cuales permiten un mejor aprovechamiento del espacio debido a su verticalidad y el orden que provee para segmentar la información a través de columnas, que además permiten crear una mejor adaptación al diseño responsivo.

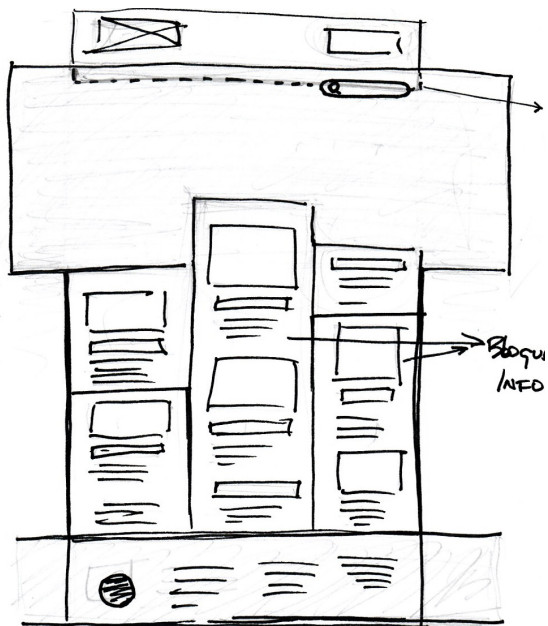


2. LAYOUTS

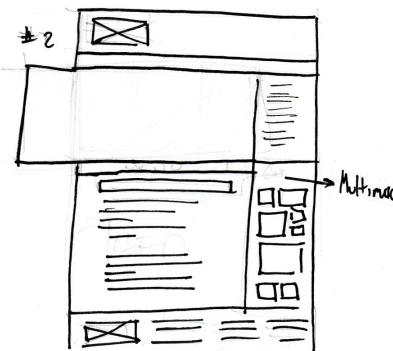
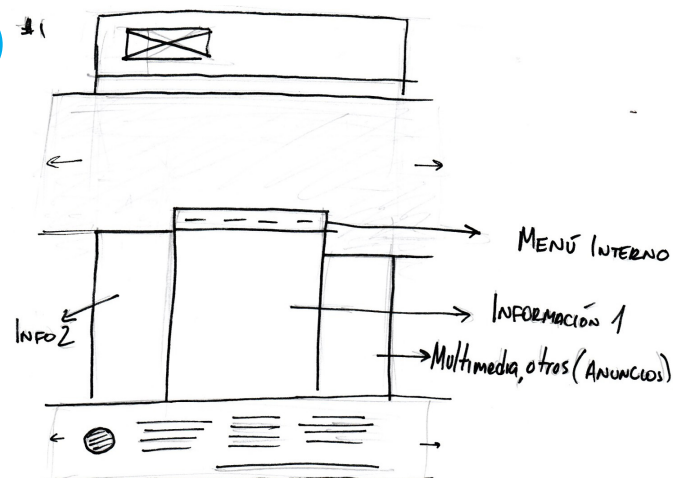
El desarrollo de los layouts se realizó al combinar retículas que asociaban la estructura con **ascendencia** y **conexión**.

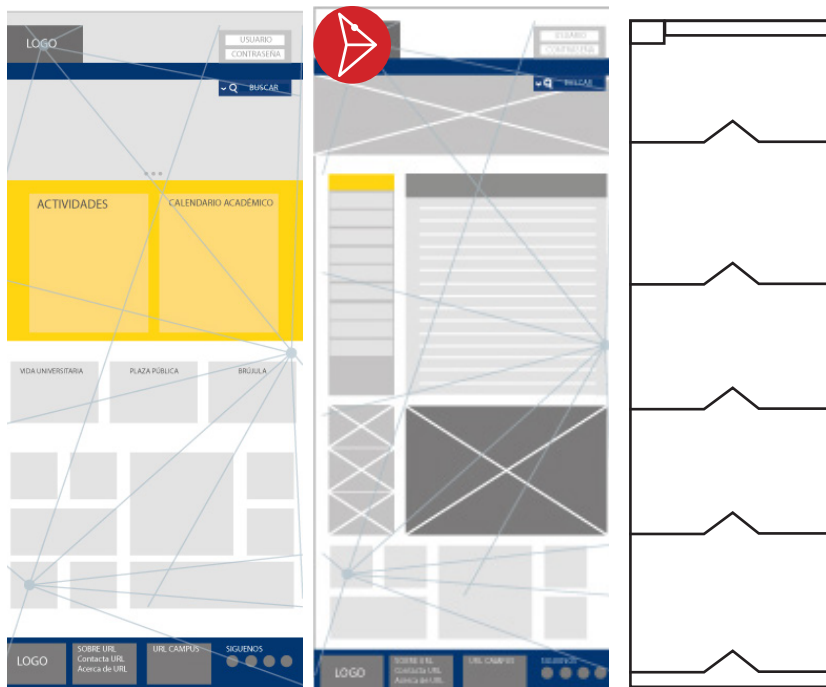
De igual forma, para el diseño de la imagen, fueron implementadas características de tendencias web actuales, algunas de las cuales consisten en extraer elementos del cuerpo de información para crear mayor interacción con otras secciones del sitio, dividir las secciones en módulos a partir de color y colocar los elementos como bloques siguiendo la tendencia flat. Estas permiten modernizar la imagen, guiándola más hacia el **futuro**.

Asimismo, se creó en el layout una diagramación que implementa módulos y columnas que permitirán la adaptación responsiva para el uso del sitio en otros dispositivos.



Estos layouts tienen la característica de integrar elementos de una sección con otra, creando así unificación entre ellas. Esto fue implementado en los fondos a través de triángulos con dirección hacia arriba, los cuales conectan con **ascendencia** y permite la creación de continuidad, especialmente en la página de home.



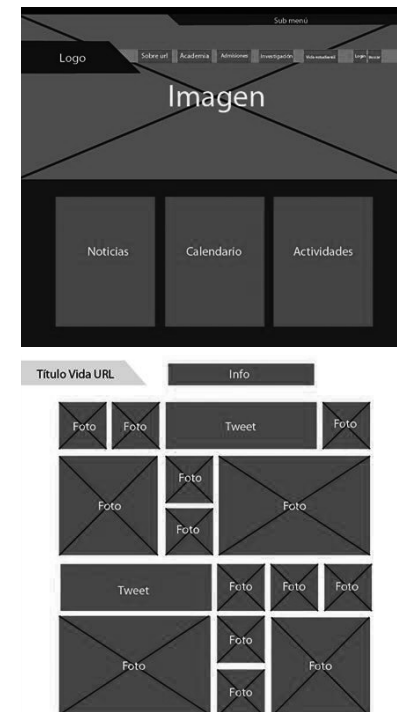


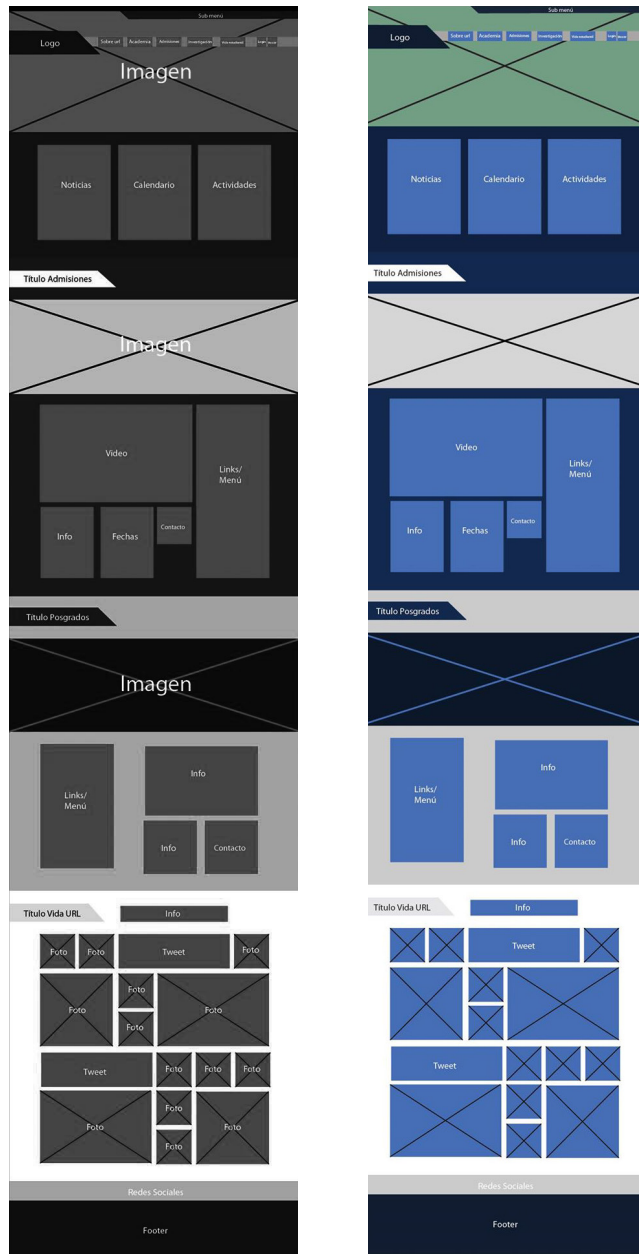
En cuanto a la elección del layout más apropiado para propuesta, se optó por crear una combinación de los tres layouts que se presentan anteriormente, los cuales permiten una diagramación estructural consistente, armoniosa y que tenga la característica de mostrar el contenido a través de módulos que conectan con ascendencia debido a la dirección de los triángulos que unen estos módulos.

2.1 WIREFRAME

La creación del wireframe se realizó en base a la combinación de los layouts elegidos. Este propone la ubicación de contenidos y elementos de diseño en forma modular y por columnas, de esta forma se creó una estructura que facilita la transmisión y acceso de información a los usuarios, mejorando así la usabilidad del sitio.

Estos muestran de forma esquemática que clase de contenido estará ubicado en los módulos, columnas, etc.

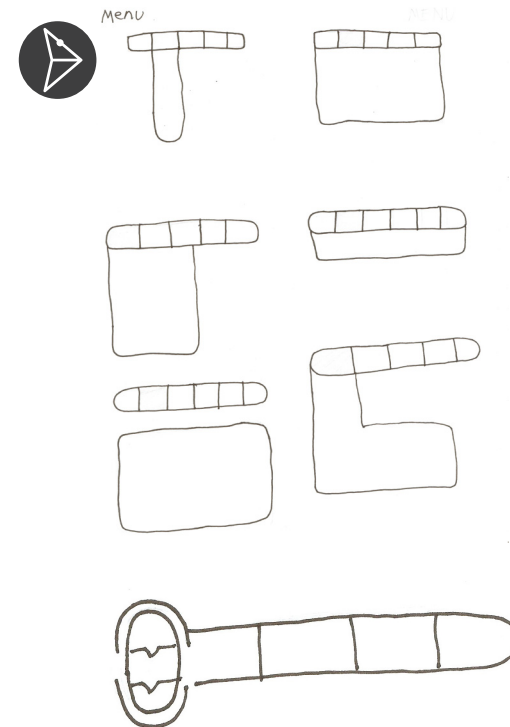




3. NAVEGADOR

El diseño estructural y visual del navegador debe presentar una propuesta moderna que facilite su usabilidad, sea intuitivo y que presente los sub-links del portal de forma ordenada, así como transmitir un look & feel que evoque **futuro** (modernidad).

Del bocetaje realizado, se eligió implementar navegadores en una barra horizontal ubicados en el área superior del sitio ya que según las encuestas realizadas al grupo objetivo (Anexo A.2.1 y A.2.2), la mayoría indicó que prefieren una diagramación con navegador en esta área. La dimensión de altura del navegador es corta porque permite reflejar el aspecto de futuro deseado.



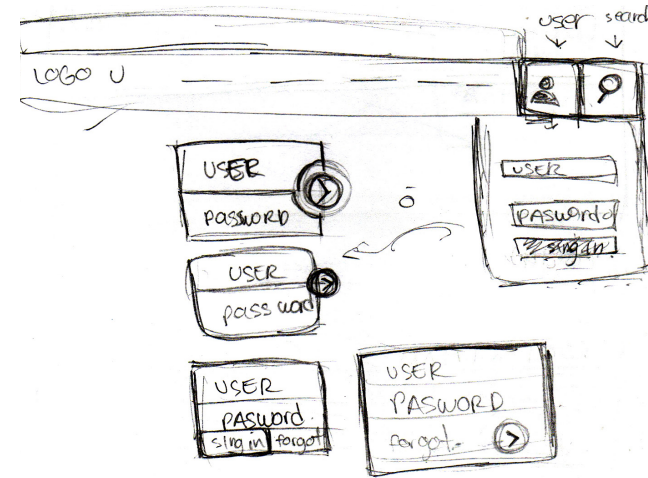
Las propuestas de navegador presentadas a continuación no funcionaron porque no hay innovación en comparación con el portal actual de la Universidad, por ende, no aporta ningún valor nuevo a la propuesta. El único elemento que se rescata de ambas propuestas es el uso del color amarillo para crear énfasis en algún elemento del navegador, ya que dirige la vista del usuario hacia ese punto.



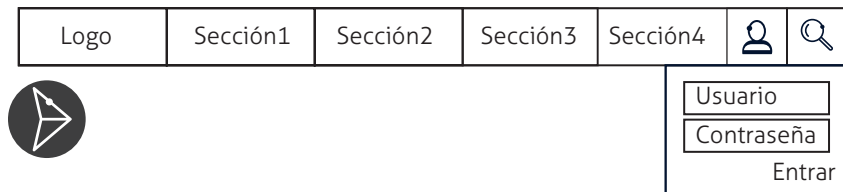
De la propuesta presentada a continuación se rescató el aspecto de crear una barra de navegación de poca altura que aporta una estructura e imagen moderna, permitiendo respiros visuales e interacción con la imagen de fondo creando dinamismo y reduciendo el espacio vertical en el sitio.



Tomando en cuenta el aspecto de modernidad, el nivel estructural y visual que se desea alcanzar, se bocetaron formas de desplegar las casillas de los links principales, login y motor de búsqueda.



Para la estructura del navegador principal se decidió crear una barra horizontal que despliega los contenidos hacia abajo. Adicionalmente se agregaron dos botones, el de login y el de buscador, los cuales despliegan las casillas para ingresar el usuario y contraseña, así como la casilla de búsqueda, respectivamente. Esto se hizo con el objetivo de dejar siempre al alcance de los usuarios dos funciones importantes y simplificar los navegadores.



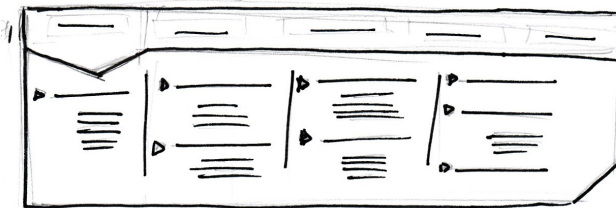
Se decidió que era necesario desplegarlo de forma más horizontal para reducir el espacio vertical que podría ocupar debido a la amplia cantidad de links del sitio.

*La propuesta siguiente no funcionó puesto que la ubicación del logotipo interrumpe el respiro visual que se desea manejar en esta sección del sitio, además tienen una estructura e imagen que no representa el aspecto de modernidad y futuro deseado.

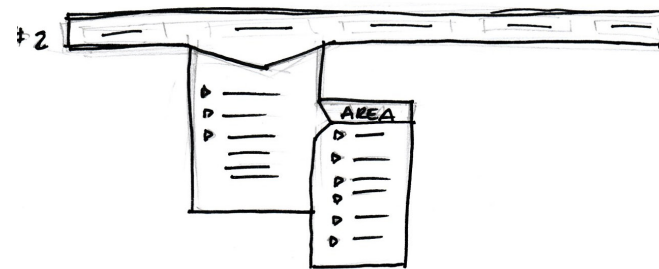


Para integrar el aspecto de **ascendencia** en el navegador principal, se decidió que al desplegar el menú, se integrara un triángulo que guía la vista de los usuarios para empezar el recorrido visual. Esto se relaciona con el aspecto mencionado anteriormente porque a través del implemento de este elemento permite crear una dirección.

MENUS

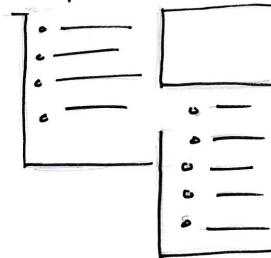


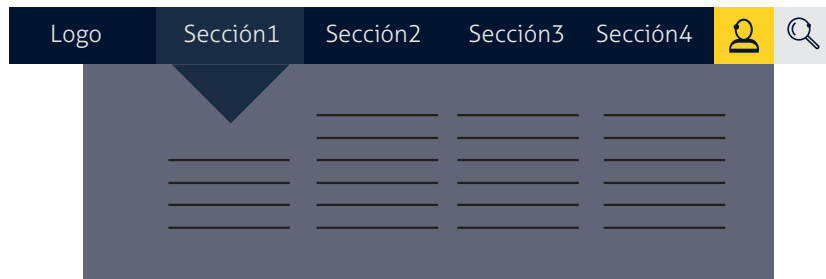
* opción de MENÚ a lo ancho



#3

Opción 1 Opción 2 Opción 3





Boceto del despliegue del menú utilizando triángulos para ayudar al recorrido visual.

Se optó por generar cortes transversales que evoquen la sensación de **futuro** en las barras de navegación porque rompen la rigidez que usualmente se observa en los menús de otros sitios web.

De igual forma, se evaluó y optó por crear un menú secundario que permite colocar los links rápidos (los más visitados) para facilitar a los usuarios el acceso a gestiones importantes.

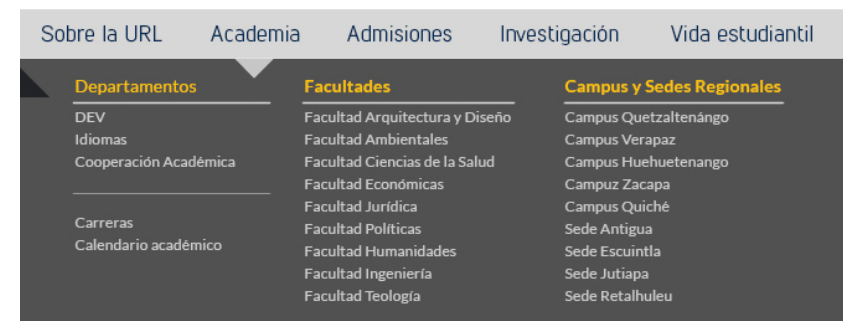


*La propuesta anterior no funcionó puesto que la ubicación de los elementos desestabilizaba y desunificaba la composición, contrario a la propuesta siguiente que permite mayor unificación de elementos a través de su estructura.

La propuesta de menús elegidos presenta la barra de navegación principal y una secundaria. Estas representan **futuro** y **ascendencia** a través de características como las dimensiones, cortes transversales y el uso de triángulos que crean la visualización de los aspectos mencionados con anterioridad.



Indicado anteriormente, el despliegue del menú tiene una estructura horizontal para mejorar la organización y visualización de links, que permite la creación de respiros visuales debido a su dimensionalidad.



La propuesta anterior cumple mostrando los aspectos de futuro y modernidad. Esta propuesta de navegador fue elegida porque es intuitiva y funcional. Debido a su estructura y diseño muestra los links y sublinks de forma ordenada a modo de columnas.

El hecho de crear e implementar un botón dentro del cual se encuentra el login permite tener un menú más compacto que permite eliminar la saturación visual de elementos dentro del sitio.



Vida estudiantil

Login

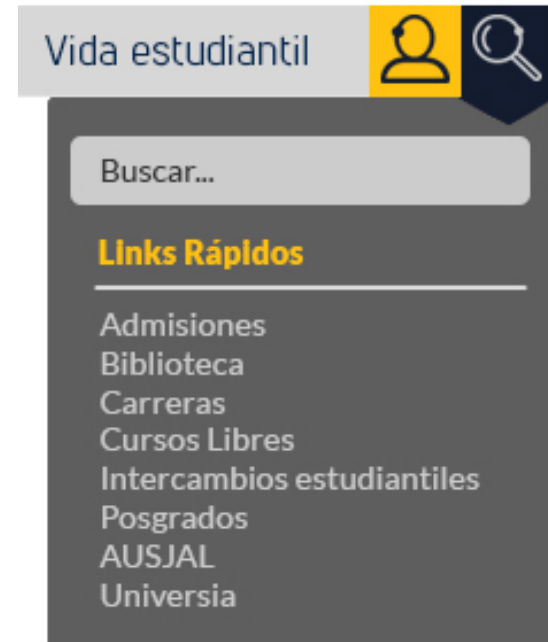
Usuario

Contraseña

[¿Olvidó su contraseña?](#) **Entrar**

Detailed description: This is a compact login form. At the top, it has a header 'Vida estudiantil' with a user icon and a search icon. Below the header, the word 'Login' is written in yellow. There are two input fields: 'Usuario' and 'Contraseña'. At the bottom, there is a link '¿Olvidó su contraseña?' and a yellow 'Entrar' button.

Tener una casilla de búsqueda con links rápidos que usualmente visiten los usuarios aporta usabilidad al sitio, puesto que facilita la ubicación de determinados subsitios con gestiones importantes para los usuarios.



Vida estudiantil

Buscar...

Links Rápidos

- Admisiones
- Biblioteca
- Carreras
- Cursos Libres
- Intercambios estudiantiles
- Posgrados
- AUSJAL
- Universia

Detailed description: This is a search and quick links menu. It features a header 'Vida estudiantil' with a user icon and a search icon. Below the header, there is a search bar with the placeholder text 'Buscar...'. Underneath the search bar, the text 'Links Rápidos' is written in yellow. A list of quick links follows: Admisiones, Biblioteca, Carreras, Cursos Libres, Intercambios estudiantiles, Posgrados, AUSJAL, and Universia.

4. TIPOGRAFÍA

Como es mencionado en la tabla la tipografía debe permitir legibilidad, y organizar el contenido creando jerarquías a través de diferentes tamaños y tipografías san serif. Estas deben expresar **futuro/moderno** por ello se evaluó el uso de tipografías con rasgos simples, curvos y grosor light que permite una asociación con las tendencias web actuales y que no creara tensión visual al ser observada en un monitor.

Las pruebas de tipografía se realizaron sobre fondo de color y fondo blanco para visualizar la funcionalidad de misma.



PT Sans

Este es el título

Este es el subtítulo

PT Sans

rumpy wizards make toxic brew for the evil Queen and Jack. One morning, when Gregor Samsa woke from troubled dreams, he found himself transformed in his bed into a horrible vermin. He lay on his armour-like back, and if he lifted his head a little he could see his brown belly, slightly domed and divided by arches into stiff sections. The bedding was hardly able to cover it and seemed ready to slide off any moment.

Aller Light

rumpy wizards make toxic brew for the evil Queen and Jack. One morning, when Gregor Samsa woke from troubled dreams, he found himself transformed in his bed into a horrible vermin. He lay on his armour-like back, and if he lifted his head a little he could see his brown belly, slightly domed and divided by arches into stiff sections. The bedding was hardly able to cover it and seemed ready to slide off any moment.



Este es el título

Este es el subtítulo

rumpy wizards make toxic brew for the evil Queen and Jack. One morning, when Gregor Samsa woke from troubled dreams, he found himself transformed in his bed into a horrible vermin. He lay on his armour-like back, and if he lifted his head a little he could see his brown belly, slightly domed and divided by arches into stiff sections. The bedding was hardly able to cover it and seemed ready to slide off any moment.

rumpy wizards make toxic brew for the evil Queen and Jack. One morning, when Gregor Samsa woke from troubled dreams, he found himself transformed in his bed into a horrible vermin. He lay on his armour-like back, and if he lifted his head a little he could see his brown belly, slightly domed and divided by arches into stiff sections. The bedding was hardly able to cover it and seemed ready to slide off any moment.

PT Sans

PT Sans

Aller Light

Lintel

Este es el título

Este es el subtítulo

Lato - Light

There are so much typefaces in the Google web fonts directory. Many of them are awful. But there are also high-quality typefaces that deserve a closer look. Below are examples of these typefaces in action. Hover for name of typeface and click the texts of examples to get the typeface from the Google web fonts directory.

Nexa - Light

There are so much typefaces in the Google web fonts directory. Many of them are awful. But there are also high-quality typefaces that deserve a closer look. Below are examples of these typefaces in action. Hover for name of typeface and click the texts of examples to get the typeface from the Google web fonts directory.

Quicksand - Book

There are so much typefaces in the Google web fonts directory. Many of them are awful. But there are also high-quality typefaces that deserve a closer look. Below are examples of these typefaces in action. Hover for name of typeface and click the texts of examples to get the typeface from the Google web fonts directory.

Este es el título

Este es el subtítulo

Lintel



There are so much typefaces in the Google web fonts directory. Many of them are awful. But there are also high-quality typefaces that deserve a closer look. Below are examples of these typefaces in action. Hover for name of typeface and click the texts of examples to get the typeface from the Google web fonts directory.

Lato - Light

There are so much typefaces in the Google web fonts directory. Many of them are awful. But there are also high-quality typefaces that deserve a closer look. Below are examples of these typefaces in action. Hover for name of typeface and click the texts of examples to get the typeface from the Google web fonts directory.

Nexa - Light

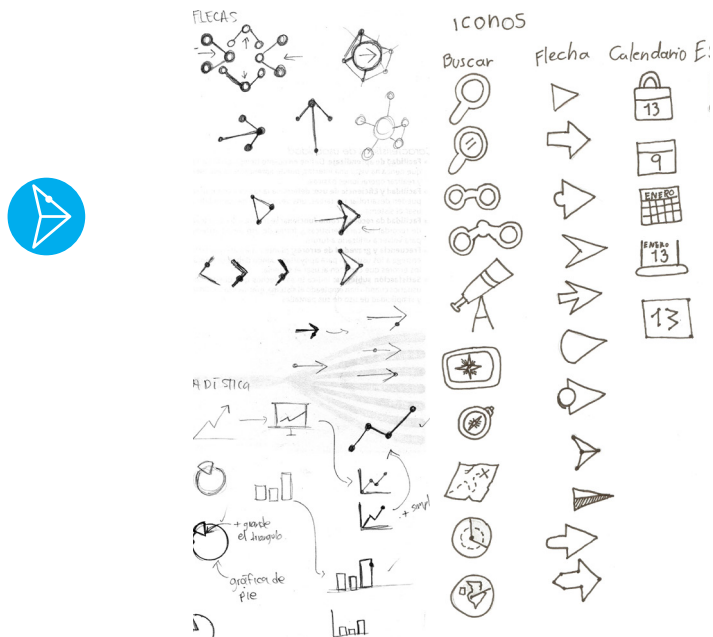
There are so much typefaces in the Google web fonts directory. Many of them are awful. But there are also high-quality typefaces that deserve a closer look. Below are examples of these typefaces in action. Hover for name of typeface and click the texts of examples to get the typeface from the Google web fonts directory.

Quicksand - Book

Finalmente se observó que las dos tipografías que aportaban el look & feel y las cualidades deseadas son: Lintel (para títulos y subtítulos) y Lato (para párrafos de texto).

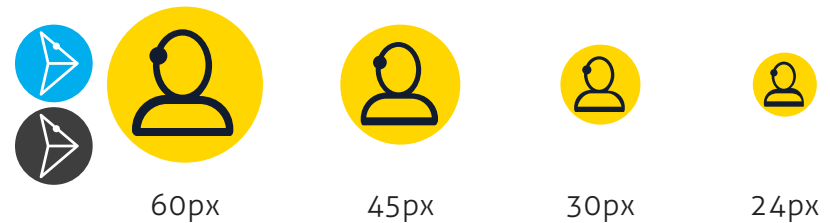
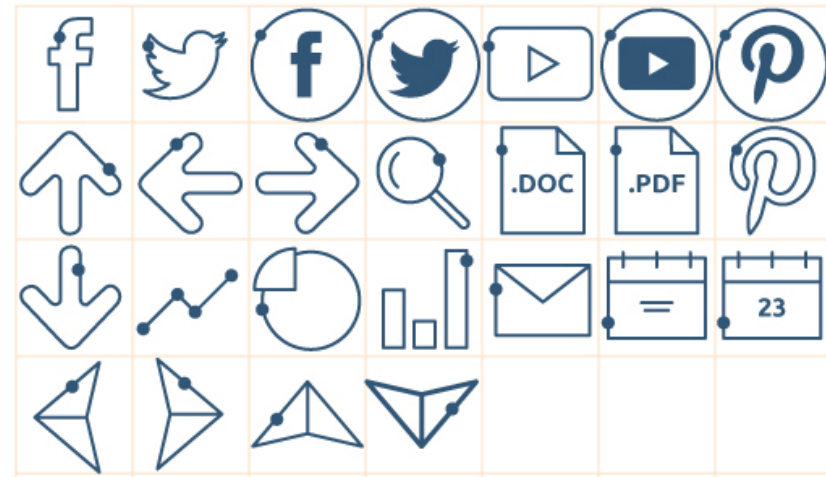
5. ICONOS

Como se indicó en la tabla de codificación del mensaje, los íconos deben representar visualmente una función, herramienta u opción para facilitar la identificación y navegación en el sitio. Por ello se evaluó el uso del estilo flat, y de alguna forma integrar el aspecto de **conexiones** de forma gráfica, además de crearlos en vectores para no perder atributos al escalarlos a diferentes tamaños.



Para los elementos del sitio que requiere de íconos. Se bocetaron diversas formas de visualizar estos elementos, pero intentando mantener la esencia de lo estándar.

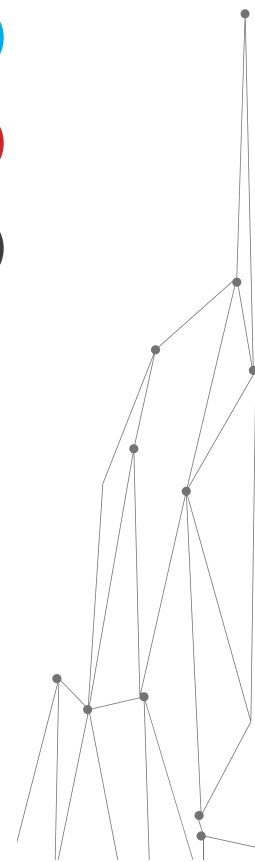
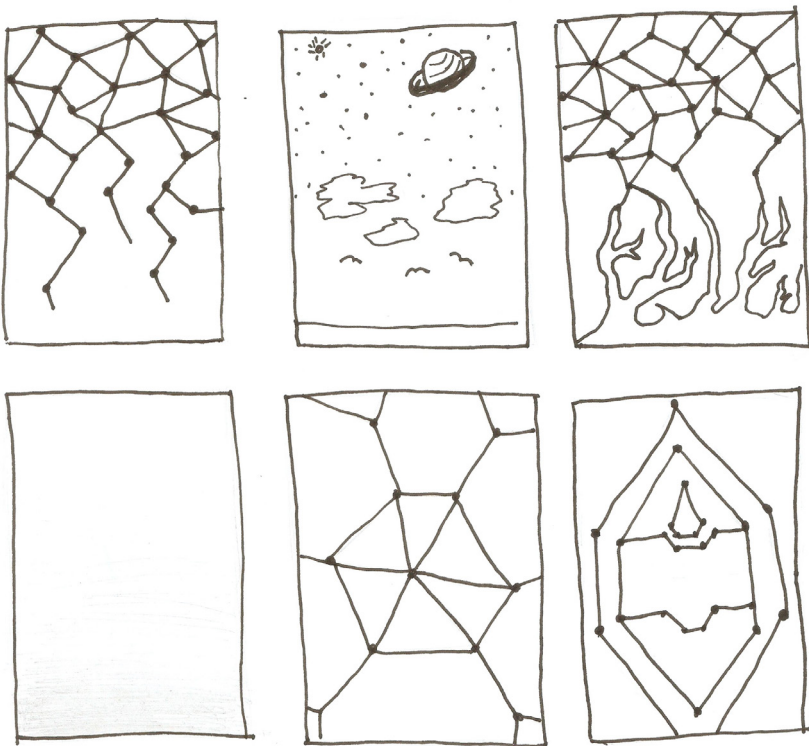
Tomando como referencia la tendencia flat, se evaluó crear íconos realizados a base de trazos. Como forma de implementar la expresión de **conexión** se integró el uso de un punto para dar la sensación que los trazos se unen o **conectan** entre sí en un punto específico.



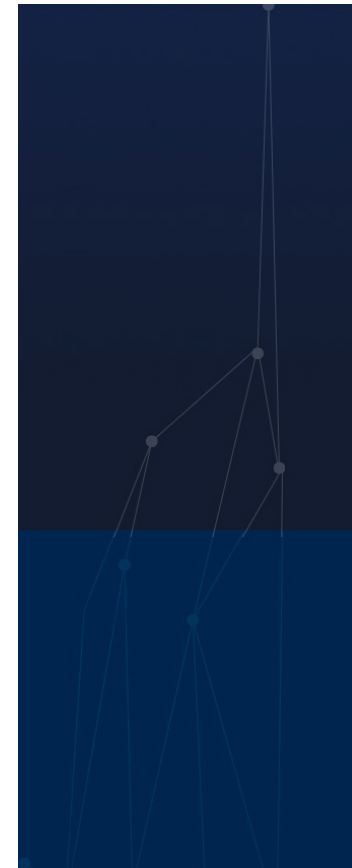
Se evaluaron los distintos tamaños, máximos y mínimos, que los íconos podrían tener para asegurarse de la correcta percepción de cada uno de ellos, sin crear pérdidas visuales. La selección del color para los íconos fue importante porque a través de ellos se quizó reforzar la identidad gráfica y que estos permitieran diferenciarse en la interfaz gráfica.

6. FONDO

El objetivo de utilizar fondo en el sitio web era crear una imagen que lo ambientara de forma moderna y que resaltara el aspecto de **conexiones**, siempre tomando en cuenta que no debe competir con los demás elementos dentro de la composición. Debido a eso se evaluó utilizarlo de forma sutil y con diferentes transparencias para no crear distracciones visuales en la composición.



Sobre fondo blanco



Sobre fondo azul

El fondo tiene la peculiaridad de presentar los tres aspectos del concepto, ya que entre más abajo esté ubicado el usuario en el sitio, se visualizan más conexiones, evocando al aspecto de ascendencia. Los términos de conexiones y futuros se complementan entre sí debido a su estrecha relación que los vincula a tecnología. Se decidió utilizar este fondo porque es sutil, no genera distracción visual y aporta modernidad.

7. MOCK UPS HOME

Mencionado en la tabla de comunicación del mensaje, el formato permite la distribución de contenidos en un tamaño estándar de 1280px. El diseño de los mock ups partió de la combinación de layouts con módulos, columnas y **ascendencia** que se complementan entre ellos a través de placas sobresalientes. La decisión de crearlo a partir de módulos fue al tomar en cuenta el objetivo de crear una estructura que sintetice la información y permita introducir en el sitio principal algunas áreas más importantes para los usuarios.



Rescatando retículas, módulos, combinación de la paleta de color, jerarquías, etc. se combinaron las tres propuestas para crear un sitio que satisfaga la necesidad de facilitar la usabilidad, navegación y accesibilidad.

De estas tres propuestas, el mock up, la tercera que se encuentra de lado derecho, soluciona los problemas y en base a ella se siguió desarrollando la estructura y look & feel.

7.1 COLOR



Indicado en la tabla de comunicación del mensaje, el color debe facilitar la organización del sitio al diferenciar secciones, así como reforzar la identidad institucional y crear un aspecto de **futuro/moderno**.

Se intentaron diferentes combinaciones de color, agregando a los colores institucionales, grises y azules que ayudaran a evocar el futuro. Se optó por hacer diferentes variaciones en cada módulo, pero generando contrastes que permitan la legibilidad de textos.

Según la información investigada sobre la psicología del color, y la guía de observación (Anexo A.3) que muestra los colores que son representativos del **futuro**, se determinó entonces que el uso de color en la propuesta se implementó:

Azul: Utilizado para fondos, textos, botones, thumbnails y otros elementos porque transmite confianza y representa tecnología, aspecto que se asocia con las palabras del concepto de futuro y conexiones.

Blanco: Es utilizado en fondos porque proporciona una imagen limpia, moderna, elimina la saturación y aporta minimalismo a la composición.

Gris: Es utilizado porque se asocia al profesionalismo y formalidad. Este esta aplicado en el navegador porque permite a los usuarios una navegación intuitiva y en textos porque genera un contraste agradable que no causa tensión visual.

Amarillo: Es utilizado en botones y links porque permite crear énfasis en elementos pequeños, esto se debe a que el amarillo institucional de la Universidad es demasiado vibrante y genera tensión visual al ser presentado en espacios grandes.

8. IMÁGENES

En la tabla de comunicación del mensaje se menciona que las imágenes deben graficar la experiencia de convivencia y formación educativa en la Universidad Rafael Landívar, a través de fotografías profesionales que utilizan diferentes encuadres para mostrar el **futuro profesional** y vida **social** del **estudiante landivariano** en el **campus**.

Por ello se buscaron fotografías en el banco de imágenes de la Dirección de Comunicación de la Universidad, que tengan las características que se buscan.

Fueron elegidas imágenes que presentan características más horizontales y que muestran a los estudiantes realizando acciones, actividades, estudiando, etc. dentro del campus.



9. TEMPLATES

El formato es estándar permite la distribución de contenidos, por ello fue definido durante la creación del mock up del home (1280px), así como la diagramación y el look & feel del home, se crearon propuestas para templates visuales y textuales para el resto del sitio que respetaran la propuesta elegida, pero que jugaran con la estructura y retículas propuestas.



9.1 TEMPLATES TEXTUALES

Los templates textuales tienen la característica de presentar los contenidos en espacios blancos para dar la sensación de mayor limpieza visual y minimalismo. Además se disminuyó la saturación de elementos y se propone la adaptación de una pequeña galería, en caso que sea necesaria para facilitar la información de forma ordenada.

Sé seleccionó el template central porque tiene menor saturación visual y tiene una estructura con mayor espacio para ubicar la información y demás contenidos.



9.2 TEMPLATES VISUALES

Se diseñaron templates visuales que incorporan un área de video y galería que permite atracción visual al usuario. El propósito es evitar al usuario la lectura de textos extensos, compensándolo con video que provean la información textual resumida. En la estructura se utilizan módulos para resaltar las galerías.

El look & feel de los template muestra sobriedad y modernidad debido a la simplicidad estética manejada.

Se eligió el template de la derecha porque mantiene la consistencia con la página de home al utilizar un módulo para separar la galería de el contenido textual.



10. DISEÑO RESPONSIVO

Se crearon las adaptaciones de la página principal para determinar la diagramación y cantidad de información a publicar en estas versiones.

10.1 RESPONSIVO SMARTPHONES

Para la adaptación a smartphones se tomó la decisión de eliminar el módulo de vida URL (redes sociales) puesto pueden acceder a las redes sociales a través de sus aplicaciones respectivas. Además se tomó la decisión de utilizar como máximo dos columnas, ya que permiten una correcta lectura del sitio.

En cuanto al menú se optó por seguir utilizando dos navegadores y utilizar un botón que despliega los links.



La propuesta de este menú anterior no funcionó porque ocupaba demasiado espacio y dificultaba la ubicación del submenú.

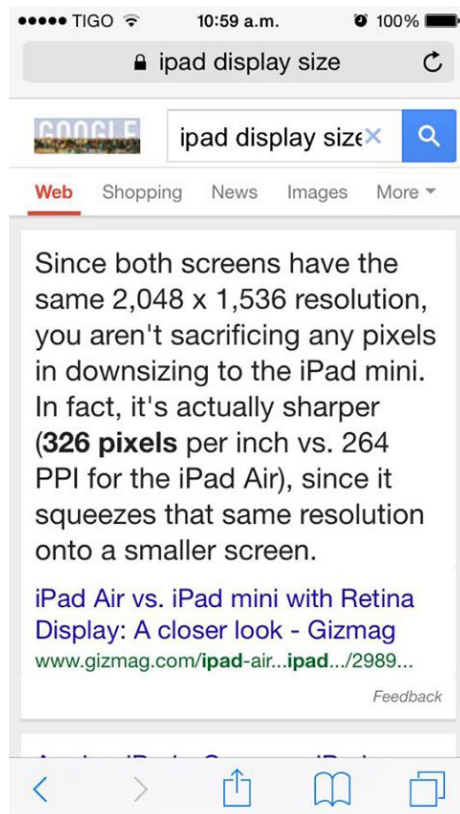


La solución para el diseño del menú se solventó colocando un botón graficado como un ícono de 3 líneas que despliega los links, así la forma del menú quedará más compacta, lo cual reducirá el espacio de visualización del mismo.



10.2 RESPONSIVO TABLETS

Debido a las dimensiones y resoluciones que tienen las tablets, se tomó la decisión de utilizar la misma diagramación sin omitir ningún tipo de información. El único cambio es el aumento de las dimensiones debido a la resolución que presentan dichos dispositivos. Utilizando los wireframes previamente realizados se adaptó el tamaño y la posición los elementos a ser utilizados para ser más eficientes con la resolución de la versión para tablets.



Fuente: www.google.com



PROPUESTA PRELIMINAR

A continuación se presenta la propuesta preliminar la cual toma en cuenta los aspectos del concepto: conexiones, ascendencia y futuro de diferentes formas. La retícula distribuye y segmenta los contenidos a través de módulos y columnas que ayudan a organizar la información, además de facilitar el diseño responsivo ya que permite una mejor adaptación para otros dispositivos. De igual forma crea usabilidad y facilita la navegación debido a la diagramación y la ubicación estratégica de elementos importantes como los menús principales, los submenús, los íconos, etc. Además provee un look & feel moderno que capta al usuario a través de su diseño, uso de tipografías e íconos que presentan limpieza, orden, son amigables y juveniles, y el uso de imágenes que muestra la vida profesional del estudiante landivariano dentro del campus, permite conocer más sobre la Universidad a través de gráficos y al mismo tiempo permite reducir el contenido textual.

PROPUESTA PRELIMINAR



Ficha técnica

Nombre: Portal Público URL

Dimensiones: 1200x5160px

Soporte: Digital

PROPUESTA PRELIMINAR



Ficha técnica

Nombre: Portal Público URL/
Facultad de Arquitectura y
Diseño

Dimensiones: 1200x3020px
Soporte: Digital



Ficha técnica

Nombre: Portal Público URL/
Admisiones

Dimensiones: 1200x2458px
Soporte: Digital

PROPUESTA PRELIMINAR



Ficha técnica

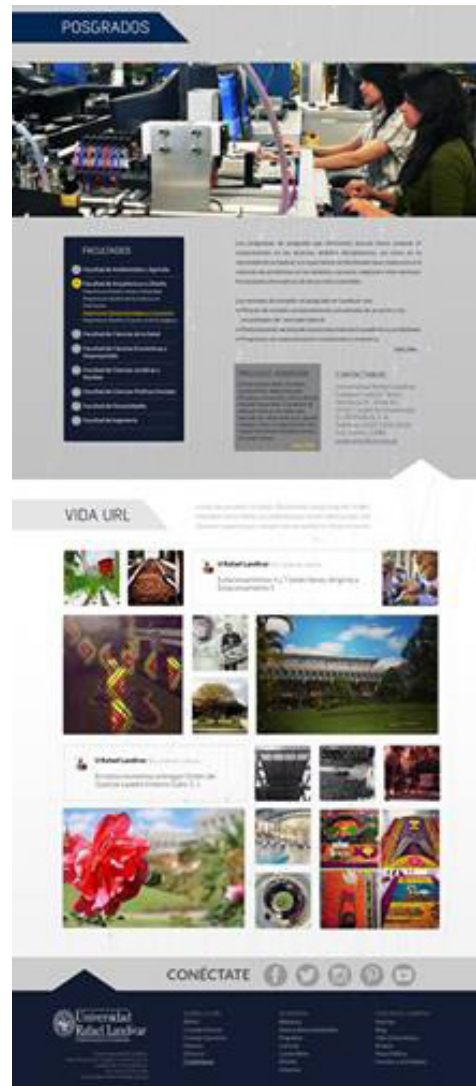
Nombre: Portal Público URL/

Responsivo smartphone

Dimensiones: 640x3152px

Soporte: Digital

PROPUESTA PRELIMINAR



Ficha técnica

Nombre: Portal Público URL/
Responsivo tablet

Dimensiones: 2048x8812px

Soporte: Digital

PROPUESTA PRELIMINAR

Fotomontajes



Fuente: <http://bit.ly/1x0PVA2>



PROPUESTA PRELIMINAR

Fotomontajes

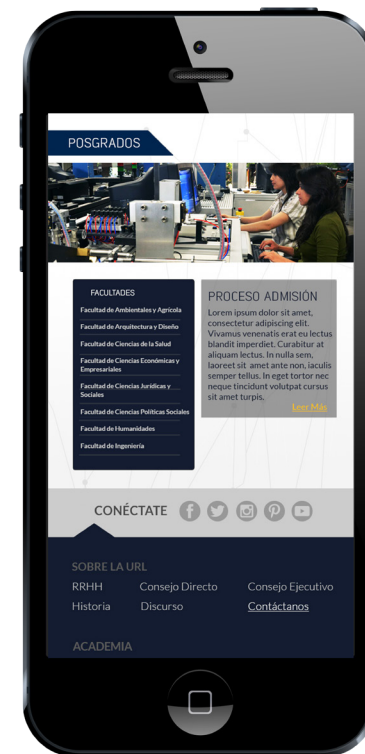


Fuente: <http://bit.ly/1z7eOux>



PROPUESTA PRELIMINAR

Fotomontajes



Fuente: <http://bit.ly/1iXW1MK>

VALIDACIÓN

El criterio para seleccionar la muestra del grupo objetivo se basó en elegir a los potenciales usuarios que ingresarían al Portal Público de la URL, debido a que sus necesidades demandan conocer más acerca de los servicios que ofrece la Universidad. El instrumento utilizado se encuentra en el Anexo A.6. Las muestras son: 34 potenciales estudiantes de pregrado (Anexo A.6.1) y 15 potenciales estudiantes de posgrado (Anexo A.6.2).

El criterio utilizado para la selección de expertos se basó en elegir a las personas más involucradas durante el desarrollo del proyecto, por ende fue seleccionado un grupo reducido de personas pertenecientes a la Dirección de Comunicación de la Universidad Rafael Landívar, entre ellas se encuentra el cliente directo que es la licenciada Marcia Morales. El instrumento utilizado se encuentra en el Anexo A.8.

El criterio utilizado para la selección de los diseñadores gráficos para que evaluaran el sitio se basó en escoger los que se dedican o desenvuelven en el campo de Diseño Web. De esta forma, la retroalimentación que facilitaron es la más adecuada para mejorar y pulir el rediseño del sitio según su experiencia y conocimiento. Sus aportes toman en cuenta aspectos acerca de la usabilidad, navegabilidad y otros factores importantes para los sitios web. El instrumento utilizado se encuentra en el Anexo A.7.

El proceso de validación para los tres grupos tuvo pequeños cambios en su modalidad, consistió en explicar la finalidad del proyecto, posteriormente se mostraba la propuesta preliminar del mismo y se les permitió la interacción con el sitio, luego

se les entregaban las encuestas para que dieran su respectiva retroalimentación. La realización de la validación con el grupo objetivo fue durante los días de admisión y pre-universidad de la Universidad Rafael Landívar (entre octubre y noviembre), se desarrolló de forma directa permitiéndoles por cierto tiempo interactuar con el archivo flash para que testearan el sitio; mientras que con los expertos se realizó una pequeña reunión en la que se les mostró la propuesta y luego fue realizada la validación; en cuanto a los diseñadores la validación se hizo de forma individual a través de correo electrónico, proporcionándoles el archivo en flash que simula la usabilidad y navegabilidad del sitio, para tener una retroalimentación más personalizada.

Los instrumentos utilizados para las validaciones fueron encuestas ya que a través de ellas se obtuvieron los resultados sin necesidad de modificar o controlar el entorno en el que se encontraban las personas, ya que el tiempo que se disponía era mínimo. Únicamente fue necesario llevar una computadora en la que las personas pudieran acceder y utilizar la propuesta.

ANÁLISIS

De forma general, la tendencia en las respuestas es favorable y cabe notar que de forma directa o indirecta, los grupos de validación visualizan el concepto en la propuesta del Portal Público de la URL.

Sintetizando las opiniones positivas que se tienen acerca del sitio, los grupos de validación afirman que el rediseño permite una mejor accesibilidad y usabilidad que concede ubicación y localización de contenidos dentro del sitio. Conjuntamente, el sitio es ordenado, no tiene saturación de elementos y contenidos, además mantiene los respiros visuales necesarios para el descanso de la vista.

Quienes validaron señalan que la estructura (diagramación) logra un mejor aprovechamiento del espacio; guarda mayor uniformidad, armonía y consistencia; además opinan que las secciones presentan una mejor arquitectura de la información a través del orden (en comparación con el sitio del año 2014).

Además, señalan que el rediseño aporta una imagen más moderna, formal, juvenil y dinámica que ayuda a causar una mejor impresión de la Universidad, creando una mayor identificación con el grupo objetivo (principalmente con los potenciales estudiantes de pregrado, quienes son el grupo objetivo primario).

En cuanto a aspectos de imagen, opinan que la textura utilizada en el fondo del sitio es sutil y no crea distracciones, esta ayuda a transmitir un sentido de conexiones y tecnología; las tipografías utilizadas transmiten una presencia de modernidad y profesionalidad, las cuales además, facilitan la lectura de textos dentro del sitio y crean jerarquías que diferencian títulos, subtítulos y textos; en cuanto a las galerías de imágenes, slides y otras formas de colocar una imagen opinan que ayudan a mejorar visualmente el sitio, así como a mercadear las actividades, acciones y servicios que se ofrecen dentro de la Universidad. El manejo de la paleta de color utilizada en el sitio ayuda a reforzar la identidad de la Universidad a través de los colores institucionales y los colores que los complementan, pero de igual forma, esta paleta de color ayuda a reforzar la

identidad del concepto creando un manejo de contrastes que permiten una visualización amigable.

Por otro lado, las deficiencias que se encontraron en el rediseño del Portal Público son detalles que se deben mejorar y que al hacerlo, ayudarán a facilitar la usabilidad, accesibilidad y navegabilidad del sitio a los usuarios reales y potenciales. Los cambios realizados se presentan a continuación:

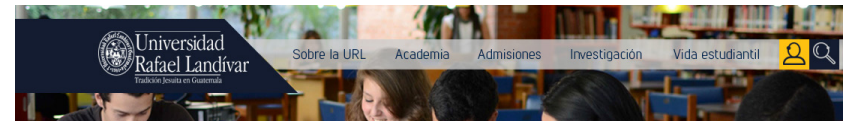
CAMBIOS

Los cambios realizados en base a los resultados de las validaciones tienen por objetivo el facilitar la satisfacción de necesidades y gestiones que puede llegar a realizar el grupo objetivo dentro del sitio.

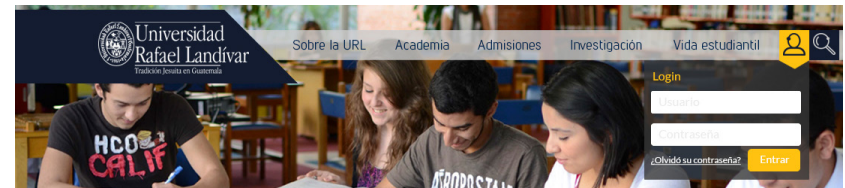
Un cambio importante realizado fue dejar siempre desplegado el login para entrar al portal interno de estudiantes, debido a que los grupos de validación concordaron, con diferentes argumentos, que genera confusión no encontrar directamente el área de login y que genera un click más, el cual es innecesario para que los usuarios puedan acceder a esta área.

Otro cambio fue la reducción del tamaño de íconos de las

ANTES



DESPUES



redes sociales que están ubicadas sobre el footer, ya que creaba mucho peso visual.

ANTES



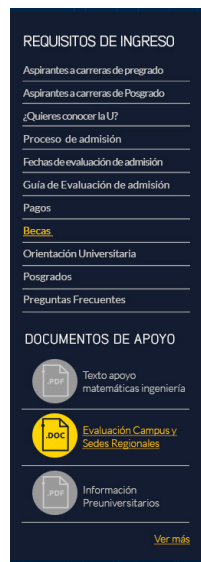
DESPUES



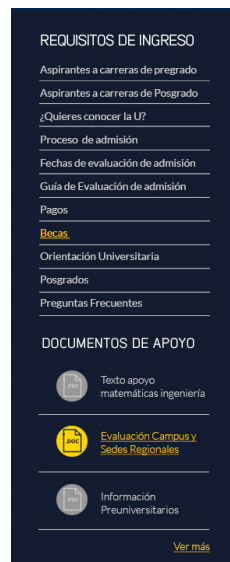
Por otro lado, fueron realizados cambios en el tamaño de tipografías, especialmente en los despliegues del menú principal y sub-menús, para facilitar la legibilidad de los sublinks.

Además se creó una estandarización de tamaños de tipografías

ANTES



DESPUES



dentro de todo el sitio para unificar las jerarquías y facilitar el desarrollo programático del sitio.

ANTES



DESPUES

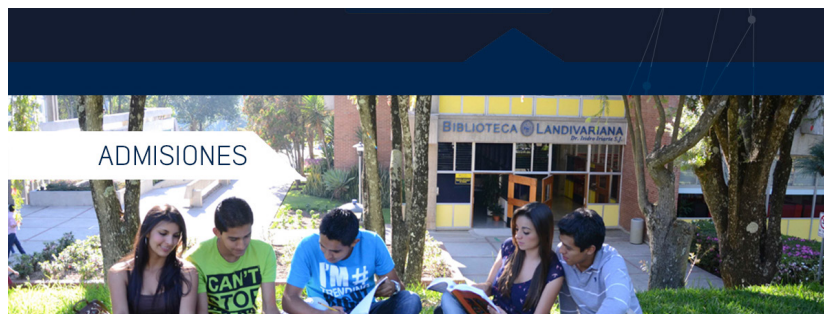


Otro cambio realizado fue colocar los títulos del área de home sobre las fotografías introductorias por dos motivos: el primero es para ahorrar espacio innecesario que ocupaba estando afuera y segundo para mantener una consistencia visual, ya que el menú en la galería principal se encuentra sobre las imágenes.

ANTES



DESPUÉS



Los expertos resaltaron que era importante que la sección de admisiones se vea antes que la sección de actividades, pero debido a la confusión que se establecería se optó por reducir la sección de actividades y que, a través de un botón, esta se despliegue. Así, se reduce el espacio para apreciar la sección de admisiones, pero permite tener la sección de actividades y noticias a la mano.

ANTES



ADMISIONES

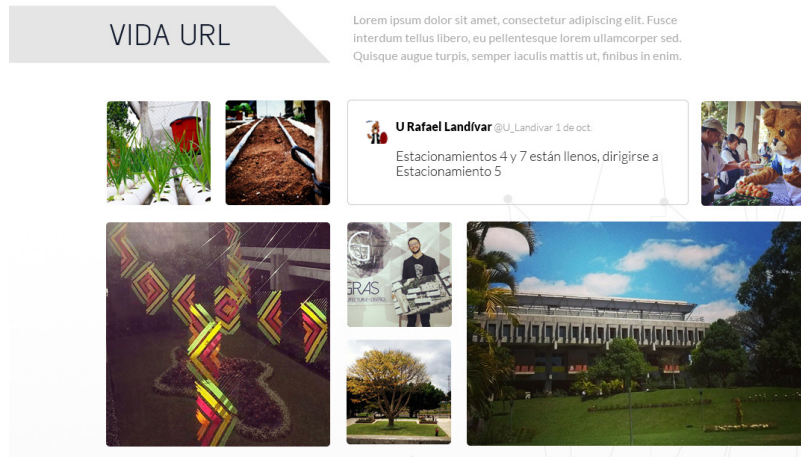


DESPUÉS

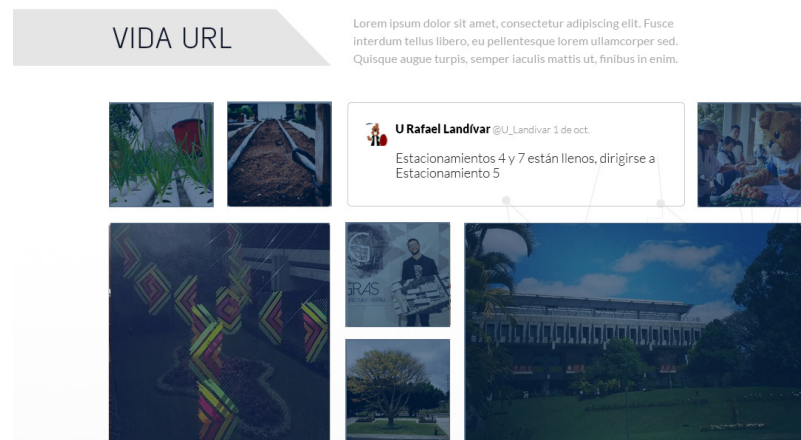


Por último se creó una versión de las imágenes con un tono azul cuando el mouse se colocara encima de las mismas para que los usuarios puedan diferenciar que los thumbnails se pueden presionar y que les desplegará una galería con las imágenes más grandes.

ANTES



DESPUÉS



A través de una junta informal con un diseñador del departamento de Dirección de Comunicaciones de la URL, fueron proporcionados algunos comentarios sobre la propuesta final, entre ellos se encontraban ciertas sugerencias que ayudarían a mejorar la propuesta del sitio. Es por eso que tras llegar a un consenso grupal, se decidió pulir ciertos detalles que optimizarían la propuesta a modo de facilitar la usabilidad del mismo. El bocetaje de la propuesta final se presenta en el Anexo A.11. Los cambios consisten en:

- Ubicar la sección de Noticias, calendario académico y actividades en un módulo que no se oculta, el cual actúa como carrusel con flechas a los bordes para cambiar de sub-sección. Este se ubica sobre el slide principal de imágenes de la página de home, esto con motivo de disminuir la dimensión vertical del sitio y omitir que los usuarios realicen un click innecesario.
- Se unificó el menú principal con la de links rápidos por motivos de eficiencia en la usabilidad y ahorro de espacio, ya que al ubicarlas con espacio entre ellas era difícil percibir la barra secundaria porque se encontraba separada en el borde superior. La solución consistió en acoplar ambos menús con la ayuda de una pleca que aporta modernidad debido al color utilizado.

- Se eligió otra tipografía para titulares y subtítulos, esto con motivo de crear mayor jerarquía y peso visual en la propuesta a través de grosor. La tipografía Jaapokki provee características de peso visual sin saturar el formato, así como la menor cantidad de detalles en su estructura, aportando de esta forma simplicidad y modernidad. Además en sub-menús se colocó una pleca por debajo del título de cada uno, esto con motivo de crear más jerarquía.

- El módulo de Vida URL era un área muy extensa y las imágenes y tweets se ubicaban aleatoriamente, por ello se creó una mejor organización y esta se redujo a dos columnas, una de ellas presenta imágenes de facebook y otra columna que muestra los mensajes de twitter. De esta forma se estructuran mejor los elementos.

- En el módulo de conéctate, donde se ubican los íconos de las redes sociales, se agregó una barra color amarillo que ayuda a atraer más la atención del usuario, además se ubicó en el extremo derecho el botón de scroll hacia arriba para que no estropee la visibilidad debido a que este se ubicaba sobre los contenidos de la página.

- Los identificadores de cada sección fueron evaluados para que cada uno tuviera la misma inclinación, además se realizó un corte transversal para aportar más estilo moderno a este. Los mismos tienen relación a los cortes transversales realizados a la imagen por debajo de ellos, de esta forma se integran más al fondo.

- Se omitió el uso de la textura visual del fondo debido a que por cuestiones de implementación, se dificulta la continuidad de esta en cada módulo.

- Se optimizó el diseño responsivo al aumentar el tamaño de textos y al cerciorarse que los contenidos se ubicaran dentro de la retícula respectiva, en cuanto a la Tablet se ubicara dentro del grid de 8 columnas y el de Smartphone dentro de 6.

- Por último se cambió la distribución de los botones y opciones del header (ubicándolos en un mismo menú), se aumentó el tamaño de los botones del menú principal, se agregó el submenú en cada template interno y los links de dichos submenús aumentaron su tamaño e interlineado para facilitar al usuario el acceso a estos.

ANTES



FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nunc vulputate neque neque, vitae ultricies orci laoreet a. Sed tempor felis in quam sollicitudin, id lobortis sem posuere. Duis finibus sem non aliquet dignissim. Curabitur vestibulum nibh vitae pharetra euismod. Donec dapibus accumsan ipsum, pretium cursus mauris pretium vitae. Pellentesque quis leo aliquet est lobortis hendrerit in in tellus. Proin convallis volutpat est, nec tempus ante aliquet eu.

Sed scelerisque nunc et posuere porttitor. Vivamus vitae accumsan libero, et facilisis felis. Morbi interdum porta diam sed tincidunt. In hac habitasse platea dictumst. Phasellus quis dui lectus.

Praesent nec placerat dolor. Proin nec ornare augue. Sed ullamcorper ante felis, in porta enim volutpat interdum. In faucibus metus in sapien cursus, egestas scelerisque augue ullamcorper. Aliquam erat volutpat. Nullam quis ligula semper, aliquet ante a, fermentum diam.

VIDEO

DESPUÉS



FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO

ARQUITECTURA Y DISEÑO

Carreras

Arquitectura

[Diseño Gráfico](#)

Diseño Industrial

Jornadas del Diseño 2014

Mallas curriculares

Posgrados

Trámites

Institutos

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nunc vulputate neque neque, vitae ultricies orci laoreet a. Sed tempor felis in quam sollicitudin, id lobortis sem posuere. Duis finibus sem non aliquet dignissim. Curabitur vestibulum nibh vitae pharetra euismod. Donec dapibus accumsan ipsum, pretium cursus mauris pretium vitae. Pellentesque quis leo aliquet est lobortis hendrerit in in tellus. Proin convallis volutpat est, nec tempus ante aliquet eu.

FASE III

Gestión de la implementación del Diseño

FUNDAMENTACIÓN

La Universidad Rafael Landívar presta el servicio del portal en línea el cual permite a los usuarios tener a su disposición la búsqueda y gestión de información necesaria de interés. Por ese motivo el sitio necesita mejorar la organización de elementos, tanto a nivel estructural como visual, para que el grupo objetivo pueda ingresar, conocer, gestionar y navegar de manera más accesible a todas las posibilidades que ofrece.

Tomando en cuenta la detección del problema, se optó por facilitar la navegación y renovar la imagen visual para optimizar el acceso a la información y las gestiones.

El proyecto del Portal Público de la Universidad Rafael Landívar consistió en el rediseño de la página de inicio (home) y el desarrollo de templates textuales y visuales, así como su adaptación a diseño responsivo para su aplicación en Smartphone y Tablets. A partir del concepto **"conexiones que ascienden al futuro"** se codificó la propuesta de diseño la cual aplica el uso de módulos y diagramación por columnas para facilitar el desarrollo y programación del diseño responsivo, puesto que se debe realizar un solo sitio que se adapta a la resolución del dispositivo, como menciona Quesada (2013).

La aplicación de estas características implica que los elementos se convierten en un ente independiente con contenidos independientes, permitiendo así estructurar los elementos de forma organizada, poder tomar la decisión y seleccionar qué módulos e información se encontrarán en cada adaptación debido a la flexibilidad que permite la tendencia modular.

Se optó por la implementación de módulos porque permite la adecuación a nuevos formatos, así como la sintetización de la información. Debido a las características que tiene esta tendencia, ayuda a solucionar la necesidad de organizar la información de forma estructural y visual permitiendo acceder a los contenidos con más facilidad y orden.

Cómo fue mencionado anteriormente, la usabilidad es la facilidad con la que el usuario puede manejar un software o producto, en este caso el portal de la URL. Se considera que el proyecto permite la usabilidad porque con la estructura e imagen utilizada, da consistencia y claridad visual que facilita al usuario la recepción y el acceso a la información. Esto se logra a partir de la navegación intuitiva que incluye navegadores con los links más relevantes e importantes para el usuario, submenús que permiten acceder a información relacionada con el tema; a través de la organización de la información, la cual busca enfatizar los mensajes principales y las jerarquías visuales que permiten a los usuarios ubicar contenidos rápidamente.

El look & feel del proyecto tiene una tendencia al estilo flat, ya que emplea simplicidad, elimina la saturación de elementos innecesarios, implementa tipografías sans serif con rasgos simples que expresan una sensación moderna, emplea el uso de colores sólidos. Además como Murgas (2013) menciona, al aplicar la simplicidad, permite al usuario enfocarse en la información que se trata de transmitir. Es decir que el diseño no compite con la información ayudando a captar al usuario y que este tenga mayor facilidad para entender el mensaje, así como utilizar el portal.

A través del rediseño, se logra que el usuario acceda al portal a través de diferentes dispositivos, que navegue de forma intuitiva y reciba fácilmente la información, así como presentar a la Universidad con una identidad más moderna que atraiga a más usuarios y quieran interactuar con el sitio.

Como recurso que apueste a reforzar la percepción y que transmita un mensaje más directo a los usuarios sobre la Universidad, la temática y la cantidad de imágenes empleadas se enfoca en graficar la experiencia de convivencia y formación educativa al presentar el futuro profesional y la vida social del estudiante landivariano en el campus. Es por ello que tanto en el home como en los templates se implementaron galerías que faciliten transmitir estos mensajes.

Acorde a la estrategia de implementación, su lanzamiento en Marzo haría que los clientes potenciales puedan interactuar y experimentar con el sitio. Lo cual influirá en la recepción de información de los usuarios, especialmente los que buscan ingresar a la Universidad en el año 2016.

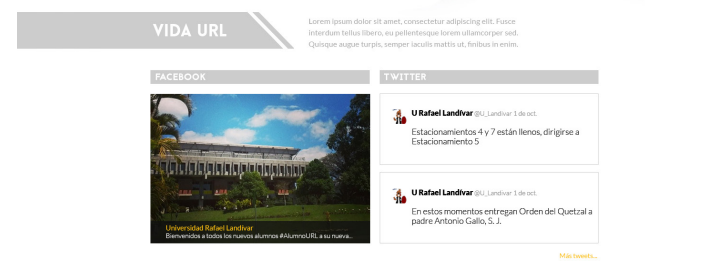
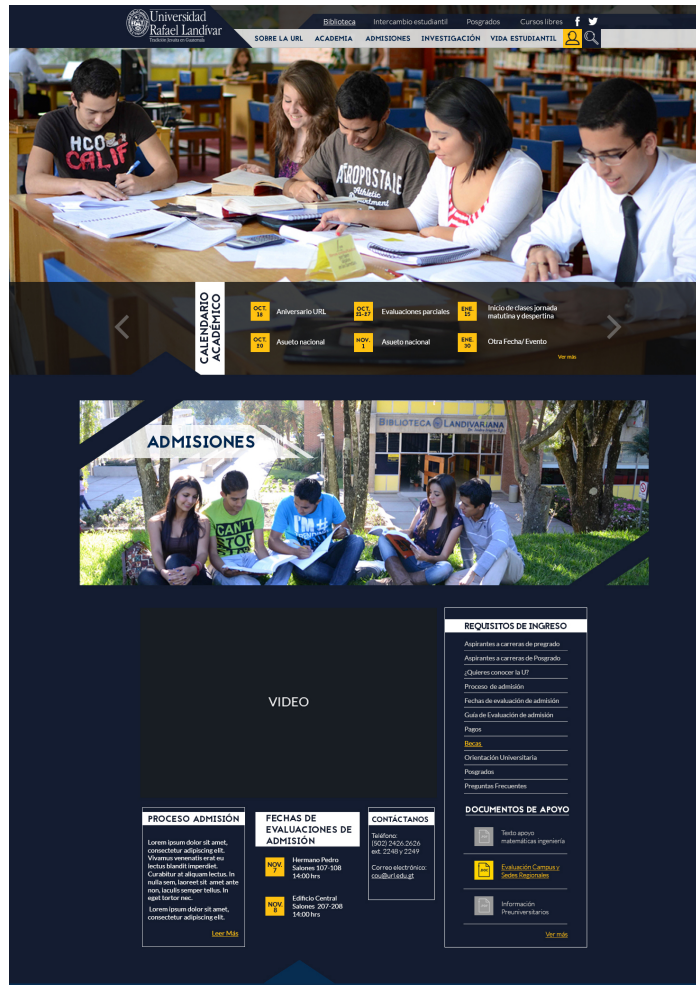
PROPUESTA FINAL

Ficha técnica

Nombre: Portal Público URL

Dimensiones: 1200px x altura requerida.

Soporte: Digital



Ficha técnica

Nombre: Template Textual/Admisiones

Dimensiones: 1200px x altura requerida.

Soporte: Digital



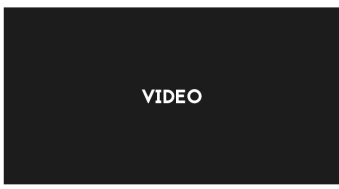
ADMISIONES

REQUISITOS DE INGRESO

- Aspirantes a carreras de pregrado
- Aspirantes a carreras de posgrado
- ¿Quieres conocer la U?
- Proceso de admisión
- Fechas de evaluación de admisión
- Guía de Evaluación de admisión
- Pagos
- Becas
- Orientación Universitaria
- Posgrados
- Preguntas frecuentes

DOCUMENTOS DE APOYO

- Texto apoyo matemáticas ingeniería
- Evaluación Caminos y Sedes Regionales
- Información Preuniversitarios
- Guía Inscripción
- Fechas Asignación
- Contenido evaluación matemáticas



PROCESO DE ADMISIÓN

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nunc vulputate neque neque, vitae ultrices orci laoreet a. Sed tempor felis in quam sollicitudin, id lobortis sem posuere. Duis fringilla sem non aliquet dignissim. Curabitur vestibulum nibh vitae pharetra eutimod. Donec dapibus accusam ipsum, pretium cursus mauris pretium vitae. Pellentesque quis leo aliquet est toboris hendrerit in in tellus. Proin conwallis solutpat est, nec tempus ante aliquet est.

Sed scelerisque nunc et posuere porttitor. Vivamus vitae accusam libero, et facilisis felis. Morbi interdum porta diam sed tincidunt. In hac habitasse platea dictumst. Phasellus quis dui lectus.

Present nec placerat dolor. Proin nec ornare augue. Sed ullamcorper ante felis, in porta enim volutpat interdum. In faucibus metus in sapien cursus, egestas scelerisque augue ullamcorper. Aliquam erat volutpat. Nullam quis ligula semper, aliquet ante a, fermentum diam.

FECHAS DE EVALUACIONES DE ADMISIÓN	FECHAS INSCRIPCIÓN PRIMER INGRESO
<p>NOV 7 Hermano Pedro Salones 107-108 14:00hrs</p> <p>NOV 9 Edificio Central Salones 207-208 14:00hrs</p>	<p>NOV 24/25 Facultad de Ciencias Económicas y empresariales</p> <p>NOV 29/30 Facultad de Arquitectura y Diseño Facultad de Ciencias Ambientales y Agrícolas Facultad de Humanidades Facultad de Teología</p> <p>NOV 29/30 Facultad de Ingeniería</p> <p>DIC 2/3 Facultad de Ciencias Políticas y Sociales Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales Facultad de Ciencias de la Salud</p> <p>DIC 3/16 Todas las facultades</p> <p>ENE 5/15 Todas las facultades</p> <p>ENE 13 Inducción a estudiantes de primer ingreso</p>

- Información Preuniversitarios
- Guía Inscripción
- Fechas Asignación
- Contenido evaluación matemáticas

FECHAS DE EVALUACIONES DE ADMISIÓN

NOV 7	Hermano Pedro Salones 107-108 14:00hrs
NOV 9	Edificio Central Salones 207-208 14:00hrs

FECHAS INSCRIPCIÓN PRIMER INGRESO

NOV 24/25	Facultad de Ciencias Económicas y empresariales
NOV 29/30	Facultad de Arquitectura y Diseño Facultad de Ciencias Ambientales y Agrícolas Facultad de Humanidades Facultad de Teología
NOV 29/30	Facultad de Ingeniería
DIC 2/3	Facultad de Ciencias Políticas y Sociales Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales Facultad de Ciencias de la Salud
DIC 3/16	Todas las facultades
ENE 5/15	Todas las facultades
ENE 13	Inducción a estudiantes de primer ingreso

BECAS

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Vivamus venenatis erat eu lectus blandit imperdiet. Curabitur at aliquam lectus. In nulla sem, laoreet sit amet ante non, laculis semper tellus. In eget tortor nec.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Curabitur at aliquam lectus. In nulla sem, laoreet sit amet ante non, laculis semper tellus. In eget tortor nec.

[Leer Más](#)

GALERÍA



CONÉCTATE



SOBRE LA URL
 RRHH
 Consejo Directo
 Consejo Ejecutivo
 Historia
 Discursio
 Contáctanos

ACADEMIA
 Biblioteca
 Intercambios estudiantiles
 Posgrados
 Carreras
 Cursos libres
 AUSJAL
 Universia

VIDA EN EL CAMPUS
 Noticias
 Blog
 Vida Universitaria
 Bloggia
 Plaza Pública
 Eventos y actividades

Universidad Rafael Landívar
 Vista Hermosa III Campus Central zona 14
 Guatemala, Centroamérica
 Tel: (+502) 2425-2628
 Correo electrónico: info@url.edu.gt

Ficha técnica

Nombre: Template Textual/Investigación

Dimensiones: 1200px x altura requerida.

Soporte: Digital



INVESTIGACIÓN

INVESTIGACIÓN

Vicerrectoría de Investigación y Proyección

Dirección de Gestión de Investigación

Dirección de Incidencia Pública

DIFADI

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nunc vulputate neque neque, vitae ultricies orci laoreet a. Sed tempor felis in quam sollicitudin, id lobortis sem posuere. Duis finibus sem non aliquet dignissim. Curabitur vestibulum nibh vitae pharetra euismod. Donec dapibus accumsan ipsum, pretium cursus mauris pretium vitae. Pellentesque quis leo aliquet est lobortis hendrerit in in tellus. Proin convallis volutpat est, nec tempus ante aliquet eu.

Sed scelerisque nunc et posuere porttitor. Vivamus vitae accumsan libero, et facilisis felis. Morbi interdum porta diam sed tincidunt. In hac habitasse platea dictumst. Phasellus quis dui lectus.

Praesent nec placerat dolor. Proin nec ornare augue. Sed ullamcorper ante felis, in porta enim volutpat interdum. In faucibus metus in sapien cursus, egestas scelerisque augue ullamcorper. Aliquam erat volutpat. Nullam quis ligula semper, aliquet ante a, fermentum diam.

VICERRECTORÍA DE INVESTIGACIÓN Y PROYECCIÓN

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nunc vulputate neque neque, vitae ultricies orci laoreet a. Sed tempor felis in quam sollicitudin, id lobortis sem posuere. Duis finibus sem non aliquet dignissim. Curabitur vestibulum nibh vitae pharetra euismod. Donec dapibus accumsan ipsum, pretium cursus mauris pretium vitae. Pellentesque quis leo aliquet est lobortis hendrerit in in tellus.

[Leer Más...](#)

DIRECCIÓN DE GESTIÓN DE INVESTIGACIÓN

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nunc vulputate neque neque, vitae ultricies orci laoreet a. Sed tempor felis in quam sollicitudin, id lobortis sem posuere. Duis finibus sem non aliquet dignissim. Curabitur vestibulum nibh vitae pharetra euismod. Donec dapibus accumsan ipsum, pretium cursus mauris pretium vitae. Pellentesque quis leo aliquet est lobortis hendrerit in in tellus.

[Leer Más...](#)

PROYECCIÓN

Dirección de Gestión de Investigación

Dirección de Incidencia Pública

DIFADI

Sed scelerisque nunc et posuere porttitor. Vivamus vitae accumsan libero, et facilisis felis. Morbi interdum porta diam sed tincidunt. In hac habitasse platea dictumst. Phasellus quis dui lectus.

Praesent nec placerat dolor. Proin nec ornare augue. Sed ullamcorper ante felis, in porta enim volutpat interdum. In faucibus metus in sapien cursus, egestas scelerisque augue ullamcorper. Aliquam erat volutpat. Nullam quis ligula semper, aliquet ante a, fermentum diam.

VICERRECTORÍA DE INVESTIGACIÓN Y PROYECCIÓN

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nunc vulputate neque neque, vitae ultricies orci laoreet a. Sed tempor felis in quam sollicitudin, id lobortis sem posuere. Duis finibus sem non aliquet dignissim. Curabitur vestibulum nibh vitae pharetra euismod. Donec dapibus accumsan ipsum, pretium cursus mauris pretium vitae. Pellentesque quis leo aliquet est lobortis hendrerit in in tellus.

[Leer Más...](#)

DIRECCIÓN DE GESTIÓN DE INVESTIGACIÓN

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nunc vulputate neque neque, vitae ultricies orci laoreet a. Sed tempor felis in quam sollicitudin, id lobortis sem posuere. Duis finibus sem non aliquet dignissim. Curabitur vestibulum nibh vitae pharetra euismod. Donec dapibus accumsan ipsum, pretium cursus mauris pretium vitae. Pellentesque quis leo aliquet est lobortis hendrerit in in tellus.

[Leer Más...](#)

DIRECCIÓN DE INCIDENCIA PÚBLICA

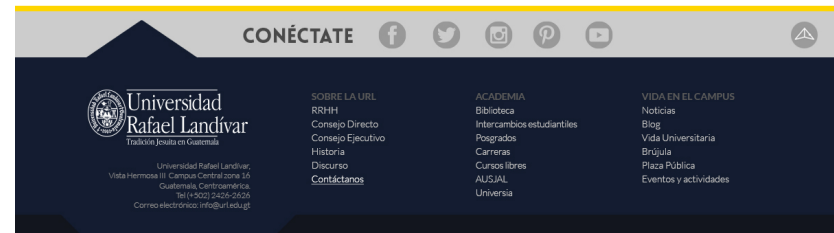
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nunc vulputate neque neque, vitae ultricies orci laoreet a. Sed tempor felis in quam sollicitudin, id lobortis sem posuere. Duis finibus sem non aliquet dignissim. Curabitur vestibulum nibh vitae pharetra euismod. Donec dapibus accumsan ipsum, pretium cursus mauris pretium vitae. Pellentesque quis leo aliquet est lobortis hendrerit in in tellus.

[Leer Más...](#)

DIRECCIÓN DE FORMACIÓN Y ACCIÓN PARA EL DESARROLLO INTEGRAL -DIFADI-

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nunc vulputate neque neque, vitae ultricies orci laoreet a. Sed tempor felis in quam sollicitudin, id lobortis sem posuere. Duis finibus sem non aliquet dignissim. Curabitur vestibulum nibh vitae pharetra euismod. Donec dapibus accumsan ipsum, pretium cursus mauris pretium vitae. Pellentesque quis leo aliquet est lobortis hendrerit in in tellus.

[Leer Más...](#)

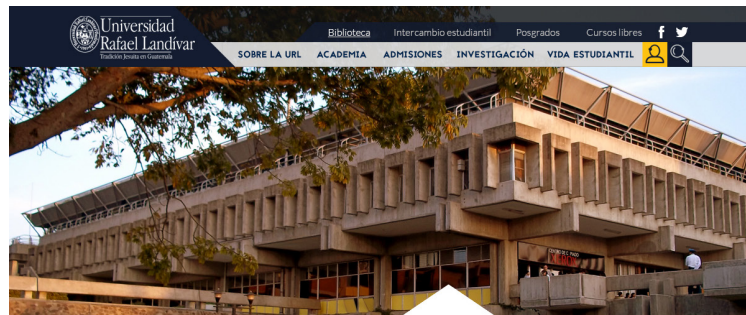


Ficha técnica

Nombre: Template Textual/Sobre URL

Dimensiones: 1200px x altura requerida.

Soporte: Digital



SOBRE URL

SOBRE URL

- Mirada rápida a la URL
- Notas Históricas de la URL
- Asamblea
- Administración

- Consejo Directivo/Ejecutivo
- Dirección de Recursos Humanos
- Carreras
- Servicios Universitarios
- Guía Landivariana



BIENVENIDA DEL RECTOR

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nunc vulputate neque neque, vitae ultricies orci laoreet a. Sed tempor felis in quam sollicitudin, id lobortis sem posuere. Duis finibus sem non aliquet dignissim. Curabitur vestibulum nibh vitae pharetra euismod. Donec dapibus accumsan ipsum, pretium cursus mauris pretium vitae. Pellentesque quis leo aliquet est lobortis hendrerit in tellus. Proin convallis volutpat est, nec tempus ante aliquet eu.

Sed scelerisque nunc et posuere porttitor. Vivamus vitae accumsan libero, et facilisis felis. Morbi interdum porta diam sed tincidunt. In hac habitasse platea dictumst. Phasellus quis dul lectus.

Praesent nec placerat dolor. Proin nec ornare augue. Sed ullamcorper ante felis, in porta enim volutpat interdum. In faucibus metus in sapien cursus, egestas scelerisque augue ullamcorper. Aliquam erat volutpat. Nullam quis ligula semper, aliquet ante a, fermentum diam.

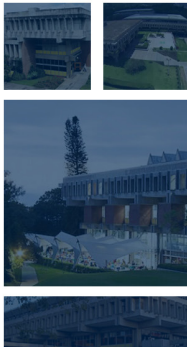
HISTORIA

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nunc vulputate neque neque, vitae ultricies orci laoreet a. Sed tempor felis in quam sollicitudin, id lobortis sem posuere. Duis finibus sem non aliquet dignissim. Curabitur vestibulum nibh vitae pharetra euismod. Donec dapibus accumsan ipsum, pretium cursus mauris pretium vitae. Pellentesque quis leo aliquet est lobortis hendrerit in tellus.

Proin convallis volutpat est, nec tempus ante aliquet eu. Sed scelerisque nunc et posuere porttitor. Vivamus vitae accumsan libero, et facilisis felis. Morbi interdum porta diam sed tincidunt. In hac habitasse platea dictumst. Phasellus quis dul lectus. Praesent nec placerat dolor.

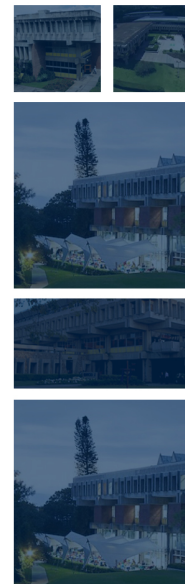
Proin nec ornare augue. Sed ullamcorper ante felis, in porta enim volutpat interdum. In faucibus metus in sapien cursus, egestas scelerisque augue ullamcorper. Aliquam erat volutpat.

GALERÍA



- Dirección de Recursos Humanos
- Carreras
- Servicios Universitarios
- Guía Landivariana

GALERÍA



BIENVENIDA DEL RECTOR

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nunc vulputate neque neque, vitae ultricies orci laoreet a. Sed tempor felis in quam sollicitudin, id lobortis sem posuere. Duis finibus sem non aliquet dignissim. Curabitur vestibulum nibh vitae pharetra euismod. Donec dapibus accumsan ipsum, pretium cursus mauris pretium vitae. Pellentesque quis leo aliquet est lobortis hendrerit in tellus. Proin convallis volutpat est, nec tempus ante aliquet eu.

Sed scelerisque nunc et posuere porttitor. Vivamus vitae accumsan libero, et facilisis felis. Morbi interdum porta diam sed tincidunt. In hac habitasse platea dictumst. Phasellus quis dul lectus.

Praesent nec placerat dolor. Proin nec ornare augue. Sed ullamcorper ante felis, in porta enim volutpat interdum. In faucibus metus in sapien cursus, egestas scelerisque augue ullamcorper. Aliquam erat volutpat. Nullam quis ligula semper, aliquet ante a, fermentum diam.

HISTORIA

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nunc vulputate neque neque, vitae ultricies orci laoreet a. Sed tempor felis in quam sollicitudin, id lobortis sem posuere. Duis finibus sem non aliquet dignissim. Curabitur vestibulum nibh vitae pharetra euismod. Donec dapibus accumsan ipsum, pretium cursus mauris pretium vitae. Pellentesque quis leo aliquet est lobortis hendrerit in tellus.

Proin convallis volutpat est, nec tempus ante aliquet eu. Sed scelerisque nunc et posuere porttitor. Vivamus vitae accumsan libero, et facilisis felis. Morbi interdum porta diam sed tincidunt. In hac habitasse platea dictumst. Phasellus quis dul lectus. Praesent nec placerat dolor.

Proin nec ornare augue. Sed ullamcorper ante felis, in porta enim volutpat interdum. In faucibus metus in sapien cursus, egestas scelerisque augue ullamcorper. Aliquam erat volutpat.

MISIÓN

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nunc vulputate neque neque, vitae ultricies orci laoreet a. Sed tempor felis in quam sollicitudin, id lobortis sem posuere. Duis finibus sem non aliquet dignissim. Curabitur vestibulum nibh vitae pharetra euismod.

Donec dapibus accumsan ipsum, pretium cursus mauris pretium vitae. Pellentesque quis leo aliquet est lobortis hendrerit in tellus.

Proin convallis volutpat est, nec tempus ante aliquet eu. Sed scelerisque nunc et posuere porttitor. Vivamus vitae accumsan libero, et facilisis felis. Morbi interdum porta diam sed tincidunt. In hac habitasse platea dictumst. Phasellus quis dul lectus. Praesent nec placerat dolor.

VISIÓN

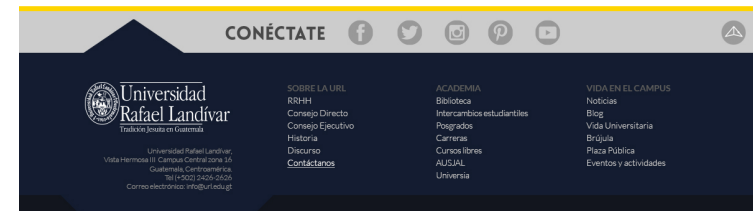
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nunc vulputate neque neque, vitae ultricies orci laoreet a. Sed tempor felis in quam sollicitudin, id lobortis sem posuere. Duis finibus sem non aliquet dignissim. Curabitur vestibulum nibh vitae pharetra euismod.

- Donec dapibus accumsan ipsum, pretium cursus mauris pretium vitae.
- Pellentesque quis leo aliquet est lobortis hendrerit in tellus.

- Proin convallis volutpat est, nec tempus ante aliquet eu. Sed scelerisque nunc et posuere porttitor.

- Vivamus vitae accumsan libero, et facilisis felis. Morbi interdum porta diam sed tincidunt.

- Phasellus quis dul lectus. Praesent nec placerat dolor.



Ficha técnica

Nombre: Template Visual/Artes Landívar

Dimensiones: 1200px x altura requerida.

Soporte: Digital



ARTES LANDÍVAR

VIDA ESTUDIANTIL

CREARTE

DAE

PUL

CELASI

RSA

UNCE

ARTES LANDÍVAR

- Artes Landívar
Galería de Arte
Miercoles Landívarianos
Abrapalabra
- Centro de Danza e Investigación del Movimiento
- Centro Landívariano del Patrimonio Cultural
- Laboratorio de Teatro
- Coordinación de música

ARTES LANDÍVAR

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nunc vulputate neque neque, vitae ultricies orci laoreet a. Sed tempor felis in quam sollicitudin, id lobortis sem posuere. Duis finibus sem non aliquet dignissim. Curabitur vestibulum nibh vitae pharetra euismod. Donec dapibus accumsan ipsum, pretium cursus mauris pretium vitae. Pellentesque quis leo aliquet est lobortis hendrerit in in tellus. Proin convallis volutpat est, nec tempus ante aliquet eu.

Sed scelerisque nunc et posuere porttitor. Vivamus vitae accumsan libero, et facilisis felis. Morbi interdum porta diam sed tincidunt. In hac habitasse platea dictumst. Phasellus quis dui lectus. Praesent nec placerat dolor. Proin nec ornare augue. Sed ullamcorper ante felis, in porta enim volutpat interdum. In faucibus metus in sapien cursus, egestas scelerisque augue ullamcorper. Aliquam erat volutpat. Nullam quis ligula semper, aliquet ante a, fermentum diam.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nunc vulputate neque neque, vitae ultricies orci laoreet a. Sed tempor felis in quam sollicitudin, id lobortis sem posuere. Duis finibus sem non aliquet dignissim.

CONTÁCTANOS

Campus Central, Vista Hermosa III, zona 16
Edificio F1, Oficina 104
PBX. 24262626
Ext. 3151, 3152, 3153 y 3154
arteslandivar@url.edu.gt

- Galería de Arte
Miercoles Landívarianos
Abrapalabra
- Centro de Danza e Investigación del Movimiento
- Centro Landívariano del Patrimonio Cultural
- Laboratorio de Teatro
- Coordinación de música

CONTÁCTANOS

Campus Central, Vista Hermosa III, zona 16
Edificio F1, Oficina 104
PBX. 24262626
Ext. 3151, 3152, 3153 y 3154
arteslandivar@url.edu.gt

GALERÍA

CONÉCTATE

[f](#)
[t](#)
[i](#)
[p](#)
[v](#)

SOBRE LA URL
 RRHH
 Consejo Directo
 Consejo Ejecutivo
 Historia
 Discurso
 Contáctanos

ACADEMIA
 Biblioteca
 Intercambios estudiantiles
 Posgrados
 Carreras
 Cursos libres
 AUJUAL
 Universia

VIDA EN EL CAMPUS
 Noticias
 Blog
 Vida Universitaria
 Brújula
 Plaza Pública
 Eventos y actividades

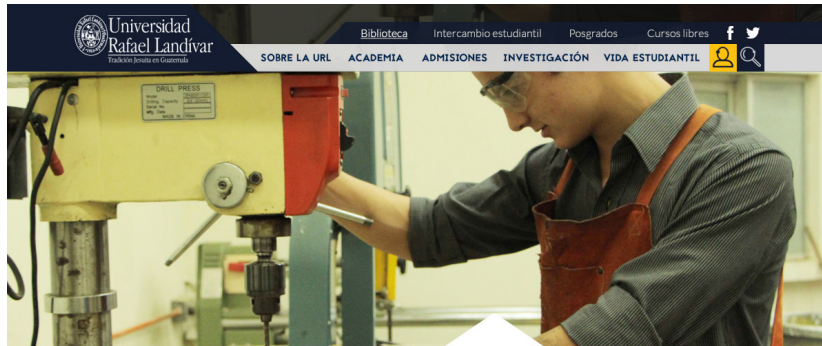
Universidad Rafael Landívar
 Tradición Jesuita en Guatemala
 Universidad Rafael Landívar
 Vista Hermosa III, Campus Central zona 16
 Guatemala, Centroamérica
 Tel: +502 2426-2626
 Correo electrónico: info@url.edu.gt

Ficha técnica

Nombre: Template Visual/Facultad

Dimensiones: 1200px x altura requerida.

Soporte: Digital



FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO

ARQUITECTURA Y DISEÑO

- Carreras
 - Arquitectura
 - Diseño Gráfico
 - Diseño Industrial

- Jornadas del Diseño 2014
- Mallas curriculares
- Posgrados
- Trámites
- Institutos

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nunc vulputate neque neque, vitae ultricies orci laoreet a. Sed tempor felis in quam sollicitudin, id lobortis sem posuere. Duis finibus sem non aliquet dignissim. Curabitur vestibulum nibh vitae pharetra euismod. Donec dapibus accumsan ipsum, pretium cursus mauris pretium vitae. Pellentesque quis leo aliquet est lobortis hendrerit in in tellus. Proin convallis volutpat est, nec tempus ante aliquet eu.

Sed scelerisque nunc et posuere porttitor. Vivamus vitae accumsan libero, et facilisis felis. Morbi interdum porta diam sed tincidunt. In hac habitasse platea dictumst. Phasellus quis dul lectus.

Praesent nec placerat dolor. Proin nec ornare augue. Sed ullamcorper ante felis, in porta enim volutpat interdum. In faucibus metus in sapien cursus, egestas scelerisque augue ullamcorper. Aliquam erat volutpat. Nullam quis ligula semper, aliquet ante a, fermentum diam.

VIDEO

GALERÍA



INFORMACIÓN

UBICACIÓN

Edificio M Oficina 308

Extensión telefónica:
PBX: 2426 2626,
Recepción ext. 2428
FAX ext. 2429

Horario de atención:
8:00 - 20:00 de Lunes a Viernes.

AUTORIDADES

Decano
Mgtr. Ovidio Morales Calderón

Vicedecano
Arq. Oscar Echeverría Cañas

Secretario
Arq. Alice María Becker Ávila, MA.

Director Depto. de Arquitectura
Arq. Rodolfo Castillo Magaña, MA.

Director Depto. de Diseño Industrial
Lic. Juan Pablo Szarata, MA.

Director Depto. Diseño Gráfico
Lcda. Regina López De La Vega, MA.

LABORATORIOS

Laboratorios especializados

Laboratorio Macintosh

Laboratorio de Prototipos DI

Horario de atención de la Facultad:
De 8:00 am - 20:00 horas, ubicados en el Edificio M oficina 308

CONÉCTATE



Universidad Rafael Landívar
Tercera Vía, Justa en Guatemala
Vista Hermosa III, Ciudad Central Zone de
Guatemala, Centroamérica
Tel (+502) 2426-2626
Correo electrónico: info@ur.edu.gt

SOBRE LA URL
RHH
Consejo Directo
Consejo Ejecutivo
Historia
Discurso
Contáctanos

ACADEMIA
Biblioteca
Intercambios estudiantiles
Posgrados
Carreras
Cursos libres
AUSJAL
Universia

VIDA EN EL CAMPUS
Noticias
Blog
Vida Universitaria
Brújula
Plaza Pública
Eventos y actividades

Ficha técnica

Nombre: Admisiones/Responsivo Tablet

Dimensiones: 768px x altura requerida.

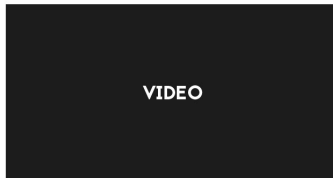
Soporte: Digital



ADMISIONES

REQUISITOS DE INGRESO

DOCUMENTOS DE APOYO



PROCESO DE ADMISIÓN

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nunc vulputate neque neque, vitae utrius orci laoreet a. Sed tempor felis in quam sollicitudin, id lobortis sem posuere. Duis finibus sem non aliquet dignissim. Curabitur vestibulum nibh vitae pharetra euismod. Donec dapibus accumsan ipsum, pretium cursus mauris pretium vitae. Pellentesque quis leo aliquet est lobortis hendrerit in in tellus. Proin convelis volutpat est, nec tempus ante aliquet eu.

Sed scelerisque nunc et posuere porttitor. Vivamus vitae accumsan libero, et facilisis felis. Morbi interdum porta diam sed tincidunt. In hac habitasse platea dictumst. Phasellus quis dui lectus.

Prasent nec placerat dolor. Proin nec ornare augue. Sed ullamcorper ante felis, in porta enim volutpat interdum. In faucibus metus in sapien cursus, eget scelerisque augue ullamcorper. Aliquam erat volutpat. Nullam quis ligula semper, aliquet ante a, fermentum diam.

FECHAS DE EVALUACIONES DE ADMISION

NOV 7

Hermano Pedro Salones 107-108 14:00 hrs

NOV 8

Edificio Central Salones 207-208 14:00 hrs

FECHAS INSCRIPCIÓN PRIMER INGRESO

NOV 27-28 Facultad de Ciencias Económicas y empresariales

NOV 28-29 Facultad de Arquitectura y Diseño Facultad de Ciencias Ambientales y Agrícolas Facultad de Humanidades Facultad de Teología

NOV 29 Facultad de Ingeniería

DIC 2-13 Facultad de Ciencias Políticas y Sociales Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales Facultad de Ciencias de la Salud

DIC 14-15 Todas las facultades

DIC 16-17 Todas las facultades

DIC 18 Inducción a estudiantes de primer ingreso

RECAS

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Vivamus venenatis erat eu lectus blandit imperdiet. Curabitur at aliquam lectus. In nulla sem, laoreet sit amet ante non, laculis semper tellus. In eget tortor nec.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Curabitur at aliquam lectus. In nulla sem, laoreet sit amet ante non, laculis semper tellus. In eget tortor nec.

[Leer Más](#)

GALERÍA



- | | | |
|--|--|--|
| <p>SOBRE LA URL
RRH
Consejo Directo
Consejo Ejecutivo
Historia
Discurso
Contactanos</p> | <p>ACADEMIA
Biblioteca
Intercambios estudiantiles
Pensados
Carreras
Cursos libres
ALU@L
Universia</p> | <p>VIDA EN EL CAMPUS
Noticias
Blog
Vida Universitaria
Brújula
Píasa Pública
Eventos y actividades</p> |
|--|--|--|

Universidad Rafael Landívar
 Tradición Jcajón en Guatemala

Universidad Rafael Landívar,
 Vista Hermosa III Campus Central zona 16
 Guatemala, Centroamérica
 Tel: (+502) 2445-2400
 Correo electrónico: info@url.edu.gt

Ficha técnica

Nombre: Investigación/Responsivo Tablet

Dimensiones: 768px x altura requerida.

Soporte: Digital



INVESTIGACIÓN

INVESTIGACIÓN

[Vicerrectoría de Investigación y Proyección](#)

[Dirección de Gestión de Investigación](#)

[Dirección de Incidencia Pública](#)

[DIFADI](#)

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nunc vulputate neque neque, vitae ultricies orci laoreet a. Sed tempor felis in quam sollicitudin, id lobortis sem posuere. Duis finibus sem non aliquet dignissim. Curabitur vestibulum nibh vitae pharetra euismod. Donec dapibus accumsan ipsum, pretium cursus mauris pretium vitae. Pellentesque quis leo aliquet est lobortis hendrerit in in tellus. Proin convallis volutpat est, nec tempus ante aliquet eu.

Sed scelerisque nunc et posuere porttitor. Vivamus vitae accumsan libero, et facilisis felis. Morbi interdum porta diam sed tincidunt. In hac habitasse platea dictumst. Phasellus quis dui lectus.

Praesent nec placerat dolor. Proin nec ornare augue. Sed ullamcorper ante felis, in porta enim volutpat interdum. In faucibus metus in sapien cursus, egestas scelerisque augue ullamcorper. Aliquam erat volutpat. Nullam eu dictumst enim, aliquet ante a, fermentum

VICERRECTORÍA DE INVESTIGACIÓN Y PROYECCIÓN

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nunc vulputate neque neque, vitae ultricies orci laoreet a. Sed tempor felis in quam sollicitudin, id lobortis sem posuere. Duis finibus sem non aliquet dignissim. Curabitur vestibulum nibh vitae pharetra euismod. Donec dapibus accumsan ipsum, pretium cursus mauris pretium vitae. Pellentesque quis leo aliquet est lobortis hendrerit in in tellus.

[Leer Más...](#)

DIRECCIÓN DE GESTIÓN DE INVESTIGACIÓN

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nunc vulputate neque neque, vitae ultricies orci laoreet a. Sed tempor felis in quam sollicitudin, id lobortis sem posuere. Duis finibus sem non aliquet dignissim. Curabitur vestibulum nibh vitae pharetra euismod. Donec dapibus accumsan ipsum, pretium cursus mauris pretium vitae. Pellentesque quis leo aliquet est lobortis hendrerit in in tellus.

[Leer Más...](#)

DIRECCIÓN DE INCIDENCIA PÚBLICA

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nunc vulputate neque neque, vitae ultricies orci laoreet a. Sed tempor felis in quam sollicitudin, id lobortis sem posuere. Duis finibus sem non aliquet dignissim. Curabitur vestibulum nibh vitae pharetra euismod. Donec dapibus accumsan ipsum, pretium cursus mauris pretium vitae. Pellentesque quis leo aliquet est lobortis hendrerit in in tellus.

[Leer Más...](#)

DIRECCIÓN DE FORMACIÓN Y ACCIÓN PARA EL DESARROLLO INTEGRAL -DIFADI-

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nunc vulputate neque neque, vitae ultricies orci laoreet a. Sed tempor felis in quam sollicitudin, id lobortis sem posuere. Duis finibus sem non aliquet dignissim. Curabitur vestibulum nibh vitae pharetra euismod. Donec dapibus accumsan ipsum, pretium cursus mauris pretium vitae. Pellentesque quis leo aliquet est lobortis hendrerit in in tellus.

[Leer Más...](#)

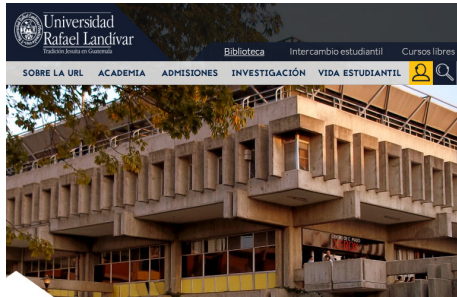


Ficha técnica

Nombre: Template Textual/Responsivo Tablet

Dimensiones: 768px x altura requerida.

Soporte: Digital



SOBRE LA URL

SOBRE URL



BIENVENIDA DEL RECTOR

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nunc vulputate neque neque, vitae ultricies orci laoreet a. Sed tempor felis in quam sollicitudin, id lobortis sem posuere. Duis finibus sem non aliquet dignissim. Curabitur vestibulum nibh vitae pharetra euismod. Donec dapibus accumsan ipsum, pretium cursus mauris pretium vitae. Pellentesque quis leo aliquet est lobortis hendrerit in in tellus. Proin convallis volutpat est, nec tempus ante aliquet eu.

Sed scelerisque nunc et posuere porttitor. Vivamus vitae accumsan libero, et facilisis felis. Morbi interdum porta diam sed tincidunt. In hac habitasse platea dictumst. Phasellus quis dui lectus.

Praesent nec placerat dolor. Proin nec ornare augue. Sed ullamcorper ante felis, in porta enim volutpat interdum. In faucibus metus in sapien cursus, egestas scelerisque augue ullamcorper. Aliquam erat volutpat. Nullam quis ligula semper, aliquet ante a, fermentum diam.

HISTORIA

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nunc vulputate neque neque, vitae ultricies orci laoreet a. Sed tempor felis in quam sollicitudin, id lobortis sem posuere. Duis finibus sem non aliquet dignissim. Curabitur vestibulum nibh vitae pharetra euismod. Donec dapibus accumsan ipsum, pretium cursus mauris pretium vitae. Pellentesque quis leo aliquet est lobortis hendrerit in in tellus.

Proin convallis volutpat est, nec tempus ante aliquet eu. Sed scelerisque nunc et

MISIÓN

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nunc vulputate neque neque, vitae ultricies orci laoreet a. Sed tempor felis in quam sollicitudin, id lobortis sem posuere. Duis finibus sem non aliquet dignissim. Curabitur vestibulum nibh vitae pharetra euismod.

Donec dapibus accumsan ipsum, pretium cursus mauris pretium vitae. Pellentesque quis leo aliquet est lobortis hendrerit in in tellus.

Proin convallis volutpat est, nec tempus ante aliquet eu. Sed scelerisque nunc et posuere porttitor. Vivamus vitae accumsan libero, et facilisis felis. Morbi interdum porta diam sed tincidunt. In hac habitasse platea dictumst. Phasellus quis dui lectus. Praesent nec placerat dolor.

VISIÓN

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nunc vulputate neque neque, vitae ultricies orci laoreet a. Sed tempor felis in quam sollicitudin, id lobortis sem posuere. Duis finibus sem non aliquet dignissim.

- Donec dapibus accumsan ipsum, pretium cursus mauris pretium vitae.
- Pellentesque quis leo aliquet est lobortis hendrerit in in tellus.
- Proin convallis volutpat est, nec tempus ante aliquet eu. Sed scelerisque nunc et posuere porttitor.
- Vivamus vitae accumsan libero, et facilisis felis. Morbi interdum porta diam sed tincidunt.
- Phasellus quis dui lectus. Praesent nec placerat dolor.

GALERÍA



SOBRE LA URL
RR-HH
Consejo Directo
Consejo Ejecutivo
Historia
Discurso
Contáctanos

ACADEMIA
Biblioteca
Intercambios estudiantiles
Posgrados
Carreras
Cursos libres
AUSJAL
Universia

VIDA EN EL
CAMPUS
Noticias
Blog
Vida Universitaria
Brújula
Plaza Pública
Eventos y actividades

Ficha técnica

Nombre: Artes Landívar/Responsivo Tablet

Dimensiones: 768px x altura requerida.

Soporte: Digital



ARTES LANDÍVAR

VIDA ESTUDIANTIL

- CREATE
- DAE
- PUL
- CELASI
- RSA
- UNCE

ARTES LANDÍVAR

ARTES LANDÍVAR

ARTES LANDÍVAR

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nunc vulputate neque neque, vitae ultricies orci laoreet a. Sed tempor felis in quam sollicitudin, id lobortis sem posuere. Duis finibus sem non aliquet dignissim. Curabitur vestibulum nibh vitae pharetra euismod. Donec dapibus accumsan ipsum, pretium cursus mauris pretium vitae. Pellentesque quis leo aliquet est lobortis hendrerit in in tellus. Proin convallis volutpat est, nec tempus ante aliquet eu.

Sed scelerisque nunc et posuere porttitor. Vivamus vitae accumsan libero, et facilisis felis. Morbi interdum porta diam sed tincidunt. In hac habitasse platea dictumst. Phasellus quis dui lectus. Praesent nec placerat dolor. Proin nec ornare augue. Sed ullamcorper ante felis, in porta enim volutpat interdum. In faucibus metus in sapien cursus, egestas scelerisque augue ullamcorper. Aliquam erat volutpat. Nullam quis ligula semper, aliquet ante a, fermentum diam.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nunc vulputate neque neque, vitae ultricies orci laoreet a. Sed tempor felis in quam sollicitudin, id lobortis sem posuere. Duis finibus sem non aliquet dignissim.

CONTÁCTANOS

Campus Central, Vista Hermosa III, zona 16
Edificio F1, Oficina 104
PBX. 24262626
Ext. 3151, 3152, 3153 y 3154
arteslandivar@urledu.gt

GALERÍA



SOBRE LA URL

RRHH
Consejo Directo
Consejo Ejecutivo
Historia
Discurso
Contáctanos

ACADEMIA

Biblioteca
Intercambios estudiantiles
Posgrados
Carreras
Cursos libres
AUSJAL
Universa

VIDA EN EL CAMPUS

Noticias
Blog
Vida Universitaria
Brijuja
Plaza Pública
Eventos y actividades



Universidad Rafael Landívar,
Vista Hermosa III, Campus Central, zona 16,
Guatemala, Centroamérica.
Tel (+502) 2426-2626
Correo electrónico: info@urledu.gt

Ficha técnica

Nombre: Template Visual/Responsivo Tablet

Dimensiones: 768px x altura requerida.

Soporte: Digital



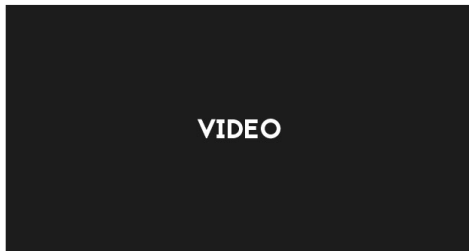
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nunc vulputate neque neque, vitae ultricies orci laoreet a. Sed tempor felis in quam sollicitudin, id lobortis sem posuere. Duis finibus sem non aliquet dignissim. Curabitur vestibulum nibh vitae pharetra euismod. Donec dapibus accumsan ipsum, pretium cursus mauris pretium vitae. Pellentesque quis leo aliquet est lobortis hendrerit in in tellus. Proin convallis volutpat est, nec tempus ante aliquet eu.

Sed scelerisque nunc et posuere porttitor. Vivamus vitae accumsan libero, et facilis felis. Morbi interdum porta diam sed tincidunt. In hac habitasse platea dictumst. Phasellus quis dui lectus.

Praesent nec placerat dolor. Proin nec ornare augue. Sed ullamcorper ante felis, in porta enim volutpat interdum. In faucibus metus in sapien cursus, egestas scelerisque augue ullamcorper. Aliquam erat volutpat. Nullam quis ligula semper, aliquet ante a, fermentum diam.

VIDEO



GALERÍA








INFORMACIÓN

UBICACIÓN

Edificio M Oficina 308

Extensión telefónica:
PBX: 2426 2626,
Recepción ext. 2428
FAX ext. 2429

Horario de atención:
8:00 - 20:00 de Lunes a Viernes.

LABORATORIOS

Laboratorios especializados

Laboratorio Macintosh

Laboratorio de Prototipos DI

Horario de atención de la Facultad:
De 8:00 am - 20:00 horas, ubicados en el Edificio M oficina 308

AUTORIDADES

Decano
Mgr. Ovidio Morales Calderón

Vicedecano
Arq. Oscar Echeverría Cañas

Secretaria
Arq. Alice María Becker Avila, MA.

Director Depto. de Arquitectura
Arq. Rodolfo Castillo Magaña, MA.

Director Depto. de Diseño Industrial
Lic. Juan Pablo Szarata, MA.

Director Depto. Diseño Gráfico
Lda. Regina López De La Vega, MA.



SOBRE LA URL

- RRHH
- Consejo Directo
- Consejo Ejecutivo
- Historia
- Discursos
- Contactados

ACADEMIA

- Biblioteca
- Intercambio estudiantil
- Posgrados
- Carreras
- Cursos libres
- AUSIAL
- Universia

VIDA EN EL CAMPUS

- Noticias
- Blog
- Vida Universitaria
- Biblioteca
- Pisca Pública
- Eventos y actividades



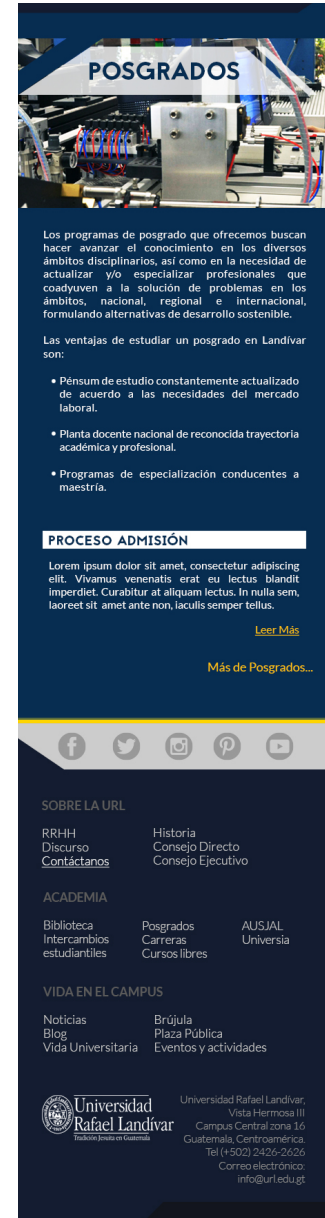
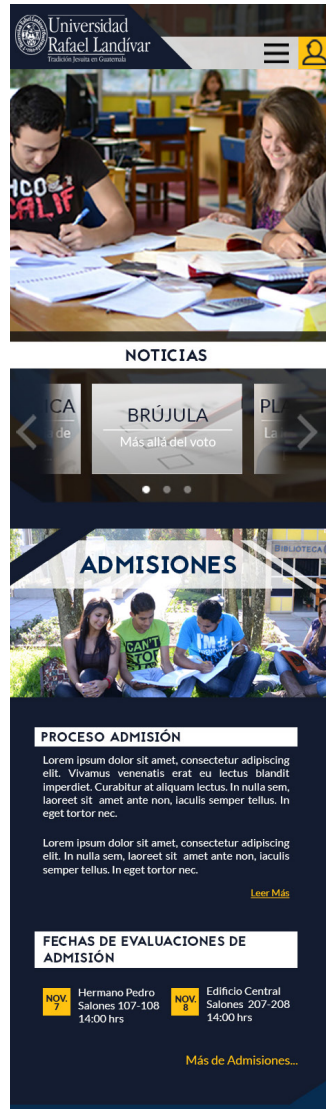
Universidad Rafael Landívar.
 Vista Hermosa III, Campus Central zona 16,
 Guatemala, Centroamérica.
 Tel: (+502) 2426-2600
 Correo electrónico: info@url.edu.gt

Ficha técnica

Nombre: Home /Responsivo smartphone

Dimensiones: 480px x altura requerida

Soporte: Digital

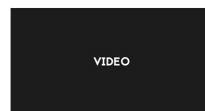


Ficha técnica

Nombre: Admisiones/Responsivo smartphone

Dimensiones: 480px x altura requerida

Soporte: Digital



PROCESO DE ADMISIÓN

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nunc vulputate neque neque, vitae ultricies orci laoreet a. Sed tempor felis in quam sollicitudin, id lobortis sem gossore. Duis finibus sem non aliquet dignissim. Curabitur vestibulum nibh vitae pharetra euismod. Donec dignibus accumsan ipsum, pretium cursus mauris pretium vitae. Pellentesque quis leo aliquet est lobortis hendrerit in in tellus. Proin convallis volutpat est, nec tempus ante aliquet eu.

Praesent nec placerat dolor. Proin nec ornare augue. Sed ullamcorper ante felis, in porta enim volutpat interdum. In faucibus metus in sapien cursus. egestas scelerisque augue ullamcorper. Aliquam erat volutpat. Nullam quis ligula semper, aliquet ante a, fermentum diam.

FECHAS DE EVALUACIONES DE ADMISIÓN

NOV 7	Hernando Pedro Salones 107-108 14.000 hrs	NOV 8	Edificio Central Salones 207-208 14.000 hrs
--------------	--	--------------	--

FECHAS INSCRIPCIÓN PRIMER INGRESO

NOV 20-22	Facultad de Ciencias Económicas y empresariales
NOV 20-22	Facultad de Arquitectura y Diseño Facultad de Ciencias Ambientales y Agrícolas Facultad de Humanidades Facultad de Teología
NOV 20-22	Facultad de Ingeniería
DIC 2-3	Facultad de Ciencias Políticas y Sociales Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales Facultad de Ciencias de la Salud
DIC 2-3	Todas las facultades

BECAS

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Vivamus venenatis erat eu lectus blandit imperdiet. Curabitur at aliquam lectus. In nulla sem, laoreet sit amet ante non, laculis semper tellus. In eget tortor nec.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Curabitur at aliquam lectus. In nulla sem, laoreet sit amet ante non, laculis semper tellus. In eget tortor nec.

[Leer Más](#)

GALERÍA



SOBRE LA URL

RRHH
Discurso
[Contáctanos](#)

Historia
Consejo Directo
Consejo Ejecutivo

ACADEMIA

Biblioteca
Intercambios
estudiantiles

Posgrados
Carreras
Cursos libres

AUSJAL
Universia

VIDA EN EL CAMPUS

Noticias
Blog
Vida Universitaria

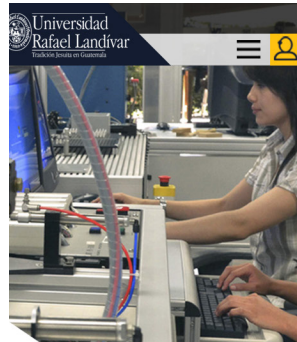
Brújula
Plaza Pública
Eventos y actividades

Ficha técnica

Nombre: Investigación /Responsivo smartphone

Dimensiones: 480px x altura requerida

Soporte: Digital



INVESTIGACIÓN

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nunc vulputate neque neque, vitae ultricies orci laoreet a. Sed tempor felis in quam sollicitudin, id lobortis sem posuere. Duis finibus sem non aliquet dignissim. Curabitur vestibulum nibh vitae pharetra euismod. Donec dapibus accumsan ipsum, pretium cursus mauris pretium vitae. Pellentesque quis leo aliquet est lobortis hendrerit in in tellus. Proin convallis volutpat est, nec tempus ante aliquet eu.

Sed scelerisque nunc et posuere porttitor. Vivamus vitae accumsan libero, et facilisis felis. Morbi interdum porta diam sed tincidunt. In hac habitasse platea dictumst. Phasellus quis duis lectus.

Praesent nec placerat dolor. Proin nec ornare augue. Sed ullamcorper ante felis, in porta enim volutpat interdum. In faucibus metus in sapien cursus, egestas scelerisque augue ullamcorper. Aliquam erat volutpat. Nullam quis ligula semper, aliquet ante a, fermentum diam.

VICERRECTORÍA DE INVESTIGACIÓN Y PROYECCIÓN

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nunc vulputate neque neque, vitae ultricies orci laoreet a. Sed tempor felis in quam sollicitudin, id lobortis sem posuere. Duis finibus sem non aliquet dignissim. Curabitur vestibulum nibh vitae pharetra euismod. Donec dapibus accumsan ipsum, pretium cursus mauris pretium vitae. Pellentesque quis leo aliquet est lobortis hendrerit in in tellus.

[Leer Más...](#)

DIRECCIÓN DE GESTIÓN DE INVESTIGACIÓN

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nunc vulputate neque neque, vitae ultricies orci laoreet a. Sed tempor felis in quam sollicitudin, id lobortis sem posuere. Duis finibus sem non aliquet dignissim. Curabitur vestibulum nibh vitae pharetra euismod. Donec dapibus accumsan ipsum, pretium cursus mauris pretium vitae. Pellentesque quis leo aliquet est lobortis hendrerit in in tellus.

[Leer Más...](#)

DIRECCIÓN DE INCIDENCIA PÚBLICA

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nunc vulputate neque neque, vitae ultricies orci laoreet a. Sed tempor felis in quam sollicitudin, id lobortis sem posuere. Duis finibus sem non aliquet dignissim. Curabitur vestibulum nibh vitae pharetra euismod. Donec dapibus accumsan ipsum, pretium cursus mauris pretium vitae. Pellentesque quis leo aliquet est lobortis hendrerit in in tellus.

[Leer Más...](#)

DIRECCIÓN DE FORMACIÓN Y ACCIÓN PARA EL DESARROLLO INTEGRAL -DIFADI-

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nunc vulputate neque neque, vitae ultricies orci laoreet a. Sed tempor felis in quam sollicitudin, id lobortis sem posuere. Duis finibus sem non aliquet dignissim. Curabitur vestibulum nibh vitae pharetra euismod. Donec dapibus accumsan ipsum, pretium cursus mauris pretium vitae. Pellentesque quis leo aliquet est lobortis hendrerit in in tellus.

[Leer Más...](#)

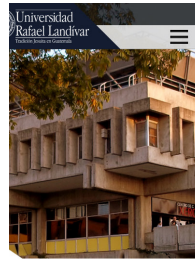


Ficha técnica

Nombre: Template Textual /Responsivo smartphone

Dimensiones: 480px x altura requerida

Soporte: Digital



SOBRE URL

SOBRE URL



BIENVENIDA DEL RECTOR

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nunc vulputate neque neque, vitae ultricies orci laoreet a. Sed tempor felis in quam sollicitudin, id lobortis sem posuere. Duis finibus sem non aliquet dignissim. Curabitur vestibulum nibh vitae pharetra euismod. Donec dapibus accumsan ipsum, pretium cursus mauris pretium vitae. Pellentesque quis leo aliquet est lobortis hendrerit in in tellus. Proin convallis volutpat est, nec tempus ante aliquet eu.

Sed scelerisque nunc et posuere porttitor. Vivamus vitae accumsan libero, et facilisis felis. Morbi interdum porta diam sed tincidunt. In hac habitasse platea dictumst. Phasellus quis dui lectus.

Præsent nec placerat dolor. Proin nec ornare aequo. Sed ullamcorper ante felis, in porta enim volutpat interdum. In faucibus metus in sapien cursus, egetas scelerisque augue ullamcorper. Aliquam erat volutpat. Nullam quis ligula semper, aliquet ante a, fermentum diam.

MISIÓN

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nunc vulputate neque neque, vitae ultricies orci laoreet a. Sed tempor felis in quam sollicitudin, id lobortis sem posuere. Duis finibus sem non aliquet dignissim. Curabitur vestibulum nibh vitae pharetra euismod.

Donec dapibus accumsan ipsum, pretium cursus mauris pretium vitae. Pellentesque quis leo aliquet est lobortis hendrerit in in tellus.

Proin convallis volutpat est, nec tem pus ante aliquet eu. Sed scelerisque nunc et posuere porttitor. Vivamus vitae accumsan libero, et facilisis felis. Morbi interdum porta diam sed tincidunt. In hac habitasse platea dictumst. Phasellus quis dui lectus. Praesent nec placerat dolor.

VISIÓN

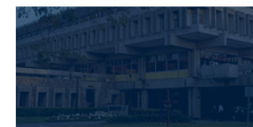
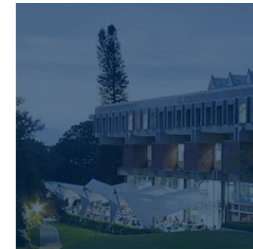
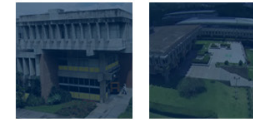
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nunc vulputate neque neque, vitae ultricies orci laoreet a. Sed tempor felis in quam sollicitudin, id lobortis sem posuere. Duis finibus sem non aliquet dignissim.

- Donec dapibus accumsan ipsum, pretium cursus mauris pretium vitae.
- Pellentesque quis leo aliquet est lobortis hendrerit in in tellus.
- Proin convallis volutpat est, nec tem pus ante aliquet eu. Sed scelerisque nunc et posuere

- vivamus vitae accumsan libero, et facilisis felis. Morbi interdum porta diam sed tincidunt.

- Phasellus quis dui lectus. Praesent nec placerat dolor.

GALERÍA



Facebook
Twitter
Instagram
Pinterest
YouTube

SOBRE LA URL

RRHH	Historia
Discurso	Consejo Directo
Contáctanos	Consejo Ejecutivo

ACADEMIA

Biblioteca	Posgrados	AUSJAL
Intercambios estudiantiles	Carreras	Universidad
	Cursos libres	

VIDA EN EL CAMPUS

Noticias	Brújula
Blog	Plaza Pública
Vida Universitaria	Eventos y actividades

Universidad Rafael Landívar
Tradición Jesuita en Guatemala

Universidad Rafael Landívar,
Vista Hermosa III
Campus Central zona 16
Guatemala, Centroamérica.
Tel (+502) 2426-2626
Correo electrónico:
info@urledu.gt

Ficha técnica

Nombre: Artes Landívar /Responsivo smartphone

Dimensiones: 480px x altura requerida

Soporte: Digital



VIDA ESTUDIANTIL

ARTES
LANDÍVAR

ARTES LANDÍVAR

ARTES LANDÍVAR

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nunc vulputate neque neque, vitae ultricies orci laoreet a. Sed tempor felis in quam sollicitudin, id lobortis sem posuere. Duis finibus sem non aliquet dignissim. Curabitur vestibulum nibh vitae pharetra euismod. Donec dapibus accumsan ipsum, pretium cursus mauris pretium vitae. Pellentesque quis leo aliquet est lobortis hendrerit in in tellus. Proin convallis volutpat est, nec tempus ante aliquet eu.

Sed scelerisque nunc et posuere porttitor. Vivamus vitae accumsan libero, et facilisis felis. Morbi interdum porta diam sed tincidunt. In hac habitasse platea dictumst. Phasellus quis dui lectus. Praesent nec placerat dolor. Proin nec ornare augue. Sed ullamcorper ante felis, in porta enim volutpat interdum. In faucibus metus in sapien cursus, egestas scelerisque augue ullamcorper. Aliquam erat volutpat. Nullam quis ligula semper, aliquet ante a, fermentum diam.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nunc vulputate neque neque, vitae ultricies orci laoreet a. Sed tempor felis in quam sollicitudin, id lobortis sem posuere. Duis finibus sem non aliquet dignissim.

CONTÁCTANOS

Campus Central, Vista Hermosa III, zona 16
Edificio F1, Oficina 104
PBX: 24262626
Ext. 3151, 3152, 3153 y 3154
arteslandivar@url.edu.gt

GALERÍA



SOBRE LA URL

RR-HH
Discurso
[Contáctanos](#)

Historia
Consejo Directo
Consejo Ejecutivo

ACADEMIA

Biblioteca
Intercambios
estudiantiles

Posgrados
Carreras
Cursos libres

AUSJAL
Universia

VIDA EN EL CAMPUS

Noticias
Blog
Vida Universitaria

Brújula
Plaza Pública
Eventos y actividades

Ficha técnica

Nombre: Template Visual /Responsivo smartphone

Dimensiones: 480px x altura requerida

Soporte: Digital



FACULTAD DE
ARQUITECTURA Y
DISEÑO

ARQUITECTURA Y
DISEÑO

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nunc vulputate neque neque, vitae ultricies orci laoreet a. Sed tempor felis in quam sollicitudin, id lobortis sem posuere. Duis finibus sem non aliquet dignissim. Curabitur vestibulum nibh vitae pharetra euismod. Donec dapibus accumsan ipsum, pretium cursus mauris pretium vitae, Pellentesque quis leo aliquet est lobortis hendrerit in in tellus. Proin convallis volutpat est, nec tempus ante aliquet eu.

Sed scelerisque nunc et posuere porttitor. Vivamus vitae accumsan libero, et facilisis felis. Morbi interdum porta diam sed tincidunt. In hac habitasse platea dictumst. Phasellus quis dui lectus.

Praesent nec placerat dolor. Proin nec ornare augue. Sed ullamcorper ante felis, in porta enim volutpat interdum. In faucibus metus in sapien cursus, egestas scelerisque augue ullamcorper. Aliquam erat volutpat. Nullam quis ligula semper, aliquet ante a, fermentum diam.

VIDEO

CONTÁCTANOS

Campus Central, Vista Hermosa III, zona 16
Edificio F1, Oficina 104
PBX: 24262626
Ext. 3151, 3152, 3153 y 3154
arteslandivar@ur.edu.gt

GALERÍA



SOBRE LA URL

RRHH
Discurso
Contáctanos

Historia
Consejo Directo
Consejo Ejecutivo

ACADEMIA

Biblioteca
Intercambios
estudiantiles

Posgrados
Carreras
Cursos libres

AUSJAL
Universidad

VIDA EN EL CAMPUS

Noticias
Blog
Vida Universitaria

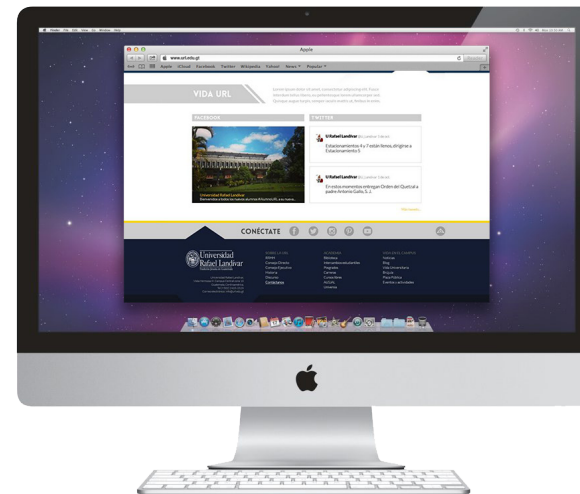
Brújula
Plaza Pública
Eventos y actividades



Universidad Rafael Landívar,
Vista Hermosa III
Campus Central zona 16
Gustamala, Centroamérica,
Tel (+502) 2426-2626
Correo electrónico:
info@ur.edu.gt

FOTOMONTAJES

PORTAL URL / DESKTOP



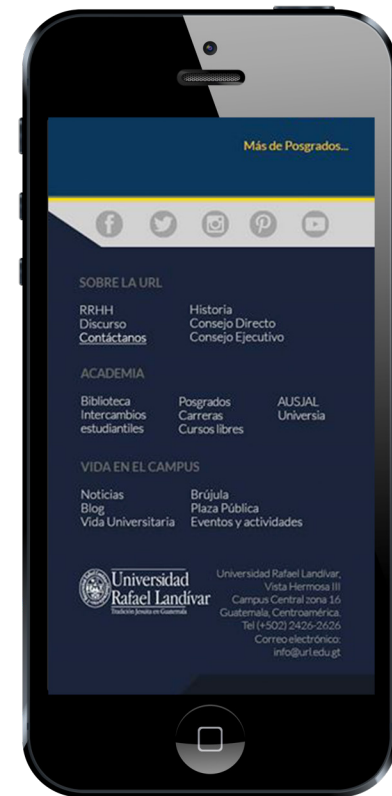
FOTOMONTAJES

PORTAL URL / TABLET



FOTOMONTAJES

PORTAL URL / SMARTPHONE



El diseño del sitio refleja el concepto haciendo que la **ascendencia** se represente y visualice en los módulos que dirigen su atención hacia arriba a través del motivo (triángulo) que se encuentra en cada inicio de sección; las **conexiones** se utilizan en iconos y de forma implícita en las imágenes seleccionadas para el sitio, las cuales presentan un vínculo social; y el **futuro** se percibe en el look & feel que implementa una paleta de color sobria y moderna, la tipografía, y la similitud a tendencias web actuales.

Como se mencionaba anteriormente, la usabilidad es un factor importante en el sitio, esta se implementa en elementos convencionales, como los que mencionaba Sherwin (2014), por ejemplo: como incluir el isologotipo de la Universidad en cada página para que sea identificada por los usuarios en cualquier área. Además el uso de imágenes que son auténticas y representan la experiencia Universitaria.

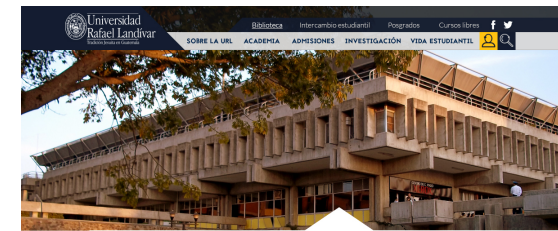
Los elementos convencionales son efectivos cuando ayudan al usuario a comprender y desplazarse de un lugar a otro sin esfuerzo para descubrir el funcionamiento de las cosas.

El rediseño del sitio web incorpora elementos convencionales funcionales para los usuarios, estas se ubican en lugares estándar que facilitan la navegación del usuario, estos son tales como:



Nombre de la página

Navegación local



SOBRE URL

SOBRE URL

Más información a la URL

Administración

Consejo Directivo/Facultades

Dirección de Recursos Humanos

Carreteras

Servicios Universitarios

Guía Landívariana



BIENVENIDA DEL RECTOR

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nam volutpat neque, vitae ultricies orci laoreet. Sed tempor felis in quam sollicitudin, id lobortis sem posuere. Duis fribus sem non aliquet dignissim. Curabitur vestibulum nibh vitae pharetra euismod. Donec dapibus accumsan ipsum, pretium cursus mauris pretium vitae. Pellentesque quis leo aliquet est lobortis hendrerit in in tellus. Proin convallis volutpat est, nec tempus ante aliquet eu.

Sed scelerisque nunc et posuere porttitor. Vivamus vitae accumsan libero, et facilisis feli. Morbi interdum porta diam sed tristique. In hac habitasse platea dictumst. Phasellus quis dui lectus.

Present nec placerat dolor. Proin nec ornare augue. Sed ullamcorper ante felis, in porta enim volutpat interdum. In faucibus metus in sapien cursus, eget scelerisque euque ullamcorper. Aliquam erat volutpat. Nullam quis igne conper, aliquet ante a, fermentum diam.

HISTORIA

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nam volutpat neque, vitae ultricies orci laoreet. Sed tempor felis in quam sollicitudin, id lobortis sem posuere. Duis fribus sem non aliquet dignissim. Curabitur vestibulum nibh vitae pharetra euismod. Donec dapibus accumsan ipsum, pretium cursus mauris pretium vitae. Pellentesque quis leo aliquet est lobortis hendrerit in in tellus.

Proin convallis volutpat est, nec tempus ante aliquet eu. Sed scelerisque nunc et posuere porttitor. Vivamus vitae accumsan libero, et facilisis feli. Morbi interdum porta diam sed tristique. In hac habitasse platea dictumst. Phasellus quis dui lectus. Present nec placerat dolor.

Proin nec ornare augue. Sed ullamcorper ante felis, in porta enim volutpat interdum. In faucibus metus in sapien cursus, eget scelerisque euque ullamcorper. Aliquam erat volutpat.

MISIÓN

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nam volutpat neque, vitae ultricies orci laoreet. Sed tempor felis in quam sollicitudin, id lobortis sem posuere. Duis fribus sem non aliquet dignissim. Curabitur vestibulum nibh vitae pharetra euismod. Donec dapibus accumsan ipsum, pretium cursus mauris pretium vitae. Pellentesque quis leo aliquet est lobortis hendrerit in in tellus.

Donec dapibus accumsan ipsum, pretium cursus mauris pretium vitae. Pellentesque quis leo aliquet est lobortis hendrerit in in tellus.

Proin convallis volutpat est, nec tempus ante aliquet eu. Sed scelerisque nunc et posuere porttitor. Vivamus vitae accumsan libero, et facilisis feli. Morbi interdum porta diam sed tristique. In hac habitasse platea dictumst. Phasellus quis dui lectus. Present nec placerat dolor.

Vivamus vitae accumsan libero, et facilisis feli. Morbi interdum porta diam sed tristique. In hac habitasse platea dictumst. Phasellus quis dui lectus. Present nec placerat dolor.

Phasellus quis dui lectus. Present nec placerat dolor.

VISIÓN

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nam volutpat neque, vitae ultricies orci laoreet. Sed tempor felis in quam sollicitudin, id lobortis sem posuere. Duis fribus sem non aliquet dignissim. Curabitur vestibulum nibh vitae pharetra euismod. Donec dapibus accumsan ipsum, pretium cursus mauris pretium vitae. Pellentesque quis leo aliquet est lobortis hendrerit in in tellus.

Donec dapibus accumsan ipsum, pretium cursus mauris pretium vitae. Pellentesque quis leo aliquet est lobortis hendrerit in in tellus.

Proin convallis volutpat est, nec tempus ante aliquet eu. Sed scelerisque nunc et posuere porttitor. Vivamus vitae accumsan libero, et facilisis feli. Morbi interdum porta diam sed tristique. In hac habitasse platea dictumst. Phasellus quis dui lectus. Present nec placerat dolor.

Vivamus vitae accumsan libero, et facilisis feli. Morbi interdum porta diam sed tristique. In hac habitasse platea dictumst. Phasellus quis dui lectus. Present nec placerat dolor.

Phasellus quis dui lectus. Present nec placerat dolor.

Menú con links importantes e identificación sitio

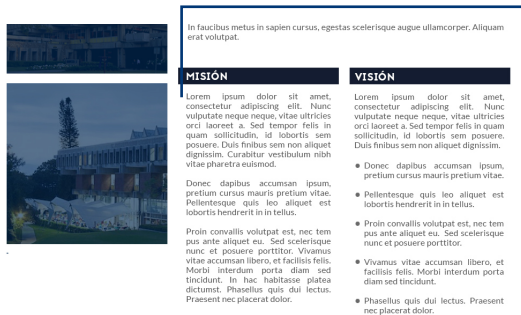


La organización de la información del sitio es fundamental para que los usuarios perciban correctamente el mensaje. Según Toub (2000), la Arquitectura de Información "se define como arte y ciencia de organizar espacios de información con el fin de ayudar a los usuarios a satisfacer sus necesidades de información. La actividad de organizar comporta la estructuración, clasificación y rotulado de los contenidos del sitio web".

El diseño propone la organización de la información por columnas para facilitar su distribución y estructura.

Por otro lado, la disposición de los links en los navegadores principales, navegadores locales y footer permite a los usuarios a acceder de forma eficiente a los distintos links.

Columnas



Links organizados por temáticas

Además, el uso de las tipografías seleccionadas permite que la Arquitectura de Información se transmita con legibilidad y jerarquías.

Las tipografías utilizadas son Lintel y Lato, el objetivo de utilizar estas tipografías es transmitir la personalidad de una Universidad profesional y moderna, es por ello que se buscaron estas tipografías que equilibraran ambos elementos.

Con estas dos tipografías se logran crear jerarquías visuales que permite diferenciar títulos, subtítulos y párrafos de texto.

JAPOKKI

TITULARES

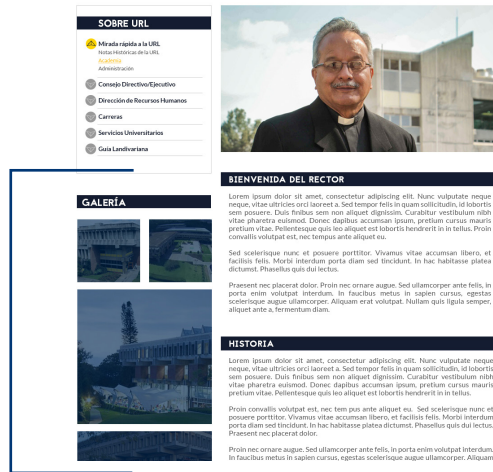
ACERCA DE LA URL

LATO

CUERPOS DE TEXTO

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nunc quis convallis velit. Sed nec lorem eget erat iaculis fermentum. Sed cursus libero eros, quis pulvinar elit pulvinar quis. Aenean feugiat nisl felis, eu sagittis tortor tristique at. Vivamus et molestie odio. Donec sodales, turpis vel dignissim euismod, purus nisl dictum metus, venenatis molestie erat tellus tincidunt ante. Aliquam erat volutpat. Morbi quis libero dui. Sed sodales eu turpis ac consectetur.

Las imágenes y galerías de imágenes creadas dentro del sitio tienen por objeto resaltar los beneficios que ofrece la Universidad, así como la personalidad de la misma. La cantidad de imágenes fotográficas utilizada es moderada para no crear saturación y no afectar el rendimiento y eficiencia del sitio.



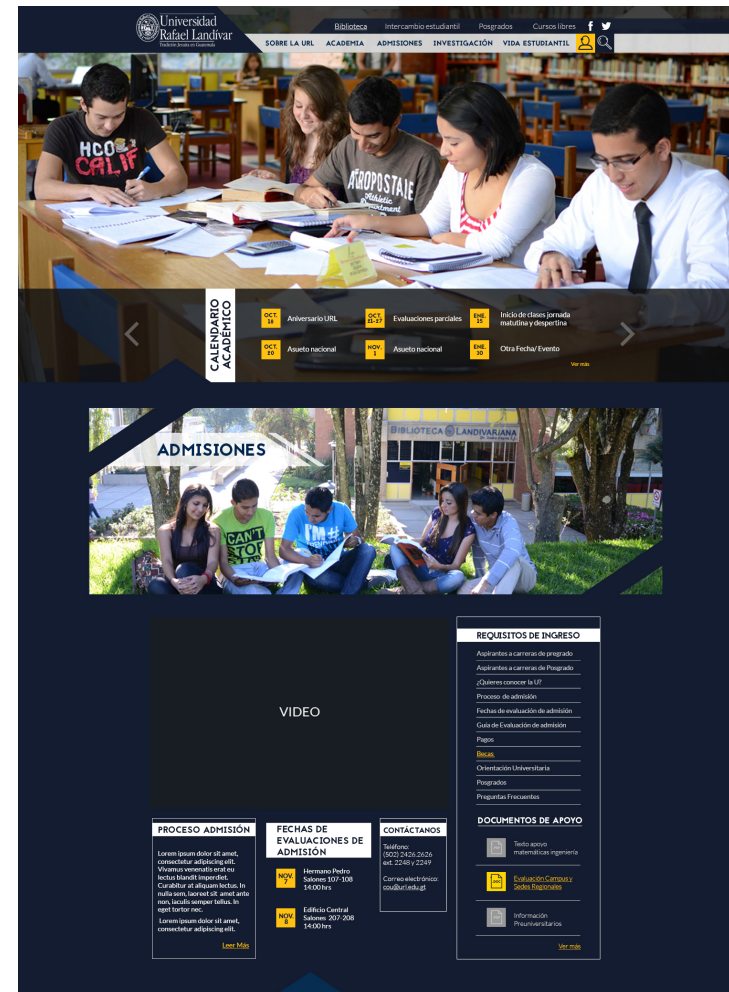
Uso moderado de galerías e imágenes para no afectar la eficiencia del sitio

Los íconos realizados para la propuesta tienen los suficientes detalles para expresar lo que deben, son concretos y siguiendo modelos estandarizados para ser reconocidos y aceptados por los usuarios. Estos presentan diferentes tamaños para las aplicaciones en los lugares necesarios.



Iconos convencionales aplicando el estilo de diseño y el concepto de conexiones.

La paleta de color cumple con preservar la identidad de la Universidad, así como enfatizar el atributo de modernidad (futuro) del concepto, creando una imagen actualizada, profesional y social que representa a la URL.



Los subsitios se manejan con fondos de color blanco para facilitar la lectura, ya que estas son más extensas y necesitan menos saturación de elementos para facilitar su recepción.



Implemento de fondos color blanco

Los sub-sitios más visuales contienen el módulo de información y el módulo de galería para separar y organizar de mejor forma los contenidos.



Segmentación modular

PRODUCCIÓN Y REPRODUCCIÓN

PR: ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Para asegurar la viabilidad técnica del proyecto se desarrollaron las especificaciones técnicas implementadas, el informe técnico que acompaña los archivos digitales para reproducción y el presupuesto de diseño y reproducción.

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Nombre del proyecto

Rediseño portal publico

Pieza:

Home

Nombre del cliente

Universidad Rafael Landivar

Nombre del archivo

Home.psd

Soporte

Digital

Tamaño

1200px X varia segun contenido

Observaciones

Versión / Programa

CS6



ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Nombre del proyecto

Rediseño portal publico

Pieza:

Templates textuales

Nombre del cliente

Universidad Rafael Landivar

Nombre del archivo

Template Admisiones.psd
Template Facultades.psd
Template Investigacion.psd
Template sobre URL.psd

Soporte

Digital

Tamaño

1200px X varia segun contenido

Observaciones

Versión / Programa

CS6



ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Nombre del proyecto

Rediseño portal publico

:Pieza:

Templates Visuales

Nombre del cliente

Universidad Rafael Landivar

Nombre del archivo

Templates Facultades.psd
Template Vida Estudiantil.psd

Soporte

Digital

Tamaño

1200px X varia segun contenido

Observaciones

Versión / Programa

CS6



ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Nombre del proyecto

Rediseño portal publico

Pieza:

Responsive Smartphone

Nombre del cliente

Universidad Rafael Landivar

Nombre del archivo

SmartResponsive - Facultad visual.psd
SmartResponsive - Facultad textual.psd
SmartResponsive - Home.psd
SmartResponsive - SobreUrl.psd

Soporte

Digital

Tamaño

640px X varia segun contenido

Observaciones

Versión / Programa

CS6



ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Nombre del proyecto

Rediseño portal publico

Pieza:

Responsive Tablet

Nombre del cliente

Universidad Rafael Landivar

Nombre del archivo

TabletResponsive - Facultad textual.psd
TabletResponsive - Facultad.psd
TabletResponsive - Home.psd
TabletResponsive - SobreUrl-768px.psd
TabletResponsive - SobreUrl.psd

Soporte

Digital

Tamaño

2048px X varia segun contenido

Observaciones

Versión / Programa

CS6



ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Nombre del proyecto

Rediseño portal publico

Pieza:

Portal en flash

Nombre del cliente

Universidad Rafael Landivar

Nombre del archivo

Soporte

Digital

Tamaño

1200px X varia segun contenido

Observaciones

Versión / Programa

CS6



ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Nombre del proyecto

Rediseño portal publico

Pieza:

Portal Smartphone en flash

Nombre del cliente

Universidad Rafael Landivar

Nombre del archivo

Soporte

Digital

Tamaño

640px X varia segun contenido

Observaciones

Versión / Programa

CS6



ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Nombre del proyecto

Rediseño portal publico

Pieza:

Portal Tablet en flash

Nombre del cliente

Universidad Rafael Landivar

Nombre del archivo

Soporte

Digital

Tamaño

2048px X varia segun contenido

Observaciones

Versión / Programa

CS6



PR: INFORME TÉCNICO QUE ACOMPAÑA LOS ARCHIVOS DIGITALES PARA REPRODUCCIÓN

En el informe técnico se presentan los nombres de las carpetas y que clase de archivos se puede encontrar en cada una de ellas (presentación carta, ver Anexo A.9). A continuación se muestran las especificaciones:

Para la elaboración del Portal Público de la Universidad Rafael Landívar se emplearon herramientas de la colección Adobe Master Collection CS6, las cuales facilitaron el proceso de desarrollo.

El software de **Adobe Illustrator** permitió realizar la propuesta vectorial de layouts y wireframes durante el proceso de bocetaje para determinar la ubicación de los contenidos y elementos del sitio. Además este programa fue de utilidad para desarrollar los iconos, de esta forma no pierden detalle al crearse diferentes escalas en pixeles de estos.

Por su parte, **Adobe Photoshop** favoreció al desarrollo de la diagramación a través del grid aplicado tanto en las primeras propuestas, como en los mockups finales del sitio, así como a la edición de imágenes tanto en tamaño como en resolución, a la aplicación de la paleta de color y tipografías, así como la adaptación de la propuesta al diseño responsivo.

El software de **Adobe Flash** fue útil para mostrar la funcionalidad y usabilidad del sitio, permitiendo a los espectadores observar la forma de acceso a los diferentes contenidos, la respuesta a los links e iconos y la forma de navegación.

Guatemala 25 de Noviembre del 2014

Universidad Rafael Landívar
Ciudad de Guatemala
A quien interese:

Estimados,

Por este medio nos dirigimos a ustedes deseándoles éxitos en sus labores profesionales. El motivo de la presente carta es para entregar el informe técnico sobre los archivos para la elaboración del sitio web.

Dentro del CD se encuentran los siguientes archivos dentro de las carpetas identificadas como:

- **Mockups finales**, la cual provee los archivos: home.psd y las siguientes carpetas con sus respectivos archivos:
 - » **Carpeta Templates textuales** con los archivos: TemplateAdmisiones.psd, TemplateFacultades.psd, TemplateInvestigación.psd, TemplateSobreURL.psd
 - » **Carpeta Templates visuales** con los archivos: TemplateFacultades.psd y TemplateVidaEstudiantil.psd
 - » **Carpeta Responsive Tablet** con los archivos: TabletHome.psd, TabletFacultadTextual.psd, TabletFacultadVisual.psd, TabletSobreURL.psd
 - » **Carpeta Responsive Smartphone** con los archivos: SmartphoneHome.psd, SmartphoneFacultadTextual.psd, SmartphoneFacultadVisual.psd, SmartphoneSobreURL.psd

- » **Carpeta Img** con las visualizaciones: Home.jpg, TemplateAdmisiones.jpg, TemplateInvestigación.jpg, TemplateSobreURL.jpg, TemplateVisualFacultad.jpg, TemplateTextualFacultad.jpg,
 - » TabletHome.jpg, TabletTemplateAdmisiones.jpg, TabletTemplateInvestigación.jpg, TabletTemplateSobreURL.jpg, TabletTemplateVisualFacultad.jpg, TabletTemplateTextualFacultad.jpg,
 - » SmartphoneHome.jpg, SmartphoneTemplateAdmisiones.jpg, SmartphoneTemplateInvestigación.jpg, SmartphoneTemplateSobreURL.jpg, SmartphoneTemplateVisualFacultad.jpg, SmartphoneTemplateTextualFacultad.jpg,
- **Iconos**, la cual proporciona las siguientes carpetas:
- » **Carpeta 24px**, tiene los archivos: Iconos24px.ai e Iconos24px.eps
 - » **Carpeta 30px**, tiene los archivos: Iconos30px.ai e Iconos30px.eps
 - » **Carpeta 40px**, tiene los archivos: Iconos40px.ai e Iconos40px.eps
 - » **Carpeta 60px**, tiene los archivos: Iconos60px.ai e Iconos60px.eps
- **Fotos**, la cual proporciona las carpetas: Admisiones, Artes Landívar, Facultad, Home, Investigación, Sobre URL con las fotografías seleccionadas, aplicadas y editadas en los mockups finales, proporcionadas en formatos .png y .jpg
- **Flash**, que proporciona los archivos ejecutables FlashWeb.exe y FlashWeb.app, FlashSmartphone.exe y FlashSmartphone.app, FlashTablet.exe y FlashTablet.app.

Dichos archivos muestran la funcionalidad del sitio, de esta forma se provee un mejor entendimiento de cómo actúa el portal al ser utilizado por el usuario.

- **Manual**, carpeta que provee el archivo ManualUso.pdf que indica la aplicación de la paleta de color, tipografías, iconos, medidas utilizadas y demás elementos para el correcto desarrollo del sitio durante la codificación y aplicación final.

En caso que hubiese alguna duda, por favor comunicarse con nosotros a los correos andres.fer.cruz@gmail.com, erikdubon@gmail.com, ximev3@gmail.com o al número (502) 5979-4881.

Andrés Fernández, Erik Dubón y Ximena Vielman

PR: PRESUPUESTO DE DISEÑO Y REPRODUCCIÓN

En cuanto al presupuesto bajo el cual está trabajando el cliente, no se tiene una respuesta concreta de la cantidad de dinero necesaria para realizar el rediseño, y programación del sitio. Sin embargo queda claro que:

- » El mantenimiento que se le dará al Portal Público de la URL lo brindará el departamento de Dirección de Comunicaciones de la Universidad. La idea es que al realizar ellos el mantenimiento, el sitio será centralizado como un conjunto, así ellos tendrán un mejor control de lo que va o no dentro del sitio, esto permitirá un mejor manejo de contenidos.
- » El hosting del sitio de la Universidad Rafael Landívar es manejado por la unidad de DTI, por ende no es necesario adquirir una nueva, este es un gasto que ya está incluido dentro del presupuesto de la Universidad.
- » La unidad de Dirección de Comunicación es quien buscará y contratará al programador o programadores idóneos para llevar a cabo la ejecución del Portal en sistema de gestión de contenidos (CMS) Joomla o Wordpress según se acople mejor a las necesidades del sitio y de la Universidad.
- » Si es necesario incluir a algún Diseñador Gráfico para apoyar a los programadores durante el proceso de implementación del Portal, la Unidad de Dirección de Comunicaciones se encargará de contactar a un Diseñador Web. Se entregan los archivos en un DVD con las especificaciones técnicas, mockups y archivos interactivos de visualización de animación para la fase de programación.

A continuación se presenta el presupuesto de diseño para el rediseño del Portal Público de la URL (ver Anexo A.10). Los criterios utilizados para determinar los precios se basaron en las horas de trabajo utilizadas para llevar a cabo el proyecto.

La cotización se dividirá en los pasos necesarios para crear un diseño de calidad, totalmente enfocado en responder las necesidades del grupo objetivo y cliente.

PASO 1: GESTIÓN DEL PROCESO DE INVESTIGACIÓN Q10, 000.00

En este paso se realiza una investigación previa de los antecedentes del sitio y del tema en general, se hace una evaluación del comportamiento de los usuarios que utilizan el portal actual y se hace una investigación sobre contenidos importantes que puedan impactar de forma positiva el proceso de desarrollo.

PASO 2: GESTIÓN CREATIVA DEL PROCESO DE DISEÑO Q5, 000.00

Se realiza la creación de un concepto que permita un diseño creativo, moderno y funcional para obtener mejores resultados y una propuesta más sólida con una fundamentación detrás de las decisiones de diseño.

PASO 3: VISUALIZACIÓN CREATIVA Q10, 000.00

Se crean Wireframes y Mock ups del diseño preliminar y se evalúan con el cliente. Al recibir aprobación, se desarrolla el diseño final del sitio web y se crea un archivo de Flash con la finalidad de mostrar la funcionalidad a los programadores para que todo se desarrolle con la intención que se le asigne.

PASO 4: ENTREGA Q3, 500.00

Mock ups finales en formato digital PSD y FLA, imágenes y tipografías quemado en un CD para su respectiva implementación.

PRECIO TOTAL Q28, 500.00

Además del presupuesto de diseño, se realizaron cotizaciones para el desarrollo de la programación del Portal Público de la URL, así como su implementación en la plataforma web con programadores y diseñadores web independientes (ver Anexo A.11). Se realizaron tres cotizaciones para que el departamento de comunicaciones de la URL decidiera cual programador le convenía más para realizar el trabajo. Cada programador basó su presupuesto según su experiencia y el tiempo que se llevaría en desarrollar el proyecto.

A continuación se presenta de forma resumida las cotizaciones de cada uno de los programadores.

ERICKA HERRERA

Incluye:

- Adaptación de diseño a plataforma autoadministrable (joomla)
- Montaje de sitios web y áreas correspondientes
- Apoyo/adaptación a diseño responsivo
- Ingreso de contenido actualizado
- Asesoría para mantenimiento posterior

Precio Total

Q4,210.00 mensuales

Trabajo a realizarse en 6 meses

Q25,260.00 por 6 meses de trabajo

(Ver Anexo A.11.1)

M&M SOLUTIONS

Incluye:

- Análisis y definición de requerimientos
- Diseño y estructura (front end)
- Implementación de contenidos (back end)
- Publicación y ajustes
- Capacitación, soporte y garantía de funcionamiento

Precio Total

Trabajo a realizarse en 24 días
\$6,000.00

Precio total con cargos de Workana

\$7,058.82

(Ver Anexo A.11.2)

JOSE VALLES

Incluye:

- Trabajado en archivos .php por separado para una fácil modificación de los mismos.
- Implementación de las 5 plantillas para el sitio web
- Implementación de contenidos (back end)
- Publicación

Precio Total

Trabajo a realizarse en tiempo indefinido
\$2000.00

(Ver Anexo A.11.3)

El Departamento de Comunicaciones escogerá el programador final para que desarrolle el proyecto. Sin embargo, se recomienda que la contratación de Ericka Herrera, ya que es la desarrolladora que ofrece más atributos por sus servicios, así como la confianza que transmite y el conocimiento de la calidad en los trabajos que ha realizado, es la opción más adecuada y justa según la cantidad de dinero que pide por sus servicios. José Valles aunque pide poco dinero por sus servicios, pero igualmente ofrece poco también. M&M Solutions por su lado, pide demasiado dinero por lo que ofrece. Es por ello que Ericka Herrera es la mejor opción para contratar como programadora del sitio.

PR: SISTEMA DE IMPRESIÓN O REPRODUCCIÓN

Debido a que el proyecto realizado es el rediseño del sitio web la reproducción del material se realiza en la web a través del link <http://www.url.edu.gt/Portalurl/>

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Es importante que un portal universitario sea un servicio que permita a los usuarios acceder a la información y realizar gestiones de interés, así como contribuir a alcanzar metas institucionales. Por ello, la Universidad Rafael Landívar buscaba optimizar el sitio para facilitar este proceso a potenciales estudiantes de pregrado y posgrado.

El proyecto implicó la investigación de criterios importantes para la creación de portales universitarios y temas web, los cuales permitieron tener un mayor enfoque y alcance para ofrecer mejoras al servicio, así como la comprensión del grupo objetivo y el comportamiento de estos con respecto a los sitios. Por su parte, la realización del proceso creativo implicó la unificación de los conocimientos adquiridos para poder desarrollar una propuesta óptima que resuelva la necesidad.

La propuesta final se codificó a partir del concepto “conexiones que ascienden al futuro” que representa los vínculos que establece el usuario con la información que proporciona la Universidad en su sitio, con la cual se abre un camino que presenta el futuro profesional, además responde a la necesidad de actualizar estructural y visualmente el sitio al generar una propuesta que sea moderna, profesional, y social que muestra los contenidos de forma organizada para que el grupo objetivo se identifique y elija este centro de estudios.

Esta consiste en el rediseño del portal público de la URL para el cual se desarrolló la página de home, así como templates textuales y visuales que definen las pautas para la diagramación

y el estilo gráfico de todas las páginas y subpáginas del sitio. A partir de esto, se desarrollaron las adaptaciones al diseño responsivo de las páginas mencionadas anteriormente ya que se busca que el portal esté al alcance del grupo objetivo, de esta forma estos puedan acceder y navegar, realizar búsquedas de información y gestiones desde cualquier dispositivo. Así, se optimiza la experiencia de usuario y la usabilidad del sitio, puesto que se convierte en un servicio que facilita el acceso a la información de interés desde el equipo electrónico que prefiere el grupo objetivo.

Se diferencia de la propuesta empleada actualmente puesto que facilita y simplifica al usuario el manejo del sitio al tener una diagramación modular que permite segmentar la información y adaptar el contenido a nuevos formatos; permite la navegación y el acceso a los contenidos de forma intuitiva a través de los menús que tienen como fin, enfatizar los links claves en los que puede estar interesado el usuario para obtener información; las jerarquías visuales empleadas que facilitan encontrar y diferenciar los contenidos; el uso de galerías de imágenes que refuerzan la experiencia del futuro profesional y la vida social del estudiante landivariano dentro del campus.

Además el look & feel tiene una tendencia moderna que busca emplear la simplicidad, eliminar la saturación de elementos innecesarios y el uso de colores sólidos, así el diseño ayuda al usuario a captar la información y utilizar el portal de forma más fácil.

Concluyendo, la propuesta final resuelve la necesidad al utilizar una estructura modular que distribuye los contenidos de forma organizada por columnas y al actualizar la imagen a través de un estilo gráfico que simplifica y elimina la saturación en la interface con el propósito de facilitar la navegación, optimizar la accesibilidad de información y gestiones al grupo objetivo, mejorando así la experiencia de usuario, el manejo del sitio y ayudando a crear una identificación que permitirá que el usuario considere el centro de estudios para su aprendizaje.

RECOMENDACIONES

- » Desde el punto de vista de diseño, es importante evaluar el contenido y la finalidad del sitio para explorar las opciones de estilos o tendencias web que más beneficien a la usabilidad del mismo y que logren solucionar los problemas de comunicación que podría tener esta.
 - » Al momento de realizar el diseño de un sitio web que deba ser responsivo, se recomienda trabajar por columnas, así al momento de adaptar el contenido a otras resoluciones, se reducen proporcionalmente y se obtiene cómo se debería de manejar cada parte del contenido. Es importante tomar en cuenta que en el diseño responsivo de móvil, solo debe permanecer el contenido más relevante para el usuario.
 - » En el diseño de sitios web el contenido debe ser el elemento más importante, por ello el diseño no debe competir con este. Por ello cada elemento de diseño debe tener un propósito funcional para el usuario y lo ayude a tener una mejor interacción con el contenido.
- » Al realizar un rediseño se recomienda hacer una evaluación de cómo interactúan los usuarios con el sitio actual, de esta forma se obtiene información acerca de los cambios que necesita la nueva versión para que logre resolver efectivamente los problemas.
 - » Se recomienda realizar un análisis de los sitios web con los que se está compitiendo directamente, con el propósito de conocer el panorama actual, en este caso sitios universitarios web en Guatemala y los mejores portales del mundo. Es de gran utilidad para obtener una referencia de qué rumbo tomar para el desarrollo de la propuesta al evaluar las fortalezas de estos.
 - » Por último, es esencial conseguir la ayuda o asesoría de un programador web o un sujeto con más conocimiento en el área de desarrollo e implementación de sitios web. Esto es de utilidad ya que en ocasiones el diseño puede ser complicado, poco eficiente o imposible de realizar en programación y código. Por este motivo, es necesario el apoyo de esta persona, para que la propuesta sea eficiente y cumpla con resolver la necesidad.

REFERENCIAS

Academic Ranking of World Universities (ARWU). (2014). **Academic ranking of world universities 2014 press release.** Consulta Agosto 2014 en <http://bit.ly/1Cq59X7>

Álvarez, M. (2004). **Fondos de imagen en HTML.** Consultado Septiembre 2014 en <http://www.desarrolloweb.com/articulos/1384.php>

Barriocanal, L. (2009). **¿Qué es Joomla?** Consultado Septiembre 2014 en <http://bit.ly/1nPxlBR>

Bowman, D. (2014). **The psychology of color in web design: Part 1.** Consultado Marzo 2015 en <http://blog.jimdo.com/the-psychology-of-color-in-web-design-part-1/>

Bustamante, J. (2013). **Nueva tendencia en diseño web: EL diseño modular.** Consultado Noviembre 2014 en <http://bit.ly/1vd9tWv>

Cannon, T. (2012). **An introduction to color theory for web designers.** Consultado Septiembre 2014 en <http://bit.ly/1kWqzSF>

Comunidad Joomla! (s.f.). **Desarrollando templates para Joomla!** Consultado Septiembre 2014 en <http://bit.ly/1lExwdl>

EduStily Awards. (2014) **Winners.** Consultado Enero 2015 en <http://bit.ly/1BPmkyJ>.

Frain, B. (2012). **Responsive Web Design with HTML 5 and CSS3.** Birmingham, Inglaterra: Packt Publishing Ltd

Gálvez, L. (2011). **El internet un espacio dominado por los jóvenes.** Consultado Febrero 2015 en <http://bit.ly/1E20lCL>

García, J. (2001). **Portales de internet: concepto, tipología básica y desarrollo.** Consultado Enero 2015 en <http://bit.ly/1DoXSuq>

García, J. (s. f.) **Comparativa de formatos gráficos, selección del formato.** Consultado Septiembre 2014 en <http://www.webestilo.com/guia/graf4.php3>

García, X. (2004). **Introducción a los sistemas de gestión de contenidos (CMS) de código abierto.** Consultado Septiembre 2014 en <http://bit.ly/Y63vZA>

Glenwright, J. y Campbelle, A. (2001). **www.layout: Cómo diseñar y componer sitios web.** D. F., México: Gustavo Gili, SA de CV.

Hassan, Y. Martín, F. Iazza, G. (2004). **Diseño web centrado en el usuario: usabilidad y arquitectura de información.** Consultado Agosto 2014 en <http://bit.ly/1D5Vfco>

Hodge, S. (2008). **7 Principles of effective icon design.** Consultado Agosto 2014 en <http://bit.ly/1Cq6c9y>

ISO 9241-11. (1998). **Ergonomic requirements for office work with visual display terminals (VDT)s - Part 11 Guidance on usability.** Consultado Agosto 2014 en <http://bit.ly/166ufwn>

Jofre, M. (2013). **Qué es un template** Consultado Febrero 2015 en <http://www.glidea.com.ar/blog/que-es-un-template>

Jones, P. (2008). **¿Qué es un Portal Web?** Consultado Febrero 2015 en <https://utilidadytiposdeportales.wordpress.com/>

Joomla! (2014). **What is Joomla?** Consultado Septiembre 2014 en <http://bit.ly/1vEwv8l>

Krug, S. (2000). **No me hagas pensar.** (2ª. Ed.) (Trad. P. Díaz) Madrid, España: Pearson Prentice Hall

Labrada, E. y Salgado, C. (2013). **Diseño web adaptativo o responsivo.** Revista Digital Universitaria (Volumen 14, Número 1.) Consultado Septiembre 2014 en <http://bit.ly/1kB0Pae>

LaGrone, B. (2013). **HTML5 and CSS3 Responsive Web Design Cookbook.** Birmingham, Inglaterra: Packt Publishing Ltd.

Lamarca, M. (2013). **Diseño de una página web.** Consultado Agosto 2014 en <http://bit.ly/1sWx2hE>

Lamarca, M. (2013). **Portales o puestas de entrada a Internet.** Consultado Febrero 2015 en <http://www.hipertexto.info/documentos/portales.htm>

LibrosWeb (s.f.). **Estructura o layout.** Consultado Agosto 2014 en http://librosweb.es/css/capitulo_12/estructura_o_layout.html

Los tiempos cambian (2013) **Estadísticas resolución de pantallas más utilizadas en la web.** Consultado Marzo 2015 en <http://www.lostiemposcambian.com/blog/usabilidad/estadisticas-resolucion-de-pantallas-mas-utilizadas-en-la-web/>

Maciel, P. (2008). **Análisis de la eficacia de los sitios web universitarios argentinos.** Consultado Febrero 2015 en <http://www.caminandoutopias.org.ar/tesis/tesis11.php>

Marin, J.. (s.f.). **Diseño web.** Consultado Agosto 2014 en <http://www.marindela fuente.com.ar/disenio-web/>

Ministerio de Hacienda y Crédito público, Dirección General de Tecnología, Nicaragua (2009). **Manual de normas y estándares para portales de gobierno.** Consultado Agosto 2014 en: <http://bit.ly/1xcKhBD>

Moreno, L. (2004). **El diseño equilibrado. La jerarquía visual.** Consultado Agosto 2014 en <http://bit.ly/1K3Vvuj>

Moreno, L. (2005). **Elementos gráficos para el diseño: Iconos.** Consultado Agosto 2014 en <http://www.desarrolloweb.com/articulos/2085.php>

Motive (2004). **Look & feel.** Consultado Enero 2015 en <http://bit.ly/16ZbawY>

Multivex. (s.f.) **Generación Y 1980 a 2000.** Consultado Febrero 2015 en <http://bit.ly/1Jfx0gS>

Murgas, J. (2013). **Las 15 tendencias del diseño web para el 2014 y cómo aplicarlas.** Consultado Noviembre 2014 en <http://bit.ly/1qSSgjl>

Nielsen, J. (2002). **Top 10 Guidelines for Homepage Usability.** Consultado Agosto 2014 en <http://bit.ly/1s7A5o7>

Olachea, O. (2013). **El "Flat Design" una tendencia en el diseño web.** Consultado Noviembre 2014 en <http://bit.ly/1v9FRdd>

Ortiz, P. (2013). **¿Qué es diseño web?** Consultado Agosto 2014 en <http://slidesha.re/1vp10Rg>

Plataforma Estatal de Asociaciones del Profesorado de Tecnología (PEAPT). (2013). **¿Qué es la tecnología?** Consultado Noviembre 2014 en <http://bit.ly/SVPzOE>

Prudenciano, J. Sanz, J. Sanz, F. Jiménez, R. (2010). **La educación de personas adultas en el marco del aprendizaje a lo largo de la vida.** Madrid, España: UNED Edición digital: <http://bit.ly/1DejhSj>
PuroMarketing (2014). **Psicología del color: La importancia de los colores en el diseño web de las tiendas online.** Consultado Marzo 2015 en <http://www.puromarketing.com/10/19416/psicologia-color-importancia-colores-diseno.html>

Quesada, S. (2013). **¿Qué es responsive web design?** Consultado Septiembre 2014 en <http://bit.ly/PRuC5s>

Real Academia Española (2014). **Diccionario de la lengua española.** Consultado Febrero 2015 en <http://www.rae.es/>

ReEduca. (s. f.) **Piaget: Las operaciones formales.** Consultado Febrero 2015 en <http://reeducacion.com/piaget-operacionesformales.aspx>

Robertson, J. (2003). **So, what is a CMS?** Consultado Septiembre 2014 en <http://bit.ly/1umyni5>

Rodríguez, D. (2010). **5 pasos para hacer tu web más legible.** Consultado Septiembre 2014 en <http://www.trucosoptimizacion.com/index.php/2010/09/29/5-pasos-hacer-web-legible/>

Sherwin, K. (2014). **University websites: Top 10 design guidelines.** Consultado Enero 2015 en <http://bit.ly/1dQJXw3>

TechTerms. (s.f.) **Template.** Consultado Septiembre 2014 en <http://bit.ly/1umyyKs>

Toub, S. (2000). **Evaluating information architecture: A practical guide to assessing web site organization.** Consultado Agosto 2014 en <http://bit.ly/1AkGNNI>

Trigueros, R. (2014) **Las tendencias de diseño web para el 2015.** Consulta Enero 2015 de <http://bit.ly/1zVX5Jn>
Universidad Rafael Landívar. (2014). **Acerca de la URL.** Consultado Agosto 2014 en <http://bit.ly/1zv0iAh>

Usability.gov (S.F.). **Wireframing.** Consultado Febrero 2015 en <http://www.usability.gov/how-to-and-tools/methods/wireframing.html>

Usolab. (2006). **Puntos de entrada y jerarquía visual en las páginas de inicio: el caso de Hotelius.** Consultado Agosto 2014 en <http://bit.ly/1vp0lDd>

Vega Lebrún, C.A.: (2007) **Integración de herramientas de tecnologías de información "portales colaborativos de trabajo" como soporte en la administración del conocimiento,** Edición electrónica gratuita. Tesis doctoral accesible a texto completo en <http://www.eumed.net/tesis/2007/cavl/>

Winkler, R. (s,f). **What is a web portal?** Consultado Enero 2015 en <http://bit.ly/1K3Ft3B>

ANEXOS

153	_____	Anexo A.1 Entrevista Cliente
156	_____	Anexo A.2 Información Grupo Objetivo
161	_____	Anexo A.3 Guía de observación
164	_____	Anexo A.4 Encuesta Grupo Objetivo
167	_____	Anexo A.4.1 Resultados instrumento Pregrado
171	_____	Anexo A.4.2 Resultados instrumento Posgrado
175	_____	Anexo A.5 Encuesta comportamiento G.O. en sitios web
176	_____	Anexo A.5.1 Resultados instrumento Pregrado
178	_____	Anexo A.5.2 Resultados instrumento Posgrado
180	_____	Anexo A.6 Instrumento Validación G.O.
184	_____	Anexo A.6.1 Resultados validación Pregrado
188	_____	Anexo A.6.2 Resultados validación Posgrado
192	_____	Anexo A.7 Instrumento Validación Diseñadores
196	_____	Anexo A.7.1 Resultados validación Diseñadores
199	_____	Anexo A.8 Instrumento Validación Expertos
203	_____	Anexo A.8.1 Resultados validación Expertos
206	_____	Anexo A.9 Informe Técnico de archivos digitales
207	_____	Anexo A.10 Presupuesto de Diseño
208	_____	Anexo A.11 Cotizaciones de programación y desarrollo
216	_____	Anexo A.12 Bocetaje propuesta final

A.1 ENTREVISTA CLIENTE

¿Cuáles son las características o atributos de la URL? ¿Y de la Dirección de Comunicaciones?

Misión

La Universidad Rafael Landívar es una institución de educación superior guatemalteca, independiente y no lucrativa, de inspiración cristiana, visión católica y de tradición jesuítica. La Universidad en su búsqueda de la verdad por medio de sus funciones de investigación, docencia y proyección social, se compromete a contribuir al desarrollo integral y sostenible, transformando a la persona y la sociedad hacia dimensiones cada vez más humanas, justas, inclusiva y libre.

Visión

En el 2015 la URL:

Se destaca como una universidad de excelencia, precursora y consecuente con su misión de servicio evangélico al país y a la región.

Dirección de Comunicaciones

Según la URL (2014), "La Dirección de Comunicaciones es la responsable de facilitar a la comunidad landivariana el uso de los distintos medios de comunicación internos y externos, con el fin de dar a conocer y promover de manera creativa y acorde a la imagen institucional, las actividades, eventos o información que genera esta casa de estudios."

Desde inicios de 2014, la Dirección está a cargo de la Licda. en Ciencias de la Comunicación, Marcia Virginia Morales de Barrios.

¿Cuál es la característica diferenciadora de la URL?

La Universidad Rafael Landívar se caracteriza por ser una universidad Jesuita con el fin de crear profesionales altamente educados que busquen un beneficio para la sociedad donde se desarrollen. Es muy importante para las autoridades de la universidad esta ideología y por este motivo la promueven de muchas formas dentro de la universidad.

¿Qué beneficios provee la URL?

Programas de becas parciales y totales para estudiantes que apliquen y tengan los requisitos mínimos para las mismas.

Parqueos dentro de la universidad.

Restaurantes dentro de la universidad y una tienda de abarrotes.

Centro de impresión y copiado dentro de la universidad.

3 laboratorios de computación que cubren las necesidades de las diferentes carreras.

Educación de alta calidad a un costo accesible.

Clubes extra curriculares de intereses varios.

Tiene un manual de uso para la marca logotipos, personajes, tipografías, colores (si existen o están disponibles).

Existe un manual, dicho manual lo tiene la Dirección de Comunicaciones de la Universidad Rafael Landívar.

El manual proporcionado es el creado en el 2001 ya que el nuevo manual que se está desarrollando no está terminado todavía. El manual muestra los usos correctos del logotipo de la universidad, la tipografía del logotipo y los pantones de los colores de la universidad además de las aplicaciones del logotipo en algunos materiales.

¿Qué proyecto tiene para desarrollar? ¿Por qué lo necesita?

El proyecto a desarrollar es el rediseño del Portal Público de la Universidad Rafael Landívar. Es necesario un rediseño porque se desea evocar una imagen más moderna, actualizada y amigable que demuestre los valores de la URL y sirva de atractivo para los posibles futuros estudiantes que puedan estar interesados en ser parte de la URL.

¿En qué consiste el proyecto?

El proyecto consiste en presentar una imagen más fresca y apta para todo público en el que el grupo objetivo tenga, a través de una interfaz más atractiva, la información que desea al alcance de sus manos. Al mismo tiempo se busca crear un portal responsivo apto para dispositivos móviles, smartphones, tablets, ipad, etc.

Además lo que se busca es que todo lo que se encuentra en el portal sea funcional, por ejemplo que las imágenes sean links para otras páginas, más que solo decorativas.

Las partes importantes a resaltar en la propuesta es la ubicación de los elementos como "Carreras", "Admisiones", "Biblioteca", "Cursos libres", "Becas", "AUSJAL", "Psgrados".

Además el proyecto consiste en la creación de templates para las páginas internas del portal ya que cada una de ellas es trabajada por unidades aparte. Quiere decir que determinado grupo de personas se encargan de agregar o actualizar la información según sus necesidades basados en un template. Entonces se debe crear dos plantillas diferentes que sean útiles para páginas más visuales y otras más textuales, de esta forma los responsables eligen el template que más se adapte a sus necesidades.

¿Qué resultados espera lograr?

Proporcionar una imagen nueva y fresca al portal público, que sea sencillo y de fácil navegación, así como simplicidad para entender lo que se encuentra en él (que tenga usabilidad).

¿A quién va dirigido el proyecto (P. demográfico y psicográfico)?

El proyecto va dirigido a un rango muy amplio de personas, especialmente está dirigido a personas ajenas a la universidad. Más específicamente según la Lcda. Marcia Morales:

- Alumnos de pregrado (jóvenes 17 años)
- Convenios internacionales
- Personas del interior (18 años en adelante)
- Padres de familia dentro de la capital
- Personas en busca de maestrías

¿Qué mensaje desea comunicar?

Lo que desean comunicar con la propuesta es que la Universidad Rafael Landívar es una institución actual en cuanto a tecnología, en cuanto a su educación e instalaciones, pero que es una Universidad con historia y años de experiencia profesional. Además desea presentar que la URL es una institución preocupada por el desarrollo y que a través de una imagen amigable incite a las personas a querer estudiar en la Universidad.

¿Cómo respaldar este mensaje?

El respaldo de este mensaje se da a través de los valores jesuitas, demostrando o poniendo en práctica lo que se educa en la universidad, es decir demostrar la profesionalidad a

través de las acciones. Además de esto, es crear profesionales que gracias a los valores jesuitas sean personas que hagan crecer cualquier país y lugar donde se desarrollen y traigan un beneficio mayor a la comunidad.

¿Qué rasgos de “personalidad” queremos fomentar? (¿cómo se comporta? ¿cómo se expresa?)

“La personalidad que se busca resaltar es formal y tradicional pero no viejo”, según las palabras de Marcia Morales. Se busca dar a resaltar una personalidad de una institución de vanguardia y de prestigio.

¿Qué medios y materiales sugerimos usar?

Portal Público de la Universidad Rafael Landívar y templates (plantillas).

¿Cuándo se implementará la propuesta?

El Portal Público de la URL será implementado según los ideales en enero o febrero del año 2015.

¿Cuál es el presupuesto asignado para el proyecto?

¿Tienen patrocinadores para llevarlo a cabo?

No existe un presupuesto, la Universidad solo cuenta con presupuesto para compra o mantenimiento de software y elementos de la infraestructura. Pero en caso de que sea muy necesario y no sean cantidades exageradas, se puede realizar una colecta de dinero interna para recaudar los fondos necesarios.

¿Existen guías ya establecidas, lineamientos mandatorios, etcétera, que deben incluirse en la propuesta? (Existen elementos obligatorios que deban ir en el diseño)

Colocar el logotipo de la Universidad

Se deben utilizar los pantones y colores institucionales.

No utilizar elementos de flash

Reservar un espacio para el ingreso de usuario y contraseña

Reservar un espacio para el buscador

Lo más necesario es que el portal sea “responsivo”

No utilizar colores como el rojo, verde, corinto, etc. puesto que representan a otras universidades.

Área de redes sociales

Área de noticias

Si es el rediseño de la parte exterior, incluir:

Acceso a las carreras de la Universidad

Acceso a la biblioteca

Acceso a AUSJAL

Acceso a admisiones y posgrados

Acceso a Cursos libres

Acceso a Becas

Acceso a Acreditaciones

Acceso a Deportes

Acceso a Donaciones

Acceso a Egresados

Barra de actividades recientes o futuras

A.2 INFORMACIÓN GRUPO OBJETIVO



Departamento de Planificación, Seguimiento y Evaluación

Teléfono: (502) 2426 2626 ext. 2129

Campus Central, Vista Hermosa III, Zona 16

Guatemala, Ciudad. 01016

3/13/2015

RANGOS DE EDADES

ESTUDIANTES DE PRIMER INGRESO

1ER CICLO, 2015

CAMPUS CENTRAL

Ingreso URL Anual: determina si un estudiante es de primer ingreso o reingreso en la Universidad en el año

% Estudiantes: Porcentaje de los distintos estudiantes que por lo menos se han asignado un curso.

Grado: define si una carrera es de pre grado o pos grado.

Los datos pueden variar según la fecha de consulta.

Sede	Grado	Ciclo	Ingreso URL Anual
Campus Central	Postgrado	1er. Ciclo 2015	Primer Ingreso
Rango de edad		% Estudiantes	
23-33		75.35%	
34-43		18.31%	
44-53		3.52%	
54-63		2.82%	
64-67		0.70%	
Gran Total		100.00%	


Departamento de Planificación, Seguimiento

Teléfono: (502) 2

Campus Central, Vista He

Guaten

INGRESO MENSUAL
1ER CICLO, 2015
CAMPUS CENTRAL

Ciclo: determina el ciclo académico en el que se lleva cabo la asignación.

Ingreso Mensual: especifica el rango de ingreso económico que posee el estudiante.

% Estudiantes: Porcentaje de los distintos estudiantes que por lo menos se han asignado un curso.

Los datos pueden variar según la fecha de consulta.

Ciclo	Sede
1er. Ciclo 2015	Campus Central
Ingreso Mensual	% Estudiantes
0.00 - 1700.00	7.35%
1701.00 - 4999.00	14.17%
5000.00 - 14999.00	30.72%
15000.00 - 34999.00	23.37%
25000.00 - 34999.00	5.46%
35000.00 - 0.00	2.98%
NE	15.92%
Gran Total	100.00%


Departamento de Planificación, Seguimiento y Evaluación

Teléfono: (502) 2426 2626 ext. 2129

Campus Central, Vista Hermosa III, Zona 16

Guatemala, Ciudad. 01016

3/13/2015

MUNICIPALIDAD DE DOMICILIO
1ER CICLO, 2015
CAMPUS CENTRAL

Municipalidad de Domicilio: especifica el municipio en el cual el estudiante reside.

Ingreso URL Anual: determina si un estudiante es de primer ingreso o reingreso en la Universidad en el año especificado,

Grado: define si una carrera es de pre grado o pos grado.

% Estudiantes: Porcentaje de los distintos estudiantes que por lo menos se han asignado un curso.

Los datos pueden variar según la fecha de consulta.

Año	Ingreso URL Anual	
2015	Primer Ingreso	
Municipalidad de Domicilio	Grado	
	Pregrado	Postgrado
	% Estudiantes	
Acatenango	0.00%	0.01%
Alotenango	0.00%	0.04%
Amatitlán	0.30%	0.21%
Antigua Guatemala	0.81%	0.87%
Asunción Mita	0.10%	0.01%
Barberena	0.10%	0.05%
Chicacao	0.00%	0.01%
Chimaltenango	0.20%	0.19%

Chinautla	0.30%	0.50%
Chiquimula	0.10%	0.08%
Ciudad Vieja	0.20%	0.05%
Coatepeque	0.10%	0.01%
Cobán	0.10%	0.13%
Cuilapa	0.00%	0.05%
Cuyotenango	0.00%	0.01%
El Adelanto	0.00%	0.01%
El Progreso	0.00%	0.13%
El Tejar	0.10%	0.03%
Escuintla	0.61%	0.17%
Esquipulas	0.00%	0.11%
Estanzuela	0.10%	0.01%
Flores	0.00%	0.04%
Fraijanes	1.63%	3.90%
Gualán	0.00%	0.01%
Guastatoya	0.10%	0.04%
Guatemala	60.98%	54.52%
Huehuetenango	0.00%	0.16%
Huité	0.00%	0.01%
Ipala	0.00%	0.01%
Ixcán	0.00%	0.01%
Iztapa	0.00%	0.01%
Jacaltenango	0.10%	0.00%
Jalapa	0.10%	0.13%
Jocotenango	0.30%	0.20%
Jutiapa	0.20%	0.12%
La Democracia	0.10%	0.00%
La Gomera	0.00%	0.01%

La Unión	0.00%	0.01%
Los Amates	0.00%	0.02%
Masagua	0.00%	0.01%
Mataquescuintla	0.00%	0.04%
Mazatenango	0.10%	0.05%
Melchor de Mencos	0.00%	0.01%
Mixco	16.67%	17.90%
Monjas	0.00%	0.01%
Morales	0.00%	0.02%
NE	3.35%	4.46%
Nebaj	0.00%	0.01%
Nueva Concepción	0.00%	0.01%
Nueva Santa Rosa	0.00%	0.05%
Oratorio	0.00%	0.01%
Pajapita	0.00%	0.01%
Palencia	0.00%	0.09%
Palín	0.20%	0.12%
Panajachel	0.00%	0.03%
Parramos	0.00%	0.02%
Patulul	0.10%	0.03%
Patzicía	0.10%	0.00%
Patzún	0.00%	0.03%
Poptún	0.00%	0.02%
Puerto Barrios	0.00%	0.09%
Quesada	0.00%	0.01%
Quetzaltenango	0.41%	0.18%
Quezaltepeque	0.00%	0.01%
Rabinal	0.10%	0.00%
Retalhuleu	0.10%	0.06%

Río Hondo	0.00%	0.01%
Salamá	0.00%	0.03%
San Agustín Acasaguastlán	0.00%	0.01%
San Andrés Itzapa	0.00%	0.01%
San Andrés Villa Seca	0.10%	0.00%
San Antonio La Paz	0.00%	0.04%
San Antonio Suchitepequez	0.00%	0.01%
San Bartolomé Milpas Altas	0.00%	0.04%
San Benito	0.00%	0.02%
San Cristóbal Verapaz	0.00%	0.01%
San Jerónimo	0.00%	0.01%
San José	0.00%	0.02%
San José del Golfo	0.00%	0.03%
San José Pinula	1.02%	2.34%
San Juan Comalapa	0.00%	0.04%
San Juan Sacatepéquez	0.10%	0.15%
San Lucas Sacatepéquez	0.61%	0.82%
San Marcos	0.00%	0.01%
San Martín Jilotepeque	0.00%	0.01%
San Miguel Chicaj	0.00%	0.01%
San Miguel Dueñas	0.10%	0.00%
San Miguel Petapa	1.63%	1.75%
San Pablo	0.00%	0.01%
San Pablo Jocopilas	0.00%	0.01%
San Pedro Ayampuc	0.00%	0.05%
San Pedro Jocopilas	0.00%	0.01%
San Pedro Sacatepéquez	0.00%	0.06%
San Raimundo	0.10%	0.02%
San Vicente Pacaya	0.00%	0.01%

Sanarate	0.00%	0.04%
Sansare	0.00%	0.02%
Santa Catarina Ixtahuacan	0.00%	0.01%
Santa Catarina Pinula	2.64%	3.37%
Santa Cruz del Quiché	0.00%	0.02%
Santa Cruz Verapaz	0.00%	0.01%
Santa Lucía Cotzumalguapa	0.00%	0.07%
Santa Lucía Milpas Altas	0.00%	0.08%
Santa María Chiquimula	0.00%	0.01%
Santa Rosa de Lima	0.00%	0.01%
Santiago Sacatepéquez	0.10%	0.08%
Santo Domingo Xenacoj	0.00%	0.03%
Sayaxché	0.00%	0.01%
Siquinalá	0.00%	0.02%
Sumpango	0.20%	0.03%
Tactic	0.00%	0.03%
Tecpán Guatemala	0.10%	0.04%
Teculután	0.00%	0.02%
Tiquisate	0.00%	0.03%
Totonicapán	0.10%	0.00%
Villa Canales	1.02%	1.43%
Villa Nueva	4.37%	3.92%
Zacapa	0.00%	0.09%
Zaragoza	0.00%	0.01%
Gran Total	100.00%	100.00%

A.3 GUÍA DE OBSERVACIÓN

Se elaboró una guía de observación con el fin de determinar que colores representan mejor el futurismo. Para esto se analizaron 5 imágenes y 2 sitios web de temática futurista.

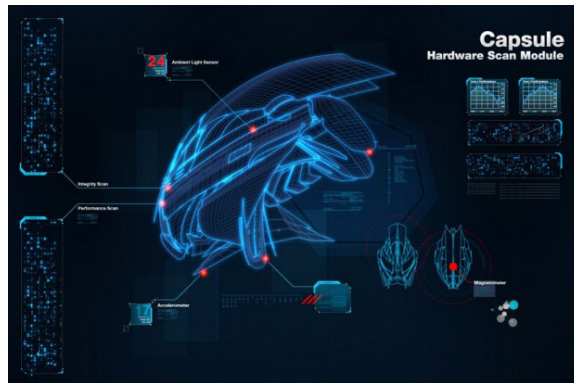


IMAGEN 1

¿Cuál es la temática principal de la imagen?
Naves espaciales del futuro

¿Cual es el color predominante?
Azul

¿Cuáles son los colores secundarios?
Negro, plateado, rojo, aqua

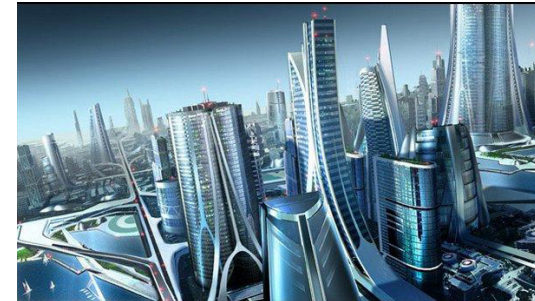


IMAGEN 2

¿Cuál es la temática principal de la imagen?
Ciudad del futuro

¿Cual es el color predominante?
Celeste

¿Cuáles son los colores secundarios?
Plateado, blanco, verde, rojo



IMAGEN 3

¿Cuál es la temática principal de la imagen?
Ciudad del futuro

¿Cual es el color predominante?
Azul

¿Cuáles son los colores secundarios?
Blanco, plateado



IMAGEN 4

¿Cuál es la temática principal de la imagen?
Conexiones del futuro

¿Cual es el color predominante?
Azul

¿Cuáles son los colores secundarios?
Negro, blanco



IMAGEN 5

¿Cuál es la temática principal de la imagen?
Naves espaciales del futuro

¿Cual es el color predominante?
Azul

¿Cuáles son los colores secundarios?
Negro, blanco, verde, rojo, aqua



IMAGEN 6

¿Cuál es la temática principal del sitio web?
Sitio web futurista

¿Cual es el color predominante?

Azul

¿Cuáles son los colores secundarios?

Negro, blanco, celeste



IMAGEN 7

¿Cuál es la temática principal del sitio web?

Sitio web de una compañía futurista

¿Cual es el color predominante?

Azul

¿Cuáles son los colores secundarios?

Negro, blanco, celeste, plateado

A.4 ENCUESTA GRUPO OBJETIVO

Se realizó la misma encuesta para los grupos objetivos, pero de forma separada. La única diferencia fue en la pregunta ¿Qué edad tienes? se cambiaron los parámetros de las edades.

Buenos días / tardes. Somos estudiantes de la Universidad Rafael Landívar, cursamos la carrera de Diseño Gráfico. Estamos realizando un estudio para un proyecto de la Universidad, el proyecto involucra el rediseño del sitio web (portal) de la URL, por lo que quisiéramos pedirte unos minutos de tu tiempo para contestar esta encuesta. La encuesta es de selección múltiple y debes escoger una respuesta por cada inciso. De antemano ¡Muchas gracias!

Escribe tu nombre por favor:

Escribe tu dirección de correo electrónico:

¿Qué Edad tienes?

- Entre 22-24 años
- Entre 25-27 años
- Entre 28-29 años

¿A qué te dedicas?

- Estudias
- Trabajas
- Ambas

¿Qué nivel de educación tienes?

- Básicos
- Diversificado
- Universitario
- Posgrado
- Maestría

Visita el sitio web de la Universidad Rafael Landívar:

<http://www.url.edu.gt>

Acontinuación busca información sobre alguna carrera o sobre la biblioteca.

¿Encontraste la información?

- Sí, es fácil de encontrar por la organización del sitio.
- Pudo encontrar alguna información, pero hace falta más organización.
- No, es difícil porque la ubicación de contenidos y elementos es desorganizada.

¿Qué áreas del sitio actual cree que tienen éxito al presentar la información? (Puede seleccionar más de una)

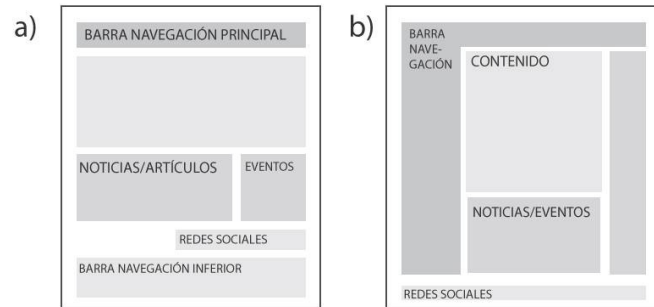
- Página de inicio
- Página de biblioteca
- Página de admisiones
- Páginas de facultades
- Página de acerca de la URL
- Página de posgrados
- Ninguna página

Seleccione 3 elementos que considere que no están funcionando en el sitio:

- Distribución de elementos
- Fuentes (Letras)
- Imágenes
- Colores
- Barra de navegación
- Estilo visual

Según su preferencia, ¿Qué tipo de diagramación le ayudaría a ubicar mejor la barra de navegación?

- Con barra de navegación en el área superior.
- Con barra de navegación en el lateral izquierdo.



¿Considera que se diferencian los títulos, subtítulos y textos entre sí?

- Sí, son fáciles de diferenciar por sus tamaños y tipos de letra.
- Sí se diferencian, pero necesitan mejorar.
- No se diferencian porque los tamaños y tipos de letras son semejantes.

¿Es fácil ubicar los íconos de redes sociales?

- Sí, porque tienen un tamaño adecuado y están en un espacio visible.
- Algunos, porque los colores son iguales al resto del sitio.
- No, porque son pequeños y su ubicación dificulta encontrarlos.

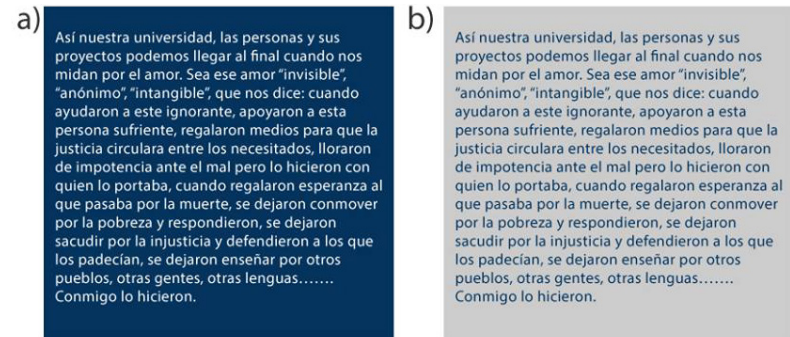
En general, ¿Cómo percibe el sitio web de la URL?
(Elige una respuesta positiva y luego una negativa)

- Un sitio profesional
- Un sitio interesante y moderno
- Un sitio seguro

- Necesita más organización y modernidad.
- Un sitio desactualizado y confuso, por la ubicación de los elementos y el diseño que tiene.
- Un sitio estresante por la saturación de contenidos.

¿Con qué opción se le dificulta menos leer el texto?

- Fondo azul y texto blanco.
- Fondo gris y texto azul.



Ahora observe los siguientes sitios web y responda las preguntas:

A su parecer, ¿Cuál portal universitario se mira más organizado?

- Opción a
- Opción b
- Opción c
- Opción d

A su parecer, ¿Cuál portal universitario se mira más moderno?

- Opción a
- Opción b
- Opción c
- Opción d

A su parecer, ¿Qué portal universitario refleja tradición profesional?

- Opción a
- Opción b
- Opción c
- Opción d

A su parecer, ¿Qué portal universitario es más juvenil?

- Opción a
- Opción b
- Opción c
- Opción d

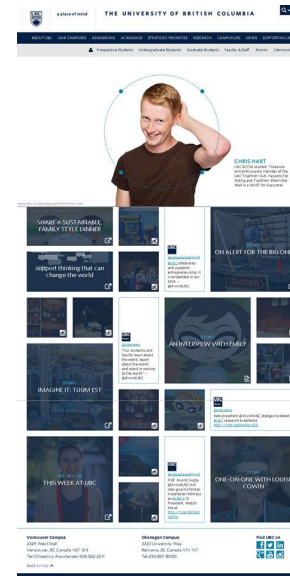
A su parecer, ¿Qué portal universitario se percibe como más amigable?

- Opción a
- Opción b
- Opción c
- Opción d

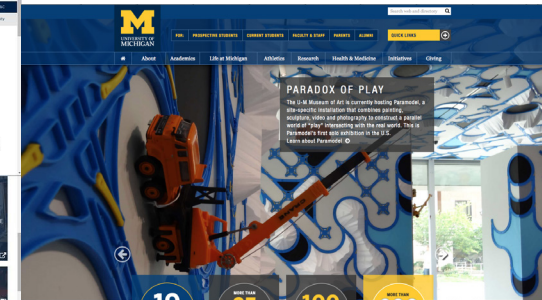
A su parecer, si tuviera que escoger entre una universidad juzgando por su portal, ¿Cuál sería?

- Opción a
- Opción b
- Opción c
- Opción d

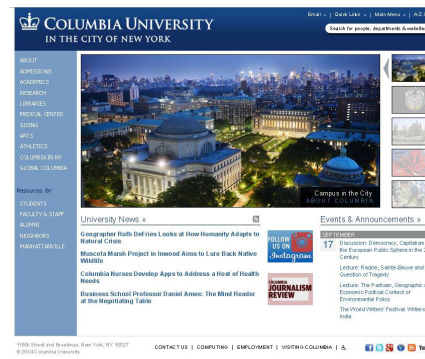
a.



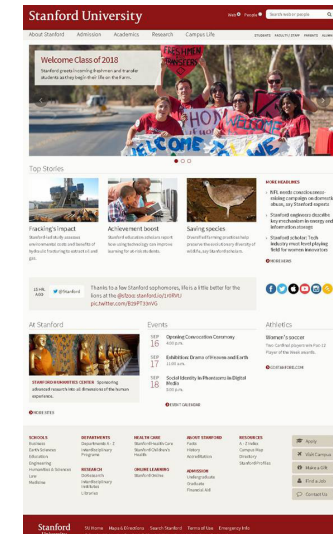
b.



c.



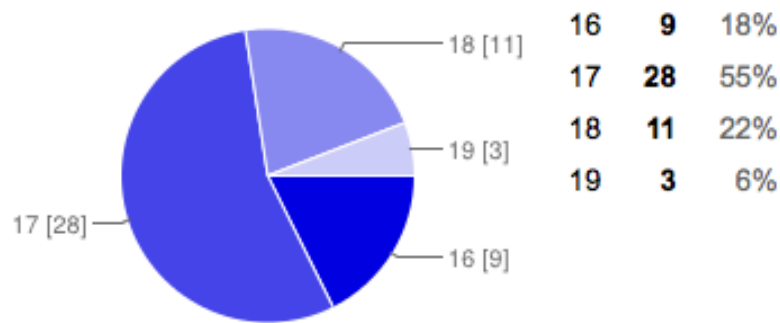
d.



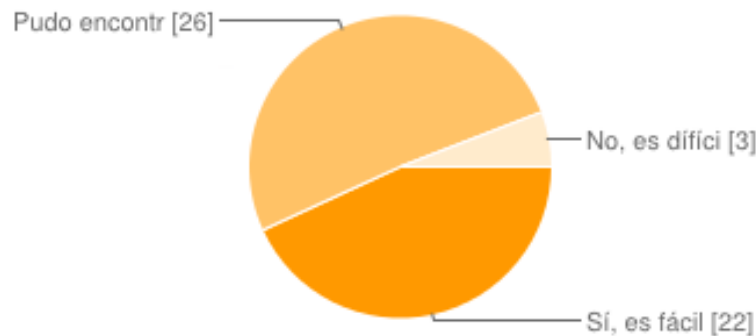
A.4.1 RESULTADOS INSTRUMENTO PREGRADO

Las siguientes gráficas fueron obtenidas en base a las encuestas realizadas a una muestra de 50 alumnos de pregrado con edades entre 16-19 años.

¿Qué Edad tienes?

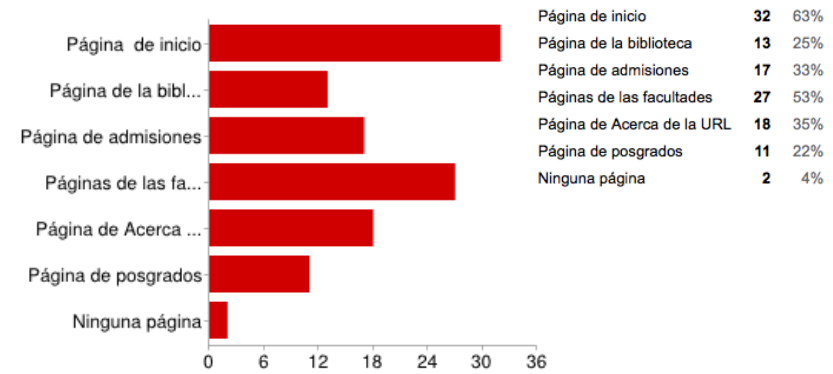


¿Encontraste la información?

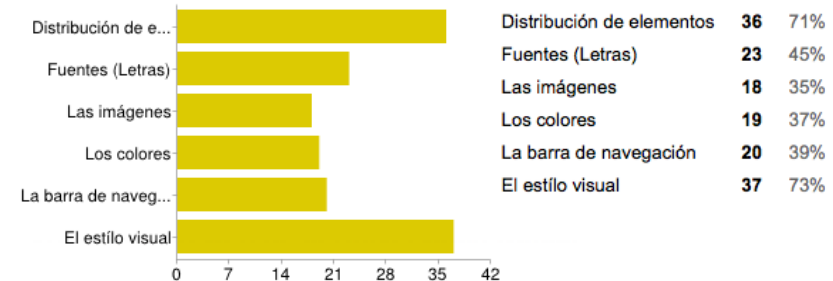


Sí, es fácil de encontrar por la organización del sitio.	22	43%
Pudo encontrar alguna información, pero hace falta más organización.	26	51%
No, es difícil porque la ubicación de contenidos y elementos es desorganizada.	3	6%

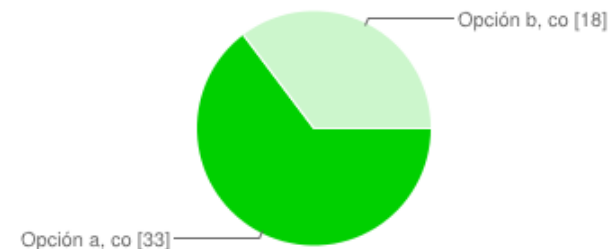
¿Qué áreas del sitio actual cree que tienen éxito al presentar la información?



Selecciona 3 elementos que consideres que no están funcionando en el sitio:

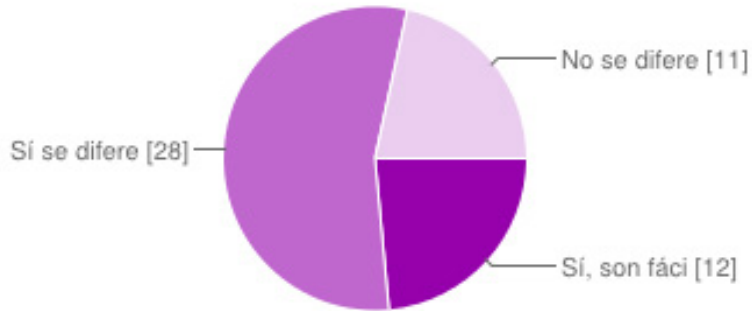


Según tu preferencia, ¿Qué tipo de diagramación te ayudaría a ubicar mejor la barra de navegación?



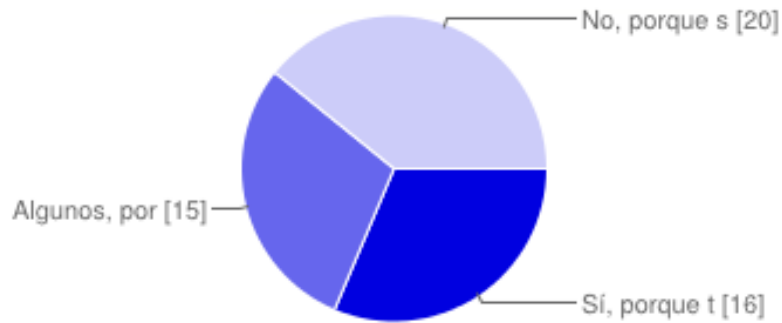
Opción a, con barra de navegación en el área superior	33	65%
Opción b, con barra de navegación en el lateral izquierdo	18	35%

¿Consideras que se diferencian los títulos, subtítulos y textos entre sí?



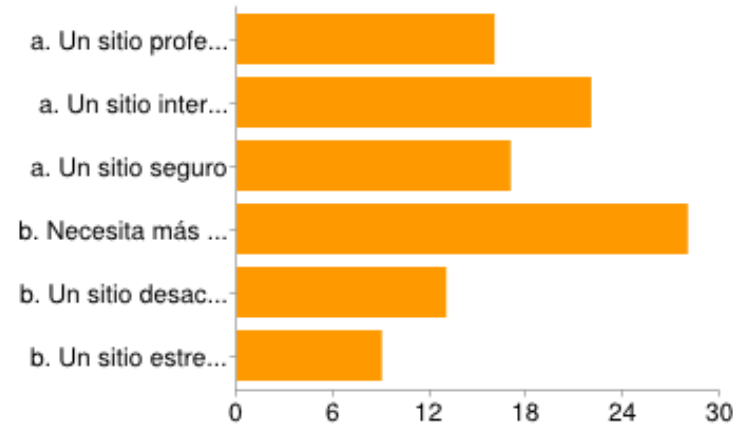
í, son fáciles de diferenciar por sus tamaños y tipos de letra.	12	24%
í se diferencian, pero necesitan mejorar.	28	55%
o se diferencian porque los tamaños y tipos de letras son semejantes.	11	22%

¿Es fácil ubicar los íconos de redes sociales?



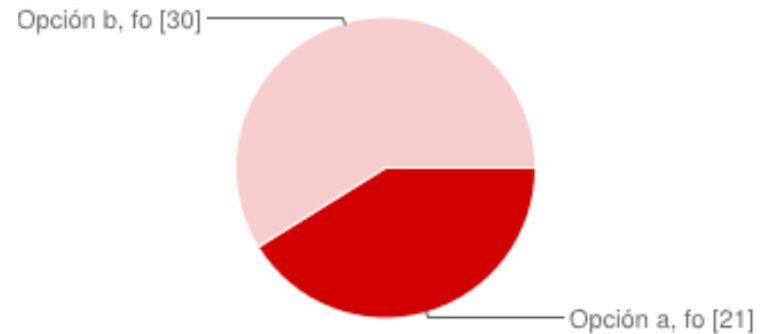
Sí, porque tienen un tamaño adecuado y están en un espacio visible.	16	31%
Algunos, porque los colores son iguales al resto del sitio.	15	29%
No, porque son pequeños y su ubicación dificulta encontrarlos.	20	39%

En general, ¿Cómo percibes el sitio web de la URL?



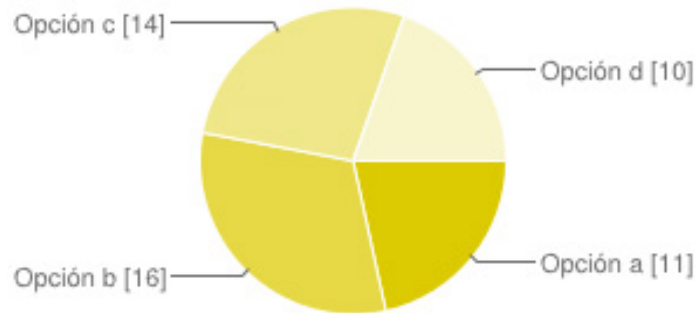
a. Un sitio profesional	16	31%
a. Un sitio interesante y moderno	22	43%
a. Un sitio seguro	17	33%
b. Necesita más organización y modernidad.	28	55%
b. Un sitio desactualizado y confuso, por la ubicación de los elementos y el diseño que tiene.	13	25%
b. Un sitio estresante, por la saturación de contenidos.	9	18%

¿Con qué opción se le dificulta menos leer el texto?



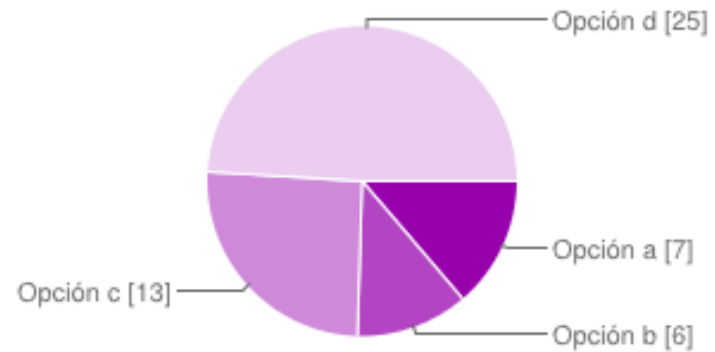
Opción a, fondo azul y texto blanco.	21	41%
Opción b, fondo gris y texto azul.	30	59%

A tu parecer, ¿Cuál portal universitario se mira más organizado?



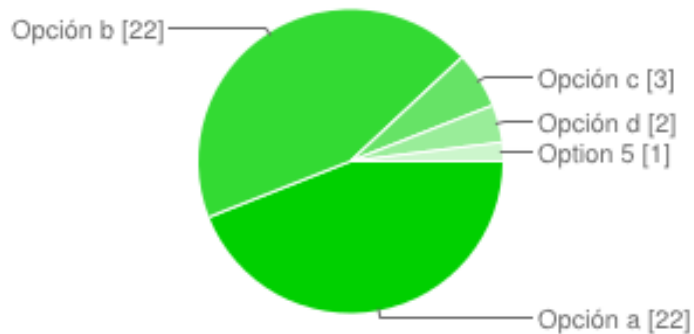
Opción a	11	22%
Opción b	16	31%
Opción c	14	27%
Opción d	10	20%

A tu parecer, ¿Qué portal universitario refleja tradición profesional?



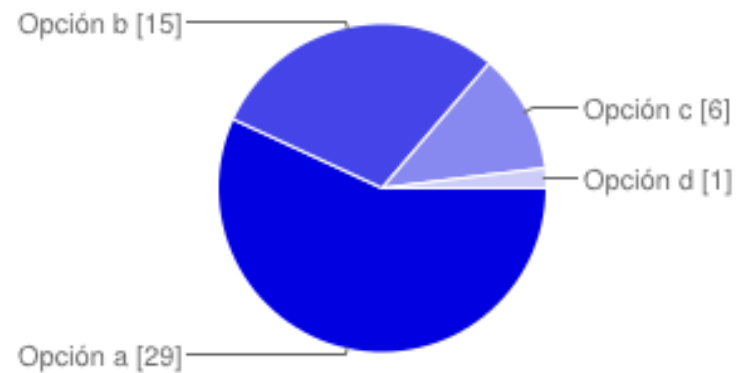
Opción a	7	14%
Opción b	6	12%
Opción c	13	25%
Opción d	25	49%

A tu parecer, ¿Cuál portal universitario se mira más moderno?



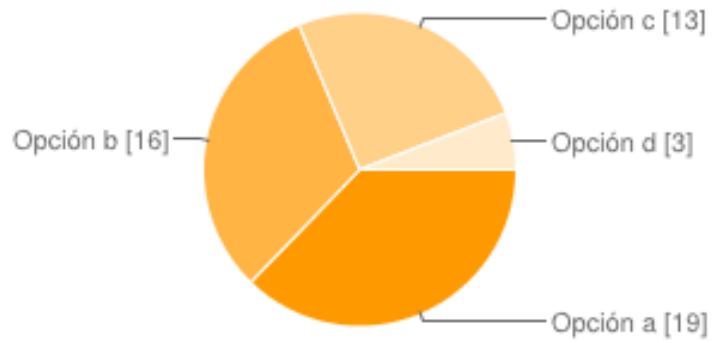
Opción a	22	43%
Opción b	22	43%
Opción c	3	6%
Opción d	2	4%
Option 5	1	2%

A tu parecer, ¿Qué portal universitario es más juvenil?



Opción a	29	57%
Opción b	15	29%
Opción c	6	12%
Opción d	1	2%

A tu parecer, ¿Qué portal universitario se percibe como más amigable?



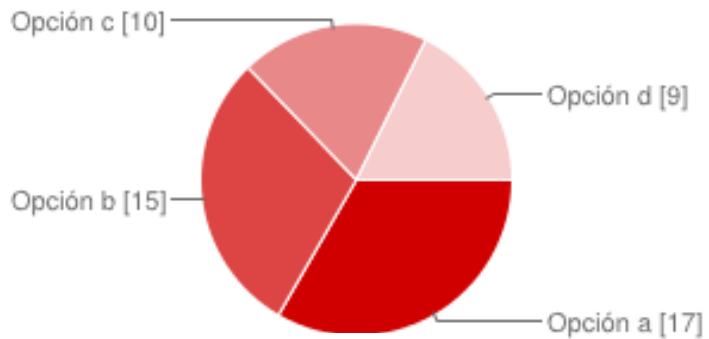
Opción a 19 37%

Opción b 16 31%

Opción c 13 25%

Opción d 3 6%

A tu parecer, si tuviera que escoger entre una universidad juzgando por su portal, ¿Cuál sería?



Opción a 17 33%

Opción b 15 29%

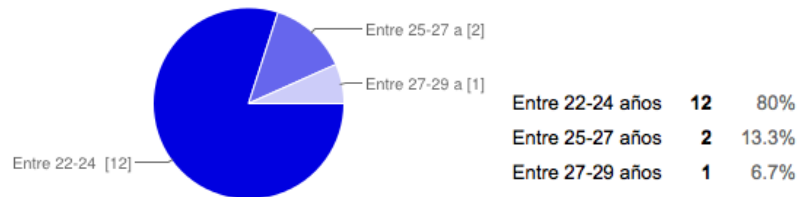
Opción c 10 20%

Opción d 9 18%

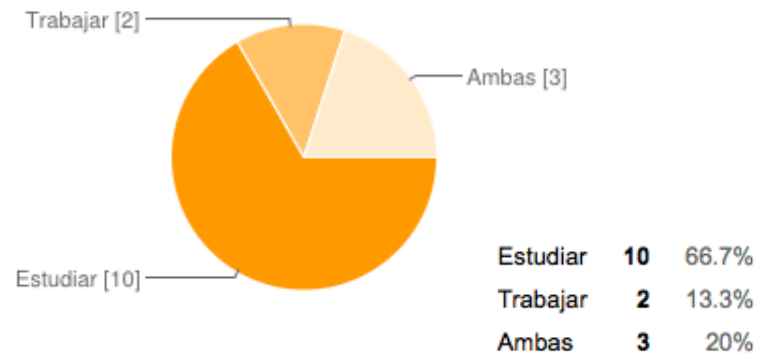
A.4.2 RESULTADOS INSTRUMENTOS POSGRADO

Las siguientes gráficas fueron obtenidas en base a las encuestas realizadas en una muestra de 15 personas interesadas en estudiar un posgrado con edades entre 22 y 29 años.

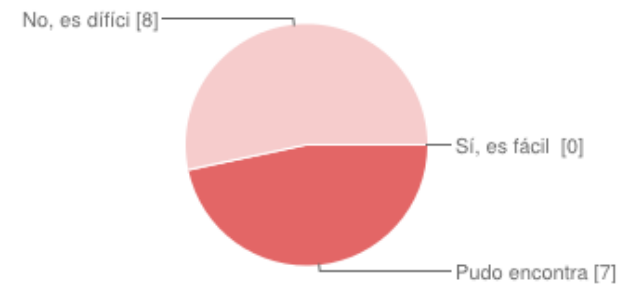
¿Qué Edad tienes?



¿A qué se dedica?

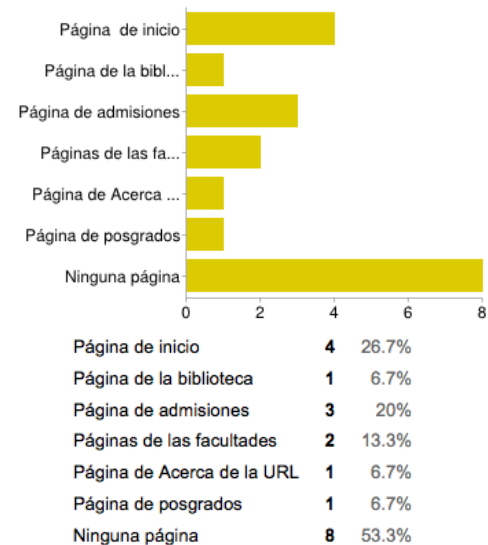


¿Encontraste la información?

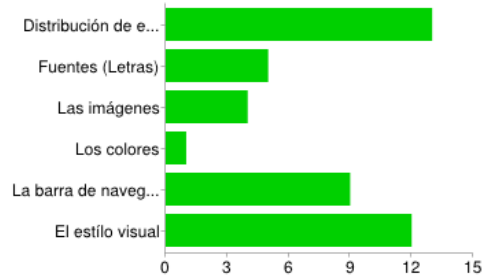


Sí, es fácil de encontrar por la organización del sitio.	0	0%
Pudo encontrar alguna información, pero hace falta más organización.	7	46.7%
No, es difícil porque la ubicación de contenidos y elementos es desorganizada.	8	53.3%

¿Qué áreas del sitio actual cree que tienen éxito al presentar la información?

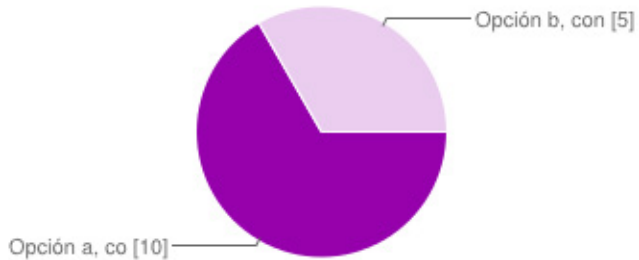


Selecciona 3 elementos que consideres que no están funcionando en el sitio:



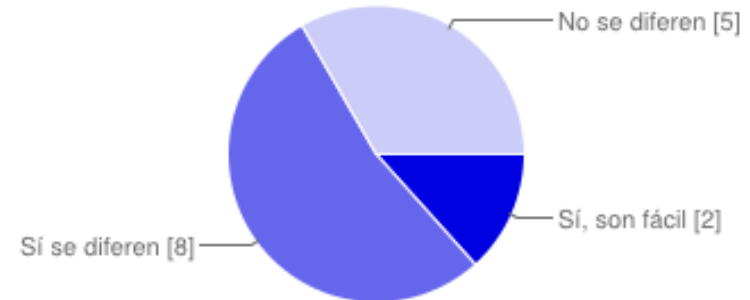
Distribución de elementos	13	86.7%
Fuentes (Letras)	5	33.3%
Las imágenes	4	26.7%
Los colores	1	6.7%
La barra de navegación	9	60%
El estilo visual	12	80%

Según tu preferencia, ¿Qué tipo de diagramación te ayudaría a ubicar mejor la barra de navegación?



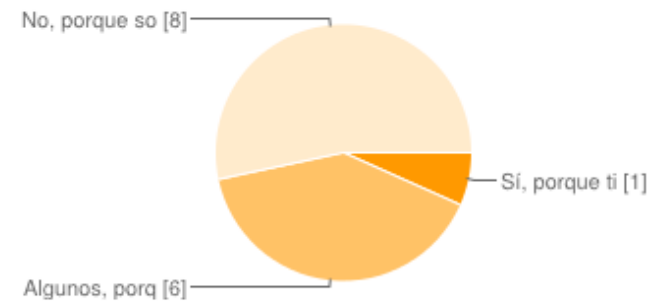
Opción a, con barra de navegación en el área superior	10	66.7%
Opción b, con barra de navegación en el lateral izquierdo	5	33.3%

¿Consideras que se diferencian los títulos, subtítulos y textos entre sí?



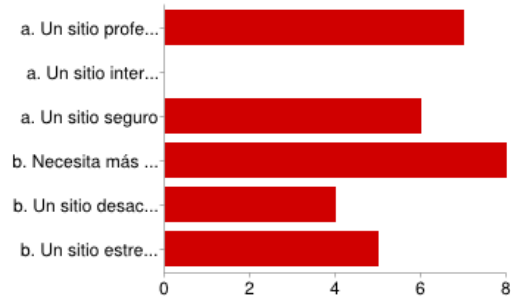
Sí, son fáciles de diferenciar por sus tamaños y tipos de letra.	2	13.3%
Sí se diferencian, pero necesitan mejorar.	8	53.3%
No se diferencian porque los tamaños y tipos de letras son semejantes.	5	33.3%

¿Es fácil ubicar los íconos de redes sociales?



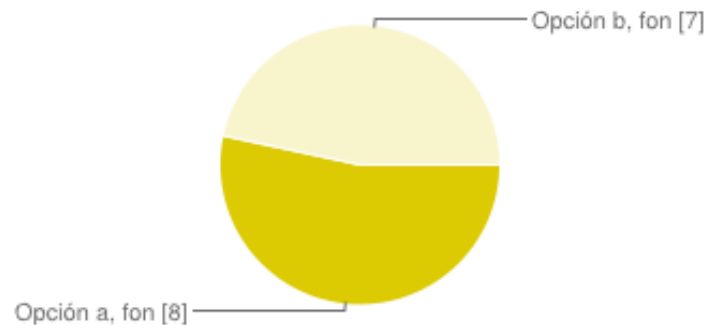
Sí, porque tienen un tamaño adecuado y están en un espacio visible.	1	6.7%
Algunos, porque los colores son iguales al resto del sitio.	6	40%
No, porque son pequeños y su ubicación dificulta encontrarlos.	8	53.3%

En general, ¿Cómo percibes el sitio web de la URL?



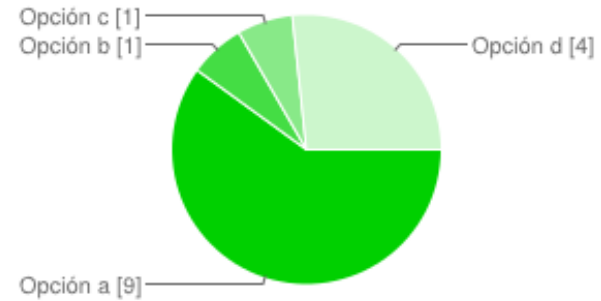
a. Un sitio profesional	7	46.7%
a. Un sitio interesante y moderno	0	0%
a. Un sitio seguro	6	40%
b. Necesita más organización y modernidad.	8	53.3%
b. Un sitio desactualizado y confuso, por la ubicación de los elementos y el diseño que tiene.	4	26.7%
b. Un sitio estresante, por la saturación de contenidos.	5	33.3%

¿Con qué opción se le dificulta menos leer el texto?



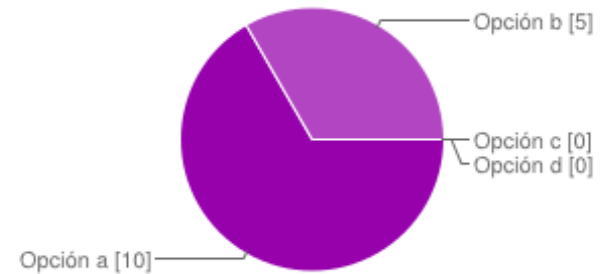
Opción a, fondo azul y texto blanco.	8	53.3%
Opción b, fondo gris y texto azul.	7	46.7%

A tu parecer, ¿Cuál portal universitario se mira más organizado?



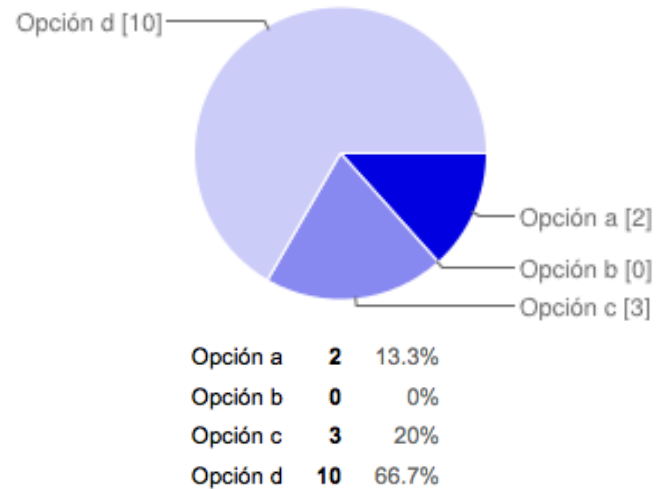
Opción a	9	60%
Opción b	1	6.7%
Opción c	1	6.7%
Opción d	4	26.7%

A tu parecer, ¿Cuál portal universitario se mira más moderno?

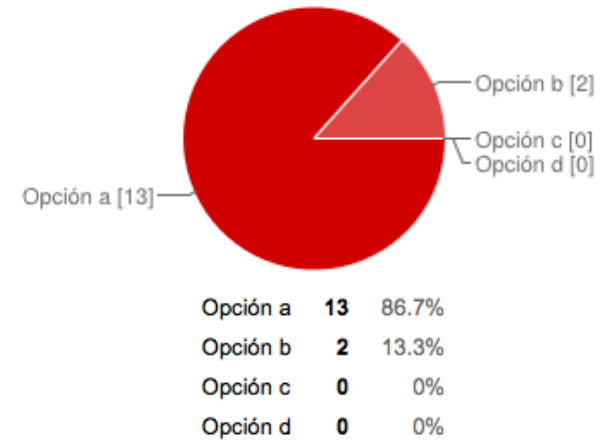


Opción a	10	66.7%
Opción b	5	33.3%
Opción c	0	0%
Opción d	0	0%

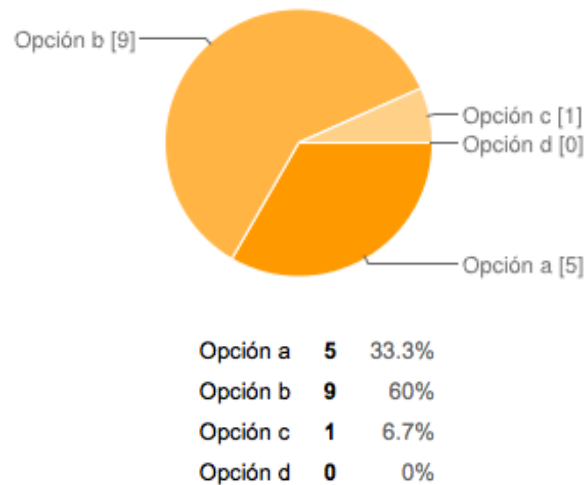
A tu parecer, ¿Qué portal universitario refleja tradición profesional?



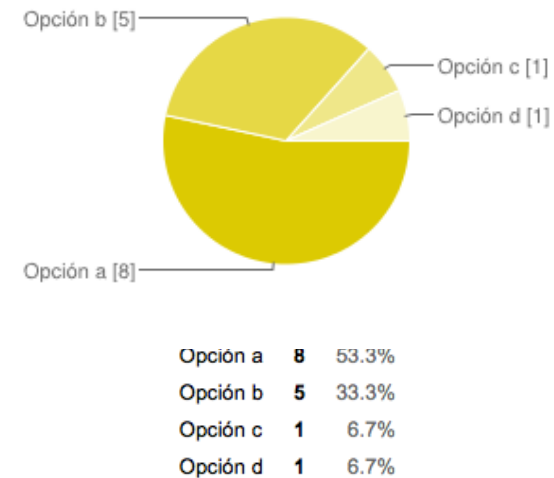
A tu parecer, ¿Qué portal universitario se percibe como más amigable?



A tu parecer, ¿Qué portal universitario es más juvenil?



A tu parecer, si tuviera que escoger entre una universidad juzgando por su portal, ¿Cuál sería?



A.5 ENCUESTA COMPORTAMIENTO G.O. EN SITIOS WEB

Fue realizada la misma encuesta para ambos G.O., pero los resultados fueron separados por grupo.

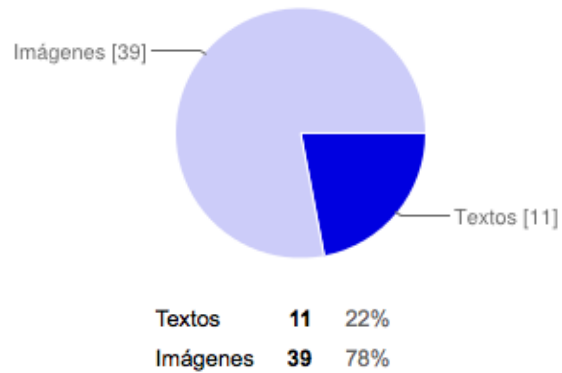
Buenos días / tardes. Somos estudiantes de la Universidad Rafael Landívar, cursamos la carrera de Diseño Gráfico. Estamos realizando un estudio para un proyecto de la Universidad, el proyecto involucra el rediseño del sitio web (portal) de la URL, por lo que quisiéramos pedirte unos minutos de tu tiempo para contestar esta encuesta. La encuesta es de selección múltiple y debes escoger una respuesta por cada inciso. De antemano ¡Muchas gracias!

1. Al ingresar a un sitio web ¿qué tipo de elemento prefieres ver más?
 - a. Textos
 - b. Imágenes
2. Al ingresar a un sitio web ¿qué te causa mayor impacto en un sitio?
 - a. Las imágenes
 - b. Los textos
 - c. Los colores
3. En un sitio web prefieres los colores:
 - a. Fríos
 - b. Cálidos
4. Prefieres un sitio web:
 - a. Con diseño minimalista
 - b. Con diseño realista

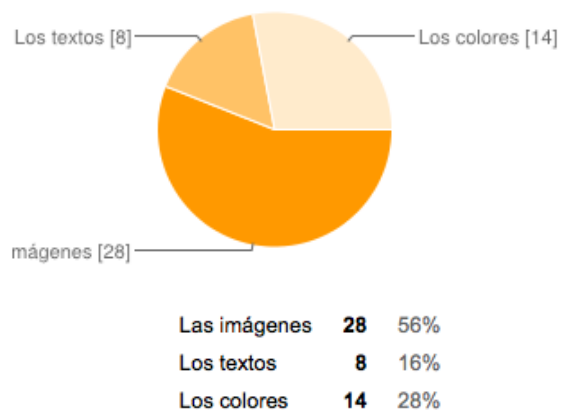
5. En un sitio web prefieres botones:
 - a. Textuales
 - b. Visuales
 - c. Ambos
6. Si quisieras ingresar a la Universidad, ¿cuál sería la información que buscarías al ingresar al sitio web?
 - a. Admisiones
 - b. Carrera
 - c. Facultad
 - d. Información acerca de la Universidad
 - e. Pensum
 - f. Precios
 - g. Ver imágenes del campus
7. En un sitio web universitario prefieres ver las imágenes de ambientes (o espacios) de la Universidad:
 - a. Con personas
 - b. Sin personas

A.5.1 RESULTADOS ECUESTA COMPORTAMIENTO G.O. EN SITIOS WEB PREGRADO

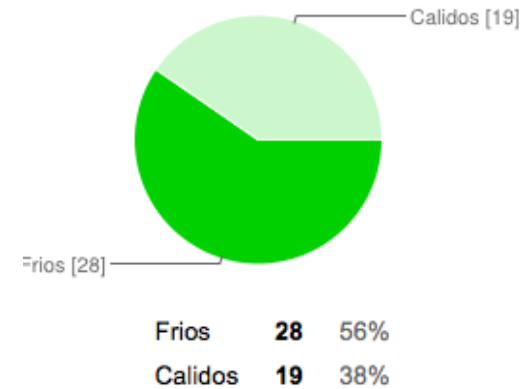
1. Al ingresar a un sitio web ¿qué tipo de elemento prefieres ver más?



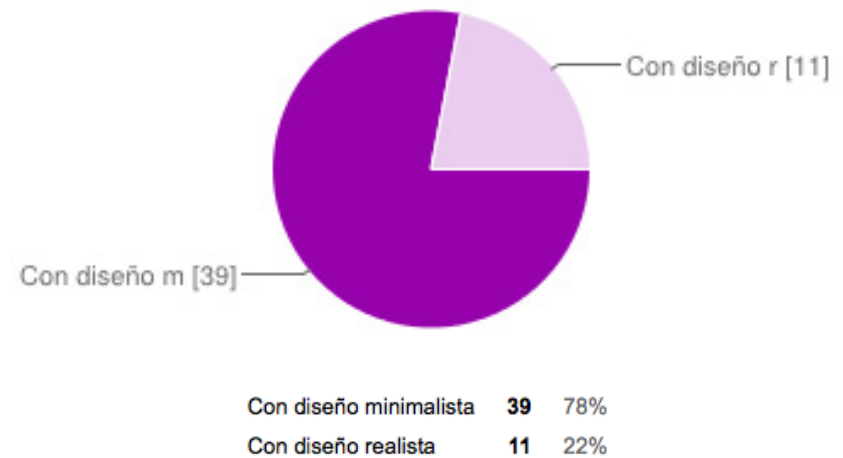
2. Al ingresar a un sitio web ¿qué te causa mayor impacto en un sitio?



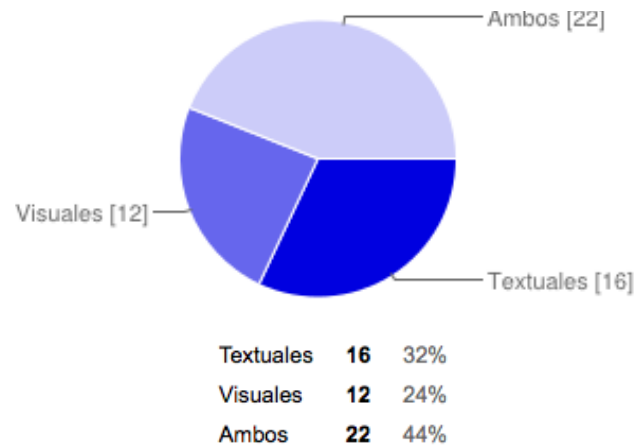
3. En un sitio web prefieres los colores:



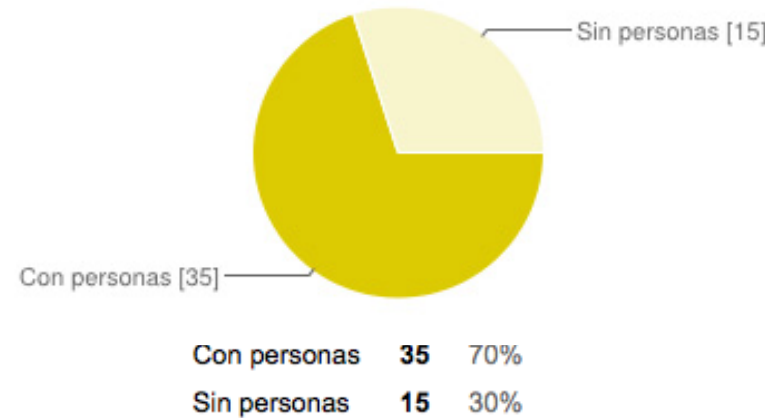
4. Prefieres un sitio web:



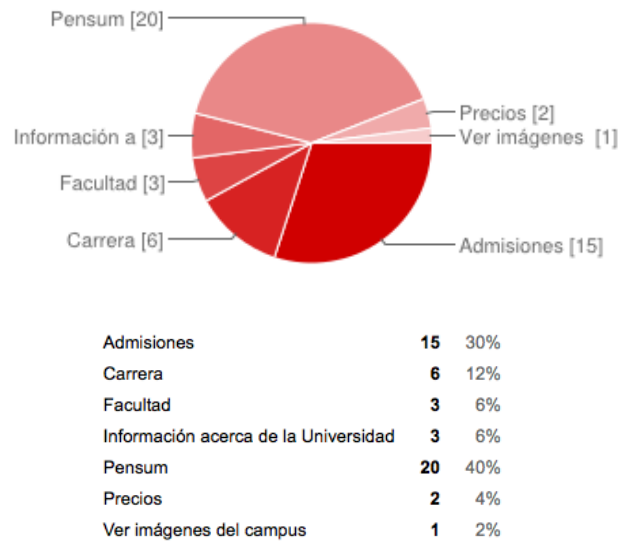
5. En un sitio web prefieres botones:



7. En un sitio web universitario prefieres ver las imágenes de ambientes (o espacios) de la Universidad:

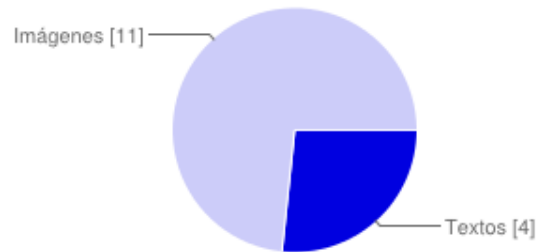


6. Si quisieras ingresar a la Universidad, ¿cuál sería la información que buscarías al ingresar al sitio web?



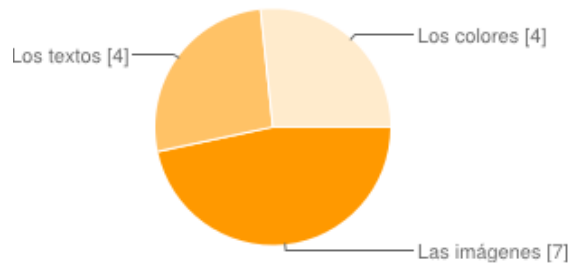
A.5.2 RESULTADOS ECUESTA COMPORTAMIENTO G.O. EN SITIOS WEB POSGRADO

1. Al ingresar a un sitio web ¿qué tipo de elemento prefieres ver más?



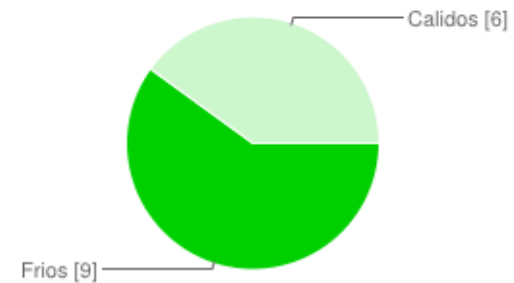
Textos	4	26.7%
Imágenes	11	73.3%

2. Al ingresar a un sitio web ¿qué te causa mayor impacto en un sitio?



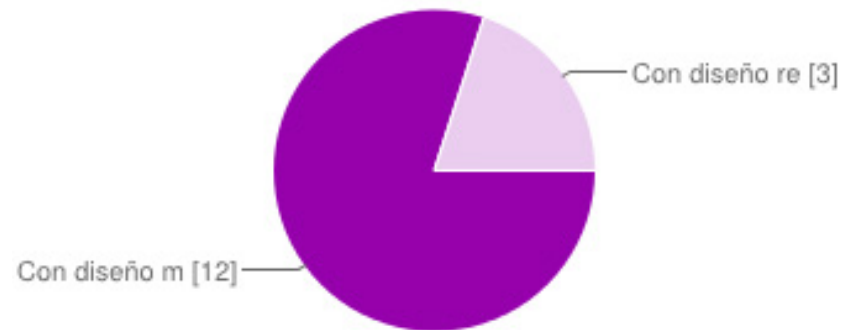
Las imágenes	7	46.7%
Los textos	4	26.7%
Los colores	4	26.7%

3. En un sitio web prefieres los colores:



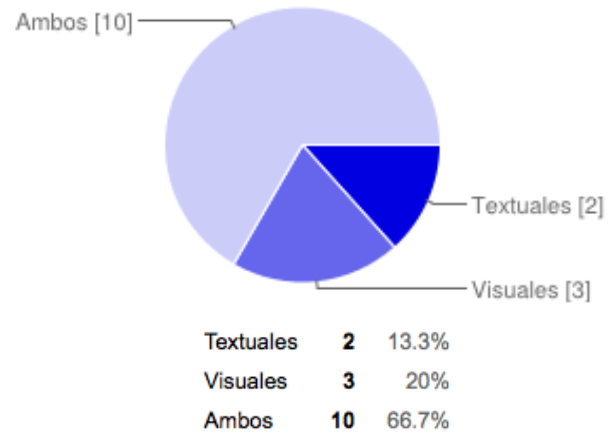
Frios	9	60%
Calidos	6	40%

4. Prefieres un sitio web:

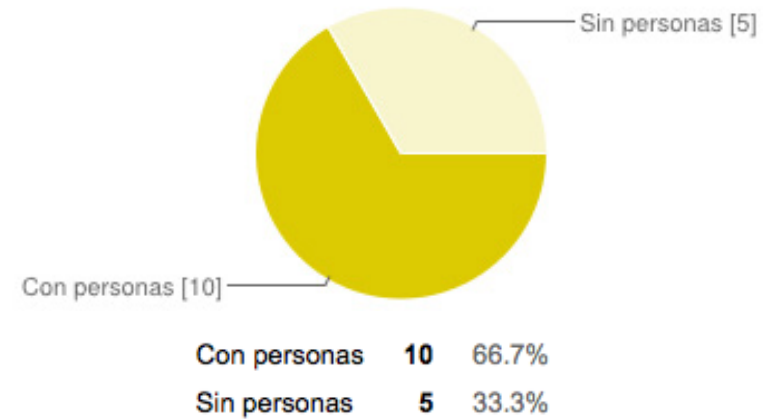


Con diseño minimalista	12	80%
Con diseño realista	3	20%

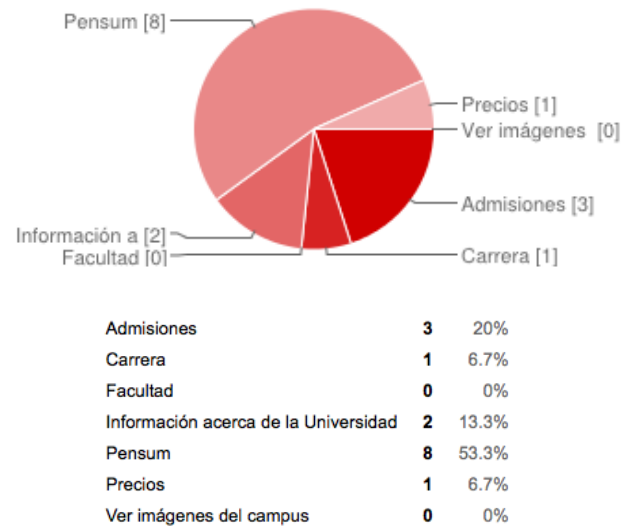
5. En un sitio web prefieres botones:



7. En un sitio web universitario prefieres ver las imágenes de ambientes (o espacios) de la Universidad:



6. Si quisieras ingresar a la Universidad, ¿cuál sería la información que buscarías al ingresar al sitio web?



A.6 INSTRUMENTOS DE VALIDACIÓN G.O.

SITIO WEB URL

Buenos días/tardes. Somos estudiantes de la Universidad Rafael Landívar, cursamos la carrera de Diseño Gráfico. Agradecemos desde ya su colaboración en la validación del rediseño del sitio web de la **Universidad Rafael Landívar**.

El propósito es crear un **sitio web que facilite la usabilidad y navegación** a los usuarios generando una retroalimentación rápida de lo que ofrece la Universidad a las personas.

Instrucciones: A continuación se presenta una serie de preguntas, las cuales debes seleccionar con un círculo la respuesta que creas conveniente.

Nombre:

Correo electrónico:

El sitio web lo percibes como:

- Un sitio ordenado, limpio y el manejo del espacio permite respiros visuales
- Un sitio desordenado y con un manejo del espacio reducido

Si pudieras definir el sitio web en dos palabras dirías que es:

- Moderno
- Profesional
- Anticuado
- Juvenil
- Tradicional

El **estilo** y **estructuras** del sitio:

- Distribuye de forma moderna y flexible los contenidos
- Debe crear otras variaciones entre estructuras para distribuir el contenido

La **navegación** del sitio es:

- Intuitiva, porque facilita la exploración y permite localizar la información y el área en que te encuentras fácilmente
- Ambigua, porque facilita la exploración pero necesita crear algunos destacados visuales que faciliten identificar el área en el que me encuentro

NAVEGACIÓN Y DESPLIEGUE DEL MENÚ

ACTUAL



NUESTRA PROPUESTA



La forma en que se despliega el **menú**:

- Es eficaz porque su forma horizontal facilita visualizar los sub-sitios de forma ordenada y veloz
- Es ineficaz porque algunos tienen la forma horizontal muy amplia por lo que ubica los sub-sitios de forma distante
- Facilita visualizar los sub-sitios de forma ordenada pero necesita aumentar la velocidad de despliegue

¿Cuál es su percepción respecto al **manejo** de los **textos**?

- El uso de textos mínimo permitiendo respiros visuales entre ellos
- Necesita reducir la extensión de textos
- Necesita una distribución con más respiros visuales entre textos

La **jerarquía** de los títulos, subtítulos y párrafos:

- Es fácil de diferenciar por sus tamaños y tipos de letra diferentes.
- Es posible diferenciarla pero títulos y subtítulos necesitan mayor grosor
- No se diferencian porque los tamaños y tipos de letras son semejantes entre sí.

TIPOS DE LETRAS Y JERARQUÍAS

ACTUAL

› Acerca de la URL

Acerca de la URL

ción

Universidad Rafael Landívar es una institución de educación superior guatemalteca, independiente y no lucrativa, de inspiración cristiana, visión católica y de tradición jesuítica. La Universidad busca la búsqueda de la verdad por medio de sus funciones de investigación, docencia y proyección social, se compromete a contribuir al desarrollo integral y sostenible, transformando a

NUESTRA PROPUESTA

SOBRE LA URL

HISTORIA

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nunc vulputate neque neque, vitae ultricies orci laoreet a. Sed tempor felis in quam sollicitudin, id lobortis sem posuere. Duis finibus sem non aliquet dignissim. Curabitur vestibulum nibh vitae pharetra

El **tipo de letra** utilizado:

- Facilita la legibilidad
- Dificulta la legibilidad, necesita cambiar el tipo de letra de títulos y/o subtítulos

El **color** y **contraste** de los textos sobre los fondos oscuros:

- Facilita la lectura
- Dificulta la lectura de textos porque las letras necesitan mayor grosor

La cantidad de **imágenes** en el sitio web:

- Es suficiente y permite entender de forma más rápida los contenidos
- Necesita disminuir la cantidad de imágenes utilizadas para no crear muchas distracciones
- Necesita agregar más imágenes para que el sitio sea más visual

Los **íconos** que se presentan en el sitio:

- Necesitan mejorar porque su tamaño afecta el determinar a que corresponden
- Tienen un buen tamaño por lo que se entiende fácilmente a qué corresponden

De los siguientes aspectos haz un cheque en las casillas lo que percibas de cada uno (puedes elegir **máximo dos** propiedades por cada uno)

Estructura	Imágenes	Íconos	Tipo de letra	Color
<input type="checkbox"/> Flexible	<input type="checkbox"/> Anticuadas	<input type="checkbox"/> Simples	<input type="checkbox"/> Profesional	<input type="checkbox"/> Modernidad
<input type="checkbox"/> Monótona	<input type="checkbox"/> Sociales	<input type="checkbox"/> Tecnológicos	<input type="checkbox"/> Formal	<input type="checkbox"/> Anticuado
<input type="checkbox"/> Dinámica	<input type="checkbox"/> No profesionales	<input type="checkbox"/> Conexiones	<input type="checkbox"/> Moderno	<input type="checkbox"/> Informal
<input type="checkbox"/> Rígida	<input type="checkbox"/> Actualizadas	<input type="checkbox"/> Moderno	<input type="checkbox"/> Juvenil	<input type="checkbox"/> Futuro
<input type="checkbox"/> Moderna	<input type="checkbox"/> Tecnológicas	<input type="checkbox"/> Vínculos	<input type="checkbox"/> Futurista	<input type="checkbox"/> Tradición
<input type="checkbox"/> Estática	<input type="checkbox"/> Profesionales		<input type="checkbox"/> Informal	<input type="checkbox"/> Formal
			<input type="checkbox"/> Tecnológica	<input type="checkbox"/> Social

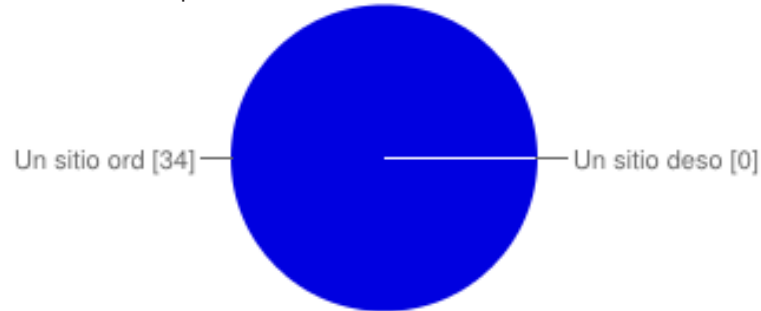
En general, crees que el sitio representa a la Universidad Rafael Landívar? Sí/No, ¿Por qué?

Resalta algún aspecto positivo sobre el sitio:

Si tienes alguna sugerencia que ayude a mejorar el sitio, ¿Podrías indicarlo?

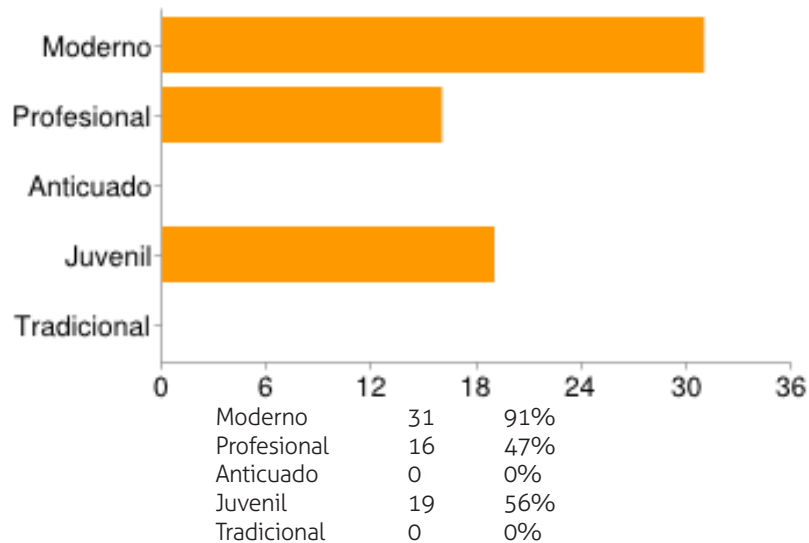
A.6.1 RESULTADOS VALIDACIÓN (Potenciales estudiantes de pregrado, muestra: 34 personas)

El sitio web lo percibes como:

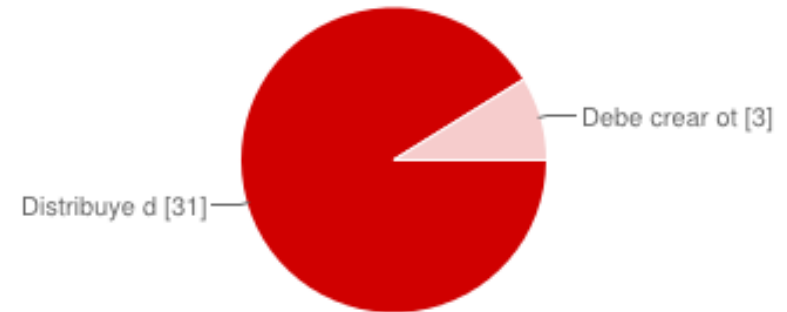


Un sitio ordenado, limpio y el manejo del espacio permite respiros visuales	34	100%
Un sitio desordenado y con un manejo del espacio reducido	0	0%

Si pudieras definir el sitio web en dos palabras dirías que es:

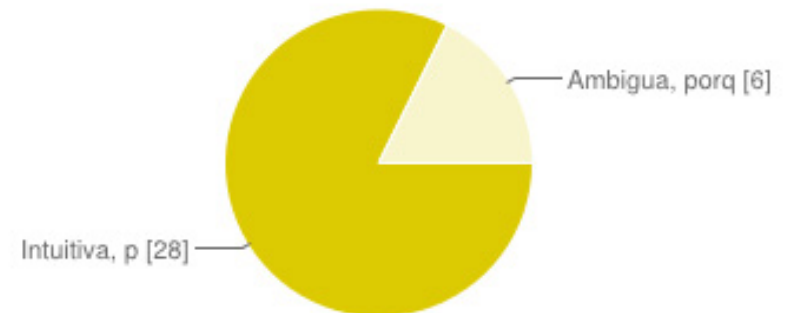


El **estilo** y **estructuras** del sitio:



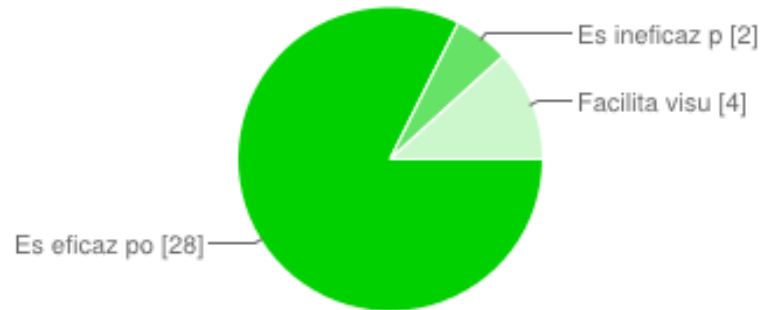
Distribuye de forma moderna y flexible los contenidos	31	91%
Debe crear otras variaciones entre estructuras para distribuir el contenido	3	9%

La **navegación** del sitio es:



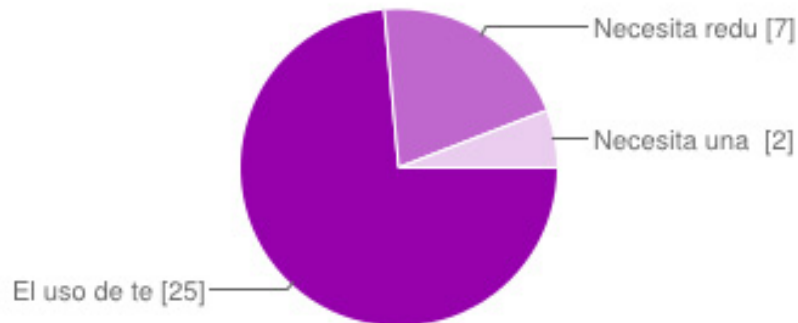
Intuitiva, porque facilita la exploración y permite localizar la información y el área en que te encuentras fácilmente	28	82%
Ambigua, porque facilita la exploración pero necesita crear algunos destacados visuales que faciliten identificar el área en el que me encuentro	6	18%

La forma en que se despliega el **menú**:



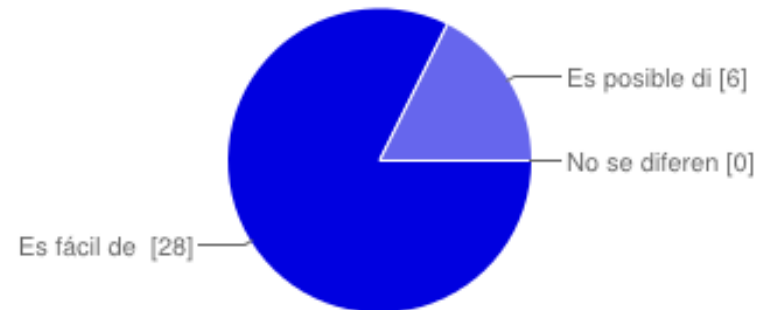
Es eficaz porque su forma horizontal facilita visualizar los sub-sitios de forma ordenada y veloz	28	82%
Es ineficaz porque algunos tienen la forma horizontal muy amplia por lo que ubica los sub-sitios de forma distante	2	6%
Facilita visualizar los sub-sitios de forma ordenada pero necesita aumentar la velocidad de despliegue	4	12%

¿Cuál es su percepción respecto al **manejo** de los **textos**?



El uso de textos mínimo permitiendo respiros visuales entre ellos	25	74%
Necesita reducir la extensión de textos	7	21%
Necesita una distribución con más respiros visuales entre textos	2	6%

La **jerarquía** de los títulos, subtítulos y párrafos:



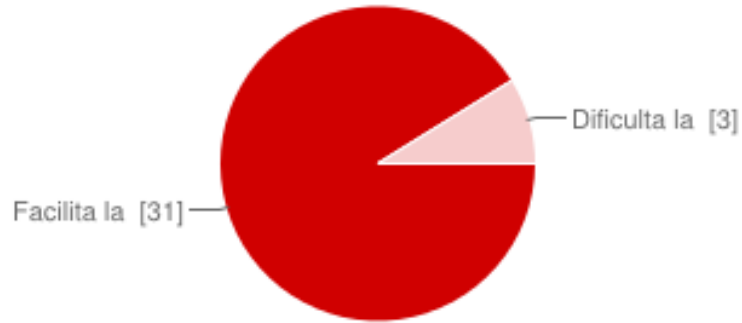
Es fácil de diferenciar por sus tamaños y tipos de letra diferentes.	28	82%
Es posible diferenciarla pero títulos y subtítulos necesitan mayor grosor	6	18%
No se diferencian porque los tamaños y tipos de letras son semejantes entre sí.	0	0%

El **tipo de letra** utilizado:



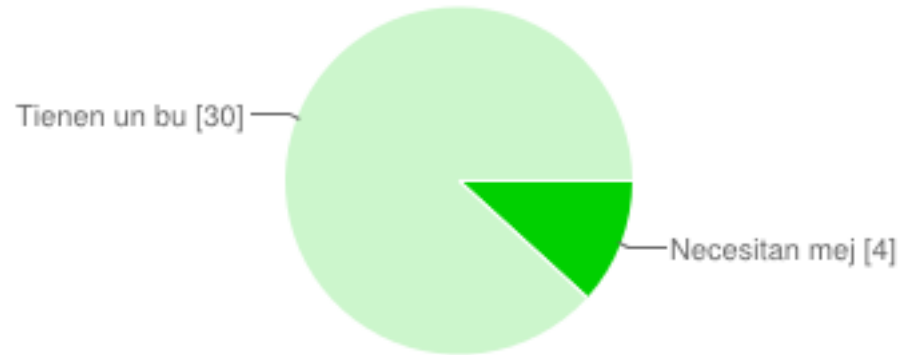
Facilita la legibilidad	33	97%
Dificulta la legibilidad, necesita cambiar el tipo de letra de títulos y/o subtítulos	1	3%

El **color** y **contraste** de los textos sobre los fondos oscuros:



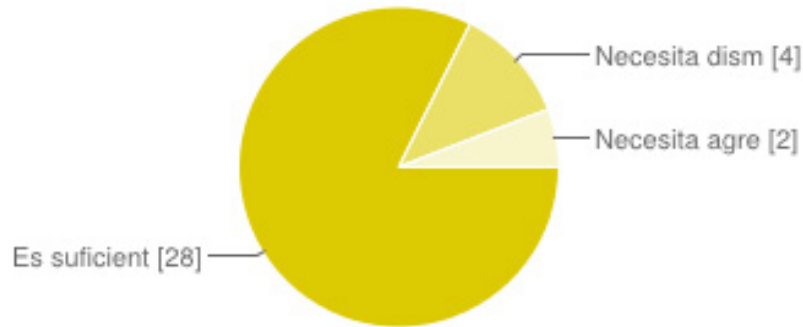
Facilita la lectura	31	91%
Dificulta la lectura de textos porque las letras necesitan mayor grosor	3	9%

Los **íconos** que se presentan en el sitio:



Necesitan mejorar porque su tamaño afecta el determinar a que corresponden	4	12%
Tienen un buen tamaño por lo que se entiende fácilmente a qué corresponden	30	88%

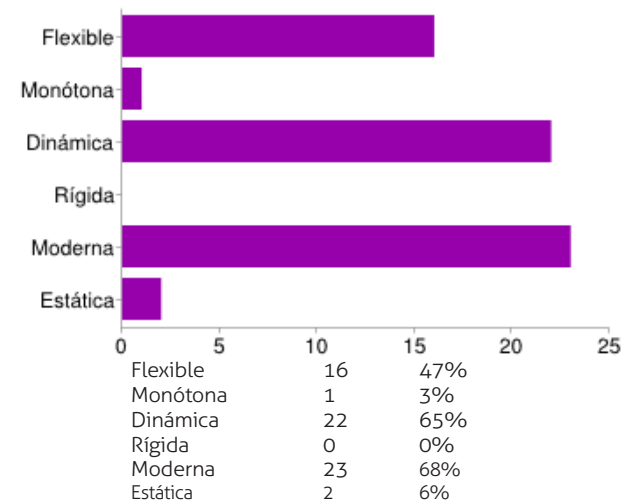
La cantidad de **imágenes** en el sitio web:



Es suficiente y permite entender de forma más rápida los contenidos	28	82%
Necesita disminuir la cantidad de imágenes utilizadas para no crear muchas distracciones	4	12%
Necesita agregar más imágenes para que el sitio sea más visual	2	6%

De los siguientes aspectos haz un cheque en las casillas lo que percibas de cada uno (puedes elegir **máximo dos** propiedades por cada uno)

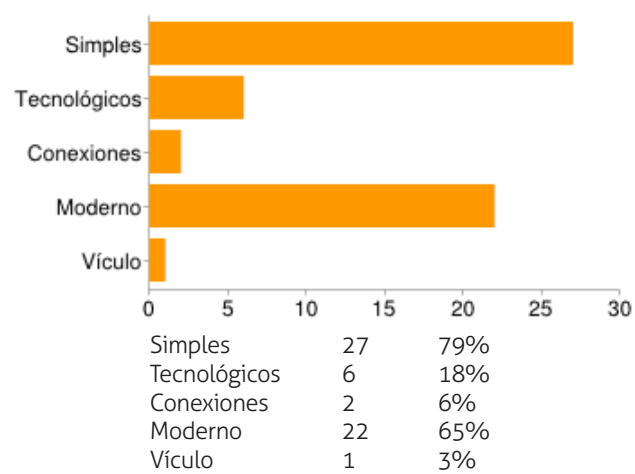
ESTRUCTURA



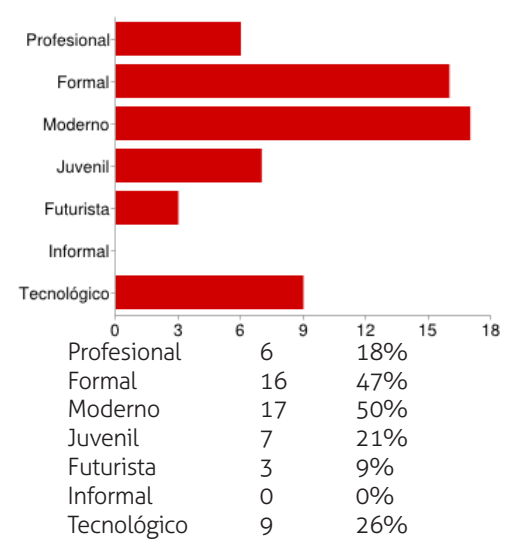
IMÁGENES



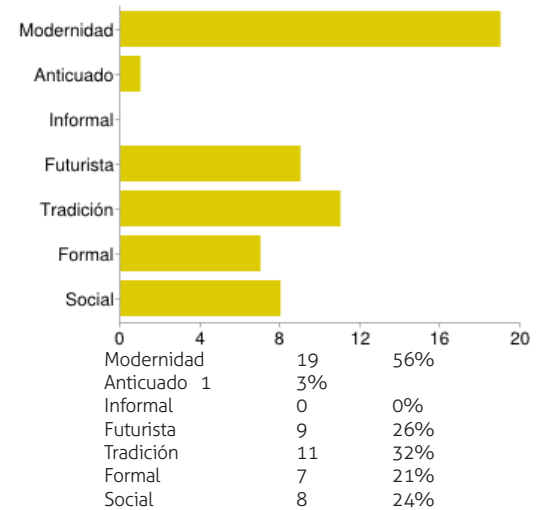
ÍCONOS



TIPO DE LETRA

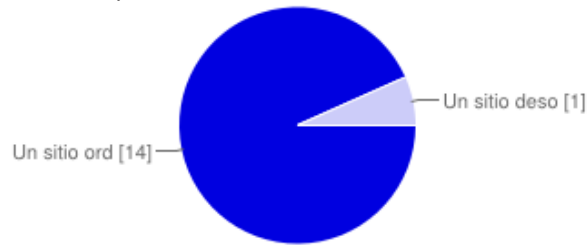


COLOR



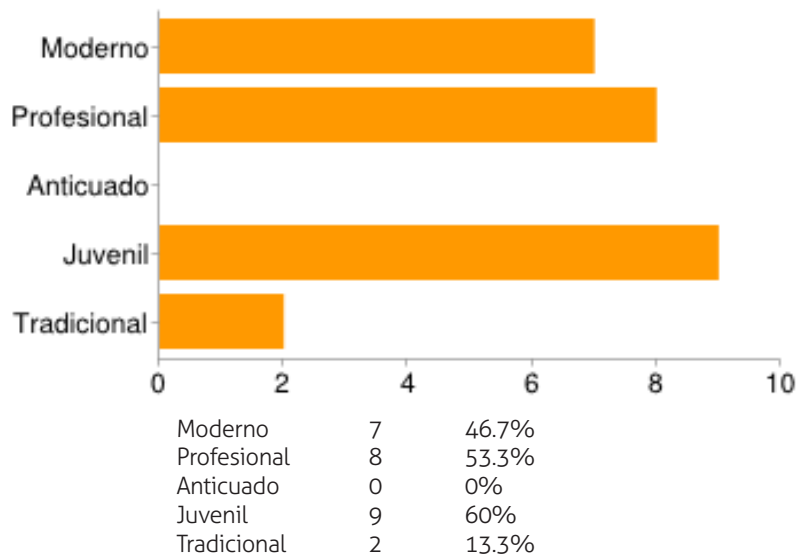
A.6.2 RESULTADOS VALIDACIÓN (Potenciales estudiantes de Posgrado, muestra: 15 personas)

El sitio web lo percibes como:



Un sitio ordenado, limpio y el manejo del espacio permite respiros visuales 14 93.3%
Un sitio desordenado y con un manejo del espacio reducido 1 6.7%

Si pudieras definir el sitio web en dos palabras dirías que es:

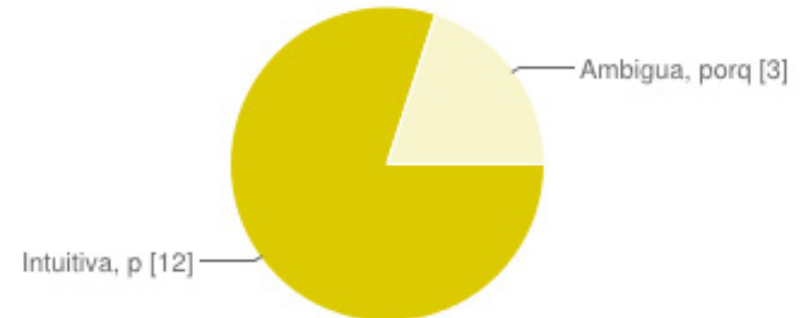


El **estilo** y **estructuras** del sitio:



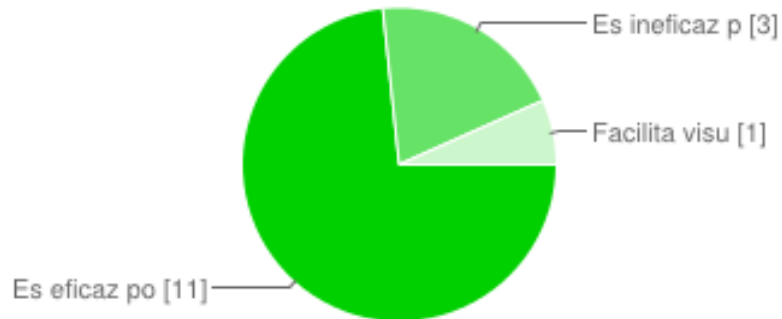
Distribuye de forma moderna y flexible los contenidos 14 93.3%
Debe crear otras variaciones entre estructuras para distribuir el contenido 1 6.7%

La **navegación** del sitio es:



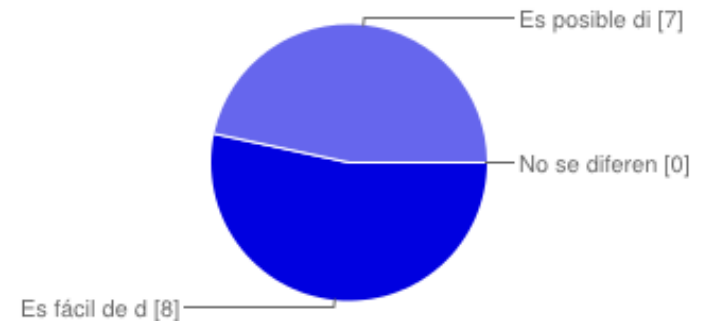
Intuitiva, porque facilita la exploración y permite localizar la información y el área en que te encuentras fácilmente 12 80%
Ambigua, porque facilita la exploración pero necesita crear algunos destacados visuales que faciliten identificar el área en el que me encuentro 3 20%

La forma en que se despliega el **menú**:



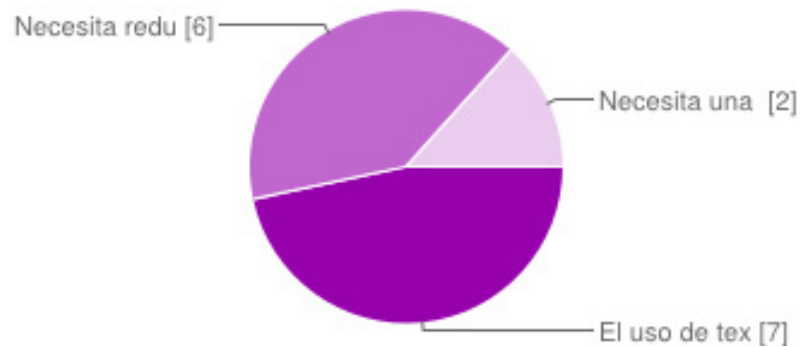
Es eficaz porque su forma horizontal facilita visualizar los sub-sitios de forma ordenada y veloz	11	73.3%
Es ineficaz porque algunos tienen la forma horizontal muy amplia por lo que ubica los sub-sitios de forma distante	3	20%
Facilita visualizar los sub-sitios de forma ordenada pero necesita aumentar la velocidad de despliegue	1	6.7%

La **jerarquía** de los títulos, subtítulos y párrafos:



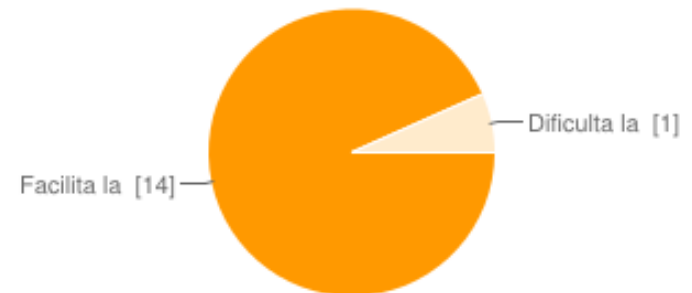
Es fácil de diferenciar por sus tamaños y tipos de letra diferentes.	8	53.3%
Es posible diferenciarla pero títulos y subtítulos necesitan mayor grosor	7	46.7%
No se diferencian porque los tamaños y tipos de letras son semejantes entre sí	0	0%

¿Cuál es su percepción respecto al **manejo** de los **textos**?



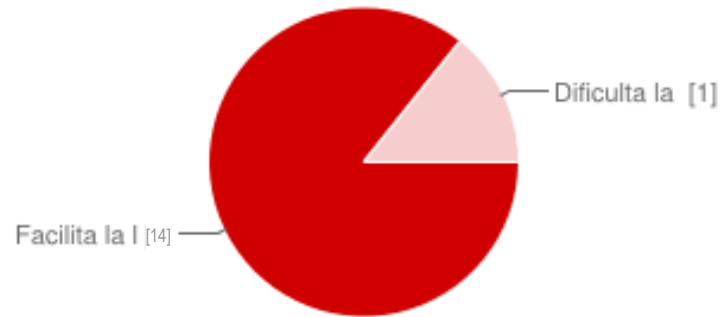
El uso de textos mínimo permitiendo respiros visuales entre ellos	7	46.7%
Necesita reducir la extensión de textos	6	40%
Necesita una distribución con más respiros visuales entre textos	2	13.3%

El **tipo de letra** utilizado:



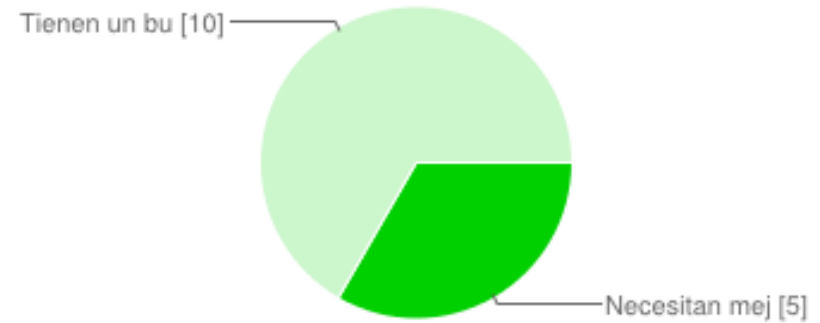
Facilita la legibilidad	14	93.3%
Dificulta la legibilidad, necesita cambiar el tipo de letra de títulos y/o subtítulos	1	6.7%

El **color** y **contraste** de los textos sobre los fondos oscuros:



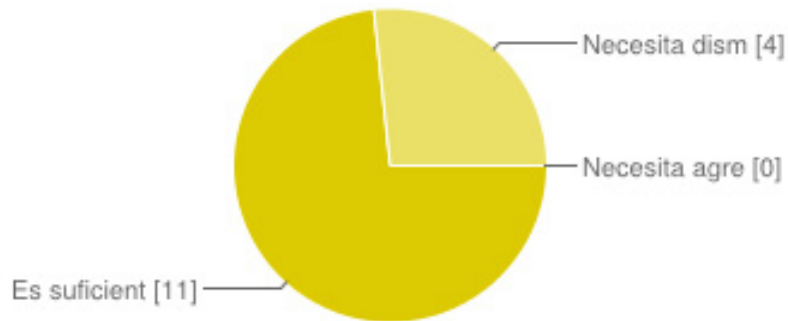
Facilita la lectura	14	93.3%
Dificulta la lectura de textos porque las letras necesitan mayor grosor	1	6.7%

Los **íconos** que se presentan en el sitio:



Necesitan mejorar porque su tamaño afecta el determinar a que corresponden	5	33.3%
Tienen un buen tamaño por lo que se entiende fácilmente a qué corresponden	10	66.7%

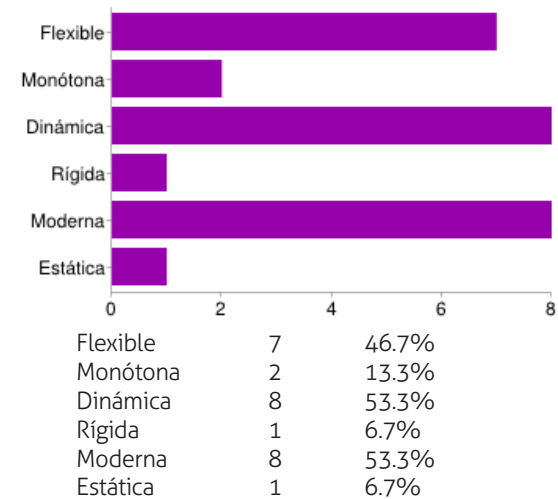
La cantidad de **imágenes** en el sitio web:



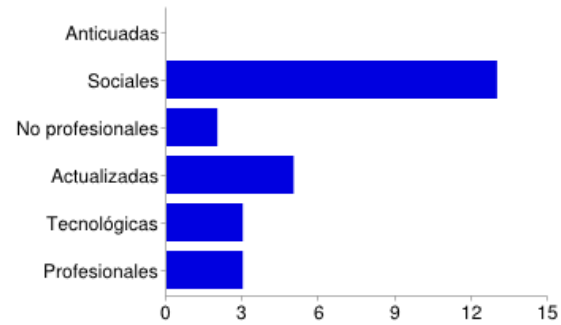
Es suficiente y permite entender de forma más rápida los contenidos	11	73.3%
Necesita disminuir la cantidad de imágenes utilizadas para no crear muchas distracciones	4	26.7%
Necesita agregar más imágenes para que el sitio sea más visual	0	0%

De los siguientes aspectos haz un cheque en las casillas lo que percibas de cada uno (puedes elegir **máximo dos** propiedades por cada uno)

ESTRUCTURA

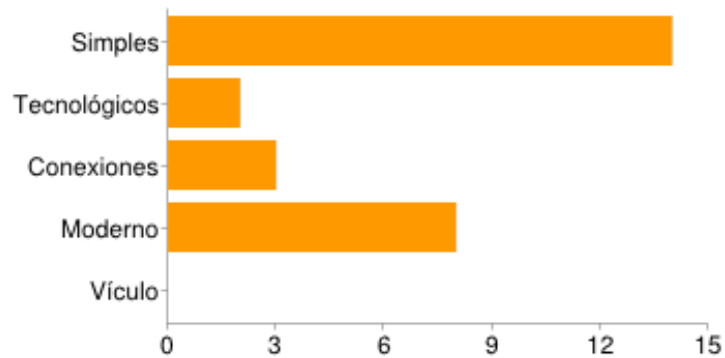


IMÁGENES



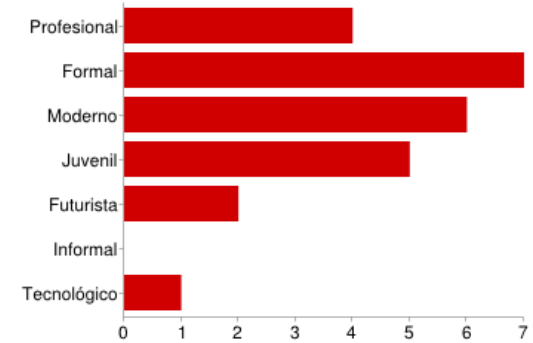
Categoría	Cantidad	Porcentaje
Antiguadas	0	0%
Sociales	13	86.7%
No profesionales	2	13.3%
Actualizadas	5	33.3%
Tecnológicas	3	20%
Profesionales	3	20%

ÍCONOS



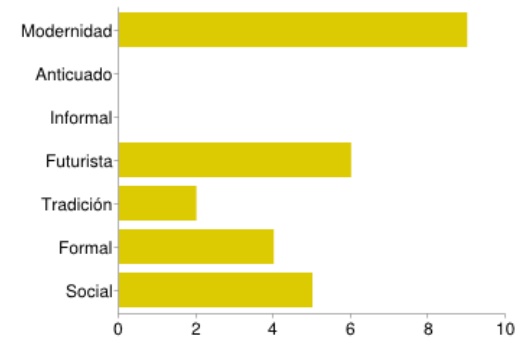
Categoría	Cantidad	Porcentaje
Simples	14	93.3%
Tecnológicos	2	13.3%
Conexiones	3	20%
Moderno	8	53.3%
Vículo	0	0%

TIPO DE LETRA



Categoría	Cantidad	Porcentaje
Profesional	4	26.7%
Formal	7	46.7%
Moderno	6	40%
Juvenil	5	33.3%
Futurista	2	13.3%
Informal	0	0%
Tecnológico	1	6.7%

COLOR



Categoría	Cantidad	Porcentaje
Modernidad	9	60%
Anticuado	0	0%
Informal	0	0%
Futurista	6	40%
Tradición	2	13.3%
Formal	4	26.7%
Social	5	33.3%

A.7 INSTRUMENTOS DE VALIDACIÓN

D.G.

SITIO WEB URL

Buenos días/tardes. Somos estudiantes de la Universidad Rafael Landívar, cursamos la carrera de Diseño Gráfico. Agradecemos desde ya su colaboración en la validación del rediseño del sitio web de la **Universidad Rafael Landívar**.

El propósito es crear un sitio web que facilite la usabilidad y navegación a los usuarios generando una retroalimentación rápida de lo que ofrece la Universidad a las personas. El concepto bajo el cual trabajamos la propuesta es "**Conexiones que ascienden al futuro**" que simboliza el aspecto de avanzar a algo mejor a través de motivos que se conectan entre sí de forma moderna y simplificada.

Instrucciones: A continuación se presenta una serie de preguntas, las cuales debes seleccionar con una x la respuesta que creas conveniente.

Nombre:

Correo electrónico:

El rediseño del sitio es:

(Puede seleccionar dos opciones)

- Dinámico
- Formal
- Saturado
- Informal
- Monótono
- Semi-formal

El **estilo y estructuras** utilizados:

- a. Facilita la distribución creando flexibilidad y simplifica la adaptación de elementos al diseño responsivo
- b. Debe mejorar el uso de columnas para crear correctas adaptaciones al diseño responsivo

La **navegación del sitio** es:

- a. Intuitiva, porque facilita a los usuarios la usabilidad y los ubica fácilmente en el área en que se encuentran
- b. Ambigua, facilita a los usuarios la usabilidad pero necesita crear destacadores visuales más notorios para identificar el área en el que se encuentran los usuarios

NAVEGACIÓN ACTUAL



NUESTRA PROPUESTA



Lorem ipsum dolor sit vulputate neque neque tempor felis in quam sc finibus sem non aliquet vitae pharetra euism pretium cursus mauris aliquet est lobortis h volutpat est, nec tempu Lorem ipsum dolor elit.ellentesque quis le tellus. Proin convallis v Lorem ipsum dolor elit.ellentesque quis le tellus. BREVE INTROD

El despliegue del **navegador** principal del sitio:

- Es eficaz porque permite a los usuarios visualizar fácilmente los links de forma organizada y permite respiros visuales
- Es ineficaz porque dificulta la organización de algunos links debido a la expansión horizontal.
- Es eficaz pero necesita compactarse horizontalmente

NAVEGADOR

ACTUAL



NUESTRA PROPUESTA



La **diagramación** modular:

- Facilita distribución de elementos, permitiendo conseguir la información de forma rápida y eficiente.
- Distribuye de forma saturada los elementos, necesitando más espacios de respiros visuales
- Distribuye sin saturación los contenidos, aprovechando espacios y generando respiros visuales

Las **tipografías** elegidas son:

- Legibles, tienen buena solidez
- Ilegibles, necesitan cambiar la tipografía para títulos y subtítulos

TIPOGRAFÍAS Y JERARQUÍAS

ACTUAL

↳ Acerca de la URL

Acerca de la URL

Misión

La Universidad Rafael Landívar es una institución de educación superior guatemalteca, independiente y no lucrativa, de inspiración cristiana, visión católica y de tradición jesuítica. La Universidad busca la búsqueda de la verdad por medio de sus funciones de investigación, docencia y proyección social, se compromete a contribuir al desarrollo integral y sostenible, transformando a

NUESTRA PROPUESTA

SOBRE LA URL

HISTORIA

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nunc vulputate neque neque, vitae ultricies orci laoreet a. Sed tempor felis in quam sollicitudin, id lobortis sem posuere. Duis finibus sem non aliquet dignissim. Curabitur vestibulum nibh vitae pharetra

La **jerarquía** entre títulos, subtítulos y párrafos:

- Facilita a los usuarios a identificar los contenidos
- Necesita crear mayor jerarquía a través del grosor
- Necesita crear mayor jerarquía entre tamaños y color

El **color** y **contraste** de los textos sobre los fondos oscuros:

- Es legible
- Es ilegible porque la tipografía es light

La cantidad de **imágenes** utilizadas en el sitio web:

- Es suficiente y permite entender de forma rápida los contenidos
- Necesita disminuir la cantidad de imágenes utilizadas para no crear distracciones
- Necesita agregar más imágenes para que el sitio sea más visual

los **íconos** que se presentan en el sitio:

- Necesitan aumentar su tamaño para identificar mejor a qué corresponden
- Manejan un tamaño adecuado permitiendo identificar fácilmente a qué corresponden

La **paleta de color** utilizada:

- Refuerza la identidad de la Universidad y provee modernidad y profesionalidad
- Refuerza la identidad de la Universidad, pero necesita mejorar la combinación entre ellos, especialmente con el gris.

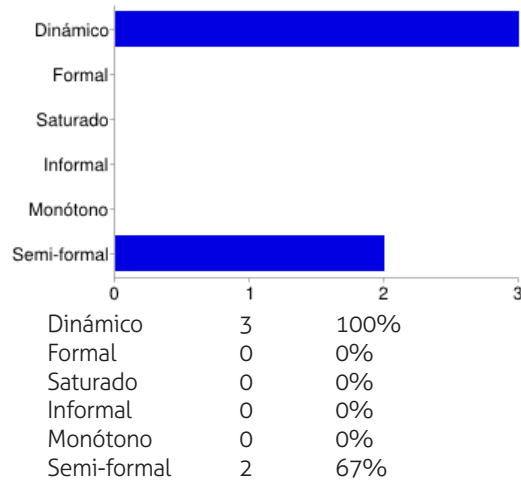
En general, cree que el sitio representa la identidad de la Universidad Rafael Landívar? Sí/No, ¿Por qué?

Resalte algún aspecto positivo sobre el sitio:

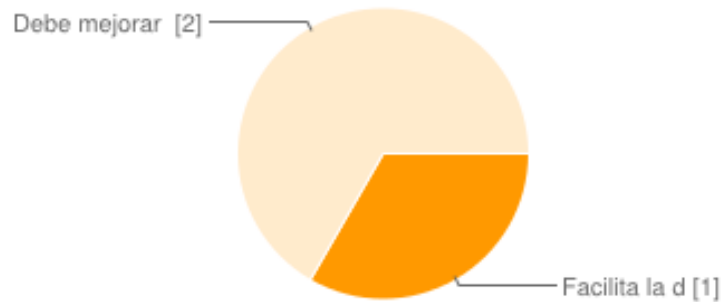
¿Alguna **sugerencia** o **recomendación**?

A.7.1 RESULTADOS VALIDACIÓN (Diseñadores Web, muestra: 3 personas)

El rediseño del sitio es:

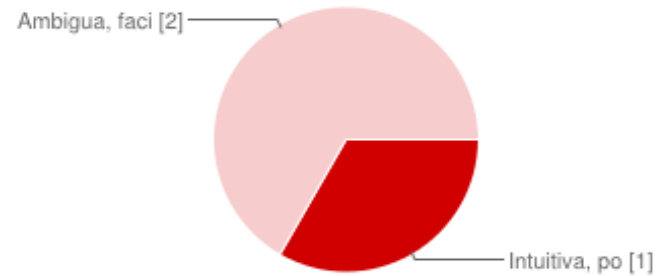


El estilo y estructuras utilizados:



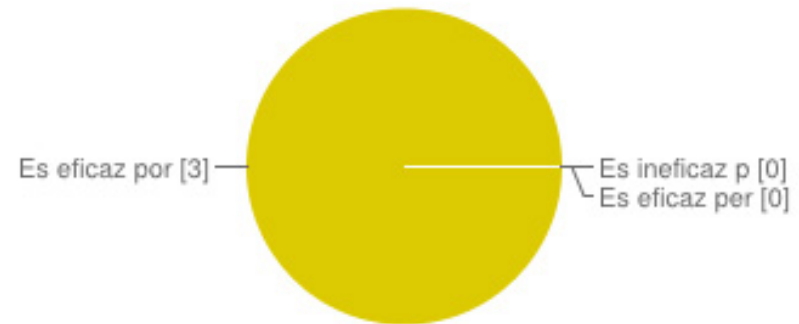
Facilita la distribución creando flexibilidad y simplifica la adaptación de elementos al diseño responsivo	1	33%
Debe mejorar el uso de columnas para crear correctas adaptaciones al diseño responsivo	2	67%

La navegación del sitio es:



Intuitiva, porque facilita a los usuarios la usabilidad y los ubica fácilmente en el área en que se encuentran	1	33%
Ambigua, facilita a los usuarios la usabilidad pero necesita crear destacados visuales más notorios para identificar el área en el que se encuentran los usuarios	2	67%

El despliegue del navegador principal del sitio:



Es eficaz porque permite a los usuarios visualizar fácilmente los links de forma organizada y permite respiros visuales	3	100%
Es ineficaz porque dificulta la organización de algunos links debido a la expansión horizontal	0	0%
Es eficaz pero necesita compactarse horizontalmente	0	0%

La **diagramación** modular:

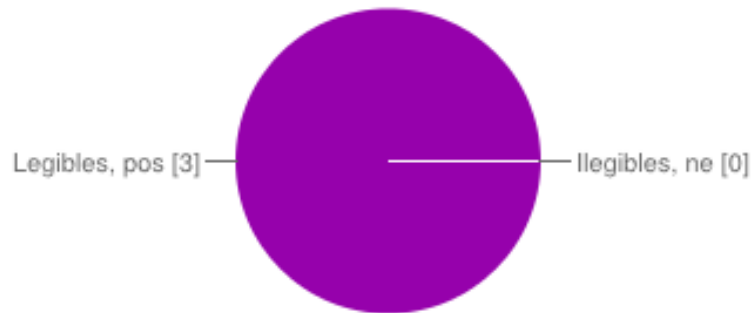


Facilita distribución de elementos, permitiendo conseguir la información de forma rápida y eficiente. 3 100%

Distribuye de forma saturada los elementos, necesitando más espacios de respiros visuales 0 0%

Distribuye sin saturación los contenidos, aprovechando espacios y generando respiros visuales 0 0%

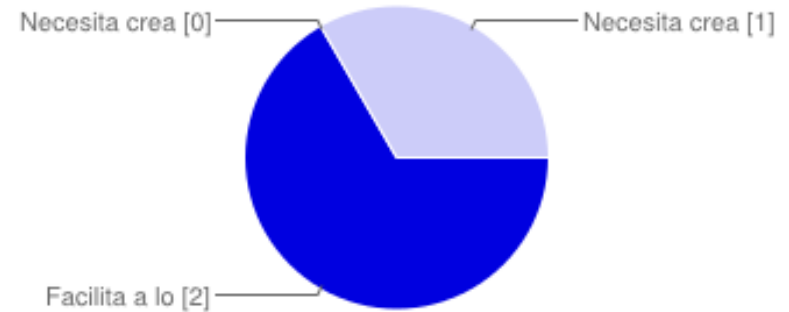
Las **tipografías** elegidas son:



Legibles, tienen buena solidez 3 100%

Ilegibles, necesitan cambiar la tipografía para títulos y subtítulos 0 0%

La **jerarquía** entre títulos, subtítulos y párrafos:

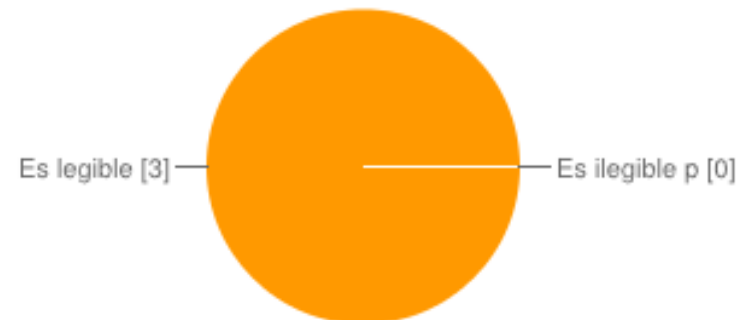


Facilita a los usuarios a identificar los contenidos 2 67%

Necesita crear mayor jerarquía a través del grosor 0 0%

Necesita crear mayor jerarquía entre tamaños y color 1 33%

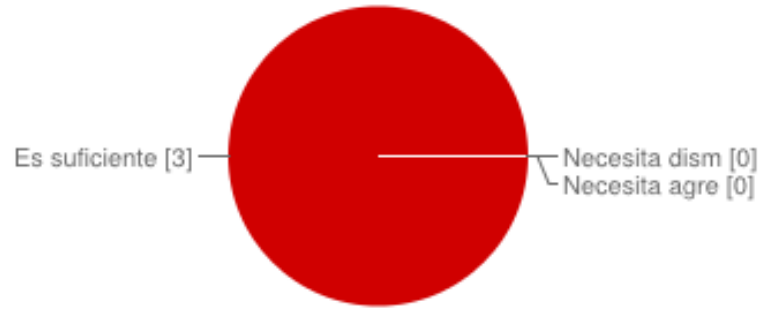
El **color** y **contraste** de los textos sobre los fondos oscuros:



Es legible 3 100%

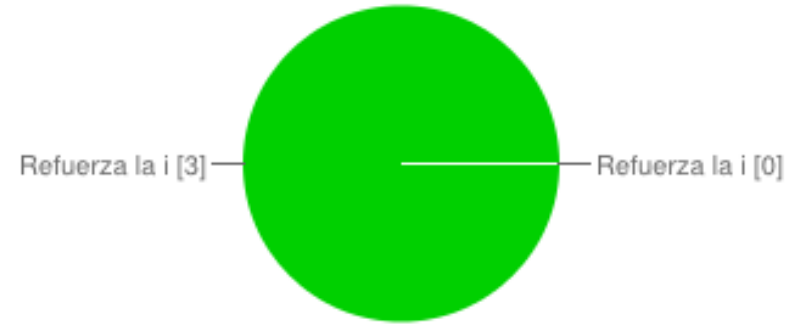
Es ilegible porque la tipografía es light 0 0%

La cantidad de **imágenes** utilizadas en el sitio web:



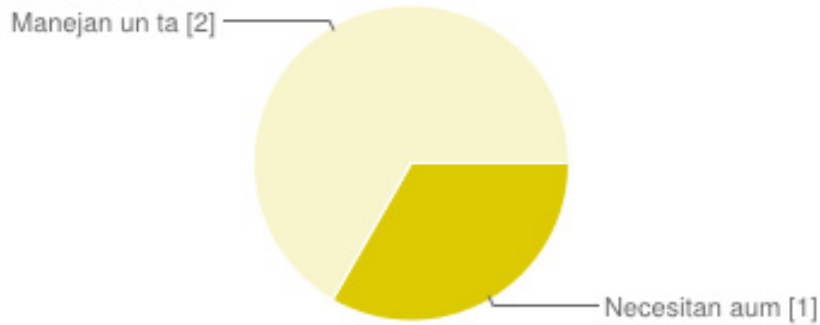
Es suficiente y permite entender de forma rápida los contenidos	3	100%
Necesita disminuir la cantidad de imágenes utilizadas para no crear distracciones	0	0%
Necesita agregar más imágenes para que el sitio sea más visual	0	0%

La **paleta de color** utilizada:



Refuerza la identidad de la Universidad y provee modernidad y profesionalidad	3	100%
Refuerza la identidad de la Universidad, pero necesita mejorar la combinación entre ellos, especialmente con el gris.	0	0%

los **íconos** que se presentan en el sitio:



Necesitan aumentar su tamaño para identificar mejor a qué corresponden	1	33%
Manejan un tamaño adecuado permitiendo identificar fácilmente a qué corresponden	2	67%

A.8 INSTRUMENTOS DE VALIDACIÓN EXPERTOS

SITIO WEB URL

Buenos días/tardes. Somos estudiantes de la Universidad Rafael Landívar, cursamos la carrera de Diseño Gráfico. Agradecemos desde ya su colaboración en la validación del rediseño del sitio web de la **Universidad Rafael Landívar**.

El propósito es **crear un sitio web que facilite la usabilidad y navegación** a los usuarios generando una retroalimentación rápida de lo que ofrece la Universidad a las personas.

Instrucciones: A continuación se presenta una serie de preguntas, las cuales debes seleccionar con una x la respuesta que creas conveniente.

Nombre:

Correo electrónico:

El sitio web es:

- a. Un sitio organizado y con un buen manejo del espacio que permite la transmisión de información
- b. Un sitio organizado pero que el manejo reducido del espacio puede afectar la transmisión de la información

El **tratamiento visual del sitio** muestra a la universidad de forma: (Puede seleccionar dos opciones)

- Moderna
- Profesional
- Anticuada
- Amigable
- Juvenil
- Tradicional

La **estructura** del sitio:

- a. Facilita la transmisión del mensaje a través del orden y síntesis de elementos, creando flexibilidad para transmitirlo de forma más visual (a través de video e imágenes)
- b. Necesita mejorar la distribución de contenidos textuales para no crear malinterpretaciones del mensaje

La **navegación** del sitio es:

- a. Intuitiva, porque facilita a los usuarios la usabilidad y los ubica fácilmente en el área en que se encuentran
- b. Ambigua, facilita a los usuarios la usabilidad pero necesita crear títulos con identificadores visuales más notorios para identificar el área en el que se encuentran los usuarios

NAVEGADOR

ACTUAL



NUESTRA PROPUESTA



El **navegador** principal del sitio:

- Es eficaz porque facilita a los usuarios visualizar los sub-sitios de forma rápida y ordenada
- Es ineficaz porque necesita crear más jerarquías entre sub-sitios
- Facilita visualizar los sub-sitios de forma ordenada pero necesita aumentar la velocidad de despliegue

La **jerarquía** de los títulos, subtítulos y párrafos:

- Facilita la transmisión del mensaje por sus tamaños y colores diferentes
- Facilita la transmisión del mensaje, pero títulos y subtítulos necesitan más tamaño y diferenciación por color
- Dificulta el mensaje porque los tamaños y colores son semejantes entre sí.

El **tipo de letra** utilizado:

- Facilita la legibilidad
- Dificulta la legibilidad debido a la semejanza entre tipos de letra de títulos, subtítulos y textos

TIPOGRAFÍAS Y JERARQUÍAS

ACTUAL

→ Acerca de la URL

Acerca de la URL

Misión

La Universidad Rafael Landívar es una institución superior guatemalteca, independiente y no lucrativa, con una visión católica y de tradición jesuítica. Su búsqueda de la verdad por medio de sus funciones de investigación, docencia y proyección social, se contribuye al desarrollo integral y sostenible, trans-

NUESTRA PROPUESTA

SOBRE LA URL

HISTORIA

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nunc vulputate neque neque, vitae ultricies orci laoreet a. Sed tempor felis in quam sollicitudin, id lobortis sem posuere. Duis finibus sem non aliquet dignissim. Curabitur vestibulum nibh vitae pharetra

El **color** y **contraste** de los textos sobre los fondos oscuros:

- Facilita la lectura
- Dificulta la lectura de textos porque las letras necesitan mayor grosor

La cantidad de **imágenes** utilizadas en el sitio web:

- Necesita agregar más imágenes para que el sitio transmita mensajes de forma más visual
- Necesita disminuir la cantidad de imágenes utilizadas para no crear muchas distracciones
- Es suficiente y permite entender de forma más rápida los contenidos

los **íconos** que se presentan en el sitio:

- Necesitan aumentar su tamaño para identificar mejor a que corresponden
- Manejan un tamaño adecuada que permite identificar a que corresponden

La paleta de color utilizada:

- a. Refuerza la identidad de la Universidad y provee modernidad y profesionalidad
- b. Refuerza la identidad de la Universidad, pero necesita mejorar la combinación entre ellos, especialmente con el gris.

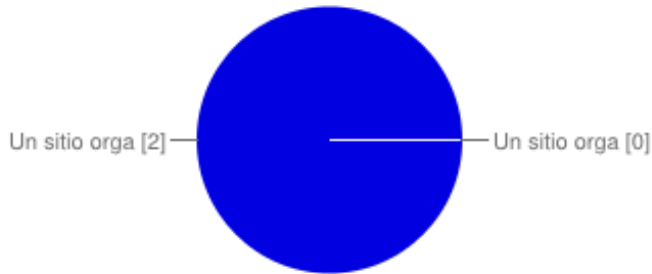
En general, cree que el sitio representa la identidad de la Universidad Rafael Landívar? Sí/No, ¿Por qué?

Resalte algún aspecto positivo sobre el sitio:

¿Alguna sugerencia o recomendación?

A.8.1 INSTRUMENTOS DE VALIDACIÓN DE EXPERTOS

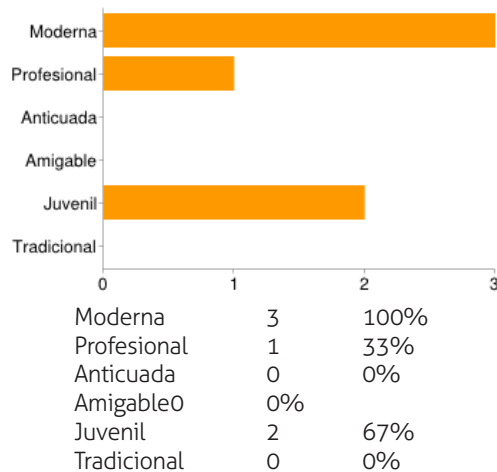
El sitio web es:



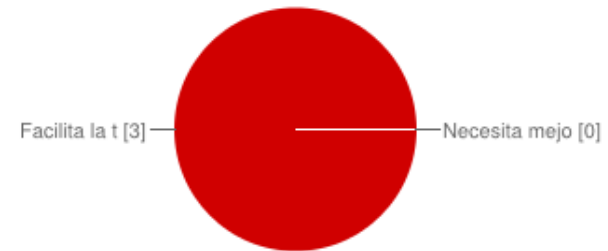
Un sitio organizado y con un buen manejo del espacio que permite la transmisión de información 2
67%

Un sitio organizado pero que el manejo reducido del espacio puede afectar la transmisión de la información 0
0%

El **tratamiento visual del sitio** muestra a la universidad de forma: (Puede seleccionar dos opciones)



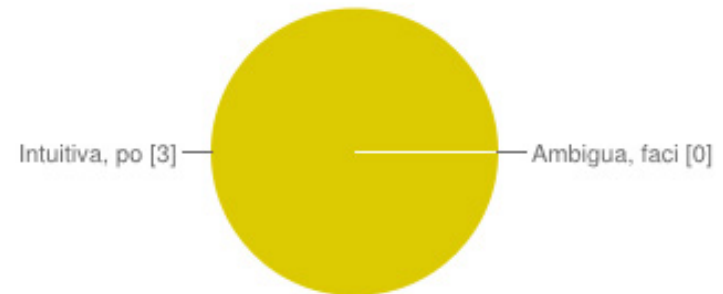
La **estructura** del sitio:



Facilita la transmisión del mensaje a través del orden y síntesis de elementos, creando flexibilidad para transmitirlo de forma más visual (a través de video e imágenes) 3
100%

Necesita mejorar la distribución de contenidos textuales para no crear malinterpretaciones del mensaje 0
0%

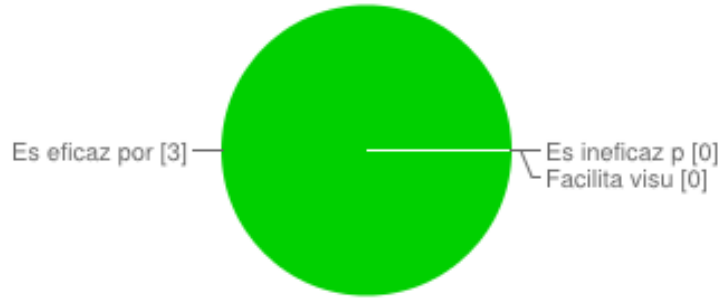
La **navegación** del sitio es:



Intuitiva, porque facilita a los usuarios la usabilidad y los ubica fácilmente en el área en que se encuentran 3
100%

Ambigua, facilita a los usuarios la usabilidad pero necesita crear títulos con identificadores visuales más notorios para identificar el área en el que se encuentran los usuarios 0
0%

El **navegador** principal del sitio:

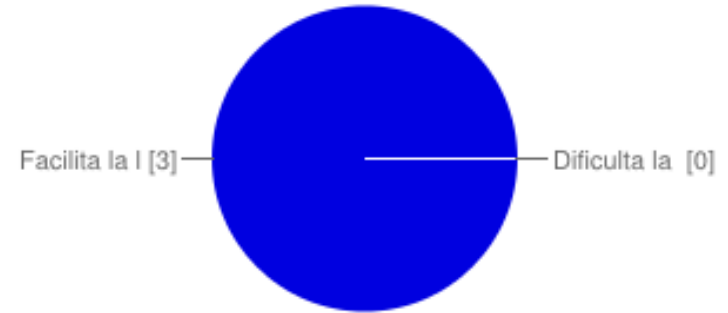


Es eficaz porque facilita a los usuarios visualizar los sub-sitios de forma rápida y ordenada 3 100%

Es ineficaz porque necesita crear más jerarquías entre sub-sitios 0 0%

Facilita visualizar los sub-sitios de forma ordenada pero necesita aumentar la velocidad de despliegue 0 0%

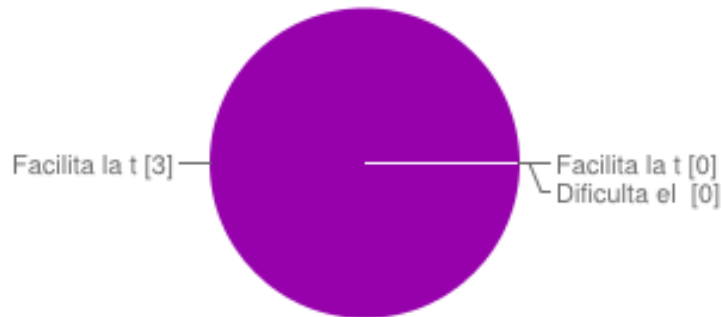
El **tipo de letra** utilizado:



Facilita la legibilidad 3 100%

Dificulta la legibilidad debido a la semejanza entre tipos de letra de títulos, subtítulos y textos 0 0%

La **jerarquía** de los títulos, subtítulos y párrafos:



Facilita la transmisión del mensaje por sus tamaños y colores diferentes 3 100%

Facilita la transmisión del mensaje, pero títulos y subtítulos necesitan más tamaño y diferenciación por color 0 0%

Dificulta el mensaje porque los tamaños y colores son semejantes entre sí. 0 0%

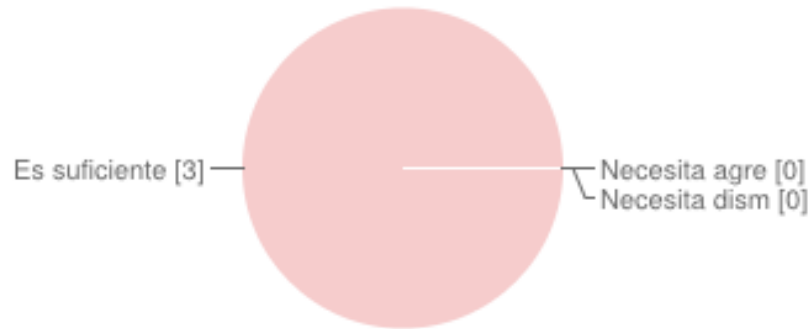
El **color y contraste** de los textos sobre los fondos oscuros:



Facilita la lectura 3 100%

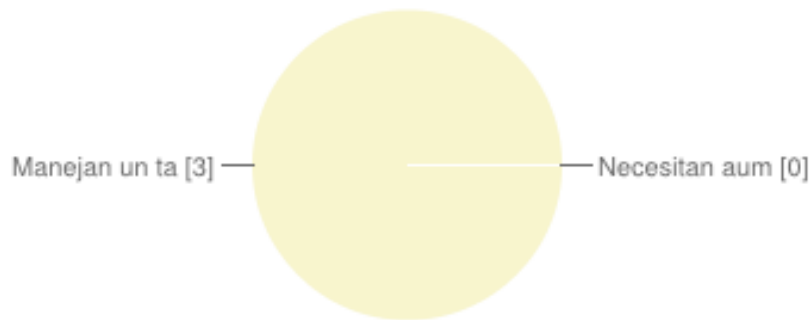
Dificulta la lectura de textos porque las letras necesitan mayor grosor 0 0%

La cantidad de **imágenes** utilizadas en el sitio web:



Necesita agregar más imágenes para que el sitio transmita mensajes de forma más visual	0	0%
Necesita disminuir la cantidad de imágenes utilizadas para no crear muchas distracciones	0	0%
Es suficiente y permite entender de forma más rápida los contenidos	3	100%

los **íconos** que se presentan en el sitio:



Necesitan aumentar su tamaño para identificar mejor a que corresponden	0	0%
Manejan un tamaño adecuada que permite identificar a que corresponden	3	100%

La **paleta de color** utilizada:



Refuerza la identidad de la Universidad y provee modernidad y profesionalidad	3	100%
Refuerza la identidad de la Universidad, pero necesita mejorar la combinación entre ellos, especialmente con el gris.	0	0%

A.9 INFORME TÉCNICO DE ARCHIVOS DIGITALES

Guatemala 25 de Noviembre del 2014

Universidad Rafael Landívar
Ciudad de Guatemala

A quien interese:

Estimados,

Por este medio nos dirigimos a ustedes deseándoles éxitos en sus labores profesionales. El motivo de la presente carta es para entregar el informe técnico sobre los archivos para la elaboración del sitio web. Dentro del CD se encuentran los siguientes archivos dentro de las carpetas identificadas como:

- **Mockups finales**, la cual provee los archivos: home.psd y las siguientes carpetas con sus respectivos archivos:

Carpeta Templates textuales con los archivos: TemplateAdmisiones.psd, TemplateFacultades.psd, TemplateInvestigación.psd, TemplateSobreURL.psd

Carpeta Templates visuales con los archivos: TemplateFacultades.psd y TemplateVidaEstudiantil.psd

Carpeta Responsive Tablet con los archivos: TabletHome.psd, TabletFacultadTextual.psd,

TabletFacultadVisual.psd, TabletSobreURL.psd

Carpeta Responsive Smartphone con los archivos: SmartphoneHome.psd, SmartphoneFacultadTextual.psd, SmartphoneFacultadVisual.psd, SmartphoneSobreURL.psd

Carpeta Img con las visualizaciones: Home.jpg, TemplateAdmisiones.jpg, TemplateInvestigación.jpg,

TemplateSobreURL.jpg, TemplateVisualFacultad.jpg, TemplateTextualFacultad.jpg,

TabletHome.jpg, TabletTemplateAdmisiones.jpg, TabletTemplateInvestigación.jpg,

TabletTemplateSobreURL.jpg, TabletTemplateVisualFacultad.jpg, TabletTemplateTextualFacultad.jpg,

SmartphoneHome.jpg, SmartphoneTemplateAdmisiones.jpg, SmartphoneTemplateInvestigación.jpg,

SmartphoneTemplateSobreURL.jpg, SmartphoneTemplateVisualFacultad.jpg,

SmartphoneTemplateTextualFacultad.jpg,

- **Iconos**, la cual proporciona las siguientes carpetas:

Carpeta 24px, tiene los archivos: Iconos24px.ai e Iconos24px.eps

Carpeta 30px, tiene los archivos: Iconos30px.ai e Iconos30px.eps

Carpeta 40px, tiene los archivos: Iconos40px.ai e Iconos40px.eps

Carpeta 60px, tiene los archivos: Iconos60px.ai e Iconos60px.eps

- **Fotos**, la cual proporciona las carpetas: Admisiones, Artes Landívar, Facultad, Home, Investigación, Sobre URL con las fotografías seleccionadas, aplicadas y editadas en los mockups finales, proporcionadas en formatos .png y .jpg

- **Flash**, que proporciona los archivos ejecutables FlashWeb.exe y FlashWeb.app, FlashSmartphone.exe y FlashSmartphone.app, FlashTablet.exe y FlashTablet.app. Dichos archivos muestran la funcionalidad del sitio, de esta forma se provee un mejor entendimiento de cómo actúa el portal al ser utilizado por el usuario.

- **Manual**, carpeta que provee el archivo ManualUso.pdf que indica la aplicación de la paleta de color, tipografías, iconos, medidas utilizadas y demás elementos para el correcto desarrollo del sitio durante la codificación y aplicación final.

En caso que hubiese alguna duda, por favor comunicarse con nosotros a los correos andres.fer.cruz@gmail.com, erikdubon@gmail.com, ximev3@gmail.com o al número (502) 5979-4881.

Andrés Fernández, Erik Dubón y Ximena Vielman

A.10 PRESUPUESTO DE DISEÑO

Señores

Universidad Rafael Landívar

Att: Marcia Morales

Presente

Le saludamos cordialmente deseándole éxitos en sus actividades diarias.

El motivo de la presente es para cotizarle lo siguiente.

a cotización se dividirá en los pasos necesarios para crear un diseño de calidad, totalmente enfocado en responder las necesidades del grupo objetivo y cliente.

PASO 1: GESTIÓN DEL PROCESO DE INVESTIGACIÓN Q10, 000.00

En este paso se realiza una investigación previa de los antecedentes del sitio y del tema en general, se hace una evaluación del comportamiento de los usuarios que utilizan el portal actual y se hace una investigación sobre contenidos importantes que puedan impactar de forma positiva el proceso de desarrollo.

PASO 2: GESTIÓN CREATIVA DEL PROCESO DE DISEÑO Q5, 000.00

Se realiza la creación de un concepto que permita un diseño creativo, moderno y funcional para obtener mejores resultados y una propuesta más sólida con una fundamentación detrás de las decisiones de diseño.

PASO 3: VISUALIZACIÓN CREATIVA Q10, 000.00

Se crean Wireframes y Mock ups del diseño preliminar y se evalúan con el cliente. Al recibir aprobación, se desarrolla el diseño final del sitio web y se crea un archivo de Flash con la finalidad de mostrar la funcionalidad a los programadores para que todo se desarrolle con la intención que se le asigne.

PASO 4: ENTREGA Q3, 500.00

Mock ups finales en formato digital PSD y FLA, imágenes y tipografías quemado en un CD para su respectiva implementación

PRECIO TOTAL Q28, 500.00

- *El precio puede variar según la complejidad del diseño
- *Los archivos se entregan de forma digital en CD's separados con sus debidas especificaciones
- *El cliente tiene derecho a 3 cambios en cada uno de los pasos 6, 7 y 8
- *Se entregara un manual que incluye la descripción de la funcionalidad de los elementos la pagina web, así como de los templates y especificaciones sobre los tamaños de los elementos y la estructura.

Forma de pago

50% anticipo y 50% contraentrega

Sin más por el momento nos suscribimos a ustedes.

Atentamente,

Andrés Fernández, Erik Dubón y Ximena Vielman.

A.11 COTIZACIONES DE PROGRAMACIÓN Y DESARROLLO

A.11.1 ERICKA HERRERA

GUATEMALA SEPTIEMBRE, 2014

Estimada Marcia Morales y Depto. de Comunicaciones
Universidad Rafael Landívar

Se agradece el considerar mis servicios para colaborar con el desarrollo del Portal Académico de la Universidad.

A continuación, se presenta la cotización de los servicios a prestar, estimando una duración del proyecto de 6 meses, según contrato planteado.

Descripción del proyecto:

El proyecto incluye la producción e implementación del nuevo Portal Académico de la Universidad Rafael Landívar, desarrollado en una plataforma auto-administrable para garantizar su fácil manejo, y mantenimiento posterior. Considerando que en un plazo de 6 meses, se desempeñaran las siguientes tareas:

- Adaptación de diseño a plataforma autoadministrable (joomla)
- Montaje de sitio web y áreas correspondientes
- Apoyo/adaptación a diseño responsivo
- Ingreso de contenido actualizado
- Asesoría para mantenimiento posterior

Sueldo mensual

Q.4,210.00

Total (duración de 6 meses)

Q.25,260.00

Esperando que la presente cotización cubra sus expectativas y necesidades. Si tiene dudas o comentarios, por favor no dude en contactarme.

Atentamente:

ERICKA HERRERA

CEL: (502) 5531 - 0402
ERICKANAT3@GMAIL.COM

A.11.2 M&M SOLUTIONS

The screenshot shows a web browser window with the URL <https://www.workana.com/messages/index/programacion-del-sitio-web-para-portal-universitario/misael-sanche>. The browser's address bar and tabs are visible at the top. The Workana logo and navigation menu are at the top of the page. The main content area displays the project title 'Programación del sitio web para portal universitario' and a message from 'Misael Sánchez' with a proposal amount of Q 3632.00. A sidebar on the left contains navigation links for the user's profile and projects.


Panel de control
Mi perfil
Como Profesional
Como Cliente
Mis proyectos
Mis profesionales favoritos
Mi diario de trabajo
Mis contratos
Mis finanzas
Movimientos de mi cuenta
Tarjetas de crédito asociadas
Agregar crédito a mi cuenta
Configurar opciones de retiro

Home | Mis proyectos | Programación del sitio web para portal universitario

[← Volver a detalles del proyecto](#)

Programación del sitio web para portal universitario

Mensajes con [Misael Sánchez](#) (1): [Ocultar](#)

 **Misael Sánchez** Hace 22 horas

Monto presupuestado: Q 3632.00 [ACEPTAR PROPUESTA](#)

Soy lider de un equipo de Desarrollo de sistemas web a la medida, nos ponemos a sus ordenes para lo que necesite.

Se ajunta propuesta inicial

Achivos Adjuntos

- [PROPUESTA.pdf](#) (164.5 KB)

DISEÑO Y PUBLICACIÓN DE UNA PÁGINA WEB EMPRESARIAL (WORDPRESS)



NUESTRA PROPUESTA DE TRABAJO

Desarrollar y publicar un sitio web que cumpla con las expectativas de calidad y desempeño esperada por nuestro cliente, teniendo en cuenta los siguientes aspectos:

- El Control de la gestión de contenidos por parte de nuestro cliente configurando **WORDPRESS** como plataforma de administración del sitio web.
- Selección de una plantilla web apropiada y adaptada para el negocio de nuestro cliente con un diseño creativo y eficiente (**Responsive Design**) que permita que el sitio web funcione y se vea correctamente en los diferentes dispositivos móviles y navegadores de Internet, asegurando además un diseño en idioma español a petición del cliente.

TAREAS FUNDAMENTALES PARA EL DESARROLLO DEL SITIO WEB

1) Definición del **CONCEPTO GRÁFICO** e **IMAGEN VISUAL**

- Definición y selección de la Plantilla web
- Organización de la arquitectura de la información
- Preparación de la plantilla web

2) Publicación del **CONTENIDO** y **ADMINISTRACIÓN** del sitio

- Implementación de Plataforma WordPress para la gestión de contenidos.
- Integración de la plantilla web al gestor de contenidos
- Desarrollo de Formularios de Captura de Información. Conectando directamente al correo electrónico del cliente.
- Publicación del contenido inicial del sitio web. (Descripción e información básica de la empresa, integración de zopim chat).

3) Tareas de **MANTENIMIENTO** y **PROMOCIÓN** del sitio web

- Configuración del hosting y publicación del sitio web en Internet.
- Capacitación y soporte en la gestión de contenidos a través de wordpress.

PROPUESTA ECONÓMICA

Nuestra propuesta compromete a **m&m Solutions** a prestar eficiente y cumplidamente a partir de la aceptación del convenio los servicios de webmaster, los cuales relacionamos en los siguientes ítems para su análisis:

COSTOS DE DESARROLLO (1 sola vez):

CONCEPTO	\$ MXN
Configuración e implementación de plantilla	\$ 2,000.00
Implementación del gestor de contenidos WordPress	\$ 2,000.00

Publicación de contenidos Iniciales y capacitación.	\$ 2,000.00
+++++	
COSTO NETO DE IMPLEMENTACIÓN	\$ 6,000.00
COSTO TOTAL CON CARGOS DE WORKANA	\$ 7,058.82

CARACTERÍSTICAS DEL DESARROLLO:

- 1) Utilización de plataforma de gestión de contenidos WORDPRESS.
- 2) La implementación de plantillas web con diseño responsivo innovadoras y creativas.
- 3) Publicación de los contenidos iniciales del sitio web
- 4) Capacitación, Soporte y Garantía de funcionamiento.

LISTA DE MÓDULOS O SECCIONES DEL SITIO WEB.

Nuestra propuesta estándar incluye la configuración de **5 SECCIONES** para lo que nosotros llamamos un *sitio web institucional*.

El cliente tiene un login de administración (www.sunegocio.com/admin.php) para crear, modificar y/o borrar contenidos del sitio web.

Las secciones de sitio web www.suempresa.com que desarrollamos se listan a continuación y son montadas en versión español.

- 1) Página Principal (home)
- 2) Acerca de la Empresa. (información corporativa)

- 3) Blogs / Novedades
- 4) Productos / Servicios
- 5) Zona de Contacto

Nota Importante:

El sistema le permite crear tantas categorías como usted requiera para la administración efectiva de contenidos del sitio web, es decir, usted obtiene un sitio a "su medida"

SERVICIO DE MANTENIMIENTO DEL SITIO WEB:

Contamos con un equipo de trabajo comprometido y capacitado para atender los requerimientos durante el tiempo que se considere necesario, y de esta forma permitir a nuestro cliente invertir su tiempo en las labores propias de su negocio.

Para esta **FASE DE MANTENIMIENTO** que es posterior a la publicación inicial del sitio web **NO** presentamos una cotización formal, pues los requerimientos de nuestro cliente pueden variar una vez publicado el sitio web..

Nuestro Servicios Profesionales de Outsourcing para el mantenimiento del sitio web es opcional y no afecta para nada el normal funcionamiento del sitio web, sin embargo, listamos aquí algunas de las tareas más importantes que hay que realizar una vez publicada la página web:

- 1) Mantenimiento de contenidos y novedades del sitio web
- 2) Diseño Creativo de imágenes, iconografía y piezas publicitarias
- 3) Desarrollo y administración de campañas de e-marketing

PLAN DE ACTIVIDADES PARA EL DESARROLLO

ETAPA I: Análisis y <i>Definición de requerimientos:</i>	___ 3 días
ETAPA II: Diseño y estructura (front end)	___ 8 días
ETAPA III Implementación de contenidos. (Back end)	___10 días
ETAPA IV: Publicación y Ajustes.	___ 3 días

REQUERIMIENTOS:

El CLIENTE debe proveer toda la información necesaria para el desarrollo del proyecto tales como los textos en forma digital y los archivos que se publicarán.

GARANTÍA:

100% de funcionalidad del sitio web y sus aplicaciones

SOPORTE TÉCNICO:

Para brindar soporte contamos con:

una plataforma que es revisada continuamente por el equipo de soporte (osTicket)

ACUERDO DE PAGOS:

Al inicio del convenio **(25%)**

Primera entrega (Diseño y estructura) **(25%)**

Segunda Entrega (implementación de contenido) **(25%)**

A la publicación del sitio web **(25%)**

Notas Aclaratorias:

Las solicitudes de modificación a las aplicaciones web definidas, diseños y desarrollos adicionales de páginas web, rediseño del sitio web y/o modificaciones a la arquitectura de la información, serán cotizadas aparte, previo análisis de requerimientos.

Los contenidos del sitio web que hacen relación a los textos, logos e imágenes deben ser suministrados por nuestro cliente.

Esperamos que nuestra propuesta sea de su agrado y cumpla con sus expectativas, no dude en contactarnos, resolveremos todas sus inquietudes lo mas pronto posible.

Cordialmente:

Equipo de Equipo de m&m Solutions

A.11.3 JOSÉ VALLES

Home | Mis proyectos | Programación del sitio web para portal universitario

Panel de control

Mi perfil

Como Profesional

Como Cliente

Mis proyectos

Mis profesionales favoritos

Mi diario de trabajo

Mis contratos

Mis finanzas

Movimientos de mi cuenta

Tarjetas de crédito asociadas

Agregar crédito a mi cuenta

Configurar opciones de retiro

[← Volver a detalles del proyecto](#)

Programación del sitio web para portal universitario

Mensajes con [Jose Valles](#) (1): ★ [Ocultar](#)

 **Jose Valles** Ayer

Monto presupuestado: Q 17990.52 [ACEPTAR PROPUESTA](#)

Buenas noches.

Explicacion del trabajo en el archivo adjunto.

Saludos

Achivos Adjuntos

- Documento Universidad de Guatemala.docx (29.2 KB)



2015

Jose Valles

Diseñador Web

[CREACION DE TEMPLATES PARA PAGINA WEB UNIVERSITARIA]

En este documento se Explicara Brevemente lo que se desea hacer para la creación de la pagina web de la universidad de Guatemala.

Creacion de Templates para Pagina Web Universitaria

Solicitud del Cliente (Planteamiento del Problema)

La intervención se realizó a través del Diseño Web, con la finalidad de resolver las necesidades del usuario, elevando la satisfacción y experiencia de uso. El proyecto consistió en el rediseño de la página principal del Portal Público, la realización de cinco templates y las respectivas adaptaciones al diseño responsivo. Está dirigido a jóvenes guatemaltecos.

Se requiere una cotización con el precio aproximado de cuál sería el costo de programación y desarrollo del sitio, preferiblemente si fuera posible adjuntarla en hoja membretada.

Se espera un programador o desarrollador proactivo que trabaje con un código limpio y ordenado, que realice de la forma más eficiente la funcionalidad del sitio, que tenga conocimientos en WordPress, php, JavaScript, HTML5, CSS, diseño responsivo y optimización web.

Se espera un sitio web bien hecho, sin fallas y que aproveche de la mejor forma el diseño realizado.

El profesional se debería interesar en el proyecto porque es una oportunidad única de trabajar para una Universidad con reconocimiento internacional, lo cual sería de mucho peso para su currículum.

Información entregada por el cliente.

Creacion de Templates para Pagina Web Universitaria

Explicación Breve del Trabajo

1.- Realización de 5 Templates y las respectivas adaptaciones al diseño responsivo.

Entiendo en este Caso la realización de 5 páginas o plantillas web distintas para la universidad.

2.- Programador o desarrollador que trabaje con un código limpio y ordenado.

La pagina se Realizara por capas y con archivos .php los cuales estarán aislados cada uno para una fácil modificación de los mismos.

Lo que significa que se realizaran carpetas para las imágenes, carpetas para los css, carpetas para los archivos de inclusión, carpetas para los JavaScripts, carpetas para las bases de datos. Lo que permite atacar posibles errores por separado y de manera aislada.

Se realizaran los respectivos Backend para que los Administradores de la página no tengan que acceder al código para modificar algunas áreas de cambio continuo en la página y así evitar la mayor cantidad de errores posibles.

3.- En cuanto al costo de las mismas será un total de \$ 2000 + la comisión que cobra Workana por el servicio.

A.12 BOCETAJE PROPUESTA FINAL

A continuación se presenta el bocetaje de los cambios realizados para la propuesta final.

01. SECCIÓN DE NOTICIAS

El módulo de la sección de Noticias, calendario académico y actividades necesitaba ubicarse de una forma que ocupara menos espacio en el sitio, por ello se optó a buscar diferentes posiciones para ahorrar espacio.

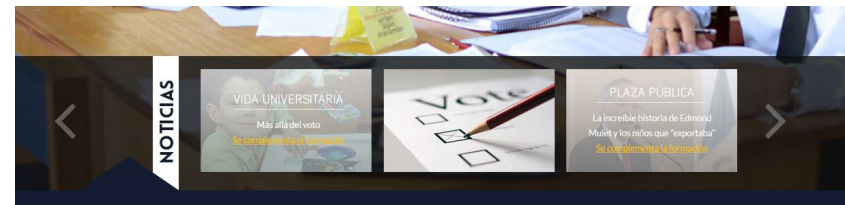
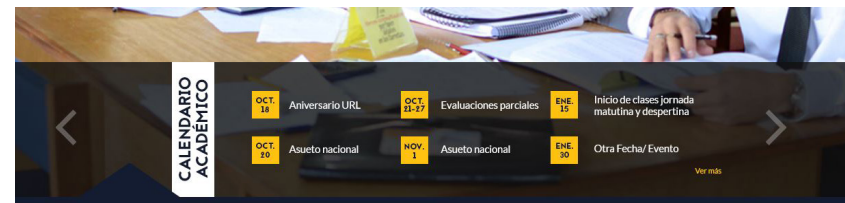
ANTES



La opción presentada a continuación no era funcional porque obstruía buena proporción de la fotografía, además obstaculizaba la visibilidad del login y buscador del navegador.



La solución fue ubicar los contenidos de este módulo sobre una placa con opacidad que permite visualizar parte de la fotografía que se muestra en el inicio. Se realizó de esta forma porque ocupa menos altura y aporta una estética más moderna y sobria. Para acceder a los contenidos de actividades y noticias se presionan las flechas de ambos lados permitiendo acceder fácilmente a los contenidos.



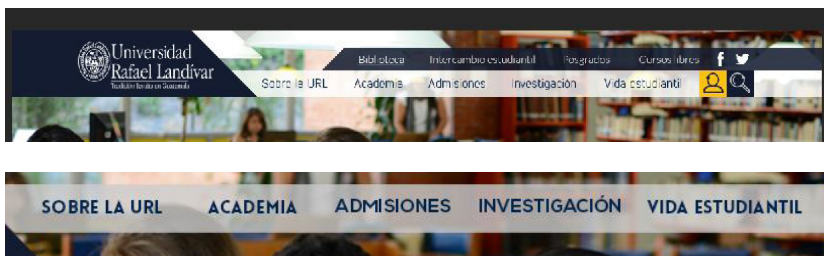
02. NAVEGADOR PRINCIPAL

La dispersión de las barras de navegación principales carecían de visibilidad clara y armonía, por consiguiente generaban confusión.

ANTES



La propuesta presentada a continuación fue omitida porque el recuadro que encierra el navegador generaba cierta clase de tensión visual. Por ello se buscó una propuesta que permitiera respiro visual. Además utilizar opacidad directamente en la barra de navegación puede crear pérdida de información.



La solución consistió en acoplar ambos menús con la ayuda de una pleca que aporta estilo moderno, además de armonía con la sección de noticias. De esta forma, se facilita la percepción de ambos menús de navegación.



03. TIPOGRAFÍA

Se percibió que la selección de tipografías realizada carecía de jerarquías debido a que el peso de ambas era light, por ello se optó por seguir buscando más tipografías que incrementaran esta característica, pero sin crear saturación o tensión visual.

ESTO ES UNA PRUEBA DE TÍTULO
ESTO ES UNA PRUEBA DE TÍTULO
ESTO ES UNA PRUEBA DE TÍTULO
ESTO ES UNA PRUEBA DE TÍTULO
ESTO ES UN PRUEBA DE TÍTULO
ESTO ES UNA PRUEBA DE TÍTULO
ESTO ES UNA PRUEBA DE TÍTULO
ESTO ES UNA PRUEBA DE TÍTULO
ESTO ES UNA PRUEBA DE TÍTULO
ESTO ES UNA PRUEBA DE TÍTULO
ESTO ES UNA PRUEBA DE TÍTULO
ESTO ES UNA PRUEBA DE TÍTULO
ESTO ES UNA PRUEBA DE TÍTULO
ESTO ES UNA PRUEBA DE TÍTULO
ESTO ES UNA PRUEBA DE TÍTULO

La solución consistió en sustituir la tipografía de titulares llamada "Lintel" por la fuente con rasgos simples y que aporta modernidad a la composición, la cual se llama "Jaapokki".

Jaapokki

ACERCA DE URL FACULTADES

Por otro lado, era necesario resaltar más la jerarquía de titulares y cuerpos de texto, ya que a pesar del tamaño eran difíciles de diferenciar en la composición

ANTES



La solución para aportar más jerarquía fue colocar en los titulares de los contenidos placas por debajo de estos y que generan un invertido en el color de la tipografía con el propósito de crear mayor identificación del título.



ANTES

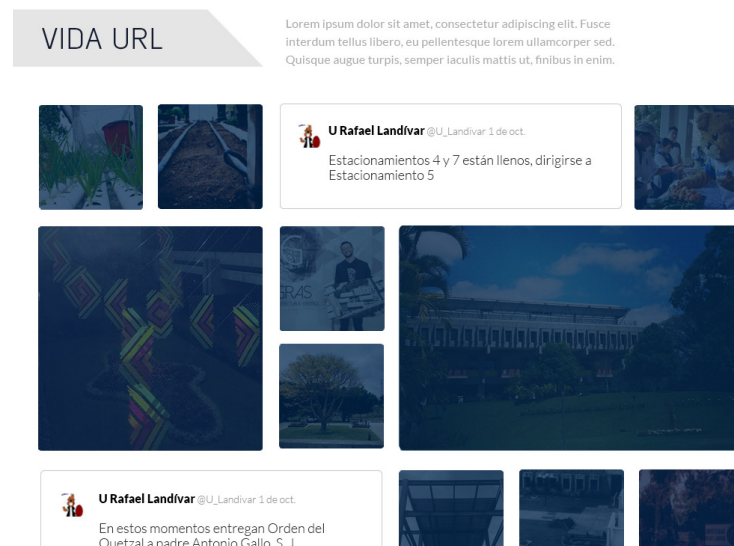


DESPUÉS

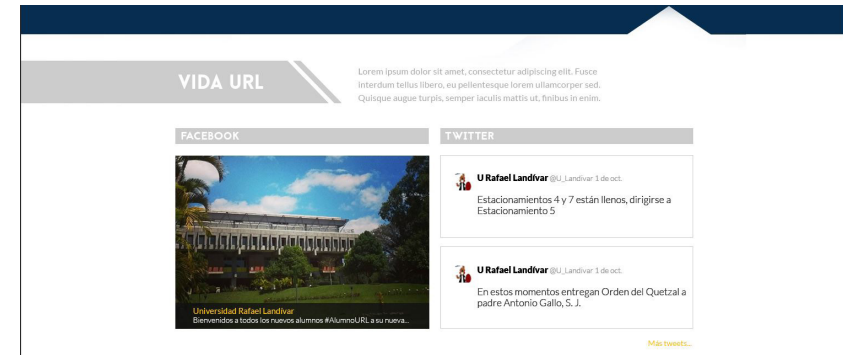


04. VIDA URL

Se percibió que la extensión del módulo de Vida URL debía ser menor y más ordenada.



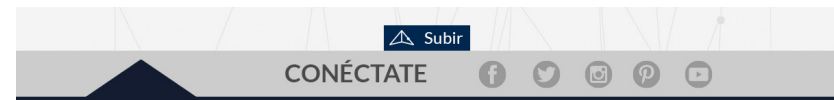
La solución consistió en dividir esta sección de forma más ordenada por redes sociales, en este caso entre Facebook y Twitter porque son las más utilizadas y actualizadas por la Universidad. Además se redujo el contenido puesto que se analizó que solo es necesario mostrar de forma breve los acontecimientos más importantes que se publican en esta sección.



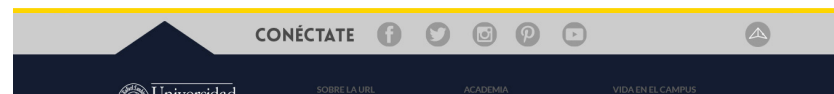
05. CONÉCTATE

Se decidió que el botón de scroll up (para subir) hacia el inicio debía integrarse en este módulo para que no flotara por el sitio, y que fuera percibido. Además se agregó en el área superior un trazo amarillo para atraer más al usuario.

ANTES



DESPUÉS



06. IDENTIFICADORES

Era necesario crear una estandarización de la inclinación utilizada en los identificadores de las secciones del sitio. Por ello se reajustaron para crear armonía en la misma.

ANTES



DESPUÉS

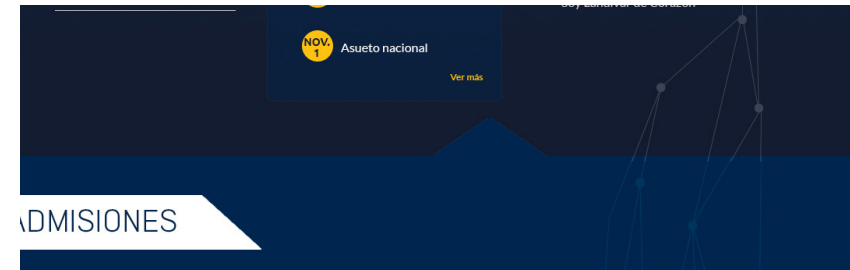
La solución fue mejorar los tamaños y a todos aplicar el mismo ángulo de inclinación, además se realizaron cortes que aportaran más modernidad a estos. De igual forma se generaron cortes que tuvieran la misma dirección que la utilizada en las imágenes, esto con el propósito de integrar estos elementos con el fondo.



07. FONDO

Se omitió el uso de la textura visual del fondo debido a que por cuestiones de implementación, se dificulta la continuidad de esta en cada módulo.

ANTES



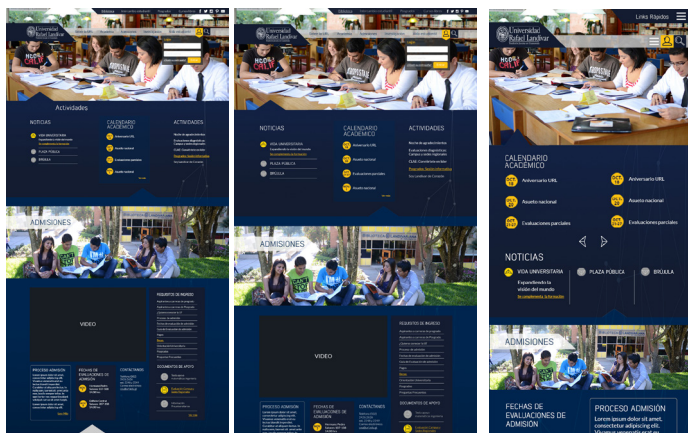
DESPUÉS



08. DISEÑO RESPONSIVO

Para finalizar, se revisó que el tamaño de textos y la ubicación de los contenidos en el diseño responsivo fuera adecuado para cada adaptación, así como agregar los cambios realizados en la versión final, de esta forma se presenta una propuesta efectiva y eficiente para cada dispositivo que presenta coherencia visual.

ANTES



Estrategia

