



## **FACULTAD CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**DISEÑO DE SITIO WEB PARA PROMOVER LOS SERVICIOS DE BANCA  
QUE OFRECE EL BANCO DE GUATEMALA A SUS USUARIOS.  
GUATEMALA, GUATEMALA 2018.**

### **PROYECTO DE GRADUACIÓN**

Presentado a la Facultad de Ciencias de la Comunicación,  
Guatemala, C.A.

**Elaborado por:**  
Pablo Emilio Méndez Lima  
20078754

Para optar por el título de:  
**LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO**

Nueva Guatemala de la Asunción, abril de 2018

DISEÑO DE SITIO WEB PARA PROMOVER LOS SERVICIOS DE BANCA  
QUE OFRECE EL BANCO DE GUATEMALA A SUS USUARIOS.

Estudiante:  
**Pablo Emilio Méndez Lima**

Nueva Guatemala de la Asunción, abril de 2018

## **Autoridades**

### **Rector**

Dr. Eduardo Suger Cofiño.

### **Vicerrectora**

Dra. Mayra de Ramírez

### **Vicerrector Administrativo**

Lic. Jean Paul Suger Castillo

### **Secretario general**

Lic. Jorge Retolaza

### **Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación,**

Lic. Leizer Kachler

### **Vicedecano de la facultad de Ciencias de la Comunicación,**

Lic. Rualdo Anzueto M.S.C.

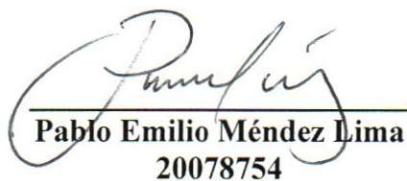
Guatemala 29 de abril de 2014

Licenciado  
Leizer Kachler  
Decano-Facultad de Ciencias de la Comunicación  
Universidad Galileo

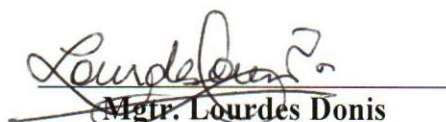
Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado:  
**DISEÑO DE SITIO WEB PARA PROMOVER LOS SERVICIOS DE BANCA  
QUE OFRECE EL BANCO DE GUATEMALA A SUS USUARIOS.  
GUATEMALA, GUATEMALA 2018.** Así mismo solicito que la Mgtr. Lourdes Donis  
sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



**Pablo Emilio Méndez Lima**  
20078754



**Mgtr. Lourdes Donis**  
Asesora  
Colegiado 26246



*Galileo*  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM**

Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala 6 de mayo del 2014

**Señor  
Pablo Emilio Méndez Lima  
Presente**

Estimado Señor Méndez:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE SITIO WEB PARA PROMOVER LOS SERVICIOS DE BANCA QUE OFRECE EL BANCO DE GUATEMALA A SUS USUARIOS. GUATEMALA, GUATEMALA 2018.** Asimismo, se aprueba al Mgtr. Lourdes Donis como asesora de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

**Lic. Leizer Kachler  
Decano  
Facultad de Ciencias de la Comunicación**



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 15 de abril 2015

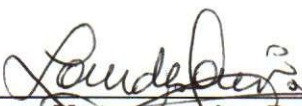
Lic. Leizer Kachler  
Decano  
Facultad de ciencias de la Comunicación  
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE SITIO WEB PARA PROMOVER LOS SERVICIOS DE BANCA QUE OFRECE EL BANCO DE GUATEMALA A SUS USUARIOS. GUATEMALA, GUATEMALA 2018.** Presentada por el estudiante *Pablo Emilio Méndez Lima*, con número de carné 20078754, está concluido a mi entera satisfacción, por lo que se extiende la presente aprobación para continuar así el proceso de titulación profesional.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

  
Mgtr. Lourdes Donis  
Asesora  
Colegiado 26246



*Galileo*  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación



Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 5 de mayo 2018

Señor  
Pablo Emilio Méndez Lima  
Presente

Estimado señor Méndez:

Después de haber realizado su examen privado para optar al título de Licenciatura en Comunicación y Diseño de la **FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN** de la Universidad Galileo, me complace informarle que ha **APROBADO** dicho examen, motivo por el cual me permito felicitarle.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

---

**Lic. Leizer Kachler**  
Decano  
Facultad de Ciencias de la Comunicación

Ciudad de Guatemala, 02 de marzo de 2018.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: ***DISEÑO DE SITIO WEB PARA PROMOVER LOS SERVICIOS DE BANCA QUE OFRECE EL BANCO DE GUATEMALA A SUS USUARIOS. GUATEMALA, GUATEMALA 2018***, del estudiante Pablo Emilio Méndez Lima, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente.



Lic. Edgar Lizardo Porres Velásquez

Asesor Lingüístico

Universidad Galileo





*Galileo*  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 4 de abril 2018

**Señor  
Pablo Emilio Méndez Lima  
Presente**

Estimado señor Méndez:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado **DISEÑO DE SITIO WEB PARA PROMOVER LOS SERVICIOS DE BANCA QUE OFRECE EL BANCO DE GUATEMALA A SUS USUARIOS. GUATEMALA, GUATEMALA 2018**, presentada por el estudiante **Pablo Emilio Méndez Lima** el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciado en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

---

**Lic. Leizer Kachler**  
**Decano**  
**Facultad de Ciencias de la Comunicación**

## **Dedicatoria:**

A Dios, por darme la salud y sabiduría necesaria para elaborar la presente tesis y acompañarme en todo momento de mi vida.

A mis padres, por darme día a día todo su amor, la educación, los valores y los principios, junto con todo lo necesario para llegar hasta este momento tan importante en mi vida.

A mis hermanos, que sin su compañía y su amor a lo largo de mi vida, no sería lo mismo y que de ellos he aprendido mucho a ser la persona que soy hoy, y gracias por estar siempre en todo momento.

A mis sobrinos, esos 3 ángeles que amo como si fueran mis hijos y que gracias a ellos y sus muestras de cariño, me inspiran a ser mejor día con día.

A mi lugar de trabajo, que me permite elaborar este estudio apoyado por mis superiores y compañeros, que me deja mucha mas experiencia en el mismo y me deja llevar a cabo el proyecto de la presente tesis.

A mis catedráticos, por darme toda la enseñanza y toda la formación educativa necesaria a lo largo de esta vida estudiantil y gracias a ellos plasmo esta tesis.

A todos mis compañeros a lo largo de mi vida estudiantil, que sin su ayuda y apoyo en todo sentido, culmino este ciclo de mi vida que me permite ser mejor profesional en el área de la comunicación y diseño gráfico.

A quien me dio ese último “empujón” motivacional para concluir y definir este proyecto.

A todas esas personas especiales que me han acompañado durante toda mi vida y que me han aconsejado y me han brindado su cariño y amistad.

**Abstract:**

Al analizar las diferentes necesidades que presenta el Banco de Guatemala, se observó que el diseño del sitio web de actual funcionamiento no cumple con las expectativas tecnológicas actuales, ha quedado fuera de todo estándar y por tal motivo se decide hacer un nuevo diseño web del mismo.

En ese sentido, es importante plasmar las ideas necesarias, hacer todos los análisis correspondientes, y aplicar los conocimientos adquiridos en diseño gráfico y comunicación, para cumplir con el requerimiento del cliente y hacer un sitio web atractivo y de fácil navegación.

Para tal efecto, se planteó el objetivo de Diseñar un sitio web para promover los servicios de la banca que ofrece el Banco de Guatemala a sus usuarios, a nueva imagen de sitio web como medio de información, para promover los servicios de banca y fortalecer la comunicación con sus usuarios.

Se realizó una herramienta de validación para conocer la percepción del grupo objetivo y el resultado obtenido fue el de diseñar una nueva imagen de sitio web como medio de información para promover los servicios de banca y fortalecer la comunicación del Banco de Guatemala con sus usuarios, con mejor estructura en el contenido del mismo para que al visitante le sea menos complicado encontrar la información. Se fortalecieron los canales de comunicación, utilizando nuevas tecnologías para transmitir las actividades que enmarcan la misión del Banco de Guatemala.

Para efectos legales únicamente el autor es responsable del contenido de este proyecto.

# Índice

## Capítulo I

1.1. Introducción	1
-------------------	---

## Capítulo II: Problemática

2.1 Contexto	3
2.2 Requerimiento de comunicación y diseño	3
2.3 Justificación	4

## Capítulo III: Objetivos

3.1. Objetivo general	12
3.2. Objetivos específicos	12

## Capítulo IV: Marco de referencia

4.1 Información general del cliente	13
4.2 Antecedentes	13
4.3 Misión	15
4.4 Visión	15
4.5. Delimitación Geográfica	15
4.6 Grupo Objetivo	15
4.7 Principal beneficio del grupo objetivo	15
4.8 Competencia	15
4.9 Posicionamiento	16
4.10 Factores de Diferenciación	16
4.11 Objetivo de Mercado	16
4.12 Objetivo de Comunicación	16
4.13 Mensaje Clave a Enviar	17
4.14 Estrategia de Comunicación	17
4.15 Reto del Diseño y Trascendencia	17
4.16 Materiales a Realizar	18
4.17 Presupuesto	18
4.18 Datos del Logotipo	18
4.19 Antecedentes de la empresa	19
4.20 Antecedente del diseño de la marca y logotipo de la empresa	19
4.21 Foda	20
4.22 Organigrama	22

## Capítulo V: Definición del grupo objetivo

5.1 Perfil geográfico	22
5.2 Perfil demográfico	22

5.3 Perfil psicográfico	22
5.4 Perfil conductual	23
<b>Capítulo VI: Marco teórico</b>	
6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio	24
6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño	39
6.3 Ciencias Auxiliares	74
<b>Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar</b>	
7.1 Aplicación de la Información obtenida en el Marco Teórico	104
7.2 Conceptualización	107
7.3 Bocetaje	110
7.4 Propuesta preliminar	125
<b>Capítulo VIII: Validación técnica</b>	
8.1 Población y muestreo	152
8.2 Método e Instrumentos	154
8.3 Resultados e Interpretación de resultados	155
8.4 Cambios en Base a los Resultados	174
<b>Capítulo IX: Propuesta gráfica final</b>	
9.1 Cambios aplicados	181
<b>Capítulo X: Producción, reproducción y distribución</b>	
10.1 Plan de Costos de Elaboración	193
10.2 Plan de Costos de Producción	193
10.3 Plan de Costos de Reproducción	194
10.3 Plan de Costos de Distribución	194
<b>Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones</b>	
11.1 Objetivos, Conclusiones y Recomendaciones	196
<b>Capítulo XII: Conocimiento general</b>	
Conocimiento General	199

### **Capítulo XIII: Referencias**

Referencias Bibliográficas 200

### **Capítulo XIV: Anexos**

Anexo A 205

Anexo B 206

Anexo C 209





[www.banguat.gob.gt](http://www.banguat.gob.gt)

## Capítulo I

# Capítulo I

---

## 1.1 Introducción

*“La tecnología, un gran avance y un paso grande del siglo XX al siglo XXI”*

El siguiente proyecto está basado en la necesidad de un nuevo diseño del sitio web del Banco de Guatemala, dado a que desde el año 2005 no se ha hecho ninguna modificación y se considera necesario, ya que las nuevas tecnologías de información y tendencias informáticas siguen evolucionando. Por tal motivo se decide renovar toda la calidad tecnológica e informativa del mismo, considerando que es una herramienta de mucha información para profesionales de las ciencias económicas y población a nivel mundial.

Considerando el grado de información que se presenta, se realizó una investigación previa para tomar en cuenta muchos contenidos necesarios que se aplicaron durante el desarrollo de este proyecto.

Como paso siguiente de haber llevado a cabo la investigación y la aplicación de conceptos y teorías necesarias, se llevó a cabo el proceso de validación utilizando la teoría SCAMPER para llegar a cabo al nuevo concepto creativo base.

Partiendo de la misión del Banco de Guatemala: “Promover la estabilidad en el nivel general de precios” se llegó a un método de bocetaje y nuevo diseño para hacerlo de conocimiento de las autoridades correspondientes quienes tomaron la decisión sobre las tres versiones mostradas, decidiendo una, que se digitalizó, elaborando las primeras pruebas correspondientes en un servidor interno.

Investigando la viabilidad del proyecto, se elaboró una serie de encuestas al grupo objetivo, a expertos y profesionales en el área de diseño gráfico, comunicación e informática y al haber finalizado la misma, se tomaron en cuenta sus sugerencias, elevado a la parte evaluadora en espera su decisión final.

El sitio web del Banco de Guatemala es un sitio informativo, de contenido estadístico muy amplio que complementa a todos los expertos en economía, finanzas, y personas que se están formando en áreas afines, permitiendo una navegación dentro del mismo con ayuda de sus herramientas complementarias para poder obtener la información deseada.



[www.banguat.gob.gt](http://www.banguat.gob.gt)

## **Capítulo II: Problemática**

## Capítulo II: Problemática

---

### 2.1 Contexto:

La Gran Depresión mundial (1929-1933) afectó gravemente a la economía guatemalteca, y sometió a una difícil prueba al Banco Central y su política monetaria, se hizo necesario impulsar la reforma monetaria y bancaria de 1944-1946, mediante la que se creó el Banco de Guatemala, como heredero del antiguo Banco Central de Guatemala.

Las herramientas tecnológicas han sido fundamentales en los quehaceres de la banca central. En la actualidad la institución posee un sitio web que fue creado en el año 2006, con el que se hizo acreedor a una @ de Oro, premios entregados en aquella época, lo que fue una muestra clara de lo pionero que era. Fue reconocido como mejor sitio web de instituciones del Estado en diversas ocasiones.

### 2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño:

Al analizar las diferentes necesidades que presenta el Banco de Guatemala, se observó que el diseño del sitio web de actual funcionamiento no cumple con las expectativas tecnológicas actuales, ha quedado fuera de todo estándar y por tal motivo se decide hacer un nuevo diseño web del mismo, partiendo desde la siguiente premisa:

- No se cuenta con un sitio web los servicios de banca que ofrece el Banco de Guatemala a sus usuarios.

En ese sentido, es importante plasmar las ideas necesarias, hacer todos los análisis correspondientes, y aplicar los conocimientos adquiridos en diseño gráfico y comunicación, para cumplir con el requerimiento del cliente y hacer un sitio web atractivo, de fácil navegación, que los usuarios encuentren la información de forma oportuna y actualizada.

### **2.3 Justificación:**

El actual sitio web del Banco de Guatemala está diseñado sobre cimientos tecnológicos que se han quedado rezagados con los comparados actualmente. Las plataformas de servicios actuales ya no son compatibles hoy en día, y la forma en que se presentan los datos y estadísticas son poco amigables en comparación de otros bancos centrales alrededor del mundo, así como portales y sitios web estatales del país, lo que hace que su página sea monótona y aburrida.

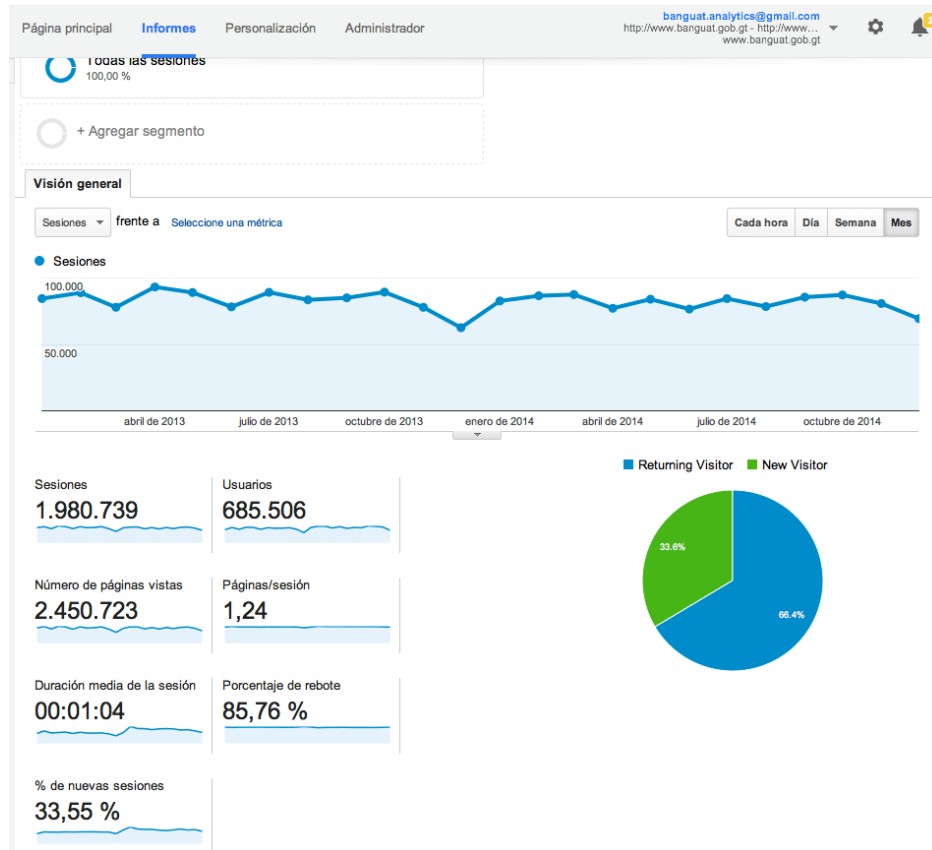
#### **2.3.1 Magnitud:**

Según análisis realizado, el actual sitio web en todos los países del mundo, cuenta con más de un millón de visitas en el año. Los países que más visitas tienen son Estados Unidos (el principal socio comercial), México y los países centroamericanos.

Basado en las estadísticas del servidor web ubicado localmente, y con la ayuda de la herramienta Google Analytics, el sitio web actual presentan una cantidad cercana a los 2 millones de visitas, con un porcentaje de 83% de visitas locales (guatemaltecas), un 4.7%

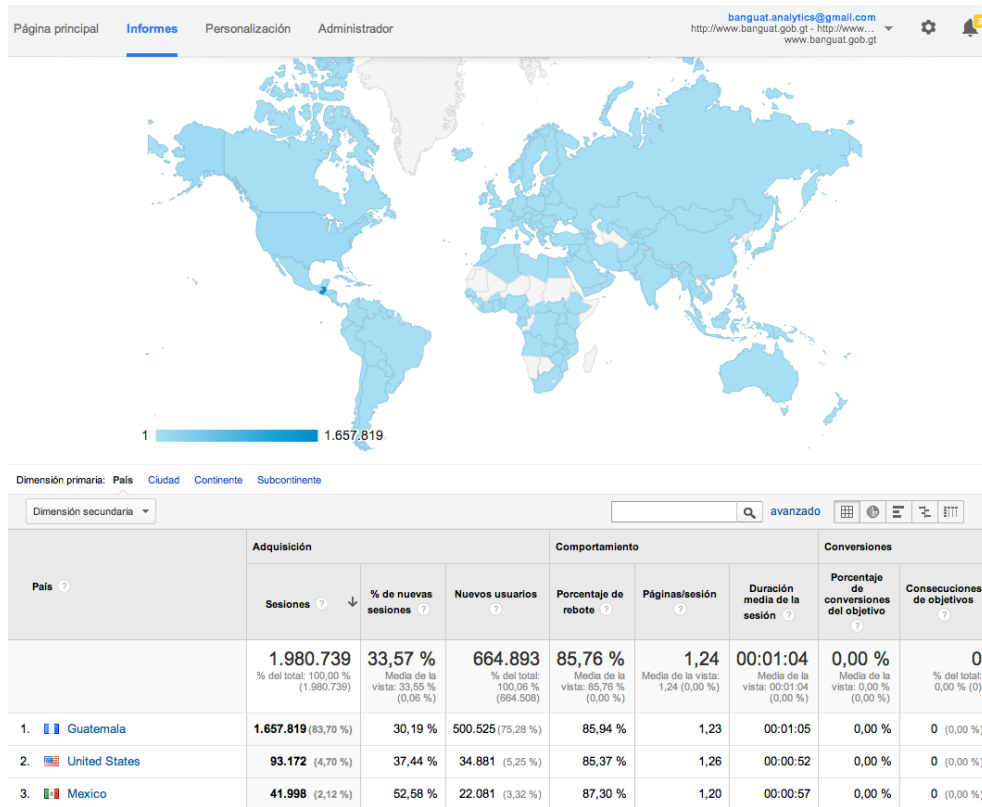
de Estados Unidos, y el resto de visitas, de todos los países del mundo. Casi 2 millones de visitas es un dato considerable, lo que significa que se debe ser cuidadoso al momento de presentar la información en el sitio web. Dichas estadísticas se tomaron en un período de los años 2013 y 2014.

# Estadísticas de visitas totales al sitio web del Banco de Guatemala en los años 2013 y 2014














### 3 principales países que visitan el sitio web del Banco de Guatemala con sus respectivos porcentajes



## 10 principales países que visitan el sitio web del Banco de Guatemala con sus respectivos porcentajes

Dimensión secundaria		avanzado	
Pais	Sesiones	Sesiones	Sesiones
	<b>1.980.739</b> <small>% del total: 100,00 % (1.980.739)</small>	<b>1.980.739</b> <small>% del total: 100,00 % (1.980.739)</small>	
1.  Guatemala	1.657.819	<div style="width: 83,70%;"><div style="width: 83,70%;"></div></div> 83,70 %	
2.  United States	93.172	<div style="width: 4,70%;"><div style="width: 4,70%;"></div></div> 4,70 %	
3.  Mexico	41.998	<div style="width: 2,12%;"><div style="width: 2,12%;"></div></div> 2,12 %	
4.  Colombia	23.955	<div style="width: 1,21%;"><div style="width: 1,21%;"></div></div> 1,21 %	
5.  Costa Rica	18.996	<div style="width: 0,96%;"><div style="width: 0,96%;"></div></div> 0,96 %	
6. (not set)	17.904	<div style="width: 0,90%;"><div style="width: 0,90%;"></div></div> 0,90 %	
7.  El Salvador	13.199	<div style="width: 0,67%;"><div style="width: 0,67%;"></div></div> 0,67 %	
8.  Peru	12.572	<div style="width: 0,63%;"><div style="width: 0,63%;"></div></div> 0,63 %	
9.  Argentina	10.254	<div style="width: 0,52%;"><div style="width: 0,52%;"></div></div> 0,52 %	
10.  Spain	10.101	<div style="width: 0,51%;"><div style="width: 0,51%;"></div></div> 0,51 %	

Mostrar filas: 10 Ir a: 1 1 - 10 de 181 [Actualizar informe](#)

Este informe se creó el 22/2/15 a las 8:54:36.

### **2.3.2 Vulnerabilidad:**

Al no implementar el nuevo diseño del sitio web del Banco de Guatemala, no se podrá disminuir el problema de las carencias de diseño que presenta actualmente. Con el nuevo sitio, el Banco de Guatemala contará con un sitio web que presentará la información de forma fácil de navegar y atractiva para el usuario.

### **2.3.3 Trascendencia:**

El diseño de la nueva imagen del sitio web del Banco de Guatemala, está apoyada en la estrategia de comunicación institucional 2012-2015. El objetivo es duplicar las visitas del mismo una vez finalizado el plan. Por el millón de visitantes que actualmente utiliza el sitio web de la institución, se verán beneficiados al contar con un sitio más actual, con mayor información, facilidad de navegación e interesante, para vincular al visitante del sitio con las distintas redes sociales de la institución.

### **2.3.4 Factibilidad**

El diseño de la nueva imagen del sitio web del Banco de Guatemala, sí es factible ya que cuenta con el apoyo de los directivos de la institución, ya que es el soporte que dará a la comunicación una herramienta necesaria para brindar información estadística, económica y financiera actualizada, servirá de medio para vincular al visitante del sitio con las distintas redes sociales y principales medios alternos para interactuar con los visitantes.

Y cuenta con otros recursos que los hacen posible:

#### **2.3.4.1 Recursos Humanos**

El equipo de trabajo está compuesto por:

- Director de Comunicación y Relaciones Institucionales; quien coordina todo el proyecto y es el punto de enlace entre las autoridades del Banco y el equipo de trabajo.
- Jefe de Comunicación; Sub coordinador del proyecto, en el momento que falte el coordinador, toma la decisión junto a él.
- Webmaster de la institución; es la persona encargada de toda la supervisión técnica del proyecto, es quien elaborará el rediseño del sitio web, quien hizo los estudios y mediciones de visitas, todo lo relacionado con el nuevo proyecto.
- Desarrolladores; son las personas que implementarán el nuevo sistema de administración del sitio web.
- Responsable de TI; Será la persona que prestará la asistencia técnica en el departamento de TI, y quien pondrá a disposición y en óptimas condiciones todos los recursos tecnológicos.

#### **2.3.4.2 Recursos Organizacionales:**

- Departamento de Recursos Humanos, quien por medio de la sección de Desarrollo Organizacional, dará el apoyo institucional.
- Departamento de TI: Quien por medio de los recursos internos nos apoyará para darle el empuje necesario dentro del banco.
- Empresa Plan B: Quien brindará la asesoría para crear una campaña publicitaria.

#### **2.3.4.3 Recursos Económicos**

- Empresa que dará asesoría en campaña publicitaria: Q15,000.00
- Desarrollo del sitio: Q90,000.00
- Enlace web dedicado para nuestros servidores: Q50, 000.00 al año.
- El diseño del sitio web será donado en su totalidad por el profesional de la comunicación y el diseño, Pablo Emilio Méndez Lima.

#### **2.3.4.4 Recursos Tecnológicos**

Se cuenta con:

- Suite Adobe CS6 Master Collection
- Servidor Web con Sistema Operativo Windows 8
- 2 Enlaces web.
- 4 computadoras PC



*[www.banguat.gob.gt](http://www.banguat.gob.gt)*

## **Capítulo III: Objetivos**

## Capítulo III: Objetivos

---

### **3.1 Objetivo General:**

Diseñar un sitio web para promover los servicios de banca que ofrece el Banco de Guatemala a sus usuarios.

### **3.2 Objetivos Específicos:**

**3.2.1** Investigar todos los conceptos del diseño de sitios web para realizar el proyecto de la manera más eficiente y cumplir los requerimientos del cliente.

**3.2.2** Recopilar toda la información de las actividades que realiza el Banco de Guatemala y todo lo relevante que debe contener un sitio web para incluirlo con el proyecto a elaborar.

**3.2.3** Diagramar el sitio web de una forma más ordenada para que la información sea más comprensible para el usuario, sea fácil la localización de contenidos, obtener mejor comprensión y facilidad de la manipulación en datos estadísticos y graficas presentadas, facilitando así análisis o estudio de la información presentada.



*[www.banguat.gob.gt](http://www.banguat.gob.gt)*

## **Capítulo IV: Marco de Referencia**



## Capítulo IV: Marco de Referencia

---

### 4.1 Información general del cliente:

#### 4.1.1 Dato General del Cliente Brief

Nombre del Cliente:	Banco de Guatemala
Dirección:	7ª. Av. 22-01, zona 1, Guatemala.
Email:	<a href="mailto:info@banguat.gob.gt">info@banguat.gob.gt</a>
Contacto:	Sergio Hernández
Celular:	5708-3696

### 4.2 Antecedentes:

Los orígenes legales e institucionales del actual sistema de banca central en Guatemala se remontan al período de la reforma monetaria y financiera de 1924-1926. Entonces, fue creado el Banco Central de Guatemala como establecimiento de emisión, giro y descuento, de carácter privado y con participación del Estado como accionista.

La Gran Depresión mundial (1929-1933) afectó gravemente a la economía guatemalteca, y sometió a una difícil prueba al Banco Central y su política monetaria basada en el patrón oro clásico. Dado que dicho patrón no daba cabida a una política monetaria anti cíclica, se hizo necesario impulsar la reforma monetaria y bancaria de 1944-1946, mediante la cual se creó el Banco de Guatemala como heredero del antiguo Banco Central de Guatemala. Esta reforma se culminó durante el gobierno revolucionario del Doctor Juan José Arévalo, y fue conducida bajo el liderazgo del Doctor Manuel Noriega Morales (Ministro de Economía y, posteriormente, primer presidente del Banco de Guatemala)

El conjunto de leyes financieras configura una reforma radical (es decir, que va hasta las raíces de todo lo relativo a los mecanismos de la circulación del dinero y el crédito) como la que pocas veces se produce en la historia de las naciones.

Comparables, quizá, fueron los procesos de reforma financiera ya mencionados, en 1926, durante el gobierno del General José María Orellana, y en 1946, durante el gobierno del Doctor Juan José Arévalo. Durante el primero se constituyó el Quetzal como moneda nacional y se sentaron los cimientos para el funcionamiento de un sistema bancario dirigido por el banco central. Durante el segundo, se fundó el Banco de Guatemala el 1 de julio de 1946, y se adecuó el sistema monetario a los estándares que la comunidad internacional adoptó en la posguerra mundial.

#### **4.2.1 Oportunidad Identificada:**

Otros sitios web de bancos centrales del América Latina y resto del mundo han modernizado sus plataformas de publicación, aprovechando las nuevas tecnologías de información, trasladando así sus resultados de forma más eficiente y en formatos más amigables a los usuarios, que en la mayoría de casos utilizan la información proporcionada por el banco central para elaborar sus propios estudios y establecer estadísticas en base a sus necesidades.

#### **4.3 Misión:**

Promover la estabilidad en el nivel general de precios.

#### **4.4 Visión:**

Ser un banco central de reconocido prestigio nacional e internacional, por mantener una inflación baja y estable en beneficio de los guatemaltecos, mediante el ejercicio de su autonomía y la observancia de la ley; que hace uso efectivo de los recursos y cuenta con personal altamente calificado que posee valores institucionales arraigados.

#### **4.5 Delimitación Geográfica:**

Guatemala

#### **4.6 Grupo Objetivo:**

A, B, C+ y C

#### **4.7 Principal beneficio del grupo objetivo:**

Informar de una forma fácil y dinámica acerca de las estadísticas económicas y financieras del país, así como información que el Banco de Guatemala tiene a disposición para su público objetivo.

#### **4.8 Competencia:**

No tiene competencia directa.

#### **4.9 Posicionamiento:**

La institución se posiciona como un ente estatal con la mayor confiabilidad entre otras, ya que su rendición de cuentas y transparencia institucional es de las más puntuales, y que incluso se ha hecho acreedora un premio en el año 2012, como “Mejor institución transparente en su rendición de cuentas a nivel nacional.”

#### **4.10 Factores de Diferenciación:**

- Entrega calendarizada de sus publicaciones periódicas
- Información actualizada
- Herramientas de búsqueda eficaces
- Información disponible la 24 horas.
- Respuesta no mayor de 24 horas a correos electrónicos recibidos con consultas o por medio de redes sociales.

#### **4.11 Objetivo de Mercadeo:**

Que los visitantes encuentren un sitio web más cómodo y eficiente para la navegación, información más dinámica con archivos de fácil utilización cuando se trate de cuadros estadísticos o tablas con valores, y que puedan compartir la información con otros visitantes de forma eficiente.

#### **4.12 Objetivo de Comunicación:**

Que la población guatemalteca y visitantes de otros países conozcan la situación económica por medio de las estadísticas actualizadas, presentadas en el sitio web.

Incrementar el número de visitas al sitio y mantener el prestigio y orden que actualmente se tiene y por lo cual es conocido y caracterizado el Banco de Guatemala.

#### **4.13 Mensajes claves a comunicar:**

- Transparencia
- Actualidad
- Orden
- Prestigio
- Solidez
- Confianza

#### **4.14 Estrategia de Comunicación:**

Es un espacio de amplio aprovechamiento y bajo costo para favorecer la comunicación con los públicos dentro y fuera de la Institución, ya que la información que el Banco genera se puede hacer llegar a la población con el uso de tecnologías de información, por medio de un sitio web moderno, funcional, dinámico y la utilización adecuada de las más destacadas redes sociales, sin perder de vista la naturaleza de un banco central.

#### **4.15 Reto del diseño y trascendencia:**

Cautivar al visitante, que identifique fácilmente las áreas de navegación del sitio web, que encuentre la información deseada en el menor tiempo, que la información sea fácil de compartir por medio de redes sociales con vínculos directos, obtener los cuadros y archivos

necesarios sin restricción y en formatos compatibles, que se sienta familiaricen con el sitio web y en ningún momento se pierdan en la navegación del mismo

#### **4.16 Materiales a realizar:**

Realización de sitio web que funcione como medio de publicidad y comunicación con los miembros de la institución.

#### **4.17 Presupuesto:**

Se cuenta con un presupuesto aprobado en el año 2013 de Q90,000.00, para la renovación del sitio web.

#### **4.18 Datos del logotipo:**

Se desconoce quién fue el creador del mismo, dado que fue creado, pero nunca fue documentada dicha información.

#### **Colores:**

No posee color específico, pero se usa generalmente el negro. Se está trabajando en la elaboración del mismo logotipo, con versiones doradas y de colores.

#### **Tipografía:**

No tiene nombre, se dibujó letra por letra.

**Forma:** Redondo.



#### **4.19 Antecedentes de la Empresa:**

El Banco de Guatemala como tal, nace tras la aprobación de Ley Orgánica del mismo (Decreto 215 del Congreso de la República, del 11 de diciembre de 1945) El gobierno le confería a éste la calidad de entidad autónoma dotada de amplias facultades en el uso de instrumentos de política para contrarrestar los vaivenes cíclicos de la economía. Inicia oficialmente operaciones bajo ese nombre el 1 de julio de 1946.

#### **4.20 Antecedentes del diseño de la marca y logotipo de la empresa:**

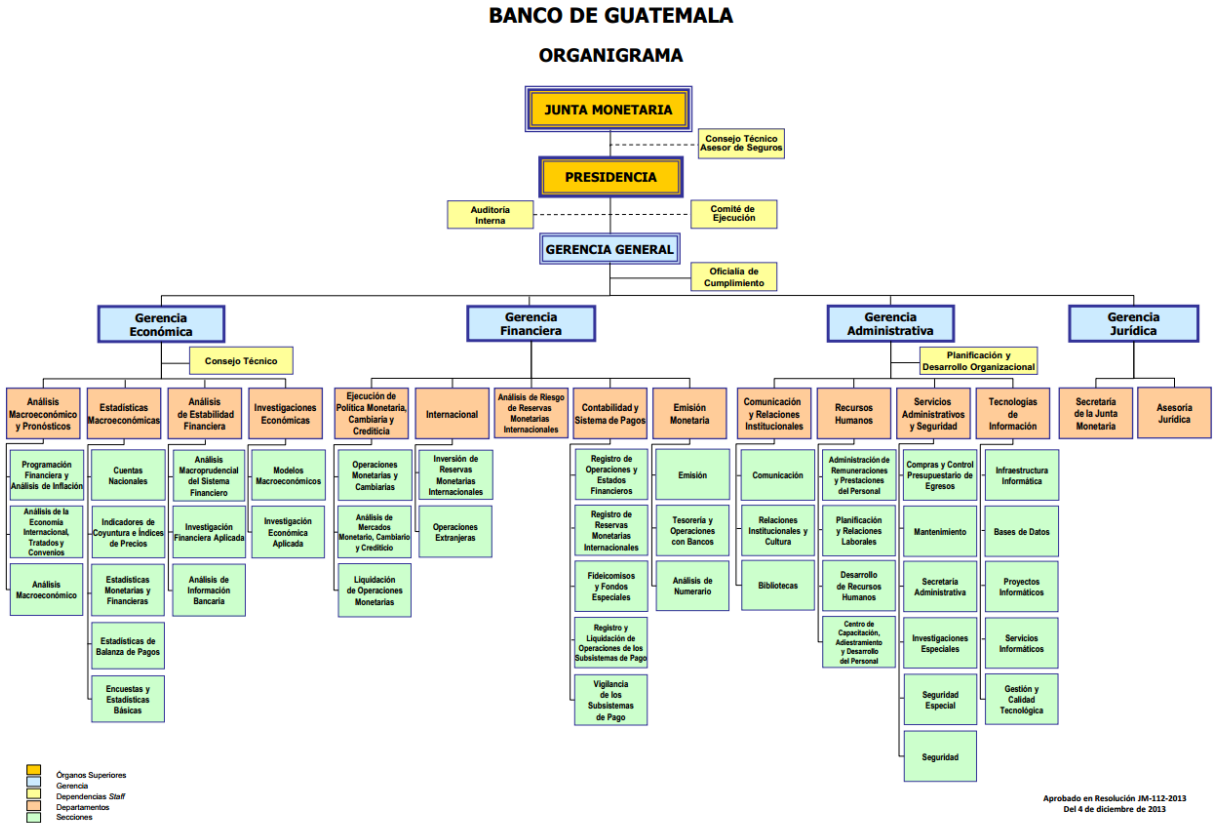
Desde su creación como Banco de Guatemala, el logotipo no ha sufrido ningún cambio, se ha conservado el mismo durante sus más de 60 años de existencia. Se desconoce quién fue el creador del mismo y de donde surgió la idea del actual logo.

#### 4.21 FODA

<b>Fortalezas</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Autónomo</li><li>• Reconocido como Institución Transparente</li><li>• No politizado</li><li>• Tomas sus propias decisiones</li><li>• No depende del presupuesto general de la nación.</li><li>• Apoyo de otros bancos centrales.</li></ul>	<b>Oportunidades</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Expandir sus publicaciones</li><li>• Expandir su red de bibliotecas</li><li>• Crear un museo en Antigua Guatemala</li><li>• Alianza estratégica con el Ministerio de Educación</li><li>• Trabajo en conjunto con la Superintendencia de Bancos</li><li>• Lanzar su festival de Educación económico financiera.</li></ul>
<b>Debilidades</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Presupuesto limitado</li><li>• Poco deseo de expansión</li><li>• Poca publicidad</li><li>• La población no sabe a qué se dedica un banco central</li><li>• Autoridades que no conocen mucho de tecnología</li><li>• Copiar ejemplos de otros bancos centrales.</li><li>• Muy tradicionalista</li></ul>	<b>Amenazas</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Muchos detractores</li><li>• Que se politice</li><li>• Mala inversión de las Reservas Monetarias Internacionales</li><li>• Verse visto en escandalo</li><li>• Malas decisiones de las autoridades</li><li>• Malos comentarios de la prensa.</li></ul>



## 4.22 Organigrama





*[www.banguat.gob.gt](http://www.banguat.gob.gt)*

## **Capítulo V: Definición del Grupo Objetivo**

## Capítulo V: Definición del Grupo Objetivo

---

### **Introducción:**

El grupo objetivo establecido por el Banco de Guatemala, comprende a personas de un nivel-socio económico A, B, C y C+, quienes poseen un nivel de educación primaria, básica, y superior, y comprenden hombres y mujeres entre 20 a 40 años de edad.

### **5.1 Perfil Geográfico**

Guatemala, país situado en América Central, posee una superficie de 108,889 kms.<sup>2</sup>, que cuenta con una variedad climática, y una densidad en población de hab. / km<sup>2</sup> según el INE (Instituto Nacional de Estadística) y una población aproximadamente 15 millones de habitantes, comprendida entre hombres y mujeres. El departamento de Guatemala, Ciudad Capital, cuenta con una población de un poco más de 3 millones de habitantes.

### **5.2 Perfil Demográfico**

\* Ver tabla de Niveles Socio Económicos de Multivex 2015 en el *Anexo C*

### **5.3 Perfil psicográfico**

El grupo objetivo responde a estudiantes y profesionales de las ciencias económicas y ciencias financieras, que se acoplan al perfil actitudinal del banco, personas con diferentes actividades que están interesados en conocer todas las estadísticas y estudios que el banco elabora.

#### **5.4 Perfil conductual:**

Las personas que buscan información en el Banco de Guatemala, responde a ciertas actitudes y aptitudes de personas que estudian en las diferentes facultades de ciencias económicas de las universidades del país, que desean información actual económica sobre las diversas actividades del mismo, que les servirá para formación profesional o en la toma de decisiones para todo lo que necesiten conocer sobre la economía nacional, para realizar futuras inversiones y negocios en el país.



[www.banguat.gob.gt](http://www.banguat.gob.gt)

## **Capítulo VI: Marco Teórico**

## Capítulo VI: Marco Teórico

---

### 6.1 Conceptos relacionados al producto o servicio

#### 6.1.1 Institución:

Habitualmente se entiende por institución cualquier organismo o grupo social que, con unos determinados medios, persigue la realización de unos fines o propósitos. Sin embargo, dentro de la literatura económica, se utiliza el concepto "institución" como algo más genérico: la forma en que se relacionan los seres humanos de una determinada sociedad o colectivo, buscando el mayor beneficio para el grupo. Son los usos, hábitos, costumbres o normas por los que se rigen las relaciones sociales y económicas entre los miembros del grupo. El beneficio de la institución es mayor cuanto más eficiencia genere en la economía y más minimice los costes de transacción y de información. Eso será más posible cuanto más experiencia posean los agentes que participen de dicha institución, más sencillas sean las reglas y menor sea el número de individuos que las tienen que ejecutar.



Fuente: <http://www.juancarlosescotet.com/Etiqueta/banesco/>

### **6.1.2 Banco Central:**

Es la institución que emite y administra la moneda legal y ejerce la función de banquero de bancos. Además, controla los sistemas monetario (el dinero), crediticio (las tasas de interés) y cambiario (la tasa de cambio) del país. Son sus principales funciones:

- Actuar como banco del Estado.
- Controlar la emisión de moneda.
- Recibir consignaciones y otorgar préstamos a los bancos comerciales y al Gobierno.
- Manejar la política monetaria (control de la inflación) y financiera del país.
- Efectuar las transferencias de divisas con los demás países del mundo, entre otras funciones.

Ejemplos: Reserva Federal de los Estados Unidos, Banco de Guatemala, Banco de México, Banco de la República de Colombia.



Fuente: [www.prensalibre.com](http://www.prensalibre.com)

### **6.1.3 Banco de Guatemala:**

El Banco de Guatemala (BANGUAT) es el banco central de la República de Guatemala. Es una entidad estatal autónoma con patrimonio propio capaz de adquirir derechos y contraer obligaciones; actúa como el encargado de centralizar los fondos de las instituciones financieras que conforman el sistema financiero nacional (incluye el sistema bancario nacional), también es el emisor de la moneda nacional denominada Quetzal y contribuye a la creación y mantenimiento de las mejores condiciones para el desarrollo de la economía nacional. Éste órgano se rige por el artículo 132 de la Constitución y su Ley Orgánica.

La máxima autoridad del Banco de Guatemala es la Junta Monetaria. El actual Presidente del Banco de Guatemala es el Lic. Julio Roberto Suárez Guerra y el actual Vicepresidente del Banco de Guatemala es el Lic. Sergio Recinos Rivera. El Presidente del Banco de Guatemala también lo es de la Junta Monetaria y el Vicepresidente es el suplente del mismo.



Fuente: Archivo fotográfico del Banco de Guatemala



#### **6.1.4 Ley Orgánica:**

Una Ley Orgánica es aquella que se requiere constitucionalmente para regular ciertas materias. Se oponen o distinguen de la ley ordinaria a nivel de competencias. Habitualmente para la aprobación de leyes orgánicas son necesarios requisitos extraordinarios como por ejemplo, mayoría absoluta o cualificada.

En los países en donde existe este escalón intermedio entre la Leyes ordinarias o comunes y la Constitución, es normal que se limite la aplicación de las leyes orgánicas a una serie de materias concretas (a este también se le denomina "reserva de Ley orgánica"). El fundamento de esta limitación es doble:

Obligar a la regulación con amplia mayoría parlamentaria de ciertas materias muy sensibles.

Evitar esa regulación, que es mucho más difícil de modificar, en otro tipo de materias más cambiantes y que necesitan de mayor flexibilidad en su regulación.

En Derecho comparado, el antecedente jurídico más inmediato de las leyes orgánicas se encuentra en el Derecho francés, en particular en la Constitución francesa de 1958, que estableció un escalón intermedio entre la norma constitucional y las leyes ordinarias.

#### **6.1.5 Ley Monetaria de Guatemala:**

La Ley Monetaria (documento) es el conjunto de leyes que rigen la moneda nacional de Guatemala y todas sus características, de acuerdo al Decreto 17-2002 del Congreso de la República de Guatemala.

Estas características de la moneda nacional son su convertibilidad, movilidad de capitales, reservas monetarias internacionales y especies monetarias.

#### **6.1.6 Ley de Bancos y Grupos Financieros:**

La Ley de Bancos y Grupos Financieros (documento) es el conjunto de leyes que tienen por objeto regular lo relativo a la creación, organización, fusión, actividades, operaciones, funcionamiento, suspensión de operaciones y liquidación de bancos y grupos financieros, así como al establecimiento y clausura de sucursales y de oficinas de representación de bancos extranjeros, de acuerdo al Decreto 19-2002 del Congreso de la República de Guatemala.

#### **6.1.7 Ley de Supervisión Financiera:**

La Ley de Supervisión Financiera es el conjunto de leyes que rigen a la Superintendencia de Bancos, de acuerdo al Decreto 18-2002 del Congreso de la República de Guatemala. La Superintendencia de Bancos es un órgano de Banca Central, organizado conforme a esta ley, eminentemente técnico, que actúa bajo la dirección general de la Junta Monetaria y ejerce la vigilancia e inspección del Banco de Guatemala, bancos, sociedades financieras, instituciones de crédito, entidades afianzadoras, de seguros, almacenes generales de depósito, casas de cambio, grupos financieros y empresas controladoras de grupos financieros y las demás entidades que otras leyes dispongan.

### **6.1.8 Moneda:**

La moneda es una pieza de un material resistente, de peso y composición uniforme, normalmente de metal acuñado en forma de disco y con los distintivos elegidos por la autoridad emisora, que se emplea como medida de cambio (dinero) por su valor legal o intrínseco y como unidad de cuenta.

También se llama moneda a la divisa de curso legal de un Estado. Su nombre en lenguas romances proviene del latín “moneta”, debido a que la casa en donde se acuñaban en Roma estaba anexa al templo de Juno Moneta diosa de la Memoria, encontrándose esta actividad bajo su protección. La ciencia que estudia las monedas físicas, metálicas, se denomina numismática.

Al lugar donde se realiza la acuñación de monedas se le conoce con el nombre de "ceca" o "Casa de Moneda". El nombre proviene de una voz del árabe clásico (sikkah), que significa troquel. Por extensión, también se denomina moneda al billete o papel de curso legal.



Fuente: [www.banguat.gob.gt](http://www.banguat.gob.gt)

### **6.1.9 El Quetzal:**

El quetzal es la actual unidad monetaria de uso legal en Guatemala, fue creada durante el gobierno del presidente José María Orellana en 1925, año en que sustituyó al peso guatemalteco. El quetzal se divide en 100 centavos.

De acuerdo a la Ley Monetaria y de Conversión de ese año, el Banco Central de Guatemala era el único con potestad de emitir moneda, y en 1925 se acuñaron las monedas de 1 Quetzal,  $\frac{1}{2}$  Quetzal,  $\frac{1}{4}$  de Quetzal, diez centavos, y cinco centavos en plata, así como monedas de un centavo en aleación de cobre. En 1926 también se emitieron monedas de 20, 10 y 5 Quetzales acuñadas a base de oro. En 1932 se introdujo en el numerario dos nuevas denominaciones, de  $\frac{1}{2}$  centavo y 2 centavos cuya aleación fue de cobre y cinc.

El 15 de junio de 1946, se suscribe un acuerdo entre el Banco Central de Guatemala y el Gobierno de la República, por el cual el primero cesaría en sus derechos relacionados con la emisión de billetes y acuñación de moneda. A partir de ahí, el derecho de emisión sería ejercido por el Estado por intermedio del Banco de Guatemala, el cual debió asumir el pasivo correspondiente a los billetes en circulación y a los depósitos constituidos en el Banco Central de Guatemala.

El 15 de septiembre de 1948, el Banco de Guatemala emite sus primeros billetes propios en denominaciones de 50 centavos de Quetzal, 1, 5, 10, 20, y por primera vez 100 Quetzales. También continúa con la acuñación de monedas en valores de 25, 10, 5 y 1 centavo de Quetzal.

En 1964, bajo el mandato del coronel Enrique Peralta Azurdia se acuñó denominaciones en billetes de 50 centavos de Quetzal, 1, 5, 10, 20, 50, 100, 500 y 1000 Quetzales.

El 1997 se emitió el Decreto No. 139-96 del Congreso de la República, que contiene la nueva Ley de Especies Monetarias. En este decreto se regularon las nuevas características de las especies monetarias, y se incluyó la posibilidad de emitir billetes de 200 Quetzales.

La última modificación, en las características de las especies monetarias, fue establecida mediante el Decreto Número 92-98 del Congreso de la República de Guatemala, el cual reformó el diseño del reverso de la moneda de un Quetzal, en ocasión de la firma de los Acuerdo de Paz suscritos en 1996 entre el Gobierno de la República y la Unidad Revolucionaria Nacional Guatemalteca.

El Banco de Guatemala es el organismo económico responsable de la emisión de moneda. En la actualidad, circulan monedas de 1, 5, 10, 25 y 50 centavos de quetzal, y de 1 quetzal. Por lo que se refiere a papel moneda, circulan billetes de 1, 5, 10, 20, 50,100 y 200 quetzales.



Fuente: [www.lifeinplastik.blogspot.com](http://www.lifeinplastik.blogspot.com)

#### **6.1.10 Junta Monetaria:**

La Junta Monetaria (JM) es la autoridad máxima del Banco de Guatemala. Sus funciones son determinadas por la Constitución y la Ley Orgánica del Banco de Guatemala, así como, tendrá a su cargo la determinación de la política monetaria, cambiaria y crediticia del país y velará por la liquidez y solvencia del sistema bancario nacional, asegurando la estabilidad y el fortalecimiento del ahorro nacional.

Los actos y decisiones de la Junta Monetaria, están sujetos a los recursos administrativos y al de lo contencioso-administrativo y de casación.

La Finalidad de la Junta Monetaria es garantizar la estabilidad monetaria, cambiaria y crediticia del país. La Junta Monetaria no podrá autorizar que el Banco de Guatemala otorgue financiamiento directo o indirecto; garantía o aval al Estado, a sus entidades descentralizadas o autónomas ni a las entidades privadas no bancarias.

Con ese mismo fin, el Banco de Guatemala no podrá adquirir los valores que emitan o negocien en el mercado primario dichas entidades. Se exceptúa de estas prohibiciones el financiamiento que pueda concederse en casos de catástrofes o desastres públicos, siempre y cuando el mismo sea aprobado por las dos terceras partes del número total de diputados que integran el Congreso a solicitud del Presidente de la República de Guatemala.

Según el artículo 132 de la Constitución y artículo 13 de la Ley Orgánica del Banco de Guatemala, establecen que la Junta Monetaria se integra con los siguientes miembros:

- a. El Presidente, quien también lo será del Banco de Guatemala, nombrado por el Presidente de la República y por un período establecido en la Ley;
- b. Los Ministros de Finanzas Públicas, Economía y Agricultura, Ganadería y Alimentación;
- c. Un Miembro electo por el Congreso de la República de Guatemala;
- d. Un Miembro electo por las Asociaciones Empresariales de Comercio, Industria y Agricultura;
- e. Un Miembro electo por los Presidentes de los Consejos de Administración o Juntas Directivas de los Bancos Privados Nacionales; y
- f. Un Miembro electo por el Consejo Superior de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Estos tres últimos miembros durarán en sus funciones un año.

#### **6.1.11 Inflación:**

La inflación, en economía, es el incremento generalizado y sostenido de los precios de bienes y servicios con relación a una moneda durante un período de tiempo determinado, asociado a una economía en la que exista la propiedad privada.

En teoría, los estados socialistas no deberían sufrir de inflación, pues el estado controla todos los procesos económicos, pero la importación y exportación alteran esta realidad. Cuando el nivel general de precios sube, cada unidad de moneda alcanza para comprar

menos bienes y servicios. Es decir que la inflación refleja la disminución del poder adquisitivo de la moneda: una pérdida del valor real del medio interno de intercambio y unidad de medida de una economía. Una medida frecuente de la inflación es el índice de precios, que corresponde al porcentaje anualizado de la variación general de precios en el tiempo (el más común es el índice de precios al consumo).

Los efectos de la inflación en una economía son diversos, y pueden ser tanto positivos como negativos. Los efectos negativos de la inflación incluyen la disminución del valor real de la moneda a través del tiempo, el desaliento del ahorro y de la inversión debido a la incertidumbre sobre el valor futuro del dinero, y la escasez de bienes. Los efectos positivos incluyen la posibilidad de los bancos centrales de los estados de ajustar las tasas de interés nominal con el propósito de mitigar una recesión y de fomentar la inversión en proyectos de capital no monetarios.

Entre las corrientes económicas más aceptadas existe generalmente consenso en que las tasas de inflación muy elevadas y la hiperinflación son causadas por un crecimiento excesivo de la oferta de dinero. Las opiniones sobre los factores que determinan tasas bajas a moderadas de inflación son más variadas. La inflación baja o moderada puede atribuirse a las fluctuaciones de la demanda de bienes y servicios, o a cambios en los costos y suministros disponibles (materias primas, energía, salarios, etc.), tanto así como al crecimiento de la oferta monetaria. Sin embargo, existe consenso que un largo período de inflación sostenida es causado cuando la emisión de dinero crece a mayor velocidad que la tasa de crecimiento económico.



Hoy en día, la mayoría de las corrientes económicas están a favor de una tasa pequeña y estable de inflación. Una inflación pequeña (en vez de nula o negativa) puede reducir la severidad de las recesiones económicas al permitir que el mercado laboral pueda adaptarse más rápidamente en una crisis, y reducir el riesgo de que una trampa de liquidez impida una política monetaria de estabilización de la economía. La tarea de mantener la tasa de inflación baja y estable se asigna generalmente a las autoridades monetarias de cada país. En general, estas autoridades monetarias son los bancos centrales, que controlan el tamaño de la emisión monetaria mediante la fijación de las tasas de interés, a través de transacciones en el mercado de divisas, y mediante la creación de la banca de reservas.

Al índice negativo en la tasa de inflación (una baja generalizada de los precios) se lo denomina deflación.

#### **6.1.12 Macroeconomía:**

La macroeconomía es la parte de la teoría económica que se encarga del estudio general de la economía, mediante el análisis de las variables económicas agregadas como el monto total de bienes y servicios producidos, el total de los ingresos, el nivel de empleo, de recursos productivos, la balanza de pagos, el tipo de cambio y el comportamiento general de los precios. La macroeconomía puede ser utilizada para analizar cuál es la mejor manera de influir en objetivos políticos como por ejemplo hacer crecer la economía, conseguir la estabilidad de precios, fomentar el empleo y la obtención de una balanza de pagos sostenible y equilibrada.

La macroeconomía por ejemplo, se centra en los fenómenos que afectan las variables indicadoras del nivel de vida de una sociedad. Además objetiza más al analizar la situación económica de un país propio en el que vive, lo que permite entender los fenómenos que intervienen en ella. En contraposición, la microeconomía estudia el comportamiento económico de agentes individuales, como consumidores, empresas, trabajadores e inversores.

El término macro- proviene del griego makros que significa grande, e inicialmente el sentido de los términos macroeconomía y microeconomía pretendía guardar cierto paralelismo a la distinción física entre nivel macroscópico y nivel microscópico de estudio. En el primero importaría las propiedades emergentes asociadas a miles o millones de componentes autónomos en interacción, mientras que en el nivel "micro" se trataría de describir el comportamiento de los componentes autónomos bajo las acciones a las que estaban sometidos. Sin embargo, en el uso moderno la macroeconomía y la microeconomía, no son términos paralelos de los términos macroscópico y microscópico.

El enfoque microscópico se centraba en la conducta de los agentes económicos y en los resultados previsibles de sus acciones bajo ciertos estímulos, bajo cierta hipótesis de comportamiento. Sin embargo, para una economía compleja formada por miles o millones de agentes, al igual que sucedía con la física de sistemas de millones de partículas, el enfoque "micro" es inviable. Por eso se buscó un enfoque "macro" en que se hacía abstracción de un buen número de magnitudes y hechos relacionados con los agentes económicos, y se trataban de buscar equilibrios de variables agregadas. Así el enfoque

macro se concentraba en niveles de renta, tipos de interés, ahorro, consumo y gasto totales debidos a todos los agentes. La conducta agregada se modelizaba por funciones hipotéticas que se supone describen el comportamiento cualitativo aproximado de ciertas relaciones entre las macro variables.

Al comienzo de la década de 1950 los macroeconomistas desarrollaron modelos micro-basados en el comportamiento macroeconómico (tal como la función del consumo). El economista holandés Jan Tinbergen desarrolló el primer modelo macroeconómico comprensivo a nivel nacional, el cual desarrolló primero para Holanda y luego aplicó en los Estados Unidos y el Reino Unido después de la Segunda Guerra Mundial. El primer proyecto mundial de modelo económico, el Wharton Econometric Forecasting Associates LINK (asociados Wharton para la predicción econométrica) fue iniciado por Lawrence Klein y fue mencionado en su llamado por el Premio de ciencias económicas en memoria de Alfred Nobel del banco de Suecia en 1980.

#### **6.1.13 Reservas Monetarias Internacionales:**

Las Reservas Internacionales básicamente consisten en depósitos de moneda extranjera controlados por los bancos centrales y otras autoridades monetarias. Estos activos se componen de diversas monedas de reserva, especialmente de Dólares y Euros.

La reserva internacional funciona, como indicador económico, mostrando los recursos de que dispone un país para hacer compras en el extranjero, transacciones en las cuales sólo son aceptables divisas fuertes como medio de pago. Estos activos son usados por los bancos

centrales para dar apoyo a los pasivos, por este motivo, la reserva internacional es un indicador acerca de la capacidad del país para financiar sus importaciones, a la moneda local emitida, o a las reservas depositadas por los bancos privados, por el gobierno o por instituciones financieras. Adicionalmente existen otros tipos de activos, especialmente los formados por las reservas de oro y los Derechos Especiales de Giro o DEG.

## **6.2 Conceptos relacionados a la Comunicación**

### **6.2.1 Comunicación:**

La comunicación es "la transmisión verbal o no verbal de información entre alguien que quiere expresar una idea y quien espera captarla o se espera que la capte"

Para María del Socorro Fonseca, comunicar es "llegar a compartir algo de nosotros mismos. Es una cualidad racional y emocional específica del hombre que surge de la necesidad de ponerse en contacto con los demás, intercambiando ideas que adquieren sentido o significación de acuerdo con experiencias previas comunes" del libro: "Comunicación Oral Fundamentos y Practica Estratégica", primera edición, de Fonseca Yerena, María del Socorro, Pearson Educación, México, 2000, Pág. 4.

La comunicación es el proceso mediante el cual se puede transmitir información de una entidad a otra. Los procesos de comunicación son interacciones mediadas por signos entre al menos dos agentes que comparten un mismo repertorio de signos y tienen reglas semióticas comunes. Tradicionalmente, la comunicación se ha definido como "el intercambio de sentimientos, opiniones, o cualquier otro tipo de información mediante habla, escritura u otro tipo de señales". Todas las formas de comunicación requieren un emisor, un mensaje y un receptor destinado, pero el receptor no necesita estar presente ni consciente del intento comunicativo por parte del emisor para que el acto de comunicación se realice. En el proceso comunicativo, la información es incluida por el emisor en un

paquete y canalizada hacia el receptor a través del medio. Una vez recibido, el receptor decodifica el mensaje y proporciona una respuesta.

#### **6.2.1.1 Comunicación Visual:**

Es aquella por lo regular se transmite mediante imágenes a través de la televisión, carteles, espectaculares en la calle, fotografías, periódicos, revistas, volantes, etc. Así como en el Internet en los sitios web que ocupan de vídeos y fotografías para transmitir información mediante ese tipo de comunicación.

Así como la recreación de la comunicación visual mediante teatros con personajes o bien los mimos, señas con el rostro o manos, gestos.

#### **6.2.1.2 Comunicación auditiva:**

Este tipos de comunicación, la percibimos sin desearlo en algunas ocasiones con los carritos que perifonean en las calles en diversos horarios y no hay control para bajar el volumen, donde transmiten un mensaje por los altoparlantes o bocinas. Otro ejemplo de comunicación auditiva es el que recibimos mediante la radio, la televisión, en auditorios con el apoyo de bocinas, así como durante las clases en la escuela cuando el maestro explica determinado tema. También mediante los teléfonos celulares es otro medio de comunicación auditivo. Computadoras o tablets. La ejecución de un instrumento musical o varios, también es otra forma de comunicación. Así como los sonidos que emiten los animales, el aire, nos indican siempre algo. Las alarmas.

### **6.2.1.3 Comunicación Corporal:**

En los animales se le conoce como comunicación kinésica, debido a que por ejemplo:

“Un gato percibe la presencia de un perro, inmediatamente el gato se encorva y sus pelos se paran, aunque realmente está asustado, su comunicación corporal pretende demostrar que es agresivo y que está preparado para el ataque, tratando así de persuadir al perro como probable atacante“.

En los seres humanos funciona casi parecido, por ejemplo:

Dentro de los tipos de comunicación corporal, está la mirada y el movimiento de manos.

“Si una mujer desea llamar la atención de alguien más suele cambiar su mirada, sus manos se mueven de tal manera que las utiliza para mordisquear la uña, tratando de ser sexi y coqueta”. Ese acto que realiza está mandando un mensaje a la otra persona que le “agrada o gusta y desea que se le acerque”.

### **6.2.1.4 Comunicación verbal u oral:**

Se realiza de dos maneras hablada o por escrito, por lo que el emisor y el receptor para entenderse deben dominar el mismo idioma o dialecto, así como el tipo de escritura.

### **6.2.1.5 Comunicación Masiva:**

La comunicación social es la aplicación de los principios de las técnicas de la información, sociológicas, políticas y económicas para la difusión de datos, vertebrados y estructurados, sistematizados y “estetizados”, dirigidos a grandes conglomerados. En otras palabras, implica el manejo de información orientada a numerosos sectores de la población, a la nación misma y a los habitantes de otros territorios, es decir, a la sociedad en general.

Es difundida por los medios de comunicación masiva (“mass media”), que son aquellos que se envían por un emisor y se reciben de manera idéntica por varios grupos de receptores, teniendo así una gran audiencia; el mundo los conoce y reconoce como la televisión, la radio, el periódico, entre otros.

Los medios masivos son utilizados en la publicidad, la mercadotecnia, la propaganda y muchas formas más de comunicación. Su principal objetivo es reducir el tiempo invertido en la comunicación, enviando un solo mensaje a toda la sociedad, si bien los mensajes tienen un público deseado, no quiere decir que este público será el único que lo reciba, añadiendo así más audiencia al mensaje.

La principal finalidad de los medios masivos es informar, formar y entretener, es por ello que dentro de los mismos medios existen diferentes tipos, para distintas finalidades

Los medios de comunicación masiva están clasificados de la siguiente forma:



- Prensa: revista, magazine, periódico.
- Radio.
- Televisión
- Internet.

En la comunicación de masas intervienen los elementos en el proceso de comunicación: emisor-mensaje-canal-retroalimentación y ruido. Su diferencia con la comunicación artificial como canal transmisor del mensaje. El proceso de comunicación masiva define y ubica los roles categóricos del comunicador y del receptor; reduce o elimina a dimensión de las relaciones interpersonales en el proceso de comunicación y tiende a separar a los individuos de su entorno sociocultural tradicional. El emisor o fuente en el proceso de comunicación masiva suele estar bien identificado, ya que es posible conocer a quien emite, codifica o envía el mensaje; en cambio, el receptor o audiencia, según la teoría clásica, es anónimo, heterogéneo, disperso geográficamente y pasivo, ya que no tiene capacidad de retroalimentación o es muy ilimitada.

Los medios de comunicación masiva (periódicos, revistas, noticieros de radio y televisión, sitios web), son instrumentos fundamentales de diseminación de información, de educación y de cambios en las culturas y prácticas sociales de cualquier país o nación. Su función es sumamente delicada y sus alcances y consecuencias pueden ser el principio de un cambio positivo o el escollo para un avance.

En el ámbito de la comunicación masiva podemos distinguir dos modelos básicos: el que pone su énfasis en el emisor (unidireccional) y el que propugna por una relación dialéctica entre emisor y receptor de tal manera que ambos pueden ser alternativamente emisores y receptores (bidireccional).

#### **6.2.1.6 Comunicación Intercultural:**

La comunicación intercultural es la habilidad de una persona o empresa de poder moverse entre distintas culturas y evitar errores fatales por choques culturales con clientes, colaboradores y proveedores extranjeros. Se afirma que, "anualmente se pierden billones de dólares en negocios no concluidos, como resultado de malentendidos causados por diferencias culturales. Saber cómo detectar las diferencias culturales entre usted y su interlocutor extranjero, es la mejor forma para tener una ventaja competitiva importante en este mundo globalizado".

Por la palabra cultura se entenderá aquí valores, patrones de conducta comunicativa, creencias, instituciones, capacidad para crear bienes culturales típicos, etc., de un pueblo, una etnia, una comunidad, una organización o un grupo. Los procesos comunicativos entre personas de culturas diferentes, se llaman globalmente comunicación intercultural.

En la comunicación intercultural, los participantes perciben a su contraparte como "foráneo"; es decir, entran en juego códigos comunicativos, valores, costumbres, actitudes de agrado, preocupación, extrañeza, frustración, defensa, inseguridad, etc., de culturas diferentes. También se puede mencionar que los participantes perciben a su contraparte

como foráneo; es decir, entran en juego códigos comunicativos, valores, costumbres, actitudes de grado, preocupación, extrañeza, frustración, defensa, inseguridad, etc. de culturas diferentes.

## **6.2.2 Conceptos relacionados al diseño**

### **6.2.2.1 Diseño Gráfico:**

Diseño Gráfico es una disciplina aplicada que ofrece soluciones visuales a problemas específicos en diversos campos como el editorial, los periódicos, la fotografía, la ilustración, el diseño corporativo, la tipografía, la publicidad y el diseño visual digital, la comunicación y la estética en los mensajes visuales.

Es una profesión cuya actividad es la acción de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales, producidas en general por medios industriales y destinados a transmitir mensajes específicos a grupos sociales determinados.

Esta es la actividad que posibilita comunicar gráficamente ideas, hechos y valores procesados y sintetizados en términos de forma y comunicación, factores sociales, culturales, económicos, estéticos y tecnológicos. También se conoce con el nombre de “diseño en comunicación visual”, debido a que algunos asocian la palabra gráfico únicamente a la industria gráfica, y entienden que los mensajes visuales se canalizan a través de muchos medios de comunicación, y no solo los impresos.

### **6.2.2.2 Color:**

El color es una percepción visual que se genera en el cerebro al interpretar las señales nerviosas que le envían los foto receptores de la retina del ojo y que a su vez interpretan y distinguen las distintas longitudes de onda que captan de la parte visible del espectro electromagnético.

Es un fenómeno físico-químico asociado a las innumerables combinaciones de la luz, relacionado con las diferentes longitudes de onda en la zona visible del espectro electromagnético, que perciben los humanos y otros animales a través de los órganos de la visión, como una sensación que nos permite diferenciar los objetos con mayor precisión.

El color participa de manera medular y una vez definido en anteriores ocasiones desde el punto de vista físico, nos resta analizar sus cualidades incidentales en la comunicación gráfica y validarlo como una herramienta mercadológica de gran escala. El color tiene un significado fácilmente reconocible cuando se encuentra asociado con imágenes familiares como señales, o se encuentra aplicado en figuras simples; lo contrario ocurre y hasta su significado puede cambiar al encontrarse en un entorno complicado. El color también se encuentra asociado a los símbolos como en la heráldica, la vestimenta o el arte. No obstante puede cambiar de acuerdo al medio sociocultural en que se aplique. Permeados de toda influencia se encuentran colores universales que poseen el mismo significado sin importar las circunstancias. Por ejemplo y según los estudios de psicopercepción, el amarillo es el color del sol y asociado con la luz, el brillo, así como la atracción y la fuerza y por lo tanto es cálido.

### **6.2.2.3 Colores CMYY y RGB:**

A través de los ojos, los seres humanos somos capaces de distinguir distintas amplitudes de onda en la luz que nos llega, lo que forma los colores. Dependiendo de la intensidad de las distintas amplitudes, obtenemos una amplia variedad de colores. El color blanco resulta de la mezcla del resto de colores a su máxima intensidad, y la ausencia de color la percibimos como negro.

A la hora de intentar reproducir los colores partimos de tres colores primarios, los cuales, mezclados a distintas intensidades, proporcionan toda la paleta de colores que conocemos. Pero esto no se realiza igual si pretendemos crear una fuente de luz con un color determinado, como el monitor de ordenador, o un objeto que refleje la luz y se vea de uno u otro color, como la tinta impresa.

### **6.2.2.4 Colores aditivos:**

Los dispositivos, como monitores, televisores, teléfonos móviles, pantallas en cámaras digitales, etc. tienen una fuente de luz propia. Pensemos en cada uno de los píxeles de la pantalla de un monitor. Cada píxel está dividido en tres subpíxeles con los colores aditivos primarios: rojo, verde y azul.

Para obtener el resto de colores, basta con mezclar un haz de color de uno de estos colores, y un haz de cada uno de los otros colores primarios, a distintas intensidades. Por eso se denomina colores aditivos: la suma de ellos produce el color final.

Para poder definir cada uno de los colores resultantes, se usa principalmente el modelo de color RGB (*del ingles red, green, blue; rojo, verde, azul*). Este modelo da indica la proporción de cada color que aparece en la mezcla, partiendo de 0 cuando no aparece.

Normalmente, se utiliza un byte para definir cada uno de los colores primarios, lo que nos da más de 16 millones de combinaciones. Así podemos representar un color con un valor que indique la intensidad de cada primario, en forma porcentual (97%, 94%, 89%) con valores entre 0% y 100%, decimal (247, 240, 226) con valores entre 0 y 255, como se utiliza principalmente en Illustrator, o en formato hexadecimal (#F7F0E2, cada letra corresponde al un número a partir de 9: A=10, B=11... F=15) con valores entre 00 y FF, como se utiliza en la normalmete web. Esto nos permite definir los principales colores como vemos en esta tabla:

Rojo	R:255, G:0, B:0	Magenta	R:255, G:0, B:255
Verde	R:0, G:255, B:255	Amarillo	R:255, G:255, B:0
Azul	R:0, G:0, B:255	Cyan	R:0, G:255, B:255

El blanco puro se obtiene al mezclar todos los colores con intensidad máxima (R:255, G:255, B:255 o #FFFFFF), y el negro puro es la ausencia de todos ellos (R:0, G:0, B:0 o #000000). Cuando los tres colores tienen la misma intensidad (colores neutros), obtenemos grises, y si variamos la intensidad de la mezcla, pero manteniendo la proporcionalidad entre los tres colores, obtenemos distintos tonos de un color.

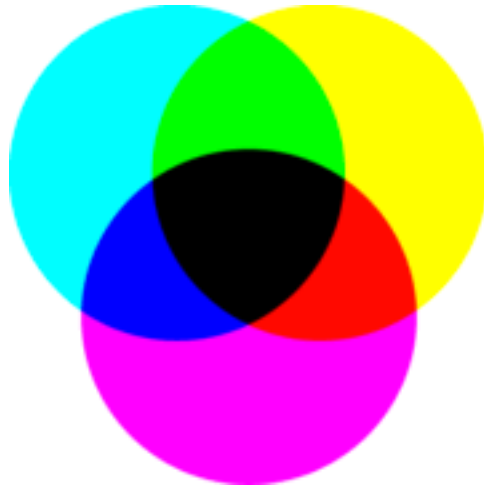
Pero **no todos los colores se representan igual en todos los dispositivos**. Cada dispositivo trabaja en un espacio de color, una variante del RGB. Es decir, aunque en todos los dispositivos se define el amarillo con las mismas intensidades, el mismo amarillo no se verá igual en todos ellos. Al abanico de colores que se pueden representar en un espacio de color se le llama gama.

#### **6.2.2.5 Colores sustractivos:**

Cuando queremos dar color a un objeto sin luz propia, usamos tintas o pinturas. Se trata de sustancias diseñadas para que absorban todos los colores excepto el que queramos ver, que es reflejado y llega a nuestros ojos. Es decir, un objeto es rojo porque absorbe toda la luz que le llega, excepto la roja, que es reflejada hacia nosotros.

Normalmente partimos de un fondo blanco que refleja todos los colores. Al pintar de un color, vamos eliminando o sustrayendo el reflejo del resto de colores, dejando sólo el que queremos que se vea. Por lo que a este sistema se le denomina mezcla sustractiva de colores. En este caso, para conseguir el negro deberíamos de quitar todos los reflejos.

Los colores primarios sustractivos son el cyan, magenta y amarillo. Si recuerdas los colores primarios de RGB, verás que estos son los opuestos. Por ejemplo, el cyan es el opuesto del rojo, ya que se obtiene de mezclar el verde y azul al máximo, y el rojo a 0, por lo que al aplicarlo, es el único color que absorbe.



Para representar los colores sustractivos, se utiliza el modelo CMYK, cyan, magenta, yellow y key (el negro, color clave). Aunque el negro se puede obtener combinando el resto, se ha añadido para obtener un mejor resultado en impresoras, un negro más puro, y ahorrar tinta. Con este sistema, representamos cada color como cuatro cifras porcentuales, comprendidas entre 0% y 100%.

En el sistema CMYK, los colores más claros y cercanos al blanco tienen valores más bajos, y requieren de menos tinta.

#### **6.2.2.6 Diagramación:**

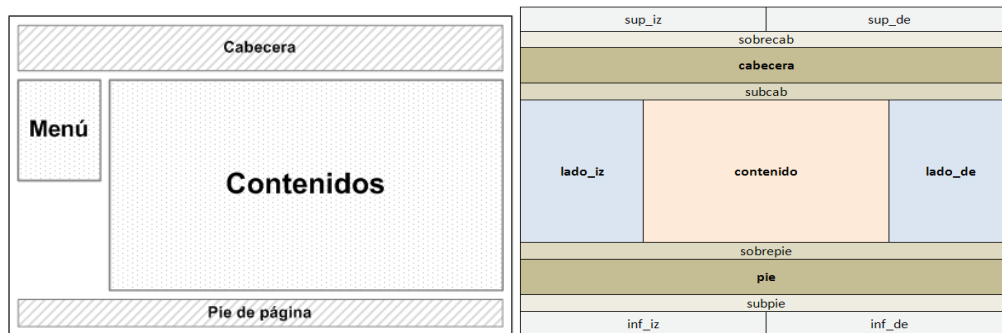
Se encarga de organizar en un espacio, contenidos escritos, visuales y en algunos casos audiovisuales (multimedia) en medios impresos y electrónicos, como libros, diarios y revistas.



Estrictamente, el acto de maquetar o diagramar tan solo se relaciona con la distribución de los elementos en un espacio determinado de la página, mientras que el diseño editorial incluye fases más amplias del proceso, desde el proyecto gráfico, hasta los procesos de producción denominados pre-prensa (preparación para impresión), prensa (impresión) y post-prensa (acabados). Sin embargo, usualmente todo el aspecto gráfico de la actividad editorial y periodística se conoce por el término maquetación.

Ejemplos:

Maquetación web



### 6.2.2.7 Imagen:

El diccionario de la Real Academia Española en su vigésima segunda edición, extraído desde [www.rae.es/](http://www.rae.es/) define “imagen” como:

1. Figura, representación, semejanza y apariencia de algo.

2. Ópt. Reproducción de la figura de un objeto por la combinación de los rayos de luz que proceden de él.

Del latín imago. "imagen", Una imagen es una representación visual que manifiesta la apariencia visual de un objeto real o imaginario. Aunque el término suele entenderse como sinónimo de representación visual, también se aplica como extensión para otros tipos de percepción, como imágenes auditivas, olfativas, táctiles, sinestésicas, etcétera. Las imágenes que la persona vive interiormente son denominadas imágenes mentales, mientras que se designan como imágenes creadas (o bien como imágenes reproducidas, según el caso) las que representan visualmente un objeto mediante técnicas diferentes: diseño, pintura, fotografía, vídeo, etc.

#### **6.2.2.8 Web:**

Según el diccionario de la Real Academia Española en su vigésima segunda edición, extraído desde [www.rae.es/](http://www.rae.es/) define la web como "red informática".

Es un sistema de distribución de información basado en hipertexto o hipermedios enlazados y accesibles a través de Internet.

Con un navegador web, un usuario visualiza sitios web compuestos de páginas web que pueden contener texto, imágenes, videos u otros contenidos multimedia, y navega a través de ellas usando hiperenlaces.

De acuerdo al sitio [www.maestrosdelaweb.com](http://www.maestrosdelaweb.com) consultado el 16 de diciembre de 2013 en su publicación ¿Qué es la Web? Publicada el 27 de octubre de 2005, la Web fue creada alrededor de 1989 por el inglés Tim Berners-Lee y el belga Robert Cailliau mientras trabajaban en el CERN en Ginebra, Suiza, y publicada en 1992. Desde entonces, Berners-Lee ha jugado un papel activo guiando el desarrollo de estándares Web (como los lenguajes de marcado con los que se crean las páginas web), y en los últimos años ha abogado por su visión de una Web semántica.

La World Wide Web es una colección de documentos electrónicos que están vinculados entre sí, como una telaraña. Estos documentos están almacenados en computadoras llamadas servidores situados en todas partes del mundo. La Web ha evolucionado hasta ser un medio de publicación electrónica global, y de forma creciente, un medio que sirve de soporte al comercio electrónico.

### **Características de la Web**

- Universal

Internet está extendido prácticamente por todo el mundo. Desde cualquier país podemos ver información generada en los demás países, enviar correo, transferir archivos, comprar, etc.

- Variada

En Internet se puede encontrar casi de todo, y si hay algo útil que falte, el que se dé cuenta se hará rico.

- Fácil de usar

No es necesario saber informática para usar Internet. Podríamos decir que usar Internet es tan sencillo como pasar las hojas de un libro, sólo hay que hacer clic en las flechas avanzar y retroceder.

- Económica

Si piensas lo que te costaría ir a varias bibliotecas y revisar 100 libros, o visitar varias tiendas para buscar un producto y lo comparas con lo que te cuesta hacer lo mismo en Internet el ahorro de tiempo y dinero es impresionante.

- Útil

Disponer de mucha información y servicios rápidamente accesibles es, sin duda, algo útil. Hay muchos ejemplos sobre cosas que son más fáciles a través de Internet.

- Libre

Hoy por hoy cualquiera puede colocar en Internet información sin censura previa, esto permite expresar libremente opiniones, y decidir libremente qué uso damos a Internet. Es algo importante que permite que las personas se sientan más libres y tengan más capacidad de reacción frente a los poderes establecidos. Pero también facilita el uso negativo de la red. Por ejemplo, la creación y dispersión de virus informáticos, de conductas antisociales, etc.

- Anónima

Podemos decir que ocultar la identidad, tanto para leer como para escribir, es bastante sencillo en Internet. Esta característica está directamente relacionada con el punto anterior, ya el anonimato puede facilitar el uso libre de la red con todo lo que esto conlleva. Entendido de forma positiva en anonimato facilita la intimidad y la expresión de opiniones. Aunque también facilita la comisión de delitos.

- Autoreguladora

¿Quién decide cómo funciona Internet? Algo que tiene tanto poder como Internet y que maneja tanto dinero no tiene un dueño personal. No hay ninguna persona o país que mande en Internet. En este sentido podemos decir que Internet se autoregula o autogestiona. La mayoría de las reglas que permiten que Internet funcione han salido de la propia Internet.

- Un poco caótica

Después de lo dicho en el punto anterior parece un contrasentido decir que Internet es caótica. Es caótica en el sentido que no está ordenada ni tiene unas reglas estrictas de funcionamiento que permitan asegurar que todo funciona correctamente, fundamentalmente en el aspecto del contenido.

- Insegura

La información de Internet viaja de un lugar a otro a través de la línea telefónica. Por lo tanto es posible interceptar una comunicación y obtener la información. Esto

quiere decir que se puede leer un correo o obtener el número de una tarjeta de crédito.

- Crecimiento vertiginoso

Realmente Internet es un fenómeno que va a cambiar muchas cosas en la forma en que las personas se comunican y hacen negocios. Este cambio quizás no sea tan rápido como algunos dicen, pero puede que sea más profundo de lo que algunos piensan.

- Entre las investigaciones realizadas en el año 2003; el estudio de Nua, uno de los más específicos, habla de que Europa está a la cabeza de los continentes con 190 millones de usuarios. Asia guardaría el segundo lugar con 187 millones, mientras que Estados Unidos y Canadá obtendrían 182 millones. Con resultados significativamente distantes estarían a la cola América Latina con 33 millones, África con 6,3 millones y Oriente Medio con 5 millones de usuarios.



Fuente: <http://fathybatres.wordpress.com/>

### **6.2.2.9 URL:**

De acuerdo al sitio [www.ilatina.es/urlque-url/2-12-7-12.html](http://www.ilatina.es/urlque-url/2-12-7-12.html) consultado el 16 de diciembre de 2011. En su publicación acerca de la URL comunica que, un URL o Uniform Resource Locator (Localizador Uniforme de Recursos) es un medio estándar de identifica direcciones de internet en la Web.

Tiene dos partes, separadas por dos puntos:

- Antes de los dos puntos: especifica el método de acceso (http, ftp, mail etc.)
- Después de los dos puntos: e interpreta según el método de acceso. Suele contener direcciones y puntos de acceso a una maquina o servidor.

### **6.2.2.10 Navegador:**

[www.whatbrowser.org](http://www.whatbrowser.org), consultado el 16 de diciembre de 2013. informa que desde un navegador o navegador web (del inglés, web browser) es una aplicación que opera a través de Internet, interpreta la información de archivos y sitios web para que se pueda leerla, (ya se encuentre ésta alojada en un servidor dentro de la World Wide Web o en un servidor local).

El navegador interpreta el código, HTML generalmente, en el que está escrita la página web y lo presenta en pantalla permite al usuario interactuar con su contenido y navegar hacia otros lugares de la red mediante enlaces o hipervínculos.

La funcionalidad básica de un navegador web es permitir la visualización de documentos de texto, posiblemente con recursos multimedia incrustados. Los documentos pueden estar ubicados en la computadora en donde está el usuario, pero también pueden estar en cualquier otro dispositivo que esté conectado a la computadora del usuario o a través de Internet.

#### **6.2.2.11 Website:**

Es un lugar (localización) en la World Wide Web (www) que contiene documentos (páginas web) organizados jerárquicamente. Cada documento (página web) contiene texto y o gráficos que aparecen como información digital en la pantalla de un ordenador. Un sitio puede contener una combinación de gráficos, texto, audio, vídeo, y otros materiales dinámicos o estáticos. Un sitio web es una colección de páginas web relacionadas y comunes a un dominio de Internet o subdominio en la World Wide Web en Internet.

A las páginas de un sitio web se accede frecuentemente a través de un URL. Los sitios web son un gran espacio documental organizado que la mayoría de las veces está típicamente dedicado a algún tema particular o propósito específico. Cualquier sitio web puede contener hiperenlaces a cualquier otro sitio web.

Los sitios web pueden ser visualizados o accedidos desde un amplio abanico de dispositivos con conexión a Internet, como computadoras personales, portátiles, PDAs, y teléfonos móviles.



Un sitio web está alojado en una computadora conocida como servidor web, también llamada servidor HTTP, y estos términos también pueden referirse al software que se ejecuta en esta computadora y que recupera y entrega las páginas de un sitio web en respuesta a peticiones del usuario.

#### **6.2.2.12 Webpage (Página Web):**

Es un documento o información electrónica adaptada para la World Wide Web y que generalmente forma parte de un sitio web.

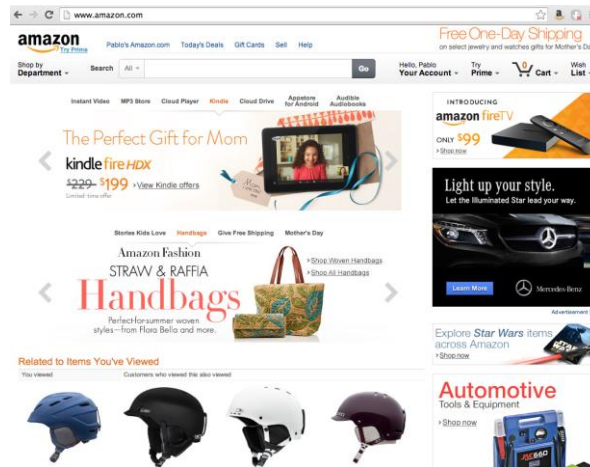
Su principal característica son los hipervínculos de una página, estos son el fundamento de la WWW.

Una página web está compuesta principalmente por información (sólo texto y/o módulos multimedia) así como por hiperenlaces; además puede contener o asociar datos de estilo para especificar cómo debe visualizarse, y también aplicaciones embebidas para así hacerla interactiva.

Las páginas web son escritas en un lenguaje de marcado que provee la capacidad de manejar e insertar hiperenlaces, generalmente HTML. El contenido de la página puede ser predeterminado («página web estática») o generado al momento de visualizarla o solicitarla a un servidor web («página web dinámica»). Las páginas dinámicas que se generan al momento de la visualización, se especifican a través de algún lenguaje interpretado, generalmente JavaScript, y la aplicación encargada de visualizar el contenido es la que

realmente debe generarlo. Las páginas dinámicas que se generan, al ser solicitadas, son creadas por una aplicación en el servidor web que alberga las mismas.

Ejemplo:



### 6.2.2.13 Página Web Estática:

Es aquella que está compuesta de una serie de archivos que contienen el código HTML que constituye la página en sí y que permiten mostrar los textos, imágenes, videos, etc que conforman el contenido de la página.

Estos archivos se almacenan en el servidor de Hosting en formato HTML junto con los archivos de imágenes (comúnmente en formato jpg, gif o png) y los videos y demás contenido del site.

Para modificar este tipo de página los archivos deben ser descargados del servidor con algún software para este fin (como los clientes FTP), editados por medio de un programa de edición de páginas web como Dreamweaver, grabado y subido nuevamente al servidor.

Este proceso de edición requiere manejar una serie de programas que se deben tener instalados en la PC y requieren de una serie de conocimientos y habilidades para el uso correcto de estos programas.

Por lo general la edición de este tipo de páginas la realizan los diseñadores y desarrolladores web dedicados a estas labores.

Este tipo de página son difíciles de manejar por el propio cliente debido a los conocimientos y programas que se requieren.

La mayoría de personas que contrata este tipo de páginas para su negocio o empresa suele modificar el contenido muy esporádicamente debido a que cada modificación requerirá de los servicios de la persona que desarrollo la web o alguna otra que se dedique a dar estos servicios, lo que implica un costo por cada modificación.

#### **6.2.2.14 Página Web Dinámica:**

El término dinámico no se refiere a movimiento como muchos pueden pensar. El término dinámico hace referencia a que la página web se construye al momento en que la página es visitada por el usuario. Es decir que el contenido de la página web no es fijo sino que se construye de acuerdo a la interacción que el usuario hace con la página. La información de este tipo de página suele estar almacenada en Bases de Datos de las cuales se extrae una parte según las selecciones o acciones llevada a cabo por la persona que visita la página

web. Para realizar este tipo de página se necesita tener conocimientos de programación y manejo de bases de datos o usar software que haga uso de estas tecnologías.

Las página web dinámicas tienen las siguientes características:

1. Gran número de posibilidades en su diseño y desarrollo.
2. El visitante puede alterar el diseño, contenidos o presentación de la página a su gusto.
3. En su realización se utilizan diversos lenguajes y técnicas de programación.
4. El proceso de actualización es sumamente sencillo, sin necesidad de entrar en el servidor.
5. Permite un gran número de funcionalidades tales como bases de datos, foros, contenido dinámico, etc.
6. Pueden realizarse íntegramente con software de libre distribución.
7. Existe una amplia comunidad de programadores que brinda apoyo desinteresado.
8. Cuenta con un gran número de soluciones prediseñadas de libre disposición.

En definitiva, el concepto de página Web dinámica se ha impuesto en el mundo del diseño y de la empresa en Internet. Páginas como Yahoo!, Google, Amazon e incluso ésta, son excelentes ejemplos de páginas Web dinámicas que permiten interactuar con el visitante y le ofrecen posibilidades realmente sorprendente: carritos de compra, posibilidad de incluir sus propias críticas en libros y discos, buscar con base en criterios determinados, participar en discusión y un largo etcétera.

Otra característica principal de las páginas dinámicas es que pueden ser administradas por una persona sin conocimiento alguno de diseño o desarrollo web. Esto se puede hacer mediante el uso de formularios que sirvan para que el usuario administrador modifique los contenidos de la página que están almacenados en la Base de Datos.

De esta manera el administrador solo debe “tipear” los textos, elegir las imágenes, videos, etc que irán en las secciones de la página en formularios contruidos para ese fin.

#### **6.2.2.15 Interfaz:**

Es la conexión entre dos ordenadores o máquinas de cualquier tipo dando una comunicación entre distintos niveles. Además, la palabra interfaz se utiliza en distintos contextos:

##### **Interfaz como instrumento:**

Desde esta perspectiva, la interfaz es una "prótesis" o "extensión" (McLuhan) de nuestro cuerpo. El mouse es un instrumento que extiende las funciones de nuestra mano y las lleva a la pantalla bajo forma de cursor. Así, por ejemplo, la pantalla de una computadora es una interfaz entre el usuario y el disco duro de la misma.

##### **Interfaz como superficie:**

Algunos consideran que la interfaz nos transmite instrucciones ("affordances") que nos informan sobre su uso. La superficie de un objeto (real o virtual) nos habla por medio de sus formas, texturas, colores, etc.

**Interfaz como espacio:**

Desde esta perspectiva la interfaz es el lugar de la interacción, el espacio donde se desarrollan los intercambios y sus manualidades.

**6.2.2.16 Vínculos:**

Un hipervínculo (también llamado enlace, vínculo, o hiperenlace) es un elemento de un documento electrónico que hace referencia a otro recurso, por ejemplo, otro documento o un punto específico del mismo o de otro documento. Combina con una red de datos y un protocolo de acceso, un hipervínculo permite acceder al recurso referenciado en diferentes formas, como visitarlo con un agente de navegación, mostrarlo como parte del documento referenciador o guardarlo localmente.

Los hipervínculos son parte fundamental de la arquitectura de la World Wide Web, pero el concepto no se limita al HTML o a la Web. Casi cualquier medio electrónico puede emplear alguna forma de hiperenlace.

Los vínculos están divididos de la siguiente forma:

**Vínculos de navegación estructural:**

- Esbozan la estructura del espacio de información y hacen posible acudir a otras partes del espacio, como por ejemplo, botones en la página de inicio y los enlaces con páginas subordinadas a la página en curso.

- Señalan sistemáticamente a otros niveles de la estructura del sitio.
- Es importante tener los mismos vínculos estructurales en todas las páginas relacionadas.
- Los destinos exactos señalados por los vínculos estructurales difieren de página a página.
- Por tanto es mejor usar anclas de vínculo que llamen a los destinos específicos aparte de dar la relación estructural que hay entre la página actual y la de destino. Por ejemplo, es mejor vínculo Subir a Catálogo de estudios que un vínculo que diga Subir un nivel.

#### **Vínculos incrustados (asociativos):**

Suelen ser palabras subrayadas, mapas de bits, que apuntan a las páginas con información relacionada con el texto del ancla.

#### **Vínculos de Referencias adicionales:**

- Véase también o más acerca de.
- Ayudan a encontrar lo que se quiere si la página actual no es la adecuada
- Con demasiada frecuencia la navegación web se basa en la creencia de que los usuarios van directamente al destino exacto que necesita.
- En realidad, los usuarios normalmente llegarán a algo que se aproxime mucho sin ser lo que precisan.
- Sin una navegación local con véase también o productos parecidos los usuarios no tendrán opciones de empezar desde el principio y esperar que se produzcan mejores resultados.

### **Vínculos de Referencias adicionales:**

- Estas vínculos se pueden mejorar al ayudar a los usuarios a entender por qué y bajo qué condiciones podrían estar interesados en otros productos. Ejemplos: Reflejar el precio proporciona otra dimensión a la navegación
- Si no se puede permitir el producto actual, le será mas fácil localizar otro más barato
- Poner diferencias entre productos. Por ejemplo, Listado de otras impresoras: Cuales hacen copias en color, Cuales están preparadas para hacer muchas copias al día

### **Breadcrum (Migajas):**

- Muestra la ruta jerárquica completa desde la página de inicio hasta los niveles de la página actual.
- Por tanto, los usuarios saben donde se encuentran en relación a la estructura del sitio y pueden saltar a cualquiera de las páginas de nivel superior con un solo click.

### **Vínculos externos:**

- Hay quien evita poner vínculos con sitios externos con el fin de conservar los usuarios.
- Esto contradice la naturaleza básica de la web: los usuarios controlan sus propios destinos, no pertenecen a nadie.
- No hay forma de atrapar a un usuario externo, siempre hay formas de escapar, escribiendo otra cosa, vía un marcador, etc.
- La razón más importante para la inclusión de vínculos salientes es que conforman una parte muy barata de valor añadido al contenido.



- Cualquier valor que el usuario derive del sitio externo se repercutirá positivamente en su sitio.
- Si el usuario siente que consigue buenos resultados al visitar su sitio, volverá más veces.
- Los vínculos se volverán contenido y se convertirán en el motivo de que los usuarios aprecien su sitio y que lo utilicen.
- Al seleccionar minuciosamente buenos sitios externos con los que establecer vínculos, se equilibra el trabajo hecho por millones de creadores de contenido.
- Los vínculos externos deben seleccionarse con cautela.
- Es mejor enlazar con un número reducido de páginas externa muy importantes que enlazar con todos los sitios alternativos.
- Como ocurre en la mayoría de aspectos de diseño: más es menos, es decir, cuanto más sitios se enumeren, menos usuarios podrán centrar su atención en los que merezca la pena.
- Los usuarios suelen tener tiempo para explorar aproximadamente sólo el 10% de los vínculos con los que se encuentre.

**Vínculos entrantes:**

- Constituyen un medio principal de generar tráfico en nuestro sitio.
- Proporcionan publicidad gratuita y aprueban nuestro sitio.
- Para facilitar vínculos entrantes, usar URLs permanentes.
- La mejor forma de alentar vínculos entrantes consiste en disponer de un contenido tan bueno que los demás quieran crear un vínculo con él.

- Se facilita la vinculación cuando las páginas se centran en temas
- específicos hasta el punto de que otros autores quieran usarlos como referencia de información específica.
- Podemos despedirnos de vínculos entrantes si obligamos a que haya suscripciones o registros de los usuarios.

#### **Vínculos publicitarios:**

- Crear vínculos directos con páginas que sigan el mensaje del anuncio en vez de enlazar con la página de inicio.
- El banner debe ser diseñado como vínculo hipertexto, tiene que dar a los usuarios expectativas sobre el contenido que verán al otro lado y responder a la pregunta de por qué debe molestarse en recorrer el vínculo.
- Hay demasiados anuncios que gritan ¡Mírame! con animaciones molestas y no proporciona ninguna motivación para seguir el vínculo más allá del imperativo Haga click aquí.

#### **6.2.2.17 HTML:**

HTML, siglas de HyperText Markup Language (lenguaje de marcado de hipertexto), es el lenguaje de marcado predominante para la elaboración de páginas web.

HTML es el lenguaje con el que se definen las páginas web. Básicamente se trata de un conjunto de etiquetas que sirven para definir el texto y otros elementos que compondrán una página web.

El HTML se creó en un principio con objetivos divulgativos de información con texto y algunas imágenes. No se pensó que llegara a ser utilizado para crear área de ocio y consulta con carácter multimedia (lo que es actualmente la web), de modo que, el HTML se creó sin dar respuesta a todos los posibles usos que se le iba a dar y a todos los colectivos de gente que lo utilizarían en un futuro. Sin embargo, pese a esta deficiente planificación, si que se han ido incorporando modificaciones con el tiempo, estos son los estándares del HTML.

#### **6.2.2.18 ASP:**

Es un lenguaje de programación interpretado, diseñado originalmente para la creación de páginas web dinámicas. Se usa principalmente para la interpretación del lado del servidor (server-side scripting) pero actualmente puede ser utilizado desde una interfaz de línea de comandos o en la creación de otros tipos de programas incluyendo aplicaciones con interfaz gráfica.

#### **6.2.2.19 Dominio:**

Un dominio de Internet es una red de identificación asociada a un grupo de dispositivos o equipos conectados a la red Internet.

El propósito principal de los nombres de dominio en Internet y del sistema de nombres de dominio (DNS), es traducir las direcciones IP de cada nodo activo en la red, a términos memorizables y fáciles de encontrar. Esta abstracción hace posible que cualquier servicio

(de red) pueda moverse de un lugar geográfico a otro en la red Internet, aun cuando el cambio implique que tendrá una dirección IP diferente. (Fundación Wikimedia, Inc. [http://es.wikipedia.org/wiki/Sitio\\_web](http://es.wikipedia.org/wiki/Sitio_web)).

En Guatemala este registro se puede hacer en la Universidad del Valle de Guatemala, es la encargada de distribuir los dominios *.gt* en el país.

#### **6.2.2.20 Hosting:**

El alojamiento web (en inglés web hosting) es el servicio que provee a los usuarios de Internet un sistema para almacenar información, imágenes, vídeo, o cualquier contenido accesible vía web. Es una analogía de "hospedaje o alojamiento en hoteles o habitaciones" donde uno ocupa un lugar específico, en este caso la analogía alojamiento web o alojamiento de páginas web, se refiere al lugar que ocupa una página web, sitio web, sistema, correo electrónico, archivos etc. en internet o más específicamente en un servidor que por lo general hospeda varias aplicaciones o páginas web.

Las compañías que proporcionan espacio de un servidor a sus clientes se suelen denominar con el término en inglés web host.

#### **6.2.2.21 Redes Sociales:**

Se llama así a los diferentes sitios o páginas de internet que ofrecen registrarse a las personas y contactarse con infinidad de individuos a fin de compartir contenidos,

interactuar y crear comunidades sobre intereses similares: trabajo, lecturas, juegos, amistad, relaciones amorosas, entre otros.

De acuerdo a lo que plantea Jaime Royero (2007) define las redes sociales como "el conjunto de personas, comunidades, entes u organizaciones que producen, reciben e intercambian bienes o servicios sociales para su sostenimiento en un esquema de desarrollo y bienestar esperado. Dicho bienestar es mediatizado por los avances en el campo de la ciencia y la tecnología producidos y ofrecidos en su valor social y mercantil a las personas o grupos de ellas, en un territorio y en unas condiciones económicas sociales determinadas. Estos intercambios se dan a nivel local regional, nacional, internacional y global".

Las redes sociales tienen sus inicios a mediados de 1995, cuando Randy Conrads crea el sitio Web classmates.com. Ésta permite que las personas puedan recuperar o mantener el contacto con antiguos compañeros del colegio, instituto, universidad, trabajo, entre otros.

En 2002 aparecen sitios web promocionando las redes de círculos de amigos en línea cuando el término se empleaba para describir las relaciones en las comunidades virtuales.

A través de estas redes sociales se puede compartir fotos, videos, aficiones, conocer gente, darte a conocer, relacionarte, en general, con los demás, los sitios ofrecen características como actualización automática de la libreta de direcciones, perfiles visibles, la capacidad de crear nuevos enlaces mediante servicios de presentación y otras maneras de conexión social en línea.

Desde entonces diversas redes se han creado, unas permanecen y otras han desaparecido. Un poco antes del 2009 hasta la actualidad, los principales competidores a nivel mundial son: MySpace, Facebook, Tuenti, Twitter.

Las redes sociales han producido gran impacto como forma de comunicación, debido a que las ciencias tecnológicas, buscan siempre innovar e ir a la par de las exigencias del colectivo. La comunicación por medio de las redes sociales, es más amplia dado que la utilizan como un hobby por ser muy sencilla creando un espacio convergente en el cual expresamos nuestros saberes, sentimientos, emociones, entre otros.

Las redes sociales de contactos de amigos, intentan potenciar la comunicación y mantener contacto entre usuarios. Este tipo de redes sociales está desplazando en gran medida la comunicación por telefonía fija ya que antes para organizar una fiesta o cena se tenían que estar llamando por teléfono y ahora gracias a este tipo de redes sociales se ahorra tiempo y dinero con tan solo meterse en internet desde su propia casa o establecimiento cercano. Además debido a las redes sociales se ha disminuido la utilización de otros medios de comunicación como el uso del correo y la mensajería instantánea.

Las redes sociales han sido un fenómeno en estos últimos años, no sólo las utilizan personas para comunicarse de una forma instantánea, intercambiar ideas, reencontrarse con otras personas, compartir e intercambiar información en diferentes medios, sino también están siendo utilizadas por grandes corporaciones, organizaciones y compañías para promover

sus productos y servicios, es una forma amplia de comunicación para las corporaciones y compañías ya que tienen un encuentro más cercano con sus consumidores o afiliados.

Ejemplos y descripción de sitios:

- MySpace: Ofrece un espacio web que puede personalizarse con videos, fotos, un blog y toda una serie de diversas y variadas aplicaciones.
- Facebook: Comenzó como una red social de universitarios; pero sus estrategias de mercadotecnia la han convertido en la red social generalista más importante del mundo.
- Flickr: La más grande red social de intercambio de fotografías y de aficionados a la fotografía.
- Skype: No sólo una red social, sino un servicio de telefonía.
- Tuenti: Una red social muy semejante al Facebook.
- Twitter: Red social para intercambio de intereses sobre todo profesionales y literarios.

#### **6.2.2.22 Mapa de Sitio:**

Es una lista de las páginas de un sitio web accesibles por parte de los buscadores y los usuarios. Puede ser tanto un documento en cualquier formato usado como herramienta de planificación para el diseño de una web como una página que lista las páginas de una web (ya realizada), organizadas comúnmente de forma jerárquica. Esto ayuda a los visitantes y a los bots de los motores de búsqueda a hallar las páginas de un sitio web.

## **6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias**

### **6.3.1 Ciencias:**

#### **6.3.1.1 Semiología:**

La semiología es una ciencia que se encarga del estudio de los signos en la vida social. El término suele utilizarse como sinónimo de semiótica, aunque los especialistas realizan algunas distinciones entre ambos. Ferdinand de Saussure Puede decirse que la semiología se encarga de todos los estudios relacionados al análisis de los signos, tanto lingüísticos (vinculados a la semántica y la escritura) como semióticos (signos humanos y de la naturaleza).

El suizo Ferdinand de Saussure (1857-1913) fue uno de los principales teóricos del signo lingüístico, al definirlo como la asociación más importante en la comunicación humana. Para Saussure, el signo está formado por un significante (una imagen acústica) y un significado (la idea principal que tenemos en mente respecto a cualquier palabra).

El estadounidense Charles Peirce (1839-1914), por su parte, definió al signo como una entidad de tres caras, con un significante (el soporte material), un significado (la imagen mental) y un referente (el objeto real o imaginario al cual hace alusión el signo).

Dos autores aquellos de vital importancia dentro de lo que es la semiología pero no son los únicos pues a lo largo de la historia han existido otros que también han dejado su profunda huella en esta disciplina. Este sería el caso, por ejemplo, del francés Roland Barthes que



legó a las generaciones posteriores importantes teorías y trabajos sobre aquella como lo es el libro titulado “Elementos de Semiología”.

En dicha obra lo que deja patente es que esta disciplina tiene como pilares y objetos de estudio todos los sistemas de signos, independientemente de sus límites o de sus sustancias, y también que los elementos de la misma son los siguientes: el sintagma, la lengua, la connotación, el habla, el paradigma, el significante, el significado y la denotación.

De la misma forma, otra figura importante dentro del campo de la semiótica y de la semiología es el conocido escritor Umberto Eco. Un autor este, conocido a nivel más popular por novelas tan interesantes como “El nombre de la rosa” (1980) o “El péndulo de Foucault” (1988), que ha ejercido también un papel clave dentro de la disciplina que nos ocupa a través de sus estudios sobre los sistemas de significación.

La semiología señala que el signo lingüístico tiene cuatro características fundamentales, que son la arbitrariedad, la linealidad, la inmutabilidad y la mutabilidad.

Entre las ramas de la semiología, se encuentran la semiología clínica (en medicina, el estudio de los signos a través de los cuales se manifiesta una enfermedad), la zoosemiótica (el intercambio de señales entre animales), la semiótica cultural (el estudio de los sistemas de significación creados por una cultura) y la semiótica estética (el estudio de los niveles de lectura de obras de arte de diversas técnicas o disciplinas).

### **6.3.1.2 Semiología de la Imagen:**

La semiología de la imagen está basada en una etimología antigua. La palabra imagen debería relacionarse con la raíz de Imitari (imitar). Sabemos que los lingüísticos consideran ajena al lenguaje toda comunicación por analogía, desde el de las abejas hasta el por gestos, puestos que esas comunicaciones no poseen una doble articulación, es decir, que no se basan como los fonemas, en una combinación de unidades digitales.

Los lingüistas no son los únicos en poner en duda la naturaleza lingüística de la imagen. En cierta medida, también la opinión corriente considera a la imagen como un lugar de resistencia al sentido, en nombre de una cierta idea mítica de la vida: la imagen es representación, es decir, en definitiva, resurrección y dentro de esta concepción, lo inteligible resulta antipático a lo vivido. De este modo, por ambos lados se siente a la analogía como un sentido pobre: para unos la imagen es un sistema muy rudimentario con respecto a la lengua, y para otros, la significación no puede agotar la riqueza inefable de la imagen.

### **6.3.1.3 Semiótica:**

La semiótica o semiología es la ciencia que trata de los sistemas de comunicación dentro de las sociedades humanas.

Saussure fue el primero que habló de la semiología y la define como: "Una ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de la vida social"; añade inmediatamente: "Ella nos enseñará en que con los signos y cuales son las leyes que lo gobiernan...".

El americano Peirce (considerado el creador de la semiótica) concibe igualmente una teoría general de los signos que llama semiótica. Ambos nombres basados en el griego "Semenion" (significa signo) se emplean hoy como prácticamente sinónimos.

En la semiótica se dan corrientes muy diversas y a veces muy dispares por lo que más que una ciencia puede considerarse un conjunto de aportaciones por la ausencia del signo y el análisis del funcionamiento de códigos completos.

De semiótica se ha ocupado entre otros, Prieto, Barthes, Umberto Eco,... A estos últimos se debe la aplicación del concepto de signos a todos los hechos significativos de la sociedad humana.

Ejemplos: La moda, las costumbres, los espectáculos, los ritos y ceremonias, los objetos de uso cotidiano, etc.

El concepto de signo y sus implicaciones filosóficas, la naturaleza y clases de signos, el análisis de códigos completos... Son objetos de estudio de la semiótica o semiología. Hoy la investigación llamada la semiología, por quienes prefieren lo europeo o semiótica, por quienes prefieren lo americano, se centra en el estudio de la naturaleza de los sistemas autónomos de comunicación, y en el lugar de la misma semiología ocupa en el saber humano.

La semiótica se encuentra dividida en diversas clases:

- La **semántica** que es la encargada de estudiar qué relaciones existen entre significantes y significados; es decir el significado de las palabras, de los enunciados y de las oraciones.
- La **onomasiología** que se encarga de nombrar a los objetos y establecer las diferentes denominaciones para una misma cosa.
- La **semasiología**, al contrario, estudia la relación que existe entre un objeto y su nombre. En el caso del diálogo, parte del receptor al emisor para el estudio del mismo.
- La **pragmática** es la encargada de estudiar las relaciones entre significantes y usuarios; es decir de qué forma emplean los seres humanos los diferentes signos a la hora de comunicarse.
- La parte de la semiótica que se encarga de estudiar las relaciones que se establecen entre los diversos significantes se llama **sintaxis**.

En cada idioma la semiótica ocupa un lugar diferente y por tanto su entorno de análisis también varía. En el caso de España, su intervención en el campo de la comunicación se ha mostrado un tanto despareja y hasta superflua. Podemos decir que se pueden distinguir dos líneas bien definidas dentro de la semiótica, una se encuentra enfocada al discurso social y la otra a lo visual.

A su vez, en los últimos años la cercanía entre la semiótica y la comunicación de masas se ha afianzado aún más gracias a las tecnologías avanzadas utilizadas en el campo de las artes audiovisuales. Esto ha generado que la semiótica deba comenzar a estudiar el significado de los signos en el mundo de la informática y la inteligencia artificial. Posiblemente esto exigirá una unificación entre el lenguaje coloquial y las nuevas tecnologías, y un amplio estudio de estas consecuencias podrá colaborar con un mayor entendimiento de las relaciones entre sociedades.

#### **6.3.1.4 Psicología del Consumidor:**

La psicología del consumidor es la disciplina que estudia el comportamiento del consumidor y los aspectos que influyen en la decisión del consumidor ya que este se rige por medio de procesos mentales preestablecidos, a través de tres aspectos que son:

- Los grupos de referencia primarios: la familia, de la cual, el individuo aprende en primera instancia las pautas de comportamiento y los amigos más íntimos.
- Los grupos secundarios: amistades y los centros escolares, es decir, el contacto con grupos diferentes que amplían o limitan el desarrollo, conocimiento y expectativas del individuo en un grupo social.
- Los grupos terciarios: medios de comunicación y líderes de opinión que marcan de alguna manera las pautas y expectativas sociales a seguir, dentro de un contexto cronológico o temporal. estudian el comportamiento humano desde un enfoque científico.

Los factores psicológicos que influyen en las decisiones del consumidor se dividen en los siguientes grupos:

- Cultural: Lugar al cual pertenece el individuo, su forma de pensar dentro de un grupo social específico, tradiciones, cultura y nivel socioeconómico.

Si se analiza al individuo desde esta perspectiva se sabrá como dirigirse a los diferentes grupos sociales dentro de una comunidad.

- Status: Este factor es uno de los más influyentes dentro de la psicología de los consumidores, ya que mediante los medios de comunicación se deja una imagen mental de lo que el individuo debe buscar como modelo de vida a seguir; por tanto, provoca que los diferentes estratos socioeconómicos aspiren a esa forma de vida causando el consumismo.
- Afectivo: ataca los procesos mentales del individuo para que este prevea posibles problemas que se le podrían presentar tanto con sus seres queridos, como en sus expectativas; ejemplos: la venta de seguros. Por tanto, éste, es considerado como un excelente manipulador de la clientela para crear adicción y consumo de los productos.
- Necesidad: se basa en mostrar lo necesario que es el consumo de un producto para la vida cotidiana. Dentro de él existe una variante que es: el producto de necesidad

creado, en el cual se busca formar la exigencia de un producto; aunque en realidad éste no sea de primera necesidad, haciendo mención de las características, tecnología, servicio...

- **Masificación:** se posiciona en la mente del consumidor, haciéndole notar que el producto que se oferta es adquirido o usado por todos o por una masa de gente; utilizando frase como: ¿usted aún no lo tiene?, ¿Qué espera? etc., esperando que el consumidor tome la decisión de obtener el producto o servicio.
- **Innovación o tecnológico:** En éste se busca hacer alarde de la tecnología para el mejoramiento en la calidad de vida o servicio, provocando que el consumidor busque tomar la decisión de adquirir la comodidad, la eficiencia y la simplificación del trabajo; siendo suficiente causal para que el consumidor tome la decisión de adquirirlo.
- **Pertenencia:** ataca el ego personal del consumidor potencial, haciéndole notar que para lograr una posición afectiva, un status o lograr la pertenencia de un grupo específico, debe obtener el producto o servicio ofertado para ser reconocido o aceptado.

#### **6.3.1.5 Psicología del Color:**

La psicología del color es un campo de estudio que está dirigido a analizar el efecto del color en la percepción y la conducta humana. Desde el punto de vista estrictamente médico, todavía es una ciencia inmadura en la corriente principal de la psicología contemporánea,

teniendo en cuenta que muchas técnicas adscritas a este campo pueden categorizarse dentro del ámbito de la medicina alternativa.

Sin embargo, en un sentido más amplio, el estudio de la percepción de los colores constituye una consideración habitual en el diseño arquitectónico, la moda, la señalética y el arte publicitario.

Si bien la psicología del color tuvo incidencia en la psicología humana desde tiempos remotos, circunstancia que se expresaba y sintetizaba simbólicamente.

Uno de los primeros estudiosos que analizó las propiedades del color fue Aristóteles, que describió los “colores básicos” relacionados con la tierra, el agua, el cielo y el fuego.

Plinio el viejo abordó el tema del color en el libro 35 de *Historia Naturalis*, que constituye un conjunto que puede considerarse el tratado de historia del arte más antiguo que ha llegado hasta nosotros.

En el siglo XIII Sir Roger Bacon registró sus observaciones sobre los colores de un prisma atravesado por la luz, atribuyendo el fenómeno a las propiedades de la materia.

Con posterioridad a éste, entre los siglos XIV y XV, Cennino Cennini escribe el que sería el más famoso tratado de técnicas artísticas en las que hace cuidadosas observaciones acerca de los colores.



Más tarde Leonardo da Vinci clasificó como colores básicos al amarillo, verde, azul y rojo de acuerdo a aquellas categorías de Aristóteles, agregando el blanco como receptor de todos los demás colores y el negro -la oscuridad- como su ausencia.

Recién empezado el siglo XVIII, Isaac Newton plantearía los fundamentos de la teoría lumínica del color, base del desarrollo científico posterior.

De todas formas, el precursor de la psicología del color fue el poeta y científico alemán Johann Wolfgang von Goethe (1749-1832) que en su tratado “Teoría del color” se opuso a la visión meramente física de Newton, proponiendo que el color en realidad depende también de nuestra percepción, en la que se halla involucrado el cerebro y los mecanismos del sentido de la vista. De acuerdo con la teoría de Goethe, lo que vemos de un objeto no depende solamente de la materia; tampoco de la luz de acuerdo a Newton, sino que involucra también a una tercera condición que es nuestra percepción del objeto. De aquí en más, el problema principal pasó a ser la subjetividad implícita en este concepto novedoso.

Sin embargo, tal subjetividad no radica en los postulados de Goethe, sino en la misma base física del concepto de color, que es nuestra percepción subjetiva de las distintas frecuencias de onda de la luz, dentro del espectro visible, incidiendo sobre la materia.

Hoy en día el estudio más famoso basado en la teoría de los colores de Goethe es Psicología del color, de Eva Heller.

Por otro lado, podemos mencionar que los colores afectan a las personas y se sabe a ciencia cierta que influyen en la compra o no compra de un producto.

Vamos a ver el significado psicológico que los colores tienen en el mundo de la publicidad y la mercadotecnia.

#### **6.3.1.5.1 Rojo**

Es el símbolo de la pasión ardiente y desbordada, de la sexualidad y el erotismo, aunque también del peligro. Es el más caliente de los colores cálidos. Es el color del fuego y de la sangre, de la vitalidad y la acción, ejerce una influencia poderosa sobre el humor y los impulsos de los seres humanos, produce calor. El aspecto negativo del rojo es que puede destapar actitudes agresivas.

Sugiere calor, fuego, corazón, excitación, actividad, pasión, sangre, fuerza, impulso, peligro y revolución, la guerra; así como también a la pasión, al deseo y al amor. Los rojos también se relacionan con la rabia y la crueldad. Es un color muy intenso a nivel emocional. Mejora el metabolismo humano, aumenta el ritmo respiratorio y eleva la presión sanguínea.

En publicidad se utiliza el rojo para provocar sentimientos eróticos. Símbolos como labios o uñas rojas, zapatos, vestidos, etc., son arquetipos en la comunicación visual sugerente.

Es un color muy utilizado en las banderas de muchos países.

El rojo claro simboliza alegría, sensualidad, pasión, amor y sensibilidad. El rosa evoca romance, amor y amistad. Representa cualidades femeninas y pasividad. El rojo oscuro evoca energía, vigor, furia, fuerza de voluntad, cólera, ira, malicia, valor, capacidad de liderazgo. En otro sentido, también representa añoranza. El marrón evoca estabilidad y representa cualidades masculinas. El marrón rojizo se asocia a la caída de la hoja y a la cosecha.

#### **6.3.1.5.2 Anaranjado**

Representa la alegría, la juventud, el calor, el verano. Comparte con el rojo algunos aspectos siendo un color ardiente y brillante. Aumenta el optimismo, la seguridad, la confianza, el equilibrio, disminuye la fatiga y estimula el sistema respiratorio. Es ideal para utilizar en lugares donde la familia se reúne para conversar y disfrutar de la compañía. Es estímulo, acción y entusiasmo, pero mezclado con negro es engaño, conspiración, sordidez y opresión.

El naranja combina la energía del rojo con la felicidad del amarillo. Se le asocia a la alegría, el sol brillante y el trópico. Representa el entusiasmo, la felicidad, la atracción, la creatividad, la determinación, el éxito, el ánimo y el estímulo. Es un color muy caliente, por lo que produce sensación de calor. Sin embargo, el naranja no es un color agresivo como el rojo.

La visión del color naranja produce la sensación de mayor aporte de oxígeno al cerebro, produciendo un efecto vigorizante y de estimulación de la actividad mental. Es un color

que encaja muy bien con la gente joven. Color cítrico, se asocia a la alimentación sana y al estímulo del apetito. Es el color de la caída de la hoja y de la cosecha.

El naranja rojizo evoca deseo, pasión sexual, placer, dominio, deseo de acción y agresividad. El dorado produce sensación de prestigio. El dorado significa sabiduría, claridad de ideas, y riqueza. Con frecuencia el dorado representa alta calidad.

### **6.3.1.5.3 Amarillo**

Simboliza la luz del sol. Representa la alegría, buen humor, felicidad, inteligencia, energía, calor, acción, oro, arrogancia, voluntad, poder, ciencia, espiritualidad y dinamismo y es también ira, cobardía, envidia e impulso irreflexivo.

En muchas culturas, es el símbolo de la deidad y es el color más luminoso, más cálido, ardiente y expansivo. Estimula la vista y actúa sobre el sistema nervioso, genera energía muscular. Está vinculado con la actividad mental y la inspiración creativa ya que despierta el intelecto y actúa como antifatiga. Los tonos amarillos calientes pueden calmar ciertos estados de excitación nerviosa, por eso se emplea este color en el tratamiento de la psiconeurosis. Con frecuencia se le asocia a la comida. En exceso, puede tener un efecto perturbador, inquietante. Es conocido que los bebés lloran más en habitaciones amarillas.

Cuando se sitúan varios colores en contraposición al negro, el amarillo es en el que primero se fija la atención. El amarillo es un color espontáneo, variable. El amarillo pálido es

lúgubre y representa precaución, deterioro, enfermedad y envidia o celos. El amarillo claro representa inteligencia, originalidad y alegría.

#### **6.3.1.5.4 Verde**

Simboliza la esperanza, la fecundidad, los bienes que han de venir, el deseo de vida eterna, armonía, crecimiento, exuberancia, fertilidad, frescura, estabilidad y resistencia. Es un color sedante, hipnótico, anodino. Sinónimo de vegetación, humedad, calma, frescura y sugiere primavera, amistad, realidad y equilibrio por su posición entre cálidos y fríos; también es celos, enfermedad cuando se manifiesta en la piel, e inexperiencia o falta de madurez. Se le atribuyen virtudes como la de ser calmante y relajante, resultando eficaz en los casos de excitabilidad nerviosa, insomnio y fatiga, disminuyendo la presión sanguínea, baja el ritmo cardíaco, alivia neuralgias y jaquecas. Se utiliza para neutralizar los colores cálidos.

El verde oscuro tiene también una correspondencia social con el dinero. El color verde tiene un gran poder de curación. Es el color más relajante para el ojo humano y puede ayudar a mejorar la vista. El verde "Agua" se asocia con la protección y la curación emocional. El verde amarillento se asocia con la enfermedad, la discordia, la cobardía y la envidia. El verde oscuro se relaciona con la ambición, la codicia, la avaricia y la envidia. El verde oliva es el color de la paz.

En ocasiones se asocia también a la falta de experiencia: "está muy verde" para describir a un novato, se utiliza en varios idiomas, no sólo en español.

#### **6.3.1.5.5 Azul**

Simboliza la profundidad, se le atribuyen efectos calmantes y el poder para desintegrar las energías negativas; se usa en ambientes que inviten al reposo. El azul es el más sobrio de los colores fríos, Designa infinitud, inteligencia, frío, recogimiento, paz, descanso, tranquilidad, lealtad, sabiduría, inteligencia, fe, verdad, cielo eterno, confianza, seriedad, liberalismo, seguridad y languidez y el que mayormente expresa la sensación de frío; también puede significar desesperación y nobleza (sangre azul). Beneficioso tanto para el cuerpo como para la mente. Retarda el metabolismo y produce un efecto relajante, es un supresor del apetito. Es un color fuertemente ligado a la tranquilidad y la calma. Favorece la paciencia la amabilidad y serenidad, aunque la sobreexposición al mismo produce fatiga o depresión. También se aconseja para equilibrar el uso de los colores cálidos.

El azul claro se asocia a la salud, la curación, el entendimiento, la suavidad y la tranquilidad. El azul oscuro representa el conocimiento, la integridad, la seriedad y el poder.

#### **6.3.1.5.6 Morado**

Representa misterio, magia, aflicción, tristeza, penitencia, misticismo, profundidad, sabiduría, creatividad, independencia, dignidad, melancolía y delicadeza; al ser mezclado con negro, desesperación, deslealtad y miseria. Se asocia con la intuición y la espiritualidad, influenciando emociones y humores. Actúa sobre el corazón, disminuye la angustia, las fobias y el miedo. Agiliza el poder creativo. Se asocia a la realeza y simboliza poder, nobleza, lujo y ambición. Sugiere riqueza y extravagancia.

El púrpura aporta la estabilidad del azul y la energía del rojo. El púrpura claro produce sentimientos nostálgicos y románticos. El púrpura oscuro evoca melancolía y tristeza. Puede producir sensación de frustración.

#### **6.3.1.5.7 Negro**

Es el color más enigmático. Tradicionalmente el negro se relaciona a lo desconocido, oscuridad, dolor, desesperación, formalidad y solemnidad, tristeza, melancolía, infelicidad y desventura, enfado y irritabilidad, fortaleza, intransigencia, elegancia, formalidad y puede representar lo que está escondido y velado. También se asocia al prestigio y la seriedad. Es un color que también denota poder, misterio y el estilo. En nuestra cultura es también el color de la muerte y del luto, y se reserva para las misas de difuntos y el Viernes Santo.

Combinado con colores vivos y poderosos como el naranja o el rojo, produce un efecto agresivo y vigoroso.

#### **6.3.1.5.8 Gris**

Iguala todas las cosas y no influye en los otros colores. Puede expresar elegancia, respeto, desconsuelo, aburrimiento, vejez. Es un color neutro y en cierta forma sombrío. Ayuda a enfatizar los valores espirituales e intelectuales. Inspira la creatividad, simboliza el éxito.

#### **6.3.1.5.9 Blanco**

Su significado es asociado con la pureza, fe, luz, con la paz. Alegría, reposo, limpieza, bondad, pureza, inocencia, virtud, virginidad, castidad y pulcritud. En las culturas orientales simboliza la otra vida, representa el amor divino, estimula la humildad y la imaginación creativa.

Se le considera el color de la perfección. A diferencia del negro, el blanco por lo general tiene una connotación positiva. Puede representar un inicio afortunado. A menudo se asocia con la pérdida de peso.

#### **6.3.2 Artes:**

Es el concepto que engloba todas las creaciones realizadas por el ser humano para expresar una visión sensible acerca del mundo, ya sea real o imaginario. Mediante recursos plásticos, lingüísticos o sonoros, el arte permite expresar ideas, emociones, percepciones y sensaciones.

En las artes, particularmente en la pintura, el diseño gráfico, la fotografía y la escultura, la composición es el planeamiento de las mismas, la colocación o el arreglo de elementos o de ingredientes en un trabajo de arte, o la selección y la colocación de elementos del diseño según principios del diseño dentro del trabajo. Contribuye a una respuesta del espectador; la obra de arte se considera dentro de lo estético (que satisface al ojo), si los elementos dentro del trabajo se ordenan en una composición.



### 6.3.2.1 Tipografía:

Se conoce como tipografía a la destreza, el oficio y la industria de la elección y el uso de tipos (las letras diseñadas con unidad de estilo) para desarrollar una labor de impresión. Se trata de una actividad que se encarga de todo lo referente a los símbolos, los números y las letras de un contenido que se imprime en soporte físico o digital.



El diseño, la apariencia y las dimensiones de los tipos dependen de la tipografía. Es posible distinguir diversas ramas o divisiones en este arte, como la tipografía creativa (que explora las formas gráficas más allá de la finalidad lingüística de los símbolos), la tipografía de edición (vinculada a las propiedades normativas de las familias de tipos), la tipografía del detalle o microtipografía (centrada en el interlineado, el interletrado y la marca visual) y la macrotipografía (especializada en el tipo, el estilo y cuerpo de los símbolos).

La tipografía imitaba, en un principio, la caligrafía. Con el tiempo se fue optando por los tipos más legibles y fáciles de entender, una decisión vinculada además a los adelantos técnicos.

Los tipos móviles originarios fueron desarrollados por Johannes Gutenberg (1398-1468), aunque dichos experimentos ya eran realizados por los chinos en el siglo XI. Gutenberg se dedicó a grabar los caracteres en relieve de manera inversa sobre una matriz hecha de acero y, en 1445, logró crear el primer libro impreso de Occidente (la Biblia).

Un libro el citado, que también es conocido como la Biblia de 42 líneas, en alusión al número de líneas que daba forma a cada página. A la hora de hablar de tipos, que son cada una de las clases de letras existentes o de las piezas de la imprenta que se usan para realizar una letra o signo en concreto, tenemos que subrayar el hecho de que aquellos cuentan con una serie de componentes que forman lo que es su anatomía. Así, por ejemplo, poseen una altura, astas, un brazo, cola, una determinada inclinación, remates e incluso una oreja.

De esta manera, partiendo de este conjunto de elementos y de otros muchos más, se lleva a cabo el establecimiento de dos clasificaciones de tipos: histórica o por forma. En el caso de la primera modalidad citada podemos hablar que se compone de tipos antiguos, egipcios o modernos, entre otros. Mientras, en la segunda este conjunto de letras se diferencian en base a si tienen o no remates que faciliten o dificulten lo que es su lectura.

En el siglo XIX, la tipografía apostó por dos grandes técnicas: la monotipia (donde cada símbolo es fundido en relieve de manera aislada) y la linotipia (las líneas completas son fundidas por separado y, al finalizar la impresión, se vuelve a fundir todo).

### **6.3.2.2 Fuentes y familias tipográficas**

Se entiende por fuente tipográfica al estilo o apariencia de un grupo completo de caracteres, números y signos, regidos por características comunes. Mientras que familia tipográfica, es un conjunto de tipos basado en una misma fuente con algunas variaciones, tales como por ejemplo, el grosor y la anchura, pero manteniendo características comunes. Los miembros que integran una familia se parecen entre sí pero tienen rasgos propios.

Cada fuente y familia tipográfica tiene características que la distinguen entre otras, que las hace únicas y le da personalidad al texto. Esa personalidad se magnifica cuando una fuente se usa a través de una presentación digital

Para hacer la mejor selección ayuda entender las diferencias básicas entre las familias tipográficas. La tipografía se puede dividir en amplias categorías: *Serif*, *Sans Serif*, *Manuscritas*, *de Exhibición* y *Símbolos*.

### **6.3.2.3 Fotografía:**

La fotografía es aquella forma de arte que utiliza para sus fines la técnica de grabar imágenes sobre un material sensible a la luz, en base a ciertos fenómenos ópticos y químicos. El término fotografía proviene de la unión de dos palabras del griego: foto, que se traduce al español como “luz”, y grafía, que significa “escritura”. Por lo tanto, la palabra fotografía significa algo así como “escribiendo con la luz”. Grosso modo, es posible tomar fotografías gracias al principio de la cámara oscura.

A partir de este principio resulta posible proyectar una imagen, la que ha sido captada a través de un pequeñísimo orificio, sobre una superficie. De este modo, el tamaño de la imagen capturada es disminuido mientras que su nitidez se ve beneficiada. Esta imagen se almacena en una película sensible, sin embargo, con el correr de los años y los avances tecnológicos que, sin duda benefician a la fotografía, han permitido la creación de cámaras digitales en las que las imágenes son captadas por sensores digitales denominados CMOS y CCD.

Las cámaras digitales han revolucionado esta actividad, al punto que estas se encuentran incluso integradas a gran parte de los teléfonos celulares hoy en día, y son bienes de consumo masivo.

### **Características:**

El origen de la fotografía podría encontrarse en las primeras fotografías que fueron tomadas por el físico francés Nicéphore Niépce en el año 1827, las que eran denominadas “fotografías heliográficas”. Posteriormente, Louis Jacques Mandé Daguerre, más conocido como Louis Daguerre, tomó las técnicas utilizadas por Niépce, las mejoró y las hizo públicas.

La técnica de plasmar imágenes en un papel, resulta ser una actividad bastante provechosa para varios ámbitos, como la ciencia, el arte, el periodismo, etc. Los científicos, por ejemplo, desde los comienzos de la fotografía han sido seducidos a utilizarla para plasmar parte de sus estudios y descubrimientos. Tal uso le dio el científico Edward Muybridge

en 1887, cuando a través de la fotografía logró plasmar parte de sus estudios en torno a la locomoción humana y animal. Por otra parte, los artistas han logrado plasmar distintos aspectos de la vida con un particular toque de sensibilidad.

Ejemplo:



Foto tomada por Pablo E. Mendez Lima

### **6.3.3 Teorías**

#### **6.3.3.1 Mercadeo (Marketing):**

Se define al mercadeo como “Conjunto de operaciones por las que ha de pasar una mercancía desde el productor al consumidor.”

Marketing es un concepto inglés, traducido al castellano como mercadeo o mercadotecnia. Se trata de la disciplina que estudia el comportamiento de los mercados y de los consumidores. El marketing analiza la gestión comercial de las organizaciones, con el objetivo de retener y fidelizar a los clientes a través de la satisfacción de sus necesidades.

El marketing se centra en un conjunto de cuestiones conocidas como las Cuatro P: Producto, Precio, Plaza (distribución) y Publicidad (promoción). La disciplina está constituida por principios, metodologías y técnicas que persiguen la conquista del mercado y la colaboración para la obtención de los objetivos de la empresa.

El marketing parte desde las necesidades del cliente para diseñar, ejecutar y controlar la función comercializadora de una organización. Mediante sus herramientas y estrategias, la mercadotecnia busca posicionar un producto o una marca en la mente del consumidor.

Las acciones de marketing pueden tener una visión de rentabilidad a corto o a largo plazo, ya que su gestión también implica inversiones en la relación de la empresa con los clientes, con los proveedores y con sus propios empleados, además publicidad en los medios de

comunicación. En ocasiones, suele confundirse la publicidad con el marketing, aunque en realidad éste abarca la primera y otros aspectos de la actividad comercial.

Se dice que el marketing puede tener diversas orientaciones: al producto (cuando la empresa monopoliza el mercado y su atención se limita a mejorar el proceso productivo), a las ventas (se esfuerza por incrementar la participación de la empresa en el mercado) y al mercado (la adaptación del producto a los gustos del consumidor).

### **6.3.3.2 Economía:**

La economía es una ciencia dedicada al estudio de la administración de los recursos; literalmente, su origen etimológico proviene del griego "oikonomia", queriendo decir administración o reglas (por "nomos", de ley) de la casa (de "oikos", hogar). Dada la relevancia que ha tomado esta disciplina a lo largo de la historia, es que han surgido numerosas y diferentes definiciones para ella, depende de la escuela del pensamiento que la aborde.

Por ejemplo, Adam Smith, un filósofo pionero en el desarrollo de la ciencia económica considerado por muchos como uno de los padres de la misma, la definía como la investigación sobre las causas y la naturaleza de la riqueza de las naciones. Otras definiciones hablan de la disciplina que estudia la riqueza, en cuanto a la producción y distribución de bienes y servicios, diferenciándola de lo político (cuando se habla de las naciones). Una forma coloquial de verla, es pensando en ella como la ciencia que versa

sobre los actos humanos, en la búsqueda de satisfacer sus infinitas necesidades, por medio de productos o recursos escasos.

Por el hecho de que tiene relación con los actos humanos, es que se considera a la economía como una ciencia social, a pesar de que lo intuitivo es relacionarla como una ciencia más dura, al estilo de las matemáticas o la física; pero no lo es, y el hecho de que el comportamiento humano la forme y defina hace que los hechos económicos pueden tener un elevado nivel de complejidad y subjetividad, lo que hace el tema propenso a elaborados debates, sin respuestas únicas a los problemas y desafíos de este tipo en el mundo.

Dicho esto, podemos decir que la economía y su estudio son fundamentales en el mundo de hoy; no es que antiguamente no lo fuera, pero por medio del desarrollo meteórico que ha experimentado la población mundial junto con los cambios en sus costumbres y usos, es que la economía hoy lo rige casi todo, por lo menos en el ámbito material del diario vivir para las personas. Históricamente tenemos escritos y trabajos sobre el tema desde la época de civilizaciones muy antiguas, como la griega, romana, árabe, china e india. Personajes notables como Aristóteles y Tomás de Aquino escribieron directa o indirectamente sobre el tema, pero la verdad es que por aquella época los problemas que trataban sobre la "administración de los recursos" eran bastante limitados; entre el siglo XVI y XVIII básicamente se discutía sobre la importancia del mercado en cuanto a la transacción de bienes, lo que llevaba a la acumulación de oro y plata, versus el beneficio de fomentar la producción agrícola, y asimismo sobre la mejor manera de aplicar los impuestos.



Se considera que la publicación de la obra de Adam Smith, "La riqueza de las Naciones", para el año 1776, corresponde al comienzo de la historia de la economía moderna como ciencia desarrollada de manera sistemática. En dicha obra, ya se hablaba de la producción, del capital, de la mano de obra y la tierra como los cimientos de la riqueza para un estado; ya se argumentó sobre la importancia de la productividad y los márgenes de ganancia, así como de la separación del trabajo en roles bien definidos, lo que podemos ver hoy en día en la estructura de cualquier empresa y sistema productivo. Se preocupó también de la importancia del desarrollo económico de los individuos, lo que permite el acceso al consumo, que a su vez sería el objetivo de la producción.

Por supuesto que hay muchas escuelas de pensamiento, tal como lo comenté, tales como el Marxismo, donde se argumenta entre otras cosas que en un esquema convencional sólo se paga a los trabajadores una fracción del valor que realmente producen, lo que vendría a ser la fuente de una forma de "explotación" de la mano de obra. Tenemos también a la escuela basada en la obra de John Maynard Keynes, quien se considera uno de los padres de la macroeconomía moderna, planteando entre otros elementos que ciertas dinámicas en el mercado no se solucionan por si solas, como el desempleo, bajo ciertas condiciones. Están los "monetaristas", o como también les llaman de la escuela de "Chicago" por haber surgido justamente en la facultad de economía de dicha universidad, donde se señala que el mercado se comportará de manera estable, siempre y cuando la cantidad de dinero en circulación no tenga grandes variaciones.

Lo anterior son sólo ejemplos de algunas de las posturas de dichas escuelas de pensamiento sobre temas claves, pero por supuesto que el asunto es inmensamente más complejo, y además existen muchos planteamientos derivados de estas escuelas, se establece como referentes en si mismos. Una forma más sencilla de verlo, es que una determinada posición será más o menos "liberal", como cuando se habla del libre mercado, donde idealmente la oferta y la demanda regularán los precios de productos y servicios, y por ende los demás factores y realidades de una economía, como la oferta de trabajo, los sueldos y demás. El problema es que en la práctica el mercado se aleja mucho de la perfección, y estos mercados imperfectos pueden acarrear fuertes distorsiones, golpean negativamente sobretudo a los trabajadores; por ello es que en contra de este liberalismo se habla de un mercado regulado por el gobierno.

Hoy en día en el mundo lo que opera básicamente, incluso en países de tendencia comunista, es técnicamente un libre mercado, con mayor o menor regulación por parte del estado, lo que viene a ser una "economía social de mercado", aunque políticamente muchos no lo admitan, pero es la realidad, por haber demostrado en el tiempo, por lo menos hasta hoy, ser la mejor forma de administración de los recursos

#### **6.3.4 Tendencias**

Los usuarios están cambiando su forma de navegar, si en 2013 era una tendencia y en 2014 está siendo un hecho, actualmente no se entiende una web que no tenga un diseño adaptativo y que se vea bien en todas las pantallas (computadora, tablet, teléfono móvil,

televisión, etc). Basándome en las siguientes tendencias tecnológicas se da como resultado la elaboración de un sitio web tecnológicamente a la vanguardia en ese sentido.

Las tendencias tecnológicas y de diseño tomadas en cuenta son:

**Tecnología Responsive:** El número de usuarios que se conectan a la red desde el teléfono móvil sigue aumentando y además el buscador más grande en internet, Google, está dando mucha importancia a que una web tenga un diseño adaptativo para posicionarla mejor en los resultados de su motor de búsqueda.

**Se impone el scroll:** Relacionado con la idea de hacer webs responsive, es mejor que estas hagan scroll para desplazarse y no clic. Es más usable y más fácil para el usuario que puedas desplazarte con una web moviendo y desplazando el dedo por la pantalla, antes que pulsando y haciendo clic.

**Navegación a cuadros:** Puede que Google+ fuera quien pusiera “de moda” este tipo de navegación pero lo cierto es que cada vez más webs lo utilizan. Actualmente veremos más webs de este estilo. Son perfectos para teléfonos móviles pues los cuadros se apilan uno a uno hasta adaptarse a la pantalla de un teléfono móvil.

**Menús móviles desde la versión de escritorio:** Los menús, de entre todos los elementos de la web puede considerarse uno de los más estándar y que menos cambios ha sufrido a lo largo del tiempo. Al ser un elemento fundamental en la estructura de la web, que sitúa y

guía al usuario en todo el recorrido por la web, no podía sufrir demasiadas modificaciones ya que, si no, el usuario podía ser despistado y por lo tanto, perder su cometido.

Sin embargo, como el aumento de tráfico a las webs desde dispositivos móviles continúa progresivamente en aumento, la forma como mostramos el menú o nav de las páginas webs va a cambiar. De hecho ya está cambiando en muchas webs.

El usuario ya ha interiorizado que tres rayitas en la parte superior de la pantalla significan que cuando pinchas ahí las diferentes secciones de la web van a aparecer desplegadas. Y aprovechando esta situación y la tendencia a simplificar el diseño, cada vez será más común ver este tipo de menú en las webs.

**HTLM5, CSS3 y Java Script:** Hace algún tiempo que se implantó el uso de lenguajes HTML, PHP, CSS y Java Script. Con sus nuevas versiones y sus ampliadas posibilidades el HTML5, el CSS3 y la programación con JQuery, Ajax, y otros frameworks que faciliten el uso de estos lenguajes seguirán siendo imprescindibles en la programación de cualquier página web durante este año.

**Lo simple gana:** Lo simple ganará a lo cargado y lleno de colores. Esto es bueno para la velocidad de carga de una web, para la navegación en móviles y para cumplir con los estándares del diseño web que nos llevan a esta simplicidad en el diseño. Dos buenas fotos y unos colores planos pueden dejar una web mucho mejor estéticamente hablando que algo muy cargado.

**Simplificar el diseño:** La tendencia a simplificar el diseño, como ya he comentado antes, traerá como consecuencia la utilización de la iconografía para sintetizar la información.

La ventaja de los iconos no es solo estética sino que además, al poder insertar estos iconos como si se tratase de una tipografía más en la web, esto te permite escalarlos como se desee sin perder resolución. Además de que ayudan a que el sitio web sea menos pesado y el tiempo de carga sea menor.

**Flat design:** El flat design se puso de moda el 2013 y el 2014 sigue siendo una fuerte tendencia. Las páginas web con diseños planos, simples, sin brillos ni sombreados, seguirán siendo tendencia este 2014.

**Tipografía y letras:** Con la popularidad del minimalismo es importante cuidar los elementos básicos de la página como letras y tipografía. Elegir buenas letras es fundamental a la hora de diseñar una página web. No solo ayudará a comunicar con claridad el contenido pero también ayudará a definir la identidad de la institución.

**Web Social:** Desde que se inventaron las redes sociales que las páginas web de cualquier empresa, organización, etc. buscan la manera de socializar sus webs y adaptarlas y conjugarlas con las redes sociales. Por eso, el este año seguirá siendo un año donde la sociabilización de las páginas webs seguirá en aumento.



*[www.banguat.gob.gt](http://www.banguat.gob.gt)*

## **Capítulo VII – Proceso de diseño y propuesta preliminar**

## **Capítulo VII – Proceso de diseño y propuesta preliminar**

---

### **7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico:**

El desarrollo de cualquier propuesta gráfica en sus diferentes denominaciones tanto estética, dinámica e interactiva requiere del conocimiento básico de los elementos a intervenir en su desarrollo. El sitio web del Banco de Guatemala emplea todos los elementos anteriormente descritos, así como la fundamentación de su desarrollo en las ciencias auxiliares como la Semiología y Psicología del color son fundamentales, para que los usuarios del sitio puedan decodificar correctamente los elementos colocados, ya sean imágenes, íconos o titulares.

### **Aplicación del proceso de la Comunicación**

Para que la comunicación sea efectiva en el sitio web del Banco de Guatemala, el proceso que ayudará con dicho objetivo estará fundamentado en la idea principal de la comunicación mediante la publicidad establecida de la institución, estos códigos visuales serán transmitidos mediante un canal estratégicamente colocados en una plataforma web, la cual servirá de enlace entre el emisor (el banco) y el receptor (grupo objetivo, para que la comunicación enviada, sea correctamente decodificada y comprendida por el receptor.

### **Aplicación de las Funciones de la Comunicación**

La función principal del sitio web es de servir de servir como canal de para rendir cuentas de sus funciones, así como un respaldo a la publicidad lanzada en medios masivos tradicionales a la institución y sus campañas publicitarias, por lo que su función es meramente informativa. La información colocada en el sitio web esta disponible a todo el

público y el mismo podrá comprender la intención de la institución en cuanto a la comunicación lanzada.

### **Aplicación de las Ciencias de la Comunicación:**

La comunicación es fundamental en la intención del sitio web, ya que la correcta decodificación de parte del receptor en cuanto a los iconos y demás elementos gráficos que permitan al usuario navegar de forma correcta dentro del sitio web además transmite la experiencia de la institución en relación a sus productos (monedas y billetes), logotipo y colores institucionales.

La ubicación de vínculos directos relacionados al menú de navegación serán colocados estratégicamente a medida que el usuario siempre los tenga a la vista facilitándole la navegación y de esta forma hacer el sitio web una herramienta fácil y cómoda de utilizar.

Las gráficas estadísticas y cuadros a presentar, responderán a un tamaño significativo que predomine el campo visual en relación a las dimensiones de una página web en la que se encuentra navegando dentro del sitio.

### **Aplicación de las Ciencias del Diseño**

El diseño gráfico aplicado corresponde al uso correcto del resto de información presentada por el banco, la armonía se logra tanto con el color y la forma aplicados en el sitio web, la diagramación correcta para su fácil navegación, ubicando cada elemento según sus jerarquías dentro del sitio, la estética, color y la tipografía. En la actualidad muchos sitios



web han evolucionado en la forma dinámica de presentar su información, eso no debe de ser motivo para perder una línea adecuada de diseño gráfico.

## **Aplicación de las Ciencias Auxiliares**

### **Semiótica y Semiología**

Para dicho proyecto se elaboró un estudio de la denotación y connotación de las formas y colores en el grupo objetivo. Derivado del mismo, se inició la elaboración del proceso de bocetaje, analizando así en formas, colores y tipografías de forma sencilla para el mismo. Todos los elementos gráficos tomados en cuenta para realizar el sitio web, fueron aplicados los conceptos y así llegar a plasmar la idea fue pensada desde un inicio.

### **Semiología de la Imagen:**

El reflejo de la institución es muy importante para la realización de este proyecto, por tal motivo y basándose en como la imagen del sitio web debe llegar a impactar y comunicar el mensaje deseado por medio del mismo, se debe lograr establecer un canal directo con su público objetivo, creando para el presente proyecto elementos que demuestran lo que desean, obteniendo la idea central propia como punto de referencia.

### **Psicología del Consumidor:**

El Banco de Guatemala se encuentra posicionado dentro de las instituciones estatales autónomas como una de las más confiables a nivel nacional, por el alto grado de confianza que el mismo se ha ganado durante todos los años en su buena gestión y desempeño de funciones en toma de decisiones de Política Monetaria a nivel nacional. Los aspectos que

son tomados como factores psicológicos de influencia, son trasladados a la aplicación de la nueva elaboración del sitio web, para que el visitante se sienta autorealizado con la información que la busca.

### **Psicología del Color:**

Los colores distintivos de la institución son sumamente importantes a aplicar, ya que proporciona que el diseño gráfico y la composición final del sitio web tuviera una correcta secuencia lógica con lo que se está pretendiendo comunicar. El uso correcto del color e incluso las tonalidades a utilizar en diversas gráficas para presentar la información, transmiten a cabalidad la personalidad o status de la institución.

### **Mercadeo (Marketing):**

Se aplica al cumplir con la función de envolver al consumidor en cuanto a la comunicación respondiendo a diferentes reacciones que este pudiera tener en cuando a la información del diseño plasmado.

## **7.2 Conceptualización:**

### **Método:**

El método utilizado es una mezcla de las técnicas de “Identificación o Empatía” y “Mapas mentales”, contemplados en el sitio web, neuronilla.com. Dichas técnicas proporcionan conocimientos fundamentales para la realización de la propuesta gráfica-digital, relacionada al rediseño del sitio web del Banco de Guatemala.

- **Identificación o Empatía:** Consiste en colocarse en lugar de los demás para tener una perspectiva más amplia de lo que se está realizando, tras la definición del objetivo creativo y haber generado nuevas ideas buscamos una nueva percepción que abra caminos diferentes y de esa forma resolver una problemática.

De esta forma se identifican necesidades en la realización de las propuestas de los rediseños, los cuales al tomarse en cuenta satisfacen aquellos hallazgos descubiertos mediante la aplicación de empatía.

- **Mapas mentales:** Es una técnica creada por Tony Buzan, investigador en el campo de la inteligencia y presidente de la Brain Foundation. La importancia de los mapas mentales radica que son una forma de pensamiento: el pensamiento irradiante. El mapa mental es una técnica gráfica que permite acceder al potencial del cerebro. Es una técnica de usos múltiples, su principal aplicación en el proceso creativo es la exploración del problema y la generación de ideas. En la exploración del problema es recomendable tener distintas perspectivas del mismo.

### **Aplicación:**

Se aplicaron las técnicas de creatividad tanto de la Empatía y Mapa Mental, que ayudaron a la correcta estructuración de la comunicación presentada en el nuevo sitio, enlistando y esquematizando las necesidades en cuanto a comunicación que el sitio pretende lograr, la intención y el mensaje.

**Definición del Concepto:**

El concepto del diseño para el sitio web del Banco de Guatemala, es:

**“Promover estabilidad”**

Busca mediante elementos gráficos, brindar o transmitir a los usuarios un conjunto de experiencias proporcionadas por la institución, lo que transmite la solidez de la institución, la intención, las aspiraciones, el dinamismo y la confiabilidad, al promover un desarrollo ordenado de la economía.



### 7.3 Bocetaje:

En este proceso se gráfica y justifica la estructura con la que contará el sitio web.

#### Layout del sitio web:

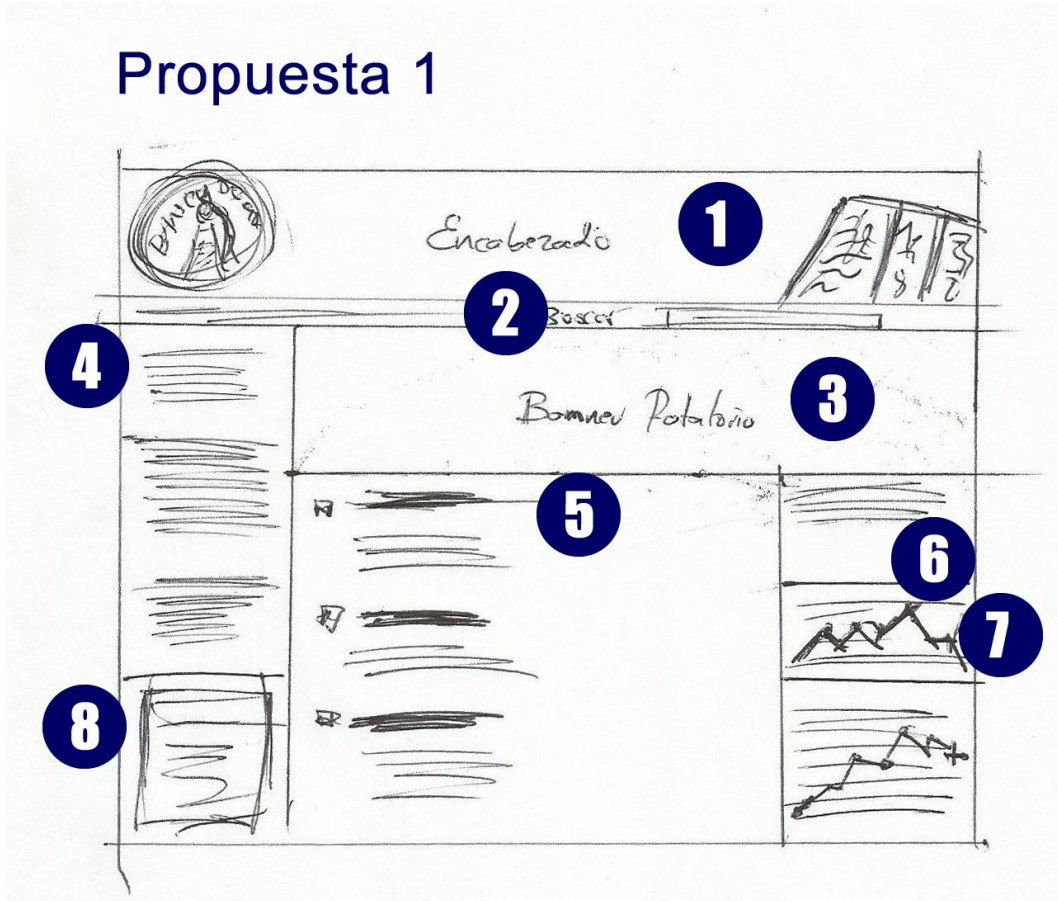
El bocetaje del sitio y del layout del mismo inició bajo el concepto de diseño antes establecido por todo un proceso de trabajo y evaluaciones técnicas en pro y mejora del despliegue de la información del mismo. Cada área está delimitada para una función correspondiente, respondiendo a las preguntas siguientes: ¿Qué hace el banco de Guatemala? ¿Cómo lo hace? ¿Quién lo hace? ¿Cómo me puede ayudar el Banco de Guatemala con la información que elabora?

#### Estructura de Sitio Web del Banco de Guatemala:

El presente diagrama es la estructura principal del actual sitio web del Banco de Guatemala, y que continuará en su misma forma, siempre estando sujeto a cambios en la actual administración, dado a que pueden surgir nuevos elementos que cambien el orden del mismo.



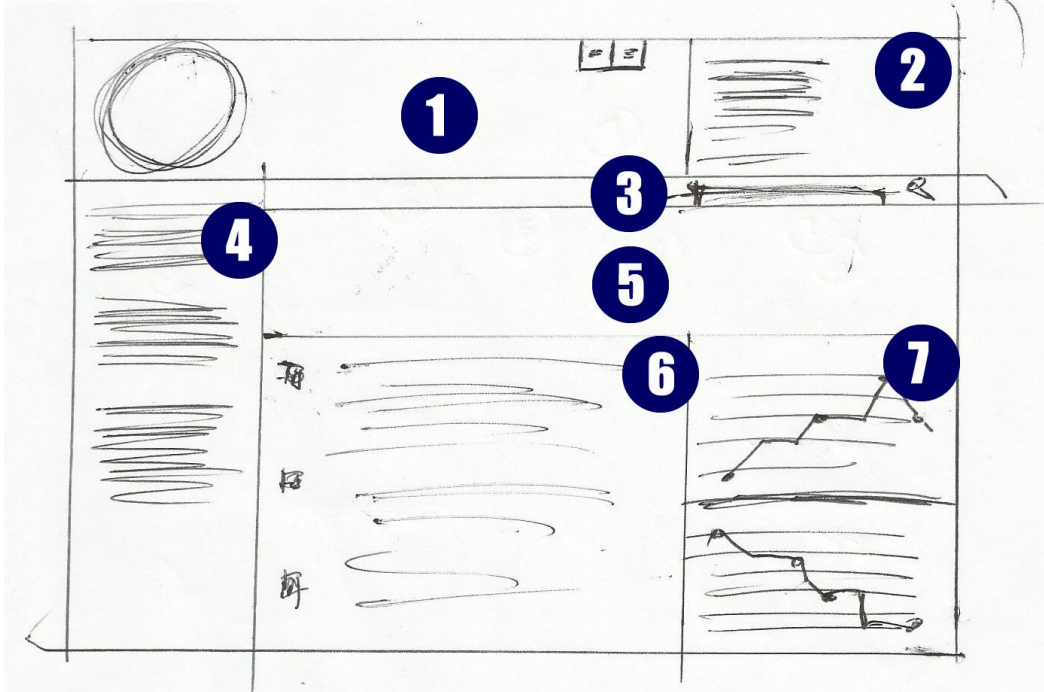
### 7.3.1 Bocetaje a base de dibujo natural:



1. Será la parte principal del sitio, que aparecer en todas las páginas y cuando se haga click en este apartado, se dirigirá a la página inicial del sitio web.
2. Se encontrará la barra de herramientas que guiarán al visitante al correcto uso del sitio web.
3. Banner publicitario, que mostrará las actividades próximas a realizarse en el la institución, contando con un máximo de 5 diapositivas.
4. El menú principal de la navegación del sitio web que contendrá todos los vínculos a los diferentes apartados y cuadros.

5. Este parte del sitio web contendrá las noticias más recientes que se deseen informar.  
Se mostrará un máximo de 3 noticias.
6. Gráficas de indicadores macroeconómicos recientes, mostrando sus comportamientos y datos históricos.
7. Vínculos de acceso directo datos estadísticos de indicadores mensuales que forman parte de la coyuntura del país, como por ej: Tasa de Interés Líder, Tipo de Cambio, Metas Explícitas de Inflación entre otros.
8. Barra debajo del menú principal que destacará las páginas más visitadas del sitio web.

## Propuesta 2

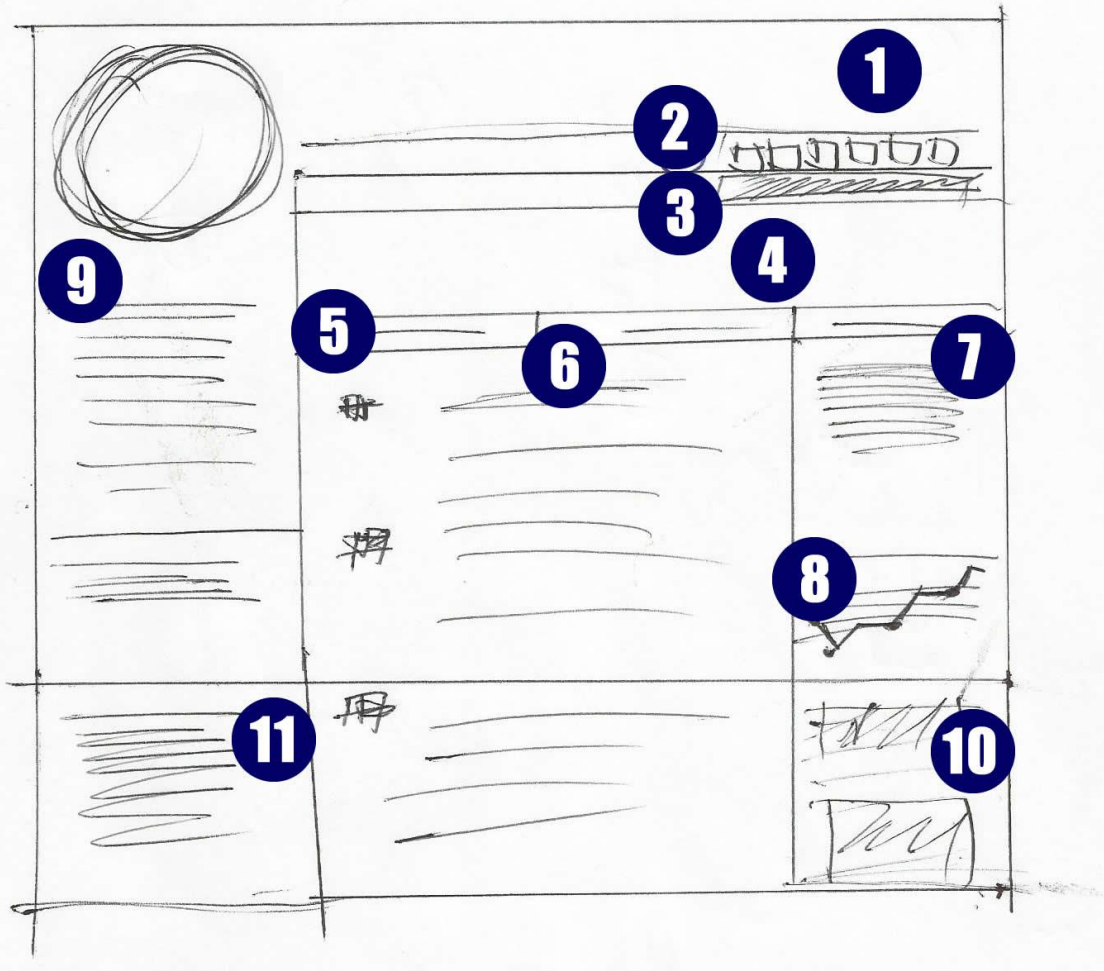


1. Será la parte principal del sitio, que aparecer en todas las páginas y cuando se haga click en este apartado, se dirigirá a la página inicial del sitio web.
2. Vínculos de acceso directo datos estadísticos de indicadores mensuales que forman parte de la coyuntura del país, como por ej: Tasa de Interés Líder, Tipo de Cambio, Metas Explícitas de Inflación entre otros.
3. Se encontrará la barra de herramientas que guiarán al visitante al correcto uso del sitio web.
4. El menú principal de la navegación del sitio web que contendrá todos los vínculos a los diferentes apartados y cuadros.



5. Banner publicitario, que mostrará las actividades próximas a realizarse en el la institución, contando con un máximo de 5 diapositivas.
6. Este parte del sitio web contendrá las noticias mas recientes que se deseen informar. Se mostrará un máximo de 3 noticias.
7. Vínculos de acceso directo datos estadísticos de indicadores mensuales que forman parte de la coyuntura del país, como por ej: Tasa de Interés Líder, Tipo de Cambio, Metas Explicitas de Inflación entre otros.

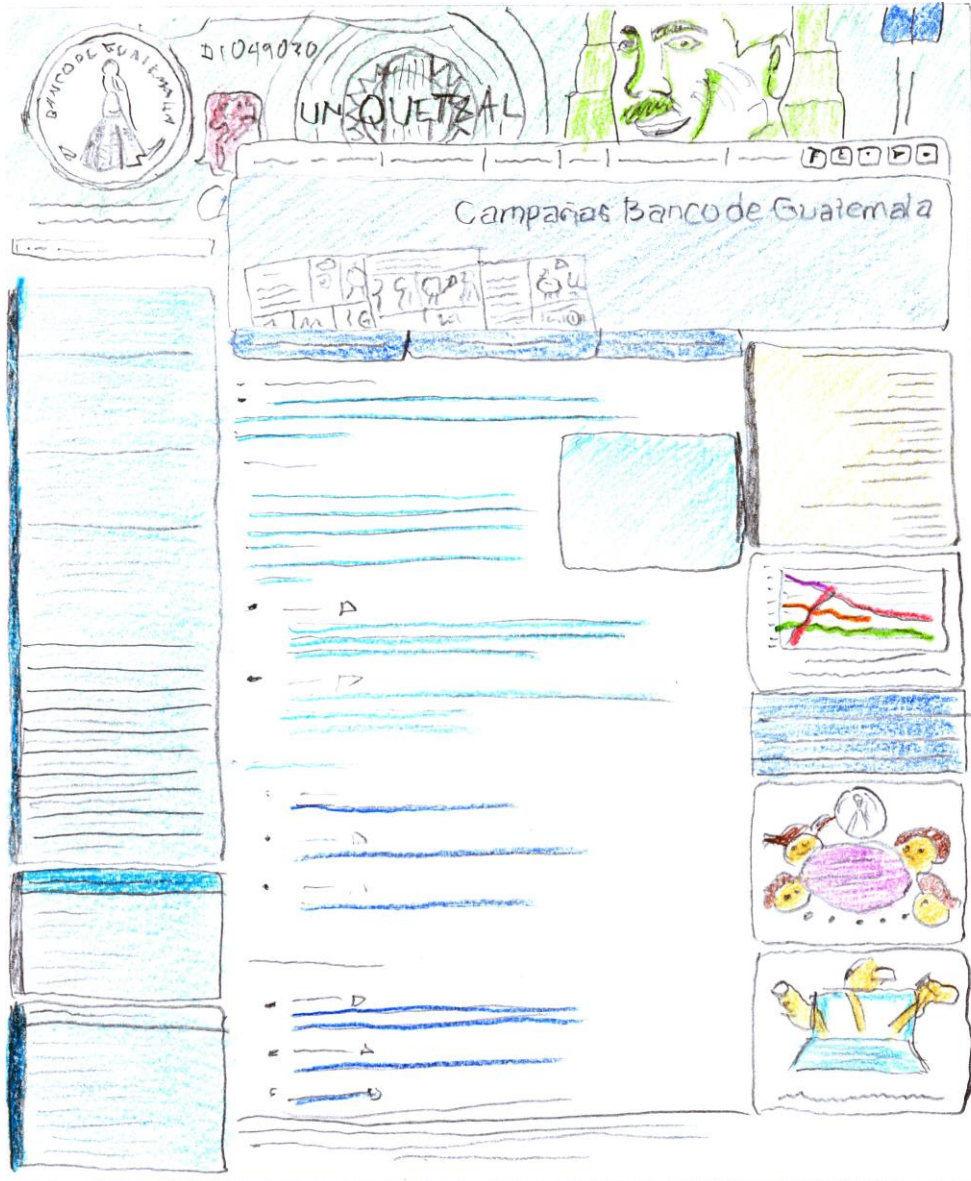
## Propuesta 3



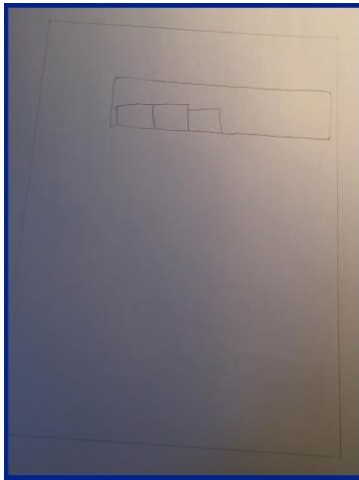
1. Será la parte principal del sitio, que aparecer en todas las páginas y cuando se haga click en este apartado, se dirigirá a la página inicial del sitio web.
2. Iconos de acceso a las diferentes redes sociales del banco para que puedan conocer donde se colocan materiales publicitarios del Banco de Guatemala.
3. Se encontrará la barra de herramientas que guiarán al visitante al correcto uso del sitio web.

4. Banner publicitario, que mostrará las actividades próximas a realizarse en el la institución, contando con un máximo de 5 diapositivas.
5. El menú principal de la navegación del sitio web que contendrá todos los vínculos a los diferentes apartados y cuadros.
6. Este parte del sitio web contendrá las noticias más recientes que se deseen informar. Se mostrará un máximo de 3 noticias.
7. Gráficas de indicadores macroeconómicos recientes, mostrando sus comportamientos y datos históricos.
8. Vínculos de acceso directo datos estadísticos de indicadores mensuales que forman parte de la coyuntura del país, como por ej: Tasa de Interés Líder, Tipo de Cambio, Metas Explícitas de Inflación entre otros.
9. El menú principal de la navegación del sitio web que contendrá todos los vínculos a los diferentes apartados y cuadros.
10. Banners a otros apartados del sitio web como lo son: Sala de prensa, festival de educación económico y financiera, libros y catálogos, entre otros.
11. Barra debajo del menú principal que destacará las páginas más visitadas del sitio web.

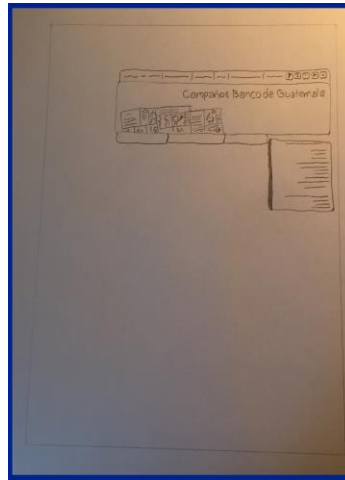
7.3.2 Proceso de bocetaje formal en base a la diagramación de dibujo técnico:



### 7.3.3 Proceso de digitalización de los bocetos:



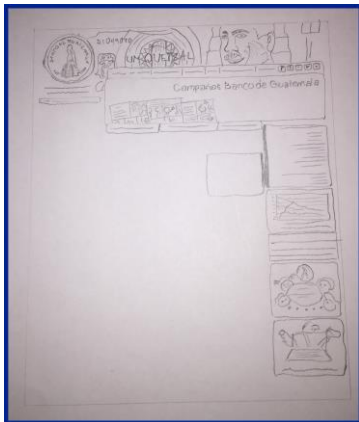
1.



2.



3.



4.



5.



6.

## 7.3.5 Propuestas digitalizadas

### Propuesta 1 del sitio web del Banco de Guatemala

EN / ES

# Encabezado con diseño de motivos del banco

Misión: Promover la estabilidad en el nivel general de precios.

Guatemala, junio 26 de 2012 - 10:56:44 A.M. (GMT -6)

Google™ Búsqueda personalizada

/Banco de Guatemala

- Mapa del sitio
- Buscar
- Preguntas frecuentes

**Estadísticas de Comercio Exterior**

- Comercio Exterior Año 2013
- Comercio Exterior Años Anteriores
- Listado de Incisos Arancelarios

**Sistema de Cuentas Nacionales**

- Sistema de Cuentas Nacionales Año Base 2001
- Sistema de Cuentas Nacionales Año Base 1958
- Índice Mensual de la Actividad Económica IMAE

**Investigaciones Económicas**

- Documentos de Trabajo del Banco de Guatemala
- Notas Monetarias
- Revista Banca Central

**Información Económica y Financiera**

- Indicadores Económicos de Corto Plazo
- Estadísticas Económicas
- Operaciones de Estabilización Monetaria
- Indicadores Macroeconómicos Mensuales

- Estados Financieros

- Operaciones Bancarias Forward

- Reservas Monetarias Internacionales

- Sistema de Pagos

- Balanza de Pagos

- Estadísticas Monetarias y Financieras

- Leyes Bancarias y Financieras

**/ Secciones más visitadas**

- Premio Dr. Manuel Noriega Morales 2012 - 2013
- Sesiones JM 2012
- Decisión Tasa de Interés Líder
- Tipo de Cambio e Inf. Cambiaria
- Contactenos
- Ingreso de Divisas por Remesas Fam.
- Avances en el mejoramiento del Proceso Estadístico

Acerca del Banco de Guatemala - Política Monetaria Cambiaria y Créditicia - Monedas y Billetes - Museo Numismático - Contáctenos

## Banner rotatorio

**Guatemala en Cifras a 2011**

- Libritos del Banguat: La Princesa y su Alcancía y El Fantasma de la Inflación

**Noticias recientes**

- 28.06.2012 Presentación realizada por autoridades del Banco de Guatemala, dirigida a Columnistas, Periodistas, Representantes de Centros de Investigación y de Universidades. Desempeño Macroeconómico Reciente y Perspectivas
- 27.06.2012 Conferencia de Prensa dictada por el licenciado Edgar Barquín Durán, Presidente de la Junta Monetaria y del Banco de Guatemala. Decisión de la Tasa de Interés Líder

**Publicaciones recientes**

- 28.06.2012 Encuesta de Expectativas Económicas, junio 2012
- 25.06.2012 Balance General del Banco de Guatemala al 31 de mayo de 2012

**Actualizaciones**

- 05.07.2012 Ingreso de Divisas por Remesas Familiares al 30.06.2012
- 16.05.2012 Reservas Monetarias Internacionales al 31.03.2012

**Tipo de Cambio de Referencia**

7.85440  
al 25/06/2012  
[- Detalles -](#)

**Inflación:** A mayo 2012  
Intermensual: 0.13  
Ritmo: 4.90  
Acumulada 1.43  
Nivel República  
(Base: Dc. 2010=100.0)  
[- Detalles -](#)

**Tasa de Interés Líder:** 5.50%  
(1 día plazo)  
[- Detalles -](#)

El Banco de Guatemala en:

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

**UNA UNIDAD DE LOS QUETZALES**

**UNA UNIDAD DE LOS QUETZALES**

El Banco de Guatemala no solicita ningún tipo de información a sus visitantes en línea, ni guarda información de seguimiento de las páginas visitadas. Es libre la reproducción de los artículos, gráficas y cifras que figuren en este Sitio Web, siempre que se mencione la fuente.

### Justificación:

Se desea mantener la misma estructura del actual sitio web, con detalles mas modernos en tecnología web, manteniendo el acostumbrado menú principal al lado izquierdo, con un encabezado principal ocupando todo el ancho de la página, mostrando diversos motivos

del banco que irán cambiando dependiendo de la navegación de la página- En la parte baja se encuentra una barra de herramientas que ayudará a la navegación del sitio web, debajo de dicha barra se observa banner rotatorio con los eventos o publicaciones destacadas. El cuerpo del sitio se compone en la parte central con sus noticias, publicaciones y actualizaciones recientes, y para complementar los principales indicadores macroeconómicos al lado izquierdo del sitio, destacando algunas gráficas de indicadores y los accesos a las diferentes redes sociales en las cuales se encuentra registrada la institución.

## Propuesta 2 del sitio web del Banco de Guatemala

EN / ES

# Encabezado con diseño de motivos del banco

Misión: Promover la estabilidad en el nivel general de precios.

Tipo de Cambio de Referencia: 7.85440  
al 25/06/2012 - Detalles -

Inflación: A mayo 2012  
Intermensual: 0.13 - Ritmo: 4.90 - Acumulada: 1.43  
Nivel República (Base: Dc. 2010=100.0) - Detalles -

Tasa de Interés Líder: 5.50%  
(1 día plazo) - Detalles -

Guatemala, junio 26 de 2012 - 10:56:44 A.M. (GMT -6)

Google® Búsqueda personalizada

Buscar

/Banco de Guatemala

- Mapa del sitio
- Buscar
- Preguntas frecuentes

**Estadísticas de Comercio Exterior**

- Comercio Exterior Año 2013
- Comercio Exterior Años Anteriores
- Listado de Incisos Arancelarios

**Sistema de Cuentas Nacionales**

- Sistema de Cuentas Nacionales Año Base 2001
- Sistema de Cuentas Nacionales Año Base 1958
- Índice Mensual de la Actividad Económica IMAE

**Investigaciones Económicas**

- Documentos de Trabajo del Banco de Guatemala
- Notas Monetarias
- Revista Banca Central

**Información Económica y Financiera**

- Indicadores Económicos de Corto Plazo
- Estadísticas Económicas
- Operaciones de Estabilización Monetaria
- Indicadores Macroeconómicos Mensuales

- Estados Financieros
- Operaciones Bancarias Forward
- Reservas Monetarias Internacionales
- Sistema de Pagos
- Balanza de Pagos
- Estadísticas Monetarias y Financieras
- Leyes Bancarias y Financieras

Acerca del Banco de Guatemala - Política Monetaria Cambiaria y Crédítica - Monedas y Billetes - Museo Numismático - Contáctenos

## Banner rotatorio

Guatemala en Cifras a 2011

Libritos del Banguat: La Princesa y su Alcancía y El Fantasma de la Inflación

### Noticias recientes

- 28.06.2012 Presentación realizada por autoridades del Banco de Guatemala, dirigida a Columnistas, Periodistas, Representantes de Centros de Investigación y de Universidades. Desempeño Macroeconómico Reciente y Perspectivas
- 27.06.2012 Conferencia de Prensa dictada por el licenciado Edgar Barquín Durán, Presidente de la Junta Monetaria y del Banco de Guatemala. Decisión de la Tasa de Interés Líder

### Publicaciones recientes

- 28.06.2012 Encuesta de Expectativas Económicas, junio 2012
- 25.06.2012 Balance General del Banco de Guatemala al 31 de mayo de 2012

### Actualizaciones

- 05.07.2012 Ingreso de Divisas por Remesas Familiares al 30.06.2012
- 16.05.2012 Reservas Monetarias Internacionales al 31.03.2012

### Secciones más visitadas

- Premio Dr. Manuel Noriega Morales 2012 - 2013
- Sesiones JM 2012
- Decisión Tasa de Interés Líder
- Tipo de Cambio e Inf. Cambiaria
- Contáctenos
- Ingreso de Divisas por Remesas Fam.
- Avances en el mejoramiento del Proceso Estadístico

El Banco de Guatemala en:

f t y i

El Banco de Guatemala no solicita ningún tipo de información a sus visitantes en línea, ni guarda información de seguimiento de las páginas visitadas. Es libre la reproducción de los artículos, gráficas y cifras que figuren en este Sitio Web, siempre que se mencione la fuente.

### Justificación:

Manteniendo la misma estructura que la propuesta número 1 en el menú principal, el contenido, el banner rotatorio, la barra de herramientas, las graficas del lado izquierdo y el acceso a redes sociales, la variante que presenta esta propuesta es un encabezado con



motivos del banco siendo menos ancho que el de la propuesta mencionada, acompañado del lado derecho de los principales indicadores macroeconómicos, mostrando una propuesta diferente en ese sentido y dándoles la importancia y relevancia en este caso, por la ubicación donde se encuentran colocados, y como último cambio en dicha propuesta, es un menú pequeño al lado derecho de la página, con las páginas mas visitadas dentro del sitio web, estadística contabilizada por medio de un sistema de conteo interno dentro del sitio web.

## Propuesta 3 del sitio web del Banco de Guatemala

EN / ES

12 DE MARZO DE 2013

Guatemala, junio 20 de 2013 - 10:56:44 (GMT -6) Mapa del sitio Buscar Preguntas frecuentes Contáctenos

Misión: Promover la estabilidad en el nivel general de precios.

Google™ Búsqueda personalizada

**Campañas Banco de Guatemala**

Acerca del Banco de Guatemala Política Monetaria Cambiaria y Crédito Transparencia Institucional

**Tipo de Cambio de Referencia**  
7.35440  
al 25/05/2012  
- Detalles -

**Inflación:** A mayo 2012  
Intermensual: 0.13  
Ritmo: 4.90  
Acumulada 1.43  
Nivel República  
(Base: Dic. 2010=100.0)  
- Detalles -

**Tasa de Interés Líder:** 5.50%  
(1 día plazo)  
- Detalles -

**Noticias recientes**

28.06.2013

Presentación realizada por autoridades del Banco de Guatemala, dirigida a Columnistas, Periodistas, Representantes de Centros de Investigación y de Universidades.  
**Desempeño Macroeconómico Reciente y Perspectivas**

28.06.2012  
Presentación realizada por autoridades del Banco de Guatemala, dirigida a Columnistas, Periodistas, Representantes de Centros de Investigación y de Universidades.  
**Desempeño Macroeconómico Reciente y Perspectivas**

27.06.2012  
Conferencia de Prensa dictada por el licenciado Edgar Barquín Durán, Presidente de la Junta Monetaria y del Banco de Guatemala  
**Decisión de la Tasa de Interés Líder**

**Publicaciones recientes**

28.06.2012  
Encuesta de Expectativas Económicas, junio 2012

25.06.2012  
Balance General del Banco de Guatemala al 31 de mayo de 2012

28.06.2012  
Encuesta de Expectativas Económicas, junio 2012

**Publicación reciente**

28.06.2012  
Encuesta de Expectativas Económicas, junio 2012

**Monedas y Billetes**

Educación Económico-Financiera

Ley de Acceso a la Información

Museo Numismático de Guatemala

**Educación Económica y Financiera para niños**

**Información para Prensa**

El Banco de Guatemala no solicita ningún tipo de información a sus visitantes en línea, ni guarda información de seguimiento de las páginas visitadas. Es libre la reproducción de los artículos, gráficas y cifras que figuren en este Sitio Web, siempre que se mencione la fuente.

### Justificación:

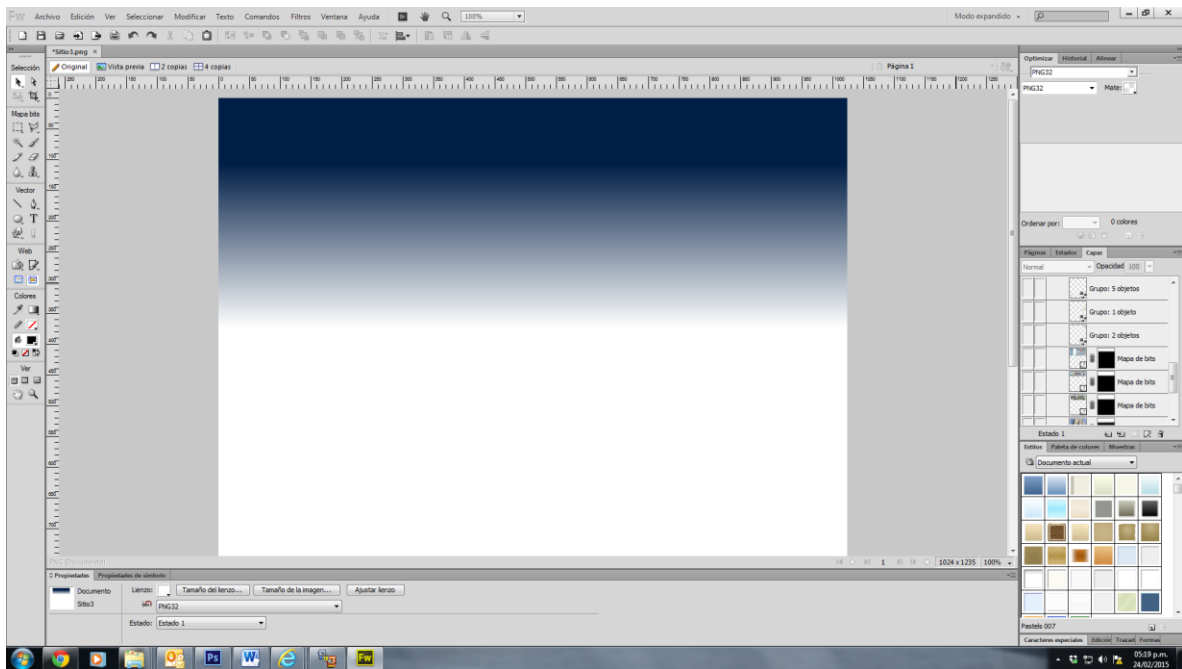
Se presenta esta propuesta de diseño, utilizando la misma línea que las propuestas anteriores, modificando los elementos únicamente en su forma y dándole mas modernismo, tratando de que la información presentada al ingresar no sea como una “cuadrícula”, sino

que los elementos tengan diversos tamaños. Eso ayudará a que el visitante sienta que hay menos armonía y lo invite a explorar, no dejando a un lado realmente un orden estructural, que permita que la persona no pierda los elementos y tenga indentificado plenamente en donde podrá encontrar la información que busca en el mismo. Las nuevas formas de presentar la información en los sitios web han variado, sin embargo el Banco de Guatemala tiene un amplio número de visitantes, por lo que son en pocos detalles los que puede cambiar la estructura de la información, sin embargo se puede presentar propuestas más frescas y amigables, para una mejor navegación dentro del sitio.

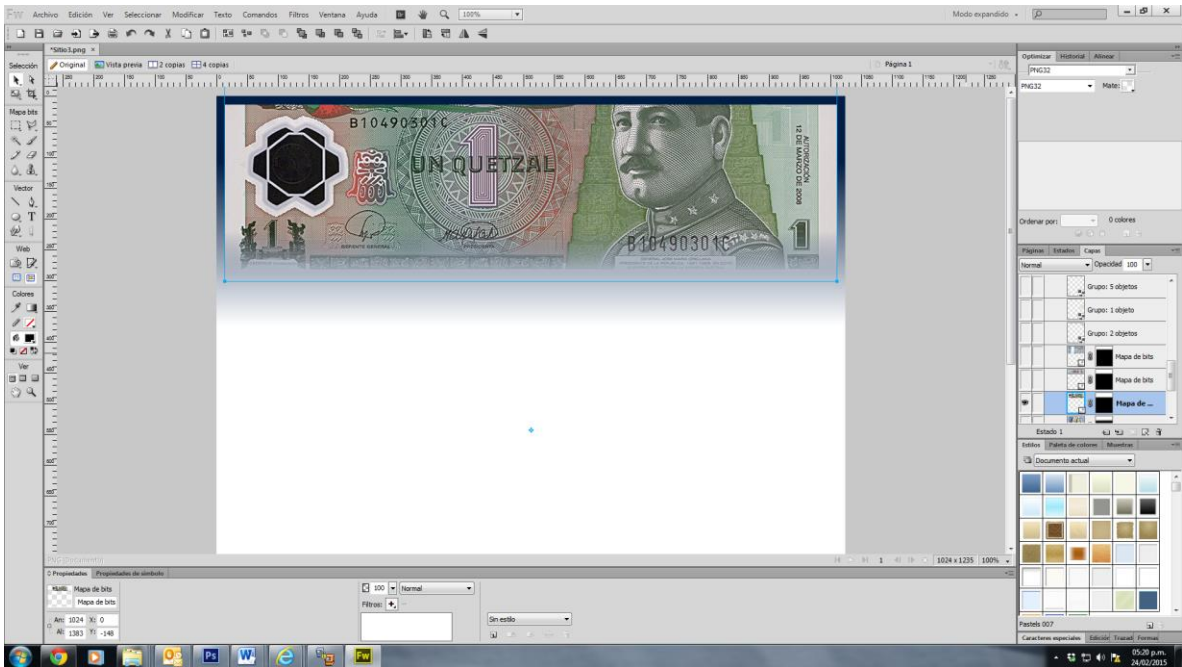
## 7.4 Digitalización:

Se ha seleccionado una de las tres propuestas presentadas, y se inicia con la propuesta digital preliminar, la misma será utilizada para la validación. De las propuestas presentadas, **se decide utilizar la propuesta número 3**, iniciando su digitalización preliminar, misma que será utilizada para la validación:

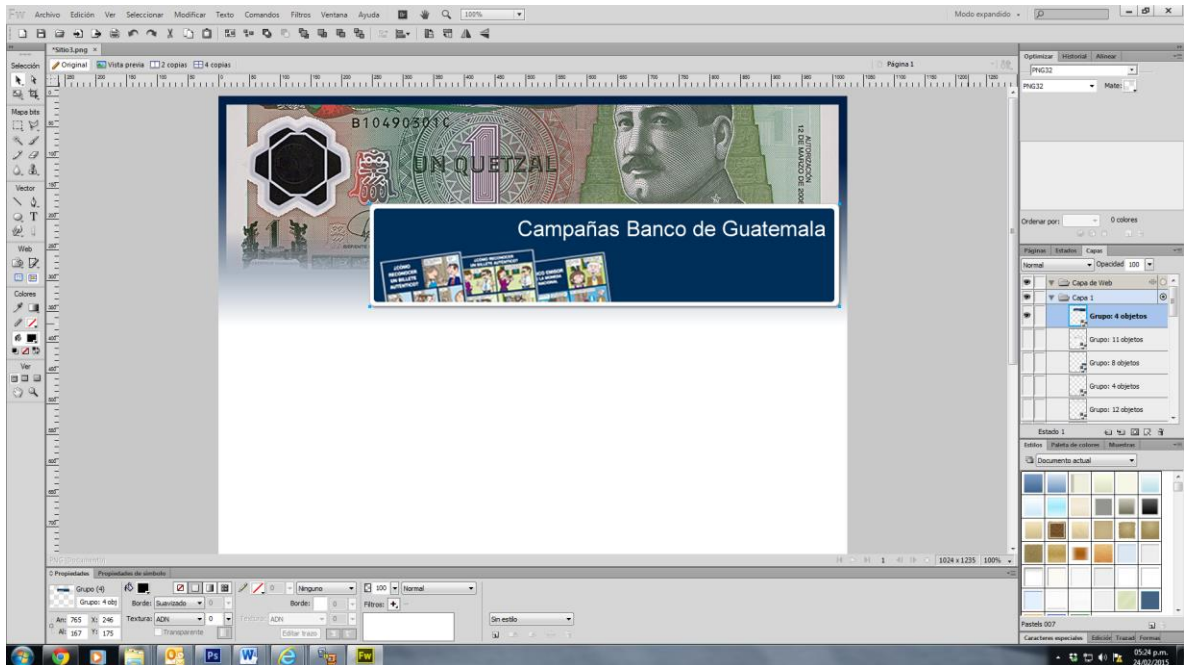
Para dicho trabajo se utilizó el programa Adobe Fireworks CS5, se crea imagen con 1068 pixeles de años en color blanco, donde se elaboró el primer cuadro en color azul de registro Rojo 0 Verde 30 Negro 70 del mismo ancho con un degradado transparente.



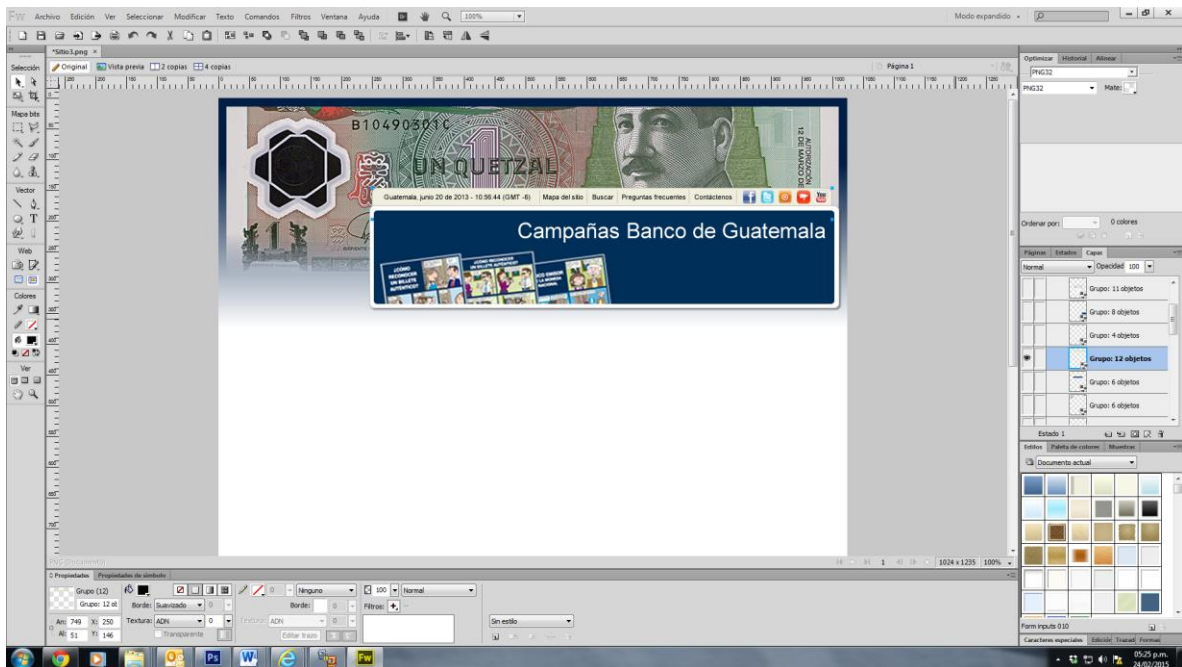
El cliente decidió escoger la imagen de Q1.00 que se adapta para colocar el encabezado del sitio web sobre el fondo azul. La imagen del quetzal se degrada en una porción en una imagen inferior.



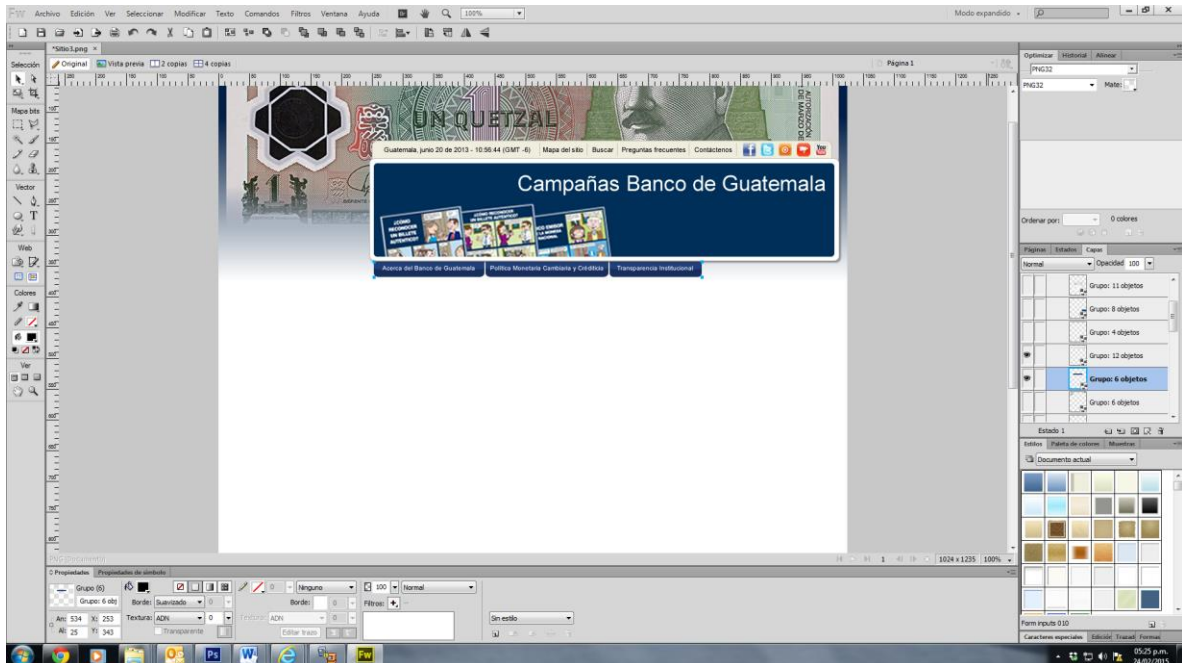
Tomando en cuenta la tendencia de los actuales sitios web, se elabora un espacio donde se puedan colocar 5 banners publicitarios rotativos de 750 píxeles de ancho y 150 píxeles de alto.



Se elabora un menú sobre el banner publicitario que contiene las diversas herramientas para facilitar la navegación del sitio web, como lo son: El mapa del sitio, Búsqueda, Preguntas Frecuentes y el acceso a la página de contacto directo al administrador del sitio web. A su vez, se complementa con iconos que dirigen a todas las redes sociales donde se encuentra registrada la institución.

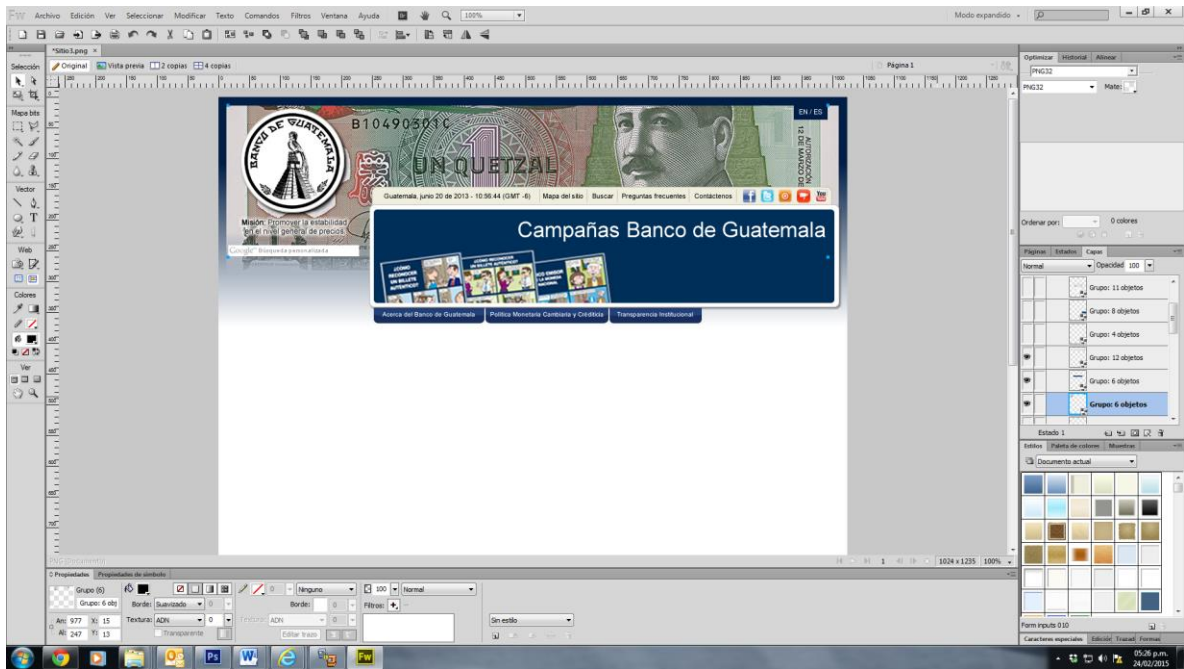


Debajo del banner publicitario se coloca un pequeño menú que dirigirá a información completamente institucional, el quehacer del banco central y rendición de cuentas de su actuar. Todas las separaciones responden a los estudios que se han elaborado en base a las áreas técnicas que los navegantes visitan en el sitio web del Banco de Guatemala.

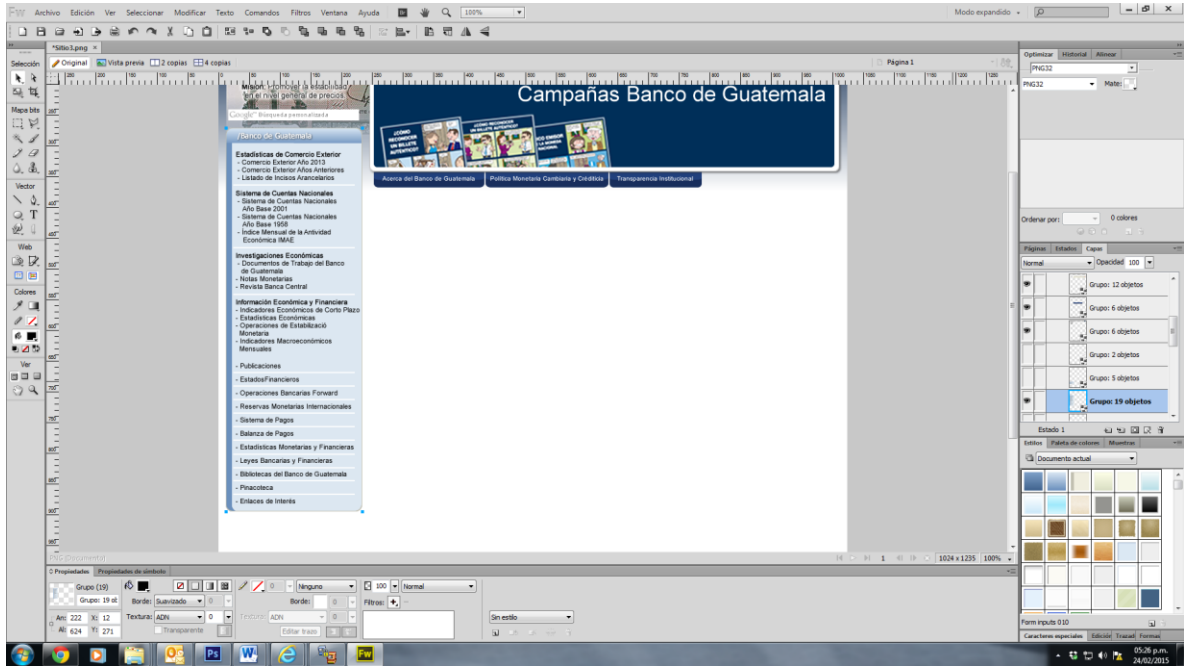




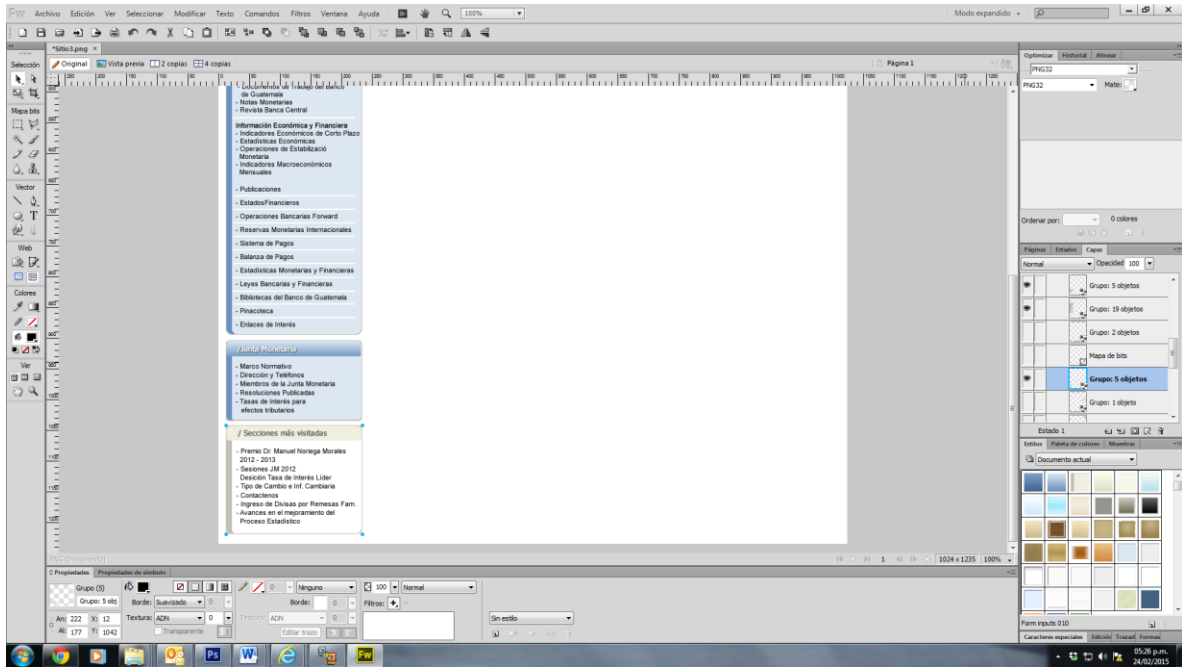
Se coloca en la parte superior izquierda el logo de la institución, la misión de la misma y una caja de búsqueda del motor de búsqueda Google, además de la opción en la parte superior derecha para escoger los idiomas inglés o español para navegar en el sitio.



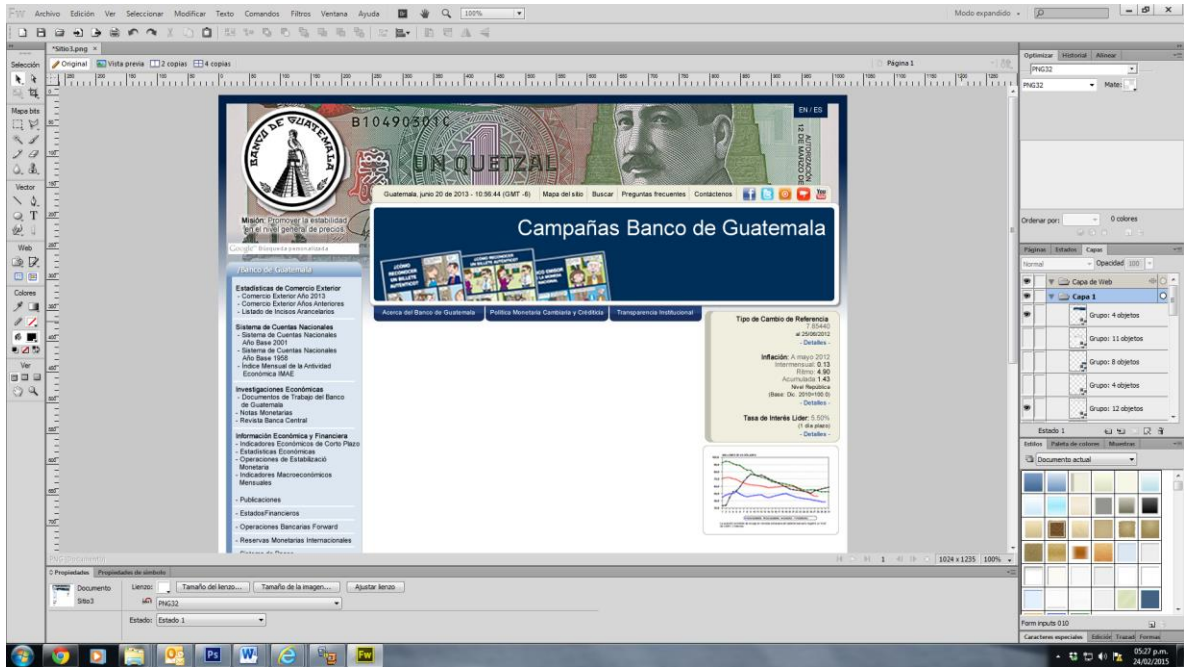
Se elabora el menú principal en la parte izquierda del diseño haciendo la separación correspondiente de las categorías en las que el visitante podrá navegar en el sitio web.



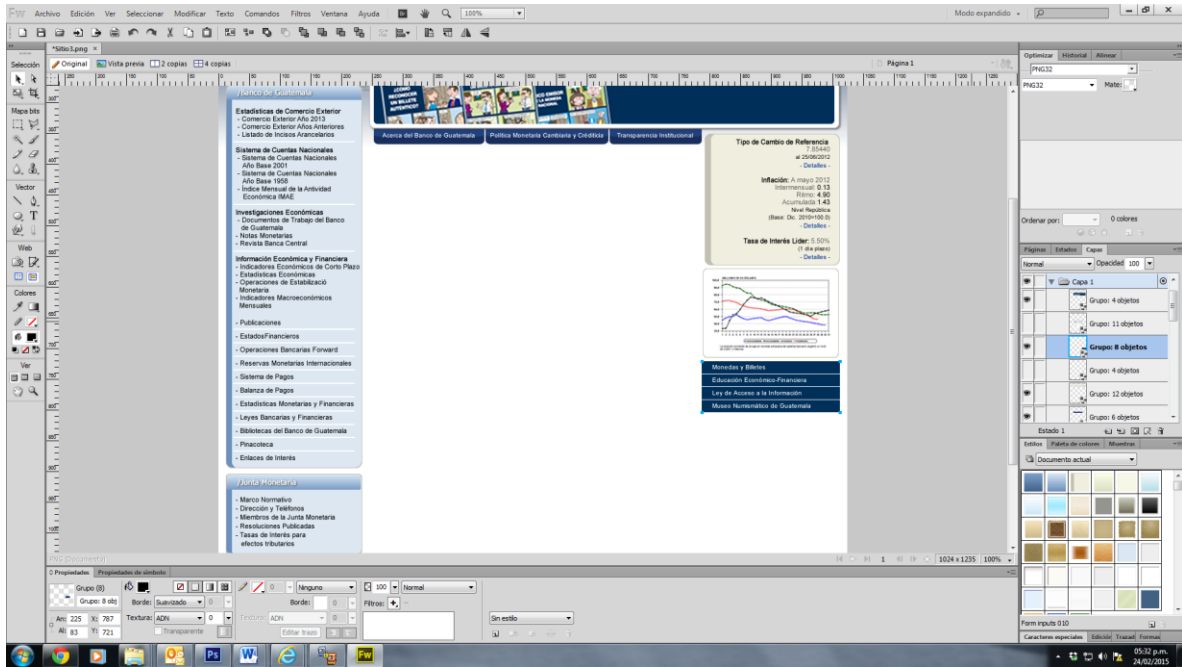
El menú principal se complementa con el apartado en específico para la Junta Monetaria y el apartado de Secciones más visitadas, como parte del complemento de navegación.



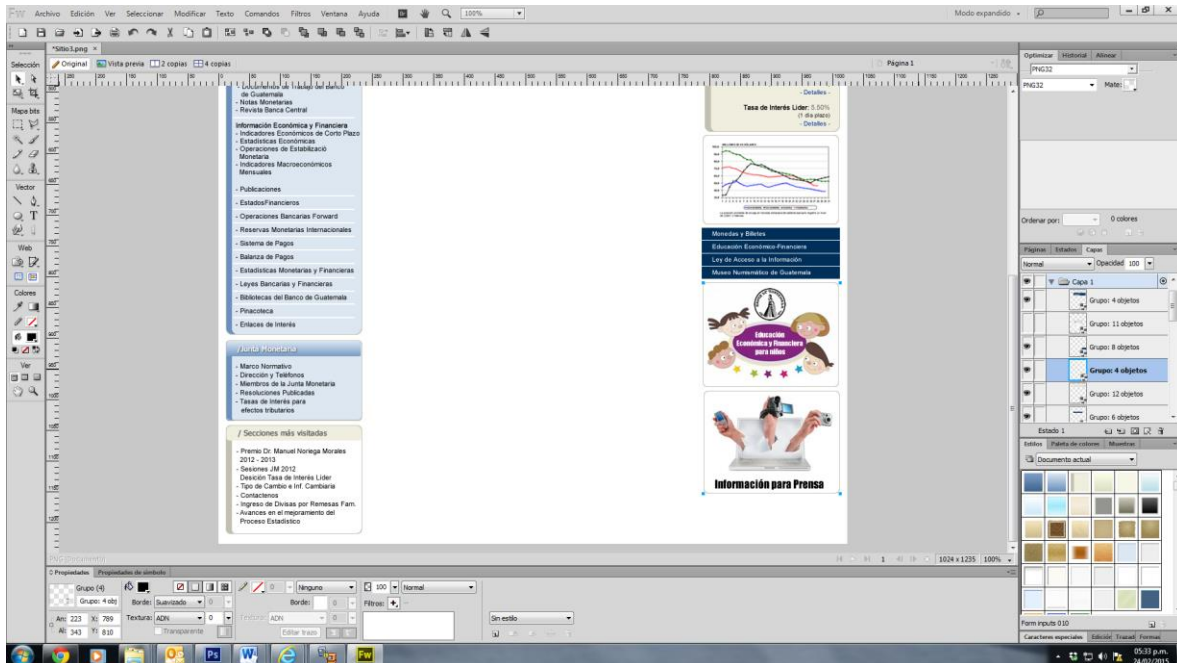
En la parte derecha se elabora un cuadro con los principales indicadores macroeconómicos importantes para el país y una gráfica sobre el comportamiento de la Tasa de Interés Líder de la Política Monetaria, un indicador sumamente importante para el país.



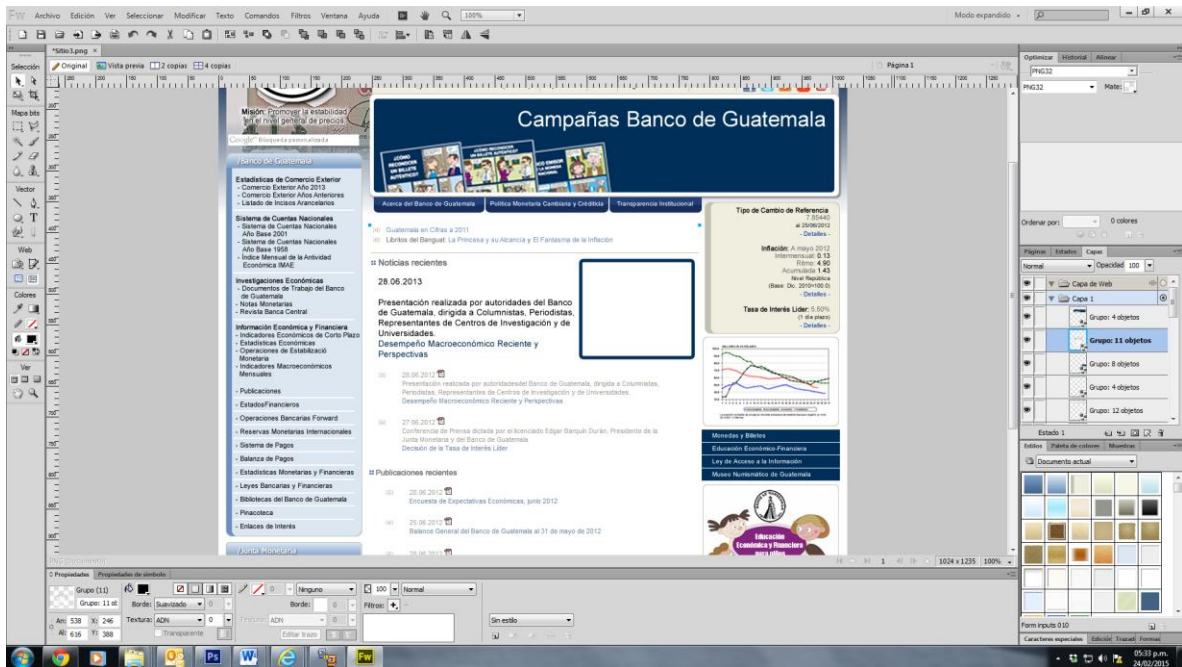
Debajo de los indicadores y la gráfica, se coloca un pequeño menú correspondiente a todos los apartados culturales con los que el Banco de Guatemala cuenta. (Biblioteca, Museo Numismático, Pinacoteca del Banco de Guatemala, etc.)



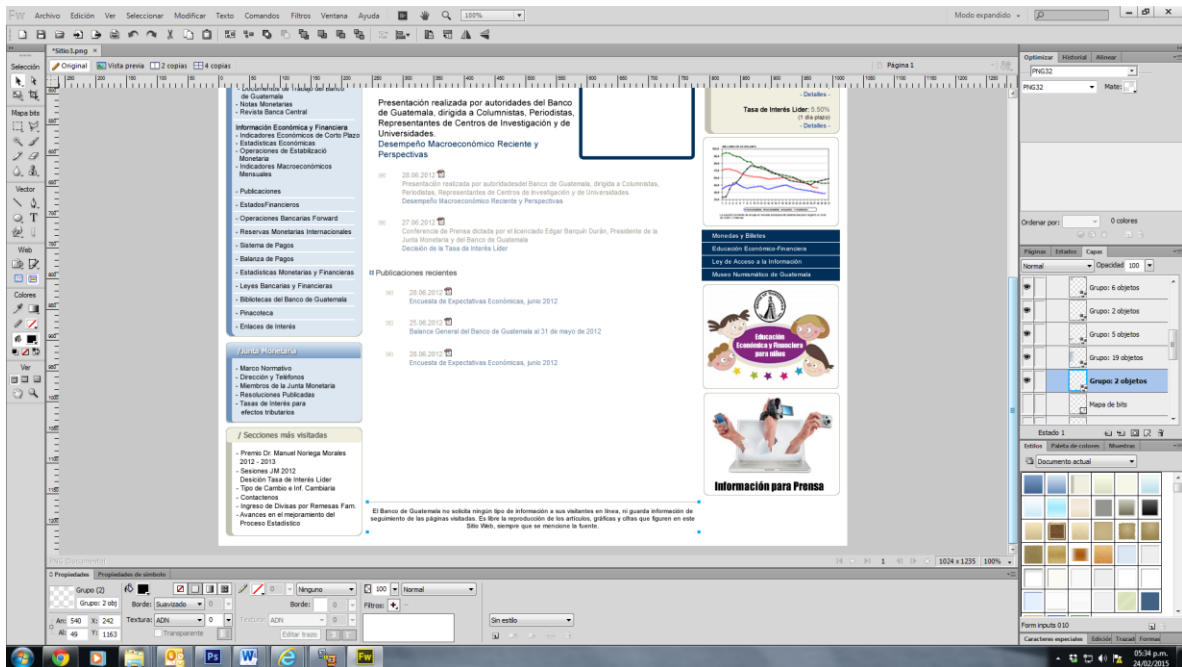
Debajo del apartado cultural, no se tiene oficialmente pensado para ocuparlo, sin embargo se ha pensado en colocar 2 banners con información o temas que surjan coyunturalmente como lo pueden ser las Jornadas Económicas del Banco, o bien los Festivales de Educación Económica y Financiera que se llevan a cabo en promedio 1 vez al mes.



Se colocan los apartados donde se encontrará la información más actualizada: Noticias recientes y Publicaciones Recientes. Estos apartados son los apartados principales o donde se concentrará la mayor información actualizada y visitada del sitio web.

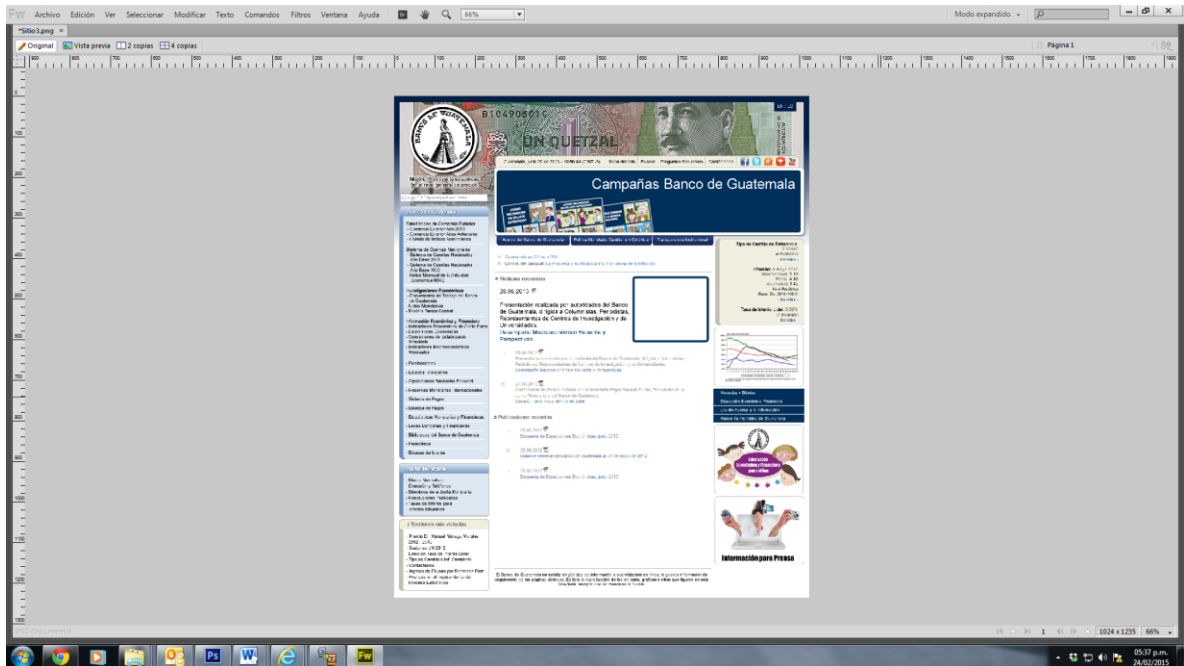


Se hace referencia clara a los Derechos de autor, algo que no puede hacer falta, para aclarar quién es el dueño de la información (Banco de Guatemala) y que se puede utilizar con autorización, dando los créditos correspondientes a la institución.





Finalmente, se aprecia cómo quedará la página de inicio en su forma completa en el programa de elaboración.



## Propuesta 3 del sitio web del Banco de Guatemala



B10490307C

UN QUETZAL

EN / ES

AUTORIZACIÓN  
12 DE MARZO DE 2013

Guatemala, junio 20 de 2013 - 10:56:44 (GMT -6)
Mapa del sitio
Buscar
Preguntas frecuentes
Contactenos






Misión: Promover la estabilidad en el nivel general de precios

Google Búsqueda personalizada

**/Banco de Guatemala**

**Estadísticas de Comercio Exterior**

- Comercio Exterior Año 2013
- Comercio Exterior Años Anteriores
- Listado de Incisos Arancelarios

**Sistema de Cuentas Nacionales**

- Sistema de Cuentas Nacionales Año Base 2001
- Sistema de Cuentas Nacionales Año Base 1958
- Índice Mensual de la Actividad Económica IMAE

**Investigaciones Económicas**

- Documentos de Trabajo del Banco de Guatemala
- Notas Monetarias
- Revista Banca Central

**Información Económica y Financiera**

- Indicadores Económicos de Corto Plazo
- Estadísticas Económicas
- Operaciones de Estabilización Monetaria
- Indicadores Macroeconómicos Mensuales

- Publicaciones
- Estados Financieros
- Operaciones Bancarias Forward
- Reservas Monetarias Internacionales
- Sistema de Pagos
- Balanza de Pagos
- Estadísticas Monetarias y Financieras
- Leyes Bancarias y Financieras
- Bibliotecas del Banco de Guatemala
- Pinacoteca
- Enlaces de Interés

### Campañas Banco de Guatemala



Acerca del Banco de Guatemala | Política Monetaria Cambiaria y Crédito | Transparencia Institucional

Guatemala en Cifras a 2011

Libritos del Banguat: La Princesa y su Alcancía y El Fantasma de la Inflación

**Noticias recientes**

28.06.2013

Presentación realizada por autoridades del Banco de Guatemala, dirigida a Columnistas, Periodistas, Representantes de Centros de Investigación y de Universidades.  
**Desempeño Macroeconómico Reciente y Perspectivas**



28.06.2012

Presentación realizada por autoridades del Banco de Guatemala, dirigida a Columnistas, Periodistas, Representantes de Centros de Investigación y de Universidades.  
**Desempeño Macroeconómico Reciente y Perspectivas**

27.06.2012

Conferencia de Prensa dictada por el licenciado Edgar Barquín Durán, Presidente de la Junta Monetaria y del Banco de Guatemala  
**Decisión de la Tasa de Interés Líder**

**Publicaciones recientes**

- 28.06.2012 Encuesta de Expectativas Económicas, junio 2012
- 25.06.2012 Balance General del Banco de Guatemala al 31 de mayo de 2012
- 28.06.2012 Encuesta de Expectativas Económicas, junio 2012

**Tipo de Cambio de Referencia**

7.85440  
al 25/06/2012  
- Detalles -

**Inflación:** A mayo 2012  
Intermensual: 0.13  
Ritmo: 4.90  
Acumulada: 1.43  
Nivel República (Base: Dic. 2010=100.0)  
- Detalles -

**Tasa de Interés Líder:** 5.50%  
(1 día plazo)  
- Detalles -



**Monedas y Billetes**

Educación Económico-Financiera

Ley de Acceso a la Información

Museo Numismático de Guatemala



**Información para Prensa**



**/Junta Monetaria**

- Marco Normativo
- Dirección y Teléfonos
- Miembros de la Junta Monetaria
- Resoluciones Publicadas
- Tasas de Interés para efectos tributarios

**/ Secciones más visitadas**

- Premio Dr. Manuel Noriega Morales 2012 - 2013
- Sesiones JM 2012
- Decisión Tasa de Interés Líder
- Tipo de Cambio e Inf. Cambiaria
- Contactenos
- Ingreso de Divisas por Remesas Fam.
- Avances en el mejoramiento del Proceso Estadístico


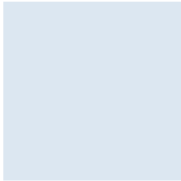
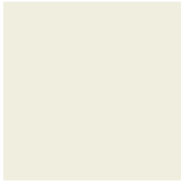

El Banco de Guatemala no solicita ningún tipo de información a sus visitantes en línea, ni guarda información de seguimiento de las páginas visitadas. Es libre la reproducción de los artículos, gráficas y cifras que figuren en este Sitio Web, siempre que se mencione la fuente.

Esta propuesta se ha tomado en cuenta, ya que es la que contiene los elementos mejor estructurados, su menú no pierde ninguna forma en comparación del sitio web actual, se

deja en claro los motivos por los que trabaja la institución, que es la moneda de nuestro país. El sitio sigue con una sección de herramientas de trabajo que no están ligadas con el menú principal, sino sobre encima del banner de noticias, motivo principal de mayor atractivo, dado que en el mismo se estarán presentadas las últimas novedades que realiza el Banco de Guatemala y que serán presentadas en dicho espacio. Todo esto se encuentra complementado en 3 vinculos en la parte baja del banner, que es información puramente institucional, y un menú al lado derecho de datos macroeconómicos, gráficas macroeconómicas, una sección cultural y banners hacia abajo que indican los apartados más destacados de la composición de toda la información presentada, recordando que fue información que en el actual sitio web existe y que es de mucha importancia presentarla por apartados independientes, que es lo que se busca actualmente con la nueva estructura de este sitio web.

#### 7.4.1 Colores:

Se manejará una paleta de colores utilizados para el sitio web en RGB. son los siguientes:

			
Azul Institucional	Celeste Institucional	Gris Perla	Blanco Puro
R: 00 G: 30 B: 70	R: 220 G: 231 B: 241	R: 240 G: 238 B: 223	R: 255 G: 255 B: 255

#### **7.4.2 Herramientas y Lenguaje utilizado:**

Para la elaboración digital inicial la propuesta, se utilizaron las siguientes herramientas informáticas:

- Fireworks
- Photoshop
- Illustrator

El sitio web será desarrollado en el lenguaje de programación ASP, complementado con HTML5, y colocado sobre un Windows Server 2008.

#### **7.4.3 Propuesta preliminar: Estructura y Diseño:**

Tomando como base para esta nueva propuesta de desarrollo el anterior sitio web del Banco de Guatemala, con este nuevo concepto se quiere elaborar para el cliente una navegación mas dinámica y ordenada, que se pueda encontrar la información mas fácilmente, que la pueda utilizar para su interés y que sea este nuevo sitio, un lugar para suministrar información importante a nivel nacional.

#### **7.4.4 Resolución:**

Dada una evaluación elaborada en el sistema Google Analytics, se determinó que la mayoría de computadoras desde donde se ingresa al sitio web del banco, utilizan una resolución de 1024 x 768 pixeles. Asimismo las amplias visitas de dispositivos móviles como teléfonos inteligentes y tablets, se adecuó una versión desarrollada en una tecnología llamada “Responsive” que adapta el sitio web a la resolución de cada dispositivo con el que se navegue.

#### 7.4.5 Tipografía:

La tipografía utilizada es la siguiente:

Arial

a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

, . ' :

*Arial Italica*

*a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z*

*A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0*

*, . ' :*

**Arial en Negrilla:**

**a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z**

**A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0**

**, . ' :**

***Arial en Negrilla Italica:***

***a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z***

***A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0***

***, . ' :***

## 7.4.6 Presentación digital preliminar:



### Página de inicio:

Es la página a que se accederá al ingresar al sitio web, es la que desplegará toda la información de primer orden y que contiene:

- Página inicial del sitio web con un ancho de 1024 píxeles de ancho visualizable en una computadora normal, tecnología “responsive” adaptable a cualquier dispositivo móvil. (Tableta electrónica, teléfono inteligente o similar).

- Encabezado con motivos de billete de 1 quetzal, emitido por el banco con su respectivo logotipo en la parte izquierda del mismo.
- Barra de herramientas de uso del sitio web (Mapa de sitio, Buscar, Preguntas Frecuentes)
- Acceso a las diversas redes sociales
- Banner publicitario mostrando 5 actividades
- Apartado sobre el que hacer de la institución (Acerca del Banco de Guatemala, Política Monetaria y Transparencia Institucional)
- Menú principal con información del Banco de Guatemala y Junta Monetaria
- Apartado de Secciones más visitadas
- Gráficas estadísticas
- Información institucional de monedas y billetes
- Banner publicitarios hacia otros apartados del sitio web.

## Acerca de la institución:



The screenshot shows the website of the Banco de Guatemala. The background features a 1 Quetzal banknote with the text 'BANCO DE GUATEMALA', 'UN QUETZAL', and 'AUTORIZACIÓN 12 DE MARZO DE 2008'. The mission statement is: 'Misión: Promover la estabilidad en el nivel general de precios.' The navigation menu includes: 'Estadísticas de Comercio Exterior', 'Sistema de Cuentas Nacionales', 'Investigaciones Económicas', 'Información Económica y Financiera', and 'Junta Monetaria'. The main content area is titled 'Acerca de la institución' and contains a historical overview of the central bank.

### Acerca de la institución

#### RESEÑA HISTORICA

##### A. ANTECEDENTES DE LA BANCA CENTRAL EN GUATEMALA

1. La fundación del Banco Central: la reforma de Orellana

Los orígenes legales e institucionales del actual sistema de banca central en Guatemala se remontan al período de la reforma monetaria y financiera de 1924-1926. Entonces, fue creado el Banco Central de Guatemala como establecimiento de emisión, giro y descuento, de carácter privado y con participación del Estado como accionista. Esta reforma culminó durante el mandato del General José María Orellana (1921-1926), y fue conducida en su etapa final por un equipo bajo el liderazgo del Licenciado Carlos O. Zachrisson (entonces Ministro de Hacienda), que trabajó sobre la base de los estudios técnicos elaborados por el profesor EdwinWalter Kemmerer, de la Universidad de Princeton.<sup>1</sup>

El origen de esta reforma se vincula a los graves desequilibrios monetarios y financieros que ocasionó el régimen monetario anterior, basado en la existencia legal de un oligopolio de bancos emisores reglado por el gobierno de Manuel Estrada Cabrera, que generó una gigantesca deuda del gobierno para con esos bancos. En 1919, el propio gobierno de Estrada Cabrera invitó al profesor Kemmerer para estudiar las condiciones monetarias del país y hacer las recomendaciones que el caso ameritara para emprender la reforma. Kemmerer recomendó, entre otras medidas, el establecimiento de un banco central que sería el agente fiscal del gobierno y que tendría el derecho exclusivo de emitir billetes.

El Banco de Guatemala no solicita ningún tipo de información a sus visitantes en línea, ni guarda información de seguimiento de las páginas visitadas. Es libre la reproducción de los artículos, gráficas y cifras que figuren en este Sitio Web, siempre que se mencione la fuente.



# Estadísticas de Comercio Exterior



Misión: Promover la estabilidad en el nivel general de precios.

Google™ Búsqueda personalizada

Guatemala, junio 20 de 2013 - 10:56:44 (GMT -6) Mapa del sitio Buscar Preguntas frecuentes Contactenos

Acerca del Banco de Guatemala Política Monetaria Cambiaria y Crediticia Transparencia Institucional

EN / ES  
AUTORIZACIÓN  
12 DE MARZO DE 2008

**Estadísticas de Comercio Exterior**

- Comercio Exterior Año 2013
- Comercio Exterior Años Anteriores
- Listado de Incisos Arancelarios

**Sistema de Cuentas Nacionales**

- Sistema de Cuentas Nacionales Año Base 2001
- Sistema de Cuentas Nacionales Año Base 1958
- Índice Mensual de la Actividad Económica IMAE

**Investigaciones Económicas**

- Documentos de Trabajo del Banco de Guatemala
- Notas Monetarias
- Revista Banca Central

**Información Económica y Financiera**

- Indicadores Económicos de Corto Plazo
- Estadísticas Económicas
- Operaciones de Estabilización Monetaria
- Indicadores Macroeconómicos Mensuales
- Publicaciones
- Estados Financieros
- Operaciones Bancarias Forward
- Reservas Monetarias Internacionales
- Sistema de Pagos
- Balanza de Pagos
- Estadísticas Monetarias y Financieras
- Leyes Bancarias y Financieras
- Bibliotecas del Banco de Guatemala
- Pinacoteca
- Enlaces de Interés

**Junta Monetaria**

- Marco Normativo
- Dirección y Teléfonos
- Miembros de la Junta Monetaria
- Resoluciones Publicadas
- Tasas de Interés para efectos tributarios

## Estadísticas de Comercio Exterior

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
<b>TOTALES</b>	<b>4,314,730.6</b>	<b>3,912,286.8</b>	<b>4,126,784.2</b>	<b>4,378,031.9</b>	<b>4,782,728.7</b>	<b>709,041.2</b>
Enero	314,606.7	290,240.3	246,129.3	283,348.1	305,090.5	357,872.2
Febrero	318,307.0	281,951.4	274,512.7	304,621.2	350,387.4	351,169.0
Marzo	340,459.5	344,145.6	369,953.3	384,120.4	402,127.6	
Abril	385,252.4	339,687.3	344,408.9	371,286.6	418,968.1	
Mayo	397,982.9	332,603.3	357,017.2	415,324.7	451,558.0	
Junio	384,331.8	348,577.8	394,289.7	416,388.4	432,674.8	
Julio	409,667.1	365,551.1	384,612.4	349,829.5	422,088.8	
Agosto	373,536.2	337,449.4	377,358.3	409,558.4	441,401.2	
Septiembre	371,836.0	332,103.7	359,310.5	364,782.7	365,797.8	
Octubre	367,727.7	327,523.1	339,374.1	356,804.6	415,446.5	
Noviembre	311,685.4	287,928.3	331,384.7	343,499.2	367,955.4	
Diciembre	339,337.9	324,525.5	348,433.1	378,468.1	409,232.5	

NOTA: Las cantidades pueden variar ligeramente, como resultado de aproximarlas a miles de dólares.  
Fuente: Mercado Institucional de Divisas.

PDF Adobe X

Portada Página anterior Subir

El Banco de Guatemala no solicita ningún tipo de información a sus visitantes en línea, ni guarda información de seguimiento de las páginas visitadas. Es libre la reproducción de los artículos, gráficas y cifras que figuren en este Sitio Web, siempre que se mencione la fuente.

# Sistema de Cuentas Nacionales

**Sistema de Cuentas Nacionales**

Media= 4.47 · Mediana= 4.32 · Moda=4

**Histograma**

Clase	Frecuencia
1.96 - 3.13	8
3.13 - 4.28	15
4.28 - 5.44	35
5.44 - 6.59	23
6.59 - 7.75	5
7.75 - 8.90	2

**Polígono de frecuencias**

**Ojiva**

Figura 1. Arriba) Histograma, Abajo izquierda) polígono de frecuencias, Abajo derecha) Ojiva.

# Investigaciones Económicas

**BANCO DE GUATEMALA**  
Misión: Promover la estabilidad en el nivel general de precios.

Google™ Búsqueda personalizada

Guatemala, junio 20 de 2013 - 10:56:44 (GMT -6) Mapa del sitio Buscar Preguntas frecuentes Contáctenos

Acerca del Banco de Guatemala Política Monetaria Cambiaria y Créditicia Transparencia Institucional

**Investigaciones Económicas**

**Banca Central**

Último número:

Click to read

(Versión PDF)

Seleccione el número anterior de revista:

Si desea consultar los números anteriores a los actualmente publicados, favor hacer clic aquí.

Nota: Estos documentos están almacenados en formato Flash. Para visualizarlos, debe instalar Flash Player.

Portada Página anterior Subir

El Banco de Guatemala no solicita ningún tipo de información a sus visitantes en línea, ni guarda información de seguimiento de las páginas visitadas. Es libre la reproducción de los artículos, gráficas y cifras que figuren en este Sitio Web, siempre que se mencione la fuente.

# Información Económica y Financiera

The screenshot shows the website of the Banco de Guatemala. At the top, there is a banner featuring a 1 Quetzal banknote. The banknote includes the Banco de Guatemala logo, the text 'BANCO DE GUATEMALA', the serial number 'B104903016', and the denomination 'UN QUETZAL'. Below the banknote, the mission statement reads: 'Misión: Promover la estabilidad en el nivel general de precios.' The website header includes a search bar, navigation links, and social media icons. A sidebar on the left contains a menu with categories such as 'Estadísticas de Comercio Exterior', 'Sistema de Cuentas Nacionales', 'Investigaciones Económicas', 'Información Económica y Financiera', and 'Junta Monetaria'. The main content area displays the title 'Información Económica y Financiera' and a 3D pie chart titled 'GASTOS 2008 CEDU'. The pie chart shows the following distribution: 60% (green), 36% (red), and 4% (blue). A legend above the chart identifies the categories: 'Asesoría' (blue), 'Mantenimiento WTRs' (red), 'Secretaría Ejecutiva' (green), and 'Servicios Bancarios' (red).

Categoría	Porcentaje
Asesoría	4%
Mantenimiento WTRs	36%
Secretaría Ejecutiva	60%
Servicios Bancarios	0%

El Banco de Guatemala no solicita ningún tipo de información a sus visitantes en línea, ni guarda información de seguimiento de las páginas visitadas. Es libre la reproducción de los artículos, gráficas y cifras que figuren en este Sitio Web, siempre que se mencione la fuente.

# Ley de Acceso a la Información Pública

The screenshot shows the website of the Banco de Guatemala. At the top, there is a banner featuring a Guatemalan 1 Quetzal banknote. The text on the banner includes the mission: "Misión: Promover la estabilidad en el nivel general de precios." and a search bar with "Google" and "Búsqueda personalizada". On the right side of the banner, it says "EN / ES" and "AUTORIZACIÓN 12 DE MARZO DE 2008". Below the banner, there is a navigation menu with links: "Guatemala, junio 20 de 2013 - 10:56:44 (GMT -6)", "Mapa del sitio", "Buscar", "Preguntas frecuentes", "Contáctenos", and social media icons for Facebook, Twitter, YouTube, and LinkedIn. Below the navigation menu, there are three buttons: "Acerca del Banco de Guatemala", "Política Monetaria Cambiaria y Créditicia", and "Transparencia Institucional". On the left side, there is a sidebar menu with the following sections: "/Banco de Guatemala", "Estadísticas de Comercio Exterior" (with sub-items: Comercio Exterior Año 2013, Comercio Exterior Años Anteriores, Listado de Incisos Arancelarios), "Sistema de Cuentas Nacionales" (with sub-items: Sistema de Cuentas Nacionales Año Base 2001, Sistema de Cuentas Nacionales Año Base 1958, Índice Mensual de la Actividad Económica IMAE), "Investigaciones Económicas" (with sub-items: Documentos de Trabajo del Banco de Guatemala, Notas Monetarias, Revista Banca Central), "Información Económica y Financiera" (with sub-items: Indicadores Económicos de Corto Plazo, Estadísticas Económicas, Operaciones de Estabilización Monetaria, Indicadores Macroeconómicos Mensuales, Publicaciones, Estados Financieros, Operaciones Bancarias Forward, Reservas Monetarias Internacionales, Sistema de Pagos, Balanza de Pagos, Estadísticas Monetarias y Financieras, Leyes Bancarias y Financieras, Bibliotecas del Banco de Guatemala, Pinacoteca, Enlaces de Interés), and "/Junta Monetaria" (with sub-items: Marco Normativo, Dirección y Teléfonos, Miembros de la Junta Monetaria, Resoluciones Publicadas, Tasas de Interés para efectos tributarios). In the center of the page, there is a blue banner with the text "LEY DE ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA" and "Decreto No. 57-2008" below it. At the bottom of the page, there is a footer with navigation links: "Portada", "Página anterior", and "Subir".

El Banco de Guatemala no solicita ningún tipo de información a sus visitantes en línea, ni guarda información de seguimiento de las páginas visitadas. Es libre la reproducción de los artículos, gráficas y cifras que figuren en este Sitio Web, siempre que se mencione la fuente.

# Junta Monetaria

The screenshot shows the website of the Banco de Guatemala. At the top, there is a banner featuring a Guatemalan Quetzal banknote with the denomination 'UN QUETZAL' and the portrait of General José María Orellana. The banner includes the bank's logo, the mission statement 'Misión: Promover la estabilidad en el nivel general de precios', and the date '12 DE MARZO DE 2008'. Below the banner is a navigation bar with links for 'Acerca del Banco de Guatemala', 'Política Monetaria Cambiaria y Créditicia', and 'Transparencia Institucional'. The main content area is titled 'Junta Monetaria' and contains two paragraphs of text. The first paragraph explains the bank's transparency policy, and the second paragraph details the public access to information under the Ley de Acceso a la Información Pública. Below the text, the address and contact information for the Junta Monetaria are provided, along with the operating hours. At the bottom of the page, there are buttons for 'Junta Monetaria' and 'Banco de Guatemala', and a footer with navigation links and a disclaimer.

EN / ES  
AUTORIZACIÓN  
12 DE MARZO DE 2008

Misión: Promover la estabilidad en el nivel general de precios.

Google™ Búsqueda personalizada

/Banco de Guatemala

Guatemala, junio 20 de 2013 - 10:56:44 (GMT -6) Mapa del sitio Buscar Preguntas frecuentes Contáctenos

Acerca del Banco de Guatemala Política Monetaria Cambiaria y Créditicia Transparencia Institucional

## Junta Monetaria

El Banco de Guatemala como parte de su política de transparencia y rendición de cuentas ha divulgado información relacionada con distintos aspectos de su quehacer de banca central y lo continúa haciendo por medio de su sitio de Internet, creado en 1996. Esta política cobró mayor relevancia a partir de la vigencia del Decreto Número 16-2002 Ley Orgánica del Banco de Guatemala, que en su Título VI Transparencia en la información, dedica un capítulo a la rendición de cuentas y la divulgación, en donde se destaca la obligatoriedad de rendir informes al Congreso de la República, publicar los informes de política monetaria, divulgar información del Banco de Guatemala, divulgar las actuaciones de la Junta Monetaria, así como publicar sus resoluciones.

En ese sentido, parte de la información pública de oficio contenida en el Artículo 10 de la Ley de Acceso a la Información Pública, Decreto Número 57-2008, se ha venido publicando y actualizando en el referido sitio.

Para recibir y tramitar las solicitudes de acceso a la información pública, se designó al Departamento de Comunicación y Relaciones Institucionales como la **Unidad de Información Pública**, tanto de la **Junta Monetaria** como del **Banco de Guatemala**, la cual se encuentra ubicada en:

7a. Av. 22-01 Zona 1,  
Edificio Anexo II, 2do. nivel  
Teléfono directo: 2485-6085.

**Horario de atención:**  
De lunes a viernes de 8:00 a 16:00 horas.

Junta Monetaria Banco de Guatemala

Portada Página anterior Subir

El Banco de Guatemala no solicita ningún tipo de información a sus visitantes en línea, ni guarda información de seguimiento de las páginas visitadas. Es libre la reproducción de los artículos, gráficas y cifras que figuren en este Sitio Web, siempre que se mencione la fuente.



*[www.banguat.gob.gt](http://www.banguat.gob.gt)*

## **Capítulo VIII – Validación Técnica**

## Capítulo VIII – Validación Técnica

---

En continuidad del siguiente proyecto, la siguiente verificación se muestra la siguiente verificación para el logro de los objetivos del rediseño del sitio web, que se planteó con anterioridad tomando en cuenta todos elementos semiológicos, comunicativos y de diseño. Con ese objetivo, se desarrolló una herramienta de validación.

### **8.1 Población y Muestreo:**

Para que la verificación del proyecto se lleve a cabo con mejor exactitud y se alcancen los objetivos deseados, fue necesario seleccionar a un grupo de personas de interés del mismo, pues se tomarán en cuenta datos del cliente directo, del grupo objetivo y profesionales de la comunicación y el diseño gráfico.

- Cliente – Banco de Guatemala

Total de la Muestra: 8

Se tomaron en cuenta las personas que se dedican a obtener información constante del sitio web, quienes a su vez también proporcionan información al mismo y que lo utilizan como una herramienta de trabajo.

Total de la Muestra: 25

El total de los encuestados esta conformado por jóvenes y adultos comprendidos entre las edades de 20 a 50 años, quienes son los que requieren información que el Banco de



Guatemala brinda por medio de sus diversos departamentos técnicos y que es de suma importancia para sus diferentes cálculos estadísticos.

- Expertos: Diseñadores dentro del área web, la animación y Comunicación.

Total de la Muestra: 2

Los expertos encuestados para el propósito de validación de este proyecto son profesionales diseñadores gráficos y profesionales en la comunicación, que poseen el conocimiento y la formación suficiente para aportar a la parte semiológica, comunicativa y objetiva de la validación de este proyecto. Los expertos encuestados fueron: (*ver anexo A*)

Marlon Borrayo: Licenciado en Publicidad con 24 años de experiencia.

Wendy Franco: Licenciada en Comunicación para la Educación con 22 años de experiencia.

## **8.2 Método e Instrumentos:**

### **8.2.1 Técnica: Encuesta:**

Para validar de forma más eficiente el presente proyecto se elaboró una encuesta, dado que se requiere de una herramienta propia para el conocimiento que se tiene con respecto al proyecto, así como para presentar de la mejor manera los resultados obtenidos.

#### - Aspecto Objetivo:

Se validarán los objetivos del proyecto y se establece la solución propuesta a la problemática presentada con anterioridad.

#### - Aspectos Semiológicos

Son constituidos tanto por la imagen, el diseño y la animación, colores y tipografías, imágenes, diagramación y disposición de la información.

#### - Aspectos Operativos

Constituyen la eficacia, la eficiencia, el fácil acceso, el fácil manejo y aplicación de la misma.

### **8.2.2 Instrumento de validación**

A continuación se presenta el instrumento de validación, utilizando en la muestra, para el cliente, grupo objetivo, y para los expertos. Esta evaluará tanto objetivos, aspectos semiológicos y operativos. Con un total de 15 preguntas. (*Ver Anexo B*)

### 8.3 Resultados e Interpretación de los Resultados:

Para la mejor comprensión e interpretación de los resultados tabulados obtenidos, se mostrarán los mismos de manera gráfica.

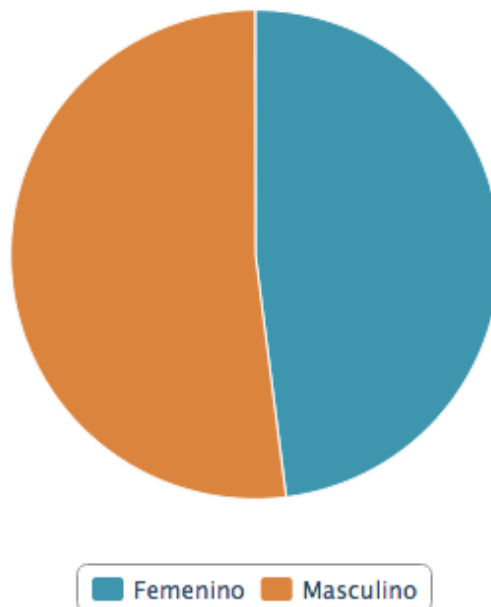
Total de encuestados: 25 personas

- 8 personas de cliente
- 15 personas de grupo objetivo
- 2 personas como expertos

Modo de acercamiento: El contacto inicial fue enmarcar a cada una de las personas que respondieron la encuesta, con una breve charla de aproximadamente 5 minutos sobre cual era el tema de la encuesta, para que pudieran comprenderla. Se tomaron fotografías requeridas por la Universidad, con los expertos del tema, que se muestra en el siguiente anexo, (*Ver anexo A*).

#### Género:

Masculino: 52% - Femenino: 48%



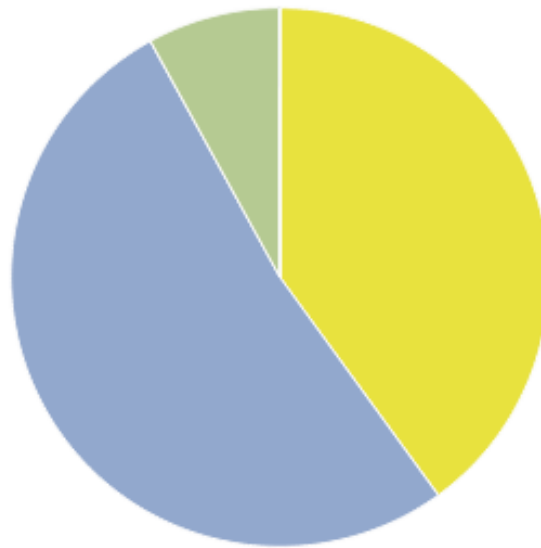
**Edad:**

De 20 a 30 años: 40%

De 31 a 40 años: 52%

De 41 a 50 años: 8%

51 años o mayor: Ninguno



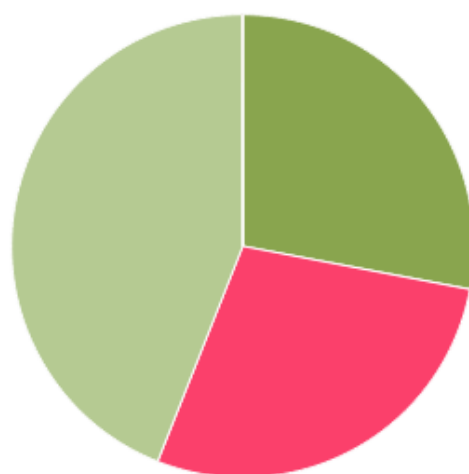
### Profesionalidad:

Estudiante: 28%

Graduado Universitario: 44%

Graduado de Maestría: 28%

Graduado de Doctorado: Ninguno



### Años de Experiencia:

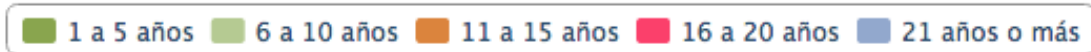
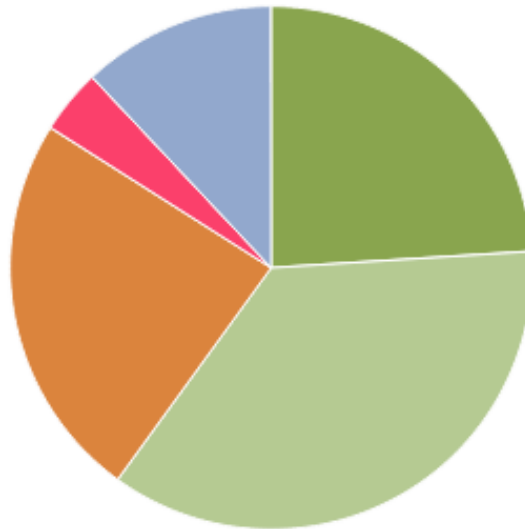
1 a 5 años: 24%

6 a 10 años: 36%

11 a 15 años: 24%

16 a 20 años: 4%

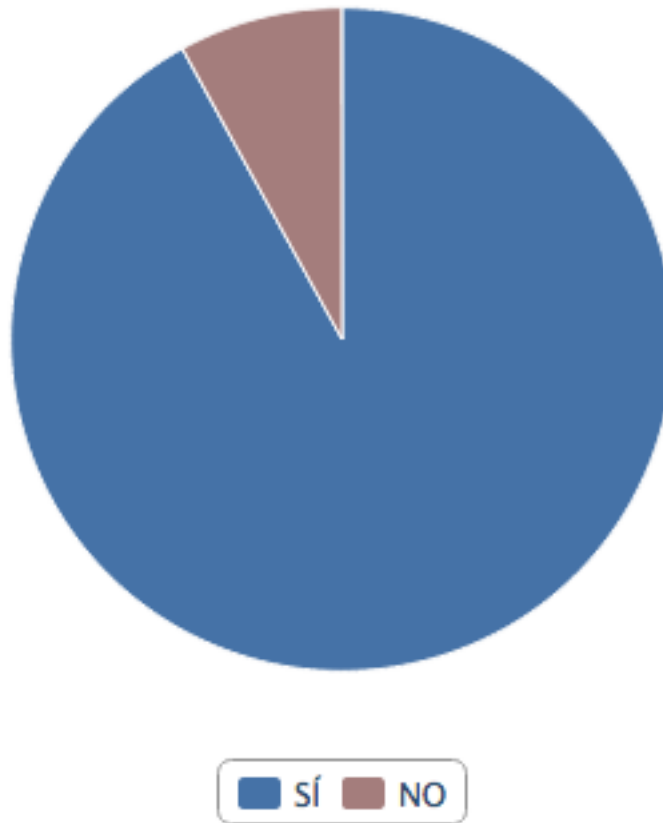
21 años o más: 12%



**Parte Objetiva:**

- 1. ¿Considera necesario la renovación del sitio web del Banco de Guatemala para dar a conocer a los usuarios de forma dinámica y ordenada la información de la institución?**

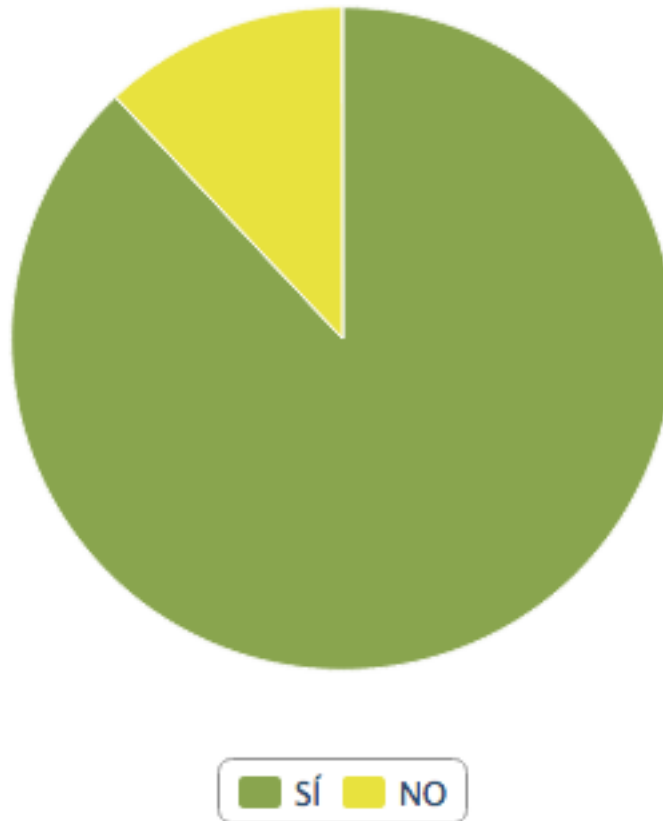
Sí: 92% No: 8%



Se tomó la decisión de la renovación del sitio web, dado que el 92% de los encuestados considera que el mismo ya no reúne los requisitos tecnológicos y de diseño. Por tal motivo se plantea elaborar un nuevo proyecto para dar a conocer a los usuarios de forma dinámica y ordenada la información de la institución.

**2. ¿Considera importante investigar información relacionada al diseño de sitios web para poder implementarla en el rediseño del mismo?**

Sí: 88% No: 12%

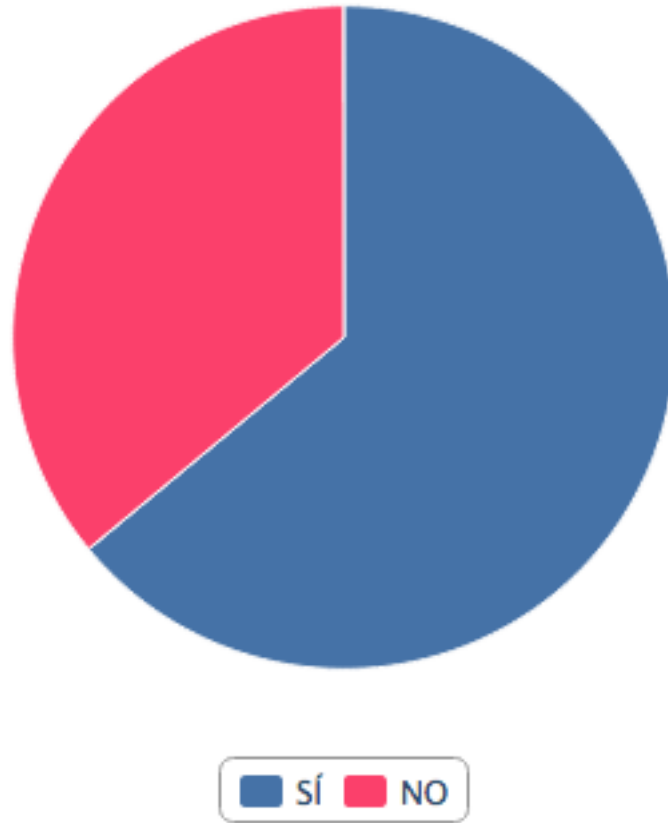


Según la respuesta de los encuestados, el 88% considera importante investigar información relacionada con nuevas tecnologías de diseño de sitios web, la actual tecnología utilizada ya no cumple los requisitos necesarios para una buena navegación y presentación de la información. Por tal motivo se hará un trabajo de investigación de cuál tecnología se puede utilizar, que tenga buena tendencia a futuro y que funcione de buena forma en todos los dispositivos.



**3. ¿Considera necesario recopilar información de las actividades que realiza el Banco de Guatemala para incluirlas dentro del sitio web?**

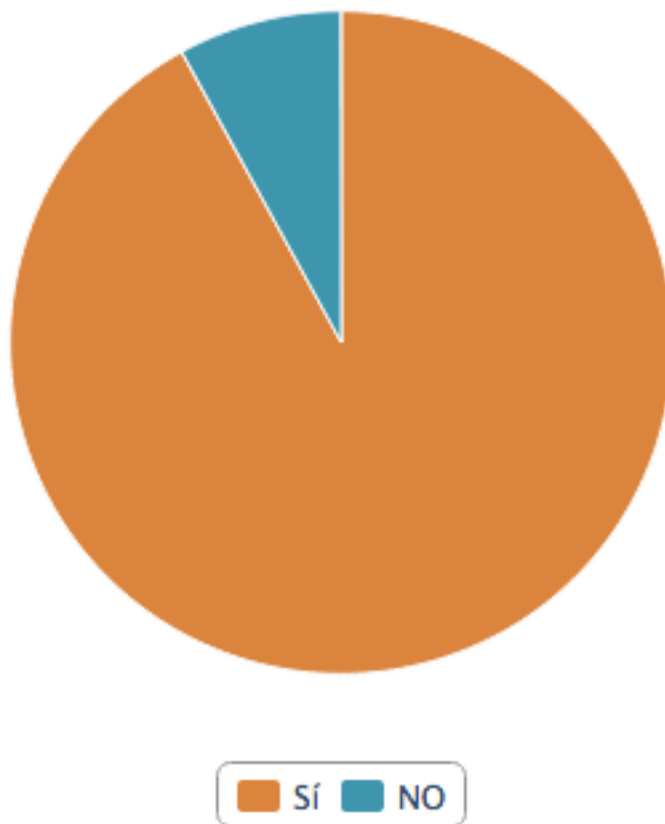
Sí : 64% No: 36%



El 64% de los encuestados cree que es necesario recopilar información de las actividades que realiza el Banco de Guatemala para incluirlas en el sitio web. Aunque el margen es mayor a la mitad, consideramos que es un alto porcentaje de las personas que conocen las actividades del banco central (36%). Sin embargo, es un punto muy importante el considerar mostrar las funciones del Banco de Guatemala y hacerlas de conocimiento público, reforzando esta área del sitio web, para que los visitantes del mismo, tengan claras todas las actividades que realiza el Banco de Guatemala para alcanzar su misión.

**4. ¿Considera importante diagramar el contenido del sitio web de forma ordenada y con estética visual para que su navegación sea rápida y accesible?**

Sí: 92% No: 8%

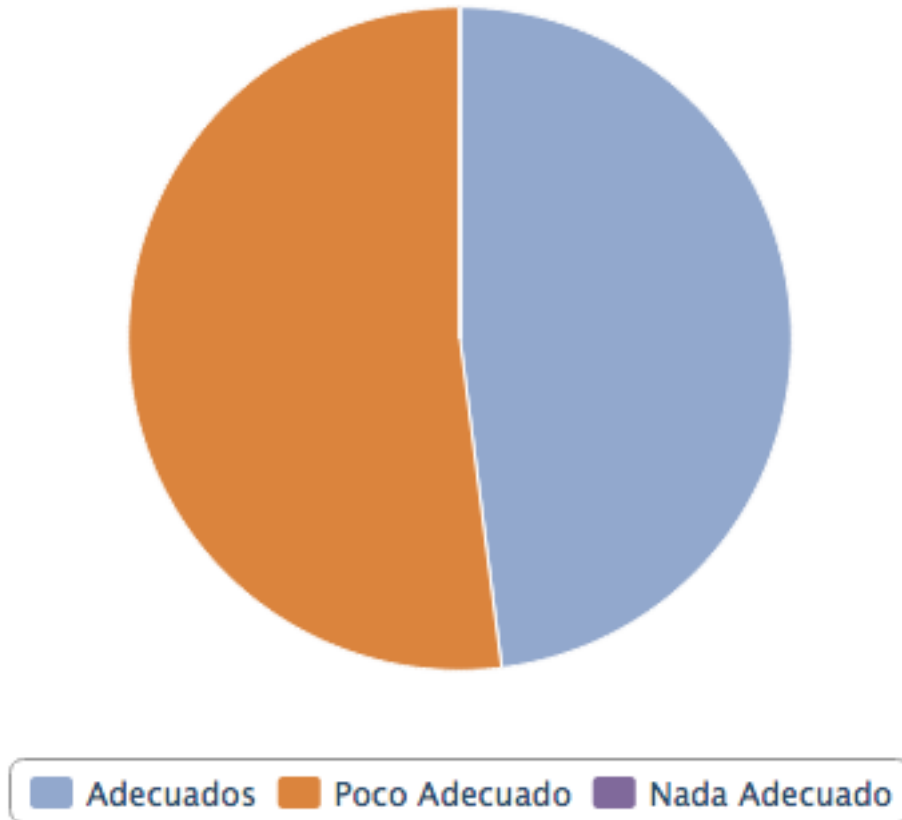


Los resultados en esta pregunta demuestran claramente que la mayoría de los encuestados no está de acuerdo con la información presentada en forma ordenada y con estética visual para una navegación rápida y accesible (92%). Por tal motivo es otro de los aspectos importantes a considerar para trabajar para el nuevo diseño del sitio web.

**Parte Semiológica:**

**5. ¿Según su opinión, la información presentada en la página inicial del sitio web del Banco de Guatemala, en los elementos visuales de la propuesta gráfica son?**

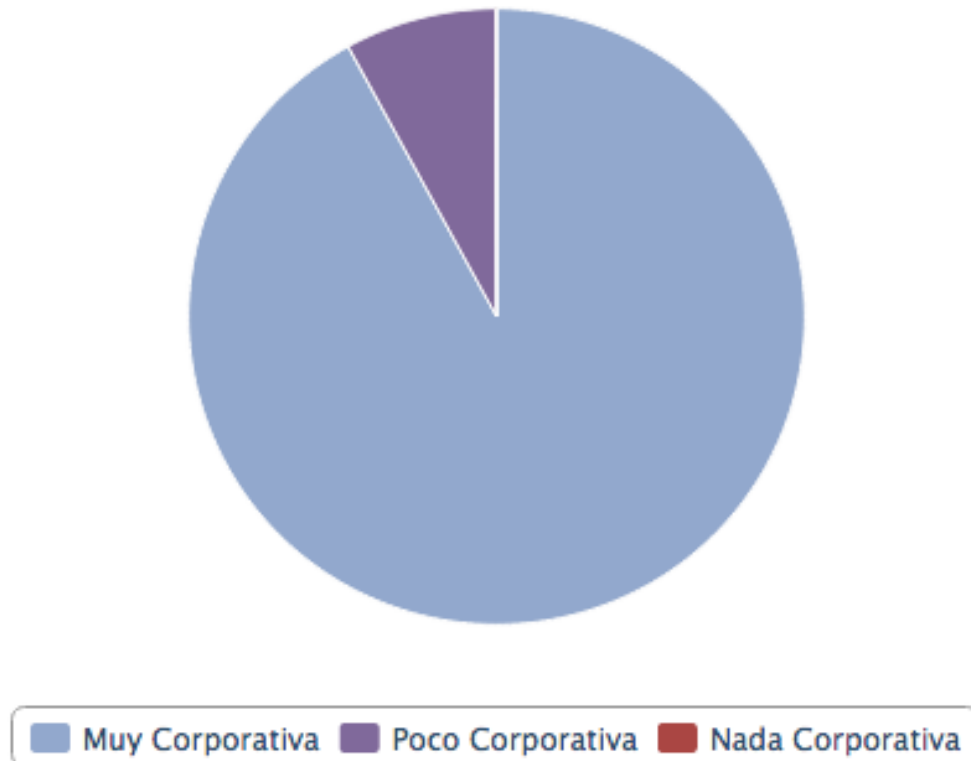
Adecuados: 52% - Poco adecuado: 48% - Nada adecuado: 0%



Un pequeño margen de aceptación, por parte de los encuestados en opinión sobre la información presentada en la página inicial del sitio web del Banco de Guatemala (52%), no es del todo satisfactorio para la institución. Por tal motivo se decide trabajar y unir esfuerzos para tener una página de inicio con información más clara y adecuada en elementos visuales y propuesta gráfica.

**6. ¿Según su criterio, considera que los colores que se utilizarón para los elementos visuales del actual sitio web del Banco de Guatemala, le dan una imagen?**

Muy corporativa: 92% - Poco corporativa: 8% - Nada corporativa: 0%



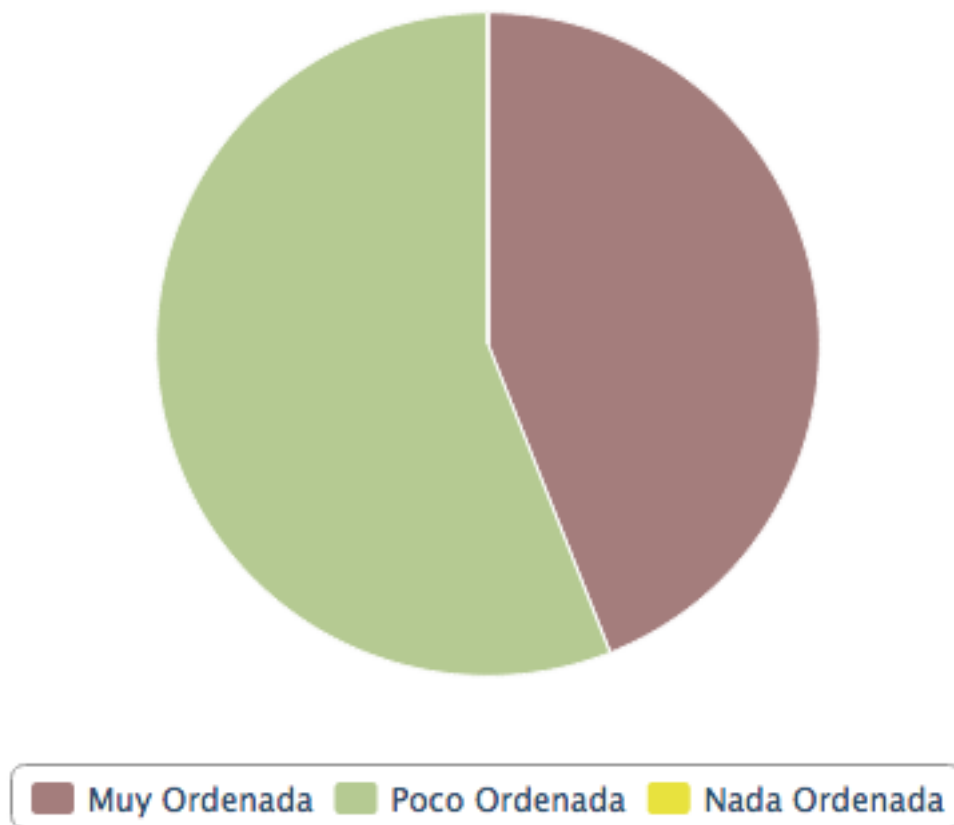
Nuevamente un alto margen en porcentaje positivo (92%) da la satisfacción que los encuestados se encuentran conformes con los colores que se utilizaron en elementos visuales del actual sitio web. Lo que permite tener confianza que el manual de identidad corporativa que se trabajó en años anteriores, se reflejó de buena forma en el presente sitio web. Se trabajará sobre la misma línea visual, tratando de no afectar muchos cambios y que los usuarios sientan la misma confianza al navegar en el nuevo sitio web y no sientan cambios radicales, como suele suceder en otros casos.

**7. ¿Considera que la diagramación del sitio web actual es?**

Muy ordenada: 56%

Poco Ordenada: 44%

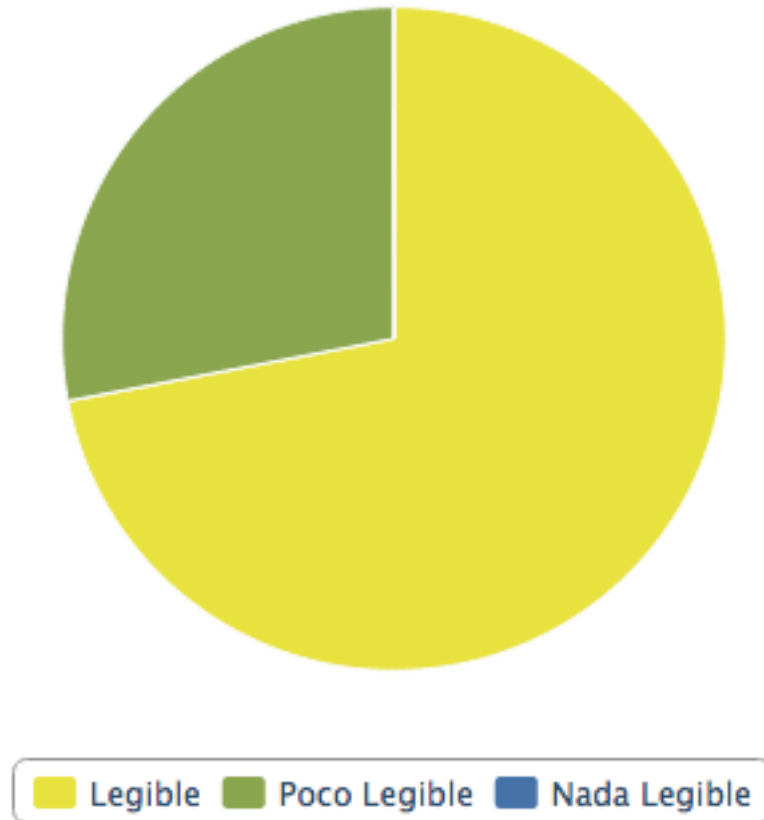
Nada Ordenada: 0%



Un margen poco alto sobre la mitad de los encuestados (56%), define como muy ordenada la información presentada en el sitio web actual. Por tal motivo se hará un énfasis importante al momento de presentar la nueva información del sitio web a trabajar, ya que se desea un margen más alto en la satisfacción de las personas que nos visitan y pueden encontrar la información de una forma más ordenada.

**8. En cuanto a la tipografía y el tamaño que se utilizó en los textos del sitio web, ¿considera que es?**

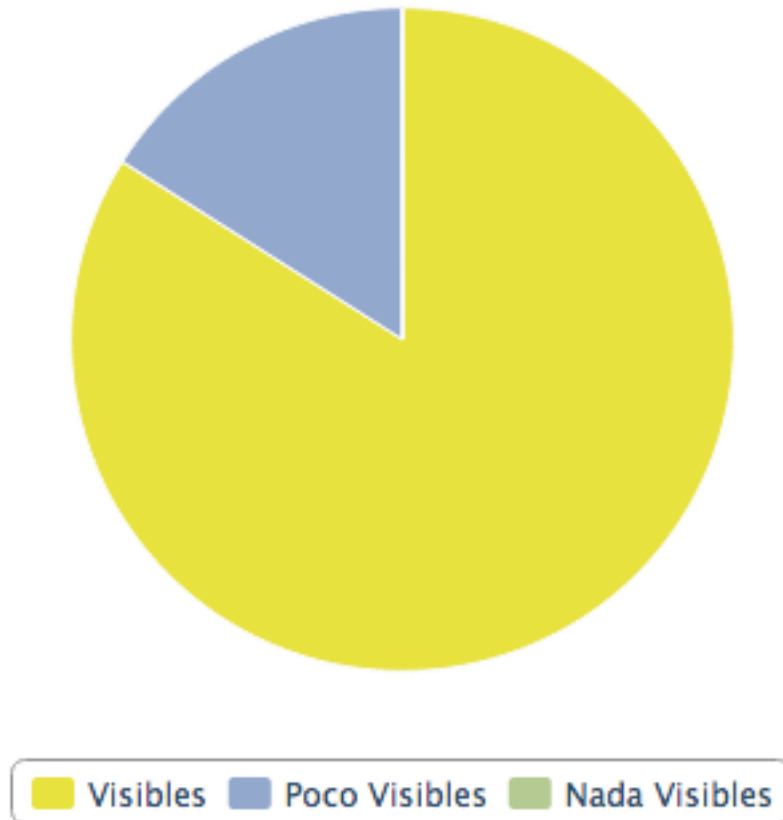
Muy legible: 72% - Poco Legible: 28% - Nada Legible: 0%



Dentro de las investigaciones realizadas, el aspecto tecnológico en tipografía y el manejo de uso de fuentes ha cambiado. Los encuestados presentan un cómodo margen de satisfacción y dan por aprobado que la tipografía utilizada en el actual sitio web muy legible. Sin embargo, es importante tomar en cuenta que hay un margen del 28% que encuentra la tipografía poco legible. Se trabajará en estos aspectos, tomando en cuenta los dispositivos donde la gente navega, para que puedan acceder a la información con legibilidad y puedan leer de forma clara, no importando el tamaño de sus pantallas.

**9. ¿Considera que la ubicación de los botones y vínculos del actual sitio web son?**

Muy visibles: 84% - Poco visibles: 16% - Nada visibles: 0%

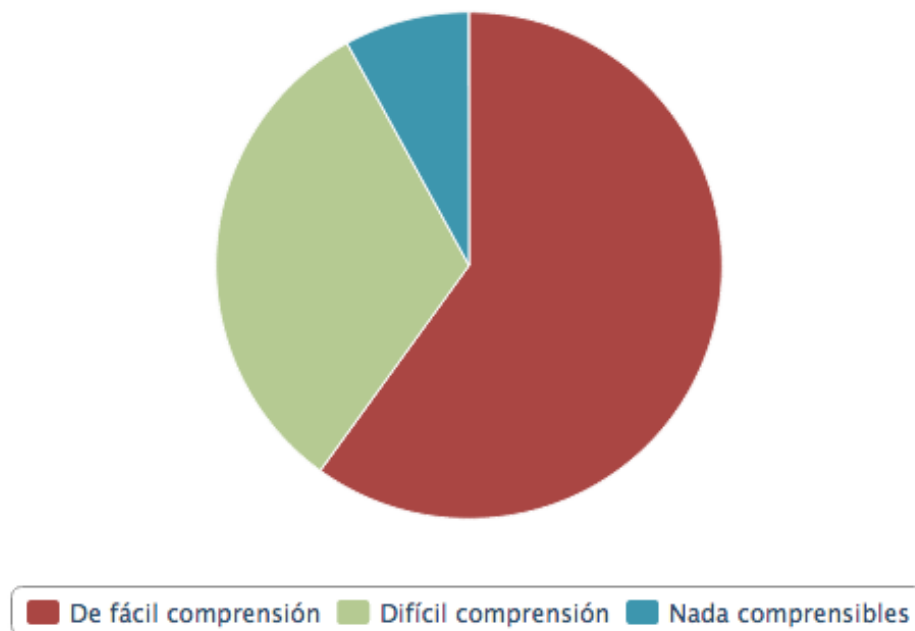


Tomando en cuenta que los resultados de esta pregunta son bastante satisfactorios, (84% de las personas se encuentra de acuerdo), se tomará mucho en cuenta en la toma de decisión al momento de elaborar los nuevos elementos, ubicación de los botones y toda clase de vínculos en la nueva propuesta a trabajar, ya que esto nos refleja que las personas se sienten sumamente cómodas al navegar en el sitio web actual, algo que se deberá considerar en la nueva propuesta.

**Parte Operativa:**

**10. ¿Las gráficas y los cuadros estadísticos presentados en el sitio web para dar a conocer la información que recopila e investiga el Banco de Guatemala son?**

De Fácil comprensión: 60% - Difícil de comprensión: 32% Nada comprensibles: 8%

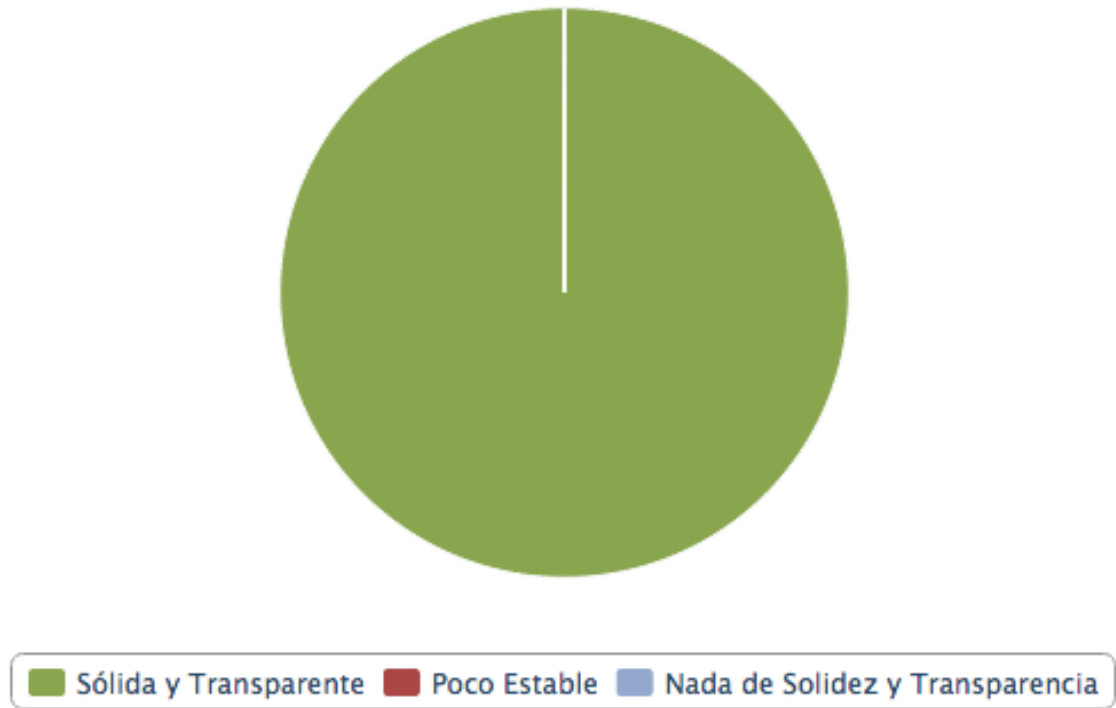


Un margen del 10% más de la mitad del porcentaje de medición en los encuestados, no es un número muy alto de satisfacción, ya que el 40% encuentra de difícil comprensión de datos presentados actualmente en el sitio web del banco. Se tomará la decisión de hacer mas clara la misma, siendo más específico en los conceptos a utilizar, explicándolos de forma propia y hacer de la información una serie de datos más comprensibles a todo tipo de lectores que nos visitan y visitarán.



**11. ¿Considera que el sitio web del banco, denota que el Banco de Guatemala es una institución?**

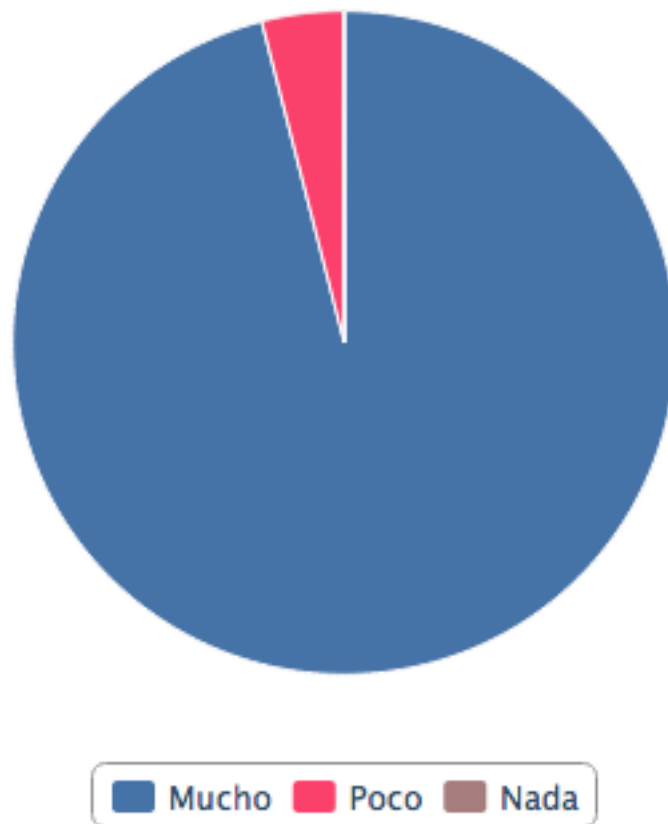
Sólida y transparente: 100% - Poco estable: 0% - Nada de solidez y transparente: 0%



La confianza en el Banco de Guatemala está más que clara, el 100% de los encuestados denota que la institución por medio del sitio web, se muestra como una entidad sólida y transparente, un parámetro de medición muy importante, ya que invita a seguir trabajando para mantener esa imagen en la nueva propuesta a elaborar.

**12. ¿Considera funcional los diferentes vínculos a redes sociales contemplados en el sitio web del banco de Guatemala?**

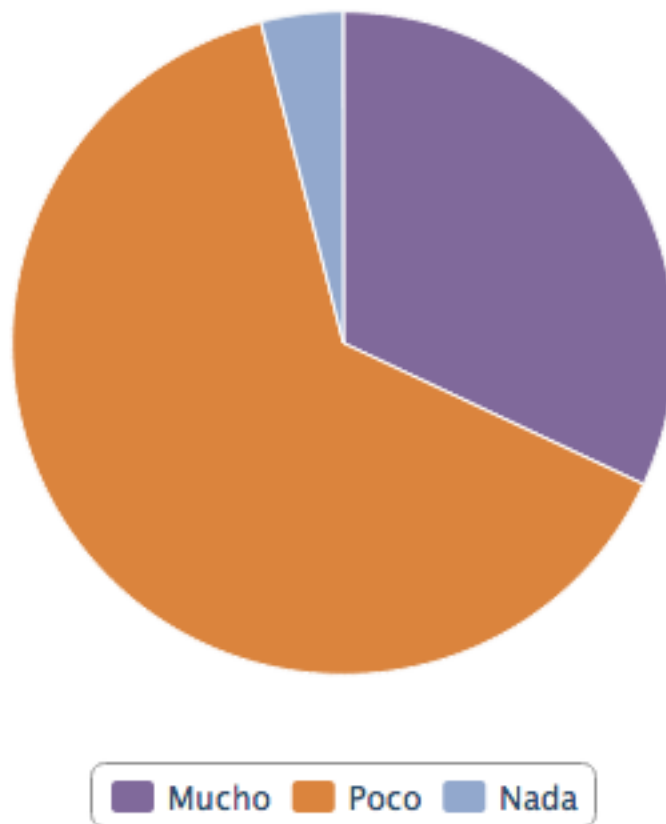
Mucho: 96% - Poco: 4% - Nada: 0%



Las redes sociales han mostrado una clara evolución y aceptación en los últimos años, prueba de ello son los resultados de esta pregunta con solamente un 4% que no considera funcional los vínculos a redes sociales del Banco de Guatemala dentro del sitio web. Será muy importante considerar en el nuevo sitio web, colocar los vínculos a redes sociales mejor ubicados estratégicamente, de una forma gráfica mucho más a la mano de los visitantes y que conozcan nuestra interacción en las mismas.

**13. ¿Considera que la interactividad del sitio web de la Institución es rápida y amigable?**

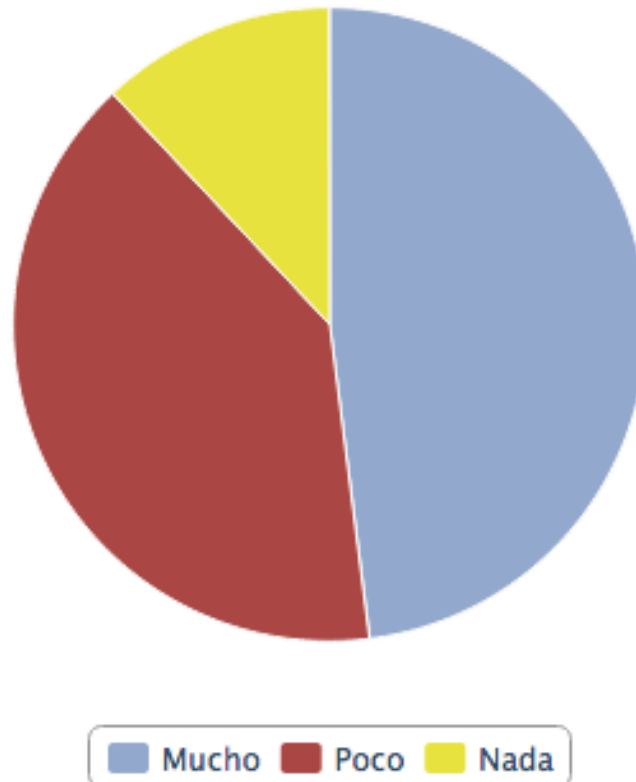
Mucho: 64% - Poco: 32% - Nada: 4%



A pesar de un grado de aceptación levente superior al 50%, el 36% restante de los encuestados no encuentra rápida y amigable la interactividad dentro del sitio web del Banco de Guatemala. Se trabajará en ese sentido, tomando en cuenta que este porcentaje es un margen importante para establecer y tomar decisiones para hacer un sitio web más interactivo y amigable.

**14. ¿Considera que el sitio web del Banco de Guatemala mantiene la misma línea de diseño gráfico que la institución refleja?**

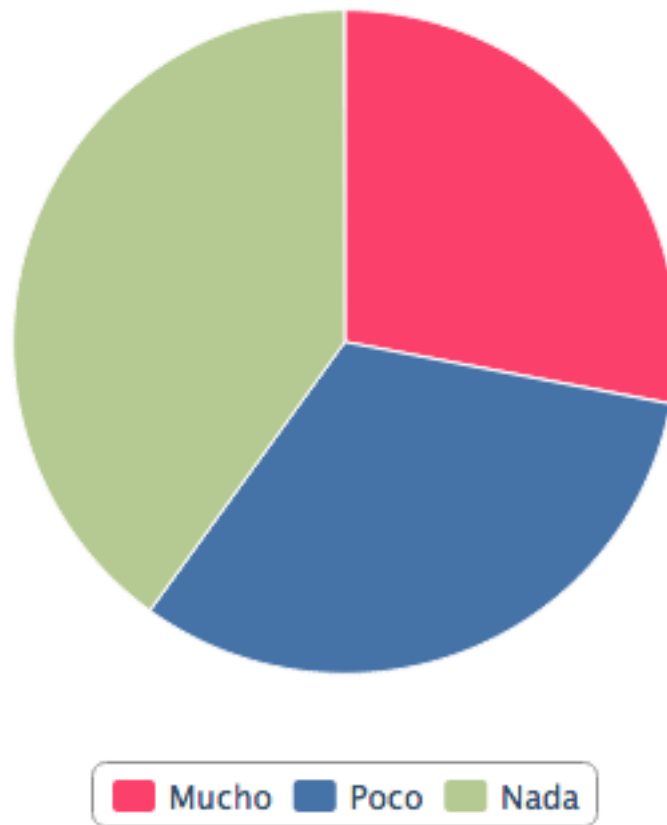
Mucho: 48% - Poco: 40% - Nada: 12%



Uno de los trabajos mas difíciles para una institución tan seria como lo es el banco central, es el manejo de su imagen instucional a nivel general, se ha trabajado a nivel interno. Sin embargo no se ha elaborado hacia el público externo y personas que no pertenecen a la institución pero que mantienen una relación estrecha con la misma. Se propondrá mantener una misma línea de diseño en todas las publicaciones que presente, y que tengan familiaridad completa con el nuevo sitio web.

**15. ¿Considera que la información del sitio web del Banco de Guatemala se presenta de forma clara y accesible para cualquier otro dispositivo electrónico que no sea una computadora personal?**

Mucho: 28% - Poco: 32% - Nada: 40%



Se ha considerado muy importante ese aspecto, altamente negativo el resultado (72%) por parte de los encuestados, será un aspecto muy importante a trabajar. Para eso se ha investigado de una tecnología llamada “Responsive” que será implementada en el nuevo proyecto web, para que la información sea visualizada de forma correcta en todo dispositivo electrónico de todo tipo.

## **8.4 Cambios con base en resultados:**

### **8.4.1 Descripción:**

Según los resultados obtenidos con la validación técnica, a continuación se describen los cambios realizados en base a la misma, dando a conocer los resultados positivos que al Banco de Guatemala le hacen funcional y aprobado por sus expertos en el área.

Algunos de los aspectos a mejorar dentro del sitio web, son los siguientes:

### **Según validación con el Grupo Objetivo:**

La mayoría de los entrevistados sugieren un cambio en el sitio web, conservando la misma línea de diseño gráfico y gama de colores en el menú y en la muestra de contenidos, dinamizando un poco más los contenidos, reordenando la información, y distribuyéndola de la mejor manera, para que sea más entendible y fácil a la navegación y que la información mostrada no se encuentre tan saturada. Se emplearán el uso de nuevas tecnologías para que el nuevo sitio web sea adaptable tanto a computadoras personales, como a dispositivos móviles. Se elaboró un énfasis especial en la información estadística presentada, dado que para muchos de sus visitantes no es de fácil comprensión, es uno de los objetivos principales para dicho proyecto. Las redes sociales han tomado mucho auge en los últimos años, por tal motivo para el grupo objetivo es importante la presencia en las mismas y que los vínculos hacia la información sean claros. Por tal motivo se les ha dado un espacio especial para que puedan llegar a las mismas a través del sitio web con mucha facilidad. La plataforma técnica sobre la que se encuentra el sitio web es sólida y estable,

pero a pesar de ello se evaluó la misma y contar a futuro con otra plataforma que brinde mejores resultados a la navegación, que la que actualmente se tiene.

**Según validación con Cliente:**

El cliente mostró alta satisfacción, partiendo que desde el 2005 no se rediseña el sitio web, lo notan como un gran avance y autorizó el cambio elaborado, tomando en cuenta la opinión del grupo objetivo y los expertos.

Según validación con Expertos:

Según la validación por los expertos, exponen lo siguiente:

- Uso de menos información
- Uso de tipografía más grande.

# Cambios a realizar:

Página principal:

Guatemala, junio 20 de 2013 - 10:56:44 (GMT -6) | Mapa del sitio | Buscar | Preguntas frecuentes | Contáctenos

Misión: Promover la estabilidad en el nivel general de precios

## Campañas Banco de Guatemala

¿CÓMO RECONOCER UN BILLETE AUTÉNTICO? | ¿CÓMO RECONOCER UN BILLETE FALSIFICADO? | ¿CÓMO EMISOR LA MONEDA NACIONAL?

Acerca del Banco de Guatemala | Política Monetaria Cambiaria y Crédito | Transparencia Institucional

**Noticias recientes**

28.06.2013

**Presentación realizada por autoridades del Banco de Guatemala, dirigida a Columnistas, Periodistas, Representantes de Centros de Investigación y de Universidades. Desempeño Macroeconómico Reciente y Perspectivas**

28.06.2012  
Presentación realizada por autoridades del Banco de Guatemala, dirigida a Columnistas, Periodistas, Representantes de Centros de Investigación y de Universidades. Desempeño Macroeconómico Reciente y Perspectivas

27.06.2012  
Conferencia de Prensa dictada por el licenciado Edgar Barquín Durán, Presidente de la Junta Monetaria y del Banco de Guatemala. Decisión de la Tasa de Interés Líder

**Publicaciones recientes**

28.06.2012  
Encuesta de Expectativas Económicas, junio 2012

25.06.2012  
Balance General del Banco de Guatemala al 31 de mayo de 2012

28.06.2012  
Encuesta de Expectativas Económicas, junio 2012

**Tipo de Cambio de Referencia**  
7.85440  
al 25/06/2012  
- Detalles -

**Inflación:** A mayo 2012  
Intermensual: 0.13  
Ritmo: 4.90  
Acumulada: 1.43  
Nivel República (Base: Dic. 2010=100.0)  
- Detalles -

**Tasa de Interés Líder:** 5.50%  
(1 día plazo)  
- Detalles -

**Monedas y Billetes**

**Educación Económico-Financiera**

**Ley de Acceso a la Información**

**Museo Numismático de Guatemala**

**Educación Económica y Financiera para niños**

**Información para Prensa**

El Banco de Guatemala no solicita ningún tipo de información a sus visitantes en línea, ni guarda información de seguimiento de las páginas visitadas. Es libre la reproducción de los artículos, gráficas y cifras que figuren en este Sitio Web, siempre que se mencione la fuente.



El menú sigue con la misma modalidad y color, dado que nuestros visitantes así están familiarizados con el mismo, sin embargo se hizo una nueva estructura en la información, separando la información del Banco de Guatemala y sus actividades, dejando aparte el apartado que antes no existía de la de la Junta Monetaria.

Se dará un punto más a la tipografía, a sugerencia de uno de los expertos, para darle más legibilidad a los vínculos por donde se navega.

En la parte superior, se enmarca la fecha, así como las herramientas necesarias para navegar con mejor facilidad dentro del sitio web, elaborándolo de un color diferente, con la sobriedad del caso, además de incluir los iconos de forma uniforme hacia las redes sociales en las que cuenta registro el Banco de Guatemala.

Se elaboró un banner frontal de forma amplia, para dar a conocer las últimas actividades que la institución realiza, y que forma una buena parte de la retícula visual del mismo.

Debajo del banner, existirá una barra con una tonalidad de azul un poco más denso, que enmarca información puramente institucional del Banco de Guatemala, es decir... quién es el Banco, cómo lo hace y su rendición de cuentas por medio de un vínculo de transparencia institucional.

En la parte central de la página, con un fondo blanco y letras legibles tal como lo sugiere uno de los expertos, se pondrán todas las noticias y publicaciones recientes en un listado cronológico, que es lo que dará la bienvenida al visitante.

En la parte derecha, se elaboró un nuevo apartado con indicadores macroeconómicos de mayor interés, elaborado en base a un estudio digital por medio de una herramienta informática instalada en nuestros servidores, y que muestra que indicadores son los más visitados. Además, se agregó un menú adicional y banners con información de actividades educativas e informativas con las que el Banco de Guatemala cuenta y que son de interés para los visitantes de la misma.

## Páginas presentando contenido del sitio web:

Misión: Promover la estabilidad en el nivel general de precios.

Google™ Búsqueda personalizada

Guatemala, junio 20 de 2013 - 10:56:44 (GMT -6) Mapa del sitio Buscar Preguntas frecuentes Contáctenos

Acerca del Banco de Guatemala Política Monetaria Cambiaria y Crediticia Transparencia Institucional

### Estadísticas de Comercio Exterior

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
<b>TOTALES</b>	<b>4,314,730.6</b>	<b>3,912,286.8</b>	<b>4,126,784.2</b>	<b>4,378,031.9</b>	<b>4,782,728.7</b>	<b>709,041.2</b>
Enero	314,606.7	290,240.3	246,129.3	283,348.1	305,090.5	357,872.2
Febrero	318,307.0	281,951.4	274,512.7	304,621.2	350,387.4	351,169.0
Marzo	340,459.5	344,145.6	369,953.3	384,120.4	402,127.6	
Abril	385,252.4	339,687.3	344,408.9	371,286.6	418,968.1	
Mayo	397,982.9	332,603.3	357,017.2	415,324.7	451,558.0	
Junio	384,331.8	348,577.8	394,289.7	416,388.4	432,674.8	
Julio	409,667.1	365,551.1	384,612.4	349,829.5	422,088.8	
Agosto	373,536.2	337,449.4	377,358.3	409,558.4	441,401.2	
Septiembre	371,836.0	332,103.7	359,310.5	364,782.7	365,797.8	
Octubre	367,727.7	327,523.1	339,374.1	356,804.6	415,446.5	
Noviembre	311,685.4	287,928.3	331,384.7	343,499.2	367,955.4	
Diciembre	339,337.9	324,525.5	348,433.1	378,468.1	409,232.5	

NOTA: Las cantidades pueden variar ligeramente, como resultado de aproximarlas a miles de dólares.  
Fuente: Mercado Institucional de Divisas.

PDF Adobe XPS

Se presenta la información en todas las páginas de la manera que muestra el diagrama, el menú se presenta de la misma forma, se fusionan las barras divididas por el banner informativo de la página principal, desaparecen todo el contenido del lado de la derecha de la página inicial, para dar espacio a la información propia que el visitante solicite de la institución.

En cada página de información estadística, se incluyeron botones para obtener la información ya sea en formato Excel o PDF, ya que es ampliamente requerido por nuestros visitantes.



*[www.banguat.gob.gt](http://www.banguat.gob.gt)*

## **Capítulo IX – Propuesta Gráfica Final**

## Capítulo IX – Propuesta Gráfica Final

### Nueva propuesta de sitio web del Banco de Guatemala



#### 9.1 Cambios aplicados

Tomando en cuenta los resultados obtenidos con la validación técnica, a continuación se justifican todos los cambios realizados en el rediseño del sitio web del Banco de Guatemala:

Se elaboran cambios en el sitio web, manteniendo la misma línea de diseño gráfico y gama de colores en el menú y en la muestra de contenidos, dinamizando un poco mas los contenidos, reordenando la información, y distribuyéndola de la mejor manera, para que sea mas entendible y fácil a la navegación y que la información mostrada no se encuentre tan saturada.

Implementan el uso de nuevas tecnologías investigadas y puestas en practica (Tecnología Responsive, Imponer el scroll, navegación a cuadros, menús móviles desde la versión de escritorio, HTLM5, CSS3 y Java Script)

**Lo simple gana:** Lo simple ganará a lo cargado y lleno de colores. Esto es bueno para la velocidad de carga de una web, para la navegación en móviles y para cumplir con los estándares del diseño web que nos llevan a esta simplicidad en el diseño. Dos buenas fotos y unos colores planos pueden dejar una web mucho mejor estéticamente hablando que algo muy cargado.

**Simplificar el diseño:** La tendencia a simplificar el diseño, como ya he comentado antes, traerá como consecuencia la utilización de la iconografía para sintetizar la información.

La ventaja de los iconos no es solo estética sino que además, al poder insertar estos iconos como si se tratase de una tipografía más en la web, esto te permite escalarlos como se desee sin perder resolución. Además de que ayudan a que el sitio web sea menos pesado y el tiempo de carga sea menor.

**Flat design:** El flat design se puso de moda el 2013 y el 2014 sigue siendo una fuerte tendencia. Las páginas web con diseños planos, simples, sin brillos ni sombreados, seguirán siendo tendencia este 2014.

**Tipografía y letras:** Con la popularidad del minimalismo es importante cuidar los elementos básicos de la página como letras y tipografía. Elegir buenas letras es fundamental a la hora de diseñar una página web. No solo ayudará a comunicar con claridad el contenido pero también ayudará a definir la identidad de la institución.

**Web Social:** Desde que se inventaron las redes sociales que las páginas web de cualquier empresa, organización, etc. buscan la manera de socializar sus webs y adaptarlas y conjugarlas con las redes sociales. Por eso, este seguirá siendo un año donde la sociabilización de las páginas webs seguirá en aumento.

Para que el nuevo sitio web sea adaptable tanto a computadoras personales, como a dispositivos móviles. Se elaboró un énfasis especial en la información estadística presetada, dado que para muchos de sus visitantes no es de fácil comprensión, es uno de los objetivos principales para dicho proyecto. Las redes sociales han tomado mucho auge en los últimos años, por tal motivo para el grupo objetivo es importante la presencia en las mismas y que los vínculos hacia la información sean claros, por tal motivo se les ha dado un espacio especial para que puedan llegar a las mismas a través del sitio web con mucha facilidad. La plataforma técnica sobre la cual se encuentra el sitio web es sólida y estable, pero a pesar de ello se evaluó la misma y contar a futuro con otra plataforma que brinde mejores resultados a la navegación, que la que actualmente se tiene.



### **Según validación con Cliente:**

El cliente mostro alta satisfacción, partiendo que desde el 2005 no se actualiza el sitio web, lo notan como un gran avance y autorizó el cambio elaborado, tomando en cuenta la opinión del grupo objetivo y los expertos.

### **Según validación con Expertos:**

Tomando en cuenta la validación por los expertos, exponen lo siguiente:

- Utilizar menos información
- Utilizar tipografía más grande.

Tomando en cuenta todos los resultados obtenidos en la El nuevo sitio web mantiene el patrón principal de la página que actualmente se esta ha renovado, manteniendo la misma línea para que el visitante le sea amigable la navegación, el motivo principal trasladar al visitante que se encuentra el sitio web de la institución, por tal motivo se colocó desde un principio el billete de un quetzal, representante de nuestra moneda nacional del mismo nombre.

El menú siempre del lado izquierdo que sea puramente información económica financiera informativa, un menú superior para las herramientas de utilización del sitio web del banco, un banner donde se anunciarán las actividades mas recientes. Los contenidos principales se constituyen en 2:

Noticias Recientes y Publicaciones Recientes; dejando el lado derecho una columna para los Indicadores Macroeconómicos y actividades alternas del Banco. La parte superior del fondo incia en un color azul institucional que esta oficializado en un manual de estilo de la institución, con fondo blanco.

**BANCO DE GUATEMALA** B10490301C UN QUETZAL EN / ES 12 DE MARZO DE 2013

Guatemala, junio 20 de 2013 - 10:56:44 (GMT -6) Mapa del sitio Buscar Preguntas frecuentes Contáctenos

Misión: Promover la estabilidad en el nivel general de precios.

## Campañas Banco de Guatemala

Acercas del Banco de Guatemala Política Monetaria Cambiaria y Crédito Transparencia Institucional

**Noticias recientes**

28.06.2013

Presentación realizada por autoridades del Banco de Guatemala, dirigida a Columnistas, Periodistas, Representantes de Centros de Investigación y de Universidades. Desempeño Macroeconómico Reciente y Perspectivas

28.06.2012

Presentación realizada por autoridades del Banco de Guatemala, dirigida a Columnistas, Periodistas, Representantes de Centros de Investigación y de Universidades. Desempeño Macroeconómico Reciente y Perspectivas

27.06.2012

Conferencia de Prensa dictada por el licenciado Edgar Barquín Durán, Presidente de la Junta Monetaria y del Banco de Guatemala. Decisión de la Tasa de Interés Líder

28.06.2012

Presentación realizada por autoridades del Banco de Guatemala, dirigida a Columnistas, Periodistas, Representantes de Centros de Investigación y de Universidades. Desempeño Macroeconómico Reciente y Perspectivas

27.06.2012

Conferencia de Prensa dictada por el licenciado Edgar Barquín Durán, Presidente de la Junta Monetaria y del Banco de Guatemala. Decisión de la Tasa de Interés Líder

**Publicaciones recientes**

28.06.2012

Encuesta de Expectativas Económicas, junio 2012

25.06.2012

Balance General del Banco de Guatemala al 31 de mayo de 2012

28.06.2012

Encuesta de Expectativas Económicas, junio 2012

28.06.2012

Encuesta de Expectativas Económicas, junio 2012

**Indicadores Macroeconómicos:**

**Tipo de Cambio de Referencia:** 7.85440 al 25/06/2012 - Detalles -

**Inflación:** A mayo 2012: 0.13; Inter mensual: 4.90; Rítmico: 1.43; Acumulada: 1.43; Nivel República (Base: Dic. 2010=100.0) - Detalles -

**Tasa de Interés Líder:** 5.50% (1 día plazo) - Detalles -

**Monedas y Billetes**

**Educación Económico-Financiera**

**Ley de Acceso a la Información**

**Museo Numismático de Guatemala**

**Educación Económica y Financiera para niños**

**Información para Prensa**

El Banco de Guatemala no solicita ningún tipo de información a sus visitantes en línea. El consentimiento de las páginas visitadas. Es libre la reproducción de los artículos, gráficas y fotografías, siempre que se mencione la fuente.

## Acerca de la institución:



The screenshot shows the website of the Banco de Guatemala. The background features a 1 Quetzal banknote with the text 'BANCO DE GUATEMALA', 'UN QUETZAL', and 'AUTORIZACIÓN 12 DE MARZO DE 2008'. The mission statement reads: 'Misión: Promover la estabilidad en el nivel general de precios.' The navigation menu includes: 'Estadísticas de Comercio Exterior', 'Sistema de Cuentas Nacionales', 'Investigaciones Económicas', 'Información Económica y Financiera', and 'Junta Monetaria'. The main content area is titled 'Acerca de la institución' and contains a historical overview of the central bank.

### Acerca de la institución

#### RESEÑA HISTORICA

##### A. ANTECEDENTES DE LA BANCA CENTRAL EN GUATEMALA

1. La fundación del Banco Central: la reforma de Orellana

Los orígenes legales e institucionales del actual sistema de banca central en Guatemala se remontan al período de la reforma monetaria y financiera de 1924-1926. Entonces, fue creado el Banco Central de Guatemala como establecimiento de emisión, giro y descuento, de carácter privado y con participación del Estado como accionista. Esta reforma culminó durante el mandato del General José María Orellana (1921-1926), y fue conducida en su etapa final por un equipo bajo el liderazgo del Licenciado Carlos O. Zachrisson (entonces Ministro de Hacienda), que trabajó sobre la base de los estudios técnicos elaborados por el profesor EdwinWalter Kemmerer, de la Universidad de Princeton.<sup>1</sup>

El origen de esta reforma se vincula a los graves desequilibrios monetarios y financieros que ocasionó el régimen monetario anterior, basado en la existencia legal de un oligopolio de bancos emisores reglado por el gobierno de Manuel Estrada Cabrera, que generó una gigantesca deuda del gobierno para con esos bancos. En 1919, el propio gobierno de Estrada Cabrera invitó al profesor Kemmerer para estudiar las condiciones monetarias del país y hacer las recomendaciones que el caso ameritara para emprender la reforma. Kemmerer recomendó, entre otras medidas, el establecimiento de un banco central que sería el agente fiscal del gobierno y que tendría el derecho exclusivo de emitir billetes.

El Banco de Guatemala no solicita ningún tipo de información a sus visitantes en línea, ni guarda información de seguimiento de las páginas visitadas. Es libre la reproducción de los artículos, gráficas y cifras que figuren en este Sitio Web, siempre que se mencione la fuente.

## Estadísticas de Comercio Exterior:



Misión: Promover la estabilidad en el nivel general de precios.

Google™ Búsqueda personalizada

Guatemala, junio 20 de 2013 - 10:56:44 (GMT -6) Mapa del sitio Buscar Preguntas frecuentes Contactenos

Acerca del Banco de Guatemala Política Monetaria Cambiaria y Crediticia Transparencia Institucional

EN / ES  
AUTORIZACIÓN  
12 DE MARZO DE 2008

**Estadísticas de Comercio Exterior**

- Comercio Exterior Año 2013
- Comercio Exterior Años Anteriores
- Listado de Incisos Arancelarios

**Sistema de Cuentas Nacionales**

- Sistema de Cuentas Nacionales Año Base 2001
- Sistema de Cuentas Nacionales Año Base 1958
- Índice Mensual de la Actividad Económica IMAE

**Investigaciones Económicas**

- Documentos de Trabajo del Banco de Guatemala
- Notas Monetarias
- Revista Banca Central

**Información Económica y Financiera**

- Indicadores Económicos de Corto Plazo
- Estadísticas Económicas
- Operaciones de Estabilización Monetaria
- Indicadores Macroeconómicos Mensuales
- Publicaciones
- Estados Financieros
- Operaciones Bancarias Forward
- Reservas Monetarias Internacionales
- Sistema de Pagos
- Balanza de Pagos
- Estadísticas Monetarias y Financieras
- Leyes Bancarias y Financieras
- Bibliotecas del Banco de Guatemala
- Pinacoteca
- Enlaces de Interés

**Junta Monetaria**

- Marco Normativo
- Dirección y Teléfonos
- Miembros de la Junta Monetaria
- Resoluciones Publicadas
- Tasas de Interés para efectos tributarios

## Estadísticas de Comercio Exterior

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
<b>TOTALES</b>	<b>4,314,730.6</b>	<b>3,912,286.8</b>	<b>4,126,784.2</b>	<b>4,378,031.9</b>	<b>4,782,728.7</b>	<b>709,041.2</b>
Enero	314,606.7	290,240.3	246,129.3	283,348.1	305,090.5	357,872.2
Febrero	318,307.0	281,951.4	274,512.7	304,621.2	350,387.4	351,169.0
Marzo	340,459.5	344,145.6	369,953.3	384,120.4	402,127.6	
Abril	385,252.4	339,687.3	344,408.9	371,286.6	418,968.1	
Mayo	397,982.9	332,603.3	357,017.2	415,324.7	451,558.0	
Junio	384,331.8	348,577.8	394,289.7	416,388.4	432,674.8	
Julio	409,667.1	365,551.1	384,612.4	349,829.5	422,088.8	
Agosto	373,536.2	337,449.4	377,358.3	409,558.4	441,401.2	
Septiembre	371,836.0	332,103.7	359,310.5	364,782.7	365,797.8	
Octubre	367,727.7	327,523.1	339,374.1	356,804.6	415,446.5	
Noviembre	311,685.4	287,928.3	331,384.7	343,499.2	367,955.4	
Diciembre	339,337.9	324,525.5	348,433.1	378,468.1	409,232.5	

NOTA: Las cantidades pueden variar ligeramente, como resultado de aproximarlas a miles de dólares.  
Fuente: Mercado Institucional de Divisas.

PDF Adobe X

Portada Página anterior Subir

El Banco de Guatemala no solicita ningún tipo de información a sus visitantes en línea, ni guarda información de seguimiento de las páginas visitadas. Es libre la reproducción de los artículos, gráficas y cifras que figuren en este Sitio Web, siempre que se mencione la fuente.

# Sistema de Cuentas Nacionales:

**Sistema de Cuentas Nacionales**

- Sistema de Cuentas Nacionales Año Base 2001
- Sistema de Cuentas Nacionales Año Base 1958
- Índice Mensual de la Actividad Económica IMAE

**Medio= 4.47 · Mediana= 4.32 · Moda=4**

**Figura 1. Arriba) Histograma, Abajo izquierda) polígono de frecuencias, Abajo derecha) Ojiva.**

## Investigaciones Económicas:



**BANCO DE GUATEMALA**  
Misión: Promover la estabilidad en el nivel general de precios.  
Google™ Búsqueda personalizada

Guatemala, junio 20 de 2013 - 10:56:44 (GMT -6) Mapa del sitio Buscar Preguntas frecuentes Contáctenos

Acerca del Banco de Guatemala Política Monetaria Cambiaria y Créditicia Transparencia Institucional

### Investigaciones Económicas

## Banca Central

Último número:

Click to read

(Versión PDF)

Seleccione el número anterior de revista

Si desea consultar los números anteriores a los actualmente publicados, favor hacer clic aquí.

Nota: Estos documentos están almacenados en formato Flash. Para visualizarlos, debe instalar Flash Player.

EN / ES  
AUTORIZACIÓN  
12 DE MARZO DE 2008

**/Banco de Guatemala**

- Estadísticas de Comercio Exterior**
  - Comercio Exterior Año 2013
  - Comercio Exterior Años Anteriores
  - Listado de Incisos Arancelarios
- Sistema de Cuentas Nacionales**
  - Sistema de Cuentas Nacionales Año Base 2001
  - Sistema de Cuentas Nacionales Año Base 1958
  - Índice Mensual de la Actividad Económica IMAE
- Investigaciones Económicas**
  - Documentos de Trabajo del Banco de Guatemala
  - Notas Monetarias
  - Revista Banca Central
- Información Económica y Financiera**
  - Indicadores Económicos de Corto Plazo
  - Estadísticas Económicas
  - Operaciones de Estabilización Monetaria
  - Indicadores Macroeconómicos Mensuales
- Publicaciones
- Estados Financieros
- Operaciones Bancarias Forward
- Reservas Monetarias Internacionales
- Sistema de Pagos
- Balanza de Pagos
- Estadísticas Monetarias y Financieras
- Leyes Bancarias y Financieras
- Bibliotecas del Banco de Guatemala
- Pinacoteca
- Enlaces de Interés

**/Junta Monetaria**

- Marco Normativo
- Dirección y Teléfonos
- Miembros de la Junta Monetaria
- Resoluciones Publicadas
- Tasas de Interés para efectos tributarios

■ Portada ■ Página anterior ■ Subir

El Banco de Guatemala no solicita ningún tipo de información a sus visitantes en línea, ni guarda información de seguimiento de las páginas visitadas. Es libre la reproducción de los artículos, gráficas y cifras que figuren en este Sitio Web, siempre que se mencione la fuente.

## Información Económica y Financiera:

The screenshot shows the website of the Banco de Guatemala. At the top, there is a banner featuring a 1 Quetzal banknote. The banknote includes the Banco de Guatemala logo, the text 'BANCO DE GUATEMALA', the serial number 'B104903016', and the denomination 'UN QUETZAL'. Below the logo, the mission statement reads: 'Misión: Promover la estabilidad en el nivel general de precios.' The website header includes a search bar, navigation links like 'Mapa del sitio', 'Buscar', 'Preguntas frecuentes', and 'Contáctenos', and social media icons for Facebook, Twitter, YouTube, and LinkedIn. A date and time stamp indicates 'Guatemala, junio 20 de 2013 - 10:56:44 (GMT -6)'. The main content area is titled 'Información Económica y Financiera' and features a 3D pie chart titled 'GASTOS 2008 CEDU'. The chart is divided into four segments: 'Asesoría' (4%), 'Mantenimiento WTRs' (36%), 'Secretaría Ejecutiva' (60%), and 'Servicios Bancarios' (0%). A legend below the chart identifies these categories. The left sidebar contains a menu with various links under categories like 'Estadísticas de Comercio Exterior', 'Sistema de Cuentas Nacionales', 'Investigaciones Económicas', 'Información Económica y Financiera', and 'Junta Monetaria'. At the bottom of the page, there is a footer with navigation links ('Portada', 'Página anterior', 'Subir') and a disclaimer: 'El Banco de Guatemala no solicita ningún tipo de información a sus visitantes en línea, ni guarda información de seguimiento de las páginas visitadas. Es libre la reproducción de los artículos, gráficas y cifras que figuren en este Sitio Web, siempre que se mencione la fuente.'

### Información Económica y Financiera

#### GASTOS 2008 CEDU

Categoría	Porcentaje
Asesoría	4%
Mantenimiento WTRs	36%
Secretaría Ejecutiva	60%
Servicios Bancarios	0%

## Ley de Acceso a la Información Pública:

The screenshot shows the website of the Banco de Guatemala. At the top, there is a banner featuring a Guatemalan 1 Quetzal banknote. The text on the banner includes the mission: "Misión: Promover la estabilidad en el nivel general de precios." and the date "12 DE MARZO DE 2008". Below the banner, there is a navigation menu with links such as "Acerca del Banco de Guatemala", "Política Monetaria Cambiaria y Créditicia", and "Transparencia Institucional". A central banner reads "LEY DE ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA" and "Decreto No. 57-2008". On the left side, there is a sidebar menu with categories like "Estadísticas de Comercio Exterior", "Sistema de Cuentas Nacionales", "Investigaciones Económicas", "Información Económica y Financiera", and "Junta Monetaria". At the bottom, there is a footer with navigation links: "Portada", "Página anterior", and "Subir".

EN / ES

AUTORIZACIÓN  
12 DE MARZO DE 2008

Misión: Promover la estabilidad en el nivel general de precios.

Google™ Búsqueda personalizada

/Banco de Guatemala

Guatemala, junio 20 de 2013 - 10:56:44 (GMT -6) Mapa del sitio Buscar Preguntas frecuentes Contáctenos

Acerca del Banco de Guatemala Política Monetaria Cambiaria y Créditicia Transparencia Institucional

LEY DE ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA  
Decreto No. 57-2008

Estadísticas de Comercio Exterior

- Comercio Exterior Año 2013
- Comercio Exterior Años Anteriores
- Listado de Incisos Arancelarios

Sistema de Cuentas Nacionales

- Sistema de Cuentas Nacionales Año Base 2001
- Sistema de Cuentas Nacionales Año Base 1958
- Índice Mensual de la Actividad Económica IMAE

Investigaciones Económicas

- Documentos de Trabajo del Banco de Guatemala
- Notas Monetarias
- Revista Banca Central

Información Económica y Financiera

- Indicadores Económicos de Corto Plazo
- Estadísticas Económicas
- Operaciones de Estabilización Monetaria
- Indicadores Macroeconómicos Mensuales

- Publicaciones

- Estados Financieros

- Operaciones Bancarias Forward

- Reservas Monetarias Internacionales

- Sistema de Pagos

- Balanza de Pagos

- Estadísticas Monetarias y Financieras

- Leyes Bancarias y Financieras

- Bibliotecas del Banco de Guatemala

- Pinacoteca

- Enlaces de Interés

/Junta Monetaria

- Marco Normativo
- Dirección y Teléfonos
- Miembros de la Junta Monetaria
- Resoluciones Publicadas
- Tasas de Interés para efectos tributarios

■ Portada ■ Página anterior ■ Subir

El Banco de Guatemala no solicita ningún tipo de información a sus visitantes en línea, ni guarda información de seguimiento de las páginas visitadas. Es libre la reproducción de los artículos, gráficas y cifras que figuren en este Sitio Web, siempre que se mencione la fuente.



## Junta Monetaria:

Misión: Promover la estabilidad en el nivel general de precios.

Google™ Búsqueda personalizada

Guatemala, junio 20 de 2013 - 10:56:44 (GMT -6) Mapa del sitio Buscar Preguntas frecuentes Contáctenos

Acerca del Banco de Guatemala Política Monetaria Cambiaria y Créditicia Transparencia Institucional

### Junta Monetaria

El Banco de Guatemala como parte de su política de transparencia y rendición de cuentas ha divulgado información relacionada con distintos aspectos de su quehacer de banca central y lo continúa haciendo por medio de su sitio de Internet, creado en 1996. Esta política cobró mayor relevancia a partir de la vigencia del Decreto Número 16-2002 Ley Orgánica del Banco de Guatemala, que en su Título VI Transparencia en la información, dedica un capítulo a la rendición de cuentas y la divulgación, en donde se destaca la obligatoriedad de rendir informes al Congreso de la República, publicar los informes de política monetaria, divulgar información del Banco de Guatemala, divulgar las actuaciones de la Junta Monetaria, así como publicar sus resoluciones.

En ese sentido, parte de la información pública de oficio contenida en el Artículo 10 de la Ley de Acceso a la Información Pública, Decreto Número 57-2008, se ha venido publicando y actualizando en el referido sitio.

Para recibir y tramitar las solicitudes de acceso a la información pública, se designó al Departamento de Comunicación y Relaciones Institucionales como la **Unidad de Información Pública**, tanto de la **Junta Monetaria** como del **Banco de Guatemala**, la cual se encuentra ubicada en:

7a. Av. 22-01 Zona 1,  
Edificio Anexo II, 2do. nivel  
Teléfono directo: 2485-6085.

**Horario de atención:**  
De lunes a viernes de 8:00 a 16:00 horas.

Junta Monetaria Banco de Guatemala

Portada Página anterior Subir

El Banco de Guatemala no solicita ningún tipo de información a sus visitantes en línea, ni guarda información de seguimiento de las páginas visitadas. Es libre la reproducción de los artículos, gráficas y cifras que figuren en este Sitio Web, siempre que se mencione la fuente.



*[www.banguat.gob.gt](http://www.banguat.gob.gt)*

## **Capítulo X: Producción, reproducción y distribución**

## **Capítulo X: Producción, reproducción y distribución:**

---

Para la elaboración del proyecto de diseño del sitio web del Banco de Guatemala, como herramienta informativa para expertos de información económica y financiera, estudiantes que se prepararan para laborar en el área económica, y comunidad nacional e internacional para mostrarles los datos actuales de nuestra economía, se contempla lo siguiente:

### **10.1 Plan de costo de elaboración:**

En cotización elaborada a una empresa dedicada a la programación, estimaron elaborar la implementación del sitio web programada y montada en el servidor, en base al diseño gráfico entregado por el actual administrador del sitio web, empleado de la institución, tiene un costo de Q90, 000.00 que será pagado en base a los avances presentados a la conclusión de las fases siguientes detalladas en el Plan de Costos de Producción.

### **10.2 Plan de costos de producción:**

La elaboración del sitio web se tiene contemplada en las siguientes fases de trabajo:

#### **Fase 1 - Mayo 2015:**

Elaboración del montaje del servidor web, preparación de plataforma tecnológica y pruebas de bases de datos, estimando un tiempo de 2 semanas contemplando un presupuesto de Q20, 000.00 para esta fase.

**Fase 2 - Mayo 2015 a julio 2015:**

Elaboración de diseño gráfico del sitio web y programación del mismo, la puesta en producción de todo lo técnico referente al desarrollo y montaje de toda la plataforma tecnológica para iniciar las primeras pruebas correspondientes, un presupuesto contemplado para esta fase de Q40, 000.00 en un tiempo de trabajo de 12 semanas.

**Fase 3 - Septiembre 2015:**

Inicio de pruebas previas al lanzamiento y elaboración del montaje final, contemplando dentro del presupuesto Q30, 000.00 y 4 semanas de trabajo final.

En totalidad, todas las fases se trabajarán en un tiempo de 5 meses, trabajando 5 días por semana, concluyendo el proyecto en un tiempo aproximado de 100 días de trabajo.

**10.3 Plan de costos de reproducción:**

No tiene contemplado ningún plan de reproducción de materiales publicitarios, dado que es un proyecto que se trabajará de forma digital, para lo cual tampoco se estima publicidad en línea ni otra inversión adicional a la del proyecto en sus fases de elaboración.

**10.4 Plan de costos de distribución:**

No tiene contemplado ningún plan de distribución, dado es un proyecto que se trabajará de forma digital, y no se distribuirá a ninguna persona o entidad.

#### 10.4 Cuadro con resumen general de costos:

##### Plan de Costos de Elaboración

<b>Plan de Costos de Producción</b>	
Fase 1: Preparación de Plataforma Tecnológica	Q20 000,00
Fase 2: Elaboración de diseño gráfico y programación, puesta en marcha para pruebas.	Q40 000,00
Fase 3: Ajustes finales, lanzamiento, soporte técnico.	Q30 000,00
<b>Plan de Costos de Reproducción</b>	
No se tiene contemplado	
<b>Plan de Costos de Distribución</b>	
No se tiene contemplado	
<b>Plan de Costos Total:</b>	<b>Q90.000.00</b>



*[www.banguat.gob.gt](http://www.banguat.gob.gt)*

## **Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones**

## Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones

---

### 11.1 Objetivos, conclusiones y recomendaciones:

#### Objetivo General

Diseñar un sitio web para promover los servicios de banca que ofrece el Banco de Guatemala a sus usuarios.

#### Conclusión:

Se diseñó un sitio web más dinámico, con una mejor estructura en el contenido del mismo para que al visitante le sea menos complicado encontrar la información buscada o que el banco transmita con mayor efectividad lo publicado en el mismo a sus usuarios. Se fortalecieron los canales de comunicación, utilizando nuevas tecnologías para transmitir las actividades que enmarcan la misión del Banco de Guatemala.

#### Recomendación:

Mantener un sitio web con información actualizada, sobre una plataforma tecnológica sólida y estable, para que el usuario pueda acceder a ella en todo momento, así como utilizar adecuadamente los canales alternos los cuales se mencionan en el sitio web, le da mucho prestigio, por tal motivo se renuevan los

esfuerzos día a día para todo funcione correctamente, dado que es de vital para la institución.

### **Objetivos Específicos**

**1.** - Investigar todos los conceptos del diseño de sitios web para realizar el proyecto de la manera mas eficiente y cumplir los requerimientos del cliente.

#### **Conclusión:**

Se investigaron a cabalidad todos los conceptos relacionados con el diseño web y se tomaron en cuenta para que la elaboración del presente proyecto llenara las expectativas completas del cliente.

#### **Recomendación:**

Que los conceptos investigados se apliquen de la forma correcta para que el proyecto sea lo más eficiente posible para así cumplir con todas las expectativas y lo que el cliente requiera.

**2.** - Recopilar toda la información de las actividades que realiza el Banco de Guatemala y todo lo relevante que debe contener la página web para que se realice a satisfacción y cumplir con los objetivos del cliente.



### **Conclusión**

Se elaboró una recopilación necesaria de información por medio de una encuestas al cliente, tomando en cuenta todos los aspectos necesarios para el rediseño del sitio web de la Institución.

### **Recomendación**

Recibir la retroalimentación necesaria del cliente y mantener un canal adecuado de comunicación de forma continua para alimentación adecuada del sitio web.

**3. -** Diagramar el nuevo sitio web para que siga funcionando como medio de publicidad para promover la información que la banca central puede brindar, y fortalecer la comunicación de la misma con sus usuarios.

### **Conclusión:**

Se re diseñó un sitio web que tiene como objetivo ser una herramienta de información y un canal de transparencia institucional al publico en general en todo el mundo.

### **Recomendación:**

Es indispensable que el sitio cuente con toda la información actualizada para tener una herramienta confiable en todo momento, esto contribuirá a la economía del país.



[www.banguat.gob.gt](http://www.banguat.gob.gt)

## **Capítulo XII: Conocimiento general**

# CONOCIMIENTO GENERAL

**PABLO EMILIO MÉNDEZ LIMA**  
20078754 - SEC. F5

**Cultura:**  
Conjunto total de las prácticas humanas, de modo que incluye las prácticas económicas, políticas, científicas, jurídicas, Religiosas, discursivas, comunicativas, sociales en general.



**Tecnología:**  
Nuestra herramienta número 1, nuestra mano derecha, el medio por el cual dejamos plasmadas nuestras ideas y por medio el cual podemos demostrar lo que somos capaces de hacer y transmitir.



**Formación Profesional:**  
La comunicación y el diseño gráfico son mi pasión desde hace más de 10 años, y si a eso le sumamos los cincuenta de estos 5 años de estudio, me hacen sentirme más en confianza y considerarme una persona altamente capaz de poder demostrar mis conocimientos y desarrollarme como profesional en el tema.

**Visualización Gráfica:**  
Colores y formas... nuevas propuestas, nuevas caras, nuevas sensaciones... así es como queremos llegar a los demás, es ver nuestra idea grabada en otra mente, tener una imagen clara y llegar a conceptualizarla... ese será nuestro objetivo gráfico.

**Comunicación:**  
La base del todo, lo que todo el mundo necesita, la ciencia por la cual llegamos a transmitir lo que deseamos, la que nos ayuda a desarrollar más capacidades, para poder dar un mensaje claro, y de la misma forma recibirlo.



*[www.banguat.gob.gt](http://www.banguat.gob.gt)*

## **Capítulo XIII: Referencias**

## Capítulo XIII: Referencias

---

### B

Banco de Guatemala – **Del Jade al Polímero 2012** – 178 páginas

Cumpa, Luis A. **Fundamentos de Diagramación 2002** – 110 páginas

### C

Cabrera, Adriana y Pelayo, Neneja. -**Lenguaje y Comunicación 2001** – 185 páginas.

Cumpa, Luis A. **Fundamentos de Diagramación 2002** – 110 páginas.

### E

Enz, Angélica (Editor) Fantin, Roxana (Coeditor)

**Comunicar para el cambio social.** - Imp / Ed.:Buenos Aires, Argentina:Comunia : La

Crujía. 190 páginas - ISBN:9876010174

### F

Ferguson, Donald. - **El Periodismo en la actualidad.**

Imp / Ed.: México, México: Edamex, 1988

222 páginas - ISBN: 968-409-442-6

### G

Carlos Guerrero Serrano – **Manual de Artes Gráficas 2003**

Editorial: Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Ciencias de la Información

350 páginas – ISBN 9788495903341

## H

Eva Heller – **Psicología del Color 2004** – 309 páginas

## J

Banco de Guatemala – **Joyas Numismáticas del Banco de Guatemala** – 215 páginas

Imp / Ed.: México, México: Edamex, 1988

222 páginas - ISBN: 968-409-442-6

## M

Martínez, Tomás - **Lo mejor del periodismo de América Latina.**

Imp / Ed.: México, D.F., México: Fondo de Cultura Económica: Fundación Nuevo

567 páginas - ISBN: 9789681678036

## N

Niederst, Jennifer (Autor Principal), Bulnes, Lazlo Egry (Traductor)

**Diseño en el Web: iníciate en un nuevo medio.** - Imp / Ed.: México, México: McGraw-Hill, 1997. 174 páginas - ISBN: 970-10-1481-2

## T

Tascón, Mario (Director), Cabrera, Marga (Coordinador) - **Escribir en internet: guía para los nuevos medios y las redes sociales.** - Imp / Ed.: Barcelona, España: Fundéu BBVA, c2012. – 510 páginas - ISBN: 9788415472087

Tamames, Ramón (Autor Principal), Gallego, Santiago (Co-autor) - **Diccionario de economía y finanzas** - Imp / Ed.: Madrid, España: Limusa/Noriega, 1994 – 927 páginas  
ISBN: 84-206-5244-8

U

USERS STAFF – Diseño web con HTML y CSS, creación de sitios atractivos profesionales 2012 – 192 páginas.

W

Wong, Wucius (Autor), Wong, Benjamin (Coautor)

**Diseño gráfico digital.**- Imp / Ed.: Barcelona, España: Gustavo Gili, 2004.

272 páginas - ISBN: 8425217733

**Biblioweb**

**B**

Banco Central - <http://www.banrep.gov.co/es/contenidos/page/un-banco-central>

Banco de Guatemala - [www.banguat.gob.gt](http://www.banguat.gob.gt)

## C

Comunicación Masiva - La dinámica de la comunicación masiva, Dominick Joseph R., Editorial, Mc Graw Hill, octava edición.

Tomado de Tuba de Schram: <http://apuntesacademicos.blogspot.com/2008/05/tuba-de-schram.html>

## I

Institución - <http://www.eumed.net/cursecon/1/instconcepto.htm>

## P

Psicología del consumidor

<http://tdgc-dgpasiclaudia.yolasite.com/resources/PREVIEW-LIBRO-9788483229576.pdf>

<http://www.psicologiadelcolor.es>

## S

Semiotica - <http://definicion.de/semiotica/>

## T

Tipos de comunicación - <http://tiposde.info/tipos-de-comunicacion/#sthash.aTAd5BHe.dpuf>

Tipo - <http://definicion.de/tipografia/>



**W**

Web - <http://fathybatres.wordpress.com/el-internet-y-sus-caracteristicas-2/>



*[www.banguat.gob.gt](http://www.banguat.gob.gt)*

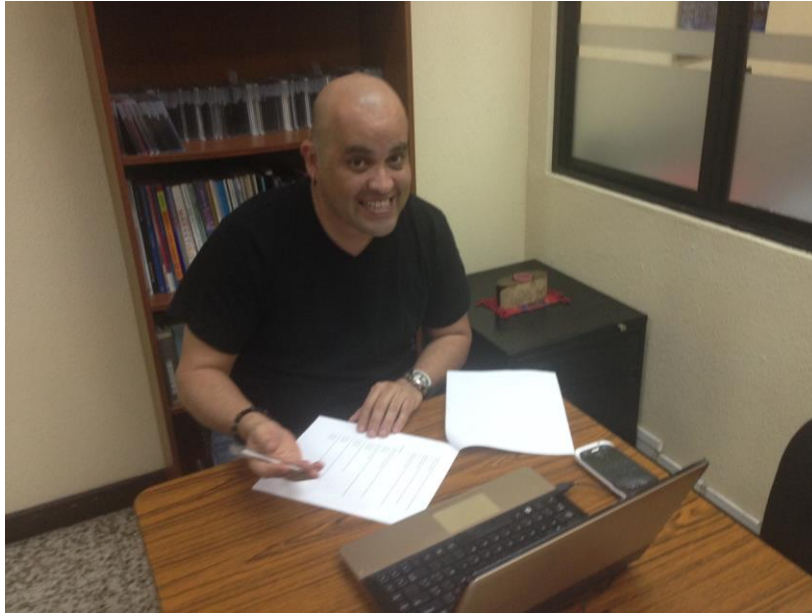
## **Capítulo XIV: Anexos**

## Capítulo XIV: Anexos

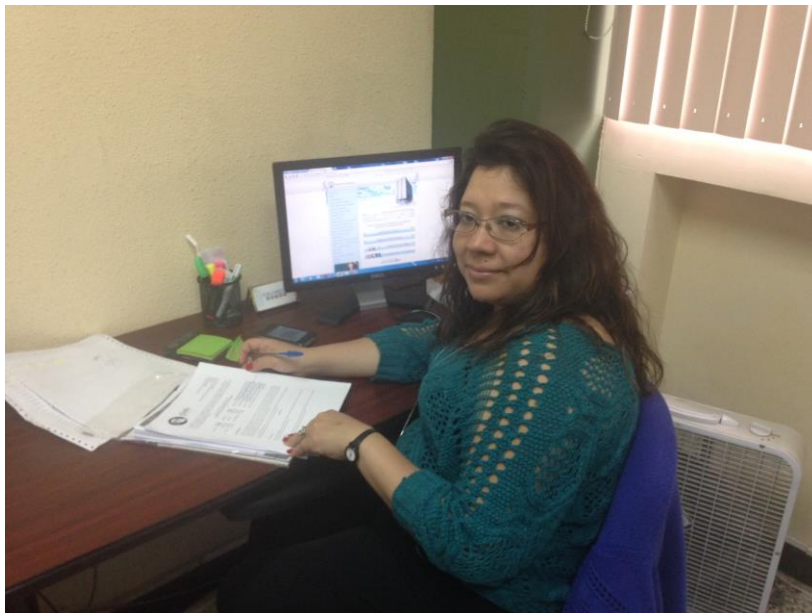
---

**Anexo A:**

**Expertos:**



Lic. Marlon Borrayo



Licda. Wendy Franco

## Anexo B:

### Encuesta elaborada:



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN  
FACOM  
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO  
PROYECTO DE TESIS

El enfoque del trabajo de investigación es mixto, por cuanto se utilizará el enfoque cuantitativo y cualitativo. El primero servirá para cuantificar los resultados de la encuesta aplicada a los sujetos y a través del enfoque cualitativo se intentará evaluar el nivel de percepción de los encuestados con respecto a la propuesta del diseño.

#### Encuesta de Validación del Proyecto "Rediseño del Sitio web del Banco de Guatemala"

Género: F	<input type="checkbox"/>	Experto:	<input type="checkbox"/>	Nombre:	<input type="text"/>
M	<input type="checkbox"/>	Cliente:	<input type="checkbox"/>	Profesionalidad:	<input type="text"/>
Edad:	<input type="checkbox"/>	Grupo Objetivo:	<input type="checkbox"/>	Puesto:	<input type="text"/>
				Años de experiencia en el mercado:	<input type="text"/>

#### Antecedentes

El Banco de Guatemala, como único banco central en el país y emisor de la moneda nacional, que tiene como objetivo general "Promover la estabilidad en el nivel general de precios" decide actualizar el sitio web, como principal herramienta de transparencia institucional y medio de divulgación electrónico para especialistas del área financiera y económica, estudiantes y público en general; dada a la alta demanda de visitas del mismo, se desea para presentar información de forma más precisa, oportuna y de manera dinámica.

Por tal motivo, decide renovar su sitio web para mantenerse, adaptándose a los últimos estándares tecnológicos en dispositivos móviles, tabletas electrónicas y computadores personales.

#### ENCUESTA:

##### Instrucciones:

Responda las preguntas que se le presentan, marcando con una X la opción que considere correcta a su criterio, basado en su experiencia, criterio, gustos y preferencias.

##### Parte Objetiva

1. ¿Considera necesario la renovación del sitio web del Banco de Guatemala para dar a conocer a los usuarios de forma dinámica y ordenada la información de la institución?

Sí No

2. ¿Considera importante investigar información relacionada al diseño de sitios web para poder implementarla en el rediseño del mismo?
- Sí No
3. ¿Considera necesario recopilar información de las actividades que realiza el Banco de Guatemala para incluirlas dentro del sitio web?
- Sí No
4. ¿Considera importante diagramar el contenido del sitio web de forma ordenada y con estética visual para que su navegación sea rápida y accesible?
- Sí No

#### Parte Semiológica

5. ¿Según su opinión, la información presentada en la página inicial del sitio web del Banco de Guatemala, en los elementos visuales de la propuesta gráfica son?
- Adecuados  
Poco adecuado  
Nada adecuado
6. ¿Según su criterio, considera que los colores que se utilizarán para los elementos visuales del actual sitio web del Banco de Guatemala, le dan una imagen?
- Muy corporativa  
Poco corporativa  
Nada corporativa
7. ¿Considera que la diagramación del sitio web actual es?
- Muy ordenada  
Poco Ordenada  
Nada Ordenada
8. En cuanto a la tipografía y el tamaño que se utilizó en los textos del sitio web, considera que es?
- Muy legible  
Poco Legible  
Nada Legible
9. ¿Considera que la ubicación de los botones y vínculos del actual sitio web son?
- Muy visibles  
Poco visibles  
Nada visibles

**Parte Operativa**

10. ¿Las gráficas y los cuadros estadísticos presentados en el sitio web para dar a conocer la información que recopila e investiga el Banco de Guatemala son?

- De Fácil comprensión
- Difícil de comprensión
- Nada comprensibles

11. ¿ Considera que el sitio web del banco, denota que el Banco de Guatemala es una institución?

- Sólida y transparente
- Poco estable
- Nada de solidez y transparente

12. ¿Considera funcional los diferentes vínculos a redes sociales contemplados en el sitio web del banco de Guatemala?

- Mucho
- Poco
- Nada

13. ¿ Considera que la interactividad del sitio web de la Institución es rápida y amigable?

- Mucho
- Poco
- Nada

14. ¿Considera que el sitio web del Banco de Guatemala mantiene la misma línea de diseño gráfico que la institución refleja?

- Mucho
- Poco
- Nada

15. ¿Considera que la información del sitio web del Banco de Guatemala se presenta de forma clara y accesible para cualquier otro dispositivo electrónico que no sea una computadora personal?

- Mucho
- Poco
- Nada

Observaciones:

---

---

---

---

---

*Gracias por su colaboración!*

Tabla de Niveles Socio Económicos de Multivex 2015

Población departamental 2015



	Total		Sexo		Área		Hogares		Nivel Socio Económico (Área Urbana)			
	Población	Hombres	Mujeres	Urbano	Rural	Total	Urbana	Rural	ABC1	C2	D	E
GUATEMALA	3353952	1638193	1715759	2819987	533965	740267	637095	103172	151203	816071	1165873	686841
EL PROGRESO	169290	81391	87899	61500	107791	36459	13908	22550	1845	16605	26445	16605
SACATEPEQUEZ	343236	168902	174334	290092	53145	68615	58439	10176	8703	78325	124739	78325
CHIMALTENANGO	685513	336368	349144	354683	330830	128657	70181	58476	10640	95764	152514	95764
ESCUINTLA	761085	381913	379171	373418	387667	164077	82871	81206	11203	100823	160570	100823
SANTA ROSA	375001	180795	194206	131982	243019	77785	28751	49034	3959	35635	56752	35635
SOLOLA	491530	242699	248830	245239	246290	87108	45549	41559	7357	66215	105453	66215
TOTONICAPAN	537584	257343	280240	191464	346119	92770	34120	58650	5744	51695	82330	51695
QUETZALTENANGO	863689	414850	448839	481014	382675	165558	95951	69607	14430	129874	206836	129874
SUCHITEPEQUEZ	568608	278141	290466	237544	331063	111879	49742	62137	7126	64137	102144	64137
RETALHULEU	332815	162922	169893	120326	212490	65815	25367	40449	3610	32488	51740	32488
SAN MARCOS	1121644	547903	573742	246421	875223	197637	47592	150046	7393	66534	105961	66534
HUEHUETENANGO	1264449	606807	657642	283079	981370	215874	53908	161966	8492	76431	121724	76431
QUICHE	1088942	530539	558403	269029	819913	186417	48093	138324	8071	72638	115683	72638
BAJA VERAPAZ	299432	143651	155781	79411	220021	57622	16533	41089	2382	21441	34147	21441
ALTA VERAPAZ	1256486	625528	630958	264104	992382	216826	50035	166791	7923	71308	113565	71308
PETEN	736010	379125	356884	224192	511818	136633	44694	91939	6726	60532	96403	60532
IZABAL	455982	225219	230763	134105	321877	92152	29488	62685	4023	36208	57685	36208
ZACAPA	236593	112923	123670	92036	144558	50500	20983	29517	2761	24850	39575	24850
CHICUMULA	406422	194540	211882	102965	303457	79995	22663	57332	3089	27801	44275	27801
JALAPA	355566	171886	183680	110977	244590	67507	23150	44356	3329	29964	47720	29964
JUTIAPA	472304	222023	250280	125445	346859	96467	28370	68096	3763	33870	53941	33870
TOTAL REPUBLICA	16176133	7903664	8272469	7239012	8937121	3136621	1527483	1609138	283774	2009207	3066053	1879977



Proyección: Multivex Sigma Dos Guatemala  
 Fuente: Instituto Nacional de Estadística. Censos Nacionales XI de población y VI de habitación  
 Instituto Nacional de Estadística. Proyecciones de población con base al XI censo de población y VI de habitación 2.002

Folleto Demográfico. Guatemala 2015