

Instituto Tecnológico de Costa Rica
Escuela de Ingeniería en Diseño Industrial

Proyecto de Graduación

**“Diseño de arquitectura de información
e interfaz gráfica para sitio web de la
Asociación Amigos del Río Torres”**

*Para optar por el título de Ingeniería en Diseño Industrial
con el grado académico de Bachillerato Universitario*

Estudiante:

Daniela Aguilar Monge

Cartago, I Semestre 2019

AGRADECIMIENTOS

Considero importante tener este espacio para plasmar el agradecimiento profundo a todas las personas, que fueron y que siguen siendo parte de este proceso de aprendizaje y realización personal que todavía no termina, pero que culmina una de sus etapas con la presentación de este proyecto.

La palabra gratitud es la que mejor califica a este momento, gratitud hacia la vida por darme la capacidad de aprender y superar lo necesario para poder llegar hasta aquí, a mis abuelos, porque desde donde se encuentran siempre son una luz indispensable en mi vida, a mi abuela, por siempre estar ahí para mí desde que estaba pequeña y ser parte de este proceso, a mi mamá, mi apoyo permanente, la que me enseñó y me sigue enseñando todos los días que darse por vencido nunca es una opción. A mi papá, le agradezco por ayudarme en todos los proyectos y por siempre creer en mí y en todo lo que puedo dar. A mi hermano, por también ayudarme en miles de proyectos y pruebas, por hacerme reír en los días más difíciles y por siempre empujarme a dar más. Este logro también es de ellos, y de nuevo, agradezco que hayan estado ahí.

A los chicos y chicas de diseño, de las mejores cosas que me deja el TEC, sin los que no hubiera logrado sobrellevar los últimos semestres, estoy muy orgullosa de nosotros y de que después de todo el esfuerzo lo hayamos logrado.

A todos los profesores que fueron parte de este proceso y que lograron transmitir sus conocimientos, en especial mi profesora asesora Ivonne Madrigal, que fue un gran apoyo en este proyecto y

siempre me guió de la mejor manera posible.

A la empresa POSSIBLE por darme la oportunidad de realizar el proyecto con ellos y por también darme su guía y apoyo durante todas las etapas del mismo.

En fin, gracias de corazón, a todos y a la vida, por dejarme estar hoy escribiendo esto, y por enseñarme tanto, y continuamos, porque como todo en la vida, después de una etapa viene otra, cada una preparándonos para la que sigue y de esta forma poder seguir creciendo.

RESUMEN

Este proyecto es uno de los requisitos para la obtención del título de bachillerato universitario en Ingeniería en Diseño Industrial del Tecnológico de Costa Rica.

El propósito es diseñar un sitio web para la Asociación Amigos del Río Torres, esta es una organización sin fines de lucro que tiene como objetivo rescatar al río Torres, es cuál es un río urbano ubicado en San José, Costa Rica. El objetivo principal del sitio es atraer e incentivar a un público más amplio y mantener una línea de comunicación con sus seguidores.

La metodología utilizada y presentada en este informe es la propuesta en el "Usability Cookbook" del profesor Ph.D. Franklin Hernández-Castro, 'Metodología para el análisis y diseño de aplicaciones', el cual resume el proceso recomendado para el análisis y diseño de herramientas de software.

Como principales alcances se tiene el diseño de arquitectura de la información validada y de una maqueta funcional del sitio, mostrando el resultado del estudio que se realizó.

Palabras clave:

usabilidad, experiencia de usuario, diseño industrial, interfaz gráfica, arquitectura de información, diseño centrado en el usuario.

ABSTRACT

This project is a requirement to get the Industrial Design Engineering bachelor's degree at Tecnológico de Costa Rica.

The purpose is to design a website for "Amigos del Río Torres" Association, this is a non-profit organization, their goal is to rescue Torres river, which is an urban river located in San José, Costa Rica. The objective of the website is to attract a bigger audience and keep a communication line with their followers.

The methodology applied through this document was the one proposed in the Ph.D. Franklin Hernández-Castro's "Usability Cookbook", "Metodología para el análisis y diseño de aplicaciones", this is a resume of the recommended process for analysis and software tools design.

The principal goals are the tested information architecture design and a functional model of the website, showing the result of the analysis and investigation process.

Keywords:

usability, user experience, industrial design, graphic interface, information architecture, user centered design.

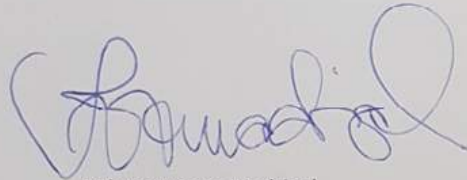
Firmas del Tribunal evaluador

Instituto Tecnológico de Costa Rica
Escuela de Diseño Industrial
Proyecto de Graduación – Bachillerato
Tribunal Evaluador

Estudiante: Daniela Aguilar Monge
Carné: 2013029314

Proyecto de Graduación defendido ante el presente Tribunal Evaluador como requisito para optar por el Título de Ingeniero en Diseño Industrial con el grado académico de Bachillerato Universitario del Instituto Tecnológico de Costa Rica.

Miembros del Tribunal



Máster Ivonne Madrigal



Ph.D Franklin Hernández



Lic. Luis Carlos Araya

Los miembros de este Tribunal dan fe de que el presente Trabajo de Graduación ha sido aprobado y cumple con las normas establecidas por la Escuela de Diseño Industrial.

5 de junio del 2018, Cartago, Costa Rica

TABLA DE CONTENIDOS

1. Introducción	01	5. Análisis de usuario	29
1.1 Antecedentes	02	5.1 Investigación de segmentos	30
1.2 Problema de diseño	03	5.2 Posición de empresas	32
1.3 Justificación	04	5.3 Creación de personas	33
1.4 Objetivos	05	5.4 Análisis de necesidades	37
1.5 Alcances y Limitaciones	06	5.5 Estimación de tráfico	38
1.6 Marco Teórico	07	5.6 Consolidado de tráfico	40
1.7 Marco Metodológico	09	5.7 Diagrama de pareto	42
1.8 Cronograma	11		
2. Inventario de contenidos	12	6. Arquitectura Alpha	43
2.1 Esquema de contenidos	13	6.1 Esquema de arquitectura Alpha	44
2.2 Síntesis y hallazgos	14		
3. Supuestos y requerimientos	17	7. Card sorting	45
3.1 Listado de necesidades	18	7.1 Planteamiento	46
3.2 Esquema de necesidades	19	7.2 Resultados / Hallazgos	47
		7.3 Cambios arquitectura Alpha	49
		7.4 Arquitectura Alpha corregida	50
4. Análisis de referenciales	20	8. Navigation Paths	51
4.1 Referenciales utilizados	21	8.1 Navegación a donaciones	52
4.2 Patrones de diseño / Referencial 1/ NRDC	23	8.2 Navegación a ayuda de personas y empresas	53
4.3 Patrones de diseño / Referencial 2/ WWF	24	8.3 Navegación a eventos	54
4.4 Patrones de diseño / Referencial 3/ Greenpeace España	25	8.4 Navegación a info. de asociación y Río Torres	55
4.5 Patrones de diseño / Referencial 4/ Rutas Naturbanas	26	8.5 Navegación a contacto	56
4.6 Patrones de diseño / Referencial 5/ Techo Costa Rica	27		
4.7 Mínimos comunes	28		

9. Wireframes	57	16. Bibliografía	94
10. Paper Prototyping	61	17. Apéndices	95
10.1 Planteamiento	62		
10.2 Resultados	63	18. Anexos	135
11. Arquitectura Betha	68		
11.1 Esquema de arquitectura Betha	69		
12. Look & Feel	70		
12.1 Moodboard estilo gráfico	71		
12.2 Moodboard cromática	72		
12.3 Moodboard iconografía	73		
12.4 Tipografía	74		
12.5 Cromática	75		
12.6 Iconografía	76		
13. Mock Up	77		
14. Pruebas heurísticas	81		
14.1 Planteamiento	82		
14.2 Resultados	83		
15. Resultados finales	88		

1. INTRODUCCIÓN

El presente proyecto desarrollado para la Asociación Amigos del Río Torres es parte de la acción social realizada por la empresa POSSIBLE, esta en una agencia de publicidad digital, que trabaja en el área creativa, tecnológica y estratégica.

En esta sección se presentan los antecedentes de la asociación así como los aspectos que justifican la planteación de este proyecto.

1.1

INTRODUCCIÓN
ANTECEDENTES

La Asociación Amigos del Río Torres es una organización sin fines de lucro, fundada en el 2013, esta tiene como objetivo rehabilitar, restaurar y proteger el Río Torres para el bienestar socioeconómico y ambiental de San José por medio de la educación y esfuerzo colectivo de todos sus visitantes para en un futuro lograr tener el río totalmente limpio y saludable y que funcione como un eje urbano relevante en la vida social, recreativa, cultural y económica de la comunidad josefina.

Para lograr alcanzar su visión organizan comunidades de voluntarios que trabajen por el Río Torres, realizan jornadas de limpieza, brindan charlas de educación, diseñan programas ambientales para estudiantes de escuela y colegio, dan apoyo social a ciudadanos sin hogar que viven a lo largo del río, entre otras actividades que benefician al Río Torres, San José y en general a todo Costa Rica.

Actualmente como medio de comunicación y divulgación utilizan redes sociales como Facebook, Instagram y Twitter; los miembros de la asociación requieren contar con un sitio web que les apoye en el cumplimiento de su misión, visión y demás objetivos, además implementar funciones que no son posibles en redes sociales. La realización de este proyecto es parte de la acción social desarrollada por la empresa POSSIBLE.

POSSIBLE es una empresa transnacional de desarrollo de publicidad digital y herramientas de software, abarca el área creativa, tecnológica, estratégica y de manejo de datos, desarrollan proyectos para sus clientes que les brinde una experiencia agradable e innovadora, a partir

de propuestas que generen valor a su negocio. Al abarcar el área creativa, cuenta con un equipo de diseño gráfico, diseño de interfaces y diseño de experiencia de usuario.

1.2 | INTRODUCCIÓN **PROBLEMA**

PROBLEMA PRINCIPAL

El problema principal que se detecta es que la Asociación Amigos del Río Torres actualmente no cuenta con una herramienta que le permita atraer un público más amplio para así poder crear una mayor red de voluntarios y seguidores y a la vez dar a conocer su iniciativa, su historia, las jornadas y eventos que organizan en beneficio del río. En sus redes sociales tienen una amplia cantidad de seguidores, sin embargo estos comentan que sería un gran apoyo y beneficio para la asociación contar con un sitio propio para mantener una línea de comunicación actualizada, brindar información consistente, generar más confianza para inscripción de voluntarios y donaciones, entre otras.

FORMULACIÓN

¿Cómo diseñar una página web que permita a la asociación atraer e involucrar mayor cantidad de personas de forma eficaz que apoyen y aprendan de su iniciativa?

1.3 | INTRODUCCIÓN **JUSTIFICACIÓN**

La Asociación Amigos del Río Torres necesita colaboradores y seguidores para poder cumplir con su objetivo y a la vez requieren colaborar con la educación de la comunidad costarricense en el tema de la protección y cuidado de los ríos y sus zonas aledañas.

La capacidad que tienen los sitios web de llegar a gran cantidad de personas lo convierte en una herramienta primordial para este tipo de asociaciones, se requiere que sea 100% amigable con el usuario, además de brindar una imagen que se adecúe a lo que se quiere promover.

La usabilidad que brinde un sitio web es fundamental para que el usuario lo continúe utilizando, le inspire confianza y hasta lo recomiende a otros posibles usuarios potenciales.

Por lo tanto se propone diseñar la arquitectura de información y la interfaz gráfica de un sitio web para la asociación mencionada.

1.4 | INTRODUCCIÓN **OBJETIVOS**

OBJETIVO GENERAL

-Diseñar un sitio web para la Asociación Amigos del Río Torres que facilite el acceso a la información y los procesos de ayuda y contacto entre usuarios y organización.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

-Comunicar información necesaria y concisa al usuario relacionada a la asociación y su proyecto.

-Mejorar el proceso de inscripción para voluntariados y realización de donaciones mediante un acceso directo dentro del sitio web.

-Proporcionar un método para visualización de eventos y actividades de la asociación mediante el cual se mantenga una línea de comunicación actualizada.

1.5

INTRODUCCIÓN **ALCANCES Y LIMITACIONES**

ALCANCES

- Análisis validado por testers mediante pruebas de usabilidad.
- Desarrollo de arquitectura de información validada.
- Diseño de maqueta no exhaustiva del sitio web.

LIMITACIONES

- Diseño de interfaz gráfica se debe acoplar a la imagen corporativa que posee la asociación, por lo tanto se debe mantener la cromática y tipografía que ya se utilizan.

1.6

INTRODUCCIÓN
MARCO TEÓRICO

A pesar de no ser un proyecto de investigación aplicada propiamente en esta sección se explican los conceptos que fueron necesarios y que ayudan a comprender de mejor manera el desarrollo de este trabajo.

Sitio web

Se define como sitio web a un conjunto de páginas web relacionadas y comunes a un dominio de internet. (Milenium,2019)

Página web

Las páginas web son las secciones o partes que componen los sitios web, las cuales generalmente contienen hipervínculos para navegar entre una y otra dentro del mismo sitio. (Milenium,2019)

Arquitectura de información

La arquitectura de información (AI) es la encargada del estudio, análisis y estructuración para la presentación de datos en sistemas de información tanto interactivos como no interactivos, su objetivo es facilitar a los usuarios la comprensión y el acceso a la información. (Saab, 2009)

Interfaz gráfica (GUI)

Entorno con el cuál el usuario interactúa y se relaciona para llevar a cabo tareas en determinado dispositivo, logrando la comunicación efectiva con el mismo. (Nielsen, 1999)

Diseño de experiencia de usuario (UX)

Proceso de crear productos o servicios centrados en el usuario, incluyendo a los mismos en las etapas de desarrollo, para garantizar la mayor eficiencia y satisfacción posible. (Nielsen, 1999)

Diseño de interfaz de usuario (UI)

Disciplina que se dedica al diseño de interfaces de software para todo tipo de dispositivos. El diseño de interfaces de usuario está enfocado en maximizar la eficiencia del producto o servicio que requiere interacción con el usuario para cumplir con su función. (Nielsen, 1999)

Usabilidad

El concepto proviene del inglés usability y hace referencia a la facilidad con que un usuario puede utilizar una herramienta fabricada por otras personas con el fin de alcanzar un cierto objetivo. (Nielsen, 1999)

Pruebas de usabilidad

Estas son una serie de pruebas o prácticas realizadas a potenciales usuarios del producto o servicio que está en proceso de diseño para comprobar que esté funcionando de manera efectiva y de lo contrario hacer los cambios necesarios en base a los resultados y la retroalimentación recibida por parte de los personas participantes en la prueba.

Optimización SEO

Las siglas SEO significan Search Engine Optimization, en español, optimización de motores de búsqueda. La optimización SEO es un conjunto de técnicas que se aplican con el objetivo de mejorar la visibilidad del sitio web en motores de búsqueda. Este se centra en resultados de búsqueda orgánicos, es decir, no pagados.

Diseño responsive

El diseño responsive es uno de los aspectos que se debe tomar en cuenta al optimizar el sitio para SEO, este corresponde a una técnica de diseño web que busca que el sitio que se está construyendo pueda visualizarse de forma correcta en diferentes dispositivos (ordenador, tableta, móvil,...) (Vitaly, 2016)

Marketing emocional

Disciplina del marketing que utiliza una marca dentro de una estrategia, con el objetivo de lograr un vínculo afectivo con usuarios, consumidores, clientes y futuros clientes, para que estos sientan la marca como algo propio y necesiten ser parte de ella. (Guardiola, 2017)

Marketing visual

Es la parte gráfica del marketing que ayuda a comunicar, seducir, retener y generar confianza a través de elementos visuales. (Peiró, 2017)

1.7

INTRODUCCIÓN
MARCO METODOLÓGICO

Para la metodología se utiliza como referencia el libro "Usability Cookbook" escrito por PhD.Franklin Hernández-Castro. Los métodos desarrollados en este son los siguientes:

Supuestos y requerimientos

Como parte de la investigación previa se realiza una lista de las necesidades que la nueva herramienta satisfará y con estas se realiza un boceto de arquitectura para resumir de que modo se verán satisfechas esas necesidades.

Análisis de referencias

Se buscan patrones de diseño en proyectos o herramientas que satisfacen necesidades similares a las que se tienen en el proyecto a desarrollar, así como sus pros y contras.

Análisis de usuarios

Se realiza un análisis de "personas" en el que se definen los perfiles de posibles usuarios de la herramienta para tener una idea clara de las necesidades y condiciones de cada uno de ellos. También se hace un análisis de necesidades, para definir de forma global las necesidades que satisface las herramientas y para que "personas". Seguidamente se realiza el tráfico en el cual se puede ver relación porcentual entre la persona y la necesidad, para así poder conocer la demanda real de cada necesidad a partir de un ponderado. Para este análisis es importante irlo desarrollando de mano de los usuarios, realizando entrevistas, encuestas y demás.

Arquitectura Alpha

Se realiza reuniendo todas las conclusiones generadas a partir de los análisis anteriores.

Card Sorting

Se aplica la prueba a testers para validar estructura y nomenclatura de la arquitectura alpha.

Navigation Paths

Después del card sorting se rediseña la arquitectura y se analizan los navigation paths, en la que se verifica el camino que debe seguir el usuario para realizar la tareas de mayor tráfico.

Wireframes

Diagramaciones sin color ni detalle gráfico en las que se experimentan los escenarios a partir de estos se realiza el paper prototyping, en este se prueba jerarquía, patrones de diseño, arquitectura de información, navegación y secuencia de lectura.

Arquitectura Beta

Después de realizar el paper prototyping se diseña otra arquitectura incorporando las mejoras necesarias para mejorar la experiencia de usuario que se descubrieron en los análisis anteriores.

Look & Feel

Se desarrolla el estilo gráfico de la herramienta, se define cromática, tipografía, iconografía y demás elementos gráficos a utilizar.

Maqueta funcional (Mock up)

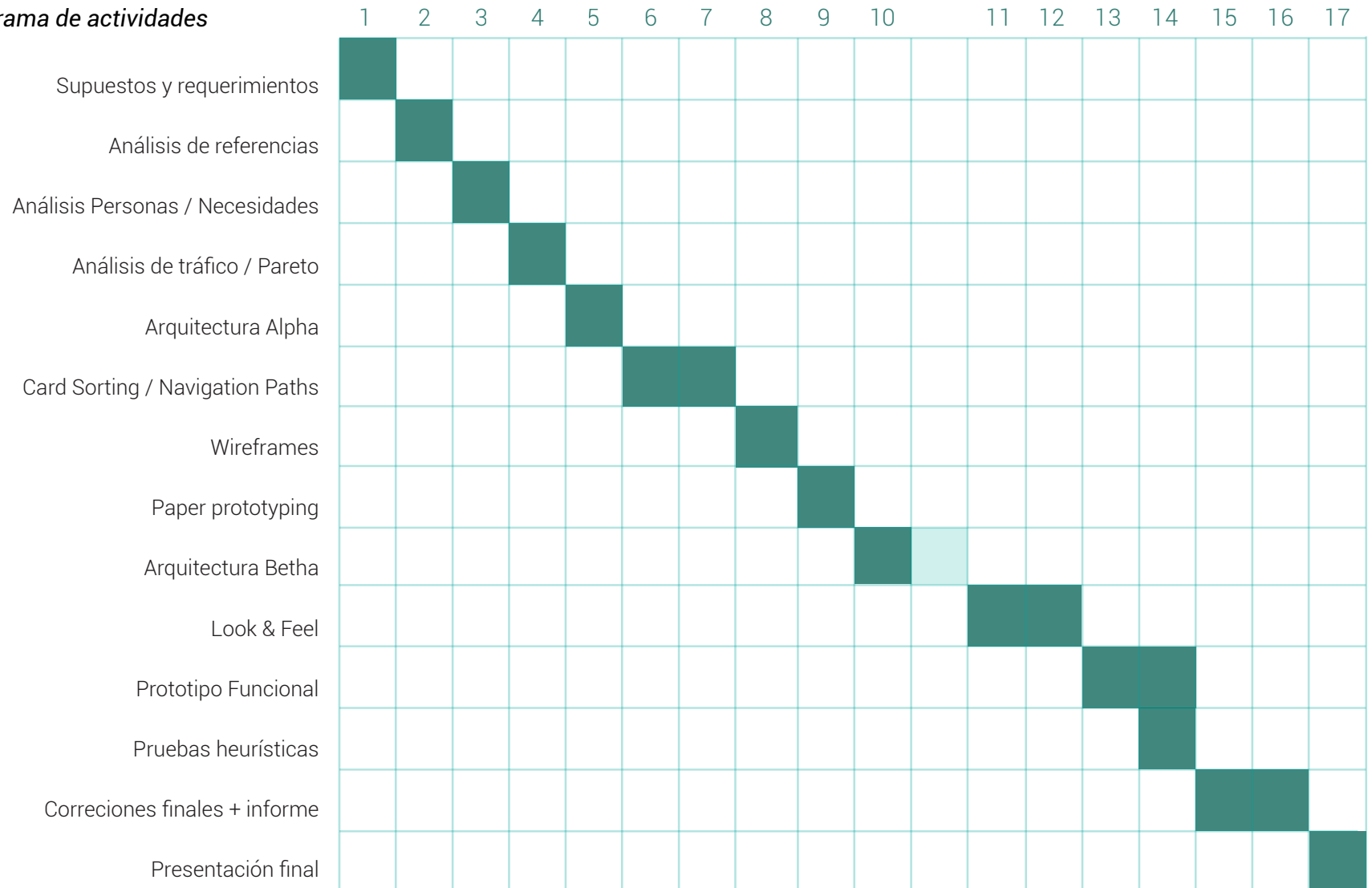
Se crea una maqueta funcional con el fin de que en las pruebas se pueda validar la interfaz gráfica propuesta.

Pruebas heurísticas

Se valida con los usuarios el diseño gráfico de la interfaz, comprobando jerarquía, modo de navegación, secuencia de lectura, así como la eficiencia de los íconos utilizados.

Cronograma realizado en base a las 16 semanas que se tienen para el desarrollo del proyecto.

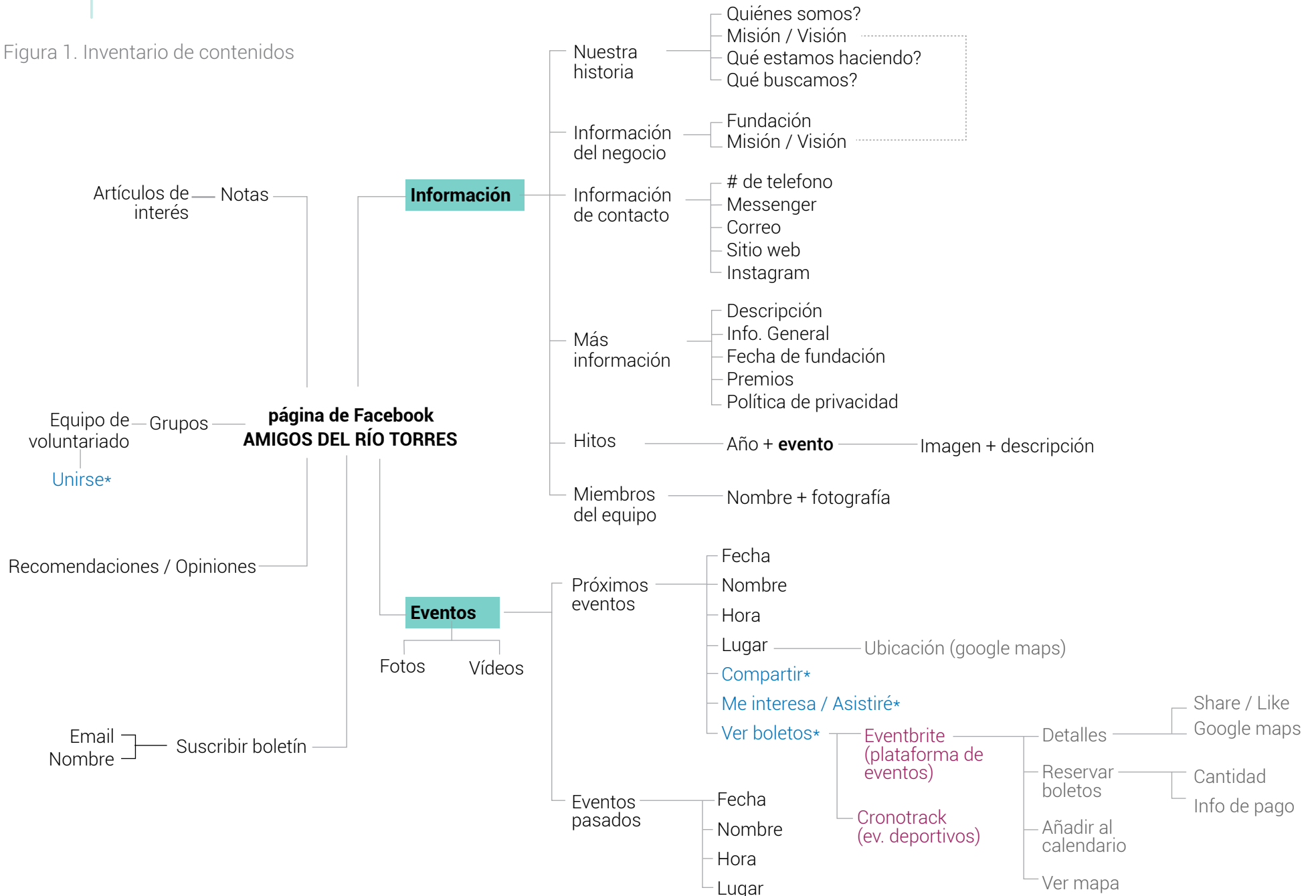
Tabla 1. Cronograma de actividades



2. INVENTARIO DE CONTENIDOS

Se realiza un inventario de contenidos a partir de la página de Facebook de la Asociación, ya que esta es la red social que utilizan con mayor frecuencia actualmente y en la que tienen mayor cantidad de respuesta por parte de sus seguidores, para analizar de esta forma cómo y qué tipo de información manejan.

Figura 1. Inventario de contenidos



2.2 INVENTARIO DE CONTENIDOS SÍNTESIS Y HALLAZGOS

En base al inventario de contenidos presentado en la página anterior se obtienen los siguientes hallazgos útiles para la investigación:

-Se puede observar que las secciones de información y eventos son en las que se centran mayor cantidad de contenido, y la que tiene más respuesta es la sección de eventos.

-Todo el contenido en la sección "información" está descrito textualmente.

The screenshot shows the Facebook profile page for 'Amigos del Río Torres'. The 'Información' section is highlighted, displaying the following details:

- Información del negocio:**
 - Fundación en 2013
 - Misión: Amigos del Río Torres aspira a tener un Río Torres vivo, saludable, accesible y seguro y convertirlo en un eje urbano relevante en la vida social, recreativa y cultural.
- Información de contacto:**
 - Llamar 8844-5024
 - m.me/AmigosDelTorres
 - info@amigosdelriotorres.org
 - http://amigosdelriotorres.org
 - https://www.instagram.com/amigosdelriotorres/
- Más información:**
 - Descripción: Página FB Oficial de la Asociación Amigos del Río Torres
 - Información general: Somos una asociación sin fines de lucro, compuesta por voluntarios y emprendedores sociales que buscan informar, educar y promover la protección del Río Torres con el fin de rescatar esa microcuenca urbana.
 - Fecha de fundación: 2013
 - Premios: Ganadores de Concurso Giant Heart de Karma Tribe 2017
 - Política de privacidad
 - Organización sin fines de lucro
- Historia:**
 - Por un Río Torres Sano y Limpio ¡Hola! Somos los Amigos del Río Torres. Somos una asociación sin fines de lucro, compuesta por voluntarios y emprendedores sociales que buscan informar, educar y promover la protección del Río Torres con el fin de rescatar esa microcuenca urbana.
 - Nuestra Visión: La Asociación Amigos del Río Torres aspira a tener un Río Torres vivo, saludable, accesible...
- Miembros del equipo:**
 - Hitos:
 - 2019: Jornada de Limpieza - Marzo
 - 2017:
 - Jornada de Limpieza - Noviembre
 - Jornada de Limpieza - Agosto
 - Jornada de Limpieza y Reforestación - Julio
 - De Tour por el Torres - Junio
 - Jornada de Limpieza - Junio
 - De Tour por el Torres - Mayo

Imagen. Sección de información. Perfil de Facebook Amigos del Río Torres.

The screenshot shows the Facebook profile page for 'Amigos del Río Torres' with the 'Próximos eventos' and 'Eventos pasados' sections highlighted.

Próximos eventos:

- JUN 1: Jornada de Rescate del Río Torres 1 de Juni...** (Sáb. 07:30 - organizado por Amigos del Río Torres, Anfiteatro Natural Museo D. San José) [Ver boletos] [Me interesa]

Eventos pasados:

Fecha	Evento	Lugar
MAY 12	Corremos por el Río Torres 1era Edición	Polideportivo Aranjuez San José
ABR 6	Jornada de Rescate Río Torres 6 de abril	Parque Urbanización Cristal...
MAR 10	Picnic en el Río Torres	Comunidad Las Cipreses San José
FEB 9	Rescatemos el Río Torres	Comunidad Las Cipreses San José
ENE 16	Programa de Radio "Defensores De Los Ríos...	Universidad de Costa Rica San Pedro De Montes De Oca
ENE 12	Limpieza de Río "Dale una mano al Torres" / ...	Polideportivo Aranjuez San José
SEP 1	Limpiemos el Río Torres - Jornada de Limple...	Parque México San José
JUL 28	Charras del Río Torres de Julio	Forta Verde San José
JUL 28	Festival de Lanzamiento de las Esferas de B...	Polideportivo de Aranjuez San José
JUN 2	Limpiemos El Río Torres - Jornada de Limple...	Parque Mexico San José
MAY	Proósitos, cuidados y beneficios de Jornad...	Forta Verde

Imagen. Sección de eventos. Perfil de Facebook Amigos del Río Torres.

-Para poder obtener boletos o inscripciones a los eventos utilizan Eventbrite, la cual es una plataforma de gestión de eventos y emisión de boletos.

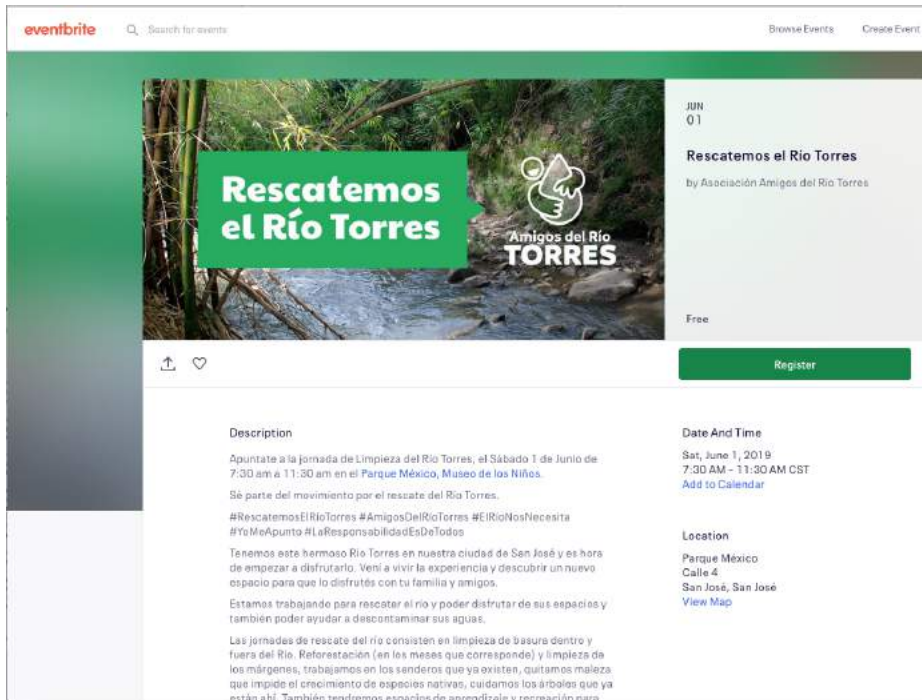


Imagen. Ejemplo evento. Plataforma Eventbrite.

-No cuentan con medios para recibir donaciones económicas por medio de Facebook actualmente ni con un medio de inscripción de voluntarios, solo cuentan con un grupo de Facebook, pero este no es del todo eficiente ya que cualquiera en la red puede entrar y el contacto con cada persona es complicado.



Imagen. Grupo de Facebook de voluntarios. Amigos del Río Torres.

-La mayor parte de contenido multimedia como fotos y vídeos es utilizado para los eventos, los cuales tienen una amplia respuesta del público, así como imágenes con descripciones de la situación actual del medio ambiente.



Imagen. Publicación de fotografías de evento "Corremos por el Río Torres".

3. SUPUESTOS Y REQUERIMIENTOS

Para el análisis de supuestos y requerimientos se realiza una entrevista a los stakeholders de la Asociación Amigos del Río Torres así como a posibles usuarios potenciales, y a la vez se realiza una búsqueda e investigación de referenciales de otras asociaciones u organizaciones que cuentan con un fin similar.

3.1 | SUPUESTOS Y REQUERIMIENTOS

LISTADO DE NECESIDADES

Como resultado se obtiene un listado de varias necesidades, que surgen de dos principales objetivos que la herramienta debe cumplir, que son la gestión de servicios y de información y trabajar como plataforma de contacto con empresas y personas. Estas necesidades se describen a continuación:

-**Recibir donaciones**, actualmente la asociación no cuenta con un sistema por el cual recibir donaciones económicas, cuando alguien les comunica su interés en donar se realiza generalmente por medio de depósitos bancarios.

-**Mostrar formas de colaborar**, hay diferentes formas de colaborar con la asociación a parte de la ayuda económica, sin embargo las personas no saben en qué áreas de su interés o conocimiento pueden colaborar.

-**Comunicar eventos y actividades a realizar**, esto porque para ser capaces de atraer mayor cantidad de público necesitan que estos sean comunicados efectivamente, a la vez permitir la inscripción y su pago, para que el colaborador que desea asistir pueda reservar su espacio.

-Trabajar como **plataforma de contacto con empresas** que desean ser parte de la iniciativa sea como parte del voluntariado, como patrocinadores,...

-Disponer de un **sistema de suscripción**, esto para que las personas interesadas puedan recibir por correo un boletín con noticias y actividades importantes acerca del río o la asociación, y a la vez para

que ellos como asociación puedan contar con una base de datos de los interesados en seguirlos y apoyar su iniciativa.

-**Transmitir información más relevante** de la asociación y el Río Torres, como logros y objetivos actuales, así como la importancia de este y otros ríos del país, y de esta forma, dando a conocer la causa, concientizar a las personas.

A modo de síntesis se realiza un esquema de necesidades en el que se pueden ver los requerimientos que el proyecto debe cumplir, de interés tanto de los stakeholders, como parte de su modelo de negocio, como de los posibles usuarios potenciales del sitio.

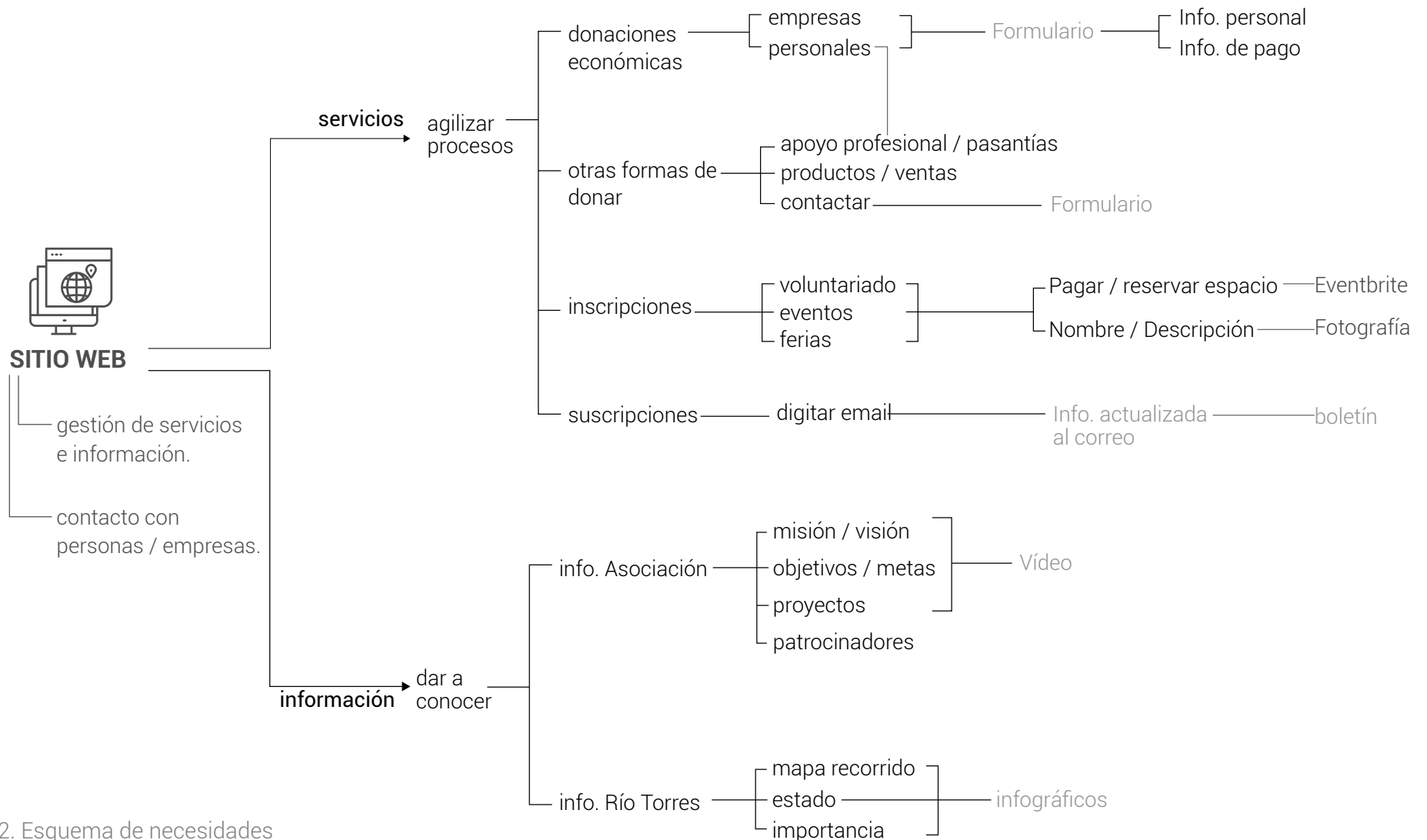


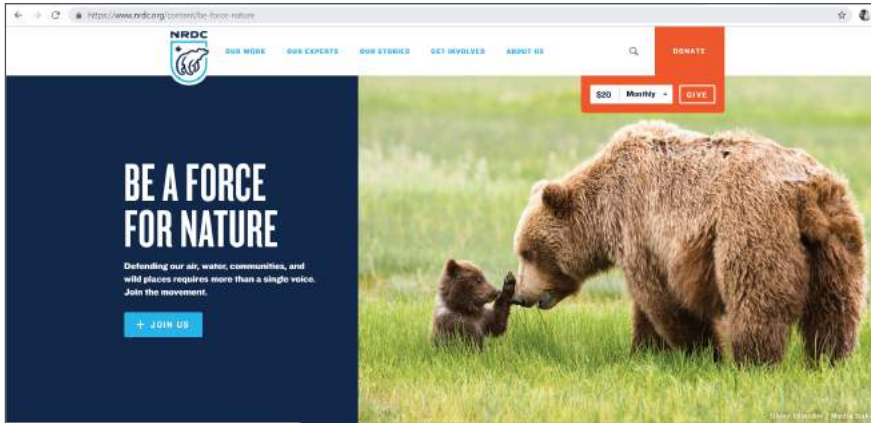
Figura 2. Esquema de necesidades

4.

ANÁLISIS DE REFERENCIALES

Se realiza el análisis de cinco referenciales, estos son sitios web de organizaciones o asociaciones que apoyan causas sociales o ambientales, dos de estos son de proyectos u organizaciones nacionales (Rutas Naturbanas y TECHO Costa Rica) y las tres restantes son internacionales (Natural Resources Defense Council, WWF World Wild Life y Greenpeace España). A partir de estos se obtienen patrones de diseño que siguen, tanto en el tipo de contenido, como en la estructuración del mismo y además en la forma de representarlo. Este análisis se realiza tanto de estos referenciales mencionados, como de otras plataformas observadas para el mismo fin y por último se realiza una tabla de mínimos comunes. El análisis completo se puede encontrar en el apéndice 1.

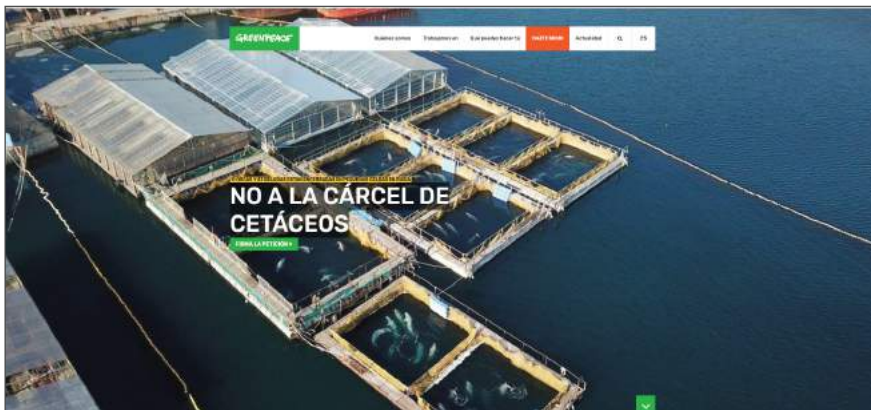
4.1 ANÁLISIS DE REFERENCIALES REFERENCIALES UTILIZADOS



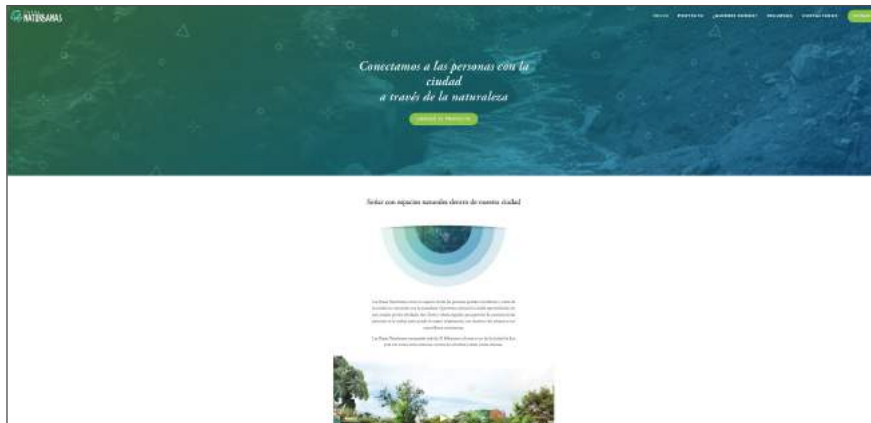
Referencia 1
Natural Resources Defense Council (NRDC)
<https://www.nrdc.org/>



Referencia 2
World Wild Life (WWF)
<https://www.worldwildlife.org/>



Referencia 3
Greenpeace España
<https://es.greenpeace.org/es/>



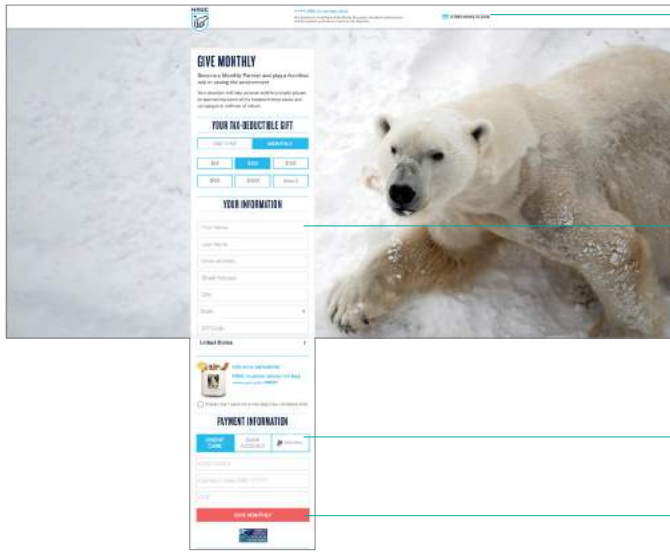
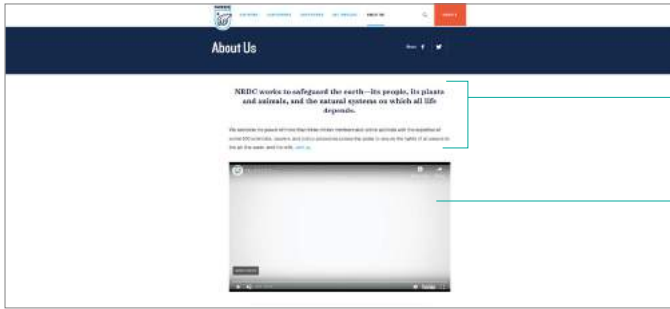
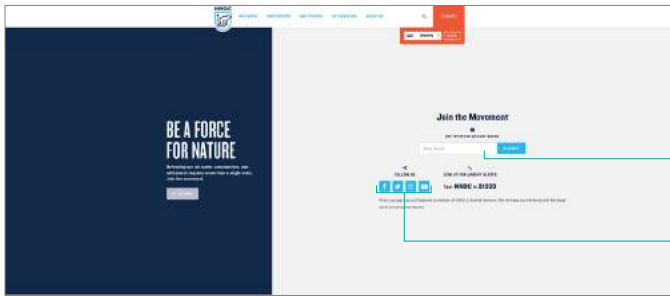
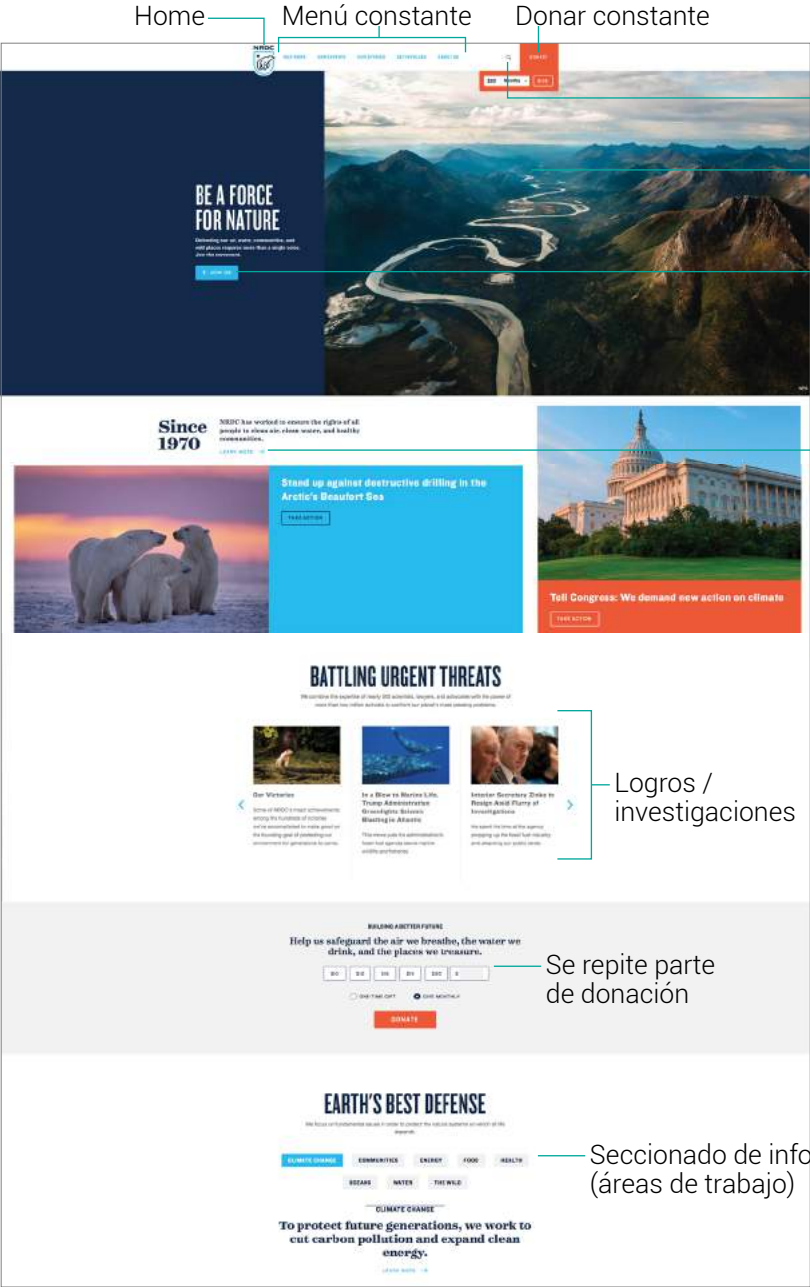
Referencia 4
Rutas Naturbanas
<http://rutasnaturbanas.org/>



Referencia 5
TECHO Costa Rica
<https://www.techo.org/costarica/>

4.2

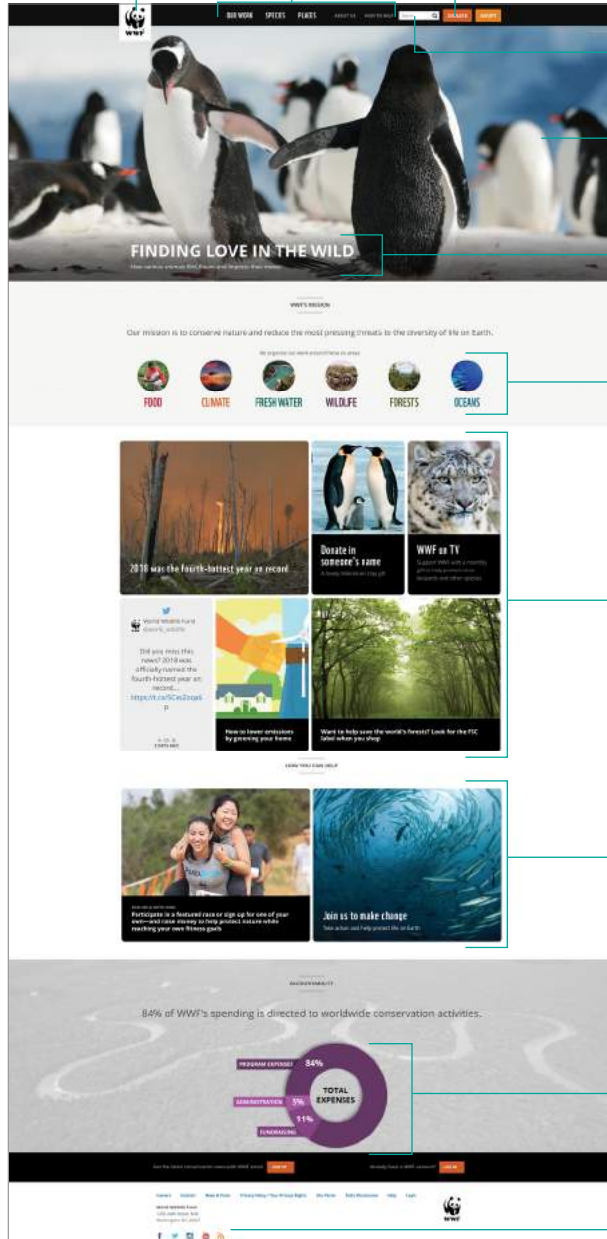
ANÁLISIS DE REFERENCIALES PATRONES DE DISEÑO / REFERENCIA 1 NATURAL RESOURCES DEFENSE COUNCIL



4.3

ANÁLISIS DE REFERENCIALES PATRONES DE DISEÑO / REFERENCIA 2 WWF (WORLDWILDLIFE)

Home Menú constante Donar constante



Motor búsqueda

Imagen de portada

Artículos

Presentación de inform.: áreas de trabajo

Artículos / Noticias

Presentación de inform.: formas de colaborar

Presentación de inform.: rendición de cuentas

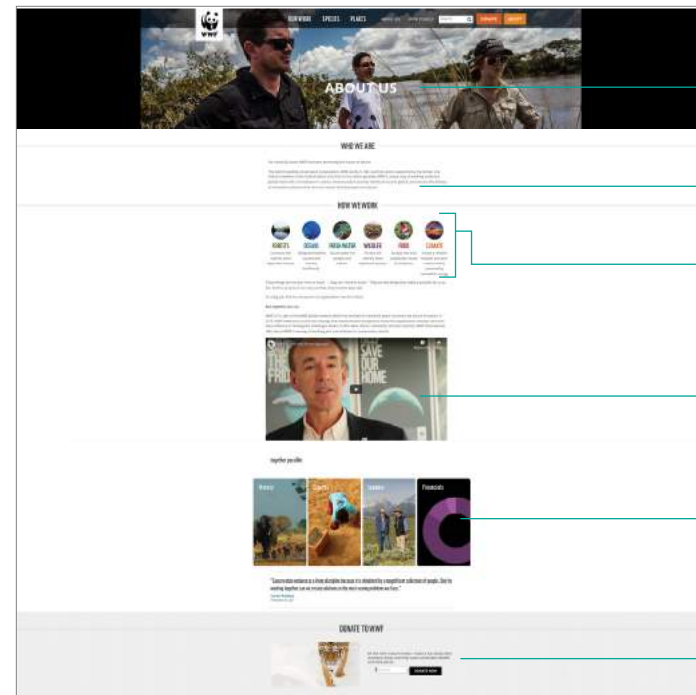
Footer: Inform. contacto (redes / dirección)



Suscripción

Introducción de texto (datos personales)

Botón de confirmación



Inform. de la asociación

Descripción textual

Áreas de trabajo

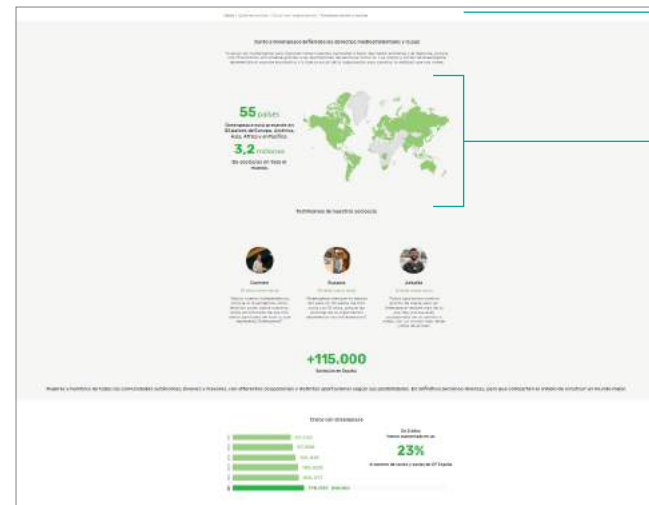
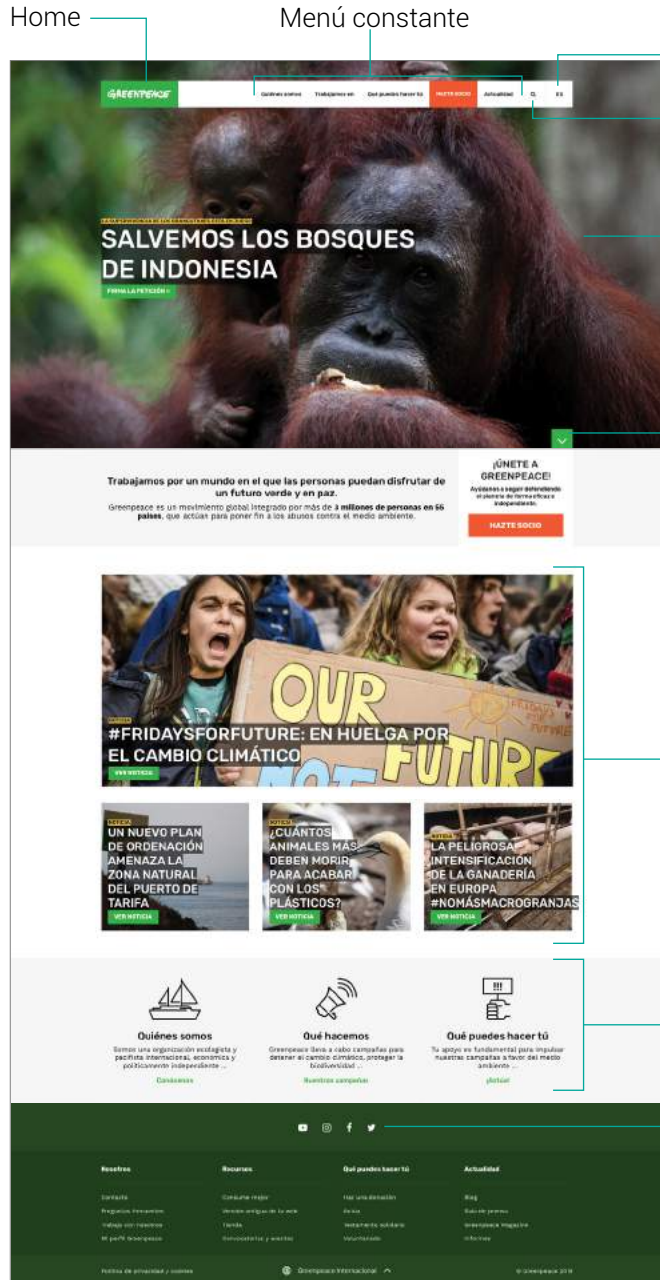
Vídeo de info. general

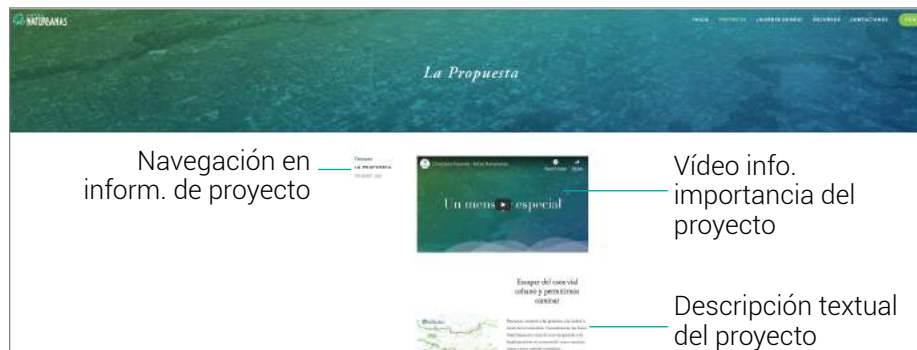
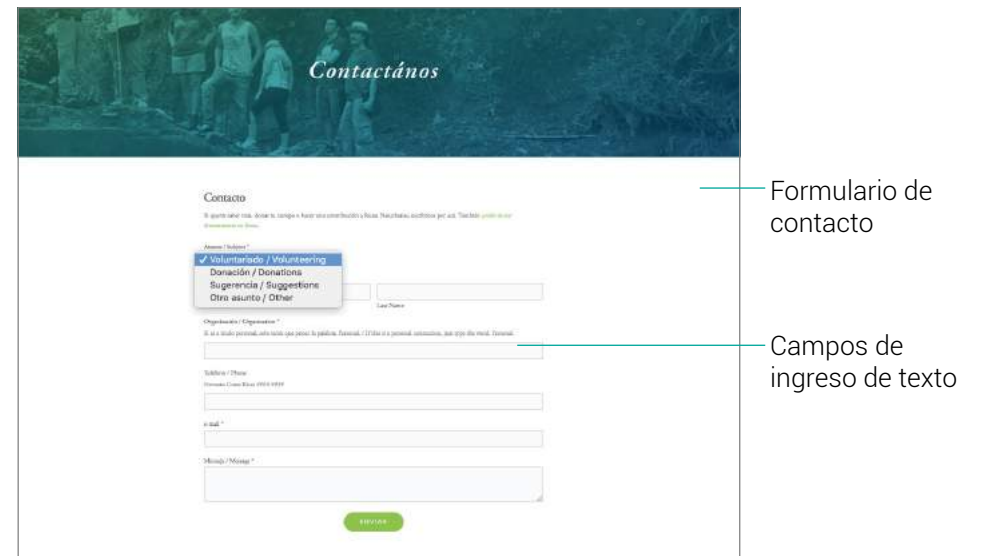
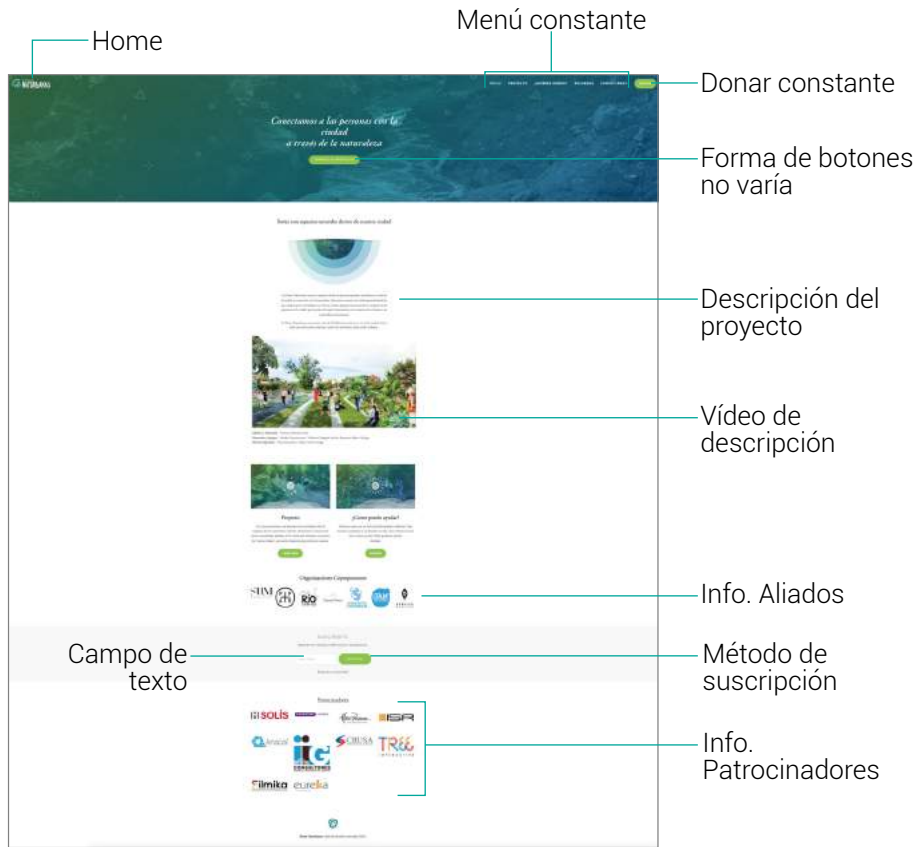
Más contenido sobre la asociación

Opción de donar se repite

4.4

ANÁLISIS DE REFERENCIALES PATRONES DE DISEÑO / REFERENCIA 3 GREENPEACE ESPAÑA



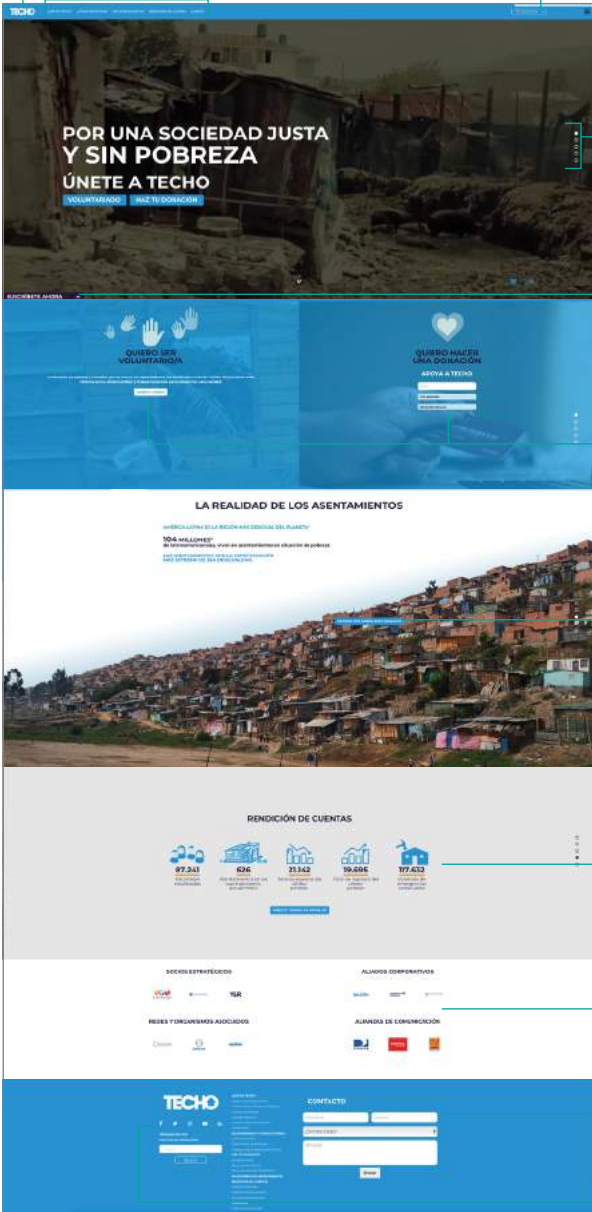


4.6

ANÁLISIS DE REFERENCIALES PATRONES DE DISEÑO / REFERENCIA 5 TECHO COSTA RICA

Home Menú constante

Cambio de país



Slide a partes de la página de inicio

Sección de suscripción

Opciones donación (tiempo / dinero)

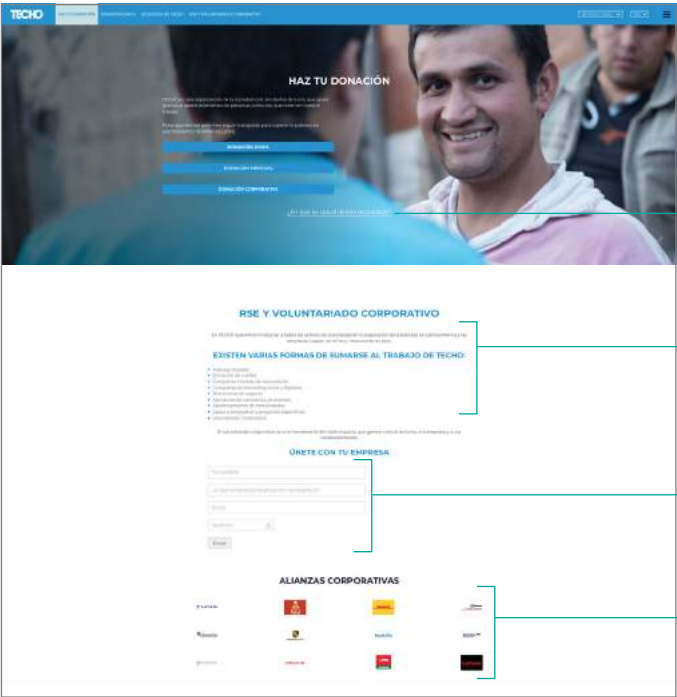
Info. del proyecto

Representación gráfica de rendición de cuentas

Info. patrocinadores / aliados

Formulario para contacto directo

Links a redes sociales

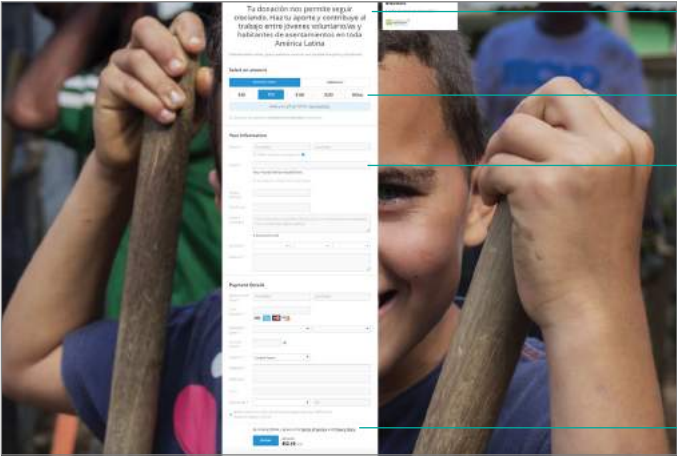


Info de rendición de cuentas

Info de cómo colaborar

Contacto directo con empresas

Info. de aliados



Formulario de donación por tarjeta

Montos predeterminados

Campos de texto

Políticas de seguridad

A modo de conclusión se realiza una comparación para conocer necesidades que satisfacen y características en común que tienen las herramientas analizadas y se destacan las que se repiten en la mayoría de los referenciales analizados.

Guía de color



-  Patrón se repite en **5 de 5** de los referenciales.
-  Patrón se repite en **3 de 5** de los referenciales.

Tabla 2. Mínimos comunes

	NRDC	WWF	Greenpeace España	Rutas Naturbanas	TECHO Costa Rica
"Donar" constante	●	●		●	
Menú constante	●	●	●	●	●
Opción de ayuda		●			
Ligado a redes	●	●	●	●	●
Vídeo info.general	●	●		●	
Motor de búsqueda	●	●			
Inscripción eventos / voluntariado	●	●	●	●	
FAQ	●	●	●		●
Contenido en PDF		●		●	
Opción de registrarse	●	●	●		
Mensajes de error	●	●	●	●	●
Contacto directo		●		●	●

5. ANÁLISIS DE USUARIOS

Para entender a los usuarios a los cuáles va a ir dirigido el producto se realiza una investigación de los segmentos a los que este puede llegar para comprender mejor sus características y la relación que pueden tener con la Asociación Amigos del Río Torres, así como el nivel de involucramiento con la situación ambiental, seguidamente se realiza la creación de tres personas con las cuales se pueden clarificar características y necesidades de los usuarios potenciales, estas se dividen principalmente de acuerdo a la forma en la que interactuarían con la asociación, las personas que desean donar tiempo, las que desean donar económicamente y las que son parte de las empresas que se van a aliar con la asociación, las cuales pertenecen a los segmentos de millenials y generación x.

5.1

ANÁLISIS DE USUARIOS
INVESTIGACIÓN DE SEGMENTOS

Se realiza la investigación de tres generaciones: centennials, millenials y generación x. Los millenials es el principal público meta por parte de los stakeholders, así como las empresas, en las que se encuentran principalmente personas de la generación x, que representan la mayor parte de la fuerza laboral.

Los centennials no se pueden dejar de lado, ya que también son personas con alta conciencia ambiental así como los millenials, y que posiblemente lleguen a tener interés en donación de tiempo. En la siguiente página se presenta una tabla comparativa en la que se presentan las principales características útiles para el desarrollo del proyecto y que aportan a la creación de personas.

Tabla 3. Análisis de segmentos

	GENERACION X	GENERACION Y _ MILLENIALS	GENERACION Z _ CENTENNIALS
Edad	36 a 49 años	19 a 35 años	0 a 18 años
Estilo de vida	<ul style="list-style-type: none"> -Personas activas. -La gran mayoría tiene hijos. -Buscan vidas más estables y equilibradas. 	<ul style="list-style-type: none"> -Estilo de vida saludable. -Idealistas. -Generación preocupada por la colectividad. 	<ul style="list-style-type: none"> -Su crecimiento se ha dado de la mano de la tecnología. -En su mayoría son pragmáticos y menos idealistas.
Consciencia ambiental	<ul style="list-style-type: none"> -Consciencia ambiental no muy desarrollada, sin embargo actualmente tratan de concientizar más al respecto. 	<ul style="list-style-type: none"> -Naturaleza participativa y preocupación por la colectividad (causas sociales, humanitarias, medio ambientales). 	<ul style="list-style-type: none"> -Se guían por el desarrollo sustentable por la situación ambiental actual y futura.
Desarrollo personal / profesional	<ul style="list-style-type: none"> -Trabajos estables y duraderos. -Valoran el equilibrio entre la vida y el trabajo. 	<ul style="list-style-type: none"> -Buscan nuevas oportunidades que aporten a su desarrollo personal y profesional. -Exploran maneras de emprender. 	<ul style="list-style-type: none"> -Valor en la innovación. -Carreras relacionadas a ambiente o a solución de problemas reales.
Economía / Mundo laboral	<ul style="list-style-type: none"> -Tienen alto poder adquisitivo. -Ocupan gran parte de la fuerza laboral actual. 	<ul style="list-style-type: none"> -Futuro 50% de la fuerza laboral. -Interés en negocios sustentables. -Más informados sobre lo que consumen. 	<ul style="list-style-type: none"> -Generación más joven, por lo que se les conoce poco en el mercado laboral y economía.
Uso de redes / Dispositivos tecnológicos	<ul style="list-style-type: none"> -Menos dependientes de las redes sociales. -Manejan smartphones y ordenadores. 	<ul style="list-style-type: none"> -Mayor acceso a inform. digital. -Mayoría tiene dispositivos tecn. -Uso masivo de redes sociales (5 a 7 horas diarias). 	<ul style="list-style-type: none"> -100% familiarizados con smartphones, ordenadores,... -Prefieren el uso de mensajería instantánea.

5.2

ANÁLISIS DE USUARIOS
POSICIÓN DE EMPRESAS

Se realiza una breve investigación acerca del porqué se acercarán las empresas a organizaciones como Amigos del Río Torres, esto para tener una idea de cual es el panorama en cuanto a la relación con el ambiente de las misma, esto aplica tanto para empresas altamente desarrolladas como para PYMES.

A partir de esta se encuentran los siguientes aspectos que posiblemente promoverían su participación con organizaciones sin fines de lucro del país.



Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

- Promueve la responsabilidad social entre empresas y organizaciones públicas y privadas.
- Puede aplicarse en áreas de derechos humanos, ambiental, social,...
- Según encuesta realizada por La Nación a 481 organizaciones (66 grandes empresas, 395 PYMES y 20 ONG), el 95% de empresas grandes poseen políticas de RSE y el 67% de PYMES también las posee.



Bandera Azul Ecológica

- Es parte de los programas de responsabilidad social empresarial.
- Distintivo que premia el esfuerzo y trabajo voluntario en la búsqueda de la conservación y el desarrollo, en concordancia con la protección de recursos naturales e implementación de acciones para frenar el cambio climático.
- Rubros o acciones de compensación, los colaboradores deben

participar en estas actividades, como por ejemplo: colaborar en alguna campaña de reciclaje, reforestación, jornada de limpieza de playas o ríos, charlas o capacitaciones,...



Plan de Descarbonización de Costa Rica

-Uno de los ejes del plan del Programa País de Carbono Neutralidad es la gestión de territorios rurales, urbanos y costeros, teniendo como meta aumentar la cobertura forestal de Costa Rica, para consolidar corredores biológicos e incrementar la disponibilidad de áreas verdes para la recreación. Al ser un plan nacional del gobierno beneficiaría mucho a asociaciones como la de Amigos del Río Torres.

5.3

ANÁLISIS DE USUARIOS
CREACIÓN DE PERSONAS

Para la creación de personas se aplican a usuarios potenciales unas encuestas (apéndice 2) en las que se pueda ver y clasificar las principales necesidades de acuerdo al tipo de persona, sin dejar de lado las necesidades de los stakeholders, como parte de su modelo de negocios, para alcanzar los propósitos que como asociación se han propuesto.

Esta sección permite tener claras las necesidades principales de los diferentes tipos de usuario, las cuáles se van a consultar seguidamente durante todo el proceso restante de la realización del proyecto.

Persona 1



Rebeca Soto

- Edad **22 años**
- Ocupación
Estudiante de Ingeniería Forestal en TEC
- Residencia
Barrio Aranjuez, San José, Costa Rica

Características



Ambientalista



Sociable



Saludable/
Activa

Descripción

- Se mantiene informada sobre lo que pasa en su comunidad y el país.
- Conoce diversidad de lugares naturales de Costa Rica.
- Ha sido parte de eventos y voluntariados en pro del ambiente.
- Vive cerca del Río Torres.

Motivaciones

- Realizar voluntariado que la haga sentir participe de la mejora ambiental de la zona urbana.
- Ser una ciudadana activa.
- Motivar a sus amigos, vecinos y familiares a colaborar.

Necesidades

- Inscribirse en actividades de voluntariado.
- Conocer sobre futuros eventos en los que se pueda inscribir.
- Conocer que ha logrado la asociación hasta ahora.
- Informarse sobre el estado del Río Torres.

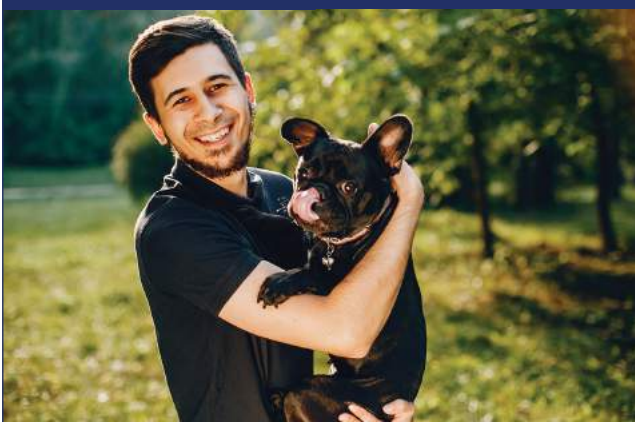
Relación con la tecnología

- Siempre tiene a su alcance algún dispositivo tecnológico, (smartphone o la computadora)
- Invierte varias horas navegando en internet (por ocio o estudio).
- Usaria de redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, ...)

Escenarios

- Rebeca necesita inscribirse en una jornada de rescate que va a realizar la Asociación.
- Rebeca quiere saber cual es el estado actual del Río Torres y si este ha mejorado o empeorado en los últimos años.

Persona 2



Oscar Murillo

- Edad **31 años**
- Ocupación **Ingeniero Civil**
- Residencia **Escazú, San José, Costa Rica**

Características



Ambientalista



Buenos ingresos



Poco tiempo libre

Descripción

- Persona activa y ocupada, pro ambiente, le gustan los animales y la naturaleza.
- Participó en proyectos como TECHO cuando era estudiante.
- Prefiere hacer donaciones económicas y participar en eventos.

Motivaciones

- Participar en causas ambientales o sociales sin invertir mucho tiempo.
- Empezar a conocer acerca de asociaciones pro ambiente en Costa Rica.

Necesidades

- Realizar donaciones económicas de forma ágil.
- Conocer acerca de la asociación.
- Informarse acerca del estado del río Torres.
- Informarse acerca de eventos.
- Poder inscribirse a eventos esporádicos a los que pueda ir.

Relación con la tecnología

- Utiliza smartphone y ordenador.
- Gasta varias horas en internet y redes sociales.
- Suele realizar trámites en línea, como pagos, transferencias, compras.

Escenarios

- Oscar se entera de la Asociación Amigos del Río Torres y la comienza a seguir en redes sociales, se dirige a su sitio web para conocer como puede colaborar con la causa.
- Oscar se entera que van a realizar un evento en el que recorren las laderas del Río Torres y quiere inscribirse en el mismo.

Persona 3



Kattia Rojas

- Edad 37 años
- Ocupación
Recursos Humanos
- Residencia
Barrio Dent, San José, Costa Rica

Características



Trabajadora



Proactiva



Saludable

Descripción

- Empresa se encuentra en proceso para obtener el certificado de Bandera Azul Ecológica.
- Se encuentran introduciendo charlas de concientización y buscando asociaciones pro ambiente para colaborar.

Motivaciones

- Trabajar en una empresa que sea reconocida por contar con políticas pro-ambiente.
- Obtener el certificado de Bandera Azul Ecológica en el 2019.
- Ser una ciudadana participe en actividades pro-ambiente.

Necesidades

- Cumplir con los rubros necesarios para obtener la Bandera Azul en su empresa.
- Entrar en contacto con miembros de la asociación.
- Informarse sobre los medios para ayudar siendo una empresa.

Relación con la tecnología

- Trabaja en un ordenador la mayor parte del tiempo.
- Realiza trámites en línea.
- Se mantiene en contacto con sus compañeros por redes sociales y correo electrónico.

Escenarios

- Kattia quiere saber si Amigos del Río Torres tiene proyectos en los que pueda participar la empresa, y de esta forma los ayude a obtener el certificado de Bandera Azul Ecológica.
- Kattia desea entrar en contacto con la asociación para ponerlos al tanto de lo que se hace en su empresa y el interés que tienen por ser parte de la causa.

5.4

ANÁLISIS DE USUARIOS ANÁLISIS DE NECESIDADES

Necesidades	#1 Rebeca Soto	#2 Oscar Murillo	#3 Kattia Rojas
-Inscripción en voluntariado	●		
-Inscripción en voluntariado como empresa			●
-Ver / Inscribirse a eventos	●	●	
-Conocer información de la asociación	●	●	●
-Conocer información del Río Torres	●	●	
-Información de beneficios de aliarse como empresa			●
-Información de patrocinadores			●
-Realizar donaciones económicas		●	●
-Realizar donación de trabajo / tiempo	●		●
-Informarse sobre otras formas de ayudar	●		●
-Conectar con redes sociales	●	●	
-Contacto directo con la asociación			●
-Suscripción a boletín	●	●	
-Opción de registro		●	
-Información de contacto de la asociación			●
-Rendición de cuentas		●	●

Tabla 4. Consolidado de necesidades por persona

5.5

ANÁLISIS DE USUARIOS ESTIMACIÓN DE TRÁFICO

Tráfico real

Se realiza una estimación del tráfico de seguidores que tiene la asociación, basado en su perfil de Facebook, este es diferente al que necesitan para su modelo de negocios (el cual se define seguidamente).

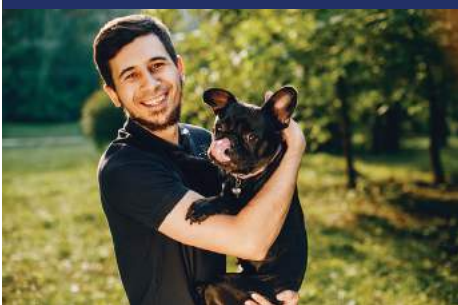
Las personas que se acercan a realizar donaciones de forma personal es muy poca (persona 2) , así como las personas de empresas (persona 3), sin embargo por las actividades que realiza la asociación, este público va aumentando. La mayor parte del tráfico se concentra en millenials que siguen a la asociación en redes y participan en jornadas de rescate.



Persona 1
Rebeca Soto

70%

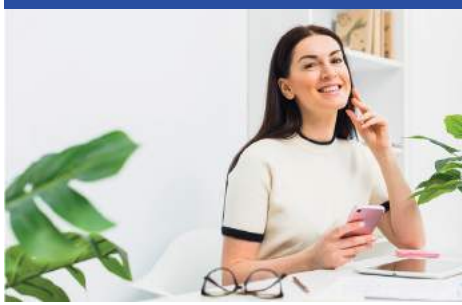
- Estudiante ambientalista**
- Interés en donación de tiempo.
- Informada y preocupada por el ambiente.
- Pocos ingresos económicos.



Persona 2
Oscar Murillo

20%

- Profesional ocupado**
- Ambientalista / animalista
- Buenos ingresos económicos
- Poco tiempo libre
- Informado sobre el ámbito nacional



Persona 3
Kattia Rojas

10%

- Trabajadora proactiva**
- Empresa que busca Bandera Azul
- Organizadora de programas ambientales / sociales

Tráfico para el modelo de negocios

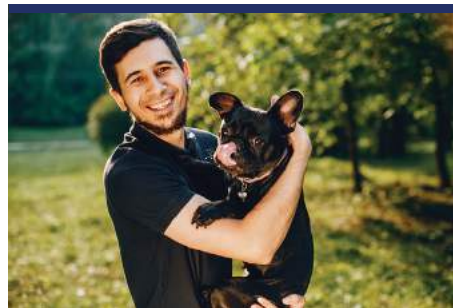
En el tráfico definido para el modelo de negocios el porcentaje de personas pertenecientes a empresas (persona 3) es mayor, ya que uno de los objetivos de la asociación en poder llegar cada vez a mayor de empresas que quieran colaborar. Es importante esta diferenciación ya que en base a este tráfico se realiza el consolidado de necesidades de los 3 tipos de persona definidos.



 Persona 1
Rebeca Soto

45%

- Estudiante ambientalista**
- Interés en donación de tiempo.
- Informada y preocupada por el ambiente.
- Pocos ingresos económicos.



 Persona 2
Oscar Murillo

25%

- Profesional ocupado**
- Ambientalista / animalista
- Buenos ingresos económicos
- Poco tiempo libre
- Informado sobre el ámbito nacional



 Persona 3
Kattia Rojas

30%

- Trabajadora proactiva**
- Empresa que busca Bandera Azul
- Organizadora de programas ambientales / sociales

5.6 | ANÁLISIS DE USUARIOS CONSOLIDADO DE TRÁFICO

Se realizan los cálculos para definir el tráfico por cada necesidad, esto permite priorizar las mismas y definir la demanda de cada una, esto se define a partir de encuestas aplicadas a usuarios así como con las necesidades propuestas por los stakeholders.

Necesidades	#1 Rebeca Soto	45%	#2 Oscar Murillo	25%	#3 Kattia Rojas	30%	TOTAL
-Inscripción en voluntariado	25%	= 11,25	2%	= 0,5	0%	= 0	= 11,75
-Inscripción en voluntariado como empresa (RSE)	0%	= 0	0%	= 0	18%	= 5,4	= 5,4
-Ver / Inscribirse a eventos	25%	= 11,25	16%	= 4	1%	= 0,3	= 15,5
-Conocer información de la asociación y el Río Torres	19%	= 8,55	26%	= 6,75	24%	= 7,2	= 22,5
-Información de beneficios de aliarse como empresa	0%	= 0	0%	= 0	14%	= 4,2	= 4,2
-Información de patrocinadores	0%	= 0	0%	= 0,25	5%	= 1,5	= 1,75
-Realizar donaciones económicas	2%	= 0,9	19%	= 4,75	10%	= 3	= 8,7
-Informarse sobre otras formas de ayudar	11%	= 4,5	10%	= 2,5	4%	= 1,2	= 8,2
-Conectar con redes sociales	6%	= 2,7	3%	= 0,75	0%	= 0	= 3,45
-Contacto directo con la asociación	2%	= 0,9	4%	= 1	14%	= 4,2	= 6,1
-Suscripción a boletín	3%	= 1,35	8%	= 2	0%	= 0	= 3,35
-Opción de registro	0%	= 0	1%	= 0,25	0%	= 0	= 0,25
-Información de contacto de la asociación	2%	= 0,9	6%	= 1,5	3%	= 0,9	= 3,3
-Rendición de cuentas	1%	= 0,45	5%	= 1,25	7%	= 2,1	= 3,8

Tabla 5. Cálculos para consolidado de tráfico

Se define la prioridad de las necesidades con el 80/20, en este caso se obtiene el resultado de la mitad de las necesidades son importantes y deben estar al alcance más directamente.

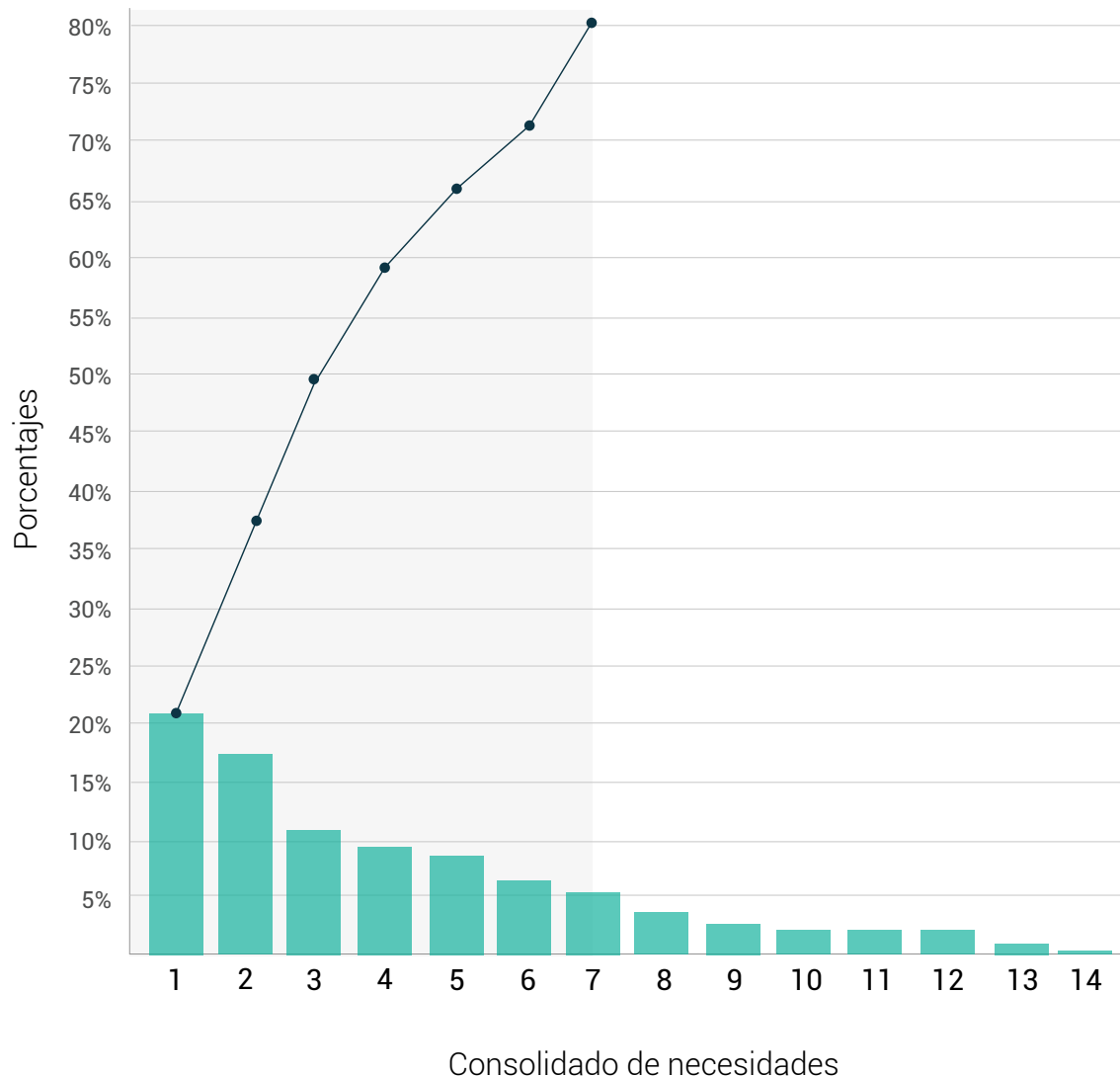
Necesidades	TOTAL	
1 Conocer información de la asociación y el Río Torres	= 22,5	80%
2 Ver / Inscribirse a eventos	= 15,5	
3 Inscripción en voluntariado	= 11,75	
4 Realizar donaciones económicas	= 8,7	
5 Informarse sobre otras formas de ayudar	= 8,2	
6 Contacto directo con la asociación	= 6,1	
7 Inscripción en voluntariado como empresa (RSE)	= 5,4	
8 Información de beneficios de aliarse como empresa	= 4,2	20%
9 Rendición de cuentas	= 3,8	
10 Conectar con redes sociales	= 3,45	
11 Suscripción a boletín	= 3,35	
12 Información de contacto de la asociación	= 3,3	
13 Información de patrocinadores	= 1,75	
14 Opción de registro	= 0,25	

Tabla 6. Cálculos para consolidado de tráfico

5.7

ANÁLISIS DE USUARIOS DIAGRAMA DE PARETO

Mediante el diagrama de Pareto se puede tener una visualización más sencilla de cómo las necesidades primordiales alcanzan el 80%, a estas se les debe dar mayor jerarquía y fácil acceso para los usuarios.



Necesidades

- 1 Conocer información de la asociación y el Río Torres
- 2 Ver / Inscribirse a eventos
- 3 Inscripción en voluntariado
- 4 Realizar donaciones económicas
- 5 Informarse sobre otras formas de ayudar
- 6 Contacto directo con la asociación
- 7 Inscripción en voluntariado como empresa (RSE)
- 8 Información de beneficios de aliarse como empresa
- 9 Rendición de cuentas
- 10 Conectar con redes sociales
- 11 Suscripción a boletín
- 12 Información de contacto de la asociación
- 13 Información de patrocinadores
- 14 Opción de registro

Figura 3. Diagrama de Pareto

6. ARQUITECTURA ALPHA

La primera arquitectura alpha se construye a partir de las necesidades planteadas anteriormente y de los requerimientos establecidos por los stakeholders desde la etapa de definición de "supuestos y requerimientos". En esta se define una propuesta de estructuración de la información así como nomenclatura. Esta arquitectura será la que se utilice para las primeras pruebas de usabilidad (card sorting).

6.1

ARQUITECTURA ALPHA

ESQUEMA DE ARQUITECTURA ALPHA

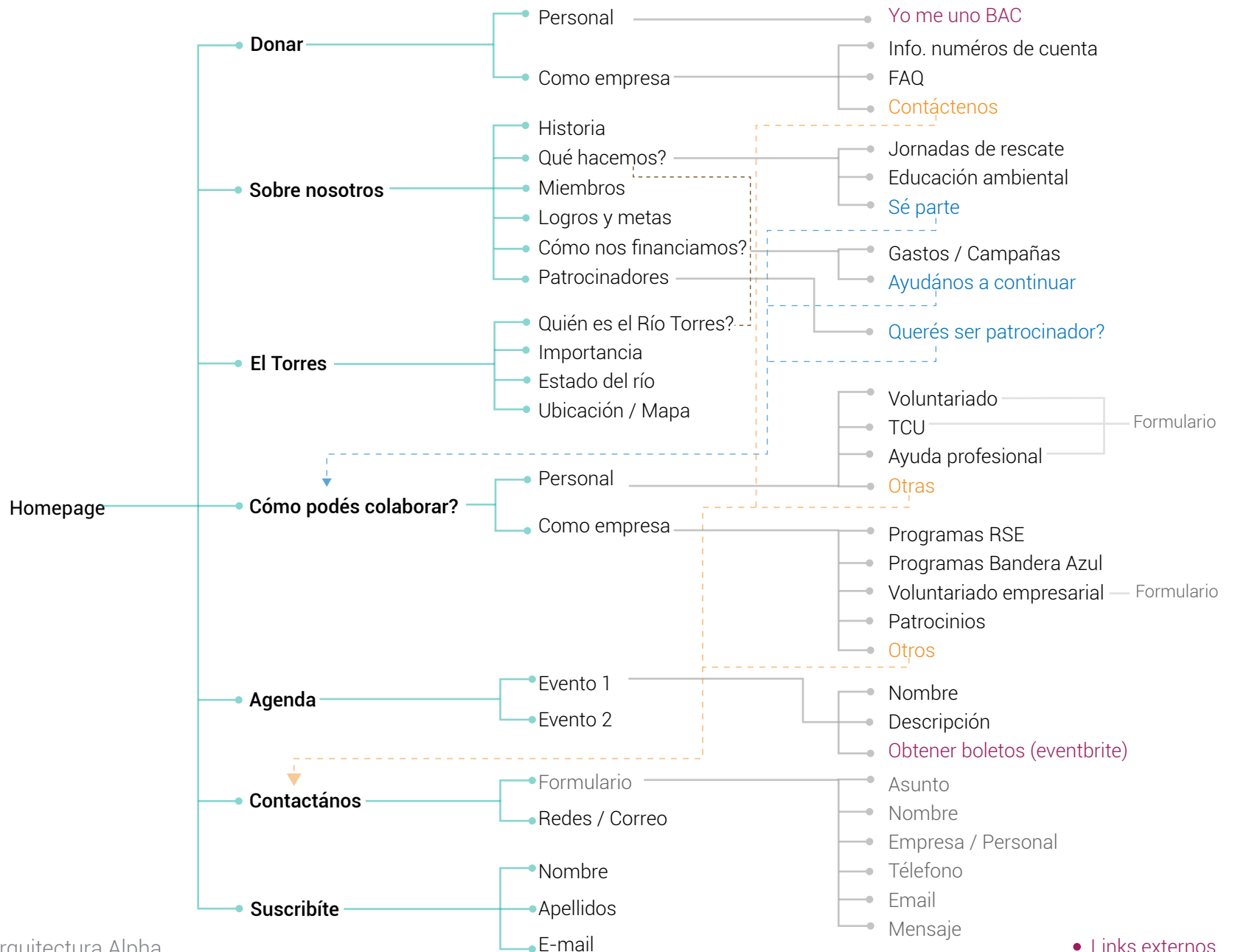


Figura 3. Esquema Arquitectura Alpha

• Links externos

7. CARD SORTING

El card sorting es la primera prueba de usabilidad que se realiza, en esta se valida tanto la estructuración de la información como la nomenclatura. En este caso se busca aplicar a personas que cumplan con características importantes de los perfiles creados anteriormente. Se aplica de modo abierto de forma que el usuario pueda decidir cuales términos son clases y cuales son elementos.

La prueba es aplicada de forma presencial para lograr recibir mayor retroalimentación por parte del tester.

7.1

CARD SORTING PLANTEAMIENTO

OBJETIVO:

El objetivo de la realización de la prueba de card sorting es validar la nomenclatura, agrupación de términos y la estructura propuesta en la arquitectura alpha.

APLICACION DE LA PRUEBA:

La prueba se aplica a 15 personas que calzaban con los prototipos de persona propuesto en la sección de análisis de usuario. Se realizan de forma presencial e individual, por medio de un software para este fin, cada participante tarda alrededor de 10 a 15 minutos completando la prueba.

INSTRUCCIONES PARA LA PRUEBA:

Se les explica a los usuarios que no conocen a la Asociación su información más importante, quiénes son y qué es lo que hacen. Seguidamente se les pide a los usuarios que organicen los elementos de la forma que les parezca más lógica, definiendo clases y los elementos de esas clases, también se les solicita que piensen en voz alta a la hora de ordenar y que en caso de no entender algún término lo consulten, para obtener más retroalimentación, especialmente para detectar problemas respecto a nomenclatura.

CARTAS (TERMINOS):

Se utilizan 41 términos para aplicar el card sorting los cuales surgen desde la arquitectura Alpha planteada anteriormente, estos son los siguientes:

- | | |
|-------------------------------|------------------------------|
| 1- Donar | 22- Querés ser patrocinador? |
| 2- Sobre nosotros | 23- Ayuda profesional |
| 3- El Torres | 24- Voluntariado empresarial |
| 4- Cómo podés colaborar? | 25- Obtener boletos |
| 5- Agenda | 26- Patrocinadores |
| 6- Contactános | 27- Quién es el Río Torres? |
| 7- Suscribite | 28- Importancia |
| 8- Evento 1 | 29- Estado del Río |
| 9- Nombre / Apellidos / Email | 30- Ubicación / Recorrido |
| 10- Educación Ambiental | 31- Personal |
| 11- Ayudános a continuar | 32- Como empresa |
| 12- TCU | 33- Info. redes / corres |
| 13- Programas Bandera Azul | 34- Jornadas de rescate |
| 14- Nombre / Detalles | 35- Gastos / Campañas |
| 15- Donación Personal | 36- Voluntariado |
| 16- Donación como empresa | 37 -Programas |
| 17- Historia | Responsabilidad Social Emp. |
| 18- Qué hacemos? | 38- Patrocinios |
| 19- Miembros | 39- Preguntas frecuentes |
| 20- Logros y metas | 40- Sé parte |
| 21- Cómo nos financiamos? | 41- Formulario de contacto |

7.2 | CARD SORTING RESULTADOS

Se procesan los resultados en un software en línea para ese fin ("Usabilitest"), en este se puede observar las conclusiones en cuanto a estructura. Se realiza el análisis del dendograma para poder determinar los términos que más fueron agrupados juntos.

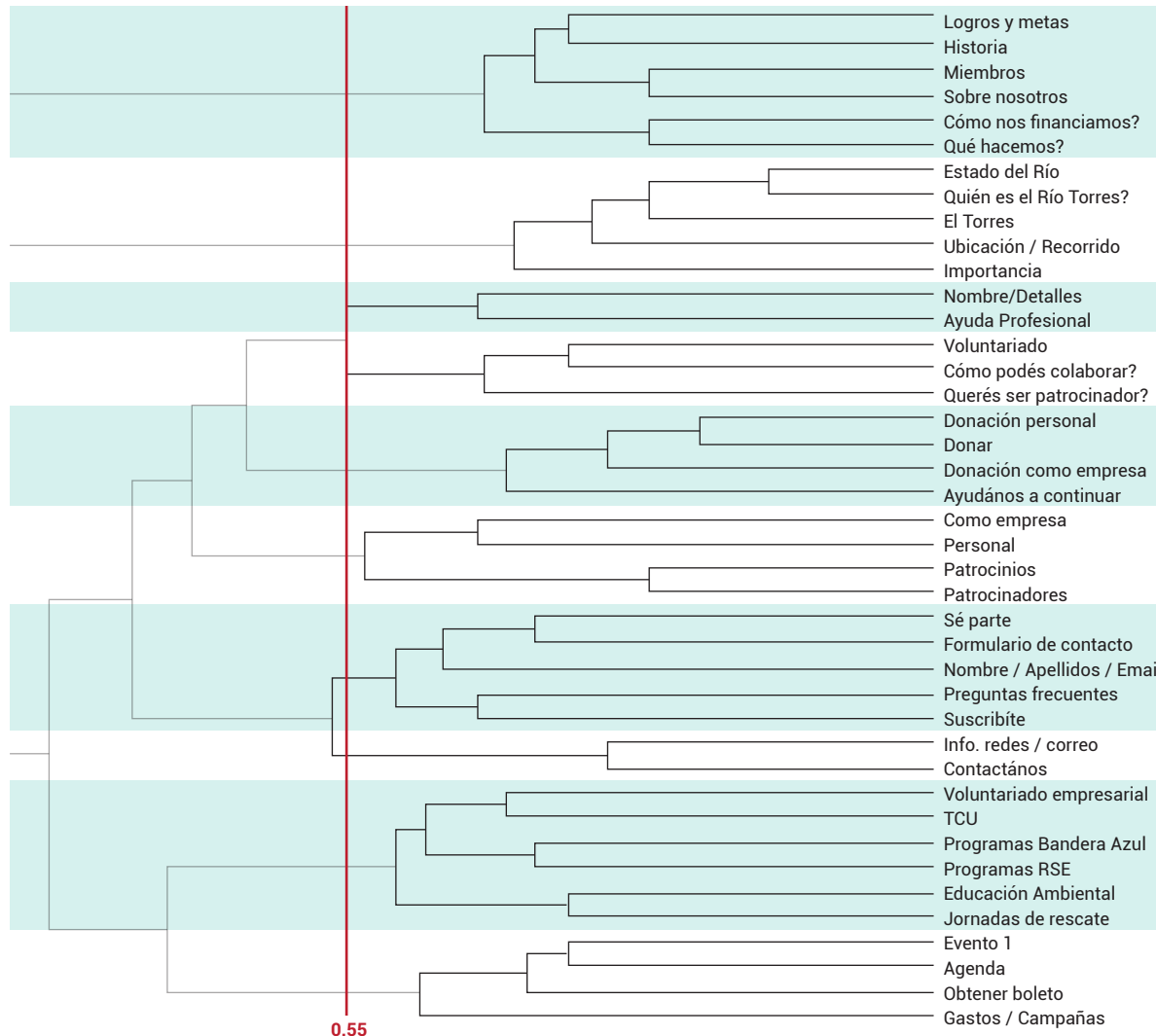


Figura 4. Dendograma Card Sorting

Hallazgos dendograma:

- El grupo sobre información de la asociación si se agrupa en su mayoría como estaba propuesto, así como la sección sobre el río.
- "Voluntariado" si se relaciona con una forma de colaborar, así como el ser patrocinador.
- "Patrocinios" y "Patrocinadores" se colocan en su mayoría juntos por similitud, por lo que hay problemas de nomenclatura.
- "Sé parte" se toma como una forma de contacto, por medio de un formulario, por eso en su mayoría se agrupan juntos.
- El término "Preguntas frecuentes" varió mucho la posición en todos los testers.
- Redes y correo si se relacionan con el contacto de la asociación.
- En la mayoría de casos colocan "Educación Ambiental" y "Jornadas de rescate" con los programas para empresas y el "TCU".
- Las formas de colaborar para empresas sí son colocadas juntas.
- Eventos y "Agenda" también lo relacionan en la mayor parte de los casos.

Hallazgos sobre nomenclatura:

-Los hallazgos sobre nomenclatura se obtienen en su mayoría a partir de observar y escuchar a los testers cuando se encontraban realizando la prueba, se valora realizar cambios en base a las observaciones en las que las que varios concidieron y también se valoran los términos en los que tuvieron mayor problema a la hora de agruparlos con los demás.

-“El Torres”, muchos testers comentan que no lo entienden ya que no saben si se refiere a un diminutivo del nombre de la Asociación o al Río Torres.

-“Personal” causó confusión, ya que se pensaba como personal de una empresa u organización.

-En algunos caso no se supo agrupar el “Obtener boletos”, hasta que se explicaba el contexto, se puede cambiar por “Inscribirse”.

-“Ayuda profesional”, se confunde con ayuda a usuarios del sitio web.

-“Como empresa”, se confunde con información que se puede dar sobre la asociación.

-Se confirma que “Donar” se relaciona con donaciones económicas y no de tiempo.

-En algunos casos se confunde “Agenda” con lo que se va a realizar en un determinado eventos y no a varios eventos programados.

Hallazgos sobre funciones:

-Los hallazgos sobre funciones se obtienen de la misma forma que los de nomenclatura, los cuáles no varían mucho respecto a los supuestos y requerimientos y al análisis de necesidades.

-Los usuarios esperan que se tenga un formulario para inscribirse en voluntariado.

-Los testers no colocan “Donar” como una clase principal (solo en un caso), sin embargo por motivo de requerimientos de la Asociación se propone mantenerla entre las principales.

-Los testers si esperan como parte de “Suscríbete” se reciban noticias importantes de la asociación.

-Una parte testers organizaron los términos que estaban escritos en pregunta como parte de “Preguntas frecuentes”, ya que esperan en este una serie de preguntas predeterminadas que son las principales dudas que surgen.

-Como forma de colaborar siempre tenían presente el voluntariado, y lo que se refiere a empresas lo colocaban en una clase aparte (“Programa RSE”, “Programa Bandera Azul”, “Voluntariado Empresarial”, ...)

7.3 CARD SORTING CAMBIOS EN ARQUITECTURA ALPHA

Se realizan correcciones a la arquitectura Alpha a partir de los hallazgos obtenidos en el card sorting.

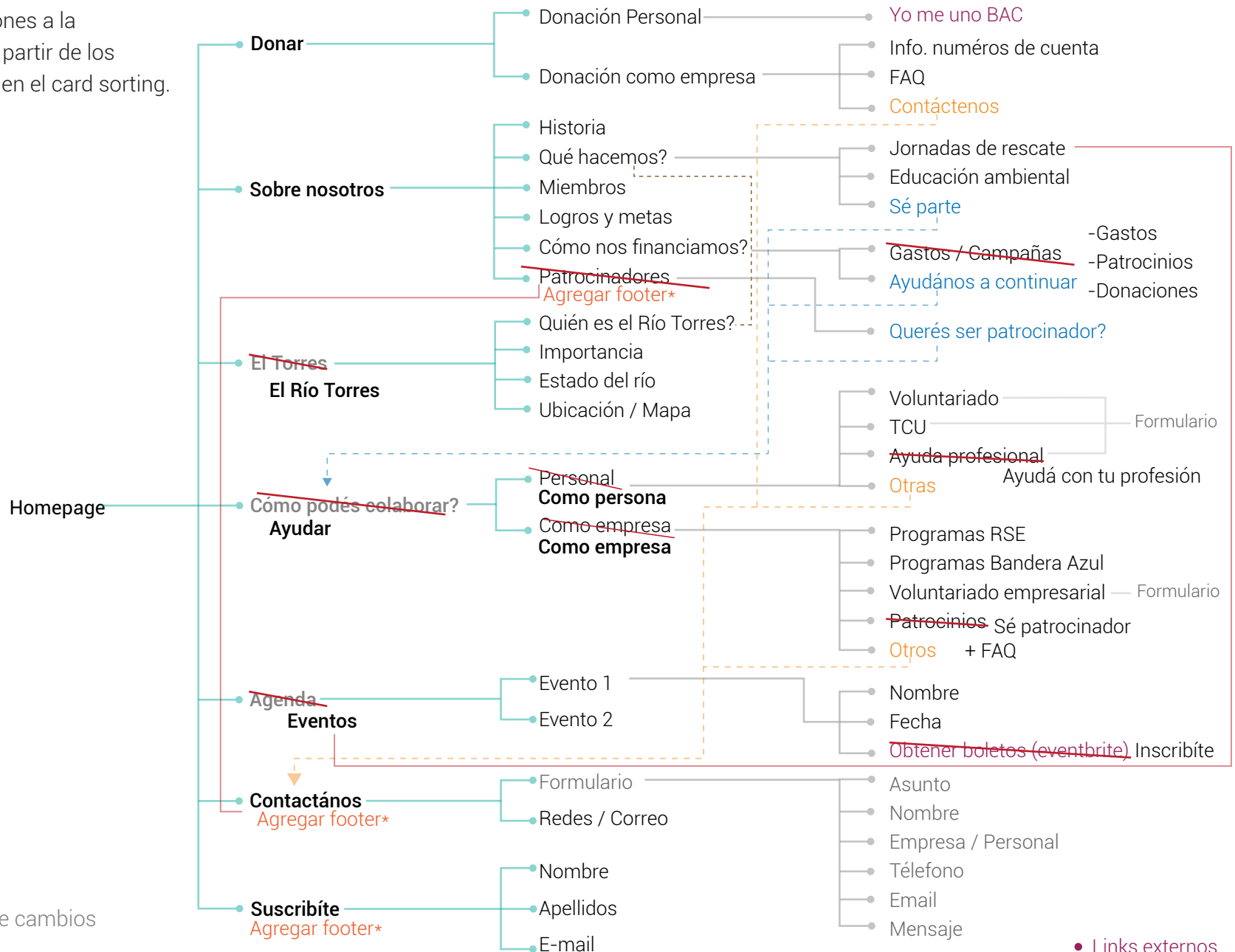


Figura 5. Esquema de cambios Arquitectura Alpha

• Links externos

Se obtiene esta arquitectura de información con los respectivos cambios de nomenclatura, agrupación y jerarquía.

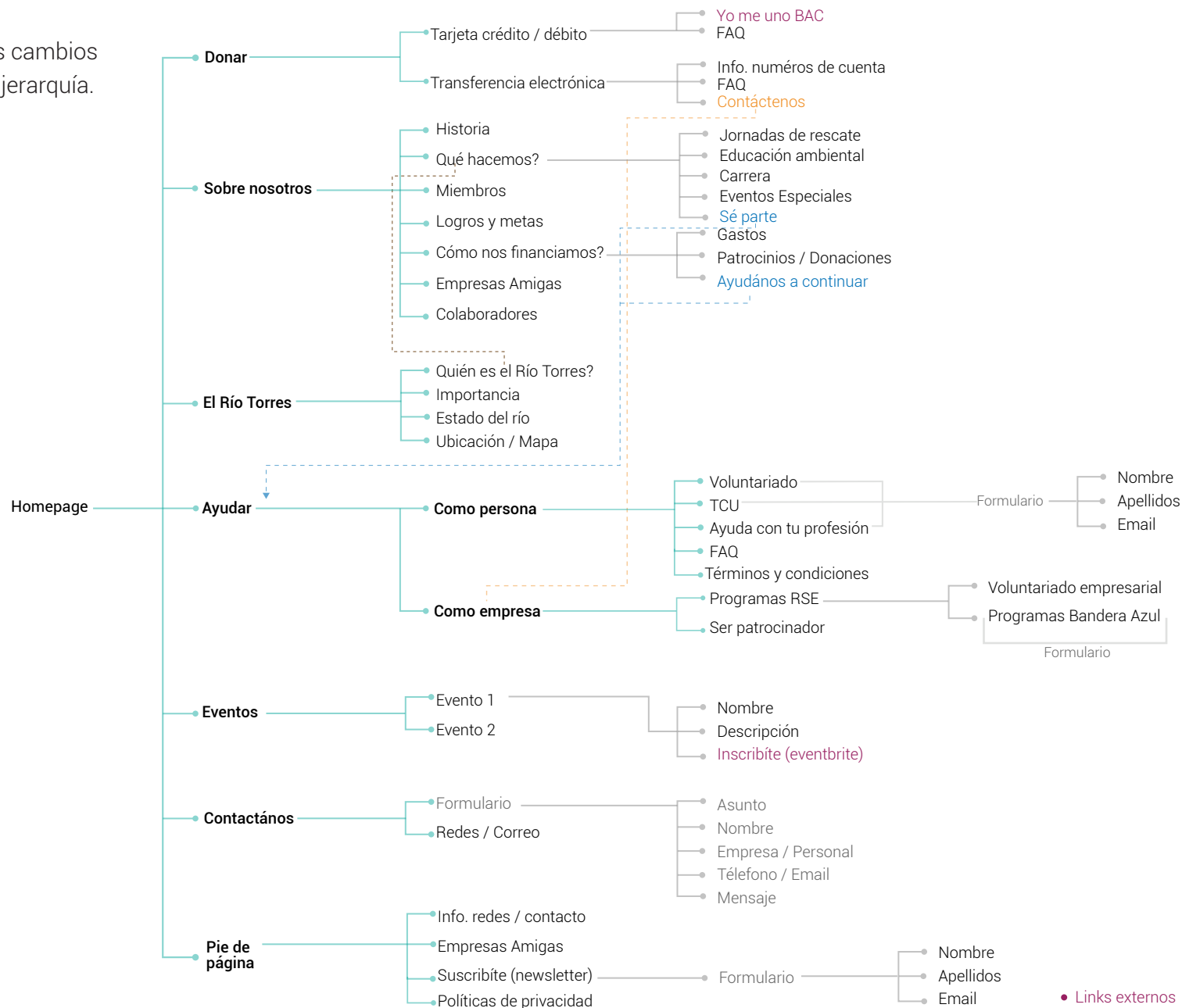


Figura 6. Esquema Arquitectura Alpha corregida

• Links externos

8. NAVIGATION PATHS

Se realizan los navigation paths con el objetivo de verificar cuántos clicks le toma al usuario completar las principales tareas, priorizadas anteriormente del resultado del análisis de tráfico, lo deseable es que la cantidad de clicks sea mínima y que estas tareas se puedan completar eficazmente y de forma satisfactoria para el usuario.

Todas las tareas se encuentran a menos de 3 clicks de distancia, los cual es un buen indicativo para una navegación sencilla.

La sección "Donar" está a un click de distancia, en el segundo click se ingresa al link externo para realizar donación en línea.

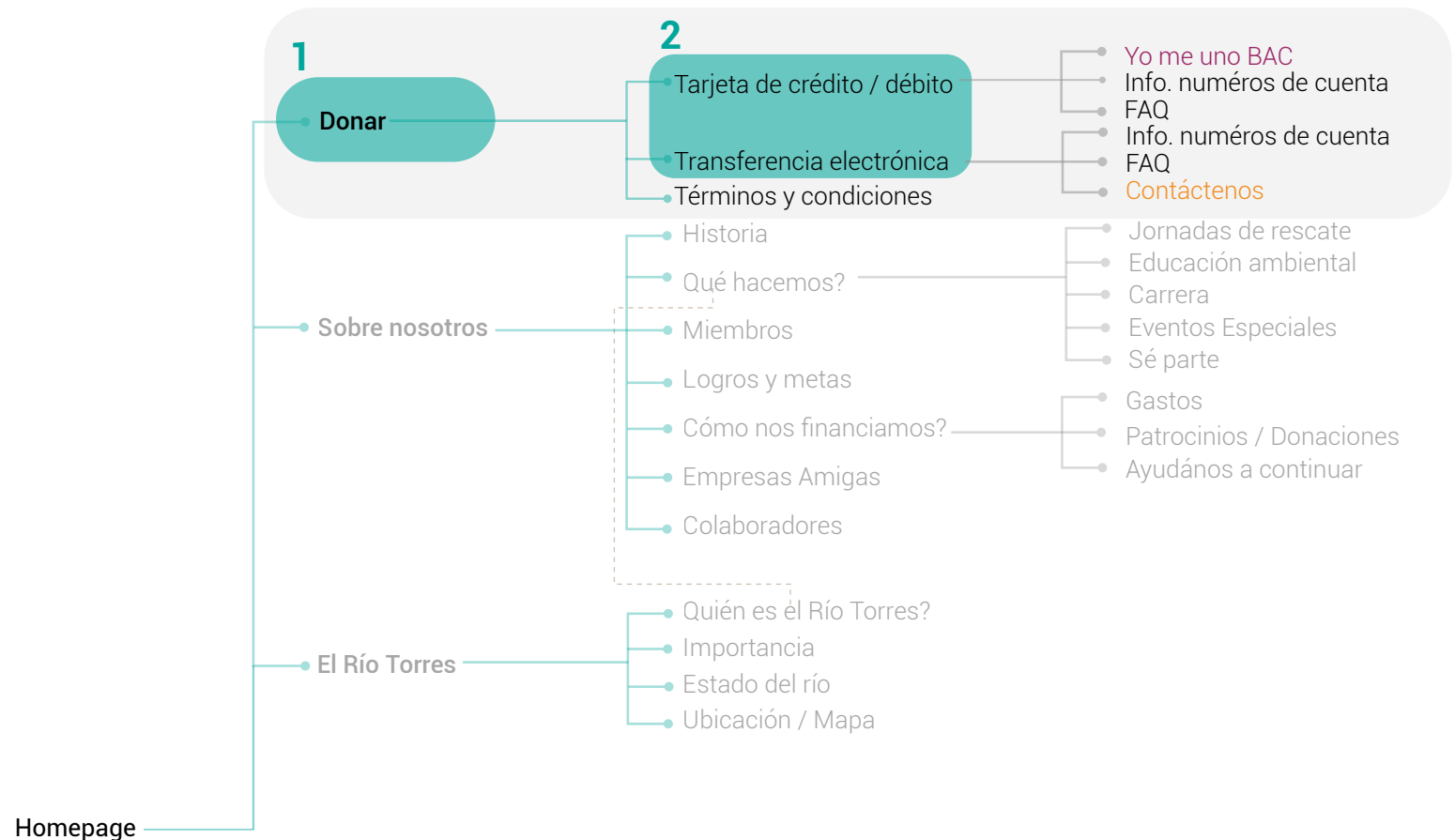


Figura 6. Esquema de sección de arquitectura para "Donar"

La sección de ayuda personal se encuentra a dos clicks de distancia, ingresando primero a "Ayudar" y seguidamente a "Como persona", obteniendo aquí la información respecto a las formas de ayuda y el formulario de inscripción, de igual forma la información para ayudar como empresa se encuentra en una sección con ese nombre, a dos clicks a partir de la página de inicio.

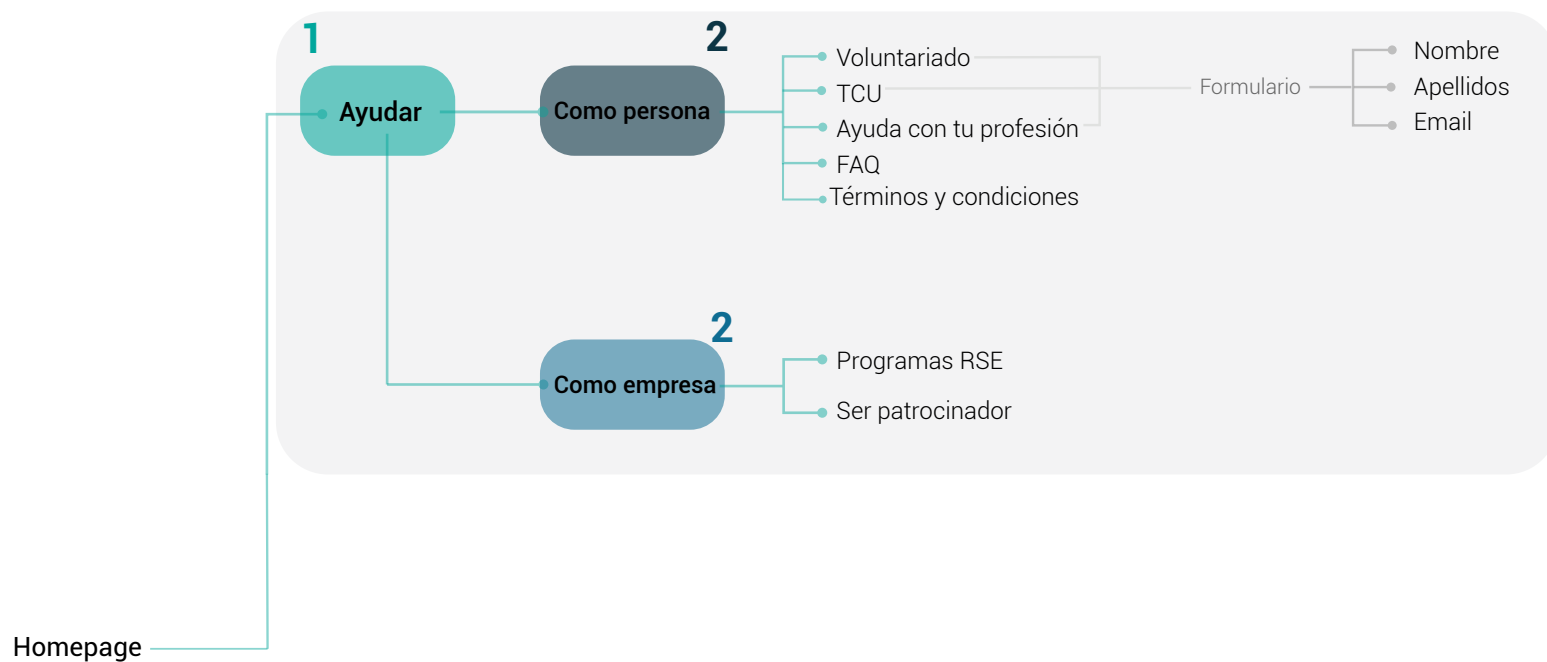


Figura 7. Esquema de sección de arquitectura para "Voluntariado"

La sección “Eventos” está a un click de distancia, y el método de inscripción a los mismos está a dos clicks de distancia.

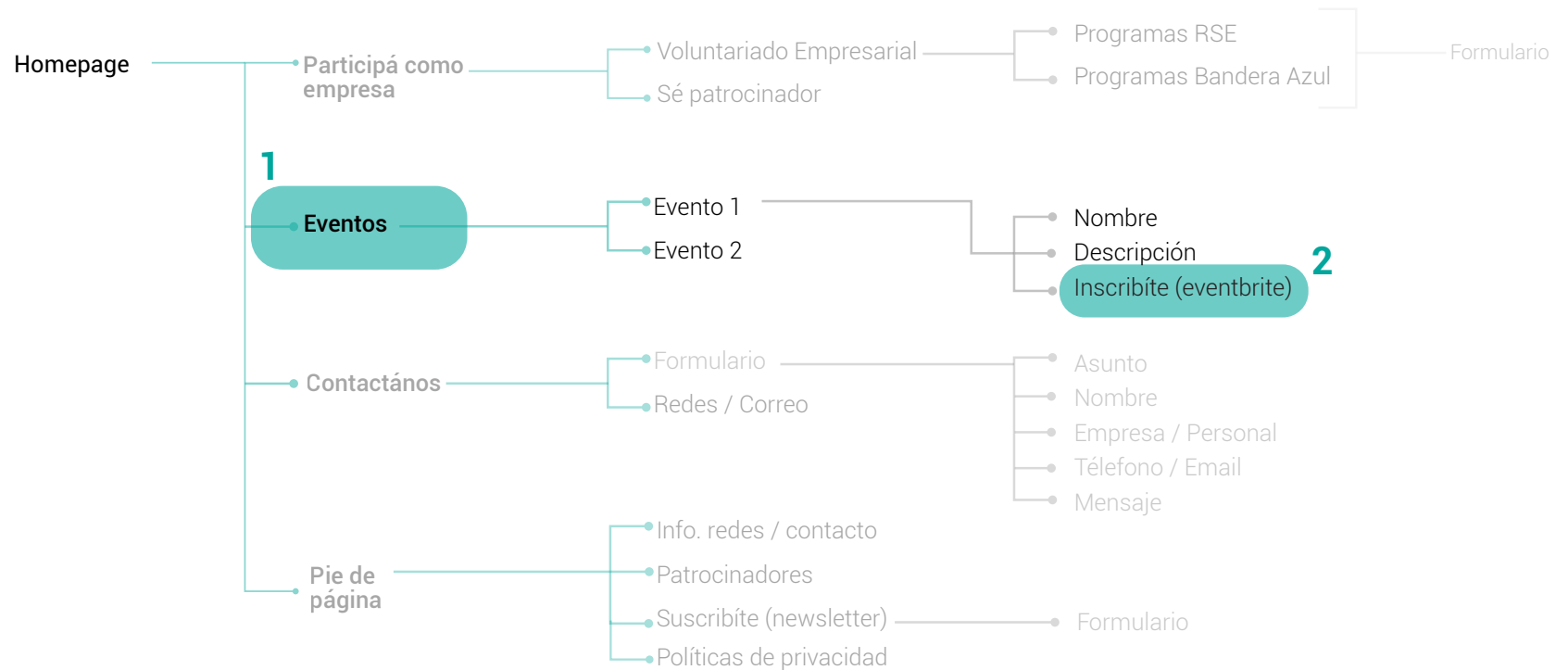


Figura 8. Esquema de sección de arquitectura para “Eventos”

Tanto la información de la asociación (sección "Sobre nosotros"), como la del Río Torres están a un click de distancia cada una, llegando a la información directamente.



Figura 9. Esquema de sección de arquitectura para "Donar"

La información de contacto se encuentra a un click de distancia, además se incluirá en el footer del sitio, por lo que siempre va a estar al alcance del usuario.

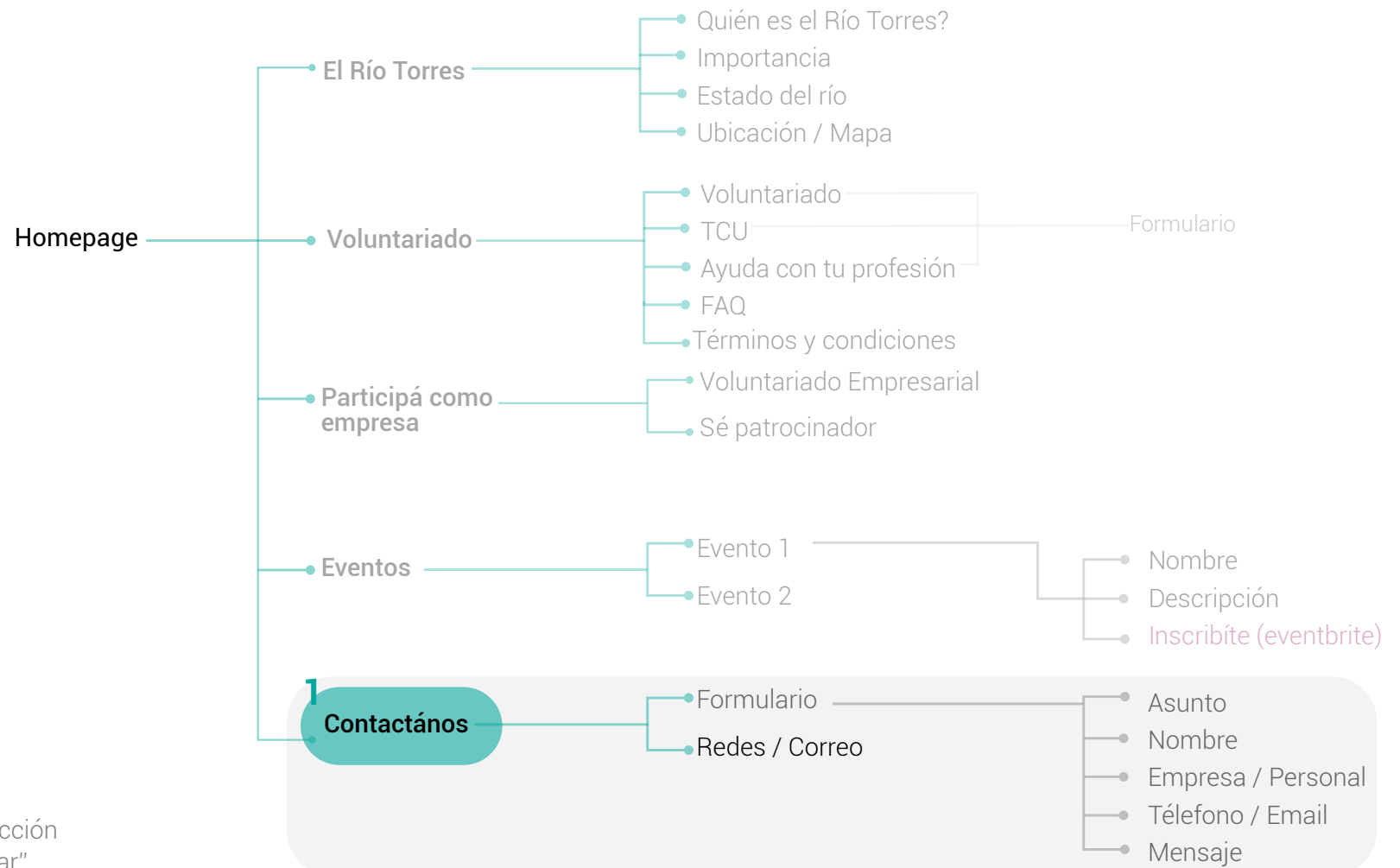


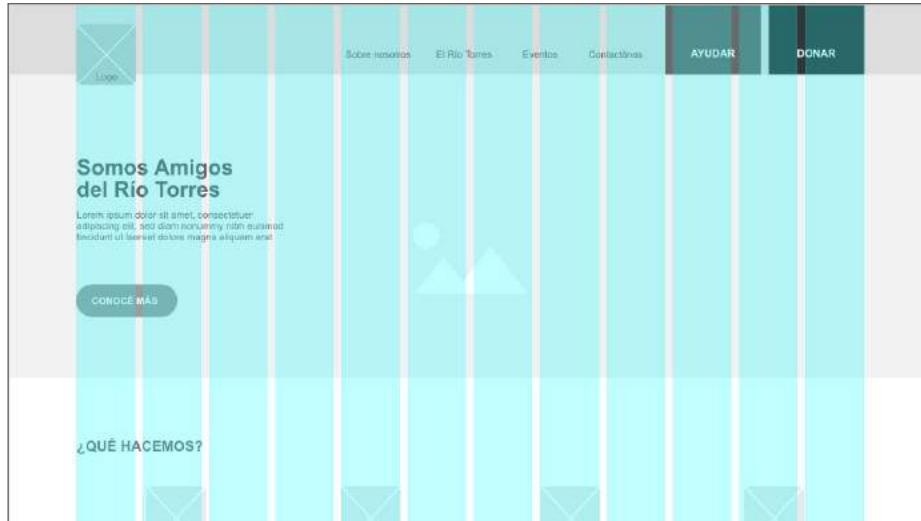
Figura 10. Esquema de sección de arquitectura para "Donar"

9. WIREFRAMES

En esta sección se presentan wireframes de los principales escenarios del sitio web, en los cuales se puede ver la estructura del mismo así como los patrones de diseño a utilizar y los métodos de navegación. Estos wireframes serán utilizados posteriormente para la aplicación del paper prototyping.

Se pueden encontrar los wireframes completos en el Apéndice 3.

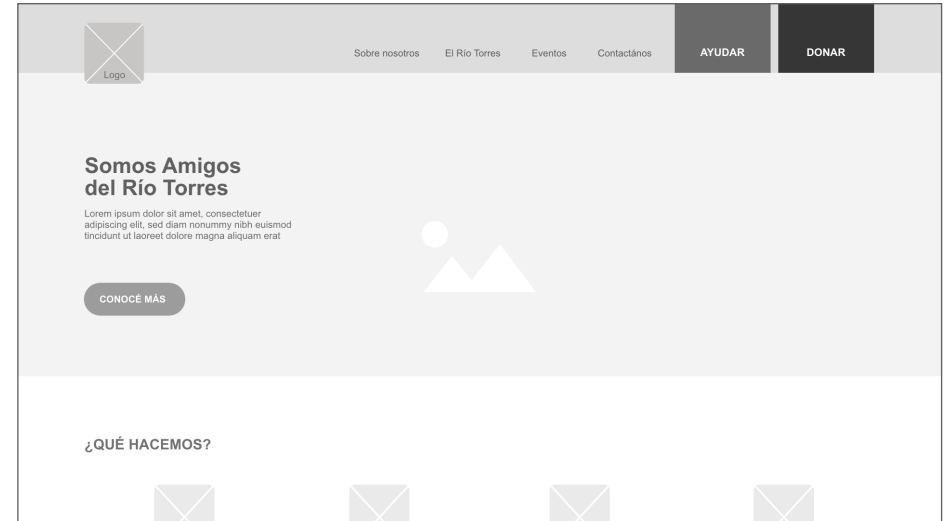
Retícula



La retícula utilizada es de 12 columnas de 122 px de ancho con una separación de 16 px, con un margen de 140 px, para ambiente web, en este caso desarrollado en un área de 1920 x 1080 px.

Se utilizan 12 columnas como una buena práctica para poder ajustar el sitio en otros dispositivos móviles.

Homepage



Sobre nosotros

Logo

Sobre nosotros El Río Torres Eventos Contactános AYUDAR DONAR

Somos Amigos del Río Torres

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Quienes somos? Qué hacemos? Historia Cómo nos financiamos? Miembros Empresas amigas Colaboradores

El Río Torres

Logo

Sobre nosotros El Río Torres Eventos Contactános AYUDAR DONAR

Quién es el Río Torres?

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Quién es el Río Torres? Importancia Estado Ubicación

IMPORTANCIA

Eventos

Logo

Sobre nosotros El Río Torres Eventos Contactános AYUDAR DONAR

Eventos

Apoyáenos en los diferentes tipos de eventos que realizamos todos los meses.

< MES >

Contactános

Logo

Sobre nosotros El Río Torres Eventos Contactános AYUDAR DONAR

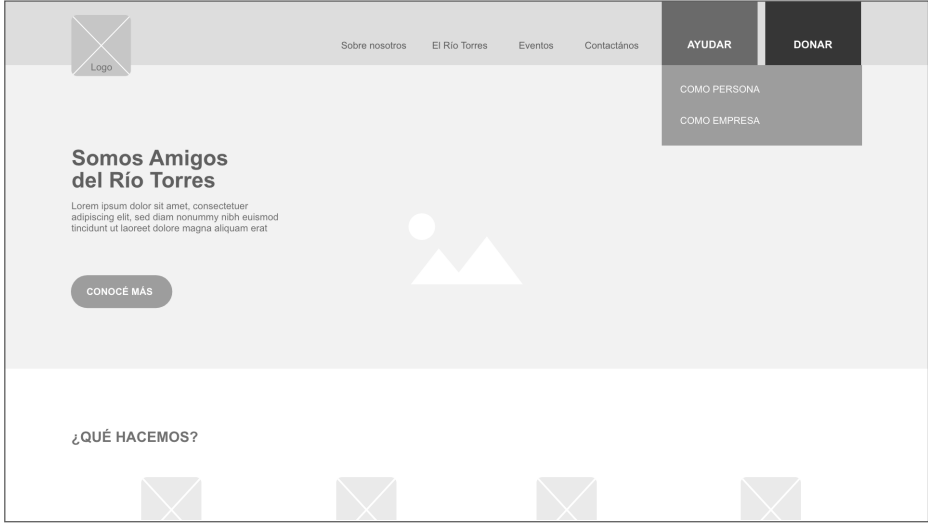
CONTACTÁNOS

CORREO ELECTRÓNICO info@amigosdelriotorres.org

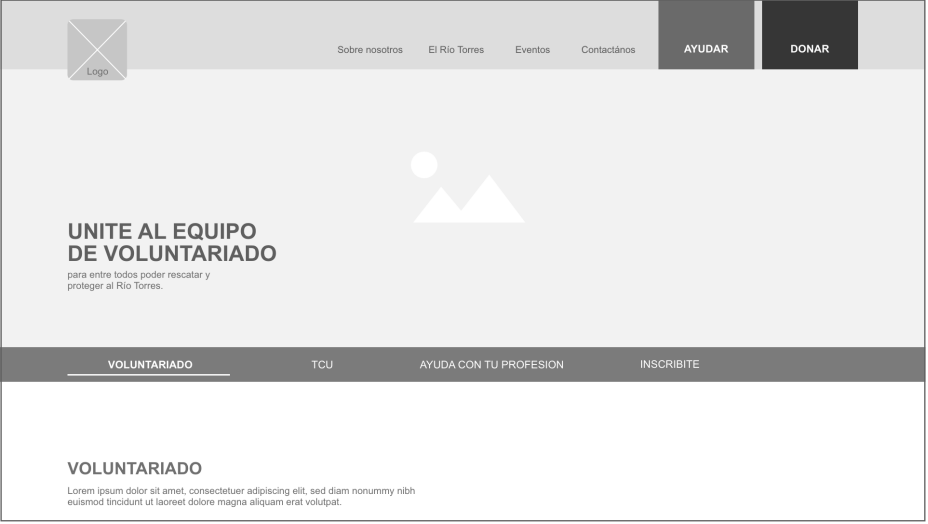
TELÉFONO (+800) 8 888 9888

REDES f o y in

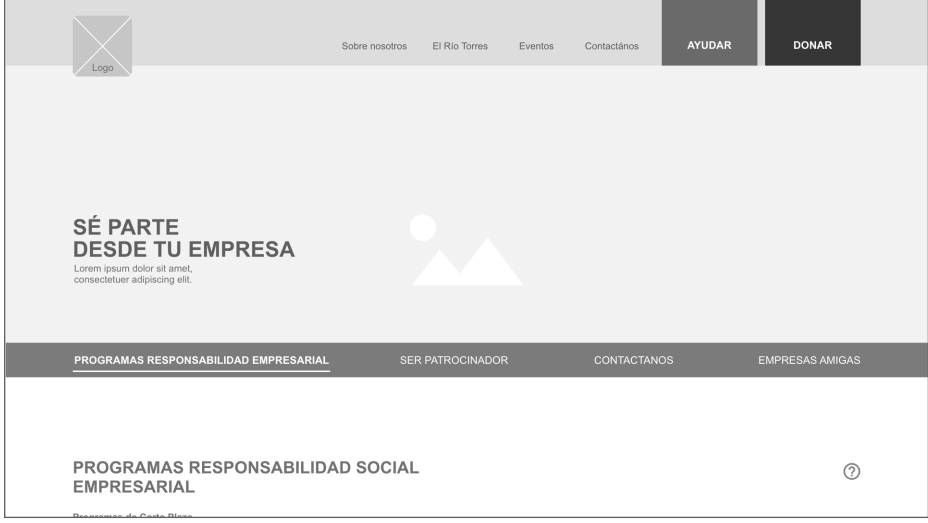
Menú "Ayudar"



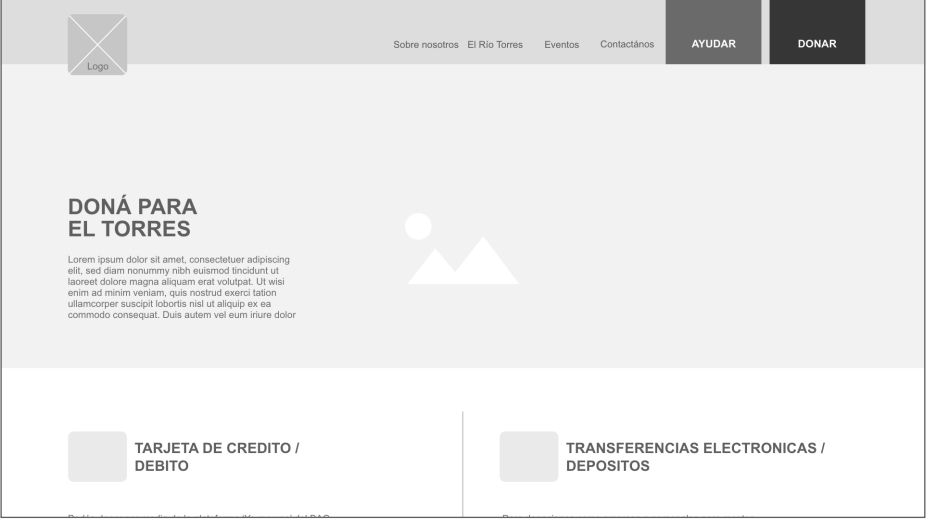
Ayudar como persona



Ayudar como empresa



Donar



**Ver los wireframes completos en apéndice 3. Página #122

10. PAPER PROTOTYPING

El paper prototyping es la segunda prueba de usabilidad realizada durante el proyecto, en esta se utiliza los wireframes presentados en la sección anterior, se realiza con el fin de poder probar los patrones de diseño, navegación y jerarquía, además de verificar nuevamente la arquitectura alpha, en especial los cambios realizados a partir del card sorting.

10.1

PAPER PROTOTYPING
PLANTEAMIENTO**OBJETIVO:**

El objetivo de la realización del paper prototyping es validar a través de los wireframes la navegación, arquitectura alpha, patrones de diseño y jerarquía de los elementos.

APLICACION DE LA PRUEBA:

La prueba se aplica a 10 personas que calzaban con los prototipos de persona propuesto en la sección de análisis de usuario. Se realizan de forma presencial e individual, y cada participante tarda alrededor de 10 minutos completando la prueba.

INSTRUCCIONES PARA LA PRUEBA:

Se les explica a los usuarios que no conocen a la Asociación su información más importante, quiénes son y qué es lo que hacen. Seguidamente se les indica el escenario en el que se encuentran para verificar que cumplan la tarea correctamente.

TAREA 1:

Buscar información sobre el programa de participación empresarial.

ESCENARIO:

Usted quiere encontrar información para realizar voluntariado con su empresa ya que deben cumplir con los programas de responsabilidad social empresarial.

(Persona 3: Kattia)

TAREA 2:

Buscar información sobre como patrocinar a la asociación.

ESCENARIO:

Usted es parte de una empresa que está interesada en ser patrocinadora de la asociación ya que se ubican cerca del Río Torres,

por lo tanto necesita buscar información sobre los términos y beneficios para el patrocinio.

(Persona 3: Kattia)

TAREA 3:

Realizar una donación en línea.

ESCENARIO:

Usted leyó información sobre lo que hace la asociación y sobre el Río Torres y quiere colaborar económicamente con la asociación. (Persona 2: Oscar)

TAREA 4:

Encontrar información sobre como realizar el TCU con la asociación.

ESCENARIO:

Usted es un estudiante que está buscando a donde realizar su TCU y quiere saber si es posible hacerlo con la asociación y que requisitos debe cumplir.

(Persona 1: Rebeca)

TAREA 5:

Inscribirse como voluntario con la asociación.

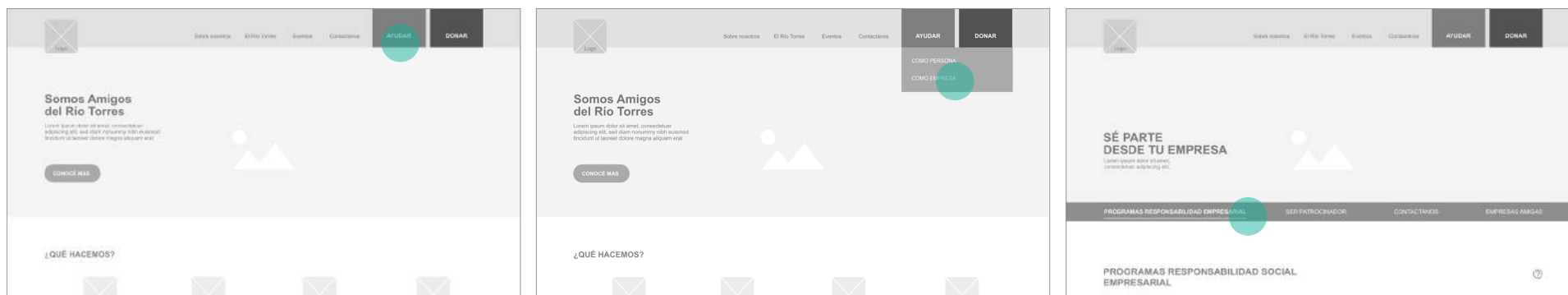
ESCENARIO:

Usted quiere ser parte de las jornadas de rescate que realiza la asociación como voluntario.

(Persona 1: Rebeca)

En la prueba se obtiene retroalimentación por parte de los usuarios observando la sección a la que se dirigen y la navegación que realizan para completar cada tarea.

TAREA 1: Buscar información sobre el programa de participación empresarial.



Resultado:

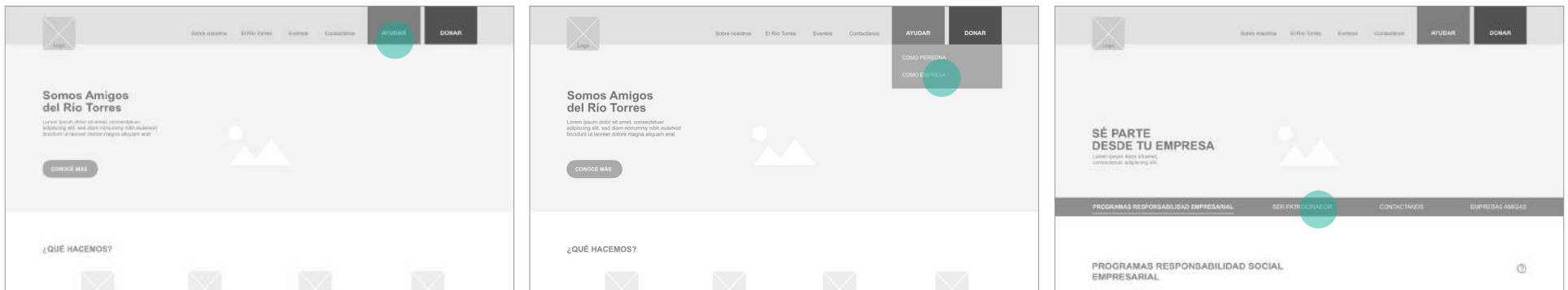
-El 100% de las personas completan la prueba de forma exitosa.

Observaciones:

-Las personas accesan rápidamente a la sección "Ayudar" al explicarles el escenario.

TAREA 2:

Buscar información sobre como patrocinar a la asociación.



Resultado:

-El 100% de las personas completan la prueba de forma exitosa.

Observaciones:

- Los usuarios acceden directamente a la sección de "Ayudar"
- Una vez en la sección de empresas se guían por la barra de navegación para acceder a cada sección, ningún usuario utilizó el scroll para moverse.

TAREA 3: Realizar una donación en línea.



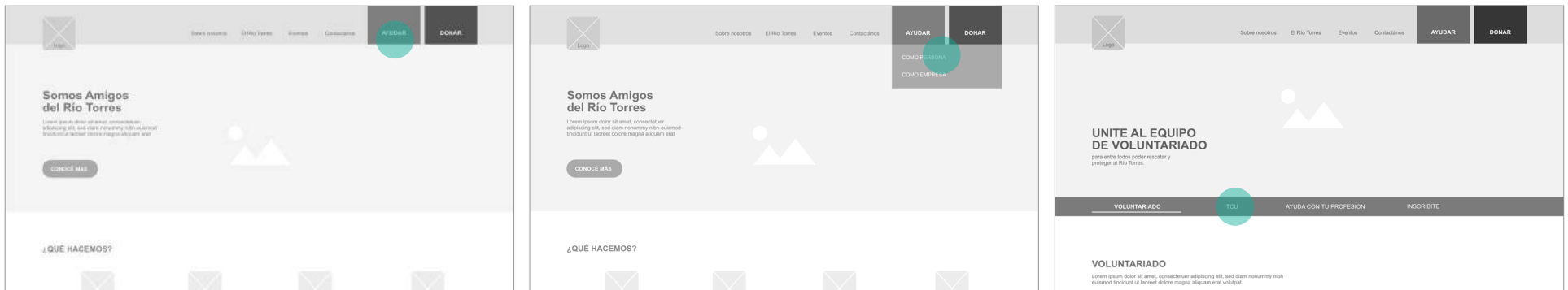
Resultado:

-El 100% de las personas completan la prueba de forma exitosa.

Observaciones:

-Al proponer esta tarea se quiere corroborar si a los usuarios les queda claro que deben ir a un link externo al sitio para realizar la donación y si la jerarquía aplicada para el botón para dirigirse a ese link es la adecuada, ya que se desean recibir la mayor cantidad de donaciones en línea posibles.

TAREA 4: Encontrar información sobre como realizar el TCU con la asociación.



Resultado:

-El 70% de las personas completan la prueba de forma exitosa.

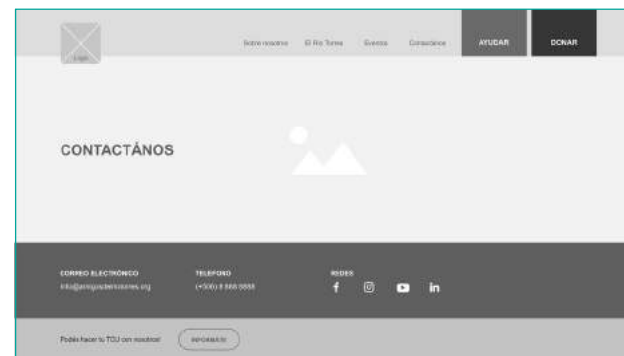
Observaciones:

-Las personas dudan si la información sobre el TCU se encuentra en la sección de "Ayudar".

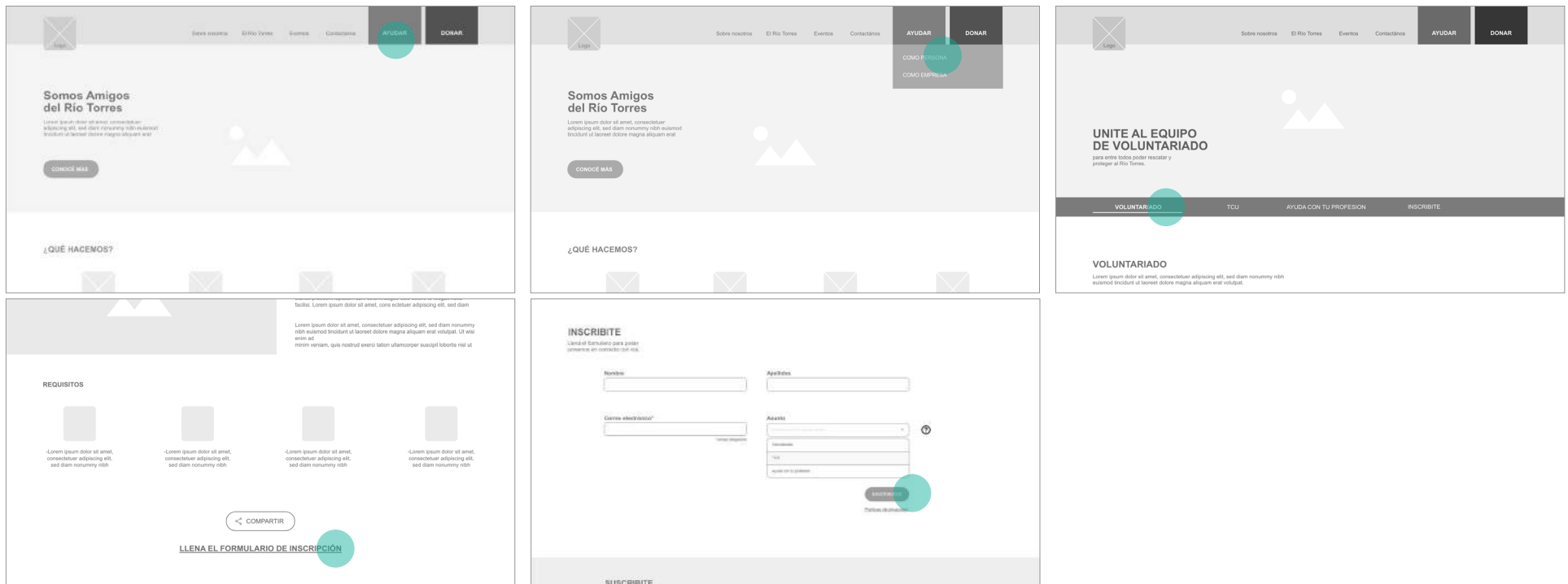
-3 de las 10 personas se dirigieron a la sección de "Contactáanos", ya que no lo ven como una ayuda, y se contactarían con la asociación por ser un rubro que deben cumplir obligatoriamente.

Propuesta de solución:

-Se propone realizar un método de navegación interna de la sección de contáctanos a donde los usuarios se puedan dirigir a la sección de información sobre el TCU.



TAREA 5: Inscribirse como voluntario con la asociación.



Resultado:

-El 100% de las personas completan la prueba de forma exitosa.

Observaciones:

- Las personas accesan de forma sencilla a la sección de "Ayudar" para ir a la parte de voluntariado.
- Para realizar la inscripción en el formulario la mayor parte hizo click en el final de la sección de información de voluntariado a donde dice "Llená el formulario de inscripción", otros lo hacían en la barra de navegación.

Propuesta de solución:

-Se propone que al final de la información de las formas de ayudar, el texto de "Llená el formulario de inscripción", los lleve al mismo.

11. ARQUITECTURA BETHA

Se define la arquitectura Beta con los cambios necesarios en navegación, nomenclatura y jerarquía, obtenidos a partir de la aplicación del paper prototyping así como de los análisis realizados anteriormente.

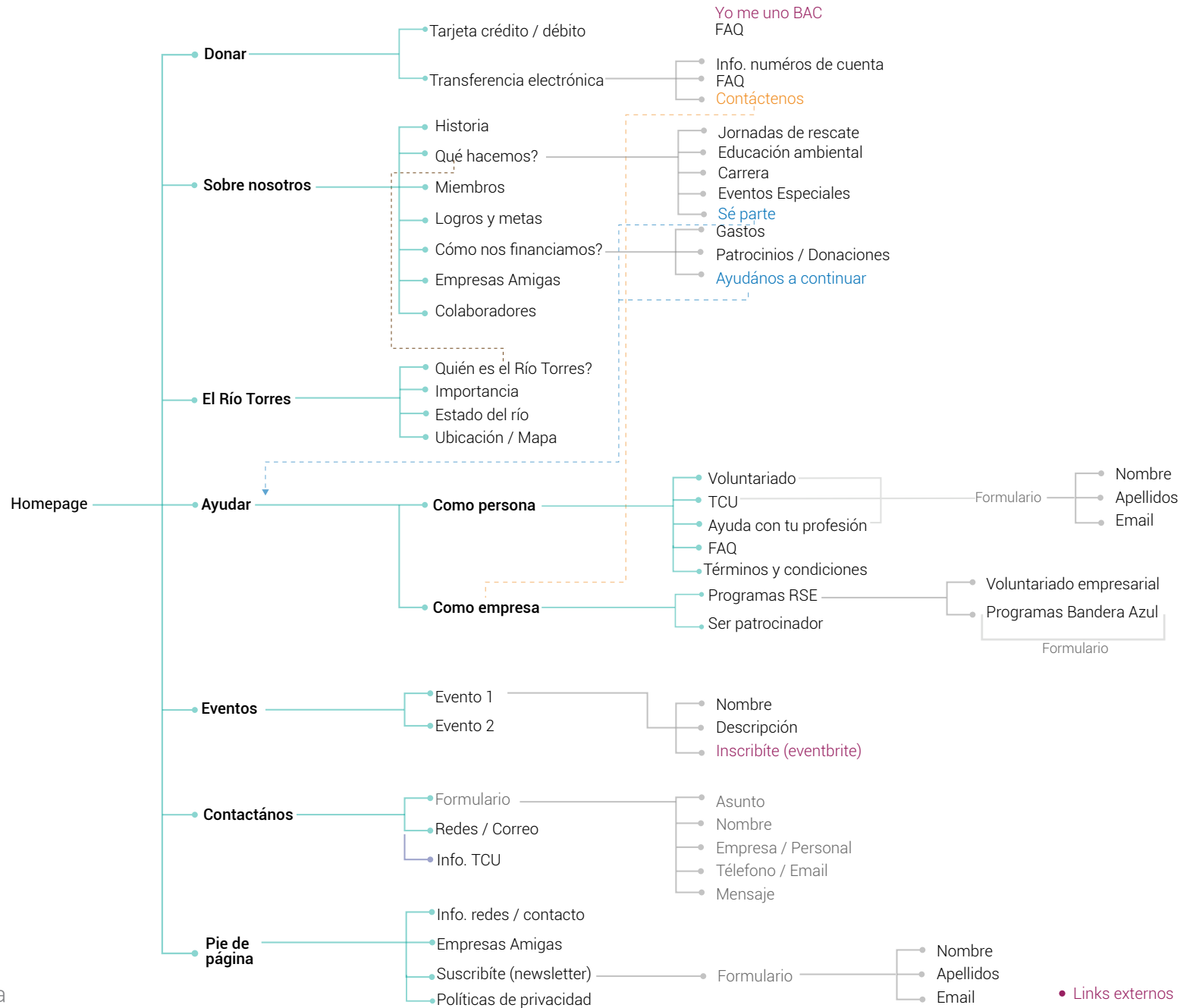


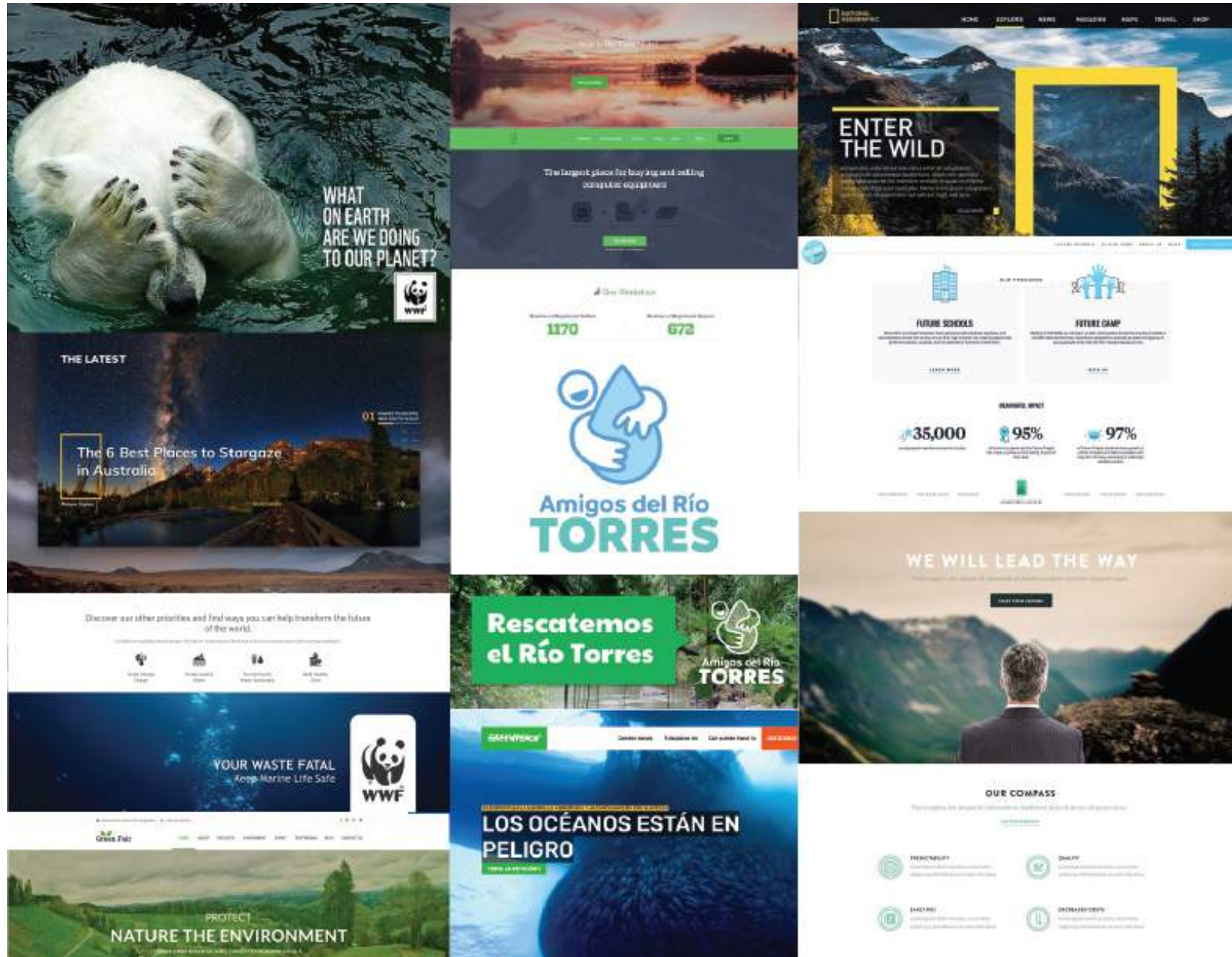
Figura 11. Esquema Arquitectura Alpha corregida

• Links externos

12. **LOOK & FEEL**

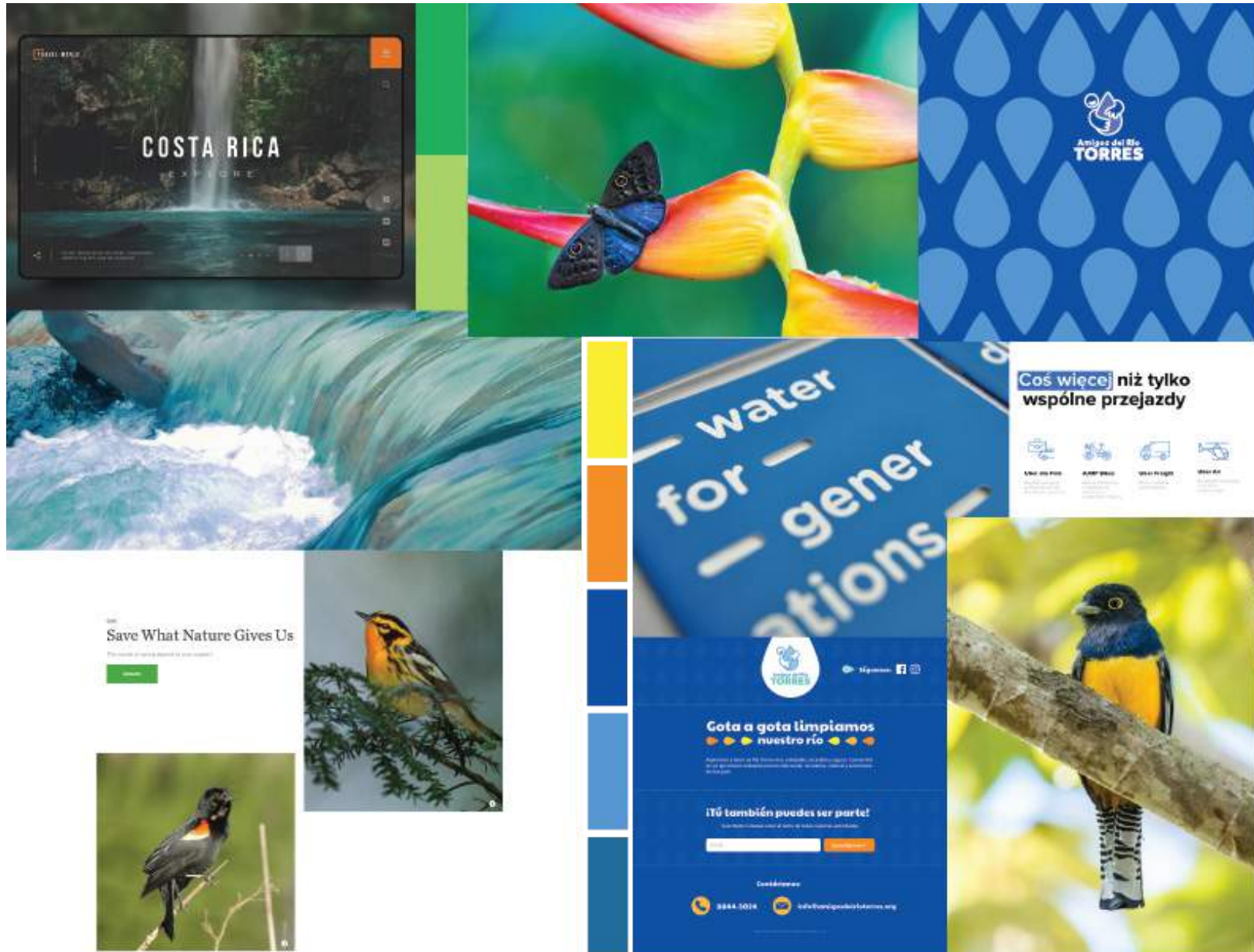
En esta etapa se definen los elementos gráficos que van a conformar el sitio web y la forma en que los usuarios van a interactuar con el mismo, se realizan moodboards de estilo gráfico, cromática e iconografía.

Para este proyecto la gráfica se debe acoplar a la marca y los elementos de publicidad que la asociación utiliza actualmente.



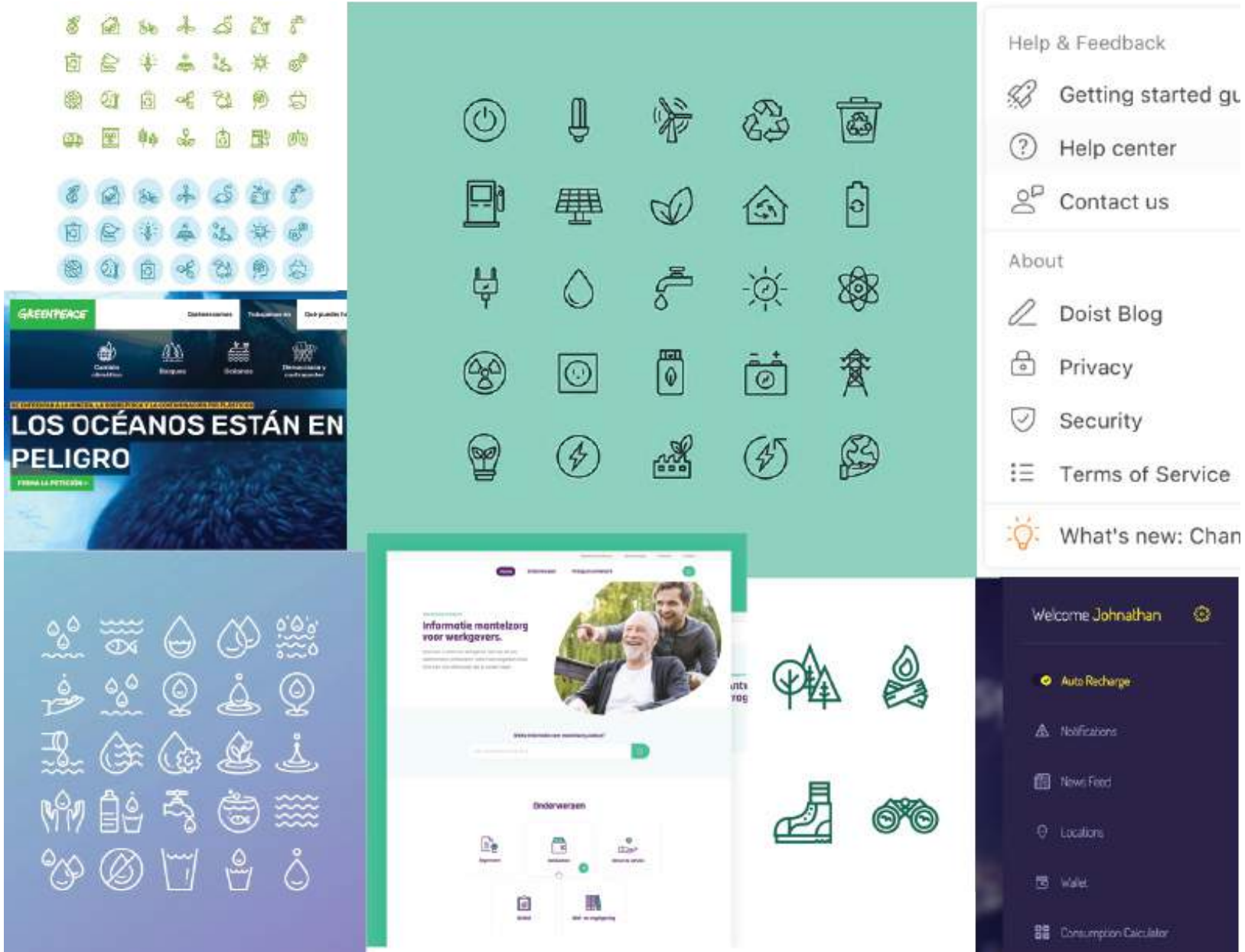
12.2

LOOK & FEEL MOODBOARD CROMÁTICA



12.3

LOOK & FEEL MOODBOARD ICONOGRAFÍA



Se utiliza tipografía open source disponible en google fonts, ambas tipografías ya estaban definidas previamente en el manual de marca de la asociación. Estas son:

PAYTONE

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! ? . " ' "

- Tipografía fantasía.
- Se utiliza para encabezados, subtítulos y textos que se necesita que capten más la atención del usuario.
- A pesar de ser fantasía es clara y legible para ambientes digitales, tanto en web como en móvil, y es parte de la imagen de la asociación.

Open Sans

Open Sans Regular

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! ? . " ' "

Open Sans Semibold

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! ? . " ' "

Open Sans Bold

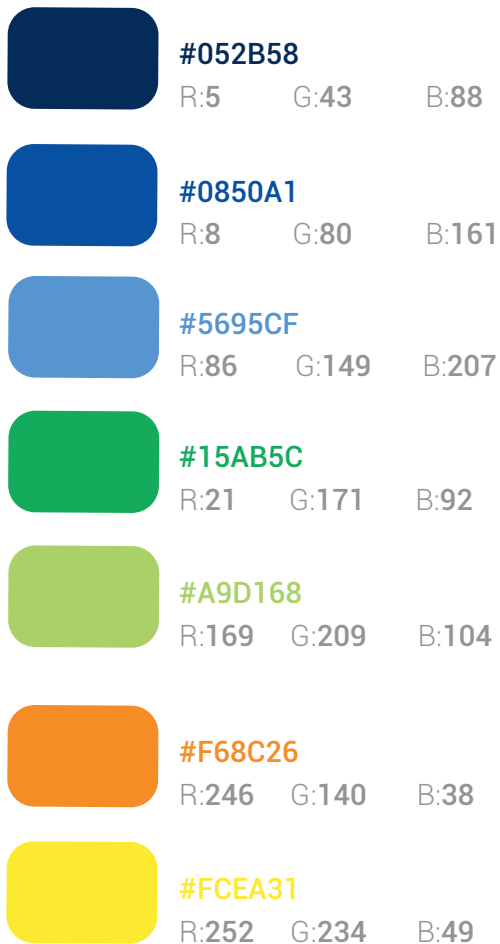
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! ? . " ' "

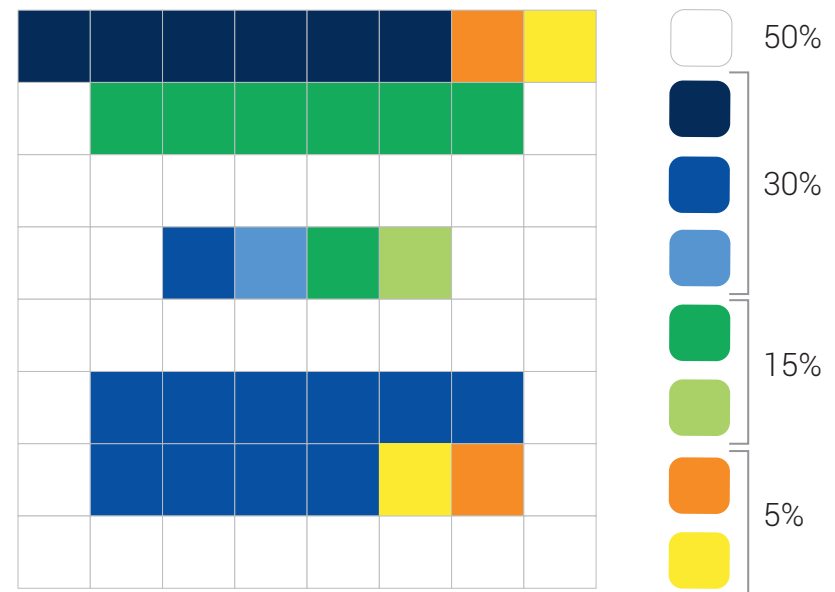
- Tipografía palo seco.
- Se utiliza para el texto en general, proporcionando mayor legibilidad y claridad para la lectura.
- Se utiliza semibold cuando se desea rescatar algo entre textos.
- Se utiliza bold para subtítulos.

La cromática también estaba definida previamente por la asociación, esta es muy amplia por lo que se escoge una paleta que posea colores fríos y relacionados con la naturaleza y el agua, como dominantes, y como contraste se proponen colores cálidos que contrasten como los anteriores, para los elementos en los que se necesita más atención.

Paleta cromática



Matriz cromática



-Se procura tener mayor cantidad de blancos para mayor legibilidad de textos y para generar una sensación de mayor ligereza de la página, se utilizan los colores azules en mayor porcentaje y los colores cálidos solamente para resaltar puntos importantes.

-También se utilizar tonos neutros como negro y grises para textos.

12.6

LOOK & FEEL ICONOGRAFÍA

La iconografía utilizada para el sitio es en su mayoría ilustrativa y acompañada por el texto que está describiendo, a continuación se presentan los íconos propuestos.

Para menú dropdown:



Para sección de contacto:



Íconos de redes sociales:



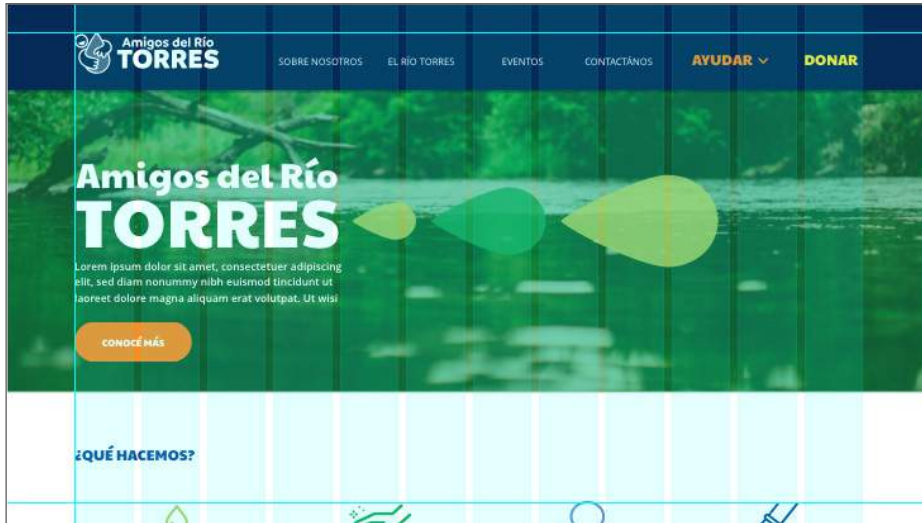
Otros:



*Algunos de estos se obtienen de Material Design y otros se basan en íconos de la página NounProject, con las modificaciones necesarias.

13. **MOCK UP**

En esta sección se presentan las pantallas utilizadas para generar la maqueta funcional, en estas se implementa el look and feel propuesto previamente en los wireframes, manteniendo la jerarquía, navegación, nomenclatura y patrones de diseño que son aspectos ya validados en la aplicación del paper prototyping.



Se mantiene la misma retícula de 12 columnas explicada anteriormente en la sección de wireframes.

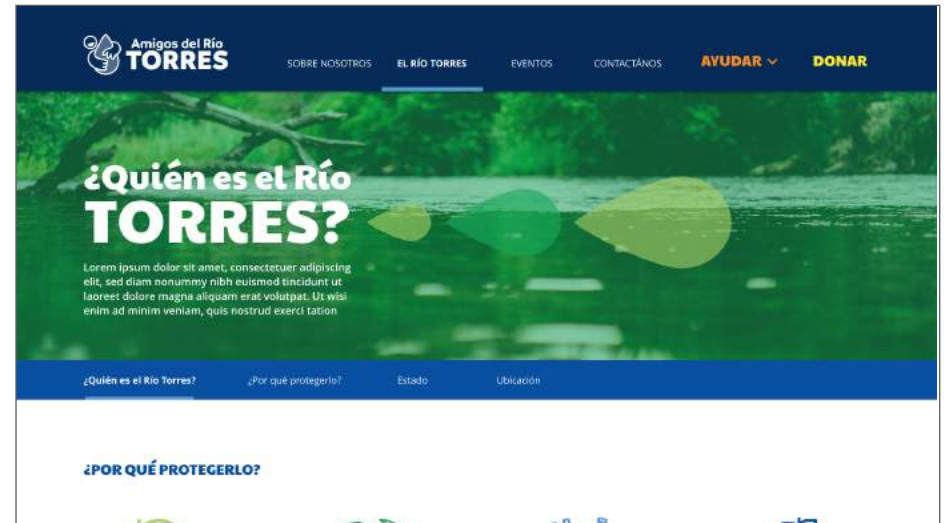
Homepage



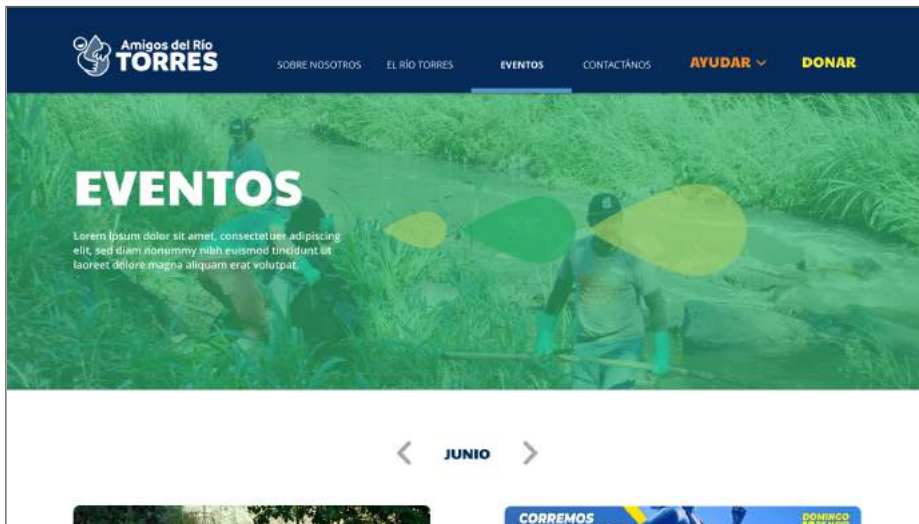
Sobre nosotros



El Río Torres



Eventos



Contactános



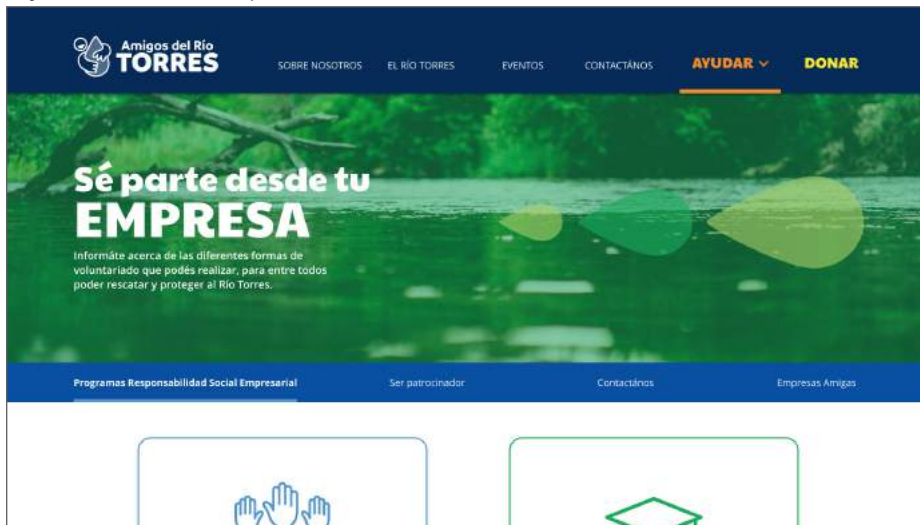
Menú "Ayudar"



Ayudar como persona



Ayudar como empresa



Donar



**Ver las pantallas completas en apéndice 4. Página #128

14. PRUEBAS HEURÍSTICAS

Las pruebas heurísticas son la última validación aplicada para este proyecto, estas se realizan utilizando la maqueta funcional (mock up), en estas pruebas se validan los elementos utilizados en la interfaz gráfica y se vuelve a verificar la eficacia de los patrones de diseño y navegación utilizada, que aunque ya se habían validado en el paper prototyping se requiere saber si la cromática, iconografía y demás elementos gráficos implementados no hayan afectado el resultado obtenido anteriormente.

14.1

PRUEBAS HEURÍSTICAS
PLANTEAMIENTO**OBJETIVO:**

El objetivo de la realización de las pruebas heurísticas es validar el look and feel utilizado, verificar que la cromática, tipografía, iconografía y demás elementos gráficos no hayan afectado la funcionalidad de la herramienta, de igual forma se verifica que ciertos íconos sean comprensibles para los usuarios.

APLICACION DE LA PRUEBA:

La prueba se aplica a 10 personas que calzaban con los prototipos de persona propuesto en la sección de análisis de usuario. Se realizan de forma presencial e individual, y cada participante tarda alrededor de 5 minutos completando la prueba.

INSTRUCCIONES PARA LA PRUEBA:

Se les explica a los usuarios que no conocen a la Asociación su información más importante, quiénes son y qué es lo que hacen. Seguidamente se les indica el escenario en el que se encuentran para verificar que cumplan la tarea correctamente y se les pide que digan en voz alta el camino que están siguiendo para una mayor retroalimentación.

TAREA 1:

Buscar información sobre el TCU.

ESCENARIO:

Usted quiere enviarle a un compañero que está en busca de un lugar donde hacer su TCU la información de este que encontró en el sitio.
(Persona 1: Rebeca)

TAREA 2:

Realizar una donación en línea.

ESCENARIO:

Usted leyó información sobre lo que hace la asociación y sobre el Río Torres y quiere colaborar económicamente con la asociación. (Persona 2: Oscar)

TAREA 3:

Ver la historia y logros de la asociación.

ESCENARIO:

Usted está navegando por el sitio y desea saber que logros a tenido la asociación a través del tiempo.
(Persona 2: Oscar)

TAREA 4:

Entrar en contacto con gente de la asociación para participar en programas de Responsabilidad Social Empresarial.

ESCENARIO:

Usted es parte de una empresa que quiere realizar responsabilidad empresarial con la Asociación Amigos del Río Torres, primero va a ver la información de este programa y luego va a ponerse en contacto con la Asociación.
(Persona 3: Kattia)

TAREA 5:

Compartir información sobre como ser patrocinador.

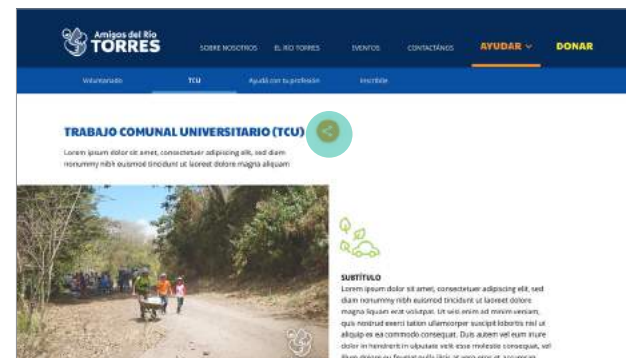
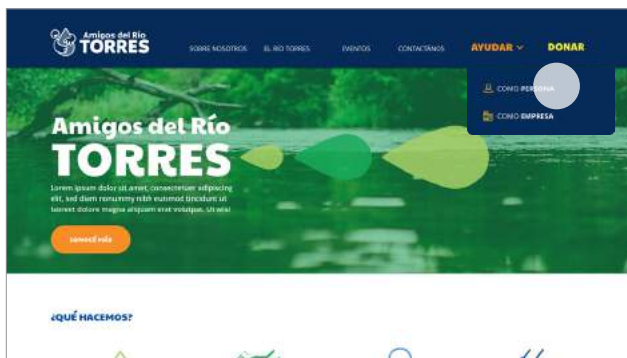
ESCENARIO:

Usted quiere compartir información sobre programas de patrocinio al encargado de estas iniciativas sociales en su empresa.
(Persona 3: Kattia)

En la prueba se obtiene retroalimentación observando que hacen los usuarios para completar la tarea, también se les pide que hablen en voz alta para saber si hay algún elemento que esté desviando su atención.

TAREA 1: Buscar información sobre el TCU.

Objetivo: Verificar la subnavegación utilizada por los usuarios.



Resultado:

-El 100% de las personas completan la prueba de forma exitosa.

Observaciones:

-Las personas accesan de forma más rápida a la subnavegación en la barra, por lo que el resumen dado de cada sección al inicio se considera un "nice to have" se decide eliminarlo y mantener solamente la subnavegación y poner un párrafo descriptivo de cada tipo de voluntariado al inicio de su respectiva sección.

TAREA 2: Realizar una donación en línea.

Objetivo: Verificar la jerarquía para el botón de donación en línea.



Resultado:

-El 100% de las personas completan la prueba de forma exitosa.

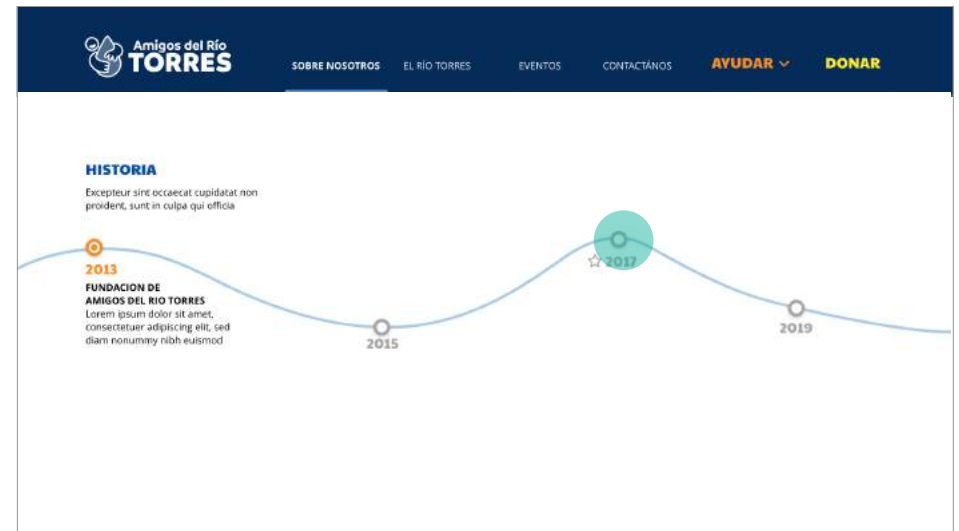
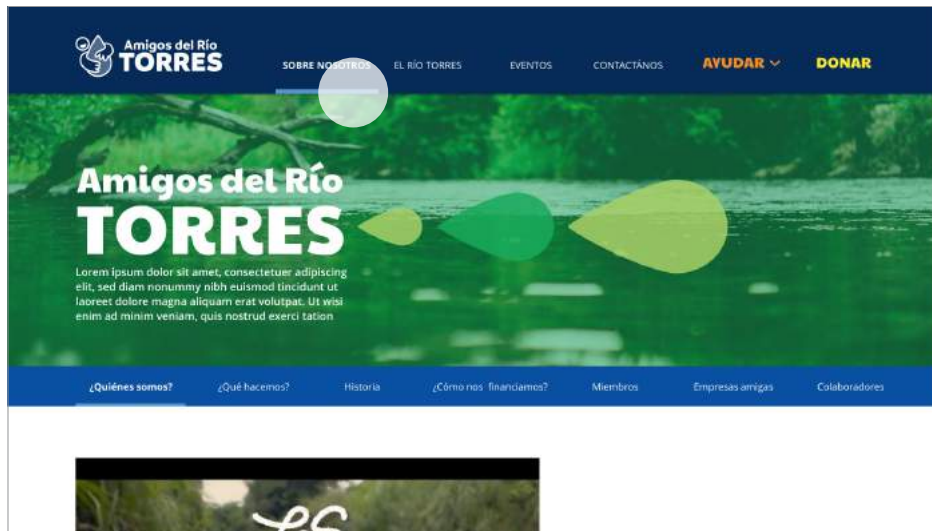
Observaciones:

-La jerarquía del botón "Ingresa aquí" es la correcta y es accesado de forma correcta por lo usuarios.

TAREA 3:

Ver la historia y logros de la asociación.

Objetivo: Verificar la comprensión de los hotspots en la línea del tiempo.



Resultado:

-El 100% de las personas completan la prueba de forma exitosa.

Observaciones:

-En este caso se quería verificar que los hotspots utilizados si fueran evidentes, sin embargo se propone que al hacer click en el año se complete la acción y también aumentar el tamaño de los hotspots, porque en algunos casos requería esfuerzo hacerlo justo en ese punto.

TAREA 4:

Entrar en contacto con gente de la asociación para participar en programas de Responsabilidad Social Empresarial.

Objetivo: Verificar la comprensión de los campos de introducción de texto.



Mensaje directo
campos obligatorios*

NOMBRE* APELLIDOS*

EMPRESA* TELEFONO

CORREO ELECTRÓNICO*

¿COMO QUERES AYUDAR? ▾

MENSAJE

[¿Cómo utilizamos tu información?](#)

ENVIAR

Resultado:

-El 100% de las personas completan la prueba de forma exitosa.

Observaciones:

-En este caso se quería probar que el diseño dado a los campos de texto fuera el apropiado, se comprueba que si es entendible para los usuarios.

TAREA 5:

Compartir información sobre como ser patrocinador.

Objetivo: Verificar la comprensión del ícono de compartir en usuarios de generación X.

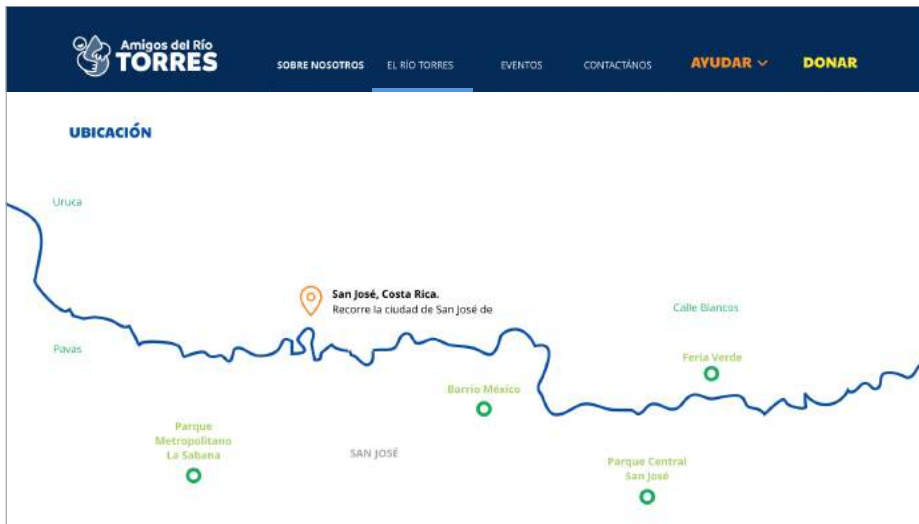
Resultado:

-El 80% de las personas completan la prueba de forma exitosa.

Observaciones:

-En este caso se decide agregar el texto para una comprensión segura y rápida de la acción por parte de todos los usuarios.

Otras observaciones:



Observaciones:

-A partir de observaciones realizadas por los usuarios se realizan cambios en el mapa, ya que la interacción con el mismo no quedaba completamente clara.

-También se realizan cambios en la página de inicio, para dejar clara la acción de "scroll".

-Se agrega una pequeña descripción a los "Call to action" de

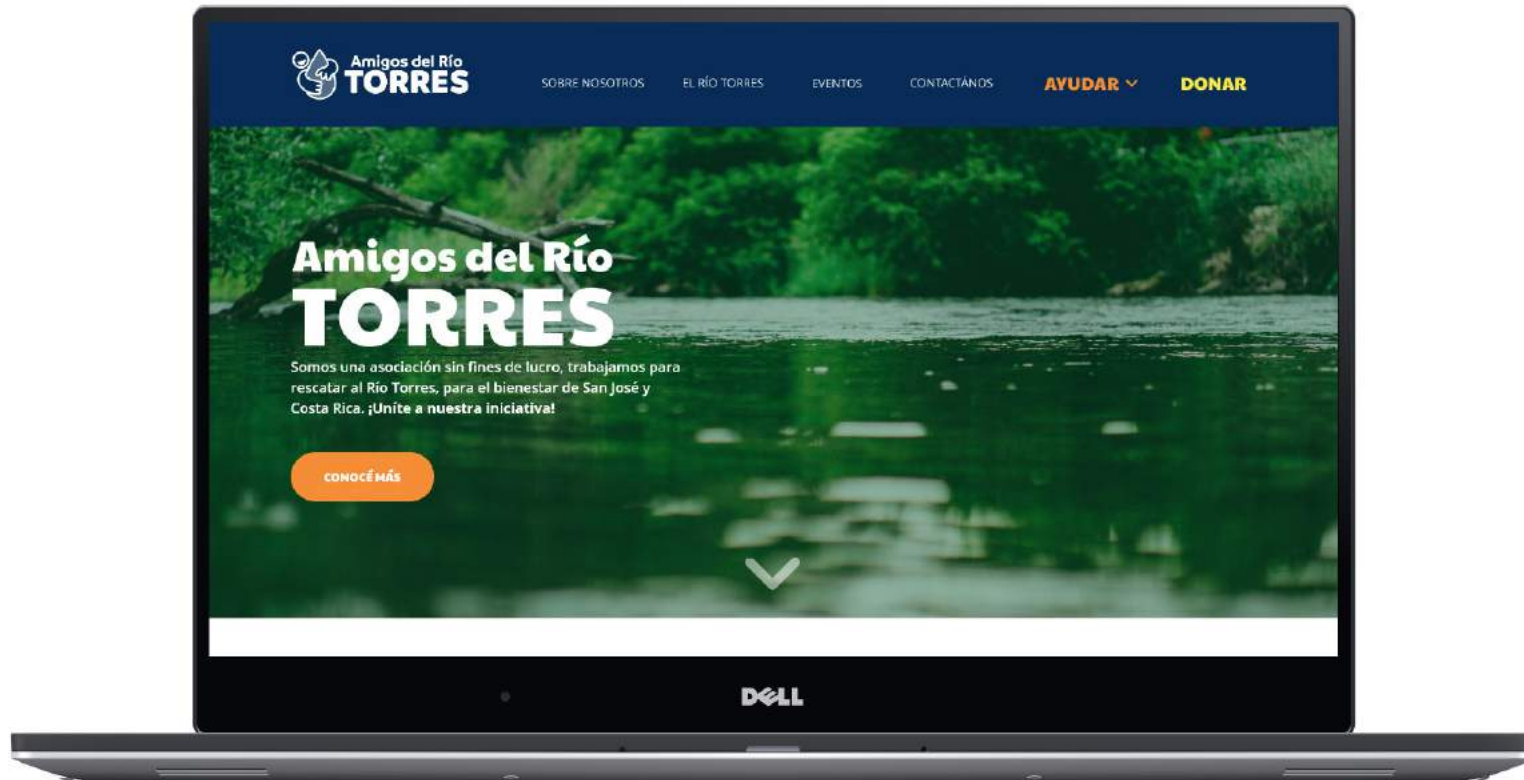
ayuda personal, empresarial y donación, para que se pueda ver rápidamente en que consisten, antes de clicar.

-Se verifica la eficiencia del botón compartir en personas de la generación X, no todos completan la tarea correctamente, por lo que se decide incluir la palabra "Compartir" junto al símbolo.

15. RESULTADOS FINALES

En esta sección se muestra el resultado final con los cambios aplicados a partir de los resultados de las pruebas heurísticas, también se muestran las conclusiones y recomendaciones, el resto de los resultados finales se pueden encontrar en el apéndice 4.

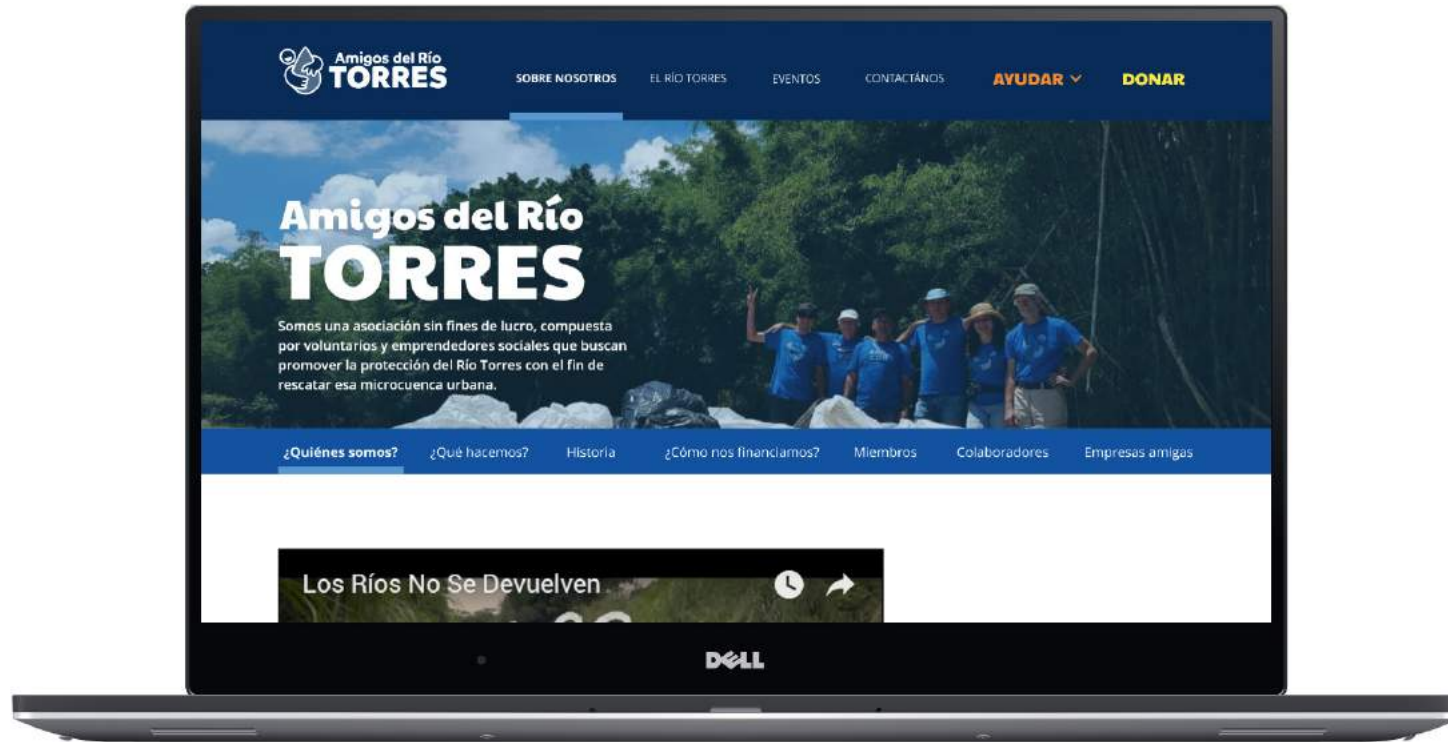
Homepage



Algunas secciones...

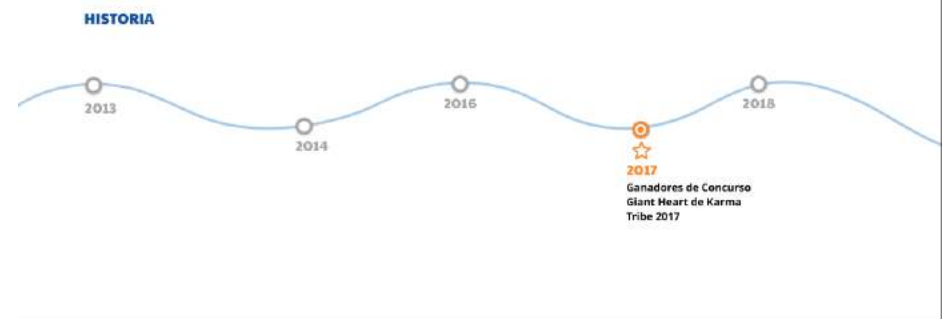


Sobre nosotros

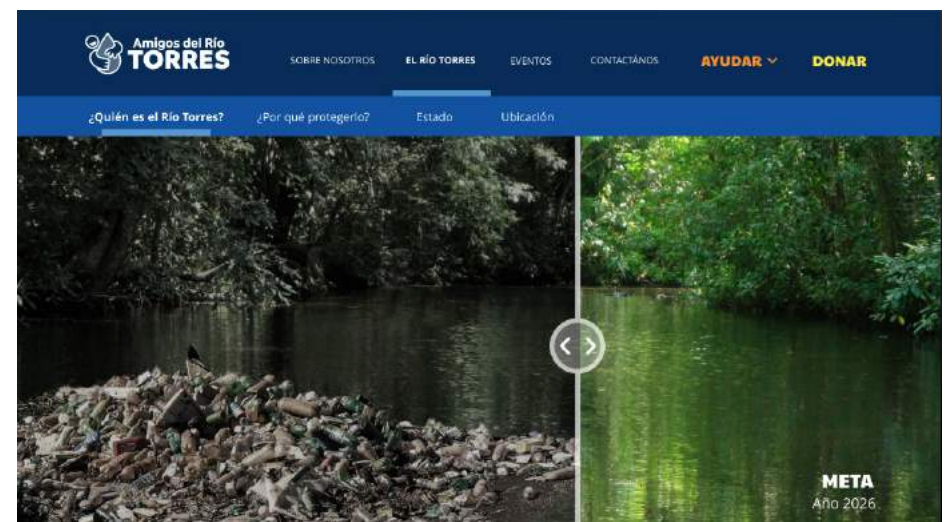
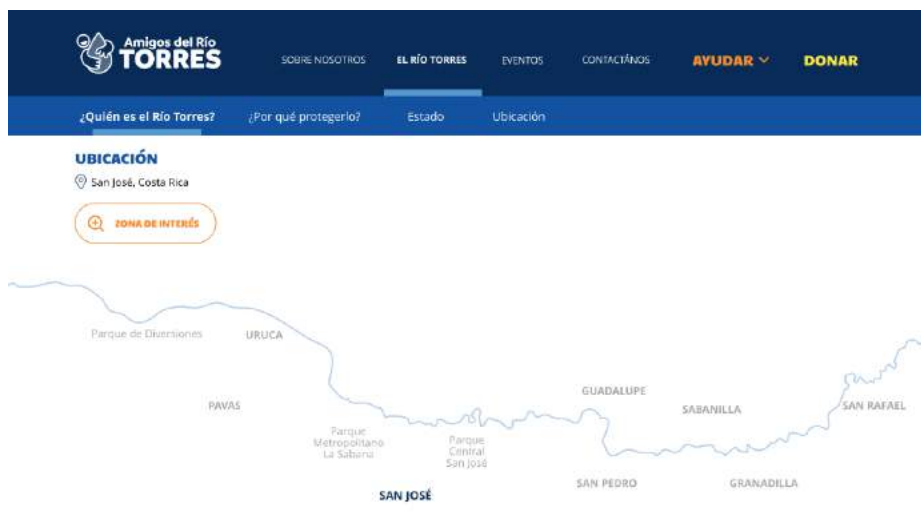
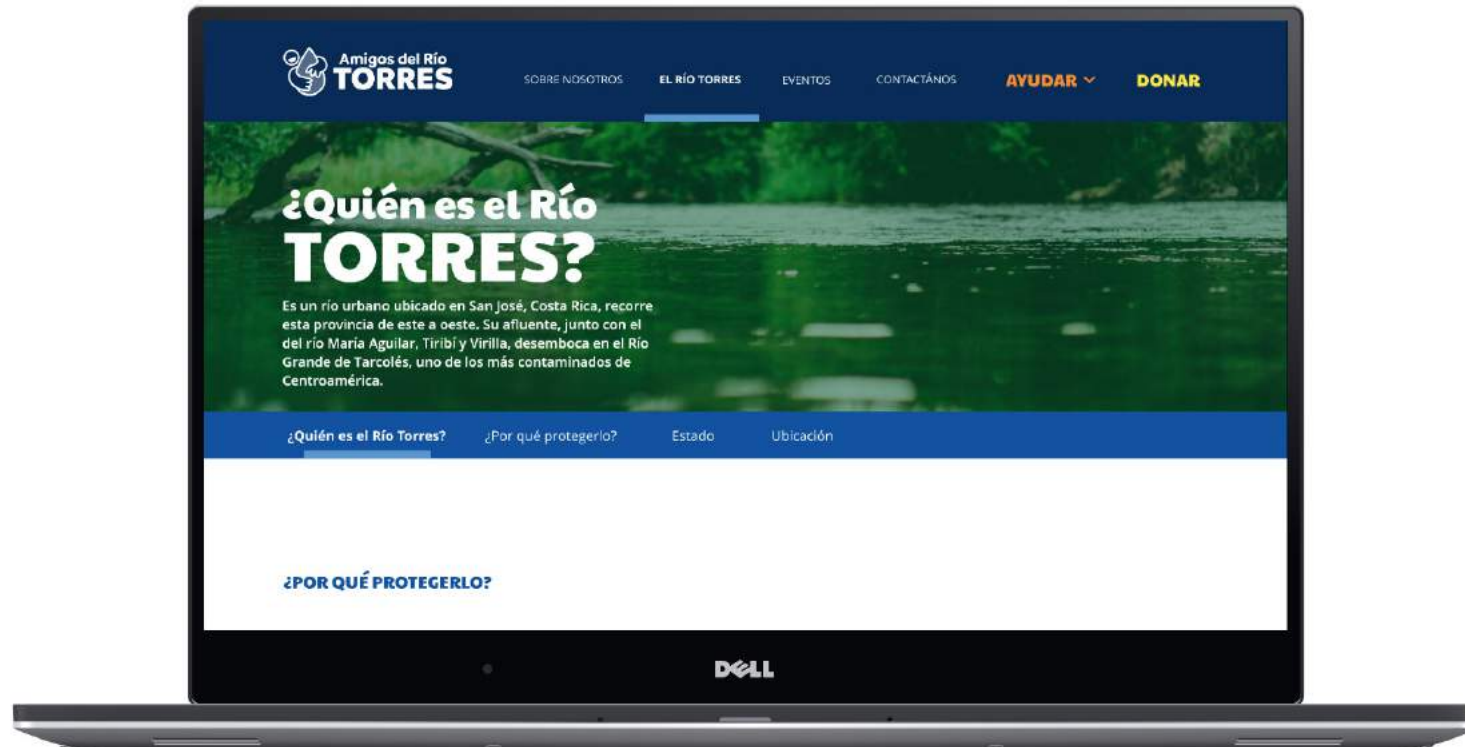


LOS RÍOS NO SE DEVUELVEN

¡Estamos felices porque con este video ganamos el concurso de Giant Heart patrocinado por KarmaTribe!
Los Ríos no se devuelven y nosotros tampoco nos vamos a devolver.



El Río Torres



CONCLUSIONES

- El acercamiento emocional hacia los consumidores es importante en sitios de este tipo, en los que se necesita que las personas se sientan parte de la iniciativa, por lo que el uso de contenido visual es lo más efectivo para lograrlo, ya que involucra las emociones.
- El usuario se frustra cuando no le quedan claros los procesos que debe seguir para cumplir ciertas tareas, por lo que es importante darle la información directa y ordenada para poder mantenerlo en el sitio y que este cumpla el objetivo.
- Gran parte de las ONG tanto nacionales como internacionales poseen un sitio web, es importante para transmitir mayor seriedad y confianza a los usuarios, y a la vez facilitarles procesos de ayuda, donaciones y obtención de información.
- Independientemente del tamaño del sitio, es importante validar todos los resultados de los análisis, para de esta forma mejorar la experiencia del usuario al utilizarlo.

RECOMENDACIONES

- Según investigaciones realizadas en el área de diseño web y experiencia de usuario, los usuarios no leen, solamente escanean la información hasta obtener lo que les interesa, por lo que es importante depurar el contenido y poner solo lo realmente necesario y directo, evitar cajas de texto, en su lugar es recomendable utilizar "bucket lists" cuando sea posible.
- Invertir en fotografías de calidad para el sitio, en cuanto a la parte gráfica esto es importante ya que es la forma más directa de tocar la parte emocional de los consumidores.
- En una segunda etapa del proyecto se podría considerar darle al usuario la posibilidad de cambiar de idioma, ya que muchos extranjeros se interesan en ser voluntarios en este tipo de causas en Costa Rica.
- Se recomienda mantener la arquitectura de información del sitio en consideración cada vez que se vaya a agregar alguna otra sección al mismo, ya que muchas veces se tiende a ir agregando secciones al menú principal, pudiendo clasificarlas en otra parte ya existente, esto afecta la navegación al usuario y el buen posicionamiento en motores de búsqueda.

16. BIBLIOGRAFÍA

¿Qué es diseño responsive? (2019). Tomado de <https://www.40defiebre.com/que-es/diseno-responsive>

Brown, D. (2011). In Nolan M. (Ed.), *Communicating design* (Second edition ed.). Berkeley, CA:

Diseño web ¿qué es? ¿cómo funciona? Tomado de <https://nordicwebsites.com/diseno-web-responsive-sabadell/>

Guardiola, E. (2017). *Marketing emocional para tu estrategia de marca*. Tomado de <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/marketing-emocional-estrategia-marca>

Gutiérrez, T. (2018). Río torres entre los más sucios del mundo. Tomado de <https://www.larepublica.net/noticia/rio-torres-entre-los-mas-sucios-del-mundo>

Hernández-Castro, F. (2016). *Metodología para el análisis y diseño de aplicaciones (usability cookbook)*. Escuela de Diseño Industrial, Instituto Tecnológico de Costa Rica. Cartago, Costa Rica. Tomado de <https://repositoriotec.tec.ac.cr/handle/2238/6776> el 4 de febrero de 2019.

Kucheravy, A. (2019). *Best practices to improve text readability for optimal user experience*. Tomado de <https://www.intechinc.com/blog/best-practices-to-improve-text-readability-for-optimal-user-experience/>

Nielsen, J. (1999). *Designing web usability: The practice of simplicity*. Tomado de <https://www.nngroup.com/books/designing-web-usability/>
Nielsen, J., & Norman, D. (2019). *The definition of user experience*. Tomado de <https://www.nngroup.com/articles/definition-user-experience/>

Norman, D. (2019). *UX design defined*. Tomado de <http://uxdesign.com/ux-defined>

Peiró, R. (2019). *Marketing visual*. Tomado de <https://economipedia.com/definiciones/marketing-visual.html>

Saab, D. (2009). *Arquitectura de información (I), un paso para el reconocimiento profesional del desarrollo web..* Tomado de <http://desarrolladoryempresario.blogspot.com/2009/05/arquitectura-de-informacion-i-un-paso.html>

Taylor, M. (2019). *58 form design best practices & form UX examples*. Tomado de <https://www.ventureharbour.com/form-design-best-practices/>

UI design. Tomado de <https://www.everyinteraction.com/definition/ui-design/>

Vitaly, F. (2016). *Smart responsive design patterns, or when off-canvas Isn't good enough*. Tomado de <https://www.smashingmagazine.com/2016/05/smart-responsive-design-patterns-or-when-off-canvas-isnt-good-enough/>

17. APÉNDICES

Método de suscripción.



Información de la organización.



Sección de cómo colaborar?



Formulario de donaciones.



Selección de otras formas de donar.

Información de otras formas de donar se presenta con texto.



Presentación de información.



Presentación de logros de la asociación.



Ejes de acción/ Áreas de trabajo



Clean water sustains our communities, economies, ecosystems, and health.

It supports the life cycle of plants and animals, and it is essential for human health and well-being. Clean water is also a key component of a sustainable future. It is essential for our economy, our environment, and our health. Clean water is a human right, and it is a basic need for all people. It is essential for our survival, and it is a key component of a sustainable future. It is essential for our economy, our environment, and our health. Clean water is a human right, and it is a basic need for all people. It is essential for our survival, and it is a key component of a sustainable future.

Descripción con texto breve

Información ¿qué hacen?



Posibilidad de compartir en redes sociales.

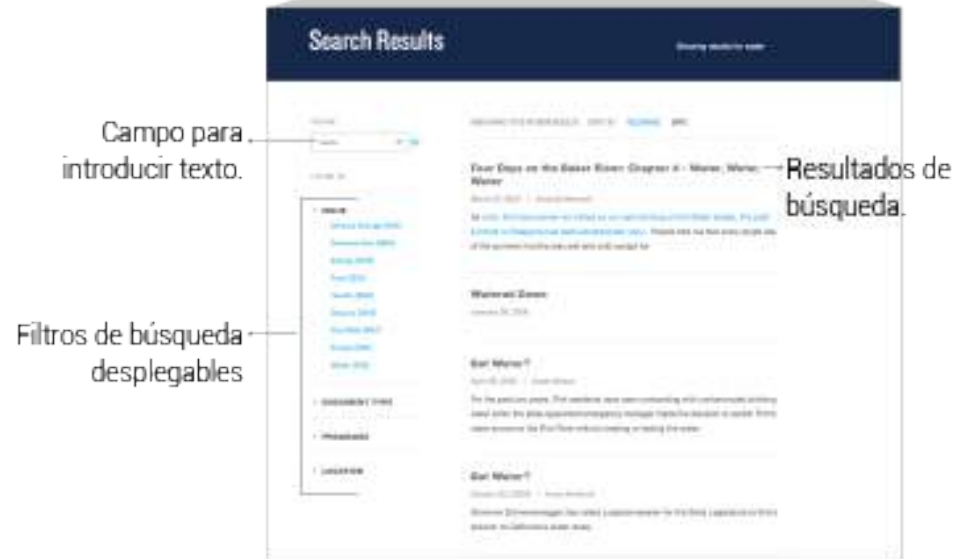
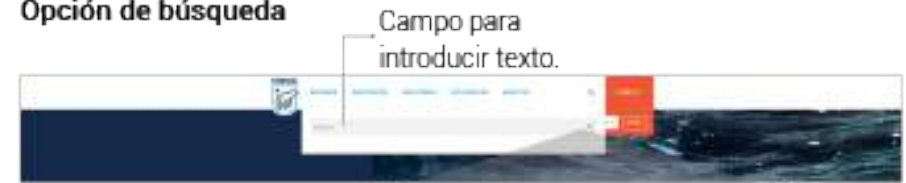
Artículo explicativo

Menú desplegable (parte superior)

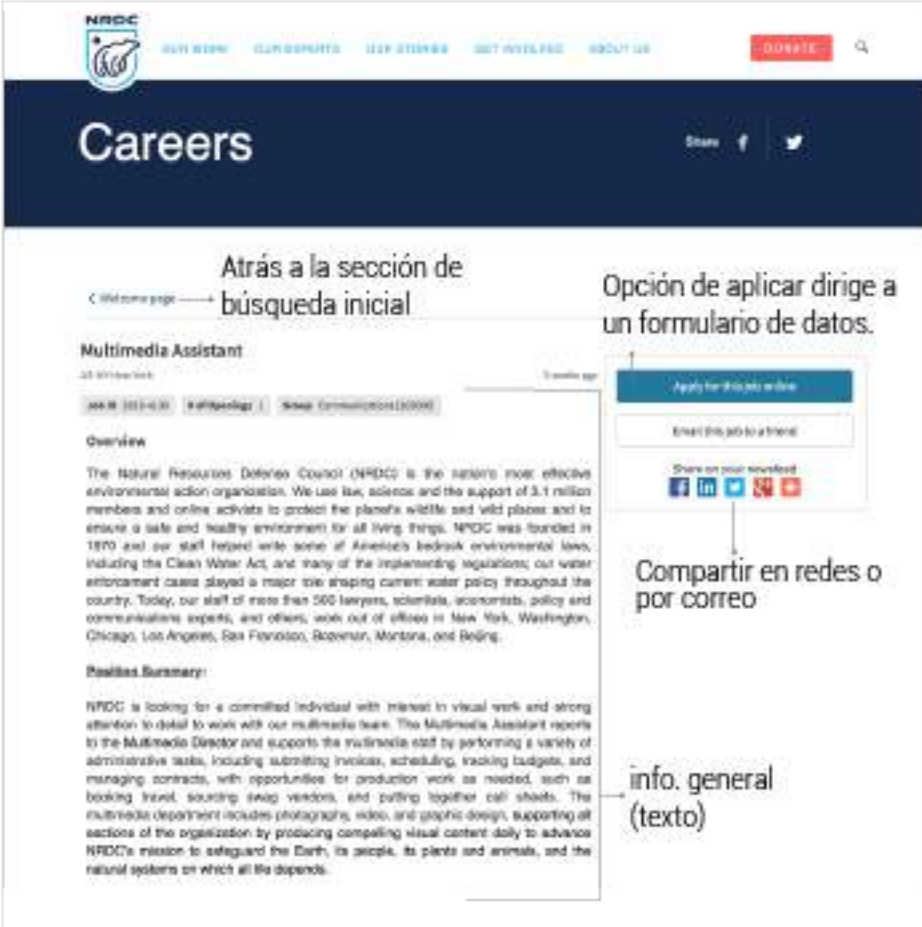
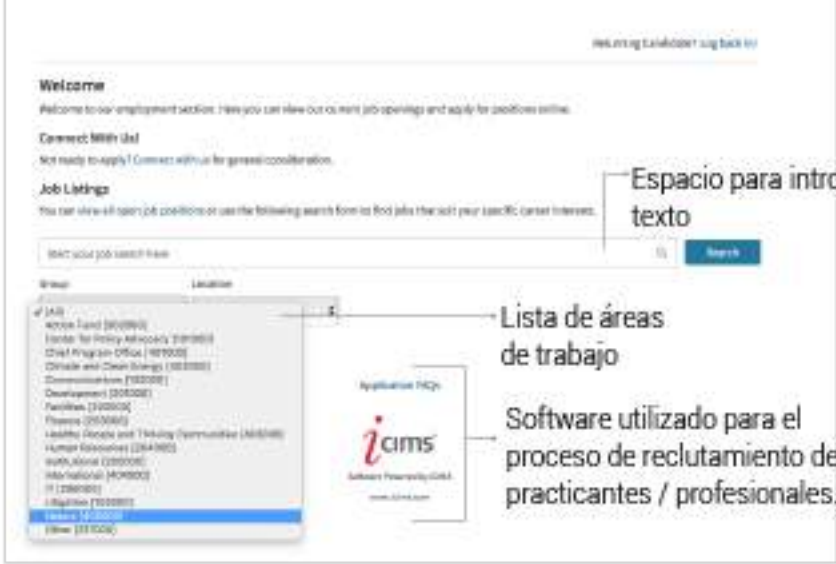


**La mayoría de secciones del menú dirigen a secciones que se encuentran después dentro de la misma página.

Opción de búsqueda



Reclutamiento de voluntarios

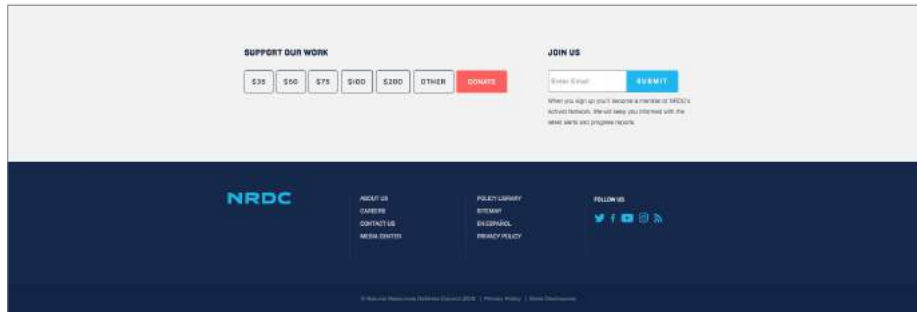


Formularios de inscripción



Secciones recurrentes

Sección "Donar" se mantiene constante en menú constante y pie de página, y también aparece en la mitad de la página de inicio.

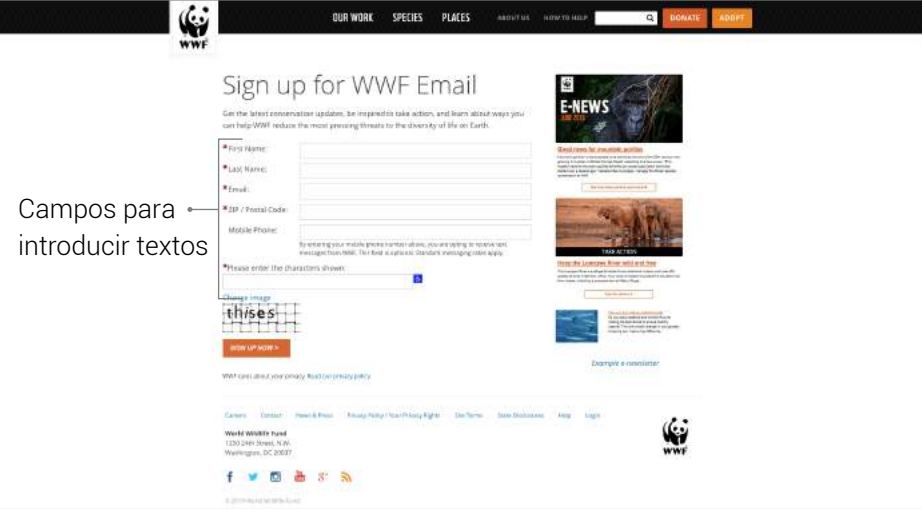


Sección "Take action" aparece continuamente en varias de las secciones de la página.



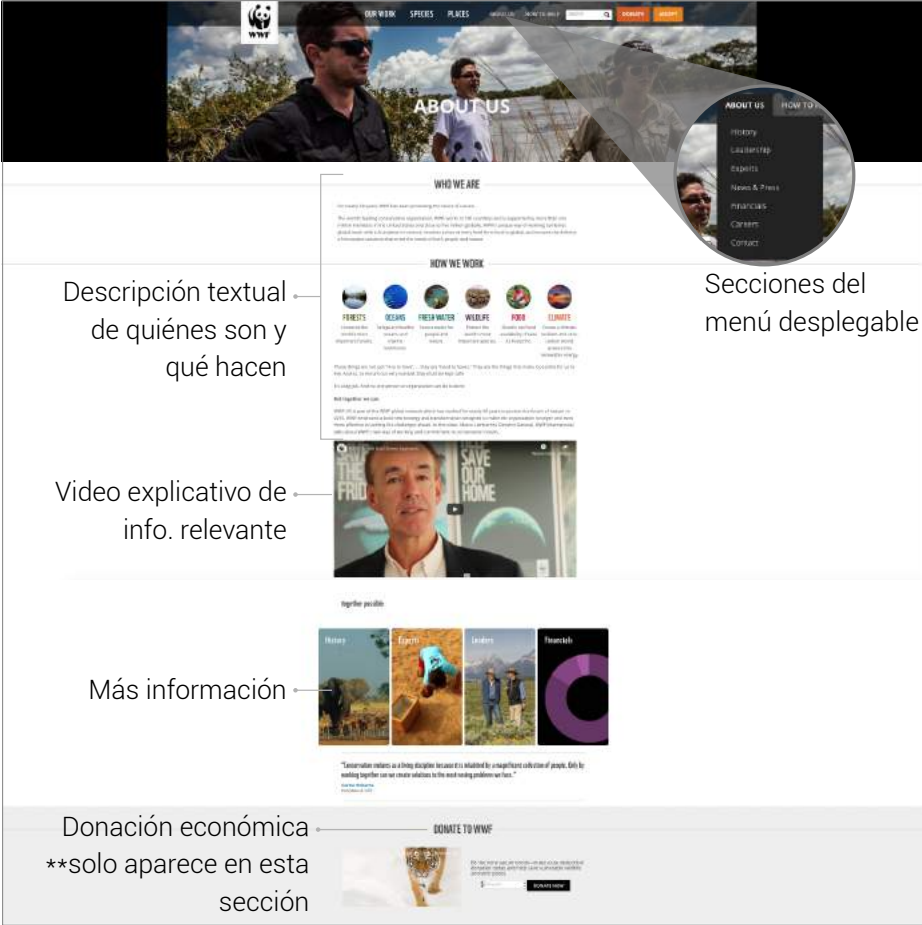
17.1.2 REF 2. WORL WILF LIFE (WWF)

Método de suscripción.



Campos para introducir textos

Información de la organización



Descripción textual de quiénes son y qué hacen

Secciones del menú desplegable

Video explicativo de info. relevante

Más información

Donación económica **solo aparece en esta sección

Información áreas de trabajo

FOOD

OVERVIEW

Vídeo explicativo del área

9 BILLION

Posibilidad de dirigirse a más información del tema.

WHY IT MATTERS

Imagen

Texto explicativo

WHAT WWF IS DOING

Explicación textual de acciones

Dirigen a un documento fuera del sitio

HOW YOU CAN HELP

Opciones de apoyo

Donaciones

OUR WORK SPECIES PLACES ABOUT US HOW TO HELP **DONATE ADOPT**

MAKE A MONTHLY DONATION

Montos predeterminados

Opciones de donación

Selección de recompensa por la donación

Datos personales (campos de texto)

Método de pago

Indica selección

Indica campos obligatorios

Opción de ayuda

Lista

Campos de texto

Info de tarjeta

Otras opciones de donación

Make a Monthly Donation

You can protect threatened species and their habitats today with a monthly donation to World Wildlife Fund. Your support of WWF's global conservation work will make a world of difference.

Your donation makes you a **member of WWF**. A monthly gift of \$100+ makes you a **Partner in Conservation**.

Your Monthly Donation

\$10 \$15 \$20 \$25 \$50 OTHER

I would like to cover processing fees and other expenses to ensure WWF receives more of my contribution.

Select Your Thank-You Gift

Maximize My Donation
You'll receive a pair of socks and a pair of gloves.

Pair of Tiger Socks
Soft organic cotton socks featuring tiger print.

Grocery Shopping Kit
Includes a reusable shopping bag, a reusable water bottle, and a reusable coffee cup.

WWF Water Bottle
20 oz. BPA-free reusable water bottle with a straw.

Donor Information

* First Name * Last Name

* Address 1 Address 2

* City * State * ZIP

* Country * Email Address

Payment Information

Choose a Payment Type:

VISA Bank Account Withdrawal PayPal

* Credit Card Number:

* Expiration Date: / **Lista**

* CVV Number: **Campos de texto**

Opción de ayuda

Submit

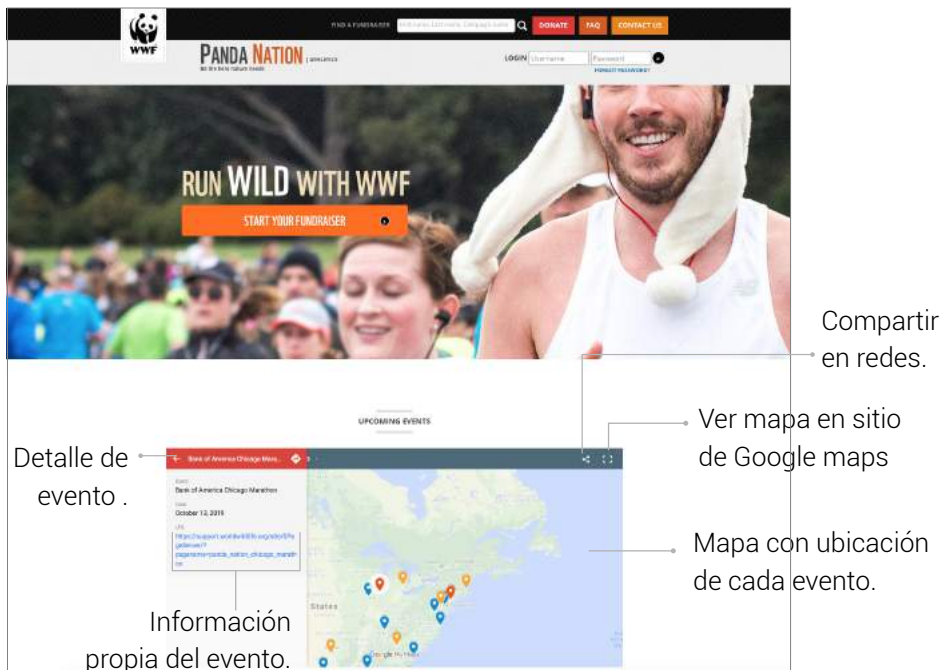
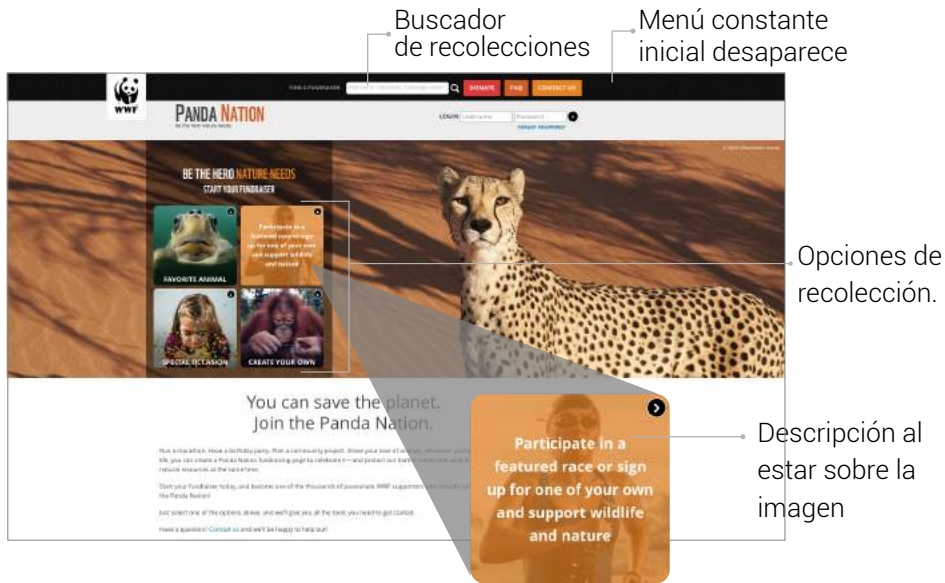
When you click submit, your monthly donation will be processed.

World Wildlife Fund is a 501(c)(3) charitable organization.

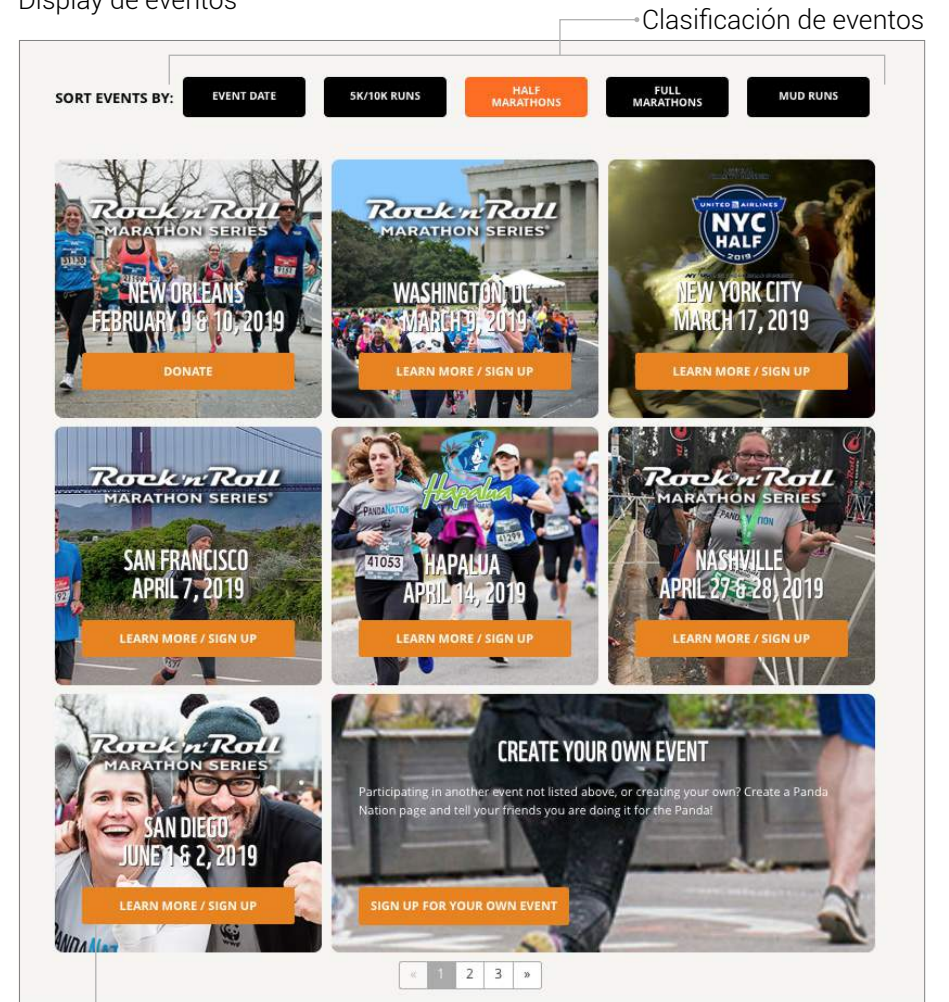
SECURED

To donate by phone, call 1-800-CALL-WWF.
To donate by mail, download, print, and complete this form.

Gestión de eventos



Display de eventos

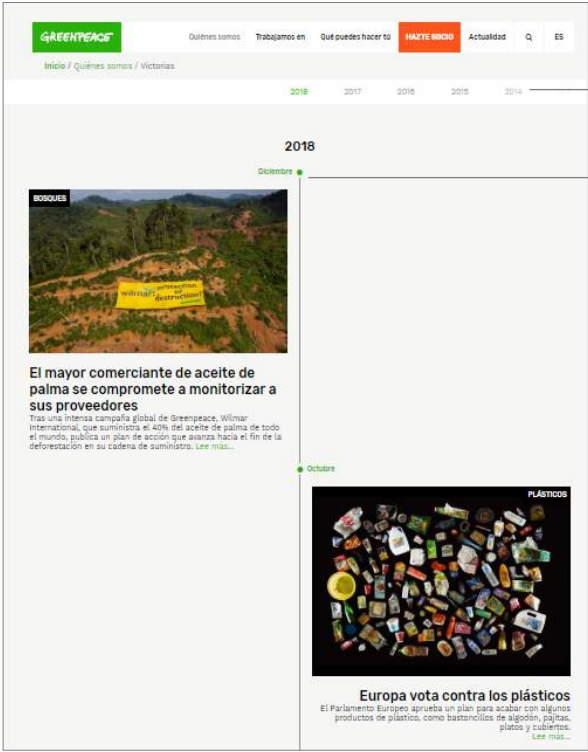


17.1.3 REF 3. GREENPEACE ESPAÑA

Información sobre organización

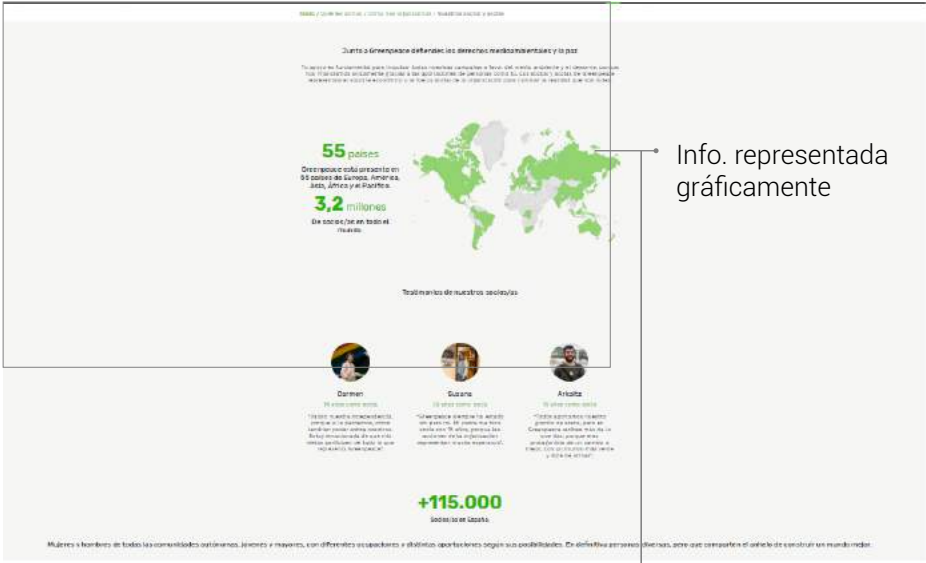


Información en quiénes somos?



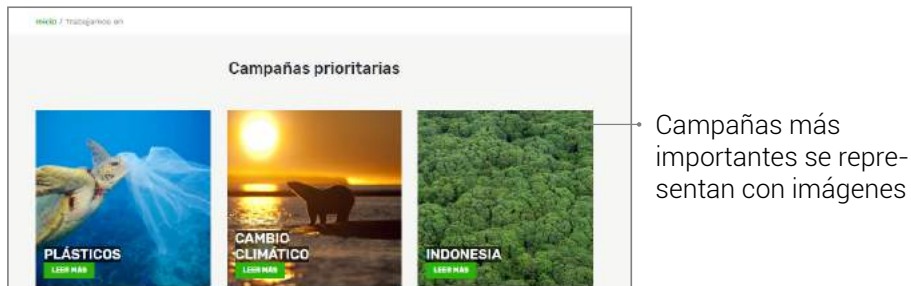
Selección de año

Logros representados en una línea del tiempo

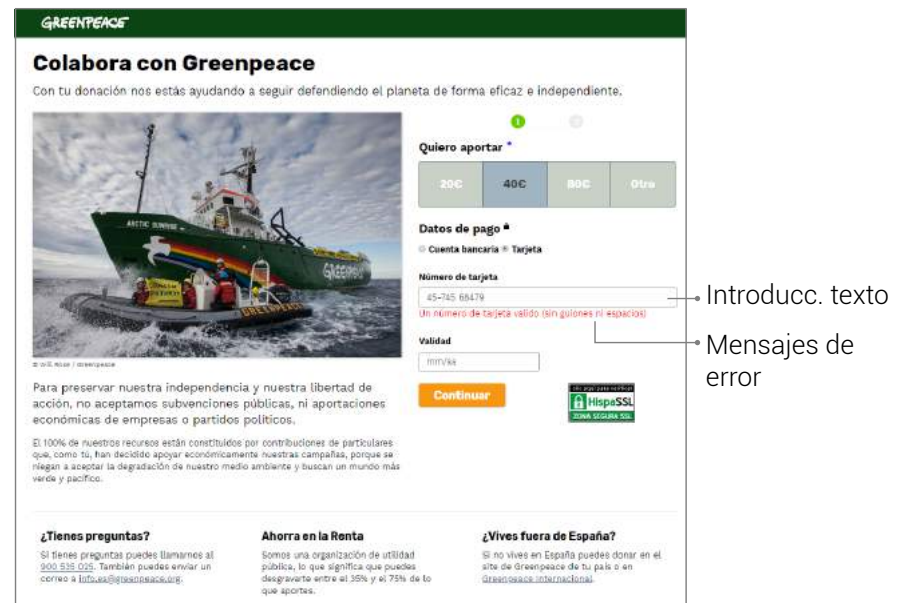
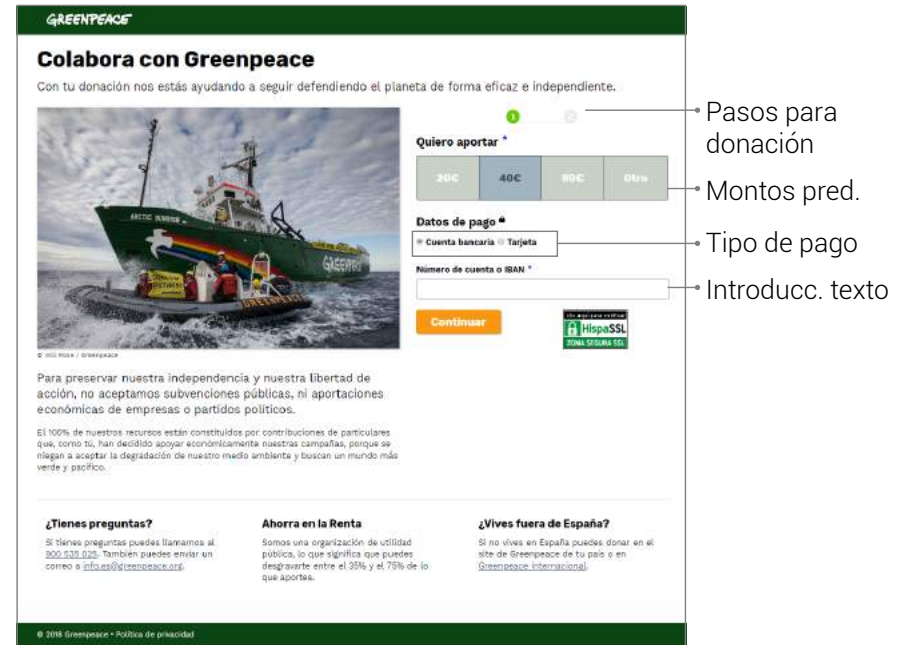


Info. representada gráficamente

Formas de participación

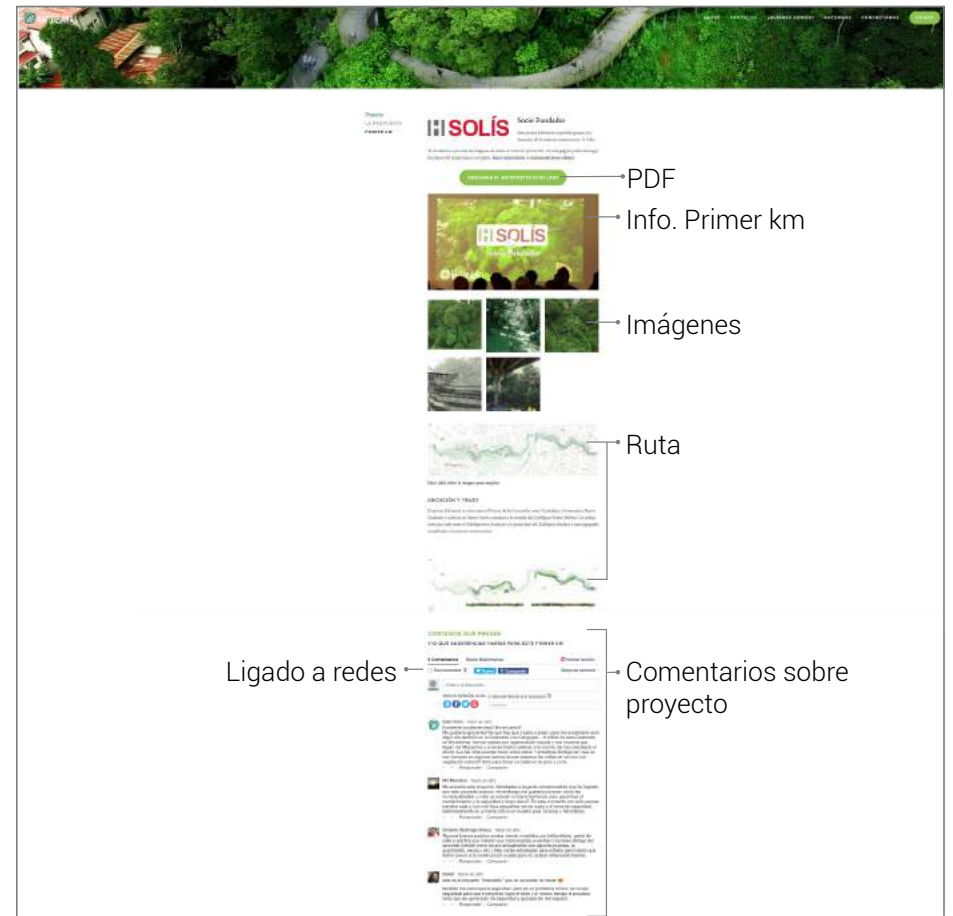


Donaciones



17.1.4 REF 4. RUTAS NATURBANAS

Información sobre proyecto



Donaciones

Donar

¿No quieres pagar nada de diferencia? Pasa un día con nosotros y disfruta de la experiencia.

Donar

Info. cuentas bancarias

Ligado a redes

Plataformas de donación

Yo me uno BAC

Yo me uno BAC

Fundación Rutas Naturbanas

¿QUERES SABER MÁS?

DONANDO TU TIEMPO

Global Giving

Global Giving

Reforestation of Costa Rica's urban riverbanks

Total: \$11.50

Donate to Reforest

Log in

© Copyright 2008-2019 Global Giving. All rights reserved. 1111 Market Street, Suite 100, San Francisco, CA 94102, USA

DONAR

Contacto

Contacto

Si quieres colaborar, donar tu tiempo o hacer una contribución a Horta Naturamas, escribenos por acá. También [puedes donar!](#)

Motivo del contacto:

- ✓ Voluntariado / Volunteering
- Donación / Donations
- Sugerencia / Suggestions
- Otro asunto / Other

Organización / Organization*

E-mail*

Teléfono / Phone

Mensaje / Message*

ENVIAR

Sección de recursos

Recursos

Plan Maestro

DESCARGAR PLAN MAESTRO

Guía Vegetación

DESCARGAR GUÍA DE VEGETACIÓN

Ideación & CoDiseño

DESCARGAR MEMORIA SESIÓN

Vinculación Académica

DESCARGAR

Wallpapers

DESCARGAR

DESCARGAR

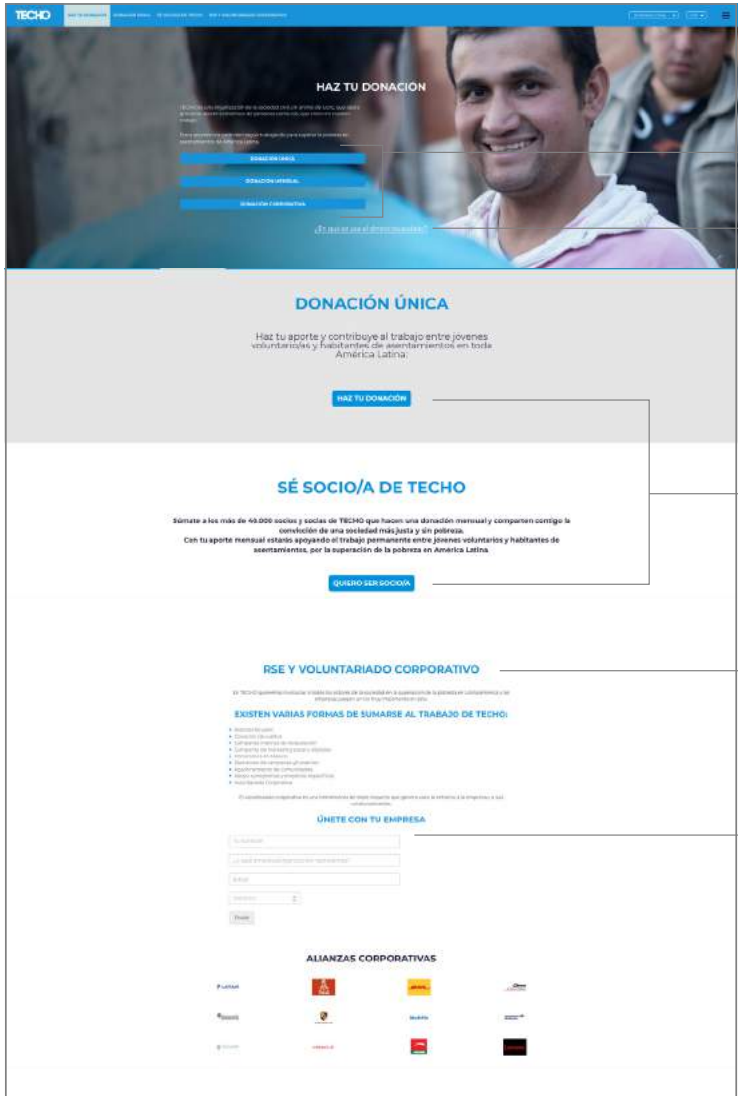
DESCARGAR

Descarga de PDF

Proyectos universitarios

17.1.5 REF 5. TECHO COSTA RICA

Donaciones



Métodos de donación
Dirige a rendición de cuentas

CTA

Info. para empresas

Contacto directo con empresas

Información de la organización



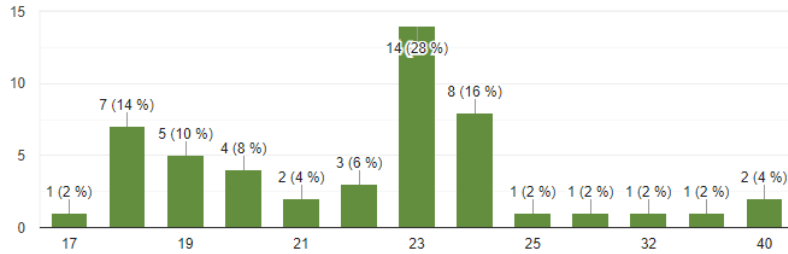
Info. voluntariado

Voluntariado grupal

17.2.1 Resultados formulario 1: Para personas

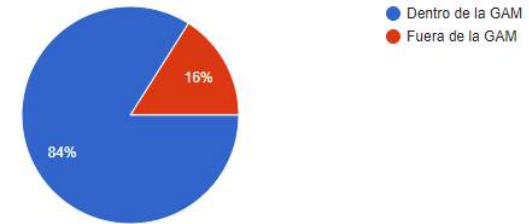
Edad

50 respuestas



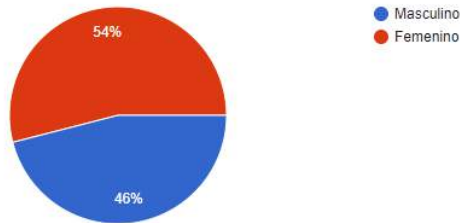
Zona de residencia actual

50 respuestas



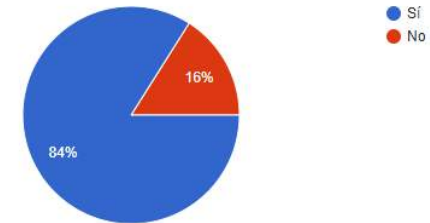
Género

50 respuestas



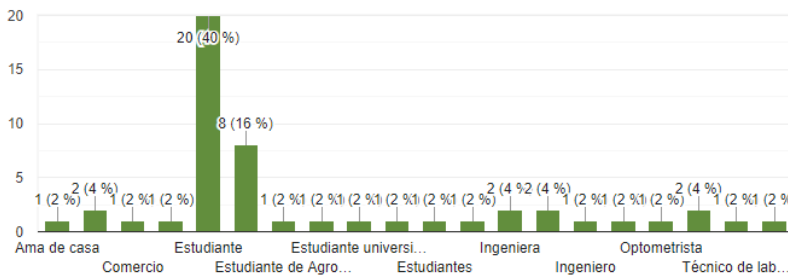
¿Suele realizar trámites en línea? (compras, pagos, transferencias,...)

50 respuestas



Ocupación

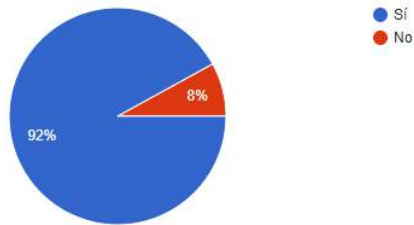
50 respuestas



Compromiso con el medio ambiente

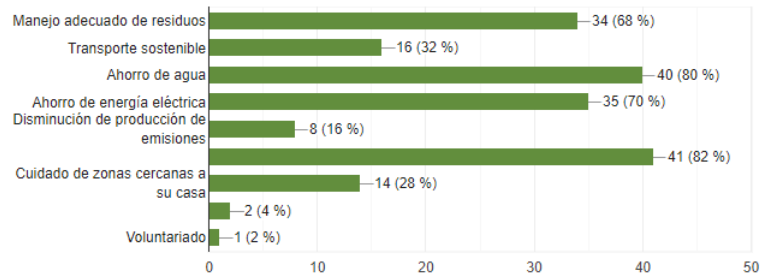
¿Realiza usted acciones que ayuden al medio ambiente?

50 respuestas



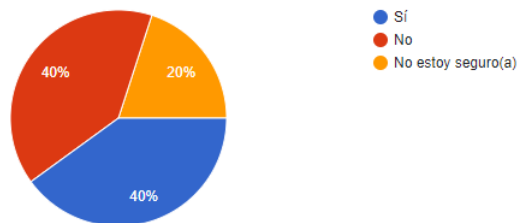
¿Qué acciones realiza usted que ayuden a mejorar la situación ambiental actual?

50 respuestas



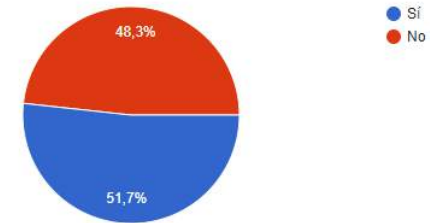
¿Habita o transita usted cerca de algún río de zona urbana? (Río Torres, Río María Aguilar, Río Virilla,...)

50 respuestas



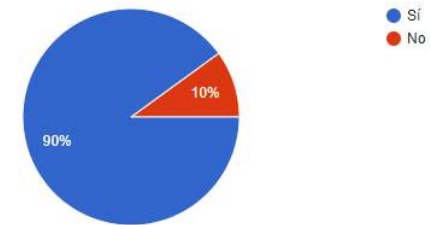
Si la respuesta anterior fue sí, ¿conoce el estado actual de ese río?

29 respuestas



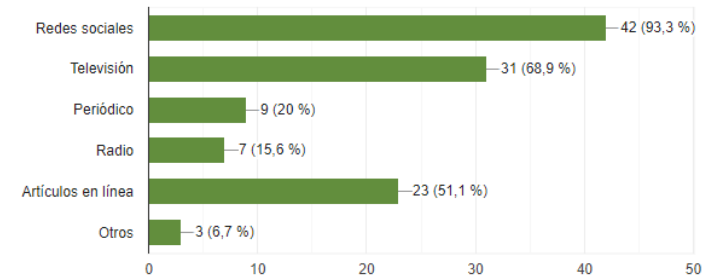
¿Se informa usted acerca de la situación ambiental o social en Costa Rica?

50 respuestas



Si la respuesta anterior fue sí, ¿por cuáles medios lee o ve noticias al respecto?

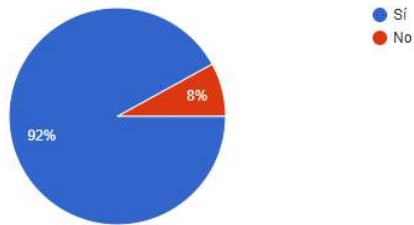
45 respuestas



Conocimiento sobre ONG

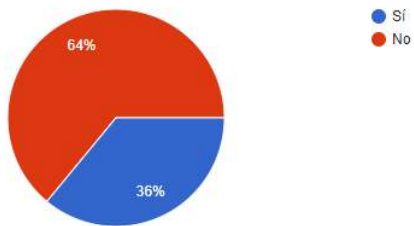
¿Sabe qué es una ONG (Organización No Gubernamental) / Organización sin fines de lucro?

50 respuestas



¿Conoce alguna(s) ONG de Costa Rica?

50 respuestas



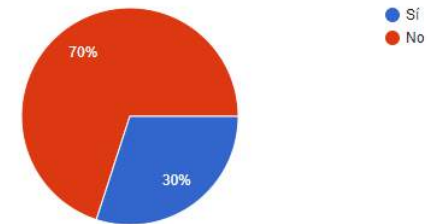
Si la respuesta anterior fue sí, ¿cuáles conoce?

16 respuestas

AIESEC, Chepe se baña, Rescate animal
TECHO
Techo
Árboles Mágicos, Rutas Naturbanas, Lifting Hands, Terra Nostra
Amigos del Rio Torres, Marviva, Worldvision
Árboles Mágicos
Raliegh, GreenWolf, CostaRica Indigena
Wem
Casa Ronald Macdonald
TECHO, ASVO, Hogar Crea, Amigos del Rio Torres, Brahma Kumaris
Asociación Costa Rica por siempre
Cruz Roja

¿Sigue a alguna de estas organizaciones o asociaciones en redes sociales?

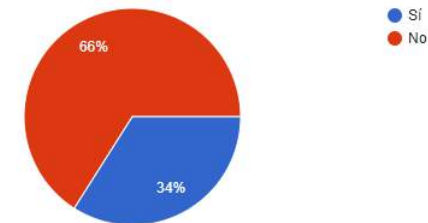
50 respuestas



Cultura de donación

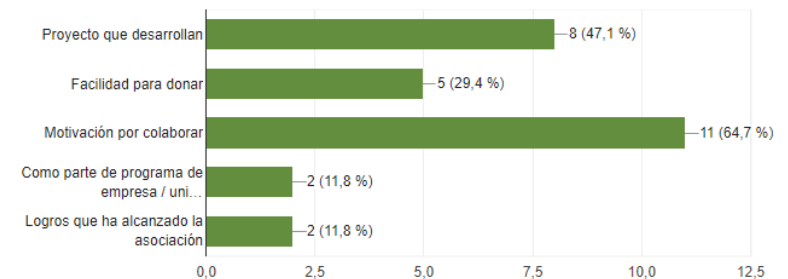
¿Ha colaborado económicamente con alguna asociación o causa de bien social o ambiental?

50 respuestas



Si su respuesta es sí, ¿qué lo motivó a hacerlo?

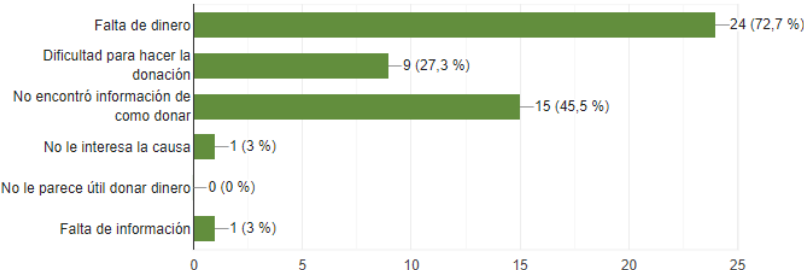
17 respuestas



Cultura de donación

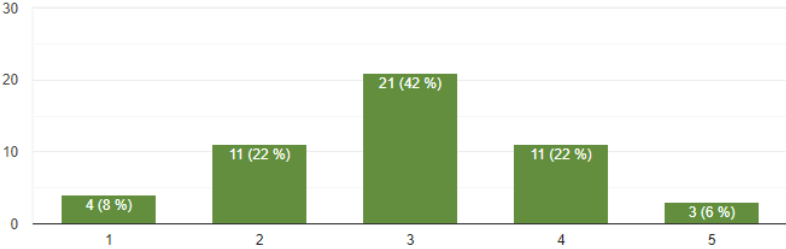
Si su respuesta es no, ¿qué lo ha limitado a hacerlo?

33 respuestas



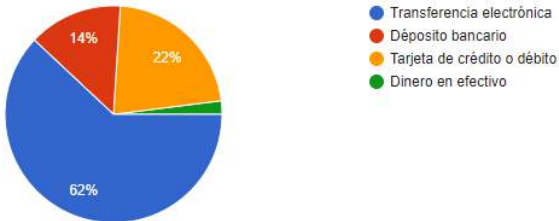
¿Qué tan sencillo o complicado es para usted realizar una donación a una organización o causa de bien social o ambiental?

50 respuestas



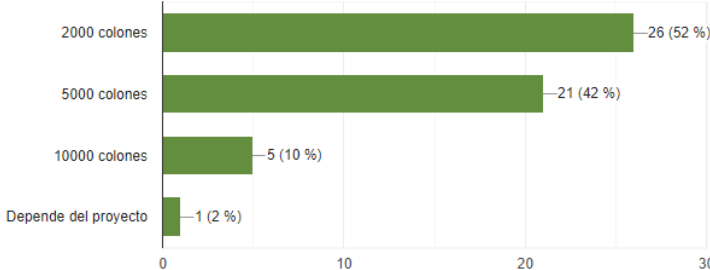
¿Cuál consideraría el método más sencillo para realizar una donación en línea?

50 respuestas



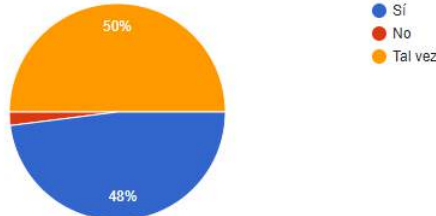
¿Cuál sería un monto promedio que podría donar a una ONG?

50 respuestas



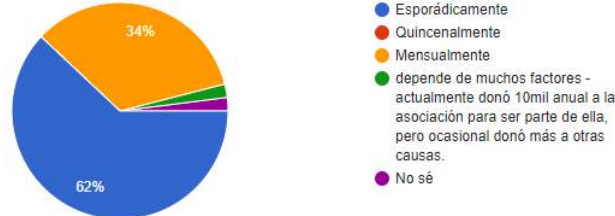
¿Donaría más de una vez a la misma asociación o causa?

50 respuestas



¿Cada cuánto podría realizar una donación?

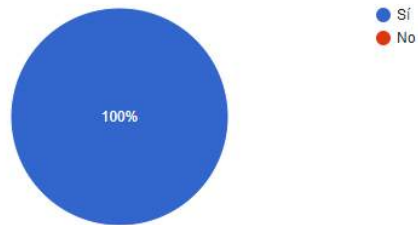
50 respuestas



Cultura de donación

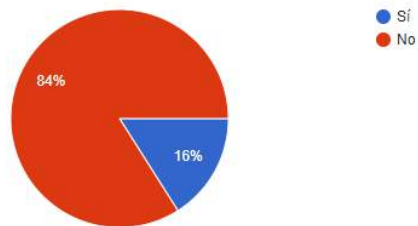
¿Le gustaría conocer en qué se invierten las donaciones económicas entregadas a una asociación / organización?

50 respuestas



¿Conoce o ha escuchado acerca de la Asociación Amigos del Río Torres?

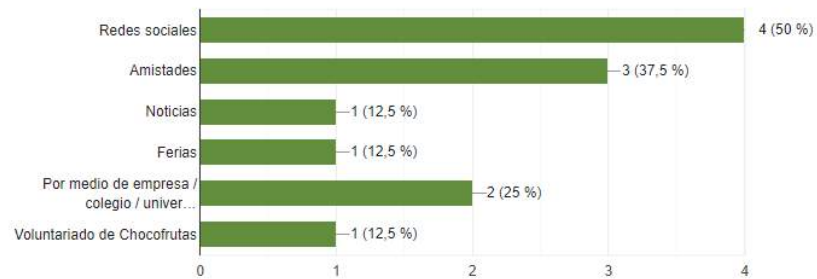
50 respuestas



Amigos Del Río Torres

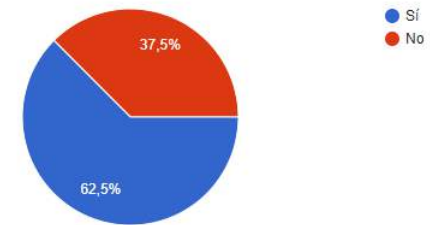
¿Cómo se enteró de la existencia de la asociación?

8 respuestas



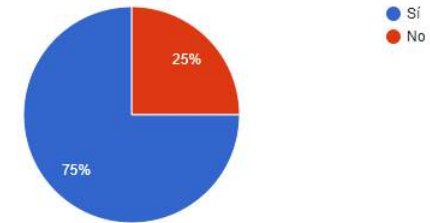
¿Sigue actualmente a la asociación en redes sociales?

8 respuestas



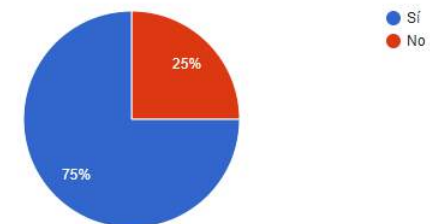
¿Ha realizado o realizaría voluntariado con la asociación?

8 respuestas



¿Ha colaborado o colaboraría económicamente con la asociación?

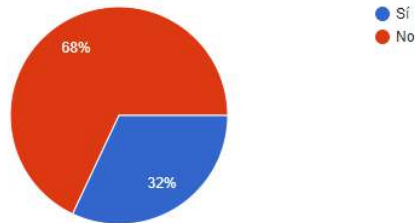
8 respuestas



Voluntariado

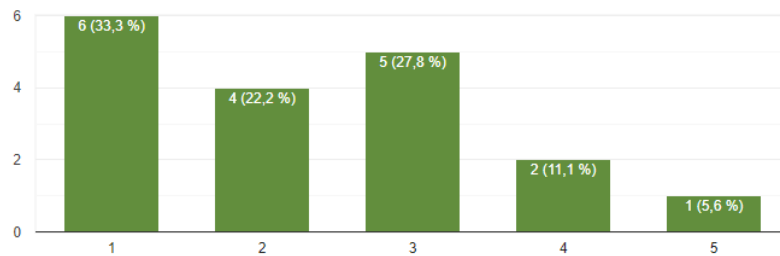
¿Alguna vez ha realizado algún tipo de voluntariado / TCU en pro del ambiente?

50 respuestas



Si su respuesta anterior fue sí, ¿qué tan sencillo o complicado fue encontrar información al respecto?

18 respuestas



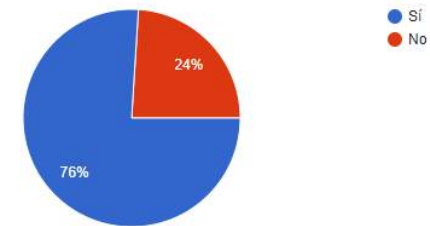
¿Qué complicó o simplificó el proceso?

7 respuestas

Falta de interés, en su momento
Conozco a muchas personas en esa área personalmente
Internet
Redes sociales
En el colegio dieron la información
En realidad no había información facilitada, me di cuenta por un amigo
Seguir páginas de voluntariado

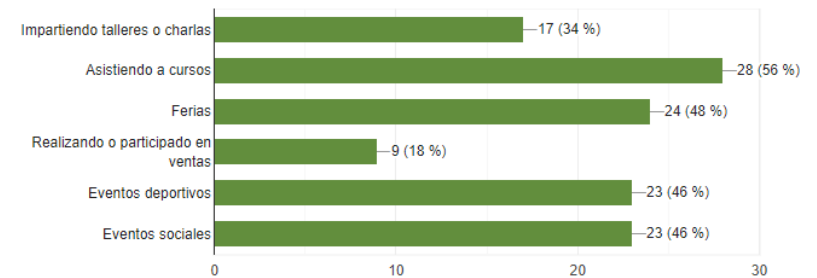
¿Realizaría voluntariado en jornadas de limpieza y rescate de ríos de la zona urbana?

50 respuestas



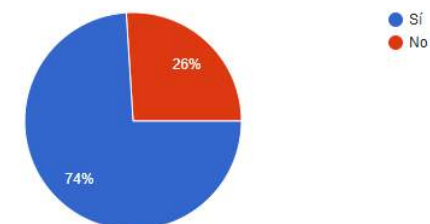
¿Estaría dispuesto a colaborar con alguna asociación de otra forma?, ¿cómo?

50 respuestas



¿Le gustaría invertir su tiempo siendo voluntario de alguna ONG?

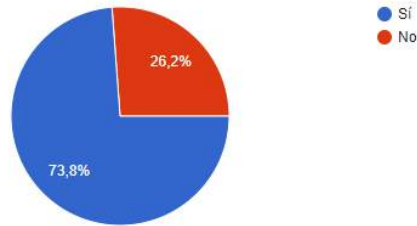
50 respuestas



Voluntariado

Si es estudiante, ¿le interesaría realizar su TCU con una asociación que se dedique a rescatar ríos urbanos?

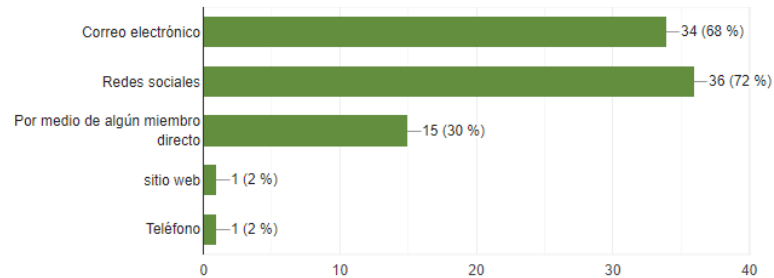
42 respuestas



Contacto

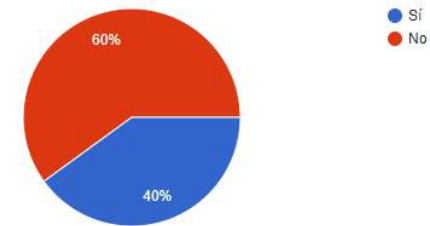
¿En caso de necesitar contacto directo con una asociación, cómo lo realizaría?

50 respuestas



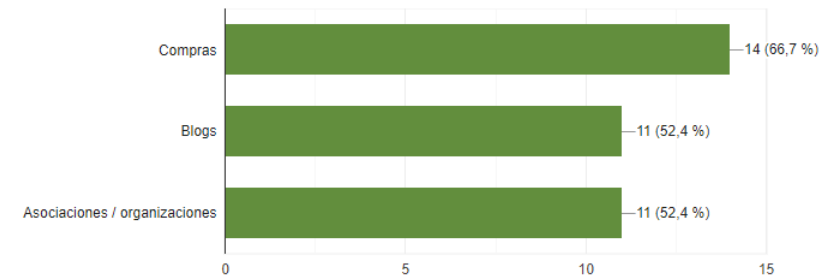
¿Suele suscribirse en páginas web para recibir boletines a su correo electrónico? (vea el ejemplo 1 abajo)

50 respuestas



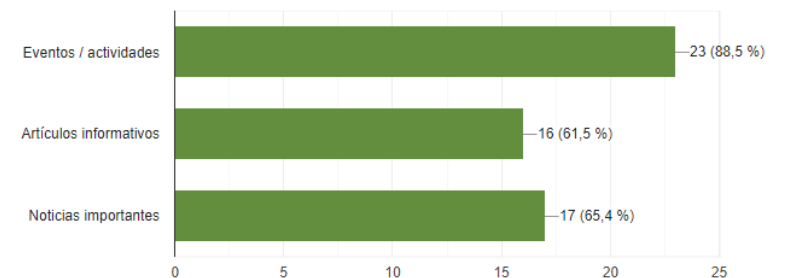
Si su respuesta es sí, ¿en qué tipo de sitios ha realizado suscripciones?

21 respuestas



¿Qué tipo de información le envían en estos boletines?

26 respuestas



Sugerencias

Agradecemos cualquier sugerencia o comentario que le parezca importante y que pueda aportar.

2 respuestas

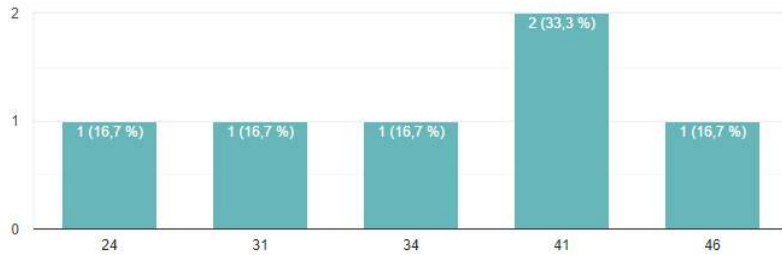
Despertar el interés en el tema es muy importante, muchas personas no colaboran con este tipo de causas, por falta de interés o de información, sería bueno informar de forma más eficaz para que más personas se unan a la causa.

Es un proyecto muy interesante de llevar a cabo, estaré pendiente de las redes sociales para estar informado y ver de que forma podría ayudar. Espero que el equipo logre crecer más y coseche buenos resultados.

17.2.2 Resultados formulario 2: Para empresas

Edad

6 respuestas



Empresa en la que trabaja

6 respuestas

Wahl clipper co
Crux Consultores
Tienda y sastrería
Personal
GrupoQ
BAC

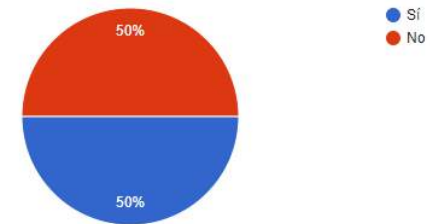
¿Cuál es un rango de edad aproximado de los colaboradores de su empresa?

6 respuestas

De 30 en adelante
28
30 a 55
40-65
27
40

Tienen departamento de Responsabilidad Social?

6 respuestas



Información de la empresa

Sector en el que se desarrolla la empresa

6 respuestas

Comercial
Desarrollo de Software y TI
Textil
Industrial
Talleres
Financiero

¿Cuál departamento de la empresa organiza estos programas?

6 respuestas

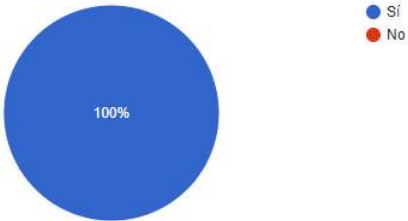
Recursos humanos
Recursos Humanos
No existe
N-a
Calidad
Talento Humano

17.2.2 Resultados formulario 2: Para empresas

Información de la empresa

¿Considera usted los programas de responsabilidad social relevantes para la empresa y sus colaboradores?

6 respuestas



¿Por qué cree usted que son o no son importantes estos programas para la empresa y sus colaboradores?

5 respuestas

- Para retribuirle algo bueno a la comunidad y el país
- Son importantes para crear conciencia
- Ya que ayudan a la comunidad
- Hay q devolver algo a las comunidades
- Cercanía a la población entre muchos otros...

Conciencia ambiental empresarial

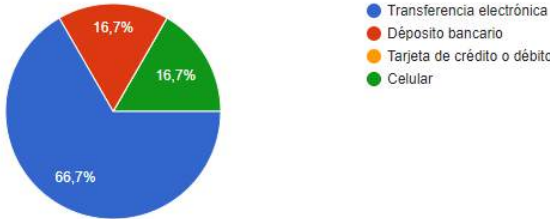
¿Apoyan actualmente a alguna ONG como parte de su programa de responsabilidad social / obtención de Bandera Azul?

6 respuestas



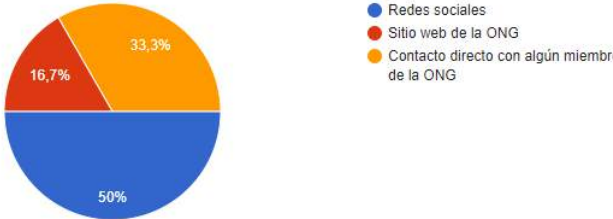
¿Por cuál medio consideraría más sencillo realizar una donación económica, (siendo una empresa la donante)?

6 respuestas



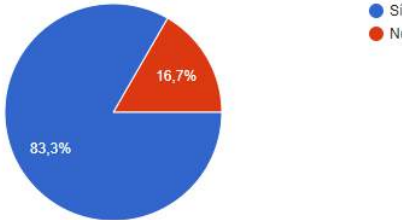
¿Por cuáles medios buscaría información para colaborar con alguna ONG por medio de su empresa?

6 respuestas



¿Realizaría usted voluntariado empresarial en jornadas de rescate de ríos?

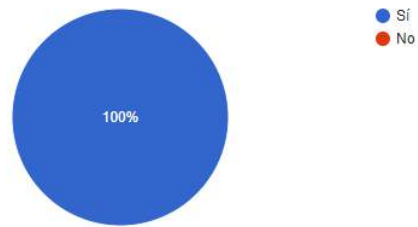
6 respuestas



Conciencia ambiental empresarial

¿Asistiría a charlas de educación / conciencia ambiental en su empresa?

6 respuestas

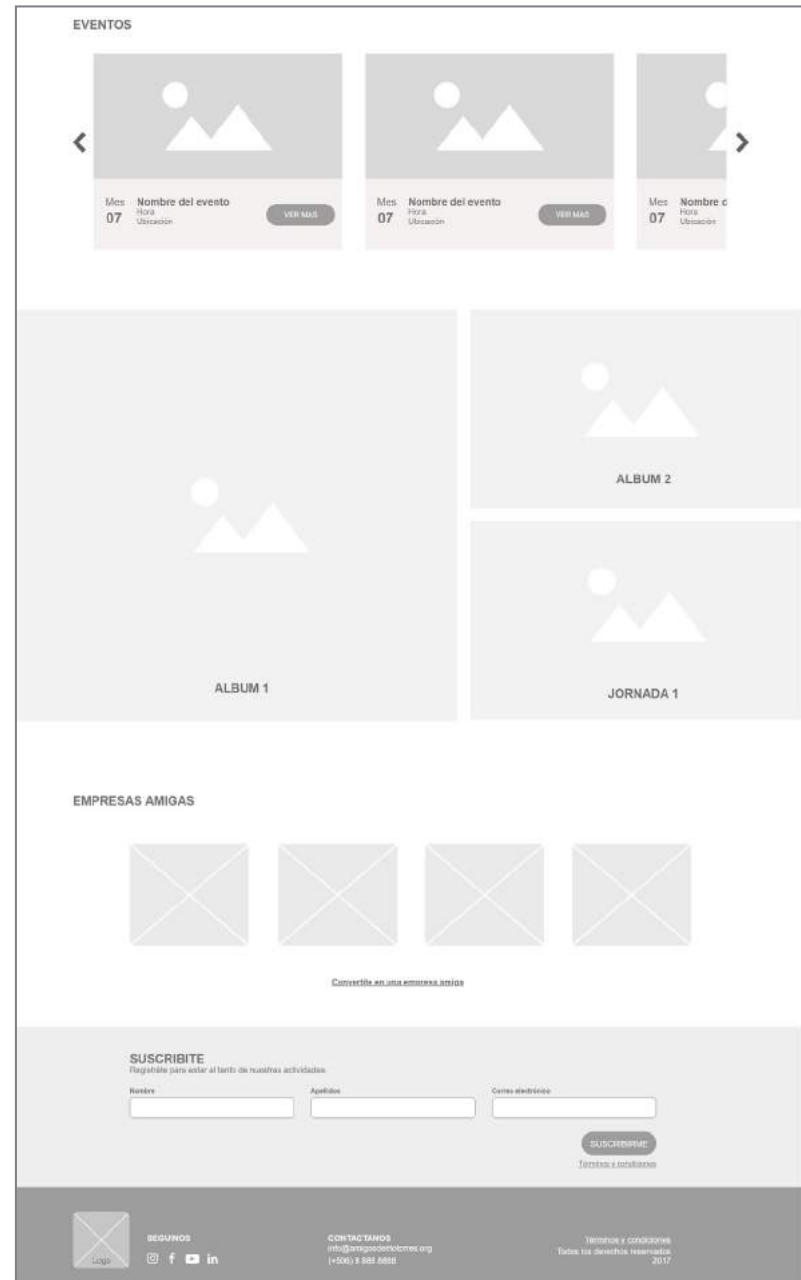
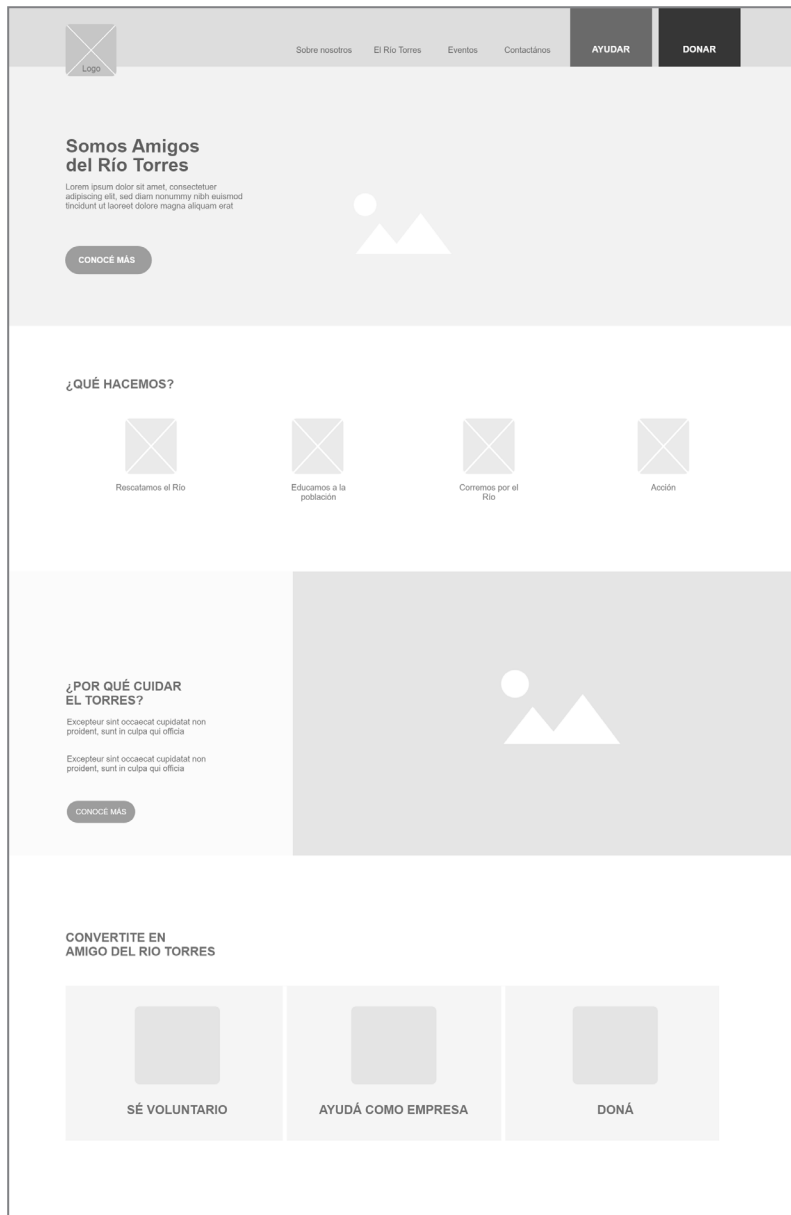


¿Conoce usted o tiene alguna relación su empresa con la Asociación Amigos Del Río Torres?

6 respuestas



Homepage



Sobre nosotros

Logo

Sobre nosotros | El Río Torres | Eventos | Contactanos | **AYUDAR** | **DONAR**

Somos Amigos del Río Torres

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut vero enim ad necam veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Quienes somos? | Qui hacemos? | Historia | Cómo nos financiamos? | Miembros | Empresas amigas | Colaboradores

Los ríos no se devuelven

Excepleur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia

COMPARTIR

¿QUÉ HACEMOS?

Texto
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

Texto
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

Texto
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

Texto
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

¿Estate vos también

HISTORIA

Excepleur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia

FUNDACIÓN
Excepleur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia
Excepleur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia

2013 | Año | Año | Año | Año | Año | Año

CÓMO NOS FINANCIAMOS?

Excepleur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia

CANTIDAD
Excepleur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia

CANTIDAD
Excepleur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia

CANTIDAD
Excepleur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia

MIEMBROS

PERSONA 1 CARGO

PERSONA 2 CARGO

PERSONA 3 CARGO

PERSONA 4 CARGO

PERSONA 5 CARGO

EMPRESAS AMIGAS

Conéctate en una empresa amiga

COLABORADORES

SUSCRIBITE

Regístrate para estar al tanto de nuestras actividades.

Nombre Apellido Correo electrónico

SUSCRIBIRME

También puedes donar

Logo

SEGUIR NOS
@ @ @ @

CONTACTANOS
info@amigosdelrivotres.org
(+505) 8 850 8886

DESCRIPCION Y CONTACTOS
Toda la información relacionada
2017

El Río Torres

Logo

Sobre nosotros | El Río Torres | Eventos | Contactanos | **AYUDAR** | **DONAR**

Quién es el Río Torres?

Placeholder text for the 'Quién es el Río Torres?' section.

Quiero ser el Río Torres? | Experiencia | Estado | Ubicación

IMPORTANCIA

Four columns of placeholder text, each with a square icon.

ESTADO

Placeholder for a state or status section.

CONVERTITE EN AMIGO DEL RIO TORRES

SE VOLUNTARIO | AYUDA COMO EMPRESA | DONA

UBICACIÓN

Placeholder text and a map image.

SUSCRIBITE

Form fields for Name, Apellido, and Correo electrónico. Includes a 'SUSCRIBIRSE' button.

Logo

SEGUIRnos | CONTACTANOS | Teléfono: +508 888 8888

Contacto

Logo

Sobre nosotros | El Río Torres | Eventos | Contactanos | **AYUDAR** | **DONAR**

CONTACTÁNOS

Placeholder image for the contact section.

CORREO ELECTRÓNICO
info@amigosdelriotorres.org

TELÉFONO
(+508) 8 888 8888

REDES
f | @ | y | in

MENSAJE DIRECTO

Envíanos un mensaje si tienes alguna duda.

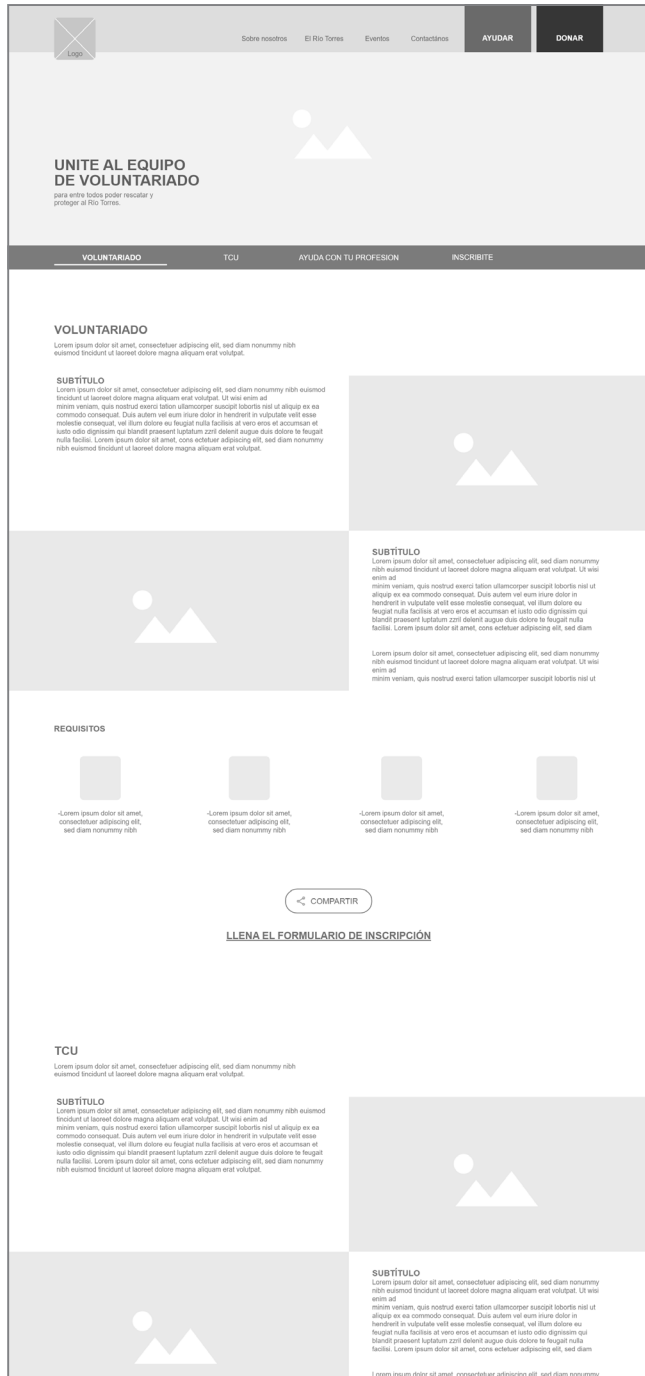
Nombre: Apellidos:

Asunto: Correo electrónico*:

Mensaje:

ENVIAR

[Ejemplos de preguntas](#)



Ayuda como empresa

[Sobre nosotros](#)
[El Rio Torres](#)
[Eventos](#)
[Contactanos](#)
[AYUDAR](#)
[DONAR](#)

SÉ PARTE DESDE TU EMPRESA

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.

[PROGRAMAS CORTO PLAZO](#)
[PROGRAMAS LARGO PLAZO](#)
[CONTACTANOS](#)
[EMPRESAS AMIGAS](#)

PROGRAMAS CORTO PLAZO

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

SUBTÍTULO

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wis enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum irure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel diam dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et justo odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue dui dolore fe fugiat nulla facilis. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

SUBTÍTULO

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wis enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum irure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel diam dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et justo odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue dui dolore fe fugiat nulla facilis. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

BENEFICIOS

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

[← COMPARTIR](#)

CONTACTANOS SI ESTAS INTERESADO

PROGRAMAS LARGO PLAZO

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

SUBTÍTULO

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wis enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum irure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel diam dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et justo odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue dui dolore fe fugiat nulla facilis. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

SUBTÍTULO

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wis enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum irure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel diam dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et justo odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue dui dolore fe fugiat nulla facilis. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

Formulario de ayuda como empresa

[Sobre nosotros](#)
[El Rio Torres](#)
[Eventos](#)
[Contactanos](#)
[AYUDAR](#)
[DONAR](#)

SÉ PARTE DESDE TU EMPRESA

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.

[PROGRAMAS CORTO PLAZO](#)
[PROGRAMAS LARGO PLAZO](#)
[CONTACTANOS](#)
[EMPRESAS AMIGAS](#)

PROGRAMAS CORTO PLAZO

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

SUBTÍTULO

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wis enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum irure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel diam dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et justo odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue dui dolore fe fugiat nulla facilis. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

SUBTÍTULO

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wis enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum irure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel diam dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et justo odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue dui dolore fe fugiat nulla facilis. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

BENEFICIOS

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

[← COMPARTIR](#)

CONTACTANOS SI ESTAS INTERESADO

CONTACTANOS

Si necesitas más información sobre el contacto con nosotros:

✉ **EMAIL ELECTRONICO**
info@empresasamigas.org

☎ **TELÉFONO**
(+506) 6 086 8888

VENDE DIRECTO

Nombre	Apellido
<input type="text"/>	<input type="text"/>
Empresa*	Cómo recibimos*
<input type="text"/>	<input type="text"/>
Teléfono	Asunto
<input type="text"/>	<input type="text"/>
Mensaje	
<input style="height: 40px;" type="text"/>	

[Enviar](#)

*Obligatorio

EMPRESAS AMIGAS

SUSCRIBITE

Regístrate para estar al tanto de nuestras actividades.

[Suscribirse](#)

*Obligatorio

SIGUEMOS

[f](#)
[t](#)
[in](#)

CONTACTANOS

info@empresasamigas.org

(+506) 6 086 8888

Tercera y quinceava

Torres de la Democracia, San José

2017

Donar



[Sobre nosotros](#) | [El Rio Torres](#) | [Eventos](#) | [Contactáenos](#)

AYUDAR

DONAR


DONÁ PARA EL TORRES

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo.



TARJETA DE CREDITO / DEBITO

Puedes donar por medio de la plataforma "Yo me uno" del BAC, ingresando los datos de tu tarjeta de crédito o débito de cualquier banco.



INGRESÁ AQUI

MENSAJE DE SEGURIDAD

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh.

TRANSFERENCIAS ELECTRONICAS / DEPOSITOS

Para donaciones como empresa o personales para montos mayores a \$50.

NUMEROS DE CUENTA

● **Banco Nacional**

CUENTAS CORRIENTES 000000000 CRC 000000000 USD	CUENTAS CUJENTES 00000000000000000000 CRC 12345678901234567 USD
--	---

● **BAC**

CUENTAS CORRIENTES 000000000 CRC 000000000 USD	CUENTAS CUJENTES 00000000000000000000 CRC 12345678901234567 USD
--	---

COMPARTIR

[Términos y condiciones](#)

SUSCRIBITE

Regístrate para estar al tanto de nuestras actividades.

Nombre:

Apellidos:

Correo electrónico:

SUSCRIBIRME

[Términos y condiciones](#)



SEGUIMOS


@ f y in

CONTACTANOS

info@seguimosedelatorres.org
(+506) 8 888 8888

Términos y condiciones
Todos los derechos reservados
2017

Eventos




[Sobre nosotros](#) | [El Rio Torres](#) | [Eventos](#) | [Contactáenos](#)

AYUDAR


DONAR

Eventos

Apoyáenos en los diferentes tipos de eventos que realizamos todos los meses.



<
MES
>




Mes
07

Nombre del evento

Hora Ubicación

<
>




Mes
07

Nombre del evento

Hora Ubicación

<
>




Mes
07

Nombre del evento

Hora Ubicación

<
>



Mes
07

Nombre del evento

Hora Ubicación

<
>

SUSCRIBITE

Regístrate para estar al tanto de nuestras actividades.


Nombre:

Apellidos:

Correo electrónico:

SUSCRIBIRME

[Términos y condiciones](#)



SEGUIMOS

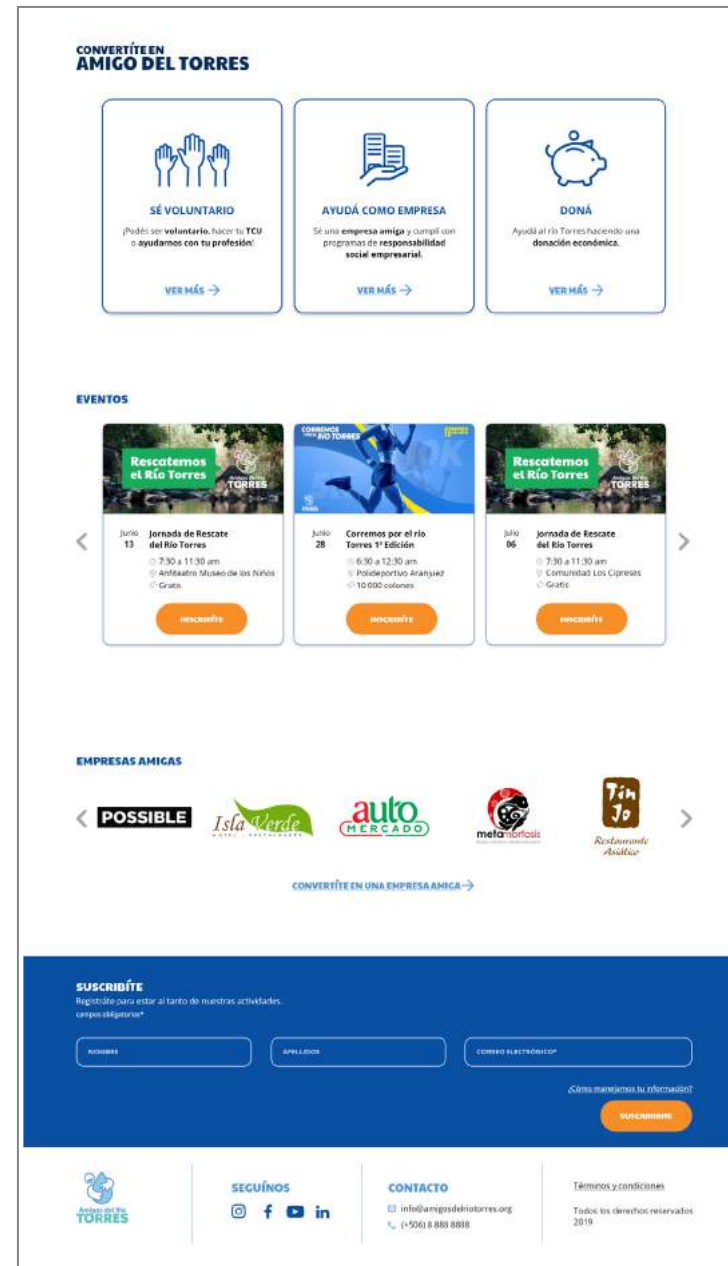
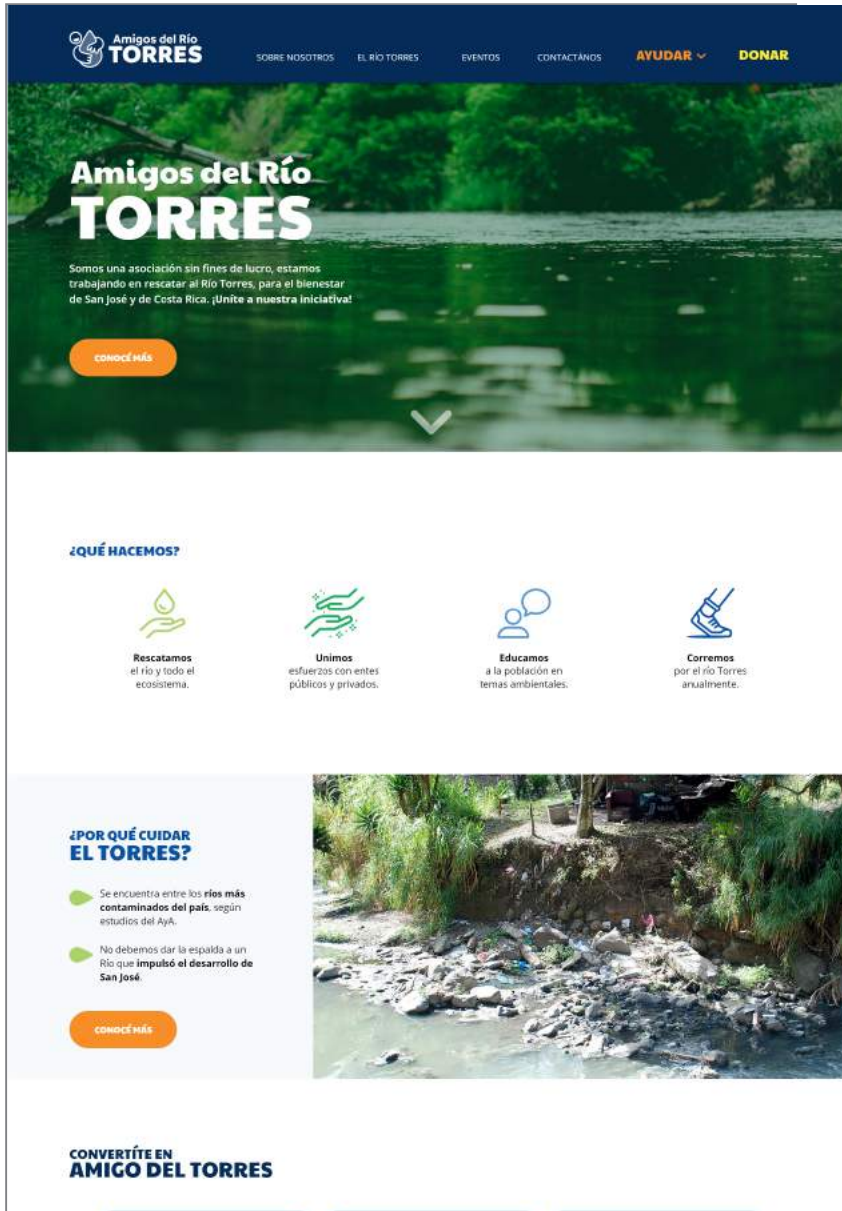
@ f y in

CONTACTANOS

info@seguimosedelatorres.org
(+506) 8 888 8888

Términos y condiciones
Todos los derechos reservados
2017

Homepage



Sobre nosotros

Amigos del Río TORRES

SOBRE NOSOTROS EL RÍO TORRES EVENTOS CONTACTÁNDOS AYUDAR DONAR

Amigos del Río TORRES

Somos una asociación sin fines de lucro, compuesta por voluntarios y emprendedores sociales que buscan promover la protección del Río Torres con el fin de rescatar esa microcuencia urbana.

¿Quiénes somos? ¿Qué hacemos? Historia ¿Cómo nos financiamos? Miembros Colaboradores Empresas amigas

LOS RÍOS NO SE DEVUELVEN

¡Estamos felices porque con este video ganamos el concurso de Giant Heart patrocinado por KarmaTribe!

Los Ríos no se devuelven y nosotros tampoco nos vamos a devolver.

COMPRAR

¿QUÉ HACEMOS?

- Rescatamos** el Río y todo el ecosistema. Trabajamos en el río y en sus alrededores, queremos ayudar tanto a la fauna como a las personas que viven cerca de él.
- Unimos esfuerzos**. Buscamos apoyo de instituciones de gobierno, municipalidades, empresas públicas y privadas.
- Educamos** a la población. Queremos educar a niños y jóvenes para que sus generaciones protejan este y todos los ríos del país.
- Corremos** por el Río. Organizamos una carrera anual para todos los amigos del Río Torres.

SÉ PARTE VOS TAMBIÉN →

HISTORIA

Conocé nuestro recorrido como asociación en los últimos años.

- 2013** FUNDACIÓN DE AMIGOS DEL RÍO TORRES. Comienza la iniciativa con la meta clara de tener un río Torres vivo y saludable.
- 2014
- 2016
- 2017
- 2018

¿CÓMO NOS FINANCIAMOS?

- 70% de los materiales** necesarios para efectuar las jornadas de rescate son donados por personas o empresas.
- 100.000 de colones** recolectados a partir de donaciones en línea de nuestros amigos del río Torres.
- 2.000.000 de colones** invertidos en la organización de la carrera vienen de patrocinios de empresas amigas.

AYUDÁNDOS A CONTINUAR →

MIEMBROS

- Carlos Velásquez Ortiz** - Presidente
- Alejandra Mendéz Vega** - Vicepresidenta
- Ericka Artés Montes** - Secretaria
- Eduardo Castro Leiva** - Tesorero
- José Andrés Villanueva** - Representante Municipalidad de San José

COLABORADORES

Logos of: NATURABANAS, TERRA NOSTRA, HOCO FRUTAS, RÍO URBANO, ARBOLitos MÁGICOS

EMPRESAS AMIGAS

Logos of: POSSIBLE, Isla Verde, auto MERCADO, melonrolous, Tán Jo, Rescatando Análisis

CONVÉRTETE EN UNA EMPRESA AMIGA →

SUSCRÍBETE

Regístrate para estar al tanto de nuestras actividades. campos obligatorios*

Nombre: Apellidos: Correo electrónico:

¿Cómo manejamos tu información? [VER](#)

SUSCRIBIRSE

SEGUÍNOS

CONTACTO
 info@amigosdelriotorres.org
 (+506) 8 888 8888

Términos y condiciones
 Todos los derechos reservados 2019

El Río Torres

Amigos del Río TORRES
SOBRE NOSOTROS EL RÍO TORRES EVENTOS CONTACTÁNOS **AYUDAR** **DONAR**

¿Quién es el Río TORRES?

Es un río urbano ubicado en San José, Costa Rica. Su afluente, desemboca en el Río Grande de Tarcolés, uno de los más contaminados de Centroamérica.

¿Quién es el Río Torres? ¿Por qué protegerlo? Estado Ubicación

¿POR QUÉ PROTEGERLO?

- Historia josefina**
El Río Torres abasteció de agua a los primeros pobladores por el 1750 y movió las turbinas que darían electricidad a San José.
- Venas de Costa Rica**
Cuidar a los ríos es cuidarnos a nosotros y a todo el país, los ríos son vida y nutrición para nuestros suelos.
- Alta contaminación**
Se encuentra entre los ríos más contaminados del mundo, según resultados de estudios de coliformes del AyA.
- Impacto social y ambiental**
Queremos un eje de desarrollo urbano, relevante en la vida social, recreativa, cultural y económica de Costa Rica.

AYUDÁNOS VOS TAMBIÉN →

META
Año 2026

META
Año 2026

UBICACIÓN

San José, Costa Rica.

ZONA DE INTERÉS

Parque de Diversiones URUCA
PAVAS
Parque Metropolitano La Sabana
Parque Central San José
SAN PEDRO
GUADALUPE
SABANILLA
SAN RAFAEL
SAN JOSÉ

CONVÉRTETE EN AMIGO DEL TORRES

- SÉ VOLUNTARIO**
¡Podés ser voluntario, hacer tu TCU o ayudarnos con tu profesión!
VER MÁS →
- AYUDÁ COMO EMPRESA**
Sé una empresa amiga y cumplí con programas de responsabilidad social empresarial.
VER MÁS →
- DONÁ**
Ayudá al Torres haciendo una donación económica.
VER MÁS →

SUSCRIBÍTE

Regístrate para estar al tanto de nuestras actividades. campos obligatorios*

NOMBRE APELLIDOS CORREO ELECTRÓNICO*

SUSCRIBIRME
Términos y condiciones

Amigos del Río TORRES

SEGUÍNOS
Instagram Facebook YouTube LinkedIn

CONTACTO
info@amigosdelrivotres.org
(+506) 8 888 8888

Términos y condiciones
Todos los derechos reservados 2019

Contacto

Donar

Ayuda como persona


AYUDAR ▾ DONAR

Voluntariado TCU Ayudá con tu profesión Inscríbete

Únete al equipo de VOLUNTARIADO

Informate acerca de las diferentes formas de voluntariado que podés realizar, para entre todos poder rescatar y proteger al Río Torres.

VOLUNTARIADO

Forma parte de nuestro equipo de voluntariado, podés colaborar en las jornadas de rescate, ferias, charlas empresariales y educativas, y otros eventos.



Conocé más...
Entre más personas nos unamos a salvar el Torres, más rápido lo vamos a lograr, nuestro equipo de voluntariado es una familia y a parte de trabajar por el Torres, nos unimos y aprendemos de cada uno algo diferente.


¿Qué se hace como voluntario?

- Ayudar en la organización y gestión de jornadas de rescate, el día de la actividad así como días antes, preparando materiales, planificando zonas de limpieza, organizando grupos de personas.
- Colaborar en nuestro stand en las ferias, participamos en diferentes ferias de programas ambientales así como en la Feria Verde en Barrio Aranjuez y el Mercadito de Curridabat, tenemos voluntarios que atienden a las personas que se acercan a nuestro stand.
- Gestión de eventos, para la planificación y organización de los eventos que realizamos, como charlas, carreras, reuniones, entre otros, es importante la colaboración de voluntarios para dividir las diferentes tareas.

REQUISITOS



Ser **mayor de edad**.



Capacidad de trabajo en **equipo**.




Tener **disponibilidad de tiempo** previo a eventos o jornadas.

LLENÁ EL FORMULARIO DE INSCRIPCIÓN

← COMPARTIR

Formulario de ayuda como persona



AYUDAR ▾ DONAR

Voluntariado TCU Ayudá con tu profesión Inscríbete


Únete al equipo de VOLUNTARIADO

Informate acerca de las diferentes formas de voluntariado que podés realizar, para entre todos poder rescatar y proteger al Río Torres.


REQUISITOS



Estudios de la profesión con la que va a ayudar terminada o próxima a terminar.



Capacidad de trabajo en **equipo**.



Interés por la problemática ambiental.

LLENÁ EL FORMULARIO DE INSCRIPCIÓN

← COMPARTIR

INSCRIBÍTE

Llená el formulario para poder ponernos en contacto con vos y que seas parte de nuestro equipo de voluntarios.
campos obligatorios*

¿Cómo utilizamos tu información?


INSCRIBIRSE

SUSCRIBÍTE


Regístrate para estar al tanto de nuestras actividades.
campos obligatorios*

¿Cómo manejamos tu información?

SUSCRIBIRSE



SEGUÍNOS



CONTACTO

info@amigosdelriotorres.org
(+506) 8 888 8888

Términos y condiciones

Todos los derechos reservados 2019

Ayuda como empresa

Amigos del Río TORRES SOBRE NOSOTROS EL RÍO TORRES EVENTOS CONTACTÁMONOS **AYUDAR** **DONAR**

Sé parte desde tu EMPRESA

Informate acerca de las diferentes formas de voluntariado que podés realizar, para entre todos poder rescatar y proteger al Río Torres.

Programas Responsabilidad Social Empresarial Ser patrocinador Contactámonos Empresas Amigas

PROGRAMAS RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Con estos programas tu empresa puede cumplir con los programas de responsabilidad social, realizar voluntariado empresarial, así como cumplir con los requisitos de obtención de Bandera Azul Ecológica.

Conocé más...
Estos programas son de corto plazo, en los que te ofrecemos la posibilidad de colaborar con tu empresa en jornadas de limpieza y a la vez recibir capacitación en el área de gestión ambiental.

¿Qué se hace en estos programas?

- Voluntariado empresarial, podés organizar con nosotros jornadas de limpieza con un equipo de colaboradores de tu empresa.
- Charlas empresariales, podemos coordinar y brindar charlas sobre temas de gestión ambiental en tu empresa.
- Empresa amiga, se puede gestionar la colaboración de la empresa en el área en el que esta se desenvuelve con la asociación.

BENEFICIOS

- Obtención de certificado de participación con Asociación Amigos del Río Torres.
- Conciencia ambiental entre colaboradores de la empresa.
- Unión entre colaboradores de la empresa en un ambiente diferente.

CONTACTÁMONOS SI ESTÁS INTERESADO

← COMPARTIR

Formulario de ayuda como empresa

CONTACTÁMONOS

Entrá en contacto con nosotros si estás interesado en alguno de los programas empresariales.

Correo electrónico: info@amigosdelriotorres.org Teléfono: (+506) 8 888 8888

Escribinos un **mensaje directo** (campos obligatorios*)

NOMBRE* APELLIDOS*

EMPRESA* TELEFONO

CORREO ELECTRÓNICO*

¿COMO QUERES AYUDAR? ▾

MENSAJE

¿Cómo utilizamos tu información?

ENVIAR

EMPRESAS AMIGAS

POSSIBLE Isla Verde auto MERCADO meta northosis Tín Jo Restaurante Asáltico

SUSCRIBÍTE

Regístrate para estar al tanto de nuestras actividades. campos obligatorios*

NOMBRE APELLIDOS CORREO ELECTRÓNICO*

¿Cómo manejamos tu información?

SUSCRIBIRME

Amigos del Río TORRES

SEGUÍNOS

CONTACTO
info@amigosdelriotorres.org
(+506) 8 888 8888

Términos y condiciones
Todos los derechos reservados 2019

Eventos

Amigos del Río TORRES | SOBRE NOSOTROS | EL RÍO TORRES | **EVENTOS** | CONTACTÁNDOS | AYUDAR ▾ | DONAR

EVENTOS

En nuestros eventos nos unimos y convertimos el río en un espacio social y de recreación. ¡Informáte aquí!

MAYO < **JUNIO** > JULIO

Rescatemos el Río Torres

Amigos del Río TORRES

EVENTO MÁS CERCANO

Junio 13 **Jornada de Rescate del Río Torres**

- 7:30 a 11:30 am
- Anfiteatro Museo de los Niños
- Gratis

COMPARTIR | INSCRIBÍTE

CORREMOS POR EL RÍO TORRES

DOMINGO 17 DE JUNIO

Junio 28 **Corremos por el Río Torres 1ª Edición**

- 6:30 a 12:30 am
- Polideportivo Aranjuez
- 10 000 colones

COMPARTIR | INSCRIBÍTE

SUSCRIBÍTE
Regístrate para estar al tanto de nuestras actividades.
campos obligatorios*

NOMBRE | APELLIDOS | CORREO ELECTRÓNICO*

¿Cómo manejamos tu información?

SUSCRIBIRME

Amigos del Río TORRES | **SEGUÍNOS** | **CONTACTO** | **Términos y condiciones**

info@amigosdelriotorres.org | (+506) 8 888 8888 | Todos los derechos reservados 2019

Amigos del Río TORRES | SOBRE NOSOTROS | EL RÍO TORRES | **EVENTOS** | CONTACTÁNDOS | AYUDAR ▾ | DONAR

EVENTOS

En nuestros eventos nos unimos y convertimos el río en un espacio social y de recreación. ¡Informáte aquí!

ABRIL < **MAYO** > JUNIO

Rescatemos el Río Torres

Amigos del Río TORRES

EVENTO PASADO

Mayo 11 **Jornada de Rescate del Río Torres**

- 7:30 a 11:30 am
- Anfiteatro Museo de los Niños
- Gratis

COMPARTIR | INSCRIBÍTE

Rescatemos el Río Torres

Amigos del Río TORRES

EVENTO PASADO

Mayo 18 **Jornada de Rescate del Río Torres**

- 7:30 a 11:30 am
- Anfiteatro Museo de los Niños
- Gratis

COMPARTIR | INSCRIBÍTE

SUSCRIBÍTE
Regístrate para estar al tanto de nuestras actividades.
campos obligatorios*

NOMBRE | APELLIDOS | CORREO ELECTRÓNICO*

¿Cómo manejamos tu información?

SUSCRIBIRME

Amigos del Río TORRES | **SEGUÍNOS** | **CONTACTO** | **Términos y condiciones**

info@amigosdelriotorres.org | (+506) 8 888 8888 | Todos los derechos reservados 2019

18. ANEXOS

Se realizan pruebas de contraste en el sitio <https://contrast-ratio.com/>, para verificar la legibilidad de los colores utilizados en los textos del menú, garantizando así un sitio más accesible.



contrast ratio

Background: #0A50A2 7.82 #FFFFFF Text color:

How to use

As you type, the contrast ratio indicated will update. Hover over the circle to get more detailed information. When semi-transparent colors are involved as backgrounds, the contrast ratio will have an error margin, to account for the different colors they may be over.

Swap colors

★ Star 1,445



contrast ratio


Background: #052B58 5.93 #F78E27 Text color:

How to use

As you type, the contrast ratio indicated will update. Hover over the circle to get more detailed information. When semi-transparent colors are involved as backgrounds, the contrast ratio will have an error margin, to account for the different colors they may be over.

Swap colors

★ Star 1,445



contrast ratio

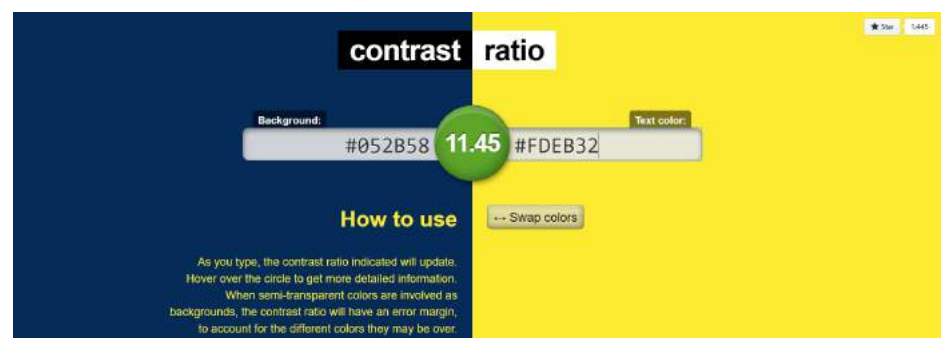
Background: #052B58 14.06 #FFFFFF Text color:

How to use

As you type, the contrast ratio indicated will update. Hover over the circle to get more detailed information. When semi-transparent colors are involved as backgrounds, the contrast ratio will have an error margin, to account for the different colors they may be over.

Swap colors

★ Star 1,445



contrast ratio

Background: #052B58 11.45 #FDEB32 Text color:

How to use

As you type, the contrast ratio indicated will update. Hover over the circle to get more detailed information. When semi-transparent colors are involved as backgrounds, the contrast ratio will have an error margin, to account for the different colors they may be over.

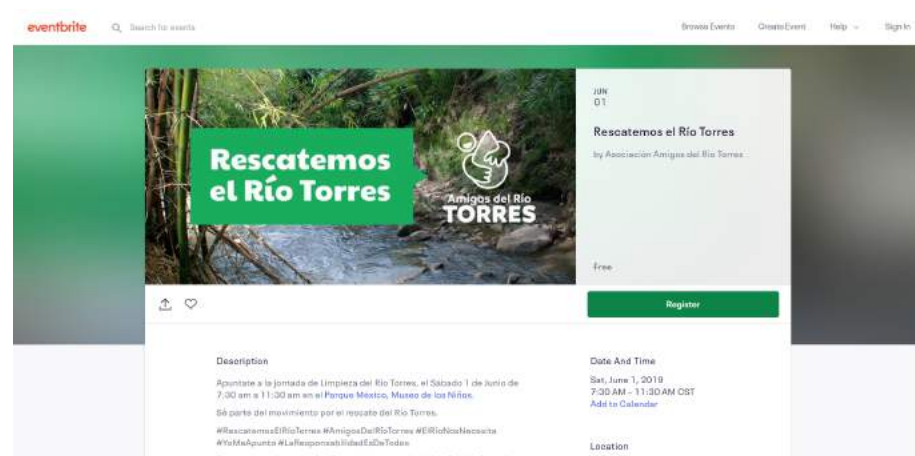
Swap colors

★ Star 1,445

Se adjuntan imágenes de plataformas externas escogidas por los stakeholders para gestión de eventos y donaciones.



Plataforma "Yo me uno" del BAC Credomatic, es una plataforma creada como proyecto de responsabilidad social del banco que facilita a las ONG recibir donaciones tanto de dinero como de tiempo y bienes.



Plataforma de gestión de eventos "Eventbrite", la asociación la usa actualmente, tiene varias ventajas, entre ellas el adquirir boletos, cuando tienen algún costo se pueden pagar desde la plataforma, permite compartir el evento y agregarlo al calendario.

ANEXO 3 RECOPILACIÓN DE DATOS DE FACEBOOK DE LA ASOCIACIÓN

