

Universidad de Lima  
Facultad de Comunicación  
Carrera de Comunicación



# **Sitio web y guía de identidad visual para la parroquia ‘Santa Cruz de Orurillo’ en Puno**

Trabajo de Suficiencia Profesional para optar el Título Profesional de Licenciado en  
Comunicación

**Maristel Sarita Jaime Salcedo**

**Código 20160722**

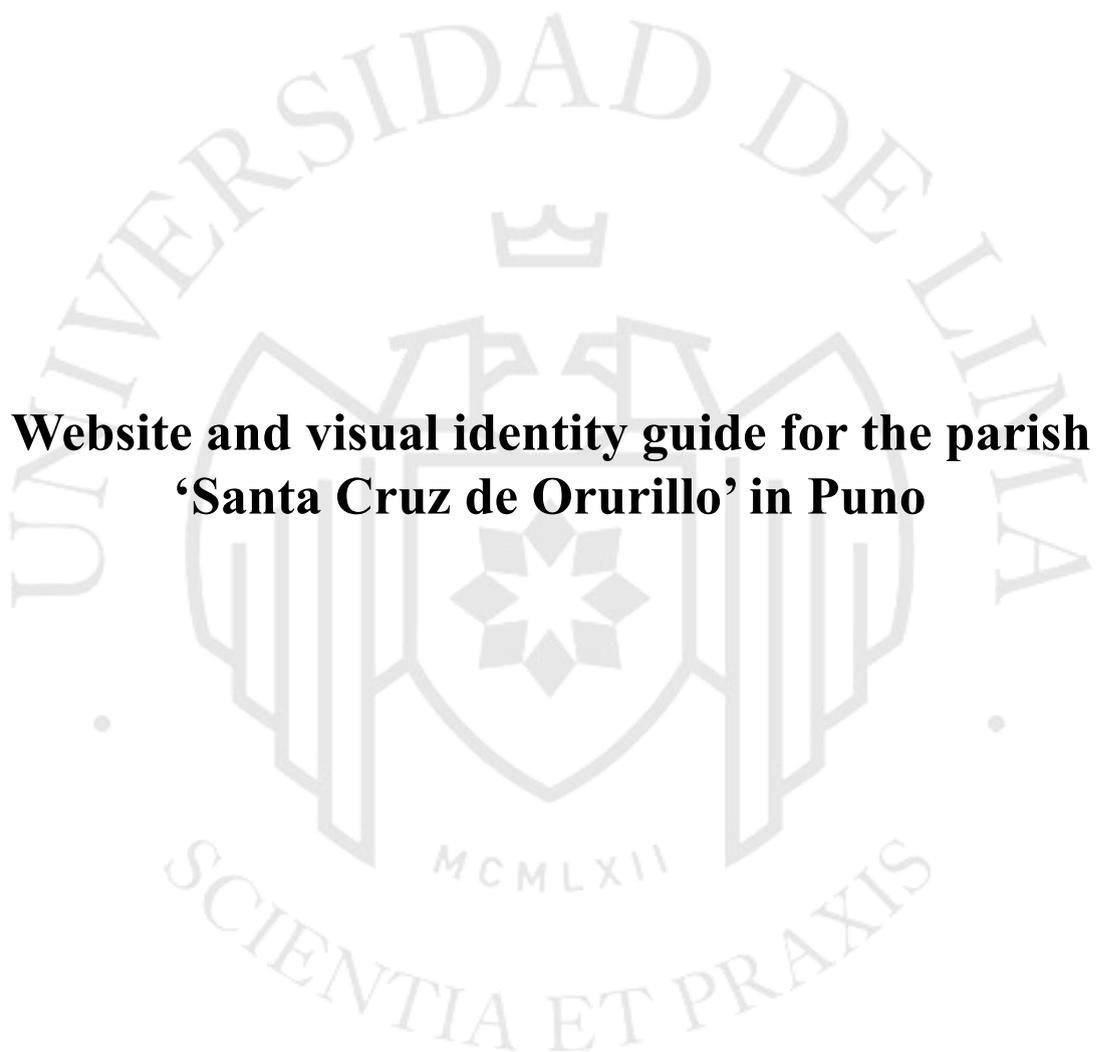
**Asesor**

Alberto Matsuura

Lima – Perú

2022





**Website and visual identity guide for the parish  
'Santa Cruz de Orurillo' in Puno**

# TABLA DE CONTENIDO

|   |             |
|---|-------------|
| <b>RESUMEN .....</b>  | <b>VIII</b> |
| <b>ABSTRACT.....</b>  | <b>IX</b>   |
| <b>1. PRESENTACIÓN .....</b>                                      | <b>10</b>   |
| 1.1 Sitio Web.....  | 10          |
| 1.2 Guía de identidad visual.....                                 | 11          |
| <b>2. ANTECEDENTES .....</b>                                      | <b>12</b>   |
| 2.1 Contexto.....   | 12          |
| 2.2. Público objetivo.....  | 14          |
| 2.3 Casos referenciales.....                                      | 19          |
| <b>3. FUNDAMENTACIÓN PROFESIONAL .....</b>                        | <b>30</b>   |
| 3.1 Razones y características claves del trabajo profesional..... | 30          |
| 3.1.1 Sitio web.....  | 32          |
| 3.1.2 Guía de identidad visual.....                               | 42          |
| 3.2 Validaciones .....  | 45          |
| 3.2.1 Hallazgos de la entrevista.....                             | 45          |
| 3.2.2. Hallazgos del focus group.....                             | 47          |
| 3.2.3. Conclusiones sobre la validación.....                      | 47          |
| 3.3 Resultados del análisis de métricas de la web.....            | 48          |
| 3.3.1 Tráfico.....  | 48          |
| 3.3.2. Rebote.....  | 50          |
| 3.3.3 Visitas únicas.....   | 51          |
| 3.3.4 Visitas a la página.....                                    | 52          |
| 3.3.5 Geografía.....  | 53          |
| 3.3.6 Tiempo en la página.....                                    | 54          |
| 3.3.7 Visitas a la página por página.....                         | 55          |
| 3.3.8 Conclusiones sobre métricas del sitio web.....              | 57          |
| <b>4. LECCIONES APRENDIDAS .....</b>                              | <b>59</b>   |
| <b>REFERENCIAS .....</b>  | <b>62</b>   |
| <b>ANEXOS .....</b>   | <b>64</b>   |

## ÍNDICE DE FIGURAS

|   |    |
|---|----|
| Figura 2.1 Distribución socioeconómica de hogares.....                              | 15 |
| Figura 2.2 Acceso a Internet en la Macro Región Sur.....                            | 17 |
| Figura 2.3 Población con posesión de smartphones.....                               | 18 |
| Figura 2.4 Website de la asociación de las bienaventuranzas.....                    | 19 |
| Figura 2.5 Página ‘Ayúdanos’ de la web de la Asociación de las Bienaventuranzas.... | 22 |
| Figura 2.6 Web de Agustinos Perú.....   | 23 |
| Figura 2.7 Web de los Carmelitas en el Perú.....                                    | 25 |
| Figura 2.8 Página ‘Sobre Nosotros’ de la web de los Carmelitas en el Perú.....      | 26 |
| Figura 2.9 ‘Sobre Nosotros’ de la web de los Carmelitas en el Perú.....             | 27 |
| Figura 2.10 Web de la Parroquia NSR.....  | 28 |
| Figura 3.1 Dispositivos más usados para conectarse a Internet.....                  | 33 |
| Figura 3.2 Arquitectura de información del website.....                             | 34 |
| Figura 3.3 Banner y encabezado de la página de Inicio.....                          | 35 |
| Figura 3.4 Banner de la página ‘Nosotros’.....                                      | 36 |
| Figura 3.5 Banner de la página ‘Orurillo’.....                                      | 37 |
| Figura 3.6 Banner de la página ‘Pastorales’.....                                    | 38 |
| Figura 3.7 Banner de la página ‘Aliados’.....                                       | 38 |
| Figura 3.8 Banner de la página ‘Blog’.....  | 39 |
| Figura 3.9 Banner de la página ‘Ayúdanos’.....                                      | 40 |
| Figura 3.10 Banner de la página ‘Contáctanos’.....                                  | 40 |
| Figura 3.11 Encabezado.....   | 41 |
| Figura 3.12 Pie de página.....  | 42 |
| Figura 3.13 Imagotipo.....  | 42 |
| Figura 3.14 Índice de la guía de identidad visual.....                              | 44 |
| Figura 3.15 Tráfico del sitio web.....  | 48 |
| Figura 3.16 Principales fuentes por visitas a la web.....                           | 49 |
| Figura 3.17 Tasa de rebote.....   | 50 |
| Figura 3.18 Visitantes únicos a la web.....   | 51 |
| Figura 3.19 Páginas vistas del sitio web.....                                       | 52 |

|  |    |
|--|----|
| Figura 3.20 Visitas por país.....              | 53 |
| Figura 3.21 Tiempo promedio en la página.....  | 54 |
| Figura 3.22 Principales visitas de página..... | 55 |



## ÍNDICE DE ANEXOS

|   |    |
|---|----|
| Anexo 1: Estructura de entrevistas.....                       | 65 |
| Anexo 2: Estructura de focus group.....                       | 66 |
| Anexo 3: Bocetos iniciales del sitio web en construcción..... | 67 |
| Anexo 4: Guía de Identidad “Pastelería Isa”.....              | 71 |



## **RESUMEN**

Este proyecto desarrolla un sitio web y una guía de identidad visual para la parroquia Santa Cruz de Orurillo, ubicada a más de 4000 m s. n. m. en el departamento de Puno, al sur del Perú. Su finalidad es dar a conocer el trabajo pastoral y proyectos que realiza la parroquia en las 24 comunidades del distrito, ya que la mayor parte de las personas que la apoyan se encuentran fuera de la región Puno y estas deseaban que existiera algún medio donde la información de la parroquia se encontrara condensada y tuviera acceso fácil, de modo que pudieran compartirla con sus conocidos o realizar donaciones de manera rápida.

**Palabras clave:** parroquia, santa cruz de orurillo, puno, comunidades rurales, parroquia orurillo

## **ABSTRACT**

This project develops a website and a visual identity guide for the parish Santa Cruz de Orurillo, located at more than 4000 meters above sea level in the region of Puno, in southern Peru. Its purpose is to publicize the pastoral work and projects that the parish carries out in the 24 communities of the district, since most of the people who support it are outside the Puno region and they wanted there to be some platform where the information of the parish could be found and where it could have easy access to, so that they could share it with their acquaintances or make donations quickly.

**Keywords:** parish, santa cruz de orurillo, puno, rural communities, orurillo parish

# 1. PRESENTACIÓN

Este trabajo consiste en el desarrollo de un sitio web y de una guía de identidad visual para la parroquia Santa Cruz de Orurillo, a más de 4000 m s. n. m. en el distrito de Orurillo, en la provincia de Melgar, en el departamento de Puno, al sur del Perú. Este proyecto se lanzó en septiembre del 2020 con la creación de la web y se continuó desarrollando durante los cursos Trabajo Profesional 1 y Trabajo Profesional 2.

El objetivo general es dar a conocer el trabajo pastoral y proyectos que realiza la parroquia en las 24 comunidades del distrito, ya que la mayor parte de las personas que la apoyan se encuentran fuera de la región de Puno y deseaban que existiera algún medio donde la información de la parroquia se encontrara condensada y tuviera acceso fácil, de modo que pudieran compartirla con sus conocidos o realizar donaciones de manera rápida.

Adicionalmente, los objetivos específicos son los siguientes:

- Potenciar las visitas a la web a partir del contenido compartido a través de las demás redes sociales de la parroquia.
- Conseguir que la parroquia sea autónoma en su manejo de la web a futuro, a través de la creación de una guía de identidad visual.
- Obtener al menos 150 visitas en la web durante los primeros 3 meses del lanzamiento.

Así, el sitio web resulta ser una forma más de continuar apoyando el crecimiento y desarrollo de las comunidades de Orurillo.

## 1.1 Material #1: Sitio web

El website de la parroquia Santa Cruz de Orurillo fue creado en una de las tantas plataformas de creación de sitios web, Squarespace. La elección de esta plataforma se debe a su versatilidad en cuanto al manejo de sus herramientas y a su estética en cuanto a las opciones de diseño de las páginas.

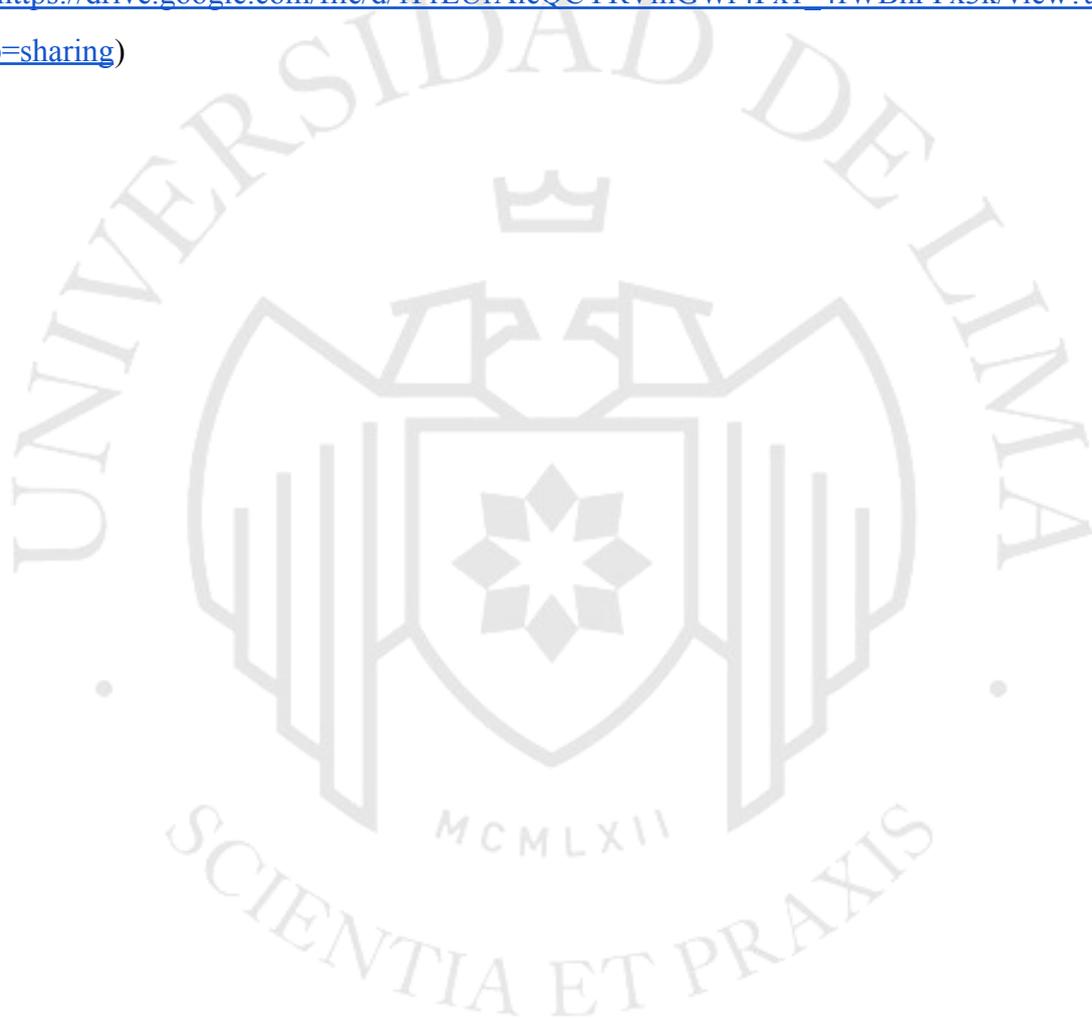
Ubicación (<https://www.parroquiasantacruzdeorurillo.org/>)

## 1.2 Material #2: Guía de identidad visual

Esta guía fue elaborada para que la persona que se encargue del sitio web a futuro tenga un conocimiento básico del manejo de sus herramientas y sea consciente de cuál es la identidad visual del website.

Ubicación

([https://drive.google.com/file/d/1PrLUrAleQCYRVmGWr4Fx1\\_4fWBnrYx3k/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1PrLUrAleQCYRVmGWr4Fx1_4fWBnrYx3k/view?usp=sharing))



## 2. ANTECEDENTES

### 2.1 Contexto

En agosto del año 2018, el voluntariado 'Servir' de la Universidad de Lima, del cual fui coordinadora, líder de equipo; y en donde actualmente soy voluntaria, realizó un viaje hacia Puno, como parte de la campaña D.A.R. (Dar Amor y Recibir), que se realiza de manera anual y en la cual se visitan distintos pueblos en algún departamento fuera de Lima. Servir llega a Puno por medio del padre Dante Rosado, quien, a su vez, llegó al distrito de Orurillo, en la provincia de Melgar, un 10 de febrero del año 2017. El motivo de su llegada fue convertirse en el nuevo párroco a cargo de realizar diversas actividades relacionadas a la evangelización en las 24 comunidades campesinas del distrito en mención. Él fue quien contactó a Servir para que pudiera visitar Acclamayo, una de las comunidades a su cargo, para convivir por una semana con la gente del pueblo y llevarles catequesis, clases y talleres de temas diversos, así como productos para cubrir sus necesidades básicas. De este viaje, no fui partícipe, mas sí del que se realizaría al año siguiente, 2019, también en agosto, pero esta vez llegaríamos a la comunidad más necesitada de todas las del distrito de Orurillo, cuyo nombre es Janchallani. Las actividades llevadas a cabo fueron similares a las del 2018, pero el reto para nosotros fue mayor, pues es la comunidad con la mayor altitud (4352 m. s n m) de la que se encarga el párroco; de igual forma, se notaba que había desconfianza por parte de la comunidad hacia nosotros, pues no es usual para ellos recibir gente externa al pueblo.

Al notar que la necesidad del lugar era de gran magnitud, Servir decidió, por primera vez en su historia, realizar un segundo viaje hacia Puno en diciembre del mismo año, como parte de la campaña navideña "Navidad por Amor", que se realiza todos los años, aunque solo hacia pueblos de Lima. Esta vez, un grupo más pequeño de voluntarios, del cual también formé parte, se encargó de visitar las tres comunidades

más necesitadas de Orurillo, por lo que también regresamos a Janchallani. Notamos que el pueblo, que habíamos visitado en agosto, ya había logrado entrar en mayor confianza con nosotros y con el párroco. De esta manera, cumplimos uno de nuestros objetivos principales como voluntariado, el de acercar a la población a la parroquia y así seguir contribuyendo con el desarrollo integral de esta.

La labor que realizan los miembros de la parroquia, y en especial, el padre Dante, me conmovió enormemente. No es una tarea sencilla ser el único sacerdote para 24 pueblos, muchos de los cuales tienen un acceso bastante difícil por lo accidentado del terreno y las largas distancias desde la parroquia hacia estos y viceversa. Sin embargo, día a día, la prelatura hace posible que desde la parroquia se pueda reunir a los fieles de todas estas comunidades de esencia católica. Mucha gente externa que ha visitado la parroquia anteriormente queda fascinada con todas las labores que se realizan en ella. Incluso, muchas de estas personas hicieron pública la misión apostólica del padre Dante, por lo que amistades y conocidos de ellos se interesaron en conocer más sobre esta, para así también apoyar de alguna manera a las obras existentes, ya sea a través de bienes, ayuda económica, labor voluntaria, etc. Sin embargo, la única manera que todas estas personas solían tener para conocer sobre la parroquia e informarse sobre las labores que se realizan en esta, era a través del boca a boca que hacían aquellas que ya la habían visitado en Orurillo alguna vez; o que conocían al párroco desde mucho tiempo atrás.

Ya sucedía que, por lo general, el padre les debía contar por mensajes o llamadas sobre las necesidades que tuviesen los pobladores, los proyectos que estaban realizando, si estaban prontos a empezar alguna campaña y demás. Es por esto que, al darme cuenta de que lo que el padre y estas personas necesitaban era encontrar toda esa información condensada en un solo lugar/espacio/plataforma, surge la idea de proponerle la creación de una página web y del contenido de la misma; y que de esta manera, el conocimiento sobre la parroquia y sus diversos proyectos se extienda hacia todos quienes quisieran conocer más sobre ello.

Actualmente, son 7 579 los habitantes del distrito de Orurillo, según el Boletín Especial N°26 de Estimaciones y Proyecciones de Población por Departamento, Provincia y Distrito, 2018-2020 del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI); y según datos brindados por el padre Dante, los católicos bautizados del distrito

conforman aproximadamente el 90% de la población total. La parroquia ‘Santa Cruz de Orurillo’, actualmente, es el centro de acogida de reunión de la catolicidad de las 24 comunidades. La parroquia busca ser una casa donde todos se sientan parte de la iglesia. Es el elemento visible de aquellos elementos invisibles como la fe, la esperanza y la caridad. El fin de sus miembros es llevar la evangelización de la fe y la formación de valores hacia todos los pueblos del distrito.

## **2.2 Público objetivo**

Con respecto al público objetivo del proyecto, este abarca 2 grupos:

1. En primer lugar, están todas aquellas personas externas a la parroquia, a Orurillo e incluso a Puno, que deseen saber acerca de la realidad pastoral de la parroquia, sus necesidades y cómo se les puede ayudar, es decir, son personas altruistas, interesadas en apoyar desinteresadamente a quienes más lo necesitan.

De acuerdo con la información brindada por el padre Dante y la secretaria de la parroquia, Liz Carmen, la gran mayoría de estas personas pertenecen a distintos movimientos religiosos o bien a agrupaciones laicas de voluntariado juvenil. Si analizamos más a fondo, podemos encontrar que según una investigación realizada por la psicóloga española Dessirée Urbano acerca del altruismo y conductas de ayuda, el perfil psicológico-conductual de las personas que cuentan con esta característica vendría a ser el siguiente:

Básicamente, la persona de espíritu altruista está dispuesta a dedicarle tiempo a quienes están a su alrededor y no lo hace por lucrarse ni alardear de ello. Tiene la capacidad de compartir, aunque cuente con poco, hace lo que sea por la gente de su alrededor. Tienen muchas ganas de ayudar y han realizado o realizan labor voluntaria; no solo eso, sino que buscan también apoyar proyectos con un fin social para lograr un cambio. Todo lo que se trate de generar algo positivo en el prójimo será una razón por la cual luchar y ayudar. Una persona altruista siempre está

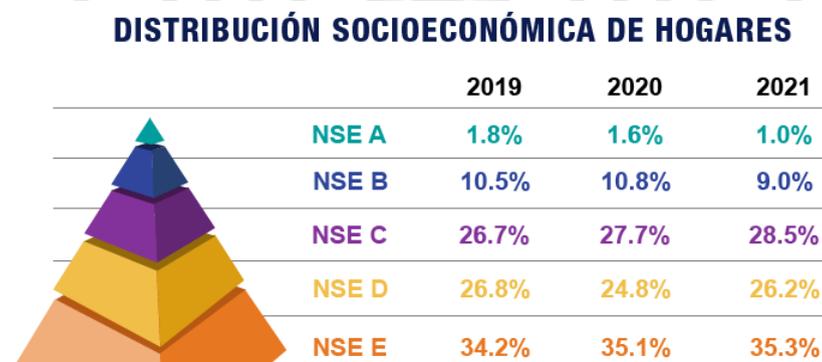
atenta a quienes necesitan apoyo, no solo económico o material, sino también verbal o emocional (s.f., párr. 5).

Además de esto, el padre y Liz Carmen mencionan acerca del nivel socioeconómico de quienes llegan a visitar la parroquia, que suelen ser personas pertenecientes al NSE B, quienes usualmente aprovechan los días libres o vacaciones que puedan tener para realizar viajes de misiones o de ayuda voluntaria, así muchos deban volver a trabajar o estudiar inmediatamente a sus respectivas ciudades en cuanto retornen de Orurillo.

Según Ipsos (2021), estas personas comprenden el 9.0% de la población total en el Perú y el promedio de sus ingresos mensuales es de S/6135.

**Figura 2.1**

*Distribución socioeconómica de hogares*



**INGRESO FAMILIAR PROMEDIO DECLARADO Y GASTO MENSUAL (% de sus ingresos)**



|          | NSE A     | NSE B    | NSE C    | NSE D    | NSE E    |
|----------|-----------|----------|----------|----------|----------|
| Ingresos | S/ 12,647 | S/ 6,135 | S/ 3,184 | S/ 2,038 | S/ 1,242 |
| Gastos   | 57.9%     | 69.5%    | 81.7%    | 85.5%    | 89.8%    |

De *Perfiles Socioeconómicos del Perú 2021*, por Ipsos, 2022

(<https://www.ipsos.com/es-pe/perfiles-socioeconomicos-del-peru-2021>)

En adición, las características principales de este público son que junto con el NSE A, serían los hogares más saludables, ya que 7 de cada 10 no tuvo ninguna enfermedad, recaída o accidente. También son el segundo NSE con mayor tenencia de un auto propio y bicicleta (2021, párr. 4). Esto quiere decir que al ser personas económicamente estables, unos días de pausa a sus labores cotidianas para realizar un viaje que suele ser, por lo general, largo, no afectan negativamente su estado actual.

Igualmente, el párroco nos comenta que el rango de edad de quienes visitan Orurillo va desde los que tienen 18 hasta quienes alcanzan los 50 años. Menciona que hay mucha gente cuya edad supera este rango y que, por las condiciones climáticas y lo pesado del viaje hasta este distrito, no pueden ni han podido realizar un viaje, mas apoyan económicamente a la parroquia en tanto puedan, a través de quienes sí tienen la posibilidad de llegar hasta el lugar. No obstante, quienes lo visitan frecuentemente difunden fotografías, videos y demás de su experiencia en sus redes sociales. Les gusta compartir su experiencia vivida con sus conocidos y casi siempre sucede que ellos también se animan a visitar Orurillo, así es como todo este tiempo, incluso durante los meses más duros de la pandemia, nunca se quedaron sin ayuda, pues siempre llegaban más personas a apoyarlos. Por eso, en cuanto a lo tecnológico, suelen ser personas activas en redes y con conocimiento en el manejo de apps donde pueden interactuar con otros usuarios, como Facebook, Whatsapp, Instagram, entre otras.

2. En segundo lugar, están todas aquellas personas en Orurillo, y en particular, gente de la parroquia que podría encargarse del manejo de la página web, que hagan uso del internet, especialmente los jóvenes, pues son quienes más lo utilizan.

Según datos del INEI, correspondientes al año 2018, de aquellas personas pertenecientes a las áreas rurales, son los jóvenes de 17-24 años quienes mayor uso hacen del internet (48.1% de la población). En cuanto a frecuencia de uso, el

51,4% de estos hace uso de este 1 vez por día; el 42,0% hace uso del internet 1 vez por semana; y el 6,6% hace uso de este 1 mes por mes.

Asimismo, un informe del Centro de Investigación Empresarial (CIE) de PERUCÁMARAS señala lo siguiente:

Solo el 46,3% de la población de seis y más años de edad de la Macro Región Sur (Tacna, Arequipa, Moquegua, Madre de Dios, Cusco y Puno) accedió a internet en el primer trimestre del 2019, equivalente a un incremento de 9,5% con relación al mismo periodo del 2018.

**Figura 2.2**

*Acceso a Internet en la Macro Región Sur*

**Macro Región Sur: Población de 6 y más años de edad que accedió a Internet - Primer trimestre 2019**  
(Miles de personas y porcentaje)

| Región        | Primer trimestre |                |             | Variación acumulada 1/<br>2019/2018 (%) |
|---------------|------------------|----------------|-------------|---|
|               | 2018             | 2019           | Tasa 2019   |   |
| <b>Total</b>  | <b>1,951.4</b>   | <b>2,136.8</b> | <b>46.3</b> | <b>9.5</b>                              |
| Arequipa      | 838.7            | 867.7          | 65.3        | 3.5                                     |
| Cusco         | 425.7            | 450.0          | 34.7        | 5.7                                     |
| Madre de Dios | 61.6             | 78.0           | 58.0        | 26.6                                    |
| Moquegua      | 92.5             | 103.9          | 65.2        | 12.3                                    |
| Puno          | 329.3            | 396.7          | 29.5        | 20.5                                    |
| Tacna         | 203.6            | 240.6          | 68.4        | 18.1                                    |

Nota: Cifra preliminar  
1/ Respecto a similar periodo del año anterior (meses acumulados)  
Fuente: INEI - Encuesta Nacional de Hogares sobre Condiciones de Vida y Pobreza  
Elaboración: CIE-PERUCÁMARAS

De Encuesta Nacional de Hogares sobre Condiciones de Vida y Pobreza, por CIE-PERUCÁMARAS, 2019 (<http://perucamaras.org.pe/nt299.html>)

Del total de la población de esta parte del país que accedió al servicio de internet en el periodo analizado, el 42,9% lo hizo a través de equipos móviles, 8,8% en el hogar y 5,7% en cabinas públicas. En menor medida, en el trabajo (0,7%) y en casa de terceros (0,6%).

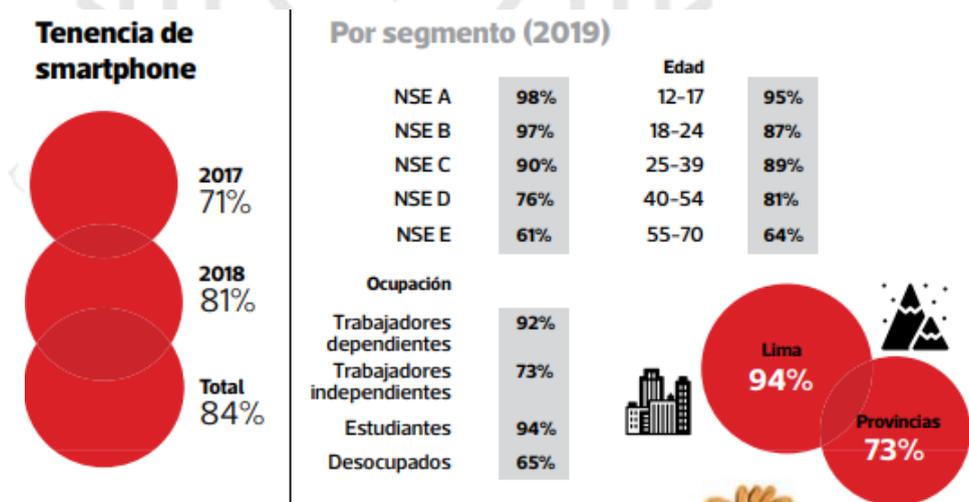
Cabe destacar que los equipos móviles se están convirtiendo en el principal dispositivo para acceder a internet en esta macro región, cuyo uso registró un aumento de 40,9% frente al mismo periodo del año pasado.

Esto, a su vez, guarda relación con el incremento del uso de smartphones en áreas rurales. Así lo señala Mendoza (2019) en un informe del diario ‘El Comercio’ en la página web de Ipsos:

La medición de Ipsos no incluye a zonas rurales, pero la tendencia histórica al alza también existe ahí, aunque en menor proporción. Según las mediciones realizadas por Osiptel (Erestel 2012-2018), se pasó de 17,9% a 38,2% de hogares con smartphones en cuatro años. A nivel país -considerando zonas rurales y urbanas- la penetración es el 73,4% de hogares, el doble de lo que se tenía en el 2015, según Kantar Ibope Media (párr. 6).

**Figura 2.3**

*Población con posesión de smartphones*



De Hábitos, usos y actitudes hacia la telefonía móvil, por Ipsos, 2019

(<https://www.ipsos.com/es-pe/el-smartphone-consolida-su-avance>)

Queda evidenciado así que, si bien las zonas rurales de esta parte del país son las que menor uso del internet hacen, anualmente se nota un crecimiento en este. Por esto, no es mala idea tener a los pobladores del distrito de Orurillo como un segundo público objetivo del proyecto.

### **2.3 Casos referenciales**

Para el proyecto, se revisaron los siguientes sitios web de otras parroquias y organizaciones similares, de modo que se los tome de referencia para la elaboración del website de la parroquia Santa Cruz de Orurillo:

#### Análisis de páginas web

##### **1. Asociación de las Bienaventuranzas:**

La Asociación de las Bienaventuranzas es una obra fundada por el Padre Omar Sánchez Portillo. Funciona en la Tablada de Lurín en el distrito de Villa María del Triunfo en Lima y sirve como espacio de acogida a quien nada tiene, a quien más necesita y a quien se siente abandonado y solo. Se acoge a los “más pobres entre los pobres”, permanente o temporalmente, dándoles calidad de vida y todo el cariño y amor de Jesús. En este momento, tienen 170 niños, niñas, adolescentes, jóvenes, adultos y adultos mayores declarados en abandono o en proceso de investigación tutelar con enfermedades físicas, psiquiátricas y/o necesidades especiales de educación.

#### **Figura 2.4**

*Website de la Asociación de las Bienaventuranzas*

## OLLAS VECINALES SOS

Nuestro nuevo proyecto de amor con el que vamos a seguir ayudando a mucha gente de manera sostenida y permanente. [#OllasVecinalesSOS](#)



**REALIZA TU DONACIÓN AHORA**

EN ESTAS CUENTAS PUEDES

## Hacer tu donación



**Ahorros Soles N°1**  
19336127868094  
CCI: 00219313612786809412  
Yape N°1: 978183000

**Ahorros Soles N°2**  
19419948113007



**Cta. Cte. Soles N°1**  
0011-0150-0100065661  
CCI 011-150-000100065661-09

**Cta. Cte. Soles N°2**  
0011-0286-0100009540  
CCI 011-286-000100009540-24



**Cta. Soles**  
068-7685628  
CCI 009-054-200687685628-82

**Cta. Dólares**  
104-7478442



**Ahorros Soles**  
898 3185222910  
CCI:003-898-013185222910-46

**Titular**  
Omar Sánchez Portillo  
DNI: 29618652



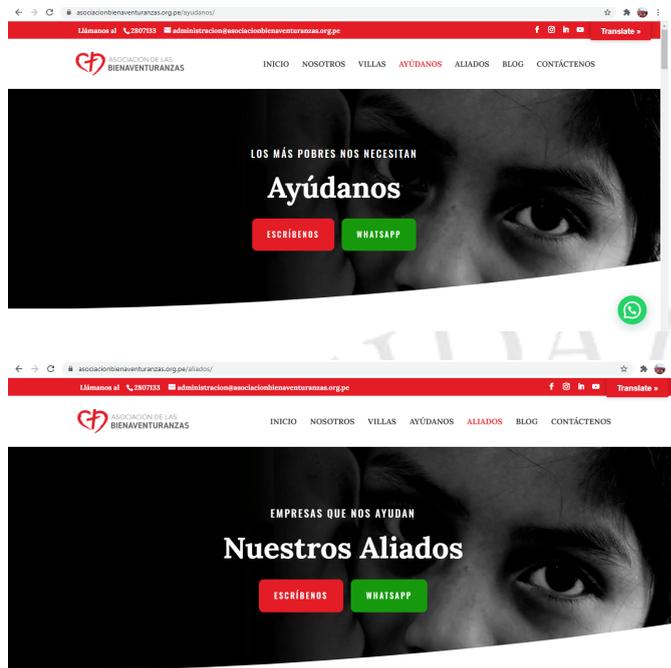


De Asociación de las Bienaventuranzas (<https://asociación bienaventuranzas.org.pe>)

**Aspectos positivos:** La página se encuentra bien organizada y el contenido es visualmente armonioso. Cada sección está correctamente establecida y no genera confusión a la hora de dirigirse a una sección en específico. Los colores de la página se adaptan bien al logotipo de la organización. Tienen imágenes en buena calidad, además de ser impactantes y asociarse al contenido mostrado en cada categoría. La información es clara.

**Figura 2.5**

*Página ‘Ayúdanos’ de la web de la Asociación de las Bienaventuranzas*



De Asociación de las Bienaventuranzas (<https://asociacionbienaventuranzas.org.pe>)

**Aspectos negativos:** Algunas imágenes de la sección “Blog” tienen ruido, por lo que causa algo de incomodidad visual. Asimismo, una misma imagen principal se encuentra en dos categorías distintas; la repetición resulta también en incomodidad visual por la presencia de una aparente monotonía. Además de ello, hay ciertos errores ortográficos en algunos párrafos, pero nada realmente grave.

## 2. Agustinos Perú:

La Orden religiosa agustiniana fue fundada por la Iglesia misma en el año 1244 y ha recibido a San Agustín de Hipona como Padre y Maestro Espiritual. Como comunidad, desean seguir a Cristo unidos en fraternidad y amistad espiritual; y así buscar y honrar juntos a Dios y juntos trabajar en servicio de su pueblo, según las necesidades de la Iglesia. Esta comunión en Cristo y hacia Dios es su principal testimonio y misión en la Iglesia.

Figura 2.6

Web de Agustinos Perú





## Communito

Communito es un itinerario de vida cristiana y agustina para jóvenes, en el que la vida de comunidad nos entrena para poder amar al Señor con la pasión de Agustín, amando al prójimo que Él puso a nuestro lado. Así, nos formamos para ser maestros de interioridad, hermanos de comunidad y apóstoles de la Iglesia, convencidos de que nuestro vínculo con ella será definitivo un día a través de la Orden de San Agustín, en la que continuaremos construyendo la Ciudad de Dios en medio de los hombres.

Es una historia del Espíritu, por eso es de Cruz y Resurrección; por ello guiados por María peregrinamos bajo la Ley del Sermón del Monte, juntos hacia la Patria, el Cielo.

De Agustinos Perú (<http://agustinos.pe/index.php>)

**Aspectos positivos:** Visualmente, la página es bastante atractiva. Funciona bastante bien que las imágenes estén en blanco y negro y que recién cuando uno las selecciona, cambien a estar de colores. El hecho de que al seleccionar una categoría nueva, las imágenes principales aparezcan con una transición, le otorga un dinamismo que hace que navegar en la página resulte agradable. Asimismo, la gran cantidad de fotografías correctamente logradas que posee la página le da un único atractivo visual.

**Aspectos negativos:** No hay una categoría en la que se pueda hallar información relacionada a la historia de la orden de los agustinos en el Perú. No se muestra ningún número telefónico ni correo electrónico para contactarse con alguna de las sedes de la orden, aunque la categoría “contacte con nosotros” sí existe.

### 3. Orden de los Carmelitas en el Perú:

Los Carmelitas son hombres y mujeres que sirven en institutos de espiritualidad, casas de retiro, parroquias. Tienen colegios, universidades y sirven a los pobres a través de obras sociales y misiones. En 1949, dos sacerdotes de la Provincia Carmelita de los Estados Unidos llegaron al Perú para servir a la Iglesia y establecerse, como lo habían hecho ya los Carmelitas de las provincias

europas. Los Padres Mateo o'Neil y León Battle recibieron de manos del Arzobispo Emm. Gualberto Cardenal Guevara, la nueva Parroquia del barrio de San Antonio, el 4 de Agosto de 1949, siendo nombrado el Padre Mateo como primer Párroco.

**Figura 2.7**

*Web de los Carmelitas en el Perú*



## Sé un fraile Carmelita

Quiero Saber Más



 **Carmelitas**  
Orden de San  
Carmelitas  
en el Perú

**Hola**  
*Bienvenido*



### *Sé un Fraile y/o Sacerdote Carmelita*

*Somos una gran fraternidad orante y trabajamos al servicio de la humanidad y la Iglesia.*

*Tomando como modelo a María y siguiendo el espíritu del profeta Elías. Viviendo en Obsequio de Jesucristo.*

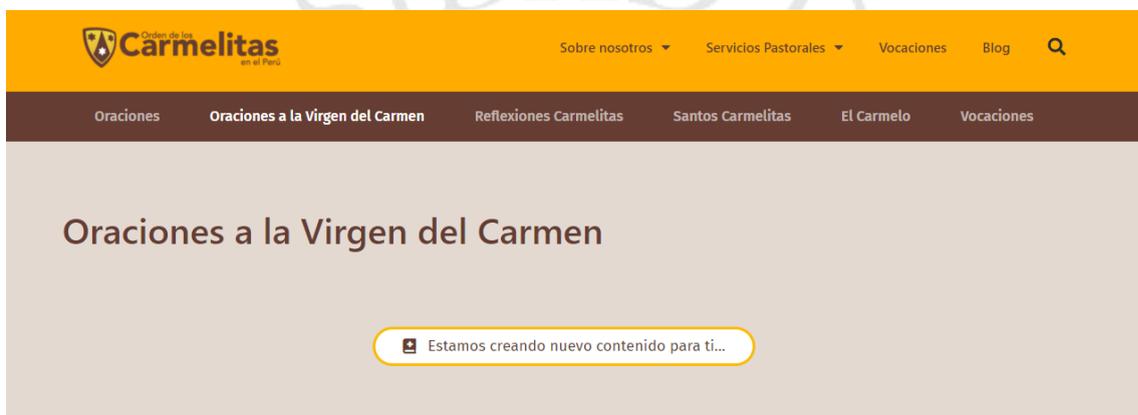
De Carmelitas en el Perú (<https://carmelitasperu.org/>)

Aspectos positivos: Pese a que el color marrón es difícil de trabajar en conjunto con otros colores porque suele connotar lentitud y desánimo, aquí resulta estar bien trabajado y hay armonía con el color amarillo, cuya presencia es bastante fuerte, así que el marrón le da balance a como se ve. De igual manera, el diseño de cada categoría está bien logrado. Casi todas las secciones poseen un atractivo especial.

### **Figura 2.8**

*Página 'Sobre Nosotros' de la web de los Carmelitas en el Perú*

En el siglo XII (quizás después de la tercera cruzada, 1189-1191) algunos penitentes-estrechas vaguadas del Monte Carmelo, para vivir en forma eremítica y en la imitación como después los Carmelitas no reconocieron a ninguno en particular con el título de la tradición patristica greco-latina, que veía en el Profeta uno de los fundadores de la vida dedicada a María, Madre de Jesús, desarrollando el sentido de pertenencia a la Virgen María del Monte Carmelo”. El Carmelo por este motivo está profundamente ligado a El Profeta ha heredado la pasión ardiente por el Dios vivo y verdadera presencia en el mundo; con María, la Virgen Purísima Madre de Dios, sentimientos de intimidad y profundidad de relación que tuvo María.



De Carmelitas en el Perú (<https://carmelitasperu.org/>)

**Aspectos negativos:** algunos párrafos del contenido tienen tipografía distinta incluso si estos pertenecen a una misma sección.

**Figura 2.9**

*'Sobre Nosotros' de la web de los Carmelitas en el Perú*

Hacia el 1235, sin embargo, los Carmelitas debieron en parte abandonar el lugar de origen, a causa de las incursiones y persecuciones de los sarracenos, que estaban reconquistando la Tierra Santa, retomándola a los cruzados. Regresaron en general a los países de origen en Europa.

Bien pronto se multiplicaron y florecieron en la ciencia y en la santidad. Con el tiempo se acercaron a los religiosos algunas mujeres, que se transformaron en el 1452 en monjas que vivían en propias comunidades.

En los siglos XV-XVI hubo cierto relajamiento en diversas comunidades, combatido por obra de Priors Generales como el Beato Juan Soreth (+1471), Nicolás Audet (+1562) y Juan Bautista Rubeo (+1578) y por algunas reformas (entre las cuáles la de Mantua y la del Monte Oliveti en Italia y la de Albi en Francia) para poner freno a la profusión de abusos y mitigaciones. La más conocida es ciertamente la llevada a cabo en España por Santa Teresa de Jesús para la reforma de las monjas y después de los religiosos, ayudada por San Juan de la Cruz y el P. Jerónimo Gracián. El aspecto más importante de la labor de Santa Teresa es no tanto el haber combatido la mitigación introducida en la vida del Carmelo, cuanto más bien el haber integrado en su proyecto elementos vitales y eclesiales de su época. En el 1592 esta reforma, llamada de los «Carmelitas Descalzos» o «Teresianos» se hizo independiente de la Orden Carmelita y tuvo un gran desarrollo en las dos Congregaciones de España e Italia, reunidas después en el 1875. Se tienen así dos Órdenes del Carmelo: la de «Los Carmelitas», llamados también de la «Antigua Observancia» o «Calzados», y la de «Los Carmelitas Descalzos» o «Teresianos», que consideran a Santa Teresa de Jesús como su reformadora y fundadora.

A pesar de esta división, en los siglos sucesivos la Orden Carmelita continuó su camino espiritual. Numerosos religiosos y religiosas ilustres dieron vida al Carmelo con su espiritualidad y su genio. Grandes avances se dieron también entre los seculares con la institución de la Tercera Orden del Carmen y de las Cofradías del Escapulario del Carmen en varias partes del mundo. En los siglos XVII y XVIII se expandió por algunas partes el movimiento de la más estrecha observancia con la Reforma Turonense en Francia y con las de Monte Santo, Santa María della Vita, Piemonte y Santa María della Scala en Italia.

De Carmelitas en el Perú (<https://carmelitasperu.org/>)

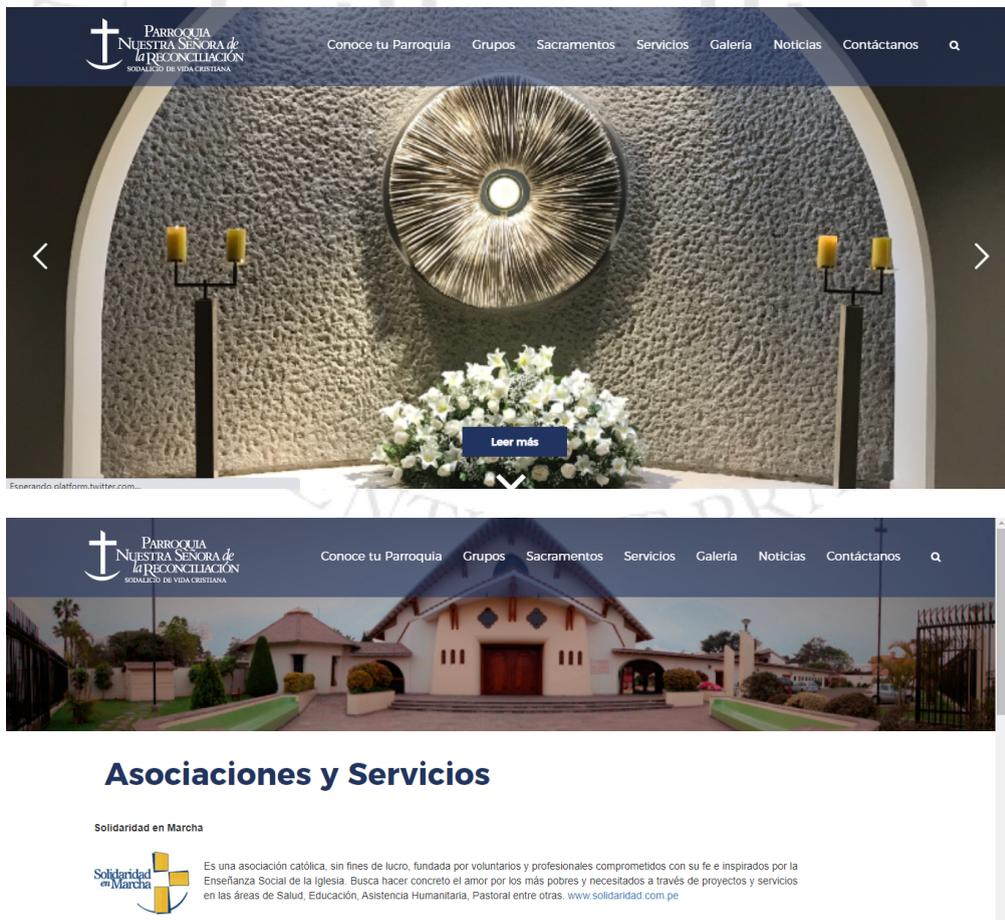
Asimismo, hay secciones en la categoría “Sobre nosotros”, y en algunas otras, que contienen mucho texto y nada de imágenes, por lo que el aburrimiento visual es inevitable.

#### 4. Parroquia Nuestra Señora de la Reconciliación:

La parroquia “Nuestra Señora de la Reconciliación”, fue creada en 1989. Los miembros del “Sodalicio” (sacerdotes y laicos consagrados) se dedican al apostolado con los jóvenes, a obras de solidaridad con los pobres, a tareas de evangelización de la cultura, así como a otros campos de evangelización, entre ellos, la familia y la educación.

**Figura 2.10**

*Web de la Parroquia NSR*





De Parroquia Nuestra Señora de la Reconciliación (<https://parroquiansr.org/>)

**Aspectos positivos:** La información en cada categoría está bien organizada y la redacción de los contenidos es buena.

**Aspectos negativos:** Algunas de las imágenes panorámicas en su página no están en muy buena calidad. El diseño de la página y la manera en la que está distribuido el contenido hace que la vista de la misma sea aburrida y monótona.

### **3. FUNDAMENTACIÓN PROFESIONAL**

#### **3.1 Razones y características claves del trabajo profesional**

Desde su creación, la parroquia “Santa Cruz de Orurillo” ha funcionado y subsistido gracias a la prelatura de Ayaviri, una dignidad eclesiástica de la iglesia católica, que tiene al distrito de Orurillo dentro de su jurisdicción. Toda actividad o proyecto hasta hace algunos años se difundía de manera offline en el distrito; y a través de comunicados y boca a boca de la prelatura hacia sus allegados, quienes vendrían a ser voluntarios, asistentes a parroquias o iglesias en otros departamentos del país, así como empresas u organizaciones interesadas en apoyar con donaciones.

Cuando el padre Dante, actual párroco, llegó en el 2017 a Orurillo, comenzó a difundir más de modo online todo lo relacionado con la parroquia y las comunidades del distrito a través de su cuenta personal de Facebook. Todas las actividades y proyectos de la parroquia se daban con éxito la mayoría de veces. Quienes llegaban a conocer a la parroquia y las comunidades, mencionaban encantados cómo admiraban todo el trabajo que se realizaba para su desarrollo y les gustaba mucho ser parte de ello también. Pasaba el tiempo y cada vez más había distintas personas que buscaban ayudar de distintas maneras y comentar a sus conocidos sobre ello, de modo que pudieran también conocer sobre ella, las comunidades, proyectos y que así se sumaran a contribuir de alguna forma.

No obstante, el padre comenzó a darse cuenta de algo; y era que había muchas buenas personas interesadas en apoyar, pero era él quien personalmente debía enviarle a cada una la información por chat o a través de llamadas. Hasta un punto, ello fue posible de realizar, pero siempre aparecían más personas nuevas interesadas en realizar una donación, ayudar de algún modo o que deseaban informarse de algún proyecto en específico. Así, lamentablemente, por el horario apretado del párroco, le era muy difícil atender las inquietudes de todas esas personas; y a veces ya no lograba responder por la alta carga de mensajes y llamadas que recibía.

Por esta razón, el padre me comenta sobre este embrollo en el año 2019, cuando viajé a Puno durante un viaje de misiones. Al saber de este problema, pensé rápidamente y le pregunté si en ese entonces no había pensado en algo como la creación

de un sitio web, ya que pensaba que sería bastante más práctico si la parroquia tuviera uno, puesto que casi toda la información que le solicitaban se podría encontrar ahí, condensada, en un espacio específico, además de que cualquier dato sería muy fácil de compartir con otras personas con hacer solo un par de clics. Así fue que el padre, emocionado, encontró en la idea que le di una posible solución al problema; y yo, por mi parte, creí que sería bastante provechoso presentarla como un proyecto profesional para mi titulación.

Sin embargo, yo sabía que no me quedaría a cargo de la web en el futuro, ya que al no vivir en Orurillo, tendría que estar en constante comunicación con el párroco vía online para ver distintos aspectos sobre el sitio web; y en la sierra peruana rural, el día acaba más temprano para los pobladores y para la misma gente en la parroquia, por lo que hallar un espacio para tener reuniones cada que se requiriera podría llegar a ser complicado al manejar tiempos distintos, sobre todo considerando que, por lo general, la mañana y tarde son horarios que suelo tener copados por estudios o trabajo y solo quedaría la noche para atender el tema mencionado. Por esa razón, se pensó también en la creación de una guía de identidad visual, para que el website sea autónomo en su manejo a futuro, al ser controlado por las mismas personas de la parroquia o aquellas que el párroco designara.

A la vez, sabía que el sitio web necesitaría de un refuerzo para que los usuarios pudieran visitarlo, debido a que la mayor parte de gente que le pedía información al párroco no necesariamente iba a enterarse por llamadas o mensajes suyos que ya podrían encontrar toda esa información en un sitio propio en la web. Además, como ya se sabe, estas personas casi siempre escribían a la cuenta del padre Dante en Facebook para dejarle un mensaje por interno, haciendo distintas preguntas. Por esta razón, le propuse crear una fanpage en esa misma plataforma, esta vez con el nombre de la parroquia y en donde se pudiera hallar únicamente información sobre esta, los pueblos del distrito, sus proyectos y demás datos que guardaran relación con ello. De esta manera, también sería posible colocar, a través de posts o historias, enlaces distintos del website que el párroco y quienes lo apoyan en la parroquia quisieran que visiten los usuarios, para que así el destino final del internauta durante su navegación web sea el site.

Asimismo, esta no fue la única cuenta nueva creada para la parroquia. De hecho, también se creó una cuenta de Instagram, pero con un fin completamente distinto. Este es el de tener una galería de fotos en alta calidad de Orurillo, las comunidades, personas de la parroquia, etc. a la cual se accede principalmente desde una de las páginas del sitio web, cuya información se encuentra más adelante, en la descripción de la página “Orurillo”.

Así, el sitio web resulta ser también una forma más de continuar apoyando el crecimiento y desarrollo de las comunidades de Orurillo.

### **3.1.1 Sitio web**

Si hablamos específicamente de las páginas del sitio web, todas ellas fueron creadas con base en la arquitectura de la información de otros websites de parroquias y organizaciones no gubernamentales. La página de “Inicio”, es usualmente lo primero que las personas ven al ingresar al portal web, por lo que debe contener información de lo más resaltante que se verá en las páginas siguientes, ya que así se anima a seguir visitando el sitio. “Nosotros”, brinda información más detallada sobre la parroquia y las comunidades, así como de la prelatura que tiene jurisdicción sobre ellas, además de datos sobre la situación social de la población en general, ya que esta página en otras web presenta más a detalle a la institución. “Orurillo” contiene imágenes de los pobladores, voluntarios y paisajes de Orurillo, pues se pretendía dejar esta página como una galería, que con un botón en la parte inferior, dirige al Instagram de la parroquia, desde donde pueden verse aún más fotografías. “Pastorales” se creó para enseñar a los visitantes el trabajo pastoral que se realiza desde la parroquia; cada pastoral tiene también una página propia que aparece al hacer clic sobre sus respectivas imágenes. La página de “aliados” pretende dar a conocer a las instituciones que colaboran con sus talentos, tiempo y tesoro económico a la nueva evangelización de la parroquia, en agradecimiento a su colaboración y con el deseo de que más empresas u organizaciones decidan sumarse a apoyar. “Blog” se crea para que el párroco encargado o quienes él designe suban textos reflexivos o parroquiales cada cierto tiempo, con el fin de mostrar que la web se encuentra activa. “Ayúdanos” se creó para que, quienes amable y libremente deseen, puedan realizar un donativo, ya sea económico o de bienes, por lo

que se añadieron datos de los métodos de pago nacionales e internacionales de la parroquia, así como botones desde los cuales, al hacer clic, las personas pueden también realizar una donación. Finalmente, la página “Contáctanos” lleva los datos de contacto de la parroquia, con enlaces que envían al usuario directamente al espacio donde puede enviar un mensaje, un correo, o llamar a la entidad. También se adjunta un mapa con datos de la dirección y horario de atención de la parroquia. Todo esto, con el fin de que los usuarios se pongan en contacto de manera rápida y sencilla con la secretaria de la parroquia o con el sacerdote encargado. Cabe resaltar que hay botones que dirigen a esta página en específico a lo largo de las demás en el sitio web.

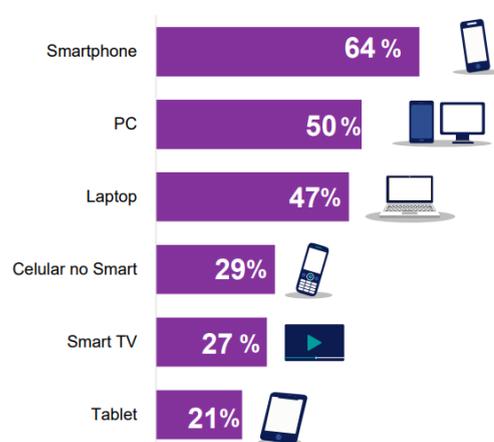
En adición, la barra del menú en donde se muestran los nombres y accesos a las demás páginas está presente siempre en la parte superior de cada una de ellas, de modo que les sea fácil a los usuarios dirigirse de una página a otra rápidamente. Así también, sucede con el pie de página, que contiene los datos de contacto más importantes de la parroquia, presente en la parte inferior de todas las páginas.

No está de más añadir que se procuró adaptar el sitio web al tamaño de las pantallas de los celulares, pues según IPSOS Perú, 64% de personas, a nivel nacional, utiliza smartphones para conectarse a internet (pág.4).

### Figura 3.1

*Dispositivos más usados para conectarse a Internet*

#### DISPOSITIVOS MÁS USADOS PARA CONECTARSE A INTERNET



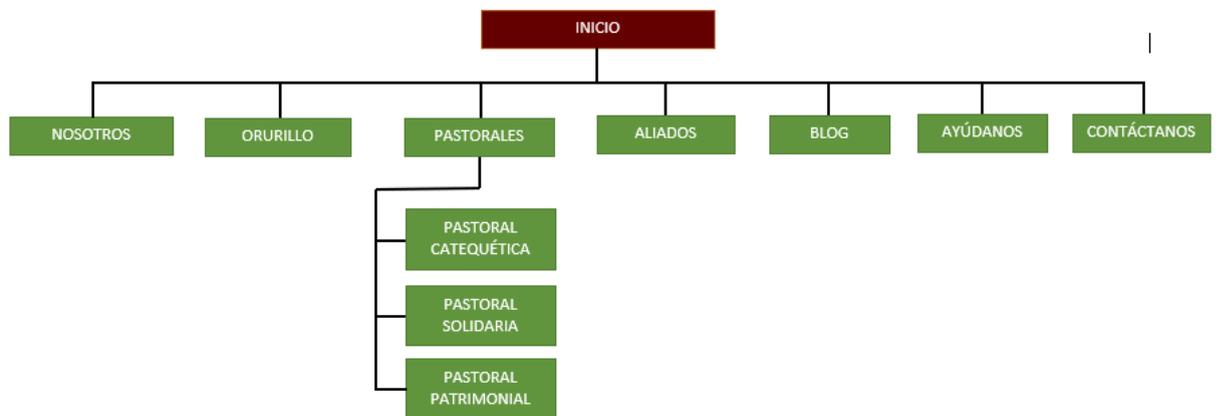
Fuente: Ipsos Perú – Estudio multicliente “Hábitos, usos y actitudes hacia el internet”  
Muestra: 806 internautas de 18 a 70 años de los NSE ABCD Ámbito: Perú Urbano Técnica: Encuestas online Fecha: 11 al 23 de junio del 2020

De *Perfil de los peruanos conectados*, por Ipsos, 2020  
([https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/publication/documents/2020-10/perfil\\_de\\_los\\_peruanos\\_conectados\\_0.pdf](https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/publication/documents/2020-10/perfil_de_los_peruanos_conectados_0.pdf))

A continuación, se muestra la arquitectura de información, previo a la explicación de cada página del website:

**Figura 3.2**

*Arquitectura de información del website*



De Parroquia Santa Cruz de Orurillo  
(<https://www.parroquiasantacruzdeorurillo.org/>)

1. Inicio: Esta es la página central del sitio web, es decir, la primera que se muestra cuando las personas ingresan; y desde la cual pueden acceder a las demás páginas. Aquí, se procura mostrar la esencia pastoral de la parroquia, a través de las palabras de bienvenida del párroco, una frase reflexiva relacionada al servicio. Además, se presenta, de manera muy resumida, información resaltante de algunas de las demás páginas del sitio.

Para el diseño, se tomaron como referencia las páginas de Inicio de webs similares. Se introduce la web con un video en lugar de una imagen fija, ya que

el público objetivo comentó que así la experiencia se hacía más dinámica desde el comienzo. También por esto es que hay efectos en las imágenes y textos que se van mostrando conforme se desplaza hacia abajo. Las palabras de bienvenida del padre y su fotografía sonriente, así como los clips de los pobladores les parecen apropiados a los usuarios, ya que genera en ellos un sentimiento de emoción. Seguido a ello, esta sensación se refuerza con la frase relacionada al servicio que aparece antes del cuadro de invitación a Facebook, a donde queremos que llegue el usuario, ya que es ahí donde se comparten continuamente actualizaciones sobre la parroquia y sus actividades. Posteriormente, la información resumida de la sección de aliados le muestra al usuario que la parroquia cuenta con el apoyo de organizaciones y empresas para realizar todo lo que hace en favor de los pobladores del distrito. Finalmente, el cuadro con el call to action “Contáctanos” es fundamental, ya que quienes se encargan de la parroquia brindan información directa y específica sobre esta a través de los canales señalados; y esto es parte de lo que desearon con la creación de la web.

### Figura 3.3

*Banner y encabezado de la página de Inicio*



[Inicio](#) [Nosotros](#) [Orurillo](#) [Pastorales](#) [Aliados](#) [Blog](#) [Ayúdanos](#) [Contáctanos](#)



De Parroquia Santa Cruz de Orurillo (<https://www.parroquiasantacruzdeorurillo.org/>)

2. Nosotros: Esta página presenta a la parroquia y a las comunidades que atiende. De igual forma, se menciona parte de la historia de la prelatura de Ayaviri, ya que la parroquia pertenece a su jurisdicción.

En cuanto al diseño, ya que las imágenes y/o videos son importantes para seguir produciendo emociones positivas en el usuario, se muestran fotos de los pobladores y del párroco compartiendo alegremente. Asimismo, el texto en los párrafos es corto y se presenta de manera ordenada para el lector, ya que así este no encuentra pesada su lectura. La diferencia en el tamaño y color de la tipografía en la página sirve para brindarle al usuario información visual que, junto con los efectos de transición, continúen haciendo de su navegación una experiencia activa. Esto también se tomó de referencia de páginas de presentación con una estructura similar.

**Figura 3.4**

*Banner de la página 'Nosotros'*



De Parroquia Santa Cruz de Orurillo (<https://www.parroquiasantacruzdeorurillo.org/nosotros>)

3. Orurillo: Sirve a modo de galería de fotos para mostrarles a los visitantes imágenes de los pobladores de Orurillo, ya que lo visual en el website es muy importante para brindarle al usuario una experiencia positiva en cuanto al sentimiento de alegría que provocan las fotografías. Se procura que todas las imágenes en esta categoría muestren la ternura y alegría de los habitantes de esta zona de Puno, de manera que conmuevan a quienes las vean.

Esta página se tomó de referencia de otras también, aunque se procuró no colocar demasiadas imágenes, sino más bien añadir en la parte inferior un enlace a la cuenta de Instagram de la parroquia, que a la vez se creó para este fin. Esto, ya que al hacer la prueba con el público objetivo, nos comentaron que un álbum infinito de fotos dentro de una página en un sitio web no les resulta tan práctico como encontrarlo en una cuenta de Instagram o Facebook. No obstante, la mayoría de usuarios prefiere que el enlace específico de esta página los dirija a Instagram, en donde, por lo general, se encuentran fotografías en mejor calidad y en mayor número que en cualquier otra red social.

### Figura 3.5

*Banner de la página 'Orurillo'*



De Parroquia Santa Cruz de Orurillo (<https://www.parroquiasantacruzdeorurillo.org/orurillo>)

4. Pastorales: En esta página, se presenta todo el trabajo evangelizador realizado por la parroquia. Por esto, se muestran los 3 principales ejes pastorales que desarrollan en las comunidades.

El diseño se tomó se referencia de uno de los sitios web analizados, pero se varió esta vez iniciando con una cita bíblica que refleja bastante bien la importancia de servir, que es crucial para la parroquia y esta página en específico, ya que aquí “pastoral” es, en esencia, la labor que desempeña la iglesia y todo aquel que desee ayudar en el crecimiento íntegro del prójimo. Los usuarios gustaron de esto, así como de la información concisa de cada pastoral, que incluye una imagen que traslada al visitante a otra página en la que se describe más detalladamente lo seleccionado. De igual manera, se hace énfasis en el uso de imágenes que reflejen la alegría de la gente de Orurillo para

mantener vigentes las emociones positivas en los visitantes. Nuevamente, se añade un enlace que dirige a la página de Facebook de la parroquia, ya que como se explicó previamente, se desea también que los visitantes lleguen ahí para que observen que es una cuenta activa, donde se crea y se comparte contenido a diario que evidencia que las actividades y proyectos parroquiales se siguen dando tanto online como presencialmente.

### **Figura 3.6**

*Banner de la página 'Pastorales'*



De Parroquia Santa Cruz de Orurillo (<https://www.parroquiasantacruzdeorurillo.org/pastorales>)

5. Aliados: Aquí se brinda información sobre las instituciones que colaboran con sus talentos, tiempo y tesoro económico a la nueva evangelización de la parroquia.

Se tomó de ejemplo a páginas de otras parroquias y organizaciones similares, ya que todas ellas cuentan con un espacio en el que presentan de manera específica a cada entidad de la que perciben ayuda. Se hizo lo mismo en el sitio web de la parroquia, principalmente para que las entidades benefactoras tuvieran conocimiento de que se las considera importantes en la misión pastoral. A todas ellas se les comunicó sobre la idea y, encantadas, aceptaron. A la vez, a los usuarios les pareció ideal darles un espacio propio a los aliados también, ya que es gracias a ellos que los proyectos pastorales en Orurillo siguen en pie.

### **Figura 3.7**

*Banner de la página 'Aliados'*



De Parroquia Santa Cruz de Orurillo (<https://www.parroquiasantacruzdeorurillo.org/aliados>)

6. Blog: En esta página, el párroco u otras personas designadas por él escriben entradas cuyo contenido guarda relación con la parroquia, las comunidades de Orurillo y temas espirituales en general. La idea también se tomó de otros sitios web y a los usuarios les agradó. La publicación de estas entradas se realiza, idealmente, de manera mensual, para no generar una sensación de abandono y descuido de página en el usuario.

### Figura 3.8

*Banner de la página 'Blog'*



De Parroquia Santa Cruz de Orurillo (<https://www.parroquiasantacruzdeorurillo.org/blog>)

7. Ayúdanos: Esta es la única página del website en que los visitantes pueden informarse acerca de cómo ayudar a la parroquia y a las comunidades campesinas. Se señala que esto es posible por medio de donaciones económicas o de bienes (víveres, ropa, entre otros). Se incluyen botones para donación desde el extranjero y datos de las cuentas bancarias a las que los interesados pueden realizar transferencias.

Esta página es de las más importantes para el website de casi toda organización sin fines de lucro. Incluso, sus creadores suelen agregar botones de donación en

la mayoría de las demás páginas de su sitio web para que los usuarios los cliquen y lleguen finalmente a la página o plataforma de donación. No obstante, el fin último de la parroquia Santa Cruz de Orurillo para con el sitio web no es que las personas realicen una donación, sino que conozcan toda la labor que realiza la entidad actualmente; y ya con eso logrado, los usuarios pueden proceder a apoyar con bienes o económicamente, si así lo desean. Por eso, no se colocaron botones de donación o anuncios para ello en las demás páginas del site de la parroquia. Toda esa información se encuentra en esta página única.

**Figura 3.9**

*Banner de la página 'Ayúdanos'*

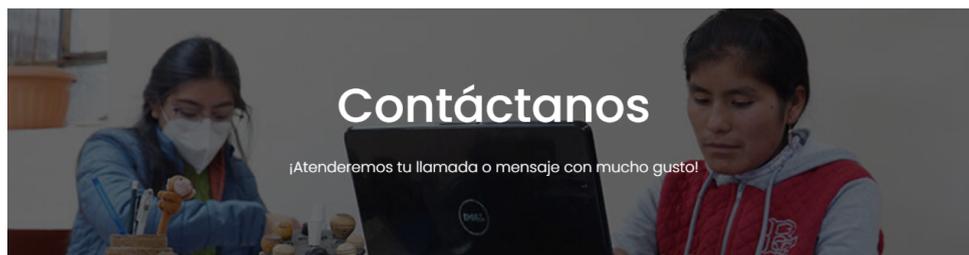


De Parroquia Santa Cruz de Orurillo (<https://www.parroquiasantacruzdeorurillo.org/ayudanos>)

8. **Contáctanos:** Aquí los visitantes reciben información de cómo contactar a la parroquia. Se indica que, si desean, pueden llenar el formulario en la parte derecha o inferior para dejar sus datos y que estos lleguen directamente al correo parroquial, o en su defecto, pueden escribir o llamar a los números adjuntos. Esta página es, nuevamente, importante para toda entidad con un sitio en la web; también están adjuntos los enlaces a las redes sociales de la parroquia, pues a través de estas, los usuarios también pueden ponerse en contacto con sus trabajadores.

**Figura 3.10**

*Banner de la página 'Contáctanos'*



De Parroquia Santa Cruz de Orurillo (<https://www.parroquiasantacruzdeorurillo.org/contactanos>)

A continuación, lo siguiente es lo que puede encontrarse en el encabezado y en el pie de página del sitio web:

9. Encabezado: Casi todos los websites de referencia tenían su logo o imagotipo al lado izquierdo y la información del menú hacia la derecha; los usuarios que probaron el sitio web mencionaron que, en efecto, esta distribución es más cómoda, ya que los colores del imagotipo sobre el fondo blanco son lo primero que llama la atención del encabezado; luego, como es natural, la vista se desplaza hacia la derecha y permite apreciar los nombres de todas las páginas del site.

### **Figura 3.11**

*Encabezado*



De Parroquia Santa Cruz de Orurillo (<https://www.parroquiasantacruzdeorurillo.org>)

10. Pie de página: La referencia para desarrollar esta parte del website se tomó de distintos otros sitios, ya que cada pie de página contenía información distinta; sin embargo, siempre estaban presentes los datos de contacto, así como información de la ubicación de la entidad. Se hizo algo similar y además se agregó un enlace que dirige a la página de “Contáctanos”, donde los usuarios

pueden encontrar mayor información sobre cómo ponerse en contacto con quienes administran la parroquia.

### Figura 3.12

*Pie de página*



De Parroquia Santa Cruz de Orurillo (<https://www.parroquiasantacruzdeorurillo.org>)

### 3.1.2 Guía de identidad visual

Sobre la guía de identidad visual, se procuró que fuera lo más sencilla, pero entendible posible. Se tomó el ejemplo de la guía de un negocio pequeño, una pastelería llamada “Isa”, la cual se encuentra adjunta en los anexos del presente documento. Esta fue la elegida por contar con una identidad propia y explicada de manera clara y concisa; y eso mismo se deseó para la guía de la web de la parroquia. No existía una guía anterior, por lo que tuvo que crearse una desde cero.

Los colores para el sitio web se tomaron del imagotipo. Este ya existía previamente, pues un diseñador gráfico voluntario lo diseñó a pedido del párroco. Al ponerlo en evaluación con las personas del público objetivo y una asesora, no encontraron problema más que en algunos detalles de la tipografía, que finalmente se arreglaron, dando como resultado final el imagotipo actual.

### Figura 3.13

*Imagotipo*



De Guía de Identidad Visual de la parroquia “Santa Cruz de Orurillo”

([https://drive.google.com/file/d/1PrLUrAleQCYRVmGWr4Fx1\\_4fWBnrYx3k/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1PrLUrAleQCYRVmGWr4Fx1_4fWBnrYx3k/view?usp=sharing))

Cabe mencionar también que para la tipografía general del website, se trató de seleccionar un tipo de letra lo más similar posible a la del imagotipo, pues en Squarespace, donde se desarrolló el site, no es posible cargar la tipografía deseada, externa a las opciones que se presentan.

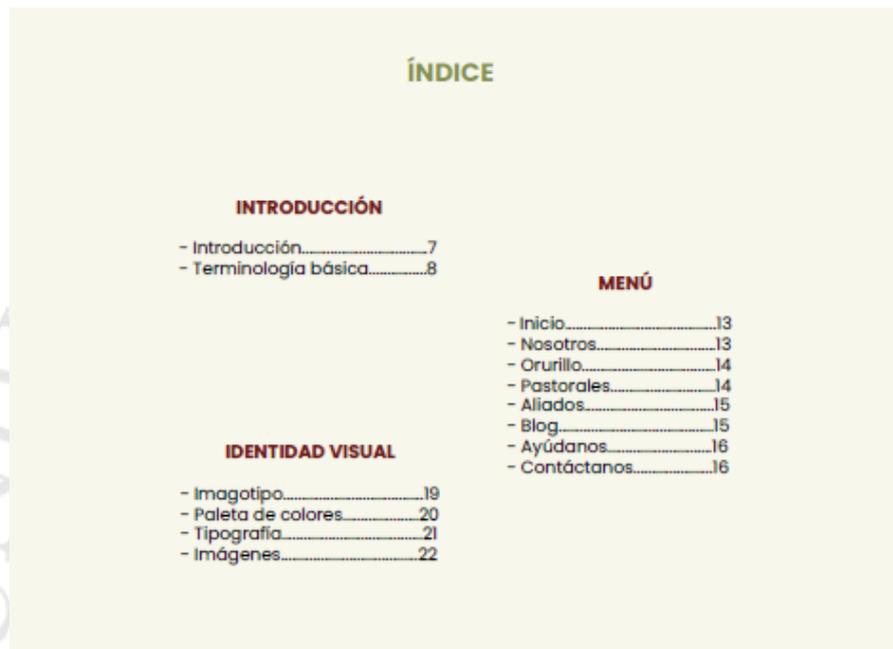
Además, se tuvo pensado en algún momento del año 2021 realizar un viaje a Orurillo para instruir a una o más personas que actualmente administran la casa parroquial, de modo que sean ellas quienes se encarguen de controlar la web. Si bien esto se quiso en un principio, por complicaciones que surgieron debido a la pandemia y otras situaciones de mayor grado, fue imposible realizar un viaje para brindar conocimientos del manual y el website a alguna persona de la parroquia. No obstante, gracias a los coordinadores de “Servir”, quienes manifiestan seguir teniendo el deseo de apoyar a la parroquia y las comunidades en lo que necesitaran, se logró capacitar a uno de sus encargados, Pedro Ramos, quien también viaja a Orurillo todas las veces que el grupo de voluntariado realiza viajes por campañas a este lugar, ya que cuenta con el cargo de embajador de misiones. Es por esto que la guía sirve para orientar a quien administre el website cada vez que se desee hacer una modificación o actualización del mismo, sin que deje de pedir alguna sugerencia o apoyo mío si es que lo llegase a necesitar.

La capacitación duró 40 minutos aproximadamente, se le explicó parte por parte sobre la guía y se aclararon puntos que no quedaron del todo claros en un inicio. Al

finalizar, se le tomó una prueba al capacitado y se corroboró que estaba listo para manejar el sitio web sin mayor problema.

**Figura 3.14**

*Índice de la guía de identidad visual*



The image shows a table of contents for a visual identity guide. The title 'ÍNDICE' is at the top center. Below it are three main sections: 'INTRODUCCIÓN', 'IDENTIDAD VISUAL', and 'MENÚ'. Each section contains a list of sub-topics with their corresponding page numbers.

| ÍNDICE                     |    |
|----------------------------|----|
| <b>INTRODUCCIÓN</b>        |    |
| - Introducción.....        | 7  |
| - Terminología básica..... | 8  |
| <b>IDENTIDAD VISUAL</b>    |    |
| - Imagotipo.....           | 19 |
| - Paleta de colores.....   | 20 |
| - Tipografía.....          | 21 |
| - Imágenes.....            | 22 |
| <b>MENÚ</b>                |    |
| - Inicio.....              | 13 |
| - Nosotros.....            | 13 |
| - Orurillo.....            | 14 |
| - Pastorales.....          | 14 |
| - Aliados.....             | 15 |
| - Blog.....                | 15 |
| - Ayúdanos.....            | 16 |
| - Contáctanos.....         | 16 |

De Guía de Identidad Visual de la parroquia “Santa Cruz de Orurillo”

([https://drive.google.com/file/d/1PrLUrAleOCYRVmGWrr4Fx1\\_4fWBnrYx3k/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1PrLUrAleOCYRVmGWrr4Fx1_4fWBnrYx3k/view?usp=sharing))

Lo principal es que quien tenga esta guía en sus manos, pueda seguir la norma indicada sobre la información que se publica en cada página del sitio web, así como de aspectos visuales básicos del mismo.

El contenido, según el índice que se aprecia en la parte superior, incluye una explicación de la terminología básica para comprender los aspectos visuales y técnicos que se abordan en la guía. Estos términos engloban palabras como “identidad visual”, “guía de identidad visual”, “paleta de colores”, “hipervínculo”, “sitio web/website”, “página”, entre otros

Asimismo, se incorpora una explicación de lo que consiste cada página de la web, de modo que se tenga claro qué información va en cada una. Así, si se desea

actualizar o agregar datos específicos, se sabrá qué colocar, siempre y cuando guarde relación con la página deseada.

Finalmente, se exponen los elementos visuales, algunos ya mencionados, como la tipografía, imágenes, paleta de colores e imagotipo que se usan actualmente en el website y que, a la vez, pueden servir para orientar la producción de piezas gráficas que se publican en las redes sociales de la parroquia.

### **3.2 Validaciones**

Para las validaciones, se realizó una entrevista a 12 personas del público objetivo primario, así como 1 focus group con 6 participantes. Según lo desarrollado, pudo hallarse lo siguiente:

#### **3.2.1 Hallazgos de la entrevista**

- Cuando se les preguntó desde qué dispositivo visitaban el sitio web, 5 de los entrevistados respondieron haber accedido a través del celular; 6 accedieron desde una laptop; y uno de ellos, desde una computadora.
- A todos los entrevistados les pareció sencillo navegar por el sitio web, sea desde el dispositivo que usaran. Ninguno de los entrevistados encontró dificultad para desplazarse por el website.
- A 11 de 12 entrevistados les gustaron mucho las imágenes en el sitio web y la bienvenida del padre en la página de Inicio. Algunos de ellos destacaron el video como interactivo y los efectos de las imágenes le otorgan mayor dinamismo al sitio web.
- A 4 de los entrevistados no les gustaron los logos que aparecían en un tamaño muy grande y que, por ello, se veían pixelados. Esto lo notaron principalmente quienes ingresaron desde una laptop o computadora, ya que el formato de imagen desde el celular los muestra en un tamaño más reducido.
- Todos los entrevistados estuvieron de acuerdo en que los colores de la paleta estaban presentes en todas las páginas del sitio web, con

predominancia del color blanco, lo cual no les disgustó, ya que sentían que le otorgaba una sensación de paz y armonía al website.

- Lo que más les gustó a los entrevistados fueron las imágenes y el video de Inicio, aunque algunos de ellos manifestaron que al ingresar al sitio web, la parte inicial del video los incomodó, ya que al mostrarse un cielo azul con nubes, las letras blancas de encima no se apreciaban bien. Debían pasar unos segundos hasta que el video avanzara y pudieran apreciar mejor estas letras. Fuera de ello, destacaron que las imágenes tenían una buena calidad y eran el principal atractivo del website.
- Ninguno de los entrevistados tuvo problemas con respecto a alguna demora en la aparición de las imágenes/videos. Solo unos pocos entrevistados notaron que algunas tardaban en aparecer, pero posteriormente se comprobó que se debía a la mala conexión a la red en el lugar donde se encontraban.
- 8 entrevistados manifestaron que agregar más imágenes podría recargar demasiado al sitio web; 6 de ellos mencionaron que sería ideal actualizarlas conforme pase el tiempo.
- A 11 de 12 entrevistados les gustó mucho la página de Inicio. Solo uno manifestó no haberse sentido atraído por ella, debido a que en un comienzo sintió confusión por las letras blancas encima del video, que no se leían debido a que tenían el mismo color blanco de las nubes en el clip inicial, que corresponde al del cielo orurillano.
- 11 de 12 entrevistados sienten que es adecuado tener un video en el Inicio, ya que le otorga mayor dinamismo al website desde que se ingresa a este. El video captó la atención de la mayoría, solo 3 entrevistados lo pasaron por alto y siguieron deslizando hacia abajo.
- 11 de 12 entrevistados aseguran que el video es ideal, pues resume la esencia de lo que es Orurillo. Uno señaló que la parroquia como tal no se muestra, lo cual es cierto, ya que está en refacción.
- 11 de 12 entrevistados aseguran que el sitio web les genera una sensación de armonía, paz, tranquilidad y felicidad. 9 dijeron haberse sentido motivados a viajar a Orurillo y ver en vivo y en directo la gran

labor que se realiza por allá. 3 dijeron que se animarían a contribuir de alguna manera, principalmente económica, ya que por la pandemia aún se les dificultará viajar hacia allá. 7 de ellos mencionaron que tienen muchas ganas de conocer a los habitantes de las comunidades; e incluso, siguieron las redes sociales de la parroquia al encontrar los enlaces hacia estas en el website.

### **3.2.2 Hallazgos del focus group**

- 3 personas accedieron desde el celular y 3 desde una laptop.
- A todos los participantes les pareció sencillo navegar por el sitio web, aunque manifiestan que sería ideal tener un botón de regreso al menú, o en su defecto, el menú estático para que puedan retornar fácilmente.
- Destacaron que, de la página, les agrada la tipografía. las imágenes de Orurillo y sus habitantes, así como la paleta de colores.
- En conjunto, expresaron que no les agradó que los logos estuvieran en tamaño tan grande en la sección individual de “Aliados”. De igual manera, hay imágenes muy grandes en la página de “Orurillo” que rompen con la armonía al tener imágenes más pequeñas alrededor.
- Los participantes señalan también que las letras blancas del video inicial se confunden con las nubes del clip inicial.
- A todos les gustó visitar el sitio web y manifestaron sentir empatía, proximidad y ternura mientras navegaban por este.

### **3.2.3 Conclusiones sobre la validación**

- Las observaciones principales sobre la página tuvieron que ver con el aspecto y funcionalidad de esta. Son cambios fáciles de realizar, por lo que no toman mucho tiempo en hacerse.
- La totalidad de los entrevistados y participantes del focus group está de acuerdo en que la página, incluso tal y como está, sin hacer los cambios aún, está bastante completa para ser visitada por el público objetivo. Sin

embargo, las mejoras tienen que aplicarse para hacer aún más agradable la experiencia de los usuarios visitantes.

- El sitio web se aprecia correctamente, tanto si se lo visita desde una laptop, como desde un celular. Aunque las imágenes en formato grande se ven aún más grandes desde la laptop, por lo que saltan a la vista.
- En cuanto a información, el website está completo. Solo será necesario actualizar algunas páginas si se suben notas al blog, se cambian imágenes, o si a nivel pastoral la parroquia sufre cambios, como, por ejemplo, si llegara algún nuevo sacerdote encargado.

### 3.3 Resultados del análisis de métricas de la web

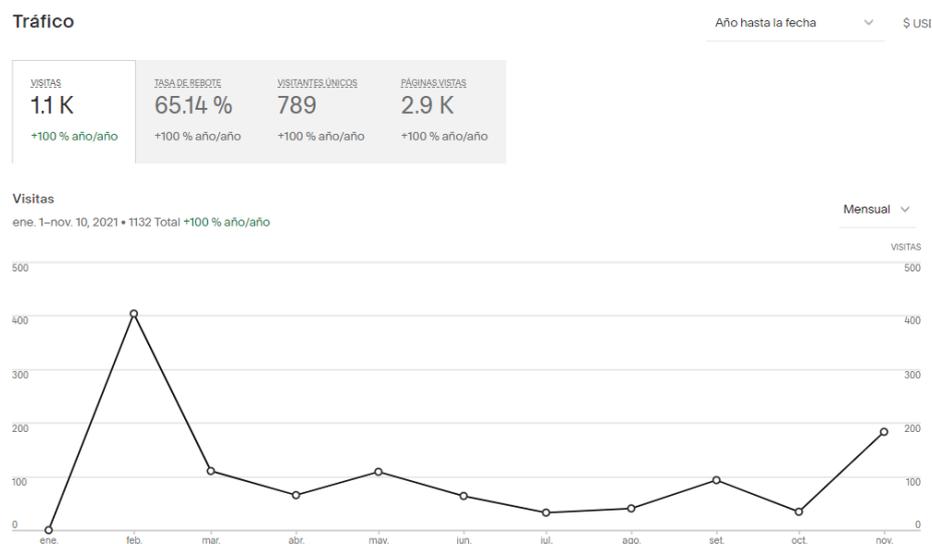
Primero, se exponen las métricas sin análisis, ya que este se realiza en la parte de conclusiones sobre métricas del sitio web (3.3.8). La medición se realizó desde febrero del 2021, mes del lanzamiento del website, hasta noviembre del mismo año.

#### 3.3.1 Tráfico:

El tráfico web es la cantidad de datos enviados y recibidos por los visitantes de un sitio web. Esta es una gran proporción del tráfico de internet. El tráfico web es determinado por el número de visitantes y páginas web que visitan.

#### Figura 3.15

*Tráfico del sitio web*

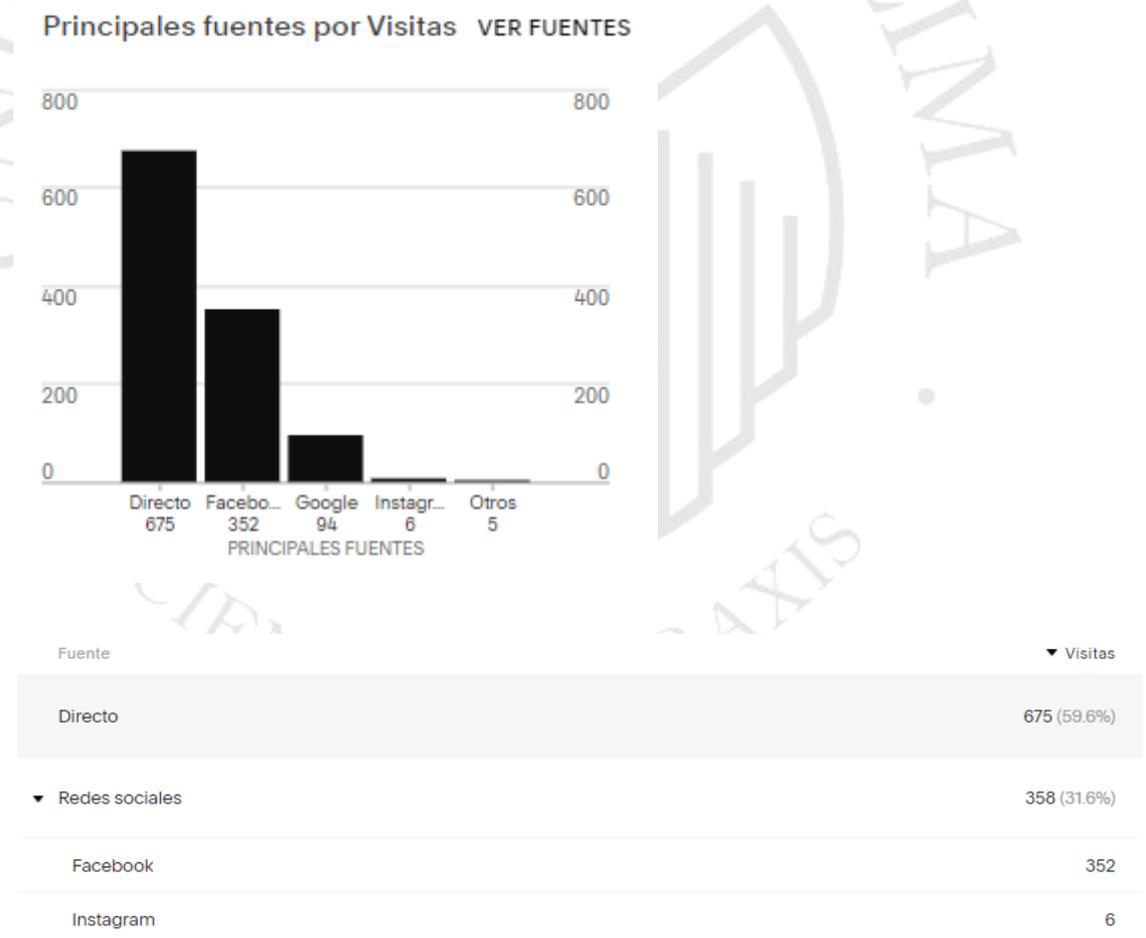


De *Squarespace Analytics*, por Squarespace, 2021.

En el caso del sitio web de la parroquia “Santa Cruz de Orurillo”, se aprecia que a inicios de año, se obtuvo mayor tráfico en este (400 a + visitas). Posteriormente, el tráfico decreció y se realizó por momentos en mayo y septiembre. Luego de ello, tuvo una reducción nuevamente en el mes de octubre, más un realce de aproximadamente 200 visitas desde el mes de noviembre.

**Figura 3.16**

*Principales fuentes por visitas a la web*



|   |            |
|---|------------|
| ▼ Búsqueda  | 97 (8.57%) |
| ▶ Google  | 94         |
| ▶ Bing  | 2          |
| ▶ Yahoo!  | 1          |
| ▼ Referidos   | 2 (0.18%)  |
| ▼ <a href="https://m.facebook.com">android-app://m.facebook.com</a> | 2          |
| <a href="https://m.facebook.com">android-app://m.facebook.com</a>   | 2          |

De *Squarespace Analytics*, por Squarespace, 2021

En cuanto a las fuentes desde las que los usuarios visitaron el sitio web, encontramos que la mayoría ingresó a través de un clic al enlace directo del mismo (675 visitas). Sobre el ingreso desde las redes sociales de la parroquia, encontramos que hubo 352 visitas desde el fan page en Facebook y 6 desde la cuenta en Instagram. Por otra parte, hubo quienes realizaron la búsqueda del sitio web mismo desde plataformas como Google (94 visitas), Bing (2 visitas) y hasta Yahoo! (1 visita). Finalmente, hubo quienes ingresaron a través del tráfico referido, por el app de Android de Facebook.

### 3.3.2 Rebote:

La tasa o porcentaje de rebote es un término utilizado en los análisis del tráfico de visitantes de las páginas web de Internet. Un rebote se produce cuando un navegante abandona el sitio después de haber visto una sola página web, en unos pocos segundos.

### Figura 3.17

*Tasa de rebote*



De *Squarespace Analytics*, por Squarespace, 2021

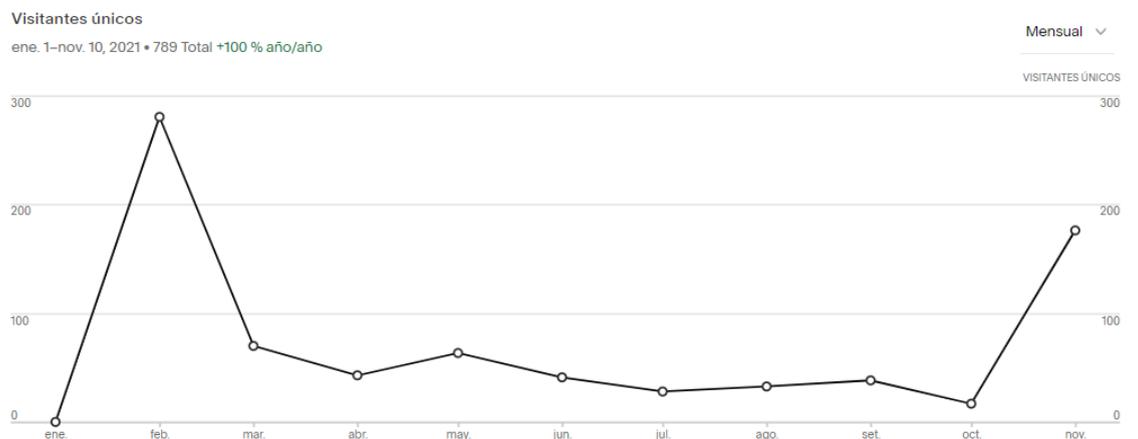
Sobre el rebote, encontramos que, desde inicios de año, se mantuvo una tasa promedio de 50%. Para el mes de noviembre, el rebote se incrementó a más del 90%.

### 3.3.3 Visitas únicas:

El número de personas que ha visto el sitio web por primera vez. Performance graph (Gráfico de rendimiento):

**Figura 3.18**

*Visitantes únicos a la web*



De *Squarespace Analytics*, por Squarespace, 2021

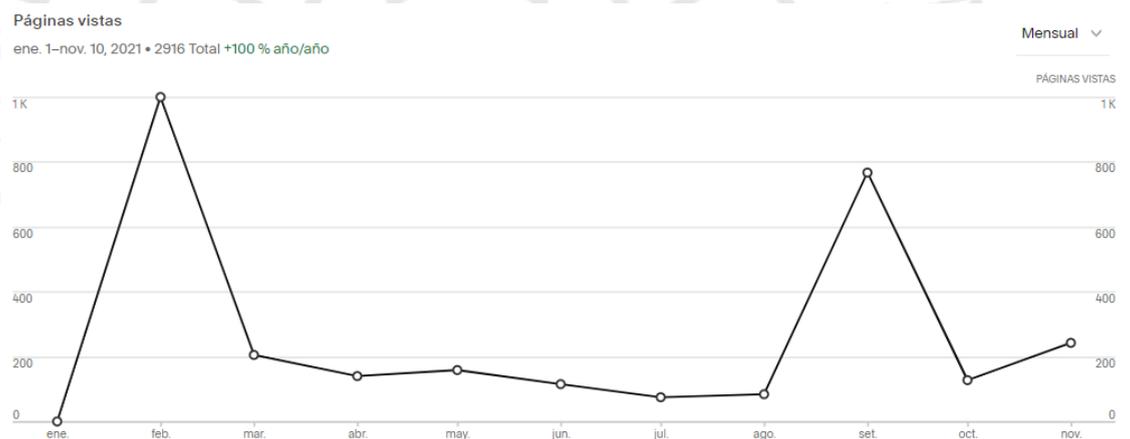
Con respecto a los visitantes únicos en el sitio web, encontramos que a inicios de año, obtuvimos la mayoría (300); seguidamente, el número se redujo y se mantuvo en alrededor de 20 usuarios nuevos hasta el mes de noviembre, en que se incrementaron a cerca de 200.

### 3.3.4 Visitas a la página:

Número total de veces que han visto la página web. Esto incluye visitas de personas que no están en el público, visitas múltiples de las mismas personas y visitas a páginas individuales del sitio web por el mismo visitante.

**Figura 3.19**

*Páginas vistas del sitio web*



De *Squarespace Analytics*, por Squarespace, 2021

En relación con el número de páginas vistas, encontramos que a comienzos de año hubo alrededor de 1000 visitas; más adelante, el número se redujo a alrededor de 100 y 150 vistas, con un realce de aproximadamente 800 páginas vistas en el mes de septiembre. Finalmente, el número de estas se redujo en octubre y volvió a subir en noviembre, con un aproximado de más de 200 páginas vistas.

### 3.3.5 Geografía:

Países, regiones desde donde nos visitan los usuarios.

**Figura 3.20**

*Visitas por país*



| Ubicación           | Visitas     |
|---------------------|-------------|
| ▶ PE Perú           | 834 (87.1%) |
| ▶ US Estados Unidos | 50 (5.22%)  |
| ▶ CA Canadá         | 17 (1.78%)  |
| ▶ IE Irlanda        | 9 (0.94%)   |
| ▶ MX México         | 9 (0.94%)   |
| ▶ ES España         | 8 (0.84%)   |
| ▶ AR Argentina      | 3 (0.31%)   |
| ▶ BR Brasil         | 3 (0.31%)   |

De *Squarespace Analytics*, por Squarespace, 2021

El mayor número de visitas se registra en Perú, con 834 (87.1%). Asimismo, alrededor de 50 visitas (5.22%) provienen de los Estados Unidos; unas 17 (1.78%) provienen de Canadá; y un porcentaje mínimo, de otros países.

### 3.3.6 Tiempo en la página:

Tiempo estimado que pasan los usuarios en el sitio web.

Tasa de salida:

La tasa de salida o abandono ofrece información sobre páginas específicas de un sitio web y mide el porcentaje de usuarios que abandonan el sitio web después de haber visitado una o varias páginas y de haber interactuado en él.

### Figura 3.21

*Tiempo promedio en la página*

| Promedios de tu página |                |                |
|------------------------|----------------|----------------|
| Tiempo en la página    | Tasa de rebote | Tasa de salida |
| 98s                    | 65.14 %        | 38.84 %        |

Calculamos el promedio de todas tus páginas que reciban, al menos, una vista. Este es un indicador del desempeño general del sitio.

De *Squarespace Analytics*, por Squarespace, 2021

Sobre el tiempo promedio que pasan los usuarios en el sitio web, encontramos que alrededor de 98s es el estimado de tiempo que pasa cada usuario en nuestro website, es decir, aproximadamente 1 min con 63 s.

Acerca de la tasa de salida, esta presenta un 38.84%. Este es el porcentaje de usuarios que abandonan el sitio web después de haber interactuado y visitado una o varias páginas en él.

### 3.3.7 Visitas a la página por página:

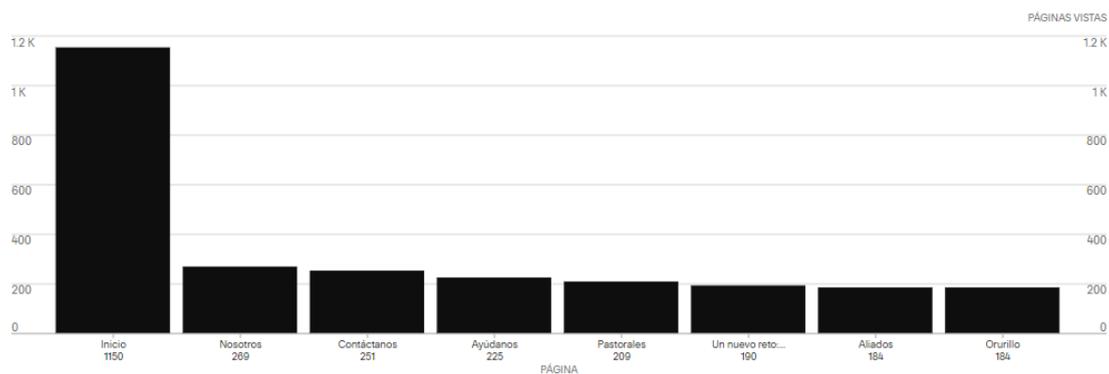
Esta tabla mostrará las visitas a la página de cada página web asociada a la cuenta. Puede usarse el menú desplegable para ver los datos como una tabla o gráfico de barras.

### Figura 3.22

*Principales visitas de página*

### Principales vistas de página 📄

ene. 1–nov. 10, 2021 • 91 % de 2917 Páginas vistas +0 % año/año



### Todas las páginas con vistas

ene. 1–nov. 10, 2021 • 2917 Total +0 % año/año

| Página   | Vistas | Tiempo en la página | Tasa de rebote | Tasa de salida |
|--|--------|---------------------|----------------|----------------|
| <a href="#">Inicio</a> <span>📄</span><br>/   | 1,150  | 00:01:47            | 60.36%         | 53.39%         |
| <a href="#">Nosotros</a> <span>📄</span><br>/nosotros   | 269    | 00:01:23            | 52.38%         | 20.82%         |
| <a href="#">Contáctanos</a> <span>📄</span><br>/contactanos   | 251    | 00:02:18            | 56.14%         | 30.28%         |
| <a href="#">Ayúdanos</a> <span>📄</span><br>/ayudanos   | 225    | 00:02:11            | 61.7%          | 34.22%         |
| <a href="#">Pastorales</a> <span>📄</span><br>/pastorales   | 209    | 00:00:47            | 42.86%         | 12.44%         |
| <a href="#">Un nuevo reto: ¡Habemus nuevo vicario en la Prelatura de Ayaviri!</a> <span>📄</span><br>/blog/un-nuevo-reto-habemus-nuevo-vicario-en-la-prelatura-de-ayaviri | 190    | 00:05:28            | 94.19%         | 90.53%         |

|  |     |          |        |        |
|--|-----|----------|--------|--------|
| Aliados <br>/aliados  | 184 | 00:01:24 | 50%    | 22.83% |
| Orurillo <br>/orurillo  | 184 | 00:01:40 | 77.78% | 9.24%  |
| Blog <br>/blog  | 119 | 00:00:53 | 21.43% | 7.56%  |
| A pesar de los retos, siempre por amor: 'Servir' en las alturas <br>/blog/apesardelosretosiempreporamor | 57  | 00:01:01 | 86.67% | 57.89% |
| Pastoral Solidaria <br>/pastoral-solidaria  | 23  | 00:00:53 | 100%   | 13.04% |
| Pastoral Catequética <br>/pastoral-catequica  | 21  | 00:01:12 | 0%     | 4.76%  |
| Pastoral Patrimonial <br>/pastoral-patrimonial  | 18  | 00:01:08 | 100%   | 11.11% |
| Pastoral Catequética <br>/pastoral-catequica  | 4   | 00:02:32 | 0%     | 0%     |

De *Squarespace Analytics*, por Squarespace, 2021

De acuerdo con la gráfica, puede verse que la página de Inicio es la que más vistas tiene, con 1150. Seguido a ello, está la página 'Nosotros', con 269 vistas; luego, se encuentra la página 'Contáctanos', con 251; al igual que la página 'Ayúdanos', con 225. Posteriormente, están las demás.

### 3.3.8 Conclusiones sobre métricas del sitio web

- A inicios de este año, el sitio web fue lanzado oficialmente al público. Por esa razón, se muestra un alto número de visitas, usuarios, usuarios únicos y una tasa de rebote menor a la actual de noviembre. Estos usuarios son personas que conocen de cerca la labor que realiza el padre Dante, actual párroco encargado; y que pudieron haber compartido el enlace del sitio web con sus conocidos, de modo que les muestren el trabajo que se realiza en Santa Cruz de Orurillo y las comunidades.
- El rebote se mantiene por encima de lo aceptable casi durante todo el año. Esto sucedería porque los usuarios ingresan a buscar información sobre algo específico y luego abandonan el sitio, lo cual no está mal, ya

que esta página busca informar sobre la parroquia a los usuarios y ellos eligen qué información necesitan o desean ver. Adicionalmente, ya para noviembre se obtiene una tasa de rebote demasiado elevada, alrededor de 90%. Ello, ya que después de mucho tiempo se llegó a compartir contenido de la página en las redes de la parroquia. Los usuarios ingresaron a leer una nota publicada en el blog y abandonaron el sitio luego de leerla, ya que ese era el objetivo con su publicación.

- La reducción en la tasa de visitantes se debe, principalmente, a que durante los meses de descenso, el sitio web se encontraba en proceso de construcción, aún con páginas incompletas que se estaban continuamente actualizando, según la información que iba brindando el párroco encargado. Durante este proceso, no se explotó la difusión del sitio web en las redes de la parroquia, ya que se esperó a tener el sitio más completo para hacerlo.
- Es necesario continuar compartiendo contenido del sitio web a través de las redes de la parroquia para motivar el tráfico web, principalmente si el contenido se comparte en Facebook, ya que aquí se encuentra la mayor parte del público objetivo.

## 4. LECCIONES APRENDIDAS

El proceso de realización del sitio web fue bastante satisfactorio, ya que se contó con el completo apoyo de las personas de la parroquia, especialmente, del padre Dante, el párroco de Orurillo, quien no dudó en darse un tiempo cada 15 días en su apretada agenda para evaluar aspectos diversos del website y mostrarle los avances que se iba obteniendo. La asesoría con otros profesores expertos en sitios web sirvió muchísimo para crear el proyecto; gracias a ello, se escogió a Squarespace como la plataforma ideal para su creación y desarrollo, ya que es bastante amigable en cuanto al manejo de sus herramientas y de buen aspecto en cuanto al diseño. Adicionalmente, la característica de manejo sencillo es adecuada para quien se encargue de controlar la web a futuro, debido a que no son necesarios conocimientos de mayor grado para mantener activo un portal de este tipo. En lo personal, continuaré usando la plataforma para la creación de distintos proyectos personales y/o laborales a futuro.

Además de ello, fue posible notar que, si bien se alcanzó la meta de lograr por lo menos 150 visitantes en el sitio web durante los primeros 3 meses de lanzado, para que este sea visitado constantemente, es necesario compartir contenido de manera continua en las demás redes sociales de la parroquia, ya sea por Facebook, Instagram o Whatsapp, a través de enlaces que permitan visitar el portal web. Al no realizarse esto durante un tiempo, debido a que las páginas del sitio web venían siendo actualizadas para el proyecto, se observó que las visitas disminuyeron considerablemente. Por ello, se le aclaró en la capacitación a quien se encargará de la web a futuro que es necesario coordinar con quienes manejan las redes sociales de la parroquia que el contenido del website sea compartido por medio de enlaces de manera regular. Así, las visitas al portal web se mantendrán. No obstante, fue posible percatarnos de que, para que esto suceda, es necesario también no descuidar la página “Blog”, la cual pretende mostrar al público que el sitio está activo y que, de manera constante, se sube contenido nuevo y se actualizan algunos otros elementos en otras páginas del website.

Si algo puede mencionarse sobre la arquitectura de la información es que con este proyecto, se aprendió que, mientras más conciso sea el menú, más ganas le produce a los usuarios seguir navegando por el sitio. En los websites de hoy en día, un menú muy recargado no es atractivo; y hay que construirlo de la manera más austera posible para generar ganas de hacer clic en la mayor cantidad de páginas posibles.

Con respecto a la guía de identidad visual, se hizo bien en realizar un diseño sencillo que prioriza la explicación de las distintas páginas del sitio web, además de otros aspectos importantes a resaltar como la tipografía, paleta de colores y calidad de imagen que se usan como guía para la generación de contenido posterior al que se encuentra en la actualidad. Durante la capacitación, el encargado aprendió a manejar las herramientas del site en cuestión de minutos y entendió el concepto de “identidad visual” y lo importante que es que un sitio web, o cualquier otra plataforma propia de una marca, posea una. Esto y el mantener una interfaz que permita a los usuarios una navegación cómoda y sencilla son de suma importancia para asegurar el éxito en un website.

Pese al correcto mantenimiento de la página hasta el momento, la principal pregunta surgió cuando el sitio web terminó de ser actualizado. ¿Qué sucede si, de pronto, la prelatura decide cambiar al sacerdote de la parroquia? Luego, surgieron más preguntas. ¿Qué pasa si el nuevo sacerdote no ve necesaria la web? ¿Dejaría de existir? ¿Qué sucede si nadie más puede encargarse de controlarla?

Precisamente, poco después de hacerme estas preguntas, el sacerdote me comentó que había sido ascendido al cargo de vicario general de la prelatura de Ayaviri, que se encarga de realizar gestiones pastorales no solo en Orurillo, sino en otros distritos más, lo que significaba que dejaría el cargo de párroco en Santa Cruz de Orurillo. Fue preocupante en un inicio, pero luego de conversar con él, comentó que el nuevo párroco que llegará está enterado del sitio web y que la idea le parecía muy buena; además, el padre Dante, actual párroco, procedió a realizar el pago por 1 año más de existencia de la web, que caduca a fines de noviembre anualmente.

Por añadidura, el encargado del sitio web designado por el párroco, quien además pertenece a Servir, voluntariado de la Universidad de Lima que constantemente visita Orurillo para realizar misiones, se ocupará del portal hasta fines del año 2022; y sucesivamente, se quedará a cargo otro voluntario de Servir por 1 año más. De esa manera, en coordinación con el párroco y Servir, se acordó que habrá voluntarios a disposición del sitio web de la parroquia, de modo que estos apoyen al website en su manejo y mantenimiento.

Es así, finalmente, que el sitio web resulta una forma más de continuar apoyando el crecimiento y desarrollo del distrito de Orurillo. Después de crearse el portal, muchas personas que conocían de la maravillosa labor que se realiza con las 24 comunidades del distrito, le escribieron al padre para felicitarlo y comenzaron a compartir el enlace principal con sus contactos. No pasó mucho tiempo hasta que comenzaron a llegar donaciones que fueron posibles a través de la información de ayuda en la página “Ayúdanos” del website. A la vez, fueron varias las personas que se pusieron en contacto con el padre para ofrecerles su ayuda en lo que necesitara la población.

No puedo, sino, sentirme orgullosa de este trabajo, cuya realización no habría sido posible sin la ayuda del padre Dante, ni del voluntariado Servir, quienes siempre estuvieron dispuestos a apoyarme para lograr que el desarrollo del sitio web se hiciera realidad. Tampoco se habría concretado sin el apoyo de los asesores de los cursos de TP1 y TP2, ni el asesor que me asignaron posteriormente, cuya guía fue crucial para el éxito del proyecto. Espero, enormemente, que esta web se traduzca en un peldaño menos a escalar para lograr el bienestar social de todas las comunidades del distrito de Orurillo, en la provincia de Melgar, en el departamento de Puno, al sur del Perú.

## REFERENCIAS

- Agustinos Perú. Recuperado de <http://agustinos.pe/index.php>
- Arzobispado de Cusco. Recuperado de <https://arzobispadodelcusco.org/>
- Asociación de las Bienaventuranzas. Recuperado de <https://asociacionbienaventuranzas.org.pe>
- Diócesis de Tacna y Moquegua. Recuperado de <https://diocesisdetacnaymoquegua.org/>
- Diócesis de Tángier. Recuperado de <https://diocesisitanger.org/>
- INEI (s. f.). Población que accede a internet. Recuperado de <http://m.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/population-access-to-internet/>
- INEI (2017). Hogares según cobertura de las tecnologías de información y comunicación. Recuperado de [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitaless/Est/Lib1539/cap07.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitaless/Est/Lib1539/cap07.pdf)
- INEI (2017). Perú: Proyecciones de Población, Según Departamento, Provincia y Distrito, 2018-2020. Recuperado de [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitaless/Est/Lib1715/Libro.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitaless/Est/Lib1715/Libro.pdf)
- IPSOS (19 de noviembre de 2019). El smartphone consolida su avance. Recuperado de <https://www.ipsos.com/es-pe/el-smartphone-consolida-su-avance>
- IPSOS (2020). Perfil de los peruanos conectados. Recuperado de [https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/publication/documents/2020-10/perfil\\_de\\_los\\_peruanos\\_conectados\\_0.pdf](https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/publication/documents/2020-10/perfil_de_los_peruanos_conectados_0.pdf)
- IPSOS (18 de enero de 2022). Perfiles socioeconómicos del Perú 2021. Recuperado de <https://www.ipsos.com/es-pe/perfiles-socioeconomicos-del-peru-2021>
- Jesuitas Bolivia. Recuperado de <http://www.jesuitas.org.bo/>
- Orden de los Carmelitas en el Perú. Recuperado de <https://carmelitasperu.org/>
- Parroquia Nuestra Señora de la Reconciliación. Recuperado de <https://parroquiansr.org/>
- Parroquia Santa Cruz de Orurillo. Recuperado de <https://www.parroquiasantacruzdeorurillo.org/>

Perú Cámaras (20 de noviembre de 2019). Más del 50% de la población de la Macro Región Sur no accede a internet. Recuperado de <http://perucamaras.org.pe/nt299.html>

Salesianos Perú. Recuperado de <http://salesianos.pe/>

Santísimo Sacramento Parish. Recuperado de <http://www.santisimo.org/us-content/es-content.html>

Urbano, D. (14 de junio del 2019). 8 rasgos de las personas altruistas. Recuperado de <https://psicologaespecialistamalaga.com/8-rasgos-de-las-personas-altruistas/#:~:text=Una%20persona%20altruista%20siempre%20est%C3%A1%20atenta%20a%20quienes%20necesitan%20apoyo,hacer%20del%20mundo%20algo%20mejor>





## Anexo 1: Estructura de entrevistas

### ACCESIBILIDAD

1. ¿Desde dónde visitas el sitio web? (ejm. celular, laptop, etc.)
2. ¿Sientes que es sencillo navegar por el sitio web?
3. ¿Encontraste alguna dificultad desplazándote?

### APARIENCIA

4. ¿Qué es lo que más te gusta del website?
5. ¿Qué es lo que menos te gusta del website?
6. ¿La paleta de colores está correctamente distribuida en todas las páginas del sitio web?
7. ¿Las imágenes y videos te parecen los adecuados?
8. ¿Alguna imagen o video tardó en aparecer más de lo usual?
9. ¿Cambiarías alguna imagen/video o agregarías más de los que actualmente hay en el website?
10. ¿La página de Inicio te llamó la atención?
11. ¿Sientes que un video en el Inicio es lo adecuado?
12. ¿Crees que el video resume la esencia de Orurillo, la parroquia y sus comunidades?

### OBJETIVO

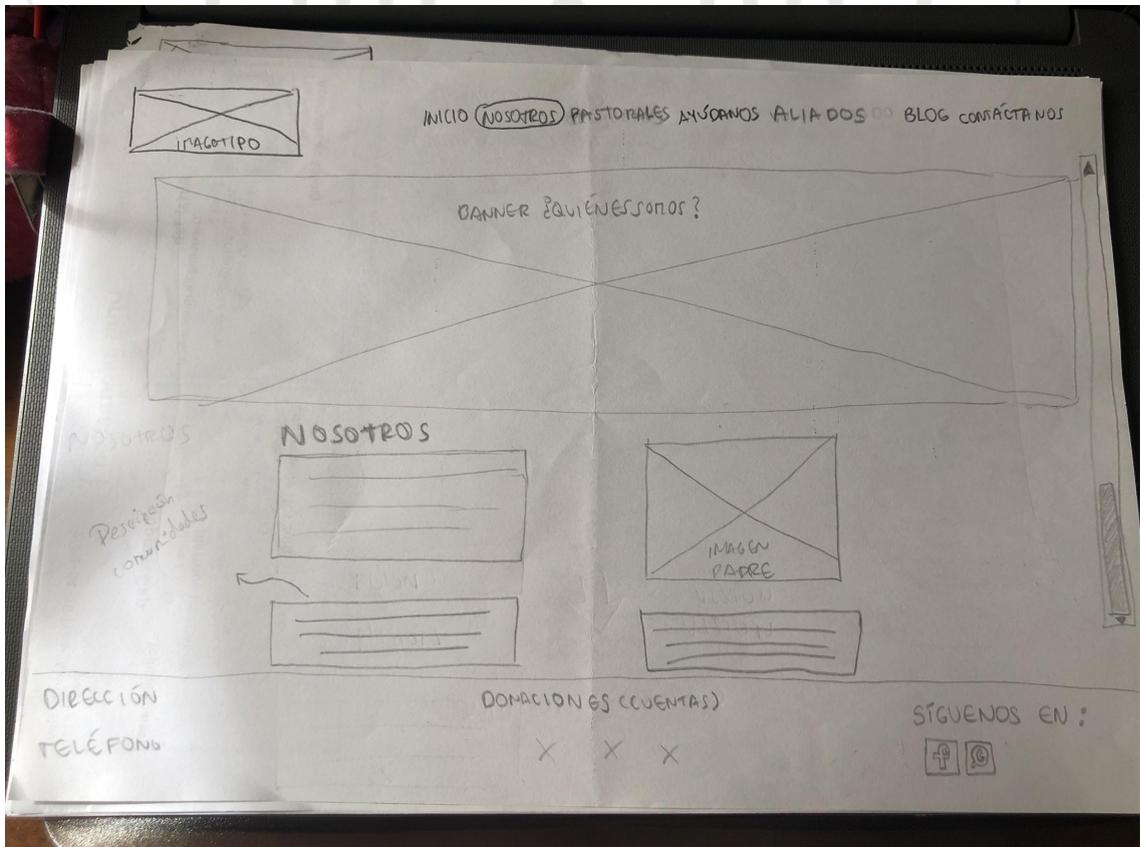
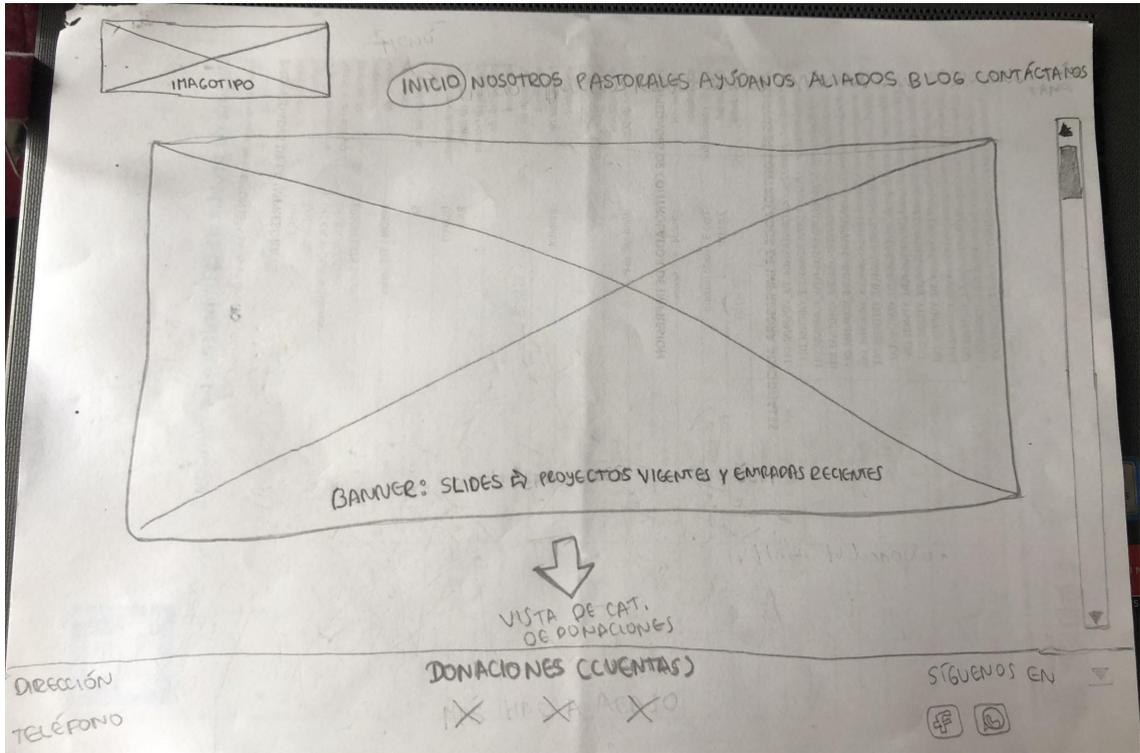
13. ¿Qué sensación te provoca el sitio web?
14. ¿Sientes que te motiva a realizar algo?
15. ¿El sitio web te ha informado lo suficiente sobre la parroquia?
16. Si tuvieras que cambiar algo de la página, ¿qué cambiarías?

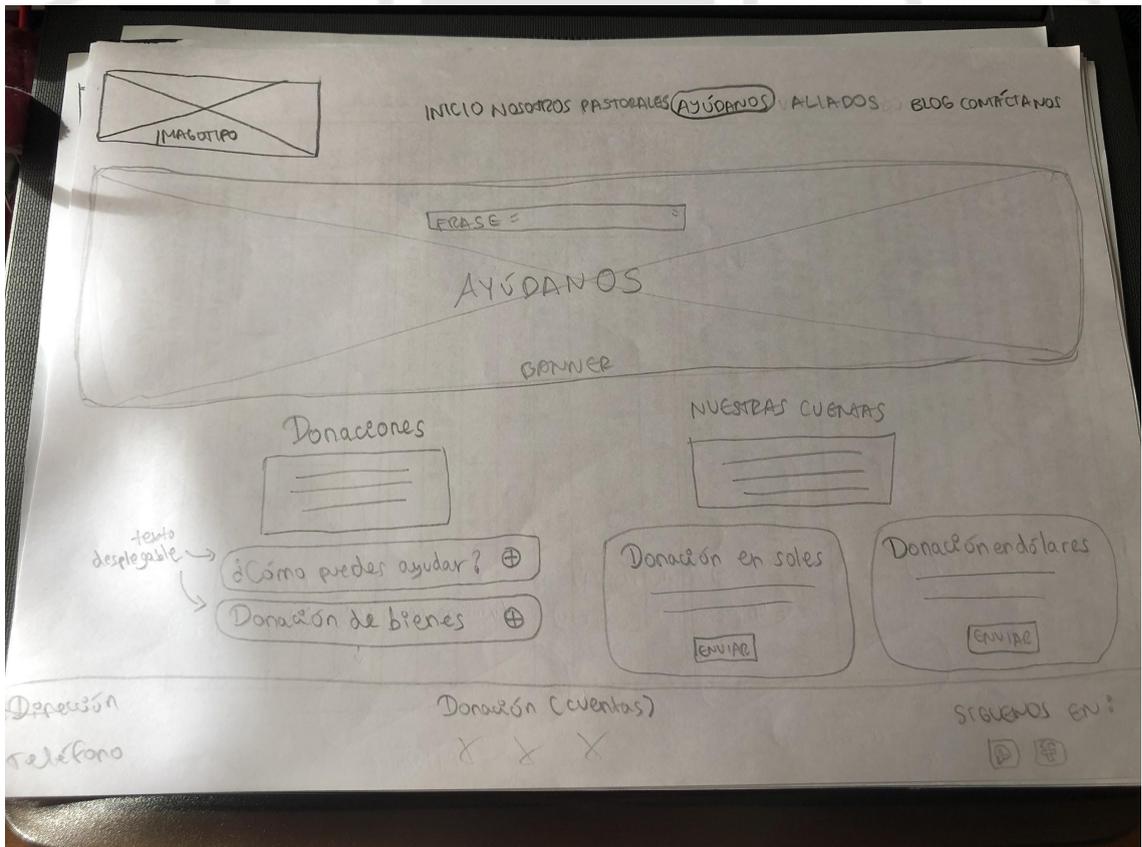
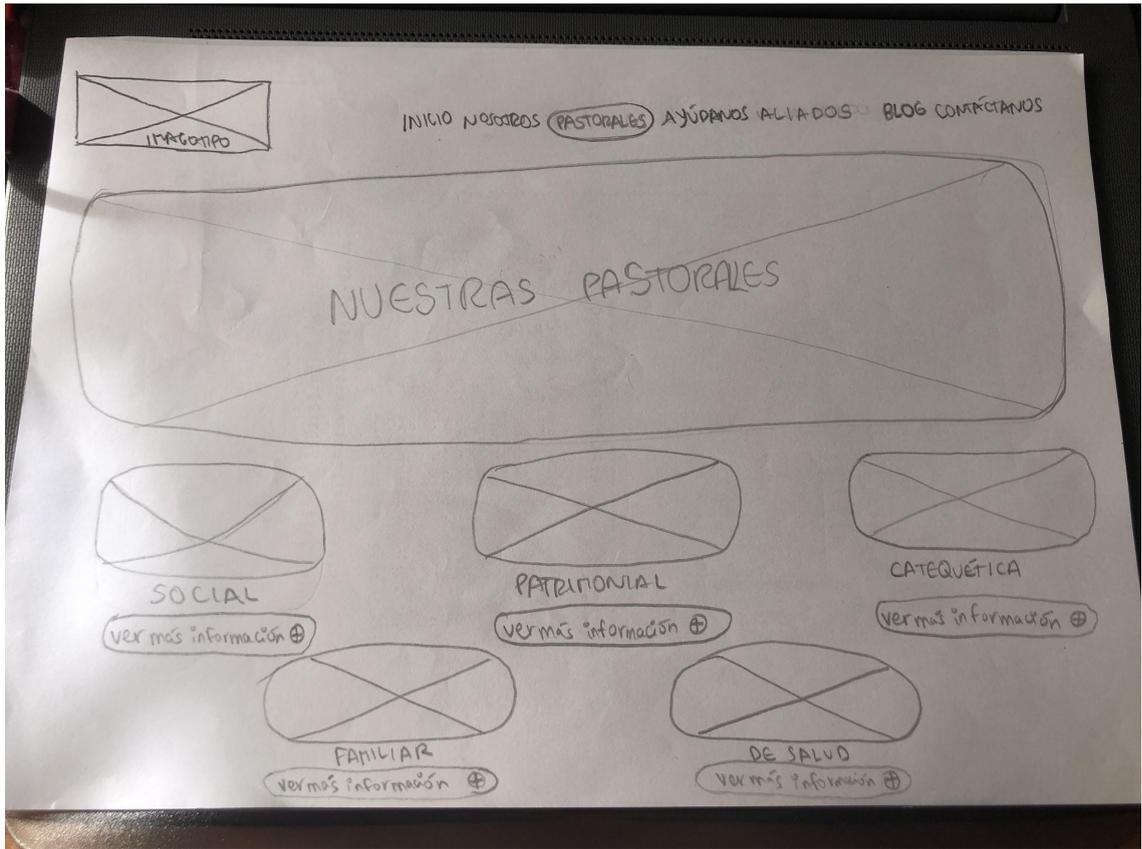
## Anexo 2: Estructura de Focus Group

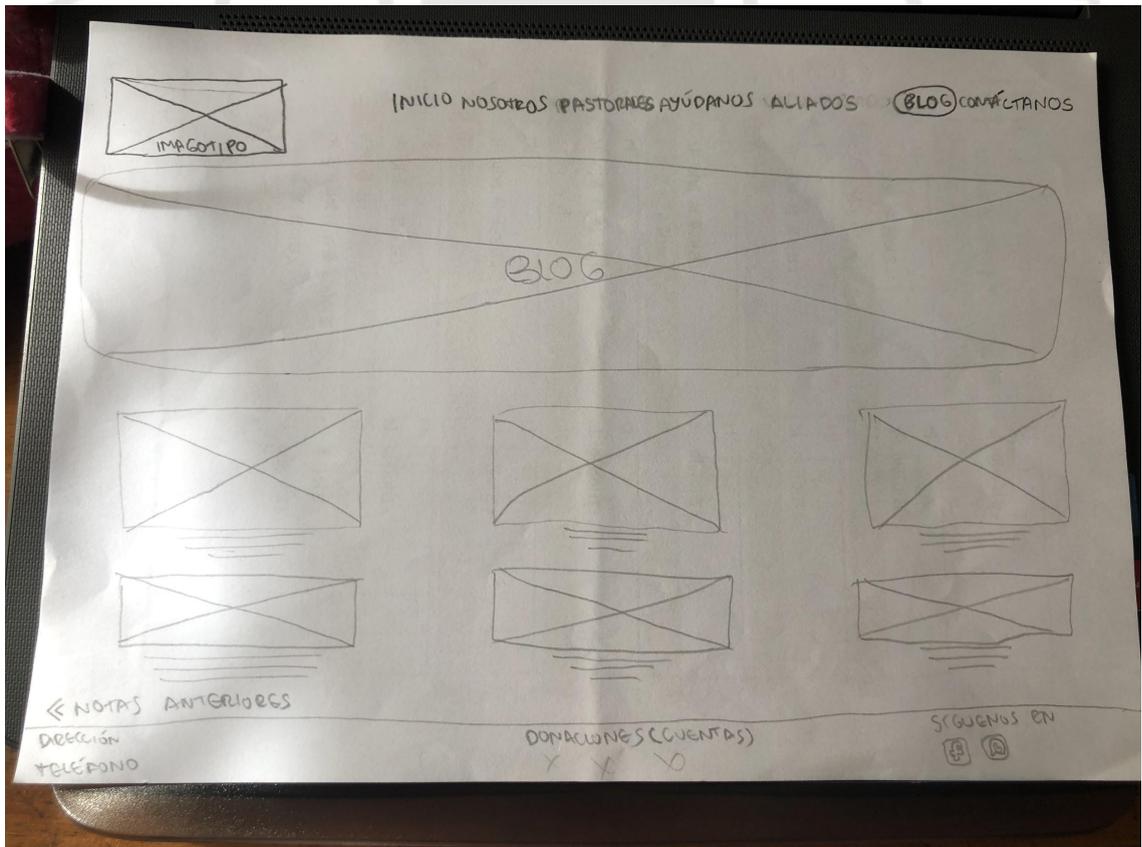
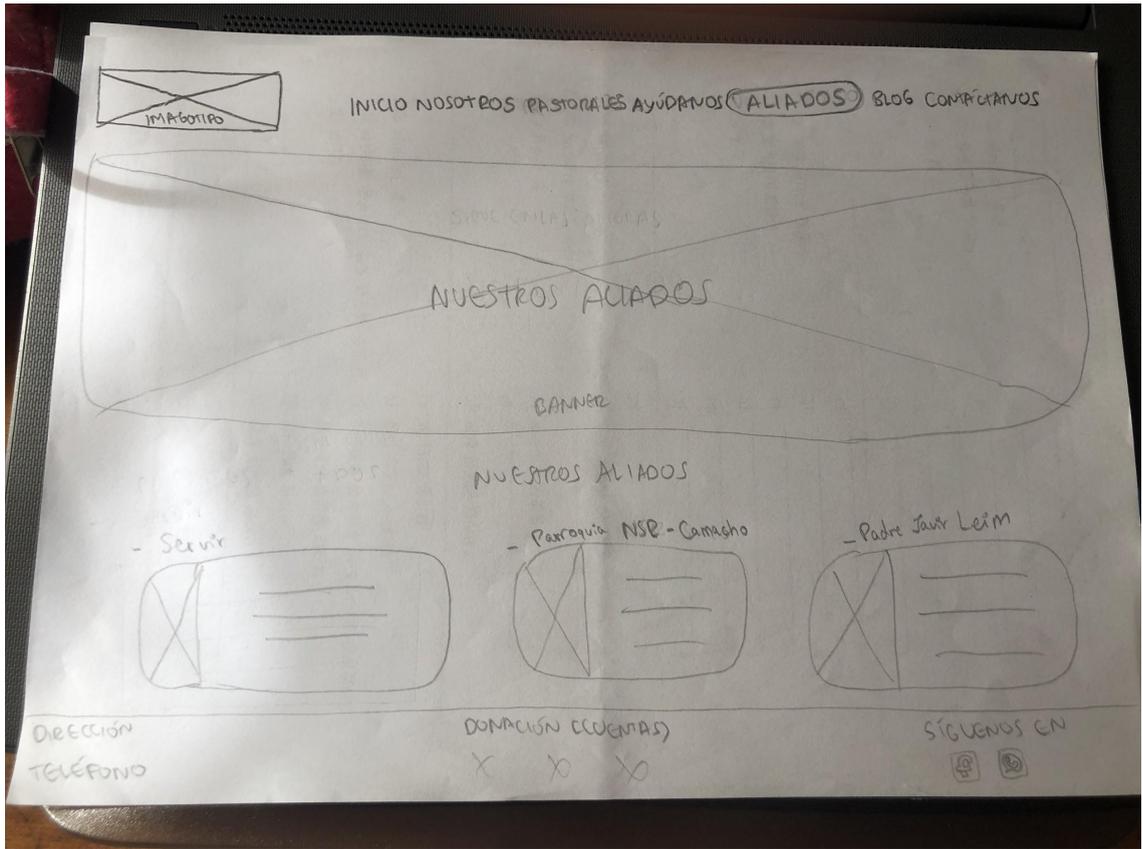
1. ¿Desde dónde visitas el sitio web? (ejm. celular, laptop, etc.)
2. ¿Les parece sencillo navegar por el sitio web? ¿Encuentran alguna dificultad?
3. ¿Sienten que el sitio web les informa lo suficiente sobre la parroquia?
4. ¿Qué es lo que más les ha gustado el sitio web?
5. ¿Qué es lo que menos les ha gustado el sitio web?
6. ¿Qué sensación les provoca el sitio web?
7. ¿Qué cambio o mejora aplicarían en el website?

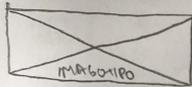


### Anexo 3: Bocetos iniciales del sitio web en construcción

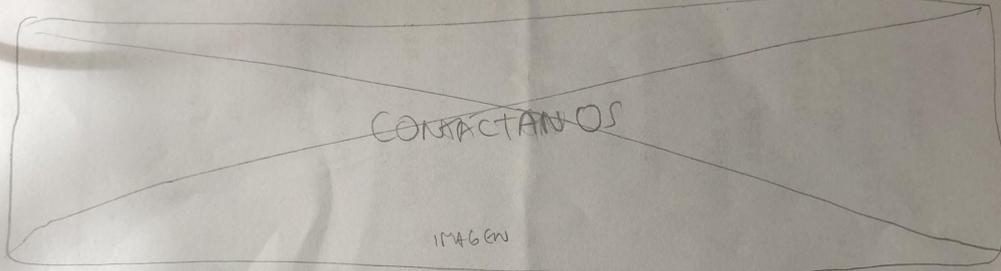








INICIO NOSOTROS PASTORALES AYÚDANOS ALIADOS BLOG CONTACTANOS



PUEDES CONTACTAR CON NOSOTROS A TRAVÉS DE ESTE FORMULARIO, POR TELÉFONO O POR WHATSAPP

NOMBRE --- EMAIL ---

MENSAJE ---

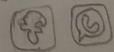
ENVIAR

DIRECCIÓN  
TELÉFONO

DONACIONES (CUENTAS)



SÍGUENOS EN



## Anexo 4: Guía de Identidad - Pastelería “ISA”

📄 **BRANDBOOK ISA.pdf**

