



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Creación de un sitio web para anunciar a clientes actuales y potenciales, los pasteles artesanales que comercializa la repostería Pasteles Mágicos. Guatemala, Guatemala, 2022.

PROYECTO DE GRADUACIÓN

Presentado a la facultad de Ciencias de la comunicación Guatemala C.A.

ELABORADO POR:

Claudia María Trejo García

Carné: 17012041

Para optar al título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción

Guatemala 2022

Proyecto de graduación

Creación de un sitio web para anunciar a clientes actuales y potenciales, los pasteles artesanales que comercializa la repostería Pasteles Mágicos. Guatemala, Guatemala.

Claudia María Trejo García

Universidad Galileo

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Autoridades

Dr. Eduardo Suger Cofiño

Rector

Dra. Mayra de Ramírez

Vicerrectora general

Lic. Jean Paul Suger Castillo

Vicerrector Administrativo

Lic. Jorge Retolaza Secretario

general

Lic. Leizer Kachler

Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Lic. Rualdo Anzueto, M.Cs.

Vicedecano de la facultad de Ciencias de la Comunicación

Guatemala 12 de abril de 2021

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

Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado: **CREACIÓN DE UN SITIO WEB PARA ANUNCIAR A CLIENTES ACTUALES Y POTENCIALES, LOS PASTELES ARTESANALES QUE COMERCIALIZA LA REPOSTERIA PASTELES MÁGICOS.** Así mismo solicito que el Mgr. Arnulfo Guzmán Morán sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



Claudia María Trejo García
17012041



Mgr. Arnulfo Guzmán Morán
Asesor
Colegiado 7499



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación



Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 14 de mayo de 2021

Señorita:
Claudia María Trejo García
Presente

Estimada Señorita Trejo:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **CREACIÓN DE UN SITIO WEB PARA ANUNCIAR A CLIENTES ACTUALES Y POTENCIALES, LOS PASTELES ARTESANALES QUE COMERCIALIZA LA REPOSTERIA PASTELES MÁGICOS**. Así mismo, se aprueba al Mgtr. Arnulfo Guzmán Morán, como asesor de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación



Guatemala, 24 de junio de 2022

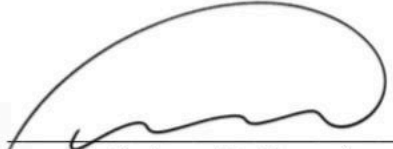
Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de ciencias de la Comunicación
Universidad Galileo

Estimado licenciado Kachler:

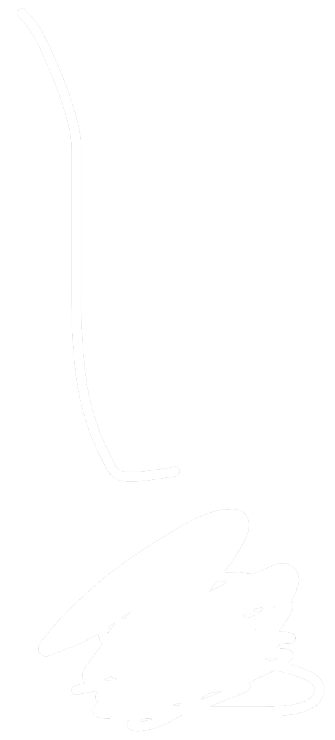
Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **CREACIÓN DE UN SITIO WEB PARA ANUNCIAR A CLIENTES REALES Y POTENCIALES, LOS PASTELES ARTESANALES QUE COMERCIALIZA LA REPOSTERÍA PASTELES MÁGICOS. GUATEMALA, GUATEMALA, 2022**, presentada por la estudiante CLAUDIA MARÍA TREJO GARCÍA. Con número de carné 17012041, está concluido a mi entera satisfacción, por lo que se extiende la presente aprobación para continuar así el proceso de titulación profesional.

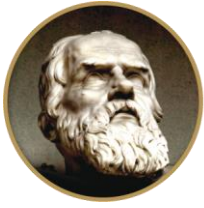
Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,



MsC. Arnulfo Guzmán
Colegiado 7499





Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 24 de junio de 2022

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

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **CREACIÓN DE UN SITIO WEB PARA ANUNCIAR A CLIENTES ACTUALES Y POTENCIALES, LOS PASTELES ARTESANALES QUE COMERCIALIZA LA REPOSTERIA PASTELES MÁGICOS**. Presentado por la estudiante: Claudia María Trejo García, con número de carné: *17012041*, está concluido a mi entera satisfacción, por lo que se extiende la presente aprobación para continuar así el proceso de titulación profesional.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,


Mgr. Arnulfo Guzmán Morán
Asesor
Colegiado 7499



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 28 de octubre de 2022

Señorita
Claudia María Trejo García
Presente

Estimada Señorita Trejo:

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

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación

Guatemala, 13 de diciembre de 2022.

Licenciado
Leizer Kachler
Decano FACOM
Universidad Galileo
Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: **CREACIÓN DE UN SITIO WEB PARA ANUNCIAR A CLIENTES ACTUALES Y POTENCIALES, LOS PASTELES ARTESANALES QUE COMERCIALIZA LA REPOSTERIA PASTELES MÁGICOS**, de la estudiante Claudia María Trejo García, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente.



Lic. Edgar Lizardo Porres Velásquez
Asesor Lingüístico
Universidad Galileo



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 19 de diciembre de 2022

Señorita:
Claudia María Trejo García
Presente

Estimada Señorita Trejo:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **CREACIÓN DE UN SITIO WEB PARA ANUNCIAR A CLIENTES ACTUALES Y POTENCIALES, LOS PASTELES ARTESANALES QUE COMERCIALIZA LA REPOSTERIA PASTELES MÁGICOS. GUATEMALA, GUATEMALA 2022.** Presentado por la estudiante: Claudia María Trejo García, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciada en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Dedicatoria

A Dios por haberme dado la vida y haberme permitido la capacidad de comprensión e inteligencia que he adquirido con el tiempo de los años de mi vida.

A mi familia por motivarme a seguir a delante y no darme por vencida en ningún momento y por apoyarme en los momentos que necesitaba de su apoyo. Y agradecerles sus sacrificios como padres y estar para mí siempre que los necesitaba

A mis compañeros por darme experiencias únicas durante el transcurso de la carrera.

A mis catedráticos por todo su tiempo y comprensión, por enseñarme y tener la sabiduría y conocimientos necesarios para enseñarme y apoyarme con todo lo necesario para que yo entendiera y comprendiera los temas vistos durante los 4 años de carrera.

A la Universidad Galileo, Facultad de Comunicación por darme la oportunidad de estudiar en esta institución y por acogerme con mucha alegría y apoyo en los momentos que necesité. Y otorgarme una profesión distintiva.

Resumen

A través del acercamiento con la repostería Pasteles Mágicos se identificó que no cuenta con un sitio web que anuncie a clientes actuales y potenciales, los pasteles artesanales que comercializa.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo: Crear un sitio web para anunciar a clientes actuales y potenciales, los pasteles artesanales que comercializa la repostería Pasteles Mágicos.

Se realizó una herramienta de validación para conocer la percepción del cliente, grupo objetivo conformado por un grupo objetivo comprendido por mujeres y hombres, de 20 a 50 años de edad, con un NSE C2, gustos por los postres y cosas dulces y tendencias a pasteles gourmet o con diseños de personajes de ficción y expertos en las áreas de comunicación y diseño.

El resultado obtenido fue diseñó un sitio web para la repostería Pasteles Mágicos dirigido a grupo objetivo que reside en la ciudad de Guatemala, trabaja en oficinas administrativas, transita por zonas de tránsito peatonal y de vehículos y se recomendó a Pasteles Mágicos colocar la dirección URL del sitio web en las biografías de sus redes sociales, como descripción de su número de contacto y también dentro de su tarjeta de presentación.

Para efectos legales únicamente la autora CLAUDIA MARÍA TREJO GARCÍA es responsable del contenido de este proyecto, ya que es una investigación científica y puede ser motivo de consulta por estudiantes y profesionales.

Índice

Capítulo I: Introducción.	
1.1 Introducción	1
Capítulo II: Problemática	
2.1 Contexto	2
2.2 Requerimiento de comunicación y diseño	2
2.3 Justificación	2
2.3.1 Magnitud	3
2.3.2 Vulnerabilidad	3
2.3.3 Trascendencia	3
2.3.4 Factibilidad	3
2.3.4.1 Recursos Humanos	4
2.3.4.2 Recursos Organizacionales	4
2.3.4.3 Recursos Económicos	4
2.3.4.4 Recursos Tecnológicos	4
Capítulo III: Objetivos de diseño.	
3.1. Objetivo general	5
3.2. Objetivos específicos	5
Capítulo IV: Marco de referencia.	
4.1 Información general del cliente	6
Capítulo V: Definición del grupo objetivo.	
5.1 Perfil geográfico	7
5.2 Perfil demográfico	7

5.3 Perfil psicográfico.	7
5.4 Perfil conductual	8
Capítulo VI: Marco teórico.	
6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio	9
6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño.	10
6.3 Ciencias auxiliares, teorías y tendencias	14
Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar.	
7.1 Aplicación de la Información obtenida en el Marco Teórico	19
7.2 Conceptualización	23
7.3 Bocetaje.	24
7.4 Propuesta preliminar.	28
Capítulo VIII: Validación técnica.	
8.1 Población y muestreo	41
8.2 Método e Instrumentos	42
8.3 Resultados e Interpretación de resultados.	43
8.4 Cambios en base a los resultados.	47
Capítulo IX: Propuesta gráfica final	
Capítulo X: Producción, reproducción y distribución.	
10.1 Plan de costos de elaboración.	64
10.2 Plan de costos de producción	65
10.3 Plan de costos de reproducción	65
10.4 Plan de costos de distribución.	66
10.5 Cuadro resumen	66

Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones.	
11.1 Conclusiones.	67
11.2 Recomendaciones.	68
Capítulo XII: Conocimiento general	69
Capítulo XIII: Referencias.	70
Capítulo XIV: Anexos.	74

CAPÍTULO I
INTRODUCCIÓN

Capítulo I: Introducción

1.1 Introducción

Pasteles Mágicos ha ofrecido a sus consumidores reales y potenciales sus servicios desde el año 2009. Sin embargo, en la actualidad no cuenta con una página web en donde muestre profesionalmente los productos y servicios que ofrece como empresa dirigida a sus clientes tanto reales como potenciales, que son un grupo de personas que viven en la región de Guatemala entre edades de 20-50 años.

Por esta razón se propuso resolver este problema comunicativo a través de la elaboración del siguiente proyecto: Creación, diseño de página web para anunciar los productos de repostería que comercializa tales como: Pasteles, pan, Candy bar, pasteles gourmet, coffee breaks y más; dirigido a clientes reales y potenciales.

Para crear el concepto creativo se usará el método pensamiento divergente y convergente y a través de un método de investigación lógico inductivo, se creará un marco teórico que respalde la investigación.

A través de herramientas de investigación, comunicación, diseño y validación se desarrollará el proceso de este proyecto. Los métodos de validación serán encuestas al grupo objetivo, clientes y un grupo de expertos. De esta última herramienta se obtendrán cambios importantes para mejorar el resultado, y dejar un producto de comunicación y diseño funcional para el grupo objetivo.

CAPÍTULO II
PROBLEMÁTICA

Capítulo II: Problemática

2.1 Contexto

La repostería Pasteles Mágicos fue creado el año 2008 por Paula García, y actualmente se dedica principalmente a venta y distribución de pasteles para cualquier tipo de celebración, postres salados, candy bar, entre otros productos.

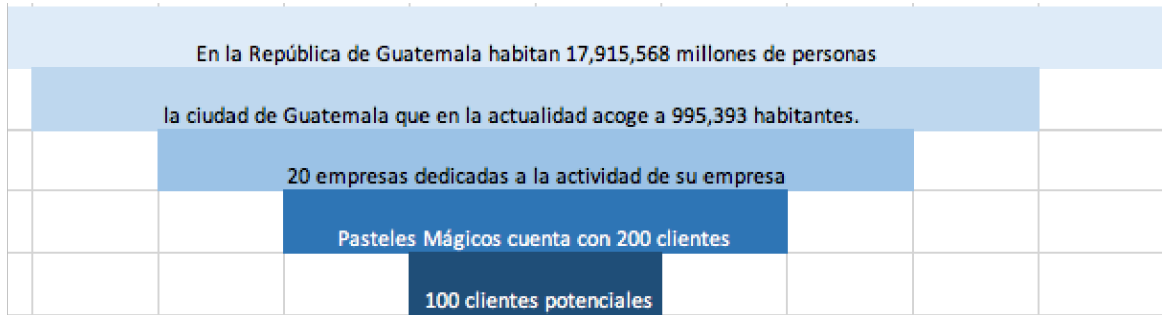
2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño

La repostería Pasteles Mágicos no cuenta con un sitio web para anunciar a clientes actuales y potenciales, los pasteles artesanales que comercializa.

2.3 Justificación

Para sustentar de manera consistente las razones por las cuales se consideró importante el problema y la intervención del diseñador – comunicador, se justifica la propuesta a partir de cuatro variables: a) magnitud; b) trascendencia; c) vulnerabilidad; y d) factibilidad (se despejan todas y cada una de las variables).

2.3.1. Magnitud. En la República de Guatemala habitan 17,915,568 millones de personas, y está dividida en 22 departamentos. Entre ellos se encuentra la ciudad de Guatemala que en la actualidad acoge a 995,393 habitantes. Dentro de este departamento existen 20 empresas dedicadas a la actividad de su empresa, y entre ellas, se encuentra Pasteles Mágicos que atiende aproximadamente a 200 clientes reales.



Grafica de magnitud realizada por la diseñadora y comunicóloga Claudia María Trejo García.

2.3.2. Vulnerabilidad. Si la repostería no realiza el sitio web, se perderá la oportunidad de vender y darse a conocer a sus clientes potenciales y por lo tanto dejaría de crecer o reduciría la cantidad de ventas que puede generar al momento de tener una página web ya que no podrá ser reconocida por más personas que aun no sepan de la existencia de la empresa.

2.3.3. Trascendencia. Al contar con un sitio web en donde muestre formalmente/profesionalmente los productos y servicios que ofrece, la repostería podrá aumentar el nivel de ventas, alcanzará a un mayor público objetivo y consumidores potenciales que aún no saben de esta empresa.

2.3.4. Factibilidad. El proyecto del sitio web para anunciar los pasteles artesanales que comercializa tales como: Pasteles, pan, Candy bar, pasteles gourmet, coffee breaks y

más; dirigido a clientes reales y potenciales es factible, porque cuenta con los recursos necesarios para llevarse a cabo.

2.3.4.1 Recursos Humanos. Pasteles Mágicos cuenta con el capital humano adecuado que tiene la capacidad, el conocimiento, la experiencia y las habilidades para el manejo de las funciones de actualización y mantenimiento para la página web que se desempeñan dentro de la organización.

2.3.4.2 Recursos Organizacionales. Los ejecutivos de Pasteles Mágicos autorizan al personal para que esté en disposición de brindar toda la información necesaria de la empresa para llevar a cabo este proyecto.

2.3.4.3 Recursos Económicos. Pasteles Mágicos cuenta actualmente con los recursos necesarios, que posibilita la realización de este proyecto.

2.3.4.4 Recursos Tecnológicos. Pasteles Mágicos cuenta con el equipo y las herramientas indispensables para elaborar, producir y distribuir el resultado del proyecto de graduación. Por su parte, el comunicador-diseñador cuenta con las competencias profesionales y el siguiente equipo para llevar a cabo el proyecto:

- Computador con un sistema operativo adecuado para la creación de la página web.
- Cámara fotográfica – Nikon D3300 con lente y caja de luz para tomarle fotos a los productos a utilizar para la creación de la página web.

CAPÍTULO III
OBJETIVOS DEL DISEÑO

Capítulo III: Objetivos del diseño

3.1 El objetivo general

Elaborar un sitio web para anunciar a clientes actuales y potenciales, los pasteles artesanales que comercializa la repostería Pasteles Mágicos.

3.2 Los objetivos Específicos

3.2.1 Recopilar toda la información necesaria de la repostería Pasteles Mágicos para ser incluida en el sitio web.

3.2.2 Investigar referencias bibliográficas y en sitios web acerca de la creación de páginas y sitios para la creación, del sitio de Pasteles Mágicos.

3.2.3 Diagramar las páginas del sitio web de forma ordenada, para que sea fácil de navegar por el grupo objetivo.

CAPÍTULO IV

MARCO DE REFERENCIA

Capítulo IV: Marco de referencia

4.1 Información general del cliente

Pasteles Mágicos fue creada el año 2009 por Paula I. García, y actualmente se dedica principalmente a la venta y distribución de pasteles y postres salados para eventos de cualquier tipo.

4.1.1 Misión. Crear y promover la creatividad y gustos de las personas en todo tipo de repostería y que generen un buen momento lleno de sabores deliciosos y que tengan un mágico evento.

1.1.2 Visión. Como Empresa vamos de camino para colocar una tienda física, y el poner otras sucursales, ya sea de venta en otros municipios y ciudades.

1.1.3 FODA.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Precios accesibles, buena calidad en los productos, materia prima de alta calidad y servicio al cliente.	Los clientes reales que comparten y divulgan la existencia de la pastelería a sus contactos y crean más clientes potenciales
DEBILIDADES	AMENANZAS
No se cuenta con un local específico para la creación de los los productos, ya que se trabaja desde casa es menor la cantidad de alcance que tienen para la elaboración.	Pastelerías industriales, competencia de menor calidad.

Tabla elaborada por la diseñadora y comunicóloga Claudia María Trejo García.

Ver Brief completo en anexo 1.

CAPÍTULO V

DEFINICIÓN DEL GRUPO OBJETIVO

Capítulo V: Definición del grupo objetivo

El proyecto está dirigido a un grupo objetivo comprendido por mujeres y hombres, de 20 a 50 años de edad, con un NSE C2, gustos por los postres y cosas dulces y tendencias a pasteles gourmet o con diseños de personajes de ficción.

5.1 Perfil geográfico

El grupo objetivo reside en la ciudad de Guatemala, trabaja en oficinas administrativas, transita por zonas de tránsito peatonal y de vehículos. Se entretiene en restaurantes o centros comerciales y en sus casas en reuniones familiares. Puntualmente, el proyecto se ubicará en la ciudad de Guatemala en donde las personas trabajan y salen a divertirse de vez en cuando para pasar un tiempo a gusto ya sea con su familia o amistades.

5.2 Perfil demográfico

El grupo objetivo está compuesto por mujeres y solo mujeres de 20 a 50 años de edad. Con un NSE C2, y contempla las expresadas en la tabla de NSE Multivex 2018. Ver tabla completa de NSE en anexo 2.

5.3 Perfil psicográfico

El grupo objetivo cree en Dios, la familia, el gobierno de derecha, se reúne en organizaciones iglesias católicas. Cree en el trabajo y en la diversión sana y tranquila con amigos o familiares, por lo que frecuenta a restaurantes, centros comerciales o casas. Rechaza las fiestas paganas y acostumbra hacer reuniones familiares, de trabajo o educativas.

5.4 Perfil conductual

El grupo objetivo se comporta de forma amable, interesada y comprensible ante los productos de repostería ya que son de interés que generan placer y felicidad el ya sea regalar, comprar para consumo propio, en el cual les interesa tener variedades para experimentar nuevos sabores o compartir gustos con mas personas y así poder conocerse mejor.

CAPÍTULO VI
MARCO TEÓRICO

Capítulo VI: Marco teórico

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio

6.1.1 Anuncio. Es un soporte visual, auditivo o audiovisual que tiene un corto tiempo de duración que transmite o genera un mensaje principalmente centrado en la idea o hecho con fines publicitarios. *(Significados.com.2013)*

6.1.2 Cliente. Es la persona que recibe un servicio o adquiere un bien a cambio de monetización u otro tipo de retribución con un programa de facturación. *(Significados.com.2013)*

6.1.3 Cliente Actual. Son las personas que ya tienen una relación de compra con la repostería Pasteles Mágicos de forma periódica o reciente. *(Búsqueda de: cliente, 2013)*

6.1.4 Cliente Potencial. Es el que puede convertirse en consumidor de los productos o servicios de la repostería. *(Significados.com.2013)*

6.1.5 Producto. Son los comestibles elaborados con los ingredientes necesarios para la producción de pasteles y postres que la repostería Pasteles Mágicos ofrece. *(Significados.com.2013)*

6.1.6 Comercialización. Es la acción de distribuir de forma eficaz los productos dentro del medio para posicionar la mercancía logrando que los clientes y consumidores lo conozcan y lo consuman. *(Significados.com.2013)*

6.1.7 Repostería. Es el término utilizado para denominar el tipo de gastronomía que se basa en la preparación y decoración de platos dulces. *(Significados.com.2013)*

6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño

6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación. Es el acto voluntario de transmisión de información entre seres vivos. La comunicación es afín a todos los seres vivientes, de una forma u otra, con diversos fines y estrategias, ya sean microorganismos intercambiando señales químicas, aves intercambiando cantos o seres humanos intercambiando piezas de lenguaje. *(Concepto.de.2021)*

6.2.1.1 Concepto de comunicación. Es la acción consciente de intercambiar información entre dos o más participantes con el fin de transmitir o recibir información u opiniones distintas. *(Concepto.de.2021)*

6.2.1.2 Esquema de comunicación. Está compuesto por diferentes áreas que van de la mano y/o en relación con la creación del sitio web para la repostería Pasteles Mágicos, las diferentes técnicas, artes y tendencias a utilizar para crear el proyecto de la mejor manera, y que esté realizado con bases estructurales reales bien realizadas.

El siguiente listado muestra las diferentes aptitudes que componen el esquema de comunicación en la creación del sitio web para la repostería Pasteles Mágicos.

- Comunicación.
- Diseño.
- Diagramación.
- Tipografía.
- Teoría de color.
- Psicología del color.
- Arte de fotografía.
- Teorías del recorrido visual.

- Tendencia de minimalismo.

6.2.1.3 Comunicación persuasiva. La teoría de la comunicación persuasiva es utilizada ya que estudia la capacidad que tienen los seres vivos de relacionarse con otros intercambiando información por diferentes medios o canales de comunicación.

Hay 7 estrategias para persuadir a los clientes plataformas web.

- **Personalización.** Entre más activo sea el nombre de la repostería en el sitio web, más van a relacionar el nombre los clientes con la marca, aunque no sea directamente en el sitio web, pero en un correo electrónico que reciban. *(Navarro, 2017)*
- **No esconderse.** Se debe mostrar confianza para que las personas confíen en la empresa, esto se ha demostrado, que entre más información se comparta con los clientes más convincente se hace la empresa. *(Navarro, 2017)*
- **Ser Autoritarios.** Hay que mostrar la credibilidad que la empresa brinda, para que apoye las afirmaciones y referencias de fuentes externas positivas sobre la repostería. *(Navarro, 2017)*
- **Emociones.** Debe siempre reflejarse emociones contagiosas, como la felicidad más que todo ya que es una razón por la cual las personas buscan compartir un momento dulce con personas de agrado. *(Navarro, 2017)*
- **Diseño Claro.** Es siempre recomendable utiliza un diseño claro y sencillo que cause armonía y ganas de entrar y ver todo lo que el sitio web ofrece, tanto información e imágenes, que no se vean saturados para no cansar o aburrir la vista del cliente que está visitando el sitio web. *(Navarro, 2017)*
- **Historias.** La clave de usar detalles para que los clientes sientan en sus mentes que las historias compartidas de clientes anteriores son buenas hacen pensar que sus

historias pueden ser buenas y pasar de un buen momento ya que pueden asemejar el momento y saben que pueden confiar en algo que reporta beneficios. *(Navarro, 2017)*

- **Conocimientos compartidos.** No hay que ofrecer toda la información de entrada, en lugar de eso se puede distribuir la información en diferentes partes del sitio web para que los clientes sientan la necesidad de curiosarse dentro del sitio web, ya que de esa forma se llega a despertar la curiosidad en ellos y no se ve la información sobrecargada en un solo lugar. *(Navarro, 2017)*

6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño. Son la base de todos los medios visuales: están en el arte, el diseño web e, incluso, en pequeños detalles, como las tipografías. Sencillamente, algunos poseen elementos básicos, como la línea, el tamaño, la forma, la textura y el equilibrio. *(Significados.com.2013)*

6.2.2.1 Concepto de diseño. El diseño web implica trabajo relacionado con el layout y diseño de páginas online, así como la producción de contenido, aunque generalmente se aplica a la creación de sitios web. En este caso, los diseñadores web crean las páginas utilizando lenguajes de marcado como HTML o XML. *(Significados.com.2013)*

Por otro lado, la parte visual de los sitios está a cargo del CSS, término utilizado para estilizar los elementos escritos en HTML. Por lo tanto, es común que los diseñadores web utilicen ambos para construir un sitio porque juntos definirán cómo aparecerán las páginas en los navegadores. *(Significados.com.2013)*

6.2.2.2 Concepto de diseño gráfico.

- **Responsividad.** Como cada vez más las personas acceden a internet solo por teléfono celular, es muy importante que tu sitio sea adecuado para dispositivos móviles, es decir, que sea responsivo. *(Concepto.de.2021)*

- **Escaneabilidad.** ¿Conoces esos correos electrónicos que tienen un texto porque todo el mensaje está escrito en un solo párrafo? Leerlos es demasiado agotador, bueno, lo mismo ocurre con los visitantes de tu sitio si el no considerar la escaneabilidad textual.
(Concepto.de.2021)
- **Tipografía.** Si una publicación, noticia en la prensa o algo que tenga texto y contenido que desees leer, tiene diferentes tipos de letras, que no encajen o que sean completamente diferentes no causaría una armonía visual, al contrario, causaría inconformidad; lo mismo pasa con la tipografía en los sitios web, necesitan de un cierto tipo de tipografía que combine para que cree armonía visual. *(Concepto.de.2021)*
- **Velocidad de carga.** En un mundo donde todos parecen estar siempre apurados, tener un sitio web de carga rápida es esencial. Según Google, los sitios que tardan más de 2 segundos en cargarse dañan tanto la experiencia del usuario como la indexación del sitio.
(Concepto.de.2021)

6.2.2.3 Diseño Web. El diseño web es una actividad que consiste en la planificación, diseño, implementación y mantenimiento de sitios web. Los sitios web hacen de las páginas en Internet un medio más para ofrecer sus producciones y utilizarlas como un canal más de difusión de los productos y servicios de una forma masiva y pública al mundo para que conozcan a cerca de su marca y todo lo que la misma ofrece.

El diseño web es una evolución rápidamente en esta última década y se ha convertido en una de las áreas de mayor oportunidad dentro de una industria en constante evolución y crecimiento. En el ámbito empresarial, las páginas web se han convertido sin duda en una potente arma de comunicación y en un canal de ventas indispensable para toda empresa. *(Rockcontent.com.2021)*

6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias

6.3.1. Ciencias auxiliares. Son aquellas que funcionan como soporte de otra ciencia para que ésta cumpla con sus metas y objetivos. Se trata de disciplinas científicas que pueden complementar a una ciencia en ciertos casos específicos.

(Definición.de.2021)

6.3.1.1 Psicología. La psicología es la ciencia que estudia los procesos mentales, sensaciones y percepciones del comportamiento del ser humano con relación al medio ambiente, medio social y todo lo que lo rodea.

(Definición.de.2021)

- **Psicología del Color.** Determinar cómo el color afecta a nuestras decisiones cotidianas. Todos los colores evocan emociones y sentimientos de diferentes formas. Mediante el uso estratégico del color, podemos conseguir que el cliente perciba nuestro sitio web de la manera deseada.

(Definición.de.2021)

- **Psicología de la imagen.** Las imágenes utilizadas deben ser realmente atractivas a la vista del cliente o consumidor ya que es la que abre la puerta al gusto e interés de cómo se ve lo que probablemente esa persona estará comiendo, ya que en este caso son imágenes de postres.

(Definición.de.2021)

6.3.1.2 Cibernética. Es la ciencia de los sistemas de control y comunicación basados en retroalimentación, soportados o impulsados por la computación, particularmente en su relación con los seres vivos y el ser humano. Ya que por medio de esta el compartir, informarse y contactarse es de una forma casi inmediata que aumenta la facilidad con la cual las personas pueden visitar o conocer el sitio web que se está dando a conocer.

(Definición.de.2021)

6.3.1.3 Psicología del consumidor. Es la ciencia de comprender por qué las personas tienden a elegir ciertos productos y servicios, además de buscar patrones que nos ayuden a predecir su comportamiento en el mercado.

(Definición.de.2021)

6.3.1.4 Antropología. Es la ciencia que estudia a la humanidad, sus sociedades del presente y del pasado, así como las diversas culturas y formas de organización e interacción social que ha creado

(Definición.de.2021)

6.3.1.5 Sociología. Es la ciencia que involucra el estudio con teorías y métodos sociológicos de los fenómenos de la sociedad, pero basados en las páginas web esta estudia los fenómenos de Internet, como fuente de información y comunicación.

(Definición.de.2021)

6.3.1.6 Lingüística. Es la disciplina científica que investiga el origen, la evolución y la estructura del lenguaje, a fin de deducir las leyes que rigen las lenguas (antiguas y modernas).

(Definición.de.2021)

6.3.2. Artes.

6.3.2.1 Fotografía. Las fotos de comida resaltan las peculiaridades de los platos que logran hacerlos irresistibles para los sentidos. Detrás de esas fotos siempre hay una gran preparación, tanto técnica, como de estilismo. *(Definición.de.2021)*

6.3.2.2 Artes tipográficas. Refleja el ambiente y calidad de la marca que la está utilizando, le da un toque de armonía a la hora de mezclarla bien con el arte y los colores del sitio web. *(Definición.de.2021)*

6.3.3. Teorías.

6.3.3.1 Teoría del color. Puede transmitir emociones encontradas: alegría o tristeza, frío o calor, femenino o masculino, exclusivo o común, como ejemplos. Las tonalidades y la gama cromática de los colores es un aspecto que también hay que tenerlo en cuenta al hablar de las emociones que generan los colores. *(Dominguez.A.2021)*

6.3.3.2 Teoría de la Gestalt. Ayuda a organizar la forma en la que las personas perciben las totalidades de la configuración del sitio web, ayuda a que comprendan el orden y relevancia que las páginas muestran. *(Lorella.Creativityblog.2021)*

6.3.3.3 Teorías del recorrido visual. Es el movimiento que se hacen con los ojos para poder apreciar una obra, se fijan los ojos en un punto de la pintura y luego, el "camino" que trazan los ojos naturalmente para ver la totalidad de la obra.

(Enrique, C. Xarlogil.2021)

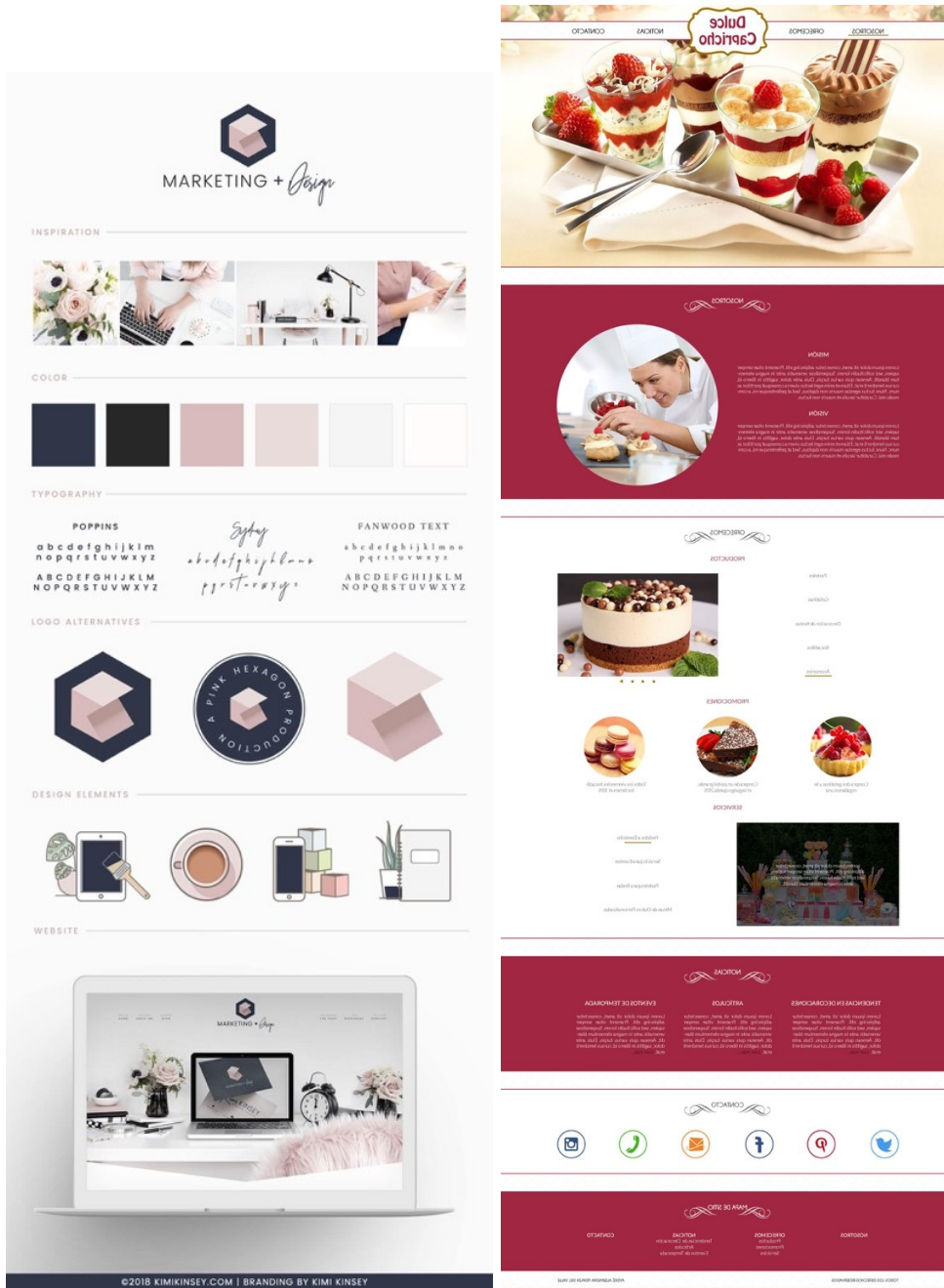
6.3.3.4 Publicidad. La publicidad actual se caracteriza por ser un tipo de publicidad que utiliza la red como medio de comunicación, ya sea una web o blog, el correo electrónico, las redes sociales o cualquier otra plataforma o sistema virtual, ya que es una herramienta veloz. *(Definición.de.2021)*

6.3.4. Tendencias.

6.3.4.1 Tendencia minimalista. Una tendencia en diseño web para el 2021 nos dice que el diseño web debe ser super minimalista. Se logra con un formato lineal, diseño grafico limpio, pantalla despejada y colores bien trabajados. La idea es no sobresaturar las paginas web con elementos innecesarios. Mientras menos se incluyan, mejor. De esta manera, el usuario podrá enfocar su atención a lo realmente importante dentro del sitio web. *(40.de.fiebre.2021)*

6.3.4.2 Elementos flotantes y capas. Son tendencia ya que produce un sentido de 3D a la vista del humano y por lo mismo genera un punto atractivo y único. *(40.de.fiebre.2021)*

6.3.4.2 Tablero de tendencias.



Tablero realizado por Claudia María Trejo García.

CAPÍTULO VII

PROCESO DE DISEÑO Y PROPUESTA PRELIMINAR

Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar

7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico

7.1.1 Comunicación. En el proyecto la comunicación es utilizada dando un mensaje desde la web, ya que el mensaje que se transmite, que son los productos que la empresa vende, será interpretado por el grupo objetivo de la repostería. Por lo tanto, se da a conocer la empresa por medio digital por textos e imágenes organizados a forma de dar a entender al cliente de que trata el sitio web.

7.1.2 Diseño. El diseño en este sitio web se expresa por un medio digital, poniendo en práctica los métodos de diseño tales como la diagramación, fotografía, uso de colores y tipografía, de tal forma que todos los elementos se vean ordenados y transmitan una idea al visitante de este sitio web.

7.1.3 Diagramación. Se utilizará una diagramación conceptual, principalmente la diagramación limpia y minimalista, ya que de ese modo no habrá ningún tipo de saturación de textos o imágenes que quiten el interés de la vista de las personas que tengan acceso a ver el sitio web.

7.1.4 Tipografía. Se utilizarán tipografías fáciles de leer, que se vean concordes al tipo de diseño que el sitio web tiene, para armonizar el tema, que es el sitio web de una repostería.

7.1.5 Teoría de color. El proyecto estará incluyendo una paleta de colores relacionados a la comida dulce, postres y colores agradables a la vista, para que se unifique con todo lo que el sitio web contenga, tanto como imágenes y textos.

7.1.6 Psicología del color. La psicología del color nos dice que hay ciertos colores que provocan sentimientos o emociones, en el cual en este caso será un sentimiento de

alegría, de hambre el cual se quiere generar a través de los colores utilizados ya que estarán siendo parte de un sitio web de una repostería y es importante que ese mensaje de dulzor y felicidad y hambre sea transmitido a los clientes.

7.1.7 Arte de fotografía. Las fotos de comida resaltan las peculiaridades de los platos que logran hacerlos irresistibles para los sentidos. Detrás de esas fotos siempre hay una gran preparación, tanto técnica, como de estilismo.

7.1.8 Teorías del recorrido visual. Es el movimiento que se hacen con los ojos para poder apreciar una obra, se fijan los ojos en un punto de la pintura y luego, el "camino" que trazan los ojos naturalmente para ver la totalidad de la obra

7.1.9 Tendencia de minimalismo. Nos dice que el diseño web debe ser súper minimalista. Se logra con un formato lineal, diseño gráfico limpio, pantalla despejada y colores bien trabajados. La idea es no sobresaturar las páginas web con elementos innecesarios. Mientras menos se incluyan, mejor. De esta manera, el usuario podrá enfocar su atención a lo realmente importante dentro del sitio web.

7.2 Conceptualización

La conceptualización servirá de referencia para la elaboración de todos los elementos que irán colocados en el proyecto de creación de sitio web para anunciar a clientes actuales y potenciales, los productos de repostería que comercializa la repostería Pasteles Mágicos

7.2.1 Método. Scamper. El método creativo “scamper” fue creada por Bob Eberlee a partir de un listado de verificación desarrollado por Alex Osborn, el inventor del brainstorming y usada principalmente para desarrollar o mejorar productos o servicios.

SCAMPER es un acrónimo de Sustituir, Combinar, Adaptar, Modificar, Propósito, Elimina y Reorganizar/Revertir.

El método SCAMPER, funciona de la siguiente forma: Se busca una idea de lo que se necesita hacer, en este caso un sitio web como referencia y luego se van haciendo los cambios necesarios para recrear una nueva pagina web con los requisitos que en este casi la repostería Pasteles Mágicos guste. Se debe llevar el siguiente esquema:

- Paso 1 Sustituir elementos no deseados
- Paso 2 Combinar los colores y tipografías deseados
- Paso 3 Adaptar la repostería al sitio web
- Paso 4 Modificar textos e imágenes
- Paso 5 Propósito darle la razón del por que el sitio web fue creado
- Paso 6 Eliminar objetos y colores que no sean necesarios en el sitio web
- Paso 7 Reorganizar elementos que se deseen modificar

Con estos pasos, se debe completar la solución del problema planteado.

7.2.2 Definición del concepto. Para el proyecto creación de sitio web para anunciar a clientes actuales y potenciales, los productos de repostería que comercializa la repostería Pasteles Mágicos se aplicó la técnica de creatividad titulada scamper. Se desarrollaron los siguientes pasos:

- Paso 1 Sustituir.
- Paso 2 Combinar.
- Paso 3 Adaptar.
- Paso 4 Modificar.
- Paso 5 Propósito.
- Paso 6 Eliminar.
- Paso 7 Reorganizar.

De la aplicación de la técnica creativa se llegó a la conclusión que el concepto de diseño se basará en la frase **“La innovación cambia el mundo sombrío a uno mejorado y colorido”**.

Sin embargo, como la compañía ya cuenta con un eslogan, esta frase se usará únicamente como fuente de inspiración para el proyecto.

7.3 Bocetaje

Con base en la frase “La innovación cambia el mundo sombrío a uno mejorado y colorido” se procede a realizar el proceso de bocetaje, pasando por las siguientes variantes:

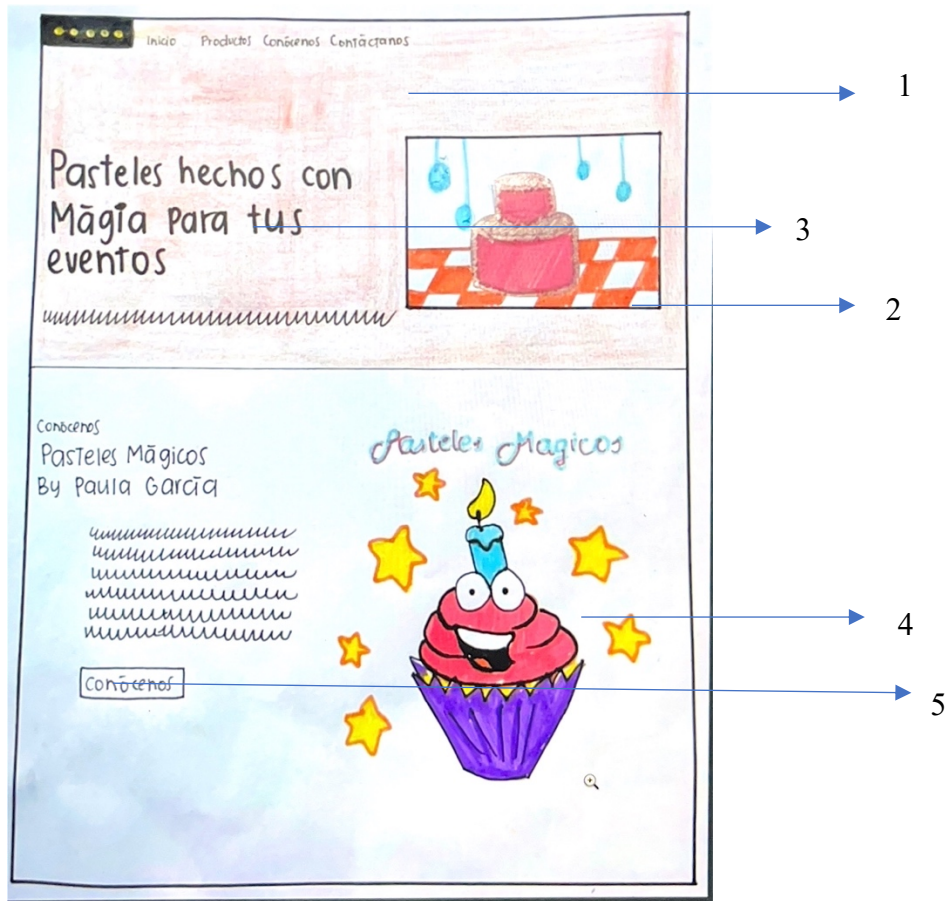
Tabla de requisitos, bocetaje de diagramación o bocetaje inicial, bocetaje formal y digitalización de la propuesta.

7.3.1 Tabla de requisitos.

Elemento gráfico	Propósito	Técnica	Emoción
Color	Identificar a la empresa	Paleta de colores del logo de la repostería	Alegría, Emoción, Dulzor
Tipografía	Mostrar jerarquías de forma visual. Facilitar e incentivar la lectura de los textos.	Utilizar títulos con tamaño de fuente más grande que el texto de cuerpo. El texto del cuerpo es una fuente regular.	Formalidad, Legibilidad, Seguridad.
Fotografías	Mostrar productos ya realizados para que los clientes vean la capacidad de trabajo de la repostería.	Añadir una galería de fotos de los productos ya realizados y mostrarlos dentro del área de servicios que ofrece.	Presentación formal, empatía.
Diagramación	Diagramación por bloques para definir un orden limpio a la vista.	Estructurada por bloques para separar los distintos temas y áreas que el sitio web tiene para mostrar.	Legibilidad, Armonía visual
Elementos gráficos	Banners y casillas que se mueven para generar interés y curiosidad al cliente	Banners con movimiento automático	Curiosidad, alegría

7.3.2 Bocetaje.

7.3.2.1 Boceto de página de inicio del sitio web de la repostería Pasteles Mágicos.

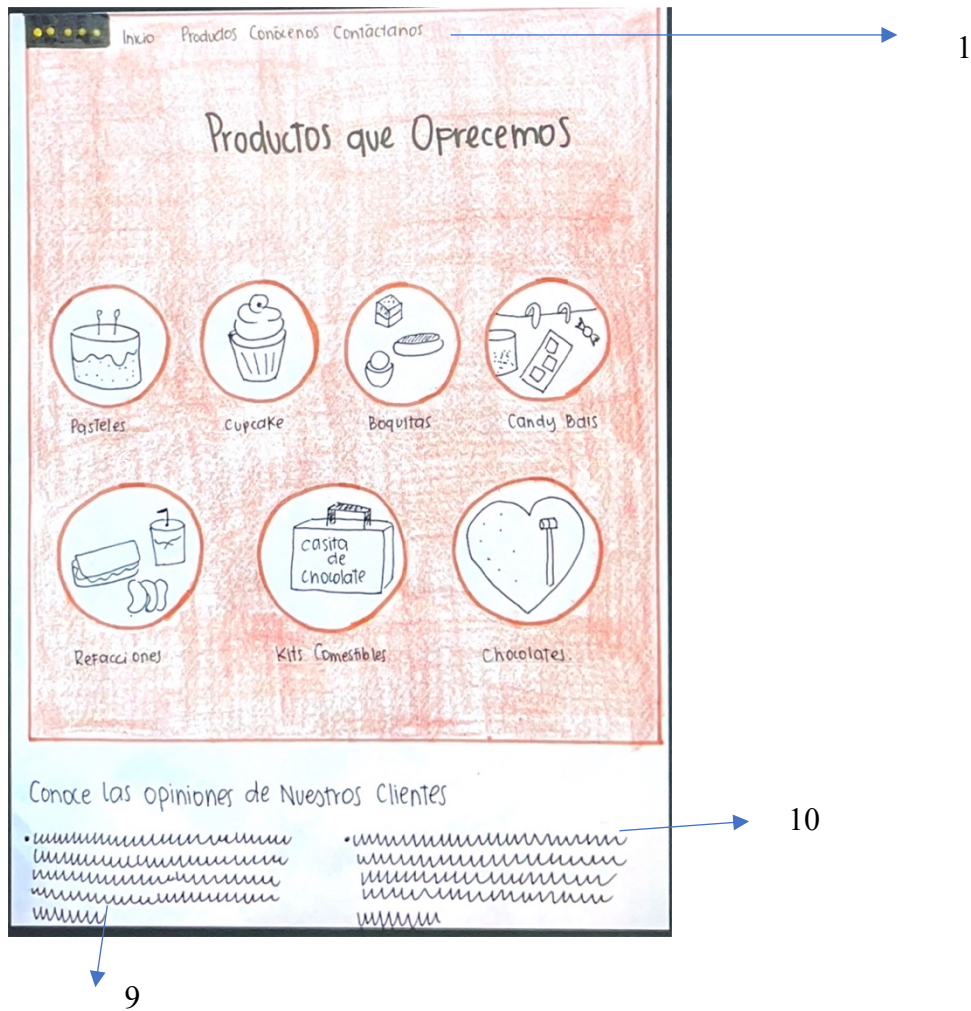


1. Menú
2. Slider de fotografías de pasteles
3. Frase/slogan de la repostería
4. Imagotipo de la repostería
5. Botón que redirige a la página de conócenos del sitio web

Tipografía títulos: Fraunces, serif

Tipografía textos: Montserrat, sans-serif

7.3.2.2 Boceto de página de productos que ofrece del sitio web de la repostería Pasteles Mágicos.



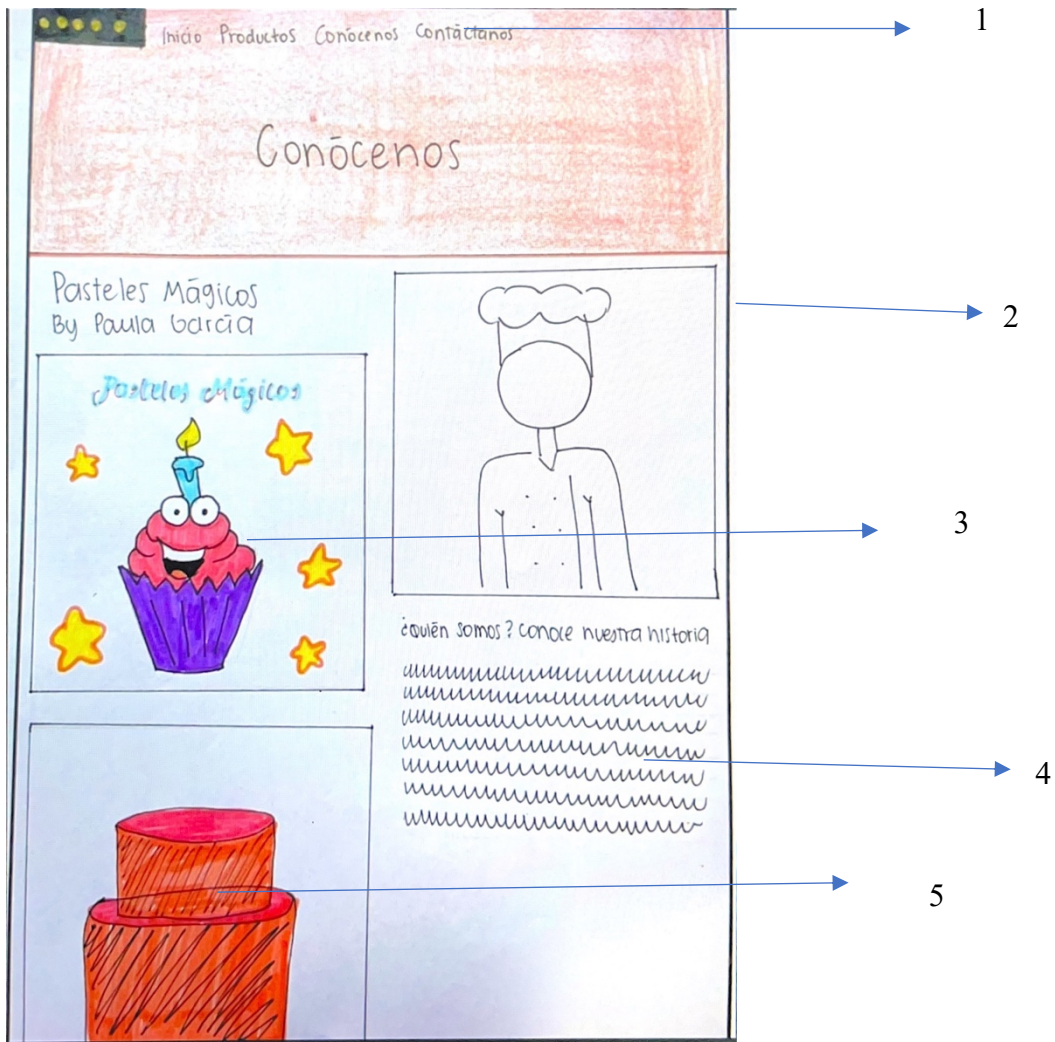
1. Menú
2. Fotografía pastel
3. Fotografía Cupcake
4. Fotografía de boquitas
5. Fotografía de candy bar
6. Fotografía de refacción
7. Fotografía de kit comestible

8. Foto de corazón de chocolate
9. Y 10 comentarios de clientes que califican el servicio de la repostería

Tipografía títulos: Fraunces, serif

Tipografía textos: Montserrat, sans-serif

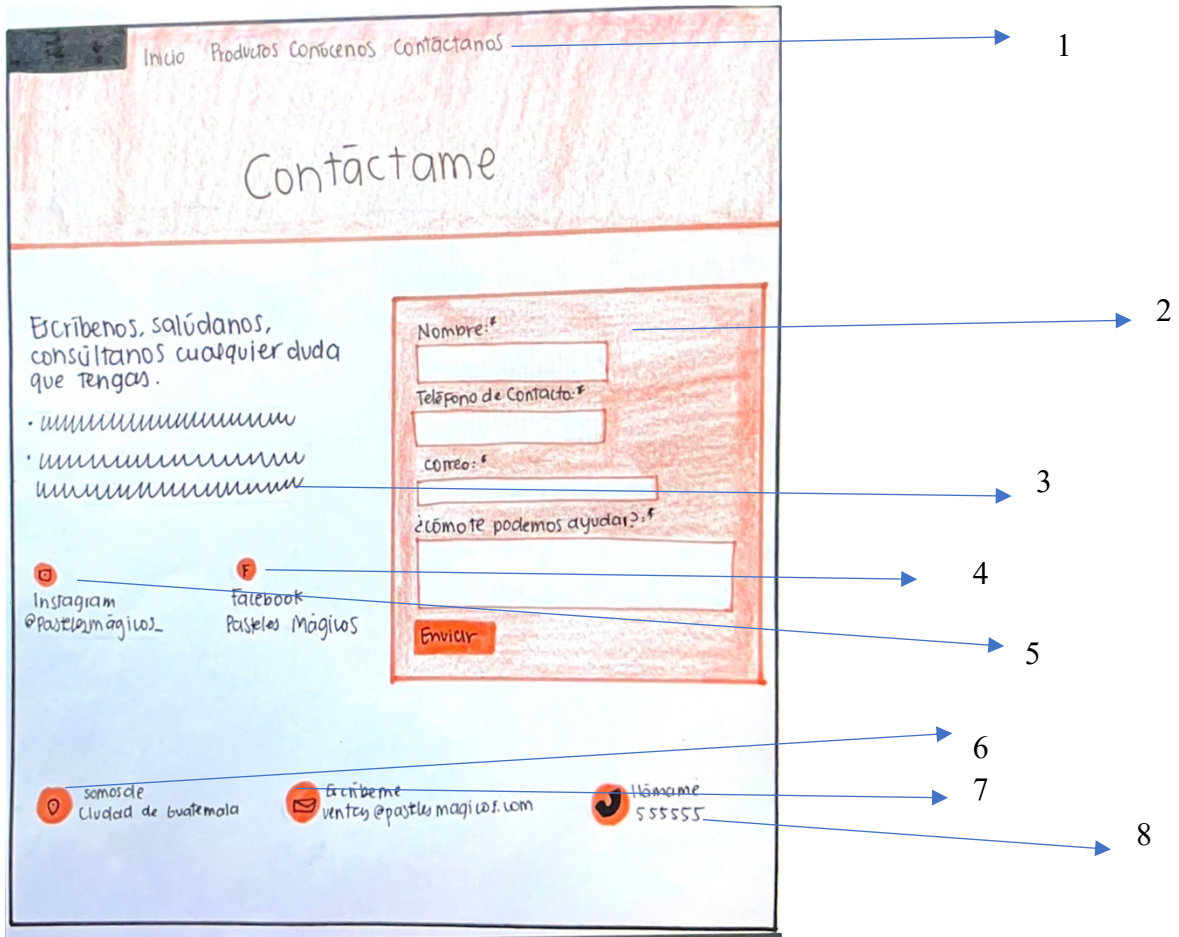
7.3.2.3 Boceto de página de conócenos de la repostería Pasteles Mágicos.



1. Menú
2. Fotografía de la repostera, dueña.
3. Imagotipo de la repostería
4. Texto sobre la historia de la repostería
5. Fotografía de pastel

Tipografía títulos: Fraunces, serif
Tipografía textos: Montserrat, san-serif

7.3.2.3 Boceto de página de contacto de la repostería Pasteles Mágicos.



1. Menú

2. Formulario de contacto

3. Texto que invita a los clientes a contactar a la repostería

4. Ícono de Facebook y el usuario

5. Ícono de Instagram y el usuario

6. Ícono de ubicación y lugar donde reside la repostería

7. Ícono de Gmail y correo electrónico al cual se pueden contactar los clientes

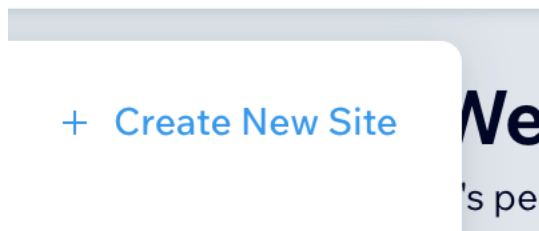
8. Ícono de teléfono y número al que pueden llamar

Tipografía títulos: Fraunces, serif

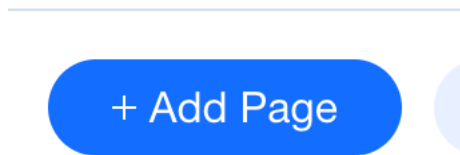
Tipografía textos: Montserrat, sans-serif

7.3.3. Proceso de digitalización de los bocetos. Proceso de digitalización del boceto de página de inicio del sitio web de la repostería Pasteles Mágicos. Se debe tomar en cuenta la guía de los colores y las tipografías que se utilizan dentro del diseño del sitio web de Pasteles Mágicos para emplearlos correctamente. Las fotografías fueron brindadas por la dueña de Pasteles Mágicos.

Paso 1: Se creó un nuevo sitio en Wix, se escogió una plantilla en blanco para luego ir agregando los elementos necesarios en la página que se desea.



Paso 2: Se seleccionó la opción de agregar una sección a la página.



Paso 3: Se agregó un texto en la columna izquierda de la sección que se creó, la cual lleva una frase dada por la repostera, dueña de Pasteles Mágicos. Se seleccionó la tipografía francues, serif para los titulares de las páginas. Debajo de la frase se colocó una breve descripción de los productos con tipografía Montserrat, san serif, que también se utilizó para todos los bloques de texto normal en el sitio web.



Paso 4: Se agrega el slider en la columna derecha de la primer sección de la página de inicio y se le colocan las imágenes que fueron brindadas por Pasteles Mágicos.



Paso 5: Luego de agregar el titular y texto, se le cambia el color del titular al color HEX #7D3333 para que quede un color mas llamativo al inicio. Luego de fondo de incorpora la pleca de color rosa pastel para enfatizar esta primera sección.



Paso 6: Se guardaron los cambios para no perder el progreso.



Paso 7: se creó una segunda sección, de 2 columnas nuevamente. En la columna izquierda, se agregó un titular, un bloque de texto y un botón, para intrigar a los clientes a que vayan a la página de conócenos que el sitio web tiene. Y en la columna derecha se agregó una imagen que es el imagotipo de la repostería Pasteles Mágicos



Paso 8: Se agregaron los textos necesarios en cada una de las secciones internas de la columna y se agregó el imagotipo en la columna izquierda.

Pasteles Mágicos Por Paula García

Si te interesa conocer un poco más a cerca de nuestra historia puedes leerlo en la página de conócenos.

Todos tenemos una historia y un camino del que nos sentimos orgullosos, y tu formas parte de nuestro crecimiento como empresa, al ser uno de nuestros clientes.

CONÓCENOS



NOTA: El diseño de las páginas continuas del sitio web, fueron realizadas con los mismos pasos que previamente se han explicado.

7.4 Propuesta preliminar

Pieza 1: Página de inicio del sitio web de la repostería Pasteles Mágicos. El tamaño de la página es responsivo dependiendo del dispositivo, pantalla donde se vea, un aproximado en de ancho de 1024 de alto x 768 de ancho que sería el tamaño promedio de una pantalla de PC.



Pieza 1 parte 2: Página de inicio del sitio web de la repostería Pasteles Mágicos. El tamaño de la página es responsivo dependiendo del dispositivo, pantalla donde se vea, un aproximado en de ancho de 1024 de alto x 768 de ancho que sería el tamaño promedio de una pantalla de PC.



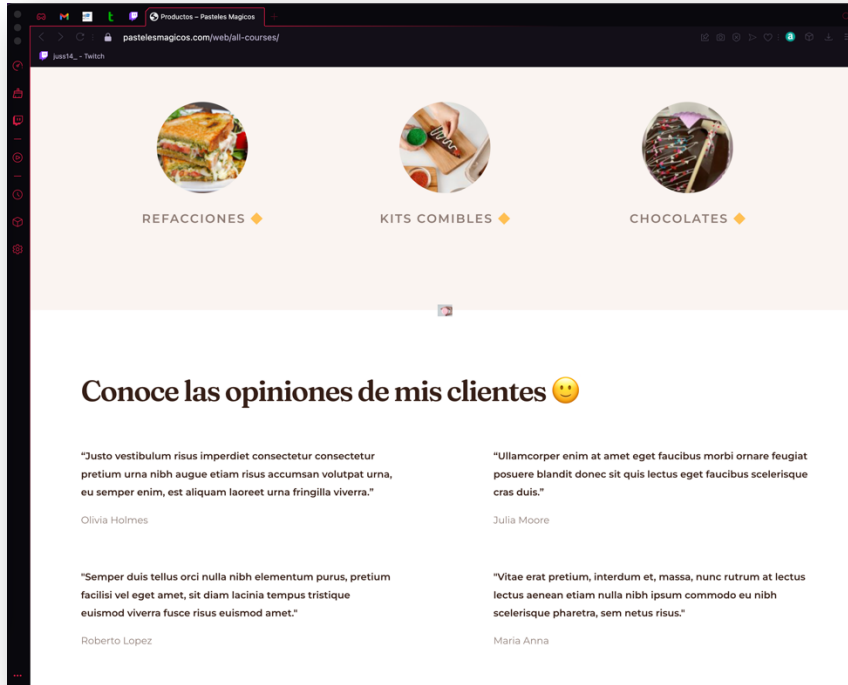
Pieza 2 parte 1: Página de productos del sitio web de la repostería Pasteles Mágicos.

El tamaño de la página es responsivo dependiendo del dispositivo, pantalla donde se vea, un aproximado en de ancho de 1024 de alto x 768 de ancho que sería el tamaño promedio de una pantalla de PC.



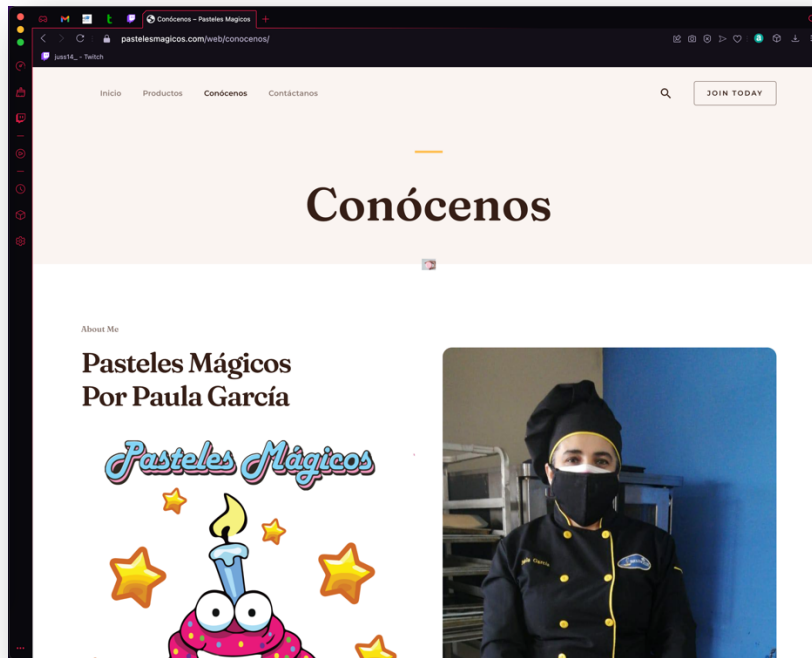
Pieza 2 parte 2: Página de productos del sitio web de la repostería Pasteles Mágicos.

El tamaño de la página es responsivo dependiendo del dispositivo, pantalla donde se vea, un aproximado en de ancho



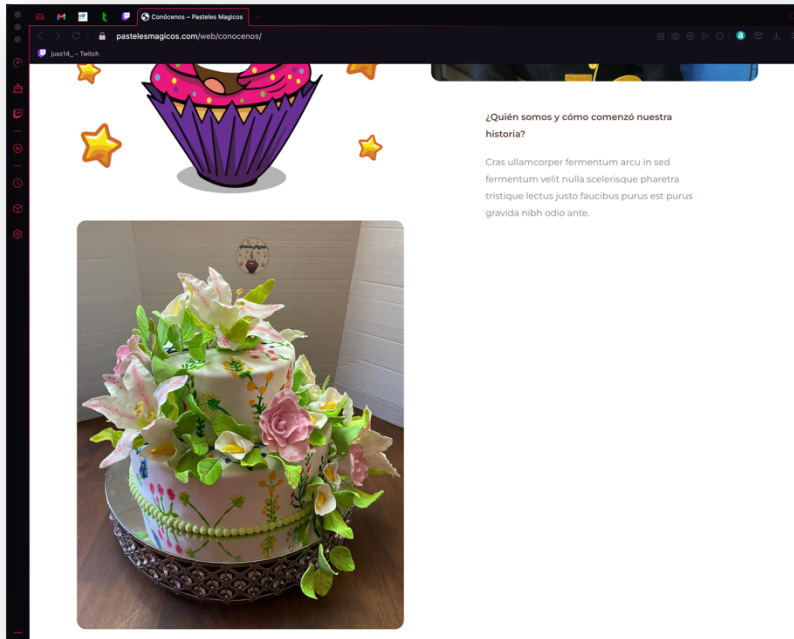
Pieza 3 parte 1: Página de conócenos de la repostería Pasteles Mágicos.

El tamaño de la página es responsivo dependiendo del dispositivo, pantalla donde se vea, un aproximado en de ancho de 1024 de alto x 768 de ancho que sería el tamaño promedio de una pantalla de PC.



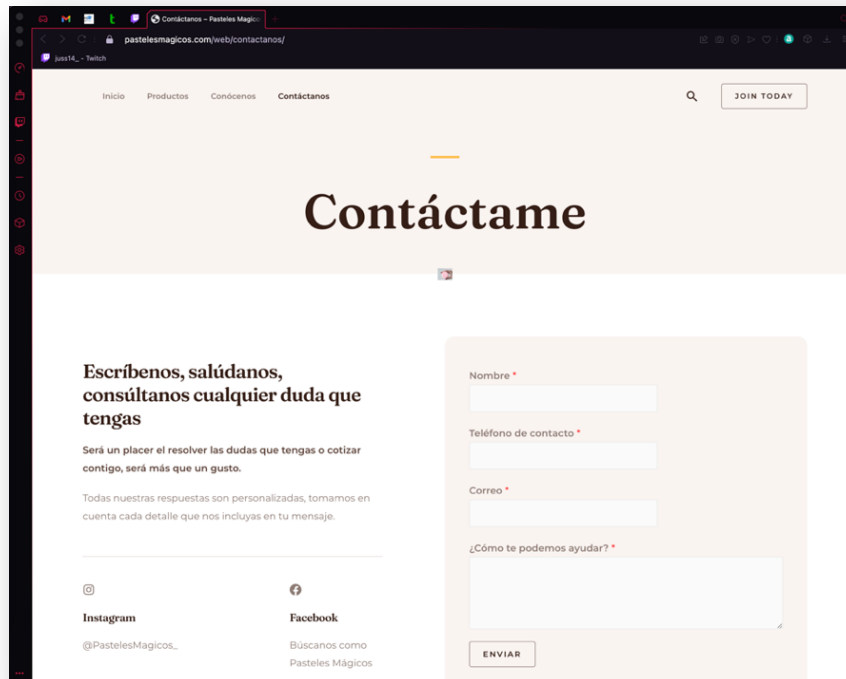
Pieza 3 parte 2: Página de conócenos de la repostería Pasteles Mágicos.

El tamaño de la página es responsivo dependiendo del dispositivo, pantalla donde se vea, un aproximado en de ancho de 1024 de alto x 768 de ancho que sería el tamaño promedio de una pantalla de PC.



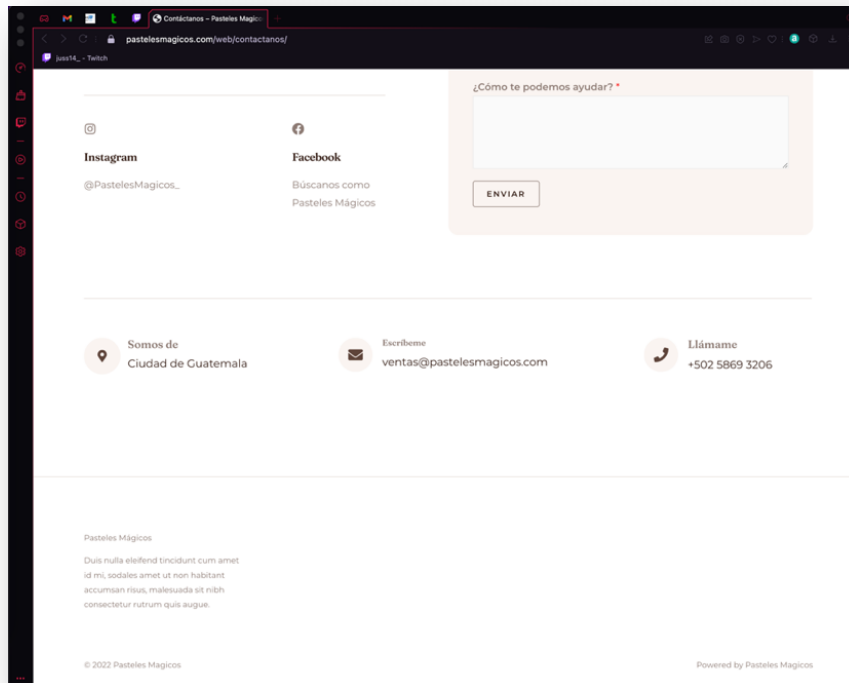
Pieza 4 parte 1: Página de contáctanos de la repostería Pasteles Mágicos.

El tamaño de la página es responsivo dependiendo del dispositivo, pantalla donde se vea, un aproximado en de ancho de 1024 de alto x 768 de ancho que sería el tamaño promedio de una pantalla de PC.



Pieza 4 parte 2: Página de contáctanos de la repostería Pasteles Mágicos.

El tamaño de la página es responsivo dependiendo del dispositivo, pantalla donde se vea, un aproximado en de ancho de 1024 de alto x 768 de ancho que sería el tamaño promedio de una pantalla de PC.



CAPÍTULO VIII
VALIDACIÓN TÉCNICA

Capítulo VIII: Validación técnica

Al finalizar la propuesta preliminar de Creación de sitio web para anunciar a clientes actuales y potenciales, los productos de repostería que comercializa la repostería Pasteles Mágicos, se dará inicio al proceso de validación técnica, mostrando el proyecto a clientes, expertos y grupo objetivo. El instrumento de validación será la encuesta personal, en ellas se crearán preguntas cerradas y calificación basada en la escala de Likert.

Las encuestas se realizarán de dos maneras: de forma virtual a través de Google Forms para clientes y grupo objetivo, e impresas para expertos.

El enfoque del trabajo de investigación es mixto, por cuanto se utilizará el enfoque cuantitativo y cualitativo. El primero servirá para cuantificar los resultados de la encuesta aplicada a los sujetos y a través del enfoque cualitativo se intentará evaluar el nivel de percepción de los encuestados con respecto a la propuesta del diseño.

La herramienta a utilizar es una encuesta de respuesta múltiple que se aplicará al cliente, a cincuenta (25) número de personas, hombres y mujeres del grupo objetivo y a cinco (5) expertos en el área de comunicación y diseño.

8.1 Población y muestreo

Las encuestas se realizaron a una muestra de 30 personas divididas en tres grupos:

Clientes: Paula García,

Expertos: Profesionales en distintas áreas de la comunicación y el diseño, la publicidad y repostería.

- Licenciada Carmen Aguilar
- Licenciada Lourdes Donis.
- Licenciada Guillermo Letona
- Diseñador Gerardo Cotuc.
- Chef Repostera

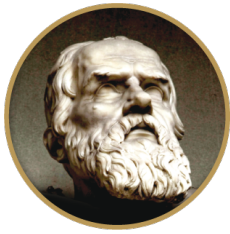
Grupo objetivo: Consumidores y clientes de la repostería Pasteles Mágicos y consumidores de postres con conocimientos de redes sociales y conocimientos de páginas y sitios web.

8.2 Método e instrumentos

La herramienta que se usará es la encuesta. La encuesta consiste en un procedimiento a través del que se recopilan datos por medio de un cuestionario previamente diseñado. Dentro de la encuesta se usará el método de la escala tipo Likert. Esta escala consiste en una forma psicométrica usada comúnmente en cuestionarios. Se colocan distintos grados o niveles en los que el encuestado estará de acuerdo o en desacuerdo con una declaración, pregunta o ítem y posteriormente se procesan los resultados obtenidos. Este es un método cualitativo y produce datos descriptivos.

Así mismo se hará uso de preguntas dicotómicas en las que el encuestado responderá “sí” o “no”, según considere.

8.2.1. Modelo de la encuesta. Página 1.



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

Facultad de Ciencias de la Comunicación

(FACOM)

Licenciatura en Comunicación y Diseño

Proyecto de graduación

Género F	<input type="checkbox"/>	Experto	<input type="checkbox"/>	Nombre	<input type="text"/>
M	<input type="checkbox"/>	Cliente	<input type="checkbox"/>	Profesión	<input type="text"/>
Edad	<input type="text"/>	Grupo Objetivo	<input type="checkbox"/>	Puesto	<input type="text"/>

Encuesta de Validación del proyecto de:

Creación de sitio web para anunciar a clientes actuales y potenciales, los pasteles artesanales que comercializa la repostería Pasteles Mágicos.

Antecedentes:

La repostería Pasteles Mágicos fue creada el año 2009 por Paula García, y actualmente se dedica principalmente a venta de pasteles artesanales para todo tipo de eventos.

Al visitar la repostería se pudo observar que no cuenta con una página web para anunciar a clientes actuales y potenciales, los productos de repostería que comercializa.

Por lo que se ha planteado el objetivo de Crear un sitio web para anunciar a clientes actuales y potenciales, los pasteles artesanales que comercializa la repostería Pasteles Mágicos.

Instrucciones:

8.2.1. Modelo de la encuesta. Página 2.

Con base a lo anterior, observe la propuesta del sitio web y según su criterio conteste las siguientes preguntas de validación, colocando una “X” en los espacios en blanco.

Parte Objetiva:

1. ¿Considera usted necesario el crear un sitio web para anunciar a clientes actuales y potenciales, los pasteles artesanales que comercializa la repostería Pasteles Mágicos?

SI ___ NO ___

2. ¿Considera importante Recopilar toda la información necesaria de la repostería Pasteles Mágicos para la creación del sitio web?

SI ___ NO ___

3. ¿Considera adecuado Investigar referencias bibliográficas y en sitios web acerca de la creación del sitio web para el diseño del sitio web que anuncie a clientes actuales y potenciales, los pasteles artesanales que comercializa la repostería Pasteles Mágicos?

SI ___ NO ___

4. ¿Considera adecuado Diagramar las páginas del sitio web de forma ordenada, para que el grupo objetivo pueda navegar de forma fácil?

SI ___ NO ___

8.2.1. Modelo de la encuesta. Página 3.

Parte Semiológica:

5. ¿Considera adecuados a una empresa de repostería los colores propuestos en el diseño?

Muy adecuada ____ Poco adecuada ____ Nada adecuada ____

6. ¿Cree que la tipografía usada es adecuada a un grupo objetivo de personas de una edad promedio de 20-50 años de edad?

Muy adecuada ____ Poco adecuada ____ Nada adecuada ____

7. ¿Las fotografías del sitio web son adecuadas y claros basados en la necesidad del sitio web?

Muy comprensibles ____ Poco comprensibles ____ Nada comprensibles ____

Parte Operativa:

8. Considera que la tipografía utilizada en el diseño de señales es de forma:

Muy legible ____ Poco legible ____ Nada legible ____

9. ¿Cree que los botones de navegación son legibles y visibles, que le permiten identificarlos?

Muy visible ____ Poco visible ____ Nada visible ____

8.2.1. Modelo de la encuesta. Página 4.

10. Según su criterio ¿El tamaño virtual de la propuesta es ideal para ser visto por medio de una computadora, celular inteligente u otro aparato inteligente?

SI ____ NO ____

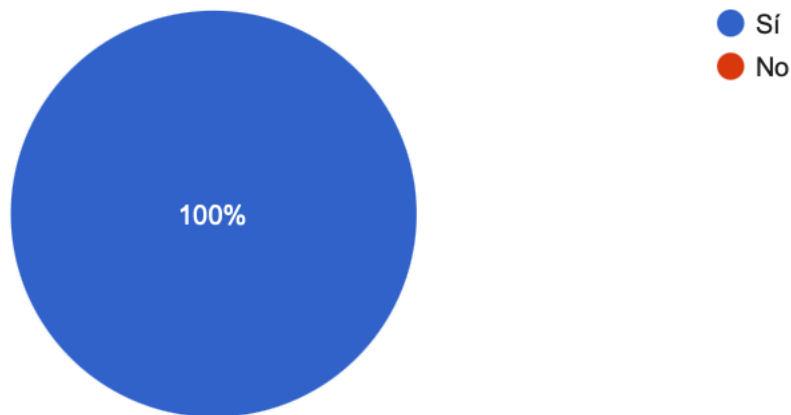
De antemano se agradece la atención y el tiempo brindado para contestar esta encuesta.

Si en caso usted tiene alguna sugerencia, comentario o critica personal puede hacerlo en el siguiente espacio:

8.3. Resultados e interpretación de resultados

Parte Objetiva:

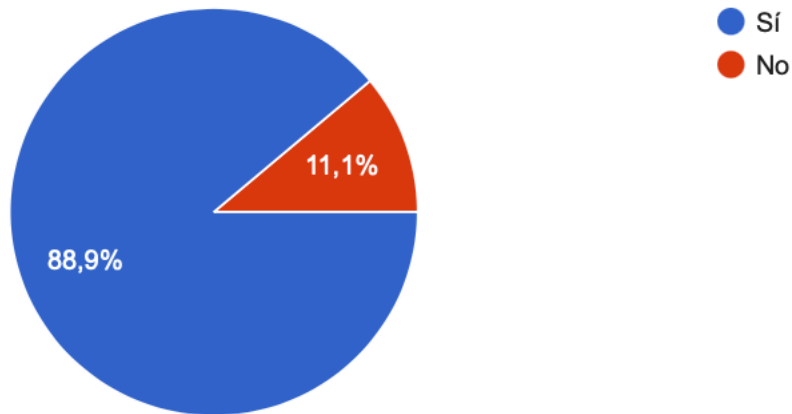
1. ¿Considera usted necesario el crear un sitio web para anunciar a clientes actuales y potenciales, los pasteles artesanales que comercializa la repostería Pasteles Mágicos?



Interpretación:

El 100% de los encuestados consideran necesario crear un sitio web para anunciar los pasteles artesanales que Pasteles Mágicos comercializa. Por lo tanto, se cumple con el primer objetivo específico planteado en este proyecto.

2. ¿Considera importante Recopilar toda la información necesaria de la repostería Pasteles Mágicos para la creación del sitio web?

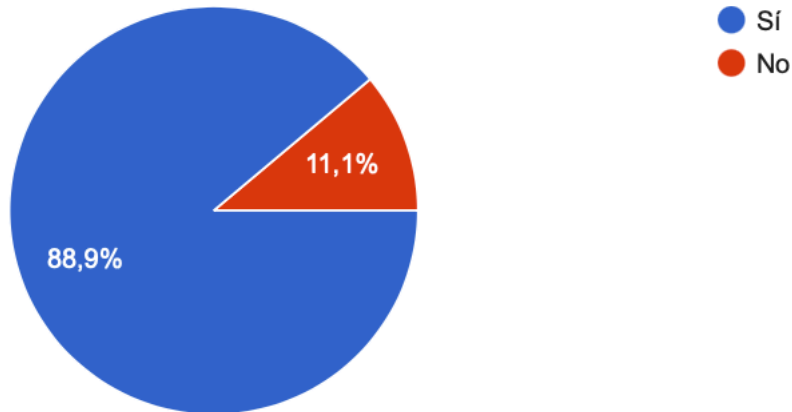


Interpretación:

El 88.9% de los encuestados consideran necesario recopilar toda la información necesaria de Pasteles Mágicos para crear el sitio web. Por lo tanto, se cumple en con el segundo objetivo específico planteado en este proyecto.

El 11.1% no considera necesario el recopilar toda la información necesaria para la creación de un sitio web.

3. ¿Considera adecuado Investigar referencias bibliográficas y en sitios web acerca de la creación del sitio web para el diseño del sitio web que anuncie a clientes actuales y potenciales, los pasteles artesanales que comercializa la repostería Pasteles Mágicos?

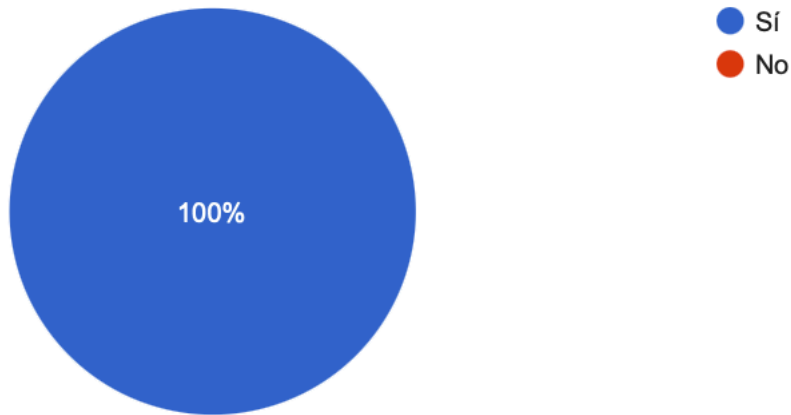


Interpretación:

El 88.9% de los encuestados consideran necesario investigar referencias bibliográficas y sitios web necesarios para crear el sitio web de Pasteles Mágicos.

El 11.1% no considera necesario el investigar referencias bibliográficas y sitios web necesarios para crear el sitio web de Pasteles Mágicos

4. ¿Considera adecuado Diagramar las páginas del sitio web de forma ordenada, para que el grupo objetivo pueda navegar de forma fácil?

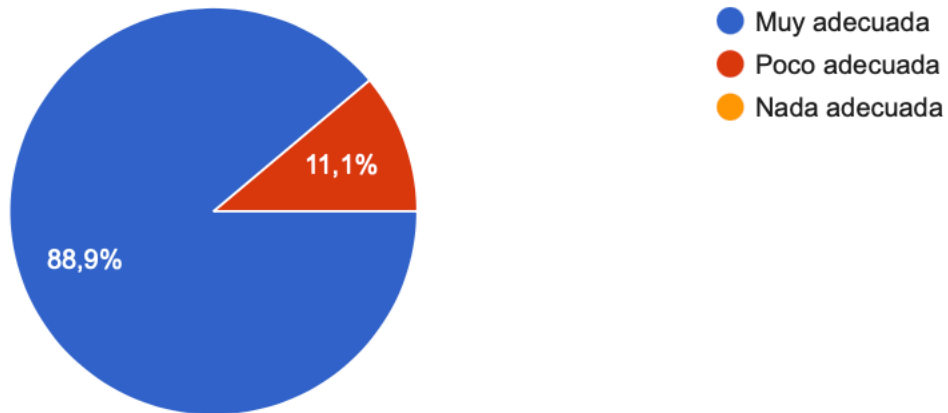


Interpretación:

El 100% de los encuestados consideran adecuado el diagramar cada una de las páginas del sitio web de forma ordenada para que se lea de una forma más fácil. Por lo tanto, se cumple con el tercer objetivo específico planteado en este proyecto.

Parte Semiológica:

5. ¿Considera adecuados a una empresa de repostería los colores propuestos en el diseño?

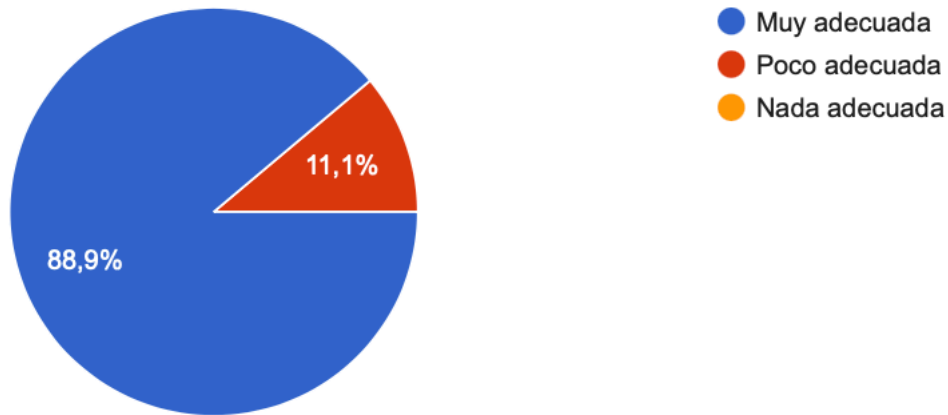


Interpretación:

El 88.9% de los encuestados consideran muy adecuados los colores propuestos en el sitio web para Pasteles Mágicos.

El 11.1% de los encuestados consideran poco adecuados los colores propuestos en el sitio web de Pasteles Mágicos.

6. ¿Cree que la tipografía usada es adecuada a un grupo objetivo de personas de una edad promedio de 20-50 años de edad?

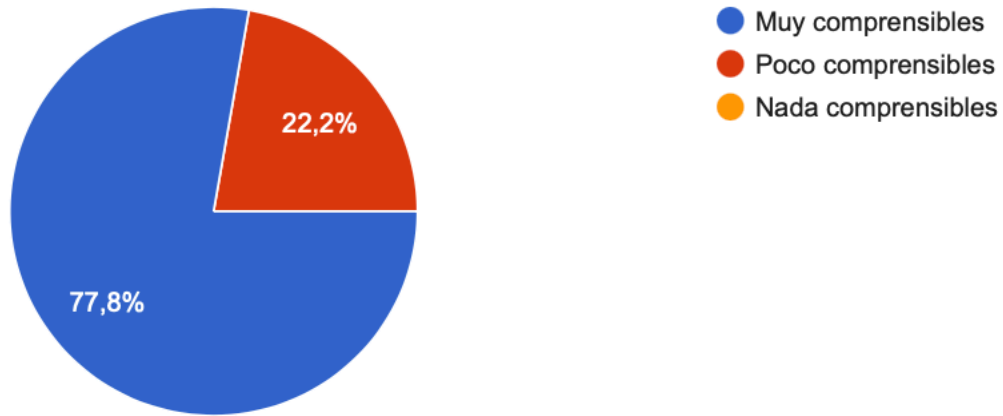


Interpretación:

El 88.9% de los encuestados consideran muy adecuada la tipografía del sitio web de Pasteles Mágicos.

El 11.1% de los encuestados consideran poco adecuado el Font de los textos propuestos en el sitio web de Pasteles Mágicos.

7. ¿Las fotografías del sitio web son adecuadas y claros basados en la necesidad del sitio web?



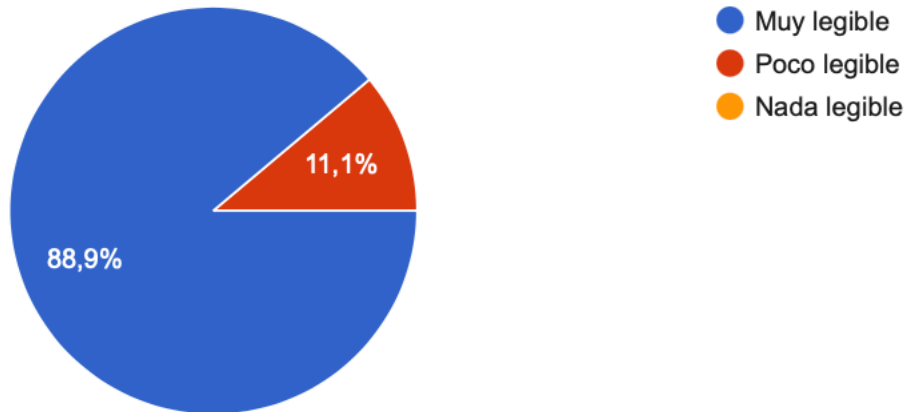
Interpretación:

El 77.8% de los encuestados consideran muy comprensibles las imágenes del sitio web de Pasteles Mágicos.

El 22.2% de los encuestados consideran poco comprensibles las imágenes en el sitio web de Pasteles Mágicos.

Parte Operativa:

8. Considera que la tipografía utilizada en el diseño de señales es de forma:

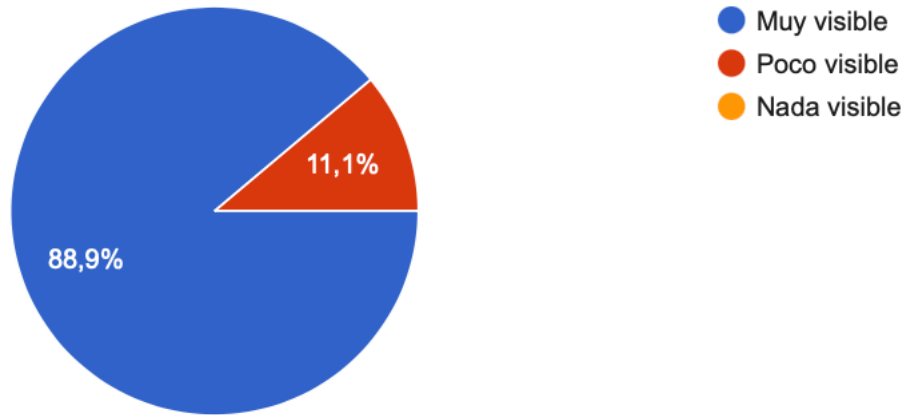


Interpretación:

El 88.9% de los encuestados consideran muy legible la tipografía del sitio web de Pasteles Mágicos.

El 11.1% de los encuestados consideran poco legible la tipografía en el sitio web de Pasteles Mágicos.

9. Cree que los botones de navegación son legibles y visibles, ¿que le permiten identificarlos?

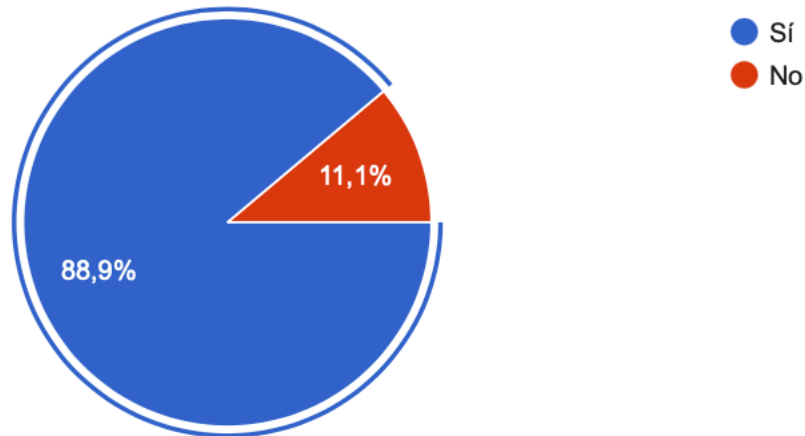


Interpretación:

El 88.9% de los encuestados consideran muy legible ladel sitio web de Pasteles Mágicos.

El 11.1% de los encuestados consideran poco legible la tipografía en el sitio web de Pasteles Mágicos.

10. Según su criterio ¿El tamaño virtual de la propuesta es ideal para ser visto por medio de una computadora, celular inteligente u otro aparato inteligente?



Interpretación:

El 88.9% de los encuestados consideran ideal el tamaño virtual de la propuesta para el sitio web de Pasteles Mágicos.

El 11.1% de los encuestados consideran poco ideal el tamaño virtual del sitio web de Pasteles Mágicos.

8.4. Cambios en base a los resultados

Con base a los datos obtenidos en la fase de validación para la implementación del presente proyecto se refleja que:

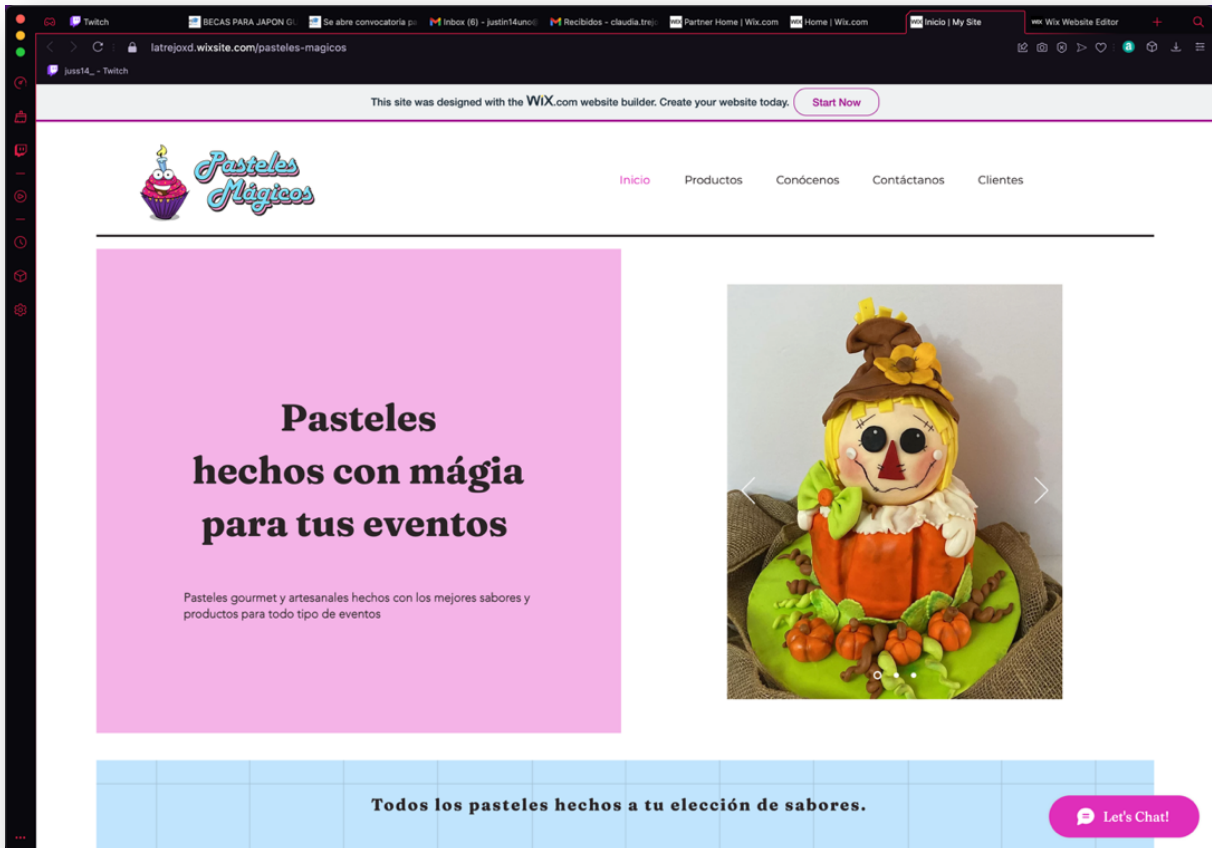
- El título de la página de inicio necesitaba una fuente de color distinta para que combinara de una mejor forma con los colores y vista del sitio web.
- Se le dio un mayor tamaño a los bloques de texto dentro del sitio web para que fuera más legible a vista de los clientes.
- Se cambió el grosor de los bloques de texto ya que la letra siendo muy delgada, daba problemas al leer por lo tanto se cambió a semi bold el grosor de los textos.
- Se actualizaron unas fotografías dentro de la página de productos para que las personas entendieran de mejor manera a qué se refieren los títulos de los productos que se ofrecen.

CAPÍTULO IX
PROPUESTA GRÁFICA FINAL

Capítulo IX Propuesta gráfica final

Página Principal. Parte 1.

Tamaño: 1080x1020



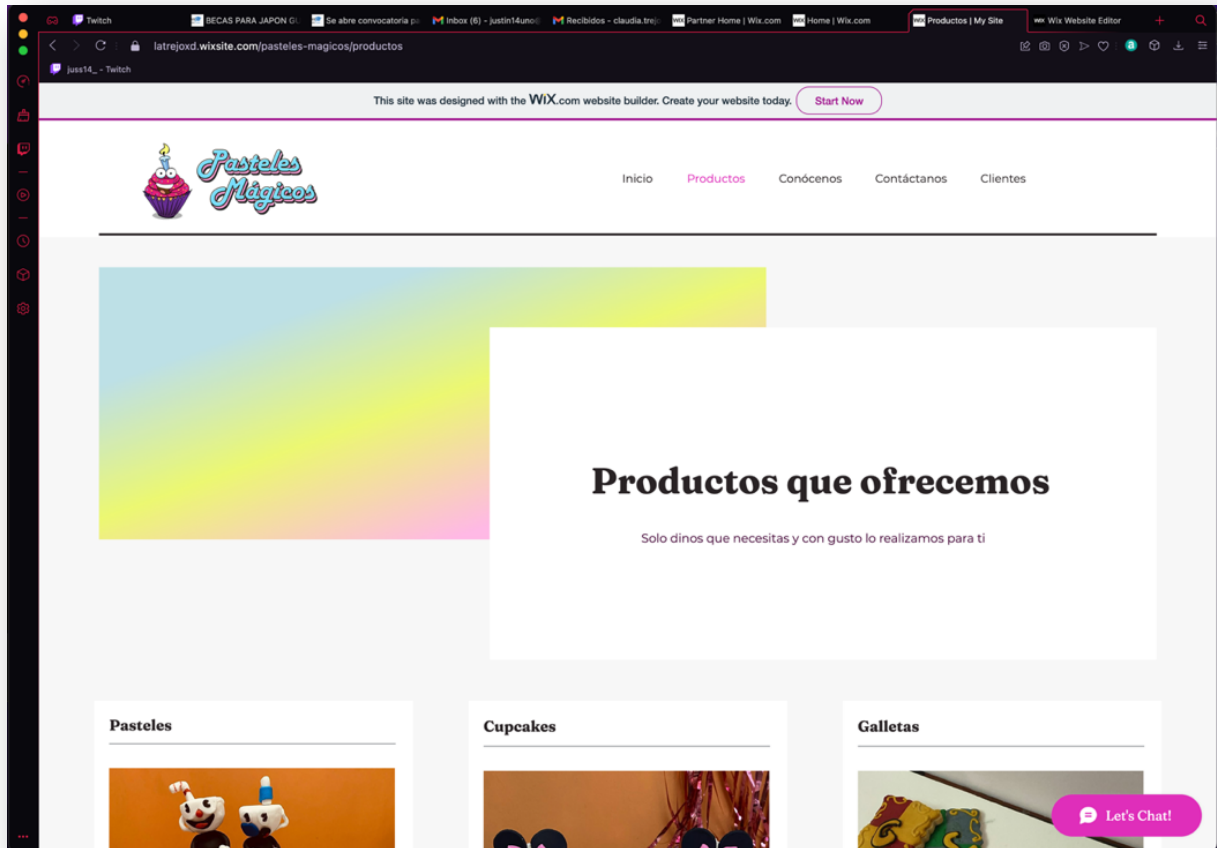
Página Principal. Parte 2.

Tamaño: 1080x1020



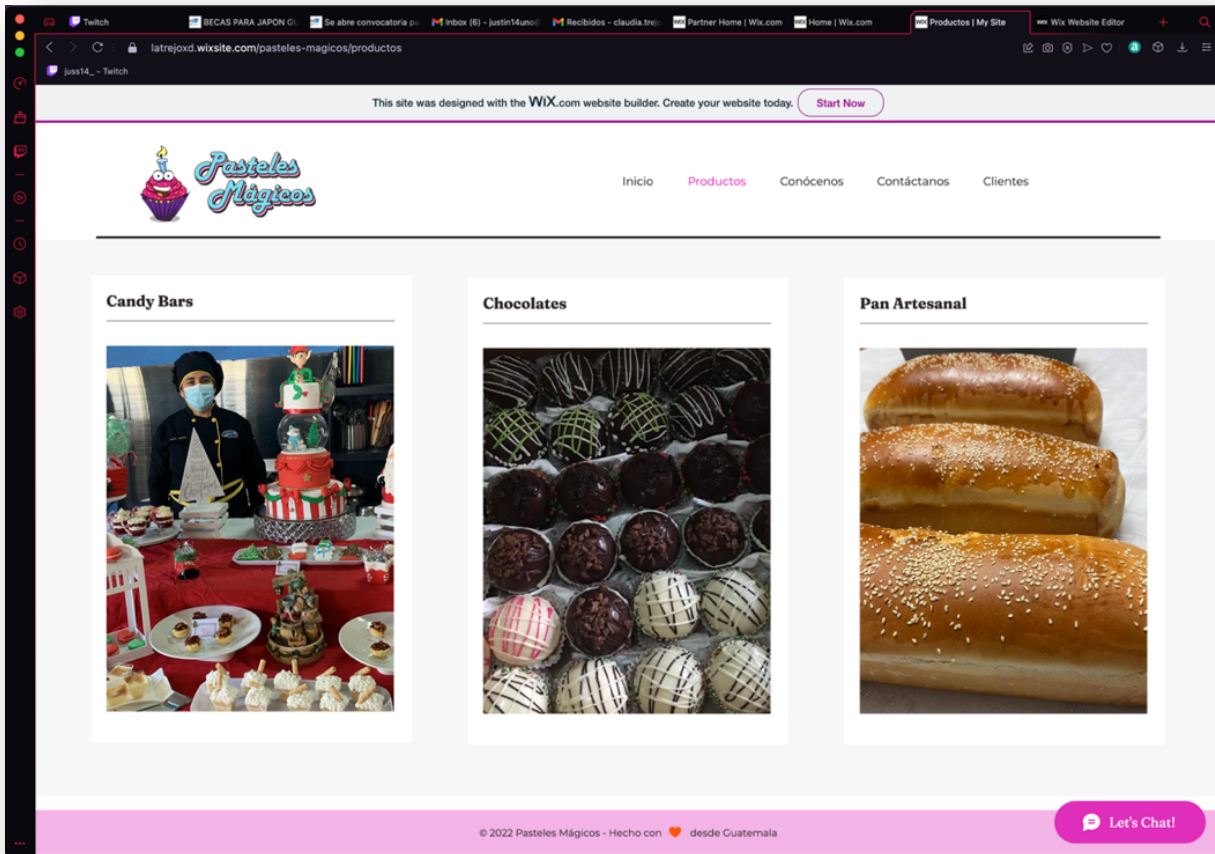
Página secundaria. Parte 1

Tamaño: 1080x1020



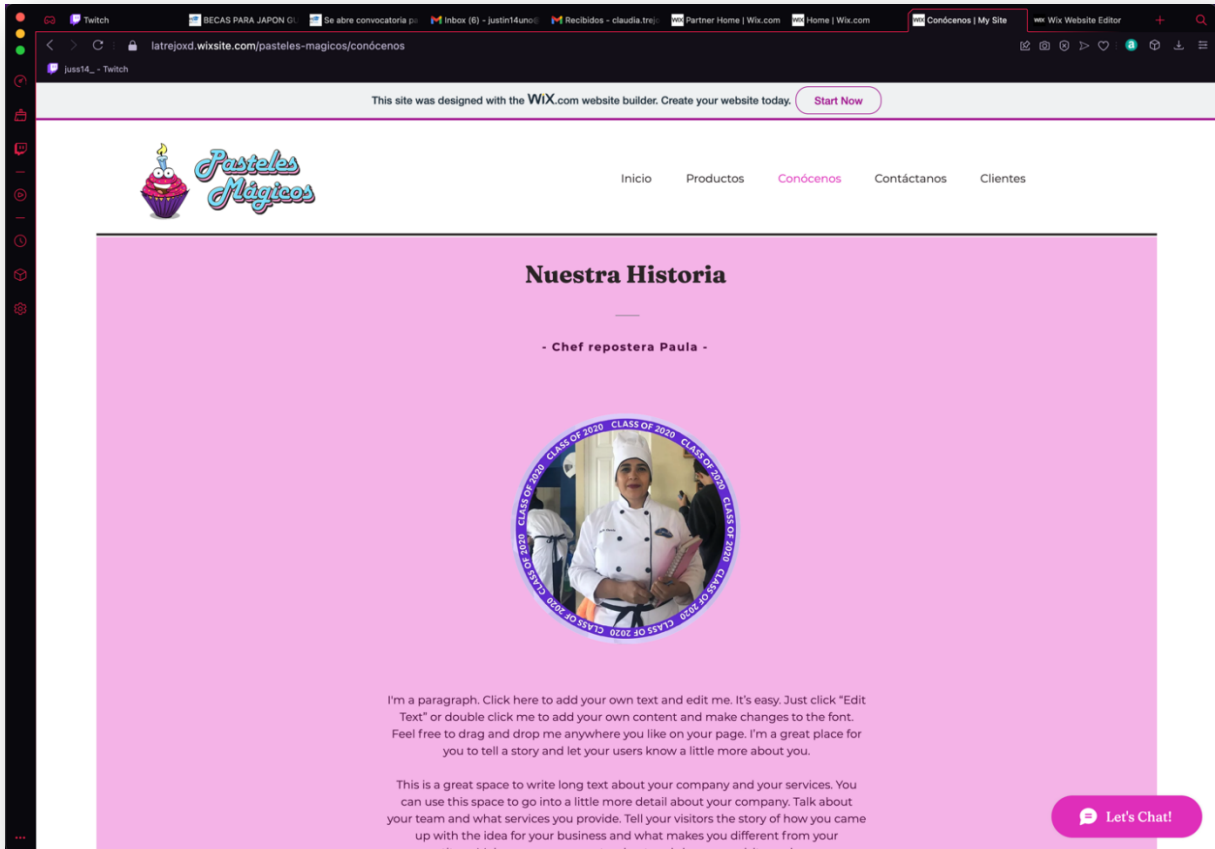
Página secundaria. Parte 2

Tamaño: 1080x1020



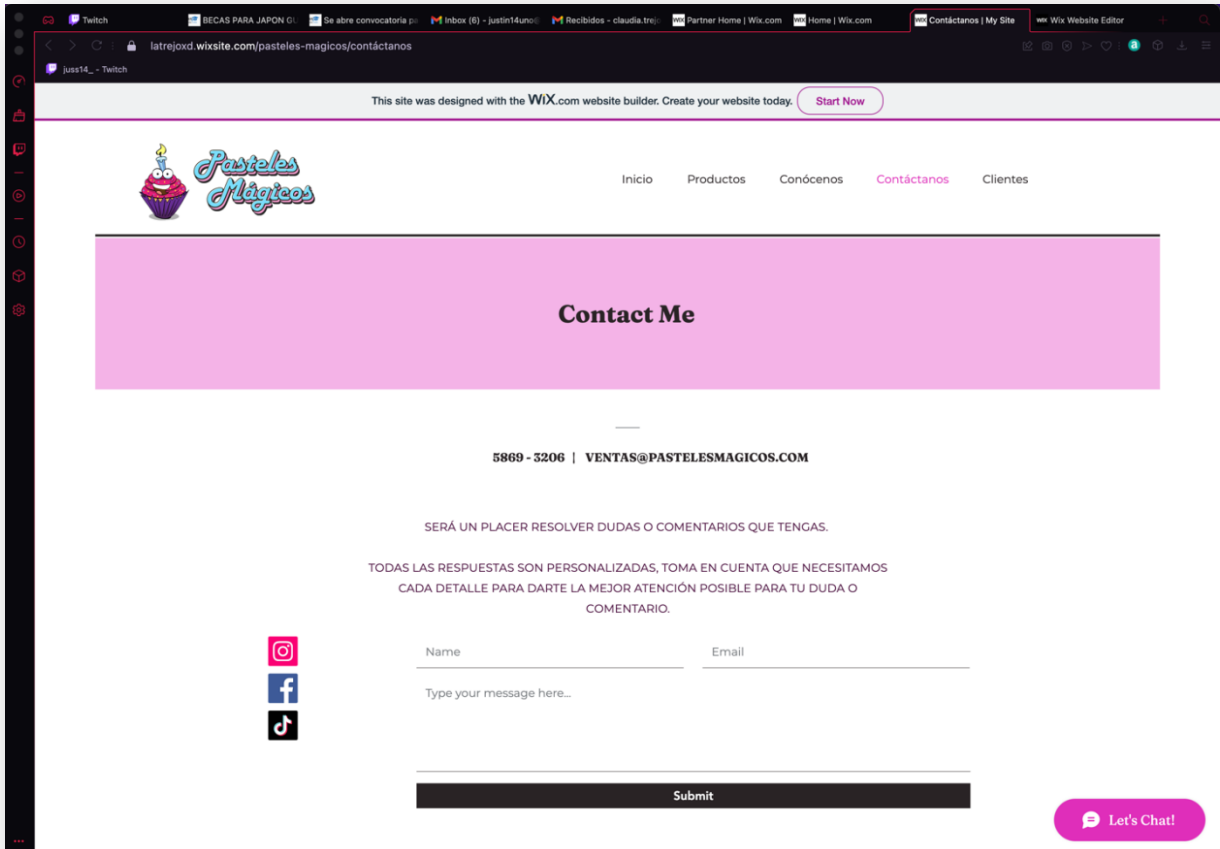
Página tercera.

Tamaño: 1080x1020



Página cuarta

Tamaño: 1080x1020



**CAPÍTULO X PRODUCCIÓN
REPRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN**

Capítulo X Producción, Reproducción y distribución

Como parte fundamental para el desarrollo del Creación de sitio web para anunciar a clientes actuales y potenciales, los pasteles artesanales que comercializa la repostería Pasteles Mágicos, es necesario implementarlo para que la empresa vea las utilidades obtenidas a partir del diseño propuesto.

- Plan de costos de elaboración
- Plan de costos de producción
- Plan de costos de reproducción
- Plan de costos de distribución

10.1. Plan de costos de elaboración

Tomando en cuenta que un diseñador gráfico promedio tiene un salario mensual de Q. 6,000.00 el pago del día trabajado es de Q. 200.00 y la hora se estima en un valor de Q. 25.00.

DESCRIPCIÓN	SEMANAS	HORAS EMPLEADAS	COSTO
Análisis de la necesidad de diseño, identificación de áreas y recopilación de información general del cliente	1	10	Q.250.00
Recopilación de información	1	5	Q125.00
Bocetaje	1	4	Q200.00
Total de costos de elaboración			Q575.00

10.2. Plan de costos de producción

DESCRIPCIÓN	SEMANAS	HORAS EMPLEADAS	COSTO
Digitalización de bocetos y propuesta gráfica	3	30	Q.750.00
Costos variables de operación (luz, internet)			Q750.00
Total de costos de elaboración			Q.1,500.00

10.3. Plan de costos de reproducción

La compra de medios, distribución y entrega de materiales, publicación en medios de comunicación masivos, alternativos y virtuales no se incluyen estos costos estimados por los proveedores en este proyecto, ya que se entrega al cliente de forma digital porque se va a utilizar en cualquier ordenador y las imágenes empleadas fueron enviadas por correo electrónico por Pasteles Mágicos.

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNIDAD	PRECIO TOTAL
Uso de Wordpress		Q.0.00	Q.0.00
Total			Q.0.00

10.4. Plan de costos de distribución

El presente proyecto no requiere un costo de distribución, ya que será ubicado en las instalaciones de la empresa.

El presente proyecto tendrá un costo de distribución de Q.1,080.00 por conceptos de hosting y compra de dominio para el sitio web.

10.5. Margen de utilidad

Se estima para el presente proyecto un promedio de 20% de utilidad sobre los costos.

Costo total = Q.3,155.00

Utilidad 20% = Q631.00

10.6. Cuadro con resumen general de costos

Detalle	Total de costo
Plan de costos de elaboración	Q575.00
Plan de costos de producción	Q1,500.00
Plan de costos de reproducción	Q0.00
Plan de costos de distribución	Q1,080.00
Subtotal I	Q3,155.00
Margen de utilidad 20%	Q631.00
Subtotal II	Q3,786.00
IVA 12%	Q454.32
TOTAL	Q4,240.32

CAPÍTULO XI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Capítulo XI Conclusiones y recomendaciones

11.1. Conclusiones

11.1.1 Se diseñó un sitio web para la repostería Pasteles Mágicos dirigido a grupo objetivo que reside en la ciudad de Guatemala, trabaja en oficinas administrativas, transita por zonas de tránsito peatonal y de vehículos.

11.1.2 Se investigaron a través del marco teórico las referencias bibliográficas y en sitios web acerca de la creación de sitios web de reposterías para la creación del sitio web para anunciar a clientes actuales y potenciales, los pasteles artesanales que comercializa la repostería Pasteles Mágicos.

11.1.3 A través de entrevistas con el cliente, se recopiló la información necesaria de la empresa para la creación del sitio web.

11.1.4 Se diseñó, una página web con tendencia minimalista, en la cual se puede observar con claridad, y leer de forma fácil y agradable para la vista el sitio web de la repostería, en el cual se ve su formulario de contacto, los servicios que ofrece, información sobre la repostería y más.

11.2. Recomendaciones

11.2.1 Se recomienda a Pasteles Mágicos colocar la dirección URL del sitio web en las biografías de sus redes sociales, como descripción de su número de contacto y también dentro de su tarjeta de presentación.

11.2.2 Se recomienda a Pasteles Mágicos que se mantenga actualizado el sitio web, con nuevas propuestas o adiciones de diseños para ciertas actividades festivas para siempre estar en el contexto social/visual para sus clientes y que sientan que es más real y confiable el sitio web.

11.2.3 Se recomienda a Pasteles Mágicos, mantener su sitio web activo ya que este le estará otorgando un mayor flujo de consumidores.

11.2.4 Se recomienda a Pasteles Mágicos mantenerse en contacto con su diseñadora para que siempre esté el sitio web lo más actualizado posible para mantener el sitio web a vista de los clientes tanto potenciales como reales.

CAPÍTULO XII
CONOCIMIENTO GENERAL

Capítulo XII Conocimiento general

12.1. Demostración de conocimientos



CAPÍTULO XIII

REFERENCIAS

Capítulo XIII Referencias

13.1 Bibliografía

Aubry, Cristophe. Cree su primer sitio web. 2018. ENI. Italia

Díaz Martín, José Manuel. Creación de sitios web. 2006. Pearson Education. España

Maeda, John. Las leyes de la simplicidad. 2020. GEDISA. U.S.A

Niederst Robbins, Jennifer. Learning web design. 2018. O'REILLY. U.S.A.

Pring, Roger. www.color: 300 usos del color para sitios web. 2001. Gustavo Gili. México

13.2 Biblioweb

Emprendedoras de la mancomunidad. Manual básico de diseño gráfico para emprendedoras. 2014-2020. Comunidad de Madrid. España. Recuperado de:

<https://infolibros.org/pdfview/12767-manual-basico-de-diseno-grafico-para-emprendedoras-presentacion-emprendedoras-de-la-mancomunidad-tham/>

Gayo Avello, Daniel. Diseño gráfico de páginas web. 2000. E.T.S.I.I.I.G.. Campus de Gijón.

Recuperado de:

<https://infolibros.org/pdfview/12766-diseno-grafico-de-paginas-web-daniel-gayo-avello/>

Mateu, Carles. Desarrollo de aplicaciones web. 2004. Eureka media. España. Recuperado de:

<https://infolibros.org/pdfview/12755-desarrollo-de-aplicaciones-web-carles-mateu/>

MIT. Web Design 101. 2003. AQ Marketing. Estados Unidos. Recuperado de:

<https://infolibros.org/pdfview/12771-web-design-101-mit/>

Visa Empresarial. Recomendaciones para el diseño de un sitio web. 2022. Visa. América Online.

Recuperado de:

<https://visaempresarial.com/Content/pdf/seminarios/Capitulo4/Tema/RecomendacionesDisenoWeb.pdf>

13.3 E-Graffía

Concepto.de.comunicación. Recuperado de: <https://concepto.de/?s=comunicacion>

(Concepto.de.2021)

Definicion.de.publicidad. Recuperado de: <https://definicion.de/publicidad/>

(Definicion.de.2021)

Definicion.de.ciencias.auxiliares. Recuperado de: <https://definicion.de/ciencias-auxiliares/>

(Definicion.de.2021)

Definicion.de.psicología. Recuperado de: <https://definicion.de/psicología/>

(Definicion.de.2021)

Definicion.de.psicología.del.color. Recuperado de: <https://definicion.de/psicología-del-color/>

(Definicion.de.2021)

Definicion.de. Recuperado de: <https://definicion.de/psicología-de-la-imagen/>

(Definicion.de.2021)

Definicion.de.psicología.de-la.imagen. Recuperado de: <https://definicion.de/cibernética/>

(Definicion.de.2021)

Definicion.de.cibernética. Recuperado de: <https://definicion.de/cibernética/>

(Definicion.de.2021)

Definicion.de.fotografía. Recuperado de: <https://definicion.de/fotografía/>

(Definicion.de.2021)

Dominguez. Angeles. Teoría del color definitiva para comprenderla. <https://graffica.info/teoria-del-color-guia-definitiva>

(Dominguez.A.2021)

Lorella. Creativityblog. Qué es la teoría de la gestalt. Recuperado de:<https://www.stampaprint.net/es/blog/acerca-de-la-impresion/la-teoria-la-gestalt>

(Lorella.Creativityblog.2021)

Navarro, P. (2017, 25 abril). 7 estrategias para persuadir a tus clientes en internet.

Entrepreneur. Recuperado de: <https://www.entrepreneur.com/article/293310>

(Navarro, 2017)

Rockcontent.com.blog. Recuperado de :<https://rockcontent.com/es/blog/disenio-web/>

(Rockcontent.com.2021)

Significados.com.conceptos de anuncio.Recuperadode:<https://www.significados.com/?s=anuncio>

(Significados.com.2013)

Significados.com.concepto de cliente.Recuperado de: <https://www.significados.com/?s=cliente>

(Significados.com.2013)

Significados.com.concepto cliente actual.Recuperado de:

<https://www.significados.com/?s=cliente-actual>

(Significados.com.2013)

Significados.com.concepto de cliente potencial.Recuperado de:

<https://www.significados.com/?s=cliente-potencial>

(Significados.com.2013)

Significados.com.concepto de producto.Recuperado de:

<https://www.significados.com/?s=producto>

(Significados.com.2013)

Significados.com.concepto de comercialización.Recuperado de:

<https://www.significados.com/?s=comercialización>

(Significados.com.2013)

Significados.com.concepto de repostería.Recuperado de:

<https://www.significados.com/?s=repoteria>

(Significados.com.2013)

Significados.com.conceptos.Recuperado de:

<https://www.significados.com/?s=responsividad>(Significados.com.2013)

Significados.com.conceptos.Recuperado de:

<https://www.significados.com/?s=escaneabilidad>(Significados.com.2013)

Significados.com.conceptos.Recuperado de: <https://www.significados.com/?s=tipografia>

(Significados.com.2013)

Significados.com.conceptos.Recuperado de: <https://www.significados.com/?s=velocidad-de-carga>

(Significados.com.2013)

Significados.com.conceptos.Recuperado de: <https://www.significados.com/?s=responsividad>

(Significados.com.2013)

40.de.fiebre.tendencias en páginas web. Recuperado de: <https://www.40defiebre.com/tendencias-diseno-web>

(40.de.fiebre.2021)

40.de.fiebre.tendencias en páginas web. Recuperado de: <https://www.40defiebre.com/tendencias-diseno-web>

(40.de.fiebre.2021)

CAPÍTULO XIV

ANEXOS

Capítulo XIV Anexos

Anexo I. Brief. Página 1

Brief

Es un documento escrito que debe contener toda la información necesaria para el desarrollo del proyecto de graduación. Este instrumento sirve como plataforma para definir los objetivos de mercado y de comunicación que requiere la organización.

Datos del estudiante

Nombre del estudiante	Claudia María Trejo García
No de Carné	17012041
Teléfono	41399321
E-mail	Claudia.trejo@galileo.edu
Proyecto	Creación de sitio web para anunciar a clientes actuales y potenciales, los pasteles artesanales que comercializa la repostería Pasteles Mágicos.

Anexo I. Brief. Página 2

Datos del cliente

Empresa	Pasteles Mágicos
Nombre del cliente	Paula García
Teléfono	58693206
E-mail	paulaigarcia@gmail.com
Antecedentes	Pasteles Mágicos ha ofrecido a sus consumidores reales y potenciales sus servicios desde el año 2009. Sin embargo, en la actualidad no cuenta con una página web en donde muestre profesionalmente los productos y servicios que ofrece como empresa dirigida a sus clientes tanto reales como potenciales, que son un grupo de personas que viven en la región de Guatemala entre edades de 20-50 años.
Oportunidad identificada	No cuenta con página web para mostrar de forma digital sus productos o servicios o incluso proyectos realizados

Anexo I. Brief. Página 3

Datos de la empresa

Misión	Crear y promover la creatividad y gustos de las personas en todo tipo de repostería y que generen un buen momento lleno de sabores deliciosos y que tengan un mágico evento.
Visión	Como Empresa vamos de camino para colocar una tienda física, y el poner otras sucursales, ya sea de venta en otros municipios y ciudades.
Delimitación geográfica	Límite de la ciudad de Guatemala
Grupo objetivo	Personas que viven en la región de Guatemala entre edades de 20-50 años.
Principal beneficio al Grupo Objetivo	Obtener un sitio en el cual ver y tener el catálogo de servicios y fotografías junto reseñas de los trabajos realizados para crear comodidad y una conexión con el cliente
Competencia	Pasteles artesanales zurich
Posicionamiento	Venta de pasteles artesanales y venta de refacciones gourmet
Factores de diferenciación	Empresa dedicada a consumidores con un estatus económico medio , medio bajo
Objetivo de mercado	Atraer más clientes y mejorar las ventas o pedidos realizados

Objetivo de comunicación	Generar más impacto y vistas sobre la empresa, para que más personas la conozcan
Mensaje clave a comunicar	La innovación hacia la tecnología en base a la situación social
Estrategia de comunicación	Crear un sitio web adaptado y conforme a la empresa e impactar
Reto del diseñador	La creación de la página web profesional
Trascendencia	Tipo minimalista, resaltando detalles o imágenes sin tanta obstrucción visual
Materiales a realizar	Sitio web
Presupuesto	5 mil quetzales exactos

Datos de la imagen gráfica

Logotipo	
Colores	Rosado, morado celeste y amarillo
Tipografía	Fraunces, serif y Montserrat san serif
Forma	minimalista

Anexo II. Gráfica de Niveles Socio Económicos.

