



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Desarrollo de un sitio web para dar a conocer a personas comprendidas de 27 a 37 años de edad, los productos plásticos que promociona y vende la empresa Diproalsa.

Guatemala, Guatemala.

PROYECTO DE GRADUACIÓN

Presentado a la facultad de Ciencias de la Comunicación

Guatemala C.A.

ELABORADO POR:

Daniela Dulce Victoria Linares Rustrian

Carné: 19006479

Para optar al título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción

Proyecto de graduación

Desarrollo de un sitio web para dar a conocer a personas comprendidas de 27 a 37 años de edad los productos plásticos que promociona y vende la empresa Diproalsa.

Daniela Dulce Victoria Linares Rustrian

Universidad Galileo

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Autoridades

Rector

Dr. Eduardo Suger Cofiño

Vicerrectora General

Dra. Mayra de Ramírez

Vicerrector Administrativo

Lic. Jean Paul Suger Castillo

Secretario General

Dr. Jorge Retolaza

Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Lic. Leizer Kachler

Vicedecano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación,

Lic. Rualdo Anzueto, M.Sc.

Guatemala 12 de abril de 2022

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: **DESARROLLO DE UN SITIO WEB PARA DAR A CONOCER A PERSONAS COMPRENDIDAS DE 27 A 37 AÑOS DE EDAD, LOS PRODUCTOS PLÁSTICOS QUE PROMOCIONA Y VENDE LA EMPRESA DIPROALSA.** Así mismo solicito que la Licda. Carmen Aguilar sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



Daniela Dulce Victoria Linares Rustrian
19006479

ANDREAAGUILARF

Licda. Carmen Aguilar
Asesora



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 13 de mayo de 2022

Señor:
Daniela Dulce Victoria Linares Rustrian
Presente

Estimada Señorita Linares:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DESARROLLO DE UN SITIO WEB PARA DAR A CONOCER A PERSONAS COMPRENDIDAS DE 27 A 37 AÑOS DE EDAD, LOS PRODUCTOS PLÁSTICOS QUE PROMOCIONA Y VENDE LA EMPRESA DIPROALSA.** Así mismo, se aprueba a la Licda. Carmen Aguilar, como asesora de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler

Decano

Facultad de Ciencias de la Comunicación



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 31 de enero de 2024

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: **DESARROLLO DE UN SITIO WEB PARA DAR A CONOCER A PERSONAS COMPRENDIDAS DE 27 A 37 AÑOS DE EDAD, LOS PRODUCTOS PLÁSTICOS QUE PROMOCIONA Y VENDE LA EMPRESA DIPROALSA.** Presentado por la estudiante: *Daniela Dulce Victoria Linares Rustrian*, con número de carné: *19006479*, 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,

ANDREA GUILAR F.

Licda. Carmen Aguilar
Asesora



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 21 de agosto de 2024

Señorita
Daniela Dulce Victoria Linares Rustrian
Presente

Estimada Señorita Linares:

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, 17 de septiembre de 2024.

Licenciado
Leizer Kachler
Decano FACOM
Universidad Galileo
Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: **DESARROLLO DE UN SITIO WEB PARA DAR A CONOCER A PERSONAS COMPRENDIDAS DE 27 A 37 AÑOS DE EDAD, LOS PRODUCTOS PLÁSTICOS QUE PROMOCIONA Y VENDE LA EMPRESA DIPROALSA**, de la estudiante Daniela Dulce Victoria Linares Rustrian, 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, 03 de octubre de 2024

Señorita:
Daniela Dulce Victoria Linares Rustrian
Presente

Estimada Señorita Linares:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DESARROLLO DE UN SITIO WEB PARA DAR A CONOCER A PERSONAS COMPRENDIDAS DE 27 A 37 AÑOS DE EDAD, LOS PRODUCTOS PLÁSTICOS QUE PROMOCIONA Y VENDE LA EMPRESA DIPROALSA**. Presentado por la estudiante: Daniela Dulce Victoria Linares Rustrian, 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 quien a pesar de mis fallas Él fue fiel y lo ha sido hasta este momento, porque me permitió cumplir el sueño de entrar a la Universidad y terminar mi carrera con éxito.

A la universidad, que me brindó las herramientas necesarias para terminar mi formación académica y me enseñó a cómo desenvolverse en un mundo cambiante.

A las cuatro personas más importantes de mi vida: a mi abuelita, mi mami, mi papi y mi hermano, por todo el apoyo incondicional que tuve desde el principio de mis estudios hasta en este último paso, ellos son parte de esta meta cumplida porque gracias a su esfuerzo, hoy se cumple un sueño. Los amo con todo mi corazón.

A toda mi familia, gracias a su apoyo más que en lo económico fue moral, estuvieron en cada proceso de mi carrera dándome ánimos y apoyándome en lo que necesitaba, los aprecio y los quiero mucho.

A mis compañeros, cada año era un reto para nosotros seguir y no rendirnos, hubo casos de distanciamiento, pero seguimos unidos en cada proceso que vivimos dentro de la carrera y juntos recibimos lo que somos ahora, unos profesionales.

A mis catedráticos quienes abrieron mi mente y dejaron la semilla del conocimiento que hoy germina y que me ayudará a desenvolverse en mi vida profesional.

Resumen

A través del acercamiento con la empresa Diproalsa se identificó que no cuenta con un sitio web para dar a conocer a personas comprendidas de 27 a 37 años de edad, los productos plásticos que promociona y vende.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo: Desarrollar un sitio web para dar a conocer a personas comprendidas de 27 a 37 años de edad, los productos plásticos que promociona y vende la empresa Diproalsa.

Se realizó una herramienta de validación para conocer la percepción del cliente, grupo objetivo conformado por 20 personas de 27 a 37 años de edad y de 5 expertos en las áreas de comunicación y diseño.

El resultado obtenido fue desarrollar un sitio web para dar a conocer a personas comprendidas de 27 a 37 años de edad, los productos plásticos que promociona y vende la empresa Diproalsa. Se recomendó la actualización del sitio web cada mes, para incluir los productos que se encuentren en existencia y los que puede requerir los clientes de la empresa Diproalsa.

Para efectos legales únicamente la autora, DANIELA DULCE VICTORIA LINARES RUSTRIAN, 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	3
2.3 Justificación	3
2.3.1. Magnitud	3
2.3.2. Vulnerabilidad	4
2.3.3. Trascendencia	4
2.3.4. Factibilidad	4

Capítulo III: Objetivos de diseño

3.1 Objetivo general	6
3.2 Objetivos específicos	6

Capítulo IV: Marco de referencia

4.1 Información general del cliente	7
---	---

Capítulo IV: Marco de referencia

5.1 Perfil geográfico	10
5.2 Perfil demográfico	10
5.3 Perfil psicográfico	11

5.4 Perfil conductual	11
-----------------------------	----

Capítulo VI: Marco teórico

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio.....	12
--	----

6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño.....	17
---	----

6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación.	17
--	----

6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño.	24
--	----

6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias	27
--	----

Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar

7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico	35
---	----

7.2 Conceptualización.....	38
----------------------------	----

7.3 Bocetaje.....	46
-------------------	----

7.4 Propuesta Preliminar	68
--------------------------------	----

Capítulo VIII: Validación técnica

8.1 Población y Muestreo	72
--------------------------------	----

8.2 Método e instrumento	73
--------------------------------	----

8.3 Resultados e interpretación de resultados	74
---	----

8.4. Cambios con base resultados	88
--	----

Capítulo IX: Propuesta gráfica final

9.1 Propuesta gráfica final	89
-----------------------------------	----

Capítulo X: Producción, reproducción y distribución

10.1 Plan de costos de elaboración.	95
--	----

10.2 Plan de costos de producción.....	96
10.3 Plan de costos de reproducción.....	97
10.4 Plan de distribución.....	97
10.5 Margen de utilidad	98
10.6 IVA	98
10.7 Cuadro con resumen general de costos.....	99
Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones.	
11.1. Conclusiones	100
11.2 Recomendaciones	101
Capítulo XII: Conocimiento general.....	102
Capítulo XIII: Referencias.....	103
Capítulo XIV Anexos.....	108

CAPÍTULO I

Introducción



Capítulo I: Introducción

1.1 Introducción

Diproalsa es una empresa creada en el año 2011. Su principal objetivo es importar productos plásticos. Actualmente son distribuidores de materias primas y de equipamiento industrial para el área de alimentación. Se caracteriza por brindar control de calidad a sus clientes.

Sin embargo, en la actualidad no cuenta con un sitio web para dar a conocer los productos plásticos que promociona y vende, asimismo como la información sobre la empresa. Por esta razón se propone resolver este problema comunicativo a través de la elaboración del siguiente proyecto: Desarrollo de un sitio web para dar a conocer a personas comprendidas de 27 a 37 años de edad, los productos plásticos que promociona y vende la empresa Diproalsa.

Para crear el concepto creativo se utilizan dos técnicas creativas llamadas lluvia de ideas y DO IT, a través de un método de investigación para obtener información general. 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. El método de validación será una encuesta dividida en 3 partes: objetiva, semiológica y operativa, la cual será aplicada al grupo objetivo, cliente 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

Prolemática



Capítulo II: Problemática

El problema de comunicación y de diseño que se identifica es que la empresa Diproalsa no cuenta con un sitio web actualizado donde den a conocer productos que actualmente tienen disponibles.

Se observa que al renovar el diseño del sitio web, la empresa puede dar a conocer los productos que tienen en existencia, lo que puede mejorar la interacción con los clientes y con eso tener la posibilidad de aumentar ventas y de atraer nuevos clientes.

Por lo tanto, se determina que la solución es desarrollar un sitio web que muestre los diferentes productos que comercializa Diproalsa, al igual que la información general de la empresa.

2.1 Contexto

Diproalsa fue creada en el año 2011, dirigida por Carolina Conde y actualmente se dedica principalmente a la importación y distribución de materias primas para la industria alimentaria.

En su décimo aniversario de actividad dentro del mercado guatemalteco, se decide cambiar la imagen corporativa de la empresa. Se inicia con el diseño de un nuevo logotipo y se continuaría con el diseño del sitio web, pero el proyecto quedó inconcluso.

El sitio web no está actualizado y es de suma importancia ponerla al corriente con el contenido de los productos que tiene actualmente la empresa, ya que esto ha provocado inconvenientes con la venta de productos que ya no están disponibles, pero siguen mostrándose en el sitio web y que ocasiona confusión en las personas que están interesadas en comprar.

Al analizar la problemática de comunicación, se llega a la conclusión que es necesario diseñar un sitio web con información actualizada y que sea visualmente compatible con la imagen corporativa actual de Diproalsa.

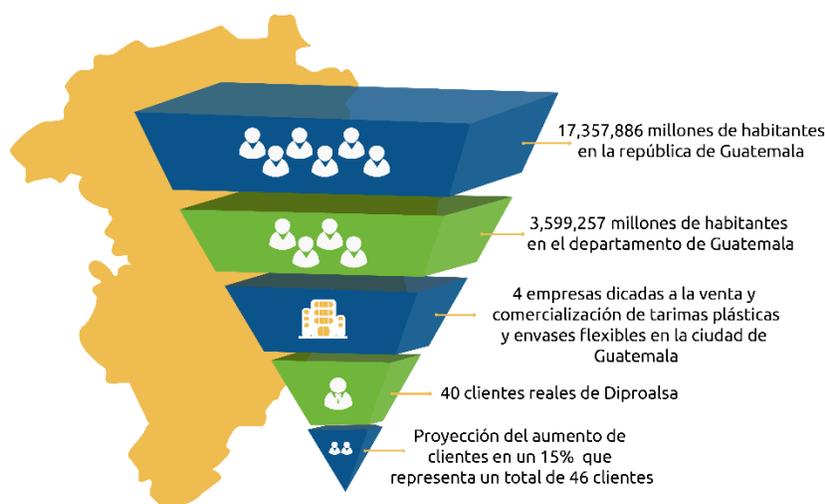
2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño

La empresa Diproalsa no cuenta con un sitio web para dar a conocer a personas comprendidas de 27 a 37 años de edad los productos plásticos que promociona y vende.

2.3 Justificación

Para sustentar las razones por las que se considera importante el problema y la intervención del diseñador – comunicador, se justifica la propuesta a partir de cuatro variables: magnitud; trascendencia; vulnerabilidad y factibilidad

2.3.1. Magnitud. De acuerdo con las proyecciones que realiza el INE (Instituto Nacional de Estadística) para este año 2022, en la República de Guatemala habitan 17,357,886 millones de personas, la cual está dividida en 22 departamentos entre ellos Guatemala con 3,599,257 millones de habitantes. Dentro de este departamento existen 4 empresas dedicadas a la venta de productos plásticos (pallets – tarimas plásticas y envases flexibles), y entre ellas se encuentra Diproalsa que atiende aproximadamente a 40 clientes reales. Con la implementación del sitio web, se proyecta aumentar en 15% los clientes reales para la empresa Diproalsa



Gráfica de magnitud realizada por Daniela Linares.

2.3.2. Vulnerabilidad. Si la empresa no realiza la actualización del sitio web, se perderá la oportunidad de dar a conocer los productos plásticos que promociona y vende. Por lo tanto, provocará que pierda credibilidad ante clientes reales y potenciales debido al ofrecimiento de productos que actualmente no tienen a la venta, esto ha impactado de una manera negativa en sus ingresos y en su reputación en línea.

2.3.3. Trascendencia. Al contar con un sitio web, la empresa podrá dar a conocer con facilidad los productos que tienen actualmente, al momento de desarrollar un diseño actualizado se tendrá una web atractiva y funcional, lo cual puede generar una interacción con los usuarios. Esto quiere decir que habrá una posibilidad de aumento en las ventas de los productos y, por ende, en los ingresos de la empresa. La expansión en el mercado, incluye el conocimiento de información más reciente de la empresa, generar confianza en los clientes reales y potenciales en cuanto a la existencia del producto.

2.3.4. Factibilidad. El proyecto de desarrollo de un sitio web es factible, porque se cuenta con los recursos necesarios para llevarse a cabo.

2.3.4.1 Recursos Humanos. La empresa Diproalsa cuenta con el capital humano adecuado que tiene la capacidad, el conocimiento, la experiencia y las habilidades para el manejo de las funciones que se desempeñan dentro de la organización. La empresa va a contratar a un diseñador y creador de contenido para que se encargue del funcionamiento del sitio web.

2.3.4.2 Recursos Organizacionales. Los ejecutivos de la empresa Diproalsa 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. La empresa Diproalsa cuenta actualmente con los recursos económicos necesarios que posibilitan la realización de este proyecto.

2.3.4.4 Recursos Tecnológicos. La empresa Diproalsa 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 marca DELL con un procesador de 3.20 GHz con una memoria de 8.00 GB versión 20H2 con Windows 10 Pro
- Programa Adobe Photoshop.
- Plataforma WordPress.

CAPÍTULO III

Objetivos del diseño



Capítulo III: Objetivos del diseño

3.1 El objetivo general

Desarrollar un sitio web para dar a conocer a personas comprendidas de 27 a 37 años de edad, los productos plásticos que promociona y vende la empresa Diproalsa.

3.2 Los objetivos específicos

3.2.1 Recopilar información sobre la línea de productos plásticos que vende la empresa Diproalsa por medio de los datos que brinde el cliente a través del brief para integrarlo en el contenido del sitio web.

3.2.2 Investigar las tendencias y las pautas de diseño relacionados con el desarrollo de sitios web a través de referencias bibliográficas, para respaldar la veracidad de la propuesta grafica de este proyecto.

3.2.3 Seleccionar del banco de imágenes que tiene el cliente, fotografías de sus productos para mostrar de una manera clara las características y su forma de uso.

3.2.4 Diagramar el contenido de las diferentes secciones del sitio web que permita al grupo objetivo visualizar ordenadamente la información de la empresa y de los productos para que sea fácil de comprenderla.

CAPÍTULO VI

Marco de referencia



Capítulo IV: Marco de referencia

4.1 Información general del cliente

Empresa: Diproalsa

Nombre del cliente: Carolina Conde

Ubicación: Edificio Torino, 17 av 19-70 zona 10 Guatemala

Facebook: https://www.facebook.com/Diproalsa/?ref=page_internal

WhastsApp Bussines: +505 6610 5312

Sitio web: <http://www.diproalsa.com/>

E-mail: direccioncomercial@diproalsa.com

4.2 Antecedentes

Empresa que inició en el 2011 y su principal objetivo fue importar productos, siendo en la actualidad distribuidores de materias primas y de equipamiento industrial para el área de alimentación.

4.3 Misión

Diproalsa es una empresa especializada en la comercialización, distribución, importación y exportación de productos alimenticios, y materias primas. Brindamos productos de alta calidad y precios competitivos para satisfacer la necesidad de nuestros clientes.

4.4 Visión

Ser una empresa líder y en continuo crecimiento en el campo de la comercialización y distribución de productos, que se distinga por proporcionar productos de alta calidad y excelente atención a sus clientes.

4.5 FODA



Tabla 1. Análisis FODA de Diproalsa, elaborada por Daniela Linares

4.6 Datos de la imagen gráfica

4.6.1 Logotipo



Dalton Maag Ltd (2021) Logotipo Diproalsa

4.6.2 Colores.

Pantone 7468 C Azul

#0a548b

R: 10 G: 84 B:139

C:93% M: 37% Y:74% K: 0%

Pantone 376 C Verde

#70b63a

R: 113 G: 183 B: 57

C: 61% M: 93% Y: 0% K: 0%

Se recopila más información y datos de la empresa a través del brief que se utiliza para desarrollar de forma adecuada la propuesta gráfica de este proyecto (Ver en Anexo A).

CAPÍTULO V

Definición del grupo objetivo



Capítulo V: Definición del grupo objetivo

El proyecto va dirigido a un grupo objetivo comprendido por mujeres y hombres, de 27 a 37 años de edad con un NSE de Nivel C2, C3 y D1, gustos por salir los fines de semana, por pasar el tiempo en familia o con amigos y con tendencias a descubrir algo innovador, de pasar de lo tradicional a experimentar algo nuevo.

5.1 Perfil geográfico

El grupo objetivo reside la mayoría en las diferentes zonas, principalmente 1, 9, 10, 15, 16, trabaja como emprendedor y en zonas comerciales, se moviliza en vehículos y, si es necesario, lo hace peatonal. Puntualmente, el proyecto se ubica en el departamento de Guatemala con una población de 3,599,257 habitantes, con 17 municipios y con un clima templado que es el predominante, pero en las regiones sur tiende a ser cálido a semicálido húmedo. Tiene extensión territorial de 2.253 km, es la metrópoli más extensa de América Central. Los productos plásticos son solicitados en esta área del departamento de Guatemala, por las diferentes instituciones como a personas individuales.

5.2 Perfil demográfico

El grupo objetivo está compuesto por mujeres y hombres de 27 a 37 años de edad. Con un NSE C2 con un grado de estudio superior a una Licenciatura con profesiones de ejecutivo, comerciante, vendedor o dependiente con ingresos de Q17,000.00, C3 grado de estudio solo Licenciatura. La profesión es comerciante, vendedor o dependiente con ingresos de Q11,900.00 y D1 que tiene escolaridad media completa, su profesión es dependiente u obrero, con ingresos de Q7,200.00, los demás datos están expresados en la tabla de NSE Multivex (2018).

(Ver anexo B)

5.3 Perfil psicográfico

El grupo objetivo cree en la igualdad, en la unión familiar y en la diversión, sus mayores hobbies van desde la música, el arte, el teatro y el baile, su entretención es en Centros Comerciales, museos y parques, como también en plataformas de películas y en redes sociales.

Suele reunirse en restaurantes como Chilis, Tre Fratelli o Los Cebollines, en hoteles como el Grand Tikal Futura, The Westin Camino Real. Rechaza la discriminación y la injusticia, acostumbra a organizar y a participar de eventos empresariales, familiares o amigables.

5.4 Perfil conductual

El grupo objetivo busca un producto de calidad, duradero, a precio accesible y capaz de ser adaptable a diferentes situaciones como viajes de largas distancias. La empresa Diproalsa cumple con esa necesidad y aunque no es muy conocido en el mercado local, tiene aceptación por parte de los clientes reales y potenciales, donde se da a conocer que el servicio al cliente de la empresa tiene experiencia, brinda seguridad y provoca tener lealtad ante los productos.

CAPÍTULO VI

Marco teórico



Capítulo VI: Marco teórico

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio

6.1.1 Empresa. “Se refiere a una organización o institución, dedicada a la producción o prestación de bienes o servicios los cuales son demandados por los consumidores, obteniendo así una ganancia. Con una perspectiva más técnica, una empresa es como una unidad socioeconómica” (Concepto., 2022).

Empresa, lugar donde se desarrolla una actividad particular con un beneficio económico la cual cuenta con elementos humanos, materiales y técnicos que suelen desarrollarse a través de la participación en el mercado de diversos productos y servicios.

6.1.2 Clientes reales. “Son personas u organizaciones, que hacen compras a la empresa de manera constante o en fechas recientes, clientes que generan el volumen de ventas actuales. En definición son la fuente de ingresos que percibe la empresa y la que determina la participación en el mercado” (Torres, F., 2018).

Se le denomina clientes reales porque son aquellas personas que siguen un proceso de fidelidad con una determinada marca o empresa a la hora de la compra de sus productos o al adquirir un servicio, son los principales motores para mejorar a cada cierto tiempo, así poder brindar un excelente servicio.

6.1.3 Clientes potenciales. “Es la persona que tiene la posibilidad de convertirse en un comprador, consumidor o usuarios de los productos y/o servicios que ofrece una determinada empresa. En pocas palabras es aquella persona que se conoce en el mundo del marketing como un prospecto en ventas” (OBERLO., 2021).

Son aquellas personas que consideran como prospectos para la empresa o marca, porque muestran un interés sobre los ofrecimientos de productos que esta misma hace dando la oportunidad de darse a conocer y crecer en el mercado.

6.1.4 Importador. “Empresario o empresa que se dedica a comprar productos a clientes del exterior para luego venderlo en el mercado local para obtener una ganancia, tiene como finalidad adquirir mercancía del extranjero” (Economipedia., 2022).

Un importador o empresa importadora tiene un solo objetivo que es el traslado de productos del país productor al país donde se va a comercializar, trabajo que se requiere de dos participantes el interesado por vender y el interesado por comprar.

6.1.4.1 Importación temporal. Se les denomina así a las mercancías que ingresan a un país por un tiempo limitado, con una finalidad específica para luego ser expedidas al extranjero.

6.1.4.2 Importación definitiva. Se les llama así a las mercancías que tiene como objeto permanecer por un tiempo ilimitado en el territorio nacional.

6.1.5 Productos. “Es considerado así a una cosa o un objeto producido o fabricado, se refiere a algo material que se elabora de una manera natural o industrial mediante un proceso, para el consumo o utilidad para las personas” (Significados., 2022).

Productos se le llama a todo aquello que su utilización tiene un fin específico, que lleva un procedimiento en su elaboración que su única intención es satisfacer al consumidor.

6.1.6 Productos plásticos. “Aquellos materiales compuestos por resinas, proteínas y otras sustancias, fácil de moldear, adaptables a modificaciones de la forma de manera

permanente a partir de una cierta compresión y temperatura. Materiales orgánicos, igual que la madera, el papel o la lana” (Definición.DE., 2022).

Los productos plásticos se les conoce como el procedimiento que consiste en representar un material ligero, duradero y económico, se tiene la ventaja que en su elaboración la moldeada del material es fácil.

6.1.7 Tarimas plásticas. “Es una estructura plana, fabricada con materiales como polietileno o polipropileno cuya función es dar soporte a todo tipo de mercancía que se coloca sobre ellas, con el fin de ser trasladada, ya sea por maquinaria ligera o pesada” (MPZ contenedores., 2021).

Las tarimas plásticas se les conoce como un tipo de estructura que es utilizado como un medio de soporte de resistencia y calidad. Una tarima puede variar según sean sus dimensiones y peso, encontrándolas con características más específicas según el uso que se le dé.

6.1.7.1 Polietileno. “Es químicamente el polímero más simple, de fabricación muy económica. Debido a su bajo precio y simplicidad en su fabricación es uno de los plásticos más frecuentes. Un polímero termoplástico blanquecino con numerosas aplicaciones en productos cotidianos, siendo uno de los materiales más utilizados en el sector industrial” (Rotolia., 2021).

Es un tipo de plástico que es sumamente versátil, con él se puede confeccionar numerosos artículos desde una lámina hasta envases utilizados en la industria de limpieza e higiene personal, material que no es tóxico y es muy resistente por lo que se puede encontrar 2 tipos que van a variar según sea la densidad.

6.1.7.2 Polietileno de alta densidad. “Es un polímero que surge del resultado de la polimerización del etileno y es considerado uno de los plásticos más populares a nivel mundial, destaca por una mayor dureza y densidad. Producto que ofrece una muy buena resistencia al impacto, muy buena procesabilidad, alta resistencia térmica y química” (Kevin., 2015).

El polietileno de alta densidad es un material capaz de ser reciclable lo cual favorece al medio ambiente caracterizando por ser muy sólido. Se lleva un proceso donde se aplica métodos de inyección y extrusión la cual en su manipulación posee flexibilidad a la vez es rígido y ligero, resiste a ácidos y temperaturas alta.

6.1.8 Bolsas Doy Pack. “Bolsas de confección multicapa, pueden ser elaboradas utilizando y/o combinando diversos materiales, como plástico transparente, mezcla de aluminio entre otros materiales dependiendo el gusto del fabricante, pueden tener un cierre tipo zipper, abrefácil, boquilla, tapón o velcro” (Plaspak Blog., 2022).

Las bolsas Doy Pack son conocidas como un tipo de empaque que es flexible capaz de tener estabilidad sobre su parte inferior, su función es principalmente para exhibición y almacenamiento, son utilizados para líquidos o para polvos.

6.1.8.1 Materiales Flexibles. “Son materias utilizadas con frecuencia en trabajos de arte y artesanía. La flexibilidad consiste en la facilidad para cambiar de forma o doblarse sin romperse. Por su maleabilidad pueden adaptarse a los cambios y a la movilidad” (enciclopedia., 2022).

Materiales que no pueden moldearse, pero si acepta cambios de forma al doblarse sin romperse, con la capacidad de adaptarse a los cambios de forma y a la movilidad en múltiples sentidos y no solo en la doblada.

6.1.8.1.1 Papel. “Es una lámina delgada de una pasta que es fabricada a partir de fibras vegetales molidas. El papel es más flexible si tiene un refinamiento magro, es decir que sus fibras quedan menos hidratadas” (Ejemplos., 2022).

Es el tipo de material que se utiliza para productos polvorientos, siendo más liviano, fino y flexible que el cartón, fácil de impresión y decoración, a bajo precio y se considera que es un material reciclable y ecológico.

6.1.8.1.2 PERB / LDPE (Polietileno de baja densidad). “Es un tipo de termoplástico reciclable que se utiliza en envases flexibles, como bolsas, film auto adherente y guantes, principalmente en delgadas láminas que lo vuelven muy flexible. Debido a su flexibilidad, tiene alta resistencia a los impactos mecánicos” (Ejemplos., 2022).

La flexibilidad que caracteriza a este tipo de material es ideal para la fabricación de bolsas y sacos de plásticos, tiene cualidades como la resistencia al impacto de altas temperaturas como a sustancia químicas. Es un material fácil de procesar mediante métodos como inyección o extrusión.

6.1.8.1.3 Aluminio. “Es un metal no solo flexible sino también blando sumamente maleable, por eso puede utilizarse en envases flexibles como en grandes estructuras. Importante señalar que en capas gruesas se vuelve rígido” (Ejemplos., 2022).

Un material que se considera aislador de gases, rayos UV, grasas y vapor es de alta preservación de productos. El aluminio es utilizado con frecuencia en la industria alimentaria gracias a que no causa ninguna reacción al contacto con contenido.

6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño

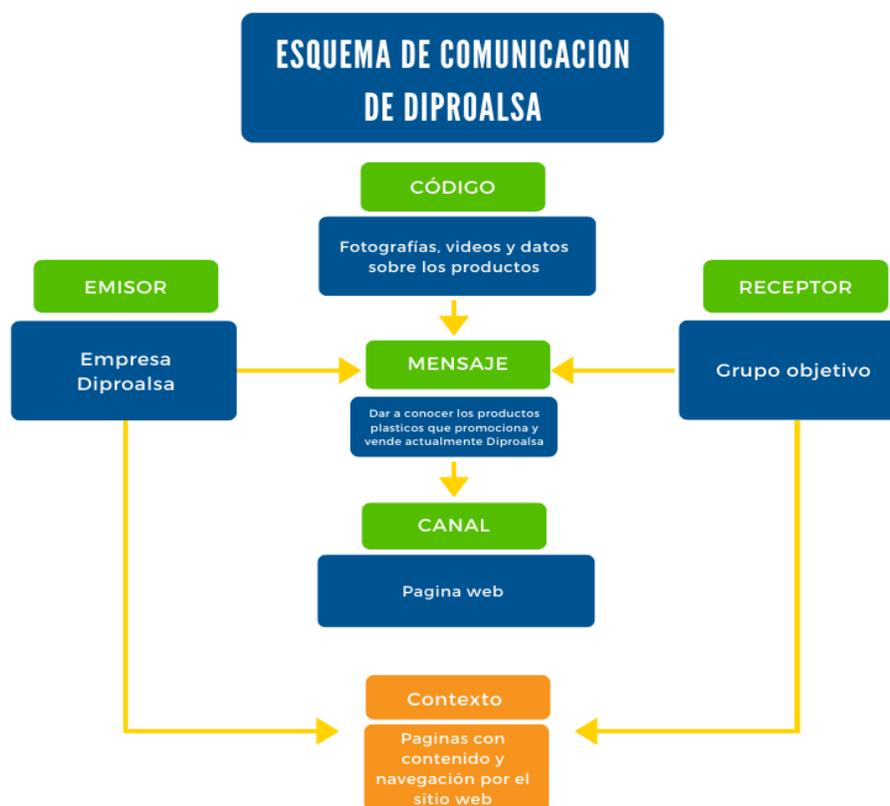
6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación.

6.2.1.1 Comunicación. “Se define como un sistema de múltiples canales para transferir un mensaje y se caracteriza porque el individuo principal social participa constantemente ya se hablando, gesticulando, guardando silencio o con su ausencia. Su finalidad es transmitir información” (enermeriacelayane., 2018).

La comunicación la definen como un acto comunicativo que es un proceso que permite intercambiar palabras y establecer un tipo de relación en la sociedad. La conocen como un acto dinámico que hace parte en la comprensión de las palabras y hace que se establezcan opiniones según sea el tema.

6.2.1.2 Esquema de comunicación. “Está conformado por gráficos que muestran los elementos que forman parte de la comunicación y la relación que existe entre ellos, su principal objetivo es mostrar los elementos de la comunicación y como están relacionados de manera practica y sencilla” (Esquema.net., 2022).

Es la gráfica donde se dan a conocer los elementos claves de la comunicación y la función que tienen al momento de mandar un mensaje y como llega a su destino.



Esquema realizado por Daniela Linares.

6.2.1.2.1 Emisor. “Es la persona que toma la decisión de compartir información en particular, iniciando la comunicación emitiendo un mensaje a través de ciertos signos comunicativos” (Morales, A., 2022).

Se entiende como la persona que se encarga de poder transmitir información por un canal específico y conocer el contenido por medio de un mensaje.

6.2.1.2.2 Receptor. “Persona que recibe un mensaje que ha sido enviado por un emisor, en pocas palabras es la encargada de descodificar los signos del mensaje recibido” (Morales, A., 2022).

El receptor se entiende como aquella persona que hace valer la información que ha recibido por medio del emisor a través del mensaje enviado.

6.2.1.2.3 Código. “Se considera que es un elemento en el proceso de la comunicación, se trata de los signos empleados para transmitir un mensaje. El código puede ser verbal y no verbal” (Morales, A., 2022).

El código, más conocido como el sistema que se usa para poder comunicar el mensaje incluso se puede tomar en cuenta en el aprendizaje de un idioma, en este concepto también se puede ver que es utilizado para el código morse, en señales de tránsito y en los sonidos de animales, entre otros.

6.2.1.2.4 Canal. “Es el elemento físico por donde el emisor busca transmitir la información y que el receptor pueda captar a través de sus sentidos corporales el mensaje” (Esquema.net., 2022).

El canal aparte de ser el elemento físico también se considera que puede ser un ser humano por medio de la voz donde puede interpretar la información obtenida.

6.2.1.2.5 Mensaje. “Hace referencia al contenido que ha sido transmitido, siendo una información, opinión, sentimiento o idea, puede estar compuesto por símbolos, códigos lingüísticos, imágenes, sonidos o claves reconocidos por el emisor como por el receptor” (Morales, A., 2022).

En otras palabras, se puede decir que es la información propia que ha sido enviada a los receptores y su revelación está sujeta a variedad de conceptos según sea la necesidad de quien lo recibe.

6.2.1.2.6 Contexto. “Se define como el espacio o situación en donde se desarrolla la comunicación, tomando en cuenta las circunstancias en las que se desarrolla el acto comunicativo y que pueda o no afectar de una manera negativa el envío de mensajes entre el emisor y receptor” (Adriana Morales., 2022).

El contexto se puede desarrollar como el sentido que se le da a un texto, donde las claves ayudan a encontrar el significado que tiene una palabra o una frase que rodean cada palabra del texto citado.

6.2.1.2.7 Ruido. “Es todo lo que ocasiona alteraciones físicas al acto comunicativo estas provienen del exterior, pueden afectar o distorsionar el mensaje que se envía. El ruido, puede afectar el desarrollo de la comunicación, al momento se transmitir la información es indispensable reconocer su origen y evitarlo o al menos reducirlo como sea posible” (Morales, A., 2022).

Se considera el ruido como aquella señal que no permite que el mensaje original sea transmitido, esto puede ser generado por el ambiente que lo rodea, en toda la comunicación es importante minimizarlo.

6.2.1.3 Comunicación Corporativa. “Es el conjunto de acciones a través de las cuales las organizaciones se comunican con sus diferentes públicos (clientes, proveedores, accionistas, trabajadores). En definición consiste en transmitir información en relaciones con la misión, visión y valores de la compañía” (TAKTIC., 2021).

La comunicación corporativa aparte de ser un proceso de transmisión de información es la acción que permite la conexión de la organización con las personas que la integran también puede ser con el público externo, que su único objetivo sea mejorar las relaciones en la sociedad.

6.2.1.4 Comunicación Persuasiva. “Se define como el tipo de comunicación en el que los mensajes tienen un propósito principal, conseguir que el oyente apoye y transforme su manera de pensar a favor de la perspectiva del emisor” (COMUNICARE., 2019).

Se considera como una comunicación que su función son las decisiones del público objetivo, estas pueden cambiar, afecta o reforzar la opinión, el objetivo principal es hacer que la actitud influya positivamente y que la persona encargada de la comunicación tenga claro lo que se va a transmitir.

6.2.1.4.1 Comunicación grupal. Universidad Europea., (2022) la define como la composición de múltiples técnicas ya sea de audio, medios visuales o verbales para poder persuadir a los diferentes públicos objetivos ese tipo de comunicación la única diferencia que tiene con las demás es que esta va a depender de la cantidad de personas involucradas.

6.2.1.4.2 Comunicación Persuasiva Pública. Universidad Europa., (2022) la centra en la persona que se encarga de transmitir un mensaje público y abierto, se puede ver en un entorno político, en cuestión de temas legales inclusive puede ser en negociaciones que tenga la empresa con sus clientes.

6.2.1.5 Comunicación Organizacional. “Es el proceso comunicativo que gestiona el intercambio de información interna y externa en las organizaciones y con todos los clientes o usuarios con los que esta relaciona, permite mejorar la efectividad por cuanto los procesos y las informaciones fluyen de manera adecuada” (Enciclopedia Económica., 2022)

La comunicación organizacional tiene una definición corporativa que su función se ve en la comprensión de acciones, tareas y procedimientos que una empresa desarrolla para poder transmitir a su público tanto interno como externo información clara.

6.2.1.5.1 Comunicación externa. “Es aquella que emite un mensaje fuera de la empresa y se dirige al público exterior, Está orientada a la opinión pública y su principal objetivo es informar acerca de la empresa para influir sobre su imagen pública” (eslabón., 2019)

Comunicación externa es la que se entabla entre dos partes que no se encuentra en un mismo lugar como la comunicación que tiene una empresa con sus clientes, en otras palabras, es la relación que se establece por medio de la opinión del publico

6.2.1.6 Comunicación digital. “Es el intercambio de información y conocimiento por medio de herramientas digitales, lo que ha permitido el surgimiento de nuevos medios. Se promueve una mayor oferta de todo tipo de contenidos que se pueden compartir en tiempo real” (snhu., 2020).

La comunicación digital brinda inmediatez en la forma de comunicación que se utilice, capaz de transmitir datos con fácil acceso desde cualquier parte del mundo codificando digitalmente como señales que se transfieren electrónicamente a los diferentes destinatarios.

6.2.1.7 Internet. Es un conjunto descentralizado de redes interconectadas a través de un conjunto de protocolos denominado TCP/IP. Se caracteriza porque permite el intercambio y el acceso libres a la información sin barreras de tiempo y espacio (Arimetrics., 2022)

El internet ha sido una innovación que saca a relucir la verdadera esencia de la tecnología concebida para la comunicación convirtiéndose en una herramienta que constituye la expresión de un nuevo sistema de producción, distribución y circulación de información.

6.2.1.8 Sitio web. “Es un sitio que contiene documentos organizados jerárquicamente. Cada documento contiene texto y/o gráficos que aparecen como información digital en la

pantalla de un ordenador. Puede contener una combinación de gráficos, texto, audio, vídeo y otros materiales” (NWgroup, 2011).

El sitio web se le caracteriza por ser un conjunto de páginas web, tiene acceso por medio del internet, tiene una finalidad puede ser desde organizaciones hasta negocios propios y se puede encontrar en la red por medio de una dirección URL que solo pertenece a esa página en particular.

6.2.1.9 Página web. “Se le llama página web a un documento digital de carácter multimediático adaptado a los estándares de la World Wide Web (WWW) y a la que se puede acceder a través de un navegador Web y una conexión activa a Internet. Se trata del formato básico de contenidos en la red” (concepto, 2022).

Una página web se le conoce por ser un espacio en la web donde permite visualizar cierta información que es de interés para las personas que se presenta tipo libro donde especifica datos en concretos, tener un acceso a ella mediante una dirección único en internet.

6.2.1.9.1 Estructura web. Se considera así a los elementos o funcionalidades que componen a una página web entre secciones o menús que permiten que el usuario pueda navegar por ella y se funcional.

Cabecera o Header. En esta parte suele incluirse información básica de la empresa o marca que se va a repetir en cada página de la web por la cual se va a navegar. Mas conocida como para superior de la página web.

Cuerpo o Body. En esta parte es donde se coloca todo el contenido principal de página, siendo diferente a las demás por la razón que será una de las que van a llamar la atención, lo primero que se va a reflejar de la empresa para ser conocida por los usuarios.

Pie de página o footer. Es la parte inferior de la página, al igual que en la cabecera se va a repetir en cada página de la web donde se puede encontrar datos de contacto, redes sociales, el menú simplificado y el logo de la empresa o marca.

6.2.1.9.2 Partes de una página web. Son los elementos esenciales de un sitio web para que funciones correctamente, juntando estas partes se forma una estructura llamado la columna vertebral del sitio web.

Inicio. En este apartado es donde se incluye la información más relevante de la empresa, aquí es una proyección a lo que es la empresa, a lo que se dedica, cual es la diferencia que caracteriza y porque deberían elegirla.

Contacto. Es el apartado donde se presentará las maneras en que los usuarios pueden contactar a la empresa o marca, eso incluye un formulario de contacto y una dirección de correo profesional porque como se sabe una página no sirve únicamente para vender.

Productos o servicios. Dentro de una web es ideal colocar información detalla sobre lo que ofrece la empresa o marca ya sea productos o servicios que será colocado en una página específica, se puede colocar precios, ventajas, características, envíos, entre otras cosas más.

Sobre nosotros. Un apartado donde permite que los usuarios conozcan más sobre la empresa, a que se dedica, sus valores, misión, visión, objetivos, testimonios, clientes y un poco de historia.

6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño.

6.2.2.1 Diseño. “Procesos de prefiguración mental, eso quiere decir la planificación creativa, en el que persigue la solución para algún problema en concreto, especialmente

en el contexto de la ingeniería, la industria, la arquitectura, la comunicación y otras disciplinas afines” (Concepto, 2022).

El diseño aparte de ser una representación mental, se considera un concepto que suele usarse en ciertas disciplinas como que van desde las artes hasta en profesiones que son trasladadas como una idea que se vuelven elementos visuales.

6.2.2.2 Diseño gráfico. “Una especialidad o profesión, cuyo objetivo es satisfacer las necesidades de comunicación visual con un fin específico, como puede ser la publicidad, se ocupa de organizar las imágenes y los textos, producidos en general por medios industriales, para comunicar un mensaje específico a un determinado grupo social” (ConceptoDefinición, 2022).

Se le considera como la profesión que lleva consigo la creatividad y la disciplina para poder proyectar toda idea que sea capaz de demostrar la práctica y la experiencia en contenido visual y la creación de mensajes que ayuden a comprender con claridad.

6.2.2.3 Diseño web. “Disciplina enfocada en la planificación, ideación, creación e implementación de interfaces y plataformas digitales. En otras palabras, el diseño web es el proceso que engloba todos los elementos necesarios para crear páginas web” (latevaweb, 2021).

El diseño web es el proceso de un proyecto que se desarrolla dentro de un sitio web, sus funciones van más allá de la creación de páginas funcionales, si no que consiste en transmitir todos los elementos necesarios para brindar experiencia en quienes visiten el sitio web.

6.2.2.4 Desarrollador web. “Es un programador encargado de desarrollar las aplicaciones y el sitio web de una organización o proyecto, apoyándose en la edición de código dentro de los distintos lenguajes de programación existentes, para que el resultado final cumpla con los objetivos marcados” (webescuela, 2018).

El desarrollador web se entiende como el encargado de todas las disciplinas que tengan contacto con la creación de sitios web, aplicaciones que se construyen mediante la web y las que se acceden desde un navegador móvil o escritorio.

6.2.2.4.1 HTML. “Lenguaje con el que se define el contenido de las páginas web. En otras palabras, se trata de un conjunto de etiquetas que sirven para definir el texto y otros elementos que compondrán una página web, como imágenes, listas y vídeos entre otros” (desarrollador web.com, 2001).

Son las letras que se utiliza como una marca para el desarrollo de páginas en internet, este código es el encargado de ciertos contenidos que aparecen como textos y sobre la estructura en que esta realizada dicha página.

6.2.2.4.2 WordPress. “Software que permite la gestión de contenidos, está diseñado para la creación y el mantenimiento de un blog, sitio web o tienda online, tiene un código abierto que permite la instalación de un hosting sea simple para empezar un mundo en internet” (Gustavo,. 2022).

Se considera como una plataforma que es utilizada como una herramienta que permite publicar textos e imágenes en donde todo el proceso se les da un formato y un diseño determinado, en los últimos años se ha convertido en uno de los gestores más usados.

6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias

6.3.1 Ciencias auxiliares

6.3.1.1 Semiología. “Ciencia derivada de la filosofía, dedica al estudio de los sistemas de comunicación dentro de las sociedades humanas. Se la puede definir en general como la ciencia que estudia los signos de la comunicación humana” (Concepto, 2022).

La semiología es considerada como disciplina donde se puede notar como la asociación de ideas que están en la mente pueden darles un significado a los elementos.

6.3.1.2 Sociología. “Es el estudio de las relaciones e instituciones sociales humanas, su objetivo es entender como las estructuras culturales y sociales que rodean al hombre determinan la acción y conciencia humana” (POSTGRADO UCSP, 2022).

La sociología es la ciencia que permite que las personas analicen lo que ocurre en la sociedad, al estudiarla se dan cuenta que permite conocer a la humanidad y lo que la rodea.

6.3.1.3 Psicología. “Es una ciencia social y una disciplina académica enfocadas en el análisis y la comprensión de la conducta humana y de los procesos mentales experimentados por individuos y por grupos sociales durante momentos y situaciones determinadas” (Concepto, 2022).

La psicología en pocas palabras estudia y analiza los procesos de comunicación, el valor que el individuo toma y cómo es su comportamiento en su medio social trata de investigar los rasgos en la sociedad sobre su conducta y sobre todo tiene un trabajo mental para cada individuo.

6.3.1.3.1 Psicología de la comunicación. “Es el estudio científico que se encarga de analizar los procesos de comunicación a través de los mecanismos sociales, ya sean conscientes o inconscientes. Se define como un campo de estudio que se va desarrollando cada vez más a la par de las ciencias humanas y la comunicación publicitaria” (Tech Guatemala, 2021).

La psicología de la comunicación tiene una relación con la psicología social por el sentido de la evaluación que hacen a las relaciones entre personas como el medio social, investigar y tomar en cuenta la conducta y los procesos mentales.

6.3.1.3.2 Psicología del color. “Ciencia que está dedicada al estudio de los efectos que produce el color sobre la percepción y la conducta del humano, una realidad que tiene una vinculación clara con el mundo de la impresión profesional” (Carvalho, R., 2016).

La psicología del color es tomada como herramienta para la evolución de sentires de un grupo en específico y cómo por medio del color puede llamar la atención a las personas para tener una opinión positiva.

6.3.1.3.3 Psicología de la imagen. “Estudia la psicología teórica descriptiva de la conciencia y del comportamiento; también hace psicología práctica, utiliza para ello técnicas exploratorias y de trabajo sobre uno mismo” (Preguntas Principales, 2022).

Se considera así a la percepción que las personas tienen a la hora de ver una imagen, es la transmisión de un mensaje oculto hace que la mente trabaje en dar significados que solo se pueden tomar por las personas que se acercaron a la realidad de la imagen, exponer en pocas palabras lo que para ellos es lo correcto.

6.3.1.3.4 Psicología del consumidor. “Estudia científicamente el comportamiento del consumidor tanto a nivel cognitivo como emocional, con el objetivo de tener una mayor comprensión del proceso de toma de decisiones en el campo de la economía y el consumo” (Siachoque, C., 2022).

La psicología del consumidor se va mejor por comprender del porque las personas son impulsadas a adquirir cosas y de satisfacer sus necesidades utilizando estrategias de información que van desde la comunicación y la influencia social.

6.3.1.4 Lingüística. “Ciencia que estudia el lenguaje, desde los orígenes, evolución, fundamentos y estructura con el objetivo de comprender las dinámicas propias de las lenguas vivas y las muertas. Entre las muchas ciencias que estudia los lenguajes destacan la filología y la lingüística” (Concepto., 2022).

La lingüística se caracteriza por la explicación de la lengua entendida como un sistema de signos autónomo, esta ciencia se encarga en un sentido general de las expresiones que usa el ser humano para poder tener una buena comunicación y que las expresiones de cada palabra tengan un significado.

6.3.1.5 Semántica. “Es la que estudia el significado de las palabras, junto con la fonética, gramática y la morfosintaxis constituye una de las principales aproximaciones al estudio organizado del lenguaje verbal” (Concepto., 2022).

La semántica es utilizada para darle valor a las palabras compuestas que son dichas para dar un comentario o para expresar alguna idea, su única función es indagar el concepto y transformarlo en una expresión entendible a la hora de hablarlo.

6.3.1.6 Gramática. “Es el conjunto de reglas del lenguaje que regulan el uso de una lengua determinada, como la composición y organización sintáctica de las oraciones, también se le denomina a la ciencia que se dedica al estudio general de esos elementos” (Concepto,. 2022).

La gramática, se entiende como la herramienta que permite que la composición de palabras como oración tengan concordancia estableciendo que la forma de escribirla sea la adecuada colocando cada elemento en su respectivo lugar para que la comprensión sea sencilla y se capte al instante.

6.3.2 Artes.

6.3.2.1 Fotografía. “Es el conjunto de técnicas que convergen en el arte de capturar imágenes y momentos. Medio de expresión, comunicación y de arte, está en constante evolución y continúa desarrollando nuevas corrientes artísticas, que muestran una nueva forma de ver el mundo” (Hernández, A,. 2019).

La fotografía no solo es para capturar la mejor escena si no que se considera como una herramienta clave para dar expresiones de sentimientos capaces de dar un significado en instantes incluso de brindar información más conclusa que las palabras.

6.3.2.1.1 Fotografía de producto. “Utilizada para exponer todos los beneficios de cierto objeto desde su color hasta las dimensiones que posee, en la publicación debe de estar atractivo visualmente resaltando las características importantes” (Silva, S,. 2020).

Además de mostrar lo atractivo de un producto brinda la posibilidad de resaltar colores, rasgos, beneficios y otro detalle para su comercialización. Se le caracteriza por ser la pieza principal para que los clientes observen y concreten la compra del producto.

6.3.2.2 Artes tipográficas. “Técnica de dibujar, realizar y organizar el espacio de las letras, bajo los parámetros de forma y diseño, lo cual permite que cumplan su labor de transmitir mensajes y facilitar de vista del lector (MUSEO DE ARTE MODERNO, 2017).

Es el tipo de arte que necesita tiempo de organización para saber los espacios y las dimensiones de cada elemento para lograr una armonía y que al momento de su publicación sea concreto, sencillo y fácil de captar.

6.3.2.3 Videos. “Es el arte que consta de una serie de imágenes que son captadas por una cámara, las cuales pasan por un proceso de producción y edición; son llamados principalmente fotogramas, que pueden estar acompañados de sonido. Fue desarrollado para los primeros proyectos televisivos” (ConceptoDefinicion., 2021).

El video se caracteriza por un proceso de juntar imágenes que permite la comprensión más directa y sencilla, los videos han sido una parte fundamental en el trabajo de multimedia ya que no consiste solo en tener pequeños segmentos si no de una composición en concreto.

6.3.3 Teorías.

6.3.3.1 Teoría del color. “Es un conjunto de reglas básicas que rigen la mezcla de colores para conseguir efectos deseados, mediante la combinación de colores o pigmentos. Se considera un principio de importancia en el diseño gráfico, la pintura, la fotografía, la imprenta y la televisión, entre otras áreas visuales” (Concepto., 2022).

La teoría del color se puede ver en cada publicidad, fotografía, videos en archivos multimedia, entre otros, porque se rige con colores básicos que la mezcla de los mismo

pueda ser usados en imágenes, inclusive se puede ver que se aplica instantáneamente en material visual.

6.3.3.2 Teoría 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” (Bustios, M., 2020).

Toda imagen tiene su inicio y su final, el establecer el recorrido visual permite que la comprensión sea instantánea y minimizara el intento de desconcentración, se utiliza más que todo para entender el significado de las cosas con rapidez.

6.3.4 Tendencias

6.3.4.1 Minimalismo. “Es la tendencia a reducir a lo esencial, a prescindir de elementos sobrantes, no solo a nivel artístico o estético sino en todos los niveles, se define mejor como una corriente artística que utiliza elementos mínimos y básicos” (Dase., 2021).

Es la tendencia que últimamente se ha dado a conocer gracias a que es un tipo de diseño sencillo que va acorde al establecimiento, a la ubicación y a las personas que hará aprecio de él, se vuelve una tendencia con estilo y elegante (Ver anexo C).

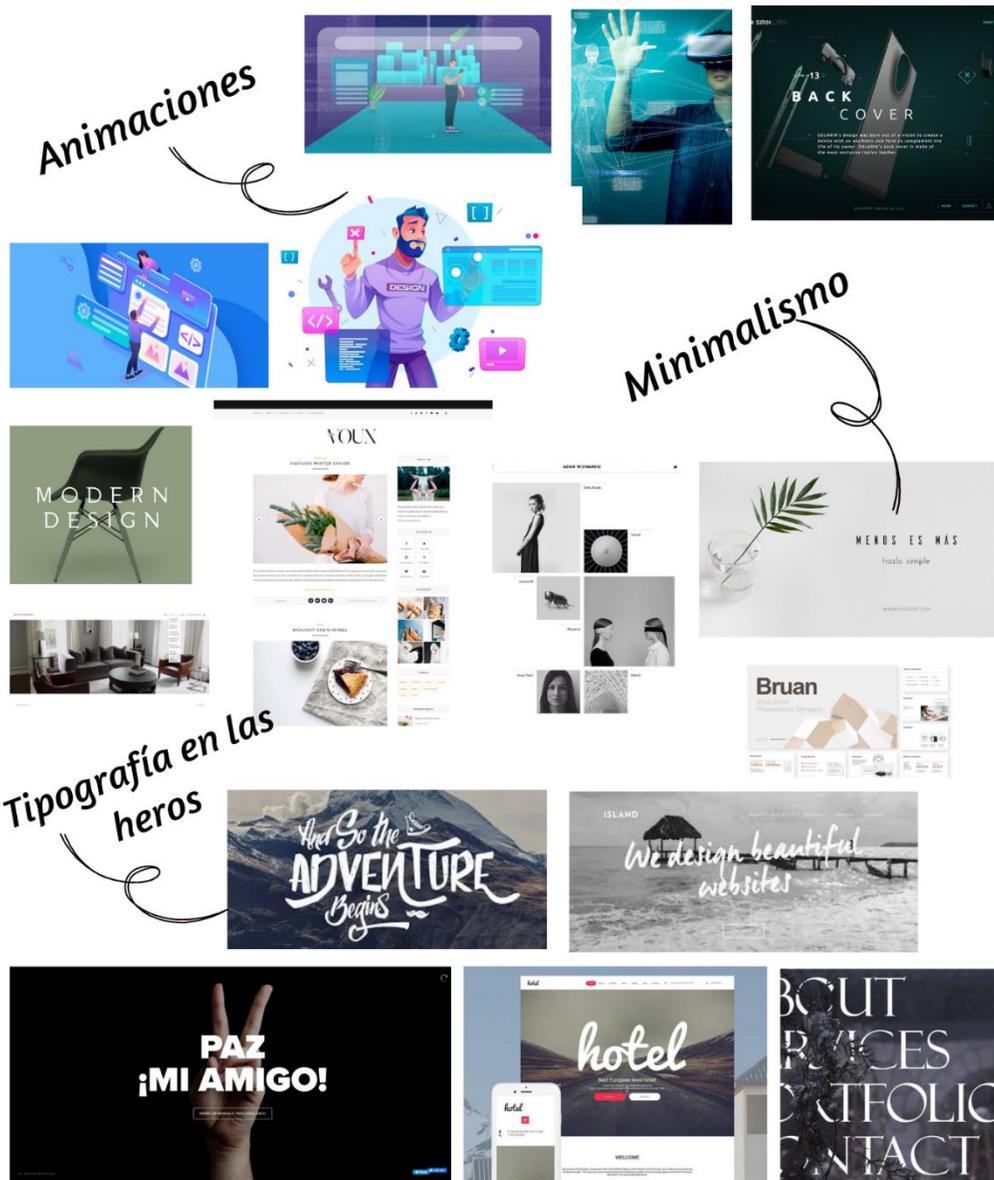
6.3.4.2 Tipografía en las heros. “Se le conoce así al elemento de grandes dimensiones que es el que visualmente más destaca dentro de una página. Tendencia que en los últimos años incluía imágenes, videos o gráficos como fondo ahora en vez de multimedia, priman las tipografías como elemento protagonista” (Camuñas, M., 2021).

Una tipografía que suele usarse por distintas páginas web para darle más importancia a cierto contenido puede ser el producto, el nombre de la marca o información relevante (Ver Anexo D).

6.3.4.3 Animaciones. “Tendencia que lleva tiempo en el diseño web, pueden tener diferentes movimientos, efectos, sentido (de izquierda a derecha, de arriba hacia abajo, etc.) o velocidad” (Camuñas, M., 2021).

Las animaciones han tenido un auge en los últimos años, utilizado para lograr una interacción con diferentes personas, hace que haya una llamada de atención y una incertidumbre en conocer todo su procedimiento (Ver Anexo E).

6.3.4.4 Tablero de tendencias



Ubuntu

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
0123456789#@!?:=/()&%



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. Para el proyecto la aplicación de la comunicación es una pieza fundamental, debido a que el sitio web permite que se lleve a cabo una comunicación digital entre la empresa y su grupo objetivo, con el fin de compartir información de la empresa a distintos usuarios. Con ello van incluidas las características y beneficios de los productos asimismo tener una retroalimentación que puede recibir la empresa por parte de los clientes.

7.1.2 Diseño. Para el proyecto el uso del diseño y su aplicación es fundamental para la construcción de la navegación del sitio web, aquí se mira todo sobre la combinación de colores, aspectos de diagramación de texto, la visualización de las imágenes y su tamaño la cual permita una experiencia agradable para el usuario.

7.1.3 Semiología. Se le conoce como el estudio de símbolos y signos, al aplicarlo al proyecto ayuda a la estructura del contenido para que sea fácil de comprender, con el fin de comunicar el mensaje a través de información y de imágenes que van colocadas en diferentes secciones del sitio web.

7.1.4 Sociología. Es el campo que examina los mensajes y su efecto en grupos sociales. Para el proyecto se utiliza esta ciencia con el fin de buscar que la experiencia de navegación de los usuarios sea intuitiva y sencilla, ya que son personas que acostumbran a investigar en la web antes de adquirir un producto.

7.1.5 Psicología. Esta ciencia permite desarrollar una web que provoque interés al grupo objetivo, lo cual ayuda a que el diseño y la comunicación transmitan el mensaje de una manera creativa y efectiva valiéndose de imágenes y videos de la empresa, que lleve al

usuario a la decisión de compra, que ante la vista de las personas se vea funcional y atractiva

7.1.6 Psicología de la comunicación. Hace referencia en la persuasión y al aplicarlo en el proyecto, esta ciencia ayuda a influir en el grupo objetivo para obtener reacciones positivas con respecto a la empresa como en los productos que comercializa y vende.

7.1.7 Psicología del color. Cada color tiene un significado y el impacto que produce en cada persona, la psicología del color va a servir como apoyo para el proyecto, con el propósito de saber cómo combinar los colores corporativos de la empresa de manera que la web se vea funcional y atractiva con solo dos colores principales.

7.1.8 Psicología de la imagen. La percepción ante imágenes lleva consigo a tener un efecto emocional en las personas, por esa razón se utiliza esta ciencia para transmitir información a través de las imágenes y por medio de los elementos que la componen, así comunicar experiencia y credibilidad.

7.1.9 Psicología del consumidor. Es la manera en que se trabaja con el cliente para tener su atención. Para el proyecto se utiliza esta ciencia con el fin de conocer a los usuarios que navegan en el sitio web, permite conocer que es lo que más buscan según sea su necesidad.

7.1.10 Lingüística. Acción de compartir una misma información entre dos o más personas. En el proyecto se utiliza para transmitir los beneficios y las características de los productos que comercializa la empresa de manera ordenada y que se pueda comprender.

7.1.11 Semántica. Se le conoce por la interpretación de las palabras por una parte también de las imágenes. Al aplicar esta ciencia al proyecto ayuda a que la descripción de

cada fotografía que se utilice haga una combinación con lo que se quiere expresar en un lenguaje definido.

7.1.12 Gramática. Se le conoce como el estudio general del lenguaje. Para el proyecto se utiliza esta ciencia con el fin de analizar cada palabra de los textos, que lleve claridad y objetividad en la información, así el usuario pueda captar cada detalle colocado en la web.

7.1.13 Fotografía. En el proyecto se utiliza este arte para hacer una representación de lo que comercializa la empresa, ayuda a tener un contenido visual con la intención de captar la atención de los usuarios que quieren conocer y obtener más información sobre los productos o en si sobre la empresa.

7.1.14 Fotografía de producto. Pieza fundamental para el proyecto. Al aplicarlo lo que se quiere es presentar de manera atractiva los productos a los potenciales clientes, donde puedan ver el detalle de lo que quieren comprar y así concretar la venta.

7.1.15 Artes tipográficas. Es un arte que tiene como base la tipografía y para el proyecto se utiliza para establecer la tipografía, el espacio en cada letra y observar las diferentes vistas para que al lector tenga una comprensión clara sobre el texto.

7.1.16 Videos. Arte que tiene un alto porcentaje en captación de usuarios y al aplicarlo al proyecto, lo que se quiere es impactar y atraer el interés del público objetivo, que pueda motivar al usuario a navegar en la web, que al ver el video puede descubrir lo que la empresa tiene para ofrecer.

7.1.17 Teoría del color. Arte que ayuda a tener un balance con los colores. En el proyecto va a permitir seleccionar la combinación y la aplicación adecuada de la paleta de colores para el sitio web y así no haya ningún contraste que afecte los textos.

7.1.18 Teoría del recorrido visual. Conocida como el camino que recorren los ojos. Al aplicarla al proyecto se quiere tener una adecuada composición de los elementos, que el diseño de la web tenga un orden visual, que sea fácil de entender y donde los usuarios tengan un punto principal para empezar a navegar.

7.1.19 Minimalismo. Arte que funciona solo con lo esencial. Para el proyecto se hace uso de ella para realizar un diseño sencillo pero funcional, donde sólo se utilicen los elementos necesarios, enfatizar el contenido importante y hacer posible que el usuario pueda navegar sin perderse en la web.

7.1.20 Tipografía en las heros. Comúnmente utilizadas en las páginas web, una tendencia que para el proyecto se aplicará con el fin de captar la atención de los usuarios, se le quiere dar un toque de personalidad que es lo que necesita la empresa para que pueda ser identificada con facilidad.

7.1.21 Animaciones. Efectos visuales que se pueden aplicar a un sitio web. Para el proyecto se utiliza con el fin de ser un elemento diferenciador de la competencia, así favorece la interacción y que para los usuarios se les haga fácil navegar por la web.

7.2 Conceptualización

La conceptualización servirá de referencia para la elaboración de todos los elementos que irán colocados en el proyecto desarrollo de un sitio web para dar a conocer a personas comprendidas de 27 a 37 años de edad, los productos plásticos que promociona y vende la empresa Diproalsa.

7.2.1 Método.

7.2.1.1 Lluvia de ideas. Es una técnica que se crea en 1939 por el publicista Alex

Faickney Osborn, quien pudo observar la importancia de la creatividad en la solución de

conflictos y por ello resalta el valor de la participación, así como exponer diferentes perspectivas al enfrentarse a un reto. Es una técnica que se aplica en grupo y la intención es crear ideas nuevas ante una problemática o sobre un tema, teniendo un ambiente relajado, respetuoso y sin presión (Suarez, M., 2021).

En la práctica de esta técnica se interactúa como colectivo, tener nuevas perspectivas sobre el tema, es decir, si se expone un problema en un grupo pueden existir diversas maneras de solucionar el problema por cada participante o complementar la propuesta dada, esto es gracias a la creatividad. Fomentar el trabajo en equipo ya que las ideas generadas no se podrían dar de manera individual a través de la retroalimentación en el grupo. Es una metodología bastante útil para mejorar los ambientes de trabajo, ya que siempre existirá un ambiente de respeto, asertivo y en busca de la mejora continua (Suarez, M., 2021).

El método conocido como lluvia de ideas, funciona de la siguiente forma: dentro de un grupo de personas se debe de llevar a cada persona a tener creatividad y así se pueda tener soluciones por medio de un orden de ideas que vienen después de definir el problema y así llegar a una solución. Toda palabra que sea una idea es bienvenida, el trabajo realizado viene según lo que piense la persona para después de recopilar todo hacer una retroalimentación y llegar a un acuerdo. Se debe llevar el siguiente esquema:

Paso 1: Calentamiento. Ejercitación del grupo para un mejor funcionamiento colectivo.

Paso 2: Generación de ideas. Se establece un número de ideas al que queremos llegar. Se marca el tiempo durante el que vamos a trabajar. Y las reglas fundamentales que se mencionan a continuación:

Toda idea es bienvenida.

Tantas ideas como sea posible.

El desarrollo y asociación de las ideas es deseable.

Paso 3: Trabajo con las ideas. Las ideas existentes pueden mejorarse mediante la aplicación de una lista de control; también se pueden agregar otras ideas.

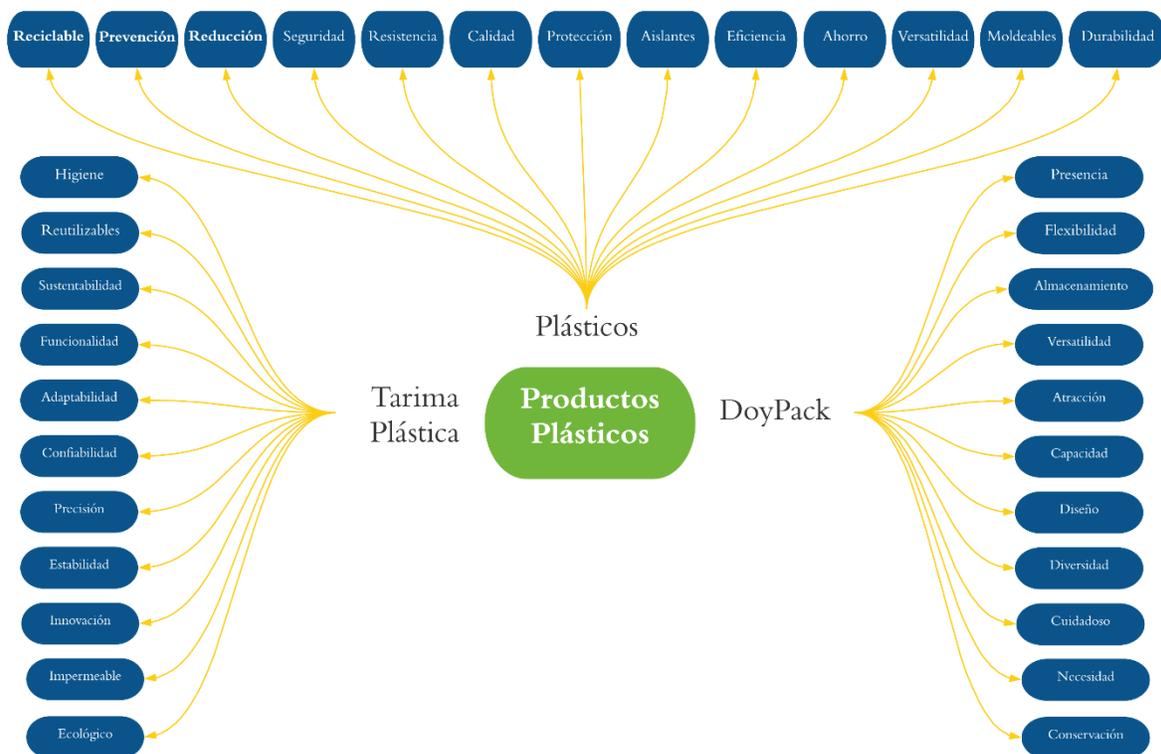
Paso 4: Evaluación. Tras la generación de ideas, el grupo establece los criterios con los cuales va a evaluar las ideas.

7.2.1.2 Aplicación del método. Consiste en desarrollar una frase por medio de la lluvia de ideas que describa en pocas palabras el concepto del proyecto, que se va generar conforme sean los pasos de la técnica después de haber generado las ideas con relación a productos plásticos y haberlas anotado se analizan.

Paso 1: Calentamiento. El encargado de generar la técnica creativa comienza a apuntar toda idea que se le ocurra en ese momento con relación a productos plásticos.

Orgánico	Transparencia	Manipulación
Utilidad	Conservador	Manipulación
Sencillez	Capacidad	Plasticidad
Solidez	Elasticidad	Dimensiones

Paso 2: Generación de ideas. Se establece un tiempo estimado para llegar al número de ideas. Se considera adecuado tener en cuenta algunas reglas que son claves para el desarrollo de la actividad. Recordar que toda idea es bienvenida y entre más, mejor.



Paso 3: Trabajo con las ideas. Comienza con la combinación de palabras para establecer ejemplos de frases que logren englobar en tema del proyecto.

Paso 4: Evaluación. Al momento que se tengan las ideas se comienza el proceso de observación y el análisis pertinente para evaluar y establecer las más efectiva para el proyecto. Como se conoce es el desarrollo de un sitio web para dar a conocer los productos plásticos, entonces las frases ya escritas dan a conocer los beneficios al momento de la compra y cómo puede contribuir ante las diferentes necesidades que tenga las personas que los adquieren.

“Seguridad en la compra y protección en cada producto”.

“La calidad adaptable”.

“Estabilidad ante tu necesidad”.

“Producto con calidad. Producto para durar”

“Presencia ecológica, conservación de producto”.

“Innovación al bajo precio”.

“Resistencia de producto, calidad en la entrega”.

“Eficiencia y conservación”.

Con lo que se practica en cada paso se empieza a ver cuál frase será la adecuada para presentar el proyecto con un trabajo de ideas, que consiste en ir combinando cada palabra que se generó en la lluvia de ideas, para hacer frases que vayan de acuerdo con lo que se quiere expresar visualmente.

Seguridad en la compra y protección en cada producto.

La calidad adaptable, el diseño a tu necesidad.

Estabilidad ante tu necesidad.

Presencia ecológica, conservación de producto.

Innovación al bajo precio.

Resistencia de producto, calidad en la entrega.

Eficiencia y conservación.

Diseño de calidad. Productos para durar solo en Diproalsa

7.2.1.3 Técnica DO IT. Técnica que pretende potenciar y utilizar la creatividad en las personas para la búsqueda de soluciones, lo que ayuda a resolver conflictos o situaciones complejas mediante la toma de la decisión más correcta, la más efectiva y menos contraproducente. Fue desarrollada por Robert W. Olson y quedó reflejada en su libro “El arte del pensamiento creativo”. Es un método eficaz para la toma de decisiones, basado en 4 puntos, justamente los que corresponden a sus iniciales (Do it=hazlo, en inglés). Qué consisten en 4 pasos:

D = definir el problema, el conflicto o la situación complicada a la que uno se enfrenta de la forma más precisa, exacta y concisa posible.

O = open (en inglés), es decir, abrir la mente para ser capaces de admitir el mayor número de soluciones posibles y evitar frenarse en la primera opción resolutive que surja.

I = identificar la solución óptima para la resolución del problema.

T = transformar la solución en una acción que resuelva el problema y reconduzca la situación (Martín, J., 2016).

El método DO IT funciona de la siguiente forma: Se empieza con definir el problema, a estar abierto a muchas soluciones que podrían ser las indicadas, a estar pendiente de cada idea, poder identificar cuál de todas las soluciones brindan es la mejor para luego transformarla en acción con eficacia. Para lograr eso es necesario tener el problema identificado y para eso se debe de llevar el siguiente esquema:

Paso 1: Definir el problema. Es necesario que el problema esté correctamente identificado. Se trata de definir el problema. Los pasos son:

- Foco de Mente: En este paso se debe preguntar del porqué existe el problema, analizando cada detalle para encontrar el centro de donde comenzó todo.
- Apretón de Mente: Aquí consiste en anotar lo más importante qué representa el problema que se quiere solucionar.
- Extensión de mente: Identificar los obstáculos que tiene el problema para ir sacando una solución que sea acorde con el problema

Paso 2: Abrirse a soluciones. Estar abierto a toda idea que surja para dar una solución, cualquier idea que este en la mente es bienvenida. Se debe seguir:

- **Mente Sin Falta:** Hacerles preguntas a otras personas para generar ideas y así crear nuevas soluciones.
- **Sorpresa de Mente:** Listar ideas que pueden sonar ridículas para provocar que haya un razonamiento más profundo.
- **Mente libre:** Estimular las ideas frescas, toda palabra que tenga o no que ver con el problema, para luego estimular ideas nuevas.

Paso 3: Identificar soluciones. Estar ya consciente del problema, se empieza a identificar la solución y empezar a modificarla hasta llegar a su decisión de acción.

- **Mente se integra:** Repasar sus anotaciones todos los comentarios, criterios u objetivos para seleccionar la mejor idea.
- **Mente Se refuerza:** Identificar cuál sería lo negativo de las ideas y tratar de reducirlo para quedarse con lo mínimo (neuronilla., 2021).

7.2.1.4 Aplicación del método. Se complementa con esta técnica para establecer con seguridad las palabras adecuadas para la frase del proyecto.

En el proceso del proyecto se tiene una reunión con los encargados de la empresa para conocer su historia y las dificultades que han tenido a la hora de hacer el cambio de imagen corporativa por motivo de su décimo aniversario. En un momento de preguntas y respuestas se define el problema que a esta afecta durante este tiempo y es la desactualización de su sitio web, eso se lleva a un porqué de la situación:

Paso 1: Definir el problema: Se detectó que tiene productos que actualmente no están disponibles, el material visual del sitio web no es el adecuado, los clientes desconocen de algunos productos y no tiene un manejo adecuado en sus redes sociales como es el sitio web al conocer los atenuantes se procede a la búsqueda de soluciones.

- Dar a conocer a los clientes los diferentes productos que vende y promociona la empresa.

- Informar a clientes los productos que actualmente tiene la empresa.

Paso 2: Abrirse a soluciones. Después de conocer y definir el problema se realiza unas posibles soluciones y se selecciona la más indicada.

- Contratar a una persona encargada de manejar las redes sociales como el sitio web.

- Hacer un catálogo digital con todos los productos disponibles y actualizarlo cada cierto tiempo.

- Desarrollar un sitio web para dar a conocer los productos plásticos que venden y promocionan.

Paso 3: Identificar soluciones. Conforme a pláticas y reuniones se llega a ciertas ideas que fueron planteadas y con ello como se deben de desarrollar.

- Informar a los clientes los productos que actualmente tiene la empresa a través del desarrollo de un sitio web.

7.2.2 Definición del concepto. Se trabaja en buscar soluciones a través de las técnicas de Lluvias de ideas y DO IT, se logra generar la más adecuada, además permite el desarrollo de la frase que va a englobar en pocas palabras el tema del proyecto.

“Seguridad en la compra y protección en cada producto”.

“La calidad adaptable”

“Estabilidad ante tu necesidad”.

“Producto con calidad. Producto para durar”

“Presencia ecológica, conservación de producto”.

“Diseño de calidad. Productos para durar solo en Diproalsa”.

“Innovación al bajo precio”.

“Resistencia de producto, calidad en la entrega”.

“Eficiencia y conservación”.

Luego de producir varias propuestas de eligió la frase “Diseño de calidad. Productos para durar solo en Diproalsa”. El motivo de la frase es porque se quiere mostrar un producto diseñado conforme a la necesidad del cliente, que al momento que los usuarios ingresen al sitio web de Diproalsa se muestre una empresa que proyecte experiencia, calidad, atención y que a la hora de compra puedan tener seguridad que cada producto que se muestre tiene lo que buscan, donde se detalla cada característica y que físicamente se vea el detalle y se dé a conocer un producto de calidad que tiene un ciclo de vida prolongado.

7.3 Bocetaje

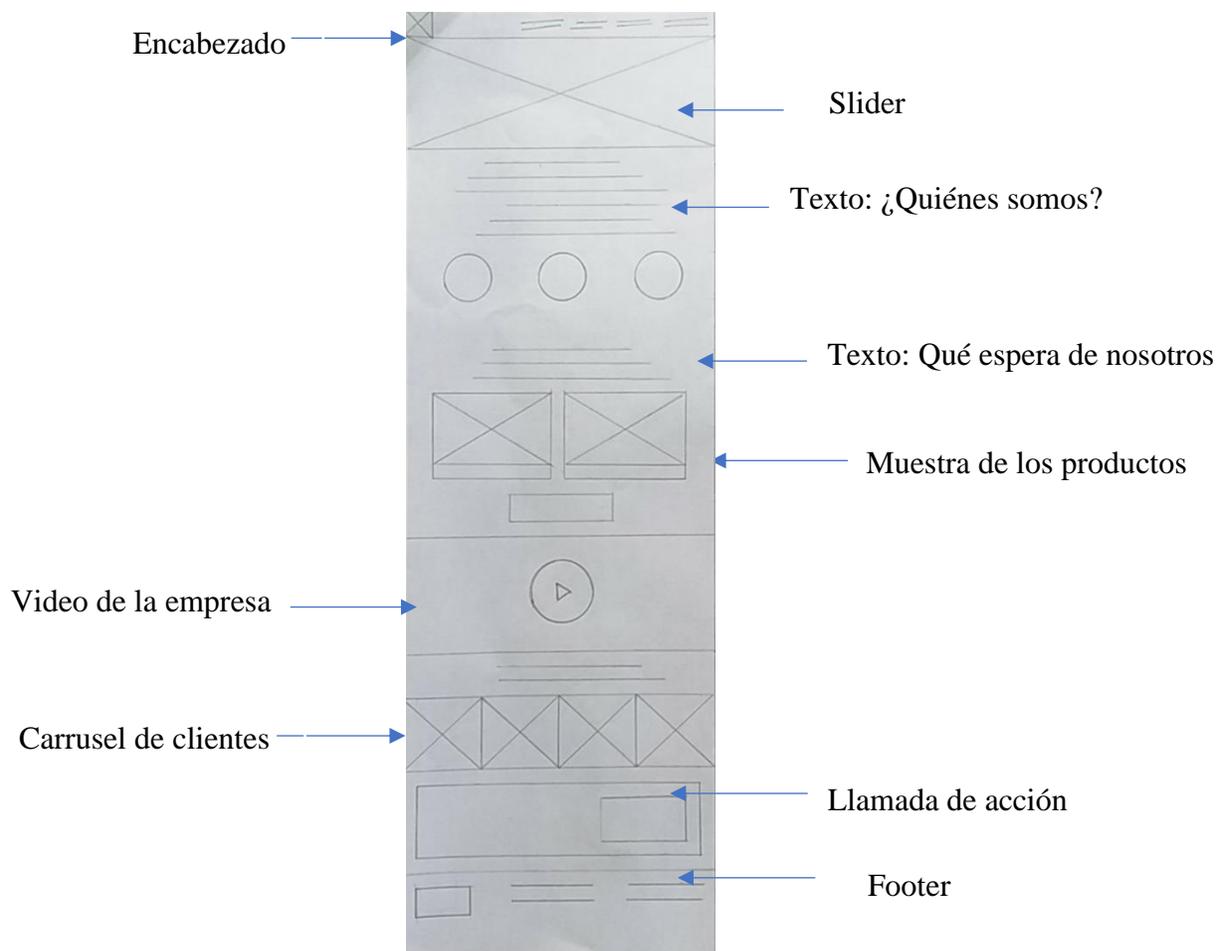
7.3.1 Proceso de bocetaje. Para el proyecto el proceso de bocetaje esta dividido en dos partes. Se mostrará la diagramación del sitio web para luego colocar cada elemento ordenadamente con su respectivo color, para llegar así a una propuesta digitalizada de cómo va a quedar el sitio web.

7.3.1.1 Tabla de requisitos

Elemento gráfico	Propósito	Técnica	Emoción
Color	Colores, para identificar a la empresa Diproalsa.	Adobe Color: Con los colores corporativos de la empresa se busca encontrar colores que combinen con los de la empresa.	Confianza, crecimiento, productividad,
Tipografía	Mostrar jerarquías de forma visual. Facilitar e incentivar la lectura de los textos que sea entendible y que no se encuentre fuera de proporción.	Muse: Utilizar una o dos tipografías web. Utilizar mayúsculas con kerning espaciado en los títulos.	Sencillez, carácter, fuerza, personalidad.
Fotografías	Que se puedan observar las características de los productos que se comercializa y así los clientes puedan conocer los diferentes productos y sus dimensiones a la hora de la compra.	Adobe Phosohop: Con las fotografías del banco de imágenes del cliente se quiere colocarlas a un tamaño adecuado, en algunas se les va a quitar el fondo y se compondrá los colores a las que sea necesario.	Orden, calidad.
Diagramación	Para que toda pieza del sitio web se vea ordenado en cada bloque y que no haya una desproporción de imágenes y textos.	En la diagramación se utiliza en primer lugar Figma que es un programa para hacer un prototipo de diseño y el segundo es el programa de Wordpress.	Limpieza, orden.

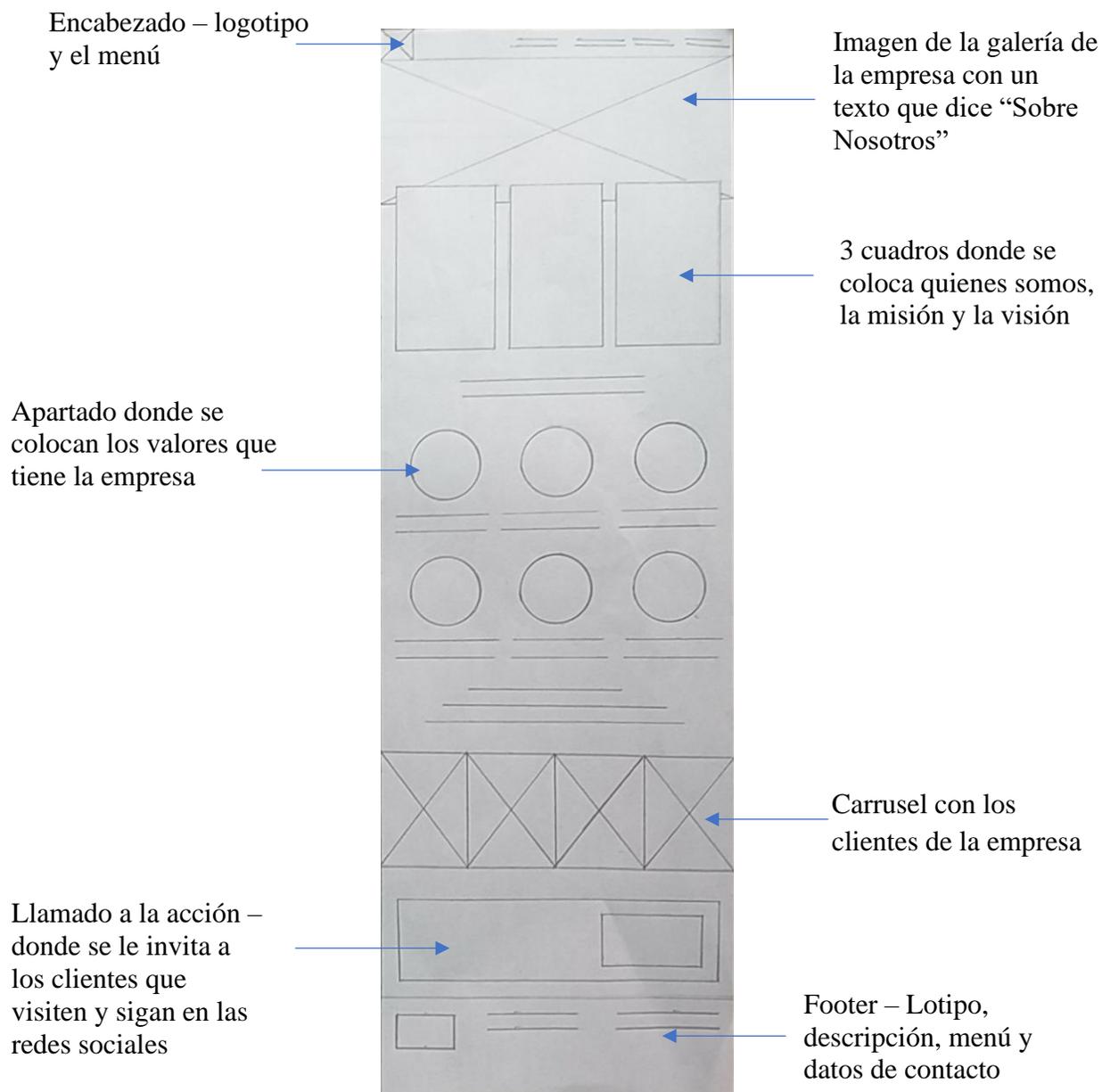
7.3.1.2 Bocetaje natural. El proceso de bocetaje para el sitio web está dividido en 2 partes, la primera es una diagramación de cada página con cada parte correspondiente, La segunda es el boceto formal con todos los elementos colocados y se le aplica el color para llegar a una propuesta preliminar.

Boceto #1: Página de Inicio



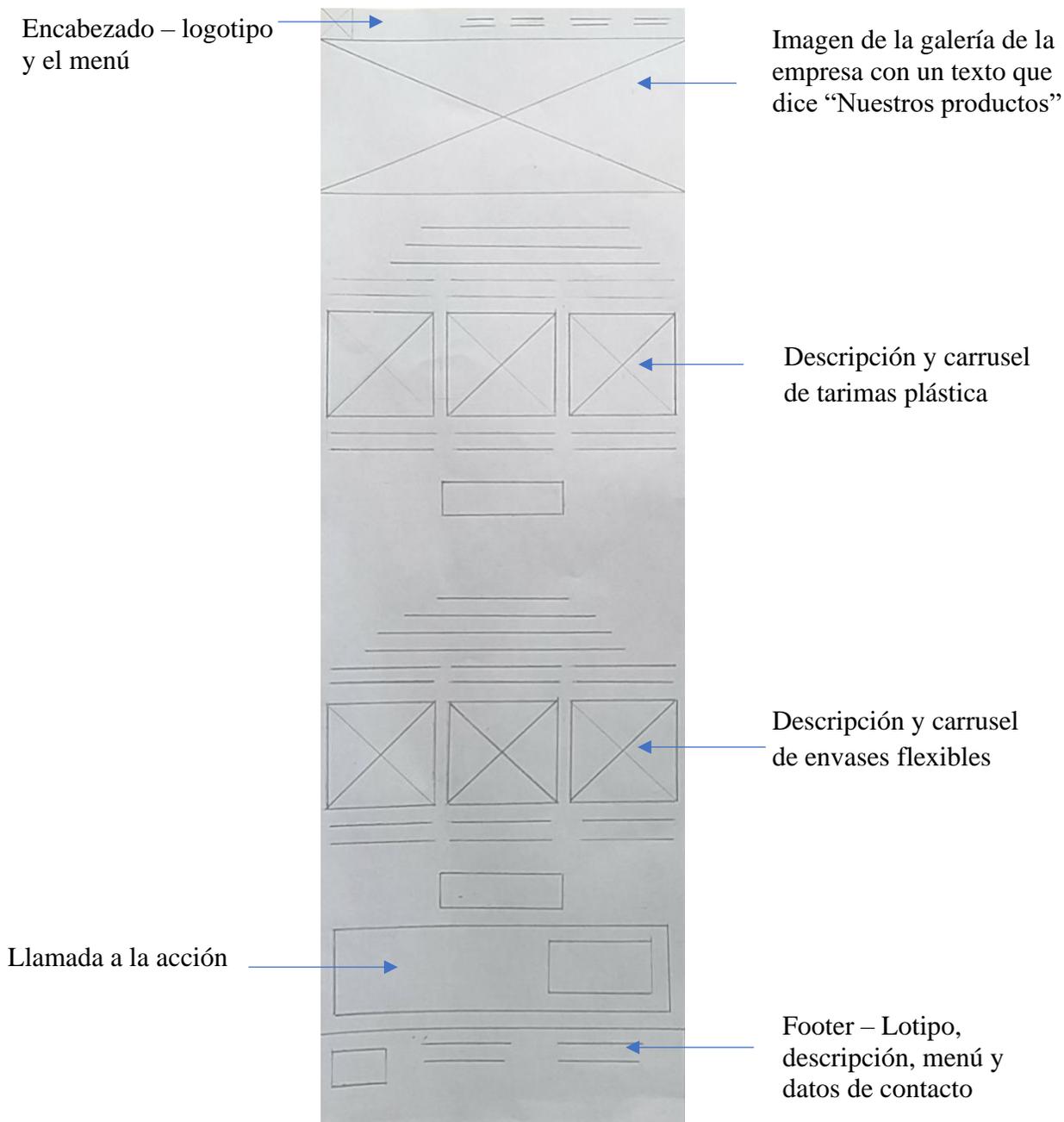
Descripción: Boceto de la página de inicio se diagrama en 7 partes, el menú con sus secciones y el logotipo al lado izquierdo. Luego se coloca un apartado, que es un slider con diferentes imágenes de lo que la empresa vende con una medida de 1400*900. Tercero se colocan los productos que tienes en existencia la empresa, luego un video, una muestra de los clientes y, por último, una llamada de acción y el footer.

Boceto #2: Página de Nosotros



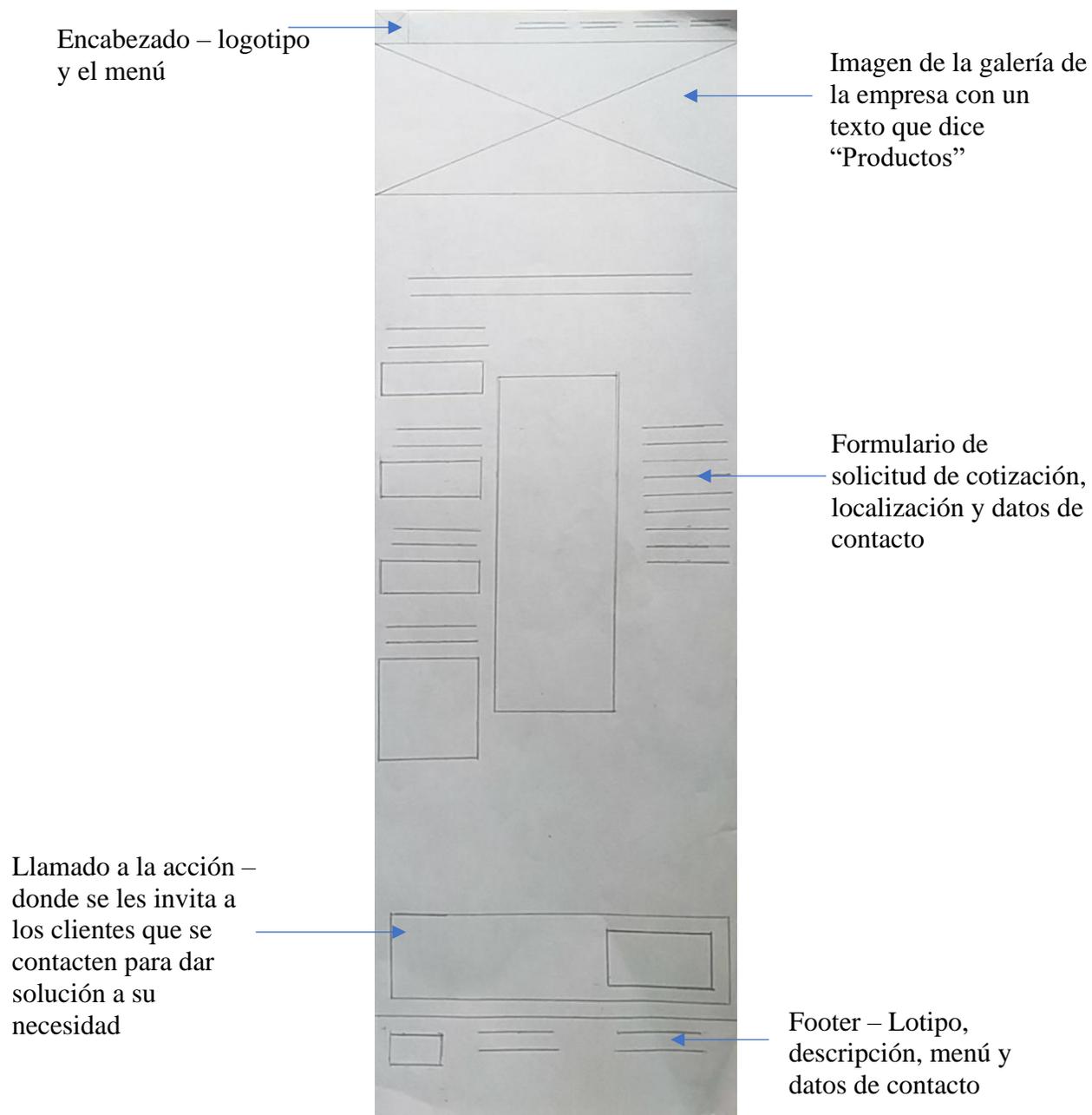
Descripción: Boceto de la página de nosotros se diagrama en 6 partes, primero es el menú en el encabezado, luego se coloca un apartado donde está una imagen, se añaden 3 cuadros con su descriptivo texto, apartado donde se coloca los valores, sigue los clientes, después un rectángulo, que es una llamada a la acción y, por último, el footer.

Boceto #3: Página de Productos



Descripción: Boceto de la página de productos se diagrama en 4 partes. Primero es el menú en el encabezado, luego se coloca un apartado donde se encuentra una imagen, después es una pequeña descripción de los productos con dos carruseles de los tipos que distribuye, después un rectángulo, que es una llamada a la acción y, por último, el footer.

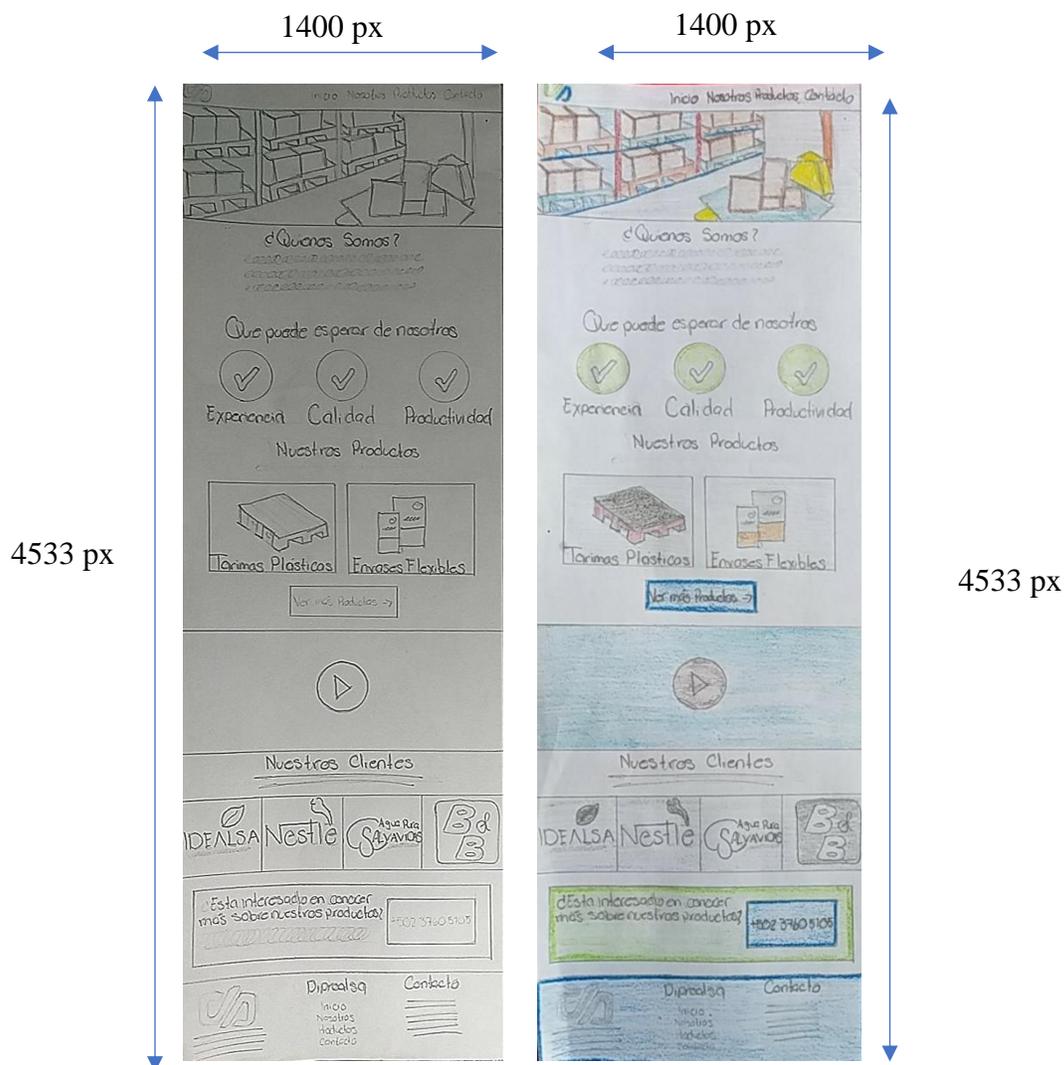
Boceto#4: Página de Contacto



Descripción: Boceto de la página de contacto. Se diagramó en 3 partes, primero es el menú en el encabezado, luego se coloca un apartado donde esta una imagen, se añaden 3 columnas donde se encuentran datos personales y datos de la empresa, después un rectángulo que es una llamada a la acción y, por último, el footer.

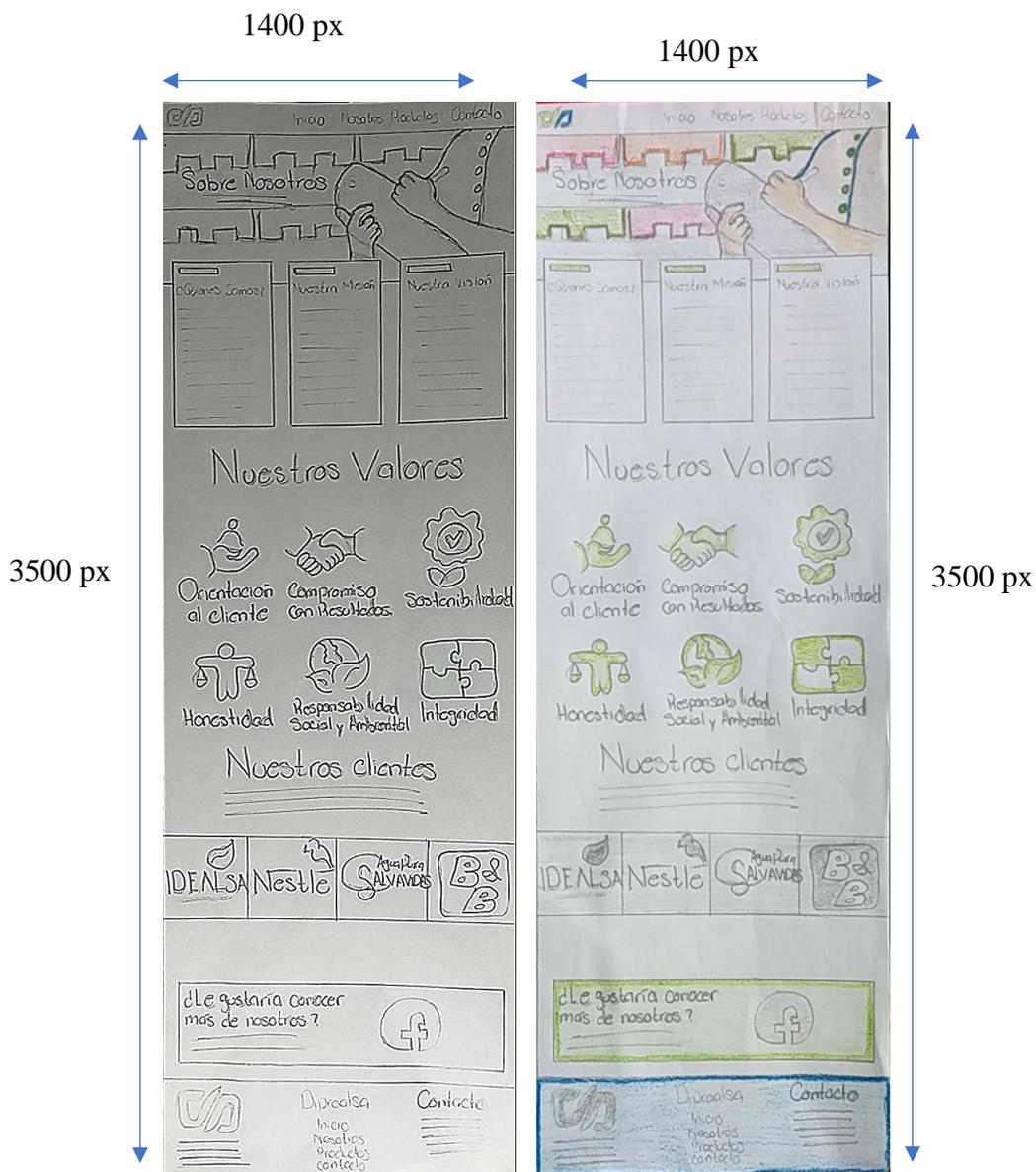
7.3.1.3 Boceto Formal

Boceto #1: Página de Inicio



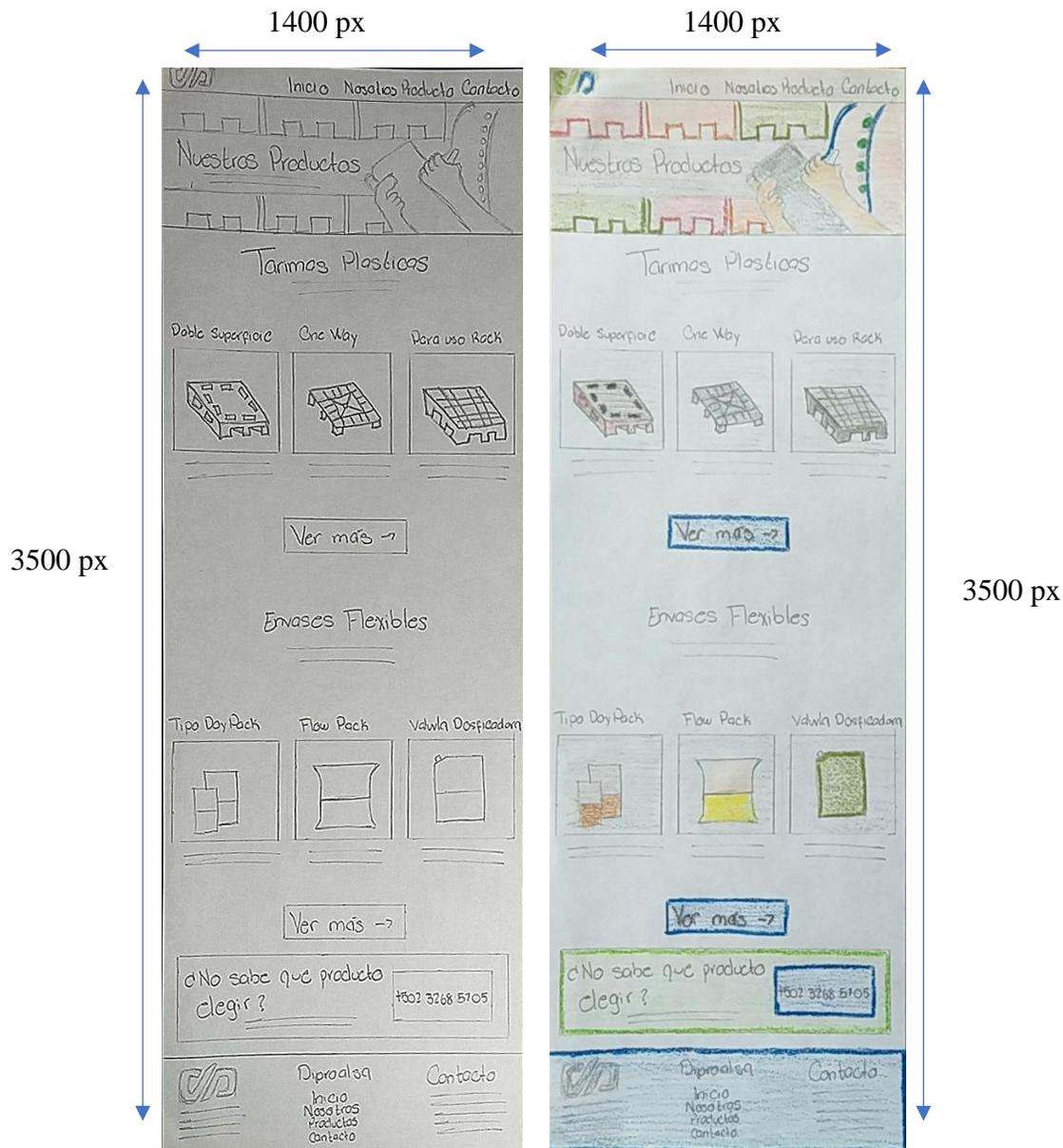
En la página principal, que es la de inicio, se empieza con un slider de imágenes de lo que la empresa distribuye, con pequeños textos que invitan a saber más. En la parte de abajo se encuentran dos titulares cada con su respectivo texto, el primero es quiénes somos y el segundo es lo que pueden esperar de nosotros, una muestra de los productos, video de la empresa y, por último, para dar confianza, en el inicio, se incluyen los clientes con que la empresa trabaja.

Boceto #2: Página de Nosotros



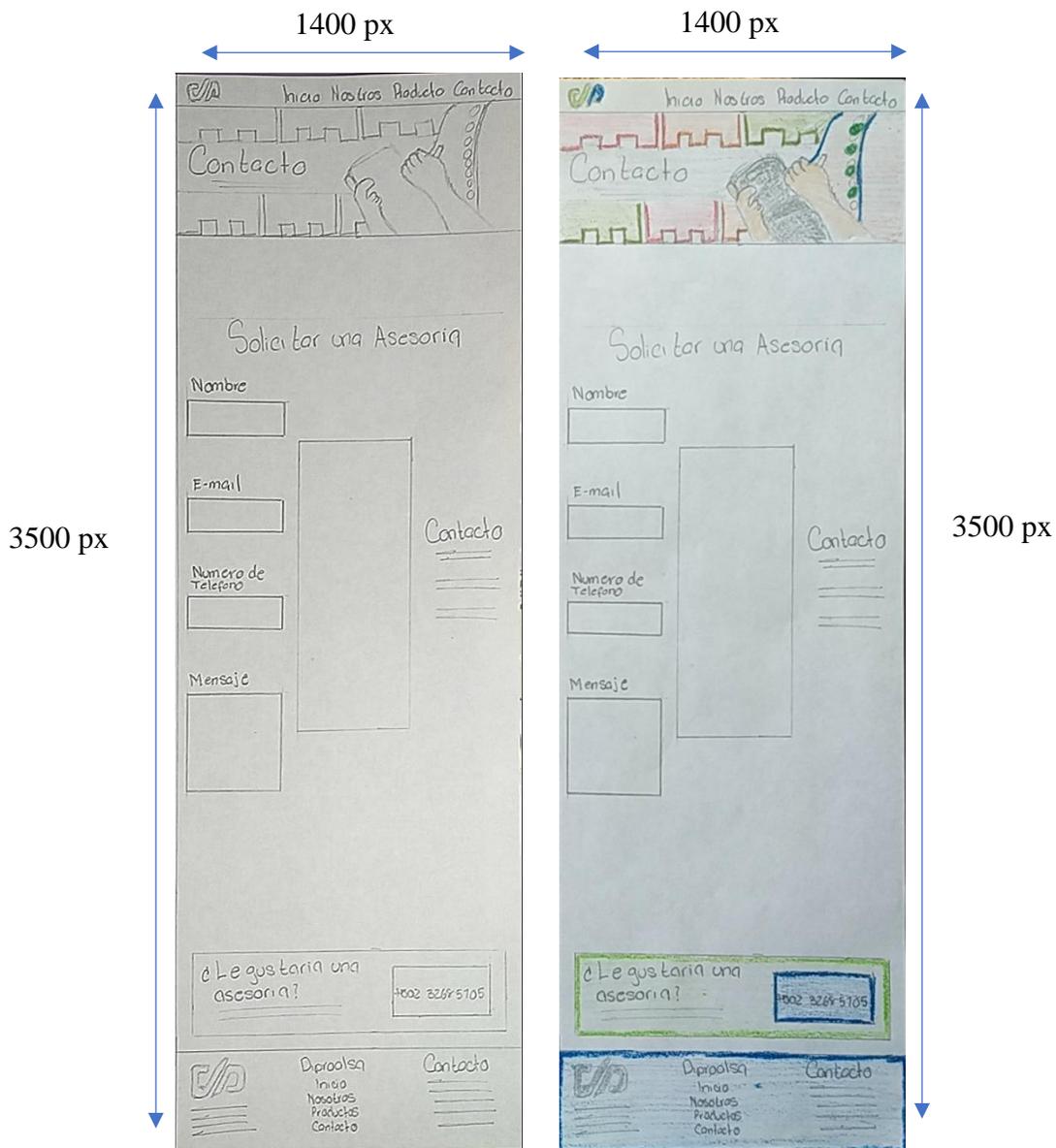
En la página de nosotros se encuentra el menú que lleva el logotipo y las diferentes secciones del sitio web, una imagen de bienvenida, 3 cuadros donde se describe “quiénes somos”, “misión” y “visión”. Se colocan los valores de la empresa, los clientes más leales, una llamada de acción a invitarlos a que conozcan más de la empresa en las redes sociales.

Boceto #3: Página de Productos



En la página de productos se encuentra el menú con las diferentes secciones, una imagen de bienvenida. Después dos carruseles, el primero es sobre las tarimas plásticas y una muestra de las que tienen en existencia. El segundo carrusel son los envases flexibles y la muestra de los que comercializa, un botón donde les indican a conocer los detalles de los productos y, por último, la llamada a la acción por si necesitan una consulta, presupuesto o cómo hacer la compra.

Boceto#4: Página de Contacto

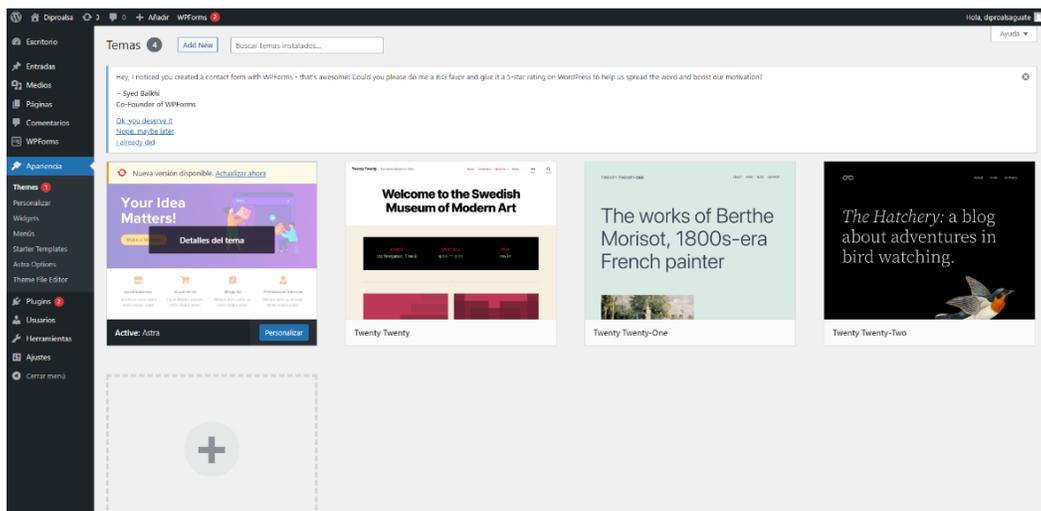


En la página de productos se encuentra el menú con las diferentes secciones, una imagen de bienvenida, 3 columnas que hacen parte por si los clientes necesitan una consulta de los productos que esta dividió en datos del interesado, dirección exacta de la empresa y los datos de contacto y redes sociales, por último, la llamada de acción donde se pueden comunicar directamente atención al cliente.

7.3.4 Proceso de Digitalización de los bocetos

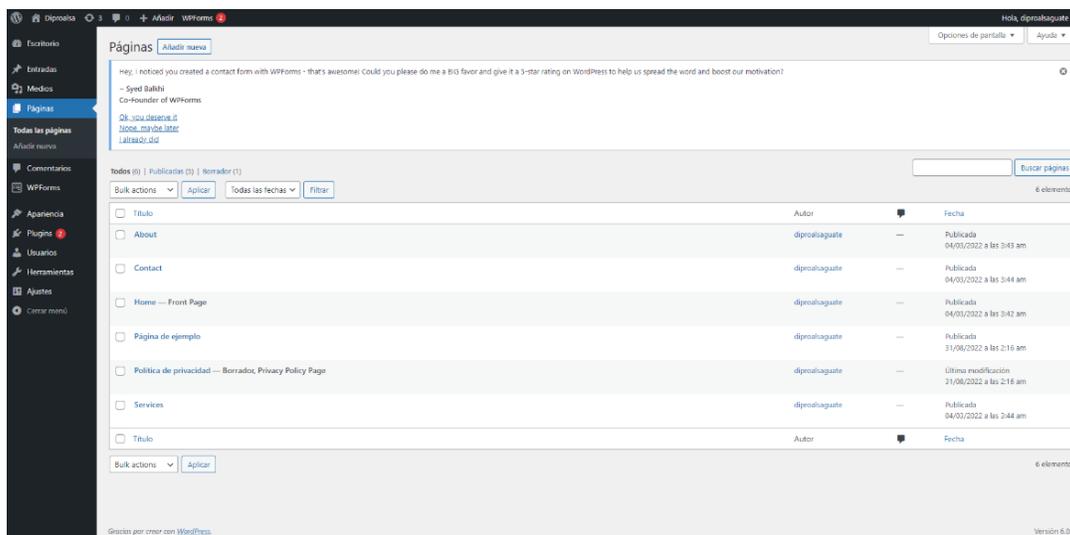
7.3.4.1 Proceso de digitalización

Paso 1.



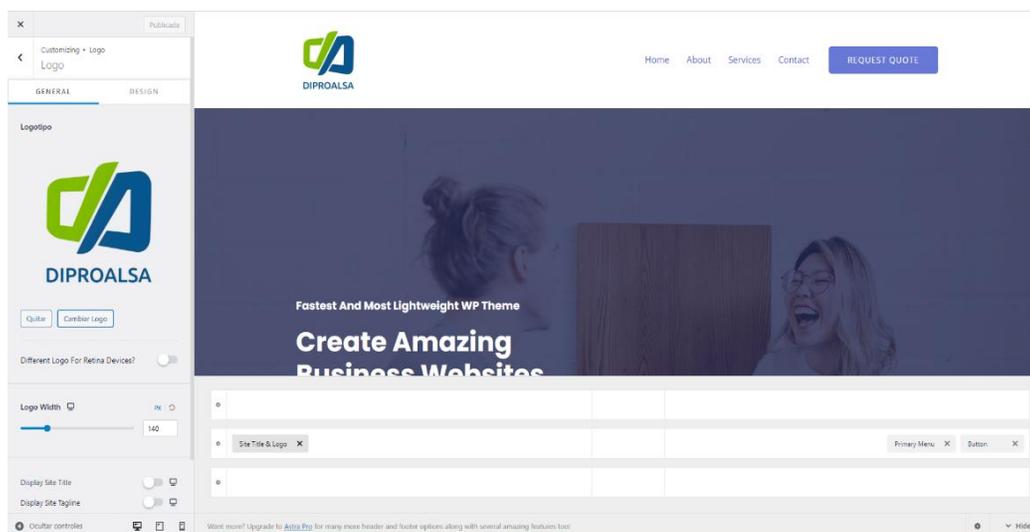
Se ingresa a la plataforma de Wordpress, y en la barra de herramienta se selecciona Apariencia para elegir un tema. Para el sitio web se elige Astra

Paso 2.



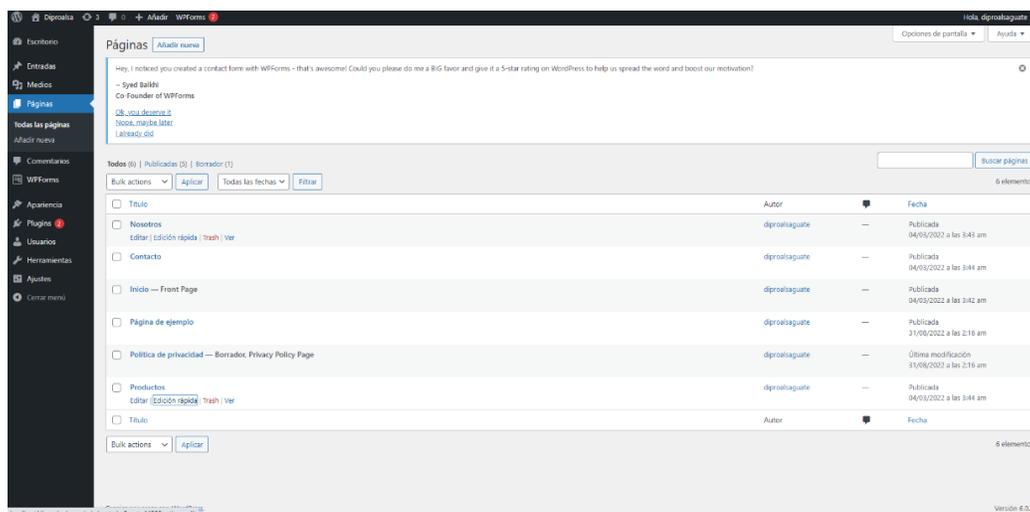
Se crean las 4 páginas que forman parte del sitio web.

Paso 3.



Con el tema ya activado se comienza a personalizar, donde se colocan los colores de la empresa, la tipografía seleccionada y el nuevo logotipo.

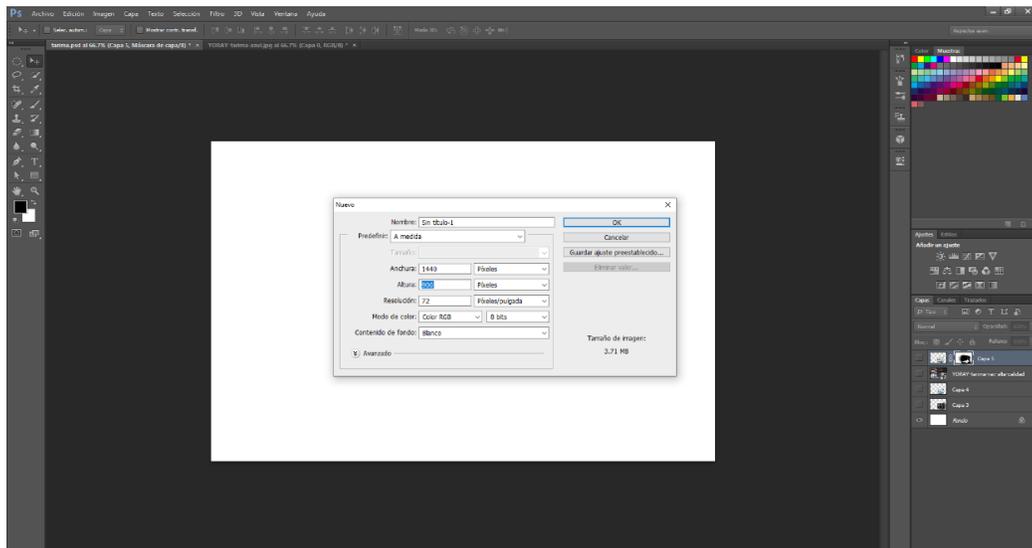
Paso 4.



Se configura las páginas de Inicio, Nosotros, Productos y Contacto.

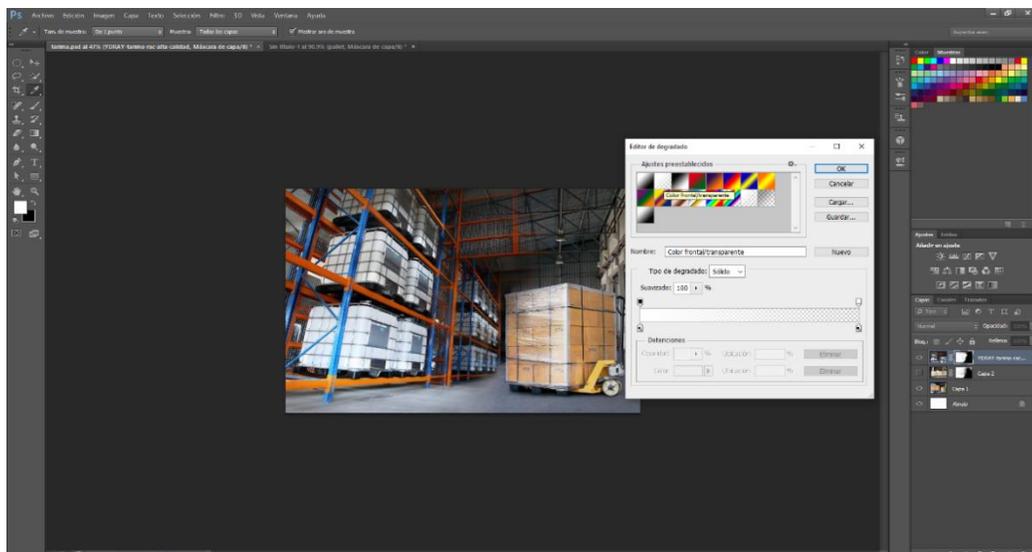
7.3.4.4 Diseño del Slider para la página de Inicio

Paso 1.



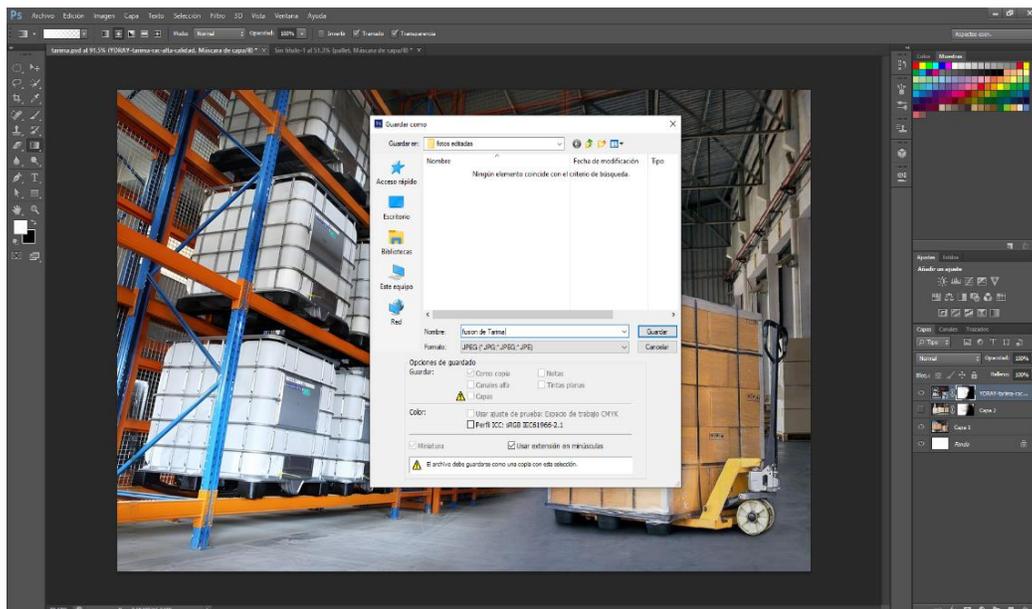
En Photoshop se hace un documento de 1440 * 900.

Paso 2.



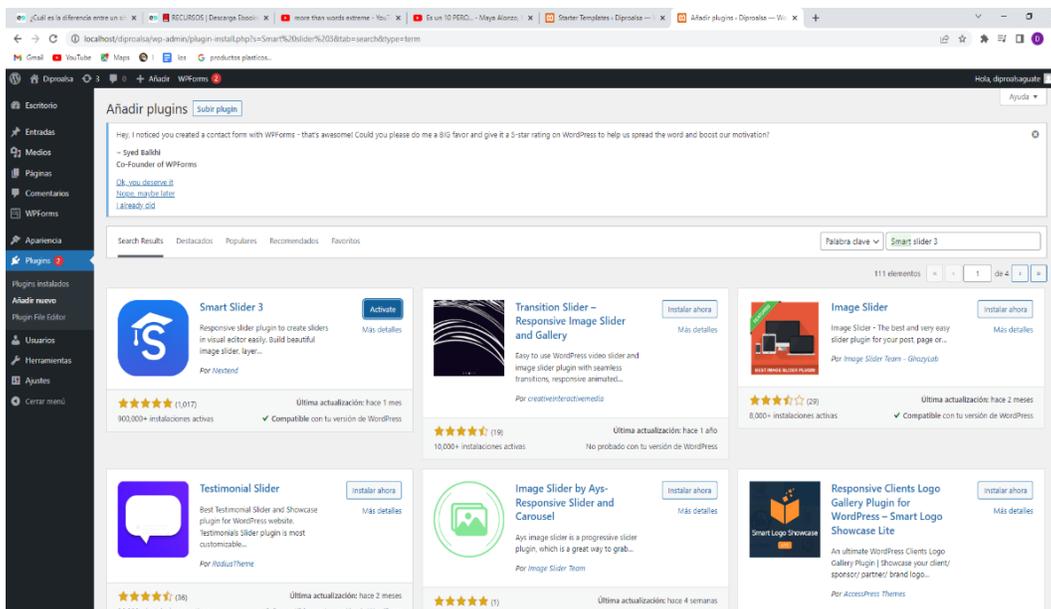
De la galería de imágenes de la empresa se eligen dos fotografías y con la herramienta de degradado y máscara de capa se trabaja con ambas fotografías para juntarlas y se muestre el beneficio y el producto.

Paso 3.



Ya terminada la imagen editada se procede a la descarga en formato JPG.

Paso 4



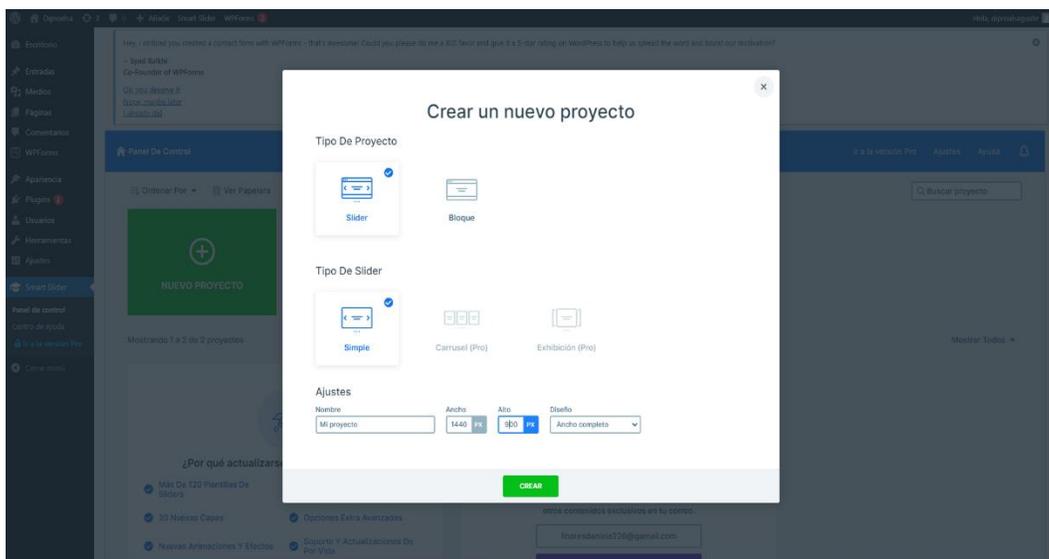
En la plataforma de wordpress se selecciona la herramienta de Plugins, en la búsqueda se coloca Smart Slider para descargarla y poder activarlo.

Paso 5



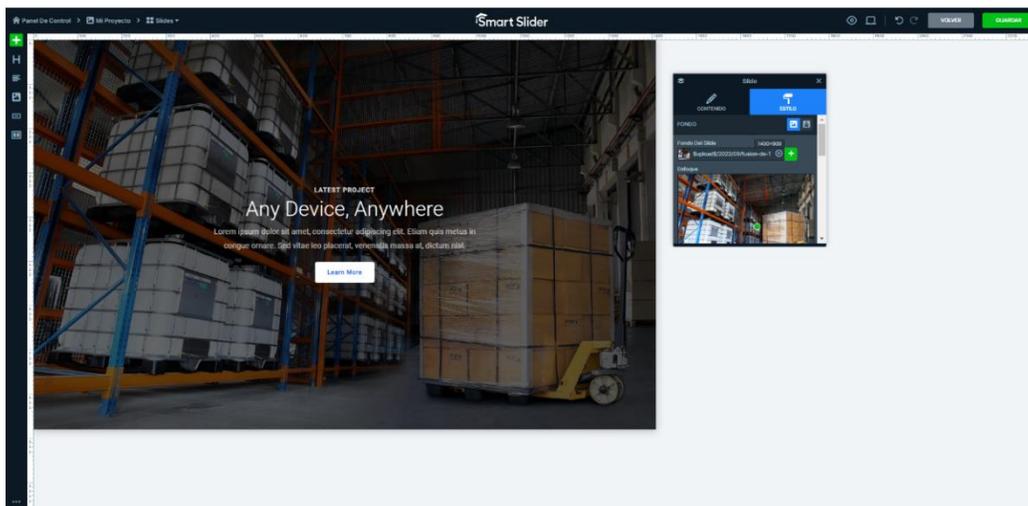
Se entra al plugin al menú de Smart Slider y se crea un nuevo proyecto.

Paso 6



Luego se colocan las medidas de las imágenes. Para el proyecto son de 1440*900.

Paso 7



Se suben y se colocan las fotografías editadas, ese campo se coloca el texto deseado para cada fotografía.

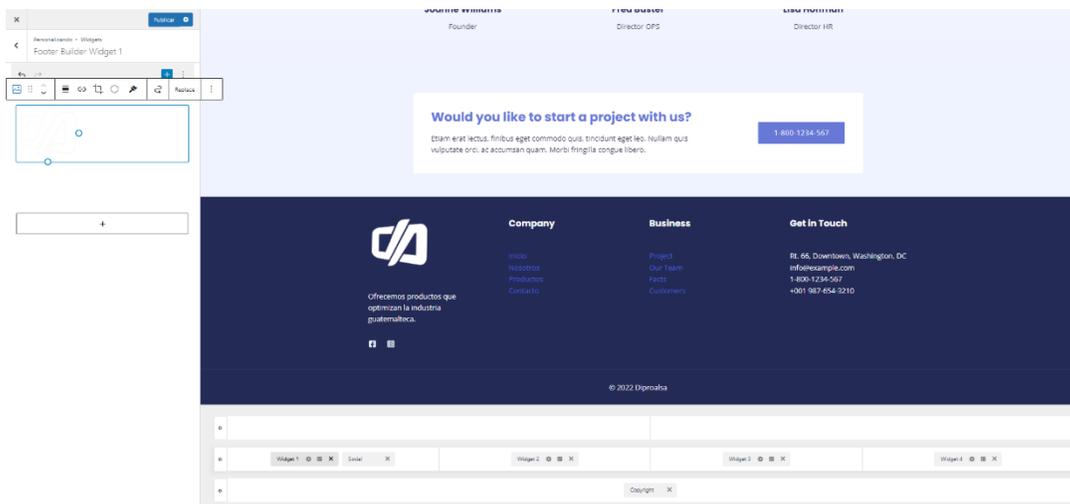
Paso 8:



Se coloca el slider en el sitio web.

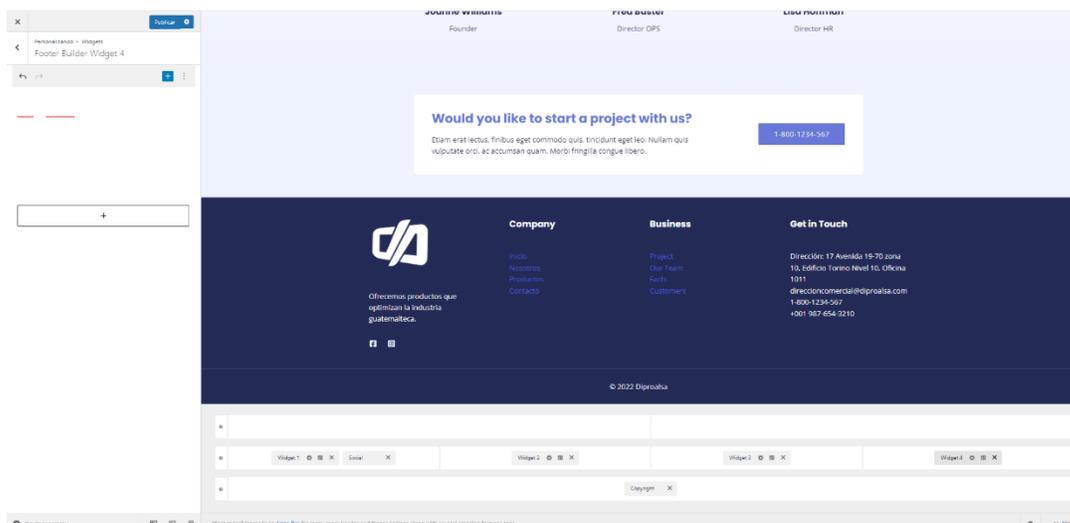
7.3.4.5 Diseño de Footer

Paso 1



Se procede a personalizar la página, seleccionar el área de footer builder. Cambiar los datos preestablecidos del tema. Se coloca el logo de la empresa y redes sociales.

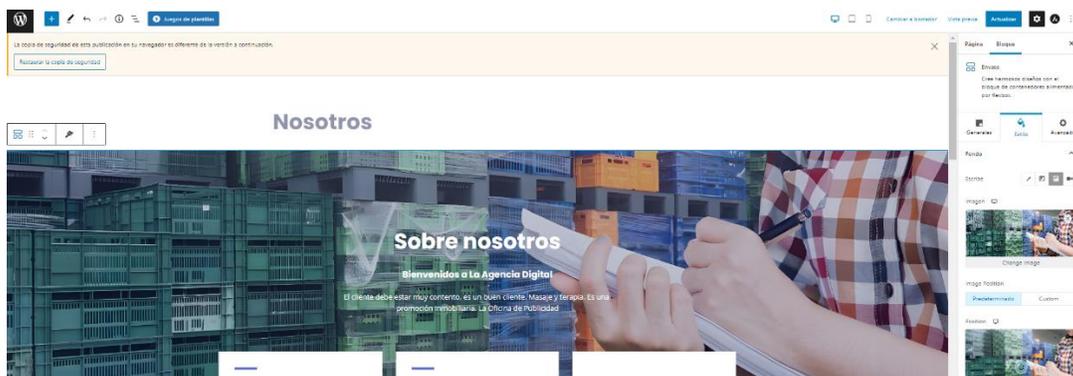
Paso 2



Se coloca dirección, teléfono y correo electrónico.

7.3.4.6 Diseño de la página de Nosotros

Paso 1



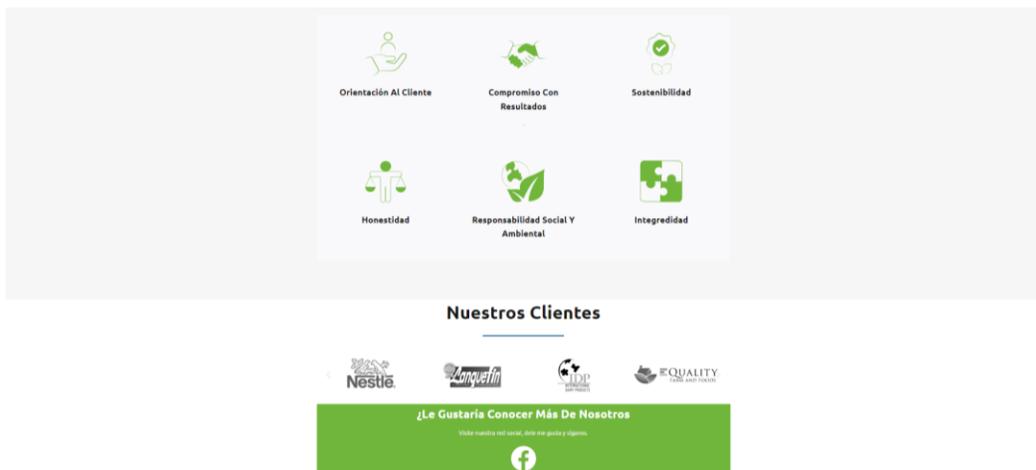
Se cambia la imagen del encabezado por una fotografía de la galería de imágenes de la empresa.

Paso 2



Encada cuadro se coloca la descripción de la empresa, la misión, la visión y quienes somos.

Paso 3



Se colocan los valores de la empresa, los clientes más leales y la llamada de acción para invitar a conocer la empresa por medio de sus redes sociales.

7.3.4.7 Diseño de la página de Productos

Paso 1



Se cambia la imagen del encabezado y se coloca el texto de dando la bienvenida a la sección.

Paso 2



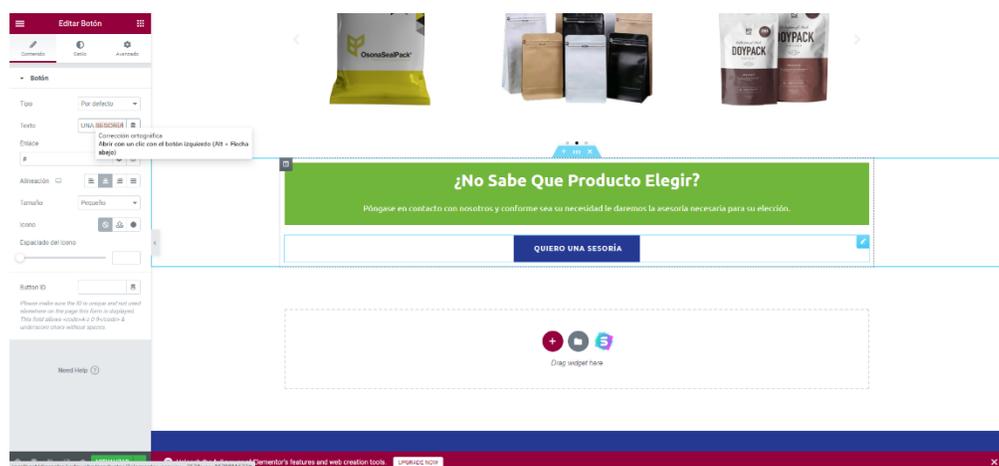
Se coloca el texto de las Tarimas Plásticas con su descripción junto a un carrusel animado donde se encuentran los primeros productos.

Paso 3



Se coloca el texto de Envases Plásticos con su descripción junto al segundo carrusel animado donde se encuentran los productos existentes.

Paso 4



Por último, en la parte inferior de la página se coloca la llamada de acción donde se les indica a los clientes que si necesitan asesoría se pueden comunicar directamente con la empresa.

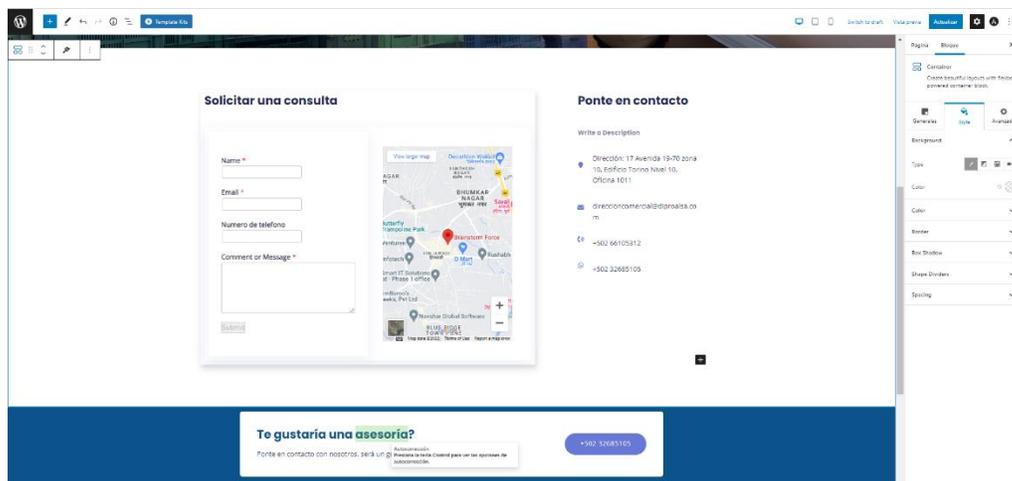
7.3.4.8 Diseño de la página de Contacto

Paso 1



Se edita la imagen del encabezado junto con el texto de bienvenida.

Paso 2



Se personaliza el formulario de contacto, junto a los datos de la empresa y la ubicación, en la parte inferior se coloca la última llamada de acción donde se les indica que si tienen alguna duda se puede comunicar directamente.

7.4 Propuesta Preliminar

7.4.1 Página de Inicio



En la página de inicio de la empresa Diproalsa, se pueden notar los colores corporativos azul y verde, con la tipografía Ubuntu. Los logotipos de los clientes en tonos grises, video donde muestra los productos que comercializa la empresa, fotografías de los productos con medidas de 1000 * 1000 pixeles, la imagen de presentación de 1400 * 900 pixeles y una invitación a que conozcan más la empresa

7.4.2 Página de Nosotros.



En la página de nosotros del sitio web de la empresa Diproalsa, se encuentra la imagen de bienvenida con los 3 cuadros donde se describe la misión, la visión y quiénes somos, con la tipografía Ubuntu. Los valores colocados con los colores corporativos de la empresa, los clientes más activos de la empresa en tonos grises y la invitación a que visiten las redes sociales.

7.4.3 Página de Producto.



En la página de productos del sitio web de la empresa Diprosal, se puede ver la imagen de bienvenida, los textos en azul y negro con la tipografía de la empresa con el carrusel animado donde se muestran los productos con un tamaño de 1000 * 1000 pixeles cada fotografía. En ese apartado se encuentran dos carruseles correspondientes a los productos que comercializa con botones donde se les indican que pueden ver los detalles de cada producto y, por último, una llamada donde se les expresa que pueden tener ayuda en su decisión de compra.

7.4.4 Página de Contacto.

The screenshot shows the contact page layout for Diproalsa. At the top, there is a navigation menu with links for 'Inicio', 'Nosotros', 'Productos', and 'Contacto'. Below the navigation is a large banner image with the text 'Contáctenos' and 'Será un gusto atenderte'. The main content area is divided into three columns:

- Left Column:** A form titled 'Solicitar una consulta' with fields for 'Nombre', 'Email', 'Numero de telefono', and 'Comentario o mensaje'.
- Middle Column:** A map showing the company's location in Guatemala.
- Right Column:** Contact information including the address 'Oficina: 17 Avenida 19-20 zona 18, Oficio Tercero Nivel 10, Oficina 1011', email 'direccioncomercial@diproalsa.com', and phone numbers '+502 6610 5312' and '+502 3268 5195'.

Below the main content is a green call-to-action bar with the text '¿Le gustaría una asesoría?' and a 'Consultar' button. At the bottom is a dark blue footer with the Diproalsa logo, company name, and contact details.

3500 px

En la página de contacto del sitio web de la empresa Diproalsa se puede observar la imagen de bienvenida y en el centro de la página se encuentra las 3 columnas divididas en datos del interesado, la ubicación y los datos de la empresa. Por terminar en una llamada donde el cliente puede solicitar una asesoría directamente.

CAPÍTULO VIII

Validación Técnica



Capítulo VIII: Validación Técnica

Al concluir la propuesta preliminar del sitio web, se da inicio al proceso de validación técnica, consiste en mostrar el proyecto a cliente, expertos y grupo objetivo, el enfoque del trabajo de investigación es mixto, se utiliza un enfoque cuantitativo y cualitativo. El primero sirve para cuantificar los resultados de la encuesta aplicada a los sujetos y a través del enfoque cualitativo se intenta evaluar el nivel de percepción de los encuestados con respecto a la propuesta del diseño.

El instrumento que se utilizó para hacer la validación es la encuesta personal, en ella se crean preguntas basada en la escala de Likert, en selección múltiple, preguntas dicotómicas y de observaciones.

8.1 Población y Muestreo

La población está dividida en 3 grupos: El cliente, grupo objetivo y expertos en comunicación y diseño. La herramienta que se utilizó es una encuesta de respuesta múltiple, preguntas dicotómicas, preguntas basada en la escala de Likert y de texto abierto que se aplicó al cliente, a 20 personas entre hombres y mujeres del grupo objetivo y a 5 Expertos en el área de comunicación y diseño. Las encuestas se realizaron a una muestra de 26 personas que pertenecen a los grupos:

Cliente: Las persona que validó la eficacia del sitio web es la Licda. Carolina Conde, encargada de la empresa Diproalsa.

Expertos: Para hacer la validación de la propuesta del proyecto se tomaron en cuenta a 5 expertos en el área de comunicación y diseño gráfico:

1. Licenciado Arnulfo Guzmán – Licenciado en Comunicación
2. Licenciada Lourdes Donniss – Licenciada en Comunicación

3. Licenciada María Eugenia Aguilar – Licenciada en Comunicación y Diseño
4. Licenciado Erick Estrada – Psicólogo
5. Licenciado Antonio Gutiérrez – Licenciado en Administración de Empresas

Grupo objetivo: Para la validación de la propuesta del proyecto se tomaron en cuenta a 20 personas del grupo objetivo, es un grupo mixto entre las edades de 27 a 37 años a las cuales les interesa comprar productos de calidad, acorde a sus necesidades y a un precio accesible.

8.2 Método e instrumento

Para la validación de la propuesta de diseño el instrumento se usó una encuesta. Que consiste en un procedimiento con el fin de recopilar datos por medio de un cuestionario previamente diseñado. El método que se usó para la encuesta fue la escala tipo Likert, se basa en una forma psicometrica que comúnmente es usada en cuestionarios, donde se coloca grados o niveles en los que la persona encuestada estará de acuerdo o en desacuerdo con la declaración o pregunta. Posteriormente se procesan los resultados obtenidos, es un método cualitativo que produce datos descriptivos (QuestionPro., 2023).

Asimismo, se encuentran preguntas dicotómicas en las que el encuestado responda “sí” o “no” según el encuestado considere. Se elaboró un borrador de la encuesta en un documento Word antes de colocarla en digital para el grupo objetivo (Ver anexo F). La versión digital se realizó a través de la plataforma QuestionPro (Ver Anexo G).

Para facilitar que los encuestados puedan llenarla, fue enviada por correo electrónico y por la red social Whatsapp. En cuestión de los expertos de comunicación y diseño se les hizo llegar un correo donde se solicitó que conforme a su criterio validaran la propuesta y respondieran las distintas preguntas. En el cuerpo del mensaje se adjunta el link de la encuesta y de la propuesta preliminar. Para evidenciar el proceso de validación se incluyen capturas de

pantalla de correos y mensajes de whatsapp. Con el grupo objetivo se lleva un proceso por medio de la red social de Facebook, ya que al momento que solicitaron ver el sitio web se les hizo llegar el link de la encuesta. Para el cliente se realizó una reunión presencial para presentarle la propuesta y así enviar la encuesta por medio de WhatsApp (Ver anexo H).

Para hacer más precisa la encuesta, se lleva a cabo en tres áreas de comunicación y diseño para tener datos más específicos:

Parte objetiva

Parte semiológica

Para operativa

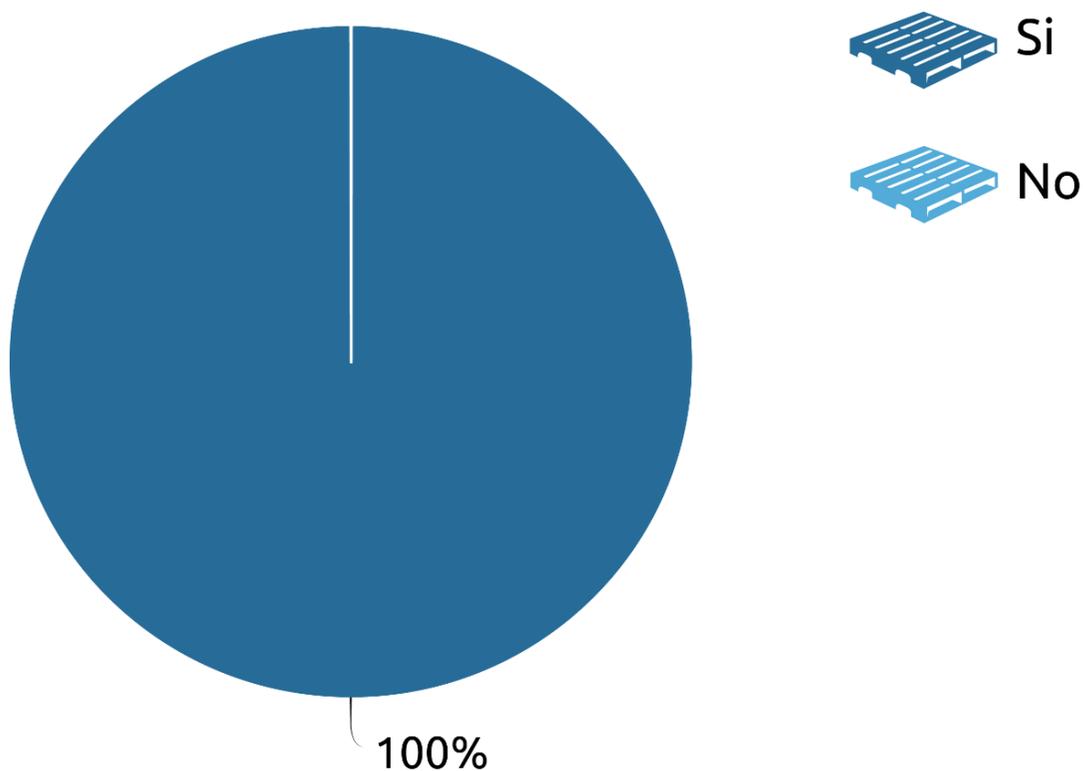
La encuesta es un instrumento de investigación bastante eficaz cuando se quiere tener información relevante. En esta oportunidad está compuesta por 13 preguntas, las cuales se dividen en las 3 partes anteriormente explicadas. Al tener los datos de las personas encuestadas se inicia con su nombre, género, edad y profesión. Al finalizar la encuesta existe un espacio donde cada encuestado puede poner una sugerencia, comentario o crítica personal sobre el diseño, colores, distribución, significado, entre otros datos de interés que haya encontrado en la propuesta.

8.3 Resultados e interpretación de resultados

En este apartado se presentan las gráficas e interpretación de los resultados de los datos obtenidos por medio de las respuestas en el instrumento de validación.

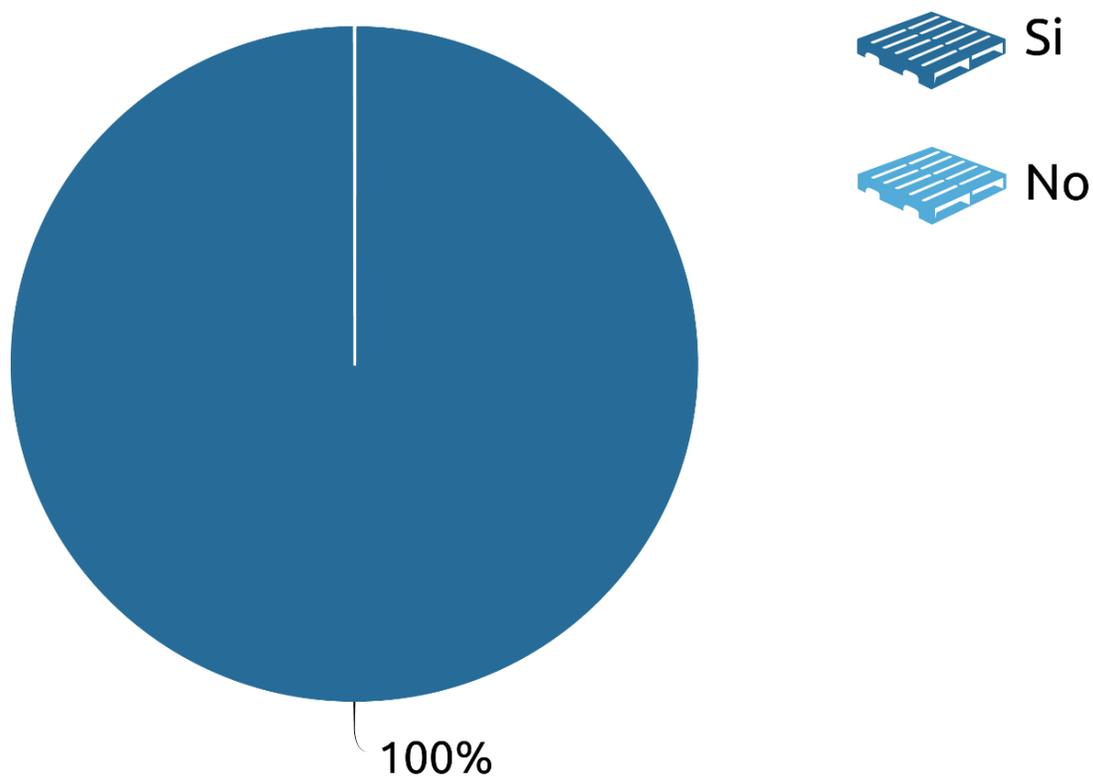
Parte Objetiva:

1. ¿Considera usted necesario desarrollar un sitio web para dar a conocer a personas comprendidas de 27 a 37 años de edad, los productos plásticos que promociona y vende la empresa Diproalsa?



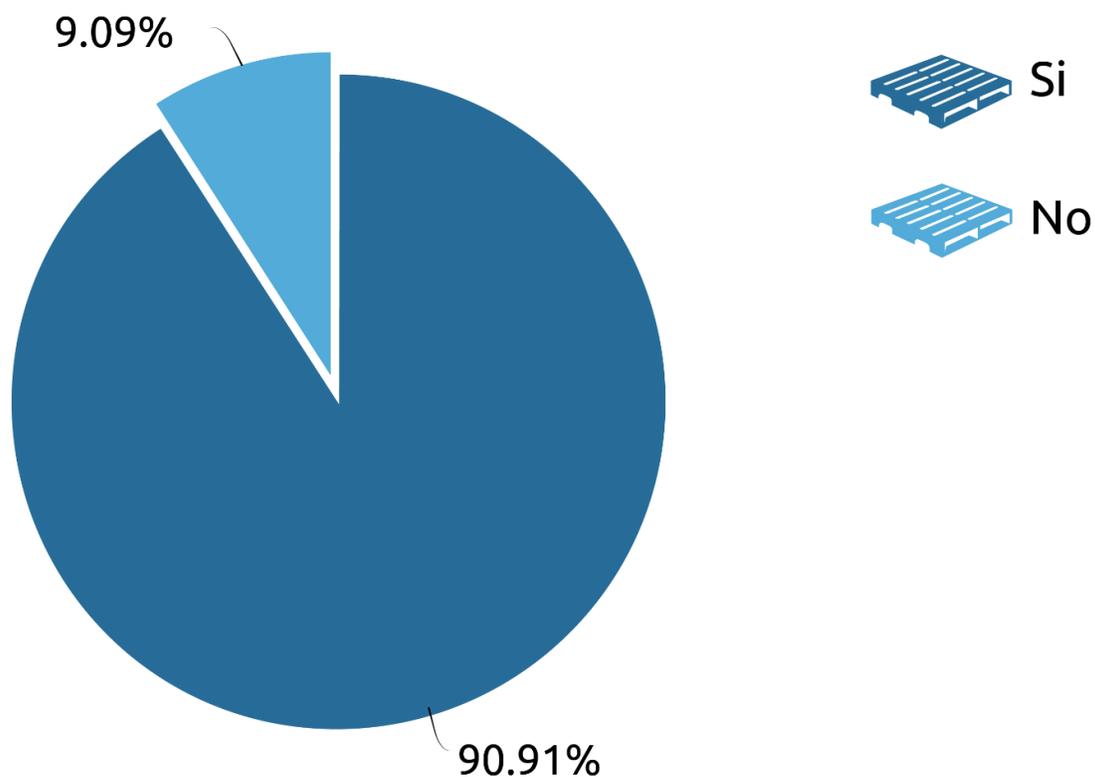
Interpretación: En la gráfica presentada se puede observar que el 100% de los encuestados considera necesario desarrollar un sitio web para dar a conocer a personas comprendidas de 27 a 37 años de edad, los productos plásticos que promociona y vende la empresa Diproalsa.

2. ¿Considera adecuado recopilar información sobre la línea de productos plásticos que vende la empresa Diproalsa por medio de los datos que brinde el cliente a través del brief para integrarlo en el contenido del sitio web?



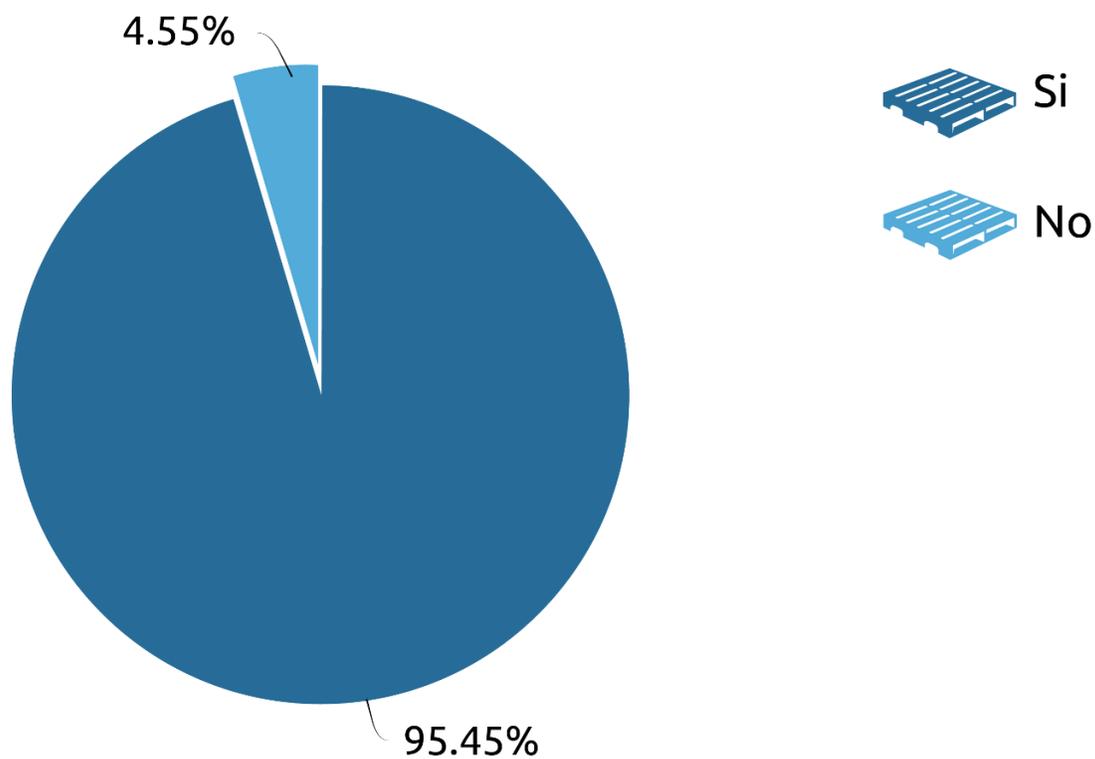
Interpretación: En la gráfica presentada se puede observar que el 100% de los encuestados considera adecuado recopilar información sobre la línea de productos plásticos que vende la empresa Diproalsa, por medio de los datos que brinde el cliente a través del brief para integrarlo en el contenido del sitio web.

3. ¿Considera adecuado investigar las tendencias y las pautas de diseño relacionados con el desarrollo de sitios web a través de referencias bibliográficas para respaldar la veracidad de la propuesta grafica de este proyecto?



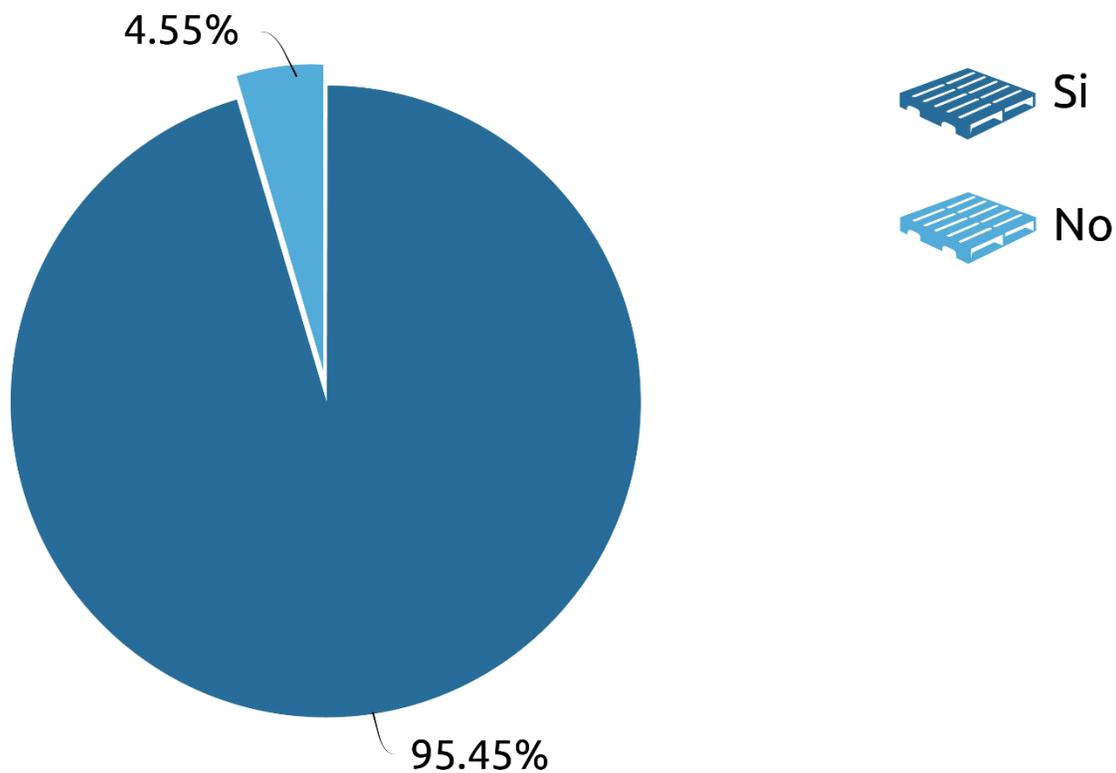
Interpretación: En la gráfica presentada se puede observar cómo el 90.91% de los encuestados considera adecuado investigar las tendencias y las pautas de diseño relacionados con el desarrollo de sitios web a través de referencias bibliográficas para respaldar la veracidad, mientras que el 9.09% no lo considera adecuado.

4. ¿Considera necesario seleccionar del banco de imágenes que tiene el cliente, fotografías de sus productos para mostrar de una manera clara las características y su forma de uso?



Interpretación: En la gráfica presentada se puede observar cómo el 95.45% de los encuestados considera necesario seleccionar del banco de imágenes que tiene el cliente, fotografías de sus productos, mientras que el 4.55% no lo considera necesario.

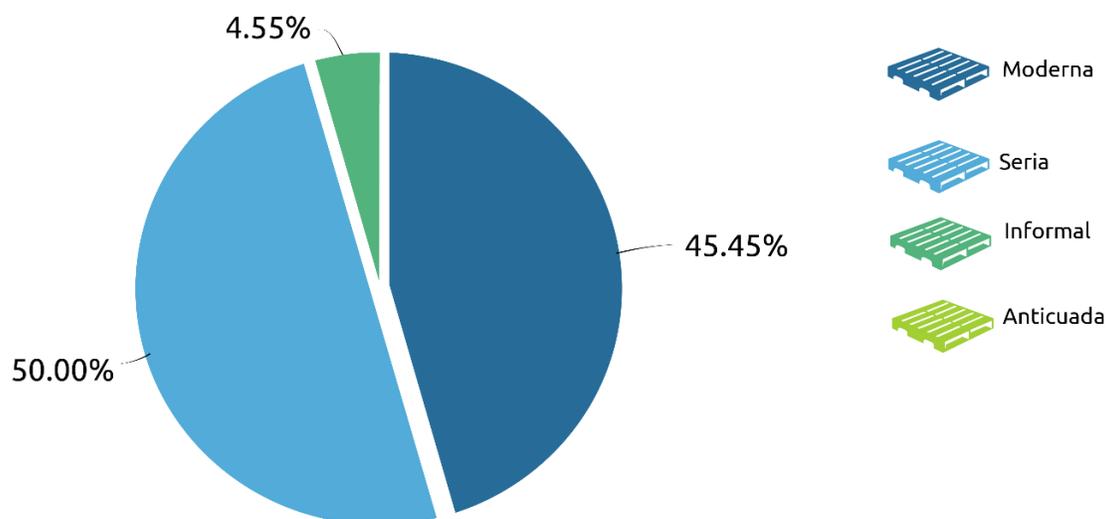
5. ¿Considera adecuado diagramar el contenido de las diferentes secciones del sitio web que permita al grupo objetivo visualizar ordenadamente la información de la empresa y de los productos para que sea fácil de comprenderla?



Interpretación: En la gráfica presentada se puede observar cómo el 95.5% de los encuestados considera adecuado diagramar el contenido de las diferentes secciones del sitio web que permita al grupo objetivo visualizar ordenadamente la información de la empresa y de los productos para que sea fácil de comprenderla, mientras que el 4.55% no lo considera adecuado.

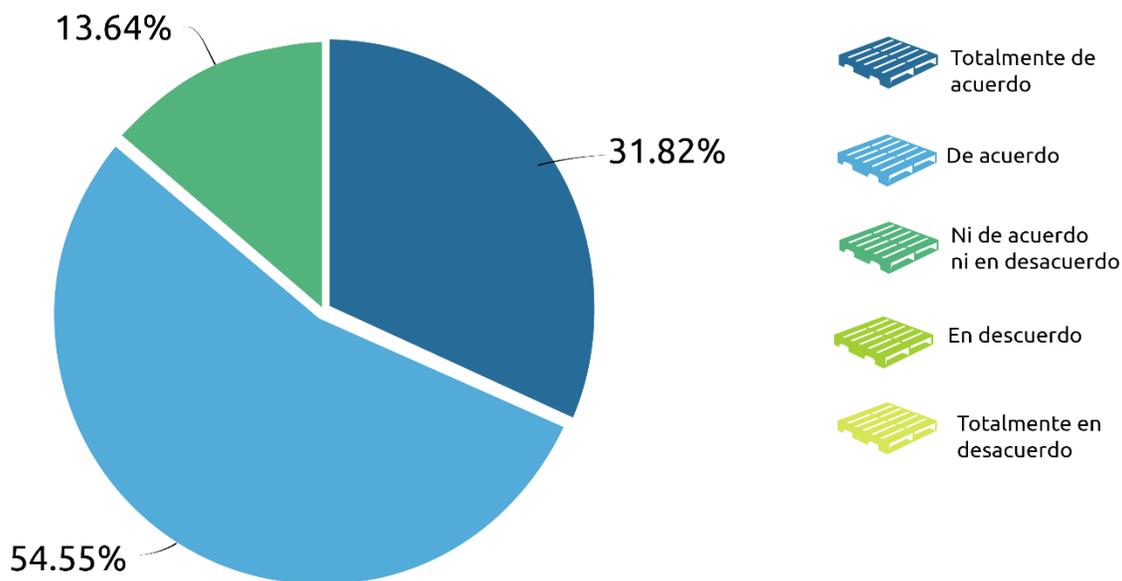
Parte Semiológica:

6. Según su criterio, ¿Los colores azul y verde utilizados en el diseño de la propuesta gráfica proyecta una imagen?



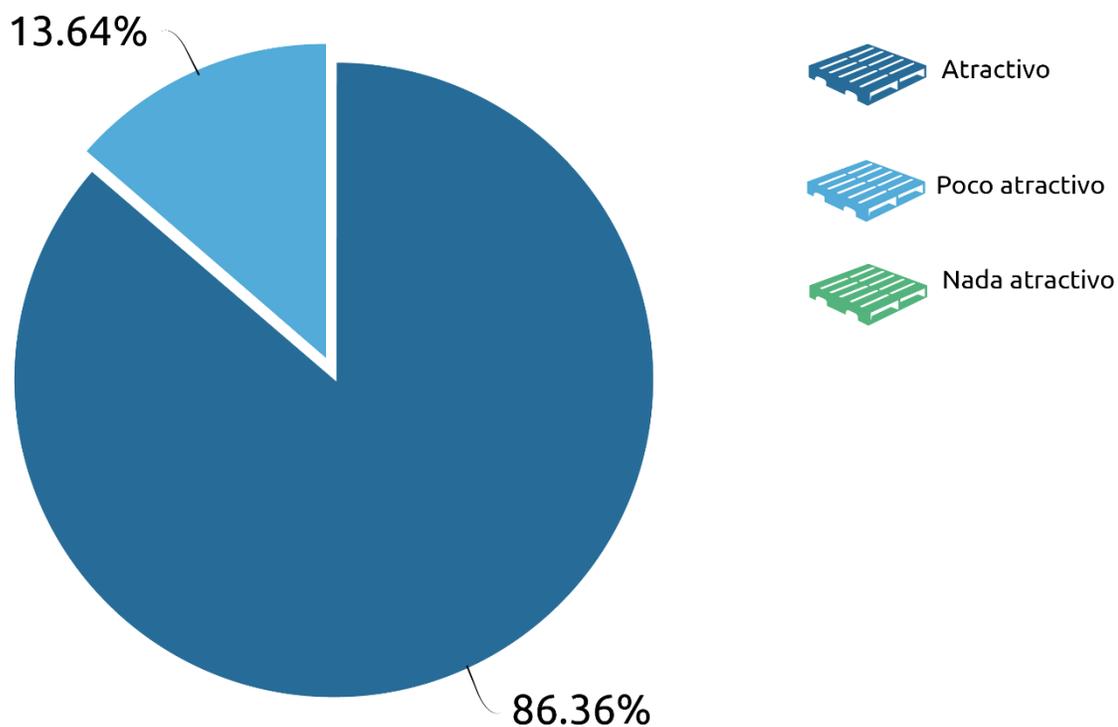
Interpretación: En la gráfica presentada se puede observar cómo el 45.45% de los encuestados considera que los colores azul y verde utilizados en el diseño de la propuesta gráfica proyecta una imagen moderna, el 50.00% la considera seria y el 4.55% informal.

7. La tipografía utilizada ayuda a que la apariencia del sitio web transmita una imagen moderna



Interpretación: En la gráfica presentada se puede observar cómo el 31.82% de los encuestados está totalmente de acuerdo que la tipografía utilizada ayuda a que la apariencia del sitio web transmita una imagen moderna, el 54.55% está de acuerdo y el 13.64% respondió que no está ni de acuerdo ni en desacuerdo.

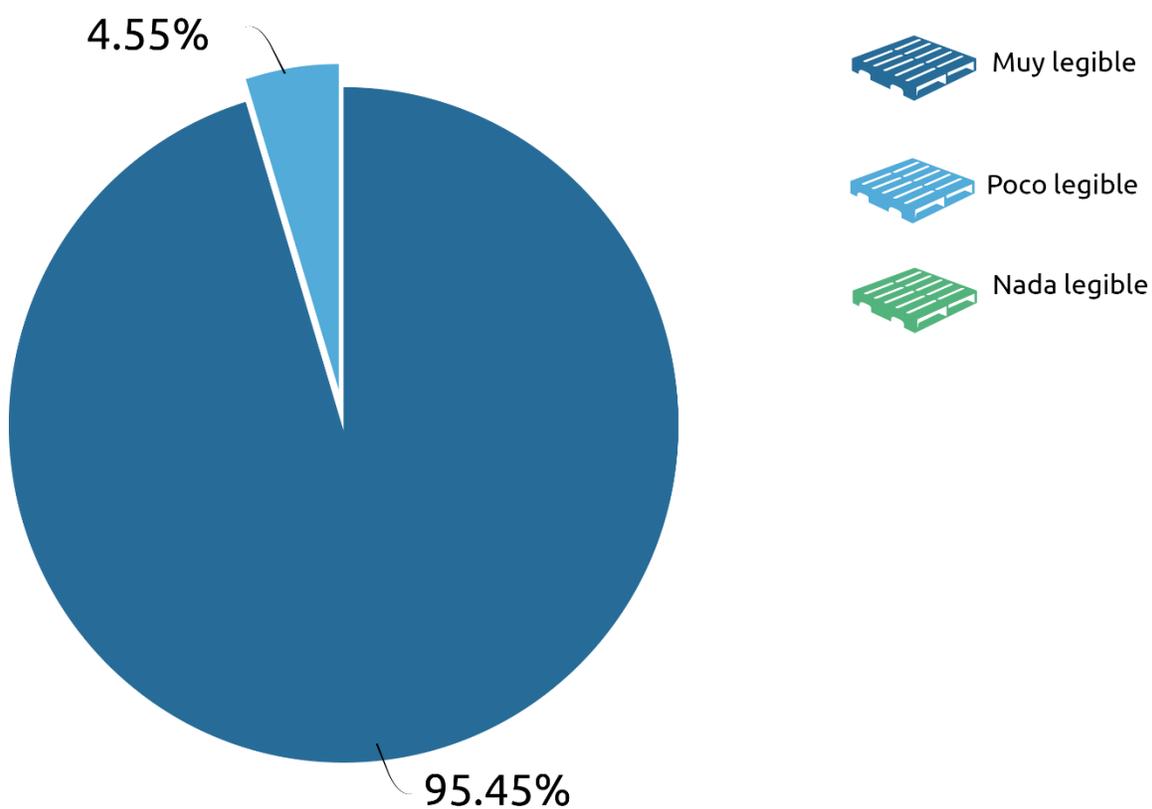
8. ¿Considera que las animaciones presentadas en la propuesta grafica en la página de inicio, contribuye a que el sitio web sea?



Interpretación: En la gráfica presentada se puede observar cómo el 86.36% de los encuestados considera que las animaciones presentadas en la propuesta gráfica en la página de inicio contribuyen a que el sitio web sea atractivo y el 13.64% lo considera poco atractivo.

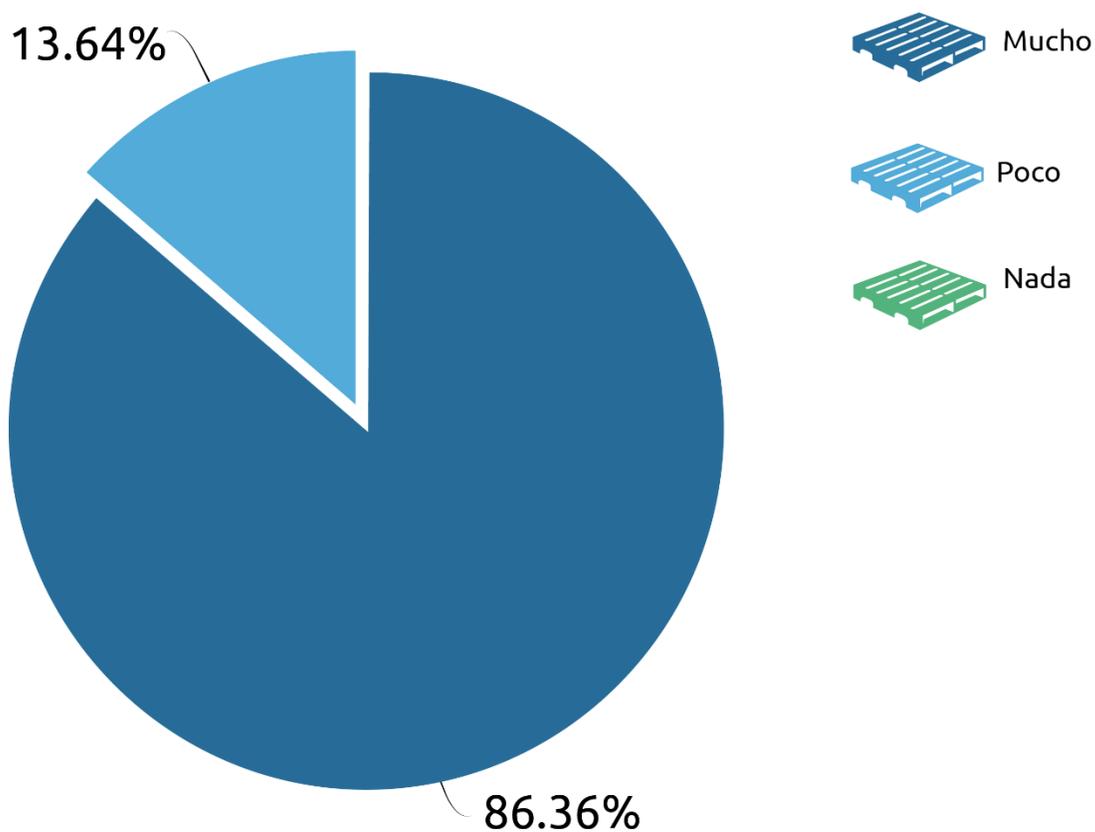
Parte operativa:

9. ¿Considera que la tipografía utilizada en la propuesta gráfica es?



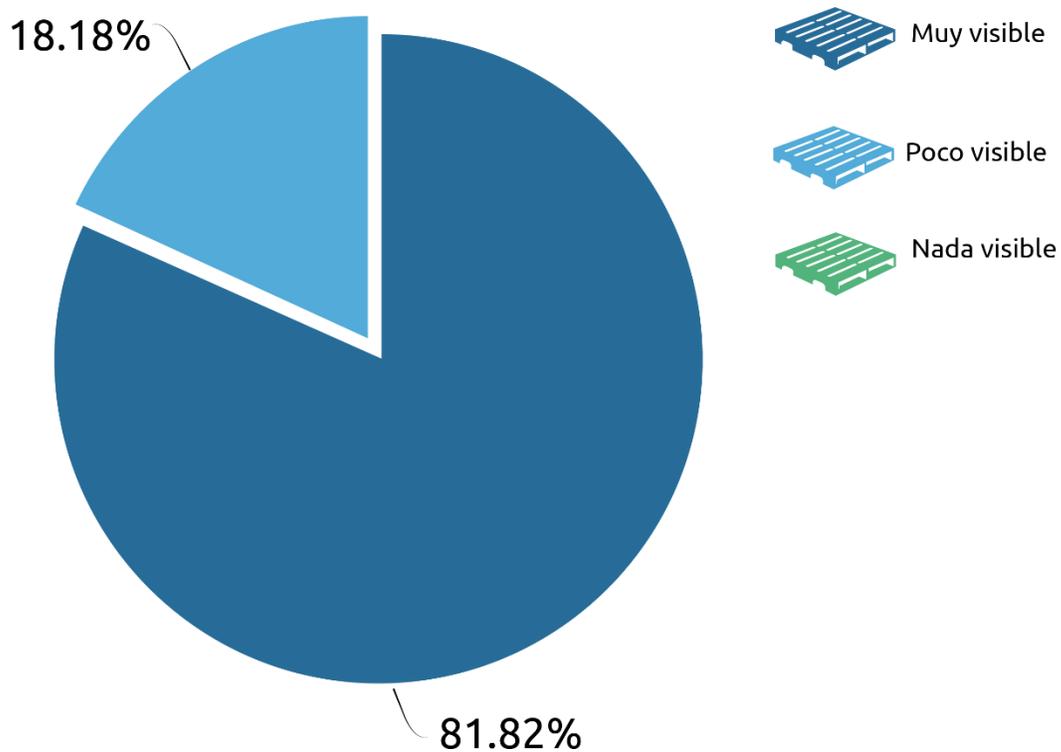
Interpretación: En la gráfica presentada se puede observar cómo el 95.45% de los encuestados considera que la tipografía utilizada en la propuesta gráfica es muy legible y el 4.55% la considera que es poco legible.

10. ¿Considera que los botones presentados en la propuesta gráfica son fáciles de entender y de ubicar?



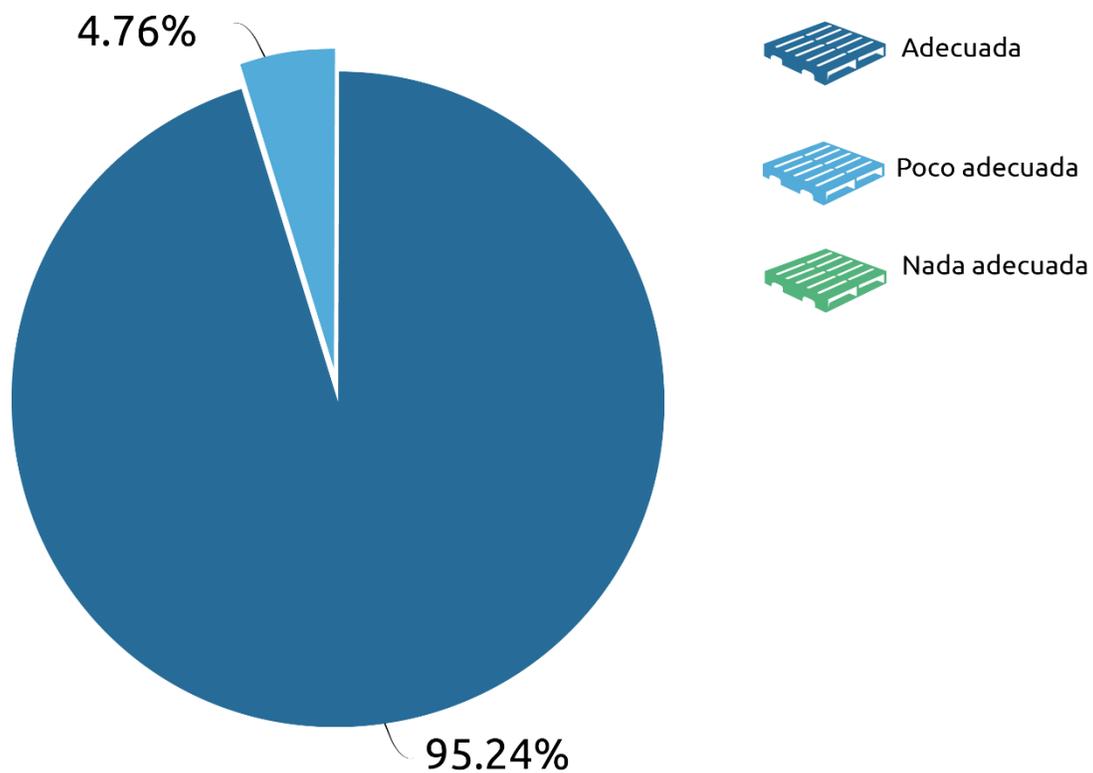
Interpretación: En la gráfica presentada se puede observar cómo el 86.36% de los encuestados considera que los botones presentados en la propuesta gráfica son fáciles de entender y de ubicar, mientras el 13.64% considera que es poco de entender y ubicar.

11. ¿Cree visible las diferentes secciones de las páginas presentadas en la propuesta gráfica?



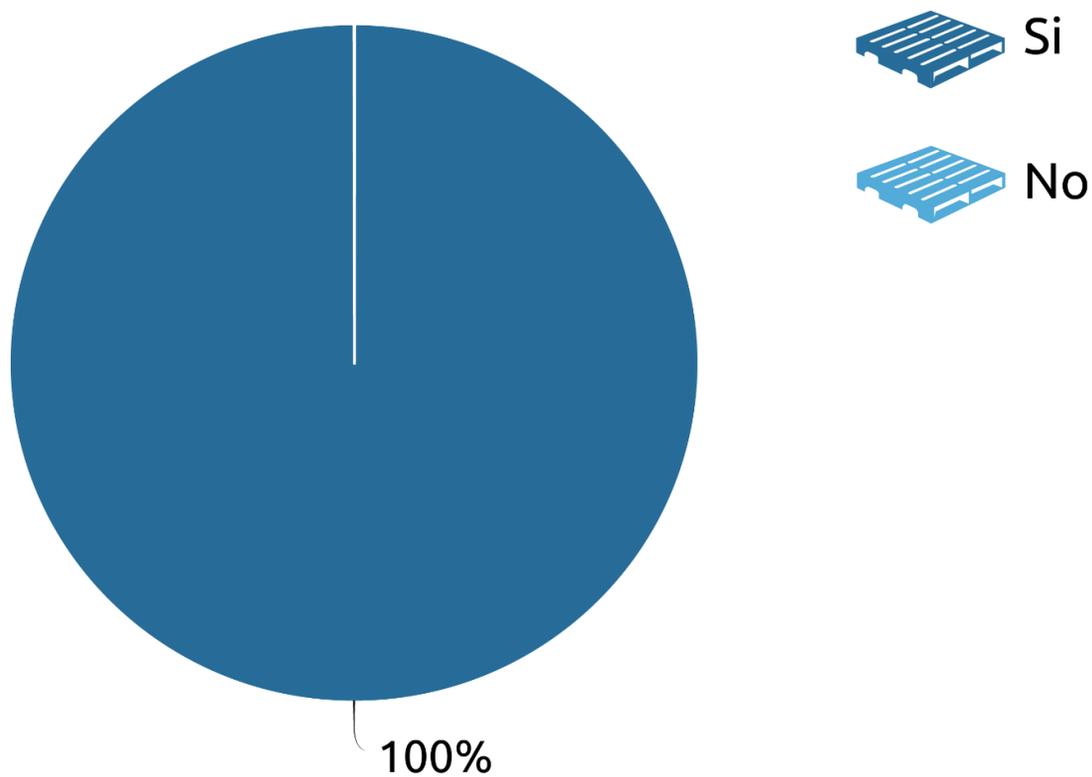
Interpretación: En la gráfica presentada se puede observar cómo el 81.82% de los encuestados cree que son muy visibles las diferentes secciones de las páginas presentadas en la propuesta gráfica y el 18.18 % cree que es poco visible.

12. ¿Considera que la cantidad de fotografías utilizadas en la propuesta gráfica son?



Interpretación: En la gráfica presentada se puede observar cómo el 95.24% de los encuestados considera adecuada la cantidad de fotografías utilizadas en la propuesta gráfica y el 4.76% lo considera que es poco adecuada.

13. Según su criterio, ¿considera que el tamaño de las fotografías presentadas en la propuesta gráfica permite visualizar con claridad los productos en el sitio web?



Interpretación: En la gráfica presentada se puede observar cómo el 100% de los encuestados considera que el tamaño de las fotografías presentadas en la propuesta gráfica permite visualizar con claridad los productos en el sitio web.

Hallazgos importantes:

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

- Cumple con el objetivo general y con cada uno de los objetivos específicos.
- Es necesario cambiar el contexto de las imágenes, no se da a entender la imagen muestra sus usos, pero no el producto ni sus características.
- Es necesario colocar de igual tamaño los iconos, ya que en algunos están grandes y otros pequeños y no se logran apreciar.
- Es necesario colocar el mismo color a los botones que se encuentran en la llamada de acción, evitando el color blanco como fondo y remplazarlo por los colores corporativos de la empresa.

8.4. Cambios con base resultados

Aunque la mayoría de las respuestas de la encuesta fueron positivas, se realizaron cambios mínimos, con la intención de comunicar de manera más efectiva lo que distribuye y vende la empresa.

8.4.1. Página de Inicio

Antes



Después.



Justificación. En la página de inicio se encuentra un Slider con imágenes de 1440*900 pixeles que reflejan lo que la empresa vende y distribuyen, pero no se lo lograba apreciar visualmente. Entonces se decidió diseñar y colocar imágenes de 1440*500 pixeles donde se encuentra el producto con una pequeña descripción, que representará aún más los beneficios de los productos.

8.4.2 Pagina Nosotros

Antes

Nuestros Valores



Después

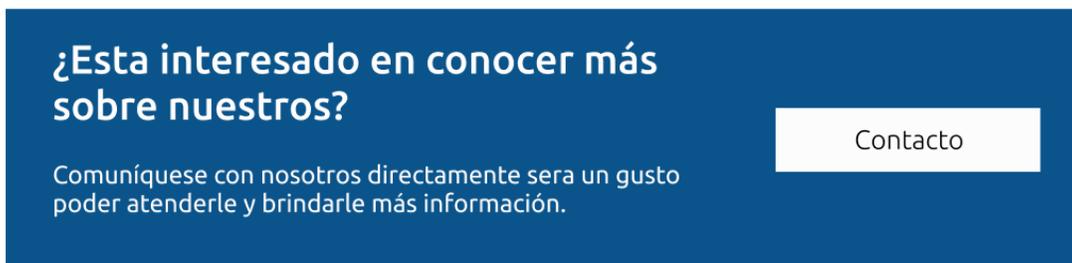
Nuestros Valores



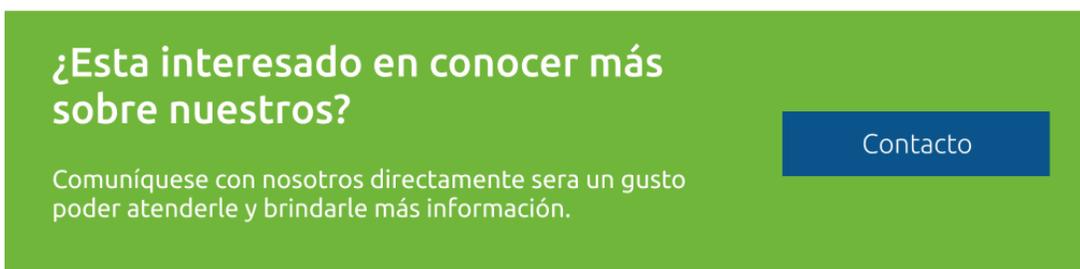
Justificación. En la página sobre nosotros en la sección de valores los iconos se encontraban de diferente tamaño, se decidió colocar a un tamaño de 125 PX para visualizarlos de la mejor manera.

8.4.3 Página de Inicio, producto y contacto

Antes



Después



Justificación. En las páginas del sitio web se encuentran llamadas de acción las cuales se decidió cambiar el color. Para el fondo de colocó el verde y el botón al lado derecho se cambió a un color azul los cuales son los colores corporativos de empresa, con esto se logra una combinación agradable.

CAPÍTULO IX

*Propuesta gráfica
final*



Capítulo IX: Propuesta gráfica final

9.1 Tipografía y colores corporativos de Diproalsa

Ubuntu

Heading

h1. Talana heading

h2. Talana heading

h3. Talana heading

h4. Talana heading

h5. Talana heading

h6. Talana heading

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 0123456789#@!/?;=/()&%

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 0123456789#@!/?;=/()&%

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 0123456789#@!/?;=/()&%

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 0123456789#@!/?;=/()&%

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789#@!/?;=/()&%

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789#@!/?;=/()&%



PANTONE 376 C
 #70b63a
 R = 113 G = 183 B = 57
 C = 61% M = 93% Y = 0% K = 0%

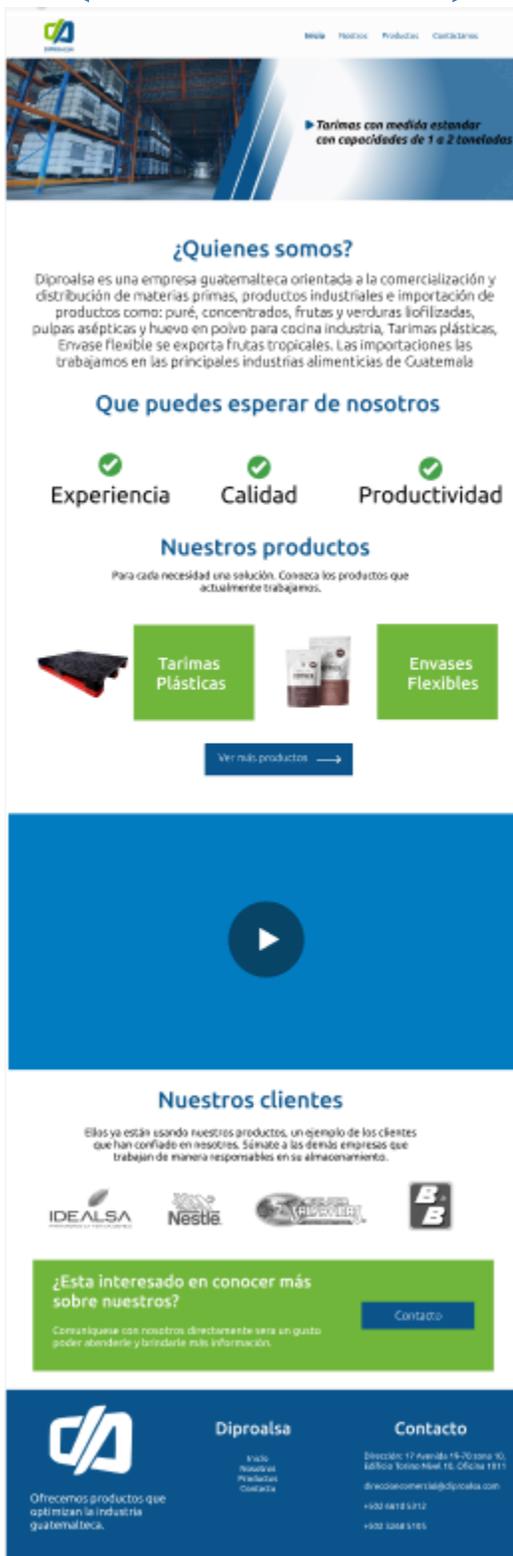


PANTONE 7462 C
 #0a548b
 R = 10 G = 84 B = 139
 C = 93% M = 37% Y = 74% K = 0%

9.2 Propuesta grafica final

Página de Inicio

1440 px



4533 px

9.2 Propuesta grafica final

Página de nosotros

1440 px

Inicio | **Nosotros** | Productos | Contáctanos

Sobre nosotros

Conozcanos

¿Quiénes somos?

Diproalsa es una empresa guatemalteca orientada a la comercialización y distribución de materias primas, productos industriales e importación y exportación de productos.

Nuestra Misión

Diproalsa es una empresa especializada en la comercialización, distribución, importación y exportación de productos alimentos, y materias primas, brindamos productos de alta calidad y precios competitivos para satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

Nuestra Visión

Ser una empresa líder y en continuo crecimiento en el campo de la comercialización y distribución de productos, que se destaque por proporcionar productos de alta calidad y una excelente atención a sus clientes.

Nuestros valores

- Orientación al cliente.
- Compromiso con Resultados.
- Sostenibilidad
- Honestidad
- Responsabilidad social y ambiental.
- Integridad.

Nuestros clientes

Ellos ya están usando nuestros productos, un ejemplo de los clientes que han confiado en nosotros. Súmate a las demás empresas que trabajan de manera responsables en su almacenamiento.

IDEALSA, Nestlé, ALVARADO, B.B.

¿Le gustaría conocer mas de nosotros ?
Visite nuestras redes sociales, dele me gusta y síganos.

Diproalsa

Ofrecemos productos que optimizan la industria guatemalteca.

Inicio | Nosotros | Productos | Contacto

Dirección: 17 Avenida 19-70 zona 10, Edificio Tormenta Nivel 10, Oficina 1031
@diproalsacomercial@Diproalsa.com
+502 6610 5312
+502 3368 5100

3500 px

9.2 Propuesta grafica final

Página de producto

1440 px

The image shows a web page layout for Diproalsa products. At the top, there is a navigation bar with 'Inicio', 'Nosotros', 'Productos', and 'Contactanos'. Below this is a hero section with the title 'Nuestros productos' and the text 'Ofrecemos productos que optimizan la industria guatemalteca'. The main content is divided into two sections: 'Tarimas Plásticas' and 'Envase Flexibles'. Each section features a descriptive paragraph, three product images with their respective titles and brief descriptions, and a 'Ver más' button. At the bottom, there is a green call-to-action box asking '¿No sabe que producto elegir?' with a 'Consulta' button, and a dark blue footer with the company logo, name, and contact information.

Nuestros productos
Ofrecemos productos que optimizan la industria guatemalteca.

Tarimas Plásticas
Las tarimas de plástico que ofrecemos son tarimas termo inyectadas de una variedad de materiales plásticos vírgenes y también de materiales plásticos reciclados. Las tarimas son la mejor solución para sus sistemas logísticos de carga, almacenamiento y distribución de productos o materiales.

- Tarima doble superficie:** Tarimas de doble superficie de alta resistencia. Construcción de una sola pieza, resistente, con un solo nivel de forro y estructura de 110 x 110 cm.
- Tarima One Way:** Tarima de plástico inyectado de una sola pieza, con un nivel de forro y estructura de 110 x 110 cm. Ideal para el transporte de productos pesados de almacenamiento. La profundidad del forro es de 110 mm y el espesor de 11 mm.
- Tarima para uso Rack:** Tarima de plástico inyectado de alta resistencia, diseñada para ser usada en racks de almacenamiento, con un nivel de forro y estructura de 110 x 110 cm.

[Ver más →](#)

Envase Flexibles
Los empaques flexibles son un tipo de empaque hecho con materiales como sustratos de poliolefino, resinas de alta barrera al oxígeno, polipropileno, políster, PVC, PETg, aluminio, papel, entre otros, que facilitan el emvasado y comercialización de productos alimentarios. La preferencia de empaquetar con empaques flexibles se debe a los beneficios que estos ofrecen a los productos de la industria alimentaria.

- Bolsa tipo Coy Pack:** Bolsa de tipo empaque y empaque, diseñada para ser usada en racks de almacenamiento, con un nivel de forro y estructura de 110 x 110 cm.
- Bolsa Flow Pack:** Bolsa de tipo empaque y empaque, diseñada para ser usada en racks de almacenamiento, con un nivel de forro y estructura de 110 x 110 cm.
- Bolsas con Válvula Deshidratadora:** Bolsa de tipo empaque y empaque, diseñada para ser usada en racks de almacenamiento, con un nivel de forro y estructura de 110 x 110 cm.

[Ver más →](#)

¿No sabe que producto elegir?
Póngase en contacto con nosotros y confirmaremos si su necesidad le daremos la asesoría necesaria para su elección.

[Consulta](#)

Diproalsa
Inicio
Nosotros
Productos
Contacto

Contacto
Dirección: 17 Avenida 19-70 zona 10, Edificio Salsos Nivel 10, Oficina 1011
diproalsa@comercial@diproalsa.com
+502 4416 5312
+502 3046 3105

3500 px

9.2 Propuesta grafica final

Página de nosotros

1440 px

The image shows a web page layout for 'Diproalsa' with a width of 1440 px and a height of 3500 px. The page features a navigation menu with 'Inicio', 'Nosotros', 'Productos', and 'Contacto'. The main header has a background image of a person in a warehouse with the text 'Contáctenos' and 'Será un gusto atenderle'. Below this is a 'Solicitar una consulta' section with a form for 'Nombre', 'Email', 'Numero de telefono', and 'Comentario o mensaje'. To the right of the form is a map and a 'Contacto' section with the address: 'Dirección: 17 Avenida 19-70 zona 10, Edificio Torino Nivel 10, Oficina 1011', email 'direccioncomercial@diproalsa.com', and phone numbers '+502 6610 5312' and '+502 3268 5105'. At the bottom, there is a green call-to-action bar with the text '¿Le gustaría una asesoría?' and a 'Consultar' button. The footer contains the Diproalsa logo, the text 'Ofrecemos productos que optimizan la industria guatemalteca.', and the same contact information as the main section.

3500 px

CAPÍTULO X

*Producción,
Reproducción y
distribución*



Capítulo X: Producción, Reproducción y distribución

Como parte fundamental para el desarrollo del sitio web para dar a conocer a personas comprendidas de 27 a 37 años de edad, los productos plásticos que promociona y vende la empresa Diproalsa, es necesario implementar un plan de costos para que la empresa vea las utilidades obtenidas a partir del diseño propuesto.

Para presentar los requerimientos económicos necesarios para la elaboración del proyecto se toman en cuenta los siguientes aspectos:

- 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.

Se toma en cuenta todo el proceso creativo de la propuesta preliminar, lo que incluye la recopilación de información de la empresa, la aplicación de información y el bocetaje. El costo por cada hora trabajada tiene un valor de Q25.00.

DESCRIPCIÓN	SEMANAS	DIAS	HORAS EMPLEADAS	COSTO
Recopilación de información <ul style="list-style-type: none"> • <i>Empresa</i> • <i>Productos o servicios</i> • <i>Comunicación y diseño</i> • <i>Ciencias auxiliares</i> • <i>Artes, teorías y tendencias</i> 	2 semanas	3	18 horas (3 horas por día)	Q450.00
Conceptualización <ul style="list-style-type: none"> • <i>Método</i> • <i>Aplicación del método</i> • <i>Técnica</i> • <i>Definición del concepto</i> 	1 semana	4	12 horas (3 horas por día)	Q300.00
Bocetaje <ul style="list-style-type: none"> • <i>Proceso de bocetaje</i> • <i>Bocetaje formal</i> • <i>Cambios</i> 	2 semanas	3	24 horas (4 horas por día)	Q600.00
Total de costos de elaboración			54 horas	Q1,350.00

10.2 Plan de costos de producción.

En el plan de costos de producción se toma en cuenta el proceso de digitalización, propuesta preliminar y propuesta grafica final. El costo por cada hora trabajada tiene un valor de Q25.00.

DESCRIPCIÓN	SEMANAS	DIAS	HORAS EMPLEADAS	COSTO
Proceso de digitalización <ul style="list-style-type: none"> • <i>Tamaño de formato</i> • <i>Tamaño de imágenes</i> • <i>Tipografía</i> • <i>Paleta de colores</i> - <i>Diseño del sitio web</i> • <i>Diseño de slider página de inicio</i> • <i>Diseño de carrusel página de nosotros</i> • <i>Diseño de Header</i> • <i>Diseño del footer</i> 	2 semanas	4	40 horas (5 horas por día)	Q1,000.00
Propuesta preliminar <ul style="list-style-type: none"> - <i>Diseño de páginas</i> • <i>Inicio</i> • <i>Nosotros</i> • <i>Productos</i> • <i>Contacto</i> 	1 semana	4	16 horas (4 horas por día)	Q400.00
Propuesta grafica final <ul style="list-style-type: none"> - <i>Diseño de páginas</i> 	2 semanas	5	15 horas (3 horas por día)	Q375.00
Total de costos de producción			71 horas	Q1,775.00

10.3 Plan de costos de reproducción

El plan de costos de reproducción no representa ningún costo ya que el diseño del sitio web se realizó en la plataforma WordPress.org que no requiere de ningún costo adicional ya que los datos de acceso los brindo el cliente, el proyecto es entregado de manera digital, en esta ocasión será publicado en el dominio correspondiente al de la empresa que se podrá visualizar desde cualquier dispositivo, el link de la página será enviado por medio de la red social WhatsApp.

DESCRIPCION	COSTO
Costos de reproducción	Q0.00
Total de costos de reproducción	Q0.00

10.4 Plan de distribución

El plan de distribución se toma en cuenta los medios que se utilizó para hacer público el sitio web, ambos medios tienen su valor en dólar. Actualmente el intercambio de dólar a quetzal es de Q7.85.00.

DESCRIPCION	COSTO en \$	COSTO en Q
Single Domain <i>(1 dominio Diproalsa.com y seguridad)</i>	\$254.63 <i>(Por año)</i>	Q1,998.84
Secure Sockets Layer <i>(certificado ssl)</i>	\$30.00 <i>(1 año 2022-2023)</i>	Q235.5
Total de costos de distribución	\$284.63	Q2,234.34

10.5 Margen de utilidad

El margen de utilidad se calcula con un 20% sobre el costo del proyecto.

DESCRIPCION	COSTO
Costos de elaboración	Q1,350.00
Costos de producción	Q 1,775.00
Costos de reproducción	Q0.00
Costos de distribución	Q2,234.34
SUBTOTAL I	Q5,359.34
Margen de utilidad	20%
Total, por margen	Q1,071.86

10.6 IVA

El valor de Impuesto al Valor Agregado (IVA), es el 12% sobre los costos de los planes de elaboración, producción, reproducción, distribución y el margen de utilidad.

DESCRIPCION	COSTO
Costos de elaboración	Q1,350.00
Costos de producción	Q 1,775.00
Costos de reproducción	Q0.00
Costos de distribución	Q2,234.34
SUBTOTAL I	Q5,359.34
Margen de utilidad	Q1,071.86
SUBTOTAL II	Q6,431.2
IVA	12%
Total, por IVA	Q771.74

10.7 Cuadro con resumen general de costos

A continuación, se detalla un resumen de todos los costos, que incluyen costos de elaboración, producción, reproducción, distribución, el margen de utilidad y el IVA.

DESCRIPCION	COSTO
Costos de elaboración	Q1,350.00
Costos de producción	Q 1,775.00
Costos de reproducción	Q0.00
Costos de distribución	Q2,234.34
SUBTOTAL I	Q5,359.34
Margen de utilidad	Q1,071.86
SUBTOTAL II	Q6,431.2
IVA 12%	Q771.74
GRAN TOTAL	Q7,202.94

CAPÍTULO XI

Conclusiones y recomendaciones



Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones

11.1. Conclusiones

11.1.1 Fue posible desarrollar un sitio web para dar a conocer a personas comprendidas de 27 a 37 años de edad, los productos plásticos que promociona y vende la empresa Diproalsa.

11.1.2 Se pudo recopilar toda la información sobre la línea de productos plásticos de la empresa Diproalsa, por medio de los datos que brindó el cliente a través del brief, integrándolo en el contenido del sitio web.

11.1.3 Se puede afirmar que se investigaron las tendencias y las pautas de diseño relacionados con el desarrollo de sitios web, a través de referencias bibliográficas que respaldan la veracidad de la propuesta gráfica de este proyecto.

11.1.4 Se pudo seleccionar del banco de imágenes que tiene el cliente, fotografías de sus productos, las cuales muestran de una manera clara las características y su forma de uso.

11.1.5 Adicionalmente, se pudo diagramar el contenido de las diferentes secciones del sitio web, que permitió al grupo objetivo visualizar ordenadamente la información de la empresa y de los productos, lo que hace que sea fácil de comprenderla.

11.2 Recomendaciones

11.2.1 Se recomienda la actualización del sitio web cada mes, para incluir los productos que se encuentren en existencia y los que pueden requerir los clientes de la empresa Diproalsa.

11.2.2 Las fotografías de cada producto colocado tienen un tamaño específico para su visualización, se recomienda no aumentar ni disminuir el tamaño para que no afecte al momento que el grupo objetivo las visualice.

11.2.3 Para las fotografías se recomienda que sean de una resolución adecuada, para que al momento de colocarlas en el sitio web muestren calidad de imagen y nitidez, asegurándose que cada detalle de la imagen no sea vista con cuadrícula.

11.2.4 Que cada sección de las páginas del sitio web se mantengan visualmente simples, para que la navegación sea intuitiva y fácil de manejar.

CAPÍTULO XII

Conocimiento general



Capítulo XII: Conocimiento general

12.1. Demostración de conocimientos



CAPÍTULO XIII

Referencias



Capítulo XIII: Referencias

13.1 Referencias de libros

Enric Jardí Cincuenta y tantos consejos sobre tipografía. (2021, noviembre 26). Editorialgg.com.

https://editorialgg.com/media/catalog/product/9/7/9788425233395_inside.pdf

Garreta, M., Enric, D., & Pera, M. Diseño centrado en el usuario. Exabyteinformatica.com.

[https://www.exabyteinformatica.com/uoc/Informatica/Interaccion_persona_ordenador/Interaccion_persona_ordenador_\(Modulo_3\).pdf](https://www.exabyteinformatica.com/uoc/Informatica/Interaccion_persona_ordenador/Interaccion_persona_ordenador_(Modulo_3).pdf)

Guía proyecto web en 50 pasos. (2022, noviembre 10). Infolibros.org.

<https://infolibros.org/pdfview/12759-guia-proyecto-web-en-50-pasos-webempresa20/>

Guía sencilla, paso a paso, para crear tu propio sitio web profesional. (2022, noviembre 10).

Infolibros.org. <https://infolibros.org/pdfview/12760-guia-sencilla-paso-a-paso-para-crear-tu-propio-sitio-web-profesional-robort-brandl/>

Manual básico de creación de páginas web. (2022, noviembre 10). Infolibros.org.

<https://infolibros.org/pdfview/12758-manual-basico-de-creacion-de-paginas-web-universidad-de-murcia/>

Manual de tipografía - John Kane. (2021, mayo 18). Issuu.

https://issuu.com/am12211049/docs/manual_de_tipografia_-_john_kane

Persuasión: 33 técnicas de influencia psicológica - Ismael Monzón. (2018, junio 10). *Ismael*

Monzón | Digital Product Manager - Disfruto uniendo experiencia de usuario, marketing y tecnología. <http://www.imonzon.es/persuasion-33-tecnicas-psicologia/>

Power, H. J. (2020). *Comunicacion Persuasiva: 3 Libros en 1 (Persuasion - Manipulacion - Lenguaje Corporal)*. Comunicacion efectiva para controlar instantaneamente cualquier conversacion. Charlie Creative Lab.

Resumen Capítulo I y II Arte y Percepción Visual - Rudolf Arnheim. (2022, junio 7).

1Library.co. <https://1library.co/document/q20px02z-resumen-capitulo-i-y-ii-arte-y-percepcion-visual-rudolf-arnheim.html>

Sensación - Significado y aplicación del color. (2010, diciembre 17). Issuu.

https://issuu.com/cla.arias/docs/sensaci_n_-_significado_y_aplicaci_n_del_color_fin

Sistemas de retículas: un manual para diseñadores gráficos. (2021, abril 6). Issuu.

https://issuu.com/am12211049/docs/sistema_de_reticulas_-_muller_brockmann

13.2 Referencias de sitios web

Bustios, M. (2020, mayo 17). Recorrido visual. Medium. <https://mxfex.medium.com/recorrido-visual-15b93e8016a0>

Comunicación organizacional. (2018, August 23). Enciclopedia Económica. <https://enciclopediaeconomica.com/comunicacion-organizacional/>

Comunicación social. (n.d.). Enciclopedia Online. Retrieved June 26, 2022, from <https://enciclopediaonline.com/es/comunicacion-social/>

Conoce qué es la sociología. (2021, marzo 2). Escuela de Postgrado de la Universidad Católica San Pablo. <https://postgrado.ucsp.edu.pe/articulos/que-es-sociologia/>

Definición de plástico — Definicion.de. (n.d.). Definición.de. Retrieved June 26, 2022, from <https://definicion.de/plastico/>

Empresa. (n.d.). Concepto. Retrieved June 26, 2022, from <https://concepto.de/empresa/>

Esquema. (2020, July 20). Esquema.net. <https://esquema.net/>

Facchin, J. (2020, agosto 27). ¿Qué es un Desarrollador Web y cuáles son sus principales funciones? Webescuela. <https://webescuela.com/desarrollador-web/>

Gustavo, B. (2018, junio 11). ¿Qué es WordPress? Revisión del CMS más popular. Tutoriales Hostinger. <https://www.hostinger.es/tutoriales/que-es-wordpress>

La Teva Web, S. L. (2021, septiembre 1). ¿Qué es el diseño web? Definición, usos y

- Monster Digital Agency. (2021, septiembre 16). Comunicación digital: Qué es y sus características - Epitech España. <https://www.epitech-it.es/comunicacion-digital/>
- Morales, A. (2019, August 12). Qué es la comunicación. Toda Materia. <https://www.todamateria.com/que-es-la-comunicacion/>
- Pola, C. (2021, May 18). ¿Qué es la Comunicación Corporativa y para qué sirve? TAKTIC. <https://taktic.es/que-es-la-comunicacion-corporativa-y-para-que-sirve/>
- Psicología de la comunicación - Blog TECH Guatemala Universidad Tecnológica. (2022, julio 29). Techtitute.com. <https://www.techtitute.com/gt/escuela-de-negocios/blog/psicologia-de-la-comunicacion>
- ¿Qué es Psicología de la imagen? (2021, mayo 25). Preguntasprincipales.com. <https://preguntasprincipales.com/library/lecture/read/348102-que-es-psicologia-de-la-imagen>
- Quintana, C. (2021, October 14). Clientes potenciales: quiénes son, tipos y cómo conseguirlos. Oberlo.com. <https://cl.oberlo.com/blog/clientes-potenciales>
- Significado de Diseño. (2014, October 28). Significados. <https://www.significados.com/disenio/>
- Significado de Exportación. (2015, March 11). Significados. <https://www.significados.com/exportacion/>
- Significado de Importación. (2017, January 17). Significados. <https://www.significados.com/importacion/>

Significado de Producto. (2013, December 24). Significados.

<https://www.significados.com/producto/>

sr_sleepless. (2015, noviembre 19). Las 8 leyes de la simplicidad de John Maeda.

SLEEPYDAYS. <https://www.sleepydays.es/2015/11/leyes-simplicidad-john-maeda.html>

Tipos de comunicación persuasiva. (2022, April 11). Universidad Europea.

<https://universidadeuropea.com/blog/tipos-comunicacion-persuasiva/>

Torres, F. (2018, November 29). Clientes reales y clientes potenciales. Bindiva.

<https://bindiva.com/blog/clientes-reales-clientes-potenciales/>

Westreicher, G. (2020a, July 22). Exportador. Economipedia.

<https://economipedia.com/definiciones/exportador.html>

Westreicher, G. (2020b, July 22). Importador. Economipedia.

<https://economipedia.com/definiciones/importador.html>

CAPÍTULO XIV

Anexos



Capitulo XIV Anexos

14.1 Anexo A

Brief del cliente.



Brief

Datos del estudiante

Nombre del estudiante	Daniela Dulce Victoria Linares Rustrian
No de Carné	19006479
Teléfono	+502 4198-8821
E-mail	Daniela.linares@galileo.edu
Proyecto	Desarrollo de un sitio web para dar a conocer a personas comprendidas de 27 a 37 años de edad los productos plásticos que promociona y vende la empresa Diproalsa Guatemala, Guatemala.

Datos del cliente

Empresa	Diproalsa
Nombre del cliente	Carolina Conde
Teléfono	+ 502 66105312
E-mail	direccioncomercial@diproalsa.com
Antecedentes	Empresa que inicio en el 2011 y que su principal objetivo fue traer productos que no se encontraban en Guatemala, siendo en la actualidad distribuidores de materia primas y de equipamiento industrial para el área de alimentación.
Oportunidad identificada	El sitio web necesita una renovación de contenido, actualizando de los productos que vende actualmente y al momento de hacerlo se van a optimizar sus ventas, la empresa Diproalsa considera que la pagina web principal es toda información que a ellos los caracteriza.

14.1 Anexo A

Brief del cliente.

**Datos de la empresa**

Misión	Diproalsa es una empresa especializada en la comercialización, distribución, importación y exportación de productos alimenticios, y materias primas, brindamos productos de alta calidad y precios competitivos para satisfacer las necesidades de nuestros clientes.
Visión	Ser una empresa líder y en continuo crecimiento en el campo de la comercialización y distribución de productos, que se distinga por proporcionar productos de alta calidad y una excelente atención a sus clientes.
Delimitación geográfica	El departamento de Guatemala limita al norte con Chinautla y San Pedro Ayampuc; al sur con Santa Catarina Pinula y San Miguel Petapa; al este con Palencia y al oeste con Mixco, todos municipios del departamento de Guatemala. Cuenta con una ciudad, la capital Guatemala, que está dividida en 19 zonas municipales, cada una de ellas con sus respectivos barrios y colonias, 15 aldeas y 18 caseríos.
Grupo objetivo	Personas comprendidas entre 27 a 37 años de edad
Principal beneficio al Grupo Objetivo	La transición de un producto tradicional a un producto innovador, brindando calidad, buen servicio, respaldo, entregas a domicilio, garantía y precio
Competencia	La competencia son 4 empresas que distribuyen los mismos productos.
Posicionamiento	La empresa tiene un posicionamiento de innovación y desarrollo en sus productos.
Factores de diferenciación	Modernización y evolución en equipos industriales.
Objetivo de mercado	Optimizar los procesos de la industria guatemalteca
Objetivo de comunicación	Dar a conocer los productos que están actualmente disponible, con la meta de llegar a nuevos clientes.
Mensaje clave a comunicar	Con el desarrollo del sitio web se busca comunicación experiencia, confianza, dando a conocer un producto innovador, fácil en su manejo y funcional, brindando servicio al cliente y compromiso en el proceso de ventas.

14.1 Anexo A

Brief del cliente.



Estrategia de comunicación	Por medio de los contactos en redes sociales se anunciará que la empresa tiene un sitio web desarrollado y actualizado donde los clientes podrá navegar por las diferentes secciones provocando un interés en conocer más de lo que ofrece la empresa.
Reto del diseñador	Poder aumentar las ventas y clientes a través del desarrollo de un sitio web y así lograr tener un posicionamiento en el mercado.
Trascendencia	En la actualización del sitio web primero se analizará cuáles serán los productos que se quitaran, los que van a permanecer y los que se van agregar. Con esto lo que se quiere es dar a conocer los productos que están a la venta actualmente y así evitar que haya equivocación, logrando que la empresa se caracterice por su pronta respuesta, por su atención al cliente y por la confianza en cada producto que van a distribuir.
Materiales a realizar	Fotografías de la biblioteca de imágenes de la empresa y el software WordPress
Presupuesto	Aproximadamente Q5.000.00 para el desarrollo del sitio web.

Datos de la imagen gráfica

Logotipo	
Colores	Pantone 376 C, #70b63a Pantone 7462 C, #0a548b
Tipografía	ubuntu
Forma	Isotipo

14.1 Anexo A

Brief del cliente.



	<p>CONCEPTO ISOTIPO</p> <p>D + P + A +  + </p> <p>Letra-Asociado de "Distribuciones de Productos Alimenticios SA" (DIPRONSA)</p> <p>Rectángulo que emula paquete o caja en la que se distribuyen los productos.</p> <p>Barras que emulan el producto que se distribuye.</p>
	

Firma del cliente:



Carolina Conde
Directora Comercial

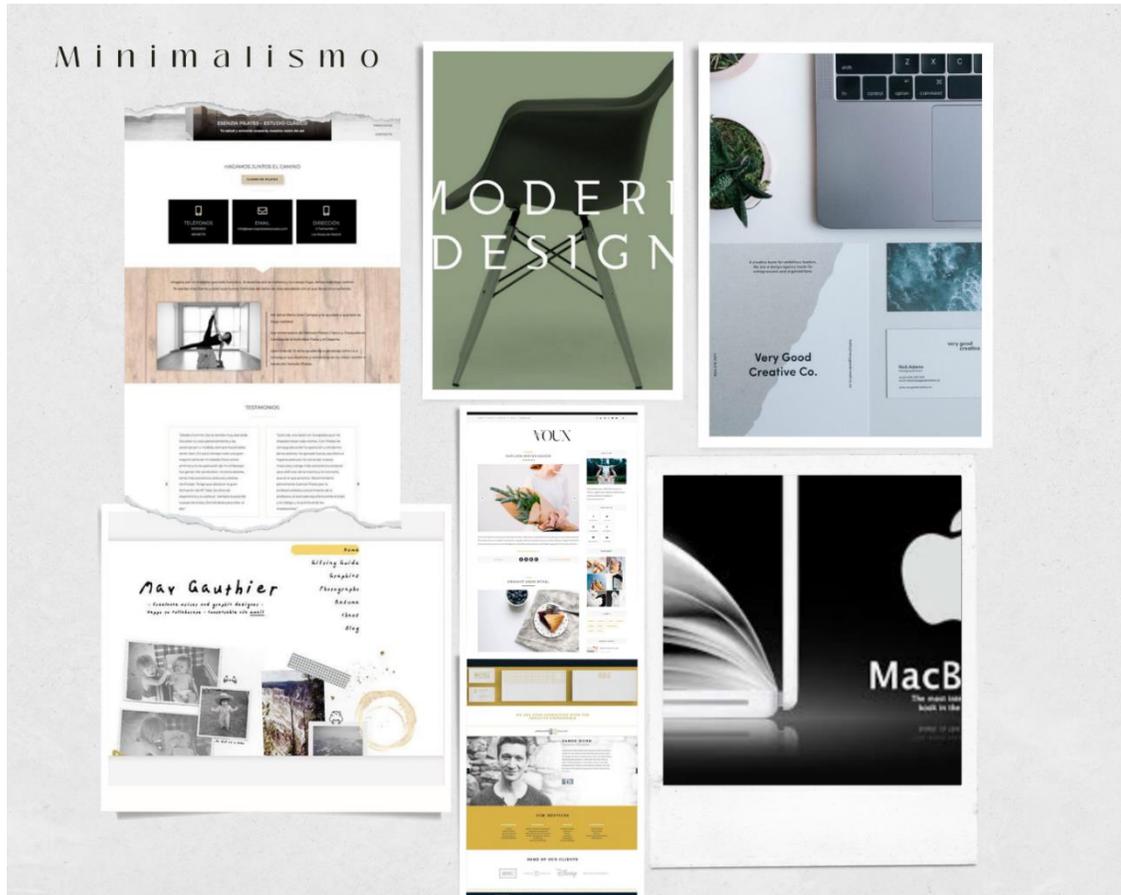
14.2 Anexo B

Tabla de niveles Socio Económicos.

Tabla Niveles Socio Económicos								
Actualización 2018	1.80%		35.40%		62.80%		Indeterminado	
CARACTERÍSTICAS	NIVEL A	NIVEL B	NIVEL C1	NIVEL C2	NIVEL C3	NIVEL D1	NIVEL D2	NIVEL E
Ingresos	+ de Q100,000.00	Q61,200.00	Q25,600.00	Q17,500.00	Q11,900.00	Q7,200.00	Q3,400.00	- de Q1,00.00
Educación padres	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura,	Superior, Licenciatura,	Licenciatura	Media completa	Primaria completa	Sin estudios
Educación hijos	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U del extranjero	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U local, post grado extranjero	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas y post grado extranjero con beca	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas o estatal	Hijos menores escuelas, mayores en U estatal	Hijos en escuela	Hijos en escuela	Sin estudios
Desempeño	Proprietario, Director Profesional exitoso	Empresario, Ejecutivos de alto nivel, Profesional, Comerciantes	Ejecutivo medio, comerciante, vendedor	Ejecutivo, comerciante, vendedor, dependiente	Comerciante, vendedor, dependiente	Obrero, dependiente	Obrero, dependiente	Dependiente o sujeto de caridad
Vivienda	Casa/departamento de lujo, en propiedad, 5-6 recámaras, 4 a 6 baños, 3-4 salas, pantry, alacena, estudios area de servicio separada, garage para 5-6 vehículos	Casa/departamento de lujo, en propiedad, financiado, 3-4 recámaras, 2-3 baños, 2 salas, pantry, alacena, 1 estudio area de servicio separada, garage para 2-4 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio area de servicio, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala,	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1 baños, sala	Casa/cuarto rentado, 1-2 recámaras, 1 baños, sala-comedor	Casa improvisada o sin hogar
Otras propiedades	Finca, casas de descanso en lagos, mar, Antigua, con comodidades	Sitios/terrenos condominios cerca de costas	Sitios/terrenos interior por herencias					
Personal de servicio	Personal de planta, en el hogar, limpieza, cocina, jardín, seguridad y chofer	1-2 personas de tiempo completo, chofer	Por día	Por día, eventual	Eventual			
Servicios financieros	3-4 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC intl, Seguros y ctas en US\$	2-3 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC intl, Seguros y ctas en US\$	1-2 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, 1-2 TC intl, Seguro colectivo salud	1 cta Q monetarios y ahorro, 1 TC local	1 cta Q ahorro, TC local	cta Q ahorro		
Poseiones	Autos del año, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, Lancha, moto acuatica, moto, helicoptero-avion-avioneta	Autos de 2-3 años, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, moto	Autos compactos de 3-5 años, asegurados por Financiera	Auto compacto de 4-5 años, sin seguro	Auto compacto de 8-10 años, sin seguro	moto, por trabajo		
Bienes de comodidad	3 tel minimo, cel cada miembro de la familia, Tv satelital, Internet de alta velocidad, 2 o + equipos de audio, 3-5 TV, maquinas de lavar y secar platos, ropa, computadoras/miembro, seguridad domiciliar, todos los electrodomesticos. Todos los servicios de Internet.	2 tel minimo, cel cada miembro de la familia, TV satelital, internet de alta velocidad, 2 equipos de audio, 3 TV, maquinas de lavar y secar platos ropa, computadora, internet porton eléctrico y todos los electrodomesticos. Todos los servicios de Internet.	1 teléfono, 1-2 celulares, cable, internet, equipo de audio, más de 2 TV, maquina de lavar ropa, computadora/miembro electrodomesticos básicos.	1 teléfono fijo, minimo, 1-2 cel, cable, radio, 2 TV, electrodomesticos básicos	1 teléfono fijo, celular cada miembro mayor, cable, equipo de audio, TV, electrodomesticos básicos	1 cel, cable, radio, TV, electrodomesticos básicos	1 cel, radio, TV, estufa	Radio, cocina de leña.
Diversión	Clubes privados, vacaciones en el exterior.	Clubes privados, vacaciones en el interior o exterior	Cine, CC, parques temáticos locales,	Cine, CC, parques temáticos locales,	Cine eventual, CC, parques, estadio	CC, parques, estadio	Parques	

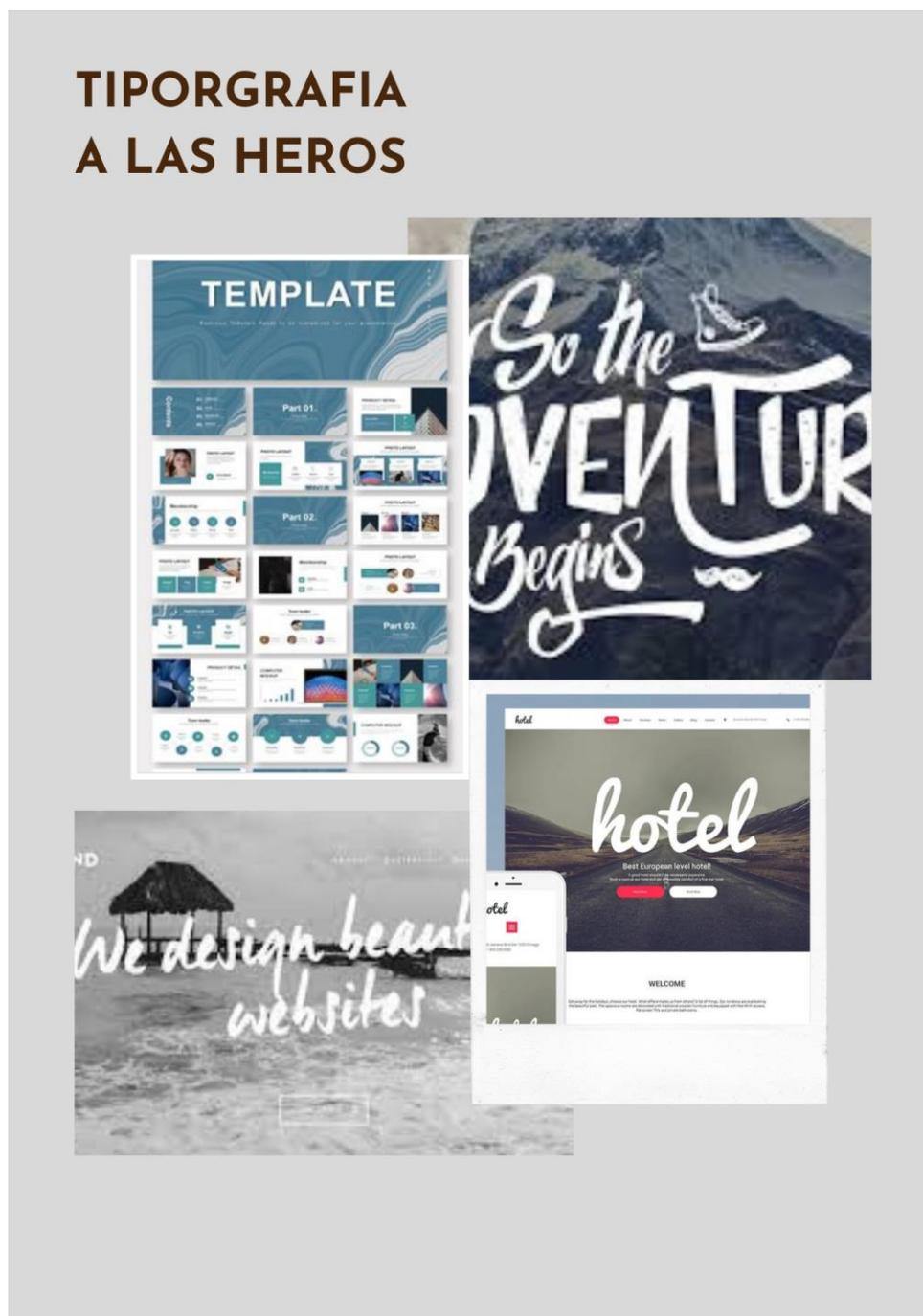
14.3 Anexo C

Tablero de referencias de la tendencia minimalismo.



14.4 Anexo D

Tablero de referencias de la tendencia tipografía a las heros.



14.5 Anexo E

Tablero de referencias de la tendencia animaciones.



14.6 Anexo F

Encuesta de validación.

Modelo de la encuesta



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 style="width: 95%;" type="text"/>
M	<input type="checkbox"/>	Cliente	<input type="checkbox"/>	Profesión	<input style="width: 95%;" type="text"/>
Edad	<input style="width: 30px;" type="text"/>	Grupo Objetivo	<input type="checkbox"/>	Puesto	<input style="width: 95%;" type="text"/>

Encuesta de Validación del proyecto de:

Desarrollo de un sitio web para dar a conocer a personas comprendidas de 27 a 37 años de edad, los productos plásticos que promociona y vende la empresa Diproalsa. Guatemala, Guatemala

Antecedentes:

La empresa Diproalsa fue creada el año 2011, dirigida por Carolina Conde y actualmente se dedica principalmente a la importación y distribución de materias primas para industria alimentaria.

Al visitar la organización se pudo observar que la empresa Diproalsa no cuenta con un sitio web para dar a conocer los productos plásticos que promociona y vende.

Por lo que se ha planteado el objetivo de desarrollar un sitio web para dar a conocer a personas comprendidas de 27 a 37 años de edad, los productos plásticos que promociona y vende la empresa Diproals

14.6 Anexo F

Encuesta de validación.

Instrucciones:

Con base a lo anterior, observe la propuesta de un 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 desarrollar un sitio web para dar a conocer a personas comprendidas de 27 a 37 años de edad, los productos plásticos que promociona y vende la empresa Diproalsa?

SI ___ NO ___

2. ¿Considera adecuado recopilar información sobre la línea de productos plásticos que vende la empresa Diproalsa por medio de los datos que brinde el cliente a través del brief para integrarlo en el contenido del sitio web?

SI ___ NO ___

3. ¿Considera adecuado investigar las tendencias y las pautas de diseño relacionados con el desarrollo de sitios web a través de referencias bibliográficas para respaldar la veracidad de la propuesta grafica de este proyecto?

SI ___ NO ___

4. ¿Considera necesario seleccionar del banco de imágenes que tiene el cliente, fotografías de sus productos para mostrar de una manera clara las características y su forma de uso?

14.6 Anexo F

Encuesta de validación.

SI ___ NO ___

5. ¿Considera adecuado diagramar el contenido de las diferentes secciones del sitio web que permita al grupo objetivo visualizar ordenadamente la información de la empresa y de los productos para que sea fácil de comprenderla?

SI ___ NO ___

Parte Semiológica:

6. Según su criterio, ¿Los colores azul y verde utilizados en el diseño de la propuesta gráfica proyecta una imagen?

Moderna _____ Seria _____ Informal _____ Anticuada _____

7. La tipografía utilizada ayuda a que la apariencia del sitio web transmita una imagen moderna

Totalmente de acuerdo ___ De acuerdo ___ Ni de acuerdo ni en desacuerdo ___

En desacuerdo ___ Totalmente en desacuerdo ___

8. ¿Considera que las animaciones presentadas en la propuesta gráfica en la página de inicio, contribuye a que el sitio web sea?

Atractivo _____ Poco Atractivo _____ Nada Atractivo _____

14.6 Anexo F

Encuesta de validación.

Parte Operativa:

9. ¿Considera que la tipografía utilizada en la propuesta gráfica es?

Muy legible ___ Poco legible ___ Nada legible ___

10. ¿Considera que los botones presentados en la propuesta gráfica son fáciles de entender y de ubicar?

Mucho ___ Poco ___ Nada ___

11. ¿Cree visible las diferentes secciones de las páginas presentadas en la propuesta gráfica?

Muy visible ___ Poco visible ___ Nada visible ___

12. ¿Considera que la cantidad de fotografías utilizadas en la propuesta gráfica son?

Adecuada ___ Poco Adecuada ___ Nada Adecuada ___

13. Según su criterio ¿Considera que el tamaño de las fotografías presentadas en la propuesta gráfica permite visualizar con claridad los productos en el sitio web?

SI ___ NO ___

14.7 Anexo G

Encuesta Formulario digital.



DIPROALSA

Propuesta Gráfica / Validación de Proyecto

Nombre

Genero

Femenino

Masculino

Edad

Profesión

Puesto

Validación de Proyecto

 QuestionPro

14.7 Anexo G

Encuesta Formulario digital.

¿A que grupo pertenece?

- Expertos
- Cliente
- Grupo objetivo

Encuesta de Validación del proyecto de:

Desarrollo de un sitio web para dar a conocer a personas comprendidas de 27 a 37 años de edad, los productos plásticos que promociona y vende la empresa Diproalsa. Guaremala, Guatemala

Antecedentes:

La empresa Diproalsa fue creada el año 2011, dirigida por Carolina Conde y actualmente se dedica principalmente a la importación y distribución de materias primas para industria alimentaria. Al visitar la organización se pudo observar que la empresa Diproalsa no cuenta con un sitio web para dar a conocer los productos plásticos que promociona y vende. Por lo que se ha planteado el objetivo de desarrollar un sitio web para dar a conocer a personas comprendidas de 27 a 37 años de edad, los productos plásticos que promociona y vende la empresa Diproalsa

Instrucciones:

Con base a lo anterior, observe la propuesta gráfica de un sitio web y según su criterio conteste las siguientes preguntas de validación, marcando los espacios en blanco que considere adecuado según su criterio.

Propuesta del Sitio web:

<https://danielalinares1.wixsite.com/propuestasitioweb>

Parte Objetiva

14.7 Anexo G

Encuesta Formulario digital.

¿Considera usted necesario desarrollar un sitio web para dar a conocer a personas comprendidas de 27 a 37 años de edad, los productos plásticos que promociona y vende la empresa Diproalsa?

Si

No

¿Considera adecuado recopilar información sobre la línea de productos plásticos que vende la empresa Diproalsa por medio de los datos que brinde el cliente a través del brief para integrarlo en el contenido del sitio web?

Si

No

¿Considera adecuado investigar las tendencias y las pautas de diseño relacionados con el desarrollo de sitios web a través de referencias bibliográficas para respaldar la veracidad de la propuesta grafica de este proyecto?

Si

No

¿Considera necesario seleccionar del banco de imágenes que tiene el cliente, fotografías de sus productos para mostrar de una manera clara las características y su forma de uso?

Si

No

¿Considera adecuado diagramar el contenido de las diferentes secciones del sitio web que permita al grupo objetivo visualizar ordenadamente la información de la empresa y de los productos para que sea fácil de comprenderla?

Si

Validación de Proyecto 

14.7 Anexo G

Encuesta Formulario digital.

No

Parte Semiológica

Según su criterio, ¿Los colores azul y verde utilizados en el diseño de la propuesta gráfica proyecta una imagen?

Moderna

Seria

Informal

Anticuada

La tipografía utilizada ayuda a que la apariencia del sitio web transmita una imagen moderna

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

En desacuerdo

Totalmente en desacuerdo

¿Considera que las animaciones presentadas en la propuesta grafica en la página de inicio, contribuye a que el sitio web sea?

Atractivo

Poco atractivo

Nada atractivo

14.7 Anexo G

Encuesta Formulario digital.

Parte Operativa

¿Considera que la tipografía utilizada en la propuesta gráfica es?

- Muy legible
- Poco legible
- Nada legible

¿Considera que los botones presentados en la propuesta gráfica son fáciles de entender y de ubicar?

- Mucho
- Poco
- Nada

¿Cree visible las diferentes secciones de las páginas presentadas en la propuesta gráfica?

- Muy visible
- Poco visible
- Nada visible

¿Considera que la cantidad de fotografías utilizadas en la propuesta gráfica son?

- Adecuada
- Poco adecuada
- Nada adecuada

14.7 Anexo G

Encuesta Formulario digital.

Según su criterio ¿Considera que el tamaño de las fotografías presentadas en la propuesta gráfica permite visualizar con claridad los productos en el sitio web?

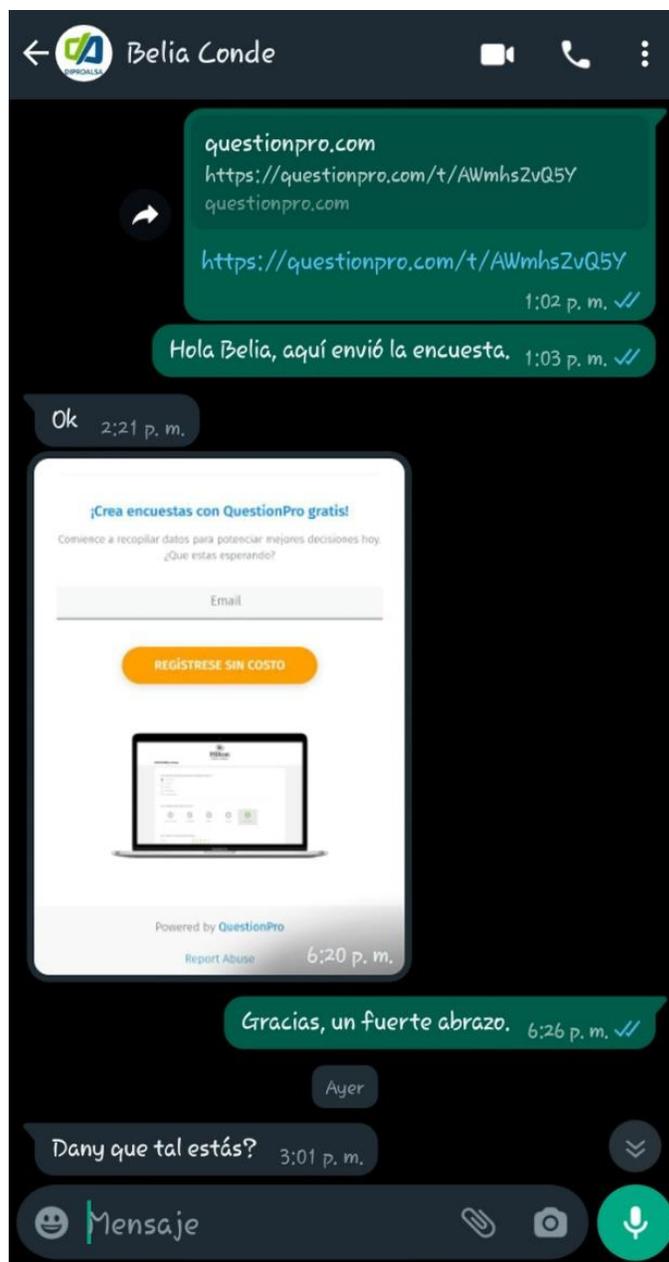
- Sí
- No

De antemano se agradece la atención y el tiempo brindado para contestar esta encuesta. Si en caso usted tiene alguna sugerencia, comentario o crítica personal puede hacerlo en el siguiente espacio:

14.8 Anexo H

Evidencia de validación de cliente, expertos y grupo objetivo.

Captura de pantalla para la validación del cliente, Licda Belia Conde – Directora Comercial de la empresa Diproalsa.



14.8 Anexo H

Captura de pantalla del correo electrónico para la validación del experto, Lic. Arnulfo Guzmán – Comunicólogo.

Validación de proyecto para graduación Recibidos x ✕ 🖨 📧

D Daniela Dulce Victoria Linares Rustrian <daniela.linares@...> mar, 8 nov 2022, 10:25 ☆ ↶ ⋮
para Arnulfo ▾

Buen día Licenciado. Reciba un cordial saludo.

Me comunico por este medio para saber si usted pudiera ser parte de los expertos que validaran mi proyecto de graduación, se fuese así aquí abajo dejo el link de la encuesta con la propuesta grafica incluida.

[Encuesta de Validación del proyecto](#)

De antemano muchas gracias por su apoyo.

Att: Daniela Dulce Victoria Linares Rustrian - 19006479, Sección B4

 **Arnulfo Guzman** <arnulfo@galileo.edu> mar, 8 nov 2022, 12:05 ☆ ↶ ⋮
para mí ▾

Listo patoja, ahí está respondida la encuesta.

Espero y le vaya muy bien en su proceso de finalización de proyecto.



M.Sc. Arnulfo Guzmán
Catedrático

(502) 59141480
arnulfo@galileo.edu

Galileo
UNIVERSIDAD
LA REVOLUCIÓN DE LA EDUCACIÓN

GRACIAS! MUCHAS GRACIAS. OK.

↶ Responder ↷ Reenviar

14.8 Anexo H

Captura de pantalla del correo electrónico para la validación del experto, Licda. María Aguilar - Licenciada en Comunicación y Diseño Gráfico.

Validación de proyecto de graduación Recibidos x   

 **Daniela Dulce Victoria Linares Rustrian** <daniela.linares@...> lun, 7 nov 2022, 10:34   
para Claudia, María, Lourdes ▼

Buen día Licenciada. Reciba un cordial saludo.

Me comunico por este medio para saber si usted pudiera ser parte de los expertos que validaran mi proyecto de graduación, se fuese así aquí abajo dejo el link de la encuesta con la propuesta grafica incluida.

[Encuesta de Validación del proyecto](#)

De antemano muchas gracias por su apoyo.

Att: Daniela Dulce Victoria Linares Rustrian - 19006479, Sección B4

 **Maria Eugenia Aguilar Melgar** <mariaguilar@galileo.edu> jue, 10 nov 2022, 14:35   
para mí ▼

Hoy te envíe la validación, disculpa la demora, pero no la había visto, tengo muchos correos de mis estudiantes estos días y se había quedado muy abajo,



...

14.8 Anexo H

Captura de pantalla del correo electrónico para la validación del experto, Licda. Lourdes Donis – Licenciada en Comunicación.

Validación de proyecto de graduación Recibidos x   

 **Daniela Dulce Victoria Linares Rustrian** <daniela.linares@...> lun, 7 nov 2022, 10:34   
para Claudia, María, Lourdes ▾

Buen día Licenciada. Reciba un cordial saludo.

Me comunico por este medio para saber si usted pudiera ser parte de los expertos que validaran mi proyecto de graduación, se fuese así aquí abajo dejo el link de la encuesta con la propuesta grafica incluida.

[Encuesta de Validación del proyecto](#)

De antemano muchas gracias por su apoyo.

Att: Daniela Dulce Victoria Linares Rustrian - 19006479, Sección B4

 **Lourdes Donis** <lourdesdonis@galileo.edu> 16 nov 2022, 12:13   
para mí ▾

Buenos días Dulce,
su validación está llena. Buen proyecto. Exitos en su proceso.

--
--

Saludos cordiales,

Lourdes L. Donis S., M.Sc.
www.about.me/lourdesdonis

MUCHAS GRACIAS. GRACIAS! MUCHISIMAS GRACIAS.

← Responder → Reenviar

14.8 Anexo H

Captura de pantalla del correo electrónico para la validación del experto, Lic. Erick Estrada – Psicólogo.

Validación de proyecto Recibidos x ✕ 🖨 📧

D Daniela Dulce Victoria Linares Rustrian <daniela.linares@g...> vie, 2 dic 2022, 17:29 ☆ ↶ ⋮
para Erick ▾

Buen tarde Licenciado. Reciba un cordial saludo.

Me comunico por este medio para saber si usted pudiera ser parte de los expertos que validaran mi proyecto de graduación, se fuese así aquí abajo dejo el link de la encuesta con la propuesta grafica incluida.

[Encuesta de validación de proyecto](#)

De antemano muchas gracias por su apoyo.

Att: Daniela Dulce Victoria Linares Rustrian - 19006479, Sección B4

E Erick Estrada <erickestrada@galileo.edu> dom, 4 dic 2022, 19:28 ☆ ↶ ⋮
para mí ▾

Buenas noches Daniela, gusto en saludarle, muy buen trabajo le deje mi comentario en la encuesta. Favor confirmar la recepción de la información.
Respetuosamente,
Erick Estrada



14.8 Anexo H

Captura de pantalla del correo electrónico para la validación del experto, Lic. Antonio Gutiérrez – Licenciado en Administración de Empresas.

Validación de proyecto Recibidos x

D Daniela Dulce Victoria Linares Rustrian <daniela.linares@g...> vie, 2 dic 2022, 17:26
para Rafael ▾

Buen tarde Licenciado. Reciba un cordial saludo.

Me comunico por este medio para saber si usted pudiera ser parte de los expertos que validaran mi proyecto de graduación, se fuese así aquí abajo dejo el link de la encuesta con la propuesta grafica incluida.

[Encuesta de validación de proyecto](#)

De antemano muchas gracias por su apoyo.

Att: Daniela Dulce Victoria Linares Rustrian - 19006479, Sección B4

R Rafael Antonio Gutierrez Herrera <ragutierrez@galileo.edu> lun, 5 dic 2022, 8:24
para mí ▾

Buenos días Srita. Daniela Dulce Victoria,

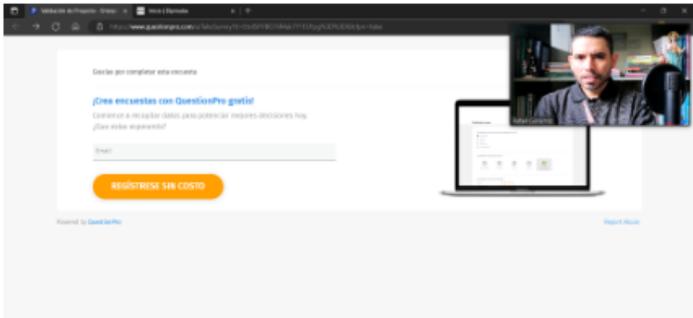
Dios la bendiga. Con todo gusto.

Ya revisé su proyecto y contesté la encuesta virtual que me compartió.

Le envío imágenes como evidencia. Felicitaciones.

Ánimo y adelante.

Mgtr. Antonio Gutierrez M.Ed.
Profesor



The screenshot shows a web browser window with a survey page. The page title is 'Gracias por completar esta encuesta' (Thank you for completing this survey). Below the title, it says '¡Free encuestas con QuestionPro gratis!' (Free surveys with QuestionPro free!). There is a text input field and a button labeled 'REGÍSTRASE SIN COSTO' (REGISTER WITHOUT COST). To the right of the survey page, there is a video call window showing a man speaking. The browser's address bar shows a URL starting with 'www.questionpro.com'.

14.8 Anexo H

Captura de pantalla de chat con persona del grupo objetivo, Lucero Perez – Emprendedora.



14.8 Anexo H

Captura de pantalla de chat con persona del grupo objetivo, Thelma Gonzales – Creadora de contenido visual.

