



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Diseño de sitio web para dar a conocer los servicios de comunicación y diseño que ofrece a sus clientes reales y potenciales la empresa La doña H2O.

Guatemala, Guatemala 2019

PROYECTO DE GRADUACIÓN

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

ELABORADO POR:

Cristian Gerardo Ambrocio Olivares

15002360

Para optar al título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción, abril 2019

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Diseño de sitio web para dar a conocer los servicios de comunicación y diseño que ofrece a sus clientes reales y potenciales la empresa La doña H2O.

Guatemala, Guatemala 2019

PROYECTO DE GRADUACIÓN

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

ELABORADO POR:

Cristian Gerardo Ambrocio Olivares

15002360

Para optar al título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción, abril 2019

Autoridades

RECTOR

Dr. Eduardo Suger Cofiño

VICERRECTORA GENERAL

Dra. Mayra de Ramírez

VICERRECTOR ADMINISTRATIVO

Lic. Jean Paul Suger Castillo

SECRETARIO GENERAL

Lic. Jorge Retolaza

DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Lic. Laizer kachler

VICEDECANO FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Lic. Rualdo Anzueto, M.Sc.


Guatemala 18 de abril de 2018

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

Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado:
DISEÑO DE SITIO WEB PARA DAR A CONOCER LOS SERVICIOS DE COMUNICACIÓN Y DISEÑO QUE OFRECE A SUS CLIENTES REALES Y POTENCIALES LA EMPRESA LA DOÑA H2O, GUATEMALA, GUATEMALA 2019. Así mismo solicito que la Ms.C. Wendy Franco sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,


Cristian Gerardo Ambrocio Olivares
15002360


Ms.C. Wendy Franco
Asesora



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 07 de mayo de 2018

Señor:
Cristian Gerardo Ambrocio Olivares
Presente

Estimado Señor Ambrocio:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE SITIO WEB PARA DAR A CONOCER LOS SERVICIOS DE COMUNICACIÓN Y DISEÑO QUE OFRECE A SUS CLIENTES REALES Y POTENCIALES LA EMPRESA LA DOÑA H2O, GUATEMALA, GUATEMALA 2019**. Así mismo, se aprueba a la Ms.C. Wendy Franco, como asesora de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler

Decano

Facultad de Ciencias de la Comunicación



FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 11 de febrero de 2019

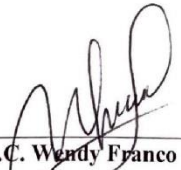
Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE SITIO WEB PARA DAR A CONOCER LOS SERVICIOS DE COMUNICACIÓN Y DISEÑO QUE OFRECE A SUS CLIENTES REALES Y POTENCIALES LA EMPRESA LA DOÑA H2O, GUATEMALA, GUATEMALA 2019**. Presentado por el estudiante: Cristian Gerardo Ambrocio Olivares, con número de carné: 15002360, 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,



Ms. C. Wendy Franco
Asesora



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 20 de marzo de 2019

**Señor
Cristian Gerardo Ambrocio Olivares
Presente**

Estimado Señor Ambrocio:

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

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación

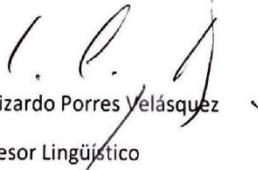
Ciudad de Guatemala, 25 de abril de 2019.

Licenciado
Leizer Kachler
Decano FACOM
Universidad Galileo
Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: ***DISEÑO DE SITIO WEB PARA DAR A CONOCER LOS SERVICIOS DE COMUNICACIÓN Y DISEÑO QUE OFRECE A SUS CLIENTES REALES Y POTENCIALES LA EMPRESA LA DOÑA H2O. GUATEMALA, GUATEMALA 2019***, del estudiante Cristian Gerardo Ambrocio Olivares, 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 Revelación en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 01 de mayo de 2018

Señor:
Cristian Gerardo Ambrocio Olivares
Presente

Estimado Señor Ambrocio:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE SITIO WEB PARA DAR A CONOCER LOS SERVICIOS DE COMUNICACIÓN Y DISEÑO QUE OFRECE A SUS CLIENTES REALES Y POTENCIALES LA EMPRESA LA DOÑA H2O, GUATEMALA, GUATEMALA 2019**. Presentado por el estudiante: Cristian Gerardo Ambrocio Olivares, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciado en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación

Sinopsis

A través del acercamiento con la empresa La doña H2O se identificó que no cuenta con un sitio web para dar a conocer los servicios que ofrece para sus clientes reales y potenciales. Por lo que se planteó el siguiente objetivo, diseñar un sitio web para dar a conocer los servicios de comunicación y diseño que ofrece a sus clientes reales y potenciales. El enfoque de la investigación es mixto, porque se utilizó el método cuantitativo y el método cualitativo.

El primero para cuantificar los resultados de la muestra, y el segundo evalúa el nivel de percepción y utilidad del proyecto. La herramienta de investigación se aplicó a un promedio de 22 personas entre grupo objetivo, cliente, y expertos en comunicación y diseño.

El principal hallazgo, entre otros, es que se diseñó una página web para dar a conocer los servicios que ofrecía La doña H2O a sus clientes reales y potenciales y se recomendó investigar cuáles son las tendencias del diseño web actuales para generar ideas modernas y proponer un diseño actualizado.

Para efectos legales únicamente el autor Cristian Gerardo Ambrocio Olivares 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
Capítulo II: Problemática.....	2
2.1 Contexto.....	2
2.2 Requerimiento.....	2
2.3 Justificación	3
2.3.1. Magnitud.	3
2.3.2. Vulnerabilidad.....	3
2.3.3. Trascendencia.....	4
2.3.4 Factibilidad.....	4
Capítulo III: Objetivos de Diseño.....	6
3.1 Objetivo General.....	6
3.2 Objetivos Específicos	6
Capítulo IV: Marco de referencia.....	7
4.1 Información general del cliente	7
4.1.1 Cliente	7
4.1.2 Logo	7
4.1.3 Dirección	7
4.1.4 Correo electrónico	7
4.1.5 Misión.....	7
4.1.6 Visión	7
4.1.7 Quién es.....	8
4.1.8 Qué realiza.....	8
4.1.9 Organigrama.....	8
4.1.10 Foda.....	9
4.1.11. Muestras gráficas.....	10
Capítulo V: Definición del grupo objetivo.....	11
5.1 Perfil geográfico	11
5.2 Perfil demográfico	11
5.3 Perfil psicográfico.....	12
5.4 Perfil conductual	13

Capítulo VI: Marco teórico.....	14
6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio.....	14
6.1.1 Empresa.....	14
6.1.2 Agencia de publicidad.....	14
6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la Comunicación y el Diseño.....	14
6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la Comunicación.	14
6.2.1.1 Comunicación.....	14
6.2.1.2 comunicación digital.	15
6.2.1.3 comunicadores.....	15
6.2.1.4 Proceso de comunicación.....	15
6.2.1.5 Emisor.....	15
6.2.1.6 Receptor.....	15
6.2.1.7 Mensajes.....	15
6.2.1.8 Canal.....	16
6.2.1.9 Ruido.....	16
6.2.1.10 Fidelidad.....	16
6.2.1.11 Comunicación publicitaria.....	16
6.2.1.12 Lenguaje.....	16
6.2.1.13 Función Informar.....	17
6.2.1.14 Comunicación Virtual.....	17
6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño gráfico.....	17
6.2.2.1 Definición de Wucius Wong.....	17
6.2.2.2 Diseño gráfico.....	18
6.2.2.3 Fotografía digital.....	18
6.2.2.4 Diseño web.....	18
6.2.2.5 Diseño editorial.....	19
6.2.2.6 Diseño corporativo.....	19
6.2.2.7 Tres dimensiones (3D).....	19
6.2.2.8 Diseñadores.....	19
6.2.2.9 Tipografía.....	20
6.2.2.10 Bocetos.....	20
6.2.2.11 Componente cromático.....	21
6.2.2.12 Adaptabilidad.....	21

6.2.2.13 Tonalidades.	21
6.2.2.14 Digitalizar.....	22
6.2.2.15 Canvas.	23
6.2.2.16 Prototipado Web.....	23
6.2.2.17 Jerarquía.....	24
6.2.2.18 Hipervínculos.....	25
6.2.2.19 Dominio.....	25
6.2.2.20 Link / URL.	25
6.2.2.21 Usabilidad.....	26
6.2.2.22 W3.	26
6.2.2.23 Figuras.	27
6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias	27
6.3.1 Ciencias auxiliares.....	27
6.3.1.1 Semiología.....	27
6.3.1.2 Tecnología.	28
6.3.1.3 Andragogía.	28
6.3.1.4 Publicidad.....	29
6.3.2 Artes.	29
6.3.2.1 Fotografía.	29
6.3.2.2 Arte digital.....	30
6.3.3 Teorías.....	30
6.3.3.1 Teoría del uso del color.....	30
6.3.3.2 Teoría psicoanalítica.....	31
6.3.3.3 Teoría del diseño web.	31
6.3.3.4 Teoría del diseño gráfico.	32
6.3.4 Tendencias.....	32
6.3.4.1 Flat design.	32
6.3.4.2 Separaciones diagonales.....	33
6.3.4.3 Chat bots.	33
6.3.4.4 Ghost Bottoms.	34
Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar.....	35
7.1 Aplicación obtenida del marco teórico	35
7.1.1 Proceso de comunicación.	35

7.1.2 Comunicación publicitaria.	35
7.1.3 Lenguaje.	35
7.1.4 Función Informar.	35
7.1.5 Comunicación Virtual.	35
7.1.6 Diseño gráfico.	35
7.1.7 Fotografía digital.	36
7.1.8 Diseño web.	36
7.1.9 Tipografía.	36
7.1.10 Bocetos.	36
7.1.11 Componente cromático.	36
7.1.12 Tonalidades.	36
7.1.13 Adaptabilidad.	36
7.1.14 Digitalizar.	37
7.1.15 Canvas.	37
7.1.16 Prototipado web.	37
7.1.17 Jerarquía.	37
7.1.18 Hipervínculos.	37
7.1.19 Usabilidad.	37
7.1.20 Semiología.	37
7.1.21 Tecnología.	38
7.1.22 Andragogía.	38
7.1.23 Arte digital.	38
7.1.24 Publicidad.	38
7.1.25 Teoría del uso del color.	38
7.1.26 Teoría Psicoanalítica.	38
7.1.27 Teoría del diseño Web.	38
7.1.28 Flat design.	39
7.1.29 Separaciones diagonales.	39
7.1.30 Chat bots.	39
7.1.31 Ghost bottoms.	39
7.2 Conceptualización.	41
7.2.1 Método.	41

7.2.2 Definición de concepto.....	43
7.3.1 Proceso de bocetaje.	44
7.3.1.1 Bocetos Iniciales.	44
7.3.1.2 Bocetos Intermedios.	46
7.3.1.3 Bocetos a color.....	48
7.3.2 Proceso de digitalización de bocetos.....	49
7.4 Propuesta preliminar	51
Capítulo VIII: Validación técnica.....	53
8.1 Población y muestreo.....	53
8.1.1 Grupo Objetivo.....	53
8.1.2 Especialistas de la comunicación y el diseño (Experto).	53
8.1.3 Cliente.	54
8.2 Método e instrumento	54
8.2.1 Escala de Likert.....	55
8.2.2 Herramienta de encuesta personal.....	55
8.3 Resultados e interpretación de resultados	61
8.4 Cambios con base a los resultados.....	76
8.4.1 Antes.....	77
8.4.2 Después.	77
8.4.3 Justificación.....	80
Capítulo IX: Propuesta gráfica final.....	81
9.1 Fundamentación.....	81
9.1.1 Concepto de diseño.	81
9.1.2 Tipografías.	81
9.1.3 Colores.	82
9.1.4 Elementos gráficos.	82
9.2 Propuesta gráfica final	83
Capítulo X: Producción, reproducción y distribución.....	89
10.1 Plan de costos de elaboración	89
10.2 Plan de costos de producción.....	90
10.3 Plan de costos de reproducción.....	90
10.4 Plan de costos de distribución.....	90
10.5 Resumen general de costos	91

Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones.....	92
11.1 Conclusiones.....	92
11.2 Recomendaciones.....	92
Capítulo XII: Conocimiento general.....	94
Capítulo XIII: Referencias.....	95
13.1 Bibliografía.....	95
13.2 Biblioweb.....	96
Capítulo XIV: Anexos.....	98
Anexo a.....	99
Anexo b.....	100
Anexo c.....	101
Anexo d.....	102
Anexo e.....	104
Anexo f.....	105
Anexo g.....	108
Anexo h.....	110
Anexo i.....	124



CAPÍTULO I
INTRODUCCIÓN



Capítulo I: Introducción

El diseño gráfico es una herramienta útil e indispensable, compaginada con la ciencia de la comunicación, proporciona una nueva forma de percibir el mercado laboral y abre una puerta a un mundo de oportunidades nuevas.

La doña H2O es una empresa que se dedica a la publicidad mediante el diseño gráfico y la comunicación para crear soluciones a través de la imagen de un modo creativo, sin embargo, no cuentan con una página web funcional en donde colocar su información y portafolio.

El presente documento tiene como fin, mostrar el proceso por el que se crea un sitio web para dicha empresa, proporcionando el prototipo en donde puedan mostrar sus trabajos anteriores, y colocar información puntual de la empresa.

Las bases científicas serán investigadas con el fin de tener una base sólida de conocimiento para realizar procesos creativos y llegar a una propuesta gráfica final que cumpla con los requerimientos definidos por el cliente.

Se utilizará el método creativo hall of fame para estimular la creatividad además de llevar a cabo procesos de bocetaje y diagramación para generar una propuesta gráfica final fundamentando conceptos de comunicación y diseño gráfico a través de la investigación.

El proceso de validación se llevará a cabo a través del método mixto que proporcionará datos de manera numérica y contable. El instrumento de investigación está conformado por una encuesta de preguntas y respuestas en base a la escala de Likert. Posteriormente la encuesta se aplicará al cliente, grupo objetivo y un grupo de expertos en el área de comunicación y diseño gráfico. Ver anexo a



CAPÍTULO II
PROBLEMÁTICA



Capítulo II: Problemática

El estudio de comunicación y diseño La doña H2O, aún no cuenta con una página web funcional para dar a conocer sus servicios. El diseño de la página se justifica por magnitud, trascendencia, vulnerabilidad, al tomar en cuenta que se tiene el recurso humano, organizacional, tecnológico y económico. Se procede a diseñar la página web para La doña H2O.

Este estudio presta servicios de comunicación y diferentes tipos de diseño, tales como editorial, gráfico, web, espacio, corporativo, arte, publicidad, digital, fotográfico, entre muchos otros. Sin embargo, todos estos servicios no están a la vista de un cliente nuevo, puesto que no tienen una forma de mostrarlo y esto perjudica la forma en la que se desarrolla como empresa y al logro de sus metas.

2.1 Contexto

La doña H2O es un estudio dedicado a la propuesta y ejecución de ideas y soluciones a través de la comunicación y diseño. En la actualidad trabajan para dar a conocer sus servicios.

El problema actual es que la empresa no cuenta con una página web funcional que refleje cuáles son los servicios que brindan y en lugar de eso, la página actual solo redirige al usuario a la Fanpage de Facebook.

2.2 Requerimiento

La doña H2O no cuenta con un sitio web para dar a conocer los servicios que ofrece para sus clientes reales y potenciales.

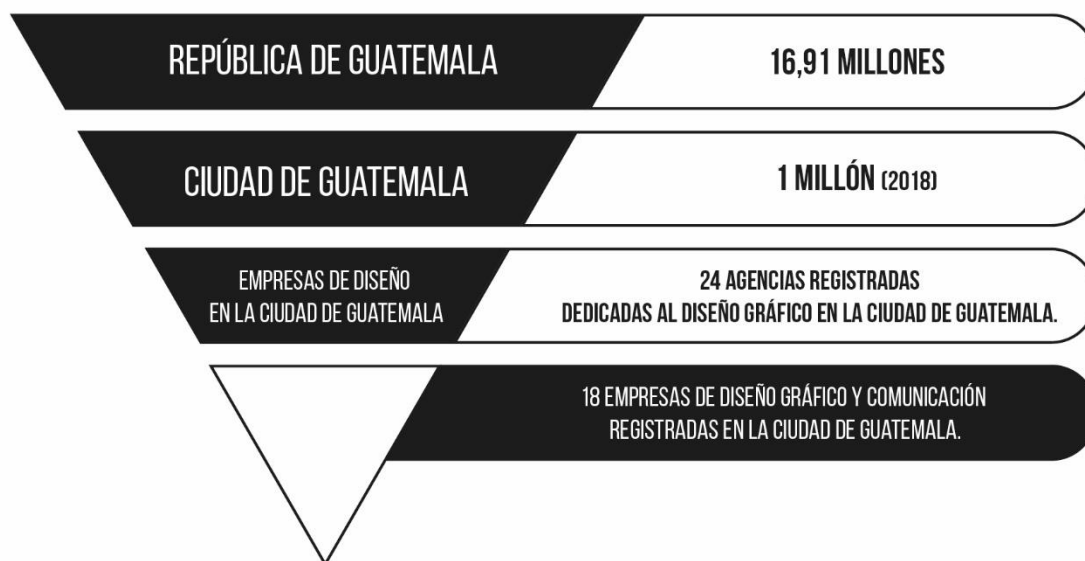
Ver anexo b

2.3 Justificación

Para sustentar las razones por las que se consideró importante el problema y la intervención del diseñador y comunicador, se justifica la propuesta a través de las siguientes cuatro variables:

2.3.1. Magnitud.

Según World Bank la República de Guatemala cuenta con una población de:



2.3.2. Vulnerabilidad.

La empresa La doña H2O, al no contar con una página web, no puede comunicar sus servicios y darse a conocer entre sus clientes potenciales.

Al no contar con una página web, la empresa refleja una baja profesionalidad y seriedad de su imagen hacia sus clientes reales y potenciales, poniéndola en una situación negativa que perjudica el desarrollo de sus objetivos.

2.3.3. Trascendencia.

La creación de la página web permitirá a la empresa:

- Dar a conocer sus servicios de manera más detallada.
- Dará una imagen más profesional y establecida que generará confianza a sus clientes potenciales.
- Proyectará un aspecto formal y profesional a la empresa.

La creación de la página web permitirá al grupo objetivo:

- El cliente será beneficiado con la información detallada de cada servicio de comunicación y diseño que proporciona la empresa.
- El cliente será informado de los costos que conlleva cada servicio.
- Tener una línea directa de comunicación con la empresa a través de sus diferentes redes sociales, email y número de servicio al cliente.

2.3.4 Factibilidad.

El proyecto es factible porque cuenta con los siguientes recursos:

- Recursos Humanos:

El proyecto es impulsado por el entusiasmo y determinación del diseñador y también con el apoyo de Julio Orozco, como encargado de la revisión del proyecto.

- Recursos Organizacionales:

La doña H2O brindará la información necesaria para el proyecto.

- Recursos Económicos:

Se posee la cantidad financiera necesaria para llevar a cabo este proyecto.

- Recursos Tecnológicos:

Se tiene el equipo necesario para la elaboración del proyecto como: computadora con softwares de diseño gráfico (Adobe Illustrator, Photoshop, XD, y otras más que puedan ser útiles al momento de realizar el diseño para la página web), Internet necesario para enviar y recibir mensajes del cliente y para investigar la información necesaria correspondiente al tema.



CAPÍTULO III
OBJETIVOS DE DISEÑO



Capítulo III: Objetivos de Diseño

3.1 Objetivo General

Diseñar un sitio web para dar a conocer los servicios de comunicación y diseño que ofrece a sus clientes reales y potenciales la empresa La doña H2O.

3.2 Objetivos Específicos

1. Investigar el contenido de lo que debe llevar un sitio web, a través de referencias, manuales y artículos relacionados con el diseño web, para utilizar la información en el desarrollo del sitio web para La doña H2O.

2. Recopilar información y antecedentes de la empresa, así como de todos los servicios que ofrece para incluir lo más relevante dentro del sitio web para La doña H2O.

4. Vectorizar el logotipo de la empresa para manipularlo en el diseño general del sitio web para La doña H2O.

5. Seleccionar los elementos de la línea gráfica, característica de la empresa para lograr una página web que transmita la esencia de La doña H2O.

6. Maquetar con imágenes y elementos gráficos de la empresa, para facilitar la comprensión y la lectura a los clientes de La doña H2O.

7. Generar un prototipo del sitio web a través de Adobe XD para demostrar la usabilidad y la experiencia de usuario del proyecto para La doña H2O. Ver anexo c



CAPÍTULO IV

MARCO DE REFERENCIA



Capítulo IV: Marco de referencia

4.1 Información general del cliente

4.1.1 Cliente. La doña H2O

4.1.2 Logo.



4.1.3 Dirección. 18 calle 24-69, zona 10 Zona Pradera, torre 4, oficina 503, 5to nivel

4.1.4 Correo electrónico. Jorozco@h2o.com.gt

4.1.5 Misión. Ofrecer soluciones eficaces de comunicación y diseño a nuestros clientes según sus necesidades.

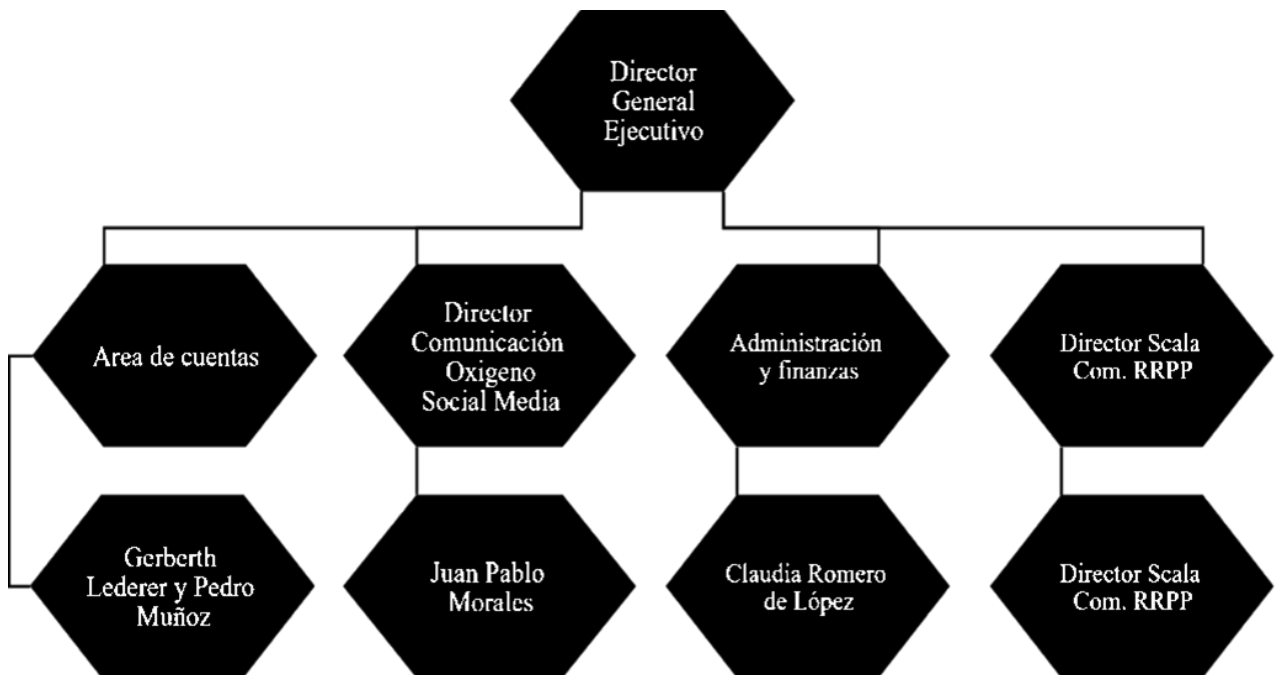
4.1.6 Visión. Ser de las empresas de comunicación más influyentes al ganar notable presencia en Guatemala y Centroamérica.

4.1.7 Quién es. La doña H2O es una Empresa dedicada a la comunicación digital y convencional comprometida con cada cliente para ofrecer la solución adecuada a su problema de comunicación.

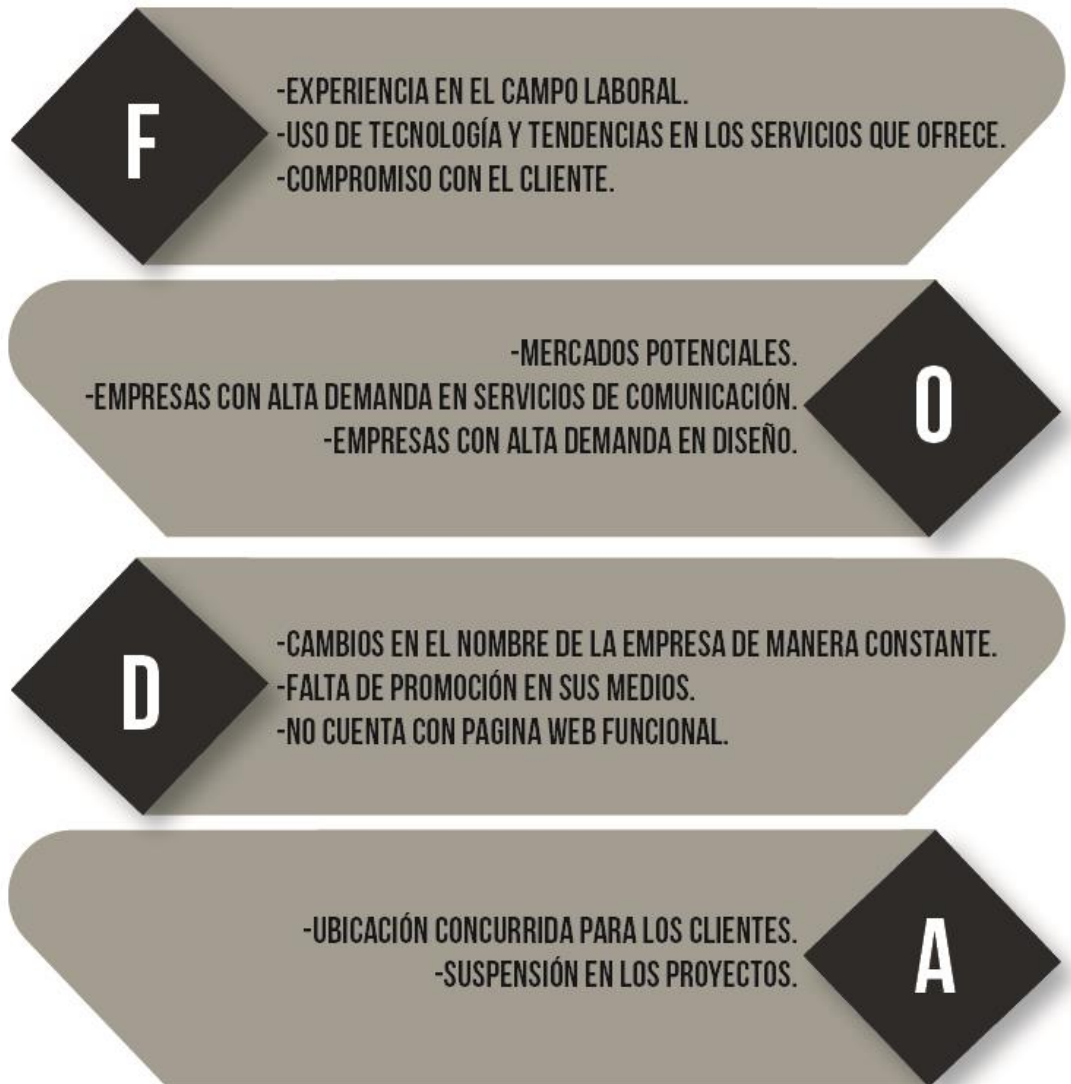
4.1.8 Qué realiza. La doña H2O cuenta con diseñadores y comunicadores que realizan Diseño Editorial, Fotografía, Ilustración, Diseño Corporativo, Diseño de empaques, Diseño 3D, con el fin de proporcionarles a los clientes el tipo de solución necesario que requieran.

Ver anexo d

4.1.9 Organigrama.

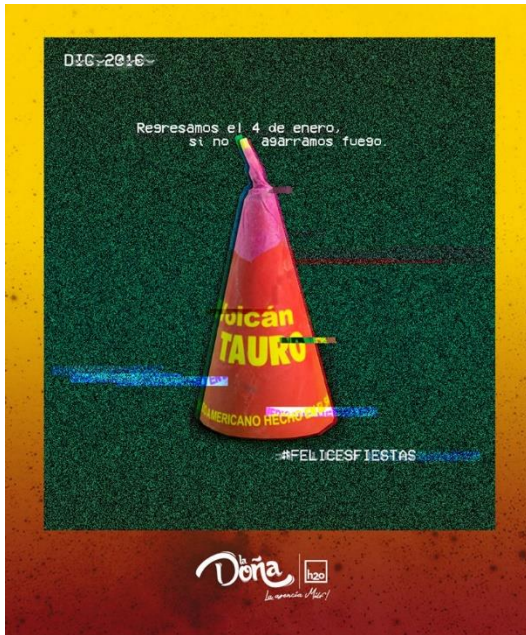


4.1.10 Foda.



El desarrollo del FODA es una herramienta importante que la empresa debe tomar en cuenta, ya que es el mapa principal de sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. El análisis de estas partes puede ser utilizado para tomar mejores decisiones de dirección, administración y corregir los errores que está cometiendo la empresa.

4.1.11. Muestras gráficas.





CAPÍTULO V
DEFINICIÓN DEL
GRUPO OBJETIVO



Capítulo V: Definición del grupo objetivo

5.1 Perfil geográfico

5.1.1 El tamaño del área del país es de ciento ocho mil ochocientos noventa kilómetros cuadrados. (108.890 km²).

5.1.2 El tamaño de la ciudad capital es de novecientos noventa y seis, kilómetros cuadrados (906 km²).

5.1.3 Su densidad de habitantes es de un millón ciento cuarenta y nueve mil Habitantes (1.149.000 h).

5.1.4 Cuenta con un clima predominante tropical, pero varía en lo templado.

5.1.5 El proyecto se realizará principalmente en hombres y mujeres que vivan en la ciudad capital.

(Fuente: www.infolaso.com)

5.2 Perfil demográfico

Con base a la tabla de niveles socioeconómicos 2009/Multivex, se puede decir que el grupo objetivo se encuentra entre hombres y mujeres de 30 a 75 años de edad en un nivel socioeconómico B, esto quiere decir que cuenta con ingresos de Q45,000 su nivel educativo es superior y cuentan con licenciatura.

Cuenta con casa/apartamento en propiedad, hijos menores en colegios privados caros y mayores en universidades locales, además de autos asegurados.

Características	Nivel B
Educación	Superior Licenciatura
Desempeño	Empresario Ejecutivos de alto nivel, Profesional Comerciante
Ingreso	Piso Q45 mil.
Vivienda	Casa/departamento de lujo en propiedad, financiado, 3 - 4 recamaras, 2-3 baños, 2 salas, pantry, alacena, 1 estudio, área de servicio separada, garage para 2 - 4 vehículos
Otras prioridades	Sitios / terrenos Condominios cerca de costas
Personal de servicios	1-2 personas de tiempo completo, Chofer
Educación grupo	Hijos menores en colegios privados caros, mayores en Universidad local, postgrado extranjero.
Poseiones	Autos de 2 - 3 años asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, Moto
Bienes de comodidad	2 Tel, mínimo, cel cada miembro de la familia, Direct TV, internet dedicada, cable, 2 equipos de audio, 3 TV, 1 planas o plasma, máquinas de lavar, secar, platos ropa, computadora, internet, portón eléctrico y todos los electrodomésticos.
Diversión	Clubes privados, vacaciones en el interior o exterior.
Servicios bancarios / financieros	2-3 ctas Q monetarias y ahorro. Plazo fijo, Tc intl, Seguros y ctas en US\$.

Ver anexo e

5.3 Perfil psicográfico

El grupo objetivo utiliza con mucha frecuencia el internet, y la mayoría emplea su celular como dispositivo preferido.

La mayoría del grupo objetivo acostumbra leer, practicar algún deporte, salir con su familia, continuar estudiando, investigar cosas nuevas y aprender nuevos idiomas o perfeccionar los que ya conocen.

Al grupo objetivo le gusta el tipo de letra san serif y enterarse de los servicios que ofrece una empresa en su página web o redes sociales, considera que la letra a catorce puntos le parece correcta y legible.

5.4 Perfil conductual

La mayoría muestra un temperamento colérico, y utilizan la web para encontrar los datos de manera rápida y sencilla.

El grupo objetivo se muestra más interesado y con actitud positiva hacia las páginas web, que son más agradables a la vista y funcionan correctamente. Por lo que una mejor organización e imagen son signos que reflejan la profesionalidad.

Ver anexo f



CAPÍTULO VI
MARCO TEÓRICO



Capítulo VI: Marco teórico

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio

6.1.1 Empresa.

(PYME, 2018) Indica que, se considera empresa a toda entidad, independiente de su forma jurídica, que ejerza una actividad económica. En particular, se consideran empresas las entidades que ejerzan una actividad artesanal u otras actividades a título individual o familiar, las sociedades de personas y las asociaciones que ejerzan una actividad económica de forma regular.

6.1.2 Agencia de publicidad.

(Porto, 2018) Una agencia es una empresa que se dedica a prestar servicios y que, por lo general, gestiona asuntos que no le son propios. Una agencia de publicidad, por ejemplo, es la compañía que desarrolla e implementa la publicidad de un anunciante (es decir, su cliente).

6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la Comunicación y el Diseño

Son todos aquellos conceptos de comunicación y diseño gráfico relacionados de forma directa o indirectamente con el desarrollo del proyecto.

6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la Comunicación.

6.2.1.1 Comunicación.

Es oportuno mencionar que, según (García J. y A. Medina, 1989) definen el proceso de la comunicación humana, como la transmisión de señales y la creación de significados.

- La comunicación es la virtud humana de enviar y recibir mensajes, transmitir ideas y pensamientos mediante diferentes canales.

6.2.1.2 comunicación digital.

Se basa en el envío y recepción de mensajes a través de canales digitales y mediante la web como, las redes sociales, blogs, páginas web y correo electrónico.

- La comunicación digital es la ventaja que nos proporcionan las NTIC para ser interlocutores de ideas y pensamientos.

6.2.1.3 comunicadores.

Un comunicador es una persona que se dedica a transmitir información a un grupo objetivo a través de un medio de comunicación que puede ser tradicional o digital.

- Las personas encargadas de transmitir un mensaje utilizando diferentes herramientas que forman parte de la evolución de la comunicación moderna.

6.2.1.4 Proceso de comunicación.

Según el documento extraído de (Rivera, 2018) son las partes y orden que conforma un proceso de comunicación y el intercambio de ideas.

- Son todas las partes que conforman la comunicación.

6.2.1.5 Emisor.

Es la parte que inicia el intercambio de información y conduce el acto comunicativo. Es quien transmite el mensaje, el que dice o hace algo con significado.

6.2.1.6 Receptor.

Es la otra parte del intercambio de información. Es quien recibe el mensaje.

6.2.1.7 Mensajes.

Se refiere a la información transmitida. Es lo que se dice.

6.2.1.8 Canal.

Es el conducto físico o digital por el cual se transmite el mensaje.

6.2.1.9 Ruido.

Es toda interferencia que pueda afectar al canal y que evita que el mensaje llegue al receptor o lo haga de manera incomprensible.

6.2.1.10 Fidelidad.

Es el factor que reduce o elimina la interferencia del ruido.

6.2.1.11 Comunicación publicitaria.

Según un extracto del documento *comunicación publicitaria 11* (Ortega, 2018). Este tipo de comunicación considera que la actitud de una persona hacia un objeto es la suma de todas las intensidades de las creencias, multiplicadas por la valoración de cada una de ellas. Por tanto, la comunicación publicitaria aconseja dedicar las creencias que forman parte de la imagen que el consumidor tiene del producto.

El consumidor compra por la satisfacción que le supone el producto o servicio, o por el placer de hacer el bien o de obsequiar a los suyos; también lo hace para afirmar su importancia personal.

- Esta comunicación se concentra en llamar la atención del espectador con el fin de generarle interés por el producto y/o servicio.

6.2.1.12 Lenguaje.

De acuerdo con (RAE, 2018) Revela que un lenguaje es: La facultad del ser humano de expresarse y comunicarse con los demás a través del sonido articulado o de otros sistemas de signos.

- De manera personal, el lenguaje es la respuesta a la necesidad de falta de información.

6.2.1.13 Función Informar.

(Sinnaps, 2018) Expresa que, la principal función de la comunicación es informar, la cual significa Comunicar datos que tengan interés y relevancia en el receptor para cautivar su atención, puede ser mediante estímulos visuales y/o sonoros.

- Esta función tal como su nombre menciona, es la base de la comunicación, la cual tiene como objetivo principal informar a los receptores.

6.2.1.14 Comunicación Virtual.

Es parte de las tendencias comunicativas que adoptan los usuarios que interactúan hoy mediante las nuevas tecnologías de información y comunicación (NTIC); tecnologías éstas que reclaman un lenguaje propio para que los mensajes cumplan a cabalidad el propósito comunicativo esperado, al tiempo que suscite y motive la interacción.

- La comunicación virtual es una virtud de las NTIC la cual brinda a todos los usuarios la facilidad de comunicarse de forma instantánea a través de la red.

6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño gráfico.

6.2.2.1 Definición de Wucius Wong.

Empleando las palabras de (Wong, 1995) *el diseño es un proceso de creación visual con un propósito. A diferencia de la pintura y de la escultura, que son la realización de las visiones personales y los sueños de un artista, el diseño cubre exigencias prácticas. Una unidad de diseño gráfico debe ser colocada frente a los ojos del público y transportar un mensaje prefijado. Un producto industrial debe cubrir las necesidades de un consumidor.*

6.2.2.2 Diseño gráfico.

Como afirma (López, 2013) el diseño gráfico es una profesión cuya actividad consiste en proyectar comunicaciones visuales destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos sociales, con objetivos determinados. Esta actividad ayuda a optimizar las comunicaciones gráficas. También se conoce con el nombre de diseño en comunicación visual, diseño de comunicación visual o diseño visual.

- El diseño gráfico es una disciplina que es conformada por múltiples destrezas en el área visual con el fin de generar mensajes y brindar soluciones mediante la imagen.

6.2.2.3 Fotografía digital.

La fotografía según (Valenciano, 2018) se trata de representar el color de cada uno de los puntos de la imagen por una matriz de números de manera que el valor de cada una de las celdas de la matriz lleve la información del color con la precisión adecuada.

- Es el arte de retratar un segundo de la vida y plasmarla en una imagen de forma rápida gracias a los sistemas digitales; superiores a los análogos.

6.2.2.4 Diseño web.

(sfilippi, 2018) Menciona que, el diseño web es una actividad multidisciplinaria y en constante evolución que consiste en la representación de información cumpliendo con tareas específicas mediante un dispositivo capaz de acceder a internet.

- El diseño web es una disciplina que es conformada por múltiples destrezas en el área visual con el fin de generar mensajes y brindar soluciones mediante la imagen a través de internet.

6.2.2.5 Diseño editorial.

De acuerdo con lo que expresa (Ghinaglia, 2018) el diseño editorial es la rama del diseño gráfico que se especializa en la maquetación y composición de distintas publicaciones tales como libros, revistas o periódicos.

- El diseño editorial forma parte de las destrezas que un diseñador debe tener a la hora de elaborar medios escritos.

6.2.2.6 Diseño corporativo.

(Carrascosa, 2018) Considera que el diseño corporativo consiste tan sólo en la comunicación visual de una organización, desde el logotipo y el estilo tipográfico a los sistemas de señales y el diseño del entorno.

- El diseño corporativo consiste en generar la imagen con la se identificará una empresa, de forma interna y externa.

6.2.2.7 Tres dimensiones (3D).

En el documento web creado por (Robotics, 2018) sugiere que el diseño en tres dimensiones consiste en proporcionar a un objeto digital, creado mediante softwares especiales para ello, las tres dimensiones (profundidad, anchura y longitud) que tiene todo elemento en la vida real.

- Las tres dimensiones surgen de la unión y manipulación de los ejes x,y,z y es utilizado para darle a los objetos digitales profundidad y volumen.

6.2.2.8 Diseñadores.

Son personas que trabajan según la detección de un problema o necesidad y ayudan a obtener una solución a este problema mediante habilidades como el manejo y conocimiento

del diseño, la tecnología, la psicología, el lenguaje, la comunicación visual, la cultura general y la creatividad.

- Las personas encargadas de transmitir un mensaje utilizando estímulos visuales que forman parte de la evolución de la comunicación moderna.

6.2.2.9 Tipografía.

La información obtenida de (Julián Pérez Porto y María Merino., 2018) Hace mención de que la tipografía se conoce como la destreza, el oficio y la industria de la elección y el uso de tipos *de letras* para desarrollar una labor de impresión.

Además (Hochuli, 2008) menciona que el termino *tipografía* se aplicó por primera vez en un discurso dado en la sociedad tipográfica de Múnich. Y el termino se ha generalizado desde entonces en la literatura especializada. No obstante, se puede sustituir asimismo por una palabra inglesa, Detail typografie («tipografía del detalle»). Comprende los siguientes rubros: la letra, el espacio entre letras, la palabra, el espacio entre las palabras, el interlineado y la columna.

- La tipografía es el estilo de la letra con la cual se pueden transmitir diferentes significados y valores agregados.

6.2.2.10 Bocetos.

Teniendo en cuenta a (Ramírez, 2018) Un boceto es un campo de pruebas para el uso de líneas. Y es importante aclarar que, un boceto comunica algo de las preferencias y placeres personales del artista, acerca de la particular manera que tiene esta persona de responder ante experiencias nuevas y ante formas que le son familiares. importancia – no porque de ello dependa la competencia o la excelencia del artista.

- Los bocetos son una parte fundamental del proceso creativo con el fin de proporcionar una vista rápida de ideas y propuestas para un proyecto en específico.

6.2.2.11 Componente cromático.

El uso apropiado de los colores en un sitio web es una de las cosas más importantes que hay que tener en cuenta a la hora de escoger el diseño de un sitio web, por ejemplo, usar colores impactantes a la vista puede ser bueno para llamar la atención, pero utilizarlos demasiado puede causar irritabilidad y molestia a simple vista del usuario lo que puede causar que le disguste el diseño del sitio y por ende pueda abandonarlo con facilidad.

- El componente cromático es una regla en el diseño gráfico que ayuda a la creación de contrastes adecuados según el tipo de colores implementados y el mensaje que se desea transmitir.

6.2.2.12 Adaptabilidad.

La adaptabilidad es una característica que responde a las necesidades de los usuarios y de sus dispositivos. El diseño cambia en función del tamaño y de la capacidad del dispositivo que utiliza el usuario.

- La adaptabilidad consiste en el cambio que se genera al visualizar una página web desde diferentes dispositivos y el tamaño de sus pantallas.

6.2.2.13 Tonalidades.

Las tonalidades se conforman por dos grupos grandes, el primer grupo es de

-Colores cálidos, estos colores suelen utilizarse mucho en sitios web que buscan llamar la atención del usuario para algo concreto, podría ser un anuncio para vender un

producto, o simplemente para resaltar algún contenido que el autor del sitio quiere transmitir al usuario, no es bueno utilizar “backgrounds” con colores demasiado llamativos o impactantes a la vista, ya que se disminuirá el tiempo de estancia de un usuario en el sitio web.

El otro grupo de estas tonalidades es llamado:

-Colores fríos, estos colores suelen utilizarse mucho para transmitir calma y tranquilidad. Es recomendable utilizar estos colores en fondos para no saturar la vista del usuario mientras navega en la página web, prolongan la estancia del usuario en las páginas web, pero no es recomendable utilizarlos para captar la atención para conducir al usuario hacia contenido importante, por ejemplo, en anuncios o publicidad.

- Las tonalidades de colores pueden generar diferentes sensaciones y transmitir sentimientos hacia los receptores. Dependiendo de la gama de colores utilizados y el tipo de mensaje que se desea transmitir.

6.2.2.14 Digitalizar.

Citando a (Valenciano, 2018) en la página de fotonostora se expresa que, Digitalizar es convertir cualquier señal de entrada continua (analógica), como una imagen o una señal de sonido, en una serie de valores numéricos.

En todos los procesos de digitalización hay que considerar que la imagen electrónica del documento que se obtiene no contiene más que una pequeña parte de la información que el propio documento contiene, aunque para muchos efectos, si se ha realizado con los criterios correctos puede ser suficiente para el propósito seguido.

- La digitalización consiste en llevar todo el material hecho a mano hacia el medio digital.

6.2.2.15 Canvas.

También conocido como “Lienzo digital” desde el punto de vista de (Campos, 2018) es un elemento incorporado en HTML5 que permite la generación de gráficos dinámicamente por medio del scripting. Entre otras cosas, permite la renderización interpretada dinámica de gráficos 2D y mapas de bits, así como animaciones con estos gráficos. Se trata de un modelo de procedimiento de bajo nivel, que actualiza un mapa de bits y no tiene una gráfica de escena integrada.

- El canvas es el espacio que se utilizara para colocar los diferentes recursos gráficos y generar la imagen de la página web.

6.2.2.16 Prototipado Web.

En (Jerom, 2018) Afirma que, es simplemente un boceto en forma muy esquematizada donde se plasma en líneas, cajas y texto simulado. Es una manera mucho más ágil, sencilla y económica que permite en tiempo más corto las tomas de decisiones tanto por tu parte como de las personas implicadas en el proyecto.

- Un prototipo web es una herramienta que soluciona la forma en presentar una página web sin la necesidad de llegar a la programación, y obtener una vista preliminar del estilo que se necesita.

6.2.2.17 Jerarquía.

Según (Sfilippi, 2018) Enfatiza que, una jerarquía visual consistente a lo largo de la página del sitio web facilita la navegación. Se suele desarrollar una página como plantilla para la realización de las diferentes páginas.

El foco visual, es, por tanto, la combinación de gráficos, tipografías y layout, elementos que trabajan junto para guiar el ojo del lector por la página web y además permite identificar la estructura al instante y guía hacia la información más importante.

Los ingredientes para que una jerarquía visual funcione bien son:

-Pocos gráficos y de buena calidad. Los gráficos atraen la mirada rápidamente:

Los gráficos introducidos en un bloque cuadrado o rectangular tienen menos posibilidades que los gráficos con lados asimétricos para ayudar en el foco visual.

-El buen uso del alineado.

Romper esta cuadrícula con algún elemento proporciona frescura y ayuda a conseguir una estructura visual fuerte, siempre que se haga con sutileza y elegancia.

-Abundante espacio en blanco.

El espacio en blanco es el espacio sin textos ni gráficos y juega un papel importante, pues crea la estructura, el contraste, y ayuda a dirigir la mirada entre los diferentes elementos.

- La jerarquía concierte en colocar y ordenar las partes de algún proyecto en forma de prioridad; lo cual indica que lo más importante siempre estará primero y arriba.

6.2.2.18 Hipervínculos.

Los hipervínculos, como señala (Vaquero, 2018) son un enlace, normalmente entre dos páginas web de un mismo sitio, pero un enlace también puede apuntar a una página de otro sitio web, a un fichero, a una imagen, etc. Para navegar al destino al que apunta el enlace, hemos de hacer clic sobre él. También se conocen como hiperenlaces, enlaces o links.

Además de la existencia de tres tipos de hipervínculos, los cuales pueden ser de texto, imagen y local dentro del mismo sitio web.

- Los hipervínculos son la conexión entre diferentes ventanas, con el fin de generar un mapa completo y ayudar al usuario a navegar por el sitio web.

6.2.2.19 Dominio.

Como lo hace notar (RAE, 2018) indica que la palabra extensión o dominio de Internet es un nombre único que identifica a un sitio web en Internet.

Además (ICANN, 2018) menciona que el propósito principal de los nombres de dominio en Internet y del sistema de nombres de dominio (DNS), es traducir las direcciones IP de cada activo en la red, a términos memorizables y fáciles de encontrar. Esta abstracción hace posible que cualquier servicio (de red) pueda moverse de un lugar geográfico a otro en la Internet, aun cuando el cambio implique que tendrá una dirección IP diferente.

- Un dominio es el nombre otorgado a un sitio web con la finalidad de poder buscarlo de una manera fácil en internet.

6.2.2.20 Link / URL.

Según (Julián Pérez Porto y María Merino, 2018) es una sigla del idioma inglés correspondiente a Uniform Resource Locator (Localizador Uniforme de Recursos). Se trata

de la secuencia de caracteres que sigue un estándar y que permite denominar recursos dentro del entorno de Internet para que puedan ser localizados.

Los documentos de texto, las fotografías y los audios, entre otros tipos de contenidos digitales, tienen un URL cuando se publican en Internet. Estos localizadores permiten crear hipervínculos.

- Es la dirección otorgada a una página web con el fin de ayudar a su localización directa en internet.

6.2.2.21 Usabilidad.

La usabilidad tiene como objetivo lograr que una página web pueda ser utilizada por el máximo número de personas, independientemente de sus conocimientos o capacidades personales e independientemente de las características técnicas del equipo utilizado para acceder a la Web.

6.2.2.22 W3.

También mencionados como estándares web, Tomando en cuenta a (Hernández Claro, Rosendo L., Greguas Navarro, Deibys, 2018) definen que los estándares Web son reglas agrupadas que propician ser sistemas más usables y accesibles, los cuales están definidos por el grupo W3, son las respuestas más eficaces a la rápida y continua evolución tecnológica que experimenta la red. Adecuarse a ellos hace posible que el trabajo de hoy constituya una base efectiva en el futuro y ayude a evolucionar tecnológicamente con el medio.

Los estándares Web tienen como principio:

- La Web se basa en una gran diversidad de información.

- Ninguna tecnología puede pretender cubrir todas las necesidades de la Web.
- La construcción de los cimientos de la Web requiere seguir un proceso claro y efectivo.
- Es imprescindible asegurar la interoperabilidad de las tecnologías.
- La Web debe ser universal.
- La Web evoluciona hacia la semántica.
- W3 es la guía de los estándares recomendados para generar páginas webs compatibles en internet de una forma universal.

6.2.2.23 Figuras.

(Julián Pérez Porto, María Merino., 2018) Expresa que, una figura es, entre otras cosas, la apariencia o el aspecto externo de un cuerpo u objeto, a través de la cual se puede distinguir frente a otros. En un sentido similar, se conoce como figura a toda estatua, escultura u obra de arte que reproduce las formas características de animales u hombres, y al dibujo que refleja a cuerpos humanos.

- Las figuras son la manera básica de representar objetos, personas, animales e incluso sentimientos de una forma visual y simple.

6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias

6.3.1 Ciencias auxiliares.

6.3.1.1 Semiología.

(Ostalé, 2018) Describe la semiótica o semiología como la teoría general de los sistemas de signos. Y un signo, por la definición latina *aliquid stat pro aliquo*, es un objeto

o evento presente que está en lugar de otro objeto o evento ausente, en virtud de un cierto código. La lengua es un sistema de signos.

- La semiología es la ciencia que estudia los signos y ayuda a generar códigos que sirven para el proceso de comunicación.

6.3.1.2 Tecnología.

Como indican (José Antonio Fidalgo Dalgo Sánchez, Manuel Fernández Pérez, Noemí Fernández, 2014) la tecnología es la ciencia aplicada a la resolución de problemas concretos.

Constituye un conjunto de conocimientos científicamente ordenados, que permiten diseñar y crear bienes o servicios que facilitan la satisfacción de las necesidades esenciales y los deseos de la humanidad.

- La tecnología es la respuesta al desarrollo del descubrimiento humano por cosas nuevas que ayuden a resolver tareas específicas y/o repetitivas.

6.3.1.3 Andragogía.

Como menciona (Jusino, 2018) la andragogía es el conjunto de técnicas de enseñanza orientadas a educar personas adultas, en contraposición de la pedagogía, que es la enseñanza orientada a los niños.

(Bernard, 1985) ve la Andragogía como una disciplina definida al mismo tiempo como una ciencia y como un arte; una ciencia que trata los aspectos históricos, filosóficos, sociológicos, psicológicos y organizacionales de la educación de adultos; un arte ejercido en una práctica social que se evidencia gracias a todas las actividades educativas organizadas especialmente para el adulto.

- La andragogía es la ciencia que se concentra en el proceso de aprendizaje y enseñanza dirigida a los adultos.

6.3.1.4 Publicidad.

De acuerdo con (*Gherzi, Carlos A.; Weingarten, Celia, 2017*) La publicidad resulta un medio o instrumento del cual se vale el empresario para promover la realización de negocios y es puesta en el mercado de tal forma de concitar la atención del consumidor.

- Es una técnica de comunicación cuyo objetivo es captar la atención del receptor y transmitirle un mensaje sobre un producto, servicio o información relevante.

6.3.2 Artes.

6.3.2.1 Fotografía.

(Rae, Diccionario de la lengua española (23.^a edición), 2014) Refiere que, la fotografía es el arte y la técnica de obtener imágenes duraderas debido a la acción de la luz. Es el proceso de proyectar imágenes y capturarlas, bien por medio del fijado en un medio sensible a la luz o por la conversión en señales electrónicas. Basándose en el principio de la cámara oscura, se proyecta una imagen captada por un pequeño agujero sobre una superficie, de tal forma que el tamaño de la imagen queda reducido.

Este término sirve para denominar tanto al conjunto del proceso de obtención de esas imágenes como a su resultado: las propias imágenes obtenidas o «fotografías».

- Es el arte de retratar un segundo de la vida y plasmarla en una imagen. Generando un mensaje, sensaciones, pensamientos y sentimientos.

6.3.2.2 Arte digital.

Como afirma (Levis, 2001) el arte digital engloba una serie de disciplinas creativas en las que se utilizan tecnologías digitales en el proceso de producción o en su exhibición. Las computadoras forman parte de la industria visual desde las últimas décadas del siglo XX.

El aumento de su capacidad para generar, reproducir y difundir imágenes ha llevado a una extensión de su uso en el cine, la televisión y la publicidad, y posteriormente en la industria de los videojuegos, que no deja de mejorar la calidad visual de sus productos; diseñadores gráficos y arquitectos utilizan cada vez más las computadoras en su trabajo y los soportes digitales como el CD-ROM, el DVD y la misma Internet difunden las colecciones de museos y la obra de artistas de todos los estilos y épocas.

La informática y los nuevos medios de producción, tratamiento y distribución digitales constituyen un campo fértil para el desarrollo de la expresión artística.

- El arte digital es el desarrollo y elaboración de ideas y piezas visuales que ayudan a transmitir emociones, sentimientos y pensamientos de un artista a través de una herramienta digital que ayuda a la fácil difusión y distribución del mensaje.

6.3.3 Teorías.

6.3.3.1 Teoría del uso del color.

Citando a (Rosa Gallego, Juan Carlos Sanz, 2001) La teoría del color; según Mayer es una teoría del color o colorismo científico físico aplicada a la mezcla o síntesis de colores y a la medición colorimétrica. Fue sustentada por Tobías Mayer, astrónomo, matemático y cartógrafo alemán, especialmente desde 1745, postulando que los colores se pueden sintetizar a partir de tres pigmentos primarios: rojo, amarillo y azul, como corresponde al modelo

tradicional de coloración, llamando a este sistema "RGB", que viene del alemán Rot (rojo), Gelb (amarillo) y Blau (azul); que en inglés corresponde al modelo RYB.

- Esta teoría es una guía de como las tonalidades y gamas de color pueden tener un impacto en las emociones y pensamientos del espectador.

La aplicación de esta teoría determina que colores son factibles para ciertos grupos objetivos.

6.3.3.2 Teoría psicoanalítica.

Esta teoría afirma que el consumidor se guía por los aspectos simbólicos, de la percepción que tenga del producto. Los colores utilizados, las imágenes y elementos gráficos tienen un gran impacto en la decisión del consumidor.

- La teoría psicoanalítica indica que los consumidores prefieren cierto tipo de productos o servicios por la experiencia o la imagen que genera la marca.

6.3.3.3 Teoría del diseño web.

(Rojó G. B., 2012) Manifiesta que, el diseño web tiene la misión de enlazar al usuario con el mundo informativo de manera eficaz y agradable. La hipermedia permite, además de tener acceso a la información, satisfacer los requerimientos y gustos de millones de navegantes.

Por lo tanto, es primordial tener un criterio de diseño antes de crear un sitio. Considerando lo anterior, para diseñar páginas web es necesario conocer varias disciplinas tales como: informática, comunicación, diseño y cibernética. Debe enfatizarse en el hecho de que la presentación de la información por sí sola no garantiza el éxito del mensaje, precisa de comunicación, y esta a su vez de un buen diseño para cumplir con el objetivo.

- Esta teoría marca las pautas que se deben tomar en cuenta al momento de diseñar una página web funcional con respecto a las otras que existen en internet, con el fin de destacar y permanecer en la mente de los usuarios visitantes.

6.3.3.4 Teoría del diseño gráfico.

Dicho con palabras de (Rojo G. B., 2012) *diseñamos a la vez que hacemos algo, por una razón definida. Ello significa que casi todas nuestras actividades tienen algo de diseño.*

Ciertas acciones son no sólo intencionales, sino que terminan por crear algo nuevo, es decir, son creadoras.

La palabra "gráfico" califica a la palabra "diseño", y la relaciona con la producción de objetos visuales destinados a comunicar mensajes específicos.

Luego entonces diseño es toda acción creadora que cumple su finalidad.

El diseño gráfico es la acción de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales, producidas por medios industriales y destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos determinados.

- La teoría del diseño gráfico indica que los consumidores siempre son atraídos por los estímulos visuales y/o estéticos generales de los productos o servicios.

6.3.4 Tendencias.

6.3.4.1 Flat design.

Tal como señala (Turner, 2018) El diseño plano (en inglés, flat design) es un tipo de diseño de Interfaz de usuario minimalista o lengua de diseño, generalmente utilizado en interfaces de usuario gráfico (como aplicaciones web y aplicaciones móviles), especialmente

en material gráfico como posters, banners, artes, documentos de guía y publicidad de productos.

El diseño plano es un estilo de diseño de interfaz que enfatiza uso mínimo de elementos estilísticos que da la ilusión de tres dimensiones (como el uso de sombras de gota, degradados o texturas) y está centrado en un minimalista uso de elementos sencillos, tipografía y colores planos.

- El flat design es un estilo de diseño web que busca la simplificación de la belleza en los elementos colocados y generar una imagen de limpieza, orden y control.

6.3.4.2 Separaciones diagonales.

Las separaciones en diagonales son una variante de las secciones que dividen a una página web de forma horizontal, dándole una vista mucho más dinámica y moderna.

- Las separaciones diagonales en las páginas web son una tendencia de diseño del año 2018 que busca darle un aire moderno y dinámico a las separaciones de diferentes elementos dentro del diseño implementado.

6.3.4.3 Chat bots.

(Shevat, 2017) Argumenta que, un chatbot es un programa de computadora que conduce una conversación a través de métodos auditivos o textuales. Tales programas a menudo están diseñados para simular de manera convincente cómo un humano se comportaría como un compañero de conversación.

Los chatbots se usan generalmente en sistemas de diálogo para diversos fines prácticos, incluido el servicio al cliente o la adquisición de información. Algunos chats bots utilizan sofisticados sistemas de procesamiento de lenguaje natural.

- Los chatbots son la solución alterna al servicio al cliente automatizado en la web. La función de estos se basa en las respuestas programadas a base de preguntas frecuentes sobre los productos y/o servicios como el precio, ubicación y disponibilidad.

6.3.4.4 Ghost Bottoms.

Los ghost bottoms (botones fantasma, en español) son aquellos que son opacos y no tienen un color de fondo. Estos botones se usaron durante un tiempo, pero lo cierto es que estuvieron un tiempo también en total desuso. Ahora ayudan a tomar acciones en una página web.

- El fin de utilizar los ghost bottoms es persuadir al usuario que haga clic sobre el botón de la acción que busca la empresa. Normalmente es para resaltar palabras clave al momento de adquirir un producto y/o servicio.

Ver anexo f



CAPÍTULO VII
PROCESO DE DISEÑO
Y
PROPUESTA PRELIMINAR



Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar

7.1 Aplicación obtenida del marco teórico

7.1.1 Proceso de comunicación.

Este proceso será utilizado para tomar en cuenta todas las partes que conforman la comunicación y desarrollar un mensaje acertado.

7.1.2 Comunicación publicitaria.

La comunicación publicitaria resulta útil para marcar las pautas importantes que debe tener el contenido visual del proyecto y captar la atención de los espectadores.

7.1.3 Lenguaje.

Este término será utilizado para comunicarse a través de un sistema de signos visuales y transmitirle un mensaje a los espectadores.

7.1.4 Función Informar.

Esta función cumple con informar qué tipo de servicios ofrece la empresa a los clientes reales y potenciales.

7.1.5 Comunicación Virtual.

Por medio de las NTIC es posible cumplir el propósito esperado para la página web, gracias a la interacción y el fácil acceso a la internet.

7.1.6 Diseño gráfico.

A través del diseño gráfico se aplicarán distintas disciplinas que ayudarán a cumplir con el objetivo del proyecto y la creación de la página web.

7.1.7 Fotografía digital.

Gracias a la fotografía digital es posible mostrarles a los clientes potenciales, los antecedentes de los trabajos anteriores de la empresa y la calidad de estos.

7.1.8 Diseño web.

Se aplicará este proceso para generar una página web que cumpla con los estándares de calidad esperados por el cliente.

7.1.9 Tipografía.

Es importante mencionar que, gracias a la tipografía se pueden transmitir mensajes por el tipo de letra, acabado, forma, grosor, espaciado entre otras características. Se aplicará la tipografía indicada para transmitir profesionalidad y dinamismo que ofrece la empresa.

7.1.10 Bocetos.

La realización de bocetos permitirá que se desarrollen diferentes ideas, propuestas y preparar el contenido, antes de pasar a la parte digital.

7.1.11 Componente cromático.

El componente cromático será utilizado en el diseño de la página web para generar contrastes agradables y llamar la atención del usuario visitante.

7.1.12 Tonalidades.

Las tonalidades se utilizarán para generar en los visitantes diferentes sensaciones de temperaturas y cumplir con los mensajes que espera transmitir la empresa.

7.1.13 Adaptabilidad.

La adaptabilidad se utilizará para cumplir con las necesidades de los usuarios según el dispositivo que esté empleando.

7.1.14 Digitalizar.

Se digitalizarán los elementos gráficos de la empresa con el fin de construir una línea grafica que se asemeje a su estilo.

7.1.15 Canvas.

El lienzo digital, también conocido como canvas, se empleará para colocar los elementos gráficos, imágenes y animaciones de la página web.

7.1.16 Prototipado web.

El prototipado se usará para generar la página web y que pueda ser visualizada por el cliente y obtener una vista previa final.

7.1.17 Jerarquía.

Esta cualidad será aplicada para ordenar los elementos gráficos de la página web para atraer el foco visual del usuario.

7.1.18 Hipervínculos.

Los hipervínculos se utilizarán en el proceso de presentación de la página web, para navegar por la misma.

7.1.19 Usabilidad.

La usabilidad será implementada para que la página web pueda ser utilizada por el máximo número de personas, sin importar sus conocimientos de las características técnicas del equipo empleado para navegar por la internet.

7.1.20 Semiología.

La semiología se usará para generar los signos que ayuden al usuario a interpretar las señales colocadas en la página web (botones).

7.1.21 Tecnología.

Este recurso proporciona al proyecto una forma más fácil de presentar las ideas y generar cambios.

7.1.22 Andragogía.

La andragogía se aplicará para introducir a las personas adultas al uso de la página web de una forma mucho más fácil e interactiva.

7.1.23 Arte digital.

El arte digital tiene ventajas que se reflejan en el proyecto gracias a las NTIC y el fácil acceso a internet. Aportando al proyecto funcionalidad y accesibilidad.

7.1.24 Publicidad.

La publicidad cumple la función de hacer que el proyecto resalte como elemento importante dentro y fuera de la empresa.

7.1.25 Teoría del uso del color.

Esta teoría será aplicada en el diseño de la página web para utilizar los colores oportunos y adecuados para el grupo objetivo.

7.1.26 Teoría Psicoanalítica.

La teoría psicoanalítica se utilizará para representar de la forma más estética y agradable para la vista del usuario y de esta manera guiar al usuario a adquirir el servicio.

7.1.27 Teoría del diseño Web.

Esta teoría es útil para implementar la información de la página web y captar la atención del usuario con el fin de enlazarlo con los servicios de la empresa.

7.1.28 Flat design.

El flat design será implementado para darle a la página web un aspecto moderno, ligero, elegante y funcional.

7.1.29 Separaciones diagonales.

Las separaciones diagonales utilizadas en algunas partes de la página web le darán un aspecto moderno y elegante.

7.1.30 Chat bots.

Un chat bot introducido en la página web, ayudara al usuario a responder preguntas básicas, localización, consulta de precios bases e información del sitio.

7.1.31 Ghost bottoms.

Los ghost bottoms serán aplicados para destacar una acción en la página web y predisponer que el usuario haga clic sobre ese botón.

7.1.32 Título pendiente.

TENDENCIAS DE DISEÑO WEB 2018-19

Cristian Ambrocio

1. Flat Fluido

El diseño web Flat está en la red desde hace algunos años y cada vez podemos visualizar más websites con este tipo de diseño que consiste en formas planas y colores solidos.



2. Secciones de división en diagonal

Por lo general, las secciones que dividen un website suelen ser en líneas rectas, lo que convierte a dicha sección en forma rectangular.

Pero este año se comenzaron a ver websites los cuales juegan con líneas y elementos diagonales para dividir las secciones dentro del website.

'Esta parte es una seccion dividida en diagonal'

3. Fondos blur y degradados

Por lo general, los fondos en blur son utilizados para generar altos contrastes o resaltar el texto de dicha sección.

Los degradados son tendencia en 2018 combinando gamas de colores similares o totalmente opuestas para generar impacto visual.



Hi...



Hi...

4. Ghost buttons

Ayudan a tomar acciones en un website.

Se puede colocar una acción menos importante en un botón opaco y la acción más interesante en el botón con color.

Volver

Aceptar

Si

No

7.2 Conceptualización

7.2.1 Método.

Con el fin de que la página web cumpla la función de informar y representar de forma estética sus servicios de comunicación y diseño, se utilizara el método de hall of fame.

Hall of fame	
Objetivo creativo: la sencillez y efectividad se pueden combinar y generar soluciones	
Frases	Ideas que se van ocurriendo
Pablo Ruiz Picasso Que la inspiración llegue, no depende de mí. Lo único que puedo hacer es ocuparme de que encuentre trabajando.	-Los clientes van directamente al grano -El tiempo para los clientes es importante -La empresa debería de saber cuáles son las necesidades para los clientes y visitantes
Sigmund Freud Cuando la inspiración no me encuentra, hago medio camino para encontrarla.	-La estética no siempre sigue tendencias -Los colores generan las sensaciones en las personas -Cuales gamas son adecuadas para un mundo tan conectado como en el que vivimos -Los clientes no se detendrán a apreciar el trabajo que sucede tras bambalinas
Herbert Alexander Simon No hay moral en torno a la tecnología. La tecnología expande nuestras formas de pensar sobre las cosas, amplía nuestras formas de hacer las cosas.	-La accesibilidad de la tecnología ahora es una necesidad -Como puedo hacer que el cliente se sienta más cómodo navegando por un sitio web -Como puedo estar seguro de que la persona que yo analice es la persona que está navegando por la página web que yo mismo diseñe.

	Ideas resultantes
	<p>-Toda empresa busca que su servicio sea simple y directo, esto refuerza la seguridad y confianza del cliente hacia la marca.</p> <p>-Lograr que los clientes consigan lo que deseen en el menor tiempo posible.</p> <p>-Un análisis externo de la empresa y del grupo objetivo ayuda a determinar cuáles son las necesidades y deseos que estos quieren.</p>
	<p>- Cada individuo tiene una percepción diferente de lo que considera 'estético' sin embargo, las tendencias refuerzan cierto tipo de estilos y gustos.</p> <p>- Tanto los colores como las gamas de estos generan ciertas sensaciones e ideas que logran reforzar gustos y emociones.</p> <p>-El hecho de que los clientes no logren apreciar el trabajo que hay detrás de un proyecto, no quiere decir que hay que restarle importancia al proceso y elaboración del mismo.</p>
	<p>-La compatibilidad y accesibilidad de diferentes dispositivos es algo de suma importancia.</p> <p>-La comodidad y rapidez con la que la persona pueda encontrar lo que busca es una prioridad.</p> <p>-Las personas buscan por necesidad e interés.</p>

7.2.2 Definición de concepto.

Página web de La doña H2O: **“Limpio, sencillo, moderno y eficaz”**

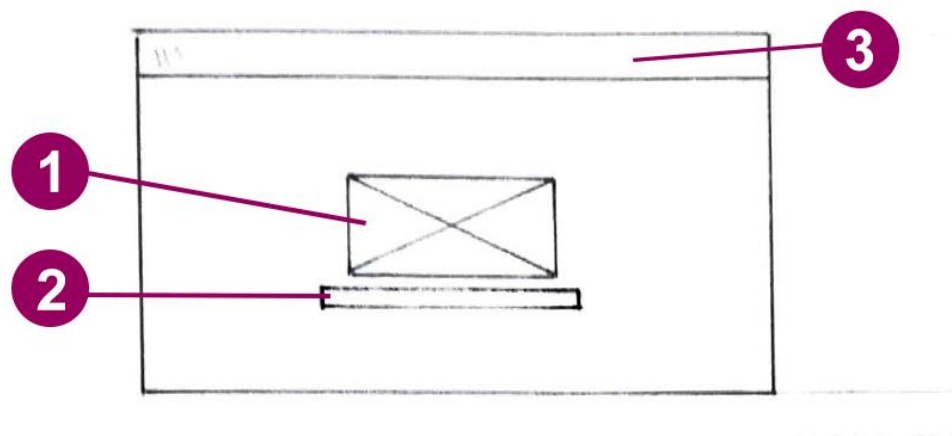
Limpio, sencillo, moderno y eficaz; estas cuatro simples palabras son la base para generar el estilo gráfico que se desea para el proyecto, formas sólidas, colores y gradientes claros y concretos, una diagramación simple que permita al usuario utilizarla sin complejos.

7.3 Bocetaje

7.3.1 Proceso de bocetaje.

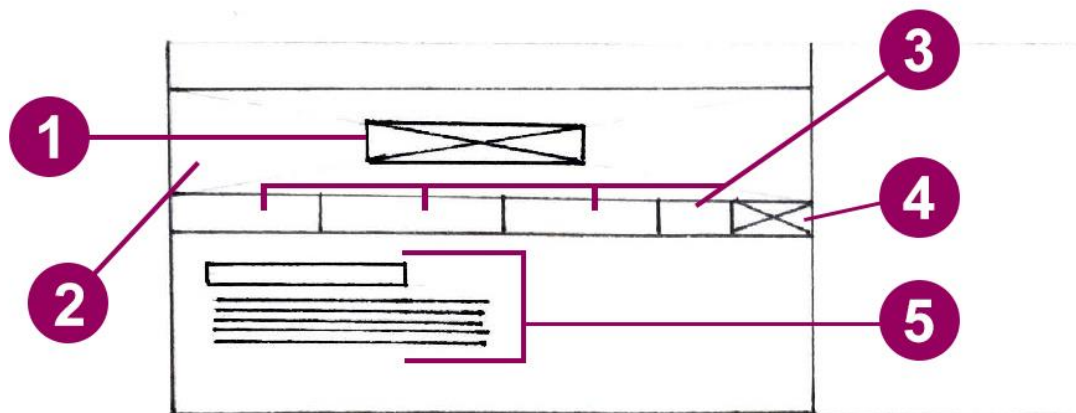
7.3.1.1 Bocetos Iniciales.

Propuesta de retícula de la página de carga inicial



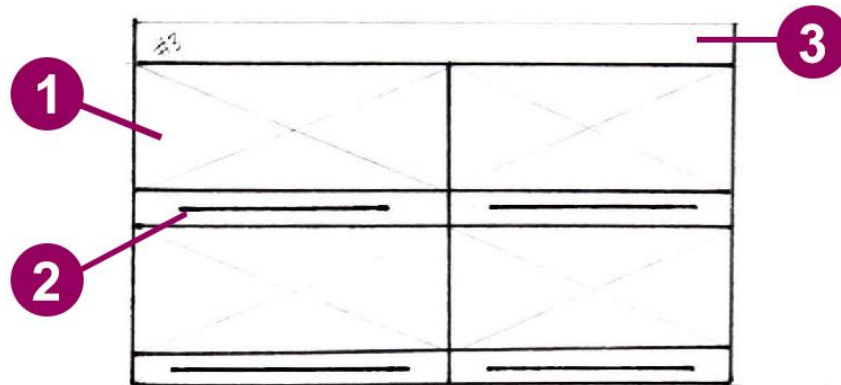
1. Logotipo de La doña H2O.
2. Texto de carga a 18 puntos.
3. Espacio divisorio que corresponde a la barra de navegación de cualquier navegador.

Propuesta de retícula para el home page



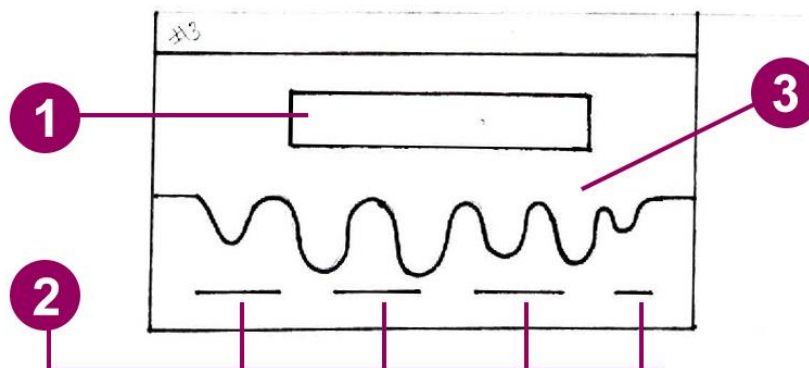
1. Logotipo de La doña H2O
2. Espacio para colocar fondo desenfocado.
3. Espacios para la barra de navegación en la página web
4. Botón de búsqueda personalizada.
5. Presentación de la empresa y a lo que se dedica.

Propuesta de retícula de la página de trabajos realizados por la empresa



1. Imagen que se mostrará de un proyecto específico de los servicios que la empresa ofrece.
2. Caja de texto donde irá el título del proyecto expuesto.
3. Espacio divisorio que corresponde a la barra de navegación de cualquier navegador.

Propuesta de retícula del bottom page.



1. Frase conceptual de la empresa
2. Conexiones a redes sociales y partes concretas de la página web
3. Fondo en desenfocado para la división entre la información y la frase conceptual.

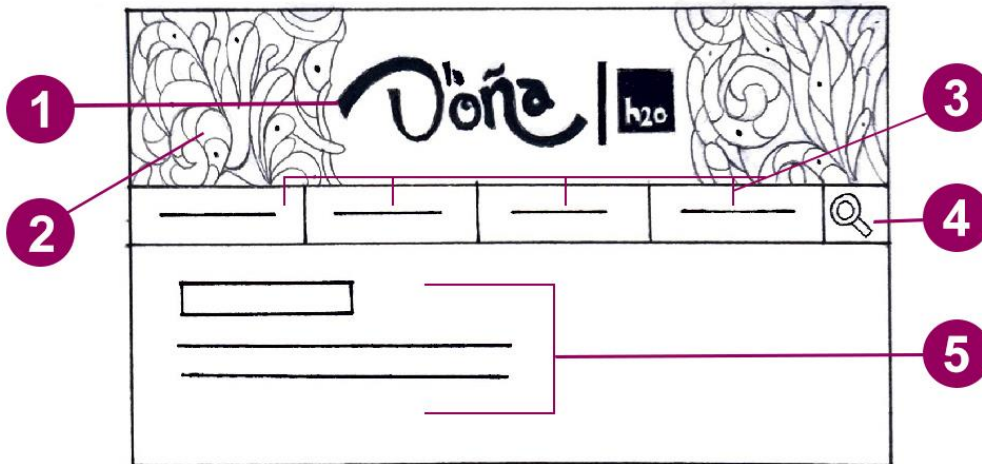
7.3.1.2 Bocetos Intermedios.

Página de carga inicial



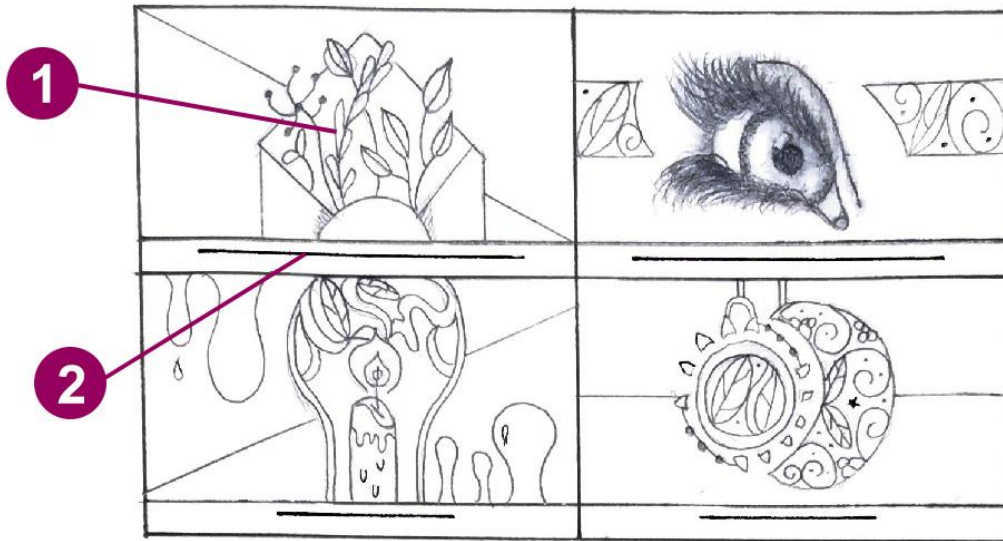
1. Logotipo de La doña H2O.
2. Texto de carga a 18 puntos.
3. Espacio divisorio que corresponde a la barra de navegación de cualquier navegador.

Home page

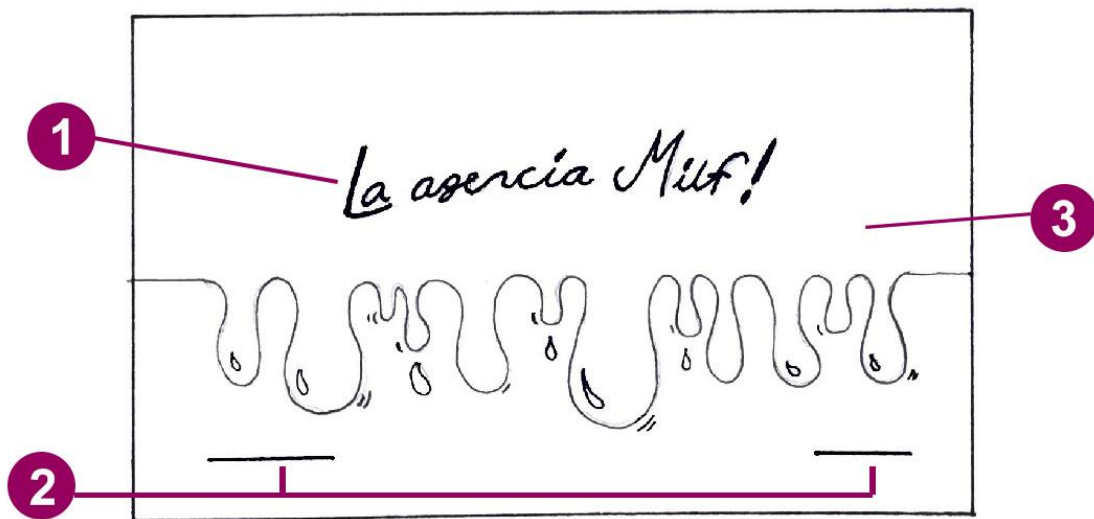


1. Logotipo de La doña H2O
2. Espacio para colocar fondo desenfocado.
3. Espacios para la barra de navegación en la página web
4. Botón de búsqueda personalizada.
5. Presentación de la empresa y a lo que se dedica.

Trabajos realizados por la empresa

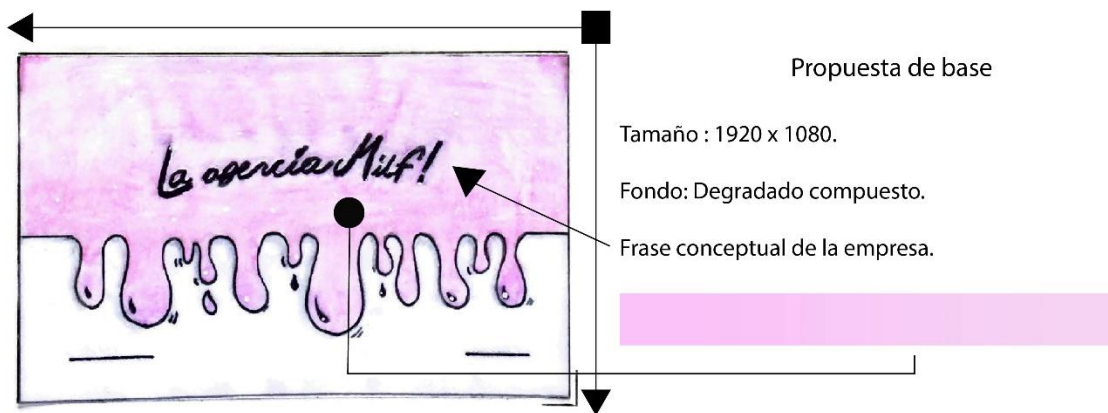
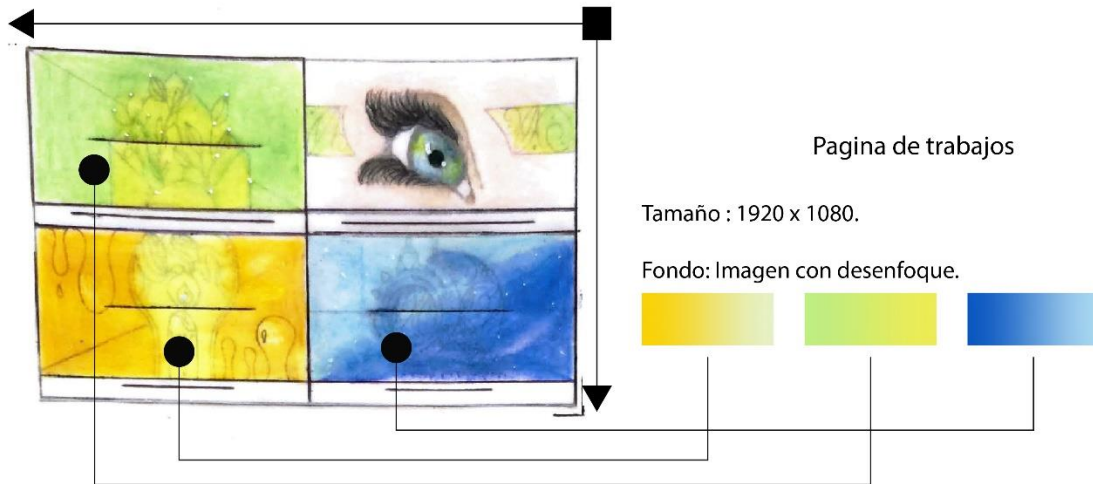


1. Imagen que se mostrará de un proyecto específico de los servicios que la empresa ofrece.
2. Caja de texto donde irá el título del proyecto expuesto.



1. Frase conceptual de la empresa
2. Conexiones a redes sociales y partes concretas de la página web
3. Fondo en desenfocado para la división entre la información y la frase conceptual.

7.3.1.3 Bocetos a color.



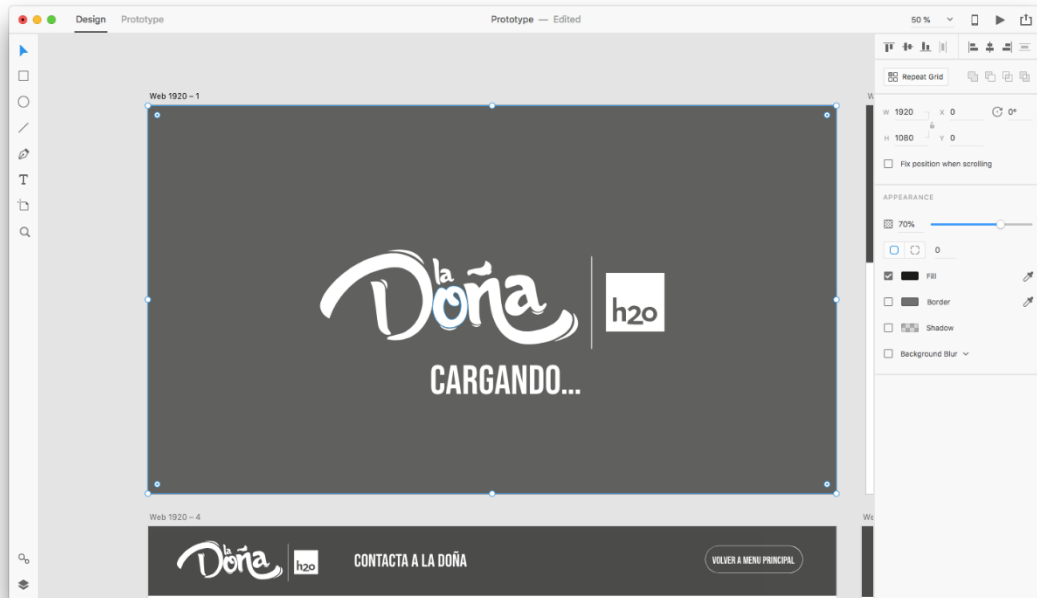
Razonamiento. Los círculos marcan los colores degradados adquiridos de imágenes proporcionadas por el cliente con el fin de obtener fondos dinámicos propios.

El tipo de letra para los títulos es *Bebas Neue en formato mayúscula*.

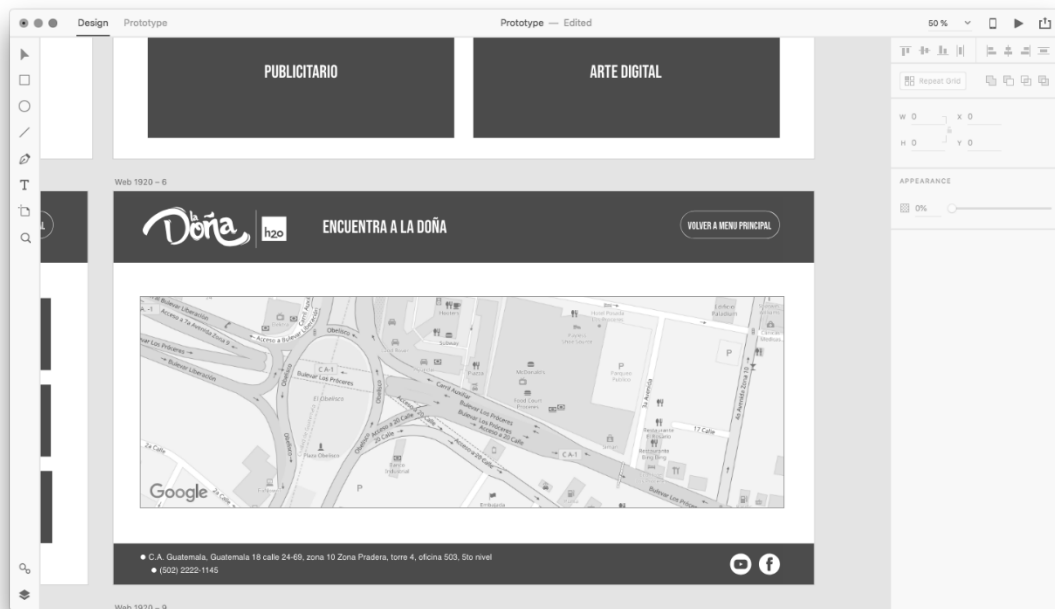
Las medidas de la página web se definen por el tamaño de la pantalla y la cantidad de pixeles, que, en este caso, es de 1920 x 1080 píxeles con el fin de que la página sea visualizada en cualquier pantalla de computadora, sin alterar los elementos de esta.

7.3.2 Proceso de digitalización de bocetos.

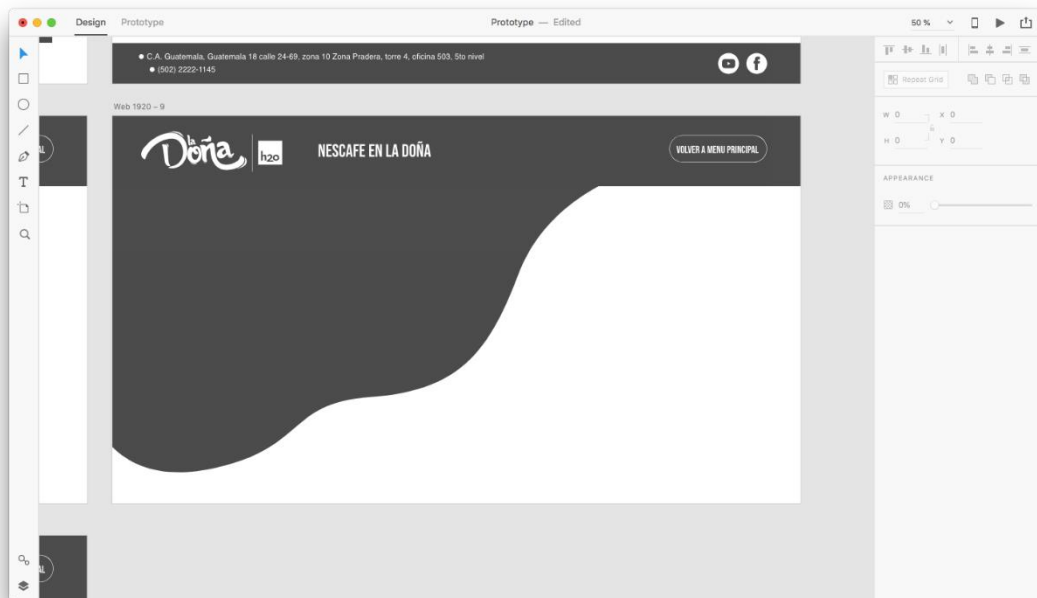
Proceso de digitalización del logotipo y página de carga sin color.



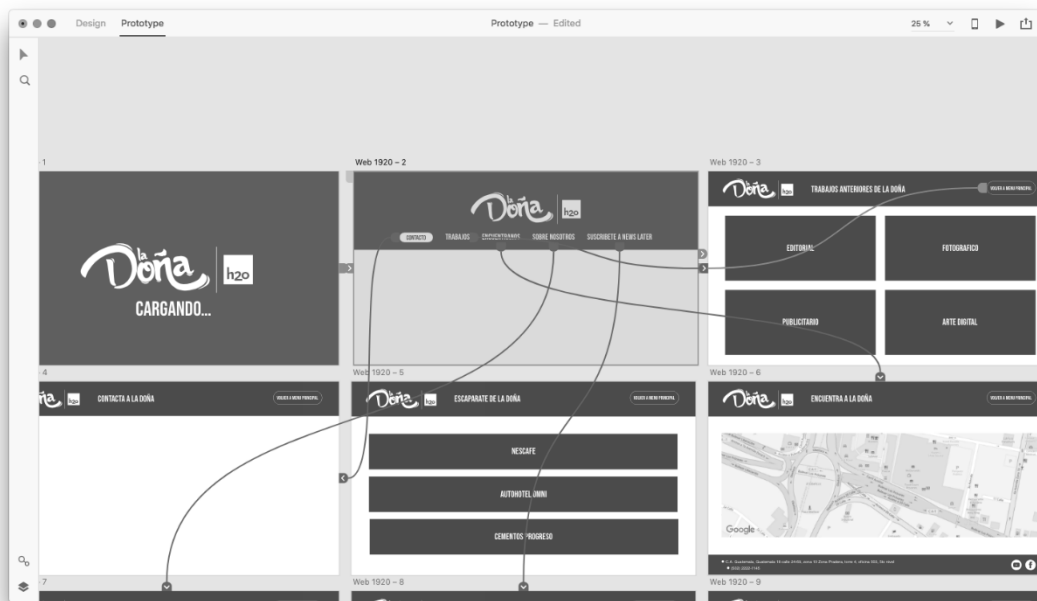
Digitalización del preview para la herramienta de navegación de mapas de Google.



Diagramación que será utilizada para mostrar los trabajos de la empresa.

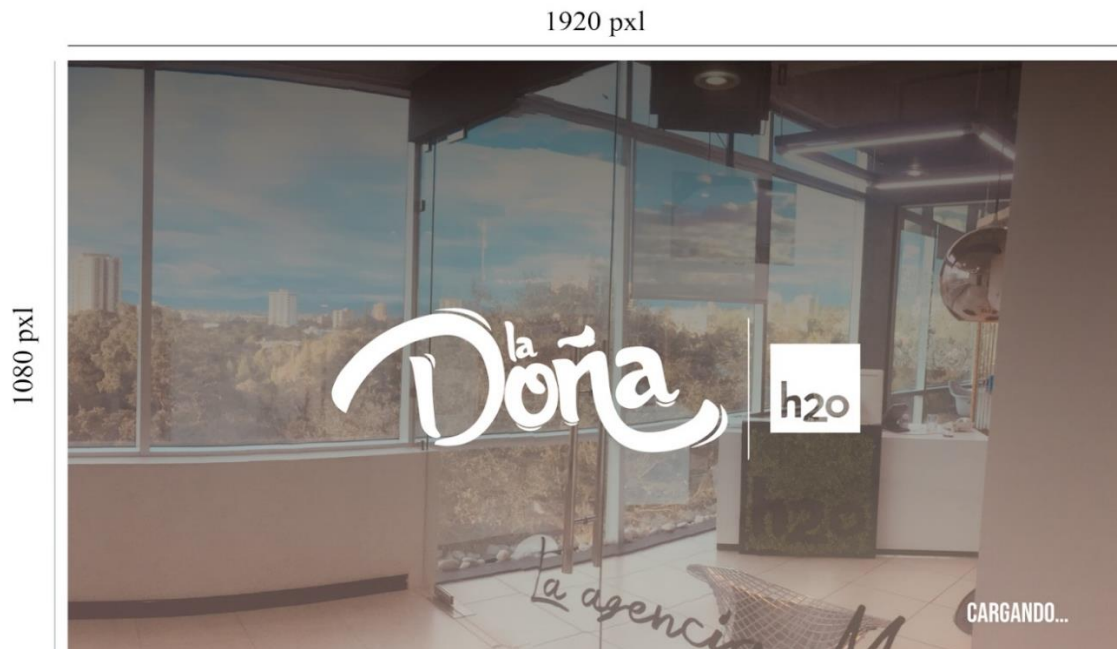


Conexiones y botones de las diferentes partes del sitio web.



7.4 Propuesta preliminar

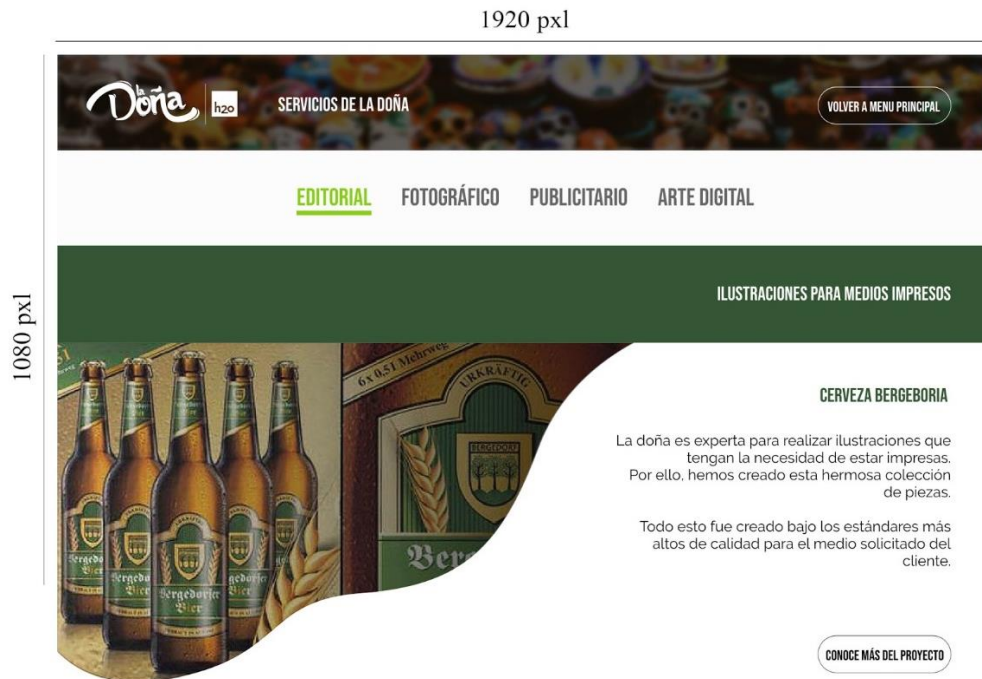
Página de carga inicial



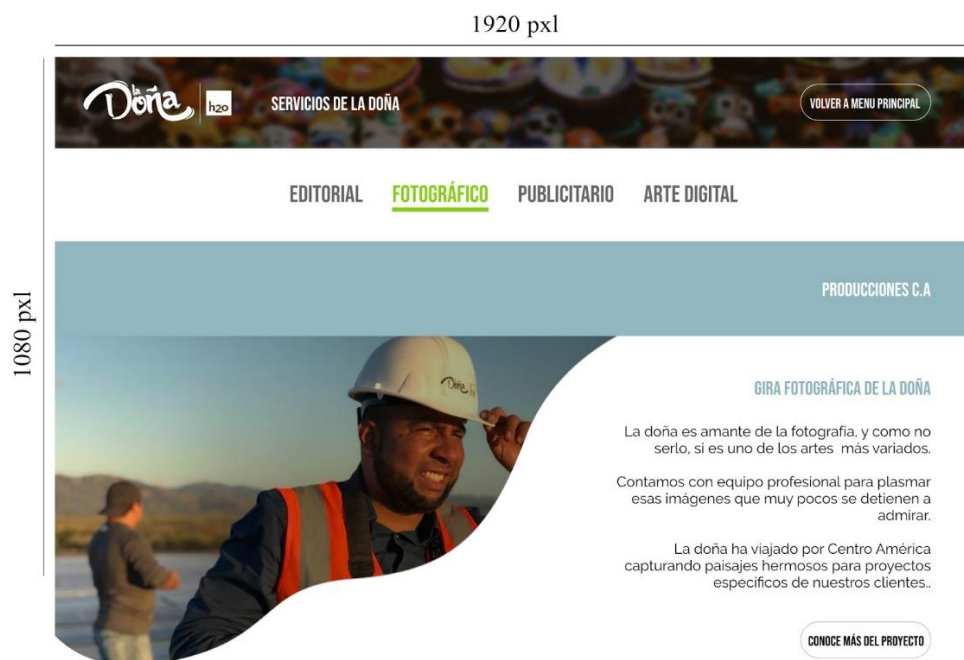
Página principal



Diseño preliminar de presentación de trabajos editoriales realizados por la empresa



Diseño preliminar de presentación de trabajos fotográficos realizados por la empresa





CAPÍTULO VIII
VALIDACIÓN TÉCNICA



Capítulo VIII: Validación técnica

Al concluir la propuesta preliminar de diseño para el sitio web de la empresa La doña H2O.

Es necesario tomar como referencia una herramienta de investigación, que permita reunir información objetiva sobre la calidad del proyecto, en cuanto a los requerimientos del cliente, el objetivo planteado y su funcionalidad. La evaluación de la propuesta gráfica se presentó al grupo objetivo, al cliente y a los expertos para obtener los datos y resultados de la validación técnica.

8.1 Población y muestreo

En el proceso de validación para el proyecto se evaluarán tres segmentos, que son:

8.1.1 Grupo Objetivo.

Se realizó una encuesta a personas de ambos géneros con edades comprendidas entre los 21 a 60 años, estudiantes de diseño gráfico, ingeniería y personas que laboran y utilizan su computadora como herramienta de trabajo. El total de encuestados presenciales fueron 5 y online 10, un total de 15 respuestas finales.

8.1.2 Especialistas de la comunicación y el diseño (Experto).

Se realizó una encuesta a profesionales de Comunicación y Diseño Gráfico. En total se encuestó a 5 expertos en el campo de diseño gráfico, mercadeo y comunicación.

Expertos en diseño gráfico

Licda. Andrea Aguilar - Catedrática

Lic. Rolando Barahona Cifuentes - Diseñador Gráfico

Licda. María Alejandra Rodríguez Paul - Admón. / Docente

Experto en mercadeo

Licda. Ingrid Ordoñez - Mercadóloga

Experto en comunicación

Lic. Fernando Orellana – Catedrático

La herramienta utilizada es una encuesta de respuesta múltiple que se aplicará al cliente, a las personas, hombres y mujeres del grupo objetivo y a expertos en el área de comunicación y diseño.

8.1.3 Cliente.

El cliente es la empresa La doña H2O, quien validará la propuesta preliminar del sitio web.

Lic. Julio Orozco - Gerente general

8.2 Método e instrumento

Con los tres grupos definidos, se procede a determinar la metodología de investigación para validar y obtener los resultados que permitan continuar con la propuesta gráfica final del sitio web.

La herramienta de validación permite reunir información sobre la eficacia, legibilidad, diseño general y verificar el logro de los objetivos.

8.2.1 Escala de Likert.

Se realizó la encuesta con base a la escala de Likert, con el fin de medir las actitudes y el grado positivo o negativo.

8.2.2 Herramienta de encuesta personal.

El método para utilizar la encuesta será de manera personal y virtual, con base en 16 preguntas, las cuales se dividirán en tres partes para la evaluación del diseño del sitio web.

Parte Objetiva: Esta parte corresponde a la evaluación de los objetivos planteados al inicio del proyecto.

Parte Semiológica: En esta parte se evaluarán los elementos gráficos, como el diseño, la diagramación, los colores, el estilo de tipografía y la apariencia general.

Parte Operativa: Esta parte corresponde a la evaluación de funcionalidad, accesibilidad, resoluciones y proporciones.

Herramienta Impresa



Facultad de Ciencias de la Comunicación (FACOM)

Licenciatura en Comunicación y Diseño

Proyecto de graduación

Nombre: _____

Profesión: _____

Puesto: _____

Años de experiencia en el mercado: _____

Perfil: Experto _____ Cliente _____ Grupo Objetivo _____

Diseño de página web para la doña H2O

Antecedentes

H2O comunicación es una empresa dedicada a la propuesta y ejecución de ideas y soluciones a través de la comunicación y diseño, en la actualidad trabajan para dar a conocer sus servicios.

El problema actual es que la empresa no cuenta con una página web funcional que refleje cuáles son los servicios que ellos brindan a sus clientes reales y potenciales. La página actual solo redirige al usuario a la Fanpage de Facebook.

Instrucciones

Se le agradecerá responder las siguientes preguntas marcando con una X en los espacios designados.

Parte objetiva

1. ¿Considera importante diseñar un sitio web para dar a conocer los servicios de comunicación y diseño que ofrece a sus clientes reales y potenciales para la empresa La doña H2O?

Si _____ No _____

2. ¿Considera importante investigar el contenido de lo que debe llevar un sitio web para utilizar la información en el desarrollo de la página web para La doña H2O?
Si _____ No _____
3. ¿Le parece necesario recopilar información y antecedentes de la empresa, así como de todos los servicios que ofrece para incluir lo más relevante dentro del sitio web para La doña H2O?
Si _____ No _____
4. ¿Considera que es indispensable digitalizar la información de los servicios de comunicación y diseño que ofrece la empresa, para informar a los clientes reales y potenciales de La doña H2O?
Si _____ No _____
5. ¿Considera importante seleccionar los elementos de la línea gráfica característica de la empresa para lograr una página web que transmita la esencia de La doña H2O?
Si _____ No _____
6. Le parece importante maquetar con imágenes y elementos gráficos de la empresa, para facilitar la comprensión y la lectura a los clientes de La doña H2O?
Si _____ No _____

Parte semiológica

7. ¿Considera que el diseño de la página web es?
Apropiado _____ Poco apropiado _____ Nada apropiado _____
8. ¿Considera que los colores utilizados son?

Adecuados _____ Poco adecuados _____ Nada adecuados _____

9. ¿Considera que la diagramación de los elementos gráficos son?

Convenientes _____ Poco convenientes _____ Nada convenientes _____

10. ¿Considera que la tipografía utilizada en la página web es?

Dinámica _____ Poco dinámica _____ Nada dinámica _____

11. ¿Considera que el estilo de diseño para la página web en general es?

Oportuno _____ Poco oportuno _____ Nada oportuno _____

Parte operativa

12. ¿Considera que el tipo de tonalidades utilizados en la página web son?

Adecuados _____ Poco Adecuados _____ Nada Adecuados _____

13. ¿Considera que las proporciones de los diferentes elementos gráficos son?

Apropiadas _____ Poco apropiadas _____ Nada apropiadas _____

14. ¿Considera que la calidad de resolución de la página web es?

Conveniente _____ Poco conveniente _____ Nada conveniente _____

15. ¿Considera que la accesibilidad de la página web es?

Acertada _____ Poco Acertada _____ Nada Acertada _____

16. ¿Considera que la página web es?

Funcional _____ Poco funcional _____ Nada funcional _____

Se le agradece el tiempo brindado para responder la encuesta de validación. Si usted tiene alguna crítica, comentario o sugerencia, puede hacerlo en el siguiente espacio.

Gracias por contribuir al proyecto de graduación, su opinión será tomada en cuenta.

Herramienta digital

<https://goo.gl/forms/EqxDFDpoBZxtNUvC2>

Ver anexo h

8.3 Resultados e interpretación de resultados

1. ¿Considera importante diseñar un sitio web para dar a conocer los servicios de comunicación y diseño que ofrece a sus clientes reales y potenciales para La doña H2O?



Interpretación: El 100% de los encuestados considera importante diseñar un sitio web para dar a conocer los servicios de comunicación y diseño que ofrece La doña H2O a sus clientes reales y potenciales.

2. ¿Considera importante investigar el contenido de lo que debe llevar un sitio web para utilizar la información en el desarrollo de la página web para La doña H2O?



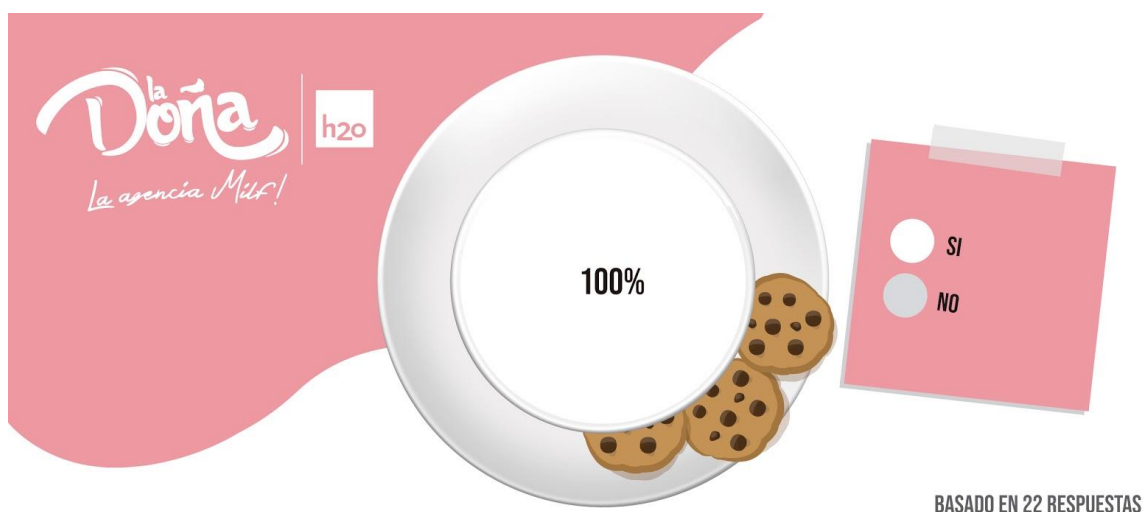
Interpretación: El 100% de los encuestados considera importante investigar el contenido de lo que debe llevar un sitio web para utilizar la información en el desarrollo de la página web para La doña H2O.

3. ¿Le parece necesario recopilar información y antecedentes de la empresa, así como de todos los servicios que ofrece para incluir lo más relevante dentro del sitio web para La doña H2O?



Interpretación: El 100% de los encuestados considera necesario recopilar información y antecedentes de la empresa, así como de todos los servicios que ofrece para incluir lo más relevante dentro del sitio web para La doña H2O.

4. ¿Considera que es indispensable digitalizar la información de los servicios de comunicación y diseño que ofrece la empresa, para informar a los clientes reales y potenciales de La doña H2O?



Interpretación: El 100% de los encuestados considera que es indispensable digitalizar la información de los servicios de comunicación y diseño que ofrece la empresa, para informar a los clientes reales y potenciales de La doña H2O.

5. ¿Considera importante seleccionar los elementos de la línea gráfica característica de la empresa para lograr una página web que transmita la esencia de La doña H2O?



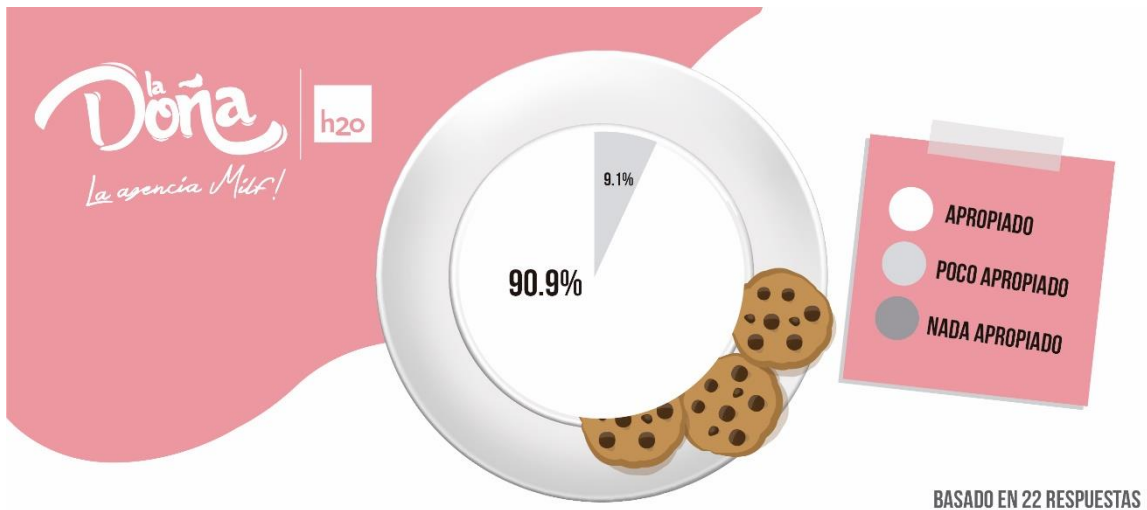
Interpretación: El 100% de los encuestados considera importante seleccionar los elementos de la línea gráfica característica de la empresa para lograr una página web que transmita la esencia de La doña H2O.

6. ¿Le parece importante maquetar con imágenes y elementos gráficos de la empresa, para facilitar la comprensión y la lectura a los clientes de La doña H2O?



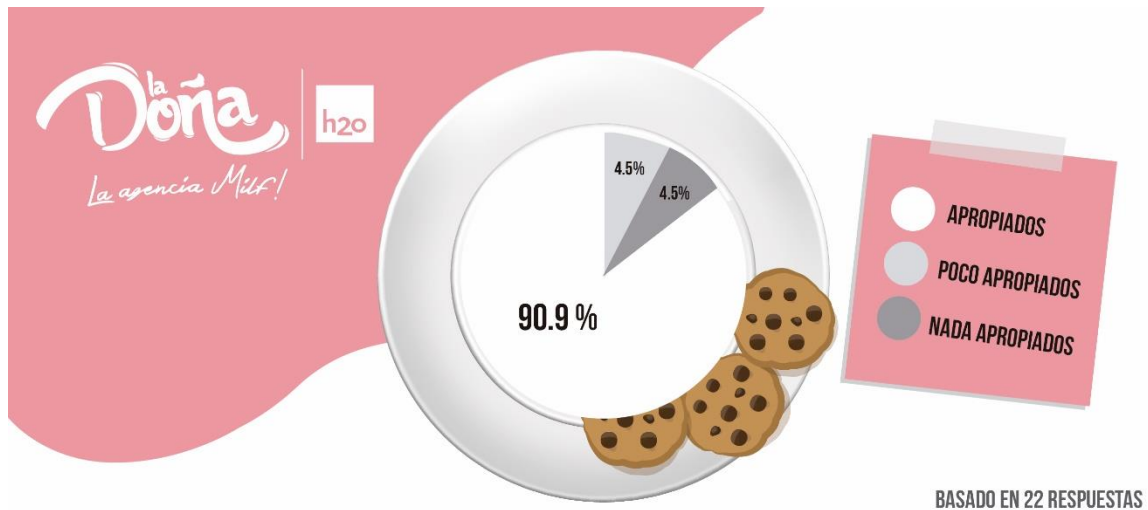
Interpretación: El 100% de los encuestados considera importante maquetar con imágenes y elementos gráficos de la empresa, para facilitar la comprensión y la lectura a los clientes de La doña H2O.

7. ¿Considera que el diseño de la página web es?



Interpretación: El 90.9% de los encuestados (20 personas) considera que el diseño de la página web es apropiado, mientras que 9.1% (2 personas) considera que es poco apropiado.

8. ¿Considera que los colores utilizados son?



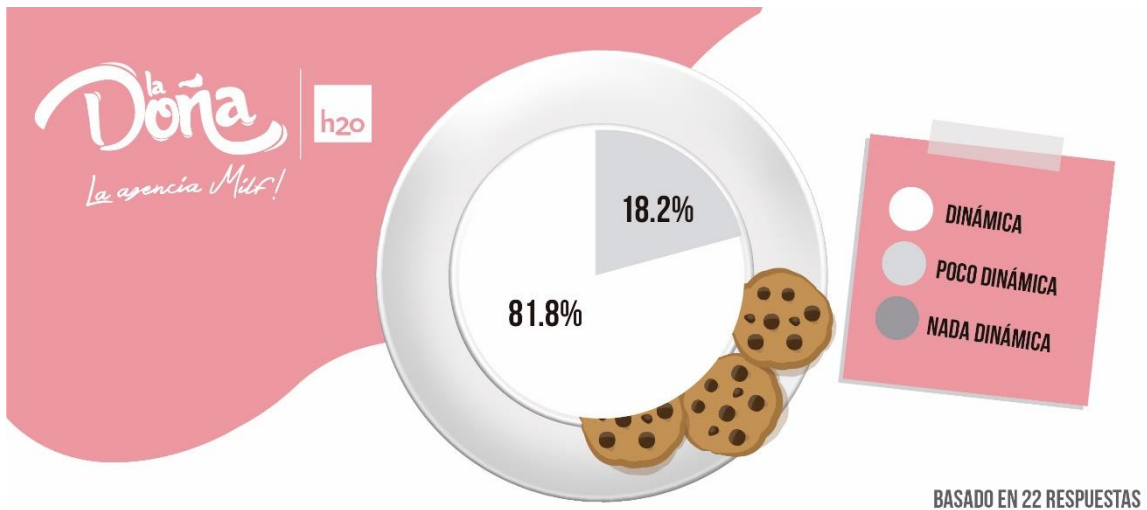
Interpretación: El 90.9% de los encuestados (20 personas) considera que el diseño de la página web es apropiado, mientras que un 4.5% (1 persona) considera que es poco apropiado y otro 4.5% (1 persona) considera que los colores son nada apropiados.

9. ¿Considera que la diagramación de los elementos gráficos es?



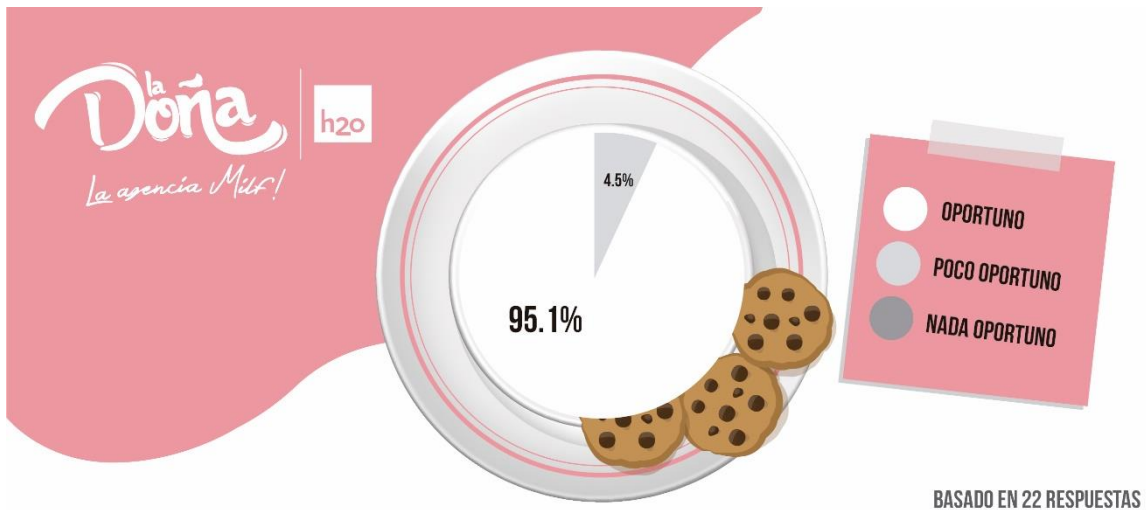
Interpretación: El 100% de los encuestados considera que la diagramación de los elementos gráficos es conveniente para la página web.

10. ¿Considera que la tipografía utilizada en la página web es?



Interpretación: El 81.8% de los encuestados (18 personas) considera que la tipografía utilizada en la página web es dinámica, mientras que un 18.2% (4 personas) considera que es poco dinámica.

11. ¿Considera que el estilo de diseño para la página web en general es?



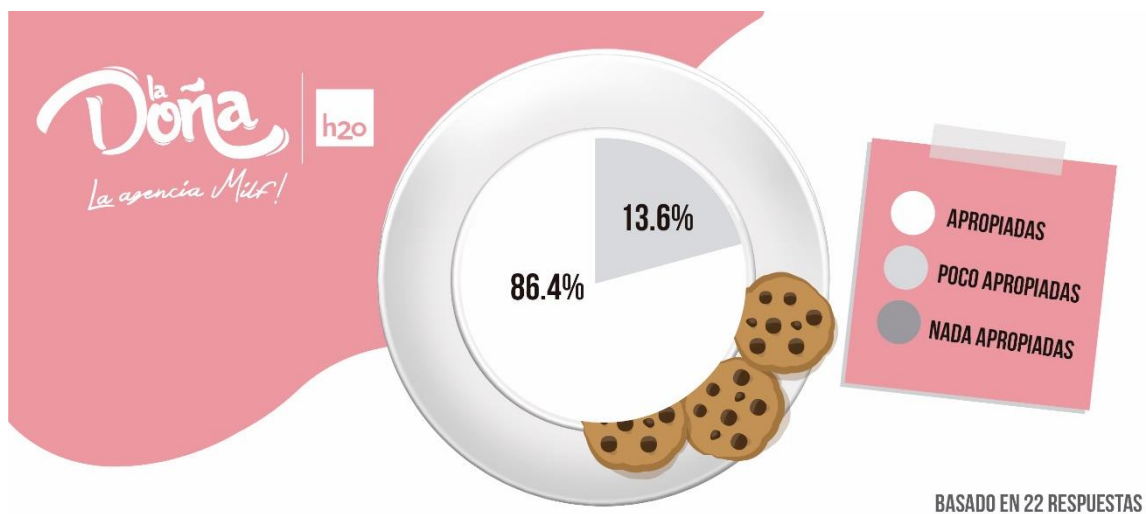
Interpretación: El 95.1% de los encuestados (21 personas) considera el estilo de diseño para la página web en general es oportuno, mientras que un 4.5% (1 persona) considera que el diseño general es poco oportuno.

12. ¿Considera que el tipo de tonalidades utilizados en la página web son?



Interpretación: El 95.1% de los encuestados (21 personas) considera que el tipo de tonalidades utilizadas en la página web son adecuadas, mientras que 4.5% (1 persona) considera que las tonalidades en la página web son poco adecuadas.

13. ¿Considera que las proporciones de los diferentes elementos gráficos son?



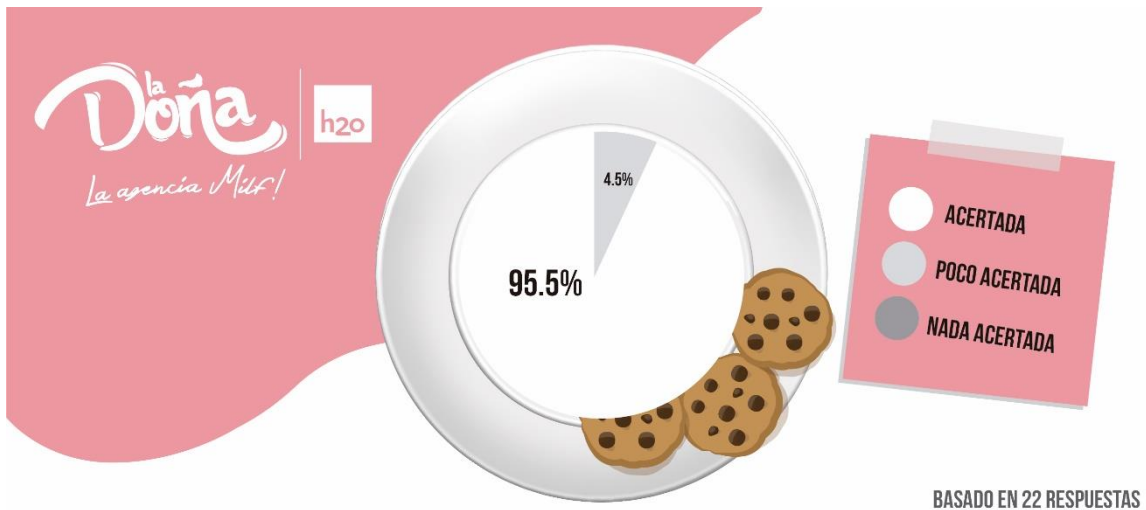
Interpretación: El 86.4% de los encuestados (19 personas) considera que las proporciones de los diferentes elementos gráficos utilizados en la página web son proporciones adecuadas, mientras que 13.6% (3 personas) considera que las tonalidades en la página web son poco adecuadas.

14. ¿Considera que la calidad de resolución de la página web es?



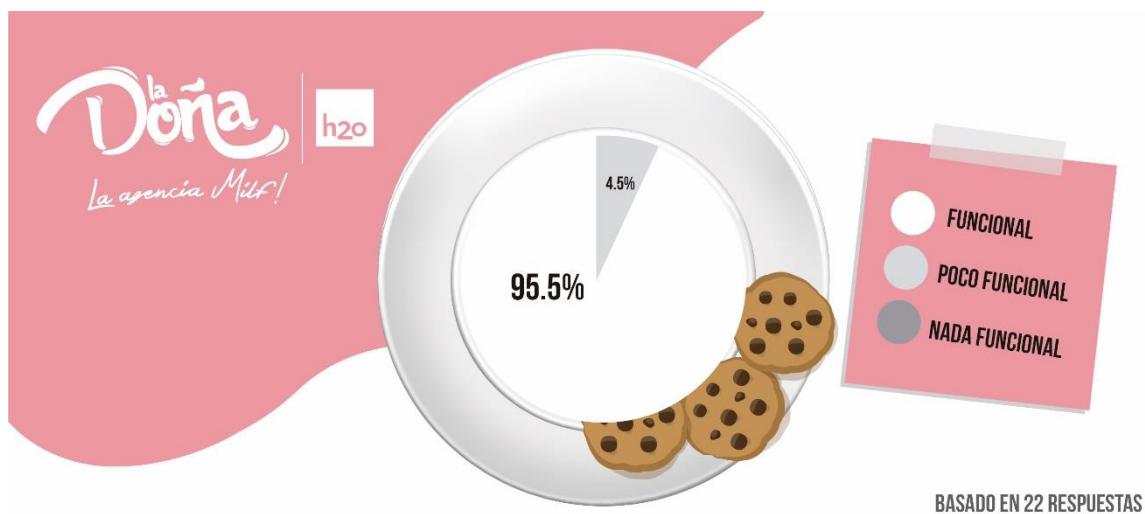
Interpretación: El 100% de los encuestados considera que la calidad de resolución de la página web es conveniente.

15. ¿Considera que la accesibilidad de la página web es?



Interpretación: El 95.5% de los encuestados (21 personas) considera que la accesibilidad de la página web es acertada, mientras que 4.5% (1 persona) considera que las tonalidades en la página web son poco adecuadas.

16. ¿Considera que la página web es?



Interpretación: El 95.5% de los encuestados (21 personas) considera que la página web es funcional, mientras que un 4.5% (1 persona) considera que la página web no es funcional.

8.4 Cambios con base a los resultados

Al concluir con la validación del proyecto, tomando en cuenta los resultados por parte de expertos, grupo objetivo y cliente, se realizarán los siguientes cambios:

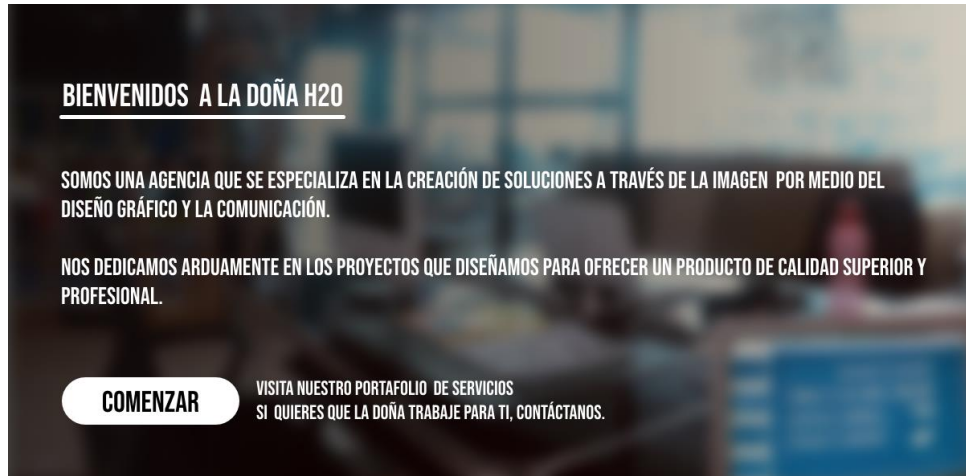
- Colocar tildes faltantes en ciertas partes del texto y corregir faltas ortográficas.
- Cambiar la tipografía con el fin de mejorar la legibilidad y el kerning en el home page.
- Cambiar el estilo rectangular de algunas partes del home page para mantener el estilo de línea curvo en la interfaz y en la forma en cómo se muestran las fotografías.

8.4.1 Antes.

8.4.2 Después.

Kerning del homepage

Antes:



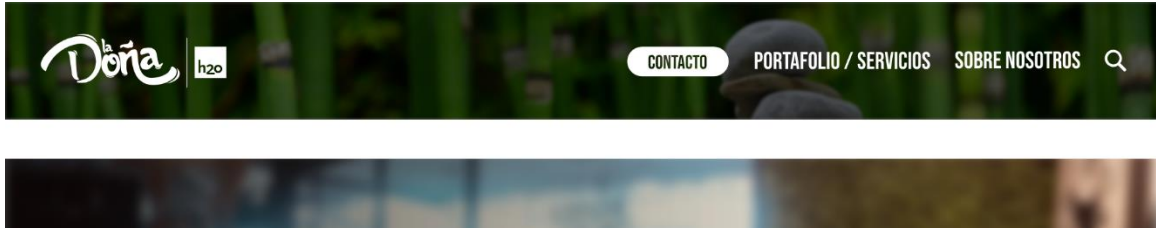
Kerning del homepage

Después:



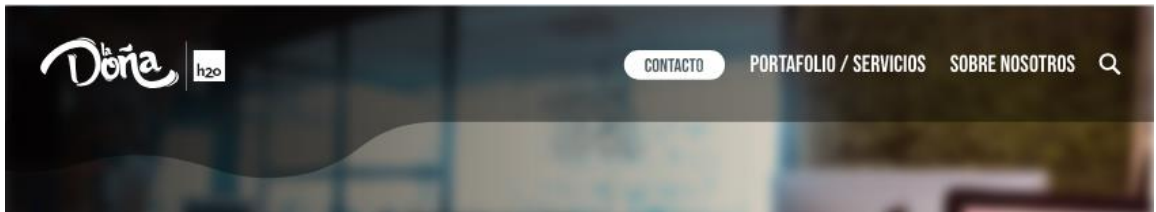
Línea gráfica superior del homepage

Antes:



Línea gráfica superior del homepage

Después:



Línea gráfica inferior del homepage

Antes:



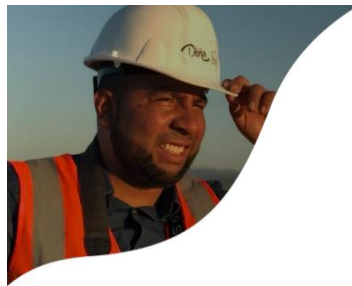
Línea gráfica inferior del homepage

Después:



Tipografía en el portafolio

Antes:



GIRA FOTOGRAFICA DE LA DOÑA

La doña es amante de la fotografía, y como no serlo, si es uno de los artes mas variados.

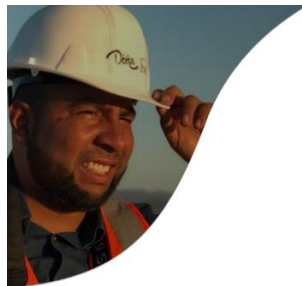
Contamos con un equipo muy variado para plasmar esas imágenes que muy pocos se detienen a admirar.

La doña ha viajado por Centro America capturando paisajes hermosos para proyectos especificos de nuestros clientes.

CONOCE MAS DEL PROYECTO

Tipografía en el portafolio

Después:



GIRA FOTOGRÁFICA DE LA DOÑA

La doña es amante de la fotografía, y como no serlo, si es uno de los artes más variados.

Contamos con equipo profesional para plasmar esas imágenes que muy pocos se detienen a admirar.

La doña ha viajado por Centro América capturando paisajes hermosos para proyectos especificos de nuestros clientes..

CONOCE MÁS DEL PROYECTO

8.4.3 Justificación.

Los cambios sugeridos por los expertos fueron aplicados al home page y a ciertos tipos de textos para corregir problemas de kerning.

El home page fue cambiado con detalles sutiles para seguir con la línea gráfica curva de la empresa y de todo el estilo web.

La tipografía para la interfaz y títulos se mantiene en bebas neue y para los textos más extensos se decidió utilizar la tipografía Raleway con el fin de mejorar la legibilidad y comodidad de lectura del usuario.



CAPÍTULO IX
PROPUESTA GRÁFICA FINAL



Capítulo IX: Propuesta gráfica final

9.1 Fundamentación

9.1.1 Concepto de diseño.

La propuesta de la página web para La doña H2O se fundamenta en el concepto de diseño:

“Limpio, sencillo, moderno y eficaz”

- Lo limpio, sencillo y eficaz son conceptos que reflejan la personalidad, misión, visión, filosofía y principios de La doña H2O.
- Lo moderno es obtenido gracias a las tendencias de diseño web y la inclinación del grupo objetivo por las cosas nuevas.

9.1.2 Tipografías.

Se decidió utilizar bebas neue por su alto impacto visual para diferenciar los titulares y la interfaz de la página web. Como tipografía secundaria se decidió utilizar renaway por su estilo elegante y liviano para facilitar la lectura de cuerpos de texto.



9.1.3 Colores.

Se combinaron los colores base de la empresa (Blanco y negro) y variantes de verde y tonos de gris en modos HEX (códigos de color para medios web y programación) para cada parte de la página web, con el fin de generar una apariencia moderna y limpia.



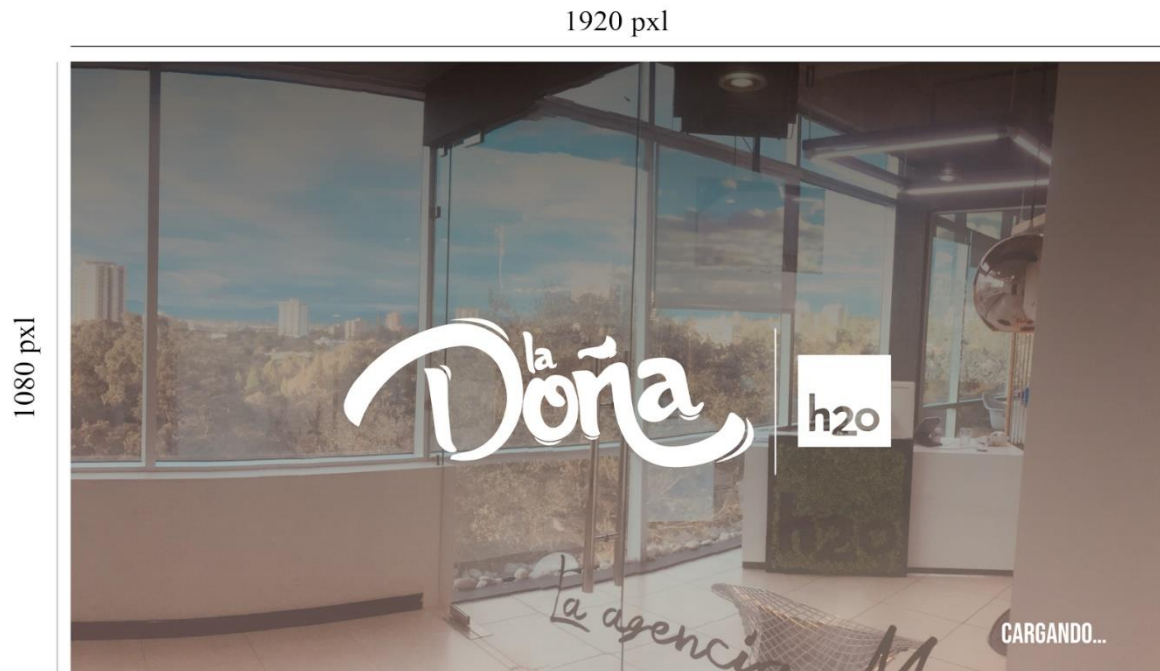
9.1.4 Elementos gráficos.

Se utilizaron los elementos gráficos propios de la empresa como su logotipo y su línea gráfica. La forma para representar las fotos se obtuvo de su eslogan y formas.



9.2 Propuesta gráfica final

Página de carga inicial



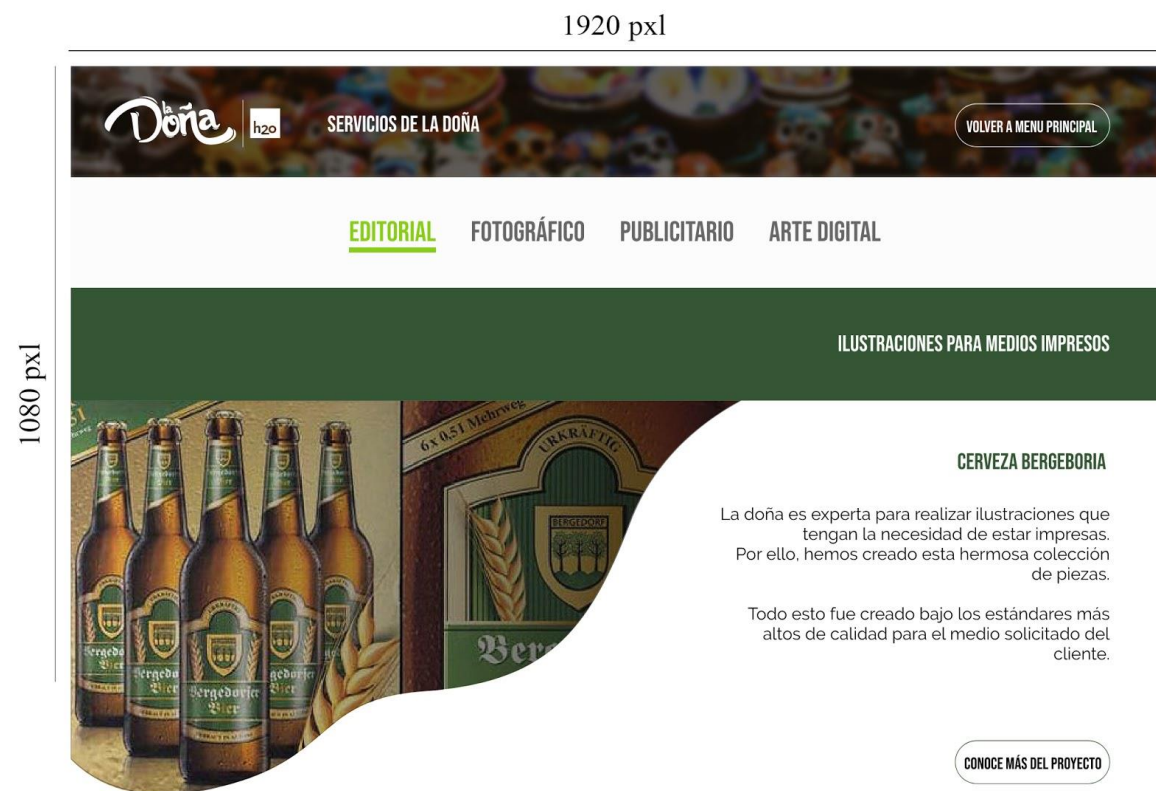
Página principal



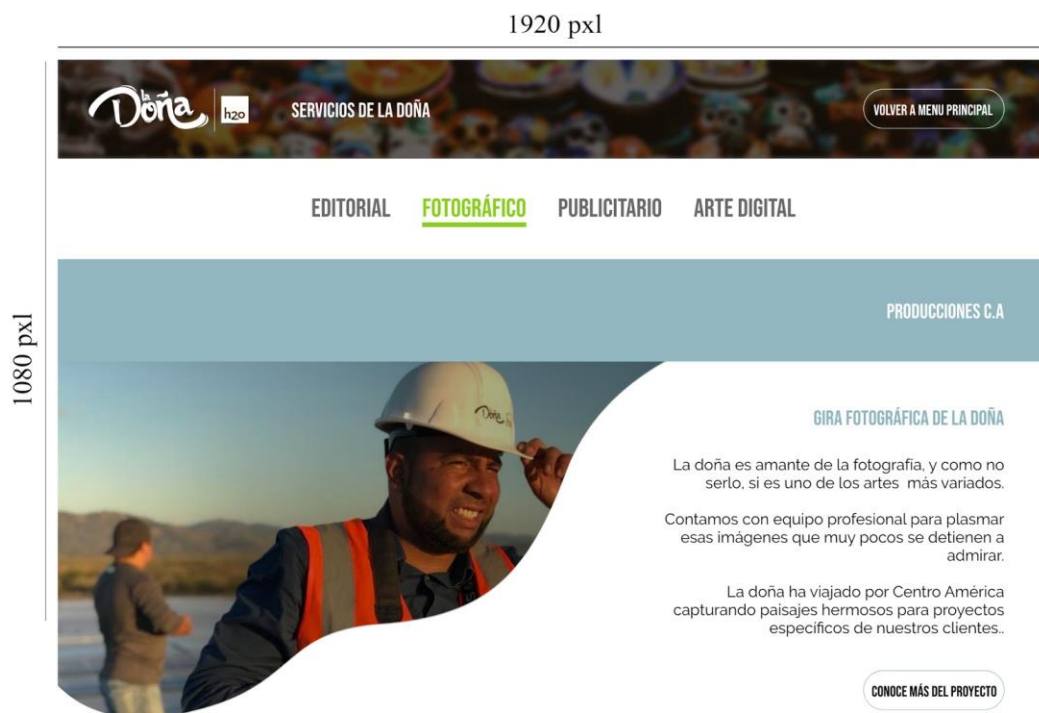
Apartado de newsletter y bottom page



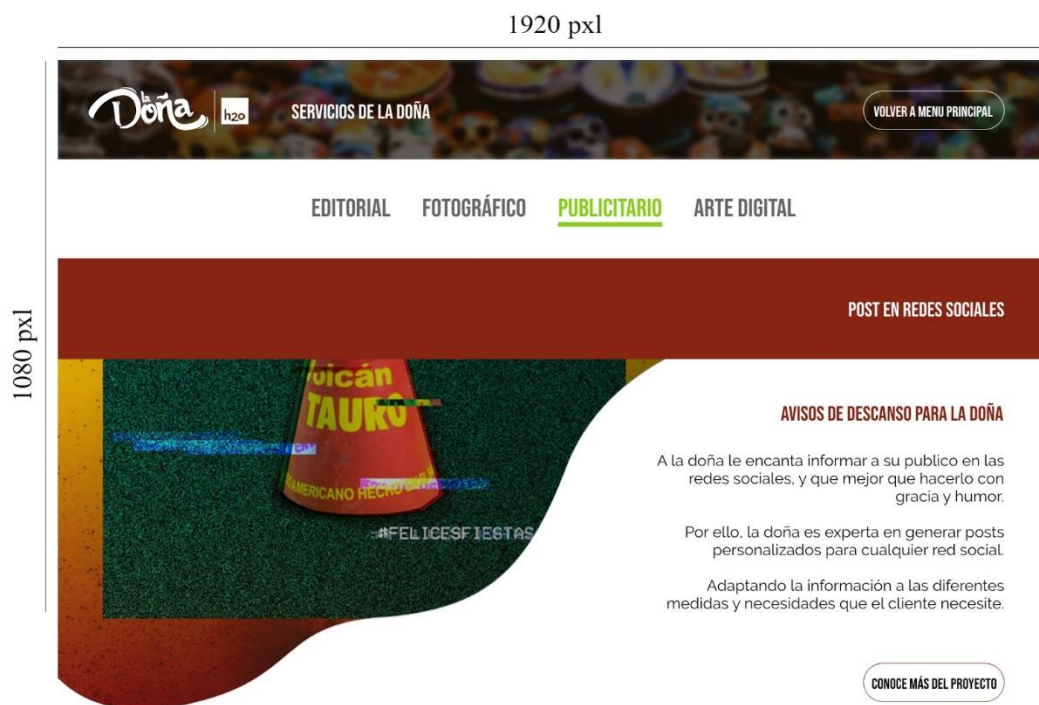
Servicio editorial



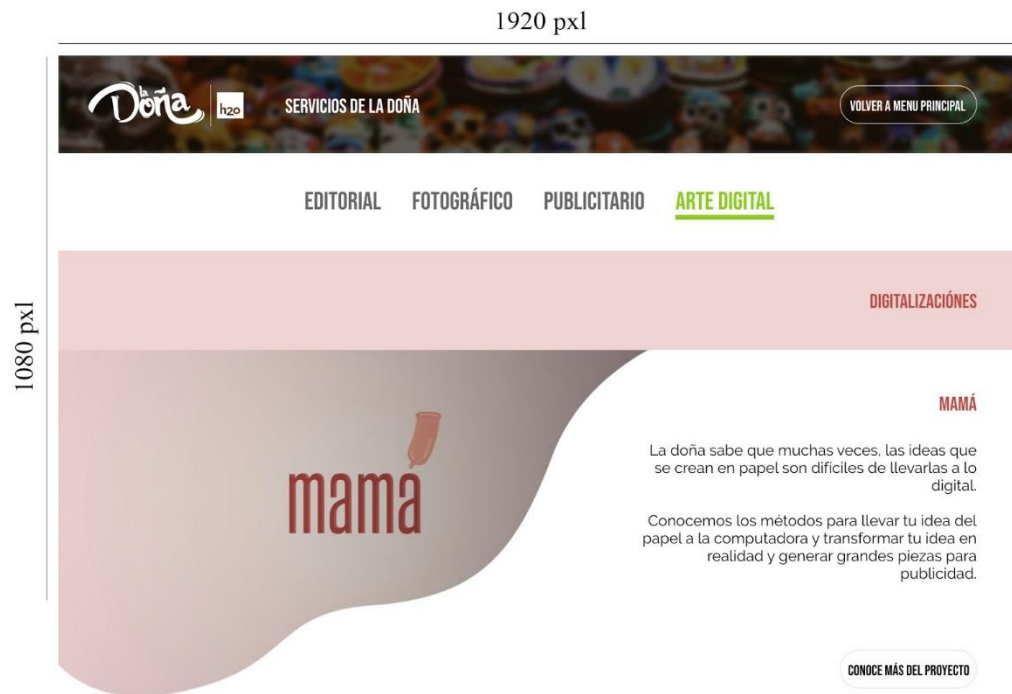
Servicio fotográfico



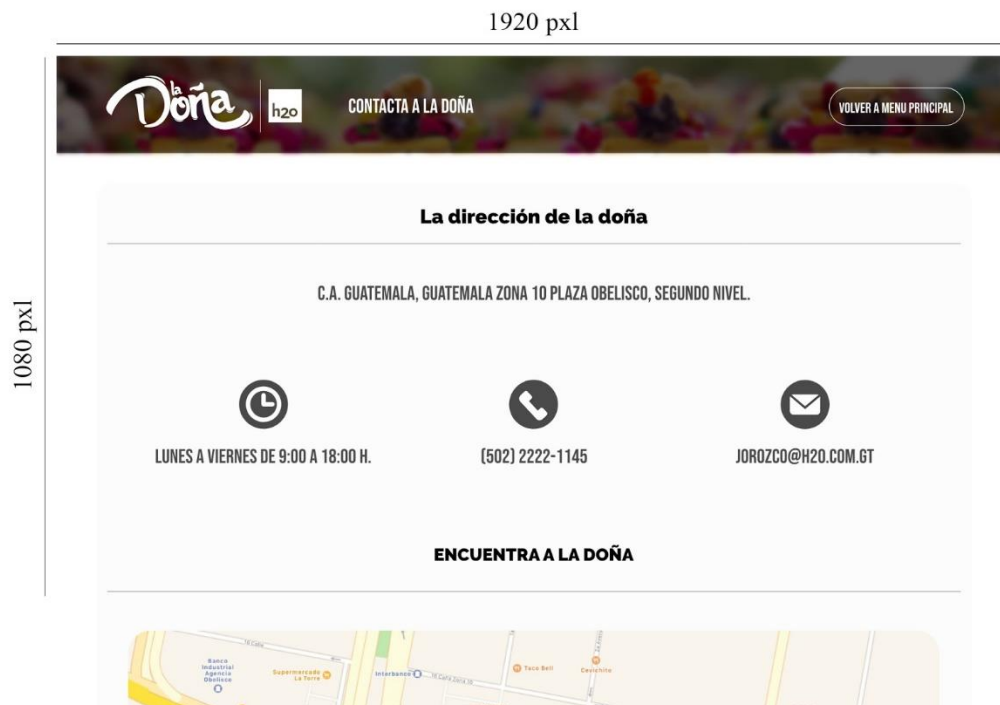
Servicio publicitario



Servicio de arte digital



Contacto




Apartado del mapa para indicaciones

1920 pxl

1080 pxl

ENCUENTRA A LA DOÑA



Contacta a la doña

NOMBRE COMPLETO

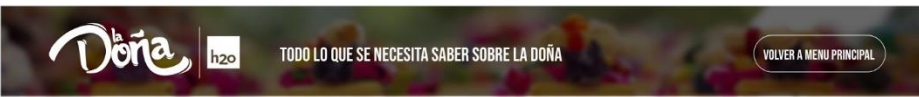
La doñita

TU CORREO ELÉCTRICO

Apartado de contexto de La doña H2O

1920 pxl

1080 pxl




Contexto de la doña

La doña h2o fue fundada el 19 de julio del año 2004.

La doña H2O es un agencia dedicada a la propuesta y ejecución de ideas y soluciones a través de la comunicación y diseño.

Actualmente la doña es dirigida por su director general ejecutivo Julio Orozco.

La doña trabaja muy duro, aliada con otras empresas para ayudar a su difusión y crecimiento como empresa.



Personal ejecutivo

Personal que conforma La doña H2O

1920 pxl

1080 pxl

Personal ejecutivo

 JULIO OROZCO DIRECTOR GENERAL	 MICHELLE MORALES DIRECTORA DE CUENTA	 CLAUDIA ROMERO ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS
 GERBERTH LEDERE DIRECTOR DE CUENTA	 JONATHAN LARA DIRECTOR SCALA COMUNICACIÓN RRPP	

PERSONAL : 10

Principios de la doña

Misión, visión y filosofía de la doña

1920 pxl

1080 pxl

Principios de la doña

MISIÓN DE LA DOÑA
Ofrecer soluciones eficaces de comunicación y diseño a nuestros clientes según sus necesidades.

VISIÓN DE LA DOÑA
Ser de las empresas de comunicación más influyentes ganando notable presencia en Guatemala y Centroamérica.

FILOSOFÍA DE LA DOÑA
Ofrecerle a nuestros clientes la mejor solución para su problema.
La doña es sencilla pero directa.
¡La doña es wow!

Prototipo en línea: <https://goo.gl/NXpd46> ver anexo i



CAPÍTULO X
PRODUCCIÓN
REPRODUCCIÓN
DISTRIBUCIÓN



Capítulo X: Producción, reproducción y distribución

10.1 Plan de costos de elaboración

Recursos utilizados para planificación y desarrollo del prototipo del sitio web para La doña H2O.

Concepto	Tiempo
Investigación sobre tendencias y referencias de proyectos similares.	1 semana
Investigación sobre el cliente.	1 semana
Elaboración de bocetos.	5 semanas
Digitalización y propuesta final	2 semanas

Concepto	Tiempo
Semanas laboradas	9 semanas
Días trabajados	45 días
Horas de trabajo diarias	5 horas
Horas totales trabajadas	225 horas
Iva 12%	Q.675.00
Costo total de hora promedio (Q.25.00)	Q 5,625.00
Total	Q 6,300.00

10.2 Plan de costos de producción

Concepto	Costo
Pago de día promedio	Q. 125.00
Pago de hora promedio	Q. 25.00
Iva	Q 375.00
Total	Q. 3500.00

10.3 Plan de costos de reproducción

Un programador cobra Q 5000.00 por maquetar una página web con el diseño ya proporcionado con el fin de que el programador se encargue únicamente del coding.

Dicho programador puede desarrollar el sitio web teniendo los archivos editables para la libre manipulación de los elementos.

Iva	Q. 600.00
Costos de reproducción	Q. 5000.00
Total	Q. 5600.00

10.4 Plan de costos de distribución

Este proyecto no tendrá ningún costo de distribución, ya que se dará a conocer a través de correo electrónico, newsletter, contactos de La doña H2O, así como también los contactos personales de los colaboradores de la empresa.

10.5 Resumen general de costos

Concepto	Costo
Plan de costos de elaboración	Q. 5,625.00
Plan de costos de producción	Q.3.125.00
Plan de costos de reproducción	Q. 5,000.00
Plan de costos de distribución	Q. 0.00
<i>Subtotal</i>	Q. 13,750.00
Margen de utilidad 20%	Q. 2750
<i>Subtotal</i>	Q. 16,500.00
IVA 12%	Q. 1650,00
Gran total	Q. 18,150.00



CAPÍTULO XI
CONCLUSIONES Y
RECOMENDACIONES



Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones

11.1 Conclusiones

Se diseñó una página web para dar a conocer los servicios que ofrecía La doña H2O a sus clientes reales y potenciales, con el fin de cumplir con el objetivo del proyecto de graduación.

Seguidamente se investigó cuál contenido debe llevar un sitio web, a través de referencias, manuales y artículos relacionados para utilizar la información en el desarrollo del sitio web.

Posteriormente se cumplió con el objetivo de recopilar la información y antecedentes de la empresa, así como de todos los servicios que ofrecía para incluir lo más relevante dentro del sitio web.

Finalmente se generó un prototipo del sitio web a través de diferentes softwares para demostrar la usabilidad y la experiencia de usuario.

11.2 Recomendaciones

Informar activamente a los clientes del nuevo sitio web mediante las redes sociales de la empresa, con el fin de que los seguidores de dichas redes sociales puedan acudir a visitarla y generar un intercambio de opiniones a través de los comentarios.

Se sugiere incluir la dirección del sitio web en la papelería corporativa correspondiente.

Actualizar periódicamente la página con contenido de proyectos nuevos.

Mantener un control con la calidad y el tipo de información que será enviada mediante el uso del newsletter.

Delegar a una persona que este capacitada para manejar la página web de manera interna, para realizar actualizaciones de contenido que se consideren necesarios en el futuro.

Resolver las dudas de los clientes sobre el sitio web informando sobre que contenido se puede encontrar, así como también informar sobre próximas mejoras.



CAPÍTULO XII
CONOCIMIENTO
GENERAL



Capítulo XII: Conocimiento general



CONOCIMIENTOS GENERALES

Medios tecnológicos empleados para este proyecto



Las herramientas utilizadas para este proyecto se representan en esta parte, estos software son usados de forma profesional para generar soluciones gráficas de buena calidad.

“Un software no es la herramienta que resuelve todo, pero se pueden combinar para obtener un buen resultado.”

Visualización gráfica

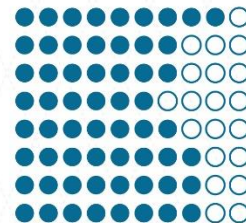


La visualización gráfica es importante a la hora de generar ideas, poder plasmar las ideas en papel antes de llevarlas a la parte digital.

El bocetaje es una herramienta fundamental en el proceso creativo con el fin de plasmar ideas sin miedo a cometer errores.

Habilidades generales

Adobe Illustrator
 Adobe Photoshop
 Adobe InDesign
 Adobe XD
 Adobe After effects
 Adobe Premiere
 Microsoft Office
 Comunicación



Proyectos I,II,III,IV

Los cursos de proyectos fueron fundamentales para aprender la gestión en un trabajo que lleva un proceso constante y tiempo establecido.

El tiempo es oro, la gestión de tiempo la mina.

Diseño visual y composición

Las composiciones visuales son fundamentales para guiar al espectador y transmitir el mensaje que se desea.

Un diseño agradable a la vista no debe incomodar.





CAPÍTULO XIII
REFERENCIAS



Capítulo XIII: Referencias

13.1 Bibliografía

- Gherzi, Carlos A.; Weingarten, Celia. (2017). *Manual de contratos civiles, comerciales y de consumo*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: La ley . ISBN 978-987-03-3194-0.
- Hochuli, J. (2008). *El detalle en la tipografía*. Barcelona: Campgrafic. ISBN 978-84-96657-03-8
- Levis, D. (2001). *Arte y computadoras: del pigmento al bit*. Bogota: norma . ISBN 958-04-6481-2
- Rae. (2014). *Diccionario de la lengua española (23.ª edición)*. Madrid: Espasa. ISBN 978-84-670-4189-7.
- Rosa Gallego, Juan Carlos Sanz. (2001). *Diccionario Akal del color*. Ediciones Akal. ISBN 978-84-460-1083-8.
- Shevat, A. (2017). *Designing bots : creating conversational experiences*. Boston: O'Reilly. ISBN 9781491974827
- Wong, W. (1995). *Fundamentos del diseño* . Gustavo Gili. ISBN 9688872881
- Rojo, G. B. (2012). *Teorías del diseño gráfico*. Estado de México: Red Tercer Milenio. ISBN 978-607-733-086-8
- José Antonio Fidalgo Dalgo Sánchez, Manuel Fernández Pérez, Noemí Fernández. (2014). *Tecnología industrial II*. Madrid: Ediciones Parainfo. ISBN 9788424190538.
- López, A. M. (2013). *Curso Diseño Gráfico – Fundamentos y técnicas*. ANAYA Multimedia. ISBN 978-84-415-3253-3

13.2 Biblioweb

- Bernard, J. L. (1985). *Andragogia. Hacia un modelo andragógico en el campo de la educación de adultos*, 1(3).
- Campos, O. (30 de Julio de 2018). *genbeta*. Obtenido de genbeta: <https://www.genbeta.com/desarrollo/introduccion-al-elemento-canvas-de-html5>
- Carrascosa, R. N. (23 de Julio de 2018). *wordpress*. Obtenido de wordpress: <https://gasparbecerra.files.wordpress.com/2008/11/imagen-corporativa2.pdf>
- García J. y A. Medina. (1989). *Didáctica de la Lengua y la Literatura*. Madrid, España : Comp.
- Ghinaglia, D. (23 de Julio de 2018). *bitstream/bibliolatino*. Obtenido de bitstream/bibliolatino: http://46.101.169.14/bitstream/bibliolatino/283/1/ghinaglia_daniel.pdf
- Hernández Claro, Rosendo L., Greguas Navarro, Deibys. (30 de Julio de 2018). *redalyc*. Obtenido de redalyc: <http://www.redalyc.org/pdf/1814/181421569009.pdf>
- ICANN. (30 de Julio de 2018). *newgtlds*. Obtenido de newgtlds: <https://newgtlds.icann.org/en/applicants/global-support/faqs/faqs-en>
- Jerom. (30 de Julio de 2018). *Diligent*. Obtenido de Diligent: <https://www.diligent.es/por-que-hacer-un-prototipo-de-pagina-web-para-tu-empresa/>
- José Antonio Fidalgo Dalgo Sánchez, Manuel Fernández Pérez, Noemí Fernández. (2014). *Tecnología industrial II*. Madrid: Ediciones Parainfo.
- Julián Pérez Porto y María Merino. (30 de Julio de 2018). *definicion.de*. Obtenido de definicion.de: <https://definicion.de/url/>
- Julián Pérez Porto y María Merino. (30 de Julio de 2018). *Definicion.de*. Obtenido de Definicion.de: <https://definicion.de/tipografia/>
- Julián Pérez Porto, María Merino. (23 de Junio de 2018). *Definición.de*. Obtenido de Definicion.de: <https://definicion.de/figura/>
- Jusino, Á. R. (4 de Agosto de 2018). *Monografias*. Obtenido de Monografias: <https://www.monografias.com/trabajos37/pedagogia-andragogia/pedagogia-andragogia.shtml>
- Ortega, E. (23 de Julio de 2018). *amazonaws*. Obtenido de amazonaws: <http://spain-s3-mhe-prod.s3-website-eu-west-1.amazonaws.com/bcv/guide/capitulo/8448199235.pdf>
- Ostalé, J. (4 de Agosto de 2018). *Academia*. Obtenido de Academia: http://www.academia.edu/3154826/_Semi%3%B3tica_o_Semiolog%C3%ADa_Algo_m%C3%A1s_que_una_cuesti%C3%B3n_terminol%C3%B3gica

- PYME. (23 de Julio de 2018). *Naviporcía*. Obtenido de Naviporcía:
http://www.naviaporcia.com/images/documentos/documento_14.pdf
- Ramírez, M. S. (30 de Julio de 2018). *Pijaworld*. Obtenido de Pijaworld:
http://www.pijaworld.com/docu/tecnicas_bocetaje.pdf
- Rivera, E. A. (23 de Julio de 2018). *teoriacomunicacion.zonalibre*. Obtenido de teoriacomunicacion.zonalibre:
<http://teoriacomunicacion.zonalibre.org/archives/Libro/UNIDAD%20I.pdf>
- Robotics, R. T. (23 de Julio de 2018). *robdosteam*. Obtenido de robdosteam:
http://www.robdosteam.com/wp-content/uploads/2016/10/02.DISE%C3%91O_3D1.pdf
- Rosa Gallego, Juan Carlos Sanz. (2001). *Diccionario Akal del color*. Ediciones Akal.
- sfilippi. (30 de Julio de 2018). *internetlab*. Obtenido de internetlab:
<https://www.internetlab.es/post/2509/la-jerarquia-visual/>
- Sinnaps. (23 de Julio de 2018). *Sinnaps*. Obtenido de Sinnaps :
<https://www.sinnaps.com/blog-gestion-proyectos/funciones-elementos-de-la-comunicacion>
- Turner, A. L. (4 de Agosto de 2018). *thenextweb*. Obtenido de thenextweb:
<https://thenextweb.com/dd/2014/03/19/history-flat-design-efficiency-minimalism-made-digital-world-flat/>
- Valenciano. (30 de Julio de 2018). *Fotonostra*. Obtenido de Fotonostra:
<https://www.fotonostra.com/glosario/digitalizar.htm>
- Vaquero, M. (30 de Julio de 2018). *deciencias*. Obtenido de deciencias:
<http://www.deciencias.net/disenoweb/elaborardw/paginas/hipervinculos.htm>



CAPÍTULO XIV

ANEXOS



Capítulo XIV: Anexos

Capítulo I

- a) Tabla de definición de tema

Capítulo II

- b) Requerimiento de comunicación y diseño

Capítulo III

- c) Desarrollo de objetivos

Capítulo IV

- d) Brief

Capítulo V

- e) Tabla Multivex

Capítulo V

- f) Encuesta de perfiles, psicográfica y conductual

Capítulo VI

- g) Mapas conceptuales

Capítulo VIII

- h) Fotografías de validación

Capítulo IX

- i) Cotizaciones

Anexo a

Definición de tema

Apellidos: Ambrocio Olivares _____ Nombres: Cristian Gerardo _____

No. De Carné: 15002360 _____ Sección: A4 _____ Asesor (a): Wendy Franco _____

¿QUÉ?	¿A TRAVÉS DE QUE?	¿PARA QUÉ?	¿PARA QUIÉN?
Diseñar.	Sitio Web.	Dar a conocer los servicios de comunicación y diseño que ofrece a sus clientes reales y potenciales.	La doña H2O.

Redacción de tema: Diseño de sitio web para dar a conocer los servicios de comunicación y diseño que ofrece a sus clientes reales y potenciales la empresa La doña H2O. Guatemala, Guatemala 2019.

Anexo b

Taller de desarrollo de requerimiento de comunicación y diseño.

¿Para quién?	Elegir una de las siguientes:	¿Qué?	¿Para qué?
La doña H2O	No cuenta con	Un sitio web	Para dar a conocer los servicios que ofrece para sus clientes reales y potenciales.
	No existe		
	No se tiene		
	Se carece de		
	No hay		
	Hace falta		

Anexo c

Tabla de desarrollo de objetivos

Objetivo	¿Que?	¿A traves de?	Para que?	Para quien?
General	Diseñar	Sitio web	Dar conocer los servicios de comunicación y diseño que ofrece a sus clientes reales y potenciales.	La doña H2O.
3.1 Especifico	Investigar	El contenido de lo que debe llevar un sitio web, a través de referencias, manuales y artículos relacionados con el diseño web.	Utilizar la información en el desarrollo del diseño del sitio web.	La doña H2O.
3.2 Especifico	Recopilar	Información y antecedentes de la empresa, así como de todos los servicios que ofrece.	Incluir lo más relevante dentro del sitio web.	La doña H2O.
Especifico	Vectorizar	El logotipo.	Manipularlo en el diseño general del sitio web.	La doña H2O.
Especifico	Generar	Prototipo mediante Adobe Experience Design	Demostrar la usabilidad y la experiencia de usuario.	La doña H2O y usuarios.

Anexo d

Brief

BRIEF: Es un documento escrito que debe contener toda la información necesaria para el desarrollo del proyecto de graduación. Es un instrumento de mercadeo que sirve como la plataforma el cual define los objetivos de mercadeo y de comunicación de la organización.

DATOS DEL ESTUDIANTE

Nombre del estudiante: Cristian Gerardo Ambrocio Olivares

No. de Carné: 15002360 Celular: +502 42094656

Email: Cristian.ambrocio@galileo.edu

Proyecto: Diseño de sitio web para La doña H2O.

DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA)

Nombre del cliente (empresa): La doña H2O

Dirección: 18 calle 24-69, zona 10 Zona Pradera, torre 4, oficina 503, 5to nivel

Email: jorozco@h2o.com.gt Tel: +502 22299111

Contacto: Mishell Morales Celular: +502 31288828

Antecedentes: La doña H2O es una empresa dedicada a la comunicación
comprometida con cada cliente para ofrecer la solución adecuada a su problema de
comunicación.

Fundada el 19 de julio de 2004 por Julio Orozco.

Oportunidad identificada: Actualmente H2O paga un dominio (.com) sin embargo este dominio
lo único que hace es redirigir al usuario a la página de facebook oficial de la compañía.
Es por esto que se detectó la necesidad de una página web funcional.

BRIEF

Materiales a realizar: Prototipo del sitio web

Presupuesto: No definido.

DATOS DEL LOGOTIPO

Colores: Blanco y negro

Tipografía: _____

Forma: _____

LOGOTIPO

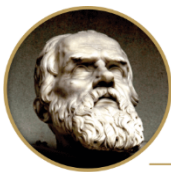


Anexo e

Tabla de Niveles Socio Económicos 2009/Multivex

CARACTERÍSTICAS	NIVEL A	NIVEL B	NIVEL C+	NIVEL C	NIVEL C-	NIVEL D	NIVEL E
EDUCACIÓN	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura,	Superior, Licenciatura,	Superior, Licenciatura,	Media completa	Primaria completa	Primaria incompleta
DESEMPEÑO	Propietario, Director Profesional exitoso	Empresario, Ejecutivos de alto nivel, Profesional, Comerciante	Ejecutivo medio, comerciante, vendedor	Ejecutivo, comerciante, vendedor, dependiente	Comerciante, vendedor, dependiente	Obrero, dependiente	Obrero, dependiente
INGRESO	Piso Q70 mil	Piso Q45 mil	Piso Q20 mil	Q12 mil	Q8 mil	Q4 mil	Q14 mil
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 baño, sala	Casa/cuarto rentado, 1-2 recámaras, 1 baño, sala-comedor
OTRAS PROPIEDADES	Finca, casas de descanso en lagos, mar, Antigua, con	Sitios/terrenos condominios cerca de costas	Sitios/terrenos interior por herencias				
PERSONAL DE SERVICIOS	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		
EDUCACIÓN GRUPO	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 estatal	Hijos menores escuelas, mayores en U estatal	Hijos en escuela	Hijos en escuela
POSESIONES	Autos del año, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, Lancha, moto acuatica, moto, helicoptero-avion-	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, Direct TV, cable, internet dedicada, 2 o + equipos de audio, 3-5 TV, varias planas o plasma, maquinas de lavar secar, platos ropa, computadoras/miembro, internet porton eléctrico, todos los electrodomesticos	2 tel, minimo, cel cada miembro de la familia, Direct TV, internet dedicada, cable, 2 equipos de audio, 3 TV, 1 planas o plasma, maquinas de lavar secar, platos ropa, computadora, internet porton eléctrico y todos los electrodomesticos	1tel, minimo, 1-2 cel, cable, internet dedicada, equipo de audio, 2 TV, maquina de lavar ropa, computador/familia electrodomesticos básicos	1tel, minimo, 1-2 cel, cable, radio, 2 TV, electrodomesticos básicos	1tel, 1cel, cable, equipo de audio, TV, electrodomesticos básicos	1cel, cable, radio, TV, electrodomesticos básicos	1cel, radio, TV, estufa
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,	CC, parques, estadio	CC, parques, estadio	Parques
SERVICIOS BANCARIOS 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	1cta Q monetarios y ahorro, 1TC local	1cta Q ahorro, TC local	cta Q ahorro	

Anexo f



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
(FACOM)
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO
PROYECTO DE TESIS
CIUDAD DE GUATEMALA, GUATEMALA

NOMBRE:

EDAD:

PROFESIÓN / PUESTO

ENCUESTA DE PERFIL

0. ¿Cuáles son sus hobbies?

R: _____

1. ¿Con qué frecuencia utiliza internet?

Nada ____ Poco ____ Mucho _____

2. ¿Con qué tipo de dispositivo prefiere navegar por internet?

Computadora __ Tablet ____ Celular _____

3. ¿Ha utilizado páginas web para averiguar información de una empresa tales como su dirección y/o número de teléfono?

Si ____ No _____

4. ¿Qué tipo de información busca en una página web?

- Precios
- Dirección
- Teléfonos
- Emails
- Redes Sociales
- Horarios

5. ¿Le da importancia a que una página web sea atractiva a su vista?

Si ___ No ___

6. ¿Qué tamaño de letra considera usted que es más legible?

12 Ptos.

14 ptos.

16 ptos.

7. ¿Qué tipo de letra considera más estética a su vista?

Serif

San-Serif

8. ¿Le gusta que una página web se puedan ver ejemplos de trabajos anteriores hechos por la empresa?

Si ___ No ___

9. ¿Ha adquirido productos y/o Servicios a través de internet?

Si ___ No ___

10. ¿Con que personalidad se identifica más?

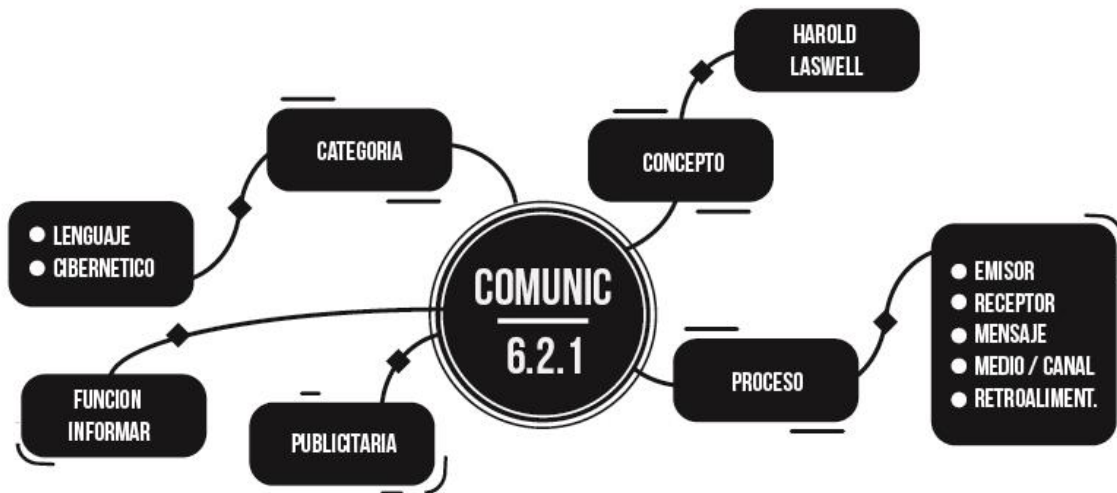
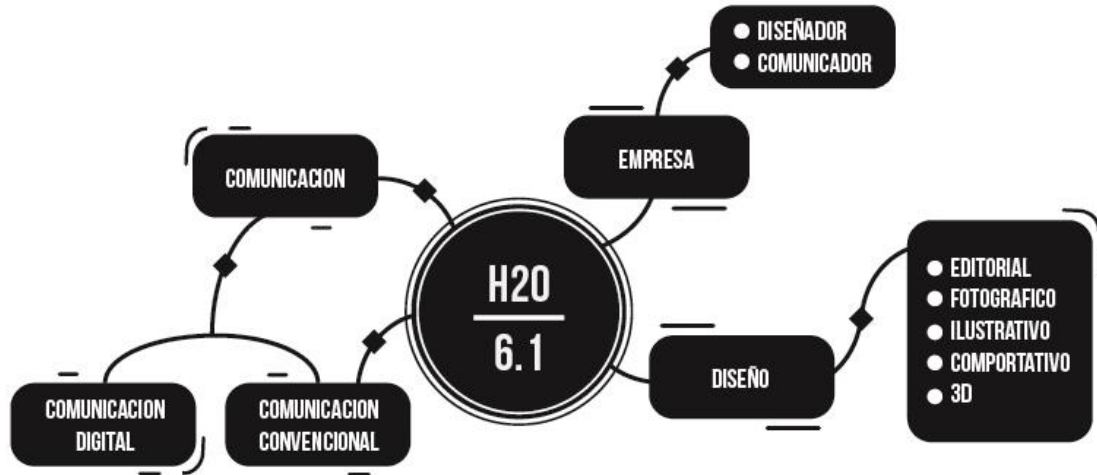
			✓
1.Colerico:	Def.	Tiende a ser decidido y de firmes opiniones, tanto para él mismo como para otras personas, y tiende a tratar de imponerlas	
2.Sanguíneo:	Def.	sus decisiones predominan más los sentimientos que los pensamientos reflexivos. Es un super extrovertido.	
3.Flemático:	Def.	Es un individuo calmoso, tranquilo, que nunca se descompone y que tiene un punto de ebullición tan elevado que casi nunca se enfada.	

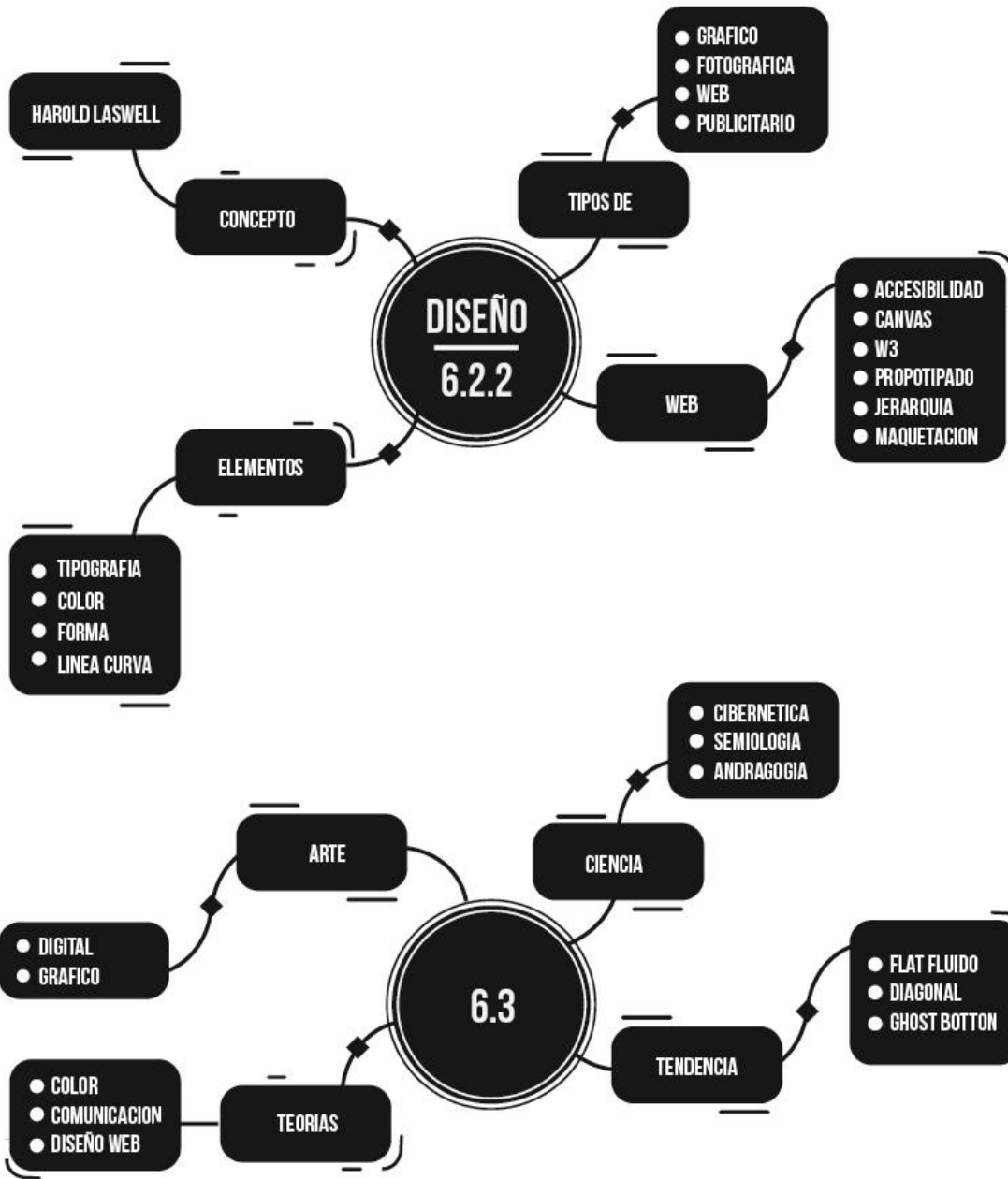
4.Melancólico:

Def.	Es un tipo analítico, talentoso, perfeccionista, abnegado, con una naturaleza muy sensible. Lo caracterizan una serie de disposiciones de ánimo.	
------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

Anexo g

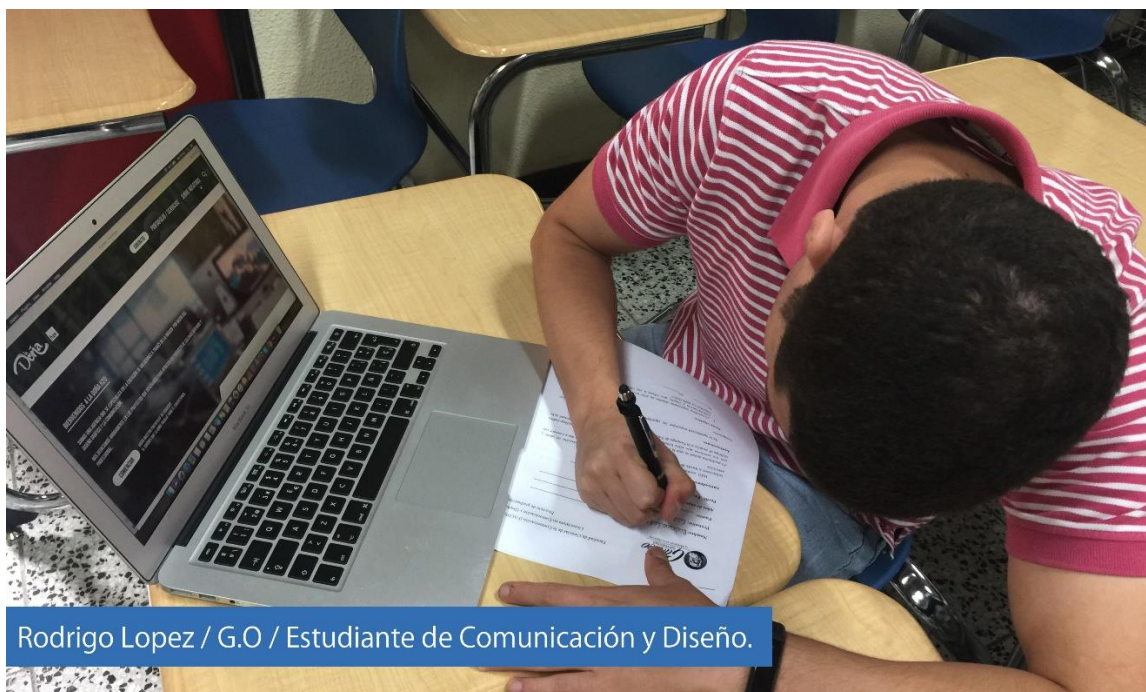
Mapas conceptuales para dirigir la investigación





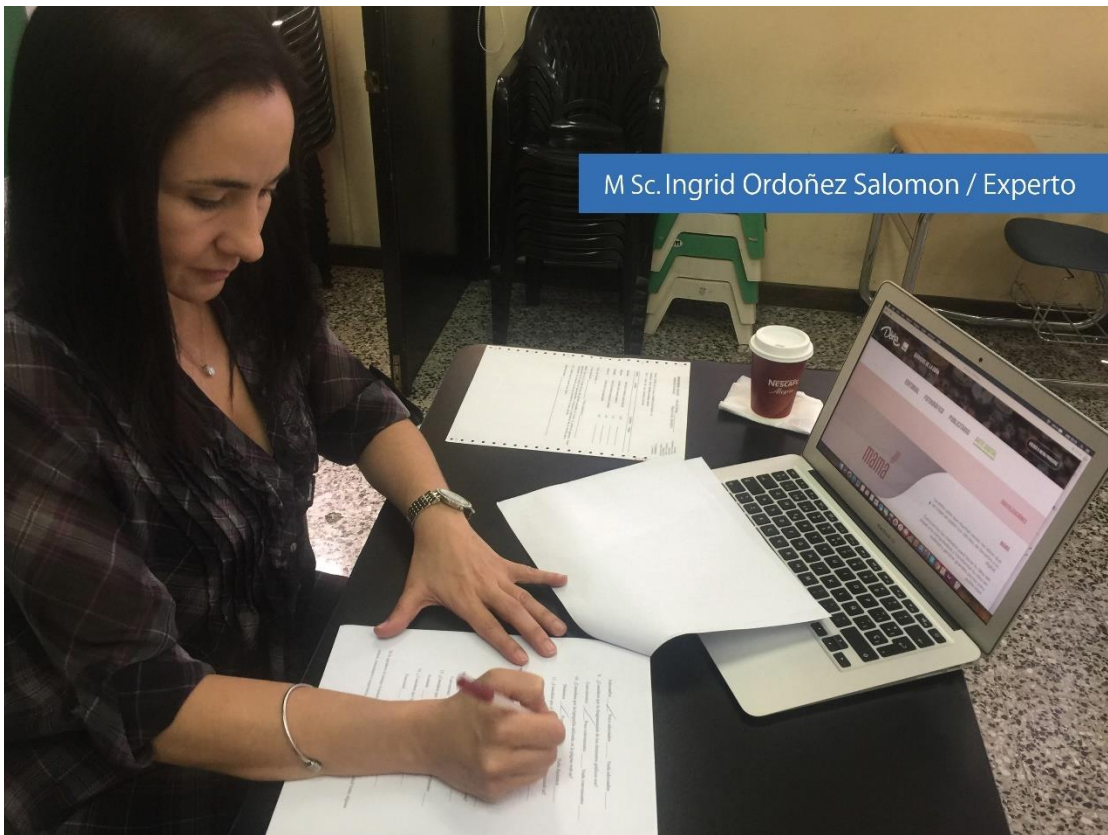
Anexo h

Fotografías de los encuestados





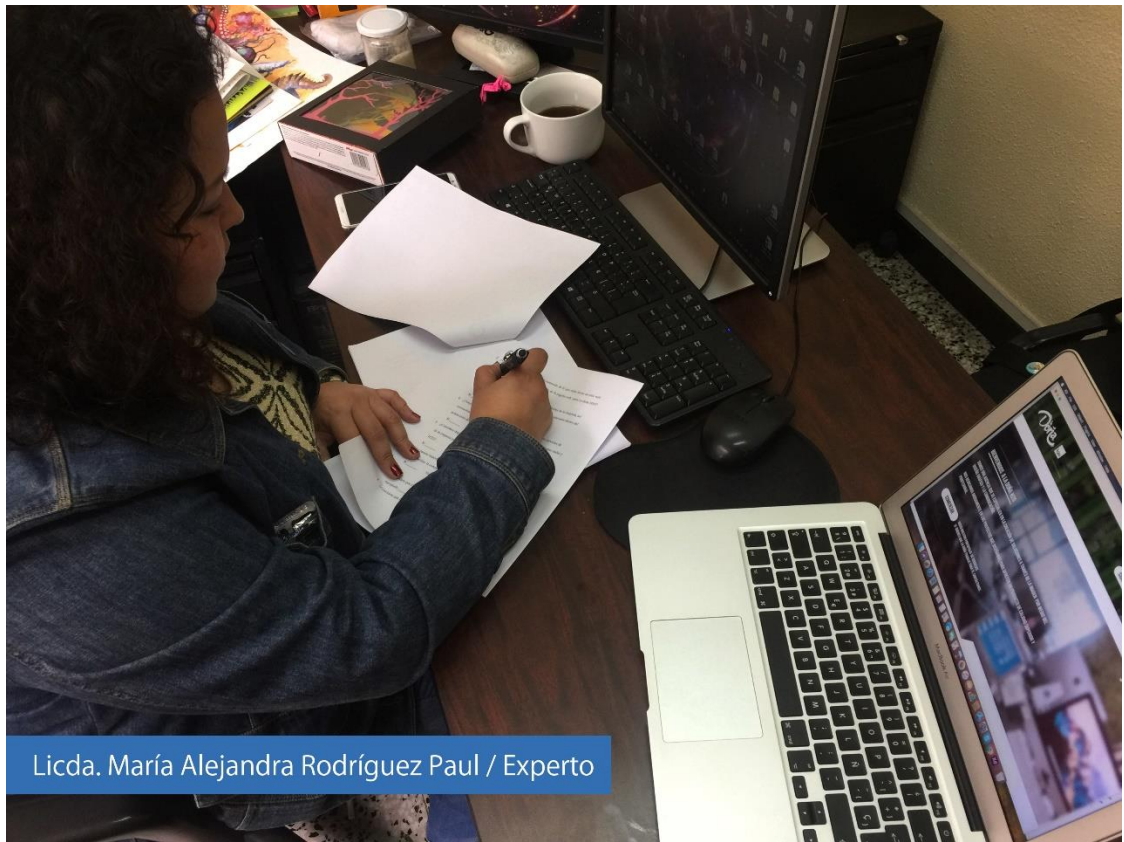
Rodrigo Polanco / G.O / Estudiante Ingeniería



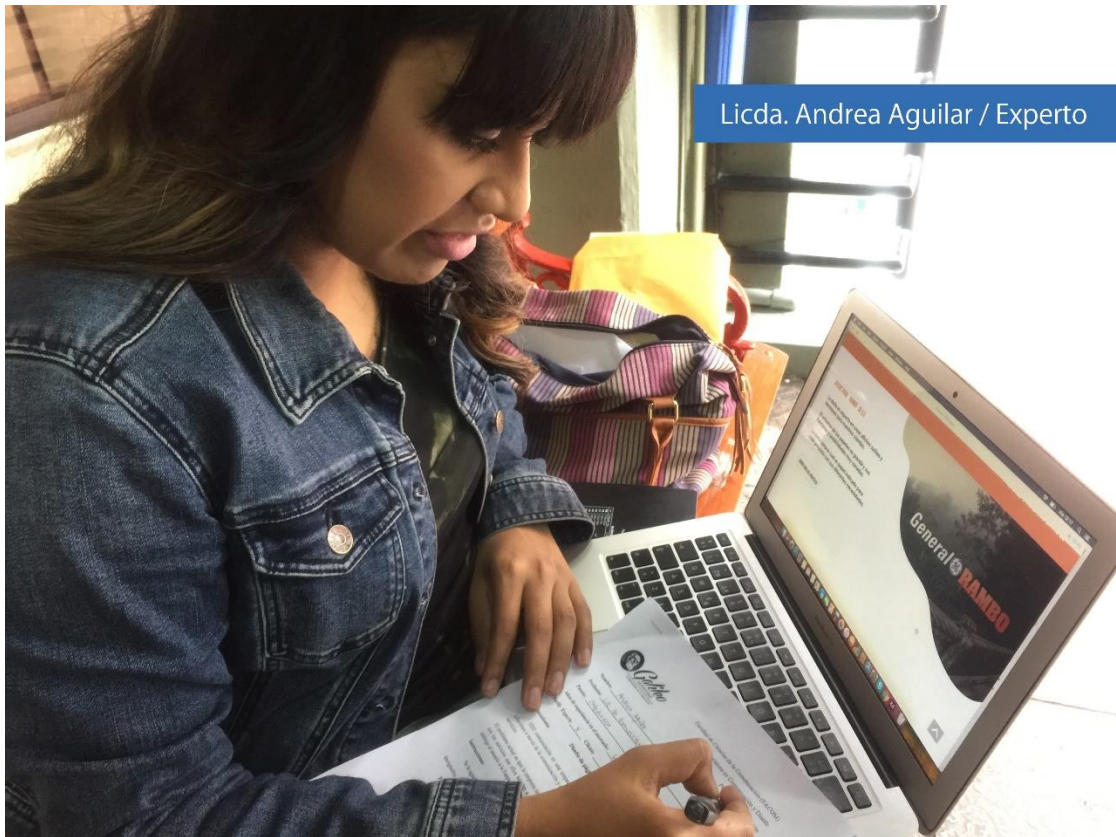
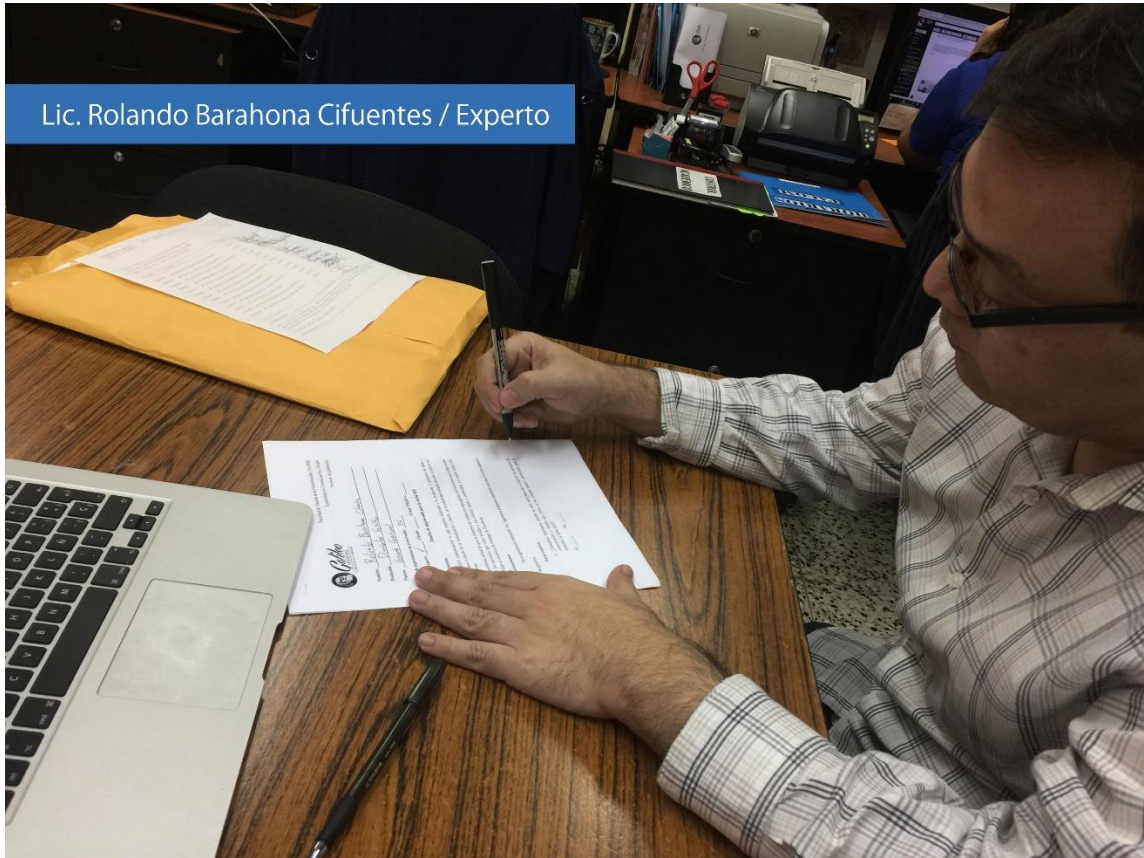
M Sc. Ingrid Ordoñez Salomon / Experto



Lic. Fernando Orellana / Experto



Licda. María Alejandra Rodríguez Paul / Experto



Resultados en línea

Parte objetiva

1. ¿Considera importante diseñar un sitio web para dar a conocer los servicios de comunicación y diseño que ofrece a sus clientes reales y potenciales para la La doña H2O?

22 respuestas



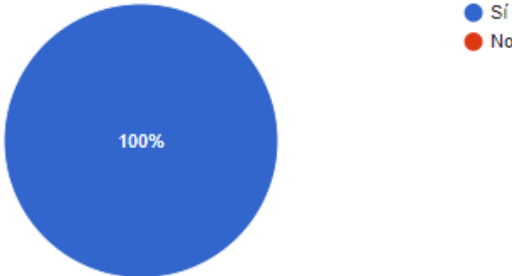
2. ¿Considera importante investigar el contenido de lo que debe llevar un sitio web para utilizar la información en el desarrollo de la página web para La doña H2O?

22 respuestas



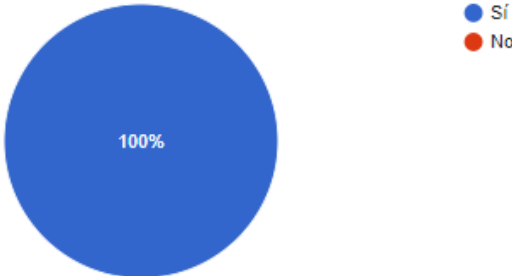
3. ¿Le parece necesario recopilar información y antecedentes de la empresa, así como de todos los servicios que ofrece para incluir lo más relevante dentro del sitio web para La doña H2O?

22 respuestas



4. ¿Considera que es indispensable digitalizar la información de los servicios de comunicación y diseño que ofrece la empresa, para informar a los clientes reales y potenciales de La doña H2O?

22 respuestas



5. ¿Considera importante seleccionar los elementos de la línea gráfica característica de la empresa para lograr una página web que transmita la esencia de La doña H2O?

22 respuestas



6. ¿Le parece importante maquetar con imágenes y elementos gráficos de la empresa, para facilitar la comprensión y la lectura a los clientes de La doña H2O?

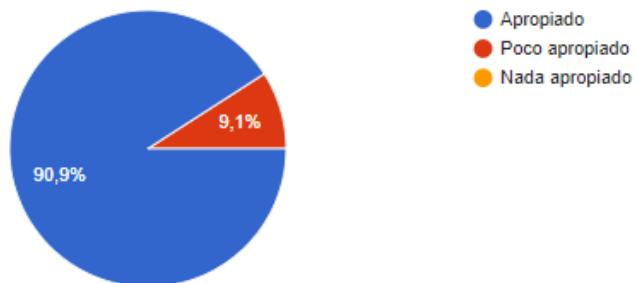
22 respuestas



Parte semiológica

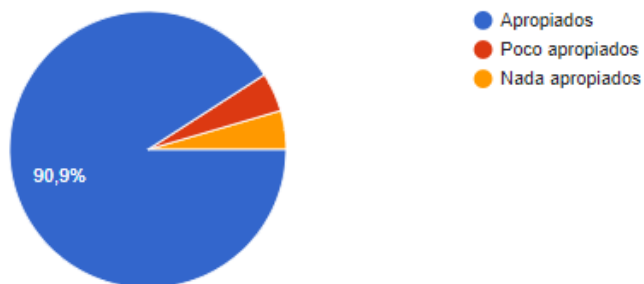
7. ¿Considera que el diseño de la página web es?

22 respuestas



8. ¿Considera que los colores utilizados son?

22 respuestas



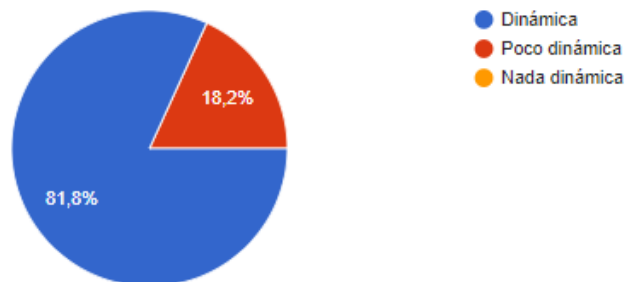
9. ¿Considera que la diagramación de los elementos gráficos son?

22 respuestas



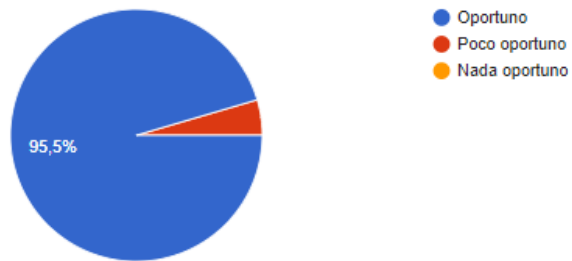
10. ¿Considera que la tipografía utilizada en la página web es?

22 respuestas



11. ¿Considera que el estilo de diseño para la página web en general es?

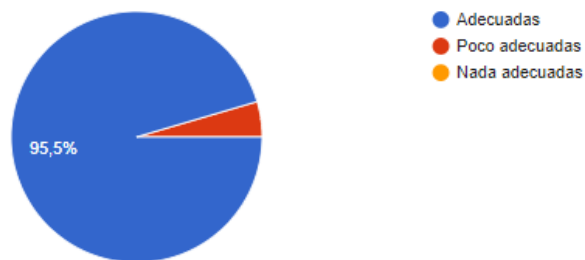
22 respuestas



Parte operativa

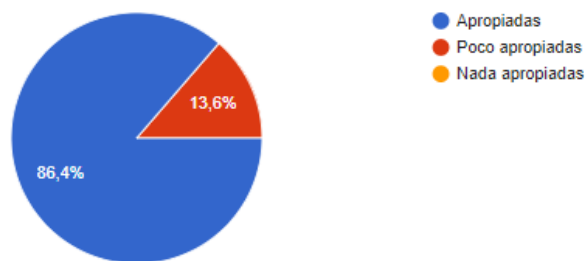
12. ¿Considera que el tipo de tonalidades utilizados en la página web son?

22 respuestas



13. ¿Considera que las proporciones de los diferentes elementos gráficos son?

22 respuestas



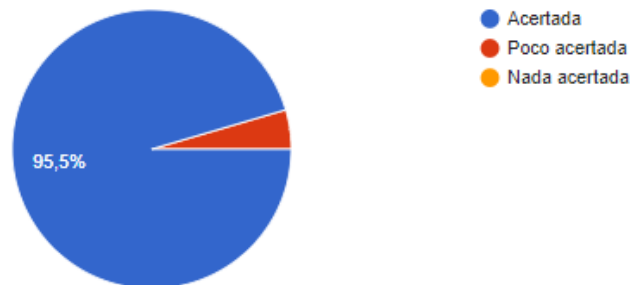
14. ¿Considera que la calidad de resolución de la página web es?

22 respuestas



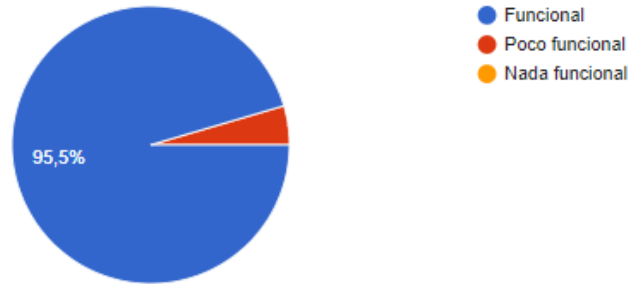
15. ¿Considera que la accesibilidad de la página web es?

22 respuestas



16. ¿Considera que la página web es?

22 respuestas



Se le agradece el tiempo brindado para responder la encuesta de validación. Si usted tiene alguna crítica, comentario o sugerencia, puede hacerlo en el siguiente espacio.

6 respuestas

Que el logo regrese al menu de inicio.

Excelente trabajo en general! como sugerencia debería probar variaciones de grosor de la tipografía para darle énfasis a los titulares y palabras clave para diferenciarlos de los párrafos de texto y llamar la atención del ojo de quien tenga acceso a la pagina web ya que en estos momentos todo el texto llama la atención y le resta importancia a los títulos importantes, también probar con párrafos en minúsculas para que la lectura sea más agradable

1. Para los párrafos de descripción sería conveniente utilizar un estilo de tipografía regular o medium, esto para que no tenga mucho peso visual y se entienda de mejor manera que hay un título y un párrafo.

2. La usabilidad del proyecto se ve afectada se cierta manera ya que los botones de "Conoce más del proyecto" no funcionan, esto podría mejorarse si se tuviera una URL en donde se muestra la aplicación del proyecto o bien sea que muestre los artes de cada uno en lugar de ponerlos al hacer clic en la imagen de muestra.

3. Sería de mucha ayuda poder agregar los enlaces de las redes sociales, ya que al ser prototipo, pues siempre es bueno mostrar como es que se vería ya de forma definitiva.

4. En el header del sitio web se encuentra el logotipo de la marca, sería de utilidad también hacer que si se presiona el logotipo, se redireccione hacia la página de inicio del sitio.

5. Se recomienda poder implementar los oblicuos también en la página inicial del sitio, para mantener una unidad de diseño con todo el sitio.

Gracias por contribuir al proyecto de graduación, su opinión será tomada en cuenta.

Se le agradece el tiempo brindado para responder la encuesta de validación. Si usted tiene alguna crítica, comentario o sugerencia, puede hacerlo en el siguiente espacio.

6 respuestas

5. Se recomienda poder implementar los oblicuos también en la página inicial del sitio, para mantener una unidad de diseño con todo el sitio.

6. En algunos proyectos no se pueden pre-visualizar los artes de los mismos, de la misma manera, algunos oblicuos están tocando con el titular, para evitar esto se podría poner los oblicuos debajo de la capa en donde están los titulares del proyecto para evitar que estén montados y así ya no se verían unas líneas pequeñas blancas.

Por mi parte, es un proyecto bien elaborado en el cual se puede percibir la esencia de la marca y el meta mensaje es bastante claro y se denota la ventaja competitiva de la misma. Felicidades!

- Verificar y corregir ortografía.
- Evaluar espaciado de letras o a minúsculas que sea legible.
- Todas las mayúsculas se tildan.
- Curvatura y vertice del del diseño. Evitar esquina, continuar línea curva.

- Utilizar paleta de colores mas corporativa.
- Evaluar tipografías
- Seguir con el concepto dinámico del portafolio en el home.
- El menú principal sin fotografía de fondo

- Cuidar los bordes de íconos gráficos
- Textos y su jerarquización
- Activar redes sociales

Gracias por contribuir al proyecto de graduación, su opinión será tomada en cuenta.

Anexo i

Cotizaciones



Guatemala 26 de noviembre de 2018

Licenciada:
Cristian Gerardo Ambrocio Olivares
Ciudad

Estimadas Cristian:
Aprovechamos la oportunidad para saludarlo y nos permitimos enviarle esta cotización de acuerdo a su solicitud para el diseño y desarrollo de un sitio web con las siguientes características.

Contenido

Secciones tales como: Inicio, Quiénes Somos, Servicios, Productos, Noticias, Contacto, otras que sean necesarias y Link a Redes Sociales en todas las secciones.

Diseño:

Presentaremos un diseño relacionado con el tema de su negocio o sus servicios, el cual someteremos a su consideración para su aceptación.

Demo de lo que puede ser su sitio web:

<http://goodnex.webtemplatemasters.com/>

Propuesta

Servicio	Valor Q
<ul style="list-style-type: none">• Desarrollado en plataforma Wordpress y base de datos en MySql• Permite la administración de contenidos por el usuario de manera fácil y rápida a través de usuario y contraseña.• Visible en iphone, ipad, pc, laptop, android tipo responsive (se adapta a cualquier tamaño de pantalla)• Cuando usted agrega un nuevo producto o noticia/aviso, automáticamente envía un boletín a sus visitantes suscritos.• Chat Online• Incluye capacitación en la administración del contenido de su página.	2,990.00
Servicio de alojamiento web correos y nombre de dominio (.com). Pago anual anticipado.	1,250.00

Administración de contenido (opcional)

Servicio	Valor
Ofrecemos nuestro servicio de administración de contenido con 5 actualizaciones mensuales. Pago mensual.	Q 350.00
10 actualizaciones mensuales. Pago mensual.	560.00

Teléfono: 2234-5207, Email: info@plus.gt WEB: www.plus.gt
Dirección: 36 calle 7-41 zona 11, Las Charcas, Guatemala



Además le ofrecemos nuestros servicios de posicionamiento en el buscador de Google (opcional)

Servicio	Valor
Publicidad y posicionador en primeras líneas de búsqueda en Google , incluye informe mensual de clics a su página web e impresiones electrónicas. Valor límite mínimo por mes.	Q 800.00

El tiempo de publicación de su página web es de 20 días calendario, siempre y cuando el material a publicar, tales como imágenes y textos, se nos provea en ese plazo. Se solicita un 60% de anticipo y el resto al hacer la publicación definitiva.

Puede ver los diferentes tipos de sitios desarrollados por nuestra empresa en Nuestra página web: <http://plus.gt/portfolio/>

Sin más por el momento y agradeciendo anticipadamente su atención,

Atentamente,

Antonio Escalante
Aplicaciones Web, S.A.
www.plus.gt
Correo: info@plus.gt
tonoescalante@gmail.com
Teléfono: 5746-2815 y 2234-5207

Cc.: Ventas, diseño
Ref.: Email
Email: cristian.ambrocio@galileo.edu

Teléfono: 2234-5207, Email: info@plus.gt WEB: www.plus.gt
Dirección: 36 calle 7-41 zona 11, Las Charcas, Guatemala

Propuesta económica

Servicio de desarrollo de sitio web

No	Descripción	Inversión
1	Desarrollo sitio web	USD \$ 1,000 + IVA
	Total	USD \$1,000 + IVA

*Al momento de la aprobación de esta propuesta económica se detallarán las funcionalidades finales del proyecto. Esta propuesta económica puede variar según la definición final de los requerimientos.

Propuesta económica

Costos recurrentes

No	Descripción	Inversión
1	Servicio de hosting anual	USD \$ 150.00 + impuestos
2	Certificado de seguridad SSL anual	USD \$ 150.00 + impuestos

Estimación de tiempo

No	Descripción	Días hábiles
1	Fase de planificación	5 días hábiles
2	Fase de desarrollo	20 días hábiles
3	Fase de contenidos y revisiones	3 días hábiles
4	Fase de publicación	2 días hábiles.
	Estimación total	30 días hábiles

Esta estimación de tiempos puede variar según los requerimientos finales y la evolución del proyecto.

Saludos cordiales,

Guillermo Borja – Servicio al cliente



www.hostingyserviciosweb.com Hosting y Servicios WEB

Oficina: (502) 5940-6370 | Móvil/WhatsApp: 3049-9272 | Skype: hostingyserviciosweb

info@hostingandwebservices.com <info@hostingandwebservices.com>
Para: Cristian Gerardo Ambrocio Olivares <cristian.ambrocio@galileo.edu>

27 de noviembre de 2018, 19:31

Buenas noches Cristian Ambrocio es un gusto saludarle y desearle éxitos en sus labores cotidianas, le comento que tenemos varias paquetes de diseño los cuales se ajustan a sus necesidades y presupuesto, si tiene un proyecto distinto a lo que a continuación se detalla le podemos llamar para conocer su proyecto y cotizarle de acuerdo a su necesidad.

Si lo que busca es una web

Básica: Q 1,500.00

- Responsiva (se ajusta al formato de pantalla pc, tableta o celular).
- Secciones básica, informacion de su empresa, formulario de contacto, mapa de ubicación, etc.
- Imágenes, videos.
- Conexión e integración con redes sociales.
- Optimización de SEO (se optimiza para fácil indexación en buscadores como Google)
- Si la página se aloja en nuestros servidores se diseña para uso de certificado SSL

Ejemplo: <https://www.hostingandwebservices.com/>

Empresarial Q 2,500.00

- Responsiva (se ajusta al formato de pantalla pc, tableta o celular).
- Secciones básica y específicas como datos de productos, informacion de su empresa, formulario de contacto, mapa de ubicación, etc.
- Imágenes, videos.
- Conexión e integración con redes sociales.
- Optimización de SEO (se optimiza para fácil indexación en buscadores como Google).

1/12/2018

Correo de Universidad Galileo - Cotización para página web

- Integración de suscripción a boletín, para poder captar correos electrónicos de clientes y posteriormente enviar correo).
- Si la página se aloja en nuestros servidores se diseña para uso de certificado SSL

Ejemplo: <https://www.corporacionresuena.com/>

Tienda On-line: 5,000.00

- Responsiva (se ajusta al formato de pantalla pc, tableta o celular).
- Secciones básica y específicas como datos de productos, información de su empresa, formulario de contacto, mapa de ubicación, etc.
- Imágenes, videos.
- Conexión e integración con redes sociales.
- Optimización de SEO (se optimiza para fácil indexación en buscadores como Google).
- Integración de suscripción a boletín, para poder captar correos electrónicos de clientes y posteriormente enviar correo).
- Si la página se aloja en nuestros servidores se diseña para uso de certificado SSL
- Se crea entorno de tienda en línea, y se suben los primeros productos hasta 100, el sistema permite una cantidad mayor de productos pero el subirlos tiene un costo adicional, se brinda capacitación para que el cliente pueda subir productos.
- Se brinda capacitación del uso de la plataforma de tienda en línea para poder agregar, quitar o modificar productos.
- Se integran formas de pago a la tienda, se puede usar PayPal o se puede configurar para cobro contra entrega
- Se configura la tienda en general, métodos de envío, moneda, dirección de tienda y manera en que procesará los pedidos.
- Chat en línea a través de Facebook Messenger, whatsapp o ambos.

Ejemplo: <https://libreriamarquense.com/>

También ofrecemos servicio de hosting con acceso a cPanel, certificado SSL y cuentas de correo electrónico con espacio ilimitado, si usted ya posee hosting en otra empresa nos encargamos de subir la web a su servidor y dejar la web funcional al 100%.

Hosting Básico Q 800.00 2gb HD, cuentas de correo ilimitadas, acceso a cPanel

Hosting Empresarial: Q 1,000.00, Espacio ilimitado en disco, 5 cuenta de correo ilimitadas, acceso a cPanel

Hosting Ilimitado: Q 1,200.00, Espacio ilimitado en disco, cuentas e correo ilimitadas, acceso a cPanel

Para ver el demo de cPanel click aquí

Contamos con servicio técnico post venta al cual se podrá avocar para realizar consultar relacionadas al funcionamiento de su web, si cuenta con hosting de nuestra empresa también le podremos ayudar a resolver dudas con respecto a cuentas de correo, manejo de sistema cPanel, certificados SSL, etc.

El pago se realiza un anticipo de 60% al inicio y el resto al finalizar el proyecto