



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

TEMA:

Diseño de un sitio web para presentar a clientes reales y potenciales los productos de telecomunicaciones de la marca SUPRANET que comercializa la empresa Net Depot. Guatemala, Guatemala. 2014.

PROYECTO DE GRADUACIÓN

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

ELABORADO POR:

María Fernanda Cuéllar González

10002918

Para optar al título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción, enero 2014



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Diseño de un sitio web para presentar a clientes reales y potenciales los productos de telecomunicaciones de la marca SUPRANET que comercializa la empresa Net Depot. Guatemala, Guatemala. 2014.

ELABORADO POR:

María Fernanda Cuéllar González

10002918

Para optar al título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción, enero 2014

Autoridades

Rector.

Dr. Eduardo Suger Cofiño.

Vicerrectora.

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. Leizer Kachler.

Vicedecano de la facultad de Ciencias de la Comunicación.

Lic. Rualdo Anzueto.



Guatemala, 27 de marzo del 2014

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 UN SITIO WEB PARA PRESENTAR LOS PRODUCTOS DE TELECOMUNICACIONES DE LA MARCA SUPRANET QUE COMERCIALIZA LA EMPRESA NET DEPOT, DIRIGIDO A CLIENTES REALES Y POTENCIALES. Guatemala, Guatemala 2014**, presentada por el estudiante CUÉLLAR GONZÁLEZ, MARÍA FERNANDA con número de carné 10002918, 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,

Lic. Arnulfo Guzmán
Asesor
Colegiado 7499

Guatemala 05 de junio de 2013

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 UN SITIO WEB PARA PRESENTAR A CLIENTES REALES Y POTENCIALES LOS PRODUCTOS DE TELECOMUNICACIONES DE LA MARCA SUPRANET QUE COMERCIALIZA LA EMPRESA NET DEPOT. GUATEMALA, GUATEMALA 2014. Asimismo solicito que el Lic. Arnulfo Guzmán, sea quien me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



Maria Fernanda Cuellar Gonzalez
10002918



Lic. Arnulfo Guzmán
Asesor



Galileo
UNIVERSIDAD
La Excelencia en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 09 de julio de 2013

Señor
María Fernanda Cuéllar González
Presente

Estimada Señorita Cuéllar:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE UN SITIO WEB PARA PRESENTAR A CLIENTES REALES Y POTENCIALES LOS PRODUCTOS DE TELECOMUNICACIONES DE LA MARCA SUPRANET QUE COMERCIALIZA LA EMPRESA NET DEPOT. GUATEMALA, GUATEMALA 2014.** Asimismo, se aprueba al Lic. Arnulfo Guzmán, como asesora de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 11 de enero de 2014

Licenciado
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 UN SITIO WEB PARA PRESENTAR A CLIENTES REALES Y POTENCIALES LOS PRODUCTOS DE TELECOMUNICACIONES DE LA MARCA SUPRANET QUE COMERCIALIZA LA EMPRESA NET DEPOT. GUATEMALA, GUATEMALA 2014.** Presentado por la estudiante: María Fernanda Cuéllar González, con número de carné: 10002918, 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,



Lic. Arnulfo Guzmán
Asesor



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución de la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 21 de abril de 2014

Señorita
María Fernanda Cuéllar González
Presente

Estimada Señorita Cuéllar:

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, 11 julio de 2014.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: ***DISEÑO DE UN SITIO WEB PARA PRESENTAR A CLIENTES REALES Y POTENCIALES LOS PRODUCTOS DE TELECOMUNICACIONES DE LA MARCA SUPRANET QUE COMERCIALIZA LA EMPRESA NET DEPOT. GUATEMALA, GUATEMALA. 2014***, de la estudiante María Fernanda Cuéllar González, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente.



Lic. Edgar Lizardo Porres Velásquez

Asesor Lingüístico

Universidad Galileo



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 02 de mayo de 2014

Señorita
María Fernanda Cuéllar González
Presente

Estimada Señorita Cuéllar:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE UN SITIO WEB PARA PRESENTAR A CLIENTES REALES Y POTENCIALES LOS PRODUCTOS DE TELECOMUNICACIONES DE LA MARCA SUPRANET QUE COMERCIALIZA LA EMPRESA NET DEPOT. GUATEMALA, GUATEMALA 2014.** Presentado por la estudiante: María Fernanda Cuéllar González, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciada en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación

Dedicatoria

Quiero dar gracias a Dios, ya que por Él tengo un propósito en la vida. A mis padres, por darme la oportunidad de seguir estudiando. A mis amigos, por el apoyo y ánimo que me brindaban durante los cuatro años de carrera y sobre todo a mis catedráticos, porque siempre me apoyaron en mis decisiones que en el transcurso de la carrera surgieron, por compartir sus conocimientos académicos y por hacer posible un logro profesional en mí.

Gracias a la Universidad Galileo, ya que nos da la enseñanza y el aprendizaje correspondiente, nos preparan para ser alguien mejor y personas llenas de éxito para que tengamos vida profesional.

Resumen

La empresa NET DEPOT no cuenta con el diseño de un sitio web para presentar a los productos de telecomunicaciones de la marca Supranet que comercializan, y así poder hacer referencia para informar a los clientes acerca de los productos y servicios que poseen

Se planteó el siguiente objetivo: Diseñar un sitio web para presentar a los clientes reales y potenciales los productos de telecomunicaciones de la marca Supranet que comercializa la empresa Net Depot.

Se realizó una herramienta de validación para conocer la percepción del grupo objetivo conformado por personas con un promedio del nivel B al nivel C-. Quienes poseen educación superior, licenciados, maestrías y comprenden hombres y mujeres entre 18 años a 50 años, expertos en las áreas de comunicación y diseño.

El resultado obtenido fue satisfactorio, ya que el 100% de la población considera que es necesaria la creación del sitio web y que se utilice como una herramienta para dar a conocer los productos de la marca Supranet y así posicionarla en el mercado, tanto nacional como internacional.

.

Para efectos legales únicamente el autor(a) es responsable del contenido de este proyecto.

Índice

Índice:

Estructura del informe final:

- Portada.
- I. Carta de solicitud de tema (estudiante a FACOM).
- II. Carta de aprobación de tema y asesor (a) (FACOM a estudiante).
- III. Carta de asesor (a) entera satisfacción del proyecto.
- IV. Carta de información de examen privado.
- V. Carta de corrector de estilo.
- VI. Carta de publicación del proyecto (FACOM a estudiante).
- VII. Autoridades de la Universidad.
- VIII. Dedicatoria (opcional).
- IX. Resumen o sinopsis.
- X. Hoja de autoría.

Índice.

Capítulo I:

1.1. Introducción.	1
Capítulo II: Problemática.	2
2.1 Contexto.	3
2.2 Requerimiento de comunicación y diseño	
2.3 Justificación.....	3
2.3.1 Magnitud.	4
2.3.2 Vulnerabilidad.....	4
2.3.3 Trascendencia	4
2.3.4 Factibilidad.....	4
2.3.4.1 Recursos Humanos.....	4
2.3.4.2 Recursos Organizacionales.....	4
2.3.4.3 Recursos Económicos.....	5
2.3.4.4 Recursos Tecnológicos.....	5

Capítulo III: Objetivos de diseño.	6
3.1. Objetivo general.....	7
3.2. Objetivos específicos.....	7
Capítulo IV: Marco de referencia.	8
4.1 Información general del cliente.	9-12
Capítulo V: Definición del grupo objetivo.	13
5.1 Perfil geográfico.	14
5.2 Perfil demográfico.....	14
5.3 Perfil psicográfico.	15
5.4 Perfil conductual.	15
Capítulo VI: Marco teórico.	16
6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio.....	17-20
6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño...	20-24
6.3 Ciencias auxiliares, teorías y tendencias.	25-34
Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar.	35
7.1 Aplicación de la Información obtenida en el Marco Teórico.	36-37
7.2 Conceptualización.	38
7.2.1 Método.....	38
7.2.2 Definición del concepto.	39-40
7.3 Bocetaje.	41-51
7.4 Propuesta preliminar.	52-56
Capítulo VIII: Validación técnica.	57
8.1 Población y muestreo.	58
8.2 Método e Instrumentos.	59-60
8.3 Resultados e Interpretación de resultados.	61-70
8.4 Cambios en base a los resultados.	71-75

Capítulo IX: Propuesta gráfica final.	76-84
Capítulo X: Producción, reproducción y distribución.	85
10.1 Plan de costos de elaboración.	86
10.2 Plan de costos de producción.	87
10.3 Plan de costos de reproducción.	87
10.4 Plan de costos de distribución.	87
10.5 Cuadro resumen.	87
Capitulo XI: Conclusiones y recomendaciones.	88
11.1 Conclusiones.	89
11.2 Recomendaciones.	90
Capítulo XII: Conocimiento general.	91-94
Capítulo XIII: Referencias.	95-102
Capítulo XIV: Anexos.....	103-111

Capítulo I



Introducción

1.1 Introducción:

En el presente proyecto de graduación, titulado Diseño de un sitio web para presentar a los clientes reales y potenciales los productos de telecomunicaciones de la marca SUPRANET que comercializa la empresa Net Depot, se investigará el manejo de la marca Supranet como parte del proceso de conceptualización, para aplicarlo a este proyecto. Las ciencias que los respaldarán serán: la semiología, la comunicación, el diseño y la psicología del color.

Actualmente el mercadeo es la forma más efectiva de generar ventas para una empresa, siendo este un sitio web que es el medio masivo más utilizado, por el que la empresa Net Depot no cuenta con uno para dar a conocer al grupo objetivo su marca Supranet, por lo que es necesaria su creación, siendo este el objetivo principal.

Mediante el uso adecuado de la información, se utilizó la técnica de la lluvia de ideas para generar un bocetaje que permita la realización de una propuesta de sitio web. La propuesta ya bocetada fue digitalizada y validada mediante una encuesta que fue respondida por tres grupos diferentes, expertos en comunicación y diseño, expertos en telecomunicaciones y sitios web, cliente y grupo objetivo.

Capítulo II



Problemática

2.1 Contexto:

La empresa NET DEPOT se dedica a redes de telecomunicaciones. La empresa dio inicio el 01 de agosto de 2006. Cuenta con amplia cartera de clientes, promedio 2,500 clientes. La empresa Net Depot carece del sitio web de su marca, por lo tanto, la empresa no ha informado correctamente al público por falta de este dato. Esta empresa ha crecido satisfactoriamente durante estos últimos siete años y ha abierto sus puertas al mercado nacional.

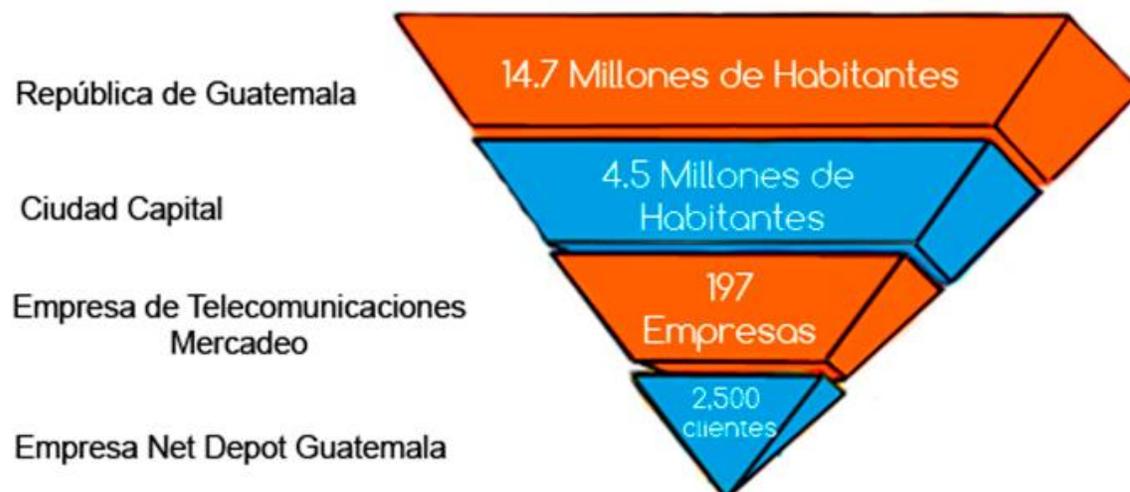
2.2 Requerimiento de comunicación y diseño

La empresa NET DEPOT no cuenta con el diseño de un sitio web para presentar los productos de telecomunicaciones de la marca Supranet que comercializa y hacer referencia para informar a los clientes acerca de los productos y servicios que poseen

2.3 Justificación.

Para sustentar las razones por las que se consideró importante el problema y la intervención del diseño- consumidor, se justifica la propuesta a partir de cuatro variables: a) magnitud; b) trascendencia; c) vulnerabilidad; y d) factibilidad (se despeja todas y cada una de las variables).

2.3.1 Magnitud



Estas 2,500 personas son con las que cuenta el mercado de Net Depot, es todo consumidor final que compra en la misma.

2.3.2 Vulnerabilidad

Sin el sitio web no se podrán mostrar a los clientes reales y potenciales los productos de telecomunicaciones de la marca Supranet que comercializa la empresa Net Depot.

El sitio web puede respaldar al cliente, ya que tendrá información más amplia donde puede optar por ella en cualquier momento y satisfacer sus necesidades.

2.3.3 Trascendencia

A través del sitio web se podrá promover los productos y servicios que brinda la empresa Net Depot de manera productivamente más activa.

Al diseñar un sitio web de la marca Supranet se tendrá más agilidad de información del producto y facilitará a los interesados tener una idea más clara y completa de lo que requieran.

Con un sitio web de la marca se hará más fácil el proceso de selección de información del producto para el grupo objetivo

2.3.4 Factibilidad

A continuación se observan los recursos con los que cuenta la empresa para poder realizar este proyecto y sea posible cada uno de estos.

2.3.4.1 Recursos Humanos: La empresa NET DEPOT, optó por el uso de los recursos humanos adecuados con las habilidades para tener un adecuado sitio web que se pueden llegar a desempeñar para un eficiente servicio al cliente.

- ✓ Gerente General, brinda la información necesaria para el proyecto del sitio web.
- ✓ Diseñador, que crea la página de sitio web, la persona que le da estilo y color.
- ✓ Programador con la experiencia necesaria para la realización del sitio web.

2.3.4.2 Recursos Organizacionales: Los directivos de la Empresa NET DEPOT dan la autorización de realizar el sitio web para brindar toda la información necesaria para llevar a cabo este proyecto y dar adecuado servicio y atención al público.

2.3.4.3 Recursos Económicos: NET DEPOT cuenta actualmente con los recursos necesarios, para llevar a cabo la ejecución del sitio web de la empresa.

- ✓ Diseño y desarrollo del sitio web
- ✓ El hosting y dominio
- ✓ Mantenimiento
- ✓ Fotografía
- ✓ Programación

2.3.4.4 Recursos Tecnológicos: NET DEPOT posee la tecnología necesaria para crear, elaborar, distribuir y producir el sitio web como más convenga para la empresa.

Programas de diseño (Photoshop, Illustrator) actuales para administrar de mejor eficiente la plataforma del sitio web.

Capítulo III



Objetivo del Diseño

3.1. Objetivo general

Diseñar un sitio web para presentar a clientes reales y potenciales los productos de telecomunicaciones de la marca SUPRANET que comercializa la empresa Net Depot.

3.2. Objetivos específicos

3.2.1 Investigar ciencias, teorías y tendencias a través de fuentes bibliográficas para fundamentar la creación de sitios web.

3.2.2 Recopilar la información necesaria de la marca Supranet a través de entrevistas con el cliente para sustentar el proyecto de graduación que consiste en realizar un sitio web.

3.2.3 Implementar a través del sitio web un sistema de noticias para que el grupo objetivo pueda tener acceso a la información actual de los productos que comercializa la empresa Net Depot

Capítulo IV



Marco de Referencia

4.1 Información general del cliente.

4.2 Historia

Net Depot Guatemala, S.A. inicia operaciones el 1 de agosto de 2006.

En abril de 2008 se inicia la distribución en El Salvador, debido a la creciente necesidad de despachar pedidos y agregar valor a los clientes del vecino país.

NET DEPOT empresa conformada por un grupo de profesionales que unifican esfuerzo y trabajo para ofrecer todos los materiales necesarios para la instalación de cableados estructurados de datos, voz e imagen, así como accesorios y equipo de certificación, tanto para redes cableadas como inalámbricas.

Las bases fundamentales de la empresa son:

Rapidez, profesionalismo y excelencia en el servicio. Basados en ello se formularon las mejores estrategias para agregar valor a todos los clientes.

4.2.1 Datos de la Empresa

Ubicación: 2da Calle 5-63, Zona 13, Pamplona

Contacto Personal: Gerente General, Lic. Carlos Manuel Ayala Contreras

Teléfono: (502) 2207-4141

Celular: (502) 4739-0774

Correo Electrónico: cayala@netdepotca.com

4.2.2 Objetivo:

Crear valor agregado y brindar atención personalizada a todos nuestros clientes

4.2.3 Visión:

Convertirnos en el principal proveedor de suministros de redes, ofreciendo soluciones de alta calidad adaptadas a las necesidades de nuestros clientes.

4.2.4 Misión:

Brindar un excelente servicio a través de una precisa planificación para la entrega y disponibilidad de materiales.

4.2.5 Modelo de Negocios:

- ✓ Calidad y respaldo de Distribuidor autorizado.
- ✓ Amplio inventario de productos.
- ✓ Precios y descuentos especiales para el pre registro de proyectos.
- ✓ Cursos y talleres dirigidos a personal técnico.
- ✓ Certificaciones por parte de fabricantes.
- ✓ Garantías en todas las compras.
- ✓ Entregas a domicilio.
- ✓ Acceso a línea de crédito.

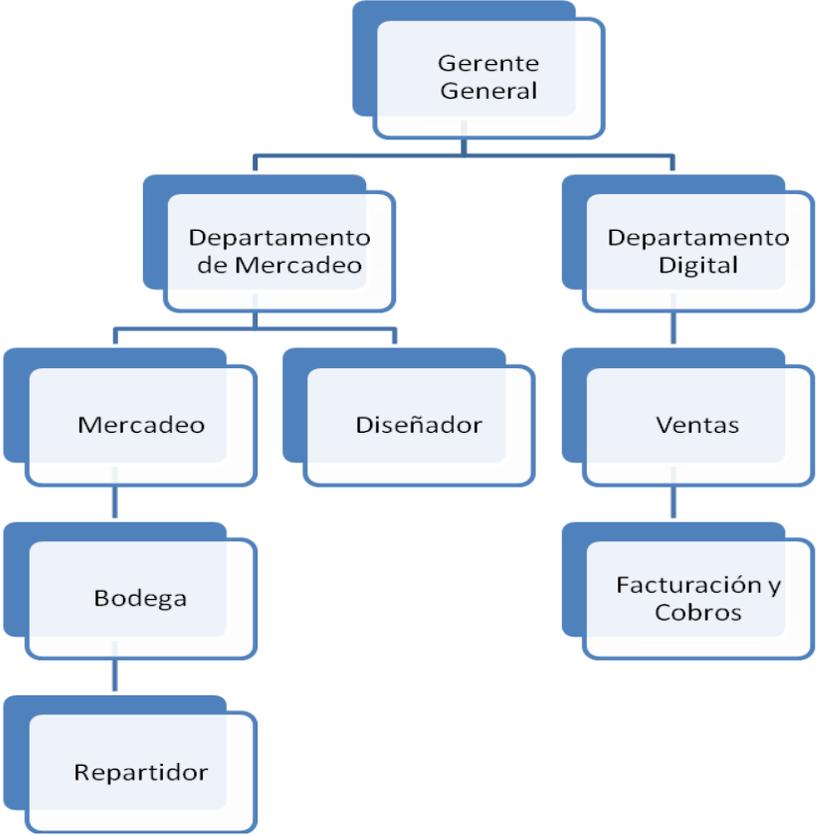
4.2.6 Valores

- ✓ Respeto por el cliente
- ✓ Calidad
- ✓ Profesionalismo
- ✓ Ética
- ✓ Responsabilidad

4.2.7 FODA

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none">✓ La empresa trabaja con calidad y con responsabilidad✓ Cuenta con empleados proactivos y con excelencia	<ul style="list-style-type: none">✓ El sitio web no cuenta con detalles específicos de los productos.✓ Somos una empresa de reciente ingreso en la web, por lo tanto no es muy vista
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none">✓ Nuestro sitio web cuenta con información clara y precisa para las personas que nos visitan.✓ Facilitarles el manejo de sus proyectos.	<ul style="list-style-type: none">✓ La competencia con más años de experiencia y eficiente calidad en sitio web✓ La competencia que hay con las empresas respecto al precio.

4.2.8 Esquema Organizacional Net Depot Guatemala



4.2.9 Competencia de Net Depot



Net Solutions: Nace el 23 de diciembre de 2003, con la visión de integrar soluciones para telecomunicaciones en un mercado cambiante. Cuenta con estructura de ventas en cada país de Centro América y El Caribe; soportada por profesionales altamente capacitados y expertos según el tipo de producto o línea que manejan. Esto le permite ofrecer a sus clientes, asesoramiento personalizado y profesional acorde a sus necesidades.

Ubicación: Calzada Atanasio Tzul 22-00. Zona 12 Centro Empresarial El Cortijo II
Oficina 405

Esta empresa compite con Net Depot ya que son las únicas empresas que cuentan con certificaciones especiales para distribuir productos de telecomunicaciones, de tal manera maneja una cartera alta de clientes.

Capítulo V



Definición Grupo Objetivo

El grupo objetivo está enfocado a personas profesionales y en inicios del área de telecomunicaciones en un nivel socioeconómico nivel B al nivel C-, (Licenciados, empresarios, ejecutivos, comerciantes, vendedores dependientes, con sueldo promedio de Q8,000 a Q45,000). Las edades varían entre los 18 a 50 años de edad. El sitio web contará con información legible y con limpieza para llegar a cada grupo objetivo con facilidad y confianza.

5.1 Perfil Geográfico:

El grupo objetivo se encuentra en el territorio nacional.

Guatemala cuenta con una superficie de 108.889 km², en algunas regiones varían en su clima, elevación y paisaje por lo que hay contrastes entre las zonas bajas con un clima tropical, cálido, húmedo, y las regiones altas con picos y valles. El idioma oficial es el Español, además, se hablan 23 lenguas indígenas.

5.2 Perfil Demográfico:

Según la tabla de niveles Socio Económicos 2009/Multivex, la empresa necesita un promedio del nivel B al nivel C-.

Edad: 18 años a 50 años de edad.

Sexo: Masculino y Femenino

Ciclo de Vida: Personas mayores de 18 años, solteros, casados, solteros con hijos, divorciados.

Educación: Superior, Licenciados, Maestrías

La población de Guatemala se encuentra de esta forma el 40.8% está entre los 0 y 14 años, el 55.5% está entre los 15 y 64 años y el 3.6% de los 65 en adelante.

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	Q1.4 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 baños, sala	Casa/cuarto rentado, 1-2 recámaras, 1 baños, 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	1 tel, minimo, 1-2 cel, cable, internet dedicada, equipo de audio, 2 TV, maquina de lavar ropa, computador a familia electrodomesticos básicos	1 tel, minimo, 1-2 cel, cable, radio, 2 TV, electrodomesticos básicos	1 tel, 1 cel, cable, equipo de audio, TV, electrodomesticos básicos	1 cel, cable, radio, TV, electrodomesticos básicos	1 cel, 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	1 cta Q monetarios y ahorro, 1 TC local	1 cta Q ahorro, TC local	cta Q ahorro	

5.3 Perfil Psicográfico:

El perfil de nuestro grupo objetivo tiene creencias religiosas, moralistas, con principios, personas que tienen hábitos de estudio, personas autodidactas y entusiastas.

5.4 Perfil Conductual.

El grupo objetivo está conformado por personas responsables, extravagantes (exigentes, quieren las cosas inmediatamente, perfeccionistas, impulsivos), alegres, espontáneos, auténticos, con prisa y que prefieren cotizar por internet que consultar una tienda.

Capítulo VI



Marco Teórico

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio:

6.1.1 Empresa:

Según la Real Academia Española es la entidad en la que intervienen el capital y el trabajo como factores de la producción y dedicada a actividades fabriles, mercantiles o de prestación de servicios. Dícese también que es la unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicio con fines lucrativos.

6.1.2 Gerencia:

Según <http://definicion.de/gerencia/> La palabra gerencia se utiliza para denominar al conjunto de empleados de alta calificación que se encarga de dirigir y gestionar los asuntos de una empresa. El término también permite referirse al cargo que ocupa el director general de la empresa, quien cumple con distintas funciones, coordinar los recursos internos, representar a la compañía frente a terceros y controlar las metas y objetivos.

6.1.3 Cliente

Según <http://es.thefreedictionary.com/cliente> Clientes es la persona que utiliza los servicios de un profesional o de una empresa o que compra habitualmente en un comercio

6.1.4 Público Objetivo

Según <http://www.metodomarketing.com/definicion-de-publico-objetivo/> Se trata del público al que diriges tus acciones de comunicación y/o al que quieres venderle tu producto o servicio. Es importante tenerlo claramente definido e identificado para aumentar las posibilidades de acierto en tus acciones de [Marketing](#).

6.1.5 Proveedor

Según <http://es.thefreedictionary.com/proveedor> Se aplica a la empresa que se dedica a proveer o abastecer de productos necesarios a una persona o empresa.

6.1.6 Telecomunicaciones

Según <http://es.wikipedia.org/wiki/Telecomunicaci%C3%B3n> Es el estudio y aplicación de la técnica que diseña sistemas que permitan la comunicación a larga distancia a través de la transmisión y recepción de señales.

Según <http://definicion.de/telecomunicacion/> La palabra incluye el prefijo griego *tele*, que significa “distancia” o “lejos”. Por lo tanto, la telecomunicación es una técnica que consiste en la transmisión de un mensaje desde un punto hacia otro, usualmente con la característica adicional de ser bidireccional. La telefonía, la radio, la televisión y la transmisión de datos a través de computadoras son parte del sector de las telecomunicaciones

6.1.7 Comercializar

Según <http://es.thefreedictionary.com/comercializar> Comercializar es hacer que un producto se venda al público dándole las condiciones adecuadas y organizando campañas publicitarias

6.1.8 Comercialización

Según <http://definicion.de/comercializacion/> Comercialización es la acción y efecto de comercializar (poner a la venta un producto o darle las condiciones y vías de distribución para su venta)

Existen diversas formas de llevar a cabo la comercialización de un producto. La comercialización puede concretarse en tiendas, almacenes o mercados, con la mercadería a la vista del comprador. Es habitual que cada producto presente su precio en algún cartel o anotación.

6.1.9 Suministros:

Según <http://definicion.de/suministro/> Cuando se habla de suministro se hace referencia al acto y consecuencia de suministrar (es decir, proveer a alguien de algo que requiere). El término menciona tanto a la provisión de víveres o utensilios como a los objetos y efectos que se han suministrado. A nivel económico, la noción se aprovecha como sinónimo de abastecimiento. Se trata de la actividad que se lleva a cabo para satisfacer las necesidades de consumo de una estructura económica

6.1.10 Redes de Computadoras

Según http://es.wikipedia.org/wiki/Red_de_computadoras También llamada red de ordenadores, red de comunicaciones de datos o red informática, es un conjunto de equipos informáticos y software conectados entre sí por medio de dispositivos físicos que envían y reciben impulsos eléctricos, ondas electromagnéticas o cualquier otro medio para el transporte de datos, con la finalidad de compartir información, recursos y ofrecer servicios

6.1.11 Producto:

Según <http://definicion.de/producto/> Del latín productus, se conoce como producto a aquello que ha sido fabricado (es decir, producido). Esta definición del término es bastante amplia y permite que objetos muy diversos se engloben dentro del concepto genérico de producto.

Los productos tienen un ciclo de vida. Cuando son lanzados al mercado, las empresas deben realizar grandes inversiones en publicidad para que la gente conozca el producto. Cuando éste alcanza el éxito, experimenta una fase de crecimiento. Después llega la etapa de madurez (la mayoría de los consumidores potenciales ya han comprado el producto) y, finalmente, la decadencia (la demanda se reduce al mínimo).

Según <http://www.pymerang.com/gestion-y-administracion-de-negocios/administracion-de-empresas/352-producto> Producto es todo bien susceptible de ser comercializado y que reúne una serie de características tangibles e intangibles que permiten, por una parte, que una empresa lo ponga en circulación en el mercado obteniendo un beneficio a través de sus ventas; y por otra que una persona, el cliente, se haga con él a cambio del pago de un precio justo, para tratar de satisfacer sus deseos y/o necesidades, que le impulsaron a tomar la decisión de elegirlo frente al resto de la oferta.

El producto es un factor estratégico para la empresa sobre el que deberá tomar decisiones tales como el precio, la marca, el envase o el diseño (aspectos formales del producto) y también sobre lo concerniente a la imagen, la garantía, el servicio postventa, las formas de pago aceptadas, etc. (aspectos añadidos del producto).

6.1.12 Sitio Web

Según http://es.wikipedia.org/wiki/Sitio_web es una colección de páginas de internet relacionadas y comunes a un dominio de Internet o subdominio en la World Wide Web en Internet.

Una página web es un documento HTML/XHTML que es accesible generalmente mediante el protocolo HTTP de Internet.

Todos los sitios web públicamente accesibles constituyen una gigantesca World Wide Web de información (un gigantesco entramado de recursos de alcance mundial).

Un sitio web dinámico es uno que puede tener cambios frecuentes en la información. Cuando el servidor web recibe una petición para una determinada página de un sitio web, la página se genera automáticamente por el software, como respuesta directa a la petición de la página.

Un sitio web está alojado en una computadora conocida como servidor web, también llamada servidor HTTP, y estos términos también pueden referirse al software que se ejecuta en esta computadora y que recupera y entrega las páginas de un sitio web en respuesta a peticiones del usuario

6.1.13 Competencia

Se refiere a todo aquello que hacen las organizaciones en busca de satisfacer las necesidades en el mercado.

El análisis de la competencia visto desde la óptica de la estrategia de imagen corporativa, tiene como objetivo establecer quién es la competencia, cuáles son sus capacidades y sus estrategias.

6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño:

6.2.1 Comunicación:

Según “Comunicación Oral Fundamentos y Práctica Estratégica”, Primera Edición, Fonseca Yerena, María del Socorro, Pearson Educación, México, 2000, Pág. 4. Comunicar es llegar a compartir algo de nosotros mismos. Es una cualidad racional y emocional específica del hombre que surge de la necesidad de ponerse en contacto con los demás, intercambiando ideas que adquieren sentidos o significación de acuerdo a experiencias previas comunes.

6.2.1.1 Elementos de la comunicación

- Emisor: Es la persona que elige y selecciona los signos adecuados para transmitir su mensaje.
- Receptor: Es la persona al que se destina el mensaje, realiza un proceso inverso al del emisor, ya que en él está el descifrar e interpretar lo que el emisor quiere dar a conocer
- Canal: Es el medio por el cual viaja el mensaje, ya sea el aire, una carta.

- Mensaje: Es el conjunto de ideas, sentimientos, acontecimientos expresados por el emisor y que desea transmitir al receptor para que sean captados de la manera que desea el emisor
- Código: Es un sistema de símbolos que el emisor utiliza para enviar su mensaje que también es comprendido por el receptor.
- Situación: Es el tiempo y el lugar en que se realiza el acto comunicativo.
- Interferencia o barrera: Son las distorsiones del sonido en la conversación, o la distorsión de la imagen de la televisión, la alteración de la escritura en un viaje, la afonía del hablante, la sordera del oyente, la ortografía defectuosa.
- Retroalimentación (mensaje de retorno): Es la condición necesaria para la interactividad del proceso comunicativo, siempre y cuando se reciba una respuesta (actitud, conducta), logrando la interacción entre el emisor y el receptor

6.2.1.2 Funciones de la Comunicación

- Control: Actúa para controlar el comportamiento de los miembros en varias formas. Las organizaciones tienen varias jerarquías de autoridad.
- Motivación: La comunicación fomenta la motivación al aclarar a los empleados de lo que se debe hacer, lo bien que lo hacen, etc.
- Expresión Emocional: La comunicación es fundamental dentro del grupo, así los miembros muestran sus frustraciones y sus sentimientos de satisfacción.

6.2.2 Diseño:

GuiBonsiepe define el diseño como: “Hacer disponible un objeto para una acción eficaz.”

El diseño es plasmar el pensamiento de la solución mediante esbozos, dibujos, bocetos o esquemas trazadas en cualquiera de los soportes, durante o posteriores a un proceso de observación de alternativas o investigación.

El acto intuitivo de diseñar podría llamarse creatividad como acto de creación o innovación si el objeto no existe, o es una modificación de lo existente inspiración abstracción, síntesis, ordenación y transformación.

El diseño se utiliza normalmente en el contexto de las artes, ingeniería, arquitectura y otras disciplinas creativas

6.2.2.1 Diseño Grafico:

Según <http://www.definicionabc.com/comunicacion/disenio-grafico-2.php>. Al diseño grafico se lo llama también “de la comunicación visual” y esto es así, ya que extraña una íntima relación con la comunicación como ciencia teórica y disciplina grafica.

Se entiende por diseño grafico a la práctica de desarrollo y ejecución de mensajes visuales que contemplan aspectos informativos, de identidad, de persuasión, tecnológicos, productivos y de innovación.

Podemos definir el diseño gráfico como el proceso de programar, proyectar, coordinar, seleccionar y organizar una serie de elementos para producir objetos visuales destinados a comunicar mensajes específicos a grupos determinados.

6.2.2.2 Diseño Web:

Es una actividad que consiste en la planificación, diseño e implementación de sitios web y páginas web. No es simplemente una aplicación del diseño convencional, ya que requiere tener en cuenta cuestiones tales como navegabilidad, interactividad, utilidad, arquitectura de la información y la interacción de medios como el audio, texto, imagen y vídeo. Se lo considera dentro del diseño multimedia.

6.2.3 Marca: Es un término que cuenta con varios usos y significados. Uno de los más frecuentes está vinculado al derecho exclusivo a la utilización de una palabra, frase, imagen o símbolo para identificar un producto o un servicio.

6.2.2.3 El Diseñador Gráfico y la Comunicación:

El diseñador gráfico trabaja en la interpretación, el ordenamiento y la presentación visual de mensajes. Su sensibilidad para la forma debe ser paralela a su sensibilidad para el contenido. Un diseñador de textos no ordena tipografía, sino que ordena palabras, trabaja en la efectividad, la belleza y la economía de los mensajes.

6.2.3 Composición:

Según <http://definicion.de/composicion/> Composición es la acción y efecto de componer (juntar varias cosas y colocarlas en orden para formar una; constituir algo). Una composición puede ser una obra artística (literaria, musical, etc.) o científica.

6.2.4 Creatividad:

Según Adler, en 1927 define la creatividad como la utilidad suprema y desarrolla el concepto de fuerza creativa del individuo, a la que se subordinan todos los otros aspectos de la personalidad. La creatividad se define como la tendencia a generar o reconocer ideas, alternativas, o las posibilidades que pueden ser útiles para resolver problemas, comunicarse con otros, y entretenidos a nosotros mismos y a los demás.

Quien es creativo tiene que ser capaz de ver las cosas de maneras nuevas o desde una perspectiva diferente. Asociar, conectar, integrar o combinar diferentes ideas ya existentes y previamente no relacionadas de manera no habitual, inesperada, sorpresiva, impredecible e innovadora, a fin de producir nuevas ideas más complejas y potentes adaptadas a los nuevos propósitos. No obstante, es preciso que sean útiles, pertinentes, razonables y/o variables; es decir, se deben descartar todas aquellas ideas descabelladas, inalcanzables o absurdas. De ahí que la creatividad es un concepto parcialmente subjetivo y relativo a un contexto

sociocultural: lo que en una cultura puede ser valioso, útil o beneficioso en otra puede no serlo.

6.2.5 Tipográfica:

Arte de disponer correctamente el material para imprimir, de acuerdo con un propósito en específico: el de colocar las letras repartir el espacio y organizar los tipos con vistas a prestar al lector la máxima ayuda para la comprensión del texto. Stanley Morison, Principios fundamentales de la tipografía (1929)

La misión principal de una composición gráfica es transmitir un mensaje determinado a los espectadores que la visualizan. Para ellos el diseñador dispone de dos herramientas principales: las imágenes y los contenidos textuales.

6.2.6 Boceto

Según <http://es.wikipedia.org/wiki/Boceto> Un boceto, también llamado esbozo o borrador, es un dibujo realizado de forma esquemática y sin preocuparse de los detalles o terminaciones para representar ideas, lugares, personas u objeto.

Un boceto es un dibujo hecho a mano alzada, utilizando lápiz, papel y goma de borrar, realizado generalmente sin instrumentos de dibujo auxiliares. Puede ser un primer apunte del objeto ideado que aún no está totalmente definido. Se pueden utilizar tanto técnicas de perspectiva como vistas ortogonales. Es un dibujo rápido de lo que luego llegará a ser un dibujo definido o la obra de arte final en sí.

6.2.7 Clasificación del Boceto

Burdo: Es la primera idea que visualizamos en la mente y la dibujamos a mano sobre cualquier papel y sin ningún contenido técnico. Su finalidad es plasmar las ideas que se tienen acerca del trabajo a desarrollar.

Comprensivo: Aquí las ideas se van ajustando para hacerlas más comprensibles y de mayor calidad, se utilizan para su elaboración instrumentos técnicos para delimitar los espacios que ocuparán los textos y las fotografías e ilustraciones.

Dummy: Boceto de arte final que alcanza un alto nivel de calidad y Composición mecánica de todos los elementos visuales que se usarán en la reproducción, como fotografías, esquemas en color, tipografía sugerida e incluso el papel que se utilizará en la reproducción final.

6.2.8 Diagramación

Según <http://diccionariografico.es/diagramacion.html> Distribución u organización de los elementos de un mensaje bimedia (texto e imagen) en un espacio bidimensional mediante criterios de jerarquización de la información buscando funcionalidad del mensaje (fácil lectura) bajo una apariencia estética agradable.

6.2.9 Color

El color, según Sir Isaac Newton, es una sensación que se produce en respuesta a una estimulación nerviosa del ojo, causada por una longitud de onda luminosa.

El ojo humano interpreta colores diferentes dependiendo de las distancias longitudinales.

El color nos produce muchas sensaciones, sentimientos, diferentes estados de ánimo, nos transmite mensaje, nos expresa valores, situaciones y sin embargo no existe más allá de nuestra percepción visual.

Al considerar el color hemos de tener en cuenta tres dimensiones:

6.2.9.1 El matiz

Es la experiencia de un determinado color cromático. Ejemplo, rojo, verde, azul, amarillo, etc. está determinado por la longitud de onda de la energía luminosa, de tal modo que las longitudes de onda cortas (en torno a los 450 nm) elicitán sensación de matiz azul, las longitudes de onda media (en torno a los 560 nm) provocan matices verdes o amarillos y las longitudes de onda largas (en torno a los 700 nm) originan sensaciones de matices anaranjado o rojo.

6.2.9.2 El brillo

Es la interpretación subjetiva de la intensidad luminosa. En otras palabras, la luminancia percibida en un color. Podría decirse que establecemos una escala interna de brillantez que fluctúa desde el deslumbramiento hasta lo invisible (no somos sensibles a esa débil luminancia).

6.2.9.3 La saturación

Es la proporción de blanco que contiene mezclado un color cromático. En otros términos, es la pureza del color. Cuanta menos proporción de blanco haya, resultará más saturado el color y viceversa.

6.2.9.4 Ilustración:

Según <http://definicion.de/ilustracion/> Es la acción y efecto de ilustrar (dibujar, adornar). El término permite nombrar al dibujo, estampa o grabado que adorna, documenta o decora un libro. En este mismo sentido, hay que exponer que ilustración es un término que también se utiliza de manera habitual para referirse a la publicación periódica que suele estar compuesta tanto de texto como de láminas y dibujos de diversa tipología.

Este uso del concepto está relacionado a la Ilustración como un movimiento filosófico que surgió en el siglo XVIII y se caracterizó por resaltar el predominio de la razón. Ilustración es el nombre que recibe este movimiento y la época en la cual se desarrolló.

6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias:

6.3.1 Ciencias:

6.3.1.1. Semiología:

La semiología fue definida y estudiada por Saussure en Ginebra, en 1908, como la ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de la vida social, haciéndola depender de la psicología general y siendo su rama más importante la lingüística. La semiología viene de la palabra griega semeion (signo) y logos (estudio). Por lo tanto, puede decirse simplemente que la semiología es el estudio de los signos.

A la semiología le interesa más el funcionamiento de los signos, su agrupación o no agrupación en diferentes sistemas, que el origen o formación de los mismos.

6.3.1.1.2 Semiología de la Imagen:

La semiología es considerada una ciencia joven que comienza a tener importancia dentro del análisis teórico de los medios de comunicación social propios del siglo XX.

El signo es algo muy complejo y abarca fenómenos sumamente heterogéneos que, por otro lado, tienen algo en común: ser portadores de una información o de un valor significativo.

El signo se encuentra compuesto por un significado, la imagen mental (que varía según la cultura) y un significante, que no siempre es lingüístico. Puede incluir una imagen. La semiología de la imagen es una ciencia muy ambigua, ya que la interpretación del arte depende de creatividad e imaginación de cada persona.

6.3.1.2. Lingüística:

Es una disciplina cuyo objeto de estudio es el lenguaje humano. Se trata de una ciencia teórica dado que formula explicaciones diseñadas para justificar los fenómenos del lenguaje, esto es, el diseño de teorías sobre algunos aspectos del lenguaje y una teoría general del mismo.

Cabe observar que la lingüística no es solo un saber teórico, es además una ciencia empírica que realiza observaciones detalladas sobre lenguas, en especial para confirmar o refutar afirmaciones de tipo general. En este sentido, el lingüista como científico, habrá de aceptar el lenguaje tal como se observa y a partir de su observación, explicar cómo es.

- ✓ Fonología: Estudio de las funciones distintivas de los sonidos del lenguaje
- ✓ Fonética: Estudia la naturaleza de los sonidos
- ✓ Ortografía: Estudia cómo escribir correctamente las palabras.
- ✓ Morfología: Estudia las palabras y sus accidentes.
- ✓ Sintaxis: Estudia la manera de ordenar adecuadamente las palabras, formando frases y oraciones.
- ✓ Semántica: Estudia el significado de las palabras y su evolución histórica
- ✓ Lexicología: Estudia el origen, forma y significado de las palabras.
- ✓ Lexicografía: Estudia como los signos forman palabras, con el fin de confeccionar el diccionario.

6.3.1.3. Psicología:

Es la ciencia que estudia la conducta y los procesos mentales. Trata de describir y explicar todos los aspectos del pensamiento, de los sentimientos, de las percepciones y de las acciones humanas. Estudia la vida psíquica, sus funciones psicológicas como la memoria, el pensamiento, las emociones, los instintos, los sueños, el lenguaje, la inteligencia y la percepción.

El concepto de psicología abarca todos los aportes que han trascendido a través de la historia, para aplicarlos como instrumentos útiles que ayuden a las personas a adaptarse mejor a su ambiente, poder relacionarse efectivamente y desarrollar su potencial creativo en el trabajo

6.3.1.3.1. Psicología del color

El poeta y científico alemán Johann Wolfgang Von Goethe (1749-832), que en su tratado "Teorías del color" se opuso a la visión meramente física de Newton, propuso que el color en realidad depende también de nuestra percepción, en la que se haya involucrado el cerebro y los mecanismos del sentido de la vista.

De acuerdo con la teoría de Goethe, lo que vemos de un objeto no depende solamente de la materia; tampoco de la luz de acuerdo a Newton, sino que involucra también a una tercera condición que es una percepción del objeto.

Según <http://www.arqhys.com/psicologia-color.html> Están basadas ciertas relaciones de estos con formas geométricas y símbolos, y también la representación Heráldica. Los colores cálidos se consideran como estimulantes, alegres y hasta excitantes y los fríos como tranquilos, sedantes y en algunos casos deprimentes. Aunque estas determinaciones son puramente subjetivas y debidas a la interpretación personal, todas las investigaciones han demostrado que son corrientes en la mayoría de los individuos, y están determinadas por reacciones inconscientes de estos, y también por diversas asociaciones que tienen relación con la naturaleza.

El amarillo es el color que se relaciona con el sol y significa luz, radiante alegría y estímulo.

El rojo está relacionado con el fuego y sugiere calor y excitación.

El azul, color del cielo y el agua es serenidad, infinito y frialdad.

El naranja, mezcla de rojo y amarillo, tiene las cualidades de estos, aunque en menor grado

El verde, color de los prados húmedos, es fresco, tranquilo y reconfortante.

El violeta es madurez y es un matiz claro expresa delicadeza.

En estos seis colores básicos se comprenden toda la variedad de matices que pueden ser obtenidos por las mezclas entre ellos y también por la de cada uno con blancos y negro; cada una de estas variaciones participa del carácter los colores de que proceden, aunque con predominio de aquel que intervenga en mayor proporción. El blanco es pureza y candor; el negro,

duelo y tristeza; el gris, resignación; el pardo, madurez; el oro, riqueza y opulencia y la plata, nobleza y distinción.

Tabla de propiedades de colores

		El uso aporta	El exceso produce
BLANCO	Pureza, inocencia, optimismo	Purifica la mente a los más altos niveles	---
LAVANDA	Equilibrio	Ayuda a la curación espiritual	Cansado y desorientado
PLATA	Paz, tenacidad	Quita dolencias y enfermedades	---
GRIS	Estabilidad	Inspira la creatividad Simboliza el éxito	---
AMARILLO	Inteligencia, alentador, tibieza, precaución, innovación	Ayuda a la estimulación mental Aclara una mente confusa	Produce agotamiento Genera demasiada actividad mental
ORO	Fortaleza	Fortalece el cuerpo y el espíritu	Demasiado fuerte para muchas personas
NARANJA	Energía	Tiene un agradable efecto de tibieza Aumenta la inmunidad y la potencia	Aumenta la ansiedad
ROJO	Energía, vitalidad, poder, fuerza, apasionamiento, valor, agresividad, impulsivo	Usado para intensificar el metabolismo del cuerpo con efervescencia y apasionamiento	Ansiedad de aumentos, agitación, tensión
PÚRPURA	Serenidad	Útil para problemas mentales y nerviosos	Pensamientos negativos
AZUL	Verdad, serenidad, armonía, fidelidad, sinceridad, responsabilidad	Tranquiliza la mente Disipa temores	Depresión, aflicción, pesadumbre
AÑIL	Verdad	Ayuda a despejar el camino a la conciencia del yo espiritual	Dolor de cabeza
VERDE	Ecuanimidad inexperta, acaudalado, celos, moderado, equilibrado, tradicional	Útil para el agotamiento nervioso Equilibra emociones Revitaliza el espíritu	Crea energía negativa
NEGRO	Silencio, elegancia, poder	Estimula a sentir compasión Paz, Silencio	Distante, intimidatorio

6.3.1.3.2. Colores CMYK

CMYK es el acrónimo de los colores básicos (cian, magenta, amarillo y negro) que se utilizan en las impresiones a cuatro colores. Algunas veces, las imágenes digitales, incluidas las que intenta cargar para sus anuncios gráficos, están compuestas por una mezcla CMYK.

Sin embargo, los dispositivos de visualización suelen utilizar el formato RGB (Rojo, verde, azul). El proceso mediante el cual CMYK se convierte para que las imágenes se muestren naturales en un dispositivo RBG se denomina igualación del color.

6.3.1.3.3. Colores Fríos

El frío remite el azul en su máxima saturación. En su estado más brillante es dominante y fuerte. Los colores fríos nos recuerdan el hielo y la nieve. Los sentimientos generados por los colores fríos azul, verde y verde azulado son opuestos a los generados por los colores ardientes; el azul frío aminora el metabolismo y aumenta nuestra sensación de calma.

6.3.1.3.4. Colores Cálidos

Son aquellos colores que producen un efecto estimulante, alegre y energizante. En la rueda cromática abarcan el espectro de los rojos a los amarillos, pasando por toda la gama de naranjas y algunos marrones.

Los colores cálidos dan sensación de actividad, alegría, dinamismo, confianza y amistad. Estos colores son el amarillo, rojo, naranja y el púrpura en menor medida.

6.3.1.3.5. Colores Claros

Los colores claros son los pasteles más pálidos. Toman su claridad de una ausencia de color visible en su composición, son casi transparentes.

Cuando la claridad aumenta, las variaciones en los distintos tonos disminuyen. Los colores claros inspiran limpieza, juventud, jovialidad, como ocurre con amarillos, verdes y naranjas.

6.3.1.3.6. Colores Oscuros

Los colores oscuros son los que contienen negro en su composición. Encierran el espacio y lo hacen parecer más pequeño. Los colores oscuros son concentrados y serios en su efecto. En cuanto a las estaciones sugiere el otoño y el invierno. Combinar juntos los claros y los oscuros es una manera común y dramática de representar los opuestos de la naturaleza, tales como el día y la noche.

6.3.1.4. Antropología:

Podemos situar el comienzo de la antropología a partir del siglo XV con el descubrimiento del nuevo mundo.

El objetivo de la antropología es en un comienzo el estudio de pueblos y culturas no occidentales (comunidades indígenas, sociedades primitivas, etc.) lo que se denominó “el otro cultural”.

En la actualidad ya no “el otro cultural” sino que tomamos ese “otro” como diferente y diverso, estudiando entonces la sociedad en su conjunto (aglomeraciones urbanas, sociedades industriales). La Antropología es la ciencia que estudia al hombre en el pasado y en el presente de cualquier cultura. Contiene (2) grandes campos:

6.3.1.4.1. Antropología Física:

Se ocupa de la evolución biológica y la adaptación fisiológica de los seres humanos.

6.3.1.4.2. Antropología Social o Cultural

Ocupa de las personas que viven en sociedad, es decir, las formas de evolución de su lengua, cultura y costumbres. Antropología se ha encargado de conocer y entender a su nivel más íntimo las motivaciones, los comportamientos y las practicas dentro de los diferentes grupos sociales. Antropología Social, al menos con este nombre, es la más joven de las “ciencias sociales” la cual se relaciona con materias más viejas como por ejemplo, la historia, la sociología, la psicología. El antropólogo social estudia directamente los pueblos primitivos viviendo entre ellos durante meses o años, mientras que la investigación sociológica se efectúa generalmente sobre la base de documentos, en especial estadísticas.

Según

<http://www.mitecnologico.com/Main/AntropologiaConceptoYDefinicion> es una ciencia social que estudia al ser humano de una forma integral. Para abarcar la materia de su estudio, la Antropología recurre a herramientas y conocimientos producidos por las ciencias naturales y otras ciencias sociales. La aspiración de la disciplina antropológica es producir conocimiento sobre el ser humano en diversas esferas, pero siempre como parte de una sociedad. De esta manera, intenta abarcar tanto la evolución biológica de nuestra especie, el desarrollo y los modos de vida de pueblos que han desaparecido, las estructuras sociales de la actualidad y la diversidad de expresiones culturales y lingüísticas que caracterizan a la humanidad.

6.3.1.5. Sociología

Es la ciencia que estudia los fenómenos colectivos producidos por la actividad social de los seres humanos dentro del contexto histórico-cultural en el que se encuentran inmersos.

Según <http://definicion.de/sociologia/> Auguste Comte, por su parte, fue el encargado de dar forma al concepto de sociología, cuando en 1838 presentó su Curso de Filosofía Positiva. La sociología se consolidó como una ciencia autónoma recién a mediados del siglo XIX. Ya avanzado el siglo XX, comenzaron a diferenciarse diferentes escuelas y corrientes dominantes.

La sociología puede ser estudiada a partir de distintos métodos: el cualitativo, que incluye descripciones y explicaciones detalladas de conductas, situaciones y sujetos, y que además puede incluir el relato de los participantes contado por ellos mismos; y el método cuantitativo, que se encarga de las variables que pueden ser representadas por valores numéricos (números) y que permiten buscar posibles relaciones a través del análisis estadístico.

6.3.1.6. Estadística:

Es una ciencia formal que estudia la recolección, análisis e interpretación de datos de una muestra representativa, ya sea para ayudar en la toma de decisiones o

para explicar condiciones regulares o irregulares de algún fenómeno o estudio aplicado, de ocurrencia en forma aleatoria o condicional.

6.3.1.7. Economía:

La ciencia social que estudia las relaciones sociales que tienen que ver con los procesos de producción, intercambio, distribución y consumo de bienes y servicios, entendidos estos como medios de satisfacción de necesidades humanas y resultado individual o colectivo de la ciudad.

6.3.2. Artes:

6.3.2.1 Fotografía:

Según <http://definicion.de/fotografia/> La fotografía es el procedimiento y arte que permite fijar y reproducir, a través de reacciones químicas y en superficies preparadas para ello, las imágenes que se recogen en el fondo de una cámara oscura.

El principio de la cámara oscura consiste en proyectar la imagen que es captada por un pequeño agujero sobre la superficie. De esta manera, el tamaño de la imagen resulta reducido y puede aumentar su nitidez.

6.3.2.2 Pintura

Según <http://www.profesorenlinea.cl/artes/pinturadefinicion.htm> Pintura es el arte que enseña a representar en una superficie plana cualquier objeto visible o imaginario, o a sugerirlo, por medio de la línea y del color. Elementos básicos de la pintura académica son el dibujo, el modelado y el colorido.

Tradicionalmente, se distinguen la pintura histórica, la religiosa, la de batallas, el retrato, la de paisajes, la de marinas, la de animales y flores y la de naturaleza muerta.

6.3.3 Teorías

6.3.3.1 Cibernética:

Según <http://www.monografias.com/trabajos/cibernetica/cibernetica.shtml> La Cibernética es la ciencia que se ocupa de los sistemas de control y de comunicación en las personas y en las máquinas, estudiando y aprovechando todos sus aspectos y mecanismos comunes. El nacimiento de la cibernética se estableció en el año 1942. La unión de diferentes ciencias como la mecánica, electrónica, medicina, física, química y computación

6.3.3.2 Software:

Según <http://definicion.de/software/> El software es una palabra que proviene del idioma inglés, pero que gracias a la masificación de uso, ha sido aceptada por

la Real Academia Española. Según la RAE, el software es un conjunto de programas, instrucciones y reglas informáticas que permiten ejecutar distintas tareas en una computadora.

6.3.3.3. Mercadeo

Según Philip Kotler, el mercadeo es un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes.

Este concepto se ha ampliado para incluir el estudio de la conducta de transferencia y de transacción. Esta definición de mercadeo se basa en los conceptos esenciales siguientes:

6.3.3.3.1 Necesidad

La necesidad humana es el estado en el que se siente la privación de algunos satisfactores básicos. Vgr: vestido, seguridad, sentido de pertenencia.

6.3.3.3.2 Deseo

Consiste en anhelar los satisfactores específicos para satisfacer necesidades profundas. Los deseos humanos son muchos y continuamente están siendo modelados y remodelados por las fuerzas sociales e institucionales.

6.3.3.3.3 Demanda

Consiste en desear productos específicos que están respaldados por la capacidad y voluntad de adquirirlos.

6.3.3.3.4 Exigencia

Son deseos respaldados por el poder adquisitivo.

6.3.3.3.5 Intercambio

Es el acto de obtener de alguien un producto que se desea ofreciendo algo a cambio. El intercambio se describe como un proceso de generación de valor, es decir, cuando ambas partes quedan en mejor situación de la que se encontraba antes de llevarlo a cabo.

6.3.3.4. Joomla:

Según <http://es.wikipedia.org/wiki/Joomla> Es un Sistema de gestión de contenidos (en inglés Content Management System, o CMS) que permite desarrollar sitios web dinámicos e interactivos. Permite crear, modificar o eliminar contenido de un sitio web de manera sencilla a través de un Panel de Administración. Es un software de código abierto, desarrollado en PHP y liberado bajo licencia GPL. Este administrador de contenidos puede utilizarse en una PC local (en Localhost), en una Intranet o a través de Internet y requiere para

su funcionamiento una base de datos creada con un gestor MySQL, así como de un servidor HTTP Apache.

6.3.3.5. Publicidad:

Según <http://amygomezsantos.blogspot.com/> La publicidad es la rama de las ciencias de comunicación social cuyo objetivo fundamental es persuadir o convencer al público a adquirir determinados productos, sean estos bienes o servicios. Para dicha persuasión, la publicidad utiliza recursos estilísticos y estrategias para presentar lo que anuncia como algo necesario para el consumidor.

La publicidad además una producción humana y, por lo tanto, sujeta a sus mismas virtudes y a sus mismos defectos pero, además, es una herramienta de comunicación poderosa. Por esa razón la sociedad se ha dotado de instrumentos para salvaguardarse de potenciales abusos, en pos de una comunicación responsable

6.3.3.6. Página Web:

Según <http://es.thefreedictionary.com> Documento multimedia con formato HTML, que contiene vínculos hacia otros documentos. Se accede a este documento a través de un servidor web, gracias a una dirección única y puede ser visualizado desde un navegador

6.3.3.7. Web:

Según <http://es.thefreedictionary.com> Documento de Internet que puede contener texto, gráficos, sonidos o animaciones, generalmente escrito en lenguaje HTML y que permite la relación con otros documentos, mediante enlaces.

6.3.3.8. Internet:

Según <http://www.fundacioncse.org/panda/glosario.html> Entramado de ordenadores en el ámbito mundial, también denominado "Red de redes" es el conjunto de redes que permiten la comunicación de millones de usuarios de todo el mundo entre sí ofreciendo acceso a una enorme cantidad de información y personas.

6.3.3.9. World Wide Web (WWW):

Según <http://es.thefreedictionary.com> Consiste en ofrecer una interfaz simple y consistente para acceder a la inmensidad de los recursos de internet. Es la forma más moderna de ofrecer información, el medio más potente, la información se ofrece en forma de páginas web.

6.3.3.10. HTML

Según <http://www.fundacioncse.org/panda/glosario.html> Es el lenguaje con el que se definen las páginas Web . Básicamente se trata de un conjunto de etiquetas que sirven para definir la forma en la que presentar el texto y otros elementos de la página.

6.3.3.11. FTP (File Transfer Protocol):

Según <http://www.fundacioncse.org/panda/glosario.html> Se trata de un protocolo de transferencia de ficheros. Uno de los más comunes para intercambiar ficheros entre ordenadores.

6.3.4. Tendencias

6.3.4.1 Tecnología:

Es el conjunto de conocimientos técnicos, ordenados científicamente, que permiten diseñar y crear bienes y servicios que facilitan la adaptación al medio ambiente y satisfacer tanto las necesidades esenciales como los deseos de las personas.

6.3.4.2. Facebook:

Según <http://es.wikipedia.org/wiki/Facebook> Es un sitio web de redes sociales creado por Mark Zuckerberg y fundado junto a Eduardo Saverin, Chris Hughes y Dustin Moskovitz. Originalmente era un sitio para estudiantes de la Universidad de Harvard, pero se abrió a cualquier persona con una cuenta de correo electrónico.

A mediados de 2007 lanzó las versiones en francés, alemán y español traducidas por usuarios de manera no remunerada,⁷ principalmente para impulsar su expansión fuera de Estados Unidos, ya que sus usuarios se concentran en Estados Unidos, Canadá y Reino Unido. Facebook cuenta con más de 900 millones de miembros, y traducciones a 70 idiomas

6.3.4.3. Twitter

Según <http://es.wikipedia.org/wiki/Twitter> Es un servicio de microblogging, con sede en San Francisco, California, con filiales en San Antonio Texas y Boston (Massachusetts) en Estados Unidos.

Twitter, Inc. fue creado originalmente en California, pero está bajo la jurisdicción de Delaware desde 2007.⁷ Desde que Jack Dorsey lo creó en marzo de 2006, y lo lanzó en julio del mismo año, la red ha ganado popularidad mundialmente y se estima que tiene más de 200 millones de usuarios

6.3.4.4. Minimalismo

Según <http://definicion.de/minimalismo/> El minimalismo es una corriente artística que sólo utiliza elementos mínimos y básicos. Por extensión, en el lenguaje cotidiano, se asocia el minimalismo a todo aquello que ha sido reducido a lo esencial y que no presenta ningún elemento sobrante o accesorio.

Capítulo VII



Proceso de diseño y propuesta preliminar

7.1 Aplicación de la Información obtenida en el Marco Teórico.

7.1.1 Aplicación de la semiología en el sitio web de Net Depot Guatemala

La semiología y la semiótica atraerán a los clientes de una forma sencilla y rápida a tal punto de transmitir el mensaje más descifrado para expresar todas las ideas necesarias, por lo que ayudarán a crear ideas originales en el sitio web.

7.1.2 Aplicación de la psicología del color en el sitio web de Net Depot Guatemala

La empresa Net Depot Guatemala requiere que su sitio web sea limpio y legible, de tal forma que pueda dar una imagen adecuada para que los clientes queden satisfechos y puedan navegar sin ningún problema.

Los colores en el sitio web son fundamentales ya que se necesitan sean los colores adecuados para no tener el desagrado de las personas y estas no ver con conformidad el sitio web. Es recomendable que los colores del sitio web jueguen con los logos o bien con el color que usa la empresa para que sea representada de una forma correcta.

7.1.2 Aplicación de tendencias del diseño en el sitio web de Net Depot Guatemala

Estas tendencias de cierta forma ayudarán a llevar a cabo el sitio web de la empresa Net Depot, ya que ayudará a definir como se desea crear un sitio web y a través de este se logrará una fusión creativa para lograr el objetivo.

7.1.3 Aplicación de la economía en el sitio web de Net Depot Guatemala

Cada empresa cuenta con un recurso adecuado para realizar sus negocios. De tal forma que el sitio web creará gran oportunidad para desarrollarse dentro del mundo virtual. La economía apoya la inversión que busca darle valor agregado al proyecto.

7.1.4 Aplicación de la comunicación en el sitio web de Net Depot Guatemala

La empresa Net Depot requiere que su sitio web pueda transmitir el mensaje adecuado, de tal manera que la codificación del mensaje sea comprensible y así brindar el servicio necesario al grupo objetivo.

7.1.5 Aplicación de la Tecnología en el sitio web de Net Depot Guatemala

El medio cibernético ha tenido un impacto extraordinario en la sociedad, que ha ido creciendo de forma tan impresionante que cada vez va evolucionando mas la tecnología, esto lleva a que los creativos tienen que explotar mas sus herramientas necesarias y ser competitivos en este medio

7.1.6 Aplicación de la Fotografía en el sitio web de Net Depot Guatemala

La utilización de la fotografía es fundamental, ya que sin una fotografía, el sitio hubiera sido muy textual. Por tal motivo, el sitio web tendría mejor imagen y estructura hacia el grupo objetivo.

7.1.7 Aplicación de la Diagramación en el sitio web de Net Depot Guatemala

La empresa Net Depot utilizó la diagramación para ordenar los productos por categorías, por lo tanto se distribuyeron proporcionalmente los espacios e imágenes del sitio web de manera adecuada para que el grupo objetivo tenga visualización más fácil y accesible.

7.1.8 Aplicación de la Tipografía en el sitio web de Net Depot Guatemala

Se utilizó la tipografía para crear textos legibles por el grupo objetivo y acordes al sitio web, ya que es necesario que las personas entiendan su contenido.

7.2 Conceptualización.

Para dar inicio al proceso del sitio web se necesitan herramientas como la Lluvia de Ideas para realizar el método más creativo y obtener así la idea central para el diseño y además satisfacer al grupo objetivo.

Se necesitará investigar la información de la marca, diagramar la información del sitio web, asimismo diseñar y recopilar de una forma limpia la información proporcionada por el cliente

7.2.1 Método. Lluvia de Ideas

La Lluvia de ideas sirve para la solución de problemas de forma rápida y eficaz, sin necesidad de tanta ciencia, únicamente se necesita de lápiz y papel para realizar este método.

Al realizar la lluvia de ideas, podremos encontrar soluciones creativas, generar ideas originales

Esta herramienta fue ideada por Alex Faickney Osborn en 1938, fue denominada también brainstorming.

Esta técnica resultó en un proceso interactivo de grupo no estructurado que generaba más y mejores ideas que las que los individuos podían producir trabajando de forma independiente; dando oportunidad de hacer sugerencias sobre un determinado asunto y aprovechando la capacidad creativa de los participantes

Pasos para la elaboración de una lluvia de ideas:

- Se toma una hoja de papel grande o pequeña, según el tamaño del grupo.
- Al principio toda idea es válida y ninguna debe ser rechazada
- Se busca tácticamente la cantidad sin pretensiones de calidad y se valora la originalidad
- Cualquier persona del grupo puede aportar cualquier idea de cualquier índole, que crea conveniente para el caso tratado
- En la sesión se debe aportar una idea por ronda
- Se elige un tema, establece un tiempo y escribe frases o palabras relacionadas con el tema.

7.2.1.1 Esquema de la Lluvia de Ideas

Supranet	
Ventas	Conexión
Entretenimiento	Trabajo
Mundo	Producto
Continente	Experiencia
Historia	Adultos
Noticia	Ganas
Fuerza	Amigos
Industria	Dinero
Imagen	Unión
Solución	Suministros
Redes	Vida
Garantía	Innovación

7.2.2 Definición del concepto

El concepto de diseño se seleccionó mediante la lluvia de ideas y del requerimiento del cliente, a tal punto de buscar un objetivo para que destaque la empresa.

7.2.2.1 Las frases propuestas fueron las siguientes

- Las ventas están contigo
- Conectando tu mundo
- Suministros para Redes
- La experiencia está con nosotros
- La solución que necesitas está con nosotros
- Siempre tenemos una solución
- Solucionando tu vida
- Garantizamos tus productos
- Trabajando juntos

Después de haber analizado la propuesta con los gerentes, se determinó que el siguiente concepto sea el más adecuado para este proyecto.

Innovando la Industria

7.2.2.2 Medios de Realización

Para la realización del diseño del sitio web de la empresa Net Depot Guatemala se utilizarán diferentes programas de diseños:

Photoshop: Un programa de diseño que apoya con las imágenes
Ilustrador: Programa para diagramar y realizar vectores
Joomla: Es un gesto de contenidos para la red virtual

Otros medios tecnológicos importantes para realizar el proyecto fueron:
Computadora, Internet.

7.2.2.3 Etapa del Diseño

- Parte Informativa

Se tomó en cuenta la información de las marcas que distribuye Net Depot Guatemala y aprovechar el potencial de cada uno de ellos y así brindarles la ayuda necesaria al grupo objetivo.

- Estructura del Sitio Web

Se elaboró un listado que contendrá el sitio para definir lo que tiene que poseer cada sección, ya que la página tendrá sub-secciones dentro del mismo sitio y un área de hojas técnicas de cada producto.

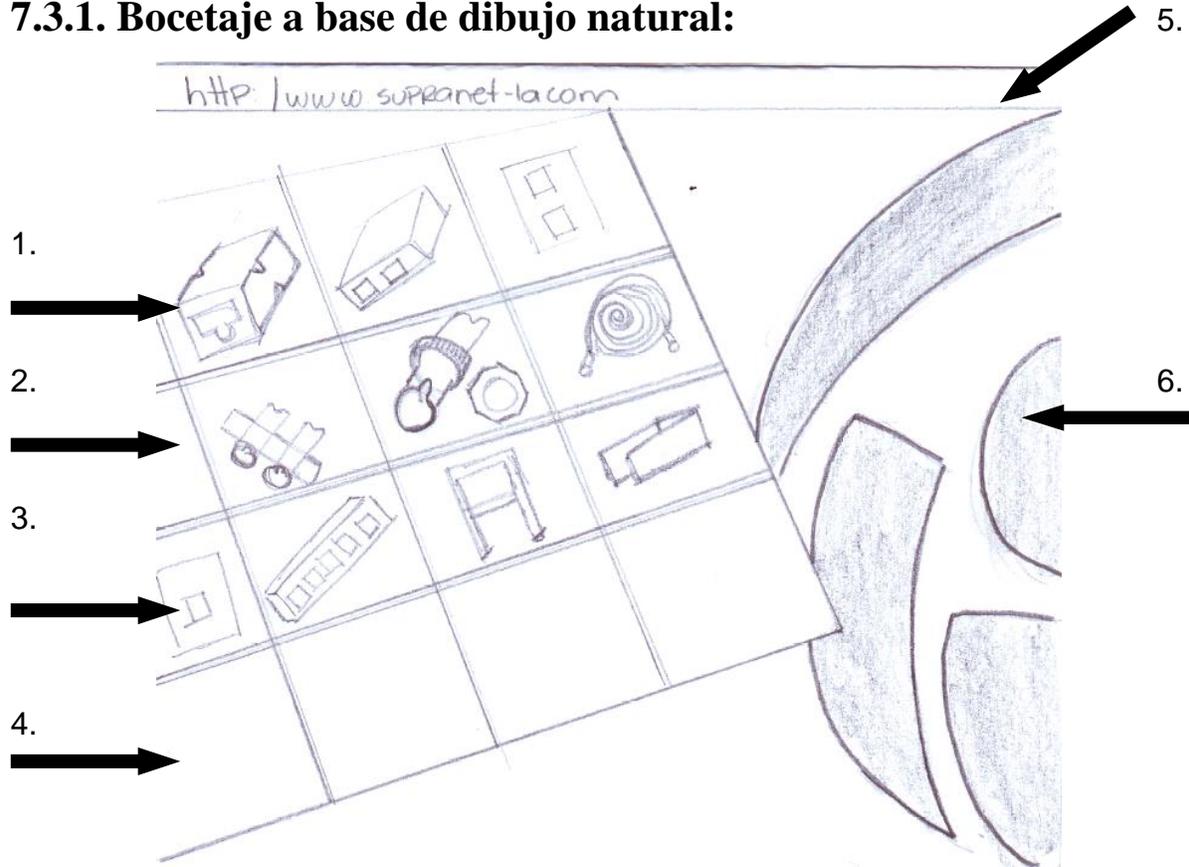
- Personalidad del Sitio

El contenido del Sitio Web refleja la manera de cómo Net Depot Guatemala se presentará ante la sociedad nacional e internacional, siempre enfocándose en el grupo objetivo, esto con el fin de diferenciarse y competir con calidad, creatividad, e inteligencia.

7.3 Bocetaje.

Los diseños se realizaron a lápiz en hojas de papel bond. Se colocaron las ideas para que cumplan con los objetivos de diseño.

7.3.1. Bocetaje a base de dibujo natural:



La imagen principal del boceto es el inicio, en donde se encontrarán todos los productos en diferente gama de productos. 1. La primera sección será cobre, 2. La segunda sección, fibra, 3. La tercera metal mecánica, 4. La cuarta sección irá otros.

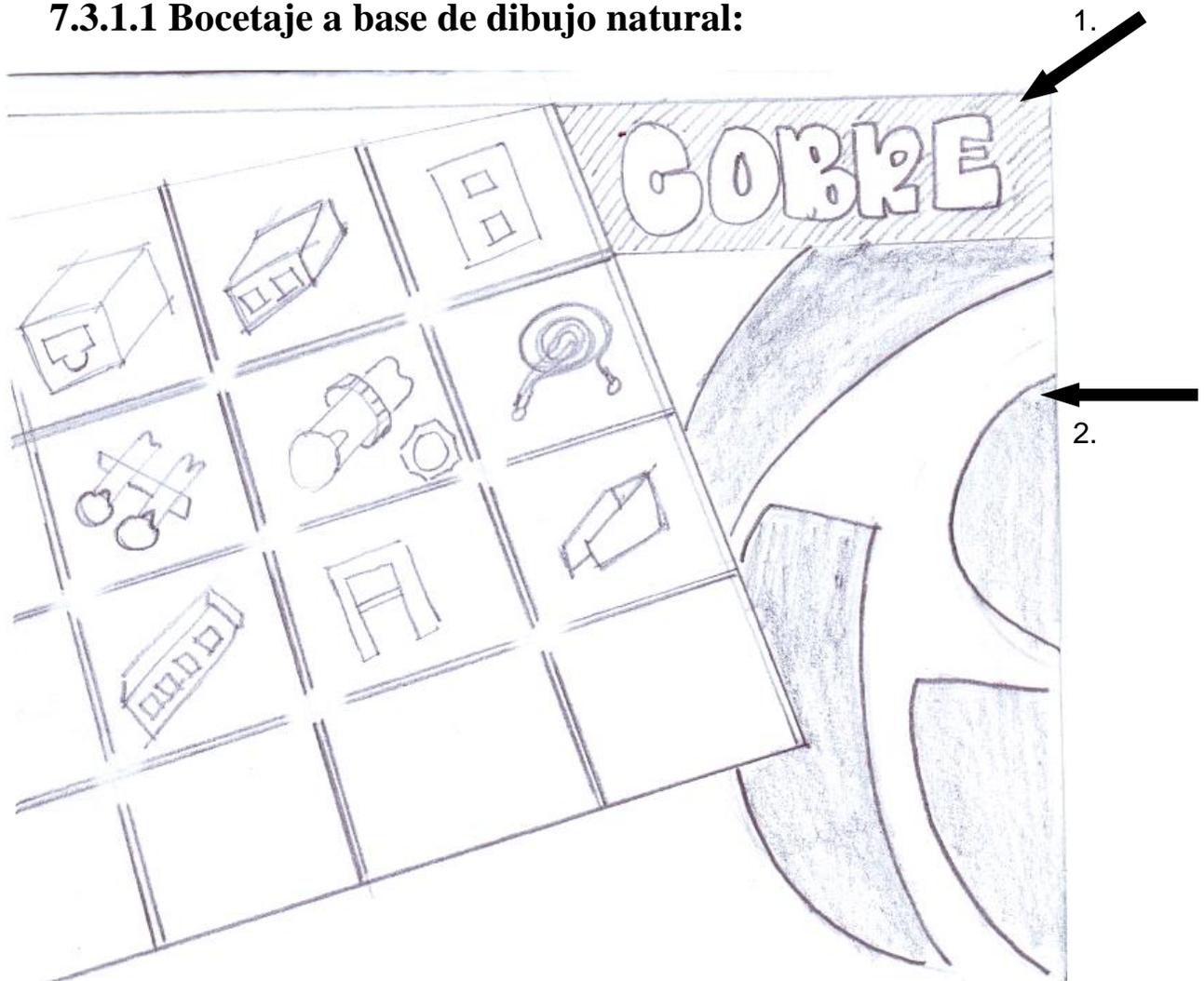
5. Cuenta también con una línea adicional en la parte superior, donde se encontrarán los siguientes datos.

- ✓ Inicio
- ✓ Historia
- ✓ Soporte
- ✓ Noticias
- ✓ Contáctenos

6. Logotipo de la marca Supranet

La medida de cada ilustración será de 960 píxeles de ancho * 960 píxeles de alto.

7.3.1.1 Bocetaje a base de dibujo natural:



1. Al darle clic a cada renglón de productos, adicionará una línea con el nombre del producto, la tipografía de cada título es Virtual_dj que es igual al logo Supranet.

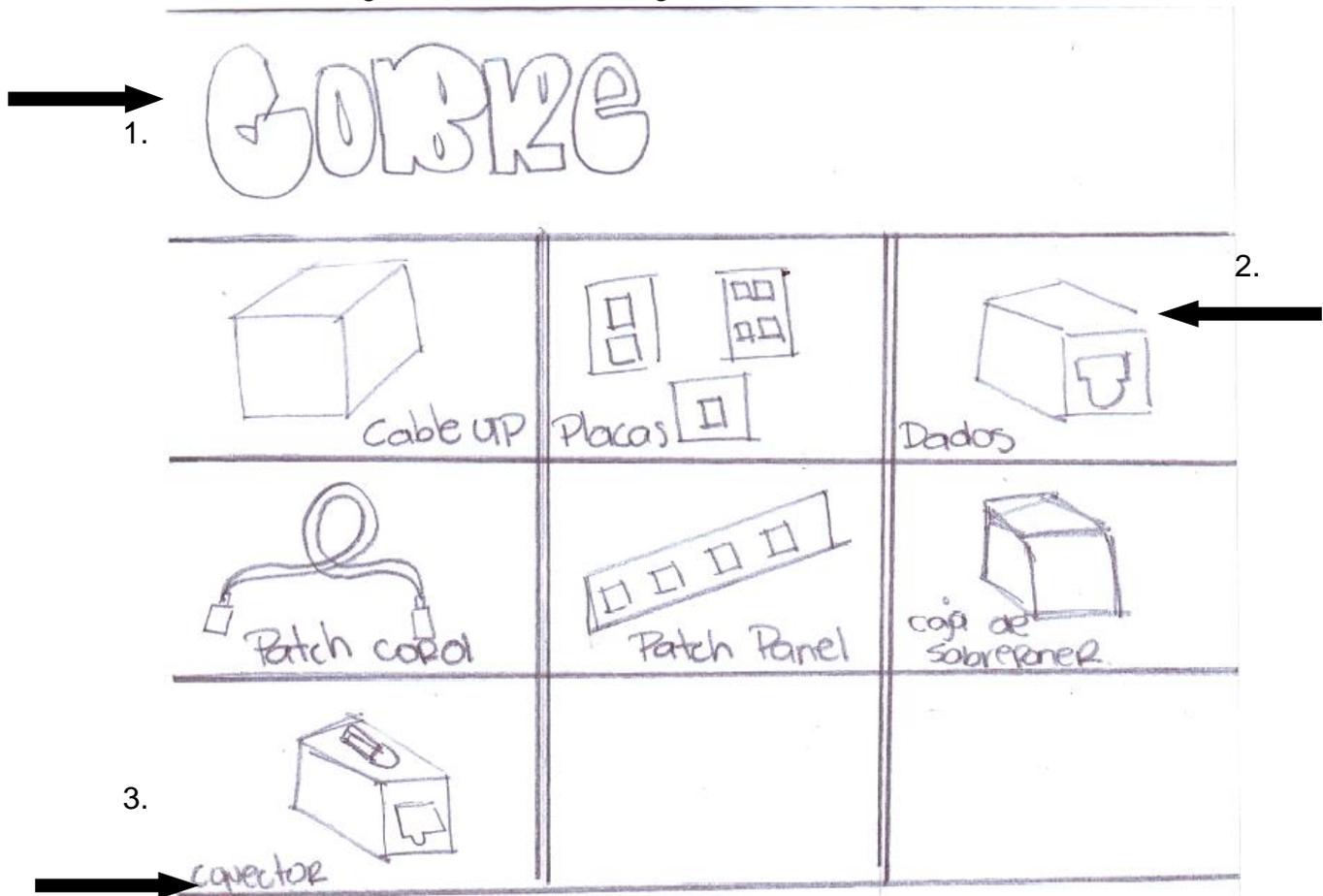
Nombres que aparecerán en las secciones

- ✓ Cobre
- ✓ Fibra
- ✓ Metal Mecánica

2. En cada Sección del sitio web, en la página de inicio siempre se contará con el logo de la marca Supranet.

La medida de cada ilustración será de 960 píxeles de ancho * 960 píxeles de alto

7.3.1.2 Bocetaje a base de dibujo natural:

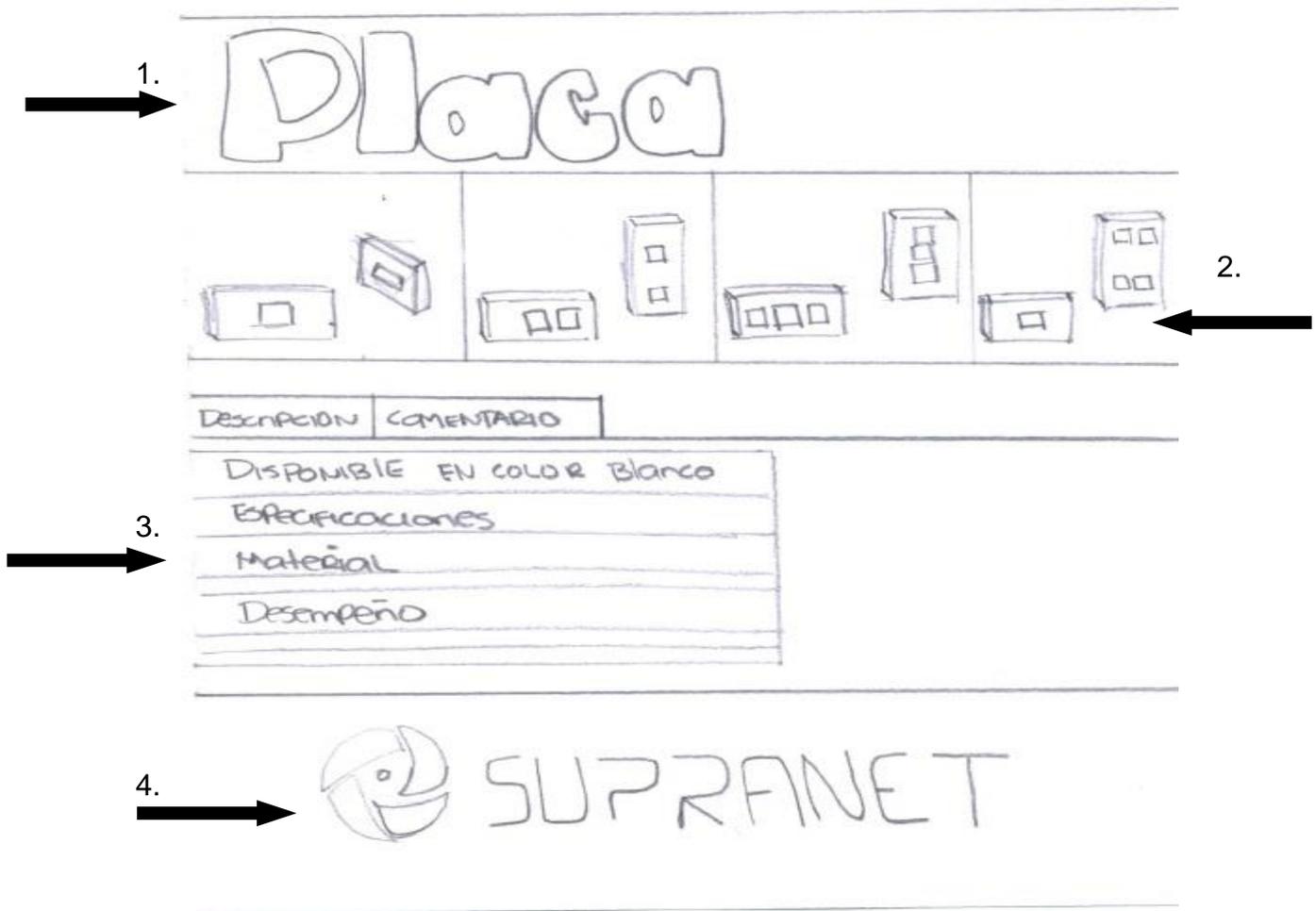


En el momento de darle clic sobre el producto seleccionado, abrirá otra ventana donde aparecerán los productos de esa gama.

1. Aparece el título del producto, tipografía Virtual_dj
2. Se encuentra la gama de productos en imágenes.
 - ✓ Cable UTP
 - ✓ Placas
 - ✓ Dados
 - ✓ Patch Cord
 - ✓ Patch Panel
 - ✓ Conectores
 - ✓ Cajas de sobreponer
 - ✓ Accesorios
3. Debajo de cada imagen se encuentra la descripción del producto, también cuenta con tipografía Virtual_dj

La medida de cada ilustración será de 960 píxeles de ancho * 960 píxeles de alto

7.3.1.3 Bocetaje a base de dibujo natural:

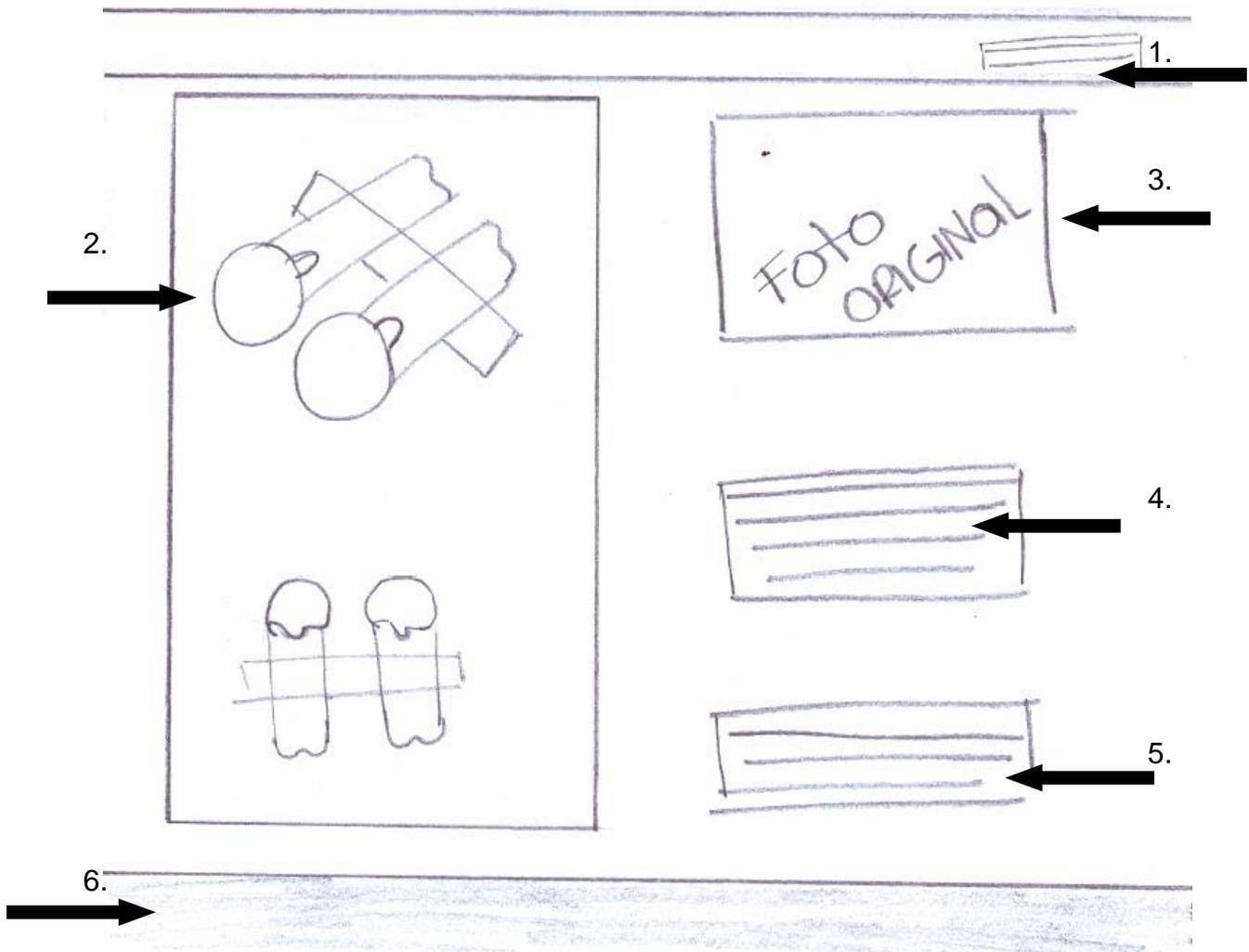


Después de haber seleccionado el producto que busca, este llevará a otra ventana donde mostrará los diferentes accesorios que tiene el producto y también la descripción del mismo.

1. Nombre del Producto (Título) Tipo de Letra (Virtual_dj)
2. Imagen del Producto (Variedad de producto según gama)
3. Descripción del Producto (Cuerpo del texto) Tipo de Letra (Arial)
4. Logo de la marca

La medida de cada ilustración será de 960 píxeles de ancho * 960 píxeles de alto

7.3.1.4 Bocetaje a base de dibujo natural:

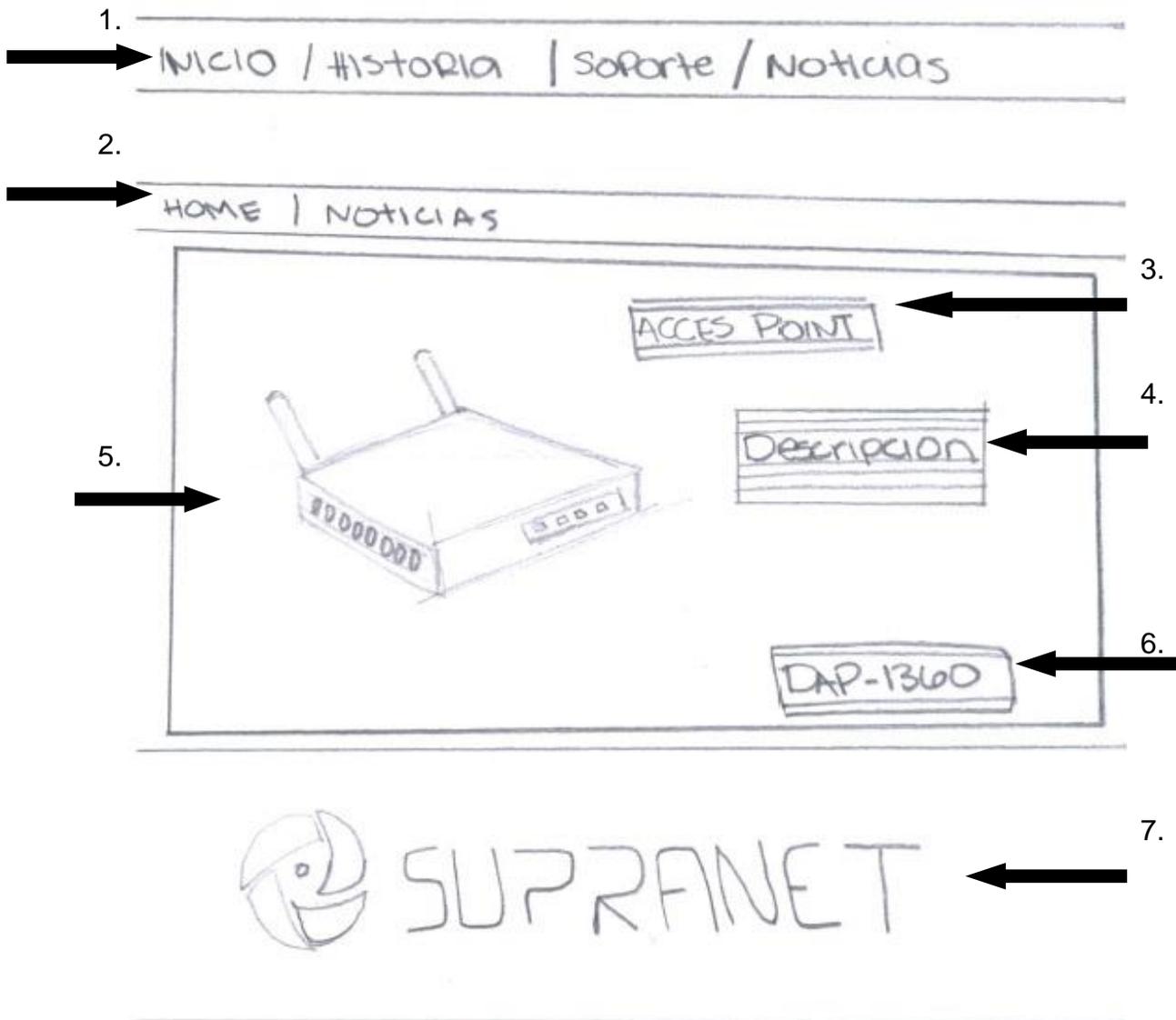


Las hojas técnicas se encuentran en el área de soporte, con el nombre de descargas, estas también van separadas conforme su gama. Se encontrarán en cobre, fibra y metal mecánica.

1. Título de la Gama de producto
2. Imagen técnica del producto
3. Fotografía original del producto
4. Descripción del producto
5. Descripción técnica del producto.
6. Nombre del producto.

La medida de cada ilustración será de 960 píxeles de ancho * 960 píxeles de alto

7.3.1.5 Bocetaje a base de dibujo natural:

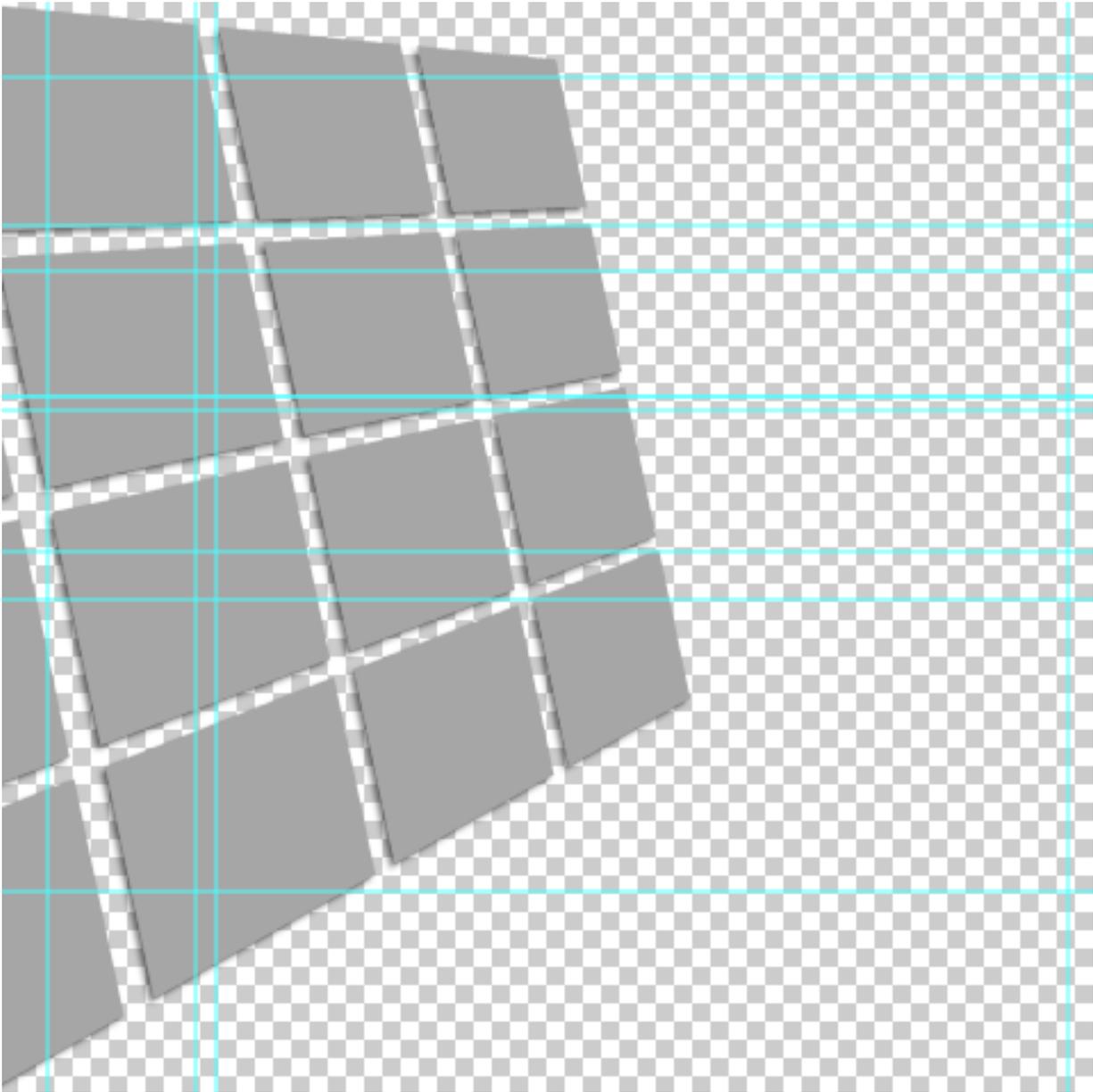


Se encuentra también una sección de noticias en donde se podrá obtener las noticias del mes, las capacitaciones que tendrán por parte del producto y las promociones del mes.

1. Barra de accesos con los que cuenta la empresa
2. Acceso en donde se encuentra el cliente
3. Nombre del producto (Titulo)
4. Descripción del producto
5. Imagen del producto.
6. Código del producto
7. Logo de la marca Supranet

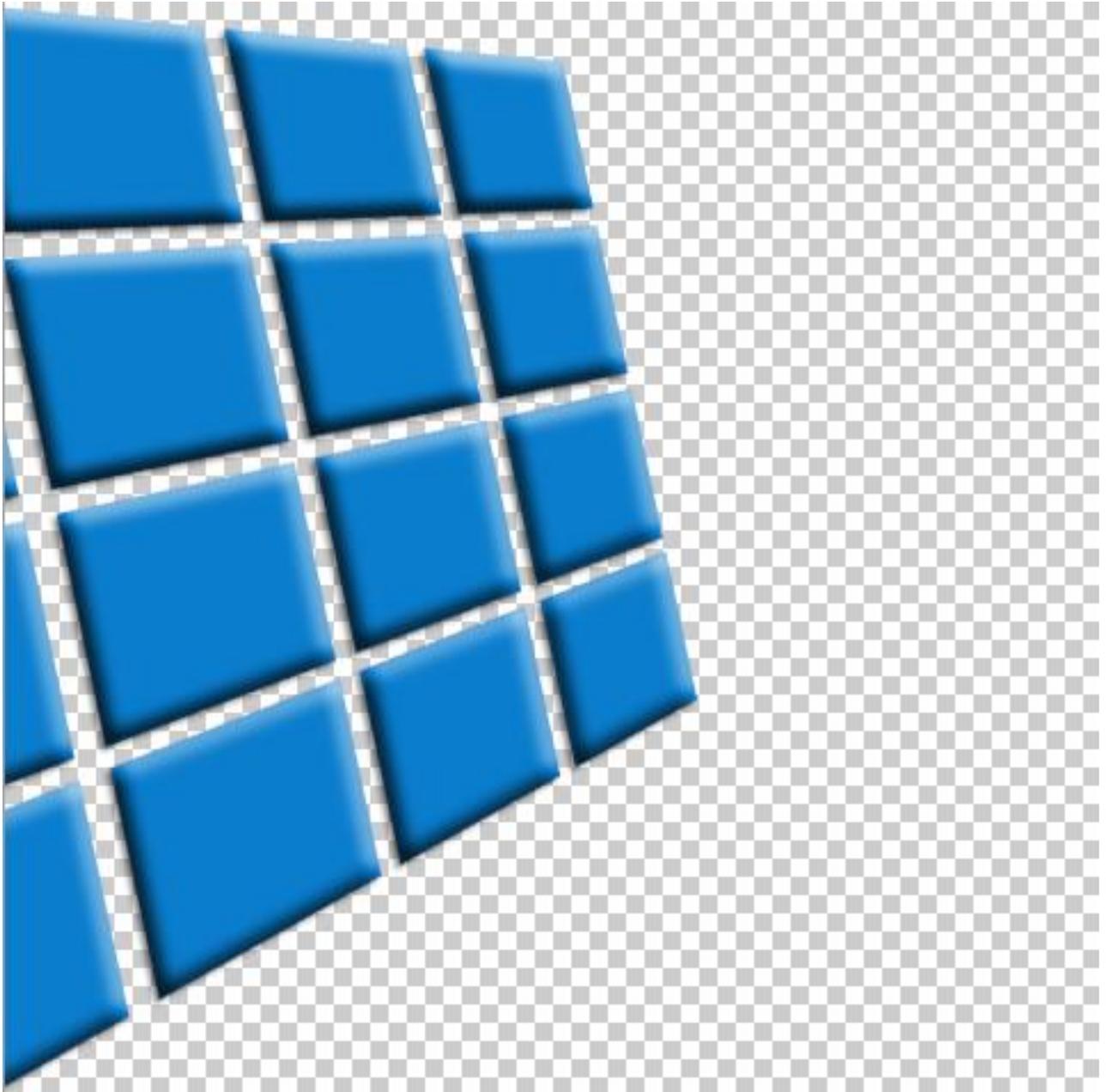
La medida de cada ilustración será de 960 píxeles de ancho * 960 píxeles de alto

7.3.2. Bocetos Digitales de Portada



La empresa Net Depot requería un diseño diferente a todos los sitios web, por lo que se empezó a trabajar bocetos de nuevos diseños, así fue cómo surgió la realización de los cuadros, se empezó a diseñar cada cuadro en el programa de photoshop Cs5.

La medida de cada sección será de 960 píxeles de ancho * 960 píxeles de alto



La medida de cada sección será de 960 píxeles de ancho * 960 píxeles de alto
Se empezó a dar volumen y color a los cuadros, para este se realizaron dos propuestas de color, Celeste y Naranja

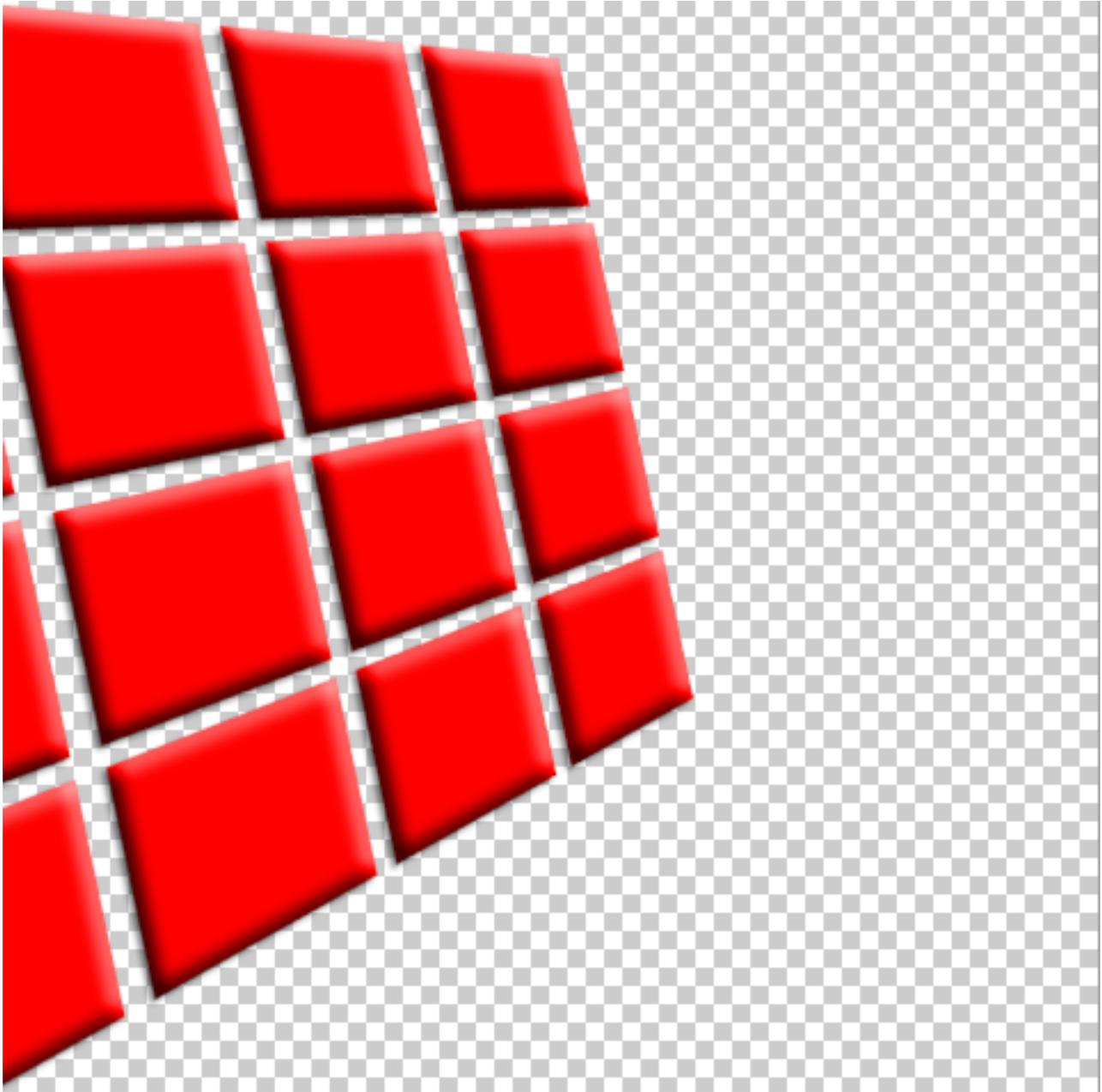


C=90%
R=10

M=39%
G=125

Y=0%
B=205

K=0%



La medida de cada sección será de 960 píxeles de ancho * 960 píxeles de alto

La propuesta en color naranja, tuvo la desventaja de ser color muy fuerte para la portada, por lo cual el cliente se decidió en color celeste.



C=0%
R=255

M=87%
G=0

Y=99%
B=0

K=0%



La medida de cada sección será de 960 píxeles de ancho * 960 píxeles de alto

Para la portada se llevo a cabo primero que nada colocar el logo de la marca Supranet, para que esta siempre este en la mente del consumidor, se quiso tomar algo diferente para la realización del sitio web, por lo cual se realizaron varios cuadros los cuales se colocaran los productos.



La medida de cada sección será de 960 píxeles de ancho * 960 píxeles de alto

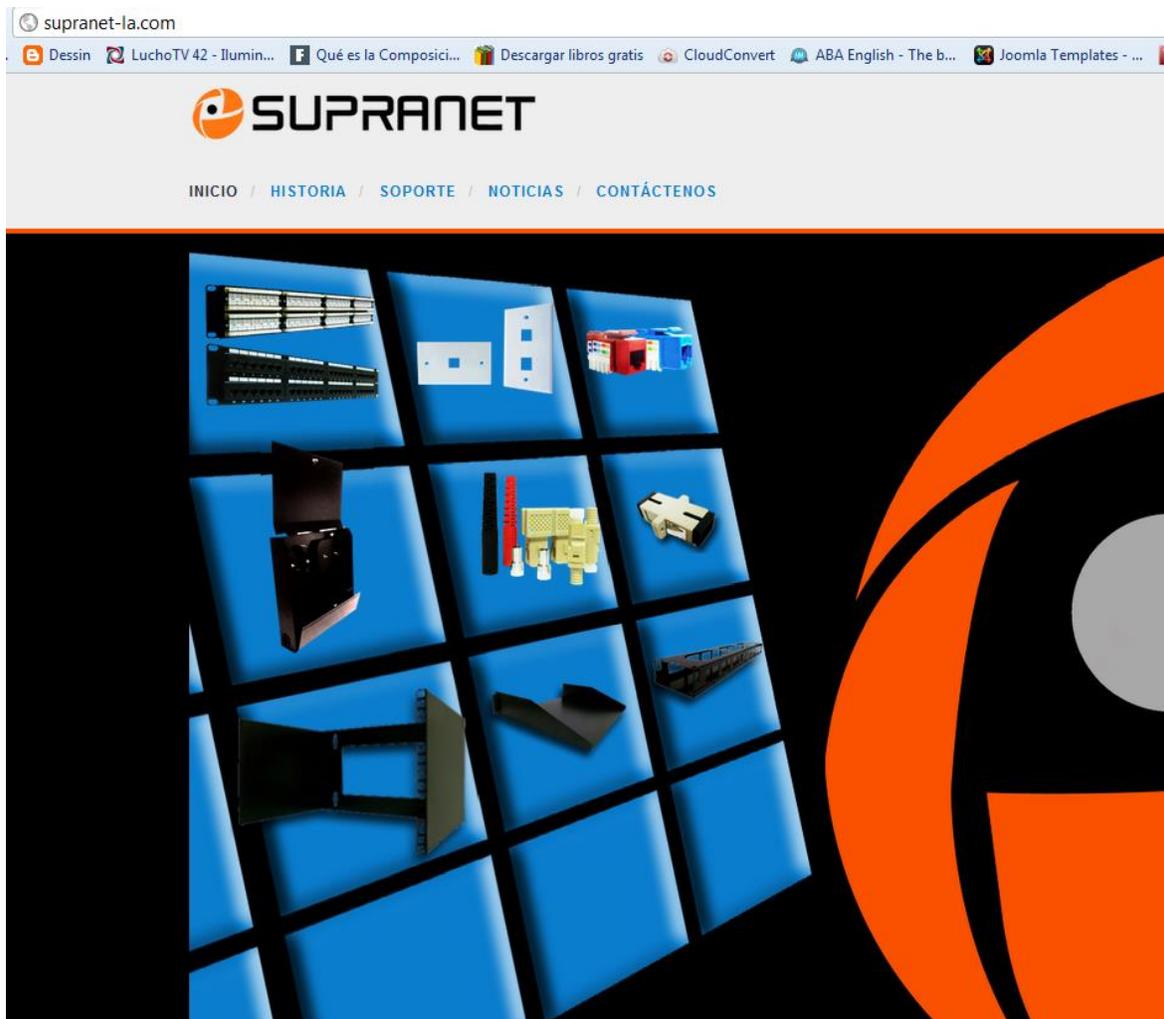
Se recortaron cada uno de los productos para poder tener una mejor visión tanto del producto como de la marca, asimismo se realizó un juego de colores de fondo para que tenga una mejor presentación, la cual el color negro fue la aceptada por el cliente.

7.4 Propuesta preliminar.

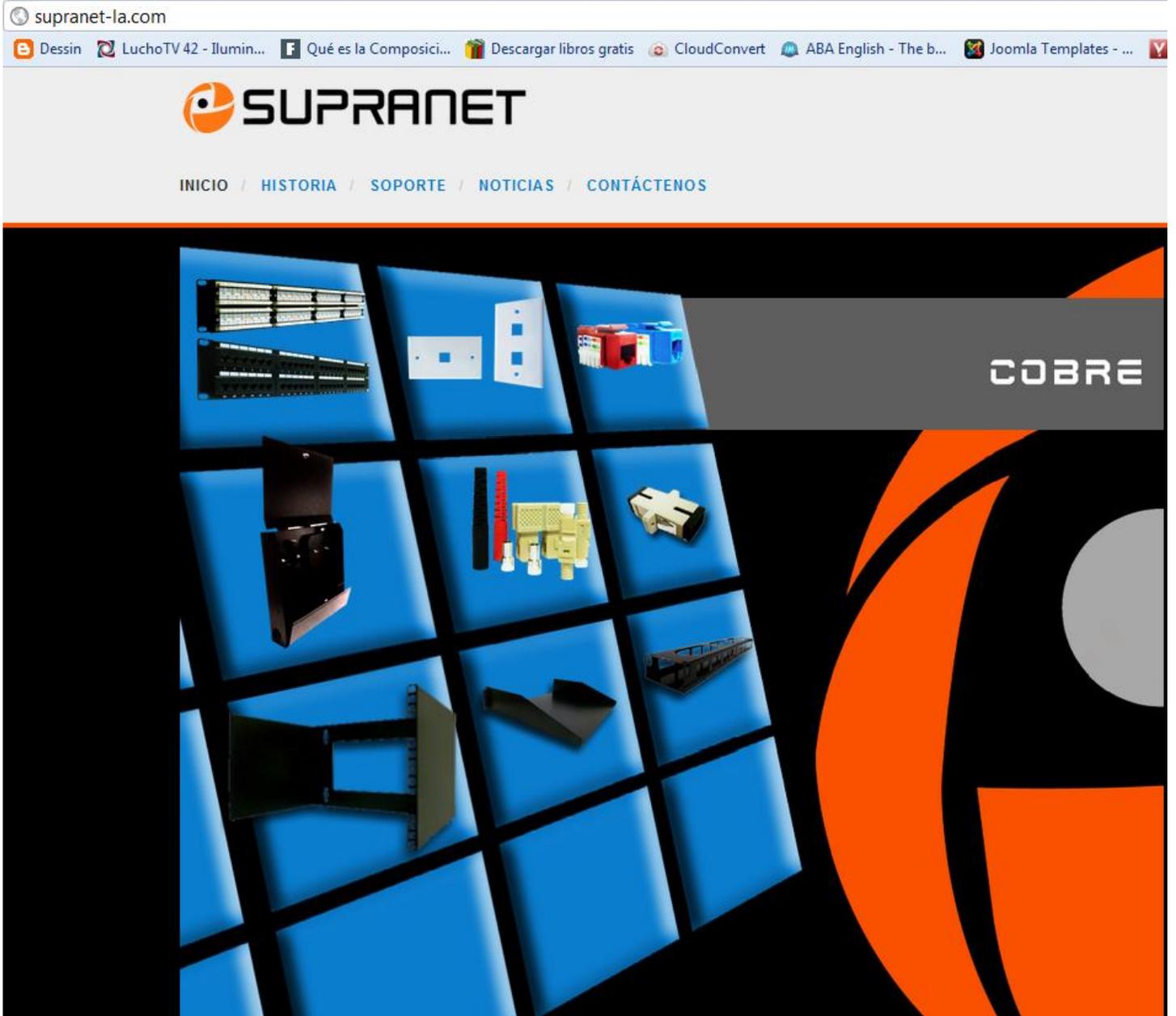
Justificación:

Se llevó a cabo esta propuesta preliminar en una reunión programada con el Gerente General de la empresa Net Depot, Licenciado Carlos Ayala, en la que se le mostró la propuesta de diseño con la explicación de cómo funcionará el sitio web. Según la necesidad de Net Depot, se realizaron varios cambios solicitados por gerencia y se llegó a la propuesta final, ya que es la que cumple con las expectativas de la empresa.

Dirección: <http://supranet-la.com/>



Inicio: en la página de inicio se colocaron los productos de las diferentes gamas para que al cliente se le sea más fácil encontrar el mismo. También en la parte superior se mostrarán las secciones en las que se divide el sitio web



Cada uno de los cuadros tiene la medida de 960 píxeles de ancho * 960 píxeles de alto

Al dar clic en cada línea de productos se despliega el nombre de la categoría que necesita.



CATEGORÍA DE PRODUCTOS

- » Cobre
- » Fibra
- » Metal Mecánica
- » Otros

BUSCAR PRODUCTO

Buscar



CABLE UTP



PLACAS



DADOS



PATCH CORD



PATCH PANEL



CAJA DE SOBREPONER

Cada uno de los cuadros tiene la medida de 960 píxeles de ancho * 960 píxeles de alto

Al presionar sobre la categoría que se requiere, se mostrara el inventario de productos.

The screenshot displays the website 'supranet-la.com' with the URL 'supranet-la.com/index.php/cobresupranet/placas'. The page header includes the 'SUPRANET' logo and a navigation menu with links for 'INICIO', 'HISTORIA', 'SOPORTE', 'NOTICIAS', and 'CONTÁCTENOS'. A left sidebar contains a 'CATEGORÍA DE PRODUCTOS' menu with options: 'Cobre', 'Fibra', 'Metal Mecánica', and 'Otros', along with a 'BUSCAR PRODUCTO' search bar. The main content area shows a breadcrumb trail 'HOME / COBRE / PLACAS', the title 'Placas', and sorting options 'ORDEN NOMBRE DE PRODUCTO +/-', 'AR', and 'POR'. It displays two product cards: 'PLACAS 1 POSICIÓN' and 'PLACAS 2 POSICIONES', each with a 'DETALLES DE PRODUCTO' button. A pagination indicator shows 'RESULTADOS 1 - 2 DE 2' and '9' items.

Cada uno de los cuadros tiene la medida de 960 píxeles de ancho * 960 píxeles de alto

Al darle clic a la categoría del producto requerido, le trasladara a las subcategorías del producto

supranet-la.com/index.php/cobresupranet/placas/placas-2013-10-15-detail

Dessin LuchoTV 42 - Ilumin... Qué es la Composici... Descargar libros gratis CloudConvert ABA English - The b... Joomla Templates - ...

SUPRANET

INICIO / HISTORIA / SOPORTE / NOTICIAS / CONTÁCTENOS

CATEGORÍA DE PRODUCTOS

- > Cobre
- > Fibra
- > Metal Mecánica
- > Otros

BUSCAR PRODUCTO

Buscar

HOME / COBRE / PLACAS / PLACAS 1 POSICIÓN

Placas 1 posición



DESCRIPCIÓN	COMENTARIO
<p>DISPONIBLE EN COLOR BLANCO</p> <p>ESPECIFICACIONES: Este material permite el uso de todo tipo conectores RJ45 estándar. Tiene un diseño moderno. Disponible en 1 y 2 posiciones</p> <p>MATERIAL: Base ABS, UL ,P4V-0</p> <p>DESEMPEÑO: ISO/IEC 11801/ANSI/TIA /EIA 568-B/ROSH</p> <p>ROSH</p>	

Cada uno de los cuadros tiene la medida de 960 píxeles de ancho * 960 píxeles de alto

En las subcategorías, al darle clic, aparecerá la descripción de cada producto.

Capítulo VIII



Validación Técnica

El sitio web de Net Depot Guatemala necesita ser validado cuantitativa y cualitativamente, por lo que se decidió utilizar la encuesta como instrumento, que permita reunir la información acerca de la efectividad del proyecto en cuanto a las necesidades del cliente

8.1 Población y muestreo.

En el proceso de validación se evaluará a dos segmentos, que son:

8.1.1 Expertos

Para validar este proyecto se tomarán en cuenta 6 expertos en el área de diseño gráfico, comunicación y diseño web.

Lic. Wendy Franco
Lic. Marlon Borrayo
Lic. David Castillo
Lic. Rolando Barahona
Lic. Carlos Ayala
Ingeniero Allan Marroquín

8.1.2 Cliente

Se le realizó una encuesta al Gerente General de Net Depot Guatemala, Lic. Carlos Ayala quien validará la propuesta preliminar del sitio web

8.1.3 Grupo Objetivo

Personas del género masculino y femenino, con edades comprendidas entre los 18 años y 50 años, que se encuentren en el ámbito del área de telecomunicaciones. Se realizarán 30 encuestas que permitirán establecer los resultados de la eficacia del proyecto.

8.2 Método e Instrumentos.

Para evaluar este proyecto se utilizó un instrumento investigativo que permite confirmar el cumplimiento de los objetivos planeados. Asimismo, desarrollar una investigación específica que garantice la objetividad de los resultados, proponer una solución viable a nivel funcional, tecnológica y expresivo.

Cálculo de Muestras

Margen de Error que estarías dispuesto a aceptar: (5% suele ser lo habitual)	<input type="text" value="5"/> %	Menores márgenes de Error requieren mayores muestras. ¿Qué es el margen de error?
Nivel de confianza (90%, 95%, o 99%)	<input type="text" value="95"/> %	Cuanto mayor sea el nivel de confianza mayor tendrá que ser la muestra. ¿Qué es el nivel de confianza?
Tamaño del universo a encuestar:	<input type="text" value="2500"/>	Número de personas que componen la población a la que se desea inferir los resultados.
Nivel de heterogeneidad (Suele ser 50%)	<input type="text" value="2"/> %	El nivel de heterogeneidad es lo diverso que sea el universo. Lo habitual suele ser 50%
El tamaño muestral recomendado es:	30	

En el siguiente cuadro de muestreo, se expone el tamaño recomendado para la realización de las encuestas, tomando en cuenta que el universo a encuestar es de 2500 personas y el nivel de heterogeneidad es de 2%

8.2.1 Instrumentos

Se utilizará la encuesta como el instrumento investigativo, porque de esta manera se podrán evaluar los resultados y verificar la funcionalidad, conceptualización y diseño del sitio web.

Asimismo, se utilizó el sitio web Netquest para tener un cálculo de muestreo en la utilización de encuestas. (<http://www.netquest.com>)

8.2.1.1 Google Docs

La encuesta se realizó a base de google docs, que es un instrumento que se utiliza para realizar documentos de evaluación en línea. Este instrumento puede medir el grado positivo o negativo, la ventaja de este instrumento es de acceso directo a la encuesta, lo cual facilita al usuario.

El sitio web de la empresa Net Depot tiene como objetivo el muestreo de sus productos correctamente para que se posicione en la mente del grupo objetivo con mayor facilidad.

*Ver encuesta en anexo (pág. 104)

8.3 Resultados e Interpretación de resultados.

Parte Operativa



El 100% de las personas encuestadas considera necesario la creación del sitio web de la marca Supranet para la empresa Net Depot. Es por ello que el sitio web cumple el primer objetivo general que es el diseño de un sitio web para presentar los productos de telecomunicaciones que comercializa la empresa Net Depot.

2. ¿Considera usted que es importante diseñar la imagen visual del sitio web que vaya acorde a la empresa Net Depot?

■ Sí ■ No

0%



El 100% de las personas encuestadas considera importante el diseño visual del sitio web de la empresa Net Depot,

3. ¿Considera importante tener un sitio web para ratificar las especificaciones de la marca Supranet?

■ Sí ■ No

0%

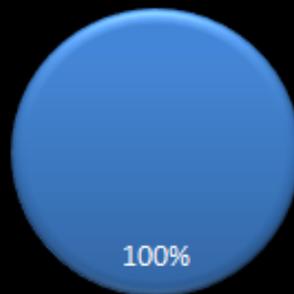


El 100% de las personas encuestadas cree que es sumamente importante ratificar las especificaciones de la marca Supranet para que puedan tener mejor información del producto.

4. ¿Considera que es necesario incluir el catálogo de la marca Supranet en el sitio web?

■ Sí ■ No

0%



El 100% de las personas encuestadas cree que es obligatorio incluir el catálogo de productos de la marca Supranet, ya que es un acceso rápido a lo que necesitan para satisfacer su necesidad.

Parte Semiológica

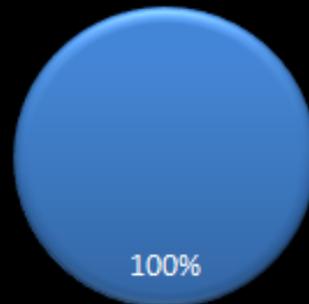


El 100% de las personas encuestadas cree que la tipografía del sitio web es el más recomendado para el mismo, considera que es muy legible y entendible para el grupo objetivo. Por lo que se corroboró que la tipografía es funcional.

6. A su criterio, ¿Considera el color adecuado al tema de telecomunicaciones para el sitio web?

■ Sí ■ No

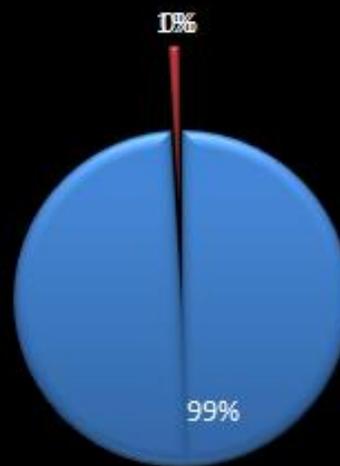
0%



El 100% de las personas encuestadas cree que los colores son los adecuados, tanto para el área de telecomunicaciones como para la marca Supranet, por lo que se llegó a la conclusión que el color es adecuado al sitio web.

7. ¿Considera que la diagramación del contenido del sitio web es?

■ Ordenada ■ Poco Ordenada ■ Nada Ordenada

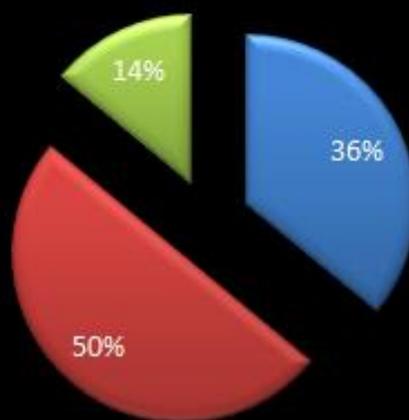


El 99% considera adecuado la diagramación del contenido para la realización del sitio web, por lo que cumple el objetivo del proyecto.

El 1% de las personas encuestadas cree que el sitio web es poco ordenada. Por lo que se garantizó que la diagramación es la adecuada.

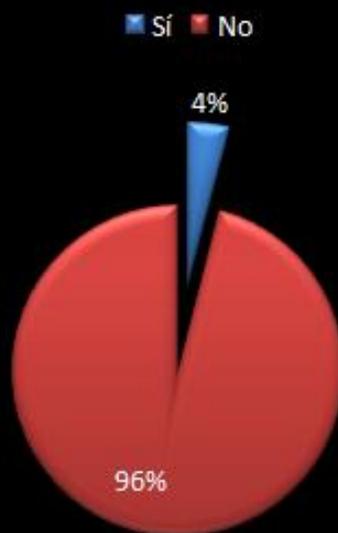
8. Según su opinión, Las imágenes utilizadas en el sitio web son:

■ Realistas ■ Describen la Marca ■ Tienen buena Resolución



El 36% de las personas encuestadas considera que las imágenes del sitio web son realista el 50% considera que las imágenes del sitio web describe la marca Supranet y el 14% considera que las imágenes tienen buena resolución, por lo tanto se llegó a la conclusión que el sitio web tuvo buena aceptación para el grupo objetivo. Las imágenes son las adecuadas para el sitio web, ya que describen tanto a la marca como a la empresa.

9. A su criterio ¿Cree que debe de cambiar algo del sitio web?



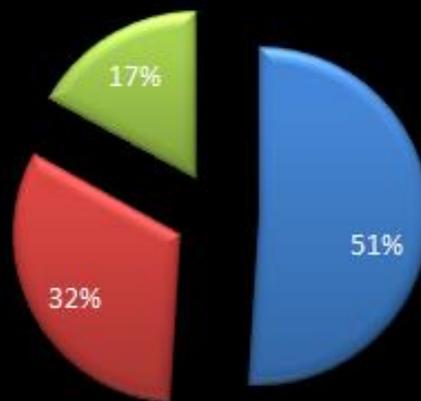
El 96% de las personas encuestadas considera adecuado el sitio web de la marca Supranet, por lo tanto no requiere de cambios.

El otro 4% de las personas encuestadas si considera cambiar unos detalles del sitio web, de lo contrario les parece adecuado el diseño del sitio web. La mayoría de las personas considera adecuado el sitio web, por tal motivo no se realizaron mayores cambios.

Parte Operativa

10. ¿ Considera que la navegación del sitio web es?

■ Fácil ■ Rápida ■ Divertida



El 51% de las personas encuestadas considera que la navegación del sitio web es Fácil, el otro 32% cree que es Rápida la navegación para el grupo objetivo y el 17% opina que es Divertida la navegación del sitio web. Por lo tanto, se llegó a la conclusión que la navegación para el sitio web de la marca Supranet es la adecuada para satisfacer la necesidad del grupo objetivo. El grupo objetivo considera que el sitio web es de fácil acceso, su navegación es rápida y divertida

Observaciones

Dentro de las observaciones se hizo referencia de la imagen 5 de la página de inicio, ya que esta no se encontraba centrada, por lo que el cambio se hizo inmediato para tener una solución y mejor visualización para el sitio web. También colocar mas colores celestes en las sub categorías para que tenga un correlativo con la página de inicio.

Los usuarios desean tener mayor interactividad en el sitio web y con el producto, por lo que se colocará una sección en la que el grupo objetivo tendrá un espacio para ser distribuidor de la marca Supranet y así satisfacer, no solo su necesidad sino la de sus clientes.

8.4 Cambios en base a los resultados.

Con base en los resultados de las encuestas y las observaciones tanto de expertos, cliente y del grupo objetivo, se identificó la necesidad de realizar algunos cambios en la propuesta gráfica.

- a) Corregir el cambio de tamaño de la imagen número 5, colocarla con más tamaño
- b) En la sección de los productos, el nombre se colocó en color celeste y ya no en el gris que tenía, ya que se necesita tener un correlativo de colores con la portada.

Con la aplicación de las anteriores recomendaciones se logra mayor aporte y aceptación del grupo objetivo.

Los colores presentados en todo el sitio web, fueron los siguientes

Inicio:



C=90%
R=10

M=39%
G=125

Y=0%
B=205

K=0%

	C=0% R=254	M=75% G=92	Y=96% B=14	K=0%
	C=100% R=0	M=100% G=0	Y=100% B=0	K=100%
	C=37% R=168	M=27% G=168	Y=26% B=168	K=5%

Según la psicología del color:

Color azul= Refleja responsabilidad y armonía

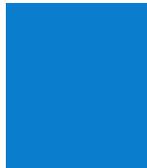
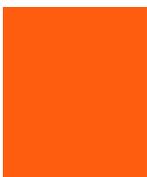
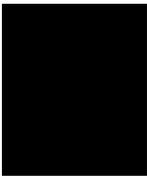
Color Naranja= Refleja energía, aumenta la inmunidad y la potencia

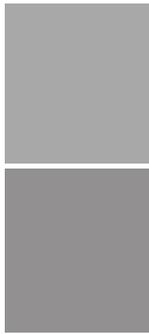
Color Negro= Refleja elegancia

Color Lavanda= Refleja equilibrio

Historia, soporte, noticias, contacto y productos:

Para la realización de estas secciones es colocaron los mismos colores para que tuviera un correlativo de color y que el grupo objetivo siempre tuviera presente la marca.

	C=90% R=10	M=39% G=125	Y=0% B=205	K=0%
	C=0% R=254	M=75% G=92	Y=96% B=14	K=0%
	C=100% R=0	M=100% G=0	Y=100% B=0	K=100%



C=37% M=27% Y=26% K=5%
R=168 G=168 B=168

C=43% M=34% Y=32% K=11%
R=146 G=144 B=144

Según la psicología del color:

Color azul= Refleja responsabilidad y armonía

Color Naranja= Refleja energía, aumenta la inmunidad y la potencia

Color Negro= Refleja elegancia

Color Lavanda= Refleja equilibrio

Color Gris= Refleja estabilidad, inspira creatividad

Tipografía presentada en el sitio web

- Contenidos Letra Arial

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ Oo Pp
Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

Cambios en base a resultados.



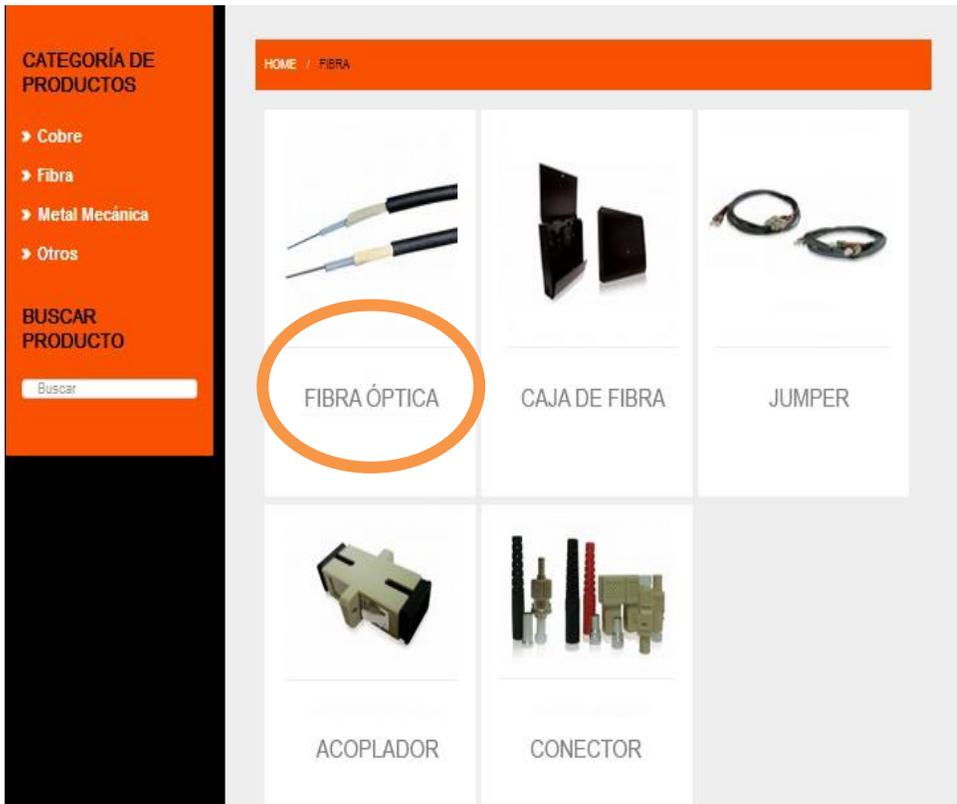
Antes

En el archivo presentado a los expertos para que la evalúen y validaran, se realizó el cambio de la imagen número 5, ya que la observación era centrar más el producto.



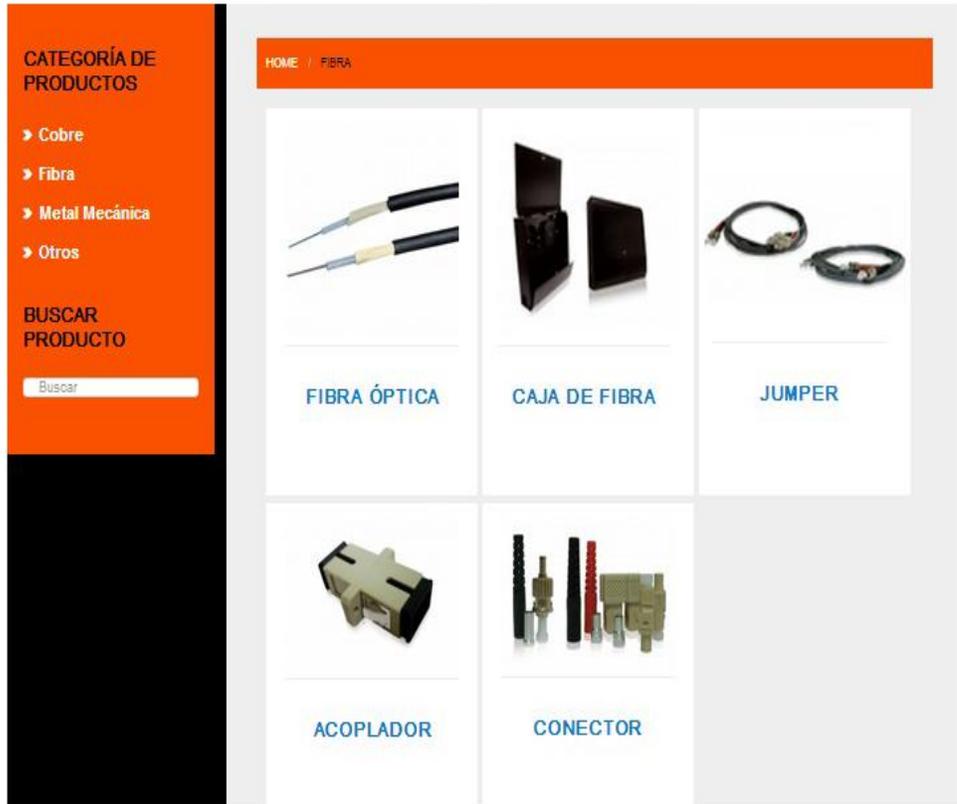
Después

En la propuesta final, el arte final quedó con los cambios realizados, la imagen se centró como lo habían solicitado.



Antes

La propuesta presentada a los expertos iba con color gris, por la que dijeron que si estaba bien, pero necesitaban que tuviera más color como la portada



Después

El arte final, se cambiaron los colores de las letras para que tuvieran un correlativo de color con la portada.



Capítulo IX

Propuesta Gráfica Final

En este capítulo se presenta el proyecto tal y cómo quedó después de realizados los cambios de la propuesta preliminar, es decir la propuesta gráfica final del sitio web para la marca Supranet.

Contenido del Sitio Web (Dirección: www.supranet-la.com)

El contenido del Sitio Web se dividió en 5 secciones que son las siguientes

Inicio: Contiene la portada completa para navegar en el Sitio Web, asimismo contiene lo más importante que son las imágenes del producto que se quiere presentar al grupo objetivo.

Historia: En esta sección se presenta la historia de la marca Supranet, además se dan a conocer las certificaciones que tiene la misma.

Soporte: Contiene tres secciones:

Descargas: En la que se mostrarán todas las hojas técnicas del producto, estas se dividen en secciones, una en cobre, fibra, metal mecánica.

Distribuidores: En la que se cuenta la empresa Net Depot, ya que es el único distribuidor autorizado por la marca en Guatemala, asimismo se

encuentra una sección en donde el grupo objetivo puede optar a ser distribuidor siempre y cuando tenga la autorización de la marca.

Catálogo Virtual: Contiene el informe del producto más detallado de la marca Supranet, en todas sus secciones divididas por la familia.

Cobre

- ✓ Cable UTP
- ✓ Placas
- ✓ Dados
- ✓ Patch Cord
- ✓ Patch Panel
- ✓ Cajas de Sobreponer
- ✓ Conectores

Fibra

- ✓ Fibra Óptica
- ✓ Caja de Fibra
- ✓ Jumper
- ✓ Acopladores
- ✓ Conector

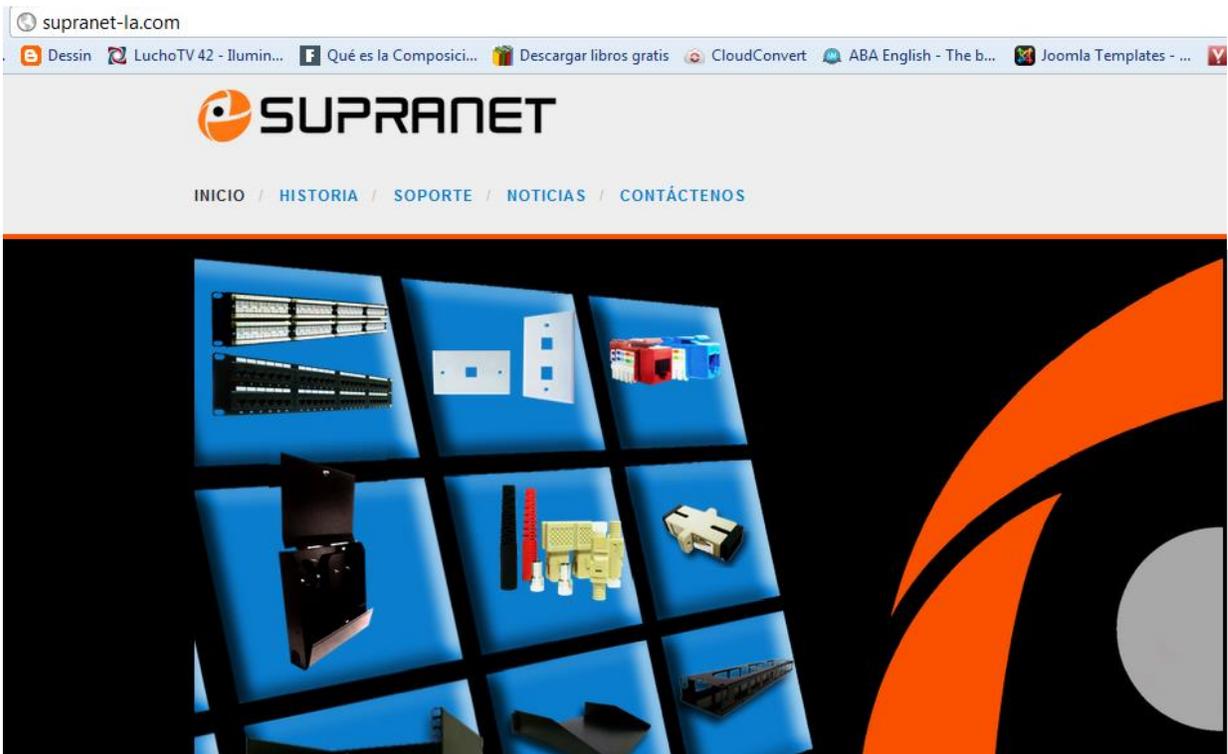
Metal Mecánica

- ✓ Gabinetes
- ✓ Rack
- ✓ Organizadores
- ✓ Bandeja

- ✓ **Noticias:** En esta sección se muestran todas las actualizaciones de la marca, las noticias recientes y promociones del mes.

Contáctenos: En esta se encuentra un formulario de correo, para ponerse en contacto con la marca Supranet, esta misma resuelve las dudas y/o preguntas que se tengan.

- ✓ **Inicio:** Contiene innovaciones de imágenes de la marca Supranet, siempre se encuentra el logo presente en todas las secciones del sitio web.



- ✓
- ✓
- ✓
- ✓
- ✓
- ✓
- ✓
- ✓
- ✓
- ✓

Cada uno de los cuadros tiene la medida de 960 píxeles de ancho * 960 píxeles de alto

- ✓ **Historia:** En esta sección muestra la historia de la marca Supranet y sus certificaciones, asimismo del lado izquierdo se muestra un cuadro con las cuatro categorías de productos, en la que también puede tener acceso con facilidad.

The screenshot displays the Supranet website interface. At the top left is the Supranet logo, consisting of an orange circle with a white stylized 'S' and the word 'SUPRANET' in black. Below the logo is a navigation menu with links: INICIO / HISTORIA / SOPORTE / NOTICIAS / CONTÁCTENOS. On the left side, there is an orange sidebar titled 'CATEGORÍA DE PRODUCTOS' with four sub-categories: Cobre, Fibra, Metal Mecánica, and Otros. Below this is a search bar labeled 'BUSCAR PRODUCTO' with a 'Buscar' button. The main content area has an orange header with 'HOME / HISTORIA'. The main heading is 'Historia de Supranet'. The text describes the company as established in 1985, focusing on telephone accessories, and highlights its vertical and horizontal integration capabilities. It also mentions the company's growth and commitment to quality. Below the text, there are sections for 'Certificaciones' (UL, ETL, Delta) and 'Inicio del Fabricante de Supranet', which includes a checkmark and the text '1985 Empezó con accesorios de teléfono'.



Cada uno de los cuadros tiene la medida de 960 píxeles de ancho * 960 píxeles de alto

Soporte: En la primera sección se encuentran las descargas

The screenshot shows the SUPRANET website interface. At the top left is the SUPRANET logo. Below it is a navigation menu with links: INICIO / HISTORIA / SOPORTE / NOTICIAS / CONTÁCTENOS. On the left side, there is an orange sidebar with the heading 'CATEGORÍA DE PRODUCTOS' and a list of categories: Cobre, Fibra, Metal Mecánica, and Otros. Below the categories is a search box labeled 'BUSCAR PRODUCTO' with a 'Buscar' button. The main content area has a sub-navigation bar: HOME / SOPORTE / DESCARGAS. The main heading is 'Hojas Técnicas'. Below this heading are four boxes representing subcategories: 'Cobre (0/10)', 'Fibra (0/4)', 'Metal mecanica (0/4)', and 'Otros (0/0)'. Each box contains the text 'No existen subcategorías'. Below the technical sheets section is a section titled 'Archivos más descargados' with a list of files: 'Datos Cat. 5E (Cobre)', 'Bandeja Metalica (Metal mecanica)', 'Patch Cord Cat, 5E (Cobre)', 'Organizador Vertical (Metal mecanica)', and 'Patch Cord SC (Cobre)'. At the bottom right, there is a small text: 'Powered by PhpBB Download'.

Cada uno de los cuadros tiene la medida de 960 píxeles de ancho * 960 píxeles de alto

Soporte: En la segunda sección se encuentra las descargas



[INICIO](#) / [HISTORIA](#) / [SOPORTE](#) / [NOTICIAS](#) / [CONTÁCTENOS](#)

[HOME](#) / [SOPORTE](#) / [DISTRIBUIDORES](#)

Distribuidores Supranet

Contacto

¿Quieres ser distribuidor de Supranet?

2a. Calle 5-63, zona 13, Guatemala, Guatemala

(502) 2207-4141



Formulario de contacto

Enviar un correo electrónico. Todos los campos con el asterisco (*) son obligatorios.

Nombre *

Correo electrónico *

Asunto *

Mensaje *

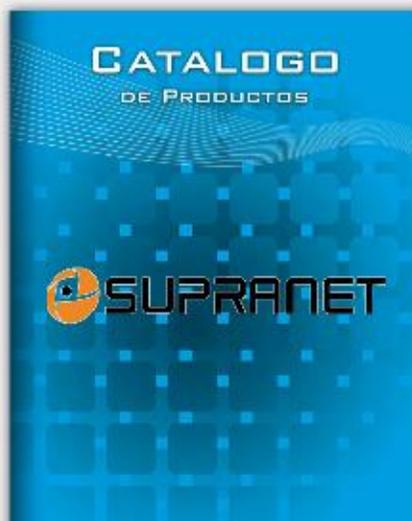
Soporte: En la tercera sección se encuentra el catálogo virtual



[INICIO](#) / [HISTORIA](#) / [SOPORTE](#) / [NOTICIAS](#) / [CONTÁCTENOS](#)

[HOME](#) / [SOPORTE](#) / [CATÁLOGO VIRTUAL](#)

Supranet Catálogo



Noticias En el área de noticias, se encontrarán todas las actualizaciones de la marca



[INICIO](#) / [HISTORIA](#) / [SOPORTE](#) / [NOTICIAS](#) / [CONTÁCTENOS](#)

CATEGORÍA DE PRODUCTOS

- [Cobre](#)
- [Fibra](#)
- [Metal Mecánica](#)
- [Otros](#)

BUSCAR PRODUCTO

[HOME](#) / [NOTICIAS](#)

Próximamente



Pronto noticias sobre Supranet

Cada uno de los cuadros tiene la medida de 960 píxeles de ancho * 960 píxeles de alto

Contáctenos: En el área de contáctenos, se encuentra un formulario en el que el grupo objetivo colocará sus dudas, preguntas o intereses.

The screenshot shows the contact page of the SUPRANET website. At the top left is the SUPRANET logo, consisting of an orange circle with a white dot and the word "SUPRANET" in black. Below the logo is a navigation menu with links: INICIO / HISTORIA / SOPORTE / NOTICIAS / CONTÁCTENOS. A secondary navigation bar below the menu contains the links HOME / CONTÁCTENOS. The main heading is "Contáctenos" in blue. Below this is a sub-heading "Contacto" and the text "Ciudad de Guatemala Guatemala". To the right of this text is a smaller version of the SUPRANET logo. The next section is titled "Formulario de contacto" in blue. Below the title is a note: "Enviar un correo electrónico. Todos los campos con el asterisco (*) son obligatorios." The form contains three fields: "Correo electrónico *" with a white input box, "Asunto *" with a white input box, and "Mensaje *" with a white text area.



Capítulo X

Producción, Reproducción y Distribución

Para que el sitio web cumpla con su función primordial, es necesario implementarlo y darlo a conocer al grupo objetivo al que va dirigido. En esta sección se evaluarán los requerimientos económicos, técnicos y tecnológicos de la propuesta, es por ello que se evaluarán los siguientes aspectos.

- ✓ Ayudar a establecer un proceso creativo para la elaboración del sitio web y tener el proyecto final en un formato digital.
- ✓ El plan de reproducción ayuda a establecer costos de publicación del mismo.

10.1 Plan de costos de elaboración.

El proyecto de la elaboración del sitio web debe estar en archivo editable para entregárselo al cliente.

Recopilación de información teórica y conceptos de diseño útiles para el desarrollo correcto del sitio web.

- ✓ Meses trabajados: 2 meses
- ✓ Horas Trabajadas: 3 horas diarias
- ✓ Total de horas trabajadas para la elaboración del proyecto: 34 horas

Se realizaron varios aspectos respecto a los meses y horas trabajadas, a continuación algunos aspectos.

- ✓ Identificación de la problemática
- ✓ Definición del grupo objetivo
- ✓ Elaboración del marco teórico
- ✓ Conceptualización del proyecto
- ✓ Bocetaje
- ✓ Elaboración de las propuestas preliminares
- ✓ Validación técnica de expertos, cliente y grupo objetivo.

Tomando en cuenta que el pago por hora es de Q90.00. El pago de cada día trabajado asciende a Q3, 000.00

10.2 Plan de costos de producción.

Desarrollo del sitio web: 15 horas
 Precio por hora: Q90.00

Mantenimiento (aproximado mensual): 5 horas
 Precio por hora: Q90.00

Recopilación de fotografías: 15 horas
 Precio por hora: Q90.00

Haciendo un total de Q3, 150.00

10.3 Plan de costos de reproducción.

No aplica.

10.4 Plan de costos de distribución.

Se eligió como proveedor a la empresa www.portalesguatemala.com para el paquete de hosting, ya que cuenta con los requerimientos necesarios y las capacidades requeridas para el sitio web de la marca Supranet. El precio utilizado para la realización del hosting fue de Q.695.00

El nombre de dominio para la empresa es www.supranet-la.com

10.5 Plan de costos General

Plan de Costos	
Plan de costos de Elaboración	Q3,000.00
Plan de costos de Producción	Q12.00
Plan de Costos de Reproducción	Q695.00
Plan de Costos de Distribución	Q0.00
Costo Total	Q3,707.00

Capítulo XI

Conclusiones

Al realizar los cambios en la propuesta gráfica del sitio web, la propuesta final debe responder según los objetivos planteados en el proyecto. Se concluyó:

11.1 Conclusiones

Se investigaron varias ciencias, teorías y tendencias a través de fuentes bibliográficas y con ellas se creó el sitio web para la marca Supranet

Se recopiló toda la información necesaria, tanto de la marca Supranet como de la empresa y así se incluyó en el sitio web

Utilizando el instrumento de validación se evaluó la efectividad y la funcionalidad tanto con los expertos en comunicación y diseño, como los expertos en telecomunicación y sitio web.

Se implementó en el sitio web un sistema de noticias y así el grupo objetivo tendrá acceso a información actual de los productos que comercializa la empresa Net Depot

Recomendaciones

11.2 Recomendaciones

Asignar a una persona encargada para que le pueda dar al sitio web las actualizaciones necesarias

Continuar con el esquema y la diagramación utilizados para que el grupo objetivo pueda identificar fácilmente a la empresa y la marca.

Que se le de seguimiento, al sitio web, ya que se utiliza como herramienta de comunicación, por lo que se dan a conocer los productos, noticias y promociones que la marca conlleva.

Es necesario utilizar el sitio web como herramienta primordial para que el grupo objetivo esté enterado y/o consulte el sitio para sus proyectos.

Mantener al tanto el sitio web para las observaciones y/o empresas que quieran ser distribuidores de la marca.

Actualizar la versión digital del catálogo cada cierto tiempo, ya que los productos cambian conforme el stock.



Capítulo XII

Conocimiento General

Para el proyecto de graduación se utilizó varios conocimientos adquiridos en la carrera de Comunicación y Diseño. Entre los cuales se encuentran:



SEMIOLÓGÍA

Se ocupa del proceso de significación, para ello se estudia primero el signo que es el objeto mediante el cual nos comunicamos.

DISEÑO

Estos diseño se dieron a través de la programación, creaciones varias para dar un mejor mensaje al grupo objetivo. Consiguiendo una estructura adecuada para el sitio web.

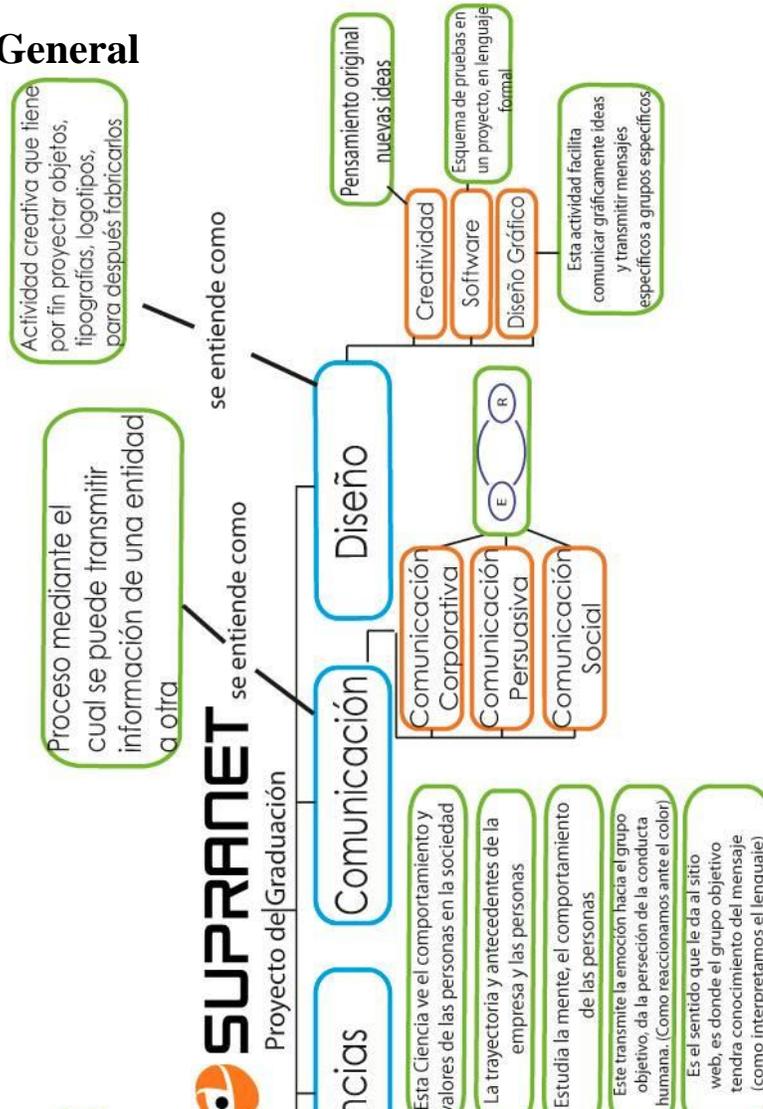
CIENCIAS

Se utilizaron muchas ciencias para la realización del proyecto de graduación.

COMUNICACIÓN

Estas comunicaciones nos sirvieron para transmitir adecuado el contexto hacia el grupo objetivo. Net Design como el diseño de un espacio en sitio web (portal)

Conocimiento General





Capítulo XIII

Referencias

Referencias en Libros

F

- Fischer, Laura y Jorge, Mc Graw Hill (2004). Libro: "Mercadotecnia" (3ra Edición)

G

- González Montes, Antonio (1989). Libro: "Semiótica" (1ra Edición)
- Gradwell, M. (2000). Libro: "The tipping Point. La Frontera del Exito" (1ra Edición)

H

- Heller, Eva, (2004). Libro: “Psicología del Color” Editorial Gustavo Gil, Barcelona España

M

- Gispert Carlos, MMi Oceano Grupo Editorial, S.A. (Volumen I)

S

- Sandhusen L. Richard, (2002). Libro “Mercadotecnia”. (1ra Edición) Compañía Editorial Continental, Estados Unidos.
- Sociedad Anonima. (1999). Libro: “Diccionario de Marketing, de Cultura, S.A.” (1ra Edición)

Referencias en Internet

A

- **Antropología:**
Soto, Laura. Libro: “Antropología Concepto y Definición” Recuperado en: <http://www.mitecnologico.com/Main/AntropologiaConceptoYDefinicion>
23 Abril 2013

B

- **Boceto:**
Fundación Wikimedia, inc. Boceto. recuperado en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Boceto>
01 de Abril 2013

C

- **Cibernética:**
Guillén Inteligencia artificial. Recuperado en: <http://www.monografias.com/trabajos/cibernetica/cibernetica.shtml>
01 de Mayo 2013
- **Color**
Sir Isaac Newton, (1642-1727) Libro ” Color”
09 de Abril 2013

- **Cliente**
Diccionario Manual de la Lengua Española. Cliente. Recuperado en <http://es.thefreedictionary.com/cliente>
16 de Marzo 2013
- **Comercializar**
Diccionario Manual de la Lengua Española. Comercialización. Recuperado en: <http://es.thefreedictionary.com/comercializar>
16 de Marzo 2013
- **Comercialización**
Definición de. 2008. Comercialización. Recuperado en: <http://definicion.de/comercializacion/>
16 de Marzo 2013
- **Comunicación:**
Fonseca Yerena, María del Socorro, Pearson Educación, México, 2000, Pág. 4. Libro "Comunicación Oral Fundamentos y Práctica Estratégica", Primera Edición,
25 de Marzo 2013
- **Composición:**
Definición de. Composición. Composición. Recuperado en: <http://definicion.de/composicion/>
25 de Marzo 2013
- **Creatividad:**
Adler, en 1927 define la creatividad como la utilidad suprema y desarrolla el concepto de fuerza creativa del individuo
01 de Abril 2013

D

- **Diagramación**
Diccionario Diseño gráfico. Diagramación. Recuperado en: <http://diccionariografico.es/diagramacion.html>
01 de Abril 2013
- **Diseño:**
GuiBonsiepe define el diseño como: "Hacer disponible un objeto para una acción eficaz."
25 de Marzo 2013
- **Diseño Grafico:**
Definición abc. Todo sobre diseño grafico. Recuperado en: <http://www.definicionabc.com/comunicacion/disenio-grafico-2.php>
25 de Marzo 2013

E

- **Empresa:**
Real Academia Española. 2001. Recuperado en:
<http://lema.rae.es/drae/?val=empresa>
16 de Marzo 2013

F

- **Facebook:**
Fundación wikimedia, inc. Facebook. Recuperado en:
<http://es.wikipedia.org/wiki/Facebook>
15 de Mayo 2013
- **Fotografía:**
Definición de. Fotografía. Recuperado en: <http://definicion.de/fotografia/>
23 Abril 2013
- **FTP (File Transfer Protocol):**
Fundación CNSE. 2007. Recuperado en:
<http://www.fundacioncse.org/panda/glosario.html>
09 de Mayo 2013

G

- **Gerencia:**
Definición de. Gerencia. Recuperado en: <http://definicion.de/gerencia/>
16 de Marzo 2013

H

- **HTML**
Fundación CNSE. 2007. Recuperado
en: <http://www.fundacioncse.org/panda/glosario.html>
09 de Mayo 2013

I

- **Internet:**
Fundación CNSE. 2007. Recuperado en:
<http://www.fundacioncse.org/panda/glosario.html>
09 de Mayo 2013

J

- **Joomla:**
Fundación wikimedia, inc.joomla. Recuperado en:
<http://es.wikipedia.org/wiki/Joomla!>
01 de Mayo 2013

M

- **Mercadeo**
Philip Kotler, (1931)
01 de Mayo 2013
- **Minimalismo**
Definición de. Minimalismo. Recuperado en: <http://definicion.de/minimalismo/>
15 de Mayo 2013

P

- **Página Web:**
Farlex, inc. Pagina web. Recuperado en: <http://es.thefreedictionary.com>
09 de Mayo 2013
- **Pintura**
Definiciones. Historia de la pintura. Recuperado en:
<http://www.profesorenlinea.cl/artes/pinturadefinicion.htm>
01 de Mayo 2013
- **Productos**
Definición de. Producto. Recuperado en: <http://definicion.de/producto/>
Marta B. Producto. Recuperado en: <http://www.pymerang.com/gestion-y-administracion-de-negocios/administracion-de-empresas/352-producto>
- **Proveedor**
Farlexinc, Proveedor. Recuperado en: <http://es.thefreedictionary.com/proveedor>
16 de Marzo 2013
- **Psicología del color:**
El poeta y científico alemán Johann Wolfgang Von Goethe (1749-832),
<http://www.arqhys.com/psicologia-color.html>
15 de Mayo 2013
- **Publicidad:**
Amy s. La publicidad y su significado. Recuperado en:
<http://amygomezsantos.blogspot.com/>
01 de Mayo 2013
- **Público Objetivo**
Borges, V. Definición de público objetivo. Recuperado en:
<http://www.metodomarketing.com/definicion-de-publico-objetivo/>
16 de Marzo 2013

R

- **Redes de Computadoras**
Fundación Wikimedia, inc. Redes de computadoras. Recuperado en:
http://es.wikipedia.org/wiki/Red_de_computadoras
25 de Marzo 2013

S

- **Semiología:**
Saussure en Ginebra, en 1908,
15 de Mayo 2013
- **Semiótica:**
F. de Saussure (1970:60) 01 de Mayo 2013
- **Sitio Web**
Fundación Wikimedia, inc. Sitio web. Recuperado en:
http://es.wikipedia.org/wiki/Sitio_web
25 de Marzo 2013
- **Sociología**
Definición de. Sociología. Recuperado en: <http://definicion.de/sociologia/>
23 Abril 2013
- **Software:**
Definición de. Software. Recuperado en: <http://definicion.de/software/>
01 de Mayo 2013
- **Suministros:**
Definición de. Suministros. Recuperado en: <http://definicion.de/suministro/>
16 de Marzo 2013

T

- **Telecomunicaciones**
Fundación Wikimedia, inc. Telecomunicaciones. Recuperado en:
<http://es.wikipedia.org/wiki/Telecomunicaci%C3%B3n>
<http://definicion.de/telecomunicacion/>
16 de Marzo 2013
- **Tipográfica:**
Stanley Morison, Principios fundamentales de la tipografía (1929)
01 de Abril 2013
- **Twitter**

Fundación Wikimedia, inc. Twitter. Recuperado en:
<http://es.wikipedia.org/wiki/Twitter>
15 de Mayo 2013

V

- **Vintage**
Definición de. Vintage. Recuperado en: <http://definicion.de/vintage/>
15 de Mayo 2013

W

- **Web:**
Farlexinc.Web. Recuperado en: <http://es.thefreedictionary.com>
09 de Mayo 2013
- **World Wide Web (WWW):**
Farlex inc. WWW. Recuperado en: <http://es.thefreedictionary.com>
09 de Mayo 2013



Capítulo XIV

Anexos

Validación

Diseño del Sitio Web de la empresa Net Depot, para dar a conocer su marca y productos que comercializa. Con base a su criterio vea el sitio web analicelo y luego conteste las siguientes preguntas. (www.Supranet-la.com)

*Obligatorio



Galileo
UNIVERSIDAD
Le Revolución en la Educación

Nombre *

Empresa

Parte objetiva

¿Cree usted que es necesario un sitio web de la marca Supranet para la empresa Net Depot? *

Selecciona todos los que correspondan.

- Si
 No

¿Considera usted que es importante diseñar la imagen visual del sitio web que vaya acorde a la empresa Net Depot? *

Selecciona todos los que correspondan.

- Si
 No

¿Considera importante tener un sitio web para ratificar las especificaciones de la marca Supranet? *

Selecciona todos los que correspondan.

- Si
 No

¿Considera que es necesario incluir el catálogo de la marca Supranet en el sitio web? *

Selecciona todos los que correspondan.

- Sí
- No

Parte Semiológica

¿ Considera que la tipografía del sitio web es? *

Selecciona todos los que correspondan.

- Legible
- Poco Legible
- Nada Legible

A su criterio, ¿Considera el color adecuado al tema de telecomunicaciones para el sitio web? *

Selecciona todos los que correspondan.

- Sí
- No

¿Considera que la diagramación del contenido del sitio web es? *

Selecciona todos los que correspondan.

- Ordenada
- Poco Ordenada
- Nada Ordenada

Según su opinión, Las imágenes utilizadas en el sitio web son: *

Selecciona todos los que correspondan.

- Realistas
- Describen la marca
- Tienen buena resolución

A su criterio ¿Cree que debe de cambiar algo del sitio web? *

Selecciona todos los que correspondan.

- Sí
- No

Parte Operativa

¿ Considera que la navegación del sitio web es? *

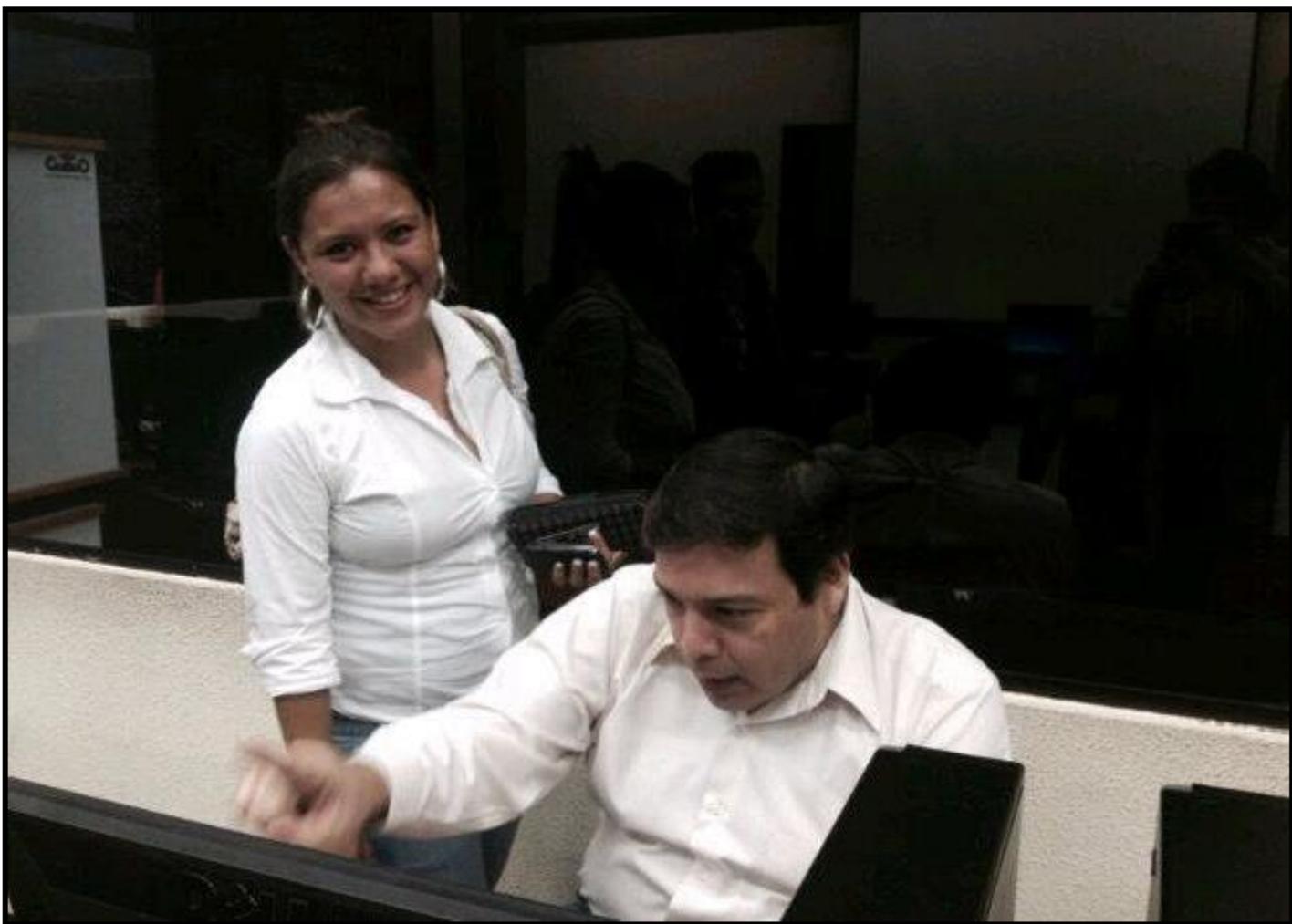
Selecciona todos los que correspondan.

- Fácil
- Rápida
- Divertida

Expertos



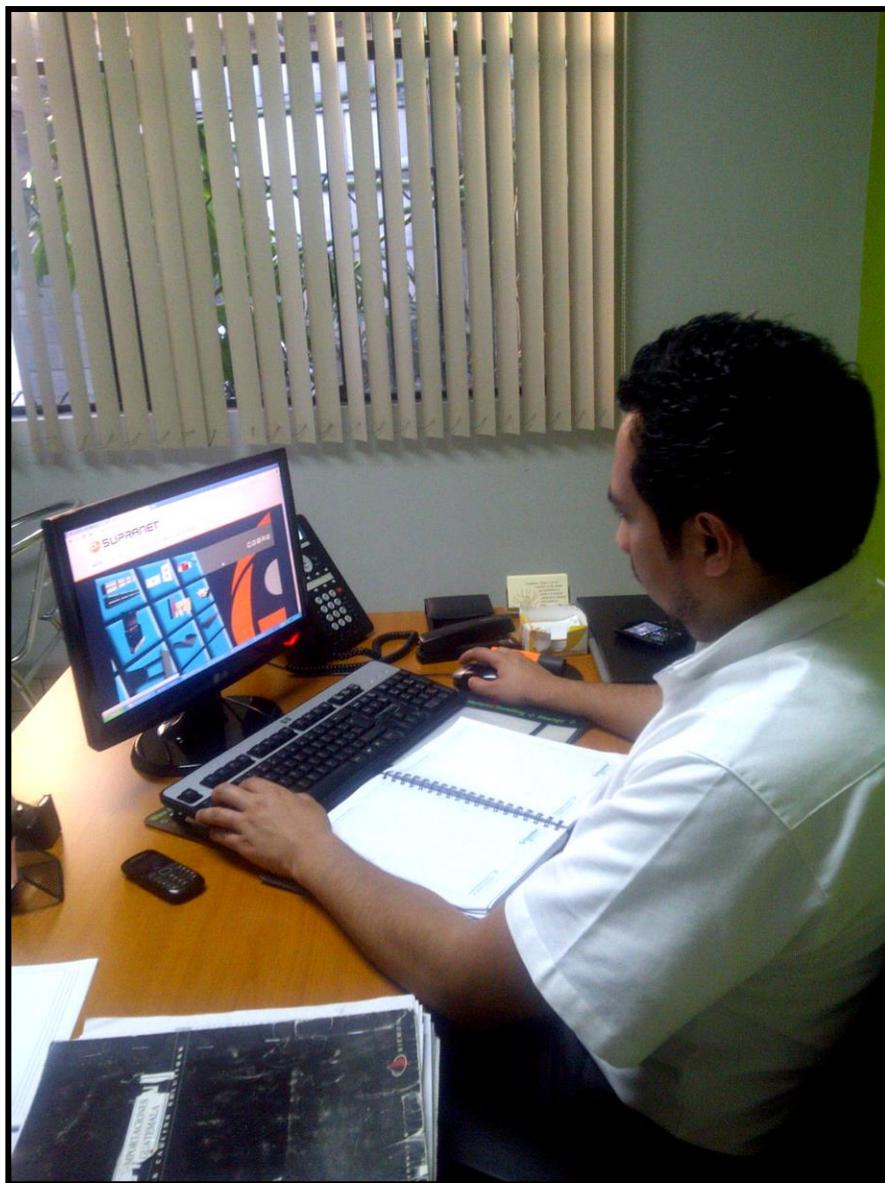
Licenciada Wendy Franco, Universidad Galileo



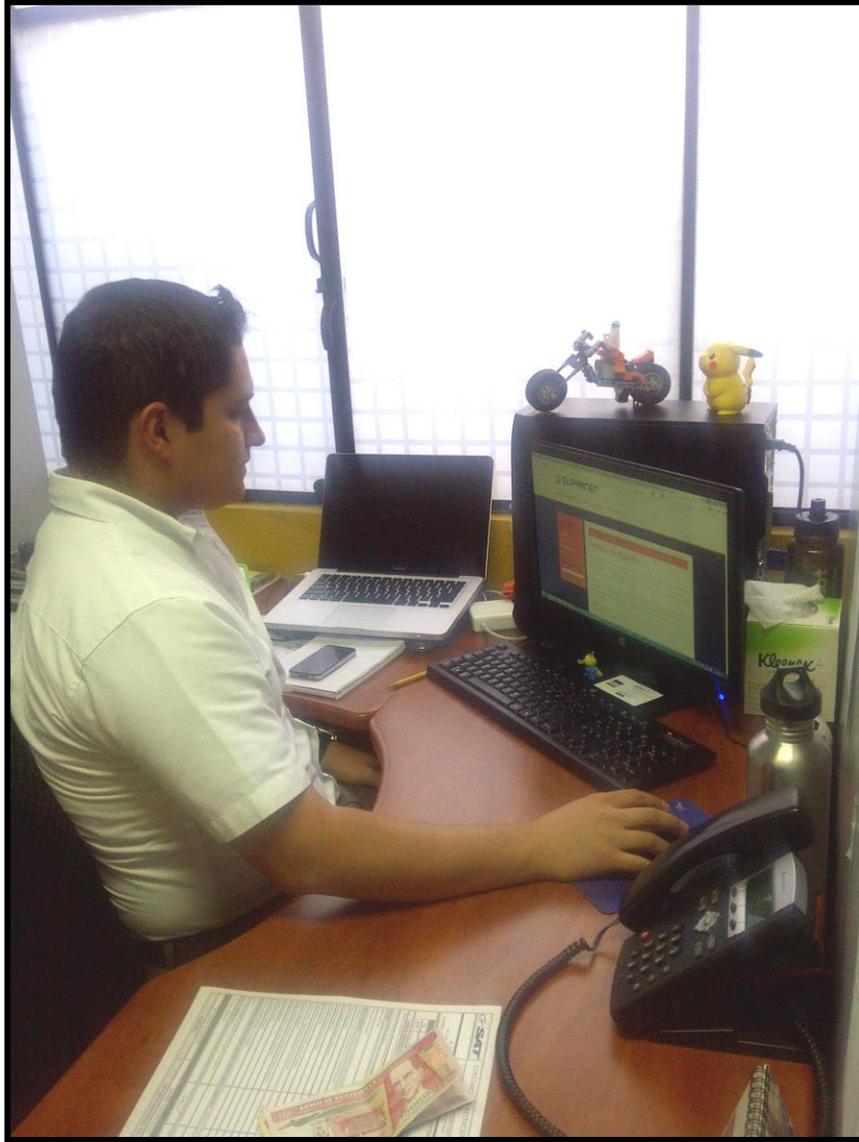
Licenciado Rolando Barahona, Universidad Galileo



Licenciado Marlon Borrayo, Universidad Galileo



Licenciado Carlos Ayala, Gerente General, Net Depot



M.Sc. Ingeniero Allan Marroquín, Ingeniero en Sistemas