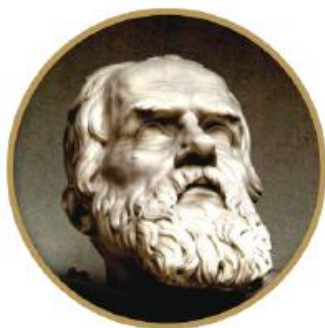




Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Diseño de página web para promocionar entre clientes reales y potenciales, los servicios de hospedaje y eventos que ofrece Hacienda Grande Hotel, San Cristóbal, Totonicapán, Guatemala.

PROYECTO DE GRADUACIÓN

Presentado a la Facultad de Ciencias de la Comunicación

ELABORADO POR:

Bryan Geovany Barrios Vicente

Carné 16003243

Para optar al título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción, 2023

DISEÑO DE PAGINA WEB PARA PROMOCIONAR ENTRE CLIENTES REALES Y
POTENCIALES LOS SERVICIOS DE HOSPEDAJE Y EVENTOS QUE OFRECE
HACIENDA GRANDE HOTEL, SAN CRISTOBAL TOTONICAPAN, GUATEMALA

BRYAN GEOVANY BARRIOS VICENTE

UNIVERSIDAD GALILEO

CAMPUS QUETZALTENANGO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

DICIEMBRE 2023

AUTORIDADES

Rector

Dr. Eduardo Suger Cofiño.

Vicerrectora General

Dra. Mayra de Ramírez.

Vicerrector Administrativo

Lic. Jean Paul Suger Castillo.

Secretario General

Lic. Jorge Retolaza.

Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Lic. Leizer Kachler

Vicedecano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Lic. Rualdo Anzueto, M.Sc.

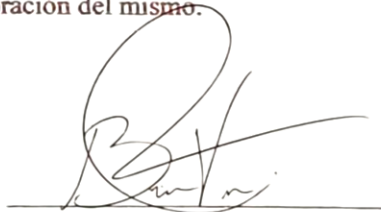
Guatemala, 22 de abril de 2023

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

Estimado Licenciado Kachler:

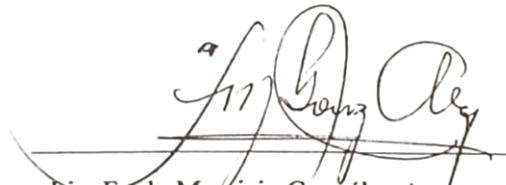
Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado: **DISEÑO DE PÁGINA WEB PARA PROMOCIONAR ENTRE CLIENTES REALES Y POTENCIALES, LOS SERVICIOS DE HOSPEDAJE Y EVENTOS QUE OFRECE HACIENDA GRANDE HOTEL, SAN CRISTÓBAL, TOTONICAPÁN, GUATEMALA.** Así mismo solicito que el Lic. Fredy Mauricio González Armas sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



Bryan Geovany Barrios Vicente

Carné 16003243



Lic. Fredy Mauricio González Armas

Asesor



Guatemala 5 de mayo de 2023

Señor:
Bryan Geovany Barrios Vicente
Presente

Estimado Señor Barrios: De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE PÁGINA WEB PARA PROMOCIONAR ENTRE CLIENTES REALES Y POTENCIALES, LOS SERVICIOS DE HOSPEDAJE Y EVENTOS QUE OFRECE HACIENDA GRANDE HOTEL, SAN CRISTÓBAL, TOTONICAPÁN, GUATEMALA.** Así mismo, se aprueba al Lic. Fredy Mauricio González Armas, como asesor de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación



Guatemala, 17 de mayo de 2025

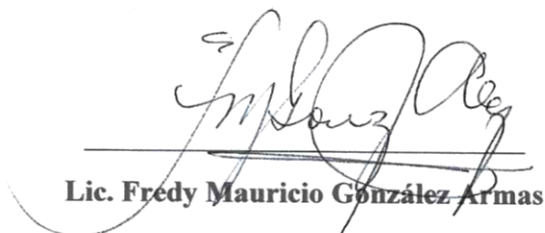
Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE PÁGINA WEB PARA PROMOCIONAR ENTRE CLIENTES REALES Y POTENCIALES, LOS SERVICIOS DE HOSPEDAJE Y EVENTOS QUE OFRECE HACIENDA GRANDE HOTEL, SAN CRISTÓBAL, TOTONICAPÁN, GUATEMALA.** Presentado por el estudiante: Bryan Geovany Barrios Vicente, con número de carné 16003243, 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. Fredy Mauricio González Armas

Asesor



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM

Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Quetzaltenango, 07 de junio de 2025

Señor
Bryan Geovany Barrios Vicente
Presente

Estimado Señor Barrios:

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 Kächler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación

Ciudad de Guatemala, 08 de julio de 2025.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: **DISEÑO DE PÁGINA WEB PARA PROMOCIONAR ENTRE CLIENTES REALES Y POTENCIALES, LOS SERVICIOS DE HOSPEDAJE Y EVENTOS QUE OFRECE HACIENDA GRANDE HOTEL, SAN CRISTÓBAL, TOTONICAPÁN, GUATEMALA**, del estudiante Bryan Geovany Barrios Vicente, 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



Quetzaltenango, 28 de julio de 2025

Señor
Bryan Geovany Barrios Vicente
Presente

Estimado Señor Barrios:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE PÁGINA WEB PARA PROMOCIONAR ENTRE CLIENTES REALES Y POTENCIALES, LOS SERVICIOS DE HOSPEDAJE Y EVENTOS QUE OFRECE HACIENDA GRANDE HOTEL, SAN CRISTÓBAL, TOTONICAPÁN, GUATEMALA.** Presentado por el estudiante Bryan Geovany Barrios Vicente, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciado en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación

DEDICATORIA

Agradezco a Dios, por brindarme la vida y permitirme completar esta etapa, sé que es gracia a Él que puedo llegar a vivir este momento.

A mis padres, quienes han sido una fuente inagotable de inspiración y apoyo a lo largo de mi travesía académica, agradezco su paciencia, comprensión y amor incondicional que me han permitido alcanzar este logro. Gracias, por ser mi fuente de motivación y por acompañarme en todo este tiempo.

RESUMEN

A través del acercamiento con la empresa Hacienda Grande Hotel, se identificó que no cuenta con una página web que promueva y brinde información de los diferentes servicios que ofrece.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo. Diseñar una página web para promocionar entre clientes reales y potenciales, los servicios de hospedaje y eventos que ofrece Hacienda Grande Hotel.

El enfoque de la investigación es mixto, porque se utilizó el método cuantitativo y el método cualitativo. El primero para cuantificar los resultados de la muestra y el segundo evalúa el nivel de percepción y utilidad del proyecto.

La herramienta de investigación se aplicó a un promedio de 25 personas entre grupo objetivo, cliente, y expertos en comunicación y diseño.

El principal hallazgo, entre otros, es que sí fue posible diseñar una página web para promocionar entre clientes reales y potenciales, los servicios de hospedaje y eventos que ofrece Hacienda Grande Hotel. Se recomendó promocionar el uso de la página web por redes sociales y otros medios, para que las personas conozcan y puedan acceder a toda la información sobre los servicios del hotel.

Para efectos legales únicamente el autor, Bryan Geovany Barrios Vicente, es responsable del contenido de este proyecto, ya que es una investigación científica y puede ser motivo de consulta por estudiantes y profesionales.

INDICE

Capítulo I: Introducción.

Introducción.....	1
-------------------	---

Capítulo II: Problemática.

2.1 Contexto.....	3
2.2 Requerimientos de Comunicación y Diseño	4
2.3 Justificación	4
2.3.1 Magnitud.....	4
2.3.2 Vulnerabilidad.....	5
2.3.3 Trascendencia.	5
2.3.4 Factibilidad.	5

Capítulo III: Objetivos de diseño.

3.1 Objetivo general	6
3.2 Objetivos específicos.....	6

Capítulo IV: Marco de referencia.

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

Capítulo V: Definición de grupo objetivo.

5.1 Perfil geográfico	12
5.2 Perfil demográfico	13
5.3 Perfil psicográfico.....	14
5.4 Perfil conductual.....	14

Capítulo VI: Marco teórico.

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio	15
6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño	18
6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias.....	25

Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar.

7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico	33
7.2 Conceptualización	35
7.3 Bocetaje	45
7.4 Propuesta preliminar.....	63

Capítulo VIII: Validación técnica.

8.1 Población y muestreo.....	70
8.2 Método e instrumento	71
8.3 Resultados e interpretación de resultados.....	77
8.4 Observaciones de la validación	85
8.5 Cambios con base a resultados	86

Capítulo IX: Propuesta grafica final

Capítulo X: Producción, reproducción y distribución.

10.1 Plan de costos de elaboración.....	105
10.2 Plan de costos de producción.....	105
10.3 Plan de costos de reproducción	105
10.4 Plan de costos de distribución	106
10.5 Margen de utilidad.....	106
10.6 IVA.....	107
10.7 Cuadro de resumen general de costos.....	107

Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones.

11.1 Conclusiones.....	108
11.2 Recomendaciones	109

Capitulo XII: Conocimiento general.....

Capitulo XIII: Referencias

Capítulo XIV: Anexos.

14.1 Fotografías de validación.....	115
14.2 Cotizaciones.....	121

Capítulo I

Capítulo I: Introducción

Hacienda Grande Hotel es una sociedad Anónima, registrada bajo el nombre de Administración de Proyectos y Negocios Diversos S.A. En el año 2000 nace la visión de crear un hotel con ambiente campestre, colonial y rodeado de áreas verdes, es así como el 14 de septiembre de 2007 esa visión cobra vida al inaugurar el hotel para ofrecer servicios de hospedaje y eventos en general.

El propietario del hotel está consciente de la importancia que implica brindar servicios de calidad hacia las personas que buscan un lugar para hospedarse o realizar algún evento social, por lo tanto, los servicios del hotel mantienen estándares con los cuales busca brindar al cliente la mejor experiencia. Pero, aun así, ha sido difícil encontrar un medio de comunicación eficaz que atraiga el interés del público objetivo.

En un acercamiento con el propietario del hotel, se observó que carecen de un sitio web, lo que dificulta promocionar e informar sobre los servicios de hospedaje y eventos que el hotel ofrece a los clientes.

Por lo tanto, se planea dar solución al problema de comunicación a través del diseño de un sitio web para promocionar entre clientes reales y potenciales los servicios de hospedaje y eventos que ofrece Hacienda Grande Hotel.

El desarrollo del proyecto se realizará por medio de la investigación y recopilación de información para sustentar y crear el contenido del sitio web. Se definirá un concepto creativo por medio de técnica inspiración desde los colores, se investigará acerca de conceptos de diseño, diagramación y tendencias actuales que servirán para diseñar y estructurar el sitio web.

Al final, cuando se cuente con toda la información necesaria, se diagramará y diseñará el contenido del sitio web con fotografías y textos descriptivos de los servicios,

características y cualidades, para promocionar entre clientes reales y potenciales los servicios de hospedaje y eventos que ofrece Hacienda Grande Hotel.

Se pretende que el sitio web logre crear una experiencia de usuario óptima al presentar información precisa y verídica, que permitirá a los clientes explorar la riqueza de experiencias que ofrece el Hacienda Grande Hotel, desde opciones de alojamiento de lujo hasta la organización impecable de eventos memorables, para fortalecer la posición del hotel en un mercado cada vez más competitivo y orientado a la conectividad digital.

Capítulo II

Capítulo II: Problemática

Se tuvo un acercamiento con Hacienda Grande Hotel y se logró identificar que no cuenta con un medio de comunicación eficaz para transmitir a sus clientes los servicios de hospedaje y eventos que ofrecen para todo tipo de ocasión.

Por consiguiente, se propone diseñar una página web para impulsar y promover los diversos servicios que Hacienda Grande Hotel, ofrece a sus clientes reales y potenciales. De esta forma se alcanzará una comunicación eficaz entre cliente y empresa.

2.1 Contexto

Hacienda Grande Hotel es una Sociedad Anónima, registrada bajo el nombre de Administración de Proyectos y Negocios Diversos, S.A, constituida el 8 de febrero del 2005 y abre sus puertas el 14 de septiembre del 2007. Se ubica en San Cristóbal, Totonicapán. Brinda servicios de hospedaje y eventos para cualquier ocasión, y luego expande sus servicios con una cabaña de lujo en el año 2012. Se establece como el primer hotel 3 estrellas del departamento de Totonicapán, según la calificación brindada por el Instituto Guatemalteco de Turismo INGUAT.

Tras un acercamiento con uno de los propietarios del hotel, se observó que no cuentan con un medio de comunicación eficaz que ayude a transmitir los servicios de hospedaje y eventos. Se plantea el diseño de un material digital para solucionar los problemas de comunicación y promoción que se tiene, por no contar con el medio adecuado.

2.2 Requerimientos de Comunicación y Diseño

Hacienda Grande Hotel no cuenta con una página web que promueva y brinde información de los diferentes servicios que ofrece.

2.3 Justificación

Para afirmar porqué se consideró importante el problema y la intervención del diseñador, se justifica la propuesta a partir de cuatro variables:

2.3.1 Magnitud.



Según el Instituto Nacional de Estadística –INE–, en la República de Guatemala hay un total de 17,109 millones de habitantes. 103, 952 habitantes del departamento de Totoncapán, 36, 119 habitantes en el municipio de San Cristóbal. Hacienda Grande Hotel atiende a 37 huéspedes y 300 invitados en eventos.

2.3.2 Vulnerabilidad. El hotel no ha logrado promover de manera efectiva los servicios que ofrece debido a que no cuenta con el medio adecuado que ayude y brinde información a los clientes que están interesados en hacer una reservación para hospedaje o la cotización de un evento. Se necesita de un medio para difundir de manera detallada y concisa los servicios del hotel a sus clientes.

2.3.3 Trascendencia. El diseño y desarrollo de una página web lograría una comunicación eficaz con los clientes que buscan información sobre los servicios que el hotel ofrece. Además, ganaría visitantes potenciales que estén interesados en hacer una reservación de hospedaje o cotizar los servicios para un evento.

2.3.4 Factibilidad. Hacienda Grande Hotel se encuentra con toda la disponibilidad de brindar la información necesaria para el desarrollo del material digital.

2.3.4.1 Recursos Humanos. El hotel cuenta con el talento humano apto y con la capacidad administrar y gestionar el sitio web, para lograr el alcance de los objetivos propuestos.

2.3.4.2 Recursos Organizacionales. Todo el personal está autorizado para brindar la información y el apoyo necesario para la realización del material digital.

2.3.4.3 Recursos Económicos. Los propietarios cuentan con los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto.

2.3.4.4 Recursos Tecnológicos. Se cuenta con los recursos tecnológicos necesarios para llevar a cabo el proyecto: computadora equipada, software de diseño como lo es la paquetería de Adobe Creative Cloud, software para el desarrollo de la página web, cámara fotográfica y de video.

Capítulo III

Capítulo III: Objetivos

3.1 Objetivo general

Diseñar una página web para promocionar entre clientes reales y potenciales, los servicios de hospedaje y eventos que ofrece Hacienda Grande Hotel.

3.2 Objetivos específicos

- Recopilar información sobre los servicios, eventos y características distintivas de Hacienda Grande Hotel, para garantizar que la página web refleje de manera completa y precisa las cualidades del hotel hacia los clientes.
- Investigar términos, conceptos y tendencias de diseño web, a través de fuentes bibliográficas que respalden la propuesta de diagramación, experiencia de usuario y diseño, que será visualizada por el público objetivo.
- Diagramar una interfaz web atractiva e intuitiva por medio de software especializado en el desarrollo de páginas web, para reflejar la identidad visual del hotel, al utilizar colores, tipografías y elementos gráficos coherentes con su imagen de marca.
- Fotografiar las características de los servicios de hospedajes y eventos para generar contenido visual que facilite la interacción del usuario dentro de la página web.

Capítulo IV

Capítulo IV: Marco de Referencia

4.1 Información general del cliente

- **Nombre de la empresa:** Hacienda Grande Hotel S.A
- **Dirección:** Km. 189 Carretera Interamericana a Quetzaltenango (A 1 Km. del Monumento al Emigrante de Salcajá)
- **Email:** haciendagrandehotel@yahoo.com
- **Teléfono:** +502 7737 5370

4.1.1 Antecedentes. Hacienda Grande Hotel es una Sociedad Anónima, registrada bajo el nombre de Administración de Proyectos y Negocios Diversos, S.A. Fue constituida el 8 de febrero del 2005 y abrió sus puertas el 14 de septiembre de 2007.

La propiedad fue adquirida en 1930 como un terreno rústico de siembra y cultivo de trigo y maíz, conocido como La Ciénaga, por sus nacimientos de agua. Por 70 años la finca produjo sembradíos y albergó en su casa Milenaria, hecha de adobe y madera, a las familias que cuidaban el terreno.

En el año 2000 nace la visión de transformar el terreno en un Hotel con ambiente campestre y colonial, es así como el 14 de septiembre del 2007 esa visión cobra vida al inaugurarse Hacienda Grande Hotel.

4.1.2 Delimitación geográfica. Área urbana del municipio de San Cristóbal, Totonicapán y cercanías del municipio de Salcajá, Quetzaltenango

4.1.3 Grupo Objetivo. Personas adultas de 20 a 65 interesadas en hacer reservaciones de los diferentes paquetes de hospedaje o servicios para eventos.

4.1.4 Competencia. 3 hoteles en las cercanías del municipio de San Cristóbal, que cuentan con tarifas de alojamiento más bajas.

4.1.5 Posicionamiento. Actualmente se ha convertido en una de las empresas hoteleras de referencia en la región occidental, por su gran ubicación y excelente servicio. Pero desea expandir su notoriedad y ganar posicionamiento con la creación de una página web.

4.1.6 Factor de diferenciación. Hacienda Grande Hotel, cuenta con un ambiente campestre y colonial, ofrece los servicios de hospedaje, restaurante y eventos al aire libre o en el interior.

4.2 Misión

Brindar un servicio personalizado a los clientes a través de nuestro valioso talento humano, otorgándole nuestros servicios, para garantizar una experiencia placentera y hacerle sentir como en casa.

4.3 Visión

Ser una empresa hotelera con la mejor opción en hospedaje y servicios en la región, comprometidos con la sostenibilidad y el bienestar de los clientes por medio de la optimización de estándares de calidad.

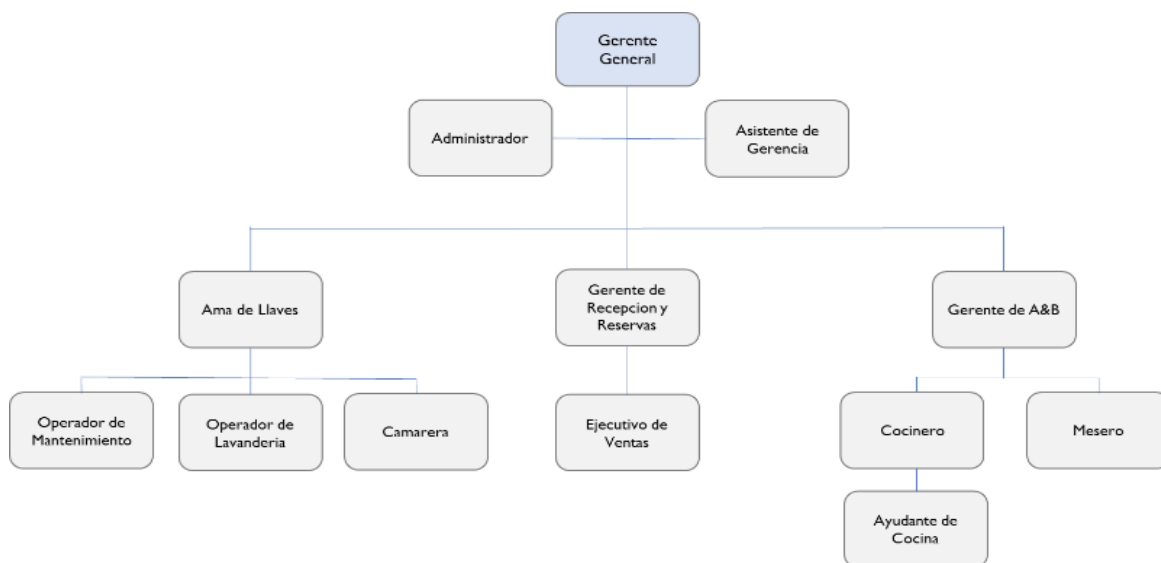
4.4 Valores

- Servicio
- Calidad
- Responsabilidad
- Honradez
- Honestidad
- Trabajo en Equipo
- Comunicación
- Respeto

4.5 FODA

Fortalezas	Oportunidades
-Atención al cliente -Alta calidad en el servicio -Limpieza, confort, calidez, áreas verdes, parqueo -Amplias instalaciones, espacios abiertos -Accesibilidad, estado de la carretera	-Promociones especiales por mes -Alianzas con las plataformas digitales de reservas online -Pertenecer a gremiales y asociaciones del sector turismo -Innovación -Reconocimiento de nuestros clientes
Debilidades	Amenazas
-Poca presencia en redes sociales -No tener página web -Publicidad -Ubicación alejado del centro de la ciudad -Precios y tarifas	-Competencia directa o indirecta -Crisis mundial -Bloqueo de carreteras -Aumento de precios de materia prima -Plataforma Airbnb

4.6 Organigrama de Hacienda Grande Hotel S.A



4.7 Instalaciones

Las instalaciones del Hotel pueden hospedar a un máximo de 30 huéspedes y, disponen actualmente de los siguientes espacios:

- 16 habitaciones Sencillas, todas las habitaciones equipadas con: baño privado, agua caliente, Tv. con cable e internet.
- 1 cabaña suite con jacuzzi, sala, comedor, chimenea y balcón.
- Restaurante con capacidad máxima de 30 comensales.
- Pérgola – Terraza
- Salón para convenciones con capacidad máxima de 90 invitados.
- Jardín para eventos con capacidad máxima de 300 invitados.
- Áreas infantiles
- Servicio de lavandería
- Áreas de recreación
- Amplio parqueo

4.8 Datos del isologotipo



4.8.1 Colores



Pantone 1655 C



Pantone COOL GRAY 10 C



Pantone 1815 C

4.8.2 Tipografía

LT Marathon

Regular

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

STIXGeneral

Regular

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Capítulo V

Capítulo V: Definición del Grupo Objetivo

Hombres, mujeres y empresas que residen en los departamentos de Quetzaltenango y Totonicapán. Con edades comprendidas de 20 a 60 años. Interesados en hacer reservaciones de hospedaje o contratar los servicios de eventos que el hotel ofrece.

5.1 Perfil geográfico

5.1.1 País: Guatemala es un país situado en América Central, limita al norte y al oeste con México, al este con Belice, al sureste con Honduras y al sur con El Salvador.

5.1.2 Región: Totonicapán es un departamento montañoso con un clima templado y una economía basada en la agricultura. Su belleza natural, recursos hídricos y población indígena lo convierten en un lugar único y atractivo para explorar la cultura, la naturaleza y la tradición de Guatemala.

5.1.3 Ciudad: San Cristóbal Totonicapán es una ciudad en el departamento de Totonicapán, conocida por su riqueza cultural y su población indígena. Su ubicación en el altiplano, su economía agrícola y sus hermosos paisajes naturales hacen de esta ciudad un lugar interesante para visitar y sumergirse en la cultura guatemalteca.

5.1.4 Tamaño: Está situado en el altiplano sur occidental de Guatemala, a una altura de 2,330 metros sobre el nivel del mar, cuenta con un área de 36 kilómetros cuadrados.

5.1.5 Población: Según el censo de 2018, tiene una población de 36 119 habitantes.

5.1.6 Idioma: Se hablan principalmente dos idiomas: el español y el k'iche'

5.1.7 Clima: San Cristóbal tiene un clima templado debido a su altitud. Las temperaturas promedio oscilan entre los 12 y los 22 grados Celsius, lo que lo convierte en un lugar agradable y fresco durante la mayor parte del año.

5.2 Perfil demográfico

- Edad: 20 a 60 años.
- Género: Masculino y femenino.
- Nacionalidad: Guatemalteco.
- Nivel Socioeconómico: AB y B
- Estatus Social: Medio – Alto y Medio – Bajo
- Ingresos: Oscila en un promedio de Q23,500 al mes para el nivel medio-alto y 10,000 al mes para el nivel medio-bajo.
- Estudios: Su nivel educacional supera los estudios secundarios completos y universitarios.
- Ocupación: Nivel de vida bastante holgado, son ejecutivos de empresas privadas o públicas, también pueden ser dueños de negocios medianos.
- Vivienda: Vivienda en sector residencial y en colonias. Las casas poseen al menos 4 habitaciones, pueden ser hechas a sus especificaciones.
- Viajes al exterior: Viajan al exterior por lo menos una vez al año y frecuentemente al interior del país a lugares de descanso

5.3 Perfil psicográfico

Estas personas disfrutan de un nivel de vida cómodo, ocupan roles ejecutivos en empresas, tanto del sector privado como público. Los fines de semana realizan actividades familiares, van de paseo al parque, realizan compras personales y para el hogar en supermercados o salen a comer a restaurantes. Además, buscan un fin de semana ideal para hacer un viaje a los lugares o pueblos del interior del país, debido a que la mayoría del tiempo suelen estar ocupados por el cargo o profesión que ejercen.

Como parte integral de su estilo de vida, tienen el gusto por viajar con regularidad y cuentan con los recursos económicos para hacerlo. Consideran los viajes como una inversión en su desarrollo personal y enriquecimiento cultural, gustan de un entorno pintoresco y encantador que añada un toque especial a sus viajes.

5.4 Perfil conductual

Estas personas son proactivas en la búsqueda de información. Utilizan la tecnología, como motores de búsqueda y sitios web de reserva, para comparar precios, leer reseñas y buscar imágenes de los hoteles. Les gusta estar bien informados antes de tomar una decisión.

Tienen una afinidad por la naturaleza y los entornos campestres. Disfrutan de la tranquilidad, la belleza natural y la sensación de escapar del bullicio de la ciudad. Valoran los hoteles que ofrecen espacios verdes, jardines bien cuidados y vistas panorámicas de paisajes naturales.

Capítulo VI

Capítulo VI: Marco Teórico

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio

6.1.1 Página Web. Se conoce como página Web, página electrónica o página digital a un documento digital de carácter multimediático (es decir, capaz de incluir audio, video, texto y sus combinaciones), adaptado a los estándares de la World Wide Web (WWW) y a la que se puede acceder a través de un navegador Web y una conexión activa a Internet. Se trata del formato básico de contenidos en la red. (Equipo editorial, Etecé., 2021)

6.1.1.1 Páginas web estáticas. Operan mediante la descarga de un fichero programado en código HTML, en el que están todas las instrucciones para que el navegador reconstruya la página Web, acceden a las ubicaciones de sus elementos y siguen un orden preconcebido, rígido, que no permite la interacción con el usuario. Este tipo de páginas son meramente informativas, documentales, no interactivas.

6.1.1.2 Páginas web dinámicas. A diferencia de las anteriores, las páginas Web dinámicas se generan en el momento mismo del acceso del usuario, emplean para ello algún lenguaje interpretado (como el PHP), lo cual le permite recibir solicitudes del usuario, procesarlas en bases de datos y ofrecer una respuesta acorde a sus requerimientos. (Equipo editorial, Etecé., 2021)

6.1.2 Promoción. Promoción es la acción de promocionar una persona, cosa, servicio, etc. Tiene como objetivo promover y divulgar productos, servicios, bienes o ideas, para dar a conocer y persuadir al público de realizar un acto de consumo. (Significados, 2023)

6.1.2.1 Promociones de producto. Las promociones de producto se enfocan en difundir un producto, bien sea nuevo o mejorado. Las promociones de producto se centran en dar a conocer el producto o servicio para generar opiniones entre los consumidores.

6.1.2.2 Promociones de marca. Este tipo de promociones se enfocan como su nombre lo indica en hacer posicionamiento para la marca, es decir difundir y dar a conocer la marca entre los consumidores potenciales.

6.1.2.3 Promociones para ventas. Las promociones de ventas se pueden usar para aumentar ventas, generar rotación regional, o al fin de cuentas para conseguir nuevos clientes. (Academia Crandi)

6.1.3 Clientes. Un cliente es una persona o entidad que compra los bienes y servicios que ofrece una empresa. (Quiroa, 2019)

6.1.4 Servicios. Un servicio, en el ámbito económico, es la acción o conjunto de actividades destinadas a satisfacer una determinada necesidad de los clientes, brindan un producto inmaterial y personalizado. (Galán, 2016)

6.1.4.1 Servicio al Cliente. El servicio al cliente es un proceso empresarial que requiere de herramientas de tecnología y de estrategias de marketing para mejorar la experiencia del consumidor. Es la manera en la que la empresa interactúa con los clientes, por ejemplo, durante el momento de compra o luego de haber adquirido un producto y tener algún inconveniente. (Azkue, 2023)

6.1.5 Hospedaje. La noción de hospedaje se emplea para aludir al alojamiento que se le suministra a una persona. Un hospedaje, por lo tanto, puede ser una hostería, un hotel o un establecimiento similar. (Pérez Porto J. G., Hospedaje, 2019)

6.1.6 Evento. El término evento proviene del latín eventus y, de acuerdo al diccionario de la Real Academia Española (RAE), tiene tres grandes usos. En varios países latinoamericanos, un evento es un suceso de importancia que se encuentra programado. Dicho acontecimiento puede ser social, artístico o deportivo. (Pérez Porto J. G., Evento, 2021)

6.1.7 Hotel. Un hotel es un establecimiento cuyo principal servicio es el hospedaje, ofrecen a las personas cierto nivel de confort y seguridad durante sus estadías. Entre sus servicios complementarios más importantes, se encuentra: alimentación, limpieza, wifi, aparcamiento y zonas de entretenimiento.

6.1.7.1 Tipos de Hoteles

6.1.7.1.1 Hotel de negocios. Alojamiento destinado para personas de negocios. Por tal razón, poseen instalaciones específicas para ello, como salas de reuniones, zonas VIP, áreas de conferencias y espacios para realizar networking.

6.1.7.1.2 Hotel boutique. Es un establecimiento con connotaciones lujosas. Posee una arquitectura única y un diseño elegante. Sus servicios son personalizados, por lo que son adaptables según las necesidades de los clientes.

6.1.7.1.3 Hotel ecológico. Es un hotel cuyos servicios y arquitectura están diseñados para ser amigables con el medioambiente.

6.1.7.1.4 Hotel residencial. Alude al alojamiento de largas estancias.

6.1.7.1.5 Hotel urbano. Es aquel que se encuentra en zonas urbanas (ciudades, pueblos grandes, áreas metropolitanas y centros urbanos).

6.1.7.1.6 Hotel familiar. Hotel con instalaciones y servicios dirigidos a niños, adolescentes y adultos. Están diseñados para que grupos familiares tengan una experiencia agradable.

6.1.7.1.7 Hotel de playa. Establecimiento ubicado en cercanía con la playa. Por sus servicios de alojamiento, es un elemento importante dentro del turismo de sol y playa.

6.1.7.1.8 Hotel gastronómico. Destaca por su oferta gastronómica.

6.1.7.2 Clasificación por estrella.

6.1.7.2.1 Hotel de 1 estrella. Ofrece alojamiento con servicios básicos a bajo costo.

6.1.7.2.2 Hotel de 2 estrellas. Posee servicios básicos, con algunos servicios complementarios incluidos.

6.1.7.2.3 Hotel de 3 estrellas. Sus servicios son de calidad, cuidan la estética de sus instalaciones, y presentan más servicios adicionales y personalizados dentro su catálogo.

6.1.7.2.4 Hotel de 4 estrellas. Hospedaje con multitud de servicios de alta calidad. Cuenta instalaciones amplias y elegantes.

6.1.7.2.5 Hotel de 5 estrellas. Alojamiento de lujo dirigido a perfiles exigentes. Sus servicios están diseñados para brindar la mejor experiencia de usuario. (Chavez, 2023)

6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño

6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación.

6.2.1.1 Comunicación. La comunicación es el intercambio de información que se produce entre dos o más individuos con el objetivo de aportar información y recibirla. En este proceso intervienen un emisor y un receptor, además del mensaje que se pone de manifiesto. (Peiró, 2021)

6.2.1.2 Principales autores de la comunicación.

6.2.1.2.1 Para Alberto Martínez. La comunicación se puede definir como un proceso por medio del cual una persona se pone en contacto con otra a través de un mensaje, y espera que esta última de una respuesta, sea una opinión, actividad o conducta.

6.2.1.2.2 Para Abraham Nosnik. En otras palabras, la comunicación es una manera de establecer contacto con los demás por medio de ideas, hechos, pensamientos y conductas, buscan una reacción al comunicado que se ha enviado.

6.2.1.2.3 Para Fernando González Rey. Es un proceso de interacción social, a través de signos y sistemas de signos, producto de las actividades humanas. Los hombres en el proceso de comunicación expresan sus necesidades, aspiraciones, criterios, emociones, etc. (Torres, 2020)

6.2.1.3 Proceso de la comunicación. El proceso de comunicación es la transmisión efectiva de un mensaje a través de un canal de comunicación desde un emisor hasta un receptor. Es decir, es el circuito completo de la comunicación efectiva, en cualquier ámbito en que éste se pueda dar. (Equipo editorial, Etecé., 2021)

6.2.1.3.1 Elementos del proceso de comunicación.

- Emisor: se define al emisor como el sujeto o fuente que comparte la información o mensaje.
- Receptor: se entiende por receptor al individuo o artefacto encargado de recibir el mensaje compartido por el emisor.
- Mensaje: el mensaje es definido como la información que se pretende comunicar entre el emisor y el receptor.

- Contexto: es el entorno que rodea al emisor y al receptor, es decir, el ambiente donde se realiza el intercambio de información.
- Código: son los signos y normas que al combinarlos estructuran el mensaje; el lenguaje hablado o escrito, sonidos, símbolos, señas, avisos, etc.
- Canal: el canal es definido como el medio por el cual es transmitido un mensaje. La información siempre requiere viajar por un canal para ser emitida o recibida.
- Ruido: se entiende por ruido a cualquier señal que interfiere con la transmisión regular de un mensaje entre emisor y receptor. (Torres, 2020)

6.2.1.4 Tipos de comunicación.

6.2.1.4.1 Comunicación verbal. La comunicación verbal se caracteriza por el uso de las palabras en la interacción entre el emisor y el receptor. Existen dos tipos, pues las palabras o el lenguaje pueden ser expresados de manera hablada o escrita:

- Comunicación oral: se realiza a través de signos orales o palabras habladas. Los gritos, el llanto o la risa también son comunicación oral.
- Comunicación escrita: se realiza a través de códigos escritos. Los jeroglíficos, alfabetos o logotipos también pertenecen a este tipo de comunicación.

6.2.1.4.2 Comunicación no verbal. Este tipo de lenguaje se lleva a cabo sin el uso de palabras y, en muchos casos de forma inconsciente. Los movimientos corporales, las posturas, la mirada, la forma de sentarse o de andar son algunos ejemplos. En la mayoría de los casos, tanto la emisión de mensajes como la interpretación de estos son procesos realizados de manera automática, incluso involuntaria. Esto es así porque este tipo de comunicación es el que ha tenido más importancia a lo largo de nuestra historia evolutiva, en etapas de la evolución en las que aún no existía el uso

de las palabras. Sin embargo, los mensajes vinculados a la comunicación no verbal son relativamente ambiguos y difíciles de interpretar, ya que, a diferencia del anterior tipo, no se rige por normas consensuadas y aprendidas de manera explícita. (Corbin, 2017)

6.2.1.5 Funciones de la comunicación. Entre las funciones principales de la comunicación destacan:

6.2.1.5.1 Función representativa. Esta función se da cada que se informa de manera objetiva un hecho determinado o una noticia.

6.2.1.5.2 Función emotiva. Siempre que se expresan sentimientos o emociones, se habla de comunicación emotiva y la función es transmitir esa amalgama de estados emocionales que existen.

6.2.1.5.3 Función apelativa. Se produce con el objetivo es llamar la atención del receptor o generar en él cierta influencia.

6.2.1.5.4 Función de contacto. Todos los mensajes que tienen como objetivo iniciar una conversación, reanudarla o interrumpirla en un momento determinado tienen esta función.

6.2.1.5.5 Función metalingüística. Es aquella que explica los códigos y usos de las normas de una lengua para ponerla en práctica de manera correcta.

6.2.1.5.6 Función poética. Se centra en la parte estética del mensaje. Suele utilizarse en el aspecto literario y en también en el ámbito de la publicidad. (Peiró, 2021)

6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño.

6.2.2.1 Diseño. La palabra diseño tiene un rango muy amplio de definiciones, ya que se aplica a muchas áreas del saber humano de manera más o menos diferenciada. Sin embargo, por diseño nos referimos generalmente a un proceso de prefiguración mental, es decir, de planificación creativa, en el que se persigue la solución para algún problema concreto, especialmente en el contexto de la ingeniería, la industria, la arquitectura, la comunicación y otras disciplinas afines. (Equipo editorial, Etecé., 2021)

6.2.2.2 Principales autores del diseño.

6.2.2.2.1 Para Moholy Nagy, Lázló. (1947). El diseño posee innumerables concertaciones. Es la organización, en un equilibrio armonioso de materiales, de procedimientos y de todos los elementos que tienden a una determinada función. El diseño no es una fachada ni una apariencia exterior. Más bien debe penetrar y comprender la esencia de los productos y de las empresas. Su tarea es compleja y minuciosa. Tanto integra los requerimientos tecnológicos, sociales y económicos como las necesidades biológicas o los efectos psicológicos de los materiales, la forma, el color, el volumen o el espacio. Su formación tiene que contemplar tanto la utilización de los materiales y de las técnicas como el conocimiento de las funciones y los sistemas orgánicos.

6.2.2.2.2 Para Beltrán, Félix. (1970). Puede decirse que diseñar es ante todo un acto que implica composición de partes en función de algo. Estas partes pueden ser creadas según la función o seleccionadas según la posibilidad existente para esa

función. El diseño es inevitable en la acción del hombre. Constantemente estructuramos, planeamos.

6.2.2.2.3 Para Jones, Christopher. (1978). El efecto de diseñar es iniciar un cambio en las cosas realizadas por el hombre. Es un proceso que fundamentalmente se lleva a cabo en el tablero de dibujo, pero que ahora incluye la investigación y el desarrollo: la adquisición, el diseño de producción, la planificación del producto, el marketing, la planificación del sistema y otros. (Espínola, 2019)

6.2.2.3 Diseño Gráfico. El diseño gráfico es una disciplina que busca integrar elementos visuales con el fin de transmitir un mensaje, emoción o idea. Este tipo de diseño se nutre de la comunicación visual, gráfica y textual para crear imágenes que pueden ser utilizadas con fines publicitarios, informativos, emotivos, persuasivos y artísticos.

Como tal, el diseño es una herramienta que debe formar parte de un plan de comunicación, ya sea digital o no. El objetivo no es crear imágenes bonitas, sino recursos visuales que sirvan para cumplir ciertos fines, especialmente cuando se trata de objetivos comerciales. (Santos, 2023)

6.2.2.4 Tipos de Diseño. Dentro del inmenso mundo del diseño podríamos separar ámbitos tradicionales y analógicos. Esto por la gran influencia que trajo internet al desarrollo de nuevas habilidades o a la digitalización de labores que ya existían.

6.2.2.4.1 Diseño Editorial. Se especializa en el trabajo gráfico de maquetado y preparación de portadas de libros, revistas y otras publicaciones impresas.

6.2.2.4.2 Diseño de Publicitarios. Se especializa en la labor creativa detrás de la publicidad y el mercadeo de productos y servicios de consumo, creación de anuncios, propagandas o ilustraciones comerciales.

6.2.2.4.3 Diseño de Corporativo. Se especializa en la creación de motivos gráficos empresariales, como logotipos, empaquetados e ilustraciones que reflejan la identidad corporativa de una empresa u organización.

6.2.2.4.4 Diseño Web. Se especializa en los aspectos del diseño que atañen a Internet y al mundo 2.0, por lo que incursiona a menudo en lo audiovisual y en lo interactivo, sirviéndose incluso de saberes de la informática y la programación.

(Equipo editorial, Etecé., 2021)

6.2.2.4.5 Diseño Multimedia. El Diseño Multimedia está compuesto por la combinación de diversas ramas, que engloban texto, fotografías, videos, programación, sonido, animación, manipulada y volcada en un soporte digital, información de importante (periodismo de internet.) (Wikipedia, Diseño multimedia, 2023)

6.2.2.5 Elementos del Diseño.

6.2.2.5.1 La Línea. Elemento visual básico de todo grafismo, que no deja de ser una sucesión de puntos, al conectar la trayectoria de un punto a otro. Cuando trabajamos con líneas debemos prestar atención a cualidades como el grosor, el color, la textura y el estilo.

6.2.2.5.2 La Forma. Una forma es un espacio cerrado y plano, limitado a dos dimensiones, que se mide por anchura y altura. Dentro de las formas Geométricas podemos englobar todas las figuras como triángulos, cuadrados, círculos, etc. Luego estarían las formas Orgánicas: que son formas más libres, y que se asemejan a las que podemos encontrar en la naturaleza

6.2.2.5.3 El Objeto. Cuando una forma adquiere propiedades tridimensionales, pasamos a denominarla Objeto. Para poder crear la ilusión de profundidad y realzar

el volumen de un objeto, hacemos uso de la luz, la sombra y la perspectiva.

Básicamente son los equivalentes de las formas, pero con características tridimensionales. Los objetos se miden por su anchura, altura y profundidad.

6.2.2.5.4 El Espacio. Es la distancia o área alrededor o entre los elementos de diseño.

6.2.2.5.5 La Tipografía. Es uno de los elementos visuales más usados en diseño gráfico. Es una de las formas más directas de comunicar visualmente, con titulares o párrafos.

6.2.2.5.6 La Textura. Cualidad física de una superficie y hace referencia al tacto de un objeto. Las texturas pueden crearse mediante el uso de patrones o repetición de imágenes y a través de la textura se puede conseguir que objetos planos luzcan realistas y tridimensionales.

6.2.2.5.7 El Color. Juega uno de los mayores papeles en diseño gráfico, ya que el ojo humano puede distinguir hasta 1000 colores aproximadamente. El color es la cantidad de luz que se refleja sobre un objeto, por lo que la luz toma una relevancia muy importante cuando se habla del color. (Jaime P, 2020)

6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias

6.3.1 Ciencias auxiliares

6.3.1.1 Psicología. La psicología es una disciplina que tiene como objetivo analizar los procesos mentales y del comportamiento de los seres humanos y sus interacciones con el ambiente físico y social. La palabra "psicología" proviene del griego psico o psyché, que significa 'alma', 'psique' o 'actividad mental', y de logía,

que significa 'estudio' o 'tratado'. Por lo tanto, psicología significa estudio o tratado de la psique. (Significados, 2023)

6.3.1.2 Psicología de la comunicación. La psicología de la comunicación es una conducta científica independiente, que se encarga de estudiar y analizar el proceso de comunicación a partir de los mecanismos biopsicosociales, inconscientes y conscientes que lo conforman. Forma uno de los campos de estudio que ha logrado, en los últimos períodos, mayor utilidad y calidad para los expertos de las ciencias humanas. (definicion xyz, 2023)

6.3.1.3 Psicología del Color. La psicología del color es un campo de estudio que está dirigido a analizar cómo percibimos y nos comportamos ante distintos colores, así como las emociones que suscitan en nosotros dichos tonos. Hay ciertos aspectos subjetivos en la psicología del color, por lo que no hay que olvidar que pueden existir ciertas variaciones en la interpretación y el significado entre culturas. (García-allen, 2022)

6.3.1.4 Psicología del Consumidor. Psicología del consumidor es un campo aplicado de la psicología, que se vale de los principios básicos de la ciencia psicológica para entender el comportamiento del consumidor. El comportamiento del consumidor se refiere a la observación y estudio de los procesos mentales y psicológicos que suceden en la mente de un comprador cuando éste elige un producto y no otro, con la finalidad de comprender el motivo por el que sucede de esa manera. (Wikipedia, Psicología del consumidor, 2021)

6.3.1.5 Sociología. La sociología es una ciencia que se dedica al estudio de los grupos sociales (conjunto de individuos que conviven agrupados en diversos tipos de asociaciones). Esta ciencia analiza las formas internas de organización, las

relaciones que los sujetos mantienen entre sí y con el sistema, y el grado de cohesión existente en el marco de la estructura social. (Pérez Porto J. M., 2021)

6.3.1.6 Antropología. La ciencia que se encarga de estudiar la realidad del ser humano a través de un enfoque holístico (en el que el todo determina el comportamiento de las partes) recibe el nombre de antropología. El término tiene origen en el idioma griego y proviene de *anthropos* (“hombre” o “humano”) y *logos* (“conocimiento”). (Pérez Porto J. M., Antropología - Qué es, orígenes, definición y concepto., 2021)

6.3.1.7 Cibernética. Cibernética es un término que puede emplearse como sustantivo o como adjetivo. En el primer caso, refiere a la especialidad científica que compara el funcionamiento de una máquina y el de un ser vivo, sobre todo en lo referente a la comunicación y a los mecanismos de regulación. Como adjetivo, cibernética alude a aquello vinculado a la realidad virtual y a lo que fue producido o es controlado a través de una computadora (ordenador). (Pérez Porto J. G., Cibernética, 2022)

6.3.1.8 Semiología. La semiología o semiótica es la disciplina que se encarga del estudio de los signos, es decir, las ideas que asociamos en nuestra mente con diferentes elementos de la realidad. Los signos, en el proceso comunicativo, son utilizados por un emisor para transmitir un significado a un receptor. (Equipo editorial, Etecé., 2020)

6.3.2 Artes

6.3.2.1 Ilustración. Ilustración 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. (Pérez Porto J. M., Ilustración - Qué es, referentes, definición y concepto., 2021)

6.3.2.2 Fotografía. Es la técnica de captar imágenes permanentes con una cámara, por medio de la acción fotoquímica de la luz o de otras formas de energía radiante, para luego reproducirlas en un papel especial. Todas las cámaras fotográficas tienen una cámara oscura, la cual es una caja rectangular con un orificio por el que entra la luz. La imagen se refleja en la superficie opuesta al agujero, sobre un lente de vidrio, que hace ver lo que hemos captado de forma clara. Posteriormente, dicha imagen se fija sobre la película fotográfica y se prepara para el revelado, de esta forma se crea una fotografía. (Sánchez, 2022)

6.3.2.3 Animación. La animación como técnica artística podría describirse como la forma de generar secuencias gráficas en diferentes soportes para representar, a través de la alternación de unas y otras de modo continuo, la ilusión de movimiento, aunque en realidad sean todas imágenes estáticas. La animación puede ser entonces entendida como una ilusión óptica ya que a los ojos humanos parece ser algo cuando en realidad no es más que la aplicación repetida de las diferentes imágenes lo que le da la condición de dinamismo y movilidad. (Bembibre, 2009)

6.3.2.4 Dibujo. El dibujo es una forma de expresión gráfica que estampa imágenes sobre un soporte real o virtual; los cuales pueden ser: papel, madera, cartón, vidrio o a través de un computador. Este es considerado como uno de los elementos que integran la pintura y uno de los tipos de artes visuales. El dibujo representa el

lenguaje gráfico universal y ha sido utilizado por la humanidad desde la prehistoria como los primeros métodos para comunicarse de forma escrita. (Martínez, 2022)

6.3.3 Teorías

6.3.3.1 Teoría del Color. Se conoce como Teoría del color a un conjunto de reglas básicas que rigen la mezcla de colores para conseguir efectos deseados, mediante la combinación de colores o pigmentos. Es un principio de gran importancia en el diseño gráfico, la pintura, la fotografía, la imprenta y la televisión, entre otras áreas visuales. (Equipo editorial, Etecé., 2022)

6.3.3.2 Teoría Gestalt. Es una corriente de la psicología, de corte teórico y experimental, que se dedica al estudio de la percepción humana. Gestalt es una palabra proveniente del alemán, y se puede traducir como ‘forma’ o ‘contorno’. Para la Gestalt, el ser humano organiza sus percepciones como totalidades, como forma o configuración, y no como simple suma de sus partes. De allí que lo percibido pase de ser un conjunto de manchas a convertirse en personas, objetos o escenas.

6.3.3.2.1 Leyes de la Gestalt. Las leyes de la Gestalt o leyes de la percepción son un conjunto de principios según los cuales el cerebro humano siempre tenderá a transformar u organizar los elementos que percibe en un todo coherente, dotado de forma y de sentido. Las leyes de la percepción más importantes son:

- Ley de proximidad: el cerebro agrupa como un conjunto aquella serie de elementos que se encuentren a menor distancia.
- Ley de continuidad: el cerebro tiende a ignorar los cambios que interrumpen una imagen y prioriza los estímulos que permitan apreciar la imagen de forma continua.

- Ley de figura y fondo: el cerebro localiza contornos, separa objetos y establece distinciones entre ellos.
- Ley de la semejanza o igualdad: el cerebro tiende a unir o agrupar los elementos más parecidos entre sí.
- Ley de la dirección común: el cerebro identifica como un grupo aquellos elementos que dan la impresión de moverse o confluir hacia un mismo punto.
- Ley de tendencia al cierre: el cerebro tiende a completar imaginariamente las líneas faltantes o interrumpidas del contorno de las figuras.
- Ley de contraste: el cerebro atribuye cualidades a los diferentes elementos por contraste: grande - pequeño, claro - oscuro, borroso - nítido.
- Ley de pregnancia: el cerebro tiende a organizar y percibir los elementos de la forma más simple y correcta posible, bajo criterios de simetría, regularidad y estabilidad. (Significados, 2023)

6.3.3.3 Teoría del Recorrido Visual. Es el movimiento que se hacen con los ojos para poder apreciar una obra, se fijan los ojos en un punto de la pintura y luego, el "camino" que trazan los ojos naturalmente para ver la totalidad de la obra se le llama "recorrido visual". (Jheromont, 2013)

6.3.3.4 Teoría de la Jerarquía Visual. Es el principio de diseño que consiste en dotar de un orden a los elementos de una interfaz según su importancia, para facilitar la interacción a la persona usuaria. Una jerarquía visual correcta permite facilitar la comprensión de la información y guiar la interacción hacia las acciones que se buscan incentivar. (GammaUX, 2021)

6.3.3.5 Teoría de la Carga Cognitiva. La teoría de la carga cognitiva de John Sweller sugiere que el aprendizaje ocurre mejor en condiciones que están alineadas con la arquitectura cognitiva humana. La carga cognitiva se relaciona con la cantidad de información que la memoria de trabajo puede almacenar al mismo tiempo. Sweller dijo que, dado que la memoria de trabajo tiene una capacidad limitada, los métodos de instrucción deben evitar sobrecargarla con actividades adicionales que no contribuyen directamente al aprendizaje. (Rodríguez, 2020)

6.3.3.6 Experiencia de Usuario. La experiencia de usuario, también llamada user experience o simplemente UX, se define como el conjunto de factores y elementos relacionados con el proceso de interacción de un usuario respecto a un producto o servicio. A menudo, este concepto se aplica a la interacción con páginas web y aplicaciones. (Gonzalez, 2020)

6.3.4 Tendencias

6.3.4.1 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. (Pérez Porto J. G., Minimalismo - Qué es, definición, en la música y características., 2021)

6.3.4.2 Responsivo. El diseño web adaptable (también diseño web adaptativo o responsivo; este último calco del inglés responsive web design) es una filosofía de diseño y desarrollo cuyo objetivo es adaptar la apariencia de las páginas web al dispositivo que se utiliza para visitarlas. Hoy día las páginas web se ven en multitud de dispositivos como tabletas, teléfonos inteligentes, libros electrónicos, portátiles, PC, etcétera. Además, aun dentro de cada tipo, cada dispositivo tiene sus

características concretas: tamaño de pantalla, resolución, potencia de CPU, sistema operativo o capacidad de memoria entre otras. Esta tecnología pretende que con un único diseño web, todo se vea correctamente en cualquier dispositivo. (Wikipedia, Diseño web adaptable, 2023)

Capítulo VII

Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar

7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico

7.1.1 Comunicación. La comunicación es fundamental para garantizar una transmisión clara y precisa de la información a través del sitio web. Dominar el proceso de comunicación es importante, ya que nos permite estructurar el mensaje de manera efectiva antes de que llegue al receptor. De esta forma, aseguramos que el contenido sea fácilmente comprensible.

7.1.2 Diseño. La incorporación de un diseño que garantice una comunicación eficiente, atractiva y fácil de comprender para los usuarios del sitio. La colocación adecuada de los elementos gráficos asegurará una experiencia visual agradable e integrada, permite a los usuarios encontrar rápidamente el contenido que necesiten. El diseño se enfocará en mejorar la accesibilidad y usabilidad del sitio para una experiencia óptima del usuario.

7.1.3 Diseño Web. Mediante el diseño web, se construirá la estructura del sitio y se organizará la información de manera eficiente, al seguir las normas establecidas. Esto permitirá una distribución adecuada de cada elemento, una fácil navegación y la comprensión para los usuarios.

7.1.4 Responsivo. Con un diseño responsivo el sitio web será capaz de adaptarse a diferentes dispositivos que se utilizan en la actualidad, se debe tomar en cuenta aspectos como el tamaño de la pantalla para mantener la línea grafica.

7.1.5 Ilustración. Para enriquecer el diseño y la estructura del contenido, es imprescindible incorporar ilustraciones. Estas serán clave para crear componentes gráficos de alta calidad que se utilizarán en el sitio web. El uso adecuado de ilustraciones garantizará un atractivo visual y permitirá transmitir mensajes de manera efectiva al público objetivo de forma impactante y creativa.

7.1.6 Dibujo. La etapa de bocetos es esencial para plasmar las ideas clave y conceptuales que se desarrollarán y llevarán a la digitalización. Es en esta fase donde se da forma a las primeras representaciones visuales, al permitir explorar distintas posibilidades y refinar el enfoque del proyecto.

7.1.7 Psicología del color. Aplicar la psicología del color de manera estratégica es fundamental. Los colores seleccionados deben transmitir las emociones y asociaciones adecuadas, estar en sintonía con la identidad de la marca y garantizar una experiencia agradable para el público objetivo.

7.1.8 Antropología. La antropología desempeña un papel fundamental al permitir la segmentación del público objetivo. Esta disciplina ayuda a comprender los comportamientos sociales y culturales de distintos grupos, lo que nos permitirá diferenciarlos unos de otros de manera efectiva.

7.1.9 Tipografía. Una tipografía adecuada es crucial para garantizar la legibilidad en el sitio web. Cada párrafo de texto se volverá fácil de leer, favorecerá al usuario para encontrar lo que busca.

7.1.10 Fotografía. Las fotografías serán útiles para mostrar las instalaciones y características del hotel en el sitio web, así mismo favorece para promocionar los servicios de hospedajes, eventos y restaurante que el hotel ofrece a sus clientes.

7.1.11 Minimalismo. Una estructura limpia en el sitio web asegurará una correcta recepción del contenido por parte de los usuarios. Al dar prioridad a los aspectos más relevantes y evitar detalles innecesarios, se logrará que la información sea fácilmente asimilable y comprensible.

7.1.12 Teoría del recorrido visual. Se emplea el recorrido visual como una estrategia para guiar a los consumidores, clientes y grupo objetivo en la visualización del sitio web. Esta técnica facilita la correcta transmisión de información y mejora la comprensión del contenido presentado. Al dirigir la mirada del lector hacia los puntos clave del material, se logra captar su atención de manera efectiva y se asegura que los mensajes más importantes sean percibidos de manera clara y directa.

7.2 Conceptualización

7.2.1 Método. La inspiración desde los colores es un método creativo que implica utilizar colores como estímulos visuales para generar ideas, conceptos y fomentar la creatividad. Los colores tienen asociaciones emocionales y psicológicas que pueden influir en nuestras percepciones y pensamientos. Este método puede ser especialmente útil en campos como el diseño, la publicidad, el arte y otras disciplinas creativas.

7.2.1.1 Elaboración:

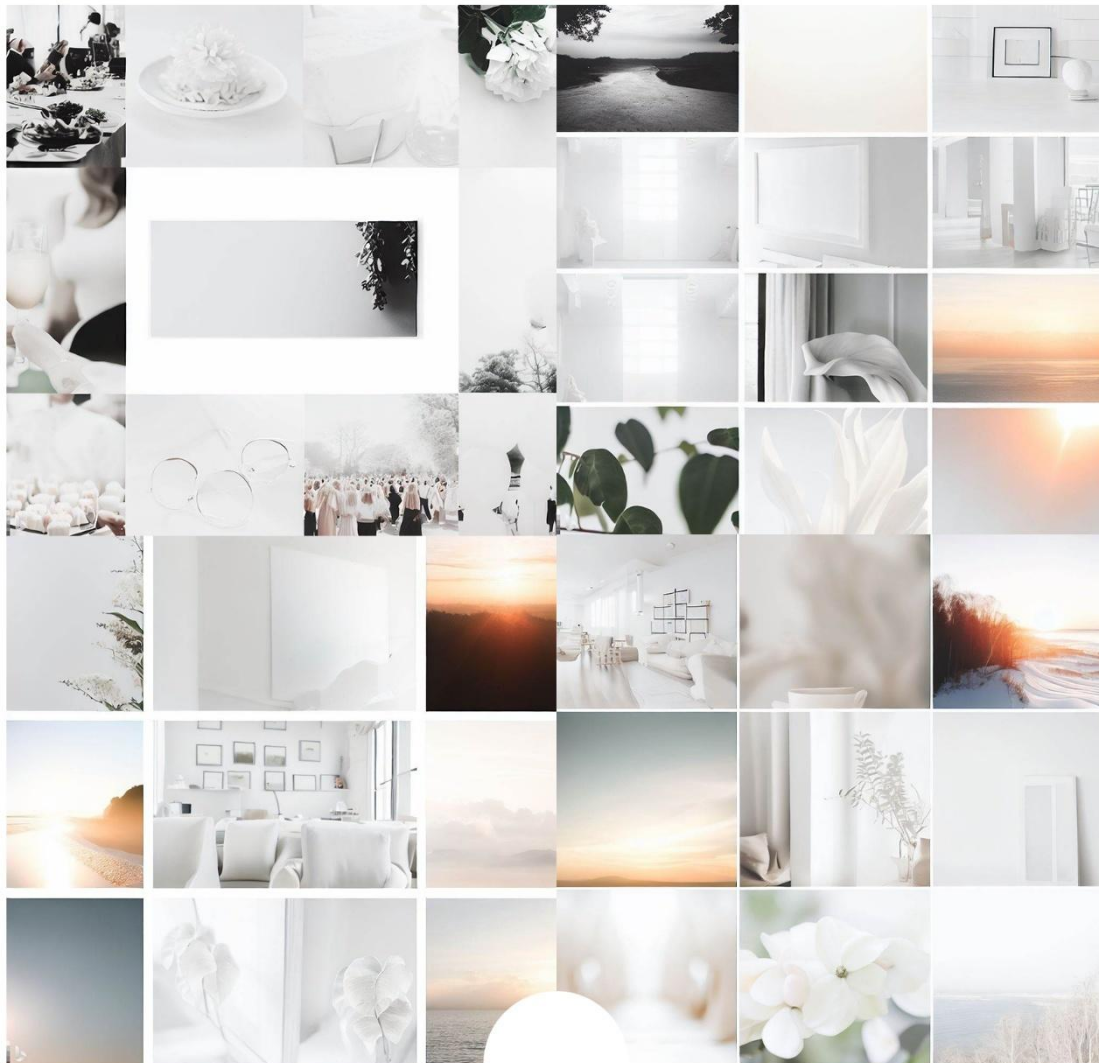
- Selección de Colores: Escoge una paleta de colores relacionada con tu tema o proyecto.
- Asociaciones y Conceptos: Asocia cada color con palabras o ideas que evoca.
- Visualización y Exploración: Imagina situaciones y escenas relacionadas con los colores.
- Generación de Ideas: Crea ideas inspiradas en las asociaciones y emociones de los colores.
- Experimentación y Desarrollo: Experimenta con diseños y composiciones que reflejen los conceptos.
- Refinamiento y Evaluación: Ajusta y perfecciona tus ideas en función de tus objetivos.
- Comunicación y Presentación: Explica cómo los colores elegidos refuerzan tu mensaje o proyecto.

7.2.1.2 Colores elegidos.

- Blanco: El color blanco a menudo está relacionado con eventos sociales. Se asocia comúnmente con la pureza, la elegancia y la simplicidad, lo que lo convierte en una elección popular para ocasiones formales y eventos sociales, como bodas, recepciones, galas y celebraciones importantes.
- Verde: Representa un ciclo continuo de vida y regeneración, simboliza salud, bienestar y serenidad. Es un color que se destaca en los jardines y áreas verdes que rodean el hotel.

- Naranja: El color naranja se asocia con energía, entusiasmo y creatividad, irradia una sensación de calidez. Representa la alegría y el optimismo, estimula emociones positivas. Este color se presenta en las instalaciones del hotel.
- Café: Muestra la conexión con la tierra y la naturaleza, transmite una sensación de seguridad y estabilidad. El café está ligado a la tradición y la sencillez, crea una atmósfera de intimidad y ternura. Este color invoca la sensación de hogar y serenidad, genera una sensación de bienestar y familiaridad en diversos contextos emocionales y culturales.

Problema: Encontrar el concepto creativo para diseñar un sitio web para Hacienda Grande Hotel, que cumpla con el objetivo de dar a conocer los servicios de hospedaje y eventos.



Pureza

Elegancia

Perfecto

Limpieza

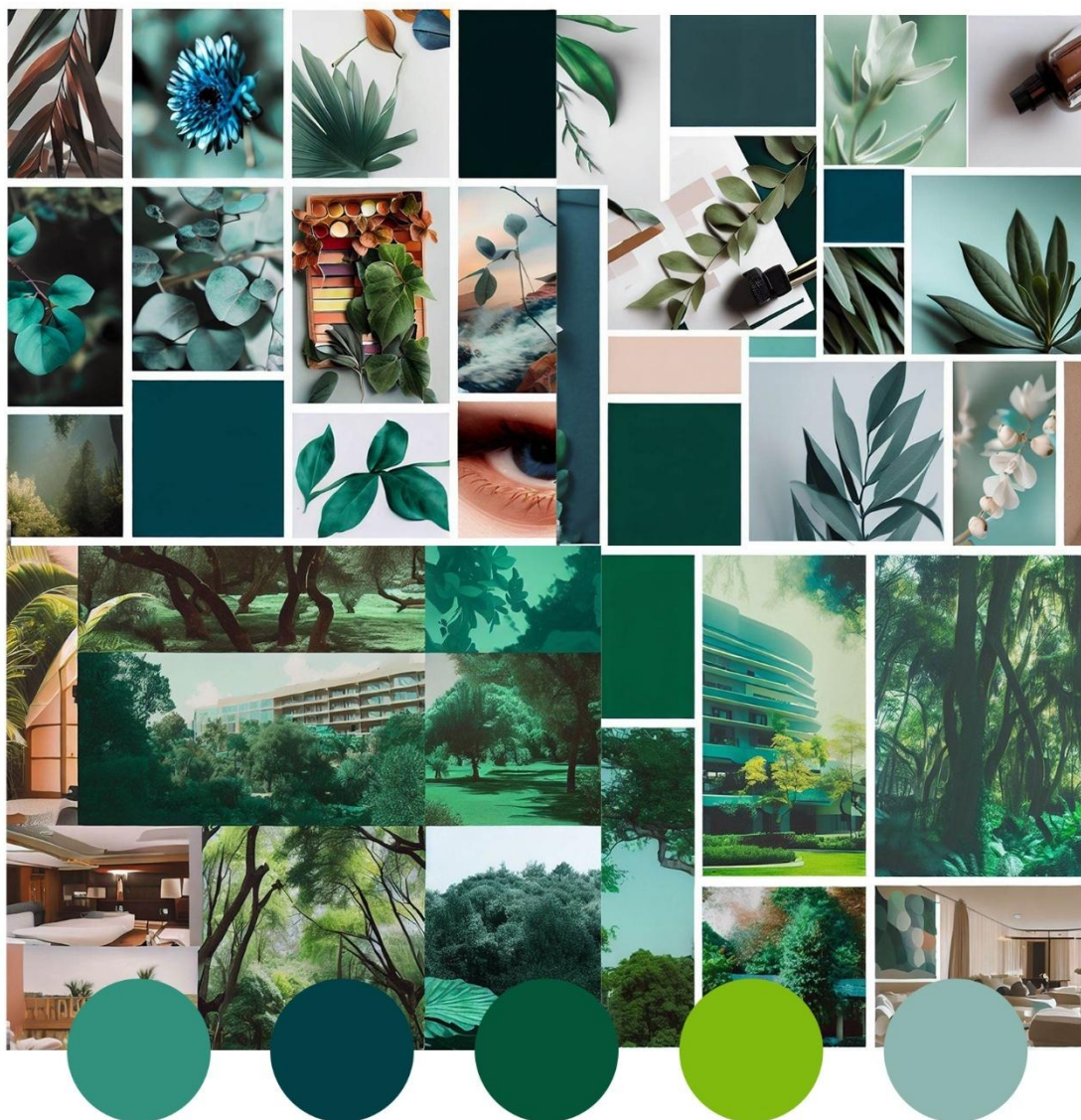
Espiritualidad

Esperanza

Simplicidad

Sueños

Eventos



Naturaleza

Frescura

Paz

Ambiente

Armonía

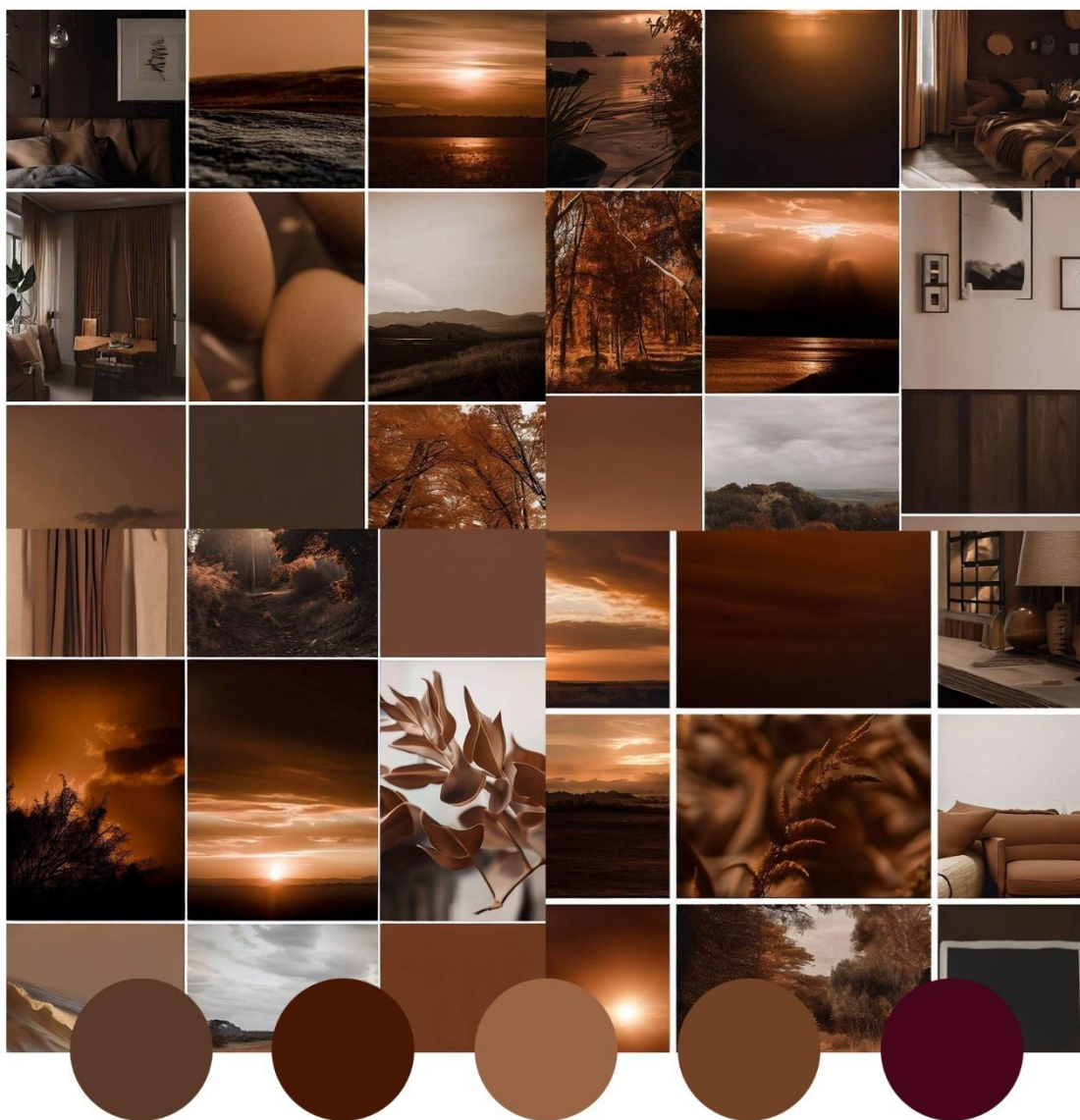
Serenidad

Tranquilidad

Jardin

Vitalidad

Hospedaje



Acogedor

Intimidad

Calido

Ternura

Confort

Seguridad

Tierra

Sencillez

Serenidad

Tradición

Blanco

Pureza
Elegancia
Perfecto
Espiritualidad
Limpieza
Esperanza
Simplicidad
Sueños
Eventos

Verde

Naturaleza
Serenidad
Frescura
Tranquilidad
Paz
Jardín
Ambiente
Vitalidad
Armonía
Lugar

Naranja

Energía
Pasión
Entusiasmo
Diversión
Calidez
Aventura
Alegría
Emoción
Estímulo
Creatividad

Café

Acogedor
Intimidad
Cálido
Ternura
Confort
Seguridad
Tierra
Sencillez
Serenidad
Tradición

Unión de palabras**Un ambiente de calidez y naturaleza**

Hospedaje de serenidad y confort

Naturaleza y eventos en armonía

Tierra de emociones

Lugar de alegría y tranquilidad

7.2.2 Definición del concepto creativo. Se analizaron diferentes puntos específicos extraídos de las ideas proporcionadas en la técnica inspiración desde los colores, para obtener el concepto creativo, se utilizó como base los colores que representan a Hacienda Grande Hotel, se llegó a la conclusión que las palabras más importantes fueron: ambiente de calidez y naturaleza. Palabras que están estrechamente relacionadas con los servicios y características que distinguen al hotel.

“Un ambiente de calidez y naturaleza”, describe la atmósfera y la sensación que se busca crear el hotel. Se trata de ofrecer a los huéspedes un espacio donde puedan experimentar una combinación de hospitalidad amigable y elementos naturales, brindar un entorno acogedor en el que puedan conectarse tanto con el lugar como con la tranquilidad de la naturaleza.

Ambiente: Se refiere a la atmósfera general y el entorno. Es la sensación que los huéspedes experimentan al entrar en el lugar, incluye aspectos visuales, emocionales y sensoriales.

Calidez: Implica una bienvenida sincera y amigable para los huéspedes. Se relaciona con un servicio atento y personalizado, así como con la creación de un espacio donde las personas se sientan cómodas y apreciadas.

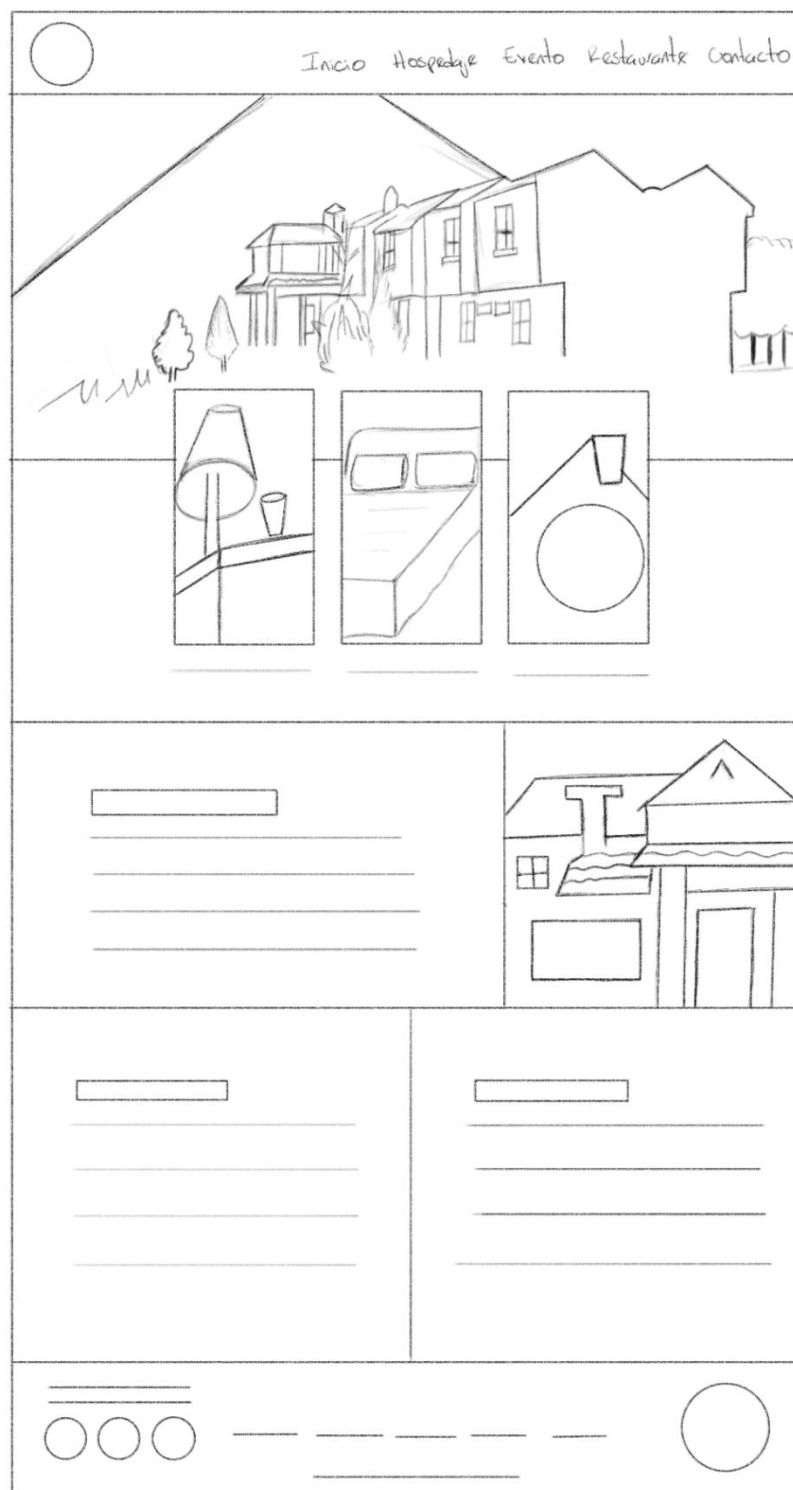
Naturaleza: Se refiere tanto a los elementos naturales presentes en el entorno físico del hotel, como a la sensación de autenticidad y conexión con la naturaleza. Esto podría incluir áreas verdes, vistas panorámicas.

El propósito del concepto creativo es declarar que la empresa Hacienda Grande Hotel, aporta una experiencia distintiva. En este lugar, los huéspedes son recibidos con una auténtica sensación de hospitalidad, donde el servicio personalizado y amable crea un ambiente que se siente como un hogar lejos de casa. Añade una conexión única con la naturaleza que lo rodea.

7.3 Bocetaje

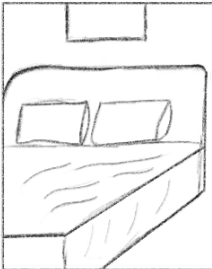
7.3.1 Diagramación básica.

Inicio

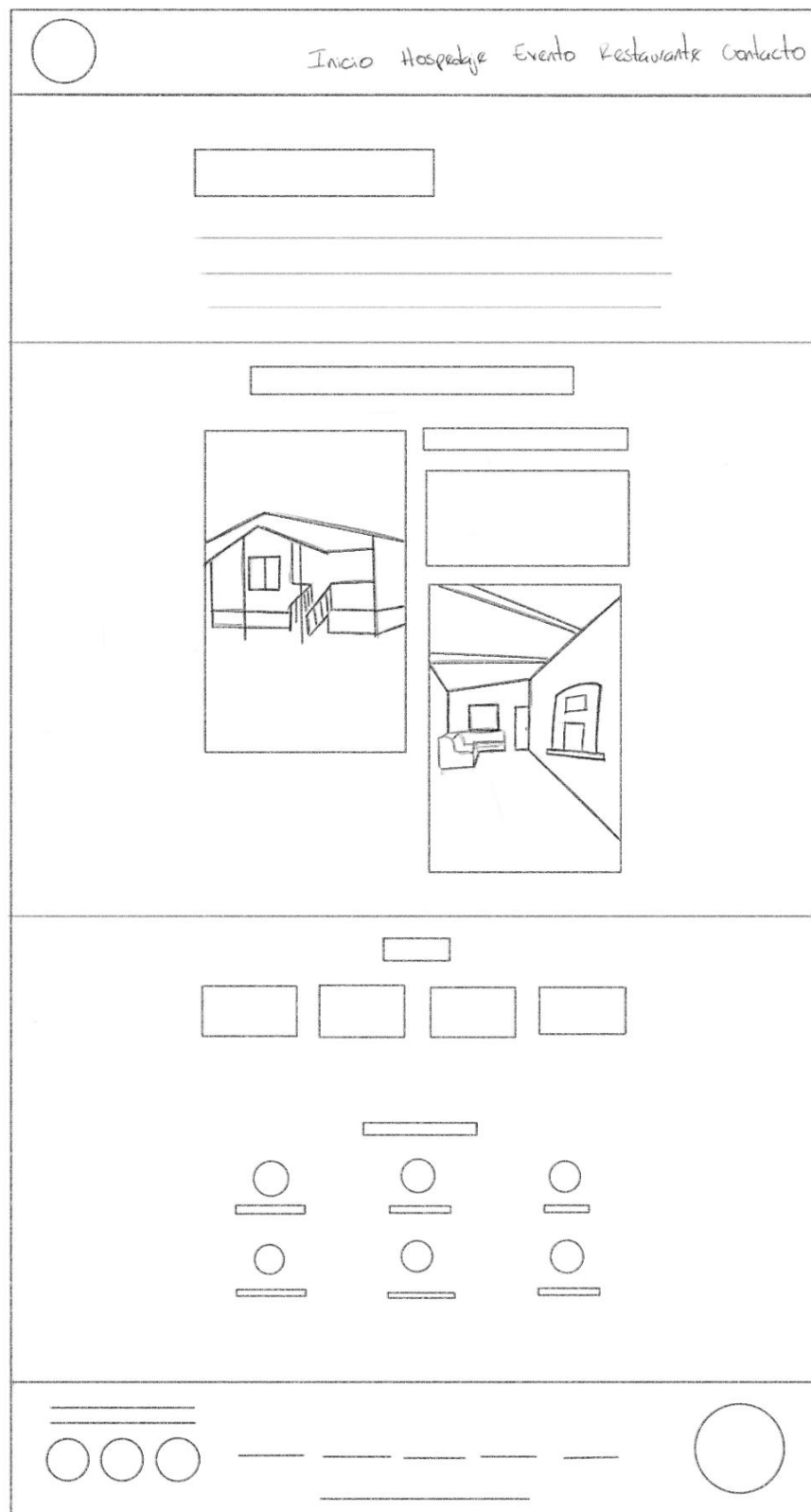


Habitaciones

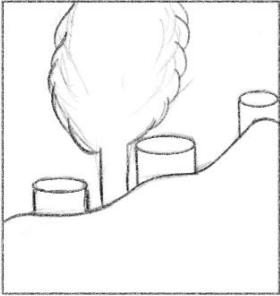
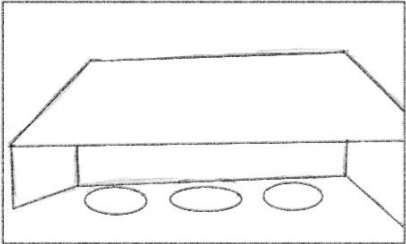
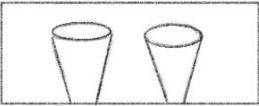
Inicio Hospedaje Evento Restaurantes Contacto



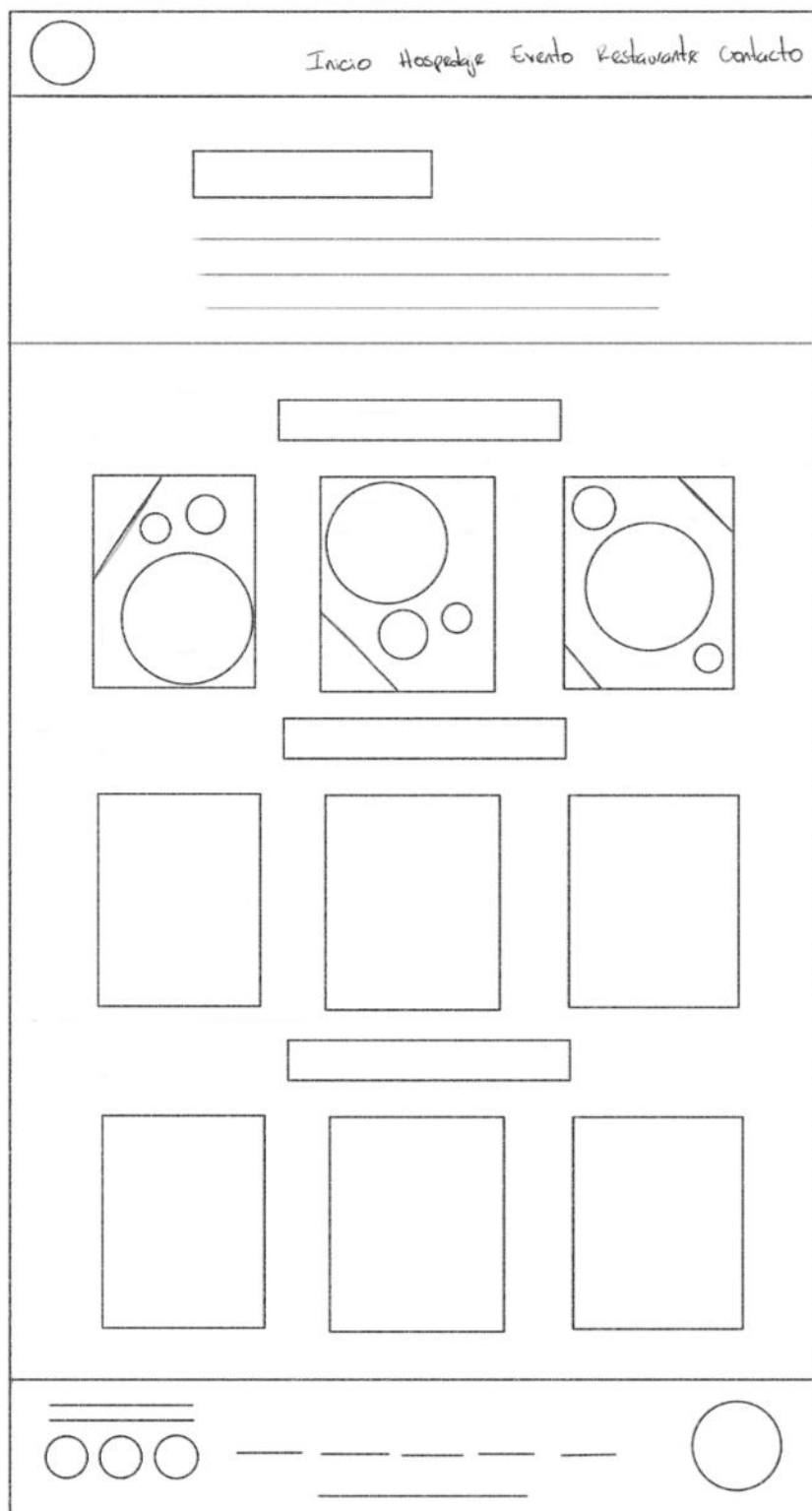
Cabaña



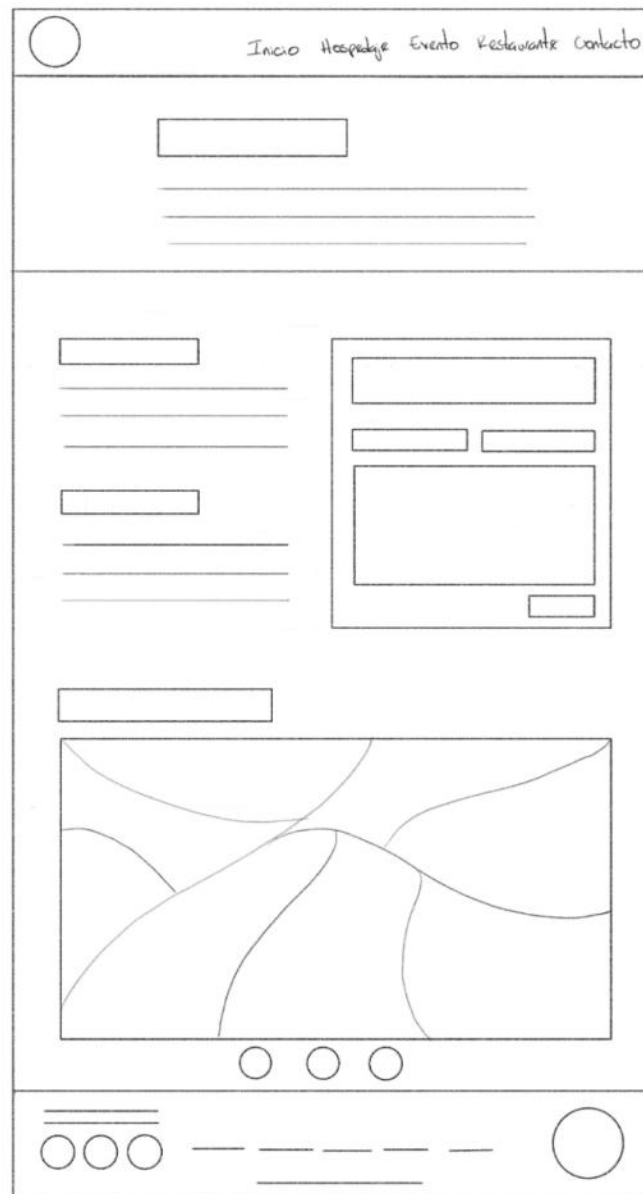
Eventos

	Inicio Hospedaje Evento Restaurante Contacto
	
	
	

Restaurante



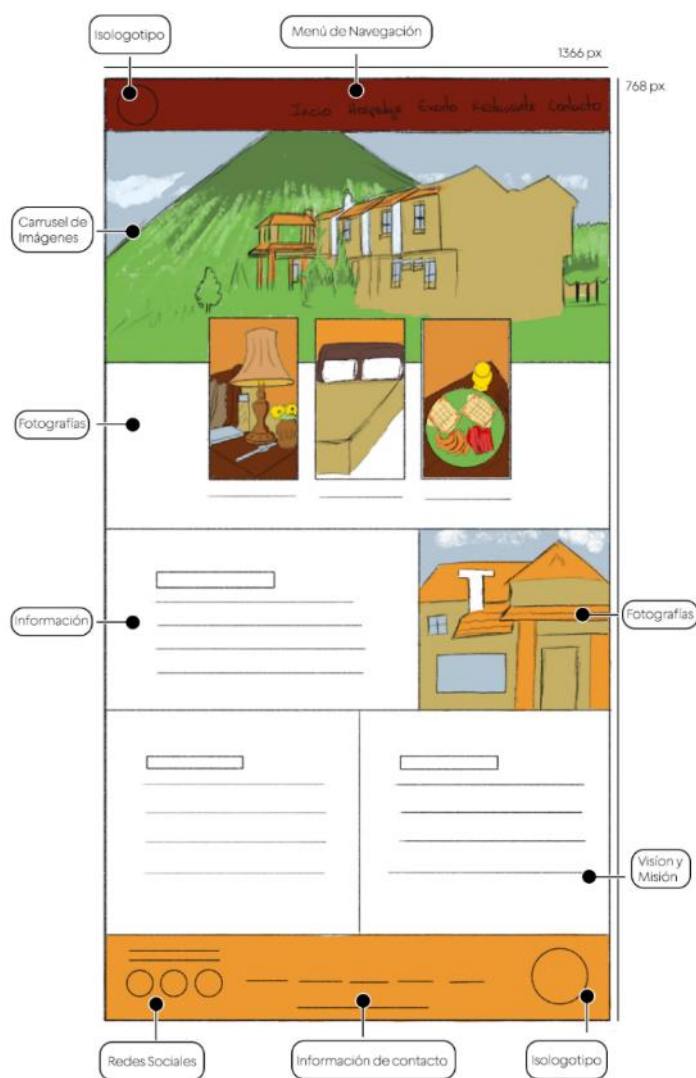
Contacto



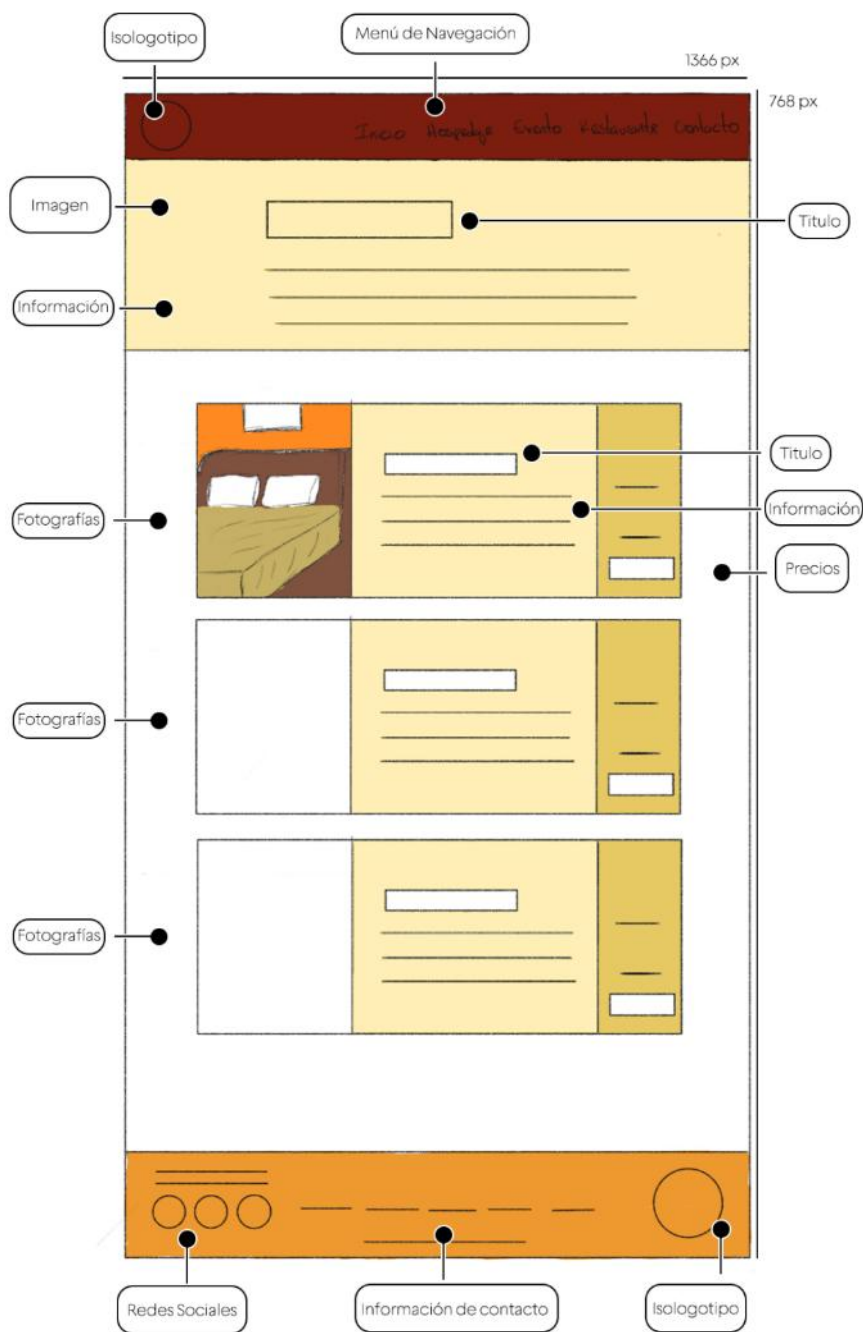
Descripción: en la realización de los primeros bocetos, se distribuye el espacio por medio de cajas de imágenes y texto, para lograr una diagramación óptima de los elementos dentro de la página web. Este esquema básico funciona como estructura general para la realización de los cuerpos que contiene cada menú de navegación.

7.3.2 Proceso de bocetaje.

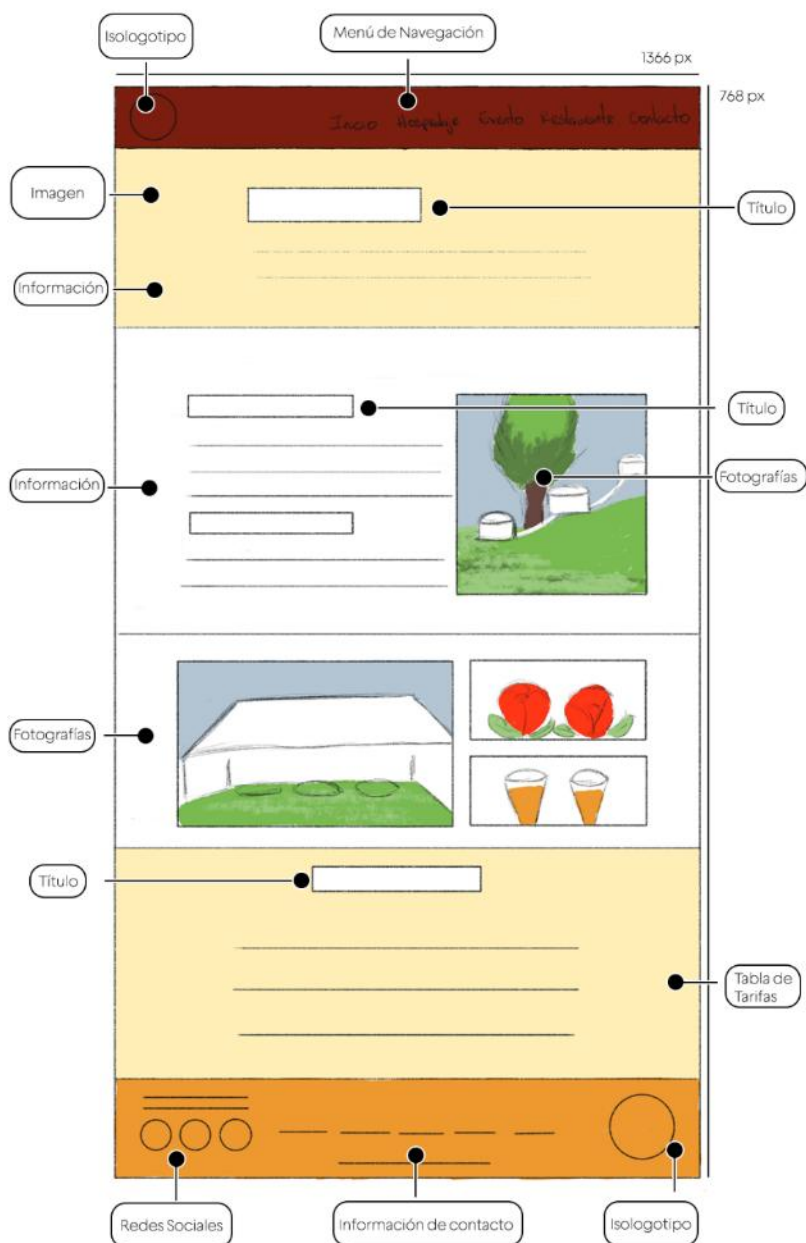
7.3.2.1 Página de inicio. La página principal o de inicio, está compuesta de un carrusel de imágenes que dan una demostración de las habitaciones y eventos sucedidos en Hacienda Grande Hotel, los colores que se utilizan forman parte de la imagen corporativa que actualmente representa a la empresa, contiene el menú de navegación en la parte superior, cuenta con 5 apartados en que el usuario podrá navegar, estos son: inicio, hospedaje, eventos, restaurante y contacto. Adicionalmente contiene el isologotipo en la parte superior izquierda.



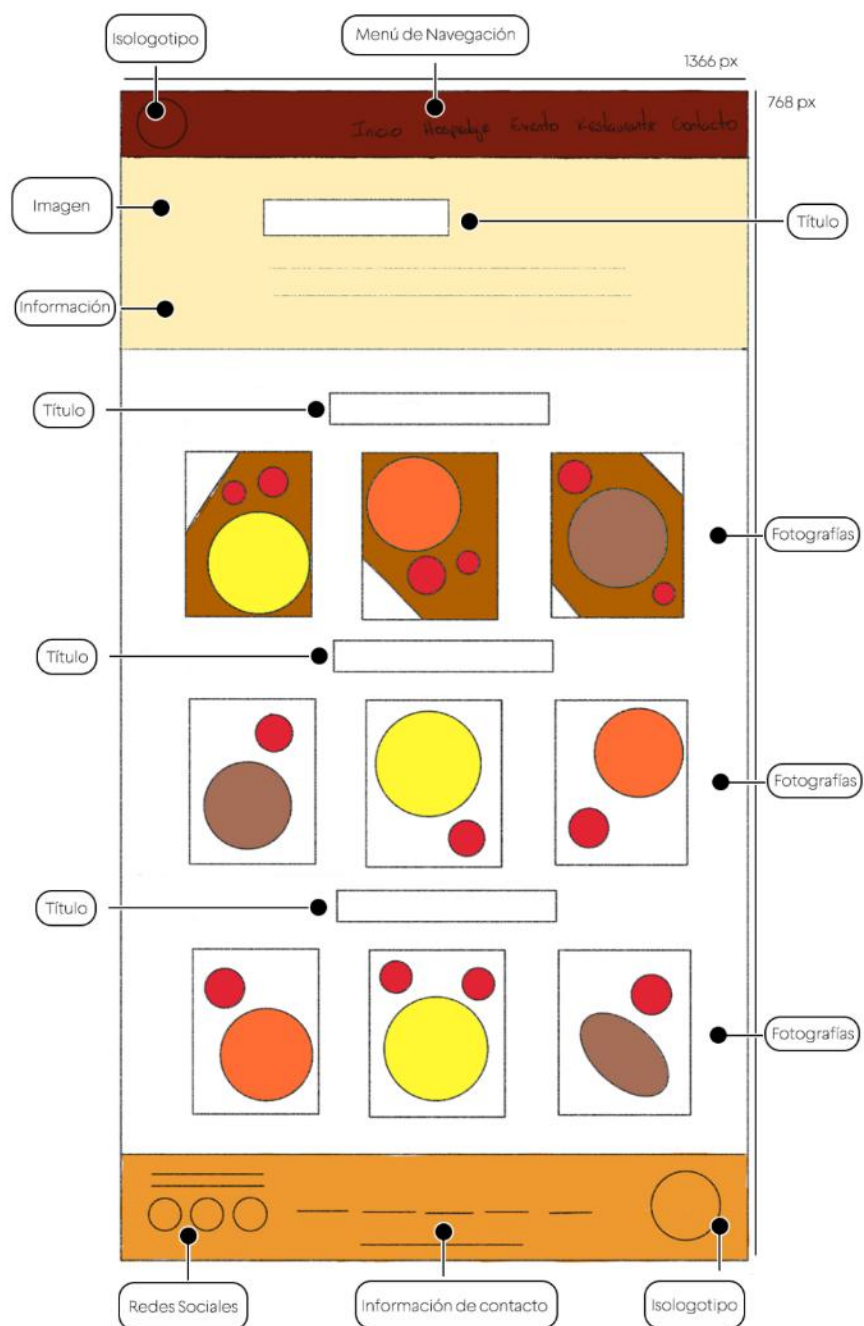
7.3.2.2 Página de habitaciones. Está compuesta por dos segmentos, el primero es el título principal seguido de una descripción sobre las reservaciones del hotel, el segundo segmento contiene información detallada sobre las tarifas y características de hospedaje que ofrece el hotel, según el tipo de habitación.



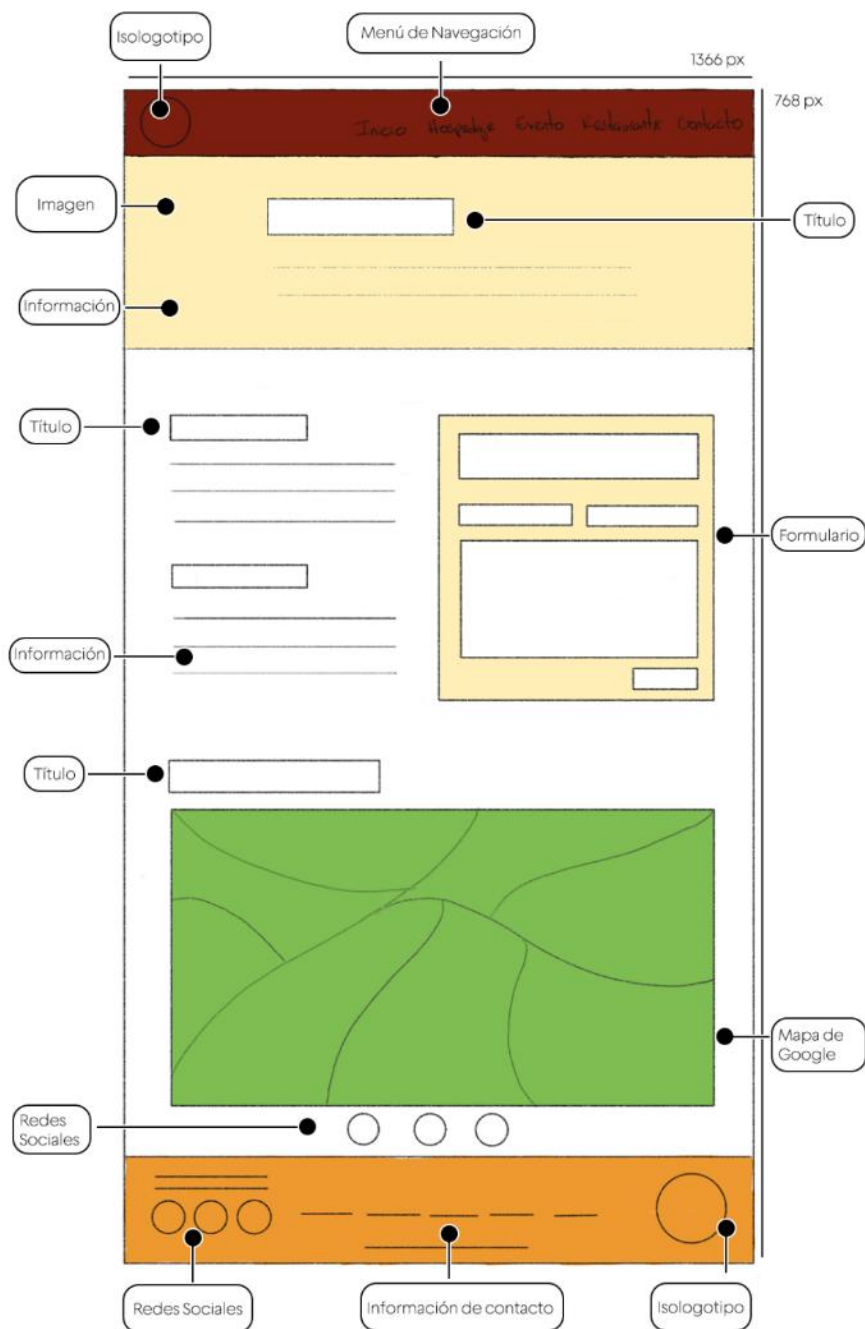
7.3.2.3 Página de evento. El contenido de esta página se caracteriza por cuatro segmentos, el primero cuenta con un encabezado principal y una descripción detallada sobre los eventos que se pueden realizar en el hotel. El segundo contiene mensajes descriptivos sobre los eventos acompañados de una fotografía. El tercero es una galería de imágenes, y el cuarto contiene una lista de tarifas de según la cantidad de invitados.



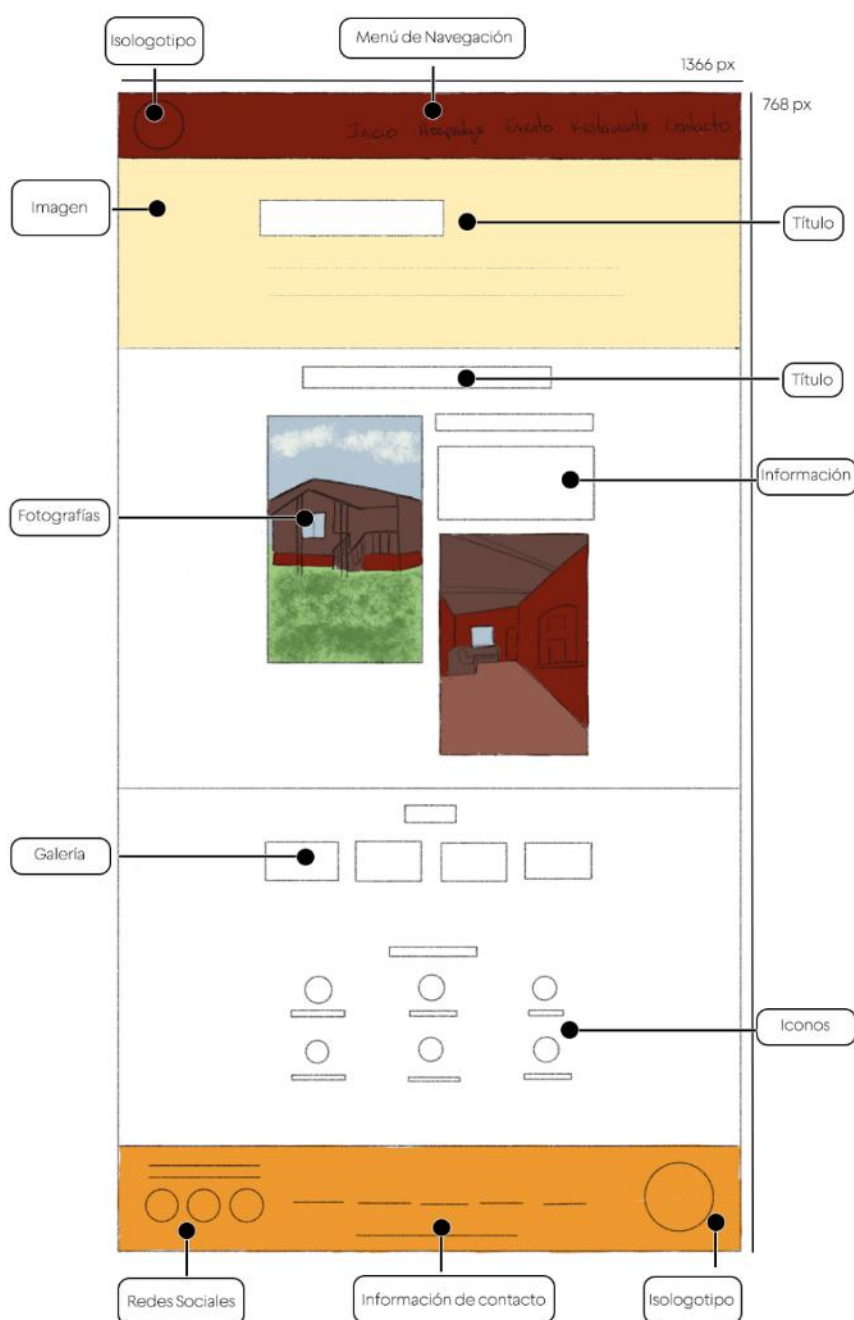
7.3.2.4 Página de restaurante. Inicia con el título principal y una descripción general sobre el restaurante, posteriormente se da una descripción de los platillos que ofrece Hacienda Grande Hotel, cada sección tendrá su título y las fotografías de los platillos.



7.3.2.5 Página de contacto. Está dividida en tres secciones, la primera se refiere a la identificación principal y una descripción general, la segunda sección contiene toda la información de contacto, como puede ser: correos, números de teléfono y un formulario para contactar al hotel si se tuvieran más preguntas, el tercer segmento es un mapa de Google para detallar la ubicación exacta del hotel.

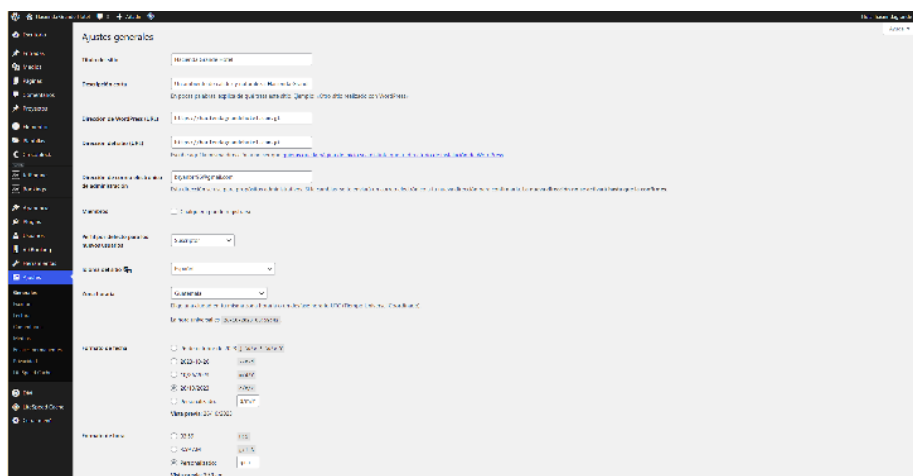


7.3.2.6 Página cabaña deluxe. Está dividida en tres secciones, un encabezado en el que sobresale una imagen, posteriormente una sección de fotografías con texto informativo relacionado a la cabaña. En la última sección una galería de fotografías complementada con iconos que representen los servicios añadidos con los que cuenta la cabaña.



7.3.3 Proceso de digitalización de los bocetos.

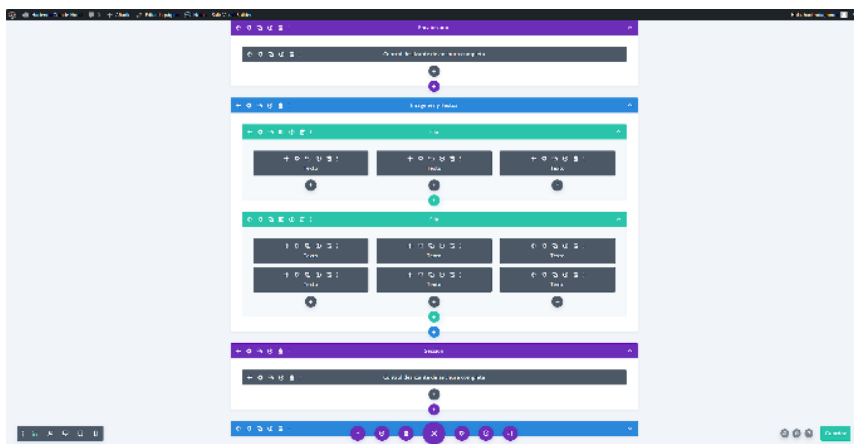
Ajustes iniciales del sitio web



Se utiliza la plataforma de WordPress para la elaboración del sitio web.

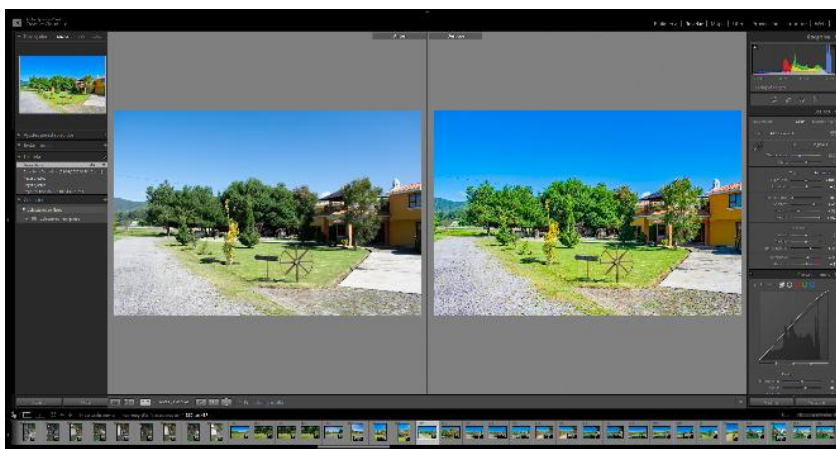
Antes de empezar con el proceso de diagramación y diseño se realizan algunos ajustes al sitio para que pueda funcionar de manera optima. Se designa la página de inicio, creación de páginas a utilizar, elaboración del menú de navegación y se instalan los plugins que se utilizarán para el desarrollo, construcción y optimización del sitio, también se agregan etiquetas, categorías y palabras clave que ayudan en la estrategia del sitio web.

Constructo visual Divi



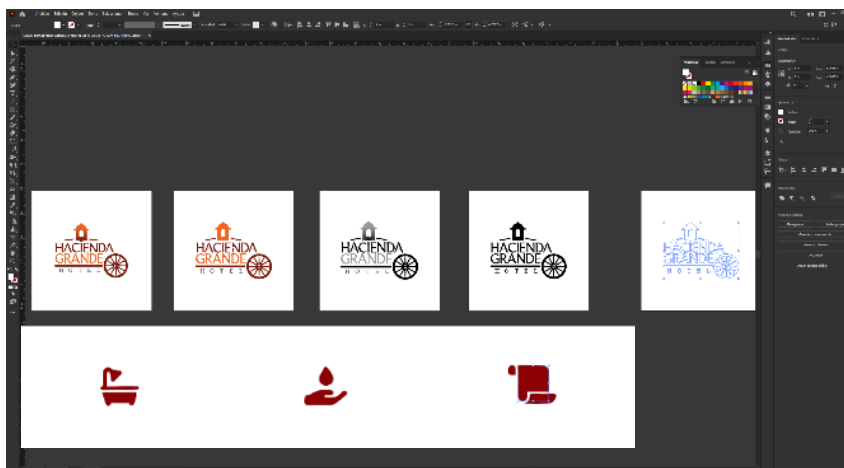
Divi es un plugin desarrollado para la plataforma WordPress que permite diagramar de manera visual una página web por medio de bloques, para la construcción del sitio se utilizaron bloques de textos, imágenes, botones, iconos de redes sociales y otras funcionalidades que fueron necesarias.

Edición de fotografías



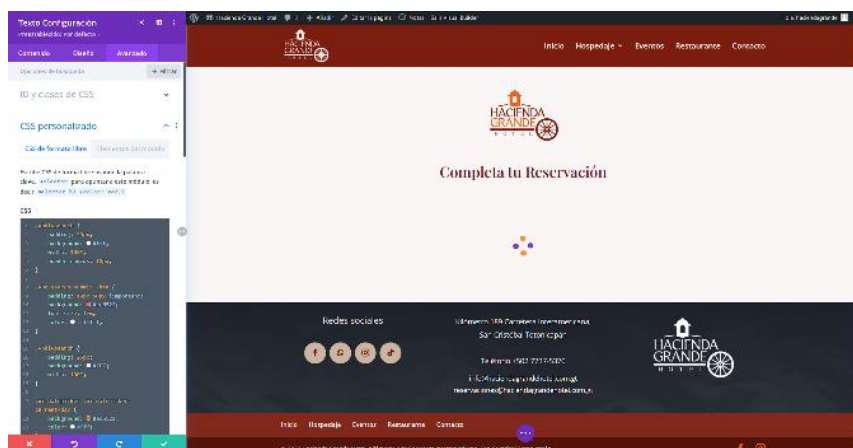
Las fotografías de las instalaciones, habitaciones y servicios se editaron y optimizaron para la plataforma web, esto para facilitar los tiempos de carga de la página y conserva la calidad de las fotografías.

Edición de iconos



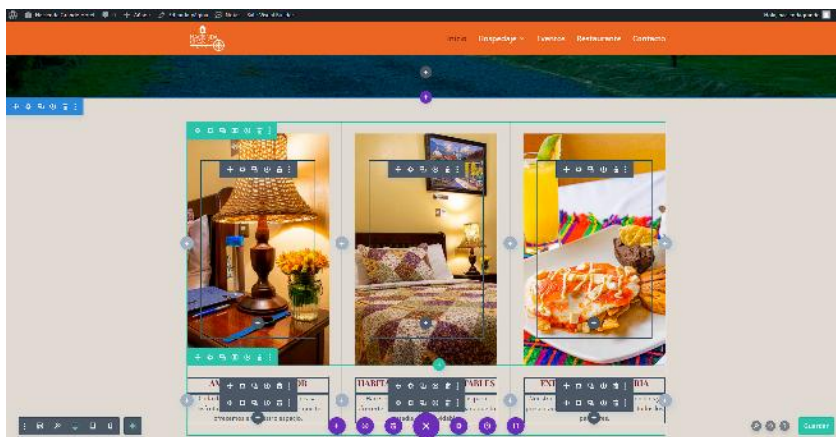
Se crearon variaciones del isotipo del hotel para cargarlas en el sitio web, se utilizarán para el menú de navegación, el pie de página y para otras secciones que lo requieran, también iconos para presentar las amenidades del hotel.

Código CSS



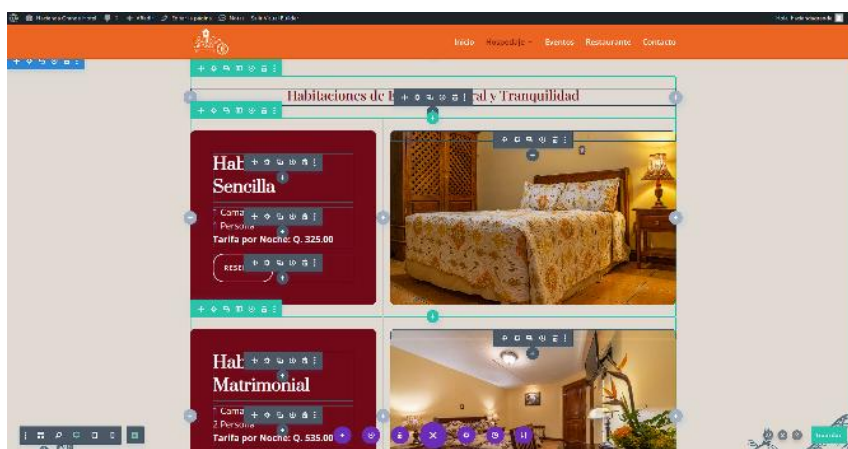
El constructor Divi permite añadir código css para la personalización del sitio web, se añadieron líneas de código para agregar colores y funcionalidades que no se encontraban disponibles en el constructor.

Página de inicio



Con la previa construcción de los bloques se empieza a remplazar todos los cuadros de texto y cuadros de imágenes con el contenido real de las fotografías y descripciones de los servicios del hotel.

Habitaciones



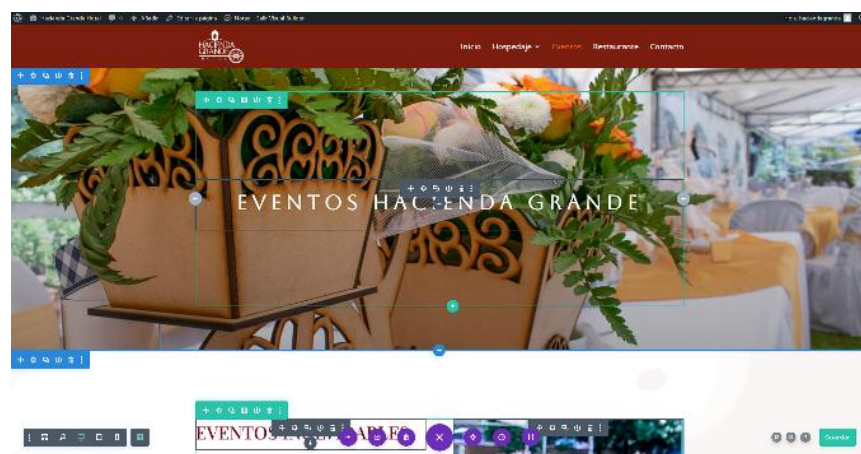
En la página de habitación se agregaron botones de reserva que redirigen al sistema de reservas para que el cliente pueda seleccionar los días que se quiere hospedar. Se establecieron iconos para presentar las comodidades con la que cuenta cada habitación y una galería para demostración de las demás áreas.

Cabaña



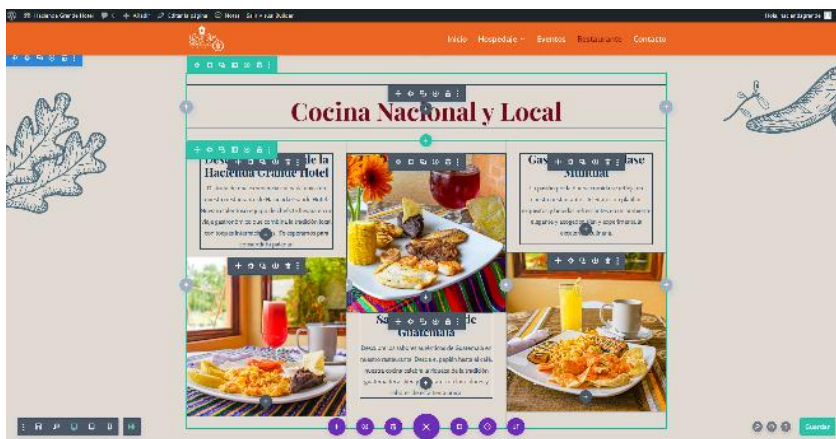
Se contempla el uso de tipografías que destaquen en los títulos y párrafos, se agregaron iconos para detallar los servicios añadidos, una galería fotográfica, contenido relevante de la cabaña y un botón de reservas.

Eventos



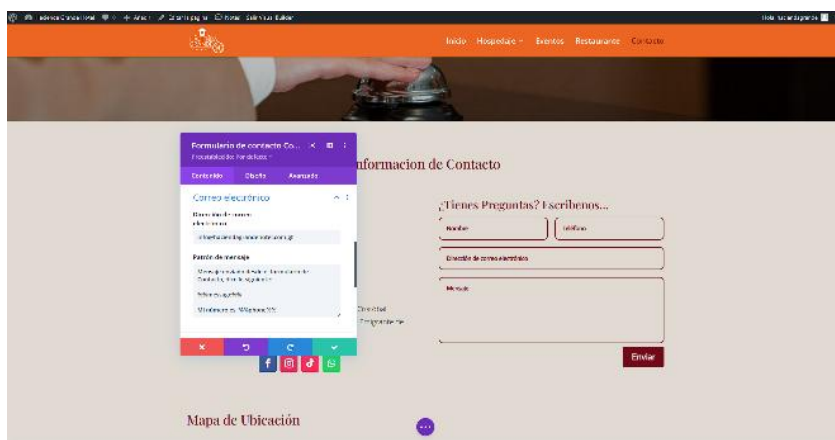
Se añaden texto e imágenes que realzan la belleza y elegancia de los eventos realizados en el hotel, para que convengan al cliente que es el mejor lugar para realizar su evento. También se agrega una galería y formulario de contacto para que cliente pueda solicitar una cotización.

Restaurante



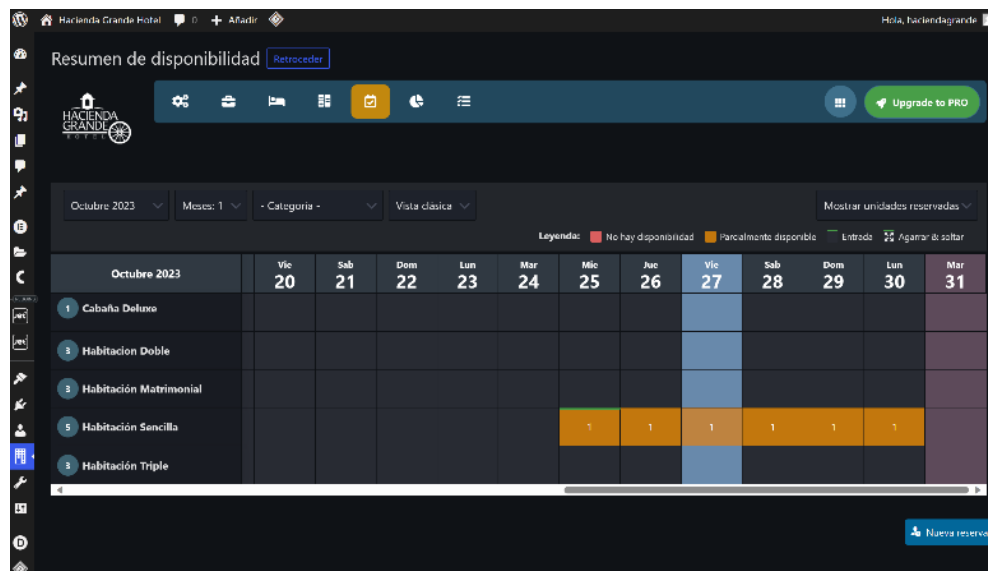
Demostración y descripción de algunos de los platillos que se sirven en el restaurante del hotel, la página cuenta con una pequeña sección para presentar parte del menú del hotel, se añade un botón para que se puede descargar el menú completo.

Contacto



La página de contacto cuenta con todas las informaciones necesarias para que el cliente pueda contactar al personal del hotel y un mapa de ubicación. En el desarrollo back-end se gestiona toda la funcionalidad de la página como es redirigir los formularios de contacto a los correos institucionales del hotel.

Sistema de reservas



Sistema de reservas que ayuda a gestionar y administrar el inventario de habitaciones, para que en la página web se puede dar una vista de disponibilidad por fechas y la cantidad de habitaciones que quedan disponibles, esto ayuda al cliente y al personal del hotel saber que habitaciones están disponibles. Se pueden añadir reservaciones de forma manual por si el cliente hace una reservación por llamada telefónica o redes sociales y se descuenta del inventario de habitaciones disponibles en la página web.

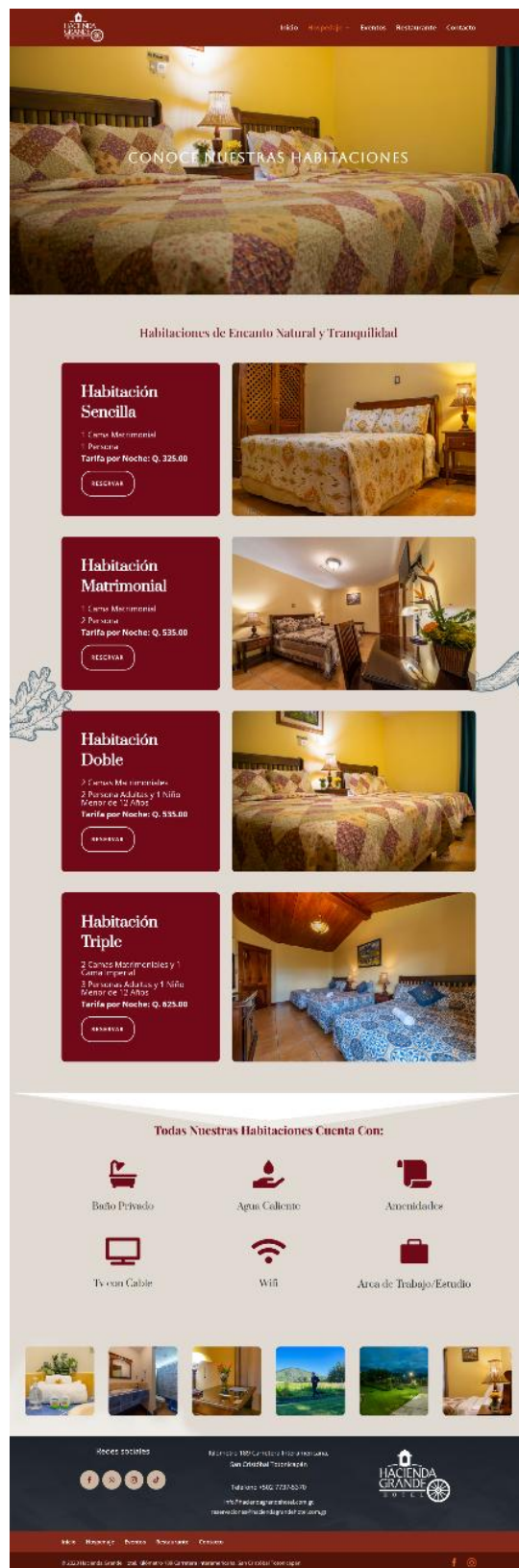
7.4 Propuesta preliminar

A continuación se presenta la propuesta preliminar, en este caso se realizó el diseño y desarrollo de un sitio web para la empresa Hacienda Grande Hotel, para presentar los servicios de hospedaje y eventos, inspirado en el concepto creativo “un ambiente de calidez y naturaleza”.

7.4.1 Página de inicio.



7.4.2 Página de habitaciones.



7.4.3 Página cabaña.

[Inicio](#)
[Reservar](#)
[Menú](#)
[Reservar](#)
[Contacto](#)

CABAÑA DELUXE

Conoce Nuestra Cabaña Deluxe

Naturaleza y Confort

El Cabaña Deluxe es una cabaña de lujo ubicada en el corazón de la naturaleza, rodeada por un paisaje impresionante. Ofrece una experiencia única de relax y confort, perfecta para quienes buscan desconectar de la rutina y disfrutar de la naturaleza.

La cabaña cuenta con una amplia terraza con vistas al jardín y al río, un área de parrilla, una piscina privada y un jacuzzi. También cuenta con una sala de estar con una gran chimenea, una cocina equipada y un dormitorio con una cama doble.

El Cabaña Deluxe es la opción perfecta para quienes buscan una experiencia única de relax y confort en la naturaleza.

GALERIA

Reserva Ahora

Sala Comedor

Dormitorio

Jacuzzi

Balcón

Jardín

2 Desayunos

Beneficios Incluidos

Conexión a internet inalámbrica y cable y servicio público.
 Acceso al jacuzzi y al área de parrilla, rodeado de naturaleza.
 Zona de fumadores.
 Piscina privada, hot tub y sauna.
 Área de estar, comedor.
 Piscina privada y jardín.
 Limpieza profesional, mantenimiento y seguridad.

Tarifa por noche

Q. 1,020.00

[Reservar](#)

Redes sociales

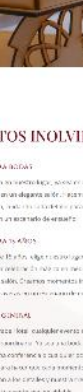
01 2345 6789
 01 2345 6789
 01 2345 6789

[Inicio](#)
[Reservar](#)
[Menú](#)
[Reservar](#)
[Contacto](#)

7.4.4 Página eventos.



[Inicio](#)
[Hospedaje](#)
[Comidas](#)
[Decoraciones](#)
[Contacto](#)



EVENTOS HACIENDA GRANDE

EVENTOS INOLVIDABLES

EVENTOS PARA NIÑOS
 Con una decoración sencilla, sencilla y creativa, los niños pasarán un día inolvidable en el jardín de la hacienda. Los niños podrán disfrutar de una gran variedad de actividades, como juegos, concursos, talleres, etc.

EVENTOS PARA ADULTOS
 Para los adultos, ofrecemos una gran variedad de actividades, como cenas, talleres, etc. Los adultos podrán disfrutar de una gran variedad de actividades, como cenas, talleres, etc.

EVENTOS DE GRUPO
 La hacienda ofrece una gran variedad de actividades para grupos, como cenas, talleres, etc. Los grupos podrán disfrutar de una gran variedad de actividades, como cenas, talleres, etc.



Galería





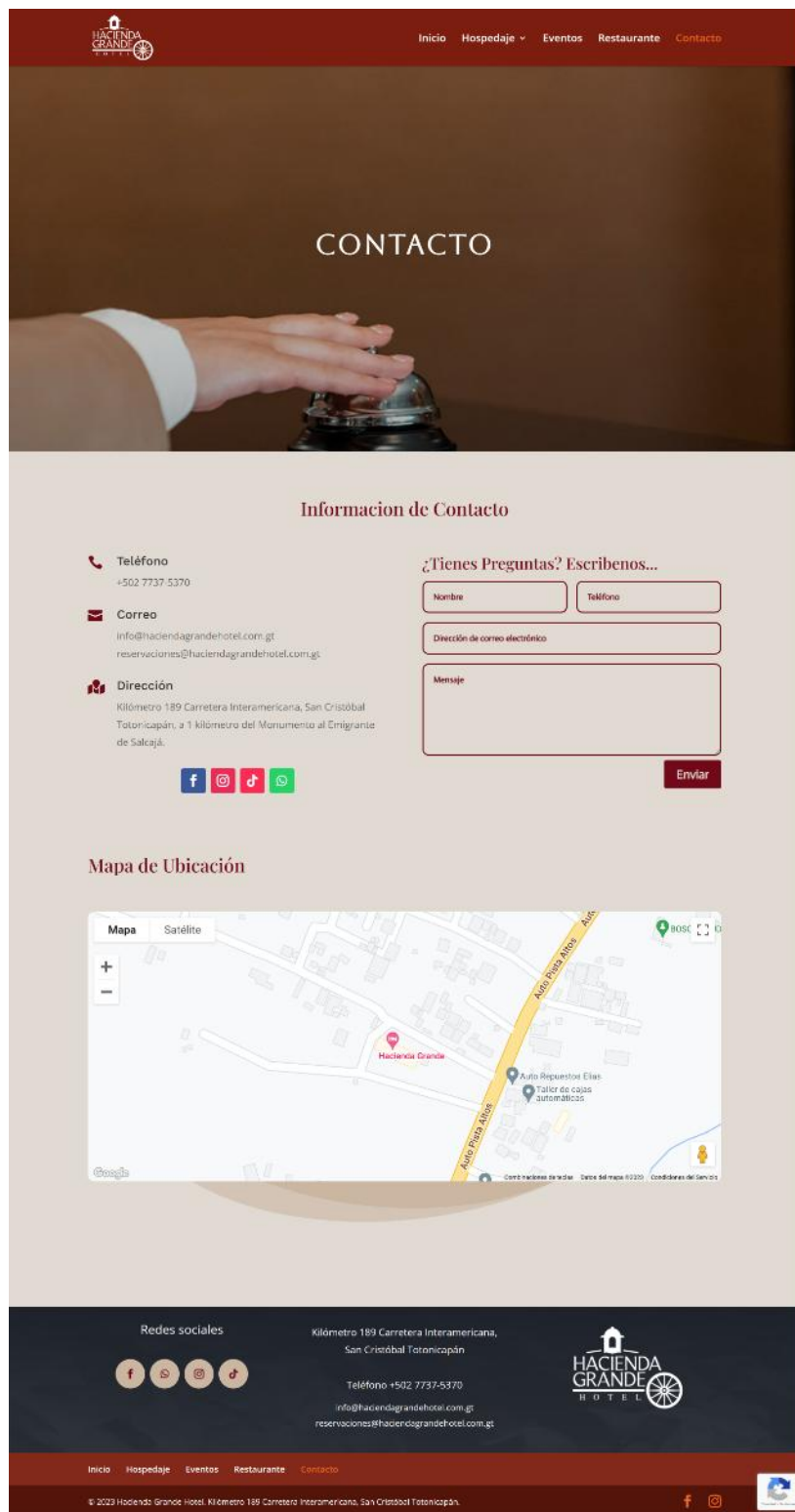





7.4.4 Página restaurante.



7.4.4 Página de contacto.



Capítulo VIII

Capítulo VIII: Validación técnica

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

La herramienta que se utilizará es una encuesta de respuesta múltiple que se aplicará a 2 clientes, 8 personas, hombres y mujeres que conforman el grupo objetivo y, 10 hombres y mujeres, expertos en el área de comunicación y diseño.

8.1 Población y muestreo

Las encuestas se realizan a 25 personas, dividida en 3 grupos.

Cliente: La validación se hará con dos personas representantes del hotel.

Erick Alberto Pac y Pac (Propietario) y Lys Mariela Tamaris Vicente (Gerente del hotel)

Expertos: Profesionales con experiencia en el área de comunicación y diseño gráfico.

Dentro de este grupo se ha tomado la validación de 8 licenciados de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de Universidad Galileo.

- Licda Velia Alejandra
- Lic. Bryan Castro
- Licda Karin Eli
- Lic Fredy López
- Licda Johana Orozco
- Lic Luis Alfredo Peña Ochoa
- Licda Guadalupe Chavarria
- Lic Rodolfo Custodio

Grupo objetivo: Hombres y mujeres entre 20 a 60 años con un nivel socioeconómico AB y B

8.2 Método e instrumento

Como método cualitativo se hará uso de un documento con hipervínculos que lleven a los encuestados a la plataforma donde podrán observar el proyecto.

En esta se aplicará una técnica cuantitativa, por medio de una encuesta electrónica que se conformará por:

- Parte Objetiva: Consta de cinco preguntas relacionadas a los objetivos establecidos en el proyecto, con respuestas dicotómicas de sí y no.
- Parte Semiológica: Evalúa los elementos de diseño como: tipografías, colores, ilustración, diagramación y lenguaje. Se realizarán cinco preguntas en base a la escala de Likert que establece un mínimo de tres variables como respuesta.
- Parte Operativa: Evalúa principalmente la funcionalidad de la propuesta. Se realizarán seis preguntas en base a la escala de Likert que establece un mínimo de tres variables como respuesta.

Modelo de encuesta:



UNIVERSIDAD GALILEO
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Licenciatura en Comunicación y Diseño
Proyecto de Tesis

Nombre: _____ **Género:** M _____ F _____

Profesión: _____ **Años de experiencia:** _____

Edad: _____

Grupo al que pertenece:

Cliente _____ **Grupo objetivo** _____ **Experto** _____

VALIDACIÓN DE PROYECTO 2023

Tema:

Diseño de página web para promocionar entre clientes reales y potenciales, los servicios de hospedaje y eventos que ofrece Hacienda Grande Hotel, San Cristóbal, Totonicapán, Guatemala 2023.

ANTECEDENTES:

Hacienda Grande Hotel, es una Sociedad Anónima, registrada bajo el nombre de Administración de Proyectos y Negocios Diversos, S.A constituida el 8 de febrero del 2005 y abre sus puertas el 14 de septiembre del 2007. Se ubica en San Cristóbal, Totonicapán, brinda servicios de hospedaje y eventos para cualquier ocasión. Luego expande sus servicios con una cabaña deluxe en el año 2012, se establece como el primer hotel 3

estrellas del departamento de Totonicapán, según la calificación brindada por el Instituto Guatemalteco de Turismo INGUAT.

Actualmente el hotel no cuenta con un medio de comunicación eficaz que ayude a promocionar y dar a conocer los servicios de hospedaje y eventos. Teniendo en cuenta esta limitante se plantea el diseño de un material digital que sea de utilidad para dar a conocer a los clientes dichos servicios, esto solucionar los problemas de comunicación y promoción que se tiene, por no contar con el medio adecuado.

INSTRUCCIONES:

Con la información anterior, observe la página web y responda las siguientes preguntas seleccionando la opción que considere correcta según su criterio.

Link: <https://haciendagrandehotel.com.gt/>

PARTE OBJETIVA

1. ¿Considera necesario diseñar una página web para promocionar entre clientes reales y potenciales, los servicios de hospedaje y eventos que ofrece Hacienda Grande Hotel?

SI____ **NO**____

2. ¿Cree que es necesario investigar términos, conceptos y tendencias de diseño web, a través de fuentes bibliográficas que respalden la propuesta de diagramación, experiencia de usuario y diseño, que será visualizada por el público objetivo?

SI____ **NO**____

3. ¿Considera necesario recopilar información sobre los servicios, eventos y características distintivas de Hacienda Grande Hotel, para garantizar que la página web refleje de manera completa y precisa las cualidades del hotel hacia los clientes?

SI____ **NO**____

4. ¿Cree que es necesario diagramar una interfaz atractiva e intuitiva por medio de software especializado en el desarrollo de página web, para reflejar la identidad visual del hotel?

SI____ **NO**____

5. ¿Cree relevante incluir fotografías de las características de los servicios de hospedaje y eventos para generar contenido visual que facilite la interacción del usuario dentro de la página web?

SI____ **NO**____

PARTE SEMIOLÓGICA

6. ¿Considera que los colores utilizados en la página web representan la identidad de Hacienda Grande Hotel?

Representativo____ **Poco Representativo**____ **Nada Representativo**____

7. ¿Cree que la tipografía utilizada en el diseño de la página web es apropiada para la lectura y comprensión de la información?

Apropiada____ **Poco Apropiada**____ **Nada Apropiada**____

8. ¿Considera que las ilustraciones y fotografías utilizadas en la página web proyectan de manera adecuada los servicios e instalaciones que brinda el hotel a sus clientes?

Adecuada_____ **Poco Adecuada**_____ **Nada Adecuada**_____

9. ¿Cree que la composición y diagramación de la página web es apropiada para facilitar la navegación y experiencia de usuario?

Apropiada_____ **Poco Apropiada**_____ **Nada Apropiada**_____

10. ¿Considera que el lenguaje y redacción utilizados en los textos en la página web es adecuado para transmitir de manera convincente los servicios que el hotel ofrece?

Adecuado_____ **Poco Adecuado**_____ **Nada Adecuado**_____

PARTE OPERATIVA

11. ¿Considera que el tiempo de carga y rendimiento de la página web es adecuado para no perder el interés del cliente?

Adecuado_____ **Poco Adecuado**_____ **Nada Adecuado**_____

12. ¿Cree que el uso de botones de redes sociales y formularios de contacto dentro del sitio web son necesarios para generar una comunicación fluida con los clientes y el hotel?

Necesarios_____ **Poco Necesarios**_____ **Nada Necesarios**_____

13. ¿Considera que la adaptabilidad de la página web en cualquier dispositivo móvil es necesaria para facilitar el acceso a la misma?

Necesario____ **Poco Necesario**____ **Nada Necesario**____

14. ¿Considera que la estructura del menú principal la página web es apropiada para facilitar la navegación dentro de la página web?

Apropiada____ **Poco Apropiada**____ **Nada Apropiada**____

15. ¿Cree que las dimensiones de las imágenes y galerías son funcionales para la presentación de los servicios e instalaciones que ofrece el hotel?

Funcionales____ **Poco Funcionales**____ **Nada Funcionales**____

16. ¿Considera que la página web cumple con el objetivo de promocionar los servicios de hospedaje y eventos que ofrece el hotel?

Mucho____ **Poco**____ **Nada**____

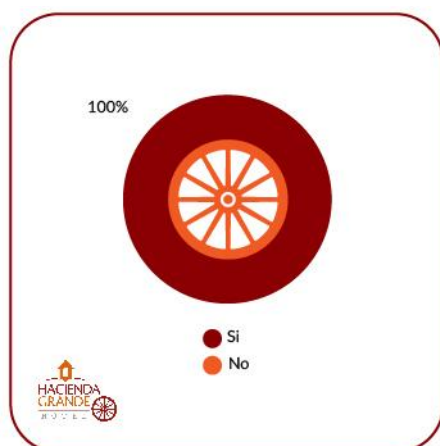
A CONTINUACIÓN PUEDE ESCRIBIR CUALQUIER OBSERVACIÓN QUE CONSIDERE NECESARIA Y QUE ESTÉ ORIENTADA A MEJORAR LA EFECTIVIDAD DE LA PÁGINA WEB:

“MUCHAS GRACIAS POR SU TIEMPO Y VALIOSA EXPERIENCIA PARA VALIDAR ESTE PROYECTO”

8.3 Resultados e interpretación de resultados

Parte objetiva.

1. ¿Considera necesario diseñar una página web para promocionar entre clientes reales y potenciales, los servicios de hospedaje y eventos que ofrece Hacienda Grande Hotel?

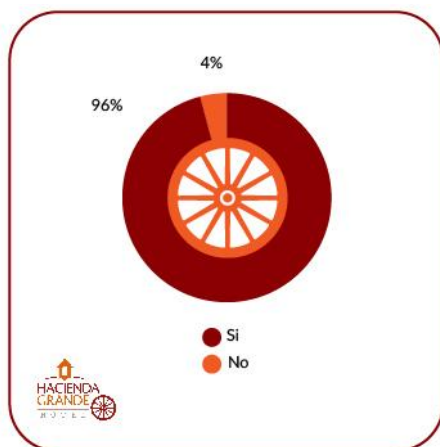


Interpretación: El 100% de los encuestados

considera necesario diseñar una página web.

La información se utilizará para promocionar, los servicios de hospedaje y eventos que ofrece Hacienda Grande Hotel.

2. ¿Cree que es necesario investigar términos, conceptos y tendencias de diseño web, a través de fuentes bibliográficas que respalden la propuesta de diagramación, experiencia de usuario y diseño, que será visualizada por el público objetivo?



Interpretación: El 96%, opina que es necesario

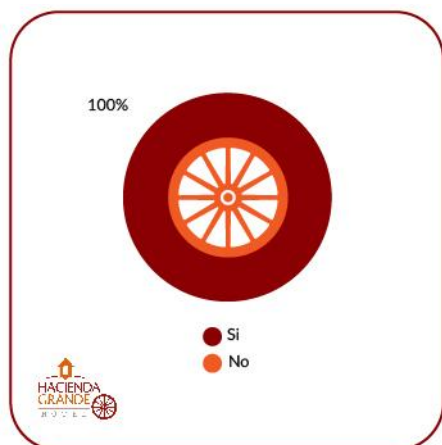
llevar a cabo una investigación previa. Esto

respalda la investigación en fuentes

bibliográficas especializadas en diseño web

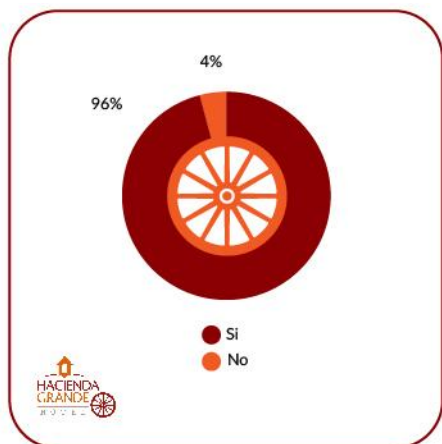
para crear una propuesta sólida y efectiva.

3. ¿Considera necesario recopilar información sobre los servicios, eventos y características distintivas de Hacienda Grande Hotel, para garantizar que la página web refleje de manera completa y precisa las cualidades del hotel hacia los clientes?



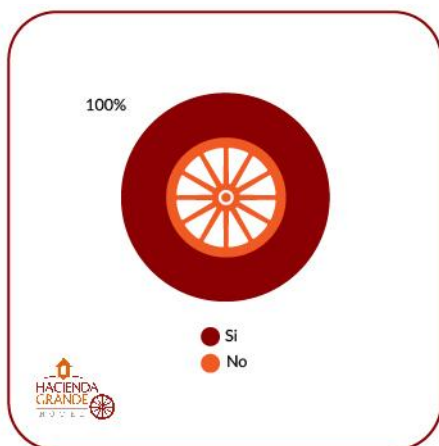
Interpretación: El 100% de los encuestados respondió afirmativamente, este resultado sugiere que todos los participantes consideran crucial obtener y presentar de manera integral la información sobre los servicios, eventos y características distintivas del hotel en su sitio web.

4. ¿Cree que es necesario diagramar una interfaz atractiva e intuitiva por medio de software especializado en el desarrollo de página web, para reflejar la identidad visual del hotel?



Interpretación: El 96% de los encuestados considera necesario diagramar una interfaz web atractiva e intuitiva. El 4% considera que no es necesario. La información obtenida servirá para fortalecer la interfaz y reflejar la identidad visual del hotel.

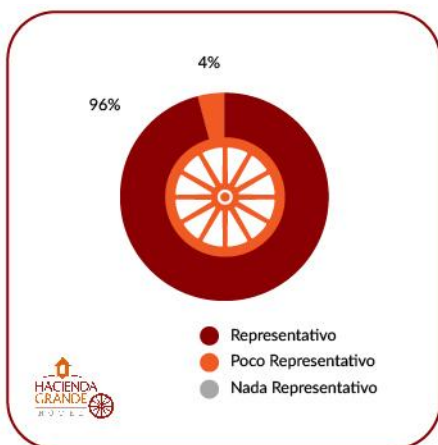
5. ¿Cree relevante incluir fotografías de las características de los servicios de hospedaje y eventos para generar contenido visual que facilite la interacción del usuario dentro de la página web?



Interpretación: El 100% de los encuestados opina que es relevante incluir fotografías de los servicios del hotel para generar contenido visual. La información obtenida servirá para incorporar fotografías que representen visualmente los servicios de hospedaje y eventos dentro del sitio web.

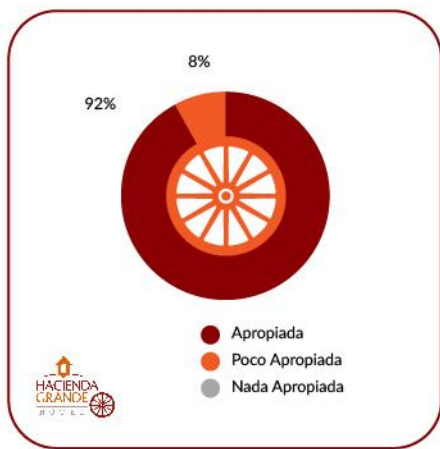
Parte semiológica

6. ¿Considera que los colores utilizados en la página web representan la identidad de Hacienda Grande Hotel?



Interpretación: El 96% de los encuestados considera que los colores utilizados en la página representan la identidad de Hacienda Grande Hotel. El 4% considera que poco representativo. La información obtenida se utilizará para ajustar la paleta de colores y lograr fortalecer la identidad del hotel.

7. ¿Cree que la tipografía utilizada en el diseño de la página web es apropiada para la lectura y comprensión de la información?



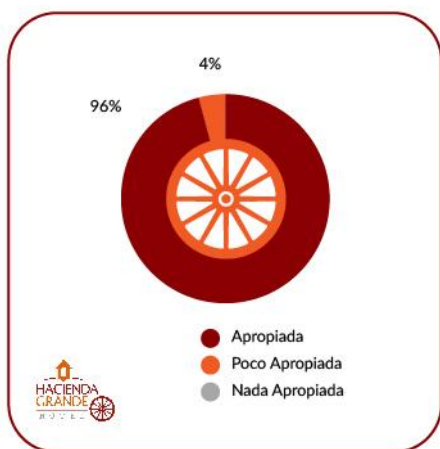
Interpretación: El 92% de los encuestados considera que la tipografía es apropiada y respaldan la elección tipográfica en la página web. El 8% que considera que la tipografía es poco apropiada. La información obtenida justifica el cambio a una tipografía que resulte más apropiada para la comprensión y legibilidad de la información en la página web.

8. ¿Considera que las ilustraciones y fotografías utilizadas en la página web proyectan de manera adecuada los servicios e instalaciones que brinda el hotel a sus clientes?



Interpretación: El 100% de los encuestados, considera que las ilustraciones y fotografías son adecuadas. La información obtenida se utilizará para proyectar de manera adecuada los servicios e instalaciones del hotel a través de fotografías e ilustraciones.

9. ¿Cree que la composición y diagramación de la página web es apropiada para facilitar la navegación y experiencia de usuario?



Interpretación: El 96% de los encuestados considera que la composición y diagramación son apropiadas. El 4% opina que la composición y diagramación son poco apropiadas. La información obtenida justifica el cambio en la diagramación de algunas páginas para presentar de manera apropiada la información en la página web.

10. ¿Considera que el lenguaje y redacción utilizados en los textos en la página web es adecuado para transmitir de manera convincente los servicios que el hotel ofrece?



Interpretación: El 92% de los encuestados considera que el lenguaje y la redacción son adecuados. El 8% que opina que el lenguaje y la redacción son poco adecuados. La información obtenida se utilizará para mejorar áreas donde el lenguaje o redacción no sean claros o poco detallados con respecto a cómo se presentan los servicios del hotel en el sitio web.

Parte operativa

11. ¿Considera que el tiempo de carga y rendimiento de la página web es adecuado para no perder el interés del cliente?



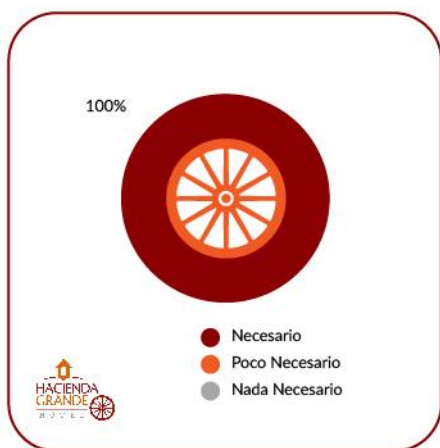
Interpretación: El 96% de los encuestados considera que el tiempo de carga y rendimiento son adecuados. El 4% que opina que el tiempo de carga y rendimiento son poco adecuados. La información obtenida se utilizará para mejorar la velocidad de carga y rendimiento de la página web.

12. ¿Cree que el uso de botones de redes sociales y formularios de contacto dentro del sitio web son necesarios para generar una comunicación fluida con los clientes y el hotel?



Interpretación: El 100% de los encuestados, indica que es necesario el uso de botones de redes sociales y formularios de contacto. La información obtenida se utilizará para facilitar una comunicación entre el hotel y sus clientes a través del sitio web.

13. ¿Considera que la adaptabilidad de la página web en cualquier dispositivo móvil es necesaria para facilitar el acceso a la misma?



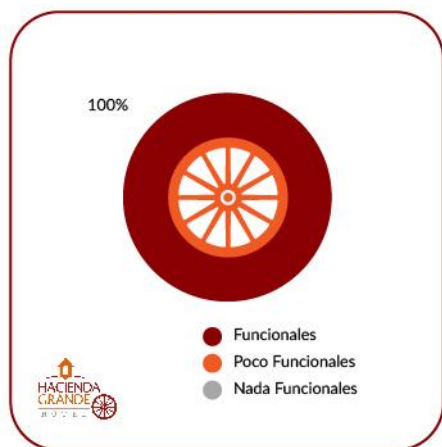
Interpretación: El 100% opina que es necesario que la página web se adapte en cualquier dispositivo móvil para facilitar el acceso en cualquier momento. La información obtenida se utilizará para adatar todo el contenido de la página web para dispositivos móviles, conservando el diseño y proporción.

14. ¿Considera que la estructura del menú principal la página web es apropiada para facilitar la navegación dentro de la página web?



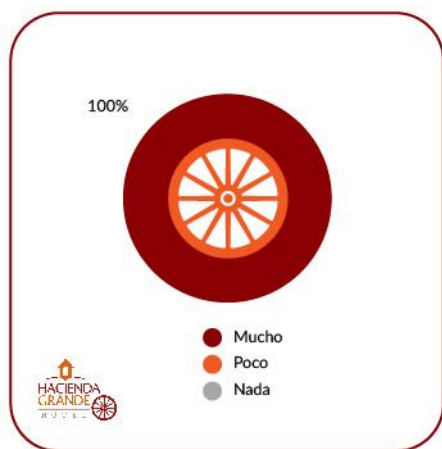
Interpretación: La totalidad de los encuestado, considera que la estructura del menú principal es apropiada. La información obtenida se utilizará para facilitar la navegación dentro de la página web y genera una satisfactoria experiencia de usuario.

15. ¿Cree que las dimensiones de las imágenes y galerías son funcionales para la presentación de los servicios e instalaciones que ofrece el hotel?



Interpretación: El 100% de los encuestados, opina que las dimensiones de las imágenes y galerías son funcionales. La información obtenida se utilizará optimizar el tamaño y la disposición de las imágenes para la presentación de los servicios e instalaciones del hotel en la página web.

16. ¿Considera que la página web cumple con el objetivo de promocionar los servicios de hospedaje y eventos que ofrece el hotel?



Interpretación: La totalidad de los encuestados, considera que la página web cumple con los objetivos. La información obtenida se utilizará para promocionar los servicios de hospedaje y eventos del hotel, de manera adecuada y eficaz hacia los clientes.

8.4 Observaciones de la validación

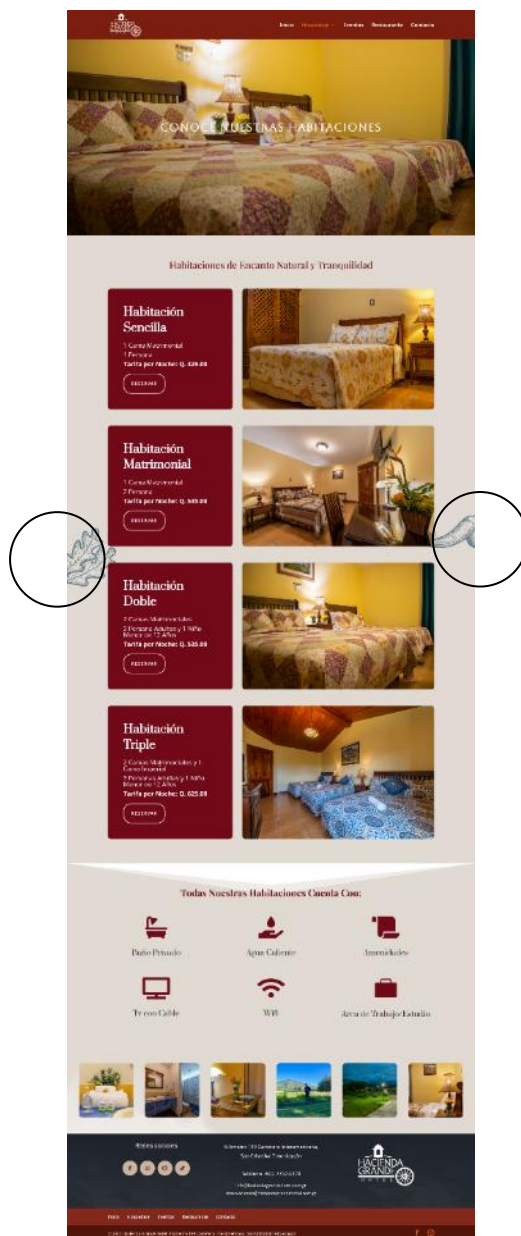
Las observaciones encontradas en la validación por parte de los encuestados son las siguientes:

- Eliminar las ilustraciones, que están en la parte de atrás de las fotografías.
- Mejorar la foto del hotel donde aparece el exterior edificios en color amarillo.
Fácil de manejar. Da seguridad ingresar a la página
- Debe de integrar un botón con los términos e información legal que describa los ítems de las reservas, cancelación de reserva y garantía de reserva para seguridad de clientes.
- En el apartado de eventos podrían incluir cual es la capacidad de aforo de la hacienda
- No vi ningún apartado de actividades que podrían hacer niños o familias en conjunto aparte de relajarse
- Utilizar solo 2 tipografías máximo
- Mejorar el banner de inicio en relación con las fotografías y texto
- Iconos en valores
- Mejorar diagramación de la página cabaña
- Cambiar banner de contacto
- Visibilidad de algunos textos y mostrar de una forma dinámica lugares cercanos o lugares turísticos cercanos al hotel

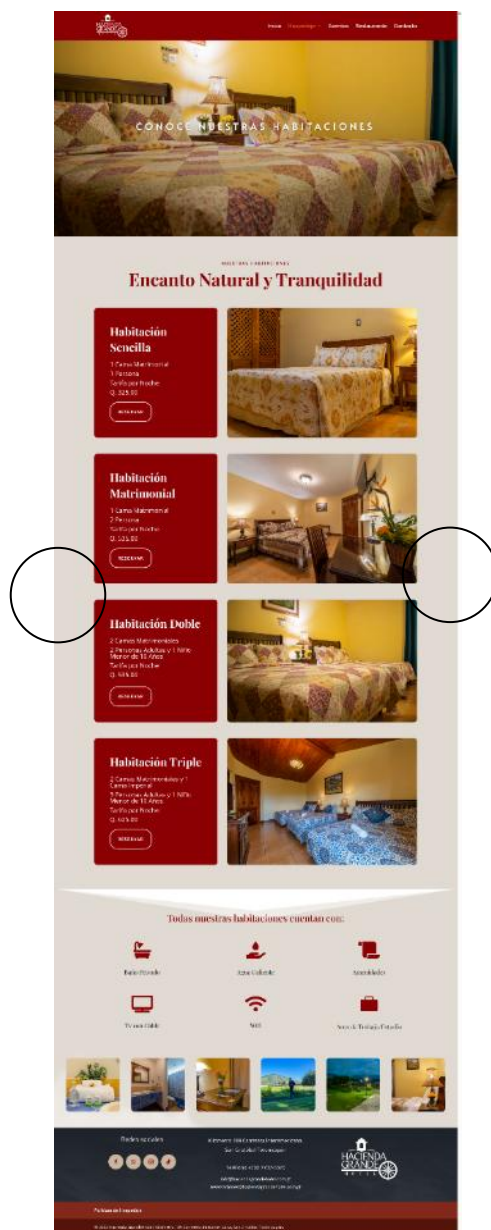
8.5 Cambios con base a resultados

8.5.1 Ilustraciones de fondo:

Antes:



Después:



Justificación: Después de la validación, se determinó quitar las ilustraciones que se ubicaban detrás de algunos elementos, esto con el fin de no sobre cargar la composición de la página web y también por que algunos elementos cubrían parcialmente las ilustraciones y no se apreciaban en su totalidad, la única página que cuenta con dichas ilustraciones es la página de restaurante debido a que los elementos no interfieren con otros.

8.5.2 Mejoras en fotografías y demostración de actividades

Antes:



Después:



Justificación: Se editaron algunas fotografías de las galerías de la página web debido a que no poseían la calidad suficiente o estaban muy oscuras. De igual manera se agregaron fotografías que destaque las actividades que se pueden realizar en el hotel como, atletismo, descanso en las hamacas y espacios de trabajo, anteriormente solo se presentaban fotografías de las habitaciones.

8.5.3 Tabla de capacidad de aforo de los eventos

Antes:



¿Quieres una cotización personal? Escríbenos.

Nombre

Teléfono

Dirección de correo electrónico

Mensaje

Enviar

Después:



Capacidad de Aforo

Eventos en Jardín Paquete Completo	Eventos en Jardín Solo alquiler de áreas verdes y jardín	Eventos en Salón Paquete Completo
150 personas	300 a 500 personas	90 personas
• Servicio completo • Alimentación • Mobiliario y equipo	• Alquiler de áreas verdes y jardín • Mobiliario y equipo limitados • No incluye alimentación	• Servicio completo • Alimentación • Mobiliario y equipo

¿Quieres una cotización personal? Escríbenos.

Nombre

Teléfono

Dirección de correo electrónico

Mensaje

Enviar

Justificación: En la página de eventos se agregó una tabla para dar a conocer la capacidad de aforo de las diferentes instalaciones con las que cuenta el hotel, esto para dar una idea al cliente de la capacidad de invitados que podrá recibir según que opción elija.

8.5.4 Botón de políticas de hospedaje e información

Antes:



Después



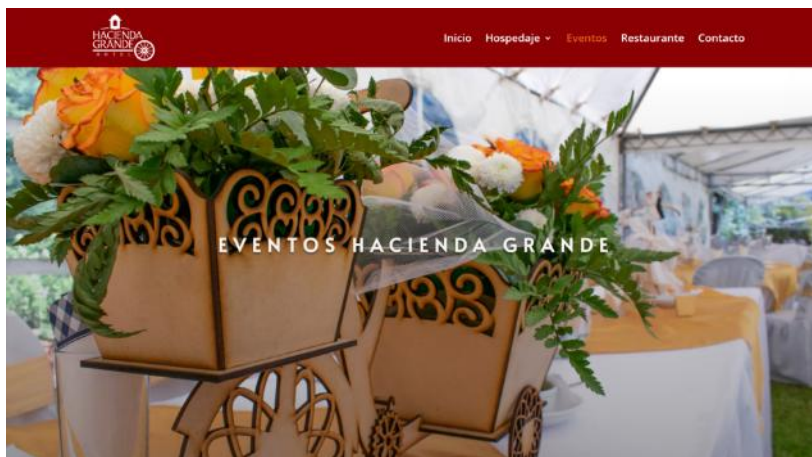
Justificación: Debido a la falta de un botón que dirija a una página que detalle las políticas de hospedaje e información general, se decidió quitar el menú del pie de página y agregar en ese lugar el botón de políticas, las mismas se presentan en el momento de generar una reserva ya que el cliente tiene que aceptar las condiciones para poder hacer la reservación de una habitación dentro de la página web.

8.5.5 Solo dos tipografías

Antes:



Después



Justificación: Durante el proceso de validación se detectó el uso de 3 tipografías distintas y se determinó utilizar solo dos para mantener una línea de diseño y que no se pierda la identidad de la página web al momento de cambiar entre las distintas páginas del sitio web. También se redujo el tamaño de los títulos debido a problemas con la adaptabilidad en dispositivos móviles.

8.5.6 Mejoras en el banner de inicio fotografías y texto

Antes:



Después:



Justificación: Se aplicaron los cambios relacionados a las observaciones sobre la estructura del banner de la página de inicio, debido a que las fotografías elegidas no eran las más adecuadas, se cambió la tipografía por una que pueda ser más legible y destaque en el banner.

8.5.7 Iconos de valores y carrusel de lugares turísticos cercanos

Antes:



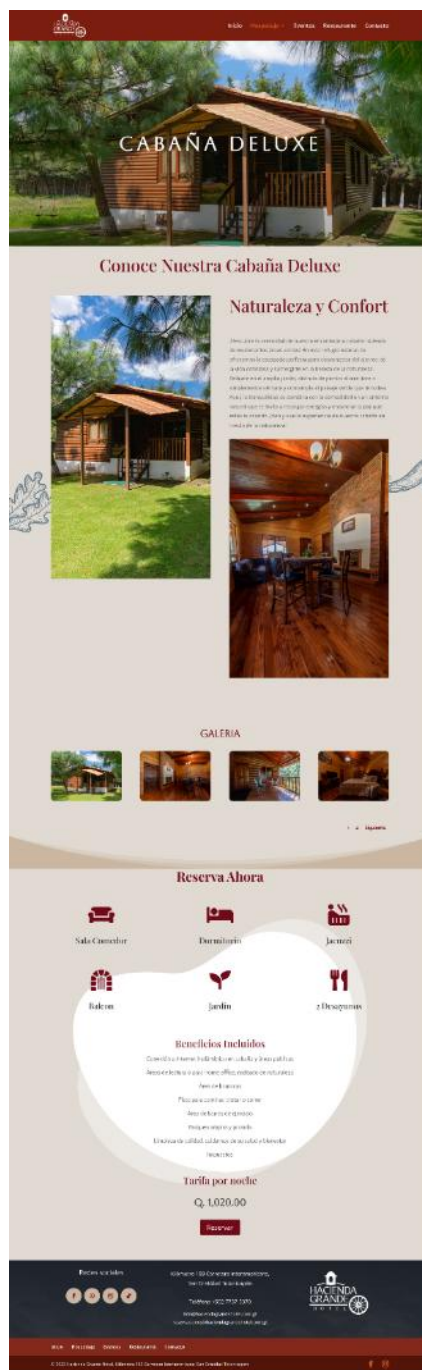
Después:



Justificación: Una observación obtenida del cliente era implementar de manera dinámica demostraciones de lugares turísticos cercanos al hotel para dar referencias a los clientes. También se agregaron iconos a los valores porque la composición anterior no era la ideal para presentarlo y rompía los espacios entre cada columna.

8.5.8 Mejora en la diagramación de la página cabaña deluxe

Antes:



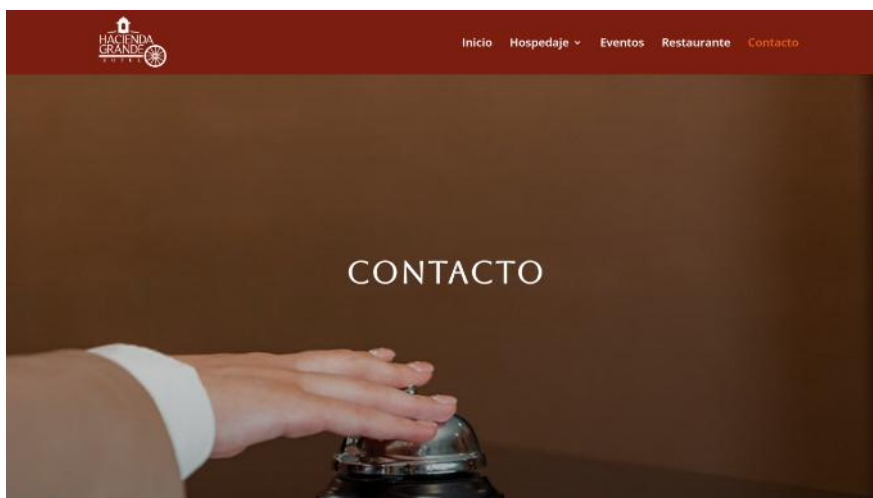
Después:



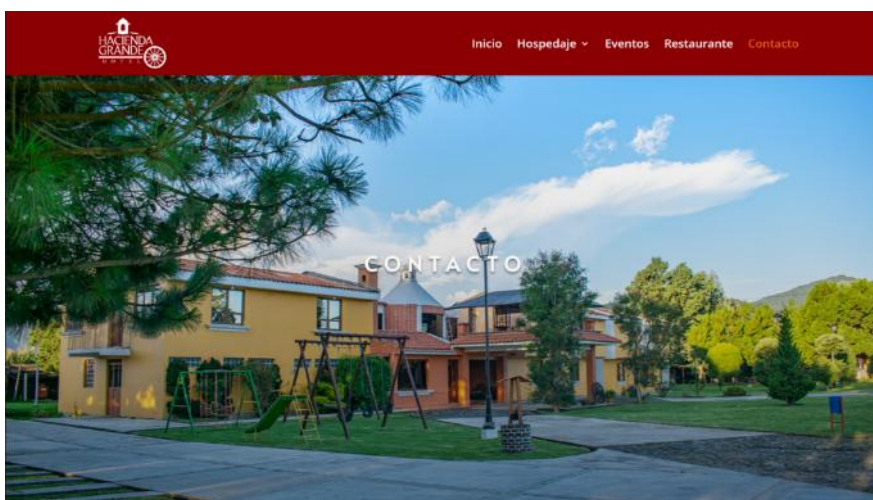
Justificación: Se cambió la diagramación de la página cabaña deluxe, debido a que la composición anterior no era adecuada ya que algunas imágenes salían del margen y añadían espacios vacíos, no aportaba una experiencia de usuario agradable.

8.5.9 Cambio de fotografía en el banner de contacto

Antes:



Después:



Justificación: En esta sección de la página de contacto se cambió la fotografía del fondo debido a que solo se muestra una mano tocando el timbre de la recepción creando solo un recorte. Por recomendaciones de expertos se cambió la fotografía a una de las instalaciones del hotel.

Capítulo IX

Capítulo IX: Propuesta gráfica final

A continuación, se presenta el proyecto final con los resultados obtenidos en la validación, se hicieron los cambios y ajustes necesario para mejorar la funcionalidad y visibilidad del sitio web para que cumpla con el objetivo deseado.

Paleta de colores



Tipografías

Playfair Display

Regular

a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z

Bold

a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z

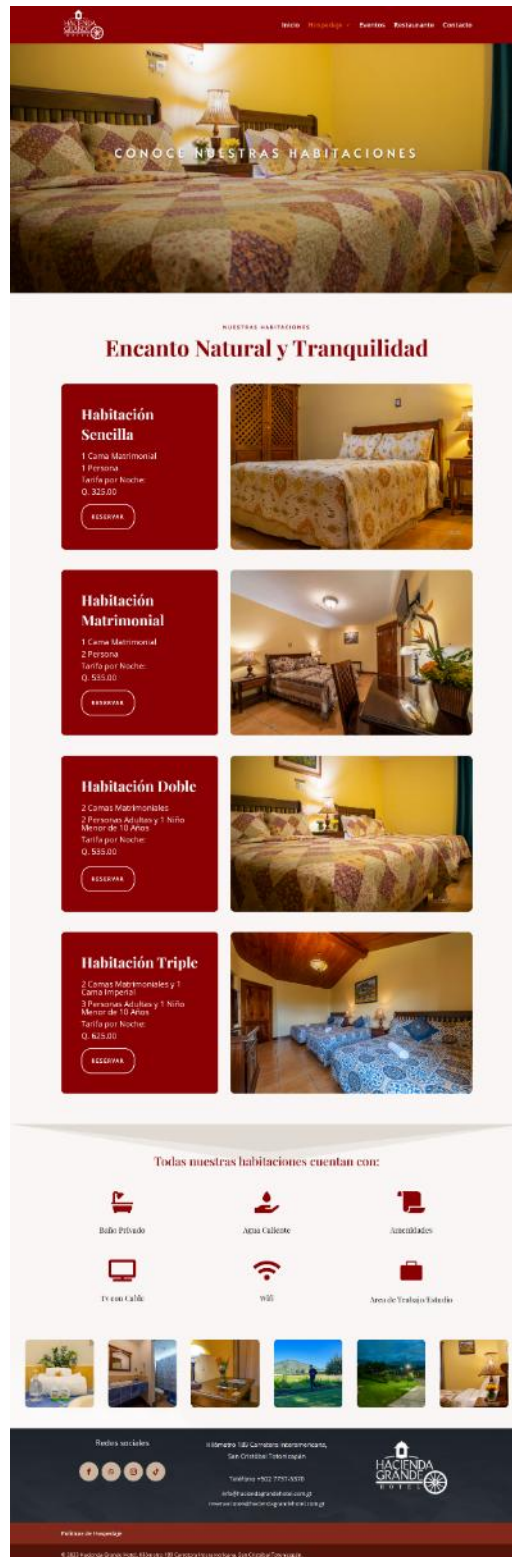
Alata

Regular

a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z

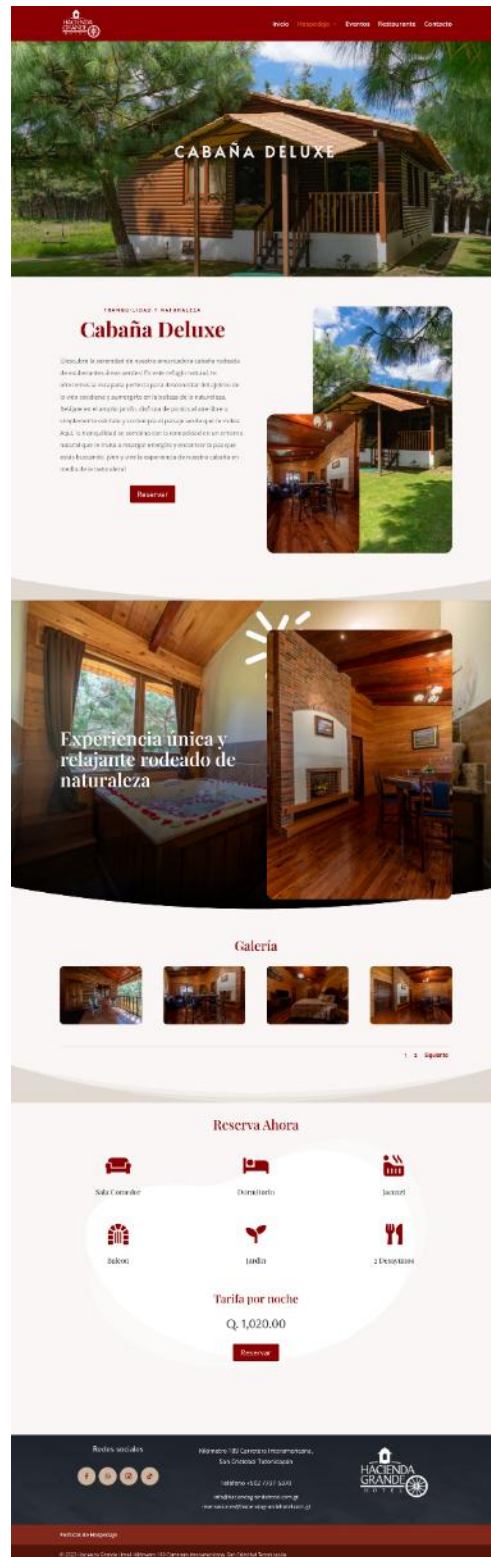
Página habitaciones

Medidas 1366px x 3935px



Página cabaña deluxe

Medidas 1366px x 4150px



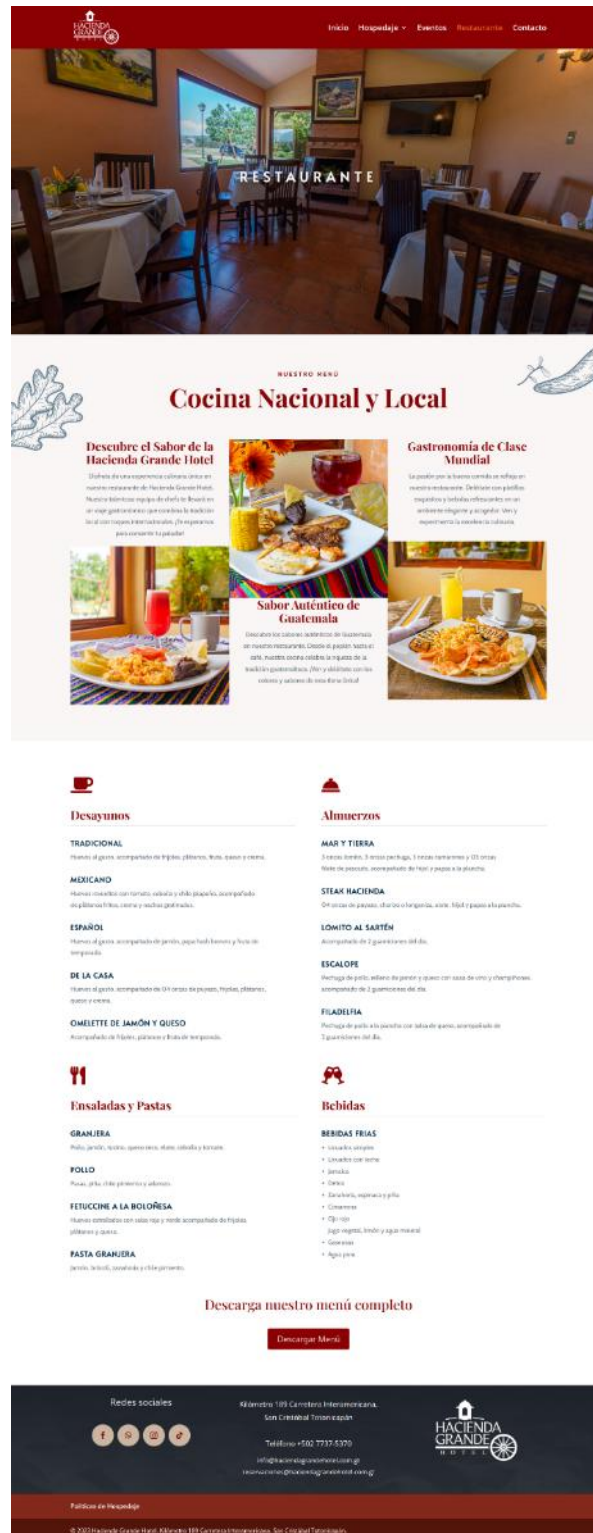
Página eventos

Medidas 1366px x 4650px

[illegible]

Página restaurante

Medidas 1366px x 3375px



Página contacto

Medidas 1366px x 2440px


[Inicio](#)
[Hospedaje](#)
[Eventos](#)
[Restaurante](#)
[Contacto](#)



COMUNICATE CON NOSOTROS

Información de Contacto



Teléfono
+502 7737-5370



Correo
info@haciendagrandehotel.com.gt
reservaciones@haciendagrandehotel.com.gt



Dirección
Kilómetro 189 Carretera Interamericana, San Cristóbal Totonicapán, a 1 kilómetro del Monumento al Emigrante de Salcajá.






¿Tienes Preguntas? Escríbenos.

Mapa de Ubicación



Redes sociales






Kilómetro 189 Carretera Interamericana,
San Cristóbal Totonicapán

Teléfono +502 7737-5370
info@haciendagrandehotel.com.gt
reservaciones@haciendagrandehotel.com.gt

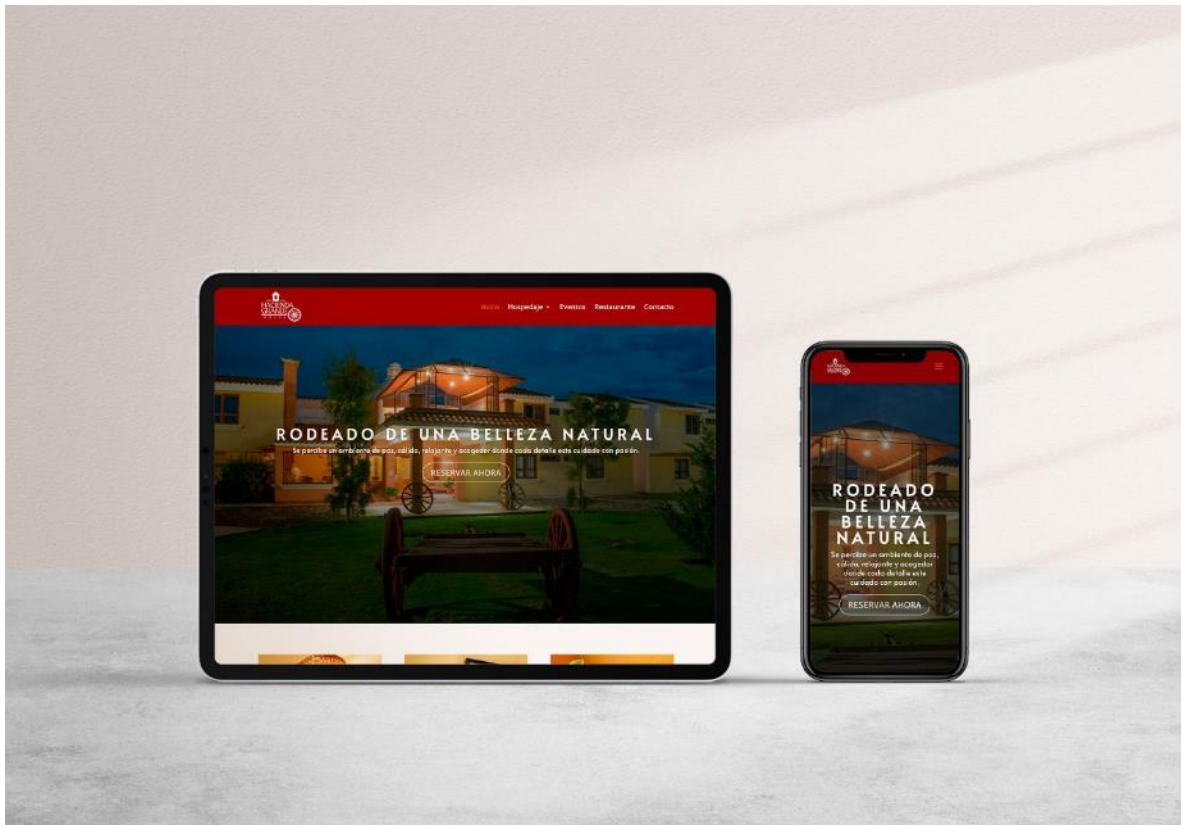


Políticas de Hospedaje

© 2023 Hacienda Grande Hotel, Kilómetro 189 Carretera Interamericana, San Cristóbal Totonicapán.



Adaptación a dispositivos



Capítulo X

Capítulo X: Producción, reproducción y distribución

10.1 Plan de costos de elaboración

Para la etapa de conceptualización, bocetaje y propuesta preliminar se trabajaron 200 horas, en un periodo de 8 semanas a un costo de Q 25.00 por hora.

$$200 \text{ horas} \times 25 \text{ Quetzales} = \text{Q } 5,000.00$$

Total de semanas trabajadas	8 semanas
Total de días trabajados	40 días (5 días a la semana)
Total de horas trabajadas	200 horas (5 horas al día)

10.2 Plan de costos de producción

En la etapa de validación y la propuesta grafica final, se trabajó 48 horas en un periodo de 3 semanas a un costo de Q 25.00 por hora.

$$48 \text{ horas} \times 25 \text{ Quetzales} = \text{Q } 1,200.00$$

Total de semanas trabajadas	3 semanas
Total de días trabajados	12 días (4 días a la semana)
Total de horas trabajadas	48 horas (4 horas al día)

10.3 Plan de costos de reproducción

Por ser una página web no tendrá costos de reproducción.

10.4 Plan de costos de distribución

El hosting, registro de dominio y complementos tiene un costo de total de Q773 anuales.

Hosting	Q 425.00
Dominio	Q 100.00
Complementos para el funcionamiento	Q 248.00
Total	Q 773.00

10.5 Margen de utilidad

Detalle de los planes de costos de elaboración, producción, reproducción y distribución x 20% de margen de utilidad.

Costo total de elaboración	Q 5,000.00
Costo total de producción	Q 1,200.00
Costo total de reproducción	Q 0.00
Costo total de distribución	Q 773.00
Subtotal	Q 6,973.00
Margen de utilidad (20%)	Q 1,394.60

10.6 IVA

Planes de costo + el margen de utilidad x el 12% del impuesto del valor agregado.

Plan de costos de elaboración	Q 5,000.00
Plan de costos de producción	Q 1,200.00
Plan de costos de distribución	Q 773.00
Margen de utilidad	Q 1394.60
Subtotal	Q 8,367.60
IVA (12%)	Q 1,004.112

10.7 Cuadro de resumen general de costos

Detalle	Costo
Costo total de elaboración	Q 5,000.00
Costo total de producción	Q 1,200.00
Costo total de reproducción	Q 0.00
Costo total de distribución	Q 773.00
Subtotal	Q 6,973.00
Margen de utilidad (20%)	Q 1,394.60
Subtotal	Q 8,367.60
IVA (12%)	Q 1,004.112
Gran Total	Q 9,371.712

El costo total de la elaboración, producción, reproducción y distribución del proyecto asciende a: **Q 9,371.712**

Capítulo XI

Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones

11.1 Conclusiones

En base al trabajo realizado en el proyecto de graduación se puede concluir lo siguiente:

- En conclusión, se puede afirmar que, si fue posible diseñar una página web para promocionar entre clientes reales y potenciales, los servicios de hospedaje y eventos que ofrece Hacienda Grande Hotel.
- Se recopiló toda la información sobre los servicios, eventos y características distintivas de Hacienda Grande Hotel, para garantizar que la página web refleje de manera completa y precisa las cualidades del hotel hacia los clientes.
- Fue de suma importancia investigar términos, conceptos y tendencias de diseño web, a través de fuentes bibliográficas que respalden la propuesta de diagramación, experiencia de usuario y diseño, que será visualizada por el público objetivo.
- Se diagramó una interfaz web atractiva e intuitiva por medio de software especializado en el desarrollo de páginas web, para reflejar la identidad visual del hotel, al utilizar colores, tipografías y elementos gráficos coherentes con su imagen de marca.
- Se fotografiaron las características de los servicios de hospedaje y eventos para generar contenido visual que facilite la interacción del usuario dentro de la página web.

11.2 Recomendaciones

Según lo concluido, se recomienda lo siguiente:

- Se recomienda promocionar el uso de la página web por redes sociales y otros medios, para que las personas conozcan y puedan acceder a toda la información sobre los servicios del hotel.
- Ante cualquier cambio significativo de los servicios del hotel, se recomienda recopilar toda la información necesaria, para considerar la actualización de la información de los servicios descritos en la página web.
- Debido al constante cambio de tendencias de diseño web, se recomienda investigar si la tendencia y concepto es aplicable al sitio web, para no alterar la experiencia de usuario y la identidad visual ya establecida.
- Cada vez que sea necesario actualizar el contenido de la página, es primordial respetar la diagramación e imagen corporativa (colores, tipografía, iconografía y reticulado), para no alterar la composición y línea de diseño.
- Se recomienda tomar en cuenta la calidad y optimización de las fotografías nuevas que se subirán a la página, ya que una fotografía no optimizada puede crear atrasos en la carga del sitio y generar poco interés en las personas.

Capítulo XII

Capítulo XII: Conocimiento general



Capítulo XIII

Capítulo XIII: Referencias

A

- Academia Crandi. (s.f.). *Tipos de promociones*. Obtenido de academia crandi:
<https://academia.crandi.com/comercio-electronico/diferentes-tipos-de-promociones/>
- Azkue, I. d. (17 de Febrero de 2023). *Servicio al cliente*. Obtenido de Concepto.de:
<https://concepto.de/servicio-al-cliente/>

B

- Bembibre, C. (Julio de 2009). *Definición de Animación*. Obtenido de DefinicionABC:
<https://www.definicionabc.com/general/animacion.php#cerrar>

C

- Chavez, J. (13 de Junio de 2023). *¿Qué es un hotel?* Obtenido de Ceupe:
<https://www.ceupe.com/blog/hotel.html>
- Corbin, J. A. (14 de Enero de 2017). *Los 28 tipos de comunicación y sus características*. Obtenido de Psicología y mente: <https://psicologiymente.com/social/tipos-comunicacion-caracteristicas#:~:text=Existen%20dos%20tipos%20C%20pues%20se,a%20trav%C3%A9s%20de%20c%C3%B3digos%20escritos>.

D

- definicion xyz. (10 de Junio de 2023). *Psicología de la comunicación*. Obtenido de definicion.xyz: <https://www.definicion.xyz/2017/11/psicologia-de-la-comunicacion.html>

E

- Equipo editorial, Etecé. (6 de Septiembre de 2020). *Semiología*. Obtenido de Concepto.de:
<https://concepto.de/semiologia/>
- Equipo editorial, Etecé. (5 de Agosto de 2021). *Diseño*. Obtenido de Concepto.de:
<https://concepto.de/diseno/>
- Equipo editorial, Etecé. (5 de Agosto de 2021). *Página web*. Obtenido de Concepto.de:
<https://concepto.de/pagina-web/>
- Equipo editorial, Etecé. (16 de Julio de 2021). *Proceso de comunicación*. Obtenido de Concepto.de: <https://concepto.de/proceso-comunicativo/>
- Equipo editorial, Etecé. (13 de Junio de 2022). *Teoría del color*. Obtenido de Concepto.de:
<https://concepto.de/teoria-del-color/>

Espínola, M. G. (15 de Agosto de 2019). *15 definiciones: ¿Qué es el diseño gráfico?*.
Obtenido de Paredro: <https://www.paredro.com/15-definiciones-diseno-grafico-citas-autores/>

G

Galán, J. S. (13 de Febrero de 2016). *Servicio*. Obtenido de Economipedia:
<https://economipedia.com/definiciones/servicio.html>

GammaUX. (24 de Agosto de 2021). *La importancia de la jerarquía en el diseño de interfaces*. Obtenido de Gammaux: <https://www.gammaux.com/blog/la-importancia-de-la-jerarquia-en-el-diseno-de-interfaces/#:~:text=La%20jerarqu%C3%ADa%20visual%20es%20el,interacci%C3%B3n%20a%20la%20persona%20usuaria>.

García-allen, J. (4 de Septiembre de 2022). *Psicología del color*. Obtenido de Psicología y mente: <https://psicologiaymente.com/miscelanea/psicologia-color-significado>

Gonzalez, S. (27 de Abril de 2020). *¿Qué es la experiencia de usuario?* Obtenido de Cyberclick: <https://www.cyberclick.es/que-es/experiencia-de-usuario>

J

Jaime P, L. (27 de Noviembre de 2020). *Los 7 elementos visuales claves del diseño gráfico*. Obtenido de Imborrable: <https://imborrable.com/blog/elementos-visuales-diseno-grafico/>

Jheromont. (28 de Marzo de 2013). *Arte y diseño jheromont*. Obtenido de jheromont.blogspot: http://jheromont.blogspot.com/2013/03/conceptos-recorrido-visual-es-el_28.html

M

Martínez, A. (25 de Mayo de 2022). *Dibujo*. Obtenido de ConceptoDefinición:
<https://conceptodefinicion.de/dibujo/>

P

Peiró, R. (8 de Abril de 2021). *Comunicación*. Obtenido de Economipedia:
<https://economipedia.com/definiciones/comunicacion.html>

Pérez Porto, J. G. (25 de Abril de 2019). *Hospedaje*. Obtenido de Definicion.de:
<https://definicion.de/hospedaje/>

Pérez Porto, J. G. (26 de Octubre de 2021). *Evento*. Obtenido de Definicion.de:
<https://definicion.de/evento/>

Pérez Porto, J. G. (8 de Septiembre de 2021). *Minimalismo - Qué es, definición, en la música y características*. Obtenido de Definicion.de:
<https://definicion.de/minimalismo/>

Pérez Porto, J. G. (22 de Junio de 2022). *Cibernética*. Obtenido de Definicion.de:
<https://definicion.de/cibernetica/>

Pérez Porto, J. M. (12 de Septiembre de 2021). *Antropología - Qué es, orígenes, definición y concepto*. Obtenido de Definicion.de.: <https://definicion.de/antropologia/>

Pérez Porto, J. M. (29 de Octubre de 2021). *Ilustración - Qué es, referentes, definición y concepto*. Obtenido de Definicion.de: <https://definicion.de/ilustracion/>

Pérez Porto, J. M. (3 de Agosto de 2021). *Qué es, métodos, definición y concepto*. Obtenido de Definicion.de: <https://definicion.de/sociologia/>

Q

Quiroa, M. (1 de Noviembre de 2019). *Cliente*. Obtenido de Economipedia:
<https://economipedia.com/definiciones/cliente.html>

R

Rodríguez, E. M. (31 de Julio de 2020). *La teoría de la carga cognitiva de John Sweller*. Obtenido de lamenteesmaravillosa: <https://lamenteesmaravillosa.com/la-teoria-de-la-carga-cognitiva-de-john-sweller/>

S

Sánchez, F. (28 de Octubre de 2022). *Fotografía*. Obtenido de ConceptoDefinicion:
<https://conceptodefinicion.de/fotografia/>

Santos, D. (7 de Junio de 2023). *Qué es el diseño gráfico, para qué sirve y ejemplos*. Obtenido de HubSpot: <https://blog.hubspot.es/marketing/disenio-grafico>

Significados. (10 de Junio de 2023). *¿Qué es la psicología?* Obtenido de Significados.com:
<https://www.significados.com/psicologia/>

Significados. (10 de Junio de 2023). *Gestalt*. Obtenido de Significados.com:
<https://www.significados.com/gestalt/>

Significados. (1 de Junio de 2023). *Significado de promoción*. Obtenido de Significados.com: <https://www.significados.com/promocion/>

T

Torres, J. (7 de Agosto de 2020). *Definición de Comunicación según 5 Autores*. Obtenido de Lifeder: <https://www.lifeder.com/definicion-comunicacion-autores/>

W

Wikipedia, C. d. (7 de Octubre de 2021). *Psicología del consumidor*. Obtenido de Wikipedia:
https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Psicolog%C3%ADa_del_consumidor&oldid=138830739

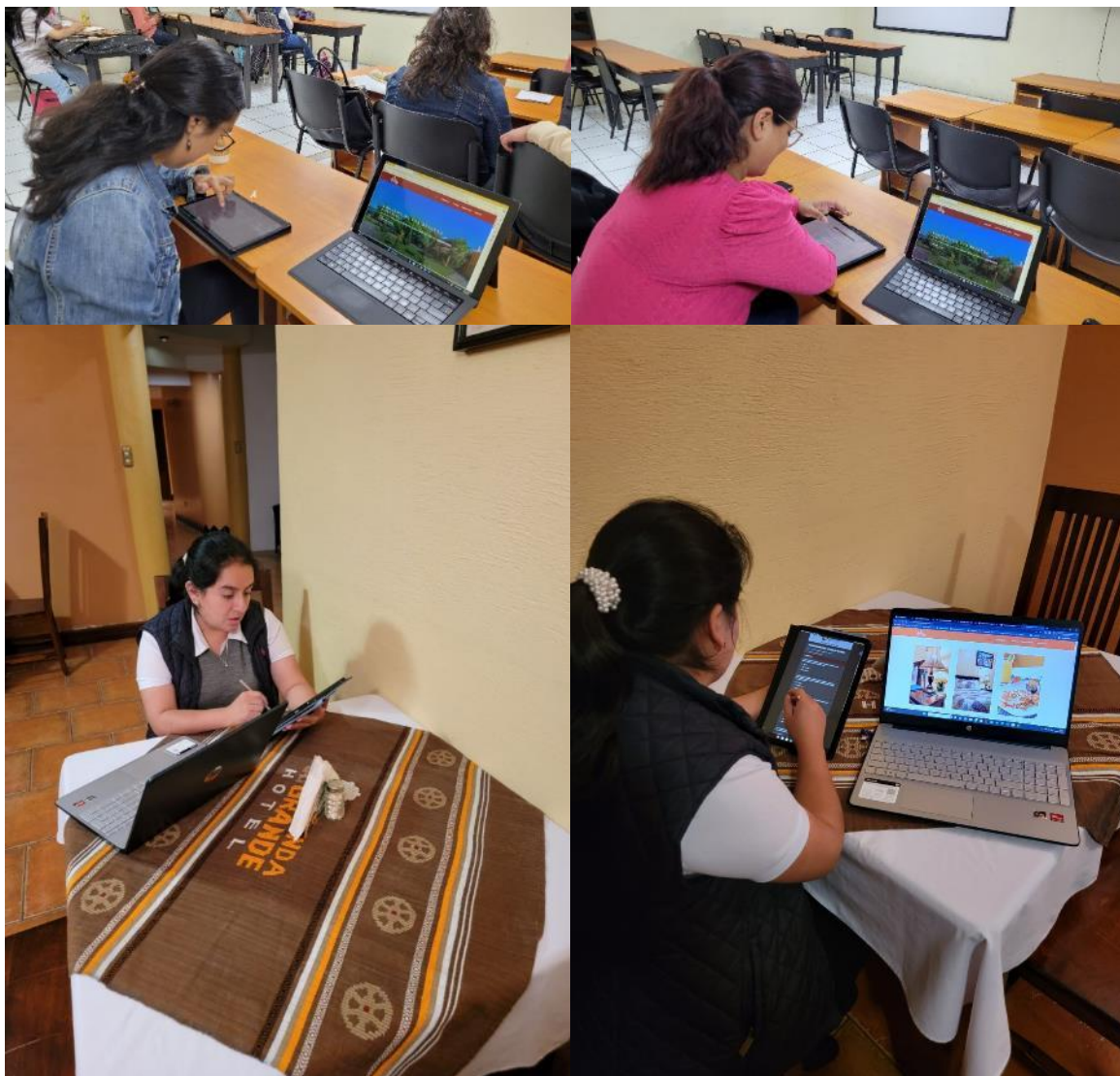
Wikipedia, C. d. (5 de Marzo de 2023). *Diseño multimedia*. Obtenido de Wikipedia:
https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Dise%C3%B1o_multimedia&oldid=149690396

Wikipedia, C. d. (19 de Febrero de 2023). *Diseño web adaptable*. Obtenido de Wikipedia:
https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Dise%C3%B1o_web_adaptable&oldid=149379013

Capítulo XIV

Capítulo XIV: Anexos

14.1 Fotografías de validación



Solicitud de Participación en Encuestas para Validación de Tesis



Bryan G. Barrios <bryanbr96@gmail.com>

sáb, 28 oct, 12:19



para veliaalejandra

Buenas tardes Lic. Velia Alejandra.

Espero que se encuentre bien. Me dirijo a usted como parte de mi proceso de validación de tesis. Su valiosa opinión y experiencia son fundamentales para el éxito de la investigación. Por lo tanto, me gustaría solicitarle que tome un momento para llenar una encuesta relacionada con mi tesis.

La encuesta se encuentra disponible en el siguiente enlace: [Encuesta Validación Técnica](#)

La encuesta es breve y no llevará mucho tiempo, las respuestas me ayudarán significativamente a mejorar mi proyecto de tesis.

¡Gracias de antemano por su tiempo y apoyo!
Saludos cordiales.

Atentamente

Bryan Barrios

Estudiante de la Licenciatura en Comunicación y Diseño.

--

Bryan Barrios
FOTOGRAFÍA - FOTOGRAFÍA

Solicitud de Participación en Encuesta para Validación de Tesis



Bryan G. Barrios <bryanbr96@gmail.com>

sáb, 28 oct, 12:26



para bryan

Buenas tardes Lic. Bryan Castro

Espero que se encuentre bien. Me dirijo a usted como parte de mi proceso de validación de tesis. Su valiosa opinión y experiencia son fundamentales para el éxito de la investigación. Por lo tanto, me gustaría solicitarle que tome un momento para llenar una encuesta relacionada con mi tesis.

La encuesta se encuentra disponible en el siguiente enlace: [Encuesta Validación Técnica](#)

La encuesta es breve y no llevará mucho tiempo, las respuestas me ayudarán significativamente a mejorar mi proyecto de tesis.

¡Gracias de antemano por su tiempo y apoyo!
Saludos cordiales.

Atentamente

Bryan Barrios

Estudiante de la Licenciatura en Comunicación y Diseño.

--

Bryan Barrios
FOTOGRAFÍA - FOTOGRAFÍA

Solicitud de Participación en Encuesta para Validación de Tesis



Recibidos x



Bryan G. Barrios

sáb, 28 oct, 12:36



Buenas tardes Lic. Fredy López. Espero que se encuentre bien. Me dirijo a usted como parte de mi proceso de validación...



FREDY FRANCISCO LOPEZ RAMOS <fredy.lopez@galileo.edu>

jue, 2 nov, 20:11



para mí ▼

Buena noche Bryan, respuestas enviadas, gracias.

...

← Responder

→ Reenviar

Solicitud de Participación en Encuesta para Validación de Tesis



Σ



Bryan G. Barrios <bryanbrr96@gmail.com>

sáb, 28 oct, 12:40



para kathy ▼

Buenas tardes Licda. Johana Orozco

Espero que se encuentre bien. Me dirijo a usted como parte de mi proceso de validación de tesis. Su valiosa opinión y experiencia son fundamentales para el éxito de la investigación. Por lo tanto, me gustaría solicitarle que tome un momento para llenar una encuesta relacionada con mi tesis.

La encuesta se encuentra disponible en el siguiente enlace: [Encuesta Validación Técnica](#)

La encuesta es breve y no llevará mucho tiempo, las respuestas me ayudarán significativamente a mejorar mi proyecto de tesis.

¡Gracias de antemano por su tiempo y apoyo!
Saludos cordiales.

Atentamente
Bryan Barrios
Estudiante de la Licenciatura en Comunicación y Diseño.

Solicitud de Participación en Encuesta para Validación de Tesis





Bryan G. Barrios <bryanbrr96@gmail.com>
para luis.pena ▾

sáb, 28 oct, 12:51 ☆ ↶ ⋮

Buenas tardes Lic. Luis Peña.

Espero que se encuentre bien. Me dirijo a usted como parte de mi proceso de validación de tesis. Su valiosa opinión y experiencia son fundamentales para el éxito de la investigación. Por lo tanto, me gustaría solicitarle que tome un momento para llenar una encuesta relacionada con mi tesis.

La encuesta se encuentra disponible en el siguiente enlace: [Encuesta Validación Técnica](#)

La encuesta es breve y no llevará mucho tiempo, las respuestas me ayudarán significativamente a mejorar mi proyecto de tesis.

¡Gracias de antemano por su tiempo y apoyo!
Saludos cordiales.

Atentamente
Bryan Barrios
Estudiante de la Licenciatura en Comunicación y Diseño.

--

Bryan Barrios
FOTOGRAFÍA - FOTOGRAFÍA

Solicitud de Participación en Encuesta para Validación de Tesis





Bryan G. Barrios <bryanbrr96@gmail.com>
para rodolfo.custodio ▾

sáb, 28 oct, 12:59 ☆ ↶ ⋮

Buenas tardes Lic. Rodolfo Custodio.

Espero que se encuentre bien. Me dirijo a usted como parte de mi proceso de validación de tesis. Su valiosa opinión y experiencia son fundamentales para el éxito de la investigación. Por lo tanto, me gustaría solicitarle que tome un momento para llenar una encuesta relacionada con mi tesis.

La encuesta se encuentra disponible en el siguiente enlace: [Encuesta Validación Técnica](#)

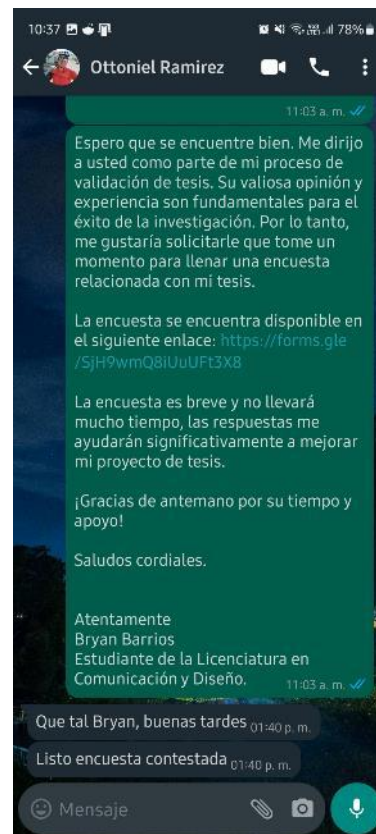
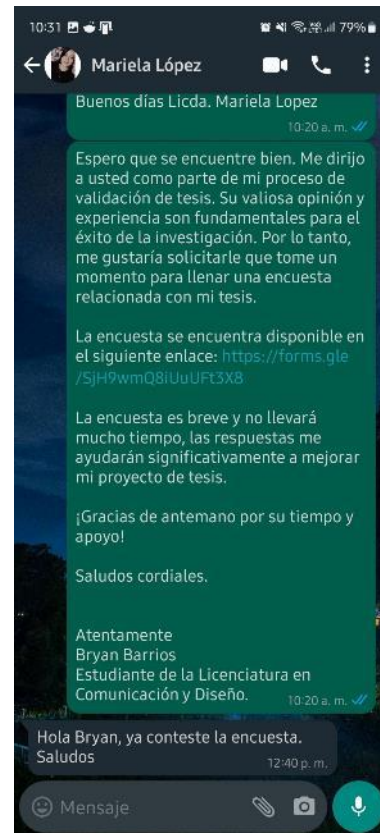
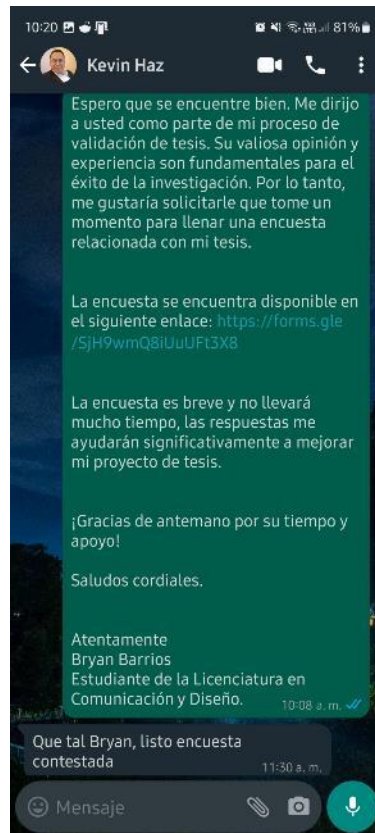
La encuesta es breve y no llevará mucho tiempo, las respuestas me ayudarán significativamente a mejorar mi proyecto de tesis.

¡Gracias de antemano por su tiempo y apoyo!
Saludos cordiales.

Atentamente
Bryan Barrios
Estudiante de la Licenciatura en Comunicación y Diseño.

--

Bryan Barrios
FOTOGRAFÍA - FOTOGRAFÍA



25 respuestas

 Vincular con Hojas de cálculo

No se aceptan más respuestas

Mensaje para los encuestados

El espacio para recibir respuestas se ha cerrado. Gracias por participar en la encuesta de validación.

Resumen

Pregunta

Individual

Nombre

25 respuestas

Karin Velasquez

Guadalupe chavarria

Bryan Castro

Luis Polanco

Rodolfo Custodio

Johana orozco

Fredy Francisco López Ramos

Velia López

Luis Peña

25 respuestas

 Vincular con Hojas de cálculo

No se aceptan más respuestas

Mensaje para los encuestados

El espacio para recibir respuestas se ha cerrado. Gracias por participar en la encuesta de validación.

Resumen

Pregunta

Individual

Nombre

25 respuestas

Lys Vicente

Kevin Haz

Cristian Zorin

Otoniel Ramirez

Javier Gonzales

Juan Choc

Nadir Huerta

Sofia Lopez

Jorge Oliva

25 respuestas

Vincular con Hojas de cálculo

No se aceptan más respuestas

Mensaje para los encuestados
El espacio para recibir respuestas se ha cerrado. Gracias por participar en la encuesta de validación.

Resumen
Pregunta
Individual

Nombre
25 respuestas

Sofía Lopez
Jorge Oliva
Juan Carlos Calderón
Erick Pac
Werner Robles
Juana Cortez
Pilar Garcia
Ximena Sam
Mariela López

14.2 Cotizaciones

Cotización No. 1

Systemgt

[Inicio](#)
[Servicios](#)
[Ensamblados](#)
[Nosotros](#)
[Contacto](#)
[Pagar](#)

[Inicio](#) > WordPress Hosting

WORDPRESS HOSTING

	WP1	WP2	WP3
PRECIOS POR AÑO PLANES HECHOS A TU MEDIDA	Q425.00 USD64.00	Q450.00 USD68.00	Q475.00 USD72.00
	SOLICITAR	SOLICITAR	SOLICITAR

Cotización No. 2

Hostinger

HOSTINGER Español

WordPress Creador de páginas web Hosting Pro Dominios Ingresar

Elige el plan de WordPress hosting ideal para tu sitio web

Planes de WordPress hosting con soporte total para todas las demás plataformas. Obtén un rendimiento óptimo para tu sitio web, sin importar el framework.

Premium	MÁS VENDIDO Business	Cloud Startup
El paquete perfecto para webs personales	Sube de nivel con más potencia y funciones mejoradas	Optimizado para sitios web comerciales y de eCommerce
12,99 € AHORRA 80%	15,99 € AHORRA 78%	19,99 € AHORRA 50%
1,99 €/mes	3,49 €/mes	9,99 €/mes
*Con pedidos de 48 meses, IVA no incluido	*Con pedidos de 48 meses, IVA no incluido	*Con pedidos de 48 meses, IVA no incluido
+2 meses gratis	+2 meses gratis	+2 meses gratis
Añadir al carro	Añadir al carro	Añadir al carro
0,99 €/mes al renovar	7,99 €/mes al renovar	10,99 €/mes al renovar

Cotización No. 3

Rapihosting

Rapihosting

Search our knowledgebase...

Área de Clientes Tienda Anuncios Preguntas Frecuentes - FAQ Estado de la Red Contáctenos Cuenta

Carro de Pedidos

Seleccione su plan Perfecto

Plan Inicial	Plan Estándar	Plan Negocios
Espacio 3Gb 60 GB de Transferencia/Mes 2 Dominios Máximo Ilimitadas cuentas de Correo Subdominios Ilimitados Certificado SSL Gratis Potenciado con LiteSpeed Acceso a cPanel® Gratis Instalador WordPress® MySQL® Ilimitadas Activación Automática	Espacio 4.5Gb 90 GB de Transferencia/Mes 3 Dominio Máximo Ilimitadas cuentas de Correo Subdominios Ilimitados Certificado SSL Gratis Potenciado con LiteSpeed Acceso a cPanel® Gratis Instalador WordPress® MySQL® Ilimitadas Activación Automática	Espacio 6Gb 120 GB de Transferencia/Mes 4 Dominio Máximo Ilimitadas cuentas de Correo Subdominios Ilimitados Certificado SSL Gratis Potenciado con LiteSpeed Acceso a cPanel® Gratis Instalador WordPress® MySQL® Ilimitadas Activación Automática
\$3.59 USD	\$5.59 USD	\$7.59 USD
Mensual	Mensual	Mensual
Pedir Ahora	Pedir Ahora	Pedir Ahora