

Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

**FACULTAD DE CIENCIAS
DE LA COMUNICACIÓN**

Tema:

Diseño de un sitio web que promueva los servicios y suministros para maquinaria industrial que comercializa la empresa Compresores Repuestos y Servicios -CRESER-. Guatemala, Guatemala 2017

PROYECTO DE GRADUACIÓN

Presentando a la Facultad de Ciencias de la Comunicación Guatemala, C.A.

ELABORADO POR:

**Luis Estuardo Equité Villatoro
Carné: 13000892**

Para optar al título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción, 2016.

Resumen

La empresa importadora de repuestos industriales Compresores Repuestos y Servicios - CRESER-. no cuenta con un sitio web que le permita promover sus servicios y suministros para maquinaria industrial.

Un sitio web ayuda a una empresa a darse a conocer y desarrollarse de mejor manera con sus clientes. Por lo que se planteó el siguiente objetivo: Diseñar un sitio web para promover los productos y servicios de la empresa Compresores Repuestos y Servicios -CRESER-. Dentro del proyecto se realizó una herramienta de validación, luego objetivo es diseñar un sitio web para la empresa Compresores Repuestos y Servicios -CRESER-, para informar acerca de sus productos y servicios.

INDICE

	Pág.
Capítulo I	
1.1 Introducción	1
Capítulo II: Problemática.	
2.1 Contexto	3
2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño	3
2.3 Justificación	4
2.3.1 Magnitud	4
2.3.2 Vulnerabilidad	5
2.3.3 Trascendencia	5
2.3.4 Factibilidad	
2.3.4.1 Recursos Humanos	6
2.3.4.2 Recursos Organizacionales	6
2.3.4.3 Recursos Económicos	6
2.3.4.4 Recursos Tecnológicos	6
Capítulo III: Objetivos	
3.1 Objetivo General	8
3.2 Objetivos Específicos	8
Capítulo IV: Marco de Referencia	
4.1 Información general del cliente	10
4.2 FODA	11
Capítulo V: Grupo Objetivo	
5.1 Perfil Geográfico	14
5.2 Perfil Demográfico	14
5.3 Perfil Psicografico	14
5.4 Perfil Conductual	14

Capítulo IV: Marco Teórico

6.1 Conceptos Fundamentales Relacionados con el producto	17-19
6.2 Conceptos Fundamentales Relacionados con Comunicación y Diseño	20-23
6.3 Conceptos Fundamentales Relacionados con el Diseño	22-24
6.4 Ciencias Auxiliares que apoyan el proceso y desarrollo del proyecto	24-29

Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar.

7,1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico	31-32
7.2 Conceptualización	33
7.2.1 Método	34
7.2.2 Definición del Concepto	35
7.3 Bocetaje	36-40
7.4 Proceso de Digitalización de bocetos	41-45
5.5 Propuesta preliminar	46-50

Capítulo VIII: Validación y muestreo

8.1 Población y muestro	52
8.2 Método e Instrumento	53
8.3 Resultados e interpretación de resultados	57-64
8.4 Cambios en base a los resultados	65-67

Capítulo IX: Propuesta gráfica final **69-72**

Capítulo X: Producción, reproducción y distribución

10.1 Plan de costos de producción	74
10.2 Plan de reproducción	75
10.3 Plan de costos de distribución	76
10.4 Margen de utilidad	77

10.5 IVA	76
10.6 Tabla	76
Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones	
11.1 Conclusiones	78
11.2 Recomendaciones	78
Capítulo XII: Conocimiento general	80-81
Capítulo XIII: Referencias	83-87
Capítulo XIV: Anexos	89-96

CAPÍTULO I
INTRODUCCIÓN

1. Introducción

Compresores Repuestos y Servicios -CRESER-. es una empresa importadora de repuestos industriales, ubicada en la ciudad de Guatemala, que comercializa al país y a otros países.

Se diseñará un sitio web para -CRESER- en el que se proporcionará la información acerca de la empresa y los servicios que presta con diferentes marcas.

-CRESER-, no cuenta con un sitio web, lo que dificulta darse a conocer y tener un seguimiento de clientes con sus servicios actualizados de una manera rápida y efectiva. A través del sitio web se podrá dar a conocer la empresa de una manera eficaz y sin importar el país donde se visite y que, al encontrar el sitio, genere interés y se pueda poner en contacto.

Para la elaboración de este sitio web fue necesario recopilar información sobre la que se desea colocar para construir un sitio que logre ser llamativo visualmente y fácil de navegar con las últimas tendencias de diseño web. El proyecto fue validado y aprobado por el grupo objetivo, clientes y expertos.

CAPÍTULO II
PROBLEMÁTICA

Capítulo II: Problemática

2.1 Contexto

Compresores Repuestos y Servicios -CRESER-. es una empresa de repuestos industriales que opera en Guatemala, pero no cuenta con un sitio web para hacer pedidos a otros países. En Guatemala carece de sitios web que vendan repuestos industriales la que en una oportunidad para tener presencia en internet, con la variable que se puede entregar en todo el mundo.

La información que se desea colocar en el sitio web contendrá los repuestos disponibles y solicitar en específico. El acercamiento del cliente sucede por motivos de contactos en común el diseñador y solicita su ayuda para hacer un sitio web en donde la oportunidad perfecta ocurre con la tesis.

2.2 Requerimientos de Comunicación y Diseño

Compresores Repuestos y Servicios -CRESER-. no cuenta con un sitio web que le permita promover sus servicios y suministros para maquinaria industrial

Compresores, Repuestos y Servicios -CRESER-. desea expandir su presencia de marca con un sitio web que demuestre quiénes son, qué hacen y qué venden. Requieren que el sitio web sea simple y dinámico para, de esta manera, actualizarse y entrar en línea para crearle un valor agregado a la empresa Compresores, Repuestos y Servicios -CRESER-

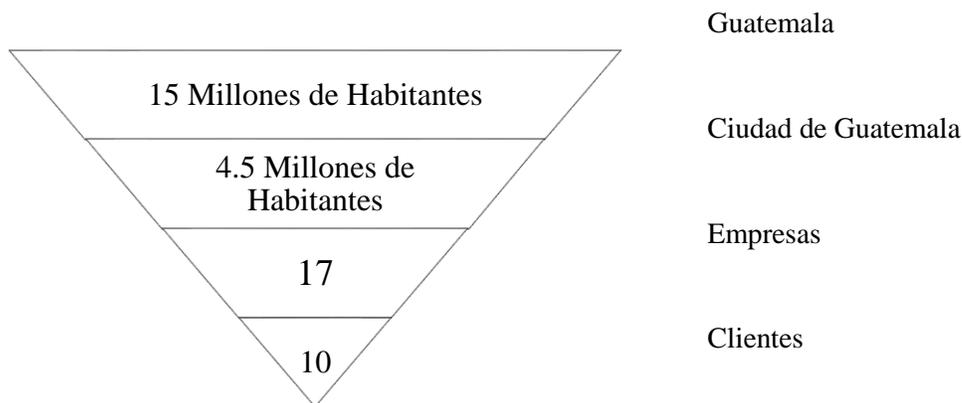
2.3 Justificación

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

2.3.1 Magnitud

La república de Guatemala cuenta con 16 millones de habitantes. Está dividida en 22 departamentos, entre ellos se encuentra la ciudad capital que tiene aproximadamente 4 millones de habitantes. En la ciudad de Guatemala existen aproximadamente más de 17 empresas de repuestos industriales, entre ellos está la empresa COMPRESORES, REPUESTOS Y SERVICIOS -CRESER-, que cuenta con 6 clientes.

2.3.1.1 Gráfica de Magnitud



2.3.2 Vulnerabilidad

La empresa de repuestos industriales Compresores Repuestos y Servicios -CRESER, necesita un sitio web para darse a conocer y vender sus productos. La empresa sin un sitio web no se da a conocer y no tiene presencia de marca en internet, ni el nivel de alcance que tienen las demás empresas, que ya cuentan con un sitio web.

En la actualidad son más las empresas que poseen un sitio web. Dentro del mercado de repuestos industriales tener un sitio web es de vital importancia, ya que los repuestos son difíciles de adquirir y en internet es una herramienta que lo facilita.

2.3.3. Trascendencia

Al contar con un sitio web, la empresa Compresores Repuestos y Servicios - CRESE- podrá brindar mejor servicio, ya que permite que, desde cualquier parte del mundo, el público en general tendrá acceso a sus productos y a la información de contacto.

El sitio web es una tarjeta de presentación de la empresa Compresores Repuestos y Servicios -CRESE-, en internet, ya que se publica toda la información de los productos disponibles que incluyen imágenes, información de contacto, disponibilidad, todo esto permite crear una imagen que se requiere en el grupo objetivo.

Que los clientes reales y potenciales pueden obtener información acerca de los productos, implica un ahorro de publicidad y reduzca la desinformación de servicios a las personas.

2.3.4 Factibilidad

El proyecto es factible en sus diferentes recursos.

2.3.4.1 Recursos Humanos

El proyecto es factible, sin embargo, la empresa no cuenta con el factor humano adecuado y profesional para que pueda desarrollar correctamente el proyecto. Se podría contratar a una persona para el mantenimiento del sitio web y su actualización.

2.3.4.2 Recursos Organizacionales

La empresa está dispuesta en brindar toda la información necesaria sobre sus servicios y lo que se requiera para la realización del sitio web.

2.3.4.3 Recursos Económicos

La empresa cuenta actualmente con los recursos necesarios para invertir en los gastos necesarios que implica la creación de un sitio web.

2.3.4.4 Recursos Tecnológicos

Se cuenta con los conocimientos de software apropiados para la elaboración del proyecto. La persona si trabaja dentro de las instalaciones de la empresa y actualizara constantemente el sitio web con una computadora con acceso a internet. Los programas que se utilizarán para la realización del sitio web son: WIX y Adobe Photoshop.

CAPÍTULO III

OBJETIVOS DEL DISEÑO

Capítulo III – Objetivos del Diseño

3.1 Objetivo general

Diseñar un sitio web para promover los productos y servicios de la empresa Compresores, Repuestos y Servicios -CRESER-.

3.2 Objetivos específicos:

3.2.1 Investigar atreves de referencias en línea, tendencias en sitios web, diseño de sitios web, lay out de páginas de ventas para fundamentar el contenido de este proyecto.

3.2.2 Recopilar información acerca de repuestos de maquinaria industrial, repuestos, compresores, filtros de aire para utilizarlo en el sitio web.

3.2.3 Fotografíar los diferentes productos, con una cámara profesional para incluirlos en el sitio web.

CAPÍTULO IV
MARCO DE REFERENCIA

Capítulo IV – Marco de referencia

4.1 Información general del cliente

BRIEF - DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA)

Nombre del cliente (empresa): Compresores Repuestos y Servicios -CRESER-

Dirección: 2ª. Calle “C” 9-30 zona 15. Col. Trinidad

Email: creser9@gmail.com/creser9@hotmail.com

Contacto: Salomón Villatoro / Yulissa G. Krische

Tel: 42081614 / 47685772 respectivamente

Misión: Proveer repuestos industriales de la más alta calidad, que llenen los requerimientos que necesita la industria nacional al proveerles de manera efectiva, eficiente y económica.

Visión: Posicionarnos como empresa líder en automatización, contando con el equipo humano necesario para satisfacer las necesidades del mercado local. Agregar nuevas marcas a las ya existentes, con precios competitivos y accesibles para cualquiera de nuestros clientes.

Delimitación geográfica: Ciudad Capital y sus municipios y la Costa Sur.

Grupo objetivo: Industrias que tengan procesos automatizados que utilicen aire comprimido, compresores y equipos electrónicos.

Principal beneficio al grupo objetivo: Satisfacer demandas y soluciones para problemas que se presenten en los procesos industriales y automatizados

Competencia: Empresas de neumática con otras marcas a las nuestras, equipos electrónicos e instrumentación. También de servicio a compresores de aire.

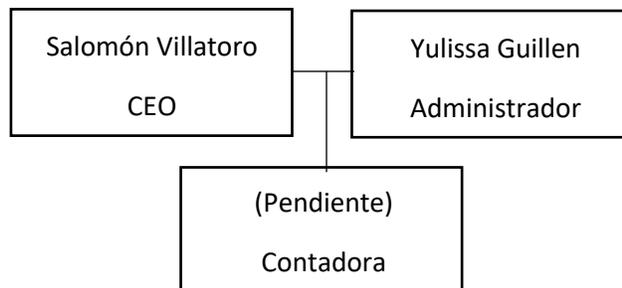
Posicionamiento: Estamos presentes en donde haya procesos automatizados, buscando siempre ampliar nuestro rango de cobertura a nivel nacional e internacional.

Factores de diferenciación: Atención inmediata a los requerimientos que presenten nuestros clientes, presentar soluciones a problemas por medio de asesorías y participa juntamente con el cliente en resolver paros innecesarios o tiempos muertos.

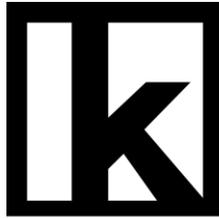
Objetivo de mercadeo: Busca una relación de amistad con el cliente, no simplemente vender sino vernos como una opción de ayuda, apoyo y asesoría en los problemas que se presenten día con día.

Mensajes claves a comunicar: Que cuenta con el respaldo de repuestos y personal de una empresa seria que los puede apoyar y asesorar en resolver problemas. Que sus requerimientos van a llegar en forma rápida y efectiva

Organigrama:



Logo:



CRESER

4.2 FODA

<p>FORTALEZAS</p> <p>Ventas de Productos al por menor a empresas grandes.</p> <p>Entrega a cualquier parte del mundo.</p> <p>Atención personalizada.</p>	<p>OPORTUNIDADES</p> <p>Oportunidad de crecimiento en línea.</p> <p>Oportunidad de alianzas con empresas para ser distribuidor oficial.</p> <p>Oportunidad de Internacionalizarse.</p>
<p>DEBILIDADES</p> <p>Poco personal.</p> <p>Poca Logística.</p> <p>Capital Bajo.</p>	<p>AMENAZAS</p> <p>Empresas distribuidoras grandes.</p> <p>Mejores precios por la competencia.</p> <p>Entregas rápidas por otras empresas.</p>

CAPÍTULO V
DEFINICIÓN DEL GRUPO OBJETIVO

Para este proyecto se describe el Grupo Objetivo de Compresores Repuestos y Servicios -CRESER-, que está dirigido a todos los gerentes, dueños de industria, gerentes generales, gerentes de producción, gerentes de planta, gerentes de mantenimiento, que utilizan suministros para maquinaria industrial como ingenios, empresas que fabrican comida y cualquier empresa que emplee maquinaria industrial o compresores que necesiten mantenimiento periódicamente y/o reparaciones con suministros que son especiales.

5.1 Perfil Geográfico

Guatemala es un país situado en Centro América que cuenta con 108,889 kilómetros cuadrados con densidad poblacional de 15 millones de personas en el territorio nacional y 4 millones en la ciudad capital. Cuenta con un clima fresco en tierras altas y frío en las madrugadas. En tierras bajas con clima cálido y húmedo. El idioma oficial es el español, asimismo con 23 idiomas mayas.

El proyecto se ubica en el municipio de la ciudad capital. El grupo objetivo de Compresores, Repuestos y Servicios -CRESER-, se ubica en el municipio de Guatemala, Escuintla y Costa sur.

5.2 Perfil Demográfico

El grupo objetivo de Compresores, Repuestos y Servicios -CRESER-, son personas (mayoría gerentes) que poseen un nivel socioeconómico B, C+, quienes poseen un nivel de educación alto, licenciatura y/o poseen un puesto alto con poder de decisión. Poseen un desempeño empresario, profesional, vendedor, comerciante. mujeres y hombres de edad 25+ que devengan de GTQ 20Mil – GTQ45 Mil.

* Fuente: *Tabla de Niveles Socio Económicos 2009/Multive*

5.3 Perfil Psicografico

En este perfil se describe a industrias que tengan procesos automatizados, que utilicen aire comprimido, compresores y equipos electrónicos. Que buscan suministros difíciles de conseguir en el mercado guatemalteco.

5.4 Perfil Conductual

La actitud que el grupo objetivo muestra ante Compresores, Repuestos y Servicios - CRESEER-, es de interés por suministros que se ajustan a los estándares de calidad que manejan las empresas. El beneficio de compra que buscan es de calidad, durabilidad, buen precio y disponibilidad.

CAPÍTULO VI
MARCO TEÓRICO

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio.

6.1.1 Empresa

Una empresa es una unidad productiva dedicada y agrupada para desarrollar una actividad económica y que lucran. Es una unidad económico-social, integrada por elementos humanos, materiales y técnicos, que tiene el objetivo de obtener utilidades a través de su participación en el mercado de bienes y servicios.

6.1.2 Industria

El concepto de industria hace referencia al grupo de operaciones que se desarrollan para obtener, transformar o transportar productos naturales. El término también se aprovecha para nombrar la instalación que se reserva a esta clase de operaciones y al conjunto de las fábricas de un mismo género o de una misma región.

6.1.3 Maquinaria

Es un conjunto de piezas o elementos móviles y fijos, que por efecto de sus enlaces son capaces de transformar la energía.

6.1.4 Maquinaria Industrial

La maquinaria industrial es la que se utiliza en la industria de cualquier tipo de producto y que por ser una compañía grande y de productividad igual, estas máquinas son capaces de hacer, maquilar o producir grandes cantidades del producto que se vende. También se utilizan para trabajos muy pesados que un empleado no lo puede hacer por su propia mano o bien para ensamblar, cortar o pegar cualquier tipo de material en cantidades industriales. Es decir, cantidades que son muy grandes y se necesita muy poco tiempo para realizar la acción.

6.1.5 Suministro

Se hace referencia al acto y consecuencia de suministrar, es decir, proveer a alguien de algo que requiere. La palabra menciona tanto a la provisión de víveres o utensilios como a los objetos y efectos que se han suministrado.

6.1.6 Repuestos

Un recambio, repuesto o refacción es una pieza que se utiliza para reemplazar las originales en máquinas que debido a su uso diario han sufrido deterioro o una avería.

6.1.7 Componentes Electrónicos

Se denominan componentes electrónicos aquellos dispositivos que forman parte de un circuito electrónico. Se suelen encapsular, generalmente en un material cerámico, metálico o plástico, y terminar en dos o más terminales o patillas metálicas. Se diseñan para ser conectados entre ellos, normalmente mediante soldadura, a un circuito impreso, para formar el mencionado circuito.

6.1.8 Filtros (de aire)

Un filtro de aire es un dispositivo que elimina partículas sólidas como por ejemplo polvo, polen y bacterias del aire. Los filtros de aire encuentran una utilidad allí donde la calidad del aire es de relevancia, especialmente en sistemas de ventilación de edificios y en motores tales como los de combustión interna, compresores de gas, compresores para bombonas de aire, turbinas de gas y demás.

6.1.9 Compresores

Un compresor es una máquina de fluido que está construida para aumentar la presión y desplazar cierto tipo de fluidos llamados compresibles, tal como gases y los vapores. Esto se realiza a través de un intercambio de energía entre la máquina y el fluido en el cual el trabajo ejercido por el compresor es transferido a la sustancia que pasa por él convirtiéndose en energía de flujo, aumentando su presión y energía cinética impulsándola a fluir.

6.1.10 Aire Comprimido

El aire comprimido se refiere a una tecnología o aplicación técnica que hace uso de aire que ha sido sometido a presión por medio de un compresor. En la mayoría de aplicaciones, el aire no sólo se comprime, sino que también desaparece la humedad y se filtra. El uso del aire comprimido es muy común en la industria, tiene la ventaja sobre los sistemas hidráulicos de ser más rápido, aunque es menos preciso en el posicionamiento de los mecanismos y no permite fuerzas grandes.

6.1.11 Procesos Automatizados

La automatización es un sistema donde se transfieren tareas de producción, realizadas habitualmente por operadores humanos a un conjunto de elementos tecnológicos. La Parte Operativa es la parte que actúa directamente sobre la máquina. Son los elementos que hacen que la máquina se mueva y realice la operación deseada.

6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño

6.2.1.2 Comunicación

Según el sitio web – Www.defincion.de/comunicacion/- Dice “La comunicación es un fenómeno inherente a la relación que los seres vivos mantienen cuando se encuentran en grupo. A través de la comunicación, las personas o animales obtienen información respecto a su entorno y pueden compartirla con el resto”.

El funcionamiento de las sociedades humanas es posible gracias a la comunicación. Que consiste en el intercambio de mensajes entre los individuos.

6.2.1.3 Elementos de la Comunicación

- Emisor: Es el punto que elige y selecciona los signos adecuados para transmitir su mensaje; Codifica para llevarlos de manera entendible al receptor. En el emisor se inicia el proceso comunicativo.
- Receptor: Es el punto al que se destina el mensaje, realiza un proceso inverso al que el emisor quiere dar a conocer.
- Código: Es el conjunto de reglas propias de cada sistema de signos y símbolos que el emisor utilizara para transmitir su mensaje.
- Mensaje: Es el contenido de la información.
- Canal: Es el medio a través del cual se transmite la información a la comunicación.
- Situación: Es el tiempo y el lugar en que se realiza el acto comunicativo.
- Interferencia: Son las distorsiones del sonido en la conversación.

- Retroalimentación: Es la condición necesaria para la interactividad del proceso comunicativo, siempre y cuando se reciba una respuesta, logrando la interacción entre el emisor y el receptor.

6.2.1.4 Mercadeo

El mercadeo es un proceso social y administrativo mediante el cual los grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos.

6.2.1.5 E-Marketing

La American Marketing Association -AMA-, Dice “El marketing es una función de la organización y un conjunto de procesos para crear y comunicar un valor a los clientes de manera que se beneficien en toda la organización.

6.2.1.6 E- Commerce

El comercio electrónico agrupa una variedad de actividades comerciales online, para productos y servicios, entre empresas y el consumidor, a través de internet.

6.2.1.7 Internet

Nació en EE. UU hace 30 años como un proyecto militar llamado ARPAN ET que pretendía poner en contacto una gran cantidad de ordenadores de las instalaciones del ejército de EE.UU. Al tiempo a este proyecto se añadieron distintas empresas hasta que creció de gran manera por todo el territorio de los EE. UU. Según DARPA por su siglas en inglés (Defense Advance Research Projects Agency) “Internet es una manera de intercambiar información relacionada con la investigación entre entidades o personas.

6.2.1.8 Pagina web

Es un documento multimedia con formato HTML, que contiene vínculos hacia otros documentos. Se accede a este documento mediante un servidor web por medio de una dirección única (URL) para que sea visualizado en un navegador.

6.2.1.9 URL

Por sus siglas en inglés -Uniform Resource Locator- son la dirección global de documentos y de recursos en la WWW -World Wide Web-. La primera parte de la dirección indica que protocolo utilizar, la segunda especifica la dirección IP donde se localiza el recurso.

6.3 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño.

6.3.1 Diseño

El diseño es plasmar el pensamiento de la solución mediante bocetos o esquemas trazados en cualquiera de los soportes, durante o posteriores a un proceso de observación de alternativas o investigación. Es también el acto intuitivo de diseñar como podría llamarse la creatividad.

Es también un acto de creación o innovación si el objeto no existe, o es una modificación de lo existente como una inspiración, abstracción, síntesis, ordenación y transformación.

6.3.2 Diseño gráfico

Según la web www.definicionabc.com. El diseño gráfico también llamado “de la comunicación visual” ya que entraña una íntima relación con la comunicación como ciencia

teórica y disciplina gráfica. Se entiende por diseño gráfico a la práctica de desarrollo y ejecución de mensajes visuales que contempla aspectos informativos, estilísticos, de identidad, de persuasión, tecnológicos, productivos y de innovación.

6.3.3 Diseño web

El diseño web es una actividad que consiste en la planificación, diseño e implementación de sitios web y páginas web. No es una aplicación diseño convencional, ya que requiere tener en cuenta cuestiones tales como la navegabilidad, interactividad, utilidad, arquitectura de la información y la interacción de medios como el audio, texto, imagen y video.

6.3.4 Creatividad

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

6.3.5 Tipografía

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

Las representaciones visuales de los contenidos textuales son básicamente las letras, elementos formadores de los abecedarios de los diferentes idiomas. Con las letras se forman palabras, con las palabras frases, y con las frases se representan ideas y conceptos.

Además, por su componente significativo, cada letra de una palabra es por sí misma un elemento gráfico, que aporta riqueza a la composición final. Por este motivo, el aspecto visual de cada una de las letras que forman es muy importante, interviniendo en los mismos conceptos similares a los que caracterizan cualquier otro componente gráfico: forma, tamaño, color, escala, etc.

6.4 Ciencias auxiliares que apoyan el proceso y desarrollo del sitio web.

6.4.1 Semiología

La semiología fue definida y estudiada por Saussure en Ginebra en 1908 como “la ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de la vida social”, haciéndola depender de la psicología general y siendo su rama más importante la lingüística.

Semiología viene de las palabras griegas semeion (Signo) y logos (Estudio). Por tanto, puede decirse simplemente que la semiología es el estudio de los signos. A la semiología le interesa el funcionamiento de los signos, su agrupación en diferentes sistemas, como su origen y/o formación de los mismos.

6.4.2 Semiología de la Imagen

La semiología de la imagen es considerada una ciencia joven que comienza a tener importancia en la comunicación social propios del siglo XX. El signo es algo complejo que abarca fenómenos sumamente heterogéneos que, por otro lado, tienen algo en común: ser portadores de una información o de un valor significativo.

6.4.3 Psicología del Color

La psicología del color está basada en relaciones con formas geométricas y símbolos, como también la representación heráldica. Los colores cálidos se consideran como estimulantes, alegres y hasta excitantes y los colores fríos se consideran como tranquilos, sedantes y hasta deprimentes.

Estas determinaciones son subjetivas y debidas a la interpretación personal como todas las investigaciones han demostrado que son corrientes en la mayoría de los individuos y están determinadas por reacciones inconsistentes y por diversas asociaciones que tienen relación con la naturaleza.

Colores Primarios:

- Color amarillo: Se relaciona con el sol y significa luz, radiante, alegría y estímulo.
- Color Rojo: Está relacionado con el fuego y sugiere calor y excitación.
- Color Azul: Color del Cielo y el agua es serenidad, infinito y frialdad.

6.4.4 Sociología

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

En la sociología se utilizan múltiples técnicas de investigación interdisciplinarias para analizar e interpretar desde diversas perspectivas teóricas las causas, significados e imaginarios culturales que motivan la aparición de diversas tendencias de comportamiento en el ser humano, especialmente cuando se encuentra en convivencia social y dentro de un hábitat compartido.

Los orígenes de la sociología como disciplina científica están asociados a los nombres de Henri de Saint-Simón, Auguste Comte, Karl Marx, Herbert Spencer, Émile Durkheim, George Simmel, Ferdinand Tönnies, Max Weber. La sociología estudia la distribución y la aparición de los comportamientos grupales, así como la asociación de estos a variables biológicas, psicológicas, culturales y ambientales.

La investigación cualitativa requiere un profundo entendimiento del comportamiento humano y las razones que lo gobiernan, a diferencia de la investigación cuantitativa la investigación cualitativa busca explicar las razones de los diferentes aspectos del comportamiento. En pocas palabras investiga por qué y el cómo se tomó una decisión.

6.4.5 Artes

6.4.5.1 Fotografía

La fotografía es el procedimiento y arte que permite fijar y reproducir, a través de reacciones químicas y en superficies preparadas para ello, las imágenes que se recogen en el fondo de una cámara oscura.

George Eastman fue un gran impulsor de la fotografía cuando, en 1888, presentó la primera cámara Kodak con rollo de papel fotográfico. Esta técnica sustituyó a las placas de cristal. Otro paso importante se produjo en 1948, con el lanzamiento de la técnica Polaroid que permite revelar las fotos en apenas un minuto.

6.4.5.1 Tipografía

Se define la tipografía como el arte o técnica de reproducir la comunicación mediante la palabra impresa, transmitir con cierta habilidad, elegancia y eficacia, las palabras.

El signo tipográfico se ha considerado como uno de los miembros más activos de los cambios culturales del hombre.

6.4.6 Teorías

6.4.6.1 Teoría de la Gestalt

Gestalt es un término alemán que, si bien no tiene una traducción exacta, la interpretación más aceptada es la de “forma”. La premisa central de la “Teoría de la Gestalt” o “Teoría de la Forma” como también se la llamó, es que “el todo es más que la suma de sus partes”.

Los primeros que desarrollaron esta teoría y los conceptos relacionados con la misma, fueron Kurt Koffka, Wolfgang Kohler y Max Wertheimer.

La Psicología de la Gestalt surge a principios de 1900, y su objeto de estudio son las estructuras psicológicas entendidas como totalidades organizadas y significativas, dando una total importancia a la percepción. Se encuentra dentro de las psicologías que estudian la conciencia, los procesos cognitivos.

6.4.7 Tendencias

6.4.7.1 Diseño Plano (Flat)

Se le llama diseño Plano o en ingles “Flat Design” y consiste en eliminar o reducir todo tipo de decoración en un diseño de interfaz web para simplificar el mensaje y facilitar la funcionalidad. Se eliminan texturas, degradados, biselados, sombreados.

- Colores: Se suelen utilizar colores vivos en paletas pastel con pocas variaciones de cada color. Intentar utilizar esquemas de color que ayuden al usuario a “comprender” el diseño de forma visual y así facilitar la interacción.
- Tipografía: La tendencia es utilizar fuentes sans serif para cuerpos. Para títulos sirve casi cualquier fuente de fácil lectura, incluso las creativas. Se suelen utilizar grandes tamaños, al mismo tiempo que se reducen las longitudes de los títulos y subtítulos.
- Mensaje: Si puedes decir algo en 4 palabras no lo digas con 10. Sé directo y utiliza claras llamadas a la acción. El mensaje suele ir reforzado con códigos de color para dar jerarquía o importancia a la información

6.4.7.2 Animaciones

Cualquier animación que está pensada para ser utilizada en una página web, pues emplea un formato ampliamente extendido y que generalmente puede visualizarse directamente desde un navegador web. La animación web suele utilizarse para publicidad, banners, detalles de diseño, efectos, botones animados, etc.

- Parallax: Tendencia en diseño de páginas web que consiste en implementar una velocidad distinta al texto o contenido que el fondo del sitio web. Esta técnica fue inventada por Disney para incorporar sus películas de una ligera tridimensionalidad.
- Loaders (Animaciones de carga): Son cargadores de sitios web en porcentajes de manera creativa para poder entretener al usuario mientras carga la página web.

6.4.7.3 Diseño Responsive o adaptativo

Web Design es la técnica que nos permite crear sitios adaptables a las condiciones del ordenador o dispositivo desde donde se van a acceder, sobre todo en lo que tiene relación con la pantalla del sistema donde se están visualizando.

6.4.7.4 Scrolling

Permite una transición sin problemas entre las páginas y los elementos del sitio. Además, esta tendencia permite a los usuarios tener su propio ritmo y reduce la fatiga ocular.

6.4.7.5 Minimalismo

En su ámbito más general, es la tendencia a reducir a lo esencial, a despojar de elementos sobrantes. Es una tendencia que se ha tenido un gran auge en los sitios web gracias a su facilidad de carga.

CAPÍTULO VII
PROPUESTA DE DISEÑO Y PROPUESTA PRELIMINAR

Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar

7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico:

Con la información obtenida en el marco teórico se evaluaron aspectos para aplicar en el proyecto como técnicas y métodos para el proceso de diseño. En este capítulo se aplican y justifican las ciencias, artes, tendencias y teorías para presentar una propuesta preliminar.

7.1.2 -Conceptos Fundamentales- Aplicación de la Comunicación en la elaboración del sitio web

La comunicación se entiende como el proceso en que interviene un emisor y un receptor en un ambiente determinado. La comunicación se cumple en la elaboración de este proyecto ya que al enviar el mensaje por el emisor Compresores Repuestos y Servicios - CRESER-, el receptor que son los clientes y los cuales visitaran el sitio web.

7.1.3 3 -Conceptos Fundamentales- Aplicación del Diseño gráfico en la elaboración de un sitio web

El diseño gráfico es un conjunto de elementos están destinados a proyectar un conjunto de elementos para comunicar a grupos determinado o bien el grupo objetivo el mensaje requerido. Es fundamental en la realización de este proyecto que el uso correcto de los elementos tomando en cuenta la información del grupo objetivo y el perfil del cliente es decir del emisor Compresores Repuestos y Servicios -CRESER-.

7.1.3.4 -Ciencias Auxiliares- Aplicación de la Psicología del Consumidor

La psicología del consumidor se encarga de estudiar el comportamiento del consumidor y los aspectos psicológicos que influyen en la decisión de compra en el cliente o persona. En este proyecto es fundamental el uso de esta ciencia auxiliar ya que depende totalmente de ella, en conjunto con la información del grupo objetivo y el perfil del cliente.

7.1.3.5 -Ciencias Auxiliares- Aplicación de la Psicología del Color

La psicología del color afecta directamente a la elaboración de un sitio web ya que el color está presente en los aspectos de identidad empresarial y en la marca. Por esto se aplican los conceptos de la psicología del color para transmitir correctamente el mensaje hacia el grupo objetivo como a la imagen de la empresa Compresores Repuestos y Servicios - CRESEER-.

7.1.3.6 -Artes- Aplicación de la Tipografía

La Tipografía es el arte de crear tipos para comunicar el mensaje, la tipografía sin serif son adecuadas para la creación del sitio web. Se debe elegir correctamente las tipografías a utilizarse para que sean legibles y agradables a la vista.

7.1.3.7 -Tendencias- Aplicación del Minimalismo

El minimalismo se define como el estilo que donde se reducen elementos innecesarios inclusive con colores y formas y texturas. Con este concepto se pretende que el sitio web tenga lo necesario ya que el requerimiento del cliente fue: “Sitio web que se entienda fácilmente y con navegación simplificada”.

7.2 Conceptualización

El desarrollo del sitio web para Compresores Repuestos y Servicios -CRESER-, necesita de un proceso creativo para cubrir todas sus necesidades y cumplir con los objetivos del proyecto.

7.2.1 Método: Lista de atributos

La lista de atributos es una de las técnicas más populares para generar ideas y fue desarrollada por Alex Osborn y publicada en 1963. La lista de atributos se aplica con un cuaderno o cualquier elemento que sirva para anotar ideas en donde un coordinador dinamiza el proceso y un secretario apunta las ideas de los miembros del grupo.

Para su elaboración se cumplen los siguientes pasos:

1. Calentamiento: Se ejercita la mente de las personas en el grupo para un mejor funcionamiento colectivo.
2. Generación de Ideas: Se establece el número de ideas al cual se quiere llegar y también se puede marcar el tiempo.
3. 4 Reglas fundamentales:
 1. Las críticas están prohibidas
 2. Las ideas son bienvenidas
 3. Mayor cantidad de ideas, mejor.
 4. El desarrollo y asociación de ideas que se desee.

7.2.1.1 Esquema de lista de atributos

Lista de atributos - Compresores, Repuestos y Servicios -CRESER-.

- Comercio
- Industria
- Venta
- Repuesto
- Presencia
- Marca
- Imagen
- Crecimiento
- Expansión
- Promoción
- Promover
- Exportar
- Competencia
- Insumos
- Proveer

7.2.2 Definición del Concepto

El concepto de diseño que se seleccionó se basa en criterios y opiniones de la lista de atributos que se tuvo con el cliente en una reunión con el personal. Para determinar el concepto de diseño se propusieron diferentes frases, que ayudan a sustentar el concepto por el cual se utilizara en el sitio web.

Las ideas existentes se pueden mejorar y complementar para formar un concepto de ese modo se propusieron las siguientes frases:

- “Presencia, crecimiento y expansión”
- “Promoviendo la presencia de marca”
- “Creciendo la marca”
- “Expandiendo la imagen”
- “Crecimiento de Marca”
- “Promoviendo la Imagen”
- “Promoción de Marca”
- “Promoción de Imagen”
- “Crecimiento de Imagen”
- “Proveyendo repuestos de alta calidad”
- “Tu mejor proveedor de repuestos industriales”

Después de un análisis de las propuestas conjunto con el cliente, se determinó que el mejor concepto y el que más se adapta a este proyecto, y describe lo que se intenta lograr con este proyecto es:

“Tu mejor proveedor de repuestos industriales”

7.2.3 Etapa de pre visualización

Se utilizó la información que el cliente proveyó acerca de Compresores Repuestos y Servicios -CRESER-. para determinar los aspectos de diseño necesarios que ayudarán a conformar el sitio web del cliente.

7.2.3.1 Medios de Realización

Para la realización del diseño del sitio web Compresores Repuestos y Servicios - CRESER-, se utilizarán los siguientes programas de diseño:

- Adobe Photoshop CS6: Programa para editar y modificar imágenes.
- WIX: Plataforma para la realización de páginas web con hosting.

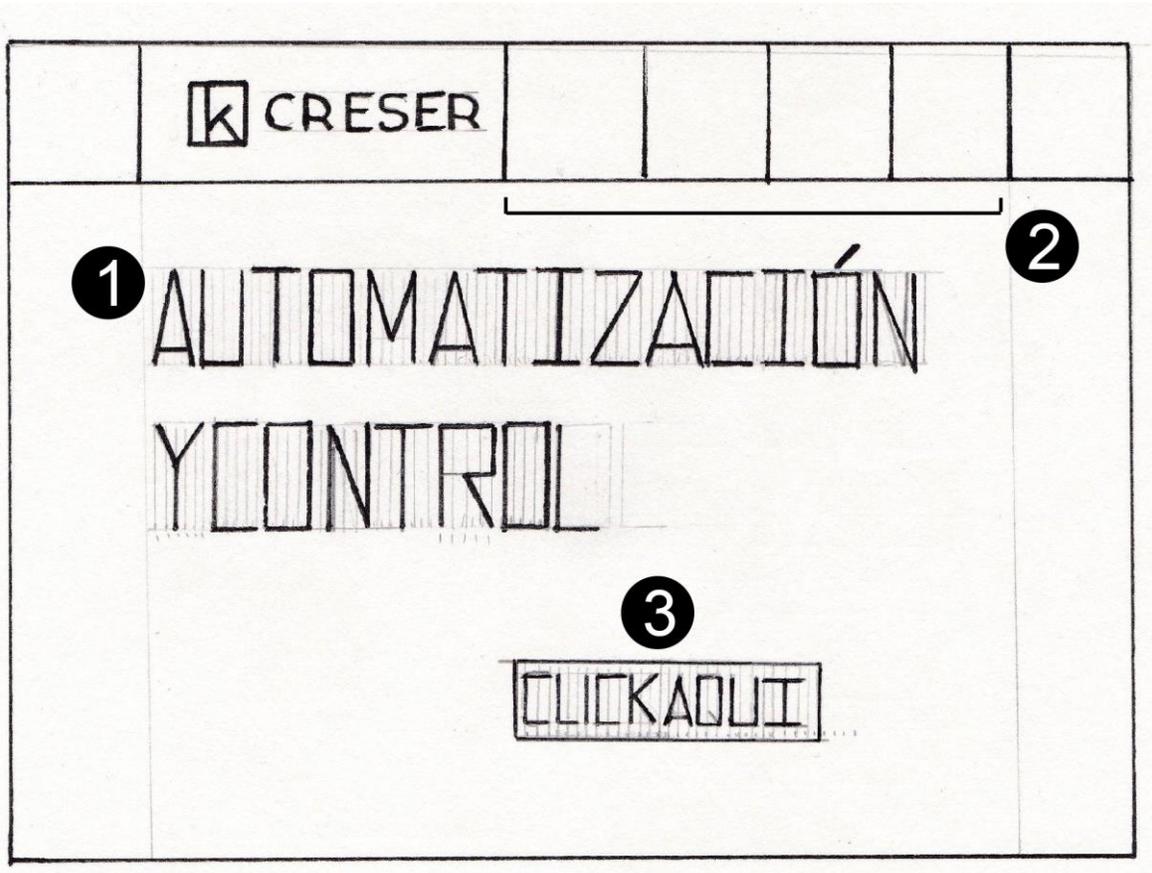
7.2.3.2 Comunicación a través del sitio web de Compresores Repuestos y Servicios - CRESER-.

Según el requerimiento del cliente para la formación del sitio web se hizo una búsqueda de referencias para ejemplos de sitio web. En la etapa de planificación del diseño que se implementara en el sitio web, se determinaron los factores involucrados dentro del concepto y la forma en que se fusionan los elementos gráficos para transmitir un mensaje visual claro y fácil de entender.

7.3 Bocetaje

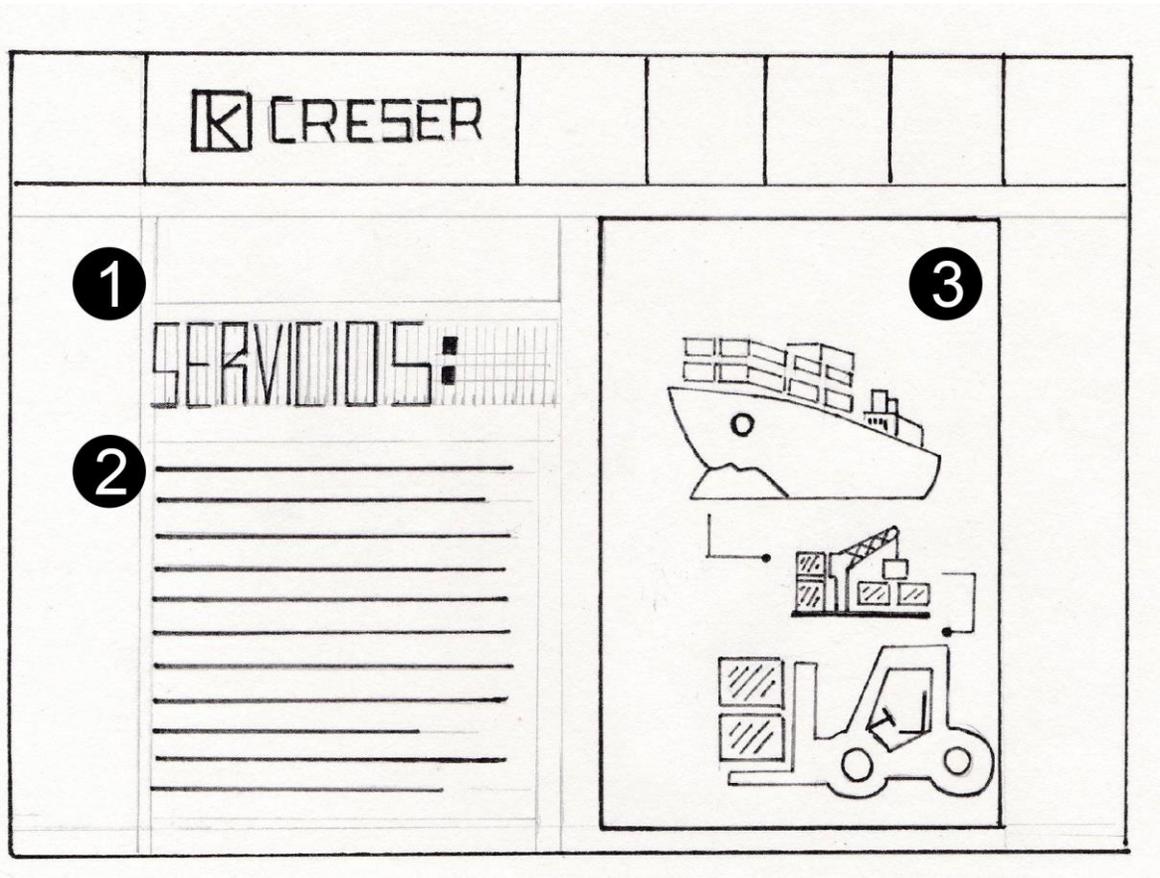
En este proceso de gráfica y justifica la estructura y diseño del sitio web. Las propuestas gráficas de la página se iniciaron con un boceto a lápiz en hojas de dibujo, de esta manera pudimos definir cuál era nuestra mejor opción, según lo requerido por el cliente, Compresores Repuestos y Servicios -CRESER-.

7.3.1 Boceto Natural, Página principal.



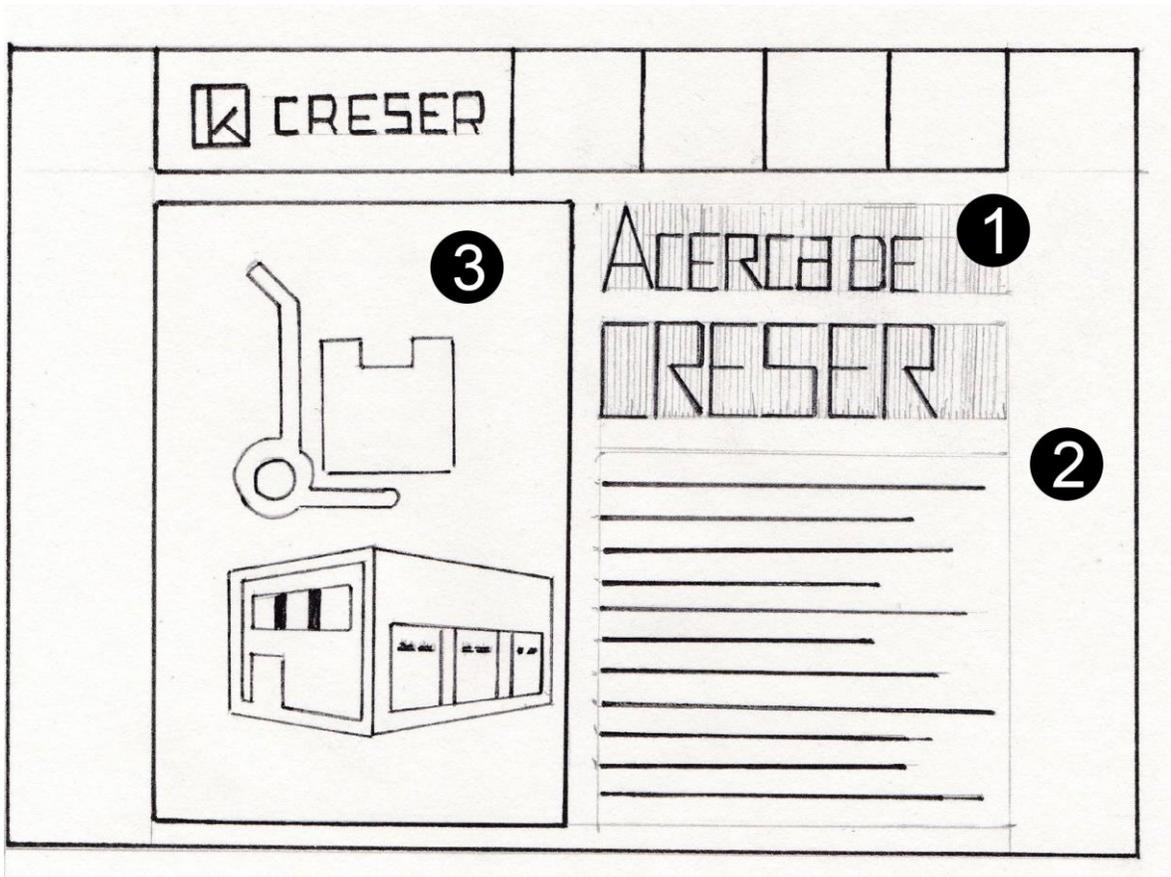
1. El slogan de la empresa Compresores Repuestos y Servicios -CRESER-. Como título principal en letras mayores al centro de la página.
2. Menú de navegación de la página web, en donde se encuentra las pestañas: Home, Servicios, Nosotros, Contacto.
3. Botón para iniciar el scroll de la página y que lleva hacia abajo para el siguiente tópico.
4. El logo de -CRESER-, como el menú de navegación se muestran igual en todas las paginas, manteniendo su posición superior.

7.3.2 Boceto Natural, Servicios.



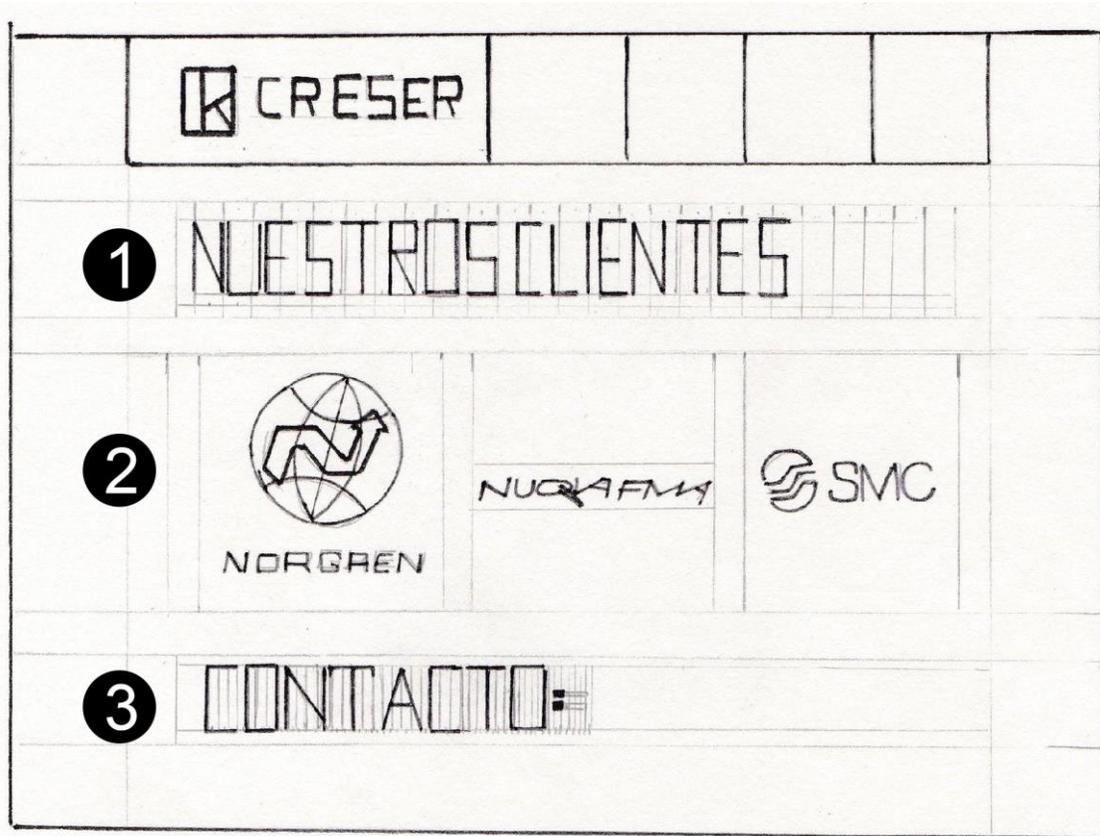
1. Título de la página “Servicios”
2. Párrafo donde irá una breve introducción de los servicios que ofrece la empresa Compresores Repuestos y Servicios -CRESER-.
3. Ilustración en modo isométrico, haciendo referencia acerca del proceso envío de un producto de la empresa.

7.3. Boceto Natural, “Acerca de CRESER”.



1. Título de la página “Acerca de CRESER”
2. Párrafo con una introducción acerca de lo que es la empresa y su nacionalidad.
3. Ilustración que hace referencia a una bodega que almacena productos que fueron importados para ser distribuidos.

7.3.4 Boceto Natural, “Nuestros Clientes”.



1. Título que indica que es la página de clientes de la empresa.
2. Barra horizontal con los logos de las empresas.
3. Botón con la palabra “contacto” que lleva hacia una página para llenar un formulario de correo electrónico.

7. 4 Proceso de Digitalización de Bocetos

7.4.1 Boceto digital, Página principal.



1. Título central con un tamaño de fuente mayor al resto de texto en la página.
2. A diferencia del boceto natural, se agregó un subtítulo para hacer referencia de lo que hace la empresa a rasgos generales.
3. Botón con la palabra “comenzar”, sustituida por la del boceto natural “click aquí”.

7.4.2 Boceto digital, Servicios.



1. Título de la página, “Servicios”.
2. Párrafo donde irá información de los servicios que provee la empresa.
3. Ilustración en tipo “isométrico”, que hace referencia al proceso de importación de un producto vía naval y el proceso por puerto.

7.4.3 Boceto digital, “Acerca de CRESER”



1. Ilustración en tipo “isométrico” donde hace referencia a una bodega que representa -CRESER- y donde almacena los productos.
2. Título de la página “Acerca de CRESER”.
3. Párrafo con información acerca de la empresa.

7.4.4 Boceto digital “Nuestros clientes”



1 Nuestros Clientes



1. Titular de página.
2. Cuadros delimitadores, que contiene los logos de las empresas con las que se trabaja.

7.4.5 Boceto digital “Contacto”.

1 Contacto

2 Compresores Repuestos y Servicios -CRESER-

Nombre

Email

Mensaje

3 Nuestra Direccion

2da Calle C 9-30 Zona 15, Ciudad de Guatemala, Guatemala, C.A

LLámanos

Tel. (502) 42081614
Tel. (502) 47685772

*Esta página se agrega debido a la necesidad de espacio para rellenar el formulario de e-mail.

1. Titular de la página.
2. Formulario para enviar un correo electrónico a la empresa, con los datos: Nombre, Email, y Mensaje.
3. Información adicional acerca del contacto de la empresa, incluye la dirección física y los teléfonos.

7.5 Propuesta preliminar

7.5.1 Propuesta preliminar, Pantalla de Inicio



Tamaño: 1348 x 619 pixeles.

En esta pantalla se propone una imagen que llena el navegador, manteniendo los mismos titulares y diagramación antes presentada en los bocetos.

7.5.2 Propuesta preliminar, Pantalla de Servicios.



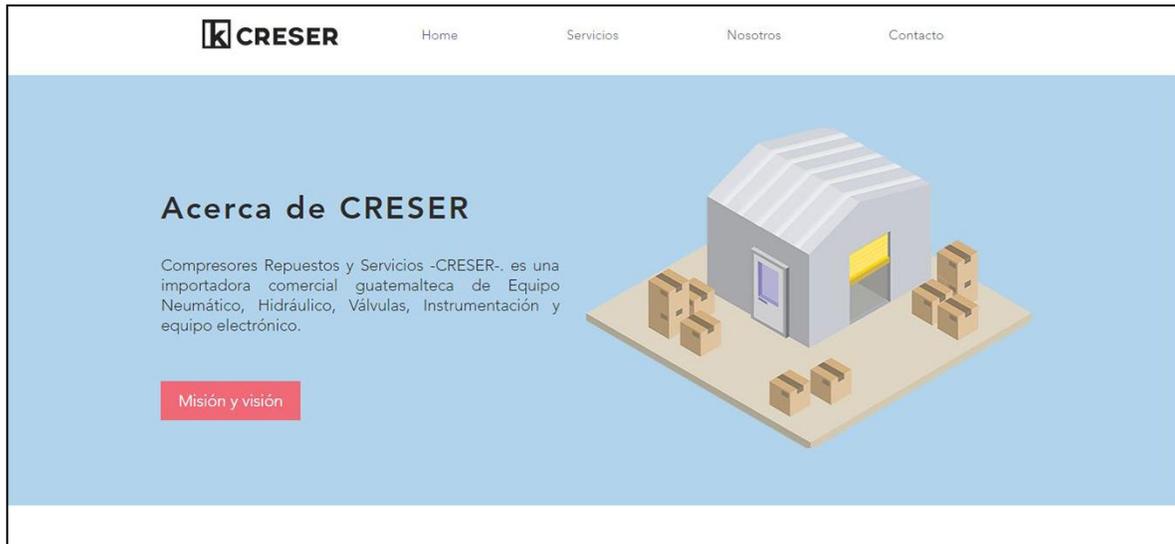
Tamaño: 1348 x 619 pixeles.

Esta pantalla mantiene los titulares, diagramación, ilustración y la información real agregándole un botón para poder ir a una subpágina donde habrá información más amplia.

Se agrega una subpágina debido al poco espacio que esta proporciona, con el fin de dar ejemplos de los productos que se importan en -CRESER-.



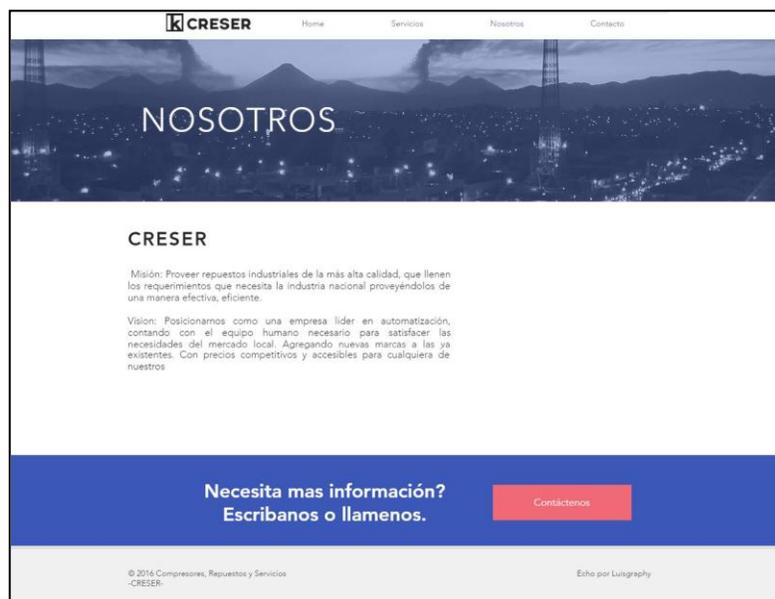
7.5.3 Propuesta Preliminar, Pagina Acerca de nosotros.



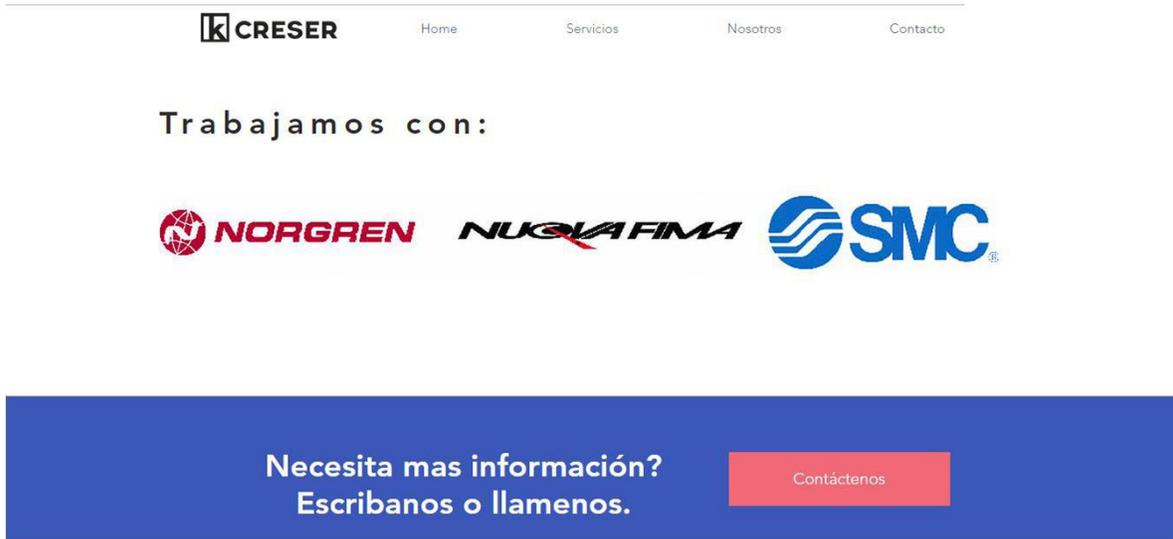
Tamaño: 1348 x 619 pixeles.

Esta pantalla mantiene los titulares, ilustración e información donde se agrega un botón para conocer la misión y visión de la empresa. El color de fondo ayuda a separar una pantalla de otra.

Se agregó una subpantalla en la que se describe la misión y la visión de la empresa - CRESER-.



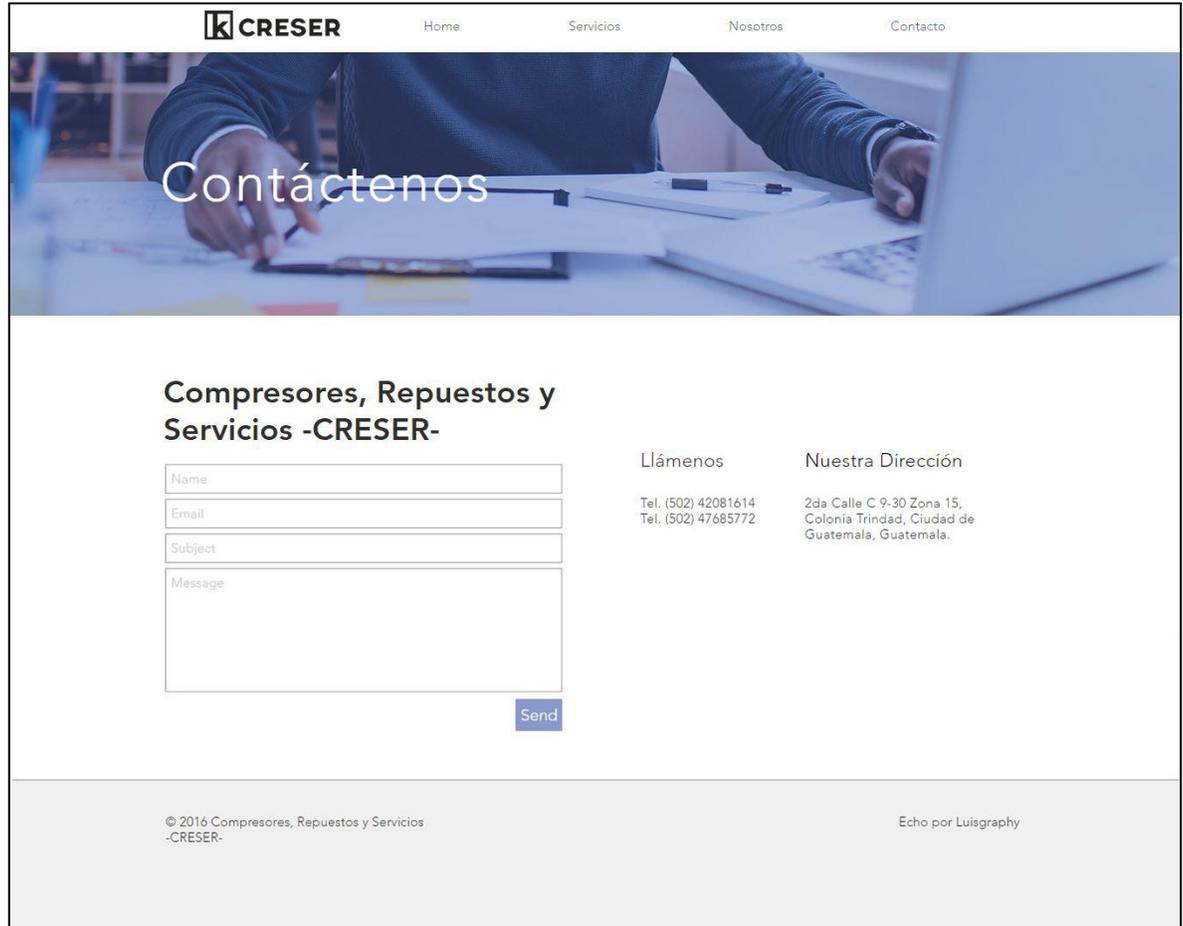
7.5.4 Propuesta preliminar, Clientes.



Tamaño: 1348 x 619 pixeles.

En esta pantalla se cambió el título para evitar confusiones, ya que las empresas no son clientes sino más bien proveedores, manteniendo los logos sin cuadro delimitador y agrega un cintillo para información de contacto.

7.5.5 Propuesta preliminar, Contacto.



Tamaño: 1348 x 619 píxeles.

En esta pantalla se agregó una fotografía en la cabecera de la página.

CAPÍTULO VIII
VALIDACIÓN TÉCNICA

Validación Técnica

El proceso de validación consiste en evaluar cuantitativamente la efectividad que presenta el material diseñado, en función de dar respuesta a los requerimientos del cliente, los objetivos del proyecto y la funcionalidad del proyecto. El enfoque del trabajo de investigación es mixto, en cuanto a que se utilizará el enfoque cuanti y cualitativo.

Esta herramienta consiste en una encuesta de respuesta múltiple que se le entregará al cliente, Grupo objetivo y a expertos físicamente. El sitio web de Compresores Repuestos y Servicios -CRESER-. Necesita ser validado cuanti y cualitativa, por lo que se decide utilizar una encuesta como herramienta de validación.

8.1 Población y muestreo

En el proceso de validación se evaluarán tres grupos:

8.1.1 Grupo Objetivo: Se realizó la herramienta de validación a gerentes, dueños de industrial, gerentes generales, gerentes de producción, gerentes de planta, gerentes de mantenimiento. En total se realizó una validación a 10 personas.

8.1.2 Cliente: Se realizó una herramienta de validación al gerente general de - CRESER-.

8.1.3 Expertos: Se realizó herramienta de validación a un total de 3 expertos en el diseño web y comunicación.

8.2 Método e instrumento

8.2.1 Investigación

8.2.1.1 Enfoque cualitativo: Hernández, et al., (2003), afirman que es el que “utiliza recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación y puede o no probar hipótesis en su proceso de interpretación”.

8.2.1.2 Enfoque cuantitativo: “Usa recolección de datos para probar hipótesis con base en la mediación numérica y el análisis estadístico para establecer patrones de comportamiento”, Hernández, et al., (2003, p.6).

8.2.1.3 Enfoque mixto: “Constituye el mayor nivel de integración entre los enfoques cualitativo y cuantitativo, donde ambos se combinan durante todo el proceso de investigación”, Hernández, et al., (2003, p.22).

Con los tres grupos objetivos como base para la herramienta de validación se utilizará la encuesta como herramienta de medición. La encuesta consta de 3 partes: Parte objetiva, parte semiológica y parte operativa con un total de 14 preguntas.

Parte objetiva: Se basa en los objetivos de proyecto. Se realizó con preguntas dicotómicas (Si o no).

Parte semiológica: Evalúa la seriedad de los elementos visuales en el sitio web en cuanto a la percepción en base a la funcionalidad.

Parte operativa: Evalúa si el sitio web cumple con la función de comunicar tanto textual como visualmente

8.3 Herramienta de Validación



FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y DISEÑO (FACOM)
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO GRAFICO
PROYECTO DE TESIS

GENERO: FEMENINO MASCULINO EDAD:

Nombre:

Profesión:

Puesto:

Años de Experiencia en el mercado:

Perfil: Experto Cliente Grupo Objetivo

Encuesta de Validación del Proyecto

Diseño de un sitio web que promueva los servicios y suministros para maquinaria industrial que comercializa la empresa compresores repuestos y servicios -CRESER-. Guatemala, Guatemala 2017

Antecedentes

COMPRESORES REPUESTOS Y SERVICIOS -CRESER- es una empresa de repuestos industriales que opera en Guatemala, pero no cuenta con un sitio web para hacer pedidos a otros países. En Guatemala carece de sitios web que vendan repuestos industriales lo que hace una oportunidad para tener presencia en internet con la variable que se puede entregar en todo el mundo.

La información que se desea colocar en el sitio web contendrá los repuestos disponibles y para solicitar en específico. El acercamiento del cliente sucede por motivos familiares, en donde el ceo de la empresa está relacionado familiarmente con el diseñador y solicita su ayuda para hacer un sitio web en donde la oportunidad perfecta ocurre con la tesis

Instrucciones

Con base a la información anterior, observe la propuesta del sitio web y según su criterio profesional conteste las siguientes preguntas de validación, colocando una "X" en los espacios asignados.

Parte Objetiva

- 1) ¿Considera usted que es necesario el desarrollo de un sitio web para dar a conocer los servicios que la empresa COMPRESORES REPUESTOS Y SERVICIOS -CRESER- a clientes reales y potenciales para cualquier parte del mundo?

SI NO

- 2) ¿Considera usted que el sitio web está de acuerdo a las últimas tendencias de diseño y cumple con ser agradable a los cliente reales y potenciales?

SI NO

- 3) ¿Considera usted que se recopiló la información suficiente para la realización del sitio web?

SI NO

- 4) ¿Considera usted que el sitio web transmite correctamente lo que la empresa COMPRESORES REPUESTOS Y SERVICIOS -CRESER- hace?

SI NO

- 5) ¿Considera usted que es la información es sustanciosa?

SI NO

Parte Semiológica

- 1) ¿Considera usted la tipografía utilizada en el sitio web es adecuada?

Muy Adecuado Medianamente adecuado Poco adecuado

- 2) ¿Considera el uso de los colores adecuados para el tema de la empresa COMPRESORES REPUESTOS Y SERVICIOS -CRESER- según lo dicho en los antecedentes?

Muy Adecuado Medianamente adecuado Poco adecuado

3) ¿Considera usted que las ilustraciones del sitio web en conjunto con las fotografías están de acorde a la empresa COMPRESORES REPUESTOS Y SERVICIOS -CRESER-?

Muy Adecuado Medianamente adecuado Poco adecuado

¿Considera que la navegación por el sitio web es...?

Muy Adecuado Medianamente adecuado Poco adecuado

4) ¿Considera que la sensación del sitio web lo hace sentir?

Confundido Entendido Dudoso Ganas de saber mas

Parte Operativa

1) ¿Considera que el sitio web cuenta con la información adecuada para el cliente?

Muy Adecuado Medianamente adecuado Poco adecuado

2) ¿Considera usted que se mantiene una línea grafica dentro de todas las pantallas del sitio web?

SI NO

3) ¿Considera usted que el sitio web tiene un orden lógico y coherente para navegar por él?

Muy Adecuado Medianamente adecuado Poco adecuado

4) ¿Considera que el sitio web es funcional?

SI NO

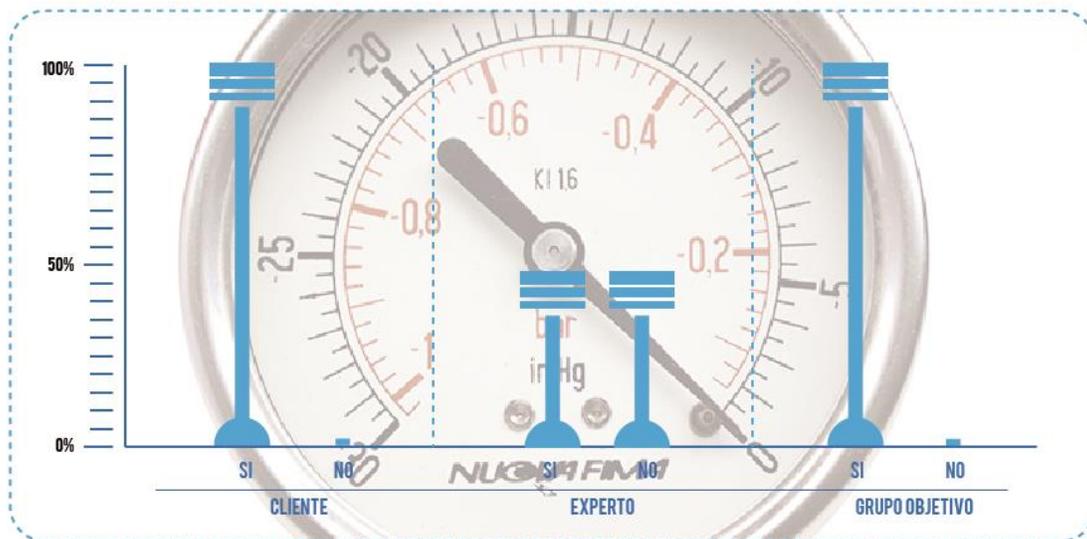
Observaciones y Comentarios

8.4 Resultados e interpretación de resultados.

La interpretación de resultados obtenidos en las encuestas realizadas a los 3 grupos: Grupo objetivo, expertos, cliente.

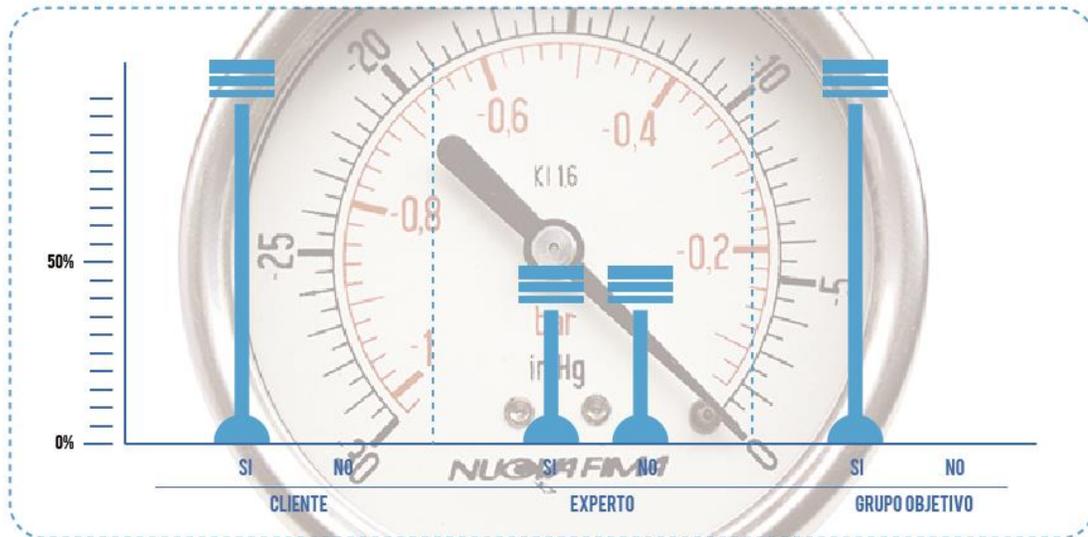
8.4.1 Interpretación de resultados, Parte Objetiva

1. ¿Considera usted que es necesario el desarrollo de un sitio web para dar a conocer los servicios que la empresa Compresores, Repuestos y Servicios -CRESER- a clientes reales y potenciales para cualquier parte del mundo?



El cliente y el grupo objetivo considera que es necesario el desarrollo del sitio web para dar a conocer los servicios de empresa Compresores, Repuestos y Servicios -CRESER-, sin embargo los expertos, el 50%, considera que no es necesario el sitio web.

4. ¿Considera usted que el sitio web transmite correctamente lo que la empresa Compresores, Repuestos y Servicios -CRESER- hace?



El cliente y el grupo objetivo cree que el sitio web transmite correctamente lo que la empresa Compresores, Repuestos y Servicios -CRESER-, parte, Sin embargo, los expertos están divididos en que no transmite correctamente el mensaje.

5. ¿Considera usted que es la información es sustanciosa?



El cliente y los encuestados creen que la información es útil y los expertos (el 50%), que la información no es sustanciosa.

8.3.2 Interpretación de Resultados, Parte Semiológica.

1) ¿Considera usted la tipografía utilizada en el sitio web es adecuada?



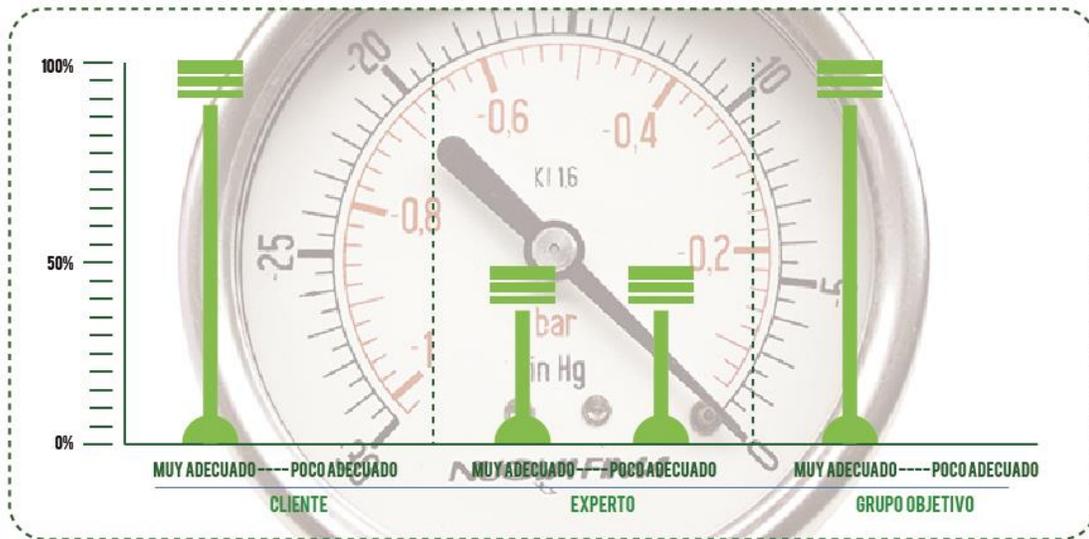
El 100% de los encuestados considera que la tipografía utilizada es la correcta y es 100% muy adecuada.

2. ¿Considera el uso de los colores adecuados para el tema de la empresa Compresores, Repuestos y Servicios -CRESER- según lo dicho en los antecedentes?



El 100% de los encuestados cree que el uso de los colores es el adecuado.

3. ¿Considera usted que las ilustraciones del sitio web en conjunto con las fotografías están de acorde a la empresa Compresores, Repuestos y Servicios -CRESER-?



El cliente y el grupo objetivo cree que son muy adecuadas las fotografías utilizadas, el 50% de los expertos consideran que se pueden mejorar.

4. ¿Considera que la navegación por el sitio web es...?



El Cliente considera muy adecuada la navegación por el sitio web mientras que los expertos se divide el 66% cree que es muy adecuada y el 33% que es poco adecuada.

5. ¿Considera que la sensación del sitio web lo hace sentir?



El cliente y el G.O considera que es muy adecuado la sensación del sitio web, sin embargo, los expertos consideran poco adecuado, ya que se sienten confusos con la información.

8.3.3 Interpretación de Resultados, Parte Operativa.

1) ¿Considera que el sitio web cuenta con la información adecuada para el cliente?



El cliente y el grupo objetivo cree que la información es adecuada pero los expertos consideran que no es adecuada.

2. ¿Considera usted que se mantiene una línea grafica dentro de todas las pantallas del sitio web?



El 100% considera que sí se mantiene una línea grafica en las pantallas del sitio web.

6. ¿Considera usted que el sitio web tiene un orden lógico y coherente para navegar por él?



El 100% de los encuestados considera que es muy adecuado el orden es lógico en el sitio web.

7. ¿Considera que el sitio web es funcional?



El total de los encuestados considera que el sitio web sí es funcional.

8.3.4 Observaciones

Dentro de las observaciones se dijo que la tipografía en la pantalla principal tenía que ser más legible, al igual como el uso de las fotografías y los filtros que se les aplica para que no sean no legibles en los titulares. Al igual se recomendó el cuidado de la ortografía como el cuidado de imágenes que están pixeladas y se recomendó tomar de nuevo las fotografías o conseguir fotografías con mejor definición.

8.5 Cambios en base a resultados

8.5.1 Pantalla Principal

ANTES



Anteriormente el 25% de los encuestados dijo que el titular no era legible debido a la fotografía y además el 25% de los encuestados considera que es mejor una fotografía relacionada con el título y/o los productos que importa la empresa.

DESPUES



Se actualizó la página y se hicieron los cambios requeridos por los encuestados y ahora el texto es legible sin problemas alguno, al igual que la fotografía es acorde con los productos de la empresa y funcional al no molestar los titulares y agradable a la vista.

8.5.2 Sub-Pantalla Servicios

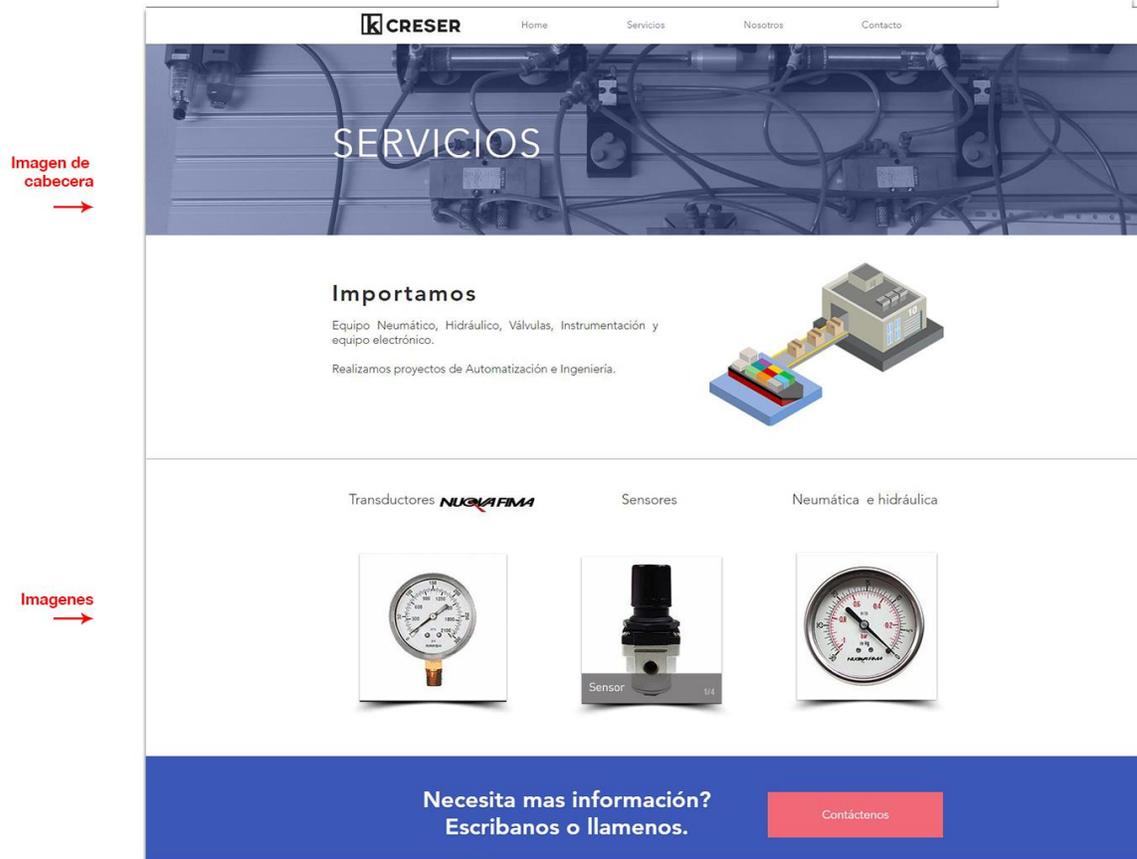
ANTES



Como se señala en la imagen, los cambios requeridos por el 25% de los encuestados fueron de la imagen que encabeza la página ya que es una imagen que no está acorde a lo que se vende en -CRESER-. El penúltimo y antepenúltimo logo de las marcas representadas serán removidos debido a que el cliente tiene exclusividad sólo con la primera marca, conservando el logo de la misma. Las imágenes serán reemplazadas por imágenes de alta resolución para su mejor visualización.

Sub-Pantalla Servicios

DESPUÉS



Como se ven en la imagen señalados, los cambios se han realizado según lo requerido. Ahora, la imagen es acorde según el tema de la empresa y sus productos, los logos de las marcas fueron removidos y las imágenes reemplazadas por unas de mejor calidad que el estudiante tomó.

CAPÍTULO IX
PROPUESTA GRAFICA FINAL

9. Propuesta gráfica final

Pantalla Principal



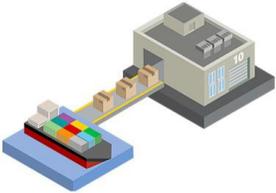
9.1 Pantalla No.2, Servicios.

CRESER Home Servicios Nosotros Contacto

SERVICIOS

Importamos

Equipo Neumático, Hidráulico, Válvulas, Instrumentación y equipo electrónico.
Realizamos proyectos de Automatización e Ingeniería.



Transductores **NUSSAFIMA** Sensores Neumática e hidráulica



**Necesita mas información?
Escribanos o llámenos.**

Contáctenos

© 2016 Compresores, Repuestos y Servicios
-CRESER-

Echo por Luisgraphy

9.2 Pantalla No.3, Nosotros.

CRESER Home Servicios Nosotros Contacto

NOSOTROS

CRESER

Misión: Proveer repuestos industriales de la más alta calidad, que llenen los requerimientos que necesita la industria nacional proveyéndolos de una manera efectiva, eficiente.

Vision: Posicionarnos como una empresa líder en automatización, contando con el equipo humano necesario para satisfacer las necesidades del mercado local. Agregando nuevas marcas a las ya existentes. Con precios competitivos y accesibles para cualquiera de nuestros

[* Create a WIX site!](#)

**Necesita mas información?
Escribanos o llámenos.**

Contáctenos

© 2016 Compresores, Repuestos y Servicios
-CRESER-

Echo por Luisgraphy

9.3 Pantalla No.4, Contacto.



CAPÍTULO X
PRODUCCIÓN, REPRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Producción, reproducción y distribución.

10.1 Plan de costos de producción

10.1.1 Tiempo de elaboración del sitio web

Se presenta el tiempo en que fue elaborado el sitio web.

Investigación sobre sitio web

Tiempo: 3 Semanas

Elaboración de bocetos preliminares para el sitio web

Tiempo: 7 semanas

Digitalización y propuesta final

Tiempo: 7 semanas

Totales

Semanas laboradas: 17 semanas

Días trabajados (2 por semana): 34 días

Horas trabajadas: 102 Hrs.

10.1.2 Costos de elaboración

Pago de hora promedio es GTQ.25.00

Totales: 102 Hrs trabajadas * Q25= Q2,550

10..2 Costos de reproducción

Se determina la planificación y costo de alojamiento del sitio web.

El sitio será alojado en la plataforma Wix.com, donde también el sitio fue creado.

El costo de alojamiento es de US\$12.42 por mes

Que incluye:

- 20 GB de almacenamiento
- Dominio gratis
- Remover anuncios
- Tienda en línea
- Correo personal

Para que el sitio web tenga un alcance y crezca en público online, se recomienda hacer un contrato anual de alojamiento con un costo de: US\$ 149.4, precio aproximado con cambio del día (GTQ 7.52) en quetzales es: GTQ 1,120.78.

Costo de reproducción: GTQ 1,120.78

10.3 Plan de costos de distribución

No tendrá ningún costo, ya que se dará a conocer por correo electrónico del cliente a sus contactos y en tarjetas de presentación.

10.4 Margen de utilidad

Se incluye el 10% de margen de utilidad

$$\Sigma = Q 3,670 + MU (10\%) = Q 3,680$$

10.5 IVA

Se incluye el 12% de IVA al costo de Producción

$$\Sigma = Q 3,680 + IVA (12\%) = Q4121.6$$

10.6 Tabla

Costo total de Producción	Q2,550
Costo total de Reproducción	Q 1,120.78
Margen de Utilidad (10%)	Q 367
IVA (12%)	Q 441.6
TOTAL	Q4121.6

CAPÍTULO XI
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

11.1 Se diseñó un sitio web para promover los productos y servicios de la empresa Compresores Repuestos y Servicios -CRESER-.

11.2 Se investigó información acerca de sitios web para fundamentar este proyecto.

11.3 Se recopiló información acerca de repuestos de maquinaria industrial, para ser utilizado en el sitio web.

11.4 Se realizaron fotografías profesionales de los productos para ser utilizados en el sitio web.

Recomendaciones

Mantener el sitio web actualizado por si existen cambios con las marcas que presenta el sitio al igual que con los productos que se importan.

Actualizar constantemente las fotografías de los productos por si persiste un cambio en alguno que afecte su forma de verse.

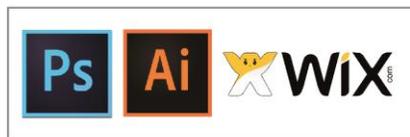
Estar pendiente del correo que el servidor provee por cotizaciones que surjan en el sitio web.

CAPÍTULO XII
CONOCIMIENTO GENERAL

Proyecto de Graduación

Software I-VII Diseño de Páginas Web

El software es la parte intangible del sitio web que hace funcionar correctamente el sitio web para que realiza las tareas a las cuales fue programado. Junto con la creatividad se fusiona para crear algo visualmente agradable y llamativo al consumidor como para el cliente.



El diseño de páginas web consiste en planificar, programar, diseñar acciones dentro de un sitio web. Se tiene que considerar variables como: navegabilidad, facilidad, interactividad, rentabilidad, usabilidad e interacción mediante medios como imágenes, audios, videos e información.



Diseño Gráfico Electrónico

La fotografía digital son imágenes del mundo real digitalizadas y que contienen información dentro de píxeles, con esta información las imágenes fueron retocadas para que contengan la mayor información correcta dentro de sus píxeles.

Fotografía Básica

Para este proyecto la fotografía básica fue de mayor importancia ya que para mostrar un producto es necesario enseñarlo, por lo tanto, se utilizaron las técnicas aprendidas en el curso como iluminación, regla de tercios y muchas otras.

Fotografía Digital

La fotografía digital son imágenes del mundo real digitalizadas y que contienen información dentro de píxeles , con esta información las imágenes fueron retocadas para que contengan la mayor información correcta dentro de sus píxeles.

En el transcurso de la carrera, la sumatoria de todos los cursos y en especial los siguientes: software, diseño gráfico electrónico, diseño de páginas web, fotografía básica y digital, me prepararon y ayudaron para poder aplicarlos y llevar a cabo el proyecto de graduación.



CAPÍTULO XIII
REFERENCIAS

Referencias Bibliográficas

Fonseca Llerena, María. (2000). "Comunicación Oral y Fundamentos y Practica Estratégica". Primera Edición Pearson Educación. México.

Sociedad Latinoamericana para la Calidad. (2000). "Lluvia de Ideas". Tecnológico de Monterrey

Sociedad Anónima (1999). "Diccionario de Marketing" Primera Edición. España

Santón, Itzel. (2004) "Fundamentos de Marketing" Treceava Edición, McGraw Hill México.

Referencias Web

A

(2001), (Web) Sc.ehu . "Concepto de Automatización"

<http://www.sc.ehu.es/sbweb/webcentro/automatica/WebCQMHI/PAGINA%20PRINCIPAL/Automatizacion/Automatizacion.html>

(2016), (Web) Study lib "Concepto de Aire comprimido"

<http://studylib.es/doc/849526/el-aire-comprimido-se-refiere-a-una-tecnolog%C3%ADa->

(2016), (Web) DefinicionABC "Concepto de Animación"

<http://www.definicionabc.com/general/animacion.php>

C

(2006), (Web) Wikimedia "Concepto de Componente electrónico"

https://es.wikipedia.org/wiki/Componente_electr%C3%B3nico

(2016), (Web) Wikimedia “Concepto de Compresor”

[https://es.wikipedia.org/wiki/Compresor_\(m%C3%A1quina\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Compresor_(m%C3%A1quina))

(2008), (Web) Julián Pérez Porto “Concepto de Comunicación”

<http://definicion.de/comunicacion/>

(2008), (Web) Julián Pérez Porto y María Merino “Concepto de Creatividad”

<http://definicion.de/creatividad/>

D

(2007), (Web) DefinicionABC “Concepto de Diseño gráfico”

<http://www.definicionabc.com/comunicacion/disenografico-2.php>

(2008), (Web) Websgnandmore “Concepto de Diseño Web”

<https://webdesignerandmore.wordpress.com/2012/09/25/que-es-disenoweb/>

(2013), (Web) Departamento de Internet “Concepto de Diseño Flat”

<http://www.departamentodeinternet.com/que-es-flat-design-disenoplano/>

E

(2008), (Web) Julián Pérez Porto “Concepto de Empresa”

<http://definicion.de/empresa/>

(2001), (Web) Josekont “Concepto de E-Marketing”

<http://kont.pro/que-es-emarketing/2011/02/>

(2005), (Web) Belarmino Galeón “Concepto de E- Commerce”

<http://belarmino.galeon.com/enlaces2177021.html>

F

(2016), (Web) Wikimedia “Concepto de Filtro de aire”

https://es.wikipedia.org/wiki/Filtro_de_aire.

(2009), (Web) Julián Pérez Porto y Ana Gardey “Concepto de Fotografía”

<http://definicion.de/fotografia/>

I

(2009), (Web) Julián Pérez Porto y Ana Gardey “Concepto de Industria”

<http://definicion.de/industria/>

(2008), (Web) Julián Pérez Porto “Concepto de Internet”

<http://definicion.de/internet/>

M

(2016), (Web) Wikimedia “Concepto de Maquina”

<https://es.wikipedia.org/wiki/M%C3%A1quina>

(2016), (Web) Wikimedia “Concepto de Maquinaria Industrial”

<https://es.wikipedia.org/wiki/Industria>

(2011), (Web) Julián Pérez Porto y Ana Gardey “Concepto de Minimalismo”

<http://definicion.de/minimalismo/>

(2005), (Web) Promonegocios “Concepto de Mercadotecnia”

http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/mercadotecnia_definicion.html

P

(2012), (Web) Tú psicología “Concepto de Psicología del Color”

http://tupsicologiadelcolor.blogspot.com/2012_04_01_archive.html

R

(2016), (Web) LEXICOON “Concepto de Repuesto”

<http://lexicoon.org/es/repuesto/>

(2015), (Web) Desarrollo WEB “Concepto de Responsive”

<http://www.desarrolloweb.com/articulos/que-es-responsive-web-design.html>

S

(2015), (Web) Wikimedia “Concepto de Scroll”

<https://es.wikipedia.org/wiki/Scroll>

(2010), (Web) Julián Pérez Porto y María Merino “Concepto de Suministro”

<http://definicion.de/suministro/>

(2008), (Web) Julián Pérez Porto y María Merino “Concepto de Semiología”

<http://definicion.de/semiologia/>

(Web, Fotonostra “Concepto de Semiología de la Imagen”

<http://www.fotonostra.com/grafico/semiologia.html>

(2008), (Web) Julián Pérez Porto y María Merino “Concepto de Sociología”

<http://definicion.de/sociologia/>

T

(2010), (Web) Julián Pérez Porto y María Merino “Concepto de Tipografía”

<http://definicion.de/tipografia/>

(2008), (Web) Julián Pérez Porto y María Merino “Concepto de Teoría de la Gestalt”

<http://definicion.de/gestalt/>

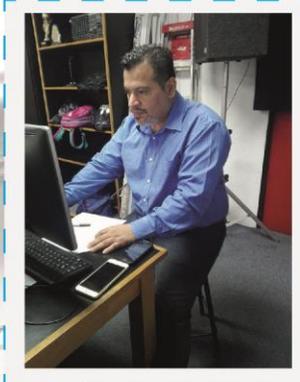
U

(2007), (Web) DefinicionABC “Concepto de URL”

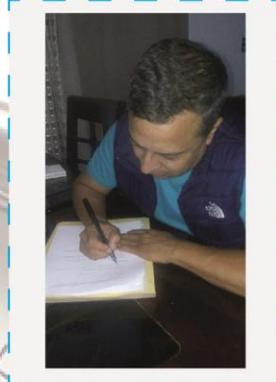
<http://www.definicionabc.com/tecnologia/url.php>

CAPÍTULO XIV
ANEXOS

Expertos



Cliente



Validaciones, Grupo Objetivo (Online)
Formulario

Herramienta de Validación - Pagina Web

LINK DE PAGINA WEB : <http://lexonzuelo.wixsite.com/creser>

*Obligatorio

¿Considera usted que es necesario el desarrollo de un sitio web para dar a conocer los servicios que la empresa -CRESER- a clientes reales y potenciales para cualquier parte del mundo? *

- Si
- No

¿Considera usted que el sitio web esta acorde a las ultimas tendencias de diseño y cumple con ser agradable a los clientes reales y potenciales? *

- Si
- No

Formulario

¿Considera usted que se recopiló la información suficiente para realización del sitio web? *

- Si
- No

¿Considera usted que el sitio web transmite correctamente lo que la empresa -CRESER- hace? *

- Si
- No

¿Considera usted que es la información es sustanciosa?

- Si
- No

¿Considera usted que la tipografía utilizada en el sitio web es adecuada? *

- Muy adecuado
- Medianamente adecuado
- Poco adecuado

¿Considera el uso de los colores adecuados para el tema de la empresa -CRESER- según lo dicho en los antecedentes? *

- Muy adecuado
- Medianamente adecuado
- Poco adecuado

¿Considera usted que las ilustraciones del sitio web en conjunto con las fotografías están acorde de la empresa -CRESER-. *

- Muy adecuado
- Medianamente adecuado
- Poco adecuado

Formulario

¿Considera usted que las ilustraciones del sitio web en conjunto con las fotografías están acorde de la empresa -CRESER-? *

- Muy adecuado
- Medianamente adecuado
- Poco adecuado

¿Considera que la sensación del sitio web es..? *

- Entendido
- Dudoso
- Ganas de saber más

¿Considera el sitio web cuenta con la información adecuada para el cliente?

- Muy adecuado
- Medianamente adecuado
- Poco adecuado

¿Considera usted que se mantiene una línea gráfica dentro de todas las pantallas del sitio web?

- Si
- No

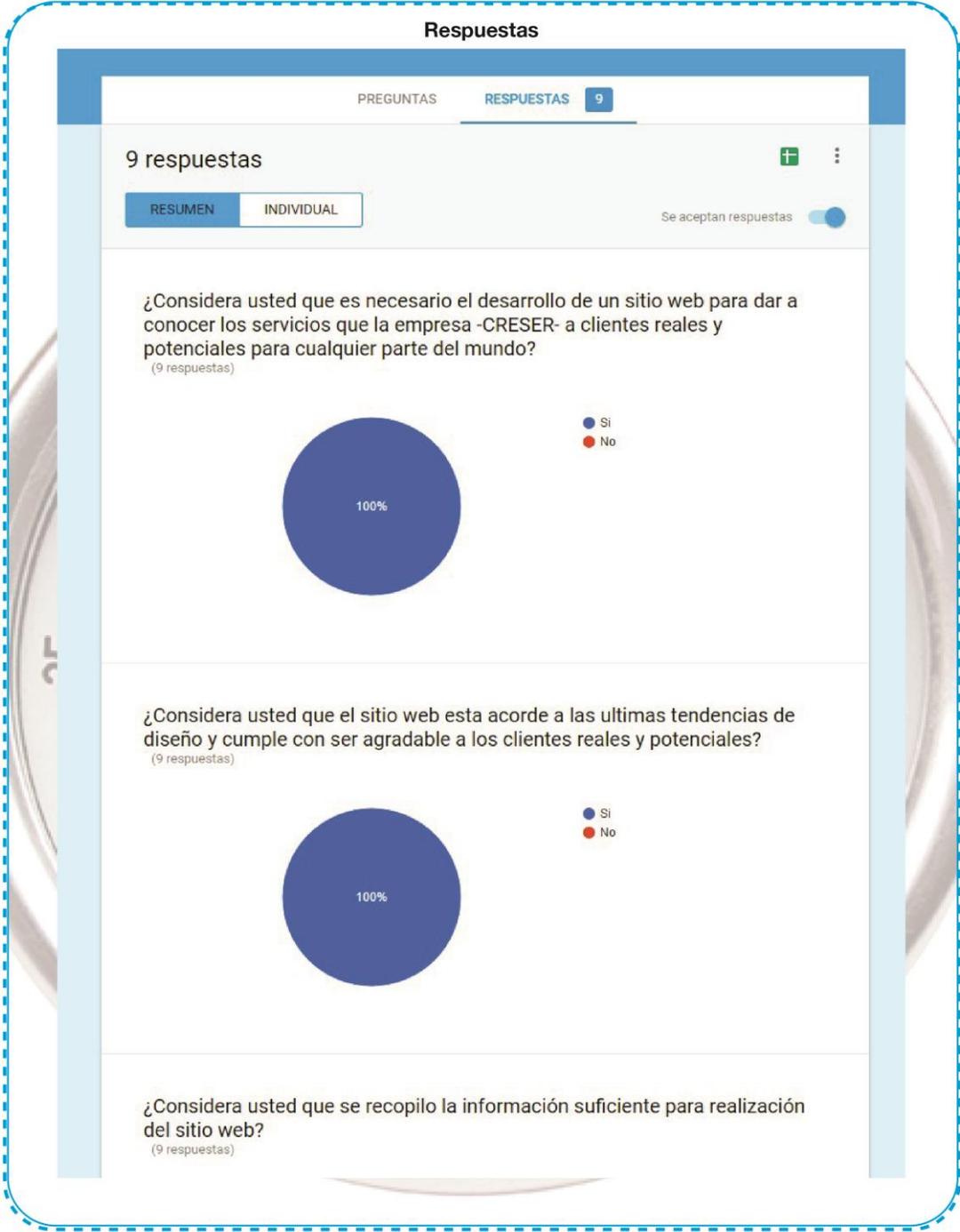
¿Considera que el sitio web tiene un orden lógico?

- Muy adecuado
- Medianamente adecuado
- Poco adecuado

¿Considera que el sitio web es funcional?

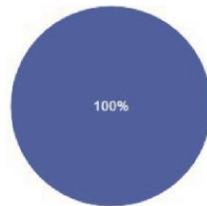
- Si
- No

ENVIAR



¿Considera usted que se recopiló la información suficiente para realización del sitio web?

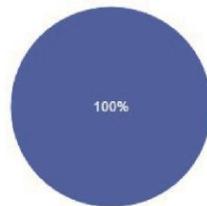
(9 respuestas)



● Si
● No

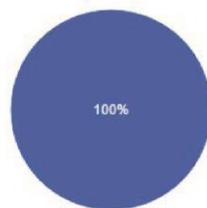
¿Considera usted que el sitio web transmite correctamente lo que la empresa -CRESER- hace?

(9 respuestas)



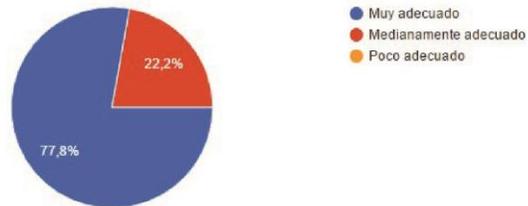
● Si
● No

¿Considera usted que es la información es sustanciosa? (9 respuestas)

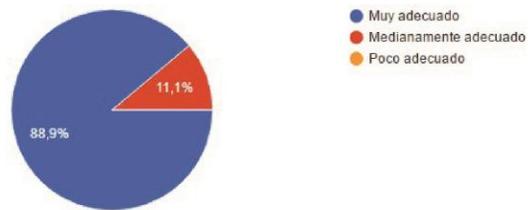


● Si
● No

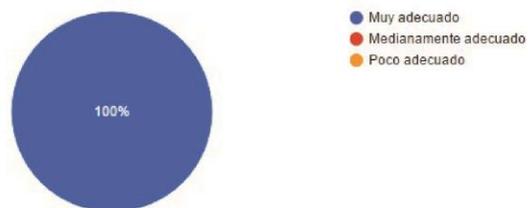
¿Considera usted que la tipografía utilizada en el sitio web es adecuada?
(9 respuestas)



¿Considera el uso de los colores adecuados para el tema de la empresa -
CRESER- segun lo dicho en los antecedentes?
(9 respuestas)

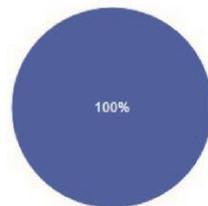


¿Considera usted que las ilustraciones del sitio web en conjunto con las
fotografías estan acorde de la empresa -CRESER-.
(9 respuestas)



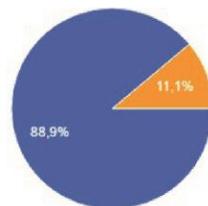
¿Considera usted que las ilustraciones del sitio web en conjunto con las fotografías están acorde de la empresa -CRESER-.

(9 respuestas)



- Muy adecuado
- Medianamente adecuado
- Poco adecuado

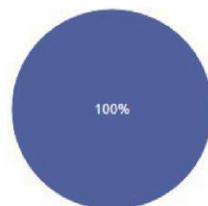
¿Considera que la sensación del sitio web es..? (9 respuestas)



- Entendido
- Dudoso
- Ganas de saber más

¿Considera el sitio web cuenta con la información adecuado para el cliente?

(9 respuestas)

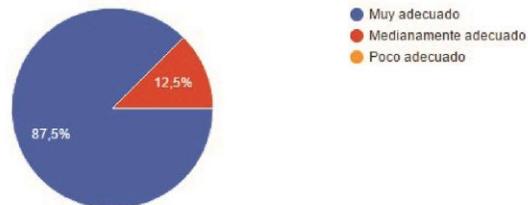


- Muy adecuado
- Medianamente adecuado
- Poco adecuado

¿Considera usted que se mantiene una línea gráfica dentro de todas las pantallas del sitio web?
(9 respuestas)



¿Considera que el sitio web tiene un orden lógico? (8 respuestas)



¿Considera que el sitio web es funcional? (9 respuestas)

