



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Diseño de sitio web para dar a conocer a clientes reales y potenciales las distintas prendas de vestir, calzados y accesorios que comercializa la empresa Danea's Boutique, Chiquimula, Chiquimula, Guatemala 2019.

PROYECTO DE GRADUACIÓN

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

ELABORADO POR:

Andrea Sofía Villeda Díaz

14007229

Para optar al título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Chiquimula, Junio 2019

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Diseño de sitio web para dar a conocer a clientes reales y potenciales las distintas prendas de vestir, calzados y accesorios que comercializa la empresa Danea's Boutique, Chiquimula, Chiquimula, Guatemala 2019.

PROYECTO DE GRADUACIÓN

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

ELABORADO POR:

Andrea Sofía Villeda Díaz

14007229

Para optar al título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Chiquimula, Junio 2019

Autoridades

Dr. Eduardo Suger Cofiño

Rector

Dra. Mayra de Ramírez

Vicerrectora General

Lic. Jean Paul Suger Castillo

Vicerrector Administrativo

Lic. Jorge Retolaza

Secretario General

Lic. Leizer Kachler

Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Lic. Rualdo Anzueto, M.Sc.

Vicedecano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Guatemala, 23 de julio de 2,018

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

Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de Proyecto de Graduación titulado:

DISEÑO DE SITIO WEB PARA DAR A CONOCER A CLIENTES REALES Y POTENCIALES LAS DISTINTAS PRENDAS DE VESTIR, CALZADOS Y ACCESORIOS QUE COMERCIALIZA LA EMPRESA DANEAS BOUTIQUE, CHIQUIMULA, CHIQUIMULA, GUATEMALA 2019.

Asimismo, solicito que Licda. Wendy Franco Higueros, sea quien me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



Andrea Sofia Villeda Diaz
14007229



Licda. Wendy Roxana Franco Higueros
Asesor



Galileo
UNIVERSIDAD
LA REVOLUCIÓN EN LA EDUCACIÓN

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 10 de agosto 2018.

Señorita
Andrea Sofía Villeda Díaz
Presente

Estimada Señorita Villeda:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado:

DISEÑO DE SITIO WEB PARA DAR A CONOCER A CLIENTES REALES Y POTENCIALES LAS DISTINTAS PRENDAS DE VESTIR, CALZADOS Y ACCESORIOS QUE COMERCIALIZA LA EMPRESA DANEAS BOUTIQUE, CHIQUIMULA, CHIQUIMULA, GUATEMALA 2019.

Asimismo, se aprueba a Licda. Wendy Franco Higueros, como asesora de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM

Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 25 de enero 2019

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

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el Proyecto de Graduación titulado: **DISEÑO DE SITIO WEB PARA DAR A CONOCER A CLIENTES REALES Y POTENCIALES LAS DISTINTAS PRENDAS DE VESTIR, CALZADOS Y ACCESORIOS QUE COMERCIALIZA LA EMPRESA DANEAS BOUTIQUE, CHIQUIMULA, CHIQUIMULA, GUATEMALA 2019.**

Presentado por la estudiante: **Andrea Sofia Villeda Díaz**, con número de carné: **14007229**, 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,

Licda. Wendy Roxana Franco Higueros
Asesor



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 21 de marzo de 2019.

Señorita
Andrea Sofia Villeda Díaz
Presente

Estimada Señorita Villeda Díaz:

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

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Ciudad de Guatemala, 11 de junio de 2019.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

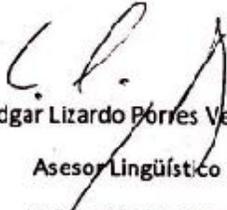
Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: **DISEÑO DE SITIO WEB PARA DAR A CONOCER A CLIENTES REALES Y POTENCIALES LAS DISTINTAS PRENDAS DE VESTIR, CALZADOS Y ACCESORIOS QUE COMERCIALIZA LA EMPRESA DANEAS BOUTIQUE, CHIQUIMULA, CHIQUIMULA, GUATEMALA 2019.** de la estudiante Andrea Sofía Villeda Díaz, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente.



Lic. Edgar Lizardo Porres Velásquez

Asesor Lingüístico

Universidad Galileo



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 20 de junio de 2019

Señorita
Andrea Sofía Villeda Díaz
Presente

Estimada Señorita Villeda:

De acuerdo al dictamen rendido por la tema examinadora del proyecto de graduación titulado:

DISEÑO DE SITIO WEB PARA DAR A CONOCER A CLIENTES REALES Y POTENCIALES LAS DISTINTAS PRENDAS DE VESTIR, CALZADOS Y ACCESORIOS QUE COMERCIALIZA LA EMPRESA DANEAS BOUTIQUE, CHIQUIMULA, CHIQUIMULA, GUATEMALA 2019.

Presentado por la estudiante: **Andrea Sofía Villeda Díaz**, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciada en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Dedicatoria

Cuán grande son los propósitos de Dios, que me ha permitido llegar hasta acá. A ti Señor te entrego todo lo que hago; la fuerza y dedicación que has ido construyendo en mí es una de tantas maneras de saber que no me has abandonado. Gracias por guiarme.

Dedico de manera muy especial mi proyecto de graduación a mi familia, Vicky Díaz, José Luis Villeda y Jimena Villeda, por su comprensión, paciencia y apoyo durante todos estos años, por permitirme seguir mis sueños y creer en ellos. Son mi pilar.

A mi compañero de vida, Jorge Chacón; su constante esfuerzo por salir adelante y querer lo mejor para ambos, es por lo que he logrado culminar este gran proceso. Su compañía, apoyo y carisma siempre han sido fundamentales para mí. Eres mi hogar, te amo.

A mis amigas y amigos Lillie Boguerin, Maria Renée Bonilla, Rocío España, Henry Túchez y Guillermo Toledo, por siempre tener las palabras de ánimo y hacer de esta carrera la mejor. Cada uno es luz en mi vida, no dejen de brillar.

Resumen

A través del acercamiento con la empresa Danea's Boutique se identificó que no cuenta con un sitio web para dar a conocer a los clientes reales y potenciales las distintas prendas de vestir, calzados y accesorios de manera fácil y atractiva.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo: Diseñar el sitio web para dar a conocer a clientes reales y potenciales las distintas prendas de vestir, calzados y accesorios que ofrece Danea's Boutique.

El método de enfoque de la investigación es mixto, porque se utilizó el método cuantitativo y 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 mediante una encuesta de validación al grupo objetivo, cliente y expertos en comunicación y diseño.

El principal hallazgo, entre otros, es que se investigaron conceptos relacionados con la comunicación y tendencias actuales en diseño web, fotografía, ciencias auxiliares y demás, para fundamentar el proyecto que se visualizó por el grupo objetivo. Se recomendó investigar conceptos con relación a comunicación y tendencias en diseño web, fotografía y demás por medio de biblioweb y links reales y confiables, como en ISSU.

Para efectos legales únicamente la autora ANDREA SOFÍA VILLEDA DÍAZ es responsable del contenido de este proyecto, ya que es una investigación científica y puede ser motivo de consulta por estudiantes y profesionales.

ÍNDICE

Capítulo I – Introducción	1
Capítulo II – Problemática	
2.1 Contexto	3
2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño	3
2.3 Justificación	3
Capítulo III – Objetivos del diseño	
3.1 Objetivo General.....	6
3.2 Objetivos Específicos	6
Capítulo IV – Marco de Referencia	
Información General del Cliente	7
Análisis FODA:	10
Capítulo V: Definición del Grupo Objetivo	
5.1 Perfil geográfico	11
5.2 Perfil demográfico	11
5.3 Perfil psicográfico.....	11
5.4 Perfil conductual.....	12

Capítulo VI: Marco Teórico

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio	13
Prendas de vestir.....	13
Calzado.....	13
Accesorios.....	13
Moda.....	13
Tendencias en moda 2018.....	15
Boutique.....	16
6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño	19
6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación.....	19
Comunicación.....	19
Elementos de la comunicación.....	20
Modelos de comunicación.....	21
Tipos de comunicación.....	22
Niveles de comunicación.....	23
6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño.....	24
Diseño.....	24

Tipos de diseño.....	25
Elementos del diseño.....	27
Identidad corporativa.....	28
Imagen.....	29
Diagramación.....	30
WordPress.....	31
WooCommerce.....	32
Color Web.....	33
6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias.....	34
6.3.1 Ciencias.....	34
Semiología.....	34
Semiología de la imagen.....	34
Psicología de la comunicación.....	35
Psicología del color.....	35
Psicología de la imagen.....	35
Cibernética.....	35
Internet.....	35

Hosting.....	36
Dominio.....	36
Mercadotecnia.....	36
6.3.2 Arte.....	37
Fotografía.....	37
Artes visuales.....	37
6.3.3 Teorías.....	37
Teoría del diseño de página web.....	37
Teoría social.....	37
Teoría del color.....	38
6.3.4 Tendencias.....	38
Diseños minimalistas, limpios.....	38
Tipografía handmade.....	38
Diseños modulares.....	38
Hero.....	39
Elementos con animaciones.....	39
Degradado con varios colores.....	39

Del responsive al diseño exclusivo en móviles.....	39
Menú hamburguesa.....	39

Capítulo VII: Proceso de Diseño y Propuesta Preliminar

7.1 Aplicación de la información obtenido en el marco teórico.....	40
7.2 Conceptualización	44
Tabla de requisitos.....	44
7.3 Bocetaje	45-52
7.4 Propuesta Preliminar	53-55

Capítulo VIII: Validación Técnica

8.1 Población y muestreo	56
8.2 Método e instrumentos	57
8.3 Resultado e Interpretación de Resultados.....	60
8.4 Cambios con base en los resultados	76

Capítulo IX: Propuesta gráfica final80-82

Capítulo X: Producción, Reproducción y Distribución

10.1 Plan de costos de elaboración.....	83
10.2 Plan de costos de producción	84
10.3 Plan de costos de reproducción	84

10.4 Plan de costos de distribución	84
10.5 Margen de utilidad.....	85
10.6 IVA.	85
10.7 Cuadro con resumen general de costos.....	85
Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones	
11.1 Conclusiones.....	86
11.2 Recomendaciones	87
Capítulo XII: Conocimiento general	
12.1 Demostración de conocimientos.....	88
Capítulo XIII: Referencias	
89	
Capítulo XIV: Anexos	
96	
Anexo A: Definición de Tema.....	96
Anexo B: Tabla de Requerimientos.....	97
Anexo C: Tabla de Objetivos.....	98
Anexo D: BRIEF	99
Anexo E: Tabla de Niveles Socio-económicos	100
Anexo F: Encuesta de Perfiles.....	101
Anexo G: Fotografías de Encuestados.....	102-103
Anexo H: Cotizaciones de Hosting y Dominio.....	104

Capítulo I – Introducción

Existen muchas interrogantes con relación a si es o no importante que las empresas, negocios e instituciones cuenten con un sitio web. Un sitio web puede proporcionar un sinnúmero de posibilidades a un costo relativamente bajo.

La empresa chiquimulteca Danae's Boutique se creó en el año 2008, gracias a la experiencia familiar de empresarios especializados en la venta de prendas de vestir, calzados y accesorios de dama. Sin embargo, no cuenta con un sitio web, por lo que se procede a realizar el proyecto titulado: **“Diseño de sitio web para dar a conocer a clientes reales y potenciales las distintas prendas de vestir, calzados y accesorios que comercializa la empresa Danae's Boutique, Chiquimula, Chiquimula, Guatemala 2019”**, título que se convierte en el principal objetivo del proyecto que se rige bajo la metodología de las 7 estrategias pro-creatividad por Franc Ponti.

Durante el proceso de desarrollo de proyecto se investiga y recopila datos de la empresa por medio de un BRIEF.

El método de investigación es mixto, al elaborar una encuesta al público real y potencial, estudiar sus aspectos psicográficos, sociales y demográficos, siendo muy necesarios para analizar gustos y preferencias. El proyecto está basado en la investigación de los aspectos técnicos de elaboración de un sitio web, así como la utilización de ciencias auxiliares, y que fueron apoyadas con la consulta de fuentes como libros, información online y consultas a expertos en comunicación y diseño.

Se desarrolla también un proceso creativo de conceptualización y técnica de bocetaje para elegir una propuesta preliminar que corresponde al objetivo principal expuesto, elaborando una prueba piloto que se dará a observación para recurrir a la validación técnica, para que así el proyecto cuente con los estándares de calidad, eficiencia y funcionalidad adecuada.

Con base en los resultados obtenidos de dicha validación, se presenta el sitio web como propuesta gráfica final, con las modificaciones sugeridas y recomendadas por los expertos, cliente y grupo objetivo encuestados.

Se nota un interés importante por la creación de un sitio web a una empresa reconocida en la ciudad de Chiquimula. Se concluye que, sin duda alguna, el sitio web será un complemento de mucha importancia a la empresa, que piensa en el progreso y que busca extenderse al utilizar como medio principal esta herramienta.

Ver Anexo A: Definición de Tema

Capítulo II – Problemática

2.1 Contexto

Danea´s Boutique es una empresa local ubicada en la ciudad de Chiquimula, se dedica a la comercialización de prendas de vestir, calzado y accesorios para dama; proporciona marcas de calidad a precios accesibles.

Poseen perfiles en redes sociales en los que promueven sus productos, pero el servicio al cliente se limita en el área de la ciudad de Chiquimula, Chiquimula.

2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño

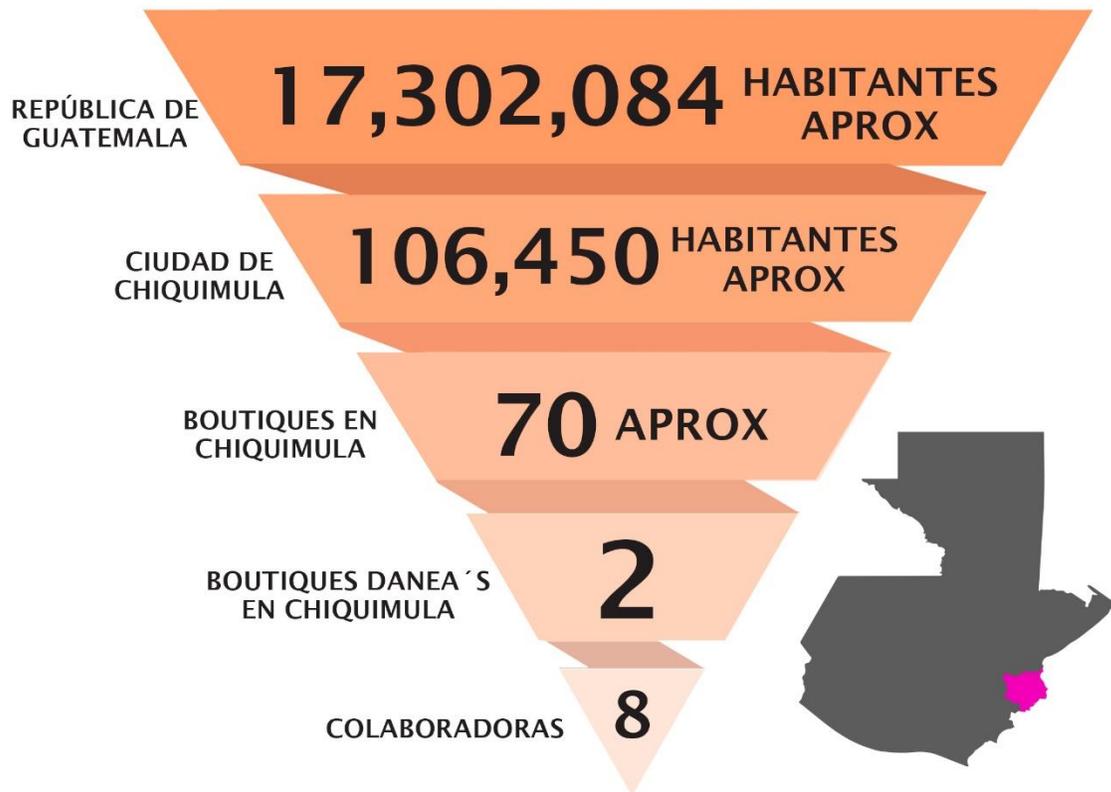
La empresa Danea´s Boutique no cuenta con un sitio web para dar a conocer a los clientes reales y potenciales las distintas prendas de vestir, calzados y accesorios de manera fácil y atractiva.

Ver Anexo B: Tabla de Requerimientos

2.3 Justificación

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

2.3.1. Magnitud. Según la información brindada por el INE, cuenta con las siguientes cifras estimadas de la población total en el periodo del 2018, desde la República de Guatemala y Ciudad de Chiquimula.



2.3.2 Vulnerabilidad. La empresa Danea's Boutique, al no contar con sitio web, se limita de dar a conocer sus productos, por lo que pierde la oportunidad ante empresas y personas individuales que buscan por medio de internet un proveedor de prendas de vestir, calzado y accesorios para damas.

2.3.3 Trascendencia. Con el desarrollo del sitio web, la empresa Danae's Boutique, podrá mostrar a personas y empresas de otras regiones la línea de prendas de vestir, calzado y accesorios para dama que tengan disponibles.

La ejecución de este proyecto permitirá la trascendencia de la empresa gracias a la creación de una tienda virtual al lograr así expandir sus fronteras y llegar a cualquier dispositivo con internet que posea el cliente real y potencial.

2.3.4 Factibilidad. El proyecto de diseño del sitio web para la empresa Danae's Boutique es factible, porque cuenta con recursos humanos que hacen posible y realizable el proyecto.

2.3.4.1 Recursos Humanos. Posee el personal capacitado; cuentan con la capacidad, el conocimiento y la experiencia para el manejo de los medios y el trato con proveedores, clientes reales y potenciales.

2.3.4.2 Recursos Organizacionales. La directora Heidi Sobvio, ha autorizado aportar la información necesaria para desarrollar de mejor manera este proyecto y brindar el permiso a información valiosa.

2.3.4.3 Recursos Económicos. La empresa Danae's Boutique cuenta actualmente con los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto.

2.3.4.4 Recursos Tecnológicos. Se cuenta con el equipo y las herramientas indispensables para elaborar y producir el resultado del proyecto de graduación.

Capítulo III – Objetivos del diseño

3.1 Objetivo General

Diseñar sitio web para dar a conocer a clientes reales y potenciales las distintas prendas de vestir, calzados y accesorios que ofrece Danae's Boutique.

3.2 Objetivos Específicos

3.2.1. Investigar conceptos relacionados con la comunicación y diseño, tendencias actuales en diseño web, fotografía, ciencias auxiliares y demás, para fundamentar el proyecto de diseño del sitio web para Danae's Boutique que será visualizado por el grupo objetivo.

3.2.2. Recopilar información detallada de la boutique mediante un BRIEF para que sea integrado al diseño del sitio web y proporcionarle información de valor a los clientes.

3.2.3. Diseñar el sitio web a través de bocetos para las diferentes secciones de productos que ofrece la empresa Danae's Boutique, aplicando su color corporativo para la mejor visualización del cliente potencial en su visita.

3.2.4. Fotografíar las prendas de vestir, calzados y accesorios que posea la empresa y obtener material visual para el sitio web de Danae's Boutique.

3.2.5 Editar el material fotográfico a través de medidas estándar para la plantilla específica del sitio web.

Ver Anexo C: Cuadro de Objetivos Específicos

Capítulo IV – Marco de Referencia

Información General del Cliente

Nombre del cliente (empresa): Danea's Boutique

Ubicación: 7ma Avenida y 6ta Calle Chiquimula, Chiquimula / Pradera Chiquimula

Email: daneasboutiquegt@gmail.com

Redes Sociales: *Facebook:* Daneas's Boutique / *Instagram:* @daneaschiquimula

Teléfono: (+502) 7942 2177 – 7942 7932

Representante legal: Heidy Danae Sobvio de Arriaga

Antecedentes: Danea's Boutique, nace en 2008. Debido a la experiencia de una red familiar de empresarios, se crea la boutique que se especializa en la venta de prendas de vestir, calzado y accesorios de moda para dama a precios accesibles y de buena calidad.

Con base a la experiencia familiar, la imagen de la empresa se fue formando y estableciendo, dedicándose principalmente a proveer la vestimenta de damas en el sector de Chiquimula, precisamente en 7ma Avenida y 6ta Calle, Chiquimula.

En el transcurso de los años estableció el segundo local en Centro Comercial Pradera Chiquimula, segundo nivel.

Danea's Boutique es una empresa afectuosa y comprometida con su clientela real y potencial para crear, con sus productos, la adecuada vestimenta para damas.

Misión: Atender las necesidades de vestir, proporcionando a sus clientes reales y potenciales productos de calidad y a sus empleados la posibilidad de desarrollar sus competencias laborales.

Visión: Ser una empresa líder en venta de prendas de vestir, calzado y accesorios, en continuo crecimiento, con presencia nacional, que se distinga por proporcionar una calidad de atención y servicio excelente.

Delimitación Geográfica: Chiquimula, Chiquimula

Grupo objetivo: Mujeres de 15 a 40 años

Principal beneficio al grupo objetivo: Crear confianza en nuestros productos

Competencia: Córdova Boutique

Factores de diferenciación: Ubicación, servicio, precios y ambiente

Objetivo de mercadeo: Ser la mejor opción para vestir

Objetivo de comunicación: Darse a conocer

Mensajes claves a comunicar: Fantástica y excelente calidad

Estrategia de comunicación: Brindar confianza y calidad en nuestros productos

Datos del logotipo:

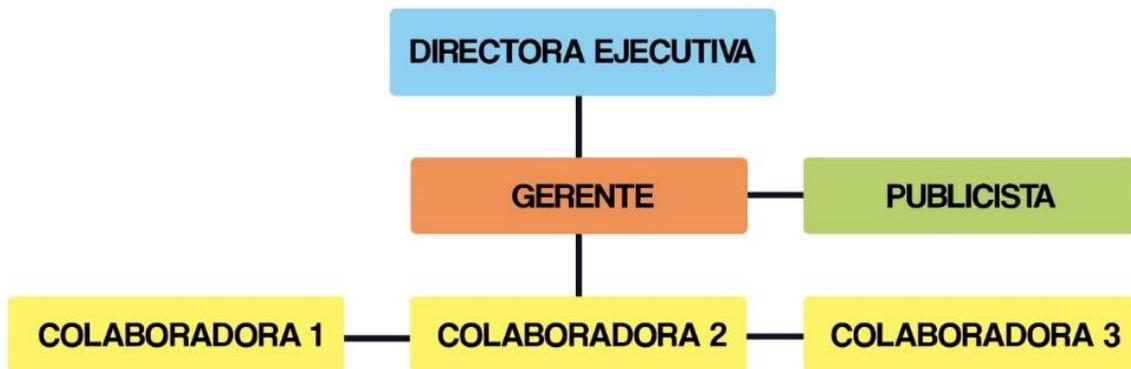
Colores: Negativos

| Tipografía: Serif

| Forma: Letras

DANEA'S

Organigrama:



Ver Anexo D: BRIEF

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Precio de venta accesible	Se realizan envíos para el interior del país
Siempre a la moda	Ofrecen tallas desde XS hasta XXL
Brindan asesoría personalizada en imagen	Reciben a jóvenes emprendedoras
Sus instalaciones son modernas	Distribuyen marcas originales colombianas
DEBILIDADES	AMENAZAS
No cuentan con sitio web	Competencias con productos similares
No venden ropa para hombre	Pacas
No cuentan con suficiente personal	Fraude empresarial
Carecen de un sistema de venta actualizado	Imitación de prendas

Análisis FODA: Danae's Boutique se caracteriza por ofrecer al público la venta de ropa para dama en todas las tallas y las mejores marcas americanas, accesorios y calzados a precios accesibles, al brindar asesoría en imagen personalizada en sus instalaciones modernas. Sus oportunidades las clasifican en realizar envíos al interior del país; ofrecen variedad de tallas, reciben a jóvenes emprendedoras y distribuyen marcas originales colombianas.

Sus debilidades son no contar con un sitio web, no vender ropa para hombre, no contar con suficiente personal administrativo y carencia de un sistema de venta actualizado. Sus amenazas se regulan por competencias con precios similares, proveedores en ropa de segunda mano y la extensa globalización del mercado textil.

Capítulo V: Definición del Grupo Objetivo

Para este proyecto se describe el grupo objetivo que será beneficiado con el resultado de la creación del sitio web de Danae's Boutique.

5.1 Perfil geográfico

Danae's Boutique se ubica en la región oriente de Guatemala, en la cabecera departamental de Chiquimula, municipio de Chiquimula, con un tamaño del área de 372 km cuadrados, densidad poblacional de 79,815 habitantes aproximados y un clima cálido seco, según (Wikipedia, 2018)

5.2 Perfil demográfico

Se encuentra en un rango de edad entre 15 a 40 años, de género femenino con un nivel socioeconómico nivel C- para la persona adulta, obteniendo un ingreso de Q8 mil mensuales con casa / departamento, renta o financiado, con hijos en escuela y universidad estatal, auto compacto, siendo comerciante, vendedor o dependiente.

Ver Anexo E: Tabla de Niveles Socio Económicos 2009/Multivex

5.3 Perfil psicográfico

El público objetivo posee una actitud trabajadora, su fuente de crecimiento personal es la información. Les agrada vestir a la moda por precios accesibles. Es un grupo de mujeres con muchas expectativas. Llevan un estilo de vida animado, les gusta visitar Centros Comerciales y parques. Les importa el buen servicio del personal.

5.4 Perfil conductual

La actitud que presenta el grupo objetivo es su gran paciencia a la espera de los descuentos promocionales. Son capaces de priorizar sus intereses económicos y asegurarse de que su compra sea la adecuada y de buena calidad. Les gusta tomar el tiempo para inspeccionar el producto antes de adquirirlo.

Ver Anexo F: Encuesta de Perfiles

Capítulo VI: Marco Teórico

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio

Prenda de vestir. Ropa es el nombre genérico que reciben las prendas de vestir. Se trata de los productos confeccionados con distintas clases de tejidos para cubrirse el cuerpo y abrigarse. La acepción más amplia del concepto incluye entre la ropa los pantalones, las camisetas, las camperas, los guantes, los sombreros y el calzado, entre otros artículos. Según (Porto J. P., 2016)

Calzado. El uso habitual de calzado vincula el acto de cubrir un pie. Por lo tanto, es el elemento que se emplea para la protección y la cobertura de los pies y de parte de las piernas. El calzado es una parte tan importante de la vestimenta como cualquier otra. De acuerdo con (Gardey, 2017)

Accesorios. Es aquello que es secundario, que depende de lo principal o que se le une por accidente. Los colgantes, los aros, las pulseras, los anillos, ciertos pañuelos y los sombreros, entre otros, son accesorios de moda. Se trata de productos que cumplen con una función decorativa o estética. Conforme (Merino, 2009) explica.

Moda. Tradicionalmente vista como la industria encargada de idear, materializar y comercializar prendas de vestir con un significado cultural aceptado, representa todas las corrientes que implican patrones de comportamiento populares dentro de un grupo social específico, que pueden lograr una diferenciación significativa en comparación con las costumbres de otros conjuntos de personas.

Sin embargo, la moda, habla mucho más de cómo debería ser utilizada la ropa, aunque de esto se desprenden otros elementos ajenos. A lo largo de la historia, las mujeres de clase alta se preocupaban de manera considerable por lucir impecables y, claro, por resaltar su silueta. Señala (concepto de moda, 2016).

También en sitio web (Definicion.de, s.f.) define a la moda como un uso o costumbre que está en boga en determinada región durante un cierto periodo. Se trata de una tendencia adoptada por una gran parte de la sociedad, generalmente asociada a la vestimenta.

La moda puede ser definida como un mecanismo que regula las elecciones de las personas ya que, por una especie de presión social, indica a la gente qué debe consumir, utilizar o hacer. La moda se convierte en un hábito repetitivo que identifica a un sujeto o un grupo de individuos. Puede reflejarse en cierto objetos o aspectos visibles (ropa, peinados, etcétera.), pero también en modos de actuar y comportamientos.

Tendencias en moda 2018. (*Información, 2018*)

Logomanía. La moda por llevar prendas en las que se lea la marca es toda una tendencia este 2018. No escondas la marca y, muy al contrario, presume de ella. Los logos son los protagonistas de la tendencia 2018.

Transparencias. Prendas de ropa hechas de tela transparente con textura, bordados, parches y distintas versiones de tamaño. Son el 'must' de este año.

Cuadros. Las prendas estampadas a cuadras con rojo, blanco y negro hacen devolver el sentido de la moda campesina.

Americana-vestido. Se trata de un vestido a un color neutro con amarre a la cintura y de pliegues. Ideales para combinarlas con botas altas o sandalias.

Shorts deportivos con tacones. Mezclar diferentes estilos, tejidos y estampados es una buena forma de jugar con la moda.

Faldas y vestidos llamativos. Colores naranjas, rosas, verdes, etc. Serán algunos de los colores de moda en la primavera 2018. Cuanto más llamativo, mejor.

Top sobre camisa. Es poseer un top corto fuera de lo común sobre una blusa de manga larga o corta. Deben ser de diferente color.

Tela de plástico. Las prendas de plástico transparente se verán en diferentes formatos. Ideal para temporadas de invierno.

Gorra minera. Este es un tipo de gorra muy versátil y combinan con diferentes estilos. Y es aceptable usarlos en invierno como en verano.

Bolso de mano originales. El complemento ideal para toda mujer. Bolso de mano, sea en colores opacos o muy vibrantes para usarlos en cualquier ocasión.

Boutique. La Real Academia Española (Definicion.de, s.f.) (RAE) define como una tienda de indumentaria de moda o de artículos selectos. Por lo general las boutiques son establecimientos de dimensiones reducidas, que ofrecen una atención personalizada. Quienes acuden a una boutique suelen estar dispuestos a pagar precios algo elevados para acceder a productos de lujo o que están de moda.

Es habitual que, en una ciudad, se concentren varias boutiques en un mismo barrio, haciendo de la zona un lugar turístico.

El sitio web (Boutique, 2016) reconoce que es un comercio, indumentaria y moda. Es a través de una tienda especializada en la venta de artículos de moda, en especial prendas de vestir.

Mayorista. Según (10DECO, s.f.) Es el intermediario entre el fabricante (o productor) y el cliente intermedio (o minorista). Sus espacios más representativos de venta serían:

Almacén. Es un espacio de recepción y expedición de mercancía, puede llegar a considerar un punto de venta si los minoristas acuden a él a realizar compras.

Showroom. Espacio donde se expone producto para vender en espacios minoristas. Se genera una experiencia de compra que puede extenderse hacia el punto de venta minorista.

Stand Ferial. Considerado espacio comercial. Es un espacio identificador de cada empresa se presenta ante sus clientes y ante su competencia por lo que debe reflejar fielmente su filosofía e imagen corporativa constituyendo a su vez un entorno ameno y atractivo.

Minorista. Utilizado en el ámbito del comercio para nombrar a la actividad que se realiza al por menor. Es la que se desarrolla de una empresa comercial al consumidor final.

Vending. Es un dispensador o máquina expendedora, donde el comprador selecciona un artículo, introduce el precio y lo recibe no hay contacto humano a la transacción.

Mercadillo. Se realiza en rastros y mercadillos, muy similar a un comercio tradicional. Se incluyen puestos tipo mercados municipales.

Multimarca. Es una tienda tradicional de barrio caracterizada por sus pequeñas dimensiones y por su sistema de venta a través de mostrador. Suele dedicarse a un solo sector: tintorería, textil, calzado, mercería, joyería etc.

Grandes almacenes. Son grupos multinacionales, la gran distribución ha desarrollado los hipermercados y grandes superficies, junto con las llamadas marcas blancas o marcas del distribuidor.

Corner. Son representaciones de espacios corporativos que normalmente se montan en tiendas Multimarca o Grandes Almacenes. Tanto gran consumo como firmas del sector del lujo utilizan esta fórmula de distribución.

Retailer. Es un establecimiento que une la producción, distribución y venta directa al consumidor, sin contacto de mayoristas, lo cual hace ser más flexible en un mercado tan cambiante como el actual.

Franquicia. Forman parte de una cadena con el mismo nombre e imagen, venden productos similares en diferentes ubicaciones dentro de una misma localidad. Pertenecientes a un mismo propietario o bajo el contrato de alguien más.

Outlets. Establecimientos comerciales especializados en la venta de productos en stock o de una temporada anterior, siendo por tanto el precio inferior al habitual.

Pop up stores. Tiendas temporales que permiten a las marcas tener una presencia en los sitios emblemáticos y cotizados de las ciudades. Tratando así el marketing experimental.

6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño

6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación

Comunicación. Aristóteles estableció la base de toda la comunicación utilizando la siguiente pregunta: ¿Quién dice qué a quién? Las razones que se dan para probar un punto y lograr un propósito específico. De acuerdo con las intenciones del orador, el mensaje es construido para que cumpla con las metas planteadas previamente según el libro (Galicia, 2015)

De manera semejante (Ismael Cala y Camilo Cruz, 2015) denominan la comunicación efectiva va mucho más allá de hablar con propiedad o escuchar con atención. Comunicar de tal manera que podamos influir positivamente en los demás significa expresar nuestras ideas con convicción y confianza; aprender a prestar total atención y escuchar con empatía a nuestro interlocutor cuando es su turno de hablar.

Comunicar es reconocer la existencia del otro, es intercambiar pensamientos, sentimientos y deseos, en definitiva, es poner cosas en común. En un estado más avanzado, es tomar en consideración el punto de vista del otro. Por tanto, podemos definir comunicación como la capacidad de realizar conductas intencionadas y significativas, capaces de interactuar con otras ajenas.

Elementos de la Comunicación. De acuerdo con el sitio web (Recursos, s.f.) los elementos que intervienen en el proceso de la comunicación son:

Emisor. Aquel que transmite la información, sea un individuo, un grupo o una máquina.

Receptor. Aquél, individual o colectivamente, que recibe la información.

Código. Conjunto o sistema de signos que el emisor utiliza para codificar el mensaje.

Canal. Elemento físico por donde el emisor transmite la información y que el receptor capta los sentidos corporales. Se denomina así tanto al medio natural (aire y luz); como medios técnicos (radio, imprenta, teléfono, etc.) y percibidos a través de los sentidos del receptor.

Mensaje. La propia información que el emisor transmite.

Contexto. Circunstancias temporales, espaciales y socioculturales que rodean el hecho o acto comunicativo y que permiten comprender el mensaje en su justa medida.

Retroalimentación. Dependiendo del contexto, del canal y el código utilizado para codificar el mensaje por parte del emisor, habrá una decodificación y rápida respuesta del receptor.

Ruido. Por último, se conoce como “ruido” a aquello que dificulta el viaje del mensaje a través del canal. Todo lo que pueda afectar el proceso comunicativo. En estos casos, la comunicación puede sufrir algunas modificaciones, según lo explica (Galicia, 2015)

Modelos de comunicación. Existen aspectos que ayudan a las personas a transmitir información. Todo esto tiene que ver con elementos verbales y no verbales, utilizando modelos que complementen el proceso de comunicación. Descrito por (Galicia, 2015)

Comunicación verbal. Se manifiesta a través de la escritura, o bien, mediante el habla, y se conocen, respectivamente, como la comunicación escrita y comunicación oral.

La comunicación escrita es aquella que se realiza a través de la escritura, los requisitos de una buena redacción abarcan la claridad, precisión, sencillez y originalidad.

La comunicación oral es cuando se pone en juego habilidades físicas e intelectuales que permiten expresar ideas a través del habla. Mejorando la intensidad del tono de voz, velocidad y ritmo.

Comunicación no verbal. Los movimientos, gestos y posturas son herramientas muy útiles para generar comunicación. Éstas son empleadas de manera consciente e inconsciente. La mirada, los gestos, los ademanes y la postura complementan el mensaje que el emisor transmite al receptor cuando se realiza el proceso comunicativo.

Comunicación masiva. Se refiere a la comunicación que busca llegar a un gran número de personas. Este concepto se relaciona con los avances tecnológicos que permiten la transmisión de mensajes a gran escala como radio, prendas, tv e internet.

Las nuevas tecnologías han generado que los medios electrónicos se conviertan en extensiones de nosotros, influyendo en la forma en como nos relacionamos.

Tipos de comunicación. Según (Galicía, 2015), la comunicación juega un rol muy importante para el establecimiento de las relaciones entre las personas que conforman una comunidad. Los avances tecnológicos han generado que estos vínculos se den, en ocasiones, con ayuda de otros medios que van más allá de la interacción cara a cara. Provocando que la gente pueda intercambiar ideas sin la necesidad que se encuentren en el mismo lugar, lo que promueve el logro de acuerdos, reduce el conflicto y fomenta el intercambio cultural.

Comunicación directa. Pláticas frente a frente, compartiendo un espacio y tiempo simultáneo, estableciendo comunicación directa, inmediata, sin intermediarios.

Comunicación indirecta. Se involucran interlocutores que están separados por el tiempo, el espacio, o por ambas cosas al mismo tiempo. Sin embargo, pueden comunicarse gracias a un soporte tecnológico, como puede ser un papel, teléfono cualquier otro medio que permita transmitir un mensaje sin estar frente a frente.

Comunicación unilateral. Se presenta la comunicación directa como la indirecta, permitiendo que el emisor y el receptor intercambien roles, es decir, que ambas partes en algún momento de la interacción desempeñan el papel del otro. Va a ser de una sola dirección.

Comunicación bilateral. Se caracteriza por ser recíproca, además de ser la base para establecer acuerdos. Para que exista debe haber respeto entre ambas partes, además de la disposición para escuchar.

Niveles de comunicación. De acuerdo con el libro (Galicia, 2015) existen algunos niveles en la comunicación que permiten seguir un proceso de intercambio de información dependiendo si se realiza de manera individual o que involucre a un grupo del cual se forma parte.

Intrapersonal. Es la que se da dentro de uno mismo. El emisor y receptor son el mismo individuo.

Interpersonal. Se origina entre los dos componentes del proceso comunicativo, emisor y receptor, de manera personal.

Intragrupal e intergrupal. Constituye la unidad básica de una sociedad, un individuo puede establecer vínculos que le sirven para encontrar a otras personas con intereses en común. Intergrupal se refiere al proceso de interacción que siguen dos grupos para comunicarse entre sí.

6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño

Diseño. Se trata del resultado final de un proceso, cuyo objetivo es buscar una solución idónea a cierta problemática particular, pero tratando en lo posible de ser práctico y a la vez estético en lo que se hace. Para poder llevar a cabo un buen diseño es necesario la aplicación de distintos métodos y técnicas de tal modo que pueda quedar plasmado bien sea en bosquejos, dibujos, bocetos o esquemas lo que se quiere lograr para así poder llegar a su producción y de este modo lograr la apariencia más adecuada y emblemática posible.

A quien diseña se le conoce como diseñador, es un individuo que básicamente debe contar con ciertas características, donde la imaginación y creatividad, y a la vez tener conocimiento experto de lo que está haciendo, aunado a las habilidades técnicas necesarias para así poder llevar a cabo las investigaciones pertinentes sobre el diseño que desee realizar. En base al sitio web (Concepto de definición, www.conceptodedefinicion.de)

De la misma manera, (Scott, 1982), relaciona el diseñar como un acto humano fundamental. “Diseñamos toda vez que hacemos algo por una razón definida. Ello significa que casi todas nuestras actividades tienen algo de diseño: lavar platos, llevar una contabilidad o pintar un cuadro”. Crear significa hacer algo nuevo a causa de alguna necesidad humana: personal o de origen social.

Tipos de Diseño. Existen distintos números de facetas del diseño, debido a la gran cantidad de modalidades y especialidad que existen actualmente.

Diseño gráfico. Es una de las modalidades de diseño que más demanda laboral tienen en la actualidad. Se trata de uno de los principales tipos de diseño. Consiste en la creación y diseño de todo tipo de mensaje visual: logotipos, portadas de revistas o libros, carteles publicitarios y más.

Diseño web. Es todo el proceso de diseño y creación de una página web. Se puede incluir el diseño de experiencia de usuario. Se trata de una especialización imprescindible para garantizar la buena experiencia del cliente al navegar por una página web.

Diseño de espacios. Llamado también como diseño de interiores a la modalidad que tiene la función de encontrar la mejor forma posible de organizar y gestionar los espacios interiores. Edificios, restaurantes, tiendas y demás.

Diseño arquitectónico. Se encarga del diseño de edificios y otros espacios durante el proceso de construcción. El diseño arquitectónico y el diseño de espacios son dos tipos de diseño complementarios

Diseño textil. Se encargan de la confección y elaboración de todo tipo de telas y tejidos es el diseño textil. Podríamos considerar que es una mezcla del diseño gráfico y el diseño de moda.

Diseño de moda. El diseño de moda se ocupa de elaborar las diferentes prendas y accesorios de ropa que se elaborarán a partir de éstos. Incluye el diseño y elaboración de elementos de joyería, zapatos y otros accesorios.

Diseño editorial. Se considera una especialización del diseño gráfico. Se ocupa del diseño de libros, periódicos y revistas.

Diseño de arte. Se encarga del diseño de las escenografías y otros elementos relacionados con el proceso de producción cinematográfico.

Diseño digital. Se basa en el diseño y retoque de imágenes y otros materiales digitales. También es considerado una de las especialidades del diseño gráfico.

Diseño publicitario. Actualmente uno de los tipos de diseño con más demanda laboral. Se ocupa del diseño de todos los elementos publicitarios de una empresa.

Diseño de packaging. Se ocupa en la creación del envoltorio y embalaje del producto. Por lo tanto, es uno de los tipos de diseño con más relaciones con el branding y la creación de marcas.

Todo esto según (Barcelona, 2018)

Diseño UX/UI. Llamado experiencia de usuario, trata del diseño orientado y enfocado en el usuario y sus emociones. Diseño por y para el usuario basado en los sentimientos que tendrá al visitar el sitio web, haciendo que en definitiva sea una buena experiencia de usuario. Que el usuario perciba la web de forma positiva por tener una estética bien cuidada se requiere de un buen diseño UI, y el interactuar con ella refleja el buen diseño UX. De acuerdo con (websa100, 2016)

Elementos del diseño. De acuerdo con el sitio web (Mimoilus, s.f.), existen elementos del diseño que ayudan a crear, organizar, concebir y proyectar los futuros diseños dentro de los programas de edición gráfica. Los elementos bases para el diseño son los siguientes:

Elementos conceptuales. Es de acuerdo con el sitio web (Mimoilus, s.f.), existen elementos del diseño que ayudan a crear, organizar, concebir y proyectar los futuros diseños dentro de los programas de edición gráfica. Los elementos bases para el diseño son los siguientes: la forma en que los objetos no son visibles a simple vista.

Existe el “punto” que es un par de coordenadas X e Y representada como una partícula insignificante.

La “línea” es la sucesión de puntos y tiene longitud, pero no ancho, aunque puede cambiar su grosor hasta llegar al punto de convertirse en plano.

El “plano” es una superficie plana con largo, ancho, posición, dirección y está limitado por líneas. Como un rectángulo.

El “volumen” es un objeto gráfico que crea un espacio tridimensional con sus características de ancho, altura y profundidad. Como un cubo.

Elementos visuales. Son visibles y están creados por formas con líneas, colores, texturas, y anchura. Es decir, es lo que se percibe como nivel semántico y conceptual.

Elementos de relación. Depende del modo en el que se relacionan las formas utilizadas que dan una interpretación y significado a un diseño. Incluye dirección, posición, espacio y gravedad.

Identidad corporativa. Según explica (PERI, 2009) El enfoque del diseño define a la identidad corporativa como la representación icónica de una organización, que manifiesta sus características y particularidades. Se dice que es la vinculación de lo que se ve en una organización. Dentro de la Identidad Corporativa se manifiestan líneas maestras que establecen la base de una imagen empresarial, como:

Colores corporativos. La elección correcta del color corporativo es uno de los elementos más determinantes, ya que es uno e los identificadores básicos que tendrá posteriormente la marca. Comprende procesos emotivos y de asociación con el entorno.

Tipografía corporativa. Es el tipo de letra que se emplea en los documentos y mensajes que genera una empresa u organización, desde una carta impresa a la rotulación de un vehículo. Es imprescindible el nombre, logotipo y colores de un manual de marca. Una tipografía normalizada aporta armonía y reconocimiento de la marca.

Funciones de la identidad visual corporativa. La identidad de una marca refiere a los atributos esenciales que identifican y diferencian a una marca de otras en el mercado.

Manual de identidad corporativa. Es un documento en el que se definen las normas que se deben seguir para incluir el logotipo de una marca, así como los distintos elementos visuales que la conforman, en todo tipo de soportes (tanto virtuales, como impresos). Y los elementos que se incluyen en el manual de identidad son logotipos, colores corporativos, tipografías e incluso papelería y equipo corporativo.

Imagen. Se puede afirmar que la imagen es una forma y un proceso de conocimiento, hasta el punto de que cuando aprendemos algo nuevo la expresión común de “hacerse una idea de algo” es coloquialmente equiparable a la de “hacerse una imagen de algo”. De acuerdo con (Narcea Educación Plástica, s.f.).

Las características de las imágenes se formulan en parejas opuestas, por lo que hay una amplia gama de posibilidades dentro de una misma imagen:

Iconocidad – abstracción. Es el grado de parecido que la imagen guarda con la realidad, por ejemplo, una imagen en color tendrá una mayor iconocidad que una en blanco y negro. Y abstracción indica que la imagen no tiene parecido con la realidad. Las señales de tránsito son denominadas arbitrarias y las imágenes producidas por la fantasía se llaman surrealistas.

Originalidad – redundancia. La originalidad es una presentación novedosa sobre un objeto, persona o hecho en formas diferentes de entender en la realidad. Son imágenes que se escapan de la realidad. Y la redundancia hace referencia a la repetición de elementos ya conocidos. Se utiliza en la publicidad para potenciar la imagen de la marca o dar a entender al público que va dirigido. Existe también las imágenes estereotipadas con relaciones al rol social, la sexualidad, etc.

Monosemia – polisemia. Las imágenes monosémicas son las que tienen un único significado y este está claro, pero hay otro tipo de imágenes que intentan transmitir un mensaje oculto, más profundo, éstas son llamadas imágenes polisémicas, las cuales son más utilizadas para la publicidad.

Denotación – Connotación. Las imágenes connotativas suponen la relación de la imagen con sentimientos, calor, frío, pena, etc. Transmite significados subjetivos. Las imágenes denotativas hacen que se puede interpretar dicha imagen de varias formas.

Sencillez – Complejidad. La cantidad de elementos que conforman una imagen determinan su sencillez o complejidad. Desde el punto de vista de la percepción visual la inclusión de más de cuatro elementos que difieren en color, forma y textura no permiten observar la imagen de una sola mirada, y decimos en ese sentido que una imagen es compleja.

Según lo explica, (Gumamalla, 2010)

Diagramación. Significa determinada realidad. los sustantivos nombran todas las cosas: personas, objetos, sensaciones, sentimientos, etc. Es un oficio del diseño editorial que se encarga de organizar en un espacio, contenidos escritos, visuales y audiovisuales en medios impresos y electrónicos, como libros, diarios y revistas.

Se relaciona con la distribución de los elementos en un espacio determinado de la realidad, mientras que el diseño editorial incluye fases más amplias del proceso, desde el proyecto gráfico, hasta los procesos de producción denominados pre-prensa, prensa y post-prensa. Según lo dicta (educalingo, 2018)

WordPress. Es un sistema de gestión de contenidos (CMS) que permite crear y mantener un blog u otro tipo de web. Es un sistema ideal para un sitio web que se actualice periódicamente. Si se escribe contenido con cierta frecuencia, cuando alguien accede al sitio web, puede encontrar todos esos contenidos ordenados cronológicamente.

Dispone de un sistema de plugins que permiten extender las capacidades de WordPress, de esa forma se consigue un CMS (Sistema de Gestión de Contenidos) más flexible. En concordancia con (Web Empresa, s.f.)

WordPress se asocia para la creación de:

Blog: se refiere a la opción de añadir comentarios a las entradas, posibilidad de organizar los artículos por categorías o etiquetas, etc.

Web corporativa: sirve perfectamente para la creación de una web empresarial, entendiendo como tal una pagina donde podamos informar sobre todo lo que concierne a nuestra empresa o negocio: quienes somos, servicios, clientes, etc.

Tienda online: WordPress dispone de varios plugins que permiten incorporar una tienda online en nuestra web. De todos ellos, WooComerce sería la opción más recomendable que dispone con todas las funcionalidades típicas que esperamos encontrar en una aplicación de este tipo: creación de productos ilimitada, organización de productos por categoría, posibilidad de agregar atributos a los productos, diversos sistemas de pago y envío, gestión avanzada de pedidos, etc.

WordPress cuenta con una gran comunidad de desarrolladores que se encargan de reportar errores, dispone de múltiples plugins, con los cuales extender las funcionalidades del software, y una gran variedad de temas para cambiar su apariencia. Por este motivo, WordPress cuenta con tanto éxito y una base sólida de usuarios (más de 202 millones). Según (Navarro, 2017)

WooCommerce. Se refiere a un plugin gratuito para tiendas online que permite vender cualquier producto y servicio. Creado para que se integre sin problemas con WordPress, es la solución de comercio electrónico que más crece en número de instalaciones en 2018 y ofrece un control total al administrador de la tienda. De acuerdo con (Castelo, 2018)

Color Web. Dentro de la teoría del color existen los colores luz y los colores pigmento. El uso del color a la hora de hacer el diseño de un sitio web es de suma importancia, los colores son capaces de transmitir una infinidad de sensaciones o sentimientos aplicando una mínima parte de este elemento. El uso adecuado de un color es una clave segura de éxito para captar la atención de los visitantes de la página.

La recomendación para el éxito del sitio web es mezclar colores que sean armónicos entre sí y que no vayan más allá de 4 colores para lograr un buen esquema.

CMYK. Llamados colores pigmento que son los colores físicos en pinturas y tintas compuestos por azul cyan, rojo magenta, amarillo medio blanco y el negro. El modelo CMYK se basa en los colores de salida de impresión.

RGB. Son los colores luz. Los que apreciamos en todo tipo de monitor son el azul, magenta, amarillo y el verde, el blanco es la suma de todos los colores luz; en cambio negro es la ausencia total de color. Los monitores de ordenador muestran siempre los colores con el modelo RGB, es decir la mezcla de los tres primarios luz. Según (Rojo, 2012)

6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias

6.3.1. Ciencias

Semiología. Fue definida por Ferdinand de 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. (FotoNostra, s.f.) lo indica.

Explica también (Guiraud, 2004) que la semiología es la ciencia que estudia los sistemas dignos: lenguas, códigos, señalizaciones, etc. Se coincide generalmente en reconocer al lenguaje un estatus privilegiado y autónomo que permite definir a la semiología como el estudio de los sistemas de signos no lingüísticos.

Semiología de la imagen. Asimismo, (Colle, 2009) indica que el conocimiento es una representación simbólica de lo real. Hemos de aclarar aquí qué se entiende por "representación" y recordar los supuestos epistemológicos en los cuales, junto con los cognitivistas expertos, basamos nuestro análisis.

En general la semiología de la imagen es preservada, conservada y presenta un carácter afectivo. La imagen fija es siempre imagen de algo. No es el referente; hacer la evocación de ciertas analogías más o menos próximas a la realidad, dicho así por (Martin, 1987)

Psicología de la comunicación. Según (udima, s.f.) Estudia los procesos de comunicación persuasiva, analizando con gran profundidad las variables psicológicas más relevantes del emisor, del mensaje y del receptor. Asimismo, se estudiarán las nuevas aproximaciones al estudio de la comunicación.

Psicología del color. Con base en (FotoNostra, s.f.) el color desprende diferentes expresiones del ambiente. Éstas pueden transmitirnos sensación de calma, de plenitud, de alegría, de violencia, maldad, etcétera. Estas sensaciones variarán profundamente según la cultura y la situación en la que nos encontremos.

Psicología de la imagen. Según (Psicología del nuevo humanismo, s.f.) es una corriente psicológica enmarcada en el pensamiento siloísta. Aporta al conocimiento una concepción de lo humano como ser consciente e intencional y una conceptualización del psiquismo que comprende las características de espacialidad y temporalidad de los fenómenos de la conciencia.

Cibernética. De acuerdo con (En Colombia, s.f.) La cibernética tiene que ver con el control y la comunicación en sistemas vivos, en máquinas y en estructuras organizadas. Es la ciencia que mantiene el orden en tales sistemas.

Internet. Es una red de redes que permite la interconexión descentralizada de computadoras a través de un conjunto de protocolos denominado TCP/IP. La WWW es un sistema de información desarrollado en 1989 por Tim Berners Lee y Robert Cailliau, que permite el acceso a información que se encuentra enlazada mediante el protocolo HTTP (HyperText Transfer Protocol). Según lo explica (Porto J. P., 2008)

Hosting. Es la prestación en donde una empresa ofrece a su cliente el espacio físico (dentro de un ordenador conocido como “servidor”) para que almacene los datos de su website de modo que esté siempre online.

Cuando se escribe una dirección web en el campo de búsqueda del navegador (como, por ejemplo, “www.nombre.com”), se produce una conexión desde la computadora (o móvil) al servidor web donde se halla alojada la página en cuestión. Esa otra computadora (el “servidor”) descarga los archivos propios del sitio al navegador web que se está empleando, de modo que se pueda visualizar el contenido en la pantalla.

Descrito por (Duplika, s.f.)

Dominio. dominio presenta dos acepciones, la primera es el conjunto de ordenadores conectados a una red y, uno de ellos administra a los usuarios y los privilegios que cada uno posee en la red. Por otra parte, es una dirección en la web, la misma se compone por: el nombre de la organización y el tipo de compañía, por ejemplo: .com, en referencia a este punto, lo más comunes son: .COM, .NET, .ORG. Según (Significados, 2015)

Mercadotecnia. Por su parte (Gestion.Org, s.f.) es una disciplina que las empresas llevan aplicando desde hace muchos años para mejorar sus resultados, incluso habilitando departamentos específicos. La promoción de los productos es una parte fundamental en el desarrollo de un negocio, ya que establece una relación entre un consumidor potencialmente interesado en un producto y la empresa, que hace todo lo posible por trasladar los mejores atributos de sus productos para lograr la venta.

6.3.2 Arte

Fotografía. Ahora bien (susan, 2006) las fotografías alteran y amplían nuestras nociones de lo que merece la pena mirar y de lo que tenemos derecho a observar. El resultado más imponente del empeño fotográfico es darnos la impresión de que podemos contener el mundo entero en la cabeza, como una antología de imágenes.

Artes visuales. De acuerdo con (Scott, 1982) las artes como la pintura, la tipografía y la ilustración son, desde el punto de vista físico, bidimensionales. Aun cuando ofrecen una ilusión de profundidad, son físicamente planas. de modo que algunas artes visuales tienen dos dimensiones y otras, tres.

6.3.3 Teorías

Teoría del diseño de página web. (Hiper Texto, s.f.) indica que las páginas web se han convertido en verdaderas obras de diseño gráfico, multimedia e ingeniería informática. Integración de bases de datos, servicio online, inclusión de sofisticadas herramientas de búsqueda y recuperación de información, dinamismo, usabilidad e interactividad.

Para diseñar páginas web es necesario conocer varias disciplinas tales como: informática, comunicación, diseño y cibernética. Según (Rojo, 2012)

Teoría Social. Según (PáginasWeb.pe, s.f.) aquí prevalece el contenido gráfico, ya sean fotos o videos, debido a que el público se identifica con reuniones entre amigos, familias, bodas, bautizos, por decir solo algunos eventos, ya que para ellos es muy importante mantener o alcanzar nuevas relaciones sociales.

Teoría del color. (Rojo, 2012) El color se produce como respuesta a una sensación de la estimulación del ojo y los mecanismos nerviosos frente a la luz. Por lo tanto, el color no existe en sí, y no es tampoco una característica de los objetos, sino una mera percepción de nuestros ojos ante ciertas longitudes de onda que componen algo que se denomina “espectro” de luz blanca.

La luz blanca está formada por tres colores básicos: rojo, verde y azul, descubierta por Isaac Newton.

6.3.4 Tendencias

Diseños minimalistas, limpios. Se define la tendencia de minimalismo porque la sencillez está de moda. Menos, es más. Este tipo de diseños destacan por el predominio de fondos blancos o muy claros, un único color para las tipografías y diseño con pocos elementos.

Tipografías handmade. Las fuentes que tienen un marcado carácter personal seguirán tomando fuerza en 2018. Lo hecho a mano triunfa y estas tipografías le otorgan al diseño web una personalidad exclusiva, un toque diferente tan necesario hoy en día. La mejor opción para usar estas tipografías es usarlas en diseños de logotipos y en zonas destacadas del sitio web como titulares.

Diseños modulares. Es una de las últimas tendencias. Se trata de un tipo de diseño en el que cada elemento se plantea como módulo independiente, pues está inspirado en la red social Pinterest. Su característica principal es que el diseño se plantea a partir de elementos independientes con forma cuadrada.

Hero. Son imágenes con ancho completo para captar la atención del usuario con un solo vistazo. Están pensados como portadas de un sitio web y resultado a nivel visual es muy llamativo.

Elementos con animaciones. Ofrece mucho dinamismo al diseño, pero su uso debe hacerse con mesura para no recargar los sitios web. El animar determinados elementos como botones, filas, cajones, otorga un aire moderno y novedoso, pero hay que hacer con cuidado.

Degradado con varios colores. No se recomienda sobrecargar los diseños con degradados, pero usados con inteligencia, aportan un toque muy vistoso y creativo.

Del responsive al diseño exclusivo en móviles. Se recomienda empezar todos los diseños por la versión de escritorio. Se crea el diseño para el móvil siguiendo el mismo modelo: imágenes, colores, textos y demás.

Menú hamburguesa. Este tipo de menú permite ocultar los elementos de navegación y que solo se muestren cuando el usuario clica en el icono correspondiente. El icono se presenta gráficamente a través de la disposición horizontal de tres líneas paralelas. De acuerdo con (Max Camuñas, s.f.)

Capítulo VII: Proceso de Diseño y Propuesta Preliminar

7.1 Aplicación de la información obtenido en el marco teórico

Los productos asociados a la empresa son productos de vestir, calzado y accesorios para dama, basadas en tendencias como logomanía, transparencias, cuadros, vestidos americanos, faldas y vestidos llamativos y bolsos de mano que prevalecen en la tendencia del 2018.

La empresa está caracterizada por ser una boutique que ofrece atención personalizada, dispuesta a dar precios accesibles para que el cliente acceda a los productos de la empresa.

Manejan precios especial para el mercado mayorista y/o minorista.

Se tendrá presencia de un emisor (Danea´s Boutique), un receptor (Cliente potencial), código (idioma español), canal (Sitio web), mensaje (productos), contexto (venta de prendas de vestir, calzado y accesorios), retroalimentación (variedad de productos) y ruido (internet).

La comunicación transmitirá el mensaje adecuado para lograr una comunicación efectiva entre las colaboradoras de la empresa Danea´s Boutique y los clientes reales y potenciales.

Se hará uso de la comunicación verbal escrita para describir el contenido adecuado de los productos y servicios que ofrece la empresa Danea´s Boutique.

La comunicación será indirecta por la separación de tiempo y espacio entre los interlocutores.

El nivel de comunicación será intragrupal por transmitir contenidos a la unidad básica de una sociedad.

El diseño adecuado hará práctico y a la vez estético el proyecto.

El tipo de diseño seleccionado para este proyecto será en referencia al diseño web. Este diseño constituye a una de las funciones creativas más elementales del marketing online, a lo que será conveniente para ser alcanzable y realizable el objetivo del proyecto.

El diseño gráfico, diseño web, diseño editorial, diseño publicitario y diseño UI/ UX serán elementales para el proyecto, del que se querrá lograr el valor y calidad adecuada para la experiencia de usuario.

El primer elemento de diseño a utilizar será el conceptual, para obtener en base a punto, línea y plano lo que será la idea mediante un boceto a mano.

La identidad corporativa de la empresa se incluirá en el diseño del sitio web.

Se obtendrán varias imágenes sobre las características de los productos disponibles de la empresa, aplicando la característica de monosemia – polisemia y sencillez – complejidad.

Se aplicará la función del sistema WordPress para la creación y mantenimiento del sitio web junto al sistema WooCommerce para instalar y personalizar la base de datos de los productos.

La diagramación se relacionará con la distribución de los elementos en un espacio determinado del sitio web.

El color web RGB correcto será capaz de transmitir sensaciones o sentimientos aplicando una mínima parte de este elemento.

Las ciencias aplicadas en este proyecto como la semiología de la imagen, psicología de la comunicación, psicología del color y psicología de la imagen serán fundamentales para captar la atención del cliente real y potencial.

Así como la cibernética, la internet, hosting y dominio serán las piezas claves para que el proyecto sea realizable y alcanzable.

La fotografía será el instrumento por el que los productos se presentarán al cliente por medio del sitio web.

Las artes visuales serán aplicadas en las fotografías por el punto de vista físico, bidimensional.

La teoría del diseño de página web nos apoyará para que el sitio web integre todas las herramientas necesarias que busque el cliente real y potencial en su visita.

La teoría social indicará que materiales visuales y/o audiovisuales serán los adecuados para agregar al sitio web.

Seguir las tendencias de temporada serán de gran importancia para el sitio web.



Si bien es cierto que es un concepto “inventado” por Google para el diseño del sistema operativo, al igual que paso con el flat design se ha extendido al diseño en general y podemos verlo aplicado por ejemplo en webs, apps, videojuegos... Por esto no queríamos dejar pasar la oportunidad de hacer una pequeña comparación con el flat design, pues desde mi punto de vista, tienen mucho en común y no podríamos entender el material sin la existencia anterior del flat.

Realismo (Skeuomorphism)

Esta decisión no se debe solo a lo estético, sino también a lo funcional: mejorando el tiempo de carga y la usabilidad de la web. El realismo ha quedado atrás y vamos hacia un diseño en el que con pocas líneas se exprese mucho.

Flat design

Su uso se basa en la funcionalidad: lo más importante en el diseño es que cumpla la función para la que fue diseñada. Así se acelera el tiempo de carga y consigue que se vea de una manera óptimo independientemente de la resolución de la pantalla.

Consigue que las cosas sean más fáciles tanto para diseñadores como para usuarios.

- **Pros:** Los diseños son mucho más ágiles y están despojados de elementos gráficos innecesarios
- **Contras:** La falta de relieve requiere señales visuales para guiar al usuario

Material design

Se basa en objetos materiales. Podríamos decir que son diversas piezas geométricas simples colocadas en un lugar concreto y con un movimiento determinado.

- Sombras y luz: se usan para determinar las distintas posiciones de los objetos
- Animaciones: ya no todo es estático, ahora existen botones flotantes.

7.2 Conceptualización

7.2.1 Método.

Las 7 estrategias pro-creatividad por Franc Ponti:

1. Pensar Zen: Tiempo para pensar.
2. Pensar Pro: Pensamiento provocativo. Superar convenciones.
3. Pensar Open: Interacción. No encerrarse.
4. Pensar Flow: Generar muchas ideas o con técnicas potentes.
5. Sentir Emotional: Sacudir al ser humano con emociones y experiencias.
6. Sentir Happy: Construir en entornos de motivación y pasión.
7. Pensar en Team: Generar en equipo.

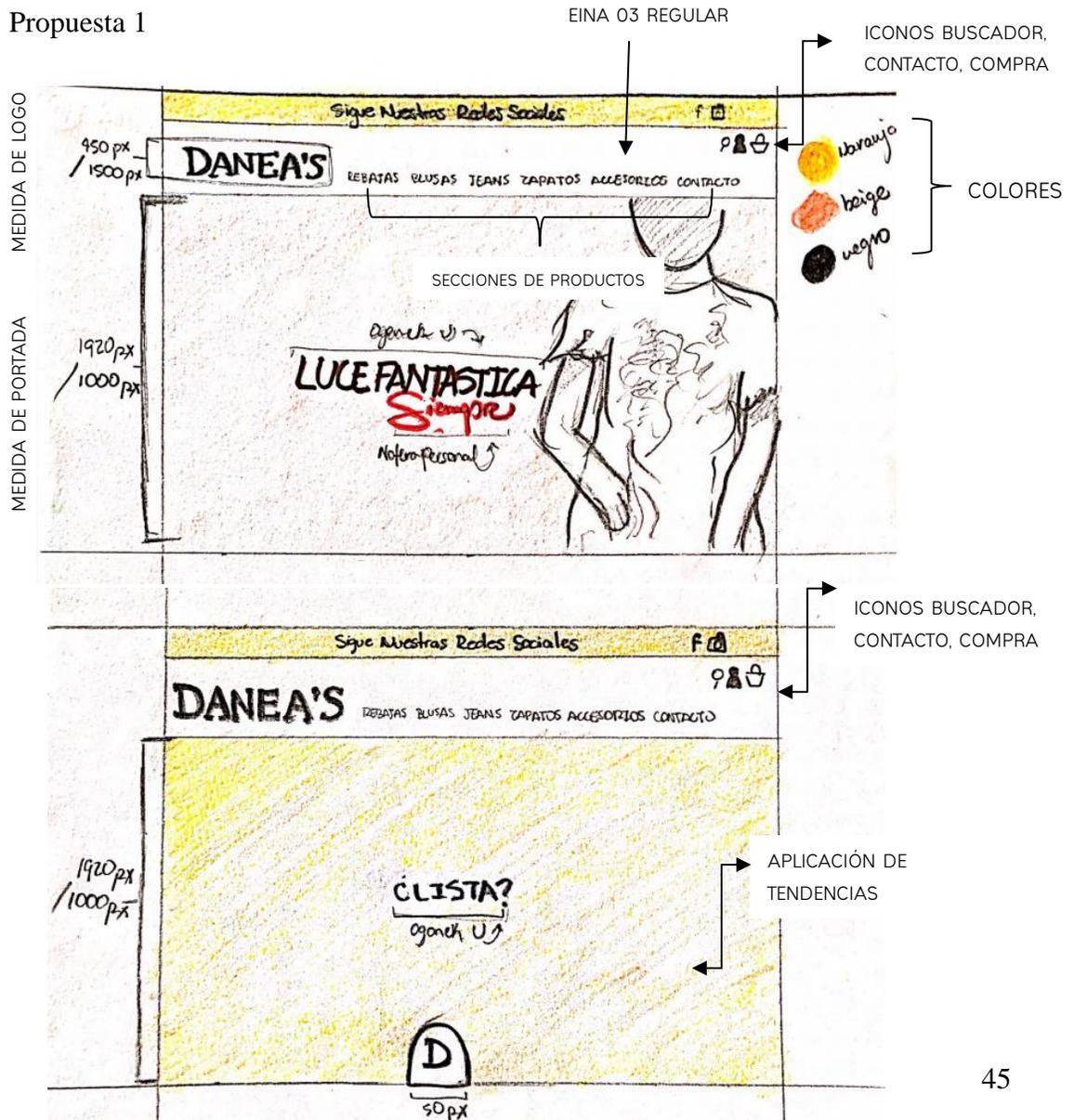
Tabla de requisitos

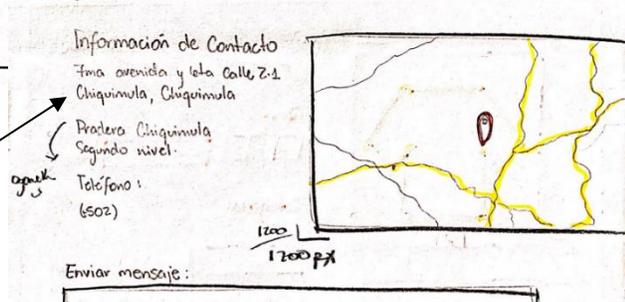
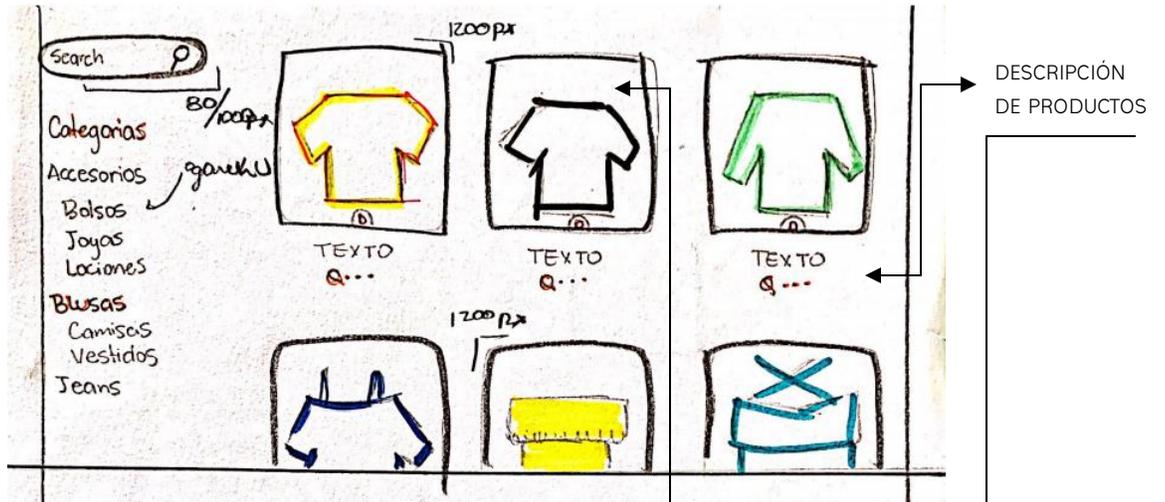
Estrategias	Contenido
Pensar Zen	Tiempo para pensar en el producto que desea
Pensar Pro	Pensamiento provocativo al momento de encontrar el producto deseado
Pensar Open	Interactuar con la imagen del producto. Acercamiento y observación de detalle
Pensar Flow	Generar ideas de uso o técnicas potentes al adquirir el producto
Sentir Emo	Sacudir al usuario con emociones al reconocer que su compra ha sido aprobada
Sentir Happy	Construir entornos de motivación y pasión por obtener el producto deseado.
Pensar en Team	Generar ideas en equipo sobre la preparación de envío del producto al usuario.

7.2.2 Definición del concepto. Luego del proceso de aplicación del método de las 7 estrategias Pro-Creatividad, se define el concepto de “Luce Fantástica Siempre”. Este concepto engloba las necesidades fisiológicas del ser humano según la pirámide de Maslow, en la que se encuentra la necesidad de vestimenta. Lucir fantástica siempre, refleja estar preparada en aspecto personal no importando la ocasión.

7.3 Bocetaje

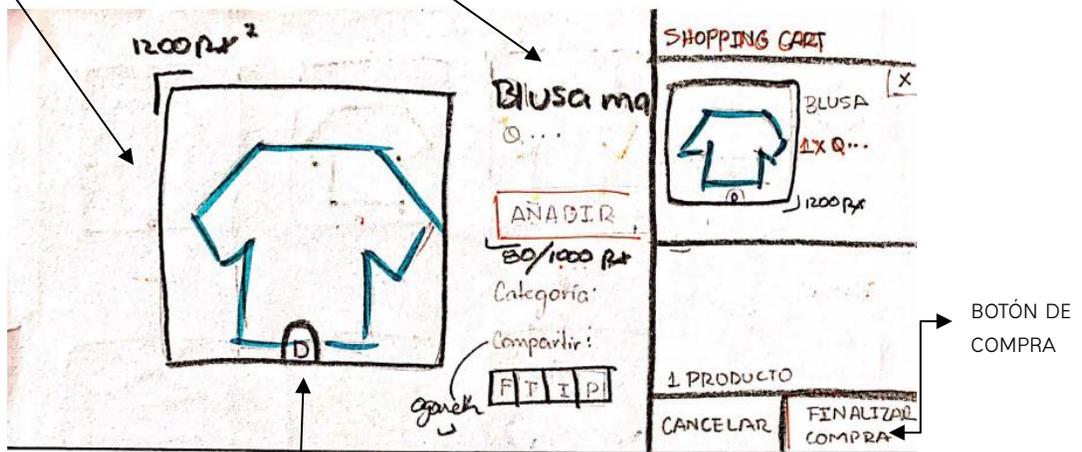
7.3.1 Proceso de bocetaje





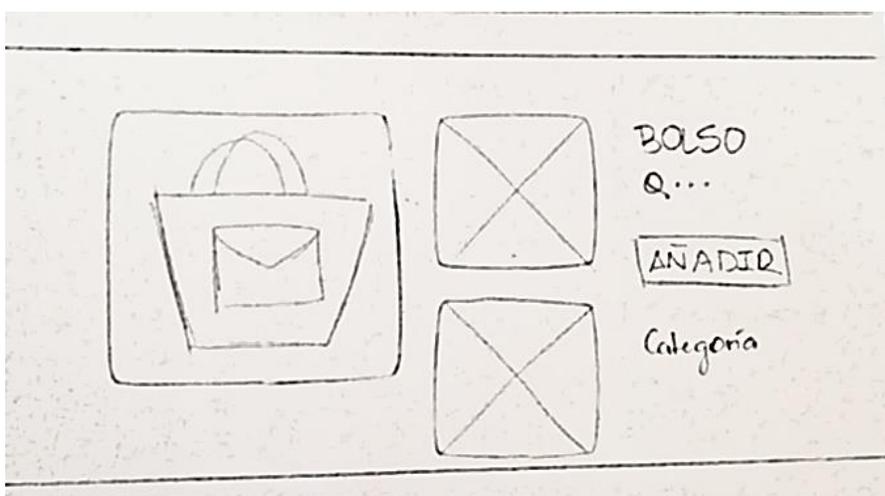
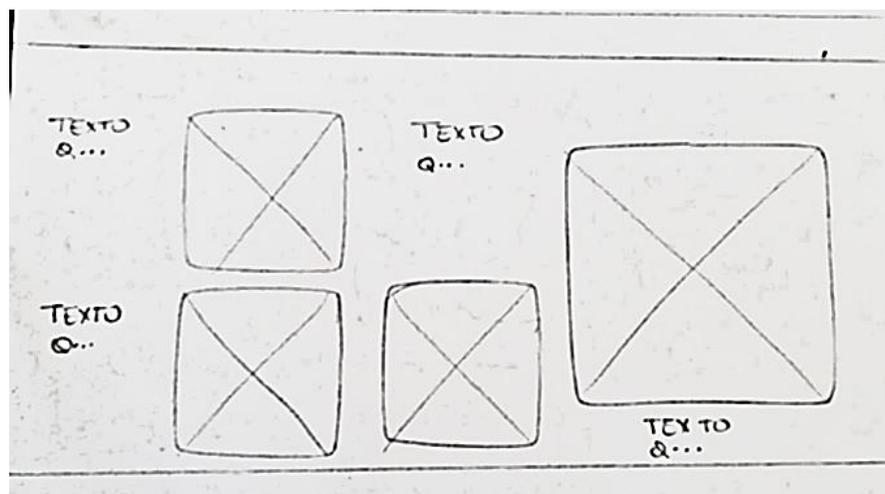
TIPO DE LETRA
EINA 03 REGULAR

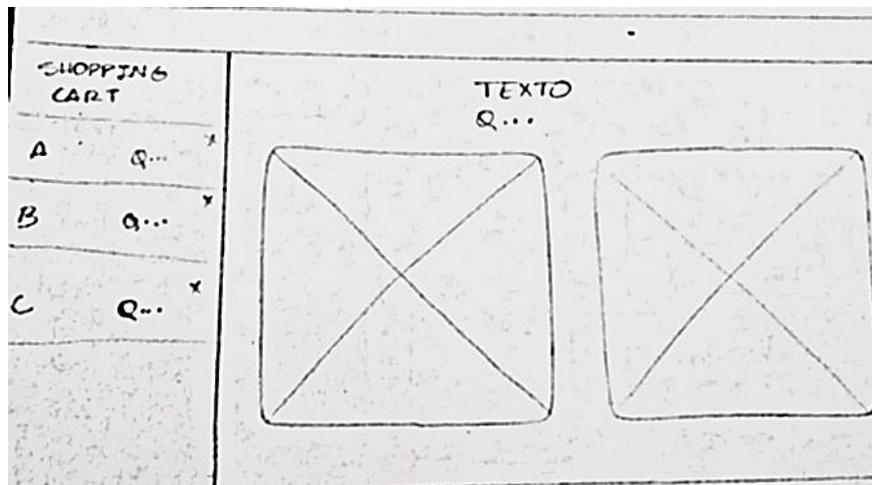
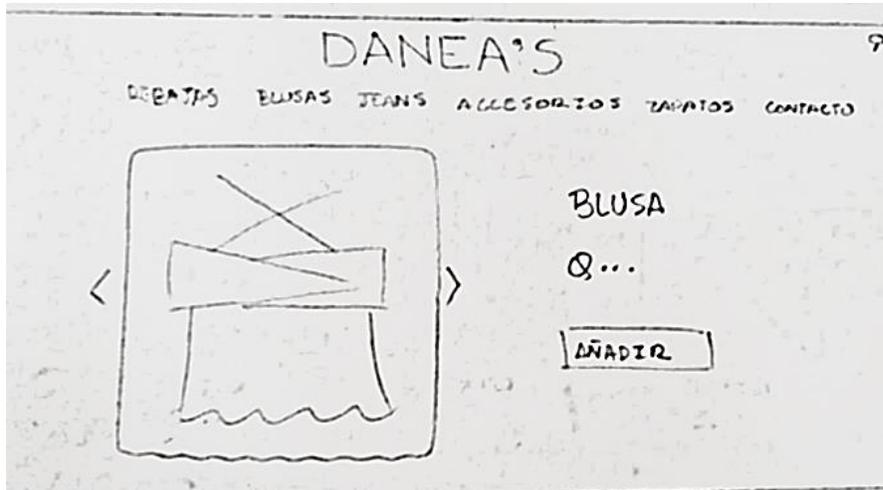
FOTOGRAFÍAS DE PRODUCTO



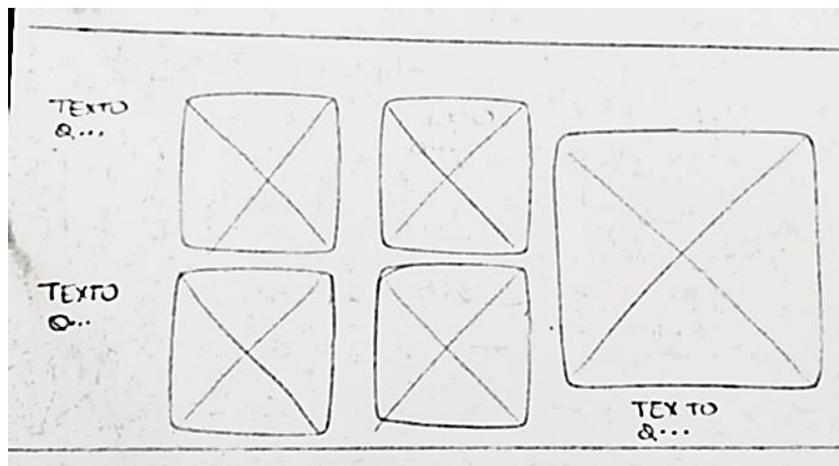
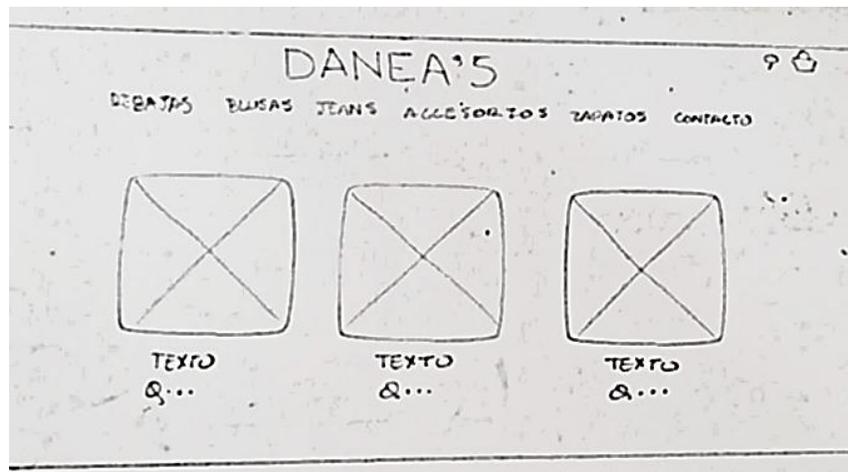
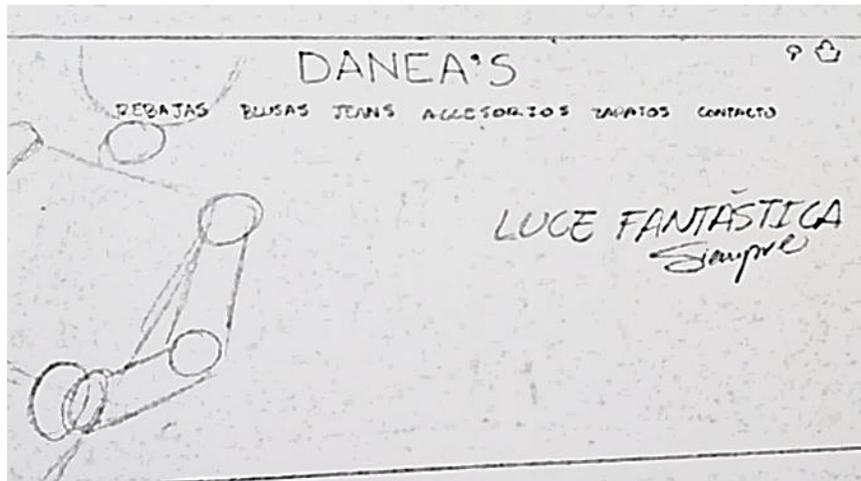
APLICACIÓN DE SEMIOLOGÍA

Propuesta 2





Propuesta 3

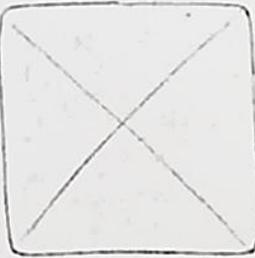


Información de Contacto
 Fms avenida y 1sta Calle 2-2
 Chiquimula, Chiquimula
 Proceso Chiquimula
 Segundo nivel.
 Teléfono:
 (502)

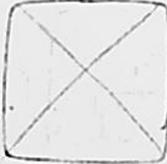
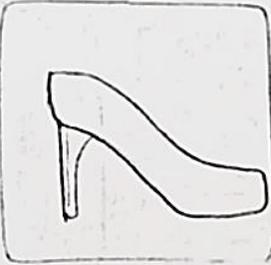
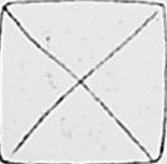


Enviar mensaje:

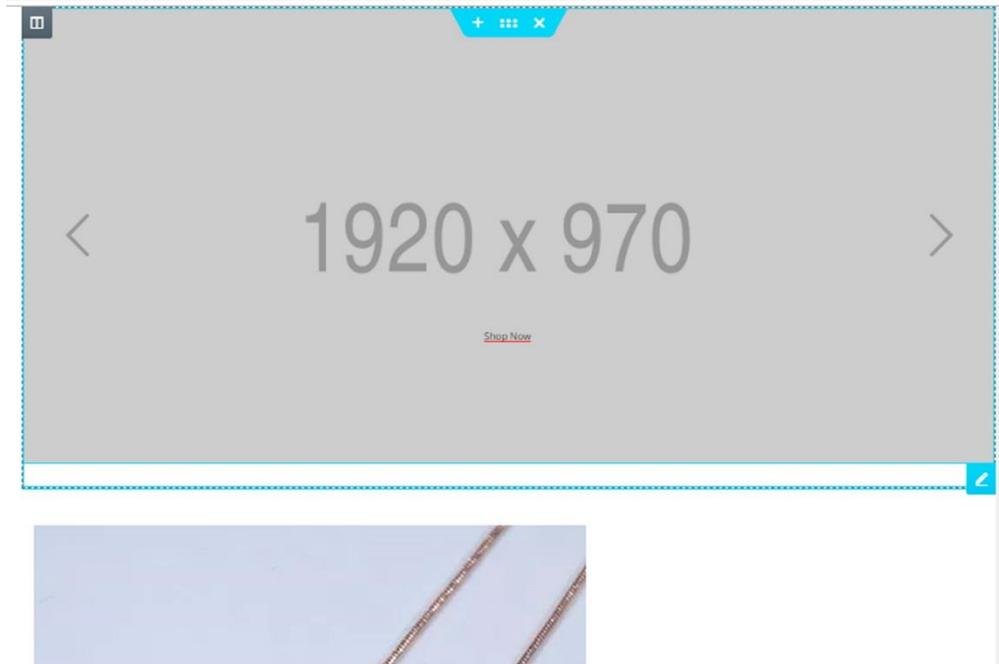
SHOPPING
 CART

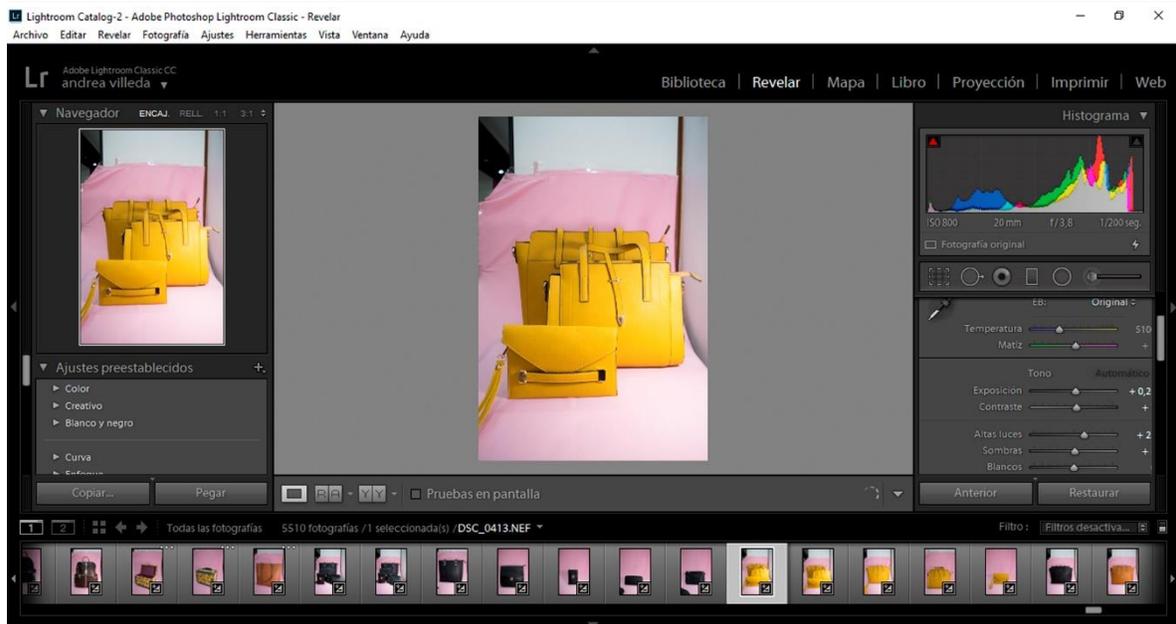
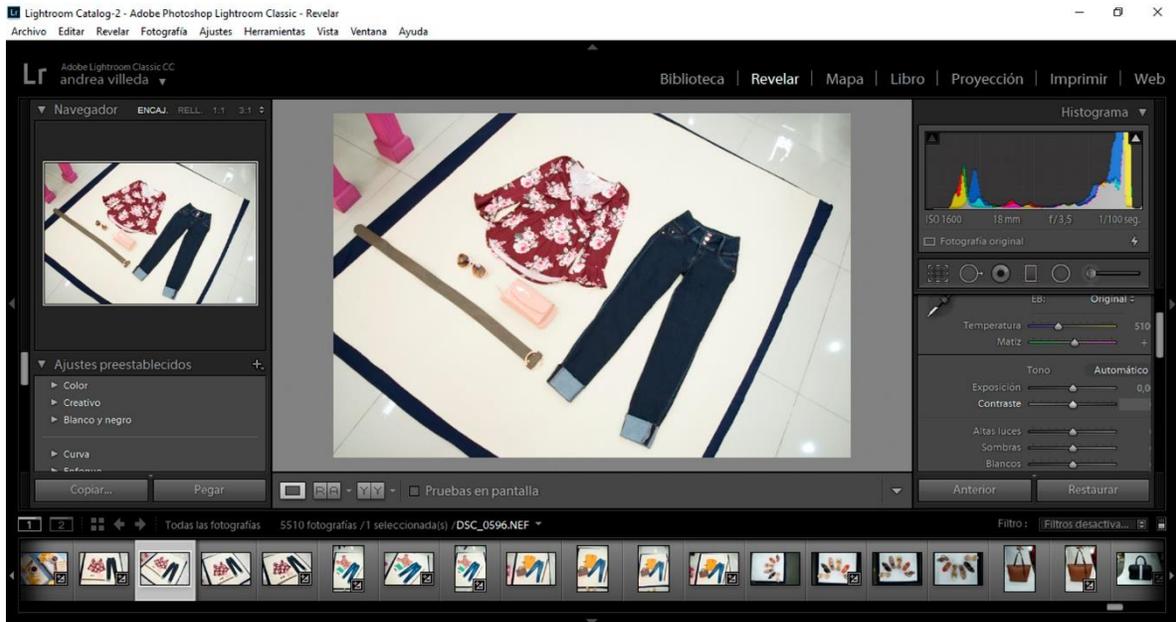
A	Q...	x			
B	Q...	x			

TEX TO
 &...

		TACÓN Q...
		<input type="button" value="AÑADIR"/> Categoría

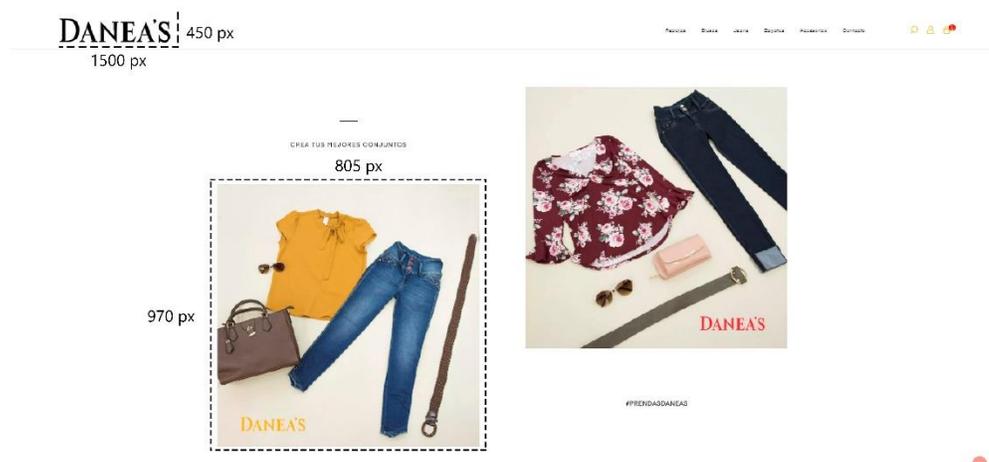
7.3.2 Proceso de digitalización de los bocetos





7.4 Propuesta Preliminar

La propuesta preliminar consta de un sitio web, incluye logo de la empresa Danea's Boutique, colores corporativos, cuenta con seis páginas de acceso a productos de diferente clase, imágenes de portada, imágenes de combinaciones con prendas de la boutique, actividades y sorteos que realiza la empresa. Filtro de búsqueda, contacto y compra. Acceso a redes sociales y comentarios hacia la empresa.



Search...

Categories

- Accesorios
- Bolsos Y Carteras
- Joyería
- Lociones
- Blusas
- Camisas Y Blusas
- Vestidos
- Jeans
- Palazzo
- Skinny

1200 px



Blusa hombros caídos cuadrícula

~~Q230.00~~ Q95.00

1200 px



Blusa manga acampanada

~~Q225.00~~ Q95.00

1200 px



Blusa manga acampanada bordada

~~Q230.00~~ Q95.00

1200 px



1200 px



1200 px



1200 px



1200 px

Blusa manga acampanada

~~Q225.00~~ Q95.00

- 1 + AÑADIR AL CARRO

[Add To Wishlist](#)

Categoría: Rebajas

Share:

f t i g s

1920 px

Skirt

Zapatos

Sandalias

Price

Filtrar Precio: Q175 — Q495

Etiquetas

Billetera Bolso Camera

Crema Dior Guess

Jadore Lancome

stado-de-flores/ccion



Blusa manga larga escote en v

Q175.00



Blusa manga mariposa

Q275.00



Hombro caído con brache

Q195.00



Straple de cuadros



Vestido ajustado de flores



Vestido Bolero

1080 px

1920 px

1200 px



Vestido ajustado de flores

Q276.00

- 1 +

añadir al carrito

Add To Wishlist

Categorías: Blusas, Vestidos

Share:



1080 px

1920 px

1200 px



185 px

Collar Dije De Aros

Q126.00

Collar En Baño De Oro Rosa

- 1 +

añadir al carrito

Browse Wishlist

Categorías: Accesorios, Joyería

Share:



1080 px

1920 px

Contacto

Página Principal > Contacto

Información de Contacto

7ma. Avenida Y 6ta. Calle Zona 1

Chiquimula, Chiquimula.

Centro Comercial Pradera

Chiquimula, Segundo Nivel.

Teléfonos:

Centro: (+502) 7942 7932

Pradera: (+502) 7942 2377



1080 px

Capítulo VIII: Validación Técnica

Al concluir el proceso de digitalización de propuesta preliminar, se evaluará la funcionalidad de este, para cumplir con los objetivos trazados al inicio. Para tal efecto, se ha dividido la población de muestras en tres grupos.

8.1 Población y muestreo

La primera muestra está dirigida al cliente, Danae's Boutique

A) Heidy Danae Sobvio de Arriaga, directora general de Danae's Boutique.

Tel.: 4214 2290

La segunda muestra se dirige a profesionales y/o expertos de la comunicación y diseño gráfico.

B) Licenciada en Comunicación y Diseño Wendy Franco, 28 años de experiencia, coordinadora académica.

C) Lic. David Castillo, 14 años de experiencia en producción de tv.

D) Licenciado en Diseño Gráfico, Axel Gabriel Flores, 3 años de experiencia en diseñador senior.

E) Licenciado en Publicidad José Manuel Monroy, 20 años de experiencia en cátedras.

F) Licenciado en Diseño Gráfico Luigi Cogoux, 10 años de experiencia, docente USAC

La tercera muestra está dirigida al grupo objetivo. Dicha muestra fue obtenida de la magnitud (2.3.1)

Ver Anexo G: Fotografías de grupo objetivo, cliente y expertos

8.2 Método e instrumentos

Método. El método utilizado para realizar la validación es mixto. En el sitio web:https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSds_f81AybrBx4yMIv_BcdQP7PhTD7NmwfCzU0wL01EqcEYg/viewform comparte que el enfoque cuantitativo utiliza la recolección y análisis de datos para contestar preguntas de investigación. Se confía en la medición numérica, el conteo y se hace uso de la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población.

Instrumentos. Es una técnica cuantitativa que consta de una serie de preguntas estandarizadas que son realizadas a una muestra representativa. Las encuestas pueden ser calificadas de varias formas; para la validación del proyecto se usó la encuesta de respuesta cerrada.

Los encuestados deben elegir para responder una de las opciones que se presentan en un listado. Esta manera de encuestar da como resultado respuestas más fáciles de cuantificar y de carácter uniforme. Dicho así por <https://www.tiposde.org/escolares/123-tipos-de-encuestas/>

Claro 46% 6:16 p. m.

https://docs.google.com

Encuesta de validación de proyecto

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

Diseño de sitio web para dar a conocer a clientes reales y potenciales las distintas prendas de ropa, calzados y accesorios que comercializa la empresa Danea's Boutique, Chiquimula, Chiquimula, Guatemala 2019.

www.daneasboutique.com

Antecedentes:
Danea's Boutique, nace en 2008. Debido a la experiencia de una red familiar de empresarios, se crea la boutique que se especializa en la venta de prendas de ropa, calzado y accesorios de dama a precios accesibles y de buena calidad. Debido a la experiencia empresarial, se fue formando y estableciendo la imagen de la empresa. Dedicándose principalmente a proveer la vestimenta de damas en el sector de Chiquimula.

En el transcurso de los años se fueron estableciendo dos locales en el que se distribuiría la mercadería, siendo así, en Centro Comercial Pradera Chiquimula y en 7ma Avenida y 6ta Calle de Chiquimula, Chiquimula.
Danea's es una empresa social y responsable con su clientela potencial para el mejoramiento de la imagen personal como parte de la rutina diaria.

***Obligatorio**

Género *
Elige ▾

Nombre *
Tu respuesta

Edad *
Tu respuesta

Profesión
Tu respuesta

Puesto
Tu respuesta

Años de experiencia
Tu respuesta

Perfil *
Elige ▾

Parte Objetiva

1. ¿Cree necesario diseñar un sitio web para dar a conocer a clientes reales y potenciales las distintas prendas de vestir, calzados y accesorios que ofrece Danea's Boutique? *
Elige ▾
2. ¿Considera necesario investigar conceptos relacionados con la comunicación y tendencias actuales en diseño web, fotografía, ciencias auxiliares y demás, para fundamentar el proyecto que será visualizado por el grupo objetivo? *
Elige ▾
3. ¿Considera necesario recopilar información detallada de la boutique mediante un brief para que sea integrado al diseño del sitio web y proporcionarle información de valor a los clientes? *
Elige ▾
4. ¿Considera diseñar el sitio web a través de bocetos para las diferentes secciones de productos que ofrece la empresa Danea's Boutique, aplicando su color corporativo para la mejor visualización del cliente potencial en su visita? *
Elige ▾
5. ¿Considera necesario fotografiar de manera profesional cada prenda de vestir, calzados y accesorios que posea la empresa y obtener material visual para el sitio web de Danea's Boutique? *
Elige ▾
6. ¿Considera necesario editar el material fotográfico a través de medidas estándar para la plantilla específica del sitio web? *
Elige ▾

Encuesta de validación de proyecto

***Obligatorio**

Parte Semiológica

7. ¿Siente una pequeña exaltación o emoción con el color naranja? *
Elige ▾
8. ¿Considera que el color beige de fondo resalta la apariencia de los productos? *
Elige ▾
9. ¿Considera que las fotografías le proporcionan la descripción detallada sobre los productos? *
Elige ▾
10. ¿Considera necesario contar con modelo para una mejor visualización del producto? *
Elige ▾

ATRÁS SIGUIENTE

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google. Notificar uso inadecuado - Condiciones del servicio

Google Formularios

Encuesta de validación de proyecto

*Obligatorio

Parte Operativa

11. ¿Qué tan legible es el tipo de letra utilizada en la descripción de los productos? *

Elige ▾

12. ¿El dominio del sitio web (nombre) le es fácil de recordar? *

Elige ▾

13. ¿La disposición de los botones de producto fueron de fácil acceso? *

Elige ▾

14. ¿Cree que es importante implementar una opción de filtro de búsqueda dentro del sitio web? *

Elige ▾

15. ¿Considera usted conveniente que un plazo de 25 días sean los adecuados para la actualización de catálogo de producto en el sitio web?

Elige ▾

ATRÁS

SIGUIENTE

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google. Notificar uso inadecuado - Condiciones del servicio

Google Formularios

Encuesta de validación de proyecto

Sugerencias

Deja tu comentario

Tu respuesta

APRECIAMOS EL TIEMPO INVERTIDO EN ESTA ENCUESTA. NOS SERÁ DE MUCHA AYUDA

ATRÁS

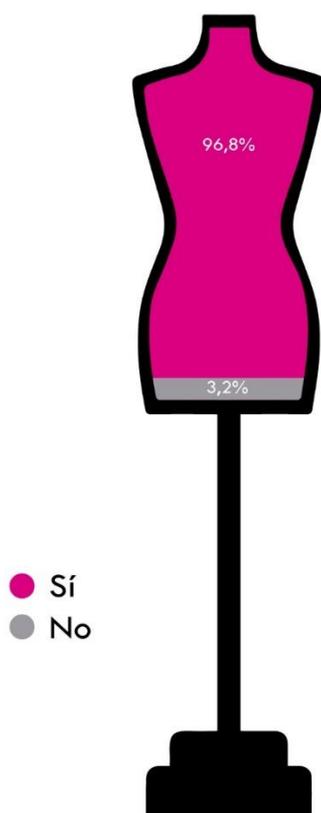
ENVIAR

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

8.3 Resultado e Interpretación de Resultados

Parte Objetiva

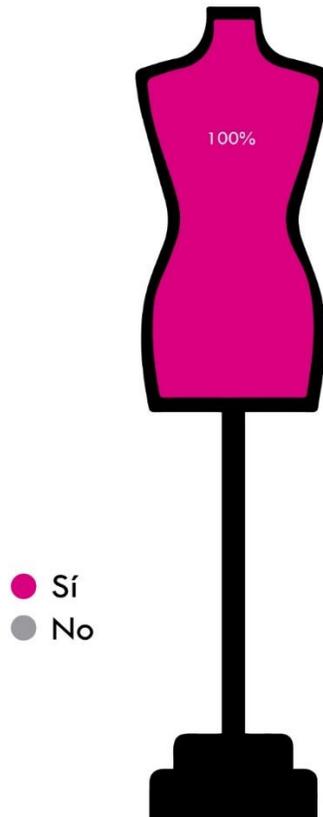
1. ¿Cree necesario diseñar el sitio web para dar a conocer a clientes reales y potenciales las distintas prendas de vestir, calzados y accesorios que ofrece Danae´s Boutique?



Interpretación:

El 96,8% de los encuestados considera necesario diseñar el sitio web para dar a conocer a clientes reales y potenciales las distintas prendas de vestir, calzados y accesorios que ofrece Danae´s Boutique y el 3,2% no cree necesaria la aplicación.

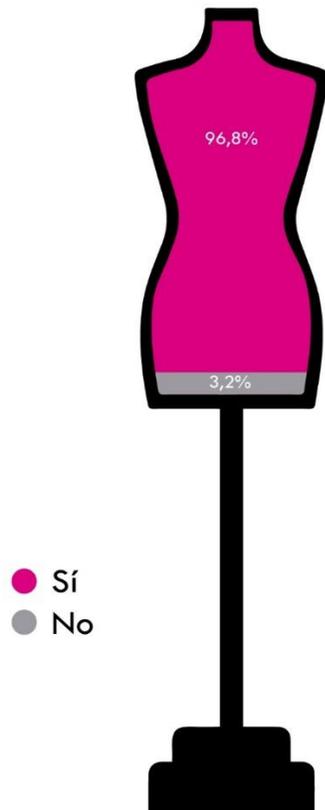
2. ¿Considera necesario investigar conceptos relacionados con la comunicación y tendencias actuales en diseño web, fotografía, ciencias auxiliares y demás, para fundamentar el proyecto que será visualizado por el grupo objetivo?



Interpretación:

El 100% de la población considera necesario investigar conceptos relacionados con la comunicación y tendencias actuales en diseño web, fotografía, ciencias auxiliares y demás, para fundamentar el proyecto que será visualizado por el grupo objetivo

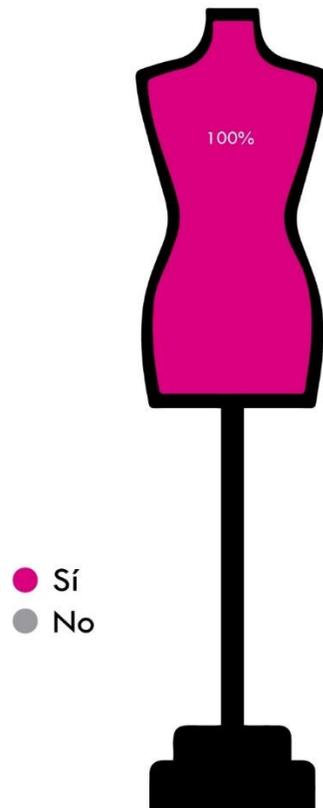
3. ¿Considera necesario recopilar información detallada de la boutique mediante un brief para que sea integrado al diseño del sitio web y proporcionarle información de valor a los clientes?



Interpretación:

El 96,8% de la población considera necesario recopilar información detallada de la boutique mediante un BRIEF para que sea integrado al diseño del sitio web y proporcionales informaciones de valor a los clientes y el 3,2% no cree necesaria la aplicación.

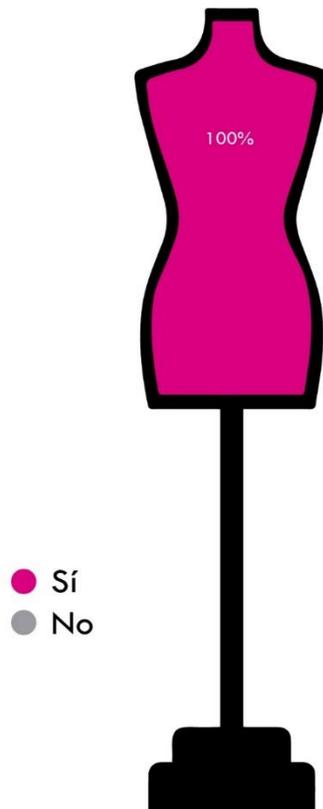
4. ¿Considera Diseñar el sitio web a través de bocetos para las diferentes secciones de productos que ofrece la empresa Danae's Boutique, aplicando su color corporativo para la mejor visualización del cliente potencial en su visita?



Interpretación:

El 100% de la población considera necesario diseñar el sitio web a través de bocetos para las diferentes secciones de productos que ofrece la empresa Danae's Boutique, aplicando su color corporativo para la mejor visualización del cliente potencial en su visita.

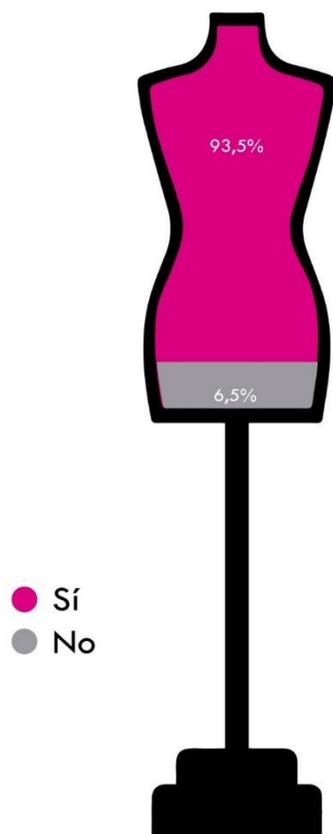
5. ¿Considera necesario fotografiar de manera profesional cada prenda de vestir, calzados y accesorios que posea la empresa y obtener material visual para el sitio web de Danae's Boutique?



Interpretación:

El 100% de la población considera necesario fotografiar de manera profesional cada prenda de vestir, calzados y accesorios que posea la empresa y obtener material visual para el sitio web de Danae's Boutique.

6. ¿Considera necesario editar el material fotográfico a través de medidas estándar para la plantilla específica del sitio web?

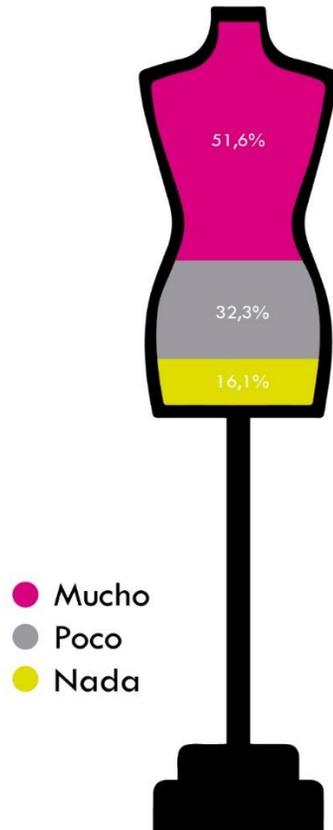


Interpretación:

El 93,5% considera necesario editar el material fotográfico a través de medidas estándar para la plantilla específica del sitio web y el 6,5% no cree necesaria su aplicación.

Parte Semiológica

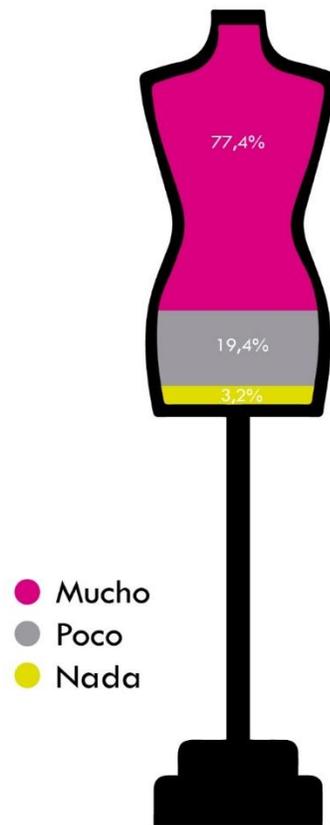
7. ¿Siente una ligera exaltación o emoción hacia el color naranja?



Interpretación:

El 51,6% de la población siente ligera exaltación o emoción hacia el color naranja, el 32,3% siente un poco exaltación o emoción hacia el color naranja y el 16,1% no siente nada de exaltación o emoción hacia el color naranja.

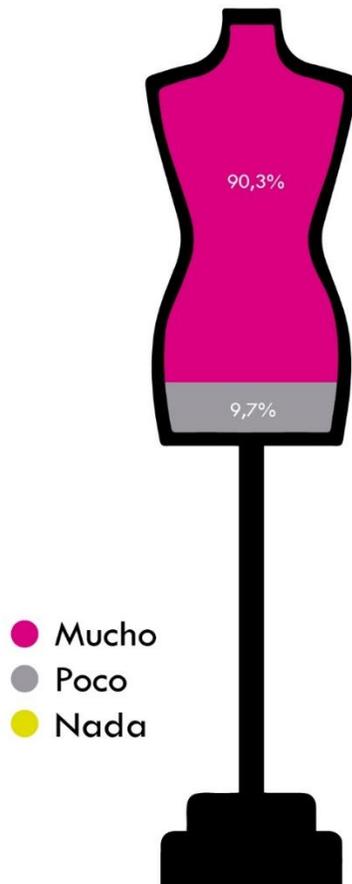
8. ¿Considera que el color beige de fondo resalta la apariencia de los productos?



Interpretación:

El 77,4% de la población considera que el color beige de fondo resalta la apariencia de los productos, el 19,4% considera que el color beige resalta poco la apariencia de los productos y el 3,2% considera que el color beige no resalta nada la apariencia de los productos.

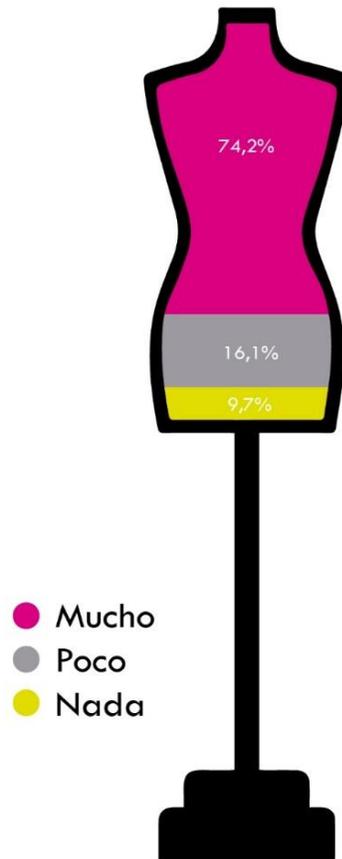
9. ¿Considera que las fotografías le proporcionan la descripción detallada sobre los productos?



Interpretación:

El 90,3% considera que las fotografías le proporcionan la descripción detallada sobre los productos y el 9,7% considera que las fotografías le proporcionan poca descripción detallada sobre los productos.

10. ¿Considera necesario contar con modelo para una mejor visualización del producto?

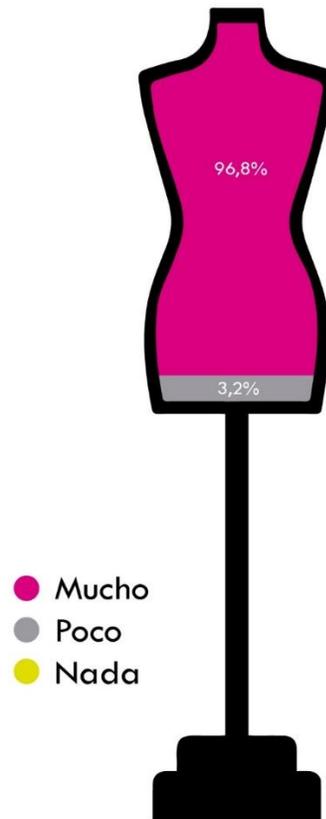


Interpretación:

El 74,2% de la población considera necesario contar con modelo para mejor visualización del producto, el 16,1% considera poco necesario contar con modelo para mejor visualización del producto y el 9,7% considera nada necesario contar con modelo para mejor visualización del producto.

Parte Operativa

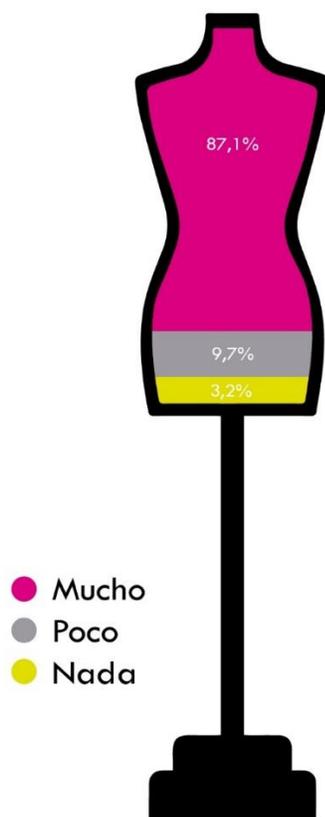
11. ¿Qué tan legible es el tipo de letra utilizada en la descripción de los productos?



Interpretación:

El 96,8% de la población considera muy legible la letra utilizada en la descripción de los productos y el 3,2% lo considera poco legible.

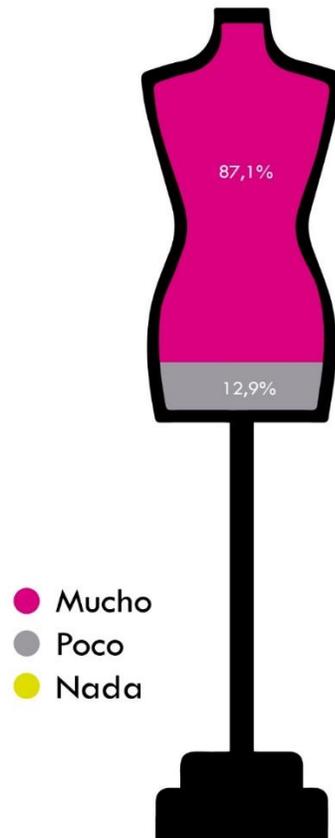
13. ¿El dominio del sitio web (nombre) le es fácil de recordar?



Interpretación:

El 87,1% considera que el nombre del sitio web es fácil de recordar, el 9,7% considera poco sencillo de recordar y el 3,2% considera nada fácil de recordar.

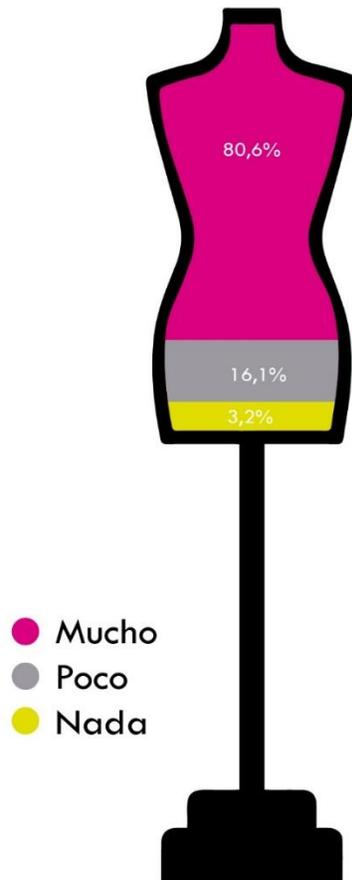
14. ¿La disposición de los botones de producto fueron de fácil acceso?



Interpretación:

El 87,1% considera de muy fácil acceso los botones de producto y el 12,9% considera de poco fácil acceso los botones de producto.

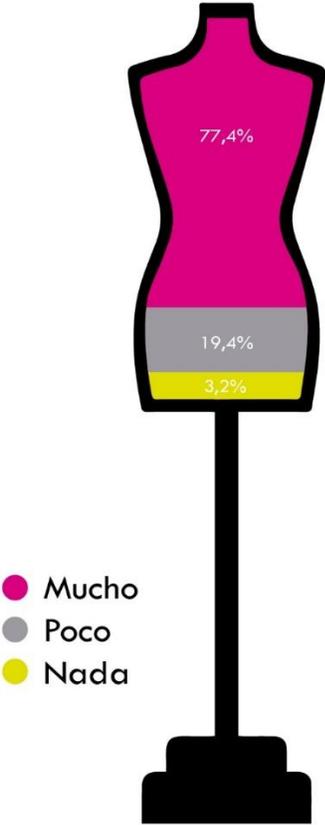
15. ¿Cree que es importante implementar una opción de filtro de búsqueda dentro del sitio web?



Interpretación:

El 80,6% de la población cree muy importante implementar una opción de filtro de búsqueda dentro del sitio web, el 16,1% cree poco importante implementar una opción de filtro de búsqueda dentro del sitio web y el 3,2% no cree nada importante implementar una opción de filtro de búsqueda dentro del sitio web.

16. ¿Considera usted conveniente que un plazo de 25 días sean los adecuados para la actualización de catálogo de producto en el sitio web?



Interpretación:

El 77,4% de la población considera muy conveniente que un plazo de 25 días sean los adecuados para la actualización de catálogo de producto en el sitio web, el 19,4% considera poco conveniente y el 3,2% no considera nada conveniente.

Con base en la validación, se determina que es importante investigar conceptos relaciones con la comunicación y tendencias actuales en diseño web, fotografía, ciencias auxiliares y demás. También se considera importante diseñar a través de bocetos las diferentes secciones de productos y fotografiar y editar de manera profesional cada prenda de vestir, calzados y accesorios que posea la empresa. De esta forma se cumple con los objetivos planteados en el proyecto.

Los expertos en comunicación y diseño consideran:

- Incluir algunos elementos gráficos como apoyo a la marca, pues ya todo el contenido está ordenado en el sitio, la personalidad de la marca aún no queda del todo definida.
- Cambiar el fondo de los productos a un color más limpio

El cliente considera:

- Cambiar el color naranja por un rojo candy que será el nuevo color corporativo de la empresa.

El grupo objetivo considera:

- Que el realce de color hace ver más apreciables y más presentables los productos
- El que administre la página tiene que tener conocimiento de marketing digital
- El orden de las secciones de rebajas a contacto, son las adecuadas

8.4 Cambios con base en los resultados

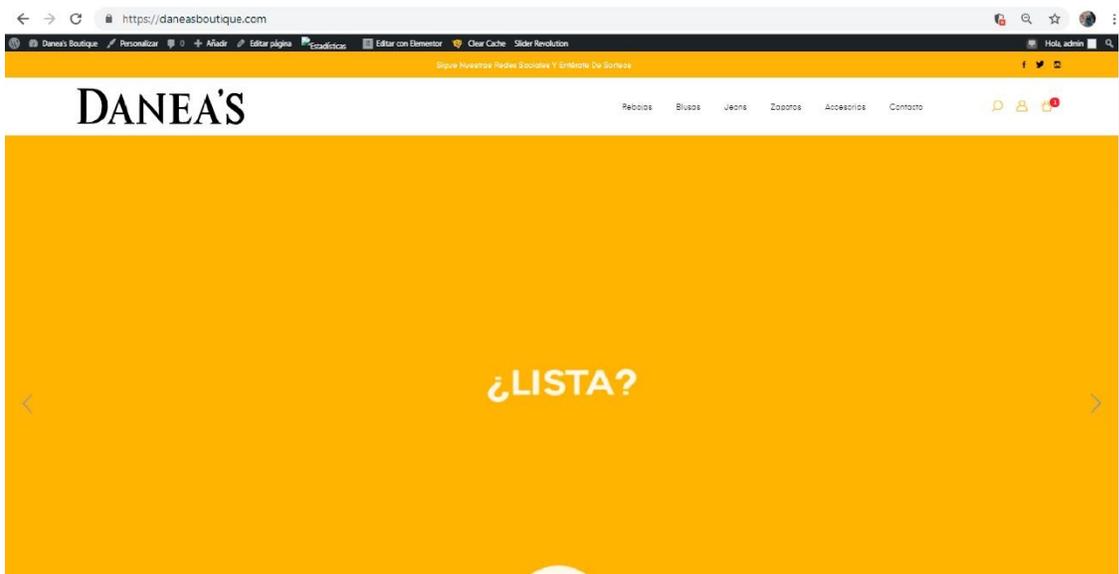
Se procede a realizar los cambios en base a los resultados obtenidos, a las observaciones y consideraciones de los expertos y el grupo objetivo consideran necesarios, con el propósito de que el sitio web de Danae's Boutique cumpla con mayor eficiencia su propósito.

Los cambios que se consideran apropiados para mejorar el sitio web son:

- El color naranja: se realizó el cambio del color naranja por un rojo candy, ya que la clientela lo considera sinónimo de hambre, por lo que se cambiará a un rojo candy, para denotar frescura y juventud.
- El color beige: para los expertos y el grupo objetivo no resalta el producto en color beige por lo que se sugirió usar un color más limpio y neutral como el blanco.

Sitio web:

8.4.1 Antes



8.4.2 Después



Justificación: Cambio de color naranja por rojo candy

Fotografía de producto

8.4.1 Antes



8.4.2 Después

Justificación: Cambio de color de fondo beige por blanco

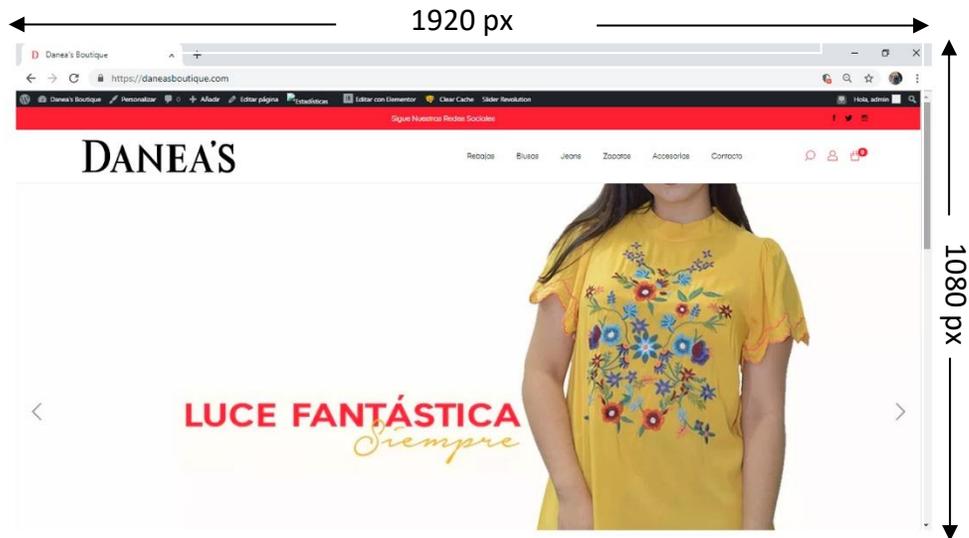
8.4.3 Justificación. Con las modificaciones realizadas se pretende cumplir a cabalidad con los objetivos planteados en el proyecto, al aumentar la eficiencia visual del sitio web. Considerando las sugerencias hechas por los expertos, cliente y grupo objetivo, se modificaron los colores del sitio web y fondos de los productos.

Capítulo IX: Propuesta gráfica final

Vista desde diagramación web grande www.daneasboutique.com

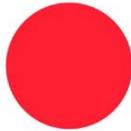
MEDIDA DE PORTADA

1920 pixeles de ancho
por 1080 pixeles de alto
Se aplican las
tendencias como
minimalista y hero.



COLORES

Rojo Candy



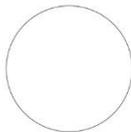
Refleja la pasión por la moda y la juventud femenina.

Naranja



Despierta emoción y calor por la vida.

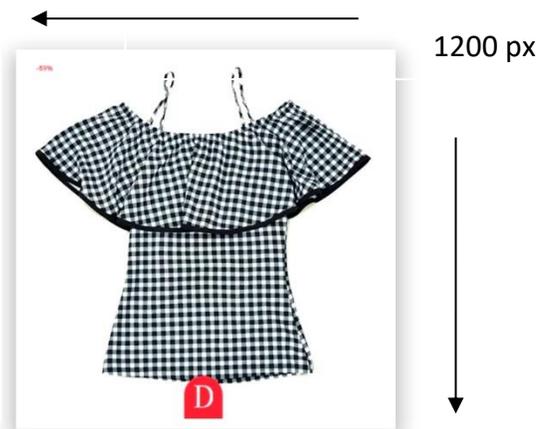
Blanco



Refleja paciencia y seguridad por nuestra empresa.

MEDIDA DE IMAGEN DE PRODUCTO

1200 pixeles cuadrados



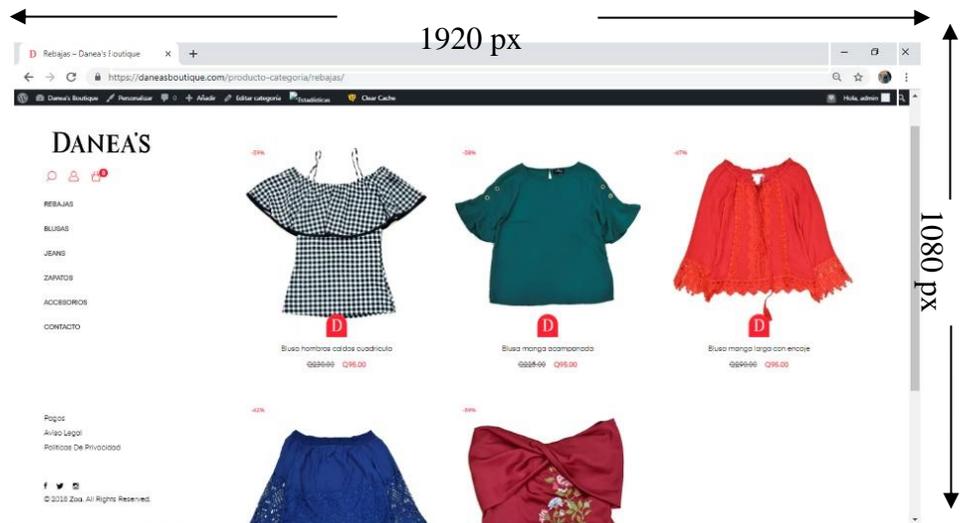
MEDIDA DE LOGO

450 pixeles de alto por
1500 pixeles de ancho

DANEA'S

VISTA GENERAL DE PRODUCTOS

Con un ancho de
pantalla de 1920 pixeles
por 1080 pixeles de alto



TIPOGRAFÍA

Eina 03 Regular

REBAJAS

Blusa hombros caídos cuadrícula

BLUSAS

Q220.000 Q95.00

- 1 +

AÑADIR AL CARRITO

JEANS

Add To Wishlist

ZAPATOS

Categoría: Rebajas

ACCESORIOS

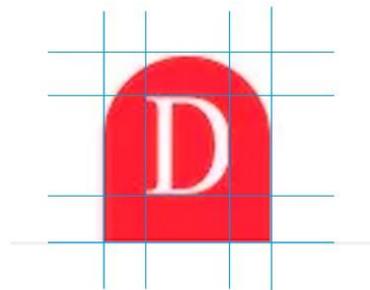
Share:

f t i s

CONTACTO

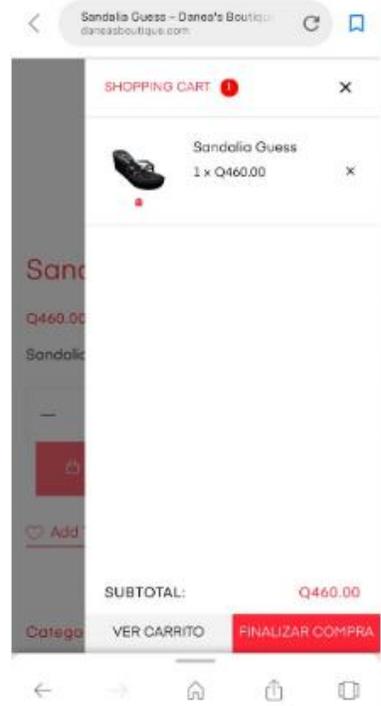
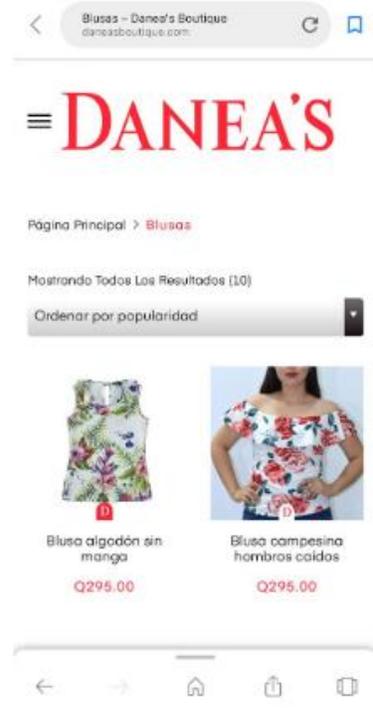
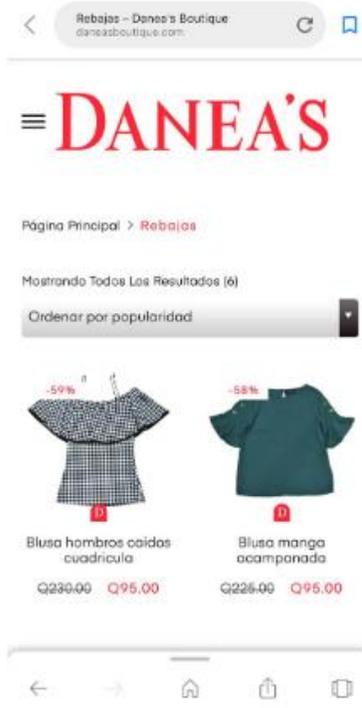
DIAGRAMACIÓN

Se hizo uso de una
retícula para la
composición de
etiqueta para cada
fotografía de producto.



Siendo así aplicada la
semiología de la
imagen.

Vista desde diagramación móvil



www.daneasboutique.com

Capítulo X: Producción, Reproducción y Distribución

Para cumplir con el objetivo general delimitado en el proyecto “Diseño de sitio web para dar a conocer a clientes reales y potenciales las distintas prendas de ropa, calzados y accesorios que comercializa la empresa Danae’s Boutique.”, es necesaria la elaboración de un plan de producción, reproducción y distribución, que se detalla de la siguiente manera, tomando en consideración que el tiempo estimado para su elaboración fue de 9 meses y que el precio promedio por hora de trabajo en el mercado nacional es de Q25.00

10.1 Plan de costos de elaboración

Proceso creativo y elaboración de propuesta que se desarrolla por medio de la comunicación y diseño. Incluye investigación de la empresa y sus debilidades, recopilación mediante BRIEF correspondiente, actualización de colores corporativos, fotografía de producto, recopilación de datos sobre los productos, maquetación de sitio web.

HORAS TRABAJADAS X SEMANA	9 horas (lunes a viernes)
TOTAL DE SEMANAS TRABAJADAS	13 semanas (lunes a viernes)
PRECIO POR HORA	Q25.00
TOTAL	Q2,925

10.2 Plan de costos de producción

El proceso consta desde el proceso de diseño al arte final.

REALIZACIÓN DE PROPUESTA PRELIMINAR	32 horas
CAMBIOS SOLICITADOS	9 horas
REALIZACIÓN DE ARTE FINAL	29 horas
DESGASTE DE EQUIPO	92 horas
PRECIO POR HORA	Q25.00
TOTAL DE COSTOS DE PRODUCCIÓN	Q4,050.00

10.3 Plan de costos de reproducción

Para la creación del sitio web Danae's Boutique, se adquirió una suscripción de un año de la plataforma Elementos Page Builder

SUSCRIPCIÓN DE 1 AÑO ELEMENTOS PAGE BUILDER	Q400
TOTAL DE COSTOS DE REPRODUCCIÓN	Q400

10.4 Plan de costos de distribución

La distribución será a través de la adquisición de un dominio (www.daneasboutique.com) y la compra de hosting en Namecheap para alojar el sitio web.

COSTO DE DOMINIO POR UN AÑO	Q80
COSTO DE HOSTING POR UN AÑO	Q600
TOTAL DE COSTO DE DISTRIBUCIÓN	Q680

10.5 Margen de utilidad.

El margen de utilidad será de 20% sobre todos los costos estimados.

TOTAL COSTOS DE ELABORACIÓN	Q2,925.00
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN	Q4,050.00
TOTAL COSTOS DE REPRODUCCIÓN	Q400.00
TOTAL COSTOS DE DISTRIBUCIÓN	Q680.00
TOTAL DE COSTOS	Q8,055.00
MARGEN 20%	Q1,611.00

10.6 IVA.

El impuesto a la sumatoria de los incisos 10.1 a 10.4

TOTAL COSTOS DE ELABORACIÓN	Q2,925.00
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN	Q4,050.00
TOTAL COSTOS DE REPRODUCCIÓN	Q400.00
TOTAL COSTOS DE DISTRIBUCIÓN	Q680.00
TOTAL DE COSTOS	Q8,055.00
IVA (12%) + ISR (5%) = 17%	Q1,369.35

10.7 Cuadro con resumen general de costos.

TOTAL DE COSTOS	Q8,055.00
MARGEN DE UTILIDAD	Q1,611.00
IVA	Q1,369.35
TOTAL GENERAL	Q11,035.35

Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones

11.1 Conclusiones

Se investigaron conceptos relacionados con la comunicación y tendencias actuales en diseño web, fotografía, ciencias auxiliares y demás, para fundamentar el proyecto que se visualizó por el grupo objetivo.

Se recopiló información detallada de la boutique mediante un BRIEF por lo que fue integrado al diseño del sitio web y proporcionó información de valor a los clientes.

Se diseñó el sitio web a través de bocetos del cual se diferenciaron las secciones de productos que ofrece la empresa Danae's Boutique, aplicando su color corporativo del cual hace una mejor visualización del cliente potencial durante su visita.

Se fotografió cada prenda de vestir, calzados y accesorios que posee la empresa y así se obtuvo material visual para el sitio web de Danae's Boutique.

Se editó el material fotográfico a través de medidas estándar que encajaron en la plantilla específica del sitio web.

11.2 Recomendaciones

Se recomienda investigar conceptos con relación a comunicación y diseño.

Se aconseja investigar conceptos por medio de biblioweb y links reales y confiables. Como en ISSU.

Se sugiere realizar un BRIEF que se ajuste a las características de la empresa para obtener la información adecuada y concreta para que nada haga falta.

Se recomienda crear un BRIEF según las características de la empresa.

Se aconseja diseñar de 2 a 3 bocetos a lápiz de lo que será el proyecto para seleccionar el adecuado.

Se aconseja tener en cuenta, medidas de fotografía e ícnos, colores y tipografía que se utilizarán en el sitio web.

Se recomienda tener en cuenta color de fondo y props a utilizar durante la pre-producción de los productos.

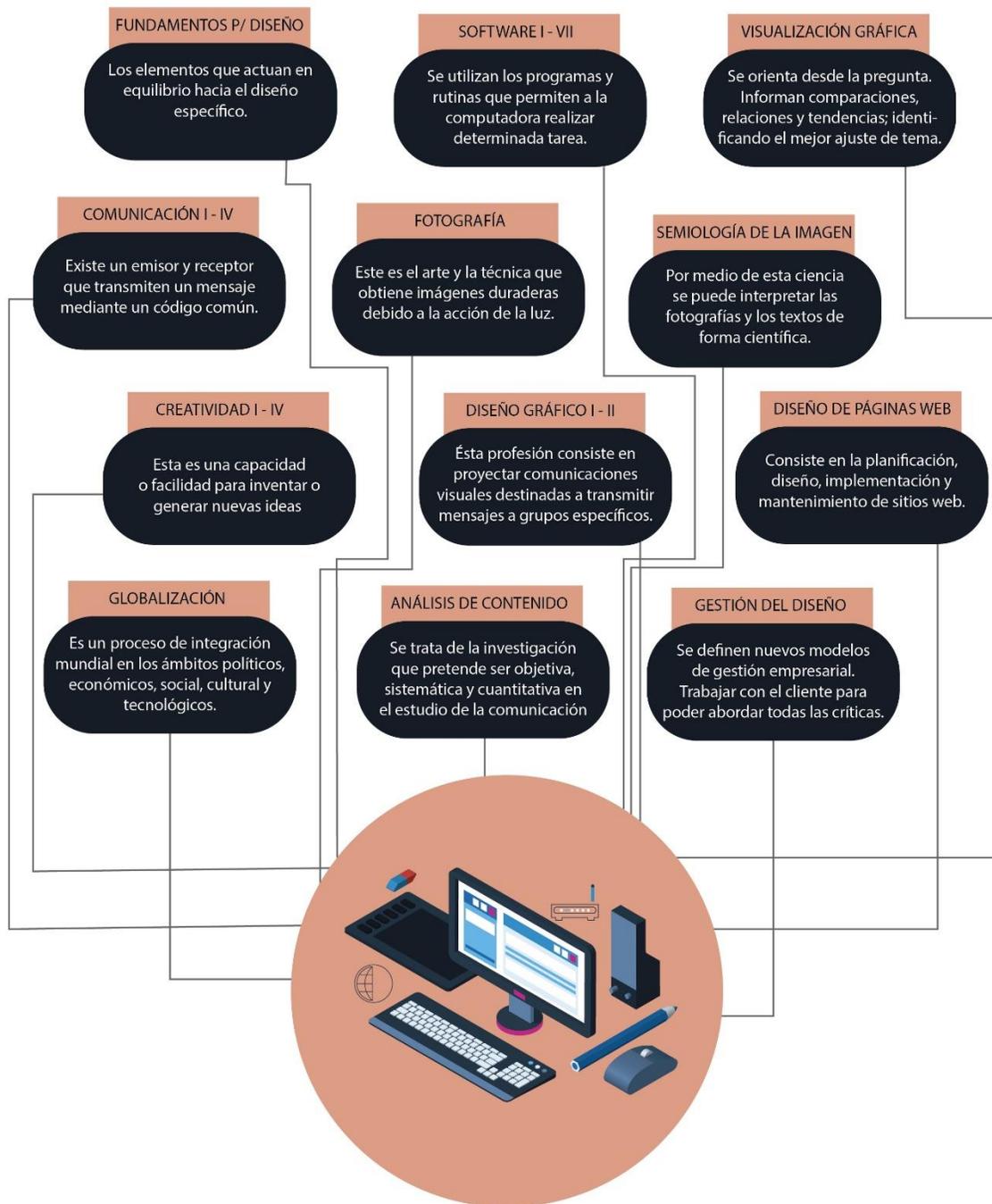
Se sugiere contar con suficiente iluminación de estudio y espacio de almacenamiento en la cámara al fotografiar cada producto, basandose en el diseño de bocetos para la maquetación final.

Se aconseja adjuntar detalles de cada producto, como precio, tamaño o talla, color y existencias.

Se recomienda editar las fotografías en formato RAW en 72 a 100 dpi (píxeles por pulgada)

Capítulo XII: Conocimiento general

12.1 Demostración de conocimientos



Capítulo XIII: Referencias

#

10DECO. (s.f.). Obtenido de www.10decoracion.com: <http://www.10decoracion.com/tipos-de-tiendas-fisicas/>

B

Barcelona, E. S. (28 de Mayo de 2018). *ESdesign*. Obtenido de ¿Cuántos tipos de diseño existen actualmente?: <https://www.esdesignbarcelona.com/int/expertos-diseno/cuantos-tipos-de-diseno-existen-actualmente>

Boutique. (2016). Obtenido de The free dictionary: <https://es.thefreedictionary.com/boutique>

C

Castelo, L. (15 de Enero de 2018). *Web Empresa*. Obtenido de WooCommerce: <https://www.webempresa.com/blog/categoria/woocommerce.html>

Clasificación de. (s.f.). Obtenido de www.clasificacionde.org: <https://www.clasificacionde.org/tipos-de-diseno/>

Colle, R. (13 de 07 de 2009). *Visualismo*. Obtenido de Lenguaje Visual : <http://visualismo.blogspot.com/2009/07/semiologia-de-la-imagen.html>

como hacer tu ropa. (s.f.). Obtenido de www.comohacerturopa.com: <https://comohacerturopa.com/category/teoria-diseno-de-modas/>

Concepto de definicion. (www.conceptodefinicion.de). <http://conceptodefinicion.de/disen/>

.

concepto de moda. (17 de Septiembre de 2016). Obtenido de concepto de definicion:
<https://conceptodefinicion.de/moda/>

D

Definicion.de. (s.f.). Obtenido de www.definicion.de: <https://definicion.de/boutique/>

Definicion.de. (s.f.). Obtenido de www.definicion.de: <https://definicion.de/moda/>

Duplika. (s.f.). Obtenido de que es el hosting: <https://duplika.com/que-es-el-hosting/>

E

educalingo. (Noviembre de 2018). www.educalingo.com. Obtenido de diagramación:
<https://educalingo.com/es/dic-es/diagramacion>

En Colombia. (s.f.). Obtenido de www.encolombia.com:
<https://encolombia.com/medicina/revistas-medicas/academedicina/va-44/elcomputadorcibernetica3/>

F

Fernandez, J. (29 de 12 de 2015). *Master Marketing*. Obtenido de Master Marketing La:
<http://mastermarketingla.com/los-diferentes-tipos-de-mercadeo/>

FES. (s.f.). Obtenido de www.fes-sociologia.com : <http://www.fes-sociologia.com/que-es-la-sociologia/pages/27/>

FotoNostra. (s.f.). Obtenido de [www.fotonostra.com:
https://www.fotonostra.com/grafico/semiologia.htm](http://www.fotonostra.com:https://www.fotonostra.com/grafico/semiologia.htm)

FotoNostra. (s.f.). Obtenido de [www.fotonostra.com:
https://www.fotonostra.com/grafico/psicologiacolor.htm](http://www.fotonostra.com:https://www.fotonostra.com/grafico/psicologiacolor.htm)

G

Galicia, E. D. (2015). *Ciencias de la comunicacion*. Argentina: FLACSO. Obtenido de [www.issuu.com: https://issuu.com/alejandraaltamirano2/docs/ciencias-de-la-comunicacion-i](http://www.issuu.com:https://issuu.com/alejandraaltamirano2/docs/ciencias-de-la-comunicacion-i)

García, D. V. (2012). *Fundamentos de la comunicación*. Mexico: Red Tercer Milenio.

Gardey, J. P. (2017). *Definicion De*. Obtenido de Definicion de calzado: <https://definicion.de/calzado/>

Gestion.Org. (s.f.). Obtenido de [www.gestion.org: https://www.gestion.org/la-mercadotecnia-ciencia/](https://www.gestion.org/la-mercadotecnia-ciencia/)

Guiraud, P. (2004). *La semiologia*. París: Siglo XXI editoriales, S.A. de C.V.

Gumamalla. (18 de Diciembre de 2010). *Blogspot*. Obtenido de Características de la imagen fija: <http://caracteristicasdelaimagenfija.blogspot.com/>

H

Hiper Texto. (s.f.). Obtenido de [www.hipertexto.info:
http://www.hipertexto.info/documentos/dise_g_web.htm](http://www.hipertexto.info:www.hipertexto.info: http://www.hipertexto.info/documentos/dise_g_web.htm)

I

Idat. (s.f.). Obtenido de www.idat.edu.pe: <https://www.idat.edu.pe/blog/ramas-del-diseno-grafico>

Información. (19 de 01 de 2018). Obtenido de www.diarioinformacion.com: <https://www.diarioinformacion.com/vida-y-estilo/moda-belleza/2018/01/19/10-tendencias-moda-triunfaran-2018/1979312.html>

Ismael Cala y Camilo Cruz. (2015). *Las dos caras de la comunicación*. Sunrise, Florida 33323, USA: Taller del éxito.

M

Martin, M. (1987). *Semiología de la imagen y pedagogía*. Madrid: Peñalara.

Max Camuñas. (s.f.). Obtenido de www.macf.es: <https://www.maxcf.es/tendencias-diseno-web-2018/>

Merino, J. P. (2009). *Definición De*. Obtenido de *Definición de accesorios*: <https://definicion.de/accesorio/>

Milenium. (2018). Obtenido de www.informaticamilenium.com: <https://www.informaticamilenium.com.mx/es/temas/que-es-diseno-web.html>

Mimoilus. (s.f.). Obtenido de www.mimoilus.com: <https://www.mimoilus.com/fundamentos-diseno-grafico/>

Monografías. (s.f.). Obtenido de www.monografías.com:
<https://www.monografías.com/trabajos82/mercadeo-definicion/mercadeo-definicion.shtml>

N

Narcea Educación Plástica. (s.f.). Obtenido de [Que es una imagen:](http://narceaeduplastica.weebly.com/iquestqueacute-es-una-imagen.html)
<http://narceaeduplastica.weebly.com/iquestqueacute-es-una-imagen.html>

Navarro, M. A. (2017). *WordPress*. Buenos Aires : RedUsers .

P

PáginasWeb.pe. (s.f.). Obtenido de www.paginasweb.pe: <https://paginasweb.pe/cuatro-teorias-para-crear-paginas-web-de-impacto/>

PERI, P. C. (2009). *Brandingcorporativo: Fundamentos para la gestión estratégica de la Identidad Corporativa* . Chile: Andros Impresores.

Porto, J. P. (2008). *Definicion de.* Obtenido de [Definicion de internet:](https://definicion.de/internet/)
<https://definicion.de/internet/>

Porto, J. P. (2016). *Definicion De.* Obtenido de [Definicion de ropa :](https://definicion.de/ropa/)
<https://definicion.de/ropa/>

Psicología del nuevo humanismo. (s.f.). Obtenido de www.psicologiadelnuevohumanismo.org: <https://psicologiadelnuevohumanismo.org/wp-content/uploads/2015/11/Introducci%C3%B3n-a-la-Psicolog%C3%ADa-de-la-im%C3%A1gen.pdf>

R

Recursos. (s.f.). Obtenido de www.recursos.cnice.mec.es:
http://recursos.cnice.mec.es/lengua/profesores/eso1/t1/teoria_1.htm

Rodriguez, S. G. (28 de 4 de 2014). *que es el mercadeo*. Obtenido de Gestipolis:
<https://www.gestipolis.com/que-es-el-mercadeo/>

Rojó, G. B. (2012). *Teorías del diseño gráfico*. Viveros de la Loma: Red Tercer Milenio S.C.

S

Scott, R. G. (1982). *Fundamentos del Diseño*. Argentina: Editorial Victor Leu.

Significados. (10 de Abril de 2015). Obtenido de [que es el dominio](https://www.significados.com/dominio/):
<https://www.significados.com/dominio/>

susan, S. (2006). *sobre la fotografía*. México: Alfaguara.

U

udima. (s.f.). Obtenido de www.udima.es: <https://www.udima.es/es/psicologia-comunicacion.html>

W

Web Empresa. (s.f.). Obtenido de [Que es Wordpress](https://www.webempresa.com/wordpress/que-es-wordpress.html):
<https://www.webempresa.com/wordpress/que-es-wordpress.html>

websa100. (2016). *Webs a 100*. Obtenido de Diseño ui vs diseño ux:
<https://www.websa100.com/blog/disenno-ux-vs-diseno-ui/>

Wikipedia. (22 de Sep de 2018). Obtenido de Chiquimula:
[https://es.wikipedia.org/wiki/Chiquimula_\(municipio\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Chiquimula_(municipio))

Capítulo XIV: Anexos

Anexo A: Definición de Tema

DEFINICIÓN DE TEMA

Apellidos: Villeda Díaz Nombres: Andrea Sofía

No. De Carné: 14007229 Sección: _____ Asesor (a): Lic. Gerson Chindilla

¿QUÉ?	¿A TRAVÉS DE QUÉ?	¿PARA QUÉ?	¿PARA QUIÉN?
Diseño	sitio web	dar a conocer a clientes reales y potenciales, las distintas prendas de vestir, calzado y accesorios que comercializa	Damea's Boutique

Redacción de tema:

Diseño de sitio web para dar a conocer a clientes reales y potenciales, las distintas prendas de vestir, calzado y accesorios que comercializa la empresa Damea's Boutique, Chiquimula, Chiquimula, Guatemala 2019.

Anexo B: Tabla de Requerimientos

TALLER DE DESARROLLO DE REQUERIMIENTO DE COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Se presentan de forma concreta los requerimientos de comunicación y/o diseño. Puede ser por descubrimiento o por demanda, es decir, lo que el cliente solicita

¿Para quién?	Elegir una de las siguientes	¿Qué?	¿Para quién?
Daneos Boutique	No se cuenta con	Sitio Web	dar a conocer a clientes reales y potenciales, las distintas prendas de vestir, calzados y accesorios
	No existe		
	No se tiene		
	Se carece de		
	No hay		
	Hace falta		

Ejemplo: La empresa Tortas Mila carece de un catálogo digital para informar a los clientes reales y potenciales de los pasteles.

Nota importante: El requerimiento de Comunicación y diseño debe ir acorde al tema del proyecto de graduación.

Anexo C: Tabla de Objetivos

TALLER DE DESARROLLO DE OBJETIVOS

Tipo	Objetivo	¿Qué?	¿A través de qué?	¿Para qué?	¿Para quién?
General	Diseñar sitio web para dar a conocer a los clientes reales y potenciales las distintas prendas de ropa, calzado y accesorios para Dancas's Boutique.	Diseñar	Sitio web	Dar a conocer a clientes reales y potenciales las distintas prendas...	Dancas's Boutique
3.1 Especifico		Investigar	fuente bibliograficas	Fundamentar el proyecto de sitio web	Dancas's (que será visitada por el grupo objetivo)
3.2 Especifico		Recopilar Bocetos	información que el cliente proporcione por medio de brief	será integrado al diseño de la página	y facilite la búsqueda (accesibilidad) del usuario.
Especifico		Fotografiar (según el caso)	prendas de vestir, calzado y accesorios	obtener material visual	sitio web Dancas's Boutique
Especifico		Editar el material fotografico	Medidas estandar	la plantilla	Sitio web
Especifico					
Especifico					

Anexo D: Brief

FACOM Facultad de Ciencias de la Comunicación

BRIEF

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

DATOS DEL ESTUDIANTE

Nombre del estudiante: Andrea Sofia Villeda Diaz
 No. de Carné: 14007229 Celular: 4214 6361
 Email: andrevilledad@gmail.com
 Proyecto: información empresa Danea's para proyecto de Tesis

DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA)

Nombre del cliente (empresa): Danea's Boutique
 Dirección: 7ma. avenida 1ta Calle y Pradera Chiquimula
 Email: negociosfamiliares@outlook.com Tel: 2942 2777/7442
 Contacto: facebook: Danea's Boutique / @daneaschiquimula Celular: _____
 Antecedentes: Nace en 2008. Por la experiencia de una red familiar de empresarios. Se crea la boutique especializada a la venta de mercadería para damas. Se establecieron dos locales en el área de Chiquimula. Es una empresa social y responsable con su clientela.
 Oportunidad identificada: _____

BRIEF

DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA)

Misión: Atender las necesidades de vestir, proporcionando a sus clientes reales y potenciales productos de calidad y a sus empleados la posibilidad de desarrollar sus competencias laborales.
 Visión: Ser una empresa líder en venta de prendas de vestir, calzado y accesorios, en continuo crecimiento con presencia nacional, que se destaque por proporcionar una calidad de atención y servicio excelente
 Delimitación geográfica: Chiquimula, Chiquimula
 Grupo objetivo: Mujeres de 15 - 40 años
 Principal beneficio al grupo objetivo: Crear confianza en nuestros productos
 Competencia: Costura Boutique
 Posicionamiento: _____
 Factores de diferenciación: Ubicación, servicio, precios y ambiente
 Objetivo de marketing: Ser la mejor opción para vestir
 Objetivo de comunicación: Darse a conocer
 Mensajes claves a comunicar: Fantástica y excelente calidad
 Estrategia de comunicación: Reiniciar confianza y calidad en nuestros productos
 Reto del diseño y trascendencia: _____

BRIEF

Materiales a realizar: _____
 Presupuesto: _____

DATOS DEL LOGOTIPO

Colores: Negro
 Tipografía: Serif
 Forma: Letras

LOGOTIPO

DANEA'S

Fecha: julio 10, 2018

Anexo E: Tabla de niveles socioeconómicos

CARACTERÍSTICAS	NIVEL A	NIVEL B	NIVEL C+	NIVEL C	NIVEL C-	NIVEL D	NIVEL E
EDUCACIÓN	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura	Superior, Licenciatura	Superior, Licenciatura	Media completa	Primaria completa	Primaria incompleta
DESEMPEÑO	Propietario, Director Profesional exitoso	Empresario, Ejecutivos de alto nivel, Profesional, Comerciante	Ejecutivo medio, comerciante, vendedor	Ejecutivo, comerciante, vendedor, dependiente	Comerciante, vendedor, dependiente	Obrero, dependiente	Obrero, dependiente
INGRESO	Piso Q70 mil	Piso Q45 mil	Piso Q20 mil	Q12 mil	Q8 mil	Q4 mil	Q1.4 mil
VIVIENDA	Casa/departamento de lujo, en propiedad, 5-6 recámaras, 4 a 6 baños, 3-4 salas, pantry, alacena, estudio, área de servicio separada, garage para 5-6 vehículos	Casa/departamento de lujo, en propiedad, financiado, 3-4 recámaras, 2-3 baños, 2 salas, pantry, alacena, 1 estudio, área de servicio separada, garage para 2-4 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio, área de servicio, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1 baño, sala	Casa/cuarto rentado, 1-2 recámaras, 1 baño, sala-comedor
OTRAS PROPIEDADES	Finca, casas de descanso en lagos, mar, Antigua, con	Sitios/terrenos condominios cerca de costas	Sitios/terrenos interior por herencias				
PERSONAL DE SERVICIOS	Personal de planta, en el hogar, limpieza, cocina, jardín, seguridad y chofer	1-2 personas de tiempo completo, chofer	Por día	Por día, eventual	Eventual		
EDUCACIÓN GRUPO	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U del extranjero	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U local, post grado extranjero	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas y post grado extranjero con beca	Hijos menores colegios privados, mayores en U estatal	Hijos menores escuelas, mayores en U estatal	Hijos en escuela	Hijos en escuela
POSESIONES	Autos del año, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, Lancha, moto acuática, moto, helicóptero-aylon-	Autos de 2-3 años, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, moto	Autos compactos de 3-5 años, asegurados por Financiera	Auto compacto de 4-5 años, sin seguro	Auto compacto de 8-10 años, sin seguro	moto, por trabajo	
BIENES DE COMODIDAD	3 tel, mínimo, cel cada miembro de la familia, Direct TV, cable, internet dedicada, 2 o + equipos de audio, 3-5 TV, varias planas o plasma, maquinas de lavar secar, platos ropa, computador as/miembro, internet porton eléctrico, todos los electrodomesticos	2 tel, mínimo, cel cada miembro de la familia, Direct TV, internet dedicada, cable, 2 equipos de audio, 3 TV, 1 planas o plasma, maquinas de lavar secar, platos ropa, computadora, internet porton eléctrico y todos los electrodomesticos	1 tel, mínimo, 1-2 cel, cable, internet dedicada, equipo de audio, 2 TV, maquina de lavar ropa, computadora/familia electrodomesticos básicos	1 tel, mínimo, 1-2 cel, cable, radio, 2 TV, electrodomesticos básicos	1 tel, 1 cel, cable, equipo de audio, TV, electrodomesticos básicos	1 cel, cable, radio, TV, electrodomesticos básicos	1 cel, radio, TV, estufa
DIVERSIÓN	Clubes privados, vacaciones en el exterior	Clubes privados, vacaciones en el interior o exterior	Cine, CC, parques temáticos locales,	Cine, CC, parques temáticos locales,	CC, parques, estadio	CC, parques, estadio	Parques
SERVICIOS BANCARIOS FINANCIEROS	3-4 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC intl, Seguros y ctas en US\$	2-3 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC intl, Seguros y ctas en US\$	1-2 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, 1-2 TC intl, Seguro colectivo	1 cta Q monetarios y ahorro, 1 TC local	1 cta Q ahorro, TC local	cta Q ahorro	

Otras referencias útiles: <http://desarrollohumano.org.gt/>, <http://www.ine.gob.gt/np/>

Anexo F: Encuesta de Perfiles

ENCUESTA PERFILES

La encuesta presente tiene como objetivo realizar un estudio sobre los perfiles de los clientes potenciales de Danae's Boutique Chiquimula. Este documento servirá para obtención de datos del proyecto de graduación, "Diseño de sitio web para dar a conocer a clientes reales y potenciales las distintas prendas de ropa, calzados y accesorios que comercializa la empresa Danae's Boutique, Chiquimula, Chiquimula, Guatemala 2019."

Su aporte es muy valioso para este logro. Los datos son confidenciales y se mantendrán bajo normas de seguridad. De ante mano le agradezco el tiempo en tomar para responder esta encuesta.

Instrucciones: Llene los espacio en blanco y marque con una (X) la respuesta que según su criterio.

Edad: _____

1. ¿Cuál es su ocupación?

____ Estudiante ____ Empleada ____ Ambos

2. Estado civil:

____ Soltera ____ Casada ____ Divorciada

3. ¿Tiene hijos?

____ Sí ____ No

4. ¿Cuánto tiempo demora en prepararse para ir a trabajar/estudiar?

____ 10-15 min ____ 20-30 min ____ +1 hora

5. ¿Qué prefiere?

____ *Comprar un par de zapatos de nueva colección* ____ *Esperar a que estén en oferta*

6. ¿Cuándo fue la última vez que compró una prenda de vestir?

____ Hace 1 semana ____ Hace 15 días ____ + De 1 mes

7. ¿Qué prenda de vestir compró? (Puede seleccionar más de uno si es necesario)

____ Blusa ____ Pantalón ____ Vestido ____ Zapatos ____ Accesorios ____ Lencería

8. ¿Qué color de vestido usaría para una Boda Real?

____ Rojo ____ Amarillo ____ Azul ____ Verde

9. ¿Usa redes sociales?

____ Sí ____ No

10. ¿Cuál es la red que más utiliza?

____ Facebook ____ Instagram ____ Twitter ____ Snapchat

11. ¿Qué actividades realiza en sus tiempos libres?

____ Hacer deporte ____ Ir al cine ____ Estar en casa

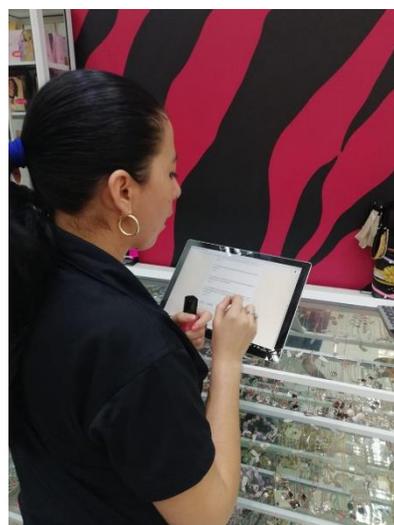
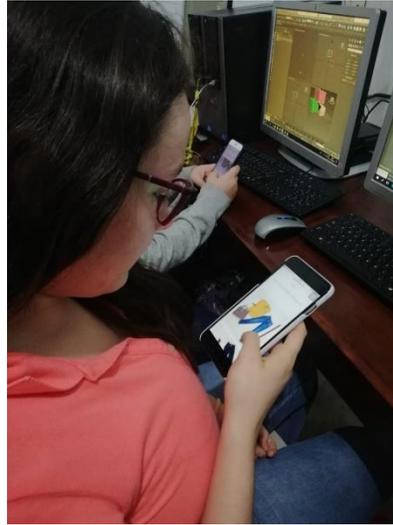
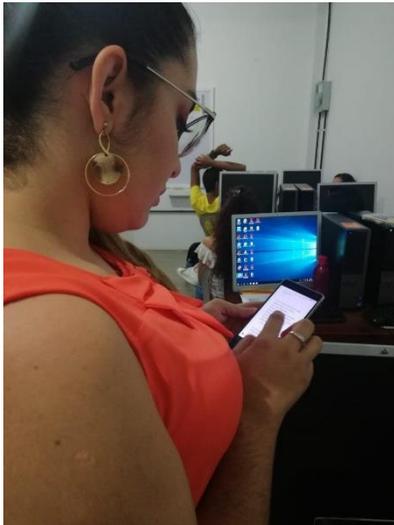
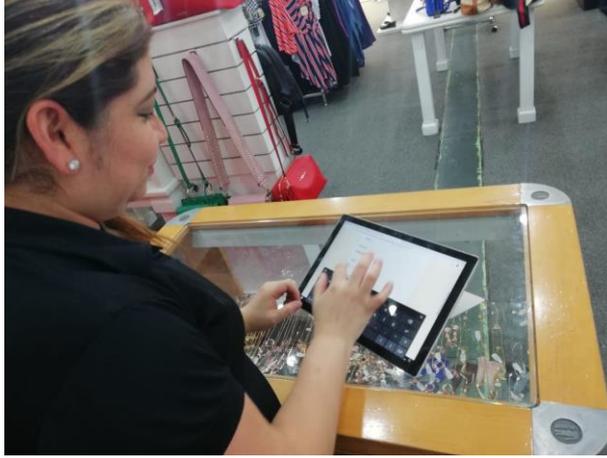
12. ¿Qué método de compra prefiere cuando busca prendas de vestir?

____ Compra local física ____ Compra online

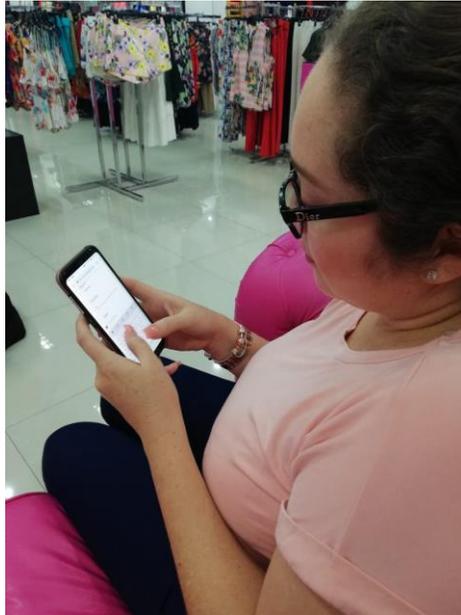
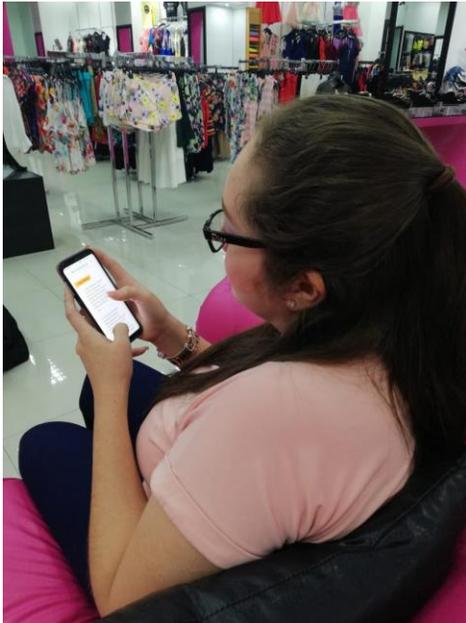
¿Por qué?

Anexo: G: Fotografías de Encuestados

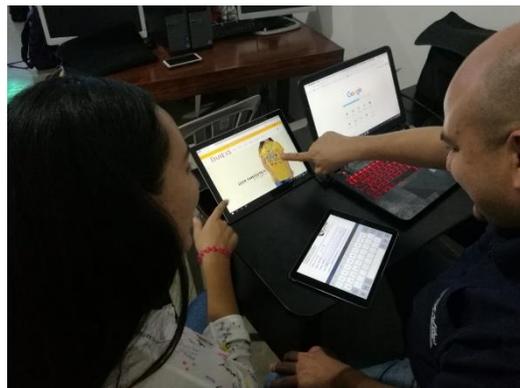
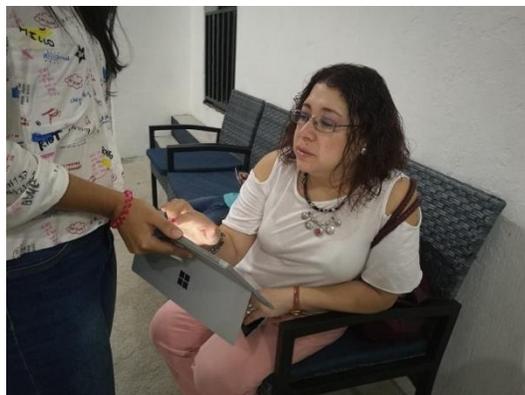
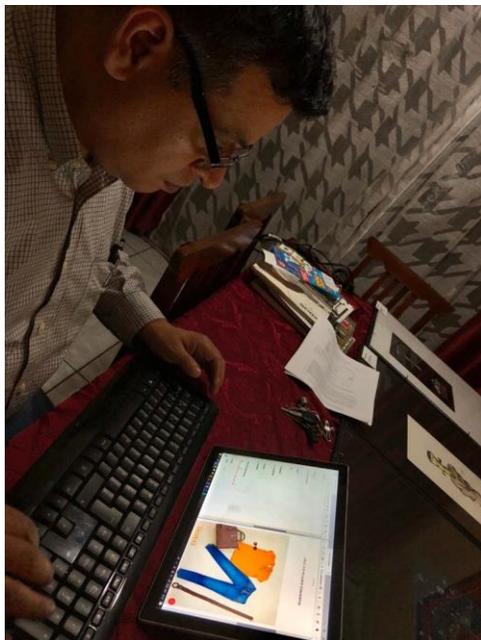
Encuesta a grupo objetivo



Encuesta a cliente



Encuesta a expertos



Anexo H: Cotizaciones de Hosting y Dominios

← → C No es seguro | www.guatemalanetworks.com

El mejor **hosting** de Guatemala

Guatemala networks

2285 1390

El Alojamiento web a su medida

Oferta

Hosting Plan Profesional
+ Dominio .com, .net o .org
+ Página Web

Comprar ahora desde **Q.850**

Oferta

Hosting Plan Corporativo
+ Dominio .com, .net o .org
+ Página Web

Comprar ahora desde **Q.1,450**

Inicio | Hosting | Páginas Web | Dominios | Contactenos | Soporte | Sobre Nosotros

Leave a message

¿Por qué GuatemalaNetworks?



← → C Sedo.com, LLC [US] | https://sedo.com/es/?gclid=CJ0KCQIAu77BRD7ARiAACqb8w4Rxd4niUH4-pOsMyacrGUH9nM-bYBmUKgk3gRz8Ud5LzxNB-6EMaAm1wEALw_wCB

Aquí encontrarás la dirección web que buscas o podrás ganar dinero vendiendo los dominios web que ya tienes. ¡Entra en la mayor plataforma de compra-venta de direcciones web del mundo!

Escapate de dominios >	
pro.page	9.999 USD
apartments.london	18.371 GBP
dreams.ru	1.000 USD
trendfund.net	Hacer oferta
euro-asie.com	20.000 USD
parties.com	Hacer oferta
bingo.games	4.900 GBP
sugarity.com	20.000 USD

Subastas por finalizar >	
witz.io	5h 4m
estateagentonline.com	16h 29m
8bitech.com	17h 27m
dibujos-paracolorar.com	19h 19m
adrian-poo.com	19h 19m
casacuiscoma.com	19h 19m
foto-in-kristall.com	19h 19m
indulgebyteah.com	19h 19m

Dominios Patrocinados >	
vintage.art	6,780 USD
cuisine.art	2,000 USD
cosplay.art	8,844 USD
guitar.art	6,940 USD
chocolat.art	4,250 USD
orient.art	6,120 USD
sushi.art	5,490 USD
plaza.art	6,670 USD

freewebsite.com | jay.com | geisha.com | freecellphones.com | crux.com | tokens.org | social.co | libel.com | mashup.com | ojs.co

← → C https://www.enmiguate.com/g/

Inicio | Hosting | Dominios | Otros Servicios | Acerca de | Soporte | Contáctenos

BIENVENIDOS, EL SITIO PARA SU SITIO EN INTERNET, ESTÁ AQUÍ... ENMIGUATE.COM

Quiénes Somos

POPULARES

COMBOS BÁSICOS

Incluyen los servicios y herramientas necesarias para iniciar su sitio.

Desde **Q310** anuales

Ver combos

HOSTING BÁSICOS

Incluye cPanel en español, constructor de sitios web e instalador de aplicaciones.

Desde **Q170** anuales

Ver planes

HOSTING EMPRESAS

Además de las opciones de un básico incluye más capacidad, correos ilimitados, y más.

Desde **Q620** anuales

Ver planes

DISEÑO O REDISEÑO

Claro que le conviene a su empresa y sitio web, por imagen y rentabilidad.

Desde **Q1300** una vez

Ver Planes