

Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Diseño de sitio web para dar a conocer a padres y madres de familia de estudiantes comprendidos entre los 4 a 18 años los servicios educativos que ofrece el Colegio Gibbs.

Guatemala, Guatemala. 2020

PROYECTO DE GRADUACIÓN

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

ELABORADO POR:

Claudia Lucía De Paz Castellanos

Carné 16003113

Para optar al título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción, enero 2020

Diseño de sitio web para dar a conocer a padres y madres de familia de estudiantes comprendidos entre los 4 a 18 años los servicios educativos que ofrece el Colegio Gibbs.

Guatemala, Guatemala. 2020

Claudia Lucía De Paz Castellanos

Universidad Galileo

Facultad de Ciencias de la Comunicación – FACOM.

Guatemala de la Asunción, enero 2020.

Autoridades

Rector

Dr. Eduardo Suger Cofiño

Vicerrectora

Dra. Mayra de Ramírez

Vicerrector Administrativo

Lic. Jean Paul Suger Castillo

Secretario General

Lic. Jorge Retolaza

Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Lic. Leizer Kachler

Vicedecano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Lic. Rualdo Anzuetto Ms.C.

Guatemala 13 de abril de 2019

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 PADRES Y MADRES DE FAMILIA DE ESTUDIANTES COMPRENDIDOS ENTRE LOS 4 A 18 AÑOS LOS SERVICIOS EDUCATIVOS QUE OFRECE EL COLEGIO GIBBS. GUATEMALA, GUATEMALA 2020.** Así mismo solicito que la Licda. María Eugenia Aguilar Melgar sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

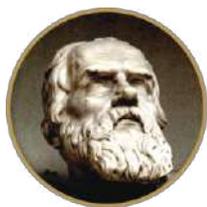
Atentamente,



Claudia Lucia De Paz Castellanos
16003113



Licda. María Eugenia Aguilar Melgar
Asesora
Colegiado 26470



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM

Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 11 de diciembre de 2019

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

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE SITIO WEB PARA DAR A CONOCER A PADRES Y MADRES DE FAMILIA DE ESTUDIANTES COMPRENDIDOS ENTRE LOS 4 A 18 AÑOS LOS SERVICIOS EDUCATIVOS QUE OFRECE EL COLEGIO GIBBS. GUATEMALA, GUATEMALA 2020.** Presentado por la estudiante: Claudia Lucia De Paz Castellanos, con número de carné: *16003113*, 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. Maria Eugenia Aguilar Melgar
Asesora
Colegiado 26470



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM

Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 04 de marzo de 2020

**Señorita
Claudia Lucia De Paz Castellanos
Presente**

Estimada Señorita De Paz:

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

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kächler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM

Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 18 de mayo de 2019

Señorita:
Claudia Lucia De Paz Castellanos
Presente

Estimada Señorita De Paz:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE SITIO WEB PARA DAR A CONOCER A PADRES Y MADRES DE FAMILIA DE ESTUDIANTES COMPRENDIDOS ENTRE LOS 4 A 18 AÑOS LOS SERVICIOS EDUCATIVOS QUE OFRECE EL COLEGIO GIBBS. GUATEMALA, GUATEMALA 2020.** Así mismo, se aprueba a la Licda. María Eugenia Aguilar Melgar, como asesora de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación

Ciudad de Guatemala, 22 de mayo de 2020.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: ***DISEÑO DE SITIO WEB PARA DAR A CONOCER A PADRES Y MADRES DE FAMILIA DE ESTUDIANTES COMPRENDIDOS ENTRE LOS 4 A 18 AÑOS LOS SERVICIOS EDUCATIVOS QUE OFRECE EL COLEGIO GIBBS. GUATEMALA, GUATEMALA 2020***, de la estudiante Claudia Lucia De Paz Castellanos, 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, 25 de mayo de 2020

Señorita:
Claudia Lucia De Paz Castellanos
Presente

Estimada Señorita De Paz:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE SITIO WEB PARA DAR A CONOCER A PADRES Y MADRES DE FAMILIA DE ESTUDIANTES COMPRENDIDOS ENTRE LOS 4 A 18 AÑOS LOS SERVICIOS EDUCATIVOS QUE OFRECE EL COLEGIO GIBBS. GUATEMALA, GUATEMALA 2020.** Presentado por la estudiante: Claudia Lucia De Paz Castellanos, 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

Este trabajo, mi carrera y mis dones se los entrego a Dios para que sea Él quien siempre guíe mis pasos y todo lo que consiga por medio de los mismos sea de su agrado.

Resumen

A través del acercamiento con el Colegio Gibbs se identificó que se carece de un sitio web para dar a conocer padres y madres de familia de estudiantes comprendidos entre los 4 a 18 años, los servicios educativos que ofrece.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo: Diseñar un sitio web para dar a conocer a padres y madres de familia de estudiantes comprendidos entre los 4 a 18 años los servicios educativos que ofrece el Colegio Gibbs. El enfoque de la investigación es mixto, porque se utilizó el método cuantitativo y el método cualitativo. El primero para cuantificar los resultados de la muestra, y el segundo evalúa el nivel de percepción y utilidad del proyecto.

La herramienta de investigación se aplicó a un grupo de 10 personas, entre ellos el grupo objetivo, cliente, y expertos en comunicación y diseño.

El principal hallazgo, entre otros, es el diseño un sitio web para dar a conocer a padres y madres de familia de estudiantes, comprendidos entre los 4 a 18 años, los servicios educativos que ofrece el Colegio Gibbs. Se recomendó que el sitio web sea supervisado para que los clientes reales y potenciales siempre obtengan el mejor servicio.

Para efectos legales, únicamente la autora, Claudia Lucía De Paz Castellanos, es responsable del contenido de este proyecto, ya que es una investigación científica y puede ser motivo de consulta por estudiantes y profesionales.

Portada

I. Portada interior.....	i
II. Carta de solicitud de tema.....	ii
III. Carta de aprobación de tema y asesor	iii
IV. Carta de asesor (a) entera satisfacción del proyecto	iv
V. Carta de información de examen privado	v
VI. Carta de corrector de estilo.....	vi
VII. Carta de publicación del proyecto	vii
VIII. Autoridades de la Universidad.....	viii
IX. Dedicatoria.....	ix
X. Resumen o sinopsis.....	x
XI. Hoja de autoría.....	xi

Índice

Capítulo I: Introducción

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

Capítulo II: Problemática

2.1 Contexto.....	2
-------------------	---

2.2 Requerimiento de comunicación y diseño.....	3
---	---

2.3 Justificación.....	3
------------------------	---

2.3.1 Magnitud.....	3
---------------------	---

2.3.2 Vulnerabilidad.....	4
---------------------------	---

2.3.3 Trascendencia.....	4
--------------------------	---

2.3.4 Factibilidad.....	4
-------------------------	---

Capítulo III: Objetivos de diseño

3.1. Objetivo general.....	5
----------------------------	---

3.2. Objetivos específicos.....	5
---------------------------------	---

Capítulo IV: Marco de referencia

4.1 Información general del cliente.	6
---	---

Capítulo V: Definición del grupo objetivo

5.1 Perfil geográfico.....	11
----------------------------	----

5.2 Perfil demográfico.....	11
-----------------------------	----

5.3 Perfil psicográfico.....	14
------------------------------	----

5.4 Perfil conductual.....	14
----------------------------	----

Índice

Capítulo VI: Marco teórico

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio.....	15
6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño.....	16
6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias.....	19

Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar

7.1 Aplicación de la Información obtenida en el Marco Teórico.....	25
7.2 Conceptualización.....	27
7.3 Bocetaje.....	29
7.4 Propuesta preliminar.....	40

Capítulo VIII: Validación técnica

8.1 Población y muestreo.....	46
8.2 Método e Instrumentos.....	49
8.3 Resultados e Interpretación de resultados.....	50
8.4 Cambios en base a los resultados.....	63

Capítulo IX: Propuesta gráfica final

9.1 Propuesta gráfica final.....	67
----------------------------------	----

Capítulo X: Producción, reproducción y distribución

10.1 Plan de costos de elaboración.....	83
10.2 Plan de costos de producción.....	83
10.3 Plan de costos de reproducción.....	83
10.4 Plan de costos de distribución.....	83
10.5 Margen de utilidad. 10.5 IVA.....	83
10.6 Cuadro resumen.....	84

Índice

Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones

11.1 Conclusiones.....85

11.2 Recomendaciones.....86

Capítulo XII: Conocimiento general

12.1 Conocimiento general.....87

Capítulo XIII: Referencias

13.1 Referencias físicas.....88

Capítulo XIV: Anexos

Capítulo I

Introducción



Capítulo I: Introducción

Durante más de cuatro décadas, Colegio Gibbs ha conservado su nivel de excelencia a través de la implementación de métodos y técnicas efectivas de aprendizaje, la actualización de sus programas, la preparación y dedicación de su personal y la incorporación de tecnología de punta.

Por lo que se determina la necesidad del tema: Diseño de sitio web para dar a conocer a padres y madres de familia de estudiantes comprendidos entre los 4 a 18 años los servicios educativos que ofrece el Colegio Gibbs.

De esta manera, se realizará un marco teórico que ayudará a entender de manera más profunda, temas acerca comunicación y diseño para colegios, los factores a tener en cuenta para el desarrollo la integración de la educación y las tendencias, con la finalidad de ejecutar un proceso creativo donde se bocetará de manera formal y se digitalizará. Se obtendrá una propuesta preliminar que posteriormente será validada con una entrevista y se aplicará una encuesta como técnica cuantitativa, para que se elaboren los cambios con base a resultados y se logrará la propuesta gráfica final que será entregada al cliente.

El resultado será el diseño de página web con las tendencias actuales de programación y diseño, a la vez se recopilará información que la institución desea establecer y fotografías de los estudiantes, programas y áreas que posee el colegio.

Capítulo II

Problemática



Capítulo II: Problemática

Colegio Gibbs posee un sitio web que da a conocer los servicios educativos que provee en la ciudad de Guatemala, sin embargo, la misma es obsoleta, ya que su competencia cuenta con sitios web modernos y dicho sitio no ha sido actualizado desde el año 2010.

El problema radica en que los clientes reales y potenciales carecen de información, cursos, programas y material actual. Por esta razón se propuso resolver este problema de comunicación por medio del diseño de un sitio web moderno y accesible.

2.1 Contexto

El Colegio Gibbs abrió sus puertas en 1971 con el programa privado de Assistant Manager de un año de duración para Bachilleres y graduadas de educación media y el Programa de Dos Años de Secretariado inglés-español para señoritas egresadas del ciclo básico. Las ex alumnas de estos proyectos gozaron desde el inicio de gran prestigio por su preparación académica, eficiencia, buena presentación y fino trato.

El éxito de las egresadas impulsó al colegio a abrir nuevos programas, por lo que más adelante se inició el programa de Secretariado Ejecutivo Bilingüe en tres años, y en 1987 las carreras oficiales de Secretariado y Oficinista y luego la de Secretariado Bilingüe español-inglés. En 1999, se abre el Ciclo Básico inglés-español, y posteriormente, el programa oficial de Bachillerato en Ciencias y Letras. En el año 2002, se inician—para niñas y niños—la preprimaria y la primaria mixta con el nombre de Colegio Excel. A partir de ese año, el Colegio Gibbs pasó a ser una institución educativa completamente mixta.

Al momento de convertirse en un establecimiento mixto, Colegio Gibbs adquirió más competidores por lo que solicitan el desarrollo de un sitio web para dar a conocer a los padres y madres de familia de niños y jóvenes entre los 4 a 18 años los servicios que ofrece y poder competir en el mercado web.

2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño

El Colegio Gibbs no cuenta con un sitio web para dar a conocer a padres y madres de familia de estudiantes comprendidos entre los 4 a 18 años de edad los servicios educativos que ofrese.

2.3 Justificación

Para sustentar de manera consistente 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) vulnerabilidad; c) trascendencia; y d) factibilidad (se despejan todas y cada una de las variables).

2.3.1. Magnitud.



2.3.1. Magnitud. De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística -INE- por las proyecciones de población con base en el censo 2011, la República de Guatemala está conformada por 22 departamentos y su población estimada a 2018 es de 17,154,812 habitantes. La ciudad capital de Guatemala cuenta con 3,531,754 habitantes.

Fundamentado con la información de la página colegiosguatemala.com, en la zona 9 de la ciudad capital existen 10 colegios registrados.

2.3.1. Magnitud. Colegio Gibbs está conformado de dos instituciones según el Ministerio de Educación y con una comunidad educativa de: 400 padres de familia y tutores, 250 estudiantes comprendidos de 6 a 18 años y 50 profesionales administrativos y académicos.

2.3.2. Vulnerabilidad. La falta de un sitio web con contenidos de utilidad, estructurados, con diseño atractivo, buena velocidad, información y difusión en la red, limita a Colegio Gibbs frente a los consumidores que cada buscan más información de servicios educativos en el internet como la fuente más accesible.

2.3.3. Trascendencia. Al contar con un sitio web con todas las características que facilitarán su usabilidad, Colegio Gibbs se colocará a la vanguardia e informará a los clientes actuales y potenciales en la búsqueda de servicios educativos al tener mayor accesibilidad a la información requerida.

2.3.4. Factibilidad. Colegio Gibbs cuenta con los recursos necesarios para la realización del diseño del sitio web.

2.3.4.1 Recursos Humanos. Colegio Gibbs cuenta con el talento y con la capacidad de desarrollar las funciones requeridas dentro del proyecto.

2.3.4.2 Recursos Organizacionales. La directora Evelyn de Egli autorizó al personal para que brinden la información corporativa necesaria para llevar a cabo el proyecto.

2.3.4.3 Recursos Económicos. La institución educativa cuenta con los recursos necesarios para la realización del sitio web.

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

Capítulo III

Objetivos del diseño



Capítulo III: Objetivos

3.1 Objetivo general

Diseñar un sitio web para dar a conocer a padres y madres de familia de estudiantes comprendidos entre los 4 a 18 años los servicios educativos que ofrece el Colegio Gibbs.

3.2 Objetivos específicos

3.2.1. Recopilar información acerca de la institución educativa y todos los programas que imparte para obtener los datos necesarios para el desarrollo de este proyecto y aplicar la personalidad de la marca correctamente en el sitio web.

3.2.2. Investigar las ciencias, teorías, artes y tendencias en el diseño y la comunicación de sitios web según fuentes bibliográficas para desarrollar el proyecto profesionalmente.

3.2.3. Diagramar el contenido del sitio web para que en la interfaz se establezca la jerarquía de los elementos gráficos y facilite a los usuarios la accesibilidad a la información.

3.2.4. Fotografíar los servicios, actividades educativas, diferentes áreas académicas y materias de los programas para que los interesados los visualicen y decidan inscribir a sus hijos.

Capítulo IV

Manco de referencia



Capítulo IV: Marco de referencia

4.1 Datos del cliente

4.1.1 Información general del cliente

Nombre del cliente	Colegio Gibbs
Dirección	7a Avenida 3-50, Zona 9 Ciudad de Guatemala.
E-mail	Colegio.gibbs@gmail.com
Teléfono	(502) 2332-6813
4.1.2 Antecedentes	Durante más de cuatro décadas, el Gibbs ha conservado su nivel de excelencia a través de la implementación de métodos y técnicas efectivas de aprendizaje, la actualización de sus programas, la preparación y dedicación de su personal y la incorporación de tecnología de punta. Sus ex alumnas y ex alumnos ocupan y han ocupado puestos de prestigio en reconocidas empresas nacionales y multinacionales y en organismos internacionales en Guatemala y en diferentes países de América, Europa y Asia.
4.1.3 Oportunidad identificada	Colegio Gibbs es una institución de prestigio y calidad educativa que ha perdurado durante décadas en la ciudad de Guatemala. Para estar a la vanguardia en tendencias se identificó que un sitio web moderno puede impulsarlo hacia nuevos clientes.

4.1 Datos del cliente

4.1.1 Información general del cliente

4.1.4 Misión	Propiciar un ambiente en el que se respete y valore a cada persona como ser único y especial y en el que cada alumno pueda adquirir valores, destrezas y una sólida preparación académica que le permita continuar con éxito estudios superiores y colaborar efectivamente en la empresa moderna para su propio bienestar, el de su familia y el engrandecimiento de Guatemala.
4.1.5 Visión	Ser un excelente centro de enseñanza bilingüe (inglés-español) en el cual se prepara integralmente a cada alumno en un ambiente de respeto y alegría con el fin de ayudarlo a convertirse en un triunfador/a.
4.1.6 Delimitación geográfica	7ª avenida zona 9, ciudad de Guatemala, Guatemala.
4.1.7 Grupo objetivo	Padres de familia y tutores de estudiantes entre 3 a 18 años de edad con un nivel socioeconómico c1, c2, c3.
4.1.8 Principal beneficio del grupo objetivo	Amplia experiencia, excelencia académica, educación integral y prestigio.
4.1.9 Competencia	<ul style="list-style-type: none">➤ Colegio Valle Verde➤ Colegio CEA➤ Colegio Montano

4.1 Datos del cliente

4.1.1 Información general del cliente

4.1.10 Posicionamiento	Experiencia de 40 años, el nivel académico.
4.1.11 Factores de diferenciación	Prepara a los estudiantes para el trabajo y la universidad. Atención personalizada a grupos menores de 25 alumnos. Educación 100% bilingüe.
4.1.12 Imagotipo	 <p>The image shows the branding for Colegio Gibbs. On the left is a shield-shaped symbol with a blue background and a red diamond in the center. Inside the diamond is a yellow key with a 'G' on its handle. Below the shield is the label 'Símbolo'. To the right is the word 'COLEGIO' in small letters above the word 'GIBBS' in large, bold, black serif letters. Below 'GIBBS' is the slogan 'EXCELENCIA DESDE 1971'. Above 'GIBBS' is the word 'Logo' with a bracket pointing to the 'COLEGIO GIBBS' text. Below the slogan is the label 'Eslogan'.</p>

4.2 Organigrama de Colegio Gibbs



4.3 FODA

Colegio Gibbs es una institución académica con valores que a través de los 40 años de experiencia ha mantenido su imagen institucional en la mente de sus clientes. Provee servicios educativos de formación integral para sus estudiantes, cuenta con personal docente capacitado y actualizado, lamentablemente no posee con instalaciones adecuadas, ni con estrategias modernas para dar a conocer sus servicios.

4.3 FODA

A pesar de esto y de tener nueve competidores cerca de su ubicación, su excelente historia y alumnos egresados han logrado que su calidad educativa sobresalga y siga siendo una buena opción en el mercado.

Ver anexo A.

Capítulo V

Definición del grupo objetivo



Capítulo V: Definición del grupo objetivo

El diseño del sitio web tiene como grupo objetivo dar a conocer a padres y madres de familia de estudiantes comprendidos entre los 4 a 18 años los servicios educativos que ofrece el Colegio Gibbs.

5.1 Perfil geográfico

De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística -INE- por las proyecciones de población con base en el censo 2011, la República de Guatemala está conformada por 22 departamentos y su población estimada a 2018 es de 17, 154,812 habitantes. La región en la que se concentrará este proyecto será la ciudad de Guatemala con 5,264 habitantes por km².

Región y extensión territorial:	Metropolitana - 228 km ²
Población de la República de Guatemala:	17, 154,812 habitantes.
Densidad:	5,264 habitantes por km ²
Temperatura mínima y máxima:	15°. C. - 29°. C.
Humedad y clima:	83% - Templado

5.2 Perfil demográfico

Los padres de familia y tutores pertenecientes al grupo objetivo y residentes en la ciudad capital del municipio de Guatemala, poseen las siguientes características:

Características	Nivel c1	Nivel c2	Nivel c3
Educación padres	Tienen estudios superiores y licenciatura.	Poseen estudios superiores y licenciatura.	Sus estudios llegan a una licenciatura.

5.2 Perfil demográfico

Características	Nivel c1	Nivel c2	Nivel c3
Desempeño	Se desempeñan como ejecutivos, vendedores o en la profesión estudiada.	Se desenvuelven como vendedores, dependientes o en la profesión estudiada.	Trabajan en comercios pequeños, como comerciantes, vendedores o dependientes.
Ingresos	Sus ingresos oscilan entre los Q18,000.00 a Q25,600.00.	El ingreso financiero está entre los Q12,000.00 a Q17,500.00.	Su salario mensual está entre los Q5,000.00 a Q7,200.00.
Vivienda	Poseen casa / departamento, propio o financiado, de 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio área de servicio, garaje para 2 vehículos.	Tienen casa / departamento, rentado o financiado, de 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala, garaje para 2 vehículos.	Cuentan con casa/departamento, rentado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala.

5.2 Perfil demográfico

Características	Nivel c1	Nivel c2	Nivel c3
Posesiones	Disponen de 3-5 autos compactos de 3-5 años, asegurados por Financiera.	Cuentan con 2- 3 autos compactos de 4-5 años, sin seguro financiero.	Se estima que poseen 1 o 2 autos compactos de 8-10 años, sin seguro.
Servicios financieros	Gozan de 1-2 cuentas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, 1-2 TC intl, y seguro colectivo de salud.	Disponen de 1 cuenta Q monetarios y ahorro, 1 TC local.	Tienen 1 cuenta Q ahorro, TC local.
Diversiones	Disfrutan de cine, CC, parques temáticos locales, Clubes privados, vacaciones en el interior o exterior.	Toman vacaciones en el interior del país, van al cine, CC, parques temáticos locales, clubes privados.	Van al cine eventualmente, CC, parques, estadio, entre otros.
Nacionalidad	Extranjeros y guatemaltecos.	Guatemaltecos.	Guatemaltecos.

Ver anexo B.

5.3 Perfil psicográfico

Forma de ser:	La mayoría con familia que disfruta de actividades recreativas, viajes al interior y extranjero.
Personalidad:	Amigables, exitosos, con valores morales definidos.
Pasatiempos:	Realizan deportes, van al gimnasio, disfrutan de la lectura, el arte.
Costumbres	Asisten a eventos sociales y compartir su tiempo con sus seres queridos y amigos.

5.4 Perfil conductual

Como parte del perfil conductual, el grupo objetivo se identifica como:

Actitud hacia el producto:	Entusiasta, confianza, lealtad.
Ocasión de compra:	La compra es anual.
Beneficio buscado:	Calidad, excelencia, experiencia, dominio del idioma inglés.
Status del usuario:	Usuario, primerizo, potencial, regular, ex usuario.
Tasa de uso:	Frecuente.
Status de lealtad:	Sólida.
Etapas de disposición:	Dispuesto a comprar.

Capítulo VI

Manco teórico



Capítulo VI: Marco teórico

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio.

6.1.1. Educación. Es la actividad intencional que promueve el desarrollo de la persona humana y la forma en la que se integra a la vida social. (Laeng, M. 1971)
Está dirigida a la asimilación de conocimiento y desarrollo de aptitudes.

6.1.2. Enseñanza. Puede explicarse como el acto de instruir (Laeng, M. 1971). Está asociado a la didáctica. Busca que el estudiante aprenda o le dé una la relación al signo con el significante. (Laeng, M. 1971)

6.1.3. Familia. Según su fin natural es la procreación (Laeng, M. 1971). Está sujeta a costumbres y relaciones religiosas, jurídicas, sociales y económicas que la transforman en una convivencia basada en normas.

6.1.4. Valores. La educación impartida dentro de la familia varía porque depende de la edad del niño. Los valores se modifican en el contacto de formas sociales extra familiares. Varios autores consideran que en este ambiente se posee el derecho y el deber de educar y coordinar indirectamente las actividades hasta la mayoría de edad. (Laeng, 1971)

6.1.5. Conocimiento. Acumulación de hechos, verdades e información a la que los humanos tienen acceso.

6.1.5.1 Conocer. *Habilidad intuitiva de conocer la naturalidad de las cosas.*

6.1.6. Estudiantes. Persona comprometida al estudio por medio de una institución o en un estudio independiente. (Laeng, M. 1971)

6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño.

6.2.1. Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación.

6.2.1.1 Comunicación. Es el proceso mental en el que interactúan diferentes elementos; el emisor y el receptor que intercambiar las ideas, conocimientos, experiencias y sentimientos que transmiten un mensaje a través de un código y un canal apropiado.

6.2.1.2 Proceso de comunicación. Es un proceso de fases sucesivas en el tiempo, ya que está siempre en continuo cambio. (Diccionario Enciclopédico, 1996:1311) Para analizar este proceso se crearon varios modelos de comunicación para representar la relación dinámica entre los componentes: Emisor, mensaje, receptor.

6.2.2. Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño.

6.2.1.1 Diseño. Es un proceso de síntesis de todos los condicionantes de la forma del producto final, son indiscernibles. La forma tecnológica (construcción), *la forma ergonómica (uso)*, *la forma simbólica (identificación)* y *la forma estética (sensación)*.

6.2.1.2 Diseño gráfico. El diseño gráfico es un trabajo de enriquecimiento del mensaje básico mediante: -La manipulación de textos, distorsión, decoración, iconización tipográfica. -Incorporación d elementos ilustrativos, complementos gráficos. - Diagramación imaginativa de la pieza, alteración de la posición de los textos. Entre sus funciones están: clasificar y diferenciar empresas, organizaciones, naciones. Informar y comunicar, interviene en estados de ánimo y forma las emociones del entorno.

6.2.1.3 Diseño digital. En el diseño digital se utilizan diversos medios para comunicar la información, ya sean físicos o digitales. El reto está en la interacción de contenidos, es imperativo que la navegación del usuario sea de fácil acceso.

6.2.1.3 Diseño digital. Existen múltiples herramientas que se utilizan para el desarrollo de estos proyectos, aunado a las constantes actualizaciones o tendencias es importante mantener los requerimientos de mercado para mantener la atención e interés de los usuarios.

6.2.1.4 Diseño web. Es la jerarquización de contenido en un sitio o dominio que requiere de información, navegabilidad, interactividad, información. El diseño web tiene como objetivo que los elementos de diseño, textos, imágenes, colores, video, animación, tengan interacción estructurada y eficiente.

Según Ford, R (2018) para su desarrollo se utilizan lenguajes de programación como: Javascript, Microsoft SQL Server, Microsoft .NET, ASP, Oracle, Postgre SQL, DB2, XML, ActionScript, Java, MySQL, XHTML, CSS, Flash, PHP. El éxito se alcanza cuando la interacción es accesible, intuitiva y agradable. Sus elementos varían, texto, imágenes, espacio web, nombre de dominio, hipervínculos, video, animaciones en flash, sonidos, banners, marcos y otros elementos multimedia.

Delgado (2013) interpreta “El desarrollo Web es una mezcla de tecnología, contenidos, arquitectura del sitio, diseño e interactividad”. Donde los elementos visuales conforman la personalidad de un sitio para generar el impacto o las emociones adecuadas según el mercado.

6.2.1.4.1 Sitio web. La World Wide Web (2020) lo definió como un conjunto de archivos electrónicos unidos por un tema específico, tipografías, imágenes y páginas web organizadas jerárquicamente; está constituida por diferentes elementos. Un sitio web debe poseer un dominio o dirección de internet propio. Tiene variedad de usos y puede ser de diversos géneros.

6.2.1.5 Diagramación. Edward R. Tufte 2016, sostiene que al hacer énfasis en lo indicativo y lo bello se crea el arte del marketing. El diagrama es la representación gráfica de una estructura, situación o proceso.

Se utiliza para describir o establecer la jerarquía, anatomía de un objeto o de varias ideas. Permiten ver las relaciones existentes entre los elementos visuales descritos. Tufte afirma que el ejercicio del diseño debe privarse de emplear distracciones innecesarias. La idea de un diagrama es desarrollar estrategias sistemáticas para representar la experiencia que se desea transmitir de forma objetiva, se utiliza el pensamiento analítico para construir algo complejo a partir de estructuras básicas.

6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias.

6.3.1 Ciencias auxiliares.

6.3.1.1 Semiología. La semántica según McQuail, Denis (2002) es la ciencia que estudia lo que significan las palabras o los signos, es decir el significado que poseen los signos. Se clasifica en denotativa, cuando se refiere a su más pronta realidad y connotativa cuando los elementos proyectan contenido único, dando gran variabilidad en el mensaje.

Aunque el ser humano tiene suficiente capacidad para manejar un sinnúmero de significantes; estos dependen de la experiencia y el nivel sociocultural de la persona, cuando este es grande, la capacidad comunicativa del emisor será mayor.

6.3.1.2 Semiología de la imagen. Existe el lenguaje visual, aunque designar unidades de medida según Aguilar-Leyva, O.J 2004 o expresiones para cada imagen es complicado, porque acabaríamos con un idioma muy amplio, se puede realizar un análisis como estructura significativa.

6.3.1.2 Semiología de la imagen. Para realizar este análisis estructural se deben establecer los “signos”, según Aguilar-Leyva 2004, estos pueden ser: “figurativo”, íconos que guardan relación de semejanza en el mundo “real” o “figural”, las formas, los colores, las texturas u otros rasgos que lo representen.

U. Eco 2016, ilustra bien esta perspectiva: “un libro es un sistema de sistemas. Sus diferentes niveles tienen un rol: fonético, lexical, conceptos que entran en juego, las asociaciones, el de los símbolos, el de los instrumentos estilísticos, todo esto entra en operación a cada momento. En cada uno de estos niveles, es posible detectar un mecanismo que controla el conjunto de los procesos de unión de los diversos aspectos del discurso, y que es un código a cada nivel particular.

Resulta entonces que, se comparan las reglas que rigen un nivel con las que rigen todos los demás, podremos definir una suerte de código general de la obra.” U. Eco. *La critique sémiologique*, en Helbo. *Le champ sémiologique*, p. L17.

6.3.1.3 Psicología. Según Werner Wolff 1953, la psicología se trata de la conducta del hombre, entre ellas sus experiencias íntimas cuando hay una relación entre ambas, ocupándose de tal modo de los órganos que ejercen influencia sobre la experiencia y el comportamiento, basado en las conexiones con el medio ambiente.

Según Platón 209a5-9, la psicología es la causa de las distintas conductas de los sujetos que obedecen a los distintos tipos de alma que cada uno posee, es decir, su conducta se determina por la constitución de su alma. Para Sigmund Freud 1920, la psicología era una disciplina que investigaba los procesos mentales de las personas y los animales.

6.3.1.3.1 Psicología de la comunicación. J.B. Watson (1919), sostiene que el objeto de la psicología es la conducta. La psicología gestáltica se basa en la idea de que los procesos psíquicos solo pueden ser comprendidos en la integridad de su organización. Esta estudia los procesos de la comunicación en diferentes niveles.

6.3.1.4.1 Psicología de la comunicación. La capacidad individual del hombre como medio ha sintetizando y simbolizando la realidad. (Aguilar-Leyva 2004). La relación entre dos personas se basa en sus conocimientos, habilidades y la comunicación entre miembros de su comunidad.

6.3.2 Artes.

6.3.2.1 Tipografía. El tipógrafo francés Francis Thubaudeau en 1920, clasificó los tipos de letras según su forma en sus serifas. En 1954 Maximilien Vox, propuso un sistema más complejo basado en un enfoque histórico, tipos clásicos, modernos y otros y este sistema fue adoptado por la AtypI en 1957.

La composición tipográfica según Torre, F.J. (2018) dispone las letras en palabras, las palabras en frases, las frases en párrafos y los párrafos en composiciones, por lo que se debe respetar diferentes principios y conocer la semántica sobre el espaciado, la organización y el uso correcto de la puntuación.

Las letras pueden clasificarse por su peso, ancho y estilo. En cuanto a serifas, por trazos finales de las letras, las sans serif no cuentan con trazos innecesarios. Slab serif, se define por su grosor y sus finales.

6.3.2.2 Fotografía. Ernest Gombrich 1993, percibía la fotografía como una de las madres del desarrollo del arte moderno: “A partir de entonces, pintar ya no sería necesario, pues un dispositivo mecánico podía realizar la tarea mucho mejor y de forma más económica”. Josef Brockmann 1981, menciona que la fotografía “proporciona una imagen objetiva de la realidad, confiriendo así una gran impresión de autenticidad”.

La fotografía muestra la realidad, es fuente de información del mundo y de nosotros mismos. Existen dos procedimientos básicos en el uso de los retratos. El primero es respetar su tamaño y formato, se dispone de dicha fotografía sin interferir en la imagen.

El segundo es utilizarlas como cualquier otro elemento gráfico, es decir alterar la toma, su esencia y realizar un fotomontaje. El elemento gráfico puede componerse de otros materiales equivalentes como texto, como colores, reglas, para adquirir mayor potenciación gráfica.

6.3.3 Teorías.

6.3.3.1 Teoría del color. El color puede transmitir un estado de ánimo, describir la realidad o codificar información. Se utiliza para resaltar cierto tipo de elementos o para hacer que otros desaparezcan. Establece conexiones o suponen diferentes connotaciones de la sociedad ya que es un fenómeno físico o social variable.

En 1665, Isaac Newton descubre que la luz se descompone al atravesar un prisma, crea un espectro de tonos estas tonalidades próximas son los análogos que al usarlos se obtiene un contraste cromático mínimo y una armonía innata. (Newark, Q 2002).

6.3.3.1 Teoría del color. Los que están frente a frente en el círculo cromático son complementarios y los opuestos cálidos contra fríos. La decisión de utilizar tonos análogos o que contrasten afectan a la energía visual y a tono general de toda la composición.

6.3.3.2 Teoría de la Gestalt. Malcolm Grear 2012, dice que “la forma de un objeto no es más importante que la forma del espacio que lo rodea”, esto indica que la percepción es un proceso activo. La capacidad del cerebro para codificar la inmensidad de colores, formas, texturas, sonidos y movimientos que se perciben diariamente y se relacionan con la memoria y la experiencia para darles un sentido lógico a todos estos estímulos. La percepción visual está determinada por las relaciones entre figura y fondo, la misma sin separación ni contraste desaparece. El diseñador gráfico debe buscar el equilibrio entre figura y fondo, y así utilizar su relación para crear dichos contrastes entre forma y contra forma para crear íconos, ilustraciones, logotipos, composiciones y patrones que estimulen al ojo y a la mente.

6.3.4 Tendencias.

6.3.4.1 Suavizado en el texto. El texto con bordes suavizados emplea variaciones de color para difuminar los contornos dentados, vértices y curvas. Se deben utilizar fuentes de forma óptima y a un tamaño correcto, para que la visualización en la pantalla sea nítida y definida.

6.3.4.2 Contenido integrado. La integración de texto, imagen y vídeo puede transformar un sitio web convencional en una experiencia envolvente. Se debe combinar contenido de modo que entretenga a los usuarios al tiempo en que interactúan con la marca.

6.3.4.2 *Contenido integrado*. El contenido integrado de calidad fusiona estos canales y deja que sea el usuario quien elija la ruta que mejor satisfaga sus necesidades.

6.3.4.3 *Navegación*. Es posible crear una infinidad de efectos visuales mediante animaciones controladas y transiciones programadas, se puede utilizar audio y video para que la experiencia sea la correcta.

Para la elaboración de menús se debe tener presente que su objetivo principal es facilitar la navegación; el usuario debe entender al instante su funcionamiento.

6.3.4.4 *Navegación horizontal*. Se debe incluir una navegación rápida, se puede facilitar dos rutas alternativas para acceder al contenido, esto permite llegar a distintos tipos de usuarios. Actualmente se utiliza la profundidad de campo para un plano bidimensional y una paralaje que aporta fluidez en la navegación.

6.3.4.5 *Pop up*. Puede utilizarse de dos formas: Tamaño fijo, para captar toda la atención del usuario, algo fundamental en la experiencia del usuario, o bien, de tamaño variante para darle dinamismo a la experiencia. Se utilizan scripts para permitir la aparición del pop-up, aunque se tenga bloqueada la opción de igual forma aparecerá.

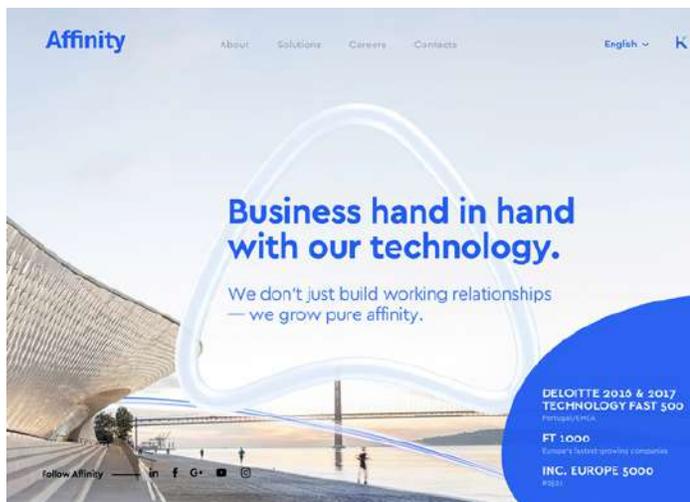
6.3.4.6 *Tendencias tipografía*. Siempre se debe recurrir a las tipografías corporativas y de no contar con ellas puede extenderse el abanico de opciones. Si la fuente del cliente es simple, se puede recurrir al uso de familias para enriquecer y complementar los elementos del diseño.

6.3.4.7 *Usabilidad*. Se debe conocer muy bien al público objetivo, de otro modo no se darán a conocer los objetivos del sitio. El diseño debe ser centrado en el usuario, analizar sus requisitos y comprobar los procedimientos (Philips, J.C. 2018). Esta planificación se realiza para ofrecer al cliente una experiencia coherente que le permite navegar de formar intuitiva.

6.3.4.8. Ejemplo de tendencias.



George Zander, G. Z. (2019, 31 enero). Zig Zag Marketing Proposal Business Presentation [Foto]. Recuperado de <https://es.venngage.com/templates/presentations/zig-zag-marketing-proposal>



Miguel Marqués, M. M. (2014, 26 febrero). Affinity [Foto]. Recuperado de <https://affinity.pt>

Ver anexo G.

Capítulo VII

Proceso de diseño y propuesta preliminar



Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar

7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico

Para lograr el objetivo planteado y efectivamente llegar a los clientes reales y potenciales de colegio Gibbs, se deben manejar los conceptos de valores y familia, pilares de la institución. Esta está llamada a educar en un ambiente de cooperación y convivencia basado en promover el desarrollo de la persona humana y la forma en la que se integra a la sociedad.

El proceso de comunicación facilitará que el grupo objetivo conozca los servicios que brinda el colegio. Permitirá el intercambio de ideas, conocimientos y experiencias entre el establecimiento y los clientes.

El diseño gráfico se aplicará para representar de forma gráfica los servicios que se ofrecen, la identidad que maneja la institución y sus valores. El diseño web permite que el cliente acceda al contenido e interactúe con él. Para lograr que la interacción sea exitosa la diagramación será parte fundamental del proceso, ya que establecerá jerarquía a la anatomía de las ideas.

La fotografía favorecerá a la impresión de autenticidad de los valores que se viven en la institución. Los elementos gráficos podrán contener otros elementos como texto, colores o contrastes para adquirir mayor potenciación gráfica. Las tendencias permitirán crear contenido nuevo para refrescar a la marca, acceder a mayor mercado y así competir con otros establecimientos.

7.1.1. Tablero de contenidos.

Colegio Gibbs maneja tres valores principales y el concepto de familia, como pilares de la institución. Está llamado a educar en un ambiente de cooperación y convivencia basado en promover el desarrollo de la persona humana y la forma en la que se integra a la sociedad.

Valores

El proceso de comunicación facilitará que el grupo objetivo conozca los servicios que brinda el colegio. Permitirá el intercambio de ideas, conocimientos y experiencias entre el establecimiento y los clientes.

Comunicación

El diseño gráfico se aplicará para representar de forma gráfica los servicios que se ofrecen, la identidad que maneja la institución y sus valores.

Diseño gráfico

El diseño web permite que el cliente acceda al contenido e interactúe con él. Para lograr que la interacción sea exitosa la diagramación será parte fundamental del proceso ya que establecerá jerarquía a la anatomía de las ideas.

Diseño web

La fotografía favorecerá a la impresión de autenticidad de los valores que se viven en la institución. Los elementos gráficos podrán contener otros elementos como texto, colores o contrastes para adquirir mayor potenciación gráfica.

Fotografía

Las tendencias permitirán crear contenido nuevo para refrescar a la marca, acceder a mayor mercado y así poder competir con otros establecimientos.

Tendencias

7.2 Conceptualización

7.2.1. Método SCAMPER. Es una herramienta que activa la creatividad y las habilidades para resolver problemas. Consiste en hacer una lista de preguntas con el fin de ver de diferentes formas las soluciones a un problema. Su objetivo es la reinención o modificación de un sujeto ya existente.

Bob Eberle (1997) se basó en el “Brainstorming” de Alex Osborn. SCAMPER es un acrónimo, donde cada una de sus letras es referencia de una acción. “Sustituir, Combinar, Adaptar, Modificar, Poner otros usos, Eliminar y Reordenar”.

7.2.1.1 Aplicación del método



7.2.2. Definición del concepto

- Utilizar fotografías adecuadas y actualizadas.
- Renovación, frescura, cambio.
- Innovación, interés, efectividad, utilidad.
- Identidad corporativa.
- Nuevos colores, actualización de imágenes, formato amigable.
- Los cambios son positivos, suman clientes.
- Rentabilidad, interés, nuevos servicios.
- Beneficios, ganancias, valor agregado.
- “La propuesta de valor se va a ver reflejada en la página de la institución.”

El sitio web debe contar con un nuevo interfaz para generar interés en nuevos clientes. Mejoraría las ganancias, ya que se implementaría nuevos métodos de venta y comunicación directa con los clientes. La marca se renovará, aunque se mantendrá la identidad corporativa y los valores que transmite la institución.

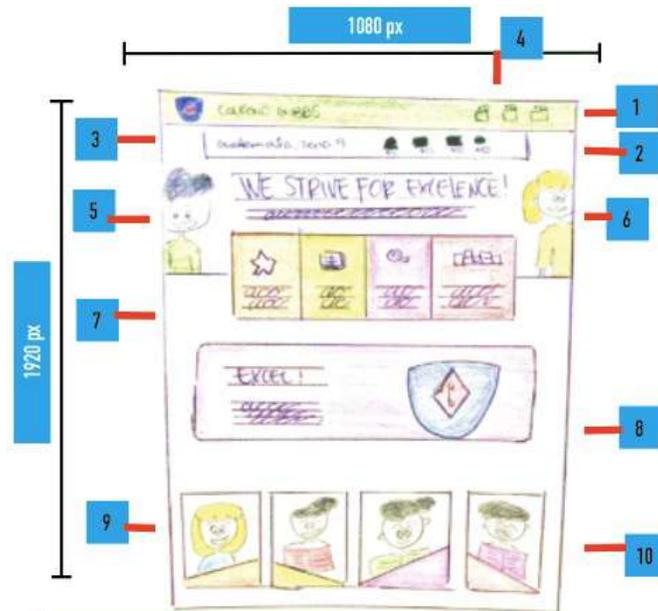
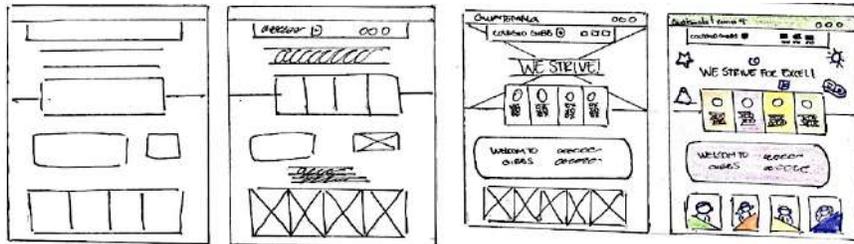
7.3 Bocetaje

Ver anexo C.

7.3.1. Bocetaje formal.

Propuesta A

Página de inicio



Identificación de elementos

- | | |
|-------------------------------|----------------------------|
| 1. Barra superior | 6. Título |
| 2. Barra de elementos | 7. Menús de información |
| 3. Imagotipo de colegio Gibbs | 8. Información del colegio |
| 4. Botones de menú | 9. Cuadro de información |
| 5. Fondo ilustrado | 10. Fotografía de alumno |

Descripción: Se pretende tener un diseño vertical con imágenes de estudiantes o de útiles escolares estéticos. Se utilizará el espacio correctamente para no saturar el sitio.

7.3.1. Bocetaje formal.

Propuesta A

Página de inicio

Prueba de color

Se van a trabajar con los colores de la institución.

- | | |
|---------------------------|-----------------------|
| ● Pantone P 103 -16 U | ● Pantone P 145 -23 U |
| ● Pantone 55 -8 U | ● Pantone P 189 - 6 U |
| ● Pantone P 1-8 U | |
| ● Pantone Procces black U | |
| ● R 45 G 21 B 99 | ● R 30 G 27 B 90 |
| ● R 255 G 0 B 0 | ● R 255 G 40 B 89 |
| ● R 255 G 249 B 0 | |
| ● R 36 G 31 B 32 | |

Prueba tipográfica

La letra sugerida para el sitio web es la familia Helvetica.

a b c d e f g h i j k l m n ñ o p

q r s t u v w x y z

A B C D E F G H I J K L M N Ñ

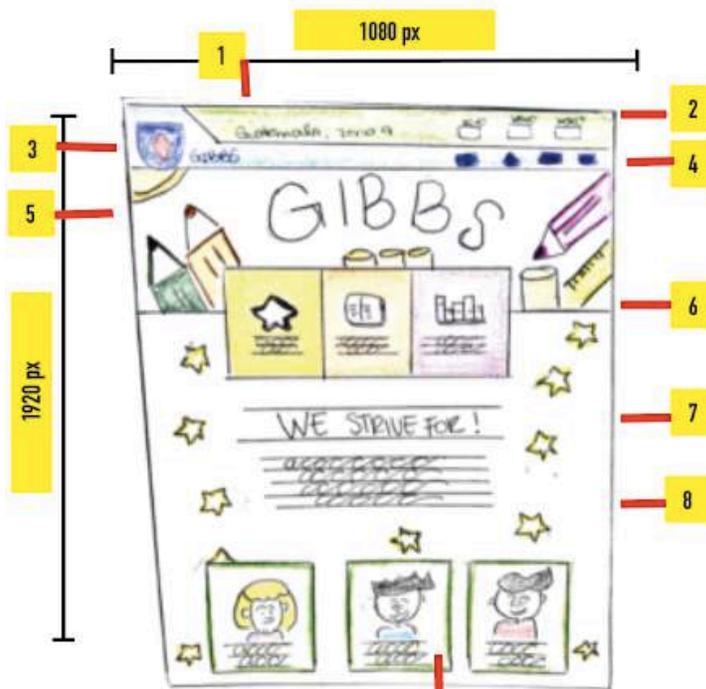
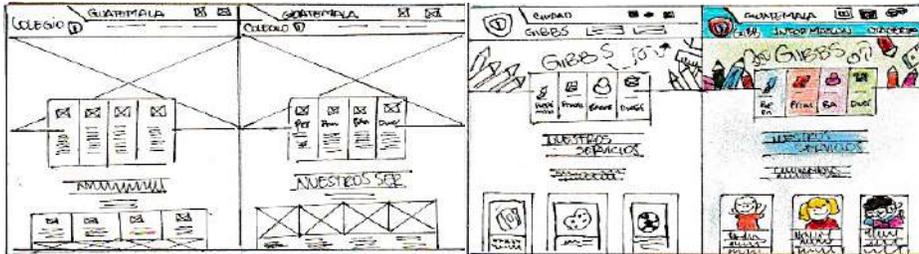
O P Q R S T U V W X Y Z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

7.3.1. Bocetaje formal.

Propuesta B

Página de inicio



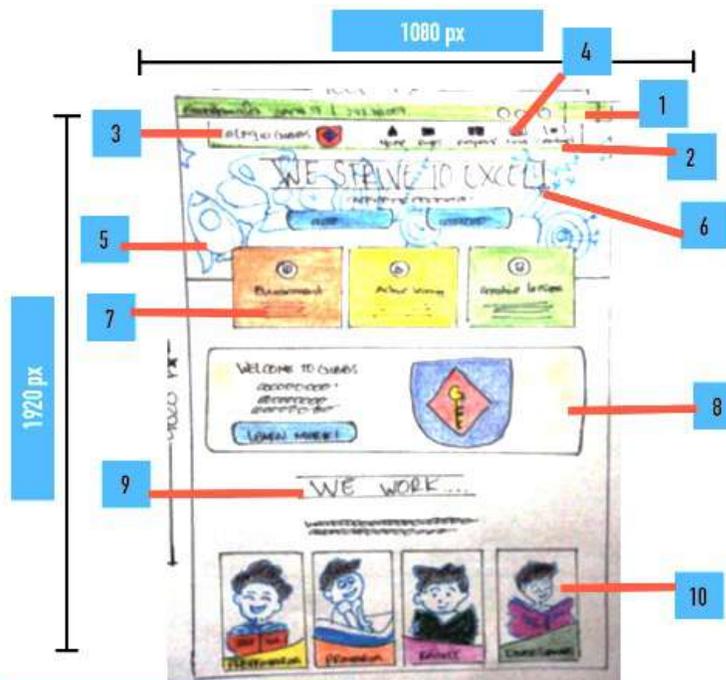
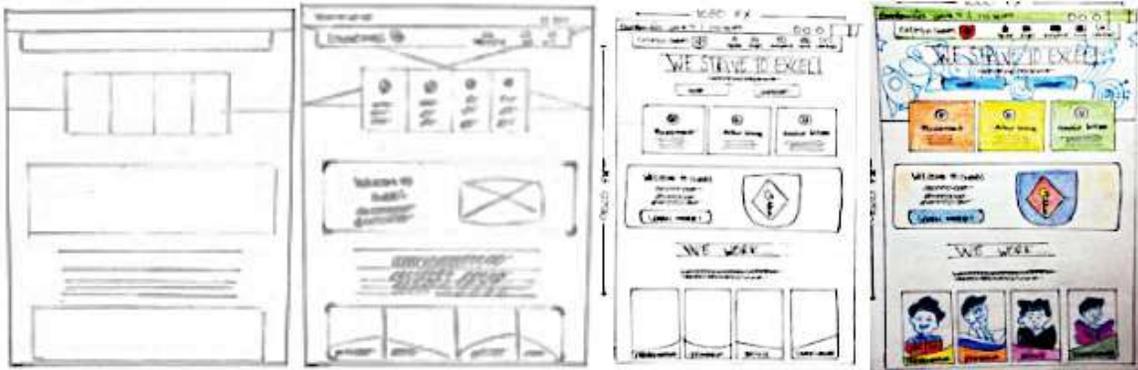
Identificación de elementos

- | | |
|--|---|
| 1. Barra superior | 6. Menús de servicios escolares ofrecidos en el establecimiento |
| 2. Iconos de redes sociales | 7. Título |
| 3. Imagotipo de colegio Gibbs | 8. Información relevante |
| 4. Botones de menú | 9. Información de actividades y fotografías |
| 5. Fondo ilustrado, alusivo a útiles escolares | 10. Información de actividades y fotografías |

Descripción: Se da un estilo más ordenado, con áreas limitadas por el uso de rectángulos. Utilizar breves descripciones para forzar al usuario a dar click en la opción -Conocer más-.

7.3.1. Bocetaje formal.

Página de inicio



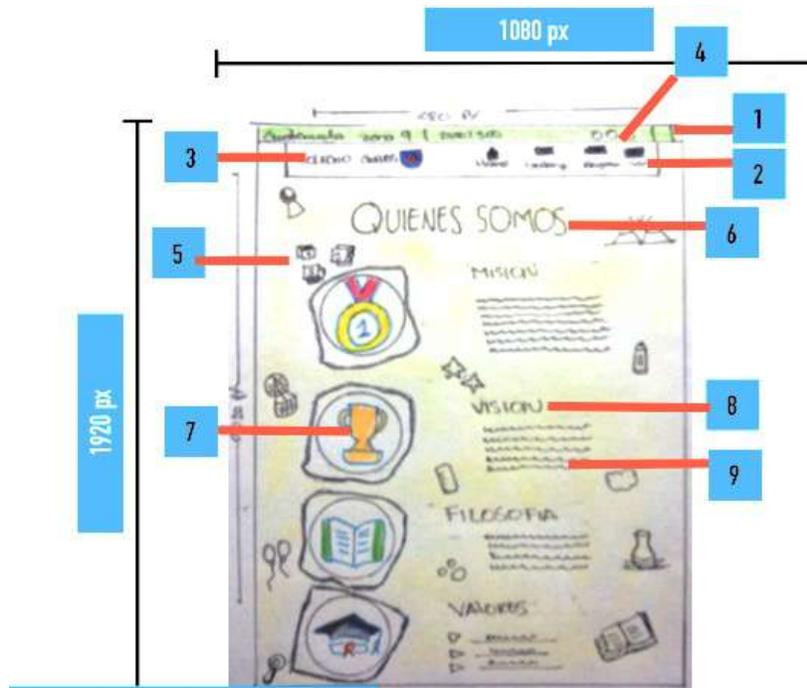
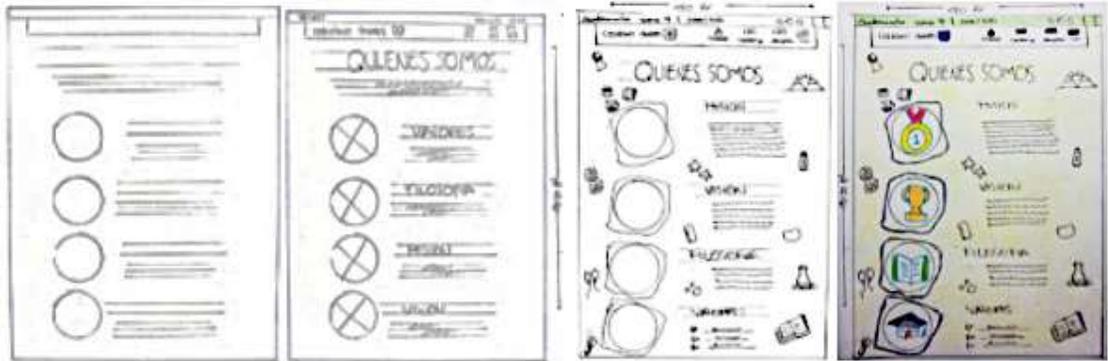
Identificación de elementos

- | | |
|-------------------------------|----------------------------|
| 1. Barra superior | 6. Título |
| 2. Barra de elementos | 7. Menús de información |
| 3. Imagotipo de colegio Gibbs | 8. Información del colegio |
| 4. Botones de menú | 9. Cuadro de información |
| 5. Fondo ilustrado | 10. Fotografía de alumno |

Descripción: Se pretende tener un diseño vertical con imágenes de estudiantes o de útiles escolares estéticos. Se utilizará el espacio correctamente para no saturar el sitio.

7.3.1. Bocetaje formal.

Página quiénes somos



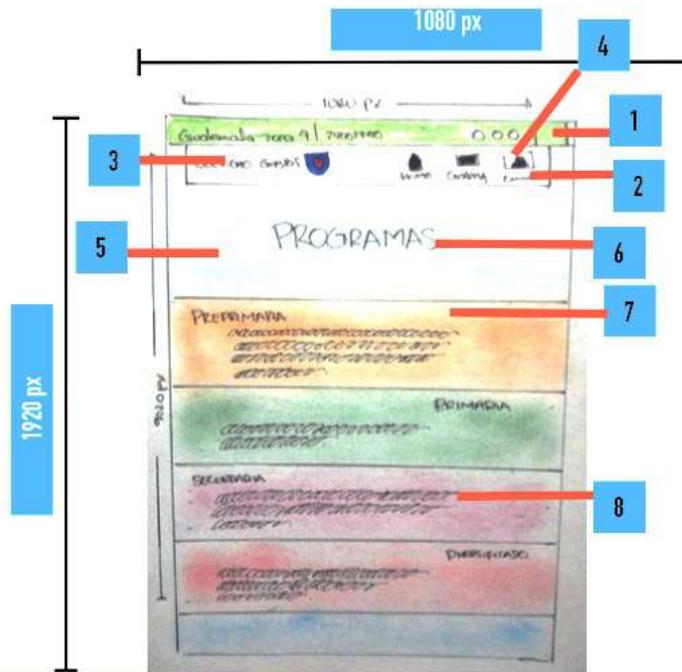
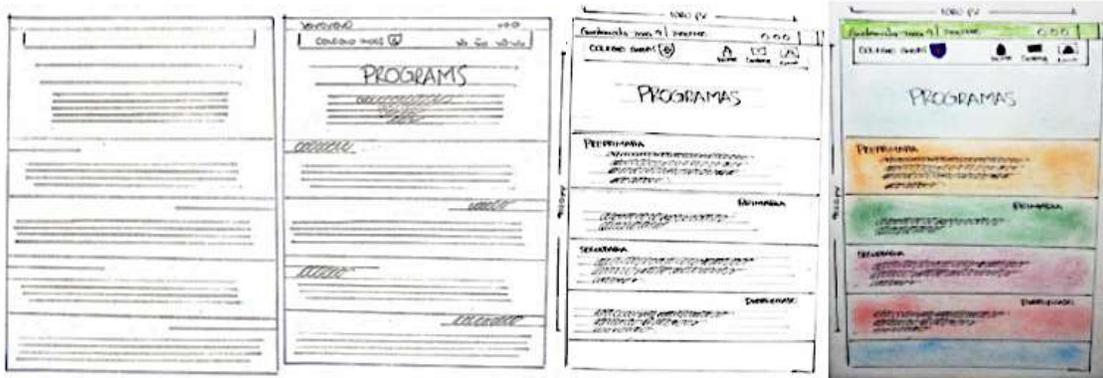
Identificación de elementos

- | | |
|-------------------------------|-------------------------|
| 1. Barra superior | 6. Título |
| 2. Barra de elementos | 7. Imágenes vectoriales |
| 3. Imagotipo de colegio Gibbs | 8. Títulos |
| 4. Botones de menú | 9. Texto informativo |
| 5. Fondo ilustrado | |

Descripción: Se utiliza un diseño alineado con texto e imágenes para hacerlo más llamativo visualmente.

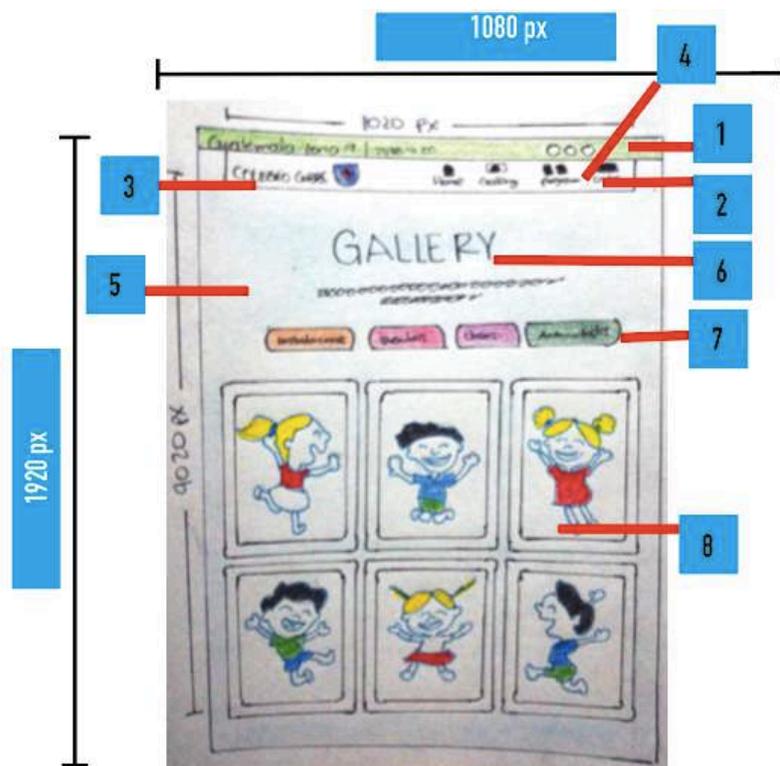
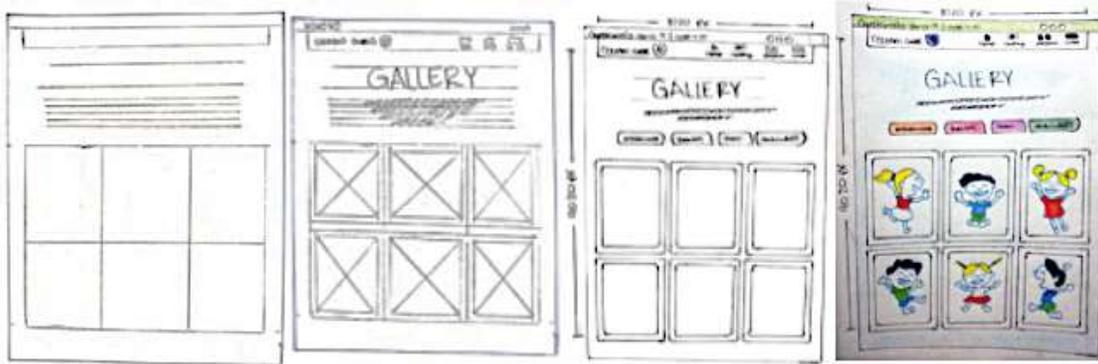
7.3.1. Bocetaje formal.

Página de programas educativos



Identificación de elementos	
1. Barra superior	6. Título
2. Barra de elementos	7. Títulos
3. Imagotipo de colegio Gibbs	8. Texto informativo
4. Botones de menú	Descripción: Se utiliza un fondo vectorial con cajas de texto de colores para distinguir cada programa educativo.
5. Fondo ilustrado	

Página galería



Identificación de elementos

1. Barra superior
2. Barra de elementos
3. Imagotipo de colegio Gibbs
4. Botones de menú
5. Fondo ilustrado

6. Título

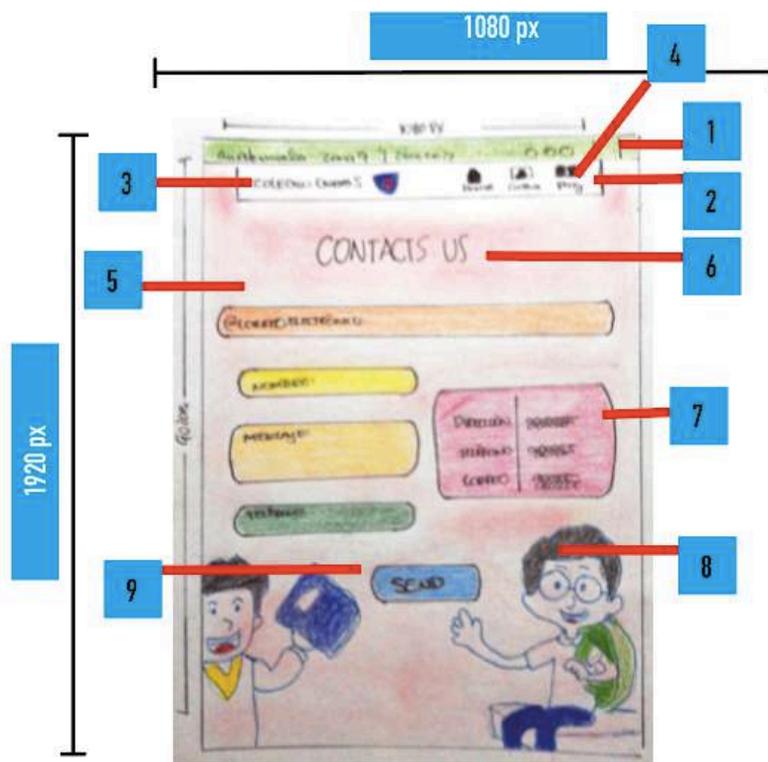
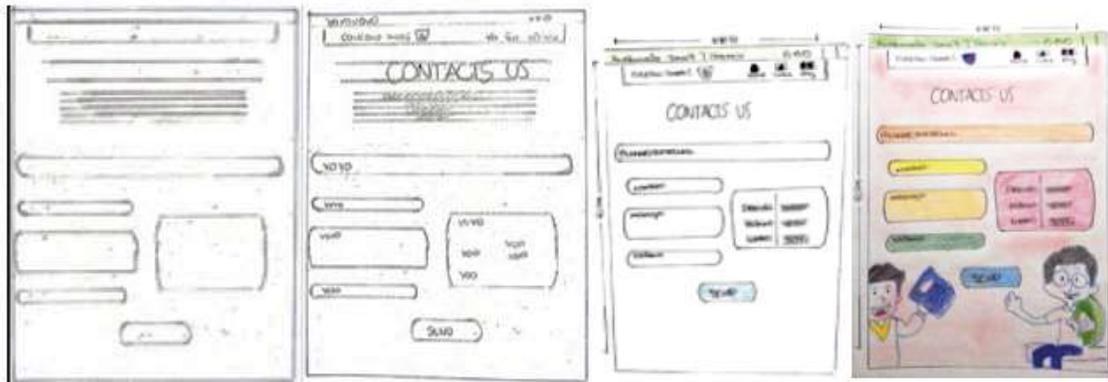
7. Botones

8. Cuadro de imagen

Descripción: Se utiliza un fondo vectorial y cuadros de imágenes para darle un tamaño estándar a la fotografía.

7.3.1. Bocetaje formal.

Página de contacto



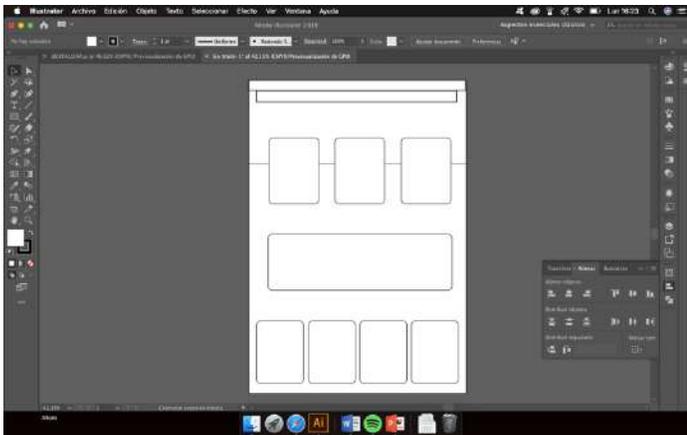
Identificación de elementos	6. Título
1. Barra superior	7. Cuadro de información
2. Barra de elementos	8. Fotografías
3. Imagotipo de colegio Gibbs	9. Boton enviar
4. Botones de menú	Descripción: Se utiliza un fondo vectorial y cuadros de texto para ingresar información de contacto.
5. Fondo ilustrado	

7.3.2. Digitalización de bocetos.

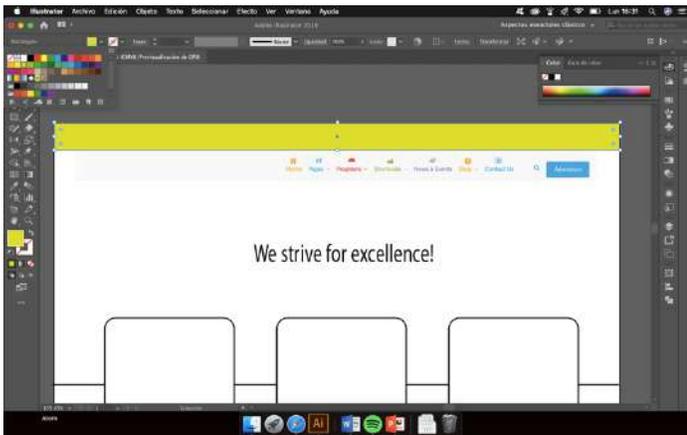
Página de inicio



Paso #1: Abrir Illustrator para comenzar la digitalización de bocetos.



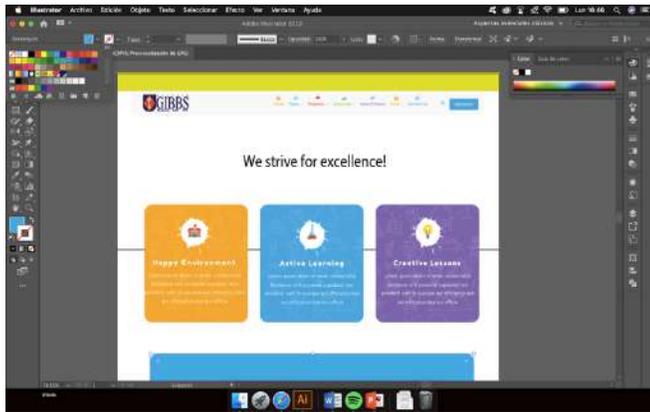
Paso #2: Se realiza los cuadros de texto O cuadro de imágenes. Se divide el espacio de trabajo en franjas.



Paso #3: Crear los íconos correspondientes a la barra de menú en la página.

7.3.2 Digitalización de bocetos

Página de inicio



Paso #4:
Creación de
cuadros de
texto y
enlaces.



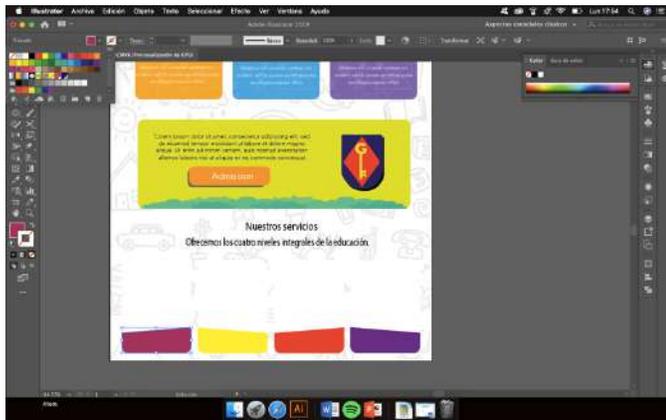
Paso #5: Edición de
fondo principal para
la home page. Se
utilizó
vectores y el
imatotipo del
colegio.



Paso #6: Cuadro de
texto, filosofía de
la institución. Botón
admisiones y se
utilizó la imagen del
imatotipo.

7.3.2 Digitalización de bocetos

Página de inicio



Paso #7: Edición de cuadros contenedores de imágenes.
Franjas diagonales para el texto.



Paso #8: Se trabajó la edición de fotografías en Photoshop.



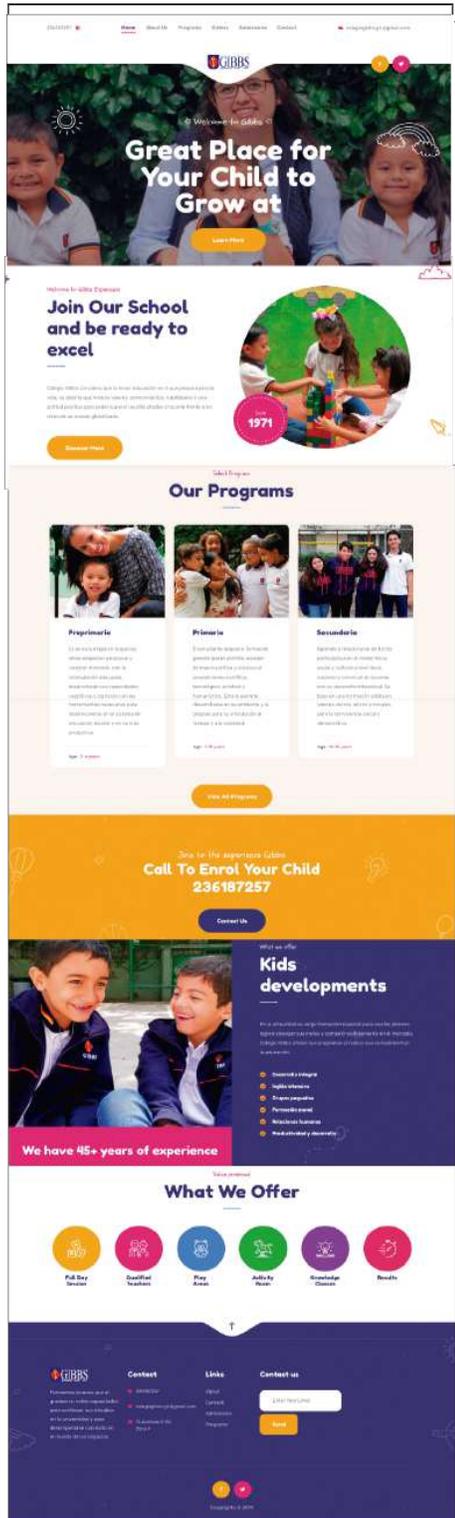
Paso #10: Se editó los niveles de color en la fotografía.

Ver hoja de contacto en anexo H.

7.3.3. Propuesta preliminar.

Página de inicio

1080 px



1920 px

Descripción: La integración de texto, imagen y vídeo transforman la página en amigable y entretenida para que el usuario interactúe en ella.

Quiénes somos

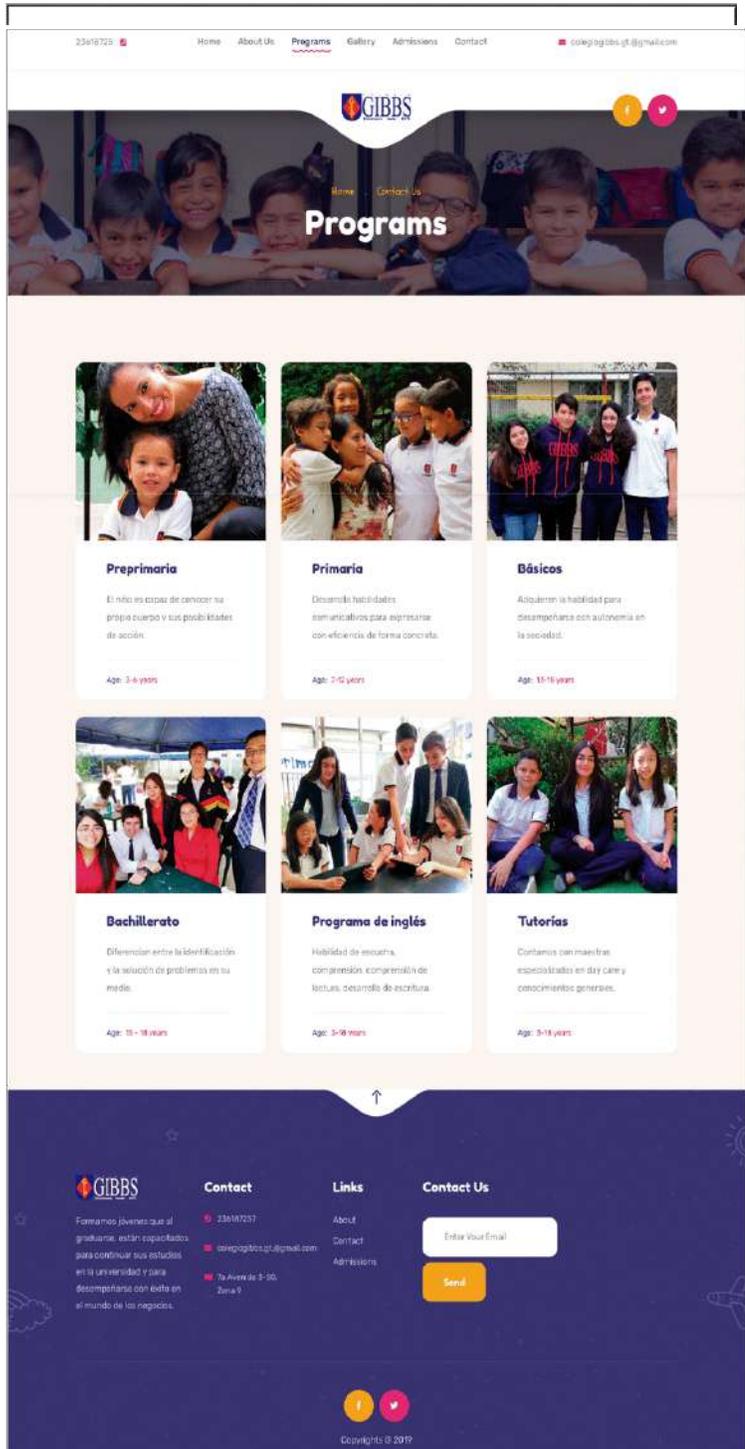


Descripción: Esta página presenta navegación rápida, facilitando las rutas para acceder al contenido, paralaje que aporta fluidez en la navegación.

7.3.3 Propuesta preliminar

Programas

1080 px



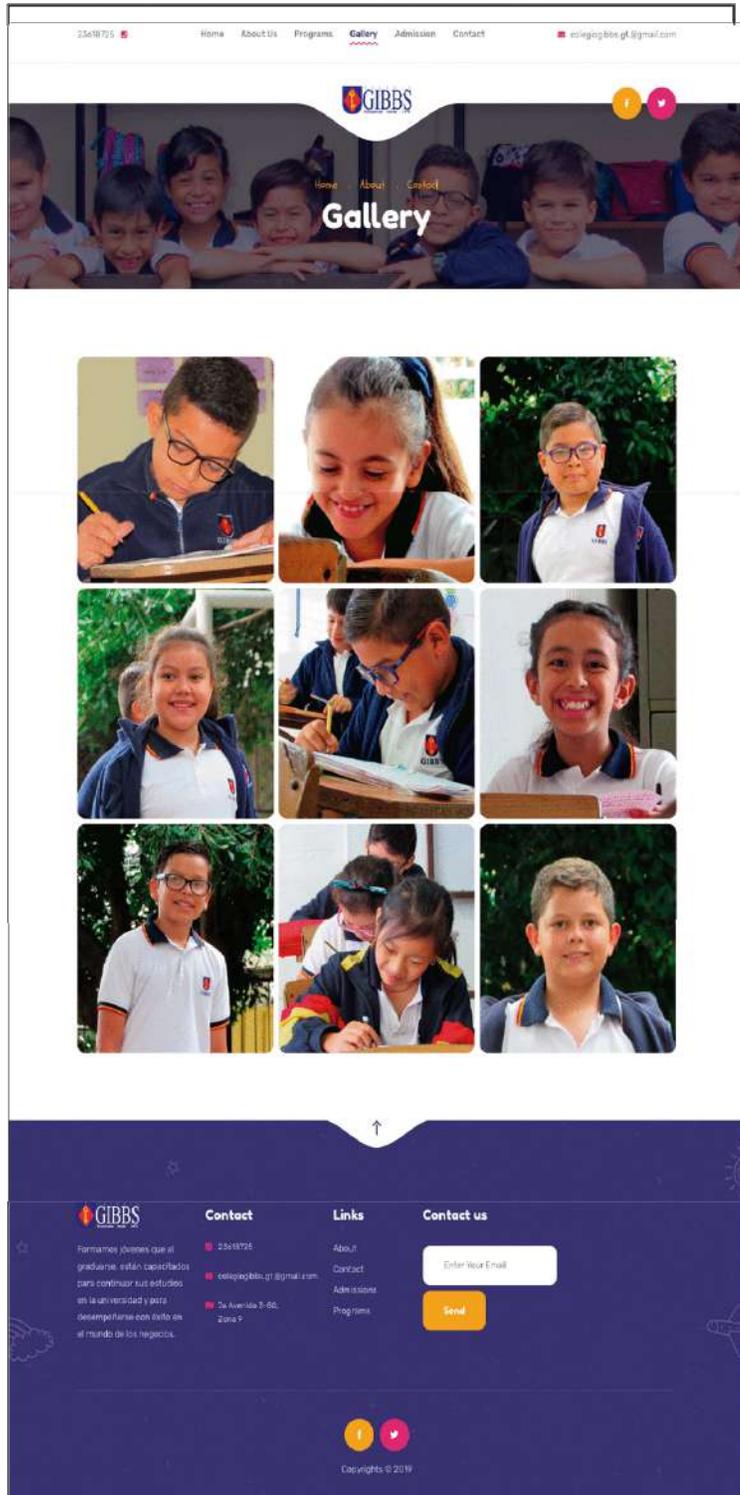
Descripción: Se utilizan las fotografías con distintos elementos gráficos para generar confiabilidad en el usuario.

1920 px

7.3.3 Propuesta preliminar

Galería

1080 px

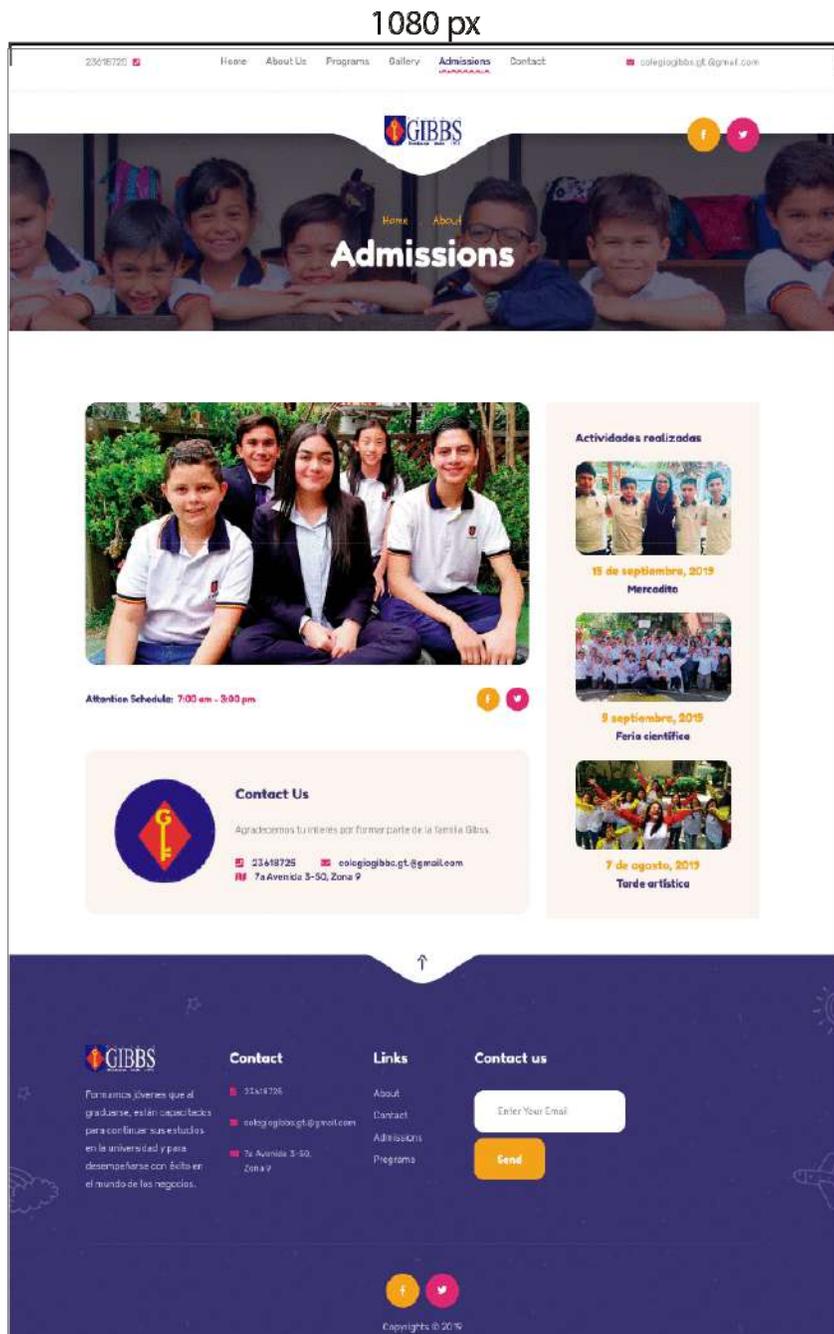


Descripción: Las fotografías muestran distintos estudiantes y situaciones cotidianas que se dan en la institución. Se editaron las imágenes para que lucieran más llamativas.

1920 px

7.3.3 Propuesta preliminar

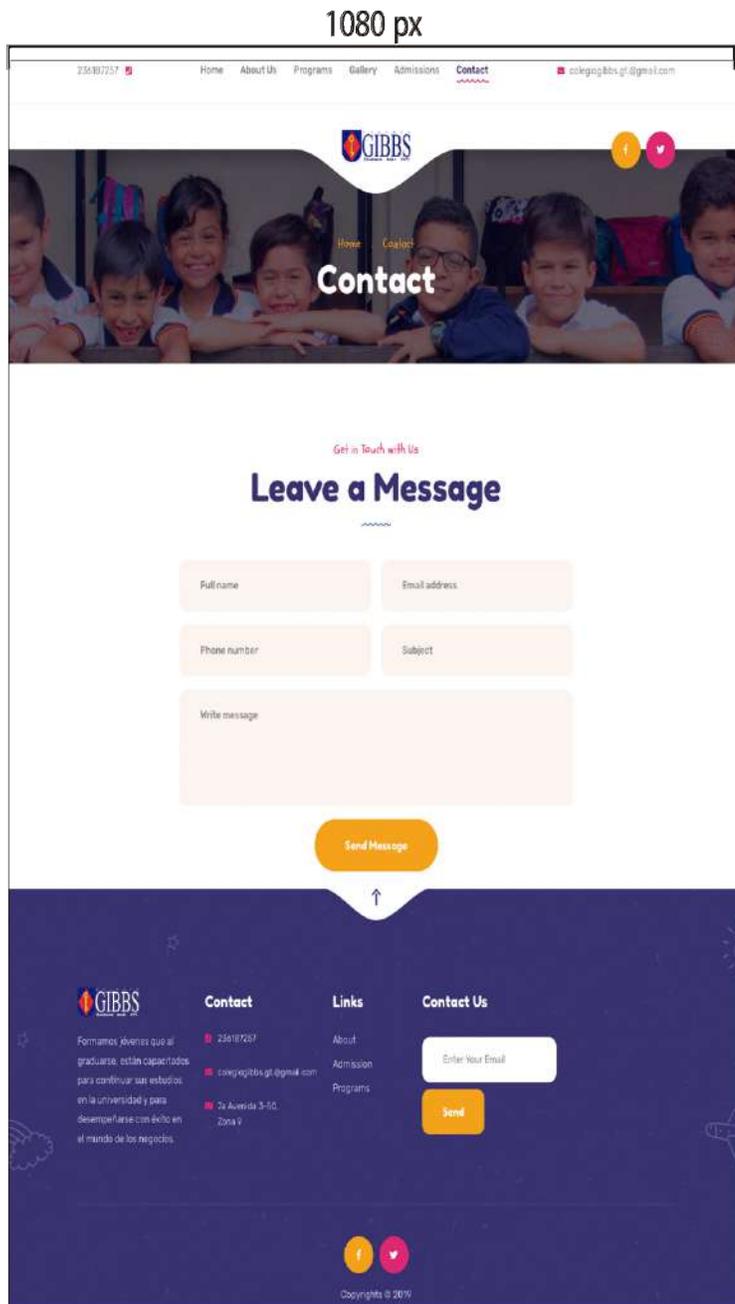
Admisiones



Descripción: En base a la información solicitada por el establecimiento se diseñó en forma minimalista.

1920 px

Contacto



Descripción: El objetivo principal de este menú es facilitar la navegación; el usuario debe entender al instante su funcionamiento.

Capítulo VIII

Validación de técnica



Capítulo VIII: Validación técnica

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

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

8.1 Población y muestreo

Para la validación de la propuesta preliminar se contará con la opinión de cuatro expertos en comunicación y diseño, un cliente y cinco personas hombres y mujeres, padres de familia y tutores de estudiantes entre 3 a 18 años, que conforman al grupo objetivo. El número de personas encuestadas consistirá en diez personas, en donde participarán hombres y mujeres, entre las edades de 29 a 39 años, residentes de la ciudad de Guatemala, su perfil va desde licenciados o masters en sus respectivas áreas de trabajo, se desenvuelven en puestos ejecutivos.

Población: Cantidad de personas que viven en la ciudad de Guatemala: 4,703,865

Muestra: 4 expertos 5 personas del grupo objetivo y 1 cliente.

Total de personas:10

8.1 Población y muestreo

Expertos:

- Lic. Carlos Antonio Jiménez Ramírez
Profesión: Licenciado en Diseño Gráfico
Puesto: Asesor Empresarial de Comunicación
Años de experiencia en el mercado: 10 años
- MSc. Rolando Barahona Cifuentes
Profesión: Licenciado en Diseño Gráfico
Puesto: Gerente General
Años de experiencia en el mercado: 25 años
- Lic. Guillermo García
Profesión: Publicista
Puesto: Docente
Años de experiencia en el mercado: 15 años
- Lcda. Lourdes Donis
Profesión: Licenciada en Comunicación
Puesto: Docente
Años de experiencia en el mercado: 27 años

Cliente:

- Ana Lucrecia Contreras
Profesión: Asistente administrativa
Puesto: Directora técnica
Años de experiencia en el mercado: 20

Grupo Objetivo:

➤ Claudia González

Profesión: Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Puesto: Supervisora de preprimaria / madre de familia

Años de experiencia en el mercado: 15 años

➤ Eugenia Monroy

Profesión: Licenciada en Psicología

Puesto: Supervisora del área de primaria

Años de experiencia en el mercado: 11 años

➤ Ana Lucia Ruano

Profesión: Licenciada en Psicología

Puesto: Supervisora del área de secundaria / madre de familia

Años de experiencia en el mercado: 26 años

➤ Gloria de León

Profesión: Licenciada en Ciencias Contables

Puesto: Ecónoma de la institución / madre de familia

Años de experiencia en el mercado: 10 años

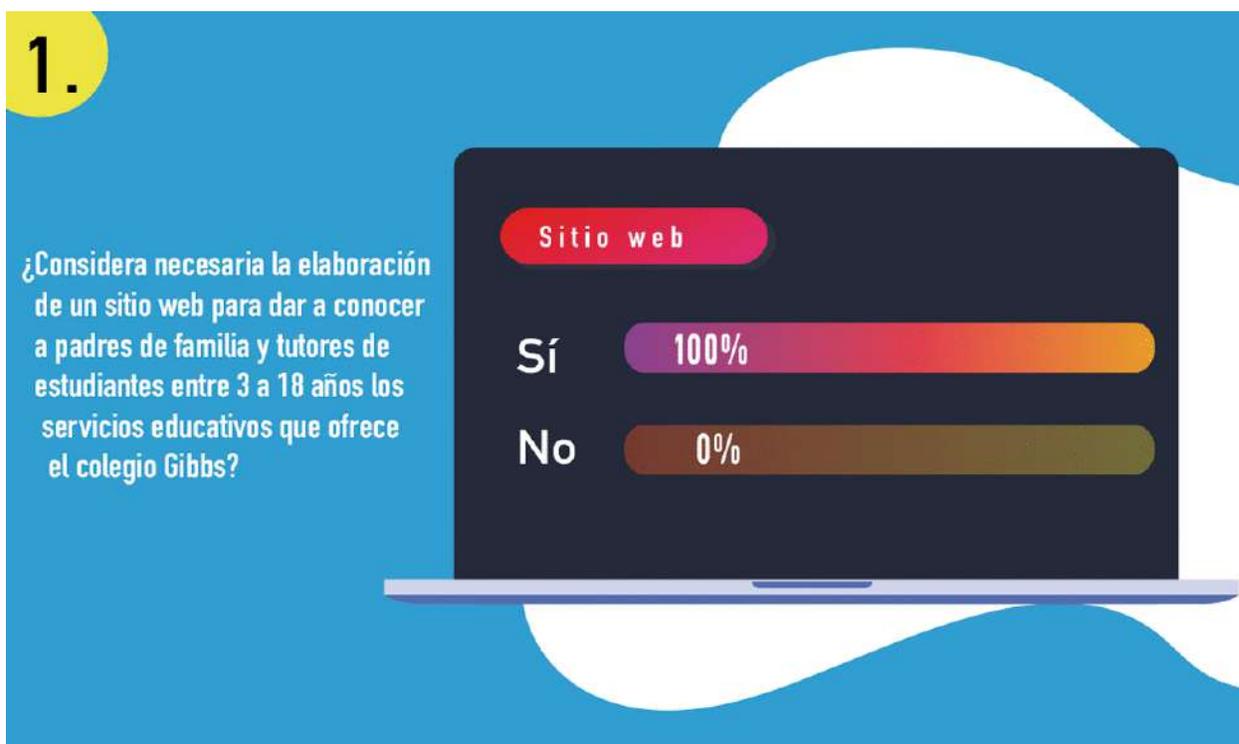
8.2 Método e instrumento

Para la validación del proyecto se utilizará la encuesta, herramienta investigativa que permite reunir datos que muestren la efectividad del sitio web y comprobar que sí se cumplan los objetivos. Por medio de la tabulación e interpretación de los resultados, se logró concluir en la mejora funcional, tecnológica y expresiva del sitio web.

Ver anexo D.

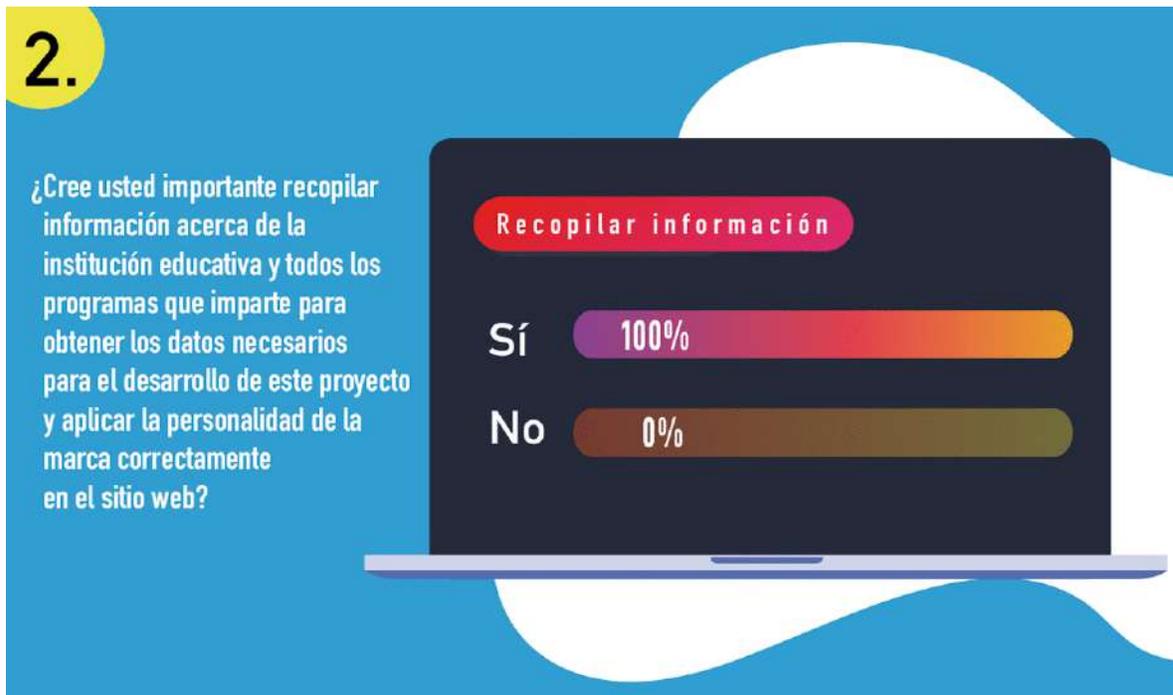
8.3 Resultados e interpretación de resultados

Parte objetiva – pregunta 1



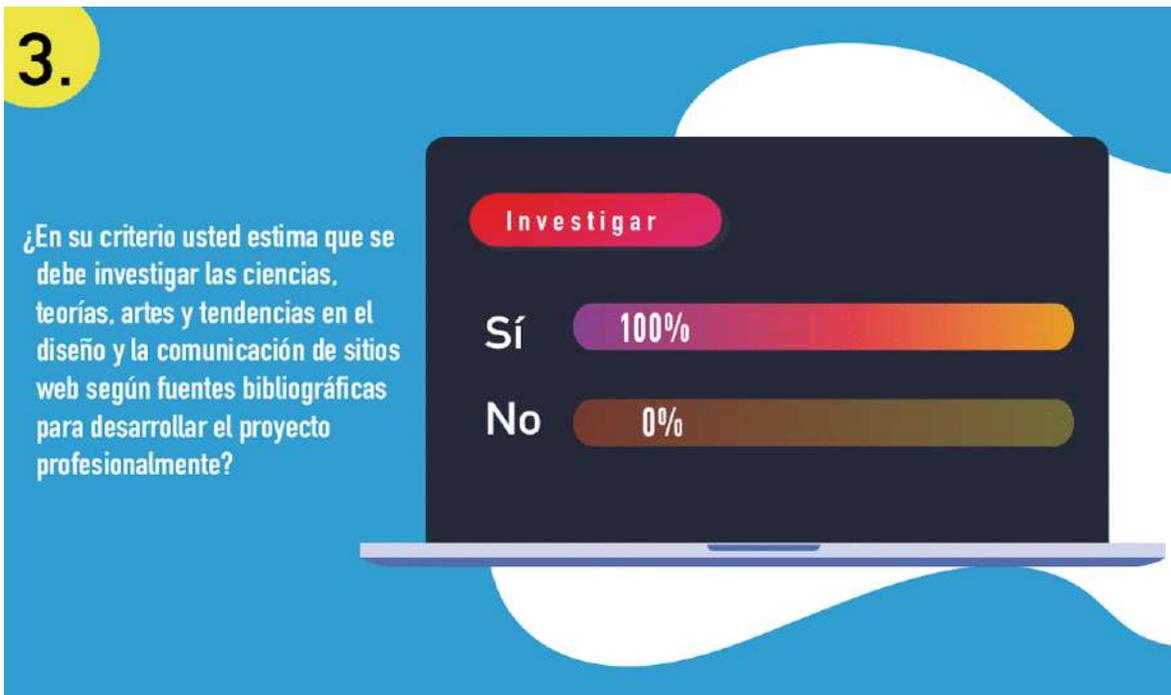
Interpretación: El 100% de los encuestados considera necesaria la elaboración de un sitio web para dar a conocer a padres de familia y tutores de estudiantes entre 3 a 18 años los servicios educativos que ofrece el colegio Gibbs.

Parte objetiva – pregunta 2



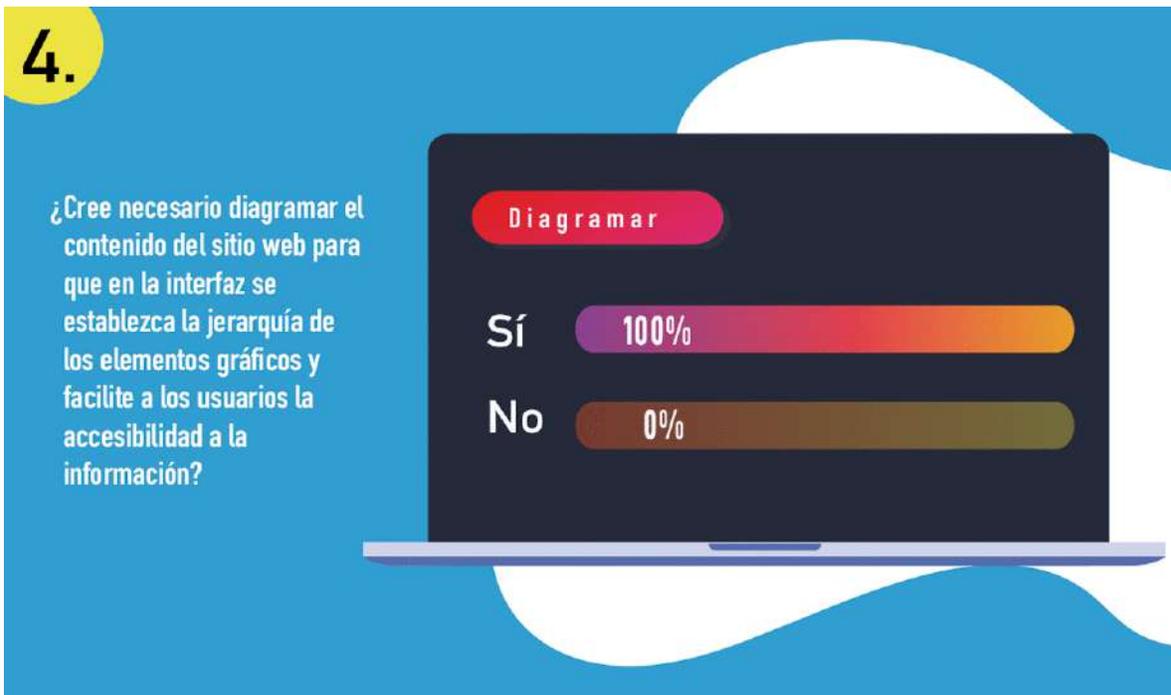
Interpretación: El 100% de los encuestados cree importante recopilar información acerca de la institución educativa y todos los programas que imparte para obtener los datos necesarios para el desarrollo de este proyecto y aplicar la personalidad de la marca correctamente en el sitio web.

Parte objetiva – pregunta 3



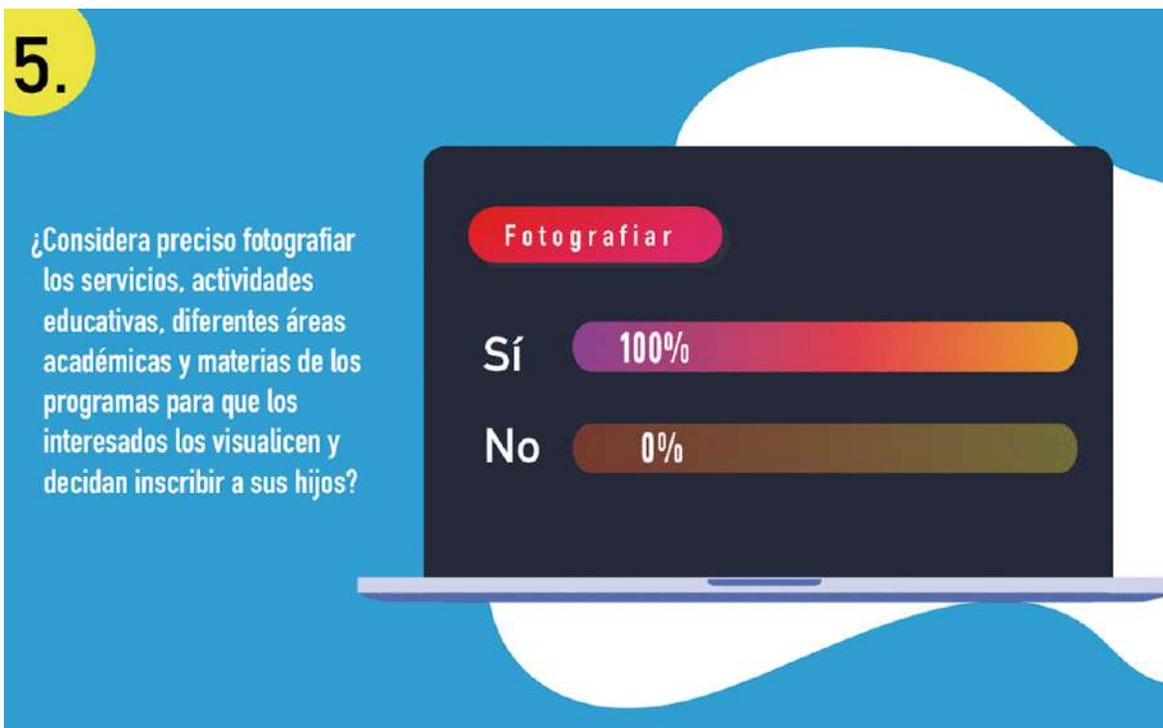
Interpretación: El 100% de los encuestados estima que se debe investigar las ciencias, teorías, artes y tendencias en el diseño y la comunicación de sitios web según fuentes bibliográficas para desarrollar el proyecto profesionalmente.

Parte objetiva – pregunta 4



Interpretación: El 100% de los encuestados cree necesario diagramar el contenido del sitio web para que en la interfaz se establezca la jerarquía de los elementos gráficos y facilite a los usuarios la accesibilidad a la información.

Parte objetiva – pregunta 5



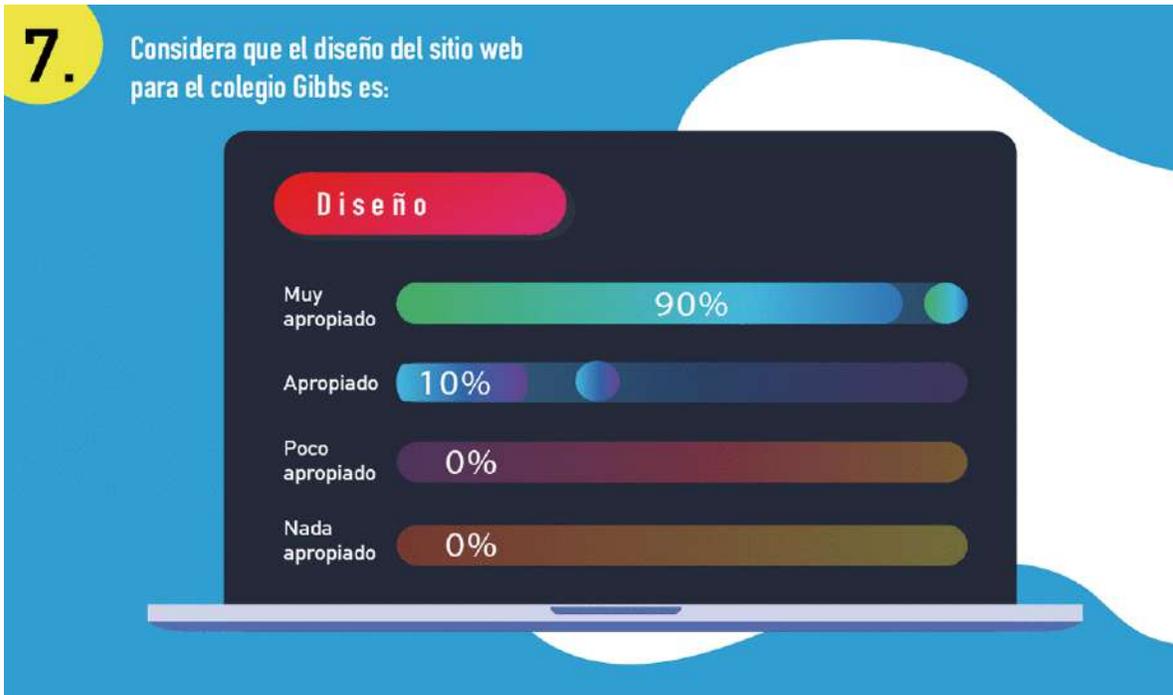
Interpretación: El 100% de los encuestados considera preciso que fotografiar los servicios, actividades educativas, diferentes áreas académicas y materias de los programas para que los interesados los visualicen y decidan inscribir a sus hijos.

Aspectos semiológicos – pregunta 6



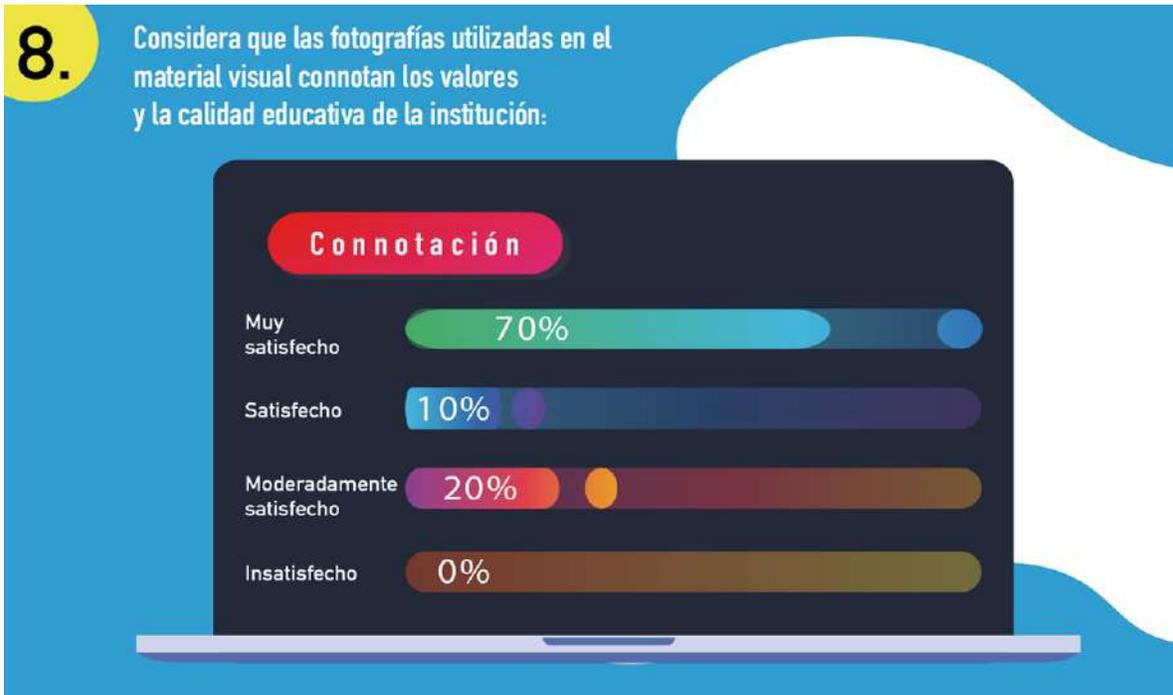
Interpretación: El 100% de los encuestados considera que los colores del sitio web son muy adecuados.

Aspectos semiológicos – pregunta 7



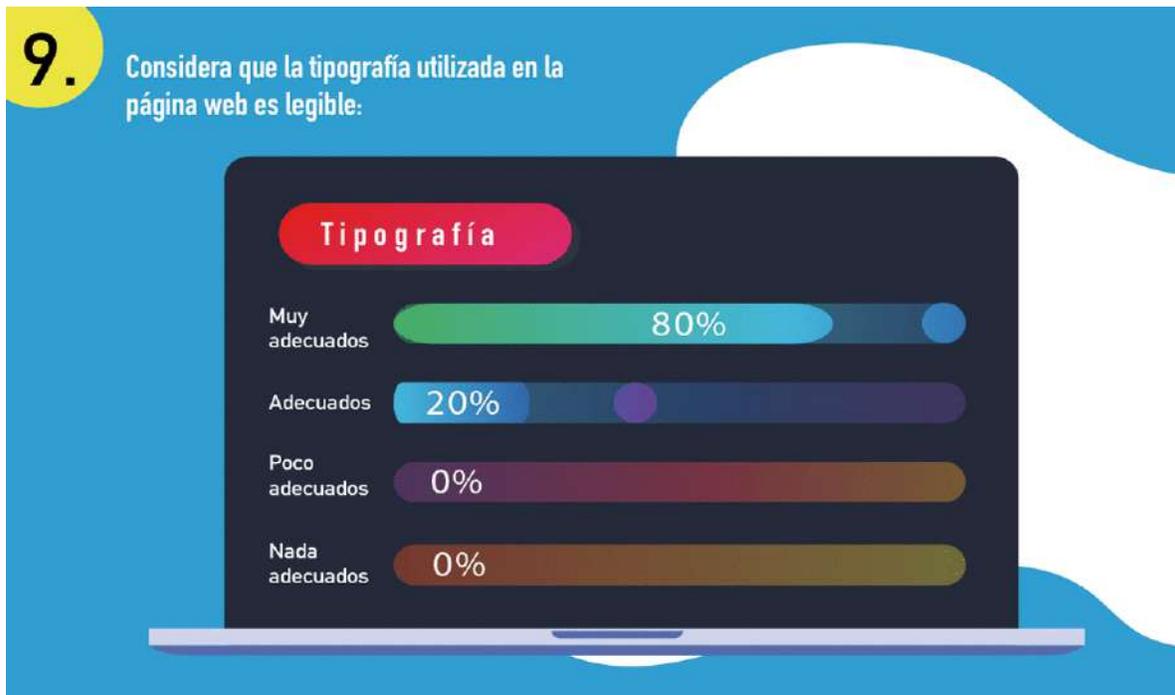
Interpretación: El 90% de los encuestados considera que el diseño del sitio web para el colegio Gibbs es muy apropiado, mientras que 10% cree que el diseño es apropiado para la institución.

Aspectos semiológicos – pregunta 8



Interpretación: El 70% de los encuestados considera que las fotografías utilizadas en el material visual connotan los valores y la calidad educativa de la institución. El 20% cree que las imágenes son moderadamente satisfechas para el sitio web. 10% está satisfecho con los retratos utilizados.

Aspectos semiológicos – pregunta 9



Interpretación: El 80% de los encuestados considera que la tipografía utilizada en la página web es muy adecuada. El 20% cree que la legibilidad de la letra es adecuada.

Aspectos operativos – pregunta 10



Interpretación: El 100% de los encuestados cree que la navegación del sitio web es amigable.

Aspectos operativos – pregunta 11



Interpretación: El 80% de los encuestados considera que el contenido del sitio web de colegio Gibbs incluye la información necesaria para los visitantes, mientras que el 20% considera que la información no está completa.

Aspectos operativos – pregunta 12



Interpretación: El 100% de los encuestados considera que la identidad corporativa de la institución es visible en la página web.

Aspectos operativos – pregunta 13

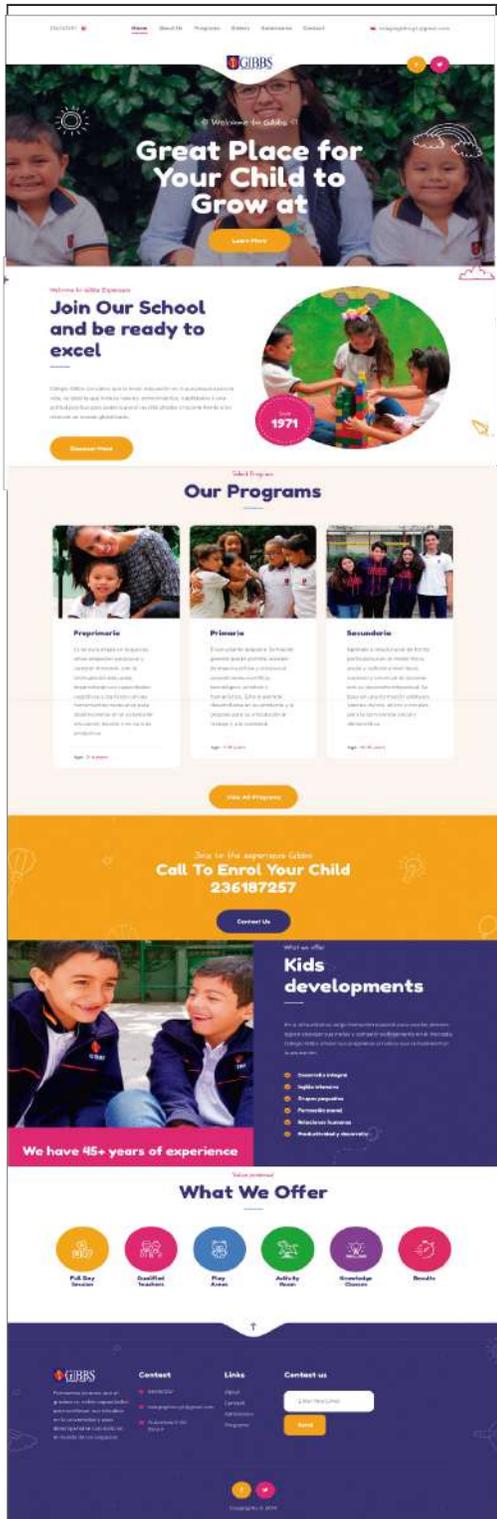


Interpretación: El 100% de los encuestados considera que la estructura del sitio web es dinámica.

8.4 Cambios con base a los resultados

8.4.1. Antes.

1080 px



Todos los títulos estaban en inglés.



La paleta de colores no representa los colores de la identidad corporativa.



La redacción de los textos está en 2da persona.

1920 px

8.4.2 Después.

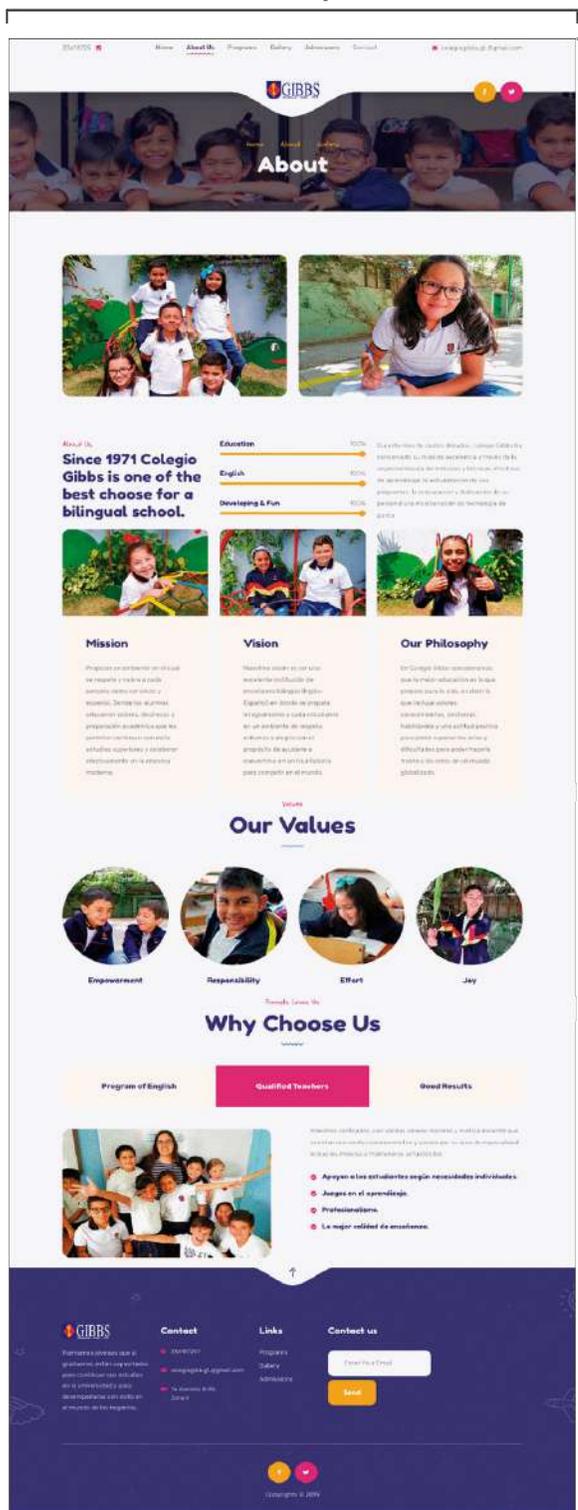


8.4.3 Justificación

- ✓ Se procedió a cambiar la paleta de colores a los 4 colores corporativos de la institución.
- ✓ Se cambió la redacción de del sitio web a español. Se dejó algunas excepciones por petición del cliente.
- ✓ Se cambió la redacción de los textos de información a tercera persona.

8.4 Cambios con base a los resultados

1080 px



1920 px

8.4.4 Antes.

Los botones de redes sociales no utilizan los colores



Las secciones no están ordenadas



El tamaño de la fuente combinado con el color no permite la legibilidad.



8.4.5. Después



8.4.6 Justificación

- ✓ Todos los botones tienen acceso a las páginas correspondientes.
- ✓ Los colores de los íconos de redes sociales fueron corregidos.
- ✓ Se cambió el color de los submenús a uno que aumente la legibilidad.
- ✓ Se cambió de lugar algunas secciones a conveniencia del cliente.

Capítulo IX

Propuesta gráfica final



Capítulo IX: Propuesta gráfica final

Página de inicio





1080 px

1920 px

1080 px



1920 px



1080 px

GIBBS Inicio Acerca de Nosotros Programas Galería Admisiones Contacto

Admisiones

Este es el...

El Colegio Gibbs opera en un solo establecimiento regular de enseñanza, que se ubica en un sector de calidad. Allí, los alumnos se inscriben a los 100 y terminan a los 13-00 horas.

Arreglo personal y uniforme

Los alumnos del Bachillerato pueden utilizar el uniforme de diario del Colegio Gibbs. Solo una vez por semana, los alumnos deben vestir el uniforme de gala, que consiste en traje para hombres, vestido blanco y azul para las señoras y traje sastre azul y blanco combinado con las líneas del uniforme para los señores. El uniforme de los alumnos del Colegio Gibbs consiste en un traje "Polo" blanco con el emblema del colegio, pantalón azul, los zapatos del uniforme y zapatos negros.

Los alumnos de la escuela y bachillerato usan la camisa "Polo" blanca con el emblema del colegio y la blusa azul del uniforme, pantalón azul, zapatos o zapatos blancos y zapatos negros. Para la clase de teatro, los alumnos de teatro los trajes a blanco y negro y los pantalones del colegio.

Horario de clases: 10:00 am. - 3:00 pm.

Contáctenos

Agendamos reuniones por favor por parte de la familia Gibbs.

☎ 22471261 ✉ admissions@collegio-gibbs.com
 📍 74 Avenida 3-03, Zona 7 Ciudad de Guatemala

GIBBS Para más información que el programa, envíe un correo electrónico para confirmar sus detalles en la universidad y para asegurarse de que está en el mundo de los negocios.

Contacto
 📞 22471261
 ✉ admissions@collegio-gibbs.com
 📍 74 Avenida 3-03, Zona 7 Ciudad de Guatemala

Links
 Contacto
 Admisiones
 Programas

Contáctenos

📱 📧
 Registrado © 2019

1920 px

Página Contacto



Capítulo X

Producción. Distribución y Reproducción



Capítulo X: Producción, reproducción y distribución

10.1 Plan de costos de elaboración

Proceso creativo 14 horas distribuidas en el mes de mayo, seis horas bocetaje propuesta a; cuatro horas bocetaje propuesta b. Total, de horas trabajadas: 24 horas. Para fines académicos se estima una base de Q25.00 por hora trabajada.

10.2 Plan de costos de producción.

Toma fotográfica, 150 horas distribuidas desde enero a octubre del presente año; digitalización propuesta a, 12 horas; digitalización propuesta b, ocho horas. Diagramación de material: diez horas Total, de horas trabajadas: 180 horas. Para fines académicos se estima una base de Q25.00 por hora trabajada.

10.3 Plan de costos de reproducción

El sitio web colegio Gibbs está diseñado para atraer clientes reales y potenciales por medio de comunicación digital por hosting de Guatemala, trabajando en colaboración con la empresa con su actual dominio. <http://colegiogibbs.edu.gt/>

10.4 Plan de Costos de Distribución

Por medio del representante de Sports Depot, el proyecto se debe entregar vía USB con la capacidad de 32 GB a un costo de Q75.00.

10.5 Margen de utilidad

Para este proyecto, se estimará un aproximado de 20% de utilidad sobre todos los costos considerados para la elaboración, producción y reproducción para el material final.

10.6. IVA

Valor agregando del 12% al costo total.

10.7 Cuadro con resumen general de costos

10.1 Elaboración		10.2 Producción		10.3 Reproducción		10.4 Cotización	
Proceso creativo	14.00	Toma fotográfica	150.00	Cotización	Q1,200.00	Transporte	Q75.00
Bocetaje propuesta A	06.00	Digitalización propuesta A	12.00	Total	Q1,200.00	Material	Q00.00
Bocetaje propuesta B	04.00	Digitalización propuesta B	08.00			Total	Q75.00
Total horas	24.00	Diagramación material	10.00				
Valor Hora	Q25.00	Total horas	180.00				
Total	Q600.00	Valor hora	Q25.00				
		Total	Q4,500.00				

Detalle	Costo
Plan de costos de elaboración	Q 600.00
Plan de costos de producción	Q4,500.00
Plan de costos de reproducción	Q1,200.00
Plan de costos de distribución	Q 75.00
Subtotal I	Q6,375.00
Margen de utilidad 20%	Q1,275.00
Subtotal II	Q7,650.00
IVA	Q 918.00
Gran Total	Q8,568.00

Capítulo XI

Conclusiones y recomendaciones



Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones

11.1 Conclusiones

- ✓ Se diseñó un sitio web para dar a conocer a padres y madres de familia de estudiantes comprendidos entre 4 a 18 años los servicios educativos que ofrece el Colegio Gibbs.
- ✓ Se recopiló información acerca de la institución educativa y todos los programas que imparte para obtener los datos necesarios para el desarrollo de este proyecto y aplicar la personalidad de la marca correctamente en el sitio web.
- ✓ Se investigaron las ciencias, teorías, artes y tendencias en el diseño y la comunicación de sitios web según fuentes bibliográficas para desarrollar el proyecto profesionalmente.
- ✓ Se diagramó el contenido del sitio web para que en la interfaz se estableciera la jerarquía de los elementos gráficos y facilitará a los usuarios la accesibilidad a la información.
- ✓ Se fotografiaron los servicios, actividades educativas, diferentes áreas académicas y materias de los programas para que los interesados los visualizaran y decidieran inscribir a sus hijos.

11.2 Recomendaciones

- Renovar las fotografías de las actividades escolares para que la página esté modernizada y se muestre la variedad de servicios.
- Las secciones de la página deberán ser modificadas cada 3 años según nuevas tendencias de jerarquización y se cumpla el objetivo de mantener una interfaz amigable y de fácil acceso.
- Revisar tendencias de diseño web cada tres años para mantener la apariencia del sitio y su funcionalidad luego de años y actualizaciones siga siendo de alto rendimiento.
- Mantener la optimización de los títulos de página, imágenes y descripciones para asegurarse de posicionarse en los primeros resultados de búsqueda en Google.
- Conservar la navegación sencilla. La información debe ser clara, sin elementos excesivos en los menús y con un acceso directo a la página de inicio.

Capítulo XII

Conocimiento general

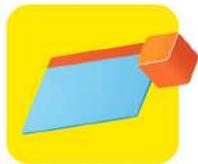


Capítulo XII: Conocimiento general



COMUNICACIÓN

Los cursos de comunicación ayudan a comprender los procesos de relación con el exterior y explicar a una diversidad de públicos lo que se hace o lo que se quiere hacer.



Visualización gráfica

Proporciona habilidades para analizar, estructurar y aplicar métodos de perspectiva en figuras geométricas en un espacio.



Diseño visual

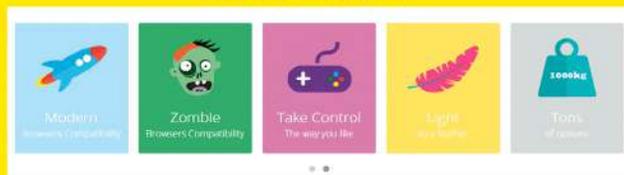
Permite analizar la forma, presentación del web site. Permite al usuario acceder a la información del sitio.



Fundamentos del diseño

Se conocen y se aplican los procesos de diseño, teóricos y conceptuales para su aplicación en la comunicación.

Fotografía digital



Gestión del diseño

Integra elementos como, la tecnología, cultura digital, y globalización, en la planificación estratégica.

Poder contar una historia con las fotografías tomadas o capturar el momento exacto.

Diseño web

Permite que el sitio web pueda ser utilizada por el máximo número de personas, apesar de sus conocimientos, capacidades o equipo.

Los diferentes lenguajes de programación ofrecen a los usuarios una experiencia adecuada, amigable y atractiva al navegar por la página.



Software

Se cursan diferentes tipos de software relacionados con la comunicación y la creación de material gráfico.



Técnicas de investigación

El uso de distintos métodos de investigación permite transmitir el mensaje directo, con estilo sencillo, de fácil comprensión para el grupo objetivo.



Semiología

Si el contenido del sitio web es interesante y de calidad, garantiza una buena reputación online.

Capítulo XIII

Referencias



Capítulo XIII: Referencias

13.1 Referencias de documentos físicos

- Aguilar-Leyva, O. J. (30 de julio de 2004). La semiología y el análisis de lo visual. *Revista del Centro del Lenguaje*(30), 9 - 43.
- Fonseca, M. d. (2000). *Comunicación Oral*. México: Pearson Educación.
- Ford, R. (2018). *Cómo triunfar en Internet: Guía para el éxito*. (H. Olivera, Ed.) Barcelona, España: Taschen.
- Harold Hagman. (1959). *Dictionary of Education*. New York : McGraw - Hill .
- McQuail, Denis, *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*, p. 103.
- Newark, Q. (2002). *¿Qué es el diseño gráfico?* (J. Escofet, Ed.) Barcelona, España: Ediciones G. Gill, SA.
- Laeng, M. (1971). *Vocabulario de la pedagogía*. (Herder, Ed.) Barcelona, España: La Scuola .
- Phillips, J. C. (2018). *Diseño gráfico, nuevos fundamentos*. . (C. Jacobson, Ed.) Barcelona, España: Editorial Gustavo Gill, SL.
- Satué, E. (2012). *El diseño gráfico desde sus orígenes*. Madrid, España: Alianza Editorial.
- Torre, F. J. (s.f.). *Taller de Análisis de la Comunicación*. (J. López, Ed.) México D.F. , México: Litográfica Ingramex.

Capítulo XIV

Anexos



Capítulo XIV: Anexos

Anexo A

FODA

Fortalezas

- Calidad académica y formación integral del alumno.
- Personal docente calificado y con valores.
- Reconocido por sus 40 años de experiencia.



Oportunidades

- Ubicación estratégica en 7a avenida zona 9.
- Calidad educativa ante sus competidores.
- Buena imagen institucional.

Debilidades

- Página web obsoleta.
- Ausencia de estrategias de marketing.
- Instalaciones poco adecuadas.



Amenazas

- Cuatro centros educativos bilingües cercanos.
- Economía nacional
- No hay viviendas cercanas a las instalaciones educativas.

Anexo B

Tabla de Niveles Socioeconómicos Multivex

CARACTERÍSTICAS	NIVEL A	NIVEL B	NIVEL C1	NIVEL C2	NIVEL C3	NIVEL D1	NIVEL D2	NIVEL E
Ingresos	+ de Q100,000.00	Q61,200.00	Q25,600.00	Q17,500.00	Q11,900.00	Q7,200.00	Q3,400.00	- de Q1,00.00
Educación padres	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura,	Superior, Licenciatura,	Licenciatura	Media completa	Primaria completa	Sin estudios
Educación hijos	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 privadas o estatal	Hijos menores escuelas, mayores en U estatal	Hijos en escuela	Hijos en escuela	Sin estudios
Desempeño	Propietario, Director Profesional exitoso	Empresario, Ejecutivos de alto nivel, Profesional, Comerciantes	Ejecutivo medio, comerciante, vendedor	Ejecutivo, comerciante, vendedor, dependiente	Comerciante, vendedor, dependiente	Obrero, dependiente	Obrero, dependiente	Dependiente o sujeto de caridad
Vivienda	Casa/departamento de lujo, en propiedad, 5-6 recámaras, 4 a 6 baños, 3-4 salas, pantry, alacena, estudios area de servicio separada, garage para 5-6 vehículos	Casa/departamento de lujo, en propiedad, financiado, 3-4 recámaras, 2-3 baños, 2 salas, pantry, alacena, 1 estudio area de servicio separada, garage para 2-4 vehículos	Casa/departamento, rentado o financiado, 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio area de servicio, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentado o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentado o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala,	Casa/departamento, rentado o financiado, 1-2 recámaras, 1 baños, sala	Casa/cuarto rentado, 1-2 recámaras, 1 baños, sala-comedor	Casa improvisada o sin hogar
Otras propiedades	Finca, casas de descanso en lagos, mar, Antigua, con comodidades	Sitios/terrenos condominios cerca de costas	Sitios/terrenos interior por herencias					
Personal de servicio	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			
Servicios 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 salud	1 cta Q monetarios y ahorro, 1 TC local	1 cta Q ahorro, TC local	cta Q ahorro		
Posesiones	Autos del año, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, Lancha, moto acuatica, moto, helicoptero-avion-avioneta	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		

Anexo B

Tabla de Niveles Socioeconómicos Multivex

CARACTERÍSTICAS	NIVEL A	NIVEL B	NIVEL C1	NIVEL C2	NIVEL C3	NIVEL D1	NIVEL D2	NIVEL E
Bienes de comodidad	3 tel mínimo, cel cada miembro de la familia, Tv satelital, Internet de alta velocidad, 2 o + equipos de audio, 3-5 TV, maquinas de lavar y secar platos, ropa, computadoras/miembro, seguridad domiciliar, todos los electrodomesticos. Todos los servicios de Internet.	2 tel mínimo, cel cada miembro de la familia, TV satelital, internet de alta velocidad, 2 equipos de audio, 3 TV, maquinas de lavar y secar platos ropa, computadora, internet porton eléctrico y todos los electrodomesticos. Todos los servicios de Internet.	1 teléfono, 1-2 celulares, cable, internet, equipo de audio, más de 2 TV, maquina de lavar ropa, computadora/miembroelectrodomésticos básicos.	1 teléfono fijo, mínimo, 1-2 cel, cable, radio, 2 TV, electrodomésticos básicos	1 teléfono fijo, celular cada miembro mayor, cable, equipo de audio, TV, electrodomésticos básicos	1 cel, cable, radio, TV, electrodomésticos básicos	1 cel, radio, TV, estufa	Radio, cocina de leña.
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,	Cine eventual, CC, parques, estadio	CC, parques, estadio	Parques	

Anexo C

Tabla de requisitos

Tabla de requisitos			
Elemento gráfico	Propósito	Técnica	Emoción
Retícula	Marcar orden a los elementos que se utilizará el material visual.	Ilustrador, líneas guía.	Tranquilidad
Tipografía	Lograr legibilidad y un orden textual en los elementos visuales establecidas.	Utilizar tipografías modernas, pero en la línea de la identidad corporativa.	Estética
Color	Crear armonía entre los valores de la empresa y la información captada por el cliente.	Ilustrador, colores fríos y cálidos.	Armonía
Diagramación	Conseguir que la comunicación visual y la distribuir de la composición de la página web sea accesible para el cliente.	División según temas para mantener un orden lógico y la accesibilidad.	Organización
Fotografía	Atraer al visitante con fotografías de calidad.	Utilizar distintos planos de situaciones en jpg.	Calidad
Medidas del formato	Alinear todo el formato para diseño web.	Tamaños estándar para sitios web y móvil.	Armonía
Elementos gráficos	Diseño fresco e innovador.	Iconos vectoriales para variar el aspecto.	Innovación

Anexo D

Instrumento de validación

<p>Universidad Galileo Facultad de Ciencias de la Comunicación FACOM Licenciatura en Comunicación y Diseño Proyecto de Tesis</p>		
<p>Encuesta de validación de proyecto Diseño de sitio web para dar a conocer a padres de familia y tutores de estudiantes entre 3 a 18 años los servicios educativos que ofrece el Colegio Gibbs. Guatemala, Guatemala. 2020</p>		
<p>Género: Femenino <input type="checkbox"/> Masculino <input type="checkbox"/> Edad: <input type="text"/></p> <p>Nombre: <input type="text"/></p> <p>Profesión: <input type="text"/> Puesto: <input type="text"/></p> <p>Años de experiencia en el mercado: <input type="text"/></p> <p>Perfil: Experto <input type="checkbox"/> Cliente <input type="checkbox"/> Grupo objetivo <input type="checkbox"/></p>		
Antecedentes	<p>Colegio Gibbs es un establecimiento educativo mixto. Abrió sus puertas en 1971 a señoritas con el programa Assistant Manager, desde sus inicios han contado con gran prestigio por su excelencia académica, eficiencia, buena presentación y fino trato.</p> <p>En un acercamiento con Colegio Gibbs se identificó que se carece de un sitio web actualizado para dar a conocer padres de familia y tutores de estudiantes entre 3 a 18 años, los servicios educativos que ofrece</p>	
Instrucciones	<p>En base con la información anterior, observe las piezas gráficas y según su criterio profesional rellene el cuadro más adecuado en las preguntas de validación.</p>	
PARTE OBJETIVA		
<p>1. ¿Considera necesaria la elaboración de un sitio web para dar a conocer a padres de familia y tutores de estudiantes entre 3 a 18 años los servicios educativos que ofrece el colegio Gibbs? a.) Sí <input type="checkbox"/> b.) No <input type="checkbox"/></p> <p>2. ¿Cree usted importante recopilar información acerca de la institución educativa y todos los programas que imparte para obtener los datos necesarios para el desarrollo de este proyecto y aplicar la personalidad de la marca correctamente en el sitio web? a.) Sí <input type="checkbox"/> b.) No <input type="checkbox"/></p> <p>3. ¿En su criterio usted estima que se debe investigar las ciencias, teorías, artes y tendencias en el diseño y la comunicación de sitios web según fuentes bibliográficas para desarrollar el proyecto profesionalmente? a.) Sí <input type="checkbox"/> b.) No <input type="checkbox"/></p> <p>4. ¿Cree necesario diagramar el contenido del sitio web para que en la interfaz se establezca la jerarquía de los elementos gráficos y facilite a los usuarios la accesibilidad a la información? a.) Sí <input type="checkbox"/> b.) No <input type="checkbox"/></p> <p>5. ¿Considera preciso que fotografíar los servicios, actividades educativas, diferentes áreas académicas y materias de los programas para que los interesados los visualicen y decidan inscribir a sus hijos? a.) Sí <input type="checkbox"/> b.) No <input type="checkbox"/></p>		

Anexo D

Instrumento de validación

ASPECTOS SEMIOLÓGICOS

6. Considera que los colores del sitio web son:
a. Muy adecuados b. Adecuados c. Poco adecuados d. Nada adecuados
7. Considera que el diseño del sitio web para el colegio Gibbs es:
a. Muy apropiado b. Apropiado c. Poco apropiado d. Nada apropiado
8. Considera que las fotografías utilizadas en el material visual connotan los valores y la calidad educativa de la institución:
a. Muy Satisfecho b. Satisfecho c. Moderadamente satisfecho d. Insatisfecho
9. Considera que la tipografía utilizada en la página web es legible:
a. Muy adecuados b. Adecuados c. Poco adecuados d. Nada adecuados

ASPECTOS OPERATIVOS

10. ¿Considera que la navegación del sitio web es amigable?
a.) Sí b.) No
11. ¿Considera que el contenido del sitio web del colegio Gibbs incluye la información necesaria para los visitantes?
a.) Sí b.) No
12. ¿La identidad corporativa de la institución es visible en la página web?
a.) Sí b.) No
13. ¿Considera que la estructura del sitio web es dinámica?
a.) Sí b.) No

OBSERVACIONES

Gracias por contribuir al proyecto de tesis "Diseño de sitio web para dar a conocer a padres de familia y tutores de estudiantes entre 3 a 18 años los servicios educativos que ofrece el Colegio Gibbs. Guatemala, Guatemala. 2020". Sus comentarios serán tomados en cuenta para la realización de cambios en dicho proyecto.

Anexo F

Fotografías de encuestados.

Grupo de expertos

MSc. Rolando Barahona Cifuentes



Universidad Galileo
Facultad de Ciencias de la Comunicación FACOM
Licenciatura en Comunicación y Diseño
Proyecto de Tesis

Encuesta de validación de proyecto
Diseño de sitio web para dar a conocer a padres de familia y tutores de estudiantes entre 3 a 18 años los servicios educativos que ofrece el Colegio Gibbs, Guatemala, Guatemala, 2020

Género: Femenino Masculino Edad: 50

Nombre: Rolando Barahona
Profesión: Licenciado en Diseño Gráfico Puesto: Gerente General

Años de experiencia en el mercado: 25 años

Perfil: Experto Cliente Grupo objetivo

Antecedentes
Colegio Gibbs es un establecimiento educativo mixto. Abrió sus puertas en 1971 a señaritas con el programa Assistant Manager, desde sus inicios ven connotado con gran prestigio por su excelencia académica, eficiente, buena presentación y fino trato.
En un acercamiento con Colegio Gibbs se identifica que se creó de un sitio web actualizado para dar a conocer padres de familia y tutores de estudiantes entre 3 a 18 años, los servicios educativos que ofrece

Instrucciones
En base con la información anterior, observe las piezas gráficas y según su criterio profesional rellene el cuadro más adecuado en los preguntas de validación.

PARTE OBJETIVA

- ¿Considera necesaria la elaboración de un sitio web para dar a conocer a padres de familia y tutores de estudiantes entre 3 a 18 años los servicios educativos que ofrece el colegio Gibbs?
a.) Si b.) No
- ¿Cree usted importante recibir información acerca de la institución educativa y todos los programas que imparte para obtener los datos necesarios para el desarrollo de este proyecto y aplicar la personalidad de la marca correctamente en el sitio web?
a.) Si b.) No
- ¿En su criterio usted estima que se debe investigar las ciencias, teorías, artes y tendencias en el diseño y la comunicación de sitios web según fuentes bibliográficas para desarrollar el proyecto profesionalmente?
a.) Si b.) No
- ¿Cree necesario diagramar el contenido del sitio web para que en la interfaz se establezca la jerarquía de los elementos gráficos y facilite a los usuarios la accesibilidad a la información?
a.) Si b.) No
- ¿Considera preciso fotografíar los servicios, actividades educativas, diferentes áreas académicas y materias de los programas para que los interesados los visualicen y decidan inscribir a sus hijos?
a.) Si b.) No

ASPECTOS SEMIOLÓGICOS

- ¿Considera que los colores del sitio web son:
a. Muy adecuados b. Adecuados c. Poco adecuados d. Nada adecuados
- ¿Considera que el diseño del sitio web para el colegio Gibbs es:
a. Muy apropiado b. Apropiado c. Poco apropiado d. Nada apropiado
- ¿Considera que las fotografías utilizadas en el material visual connotan los valores y la calidad educativa de la institución?
a. Muy Satisfecho b. Satisfecho c. Moderadamente satisfecho d. Insatisfecho
- ¿Considera que la tipografía utilizada en la página web es legible:
a. Muy adecuados b. Adecuados c. Poco adecuados d. Nada adecuados

ASPECTOS OPERATIVOS

- ¿Considera que la navegación del sitio web es amigable?
a.) Si b.) No
- ¿Considera que el contenido del sitio web del colegio Gibbs incluye la información necesaria para los visitantes?
a.) Si b.) No *
- ¿La identidad corporativa de la institución es visible en la página web?
a.) Si b.) No
- ¿Considera que la estructura del sitio web es dinámica?
a.) Si b.) No

OBSERVACIONES

Botón Twitter
Botón Email
Redacción "Colegio Gibbs"
Ícono
Botones que funcionan

- Redacción Pagina English
- Seleccionar íconos
* La información me debe dar más detalles.

Gracias por contribuir al proyecto de tesis "Diseño de sitio web para dar a conocer a padres de familia y tutores de estudiantes entre 3 a 18 años los servicios educativos que ofrece el Colegio Gibbs, Guatemala, Guatemala, 2020". Sus comentarios serán tomados en cuenta para la realización de cambios en dicho proyecto.

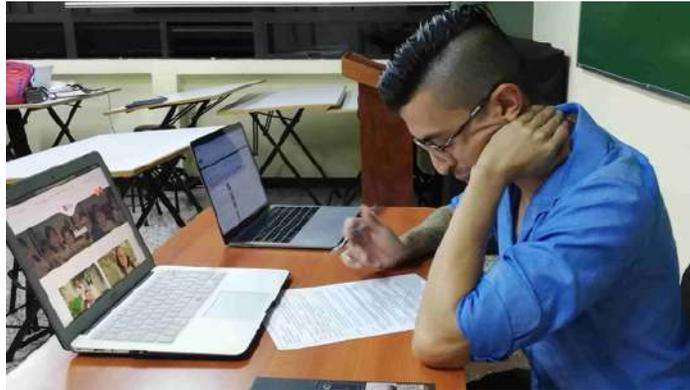
R. Barahona
19/9/2019
18:41

Anexo F

Fotografías de encuestados.

Grupo de expertos

Lic. Carlos Antonio Jimenez Ramírez



Universidad Galileo
Facultad de Ciencias de la Comunicación FACOM
Licenciatura en Comunicación y Diseño
Proyecto de Tesis

Encuesta de validación de proyecto
Diseño de sitio web para dar a conocer a padres de familia y tutores de estudiantes entre 3 a 18 años los servicios educativos que ofrece el Colegio Gibbs, Guatemala, Guatemala. 2020

Nombre: Carlos A. Jiménez
Profesión: Diseñador Gráfico
Años de experiencia en el mercado: 17
Perfil: Experto Cliente Grupo objetivo

Antecedentes: Colegio Gibbs es un establecimiento educativo mixto. Abrió sus puertas en 1971 a señalitos con el programa Assistant Manager, desde sus inicios han contado con gran prestigio por su excelencia académica, eficiencia, buena presentación y fino trato.
En un acercamiento con Colegio Gibbs se identificó que se cuenta de un sitio web actualizado para dar a conocer padres de familia y tutores de estudiantes entre 3 a 18 años, los servicios educativos que ofrece

Instrucciones: En base con la información anterior, observe las piezas gráficas y según su criterio profesional rellena el cuadro más adecuado en los preguentes de validación.

PARTE OBJETIVA

1. ¿Considera necesaria la elaboración de un sitio web para dar a conocer a padres de familia y tutores de estudiantes entre 3 a 18 años los servicios educativos que ofrece el colegio Gibbs?
a.) Sí b.) No
2. ¿Cree usted importante recopilar información acerca de la institución educativa y todos los programas que imparte para obtener los datos necesarios para el desarrollo de este proyecto y aplicar la personalidad de la marca correctamente en el sitio web?
a.) Sí b.) No
3. ¿En su criterio usted estima que se debe investigar las ciencias, teorías, artes y tendencias en el diseño y la comunicación de sitios web según fuentes bibliográficas para desarrollar el proyecto profesionalmente?
a.) Sí b.) No
4. ¿Cree necesario diagramar el contenido del sitio web para que en la interfaz se establezca la jerarquía de los elementos gráficos y facilite a los usuarios la accesibilidad a la información?
a.) Sí b.) No
5. ¿Considera preciso que fotografíe los servicios, actividades educativas, diferentes áreas académicas y materias de los programas para que los interesados los visualicen y decidan inscribir a sus hijos?
a.) Sí b.) No

ASPECTOS SEMIOLÓGICOS

4. Considera que los colores del sitio web son:
a. Muy adecuados b. Adecuados c. Poco adecuados d. Nada adecuados
7. Considera que el diseño del sitio web para el colegio Gibbs es:
a. Muy apropiado b. Apropiado c. Poco apropiado d. Nada apropiado
8. Considera que las fotografías utilizadas en el material visual comunican los valores y la calidad educativa de la institución:
a. Muy Satisfecho b. Satisfecho c. Moderadamente satisfecho d. Insatisfecho
9. Considera que la tipografía utilizada en la página web es legible:
a. Muy adecuados b. Adecuados c. Poco adecuados d. Nada adecuados

ASPECTOS OPERATIVOS

10. ¿Considera que la navegación del sitio web es amigable?
a.) Sí b.) No
11. ¿Considera que el contenido del sitio web del colegio Gibbs incluye la información necesaria para los visitantes?
a.) Sí b.) No
12. ¿La identidad corporativa de la institución es visible en la página web?
a.) Sí b.) No
13. ¿Considera que la estructura del sitio web es dinámica?
a.) Sí b.) No

OBSERVACIONES

Gracias por contribuir al proyecto de tesis "Diseño de sitio web para dar a conocer a padres de familia y tutores de estudiantes entre 3 a 18 años los servicios educativos que ofrece el Colegio Gibbs, Guatemala, Guatemala. 2020". Sus comentarios serán tomados en cuenta para la realización de cambios en dicho proyecto.

Anexo F

Fotografías de encuestados.

Grupo de expertos

Lic. Guillermo García



Universidad Galileo
Facultad de Ciencias de la Comunicación FACOM
Licenciatura en Comunicación y Diseño
Proyecto de Tesis

Encuesta de validación de proyecto
Diseño de sitio web para dar a conocer a padres de familia y tutores de estudiantes entre 3 a 18 años los servicios educativos que ofrece el Colegio Gibbs, Guatemala, Guatemala, 2020

Nombre: Guillermo García Torres
Edad: 46
Profesión: Investigador
Años de experiencia en el mercado: 15
Perfil: Experto Cliente Grupo objetivo

Antecedentes
Colegio Gibbs es un establecimiento educativo mixto. Abrió sus puertas en 1971 a señorías con el programa Assistant Manager, desde sus inicios han contado con gran prestigio por su excelencia académica, obediencia, buena presentación y fina trato.
En un acercamiento con Colegio Gibbs se identificó que se carece de un sitio web actualizado para dar a conocer padres de familia y tutores de estudiantes entre 3 a 18 años, los servicios educativos que ofrece

Instrucciones
En base con la información anterior, observe las piezas gráficas y según su criterio profesional rellene el cuadro más adecuado en los pequeños de validación.

PARTE OBJETIVA

- ¿Considera necesario la elaboración de un sitio web para dar a conocer a padres de familia y tutores de estudiantes entre 3 a 18 años los servicios educativos que ofrece el colegio Gibbs?
a.) Si b.) No
- ¿Cree usted importante recopilar información acerca de la institución educativa y todos los programas que imparte para obtener los datos necesarios para el desarrollo de este proyecto y aplicar la personalidad de la marca correctamente en el sitio web?
a.) Si b.) No
- ¿En su criterio usted estima que se debe investigar las ciencias, teorías, artes y tendencias en el diseño y la comunicación de sitios web según fuentes bibliográficas para desarrollar el proyecto profesionalmente?
a.) Si b.) No
- ¿Cree necesario diagramar el contenido del sitio web para que en la interfaz se establezca la jerarquía de los elementos gráficos y facilite a los usuarios la accesibilidad a la información?
a.) Si b.) No
- ¿Considera preciso que fotografíe los servicios, actividades educativas, diferentes áreas académicas y materias de los programas para que los interesados los visualicen y decidan escribir a sus hijos?
a.) Si b.) No

ASPECTOS SEMIOLÓGICOS

6. Considera que los colores del sitio web son:
a. Muy adecuados b. Adecuados c. Poco adecuados d. Nada adecuados
7. Considera que el diseño del sitio web para el colegio Gibbs es:
a. Muy apropiado b. Apropiado c. Poco apropiado d. Nada apropiado
8. Considera que las fotografías utilizadas en el material visual comotan los valores y la calidad educativa de la institución:
a. Muy Satisfecho b. Satisfecho c. Moderadamente satisfecho d. Insatisfecho
9. Considera que la tipografía utilizada en la página web es legible:
a. Muy adecuados b. Adecuados c. Poco adecuados d. Nada adecuados

ASPECTOS OPERATIVOS

10. ¿Considera que la navegación del sitio web es amigable?
a.) Si b.) No
11. ¿Considera que el contenido del sitio web del colegio Gibbs incluye la información necesaria para los visitantes?
a.) Si b.) No
12. ¿La identidad corporativa de la institución es visible en la página web?
a.) Si b.) No
13. ¿Considera que la estructura del sitio web es dinámica?
a.) Si b.) No

OBSERVACIONES

Correglar el idioma

Gracias por contribuir al proyecto de tesis "Diseño de sitio web para dar a conocer a padres de familia y tutores de estudiantes entre 3 a 18 años los servicios educativos que ofrece el Colegio Gibbs, Guatemala, Guatemala, 2020". Sus comentarios serán tomados en cuenta para la realización de cambios en dicho proyecto.

Anexo F

Fotografías de encuestados.

Grupo de expertos

Lcda. Lourdes Donis



Universidad Cuello
Facultad de Ciencias de la Comunicación FALCOM
Licenciatura en Comunicación y Diseño
Proyecto de Tesis

Encuesta de validación de proyecto
Diseño de sitio web para dar a conocer a padres de familia y tutores de estudiantes entre 3 a 18 años los servicios educativos que ofrece el Colegio Gibbs, Guatemala, 2020

Género: Femenino Masculino Edad:

Nombre:

Profesión: Puesto:

Años de experiencia en el mercado:

Perfil: Experto Cliente Grupo objetivo

Antecedentes
Colegio Gibbs es un establecimiento educativo mixto. Abrió sus puertas en 1971 a señeritas con el programa Assistant Manager, desde sus inicios han contado con gran prestigio por su excelencia académica, eficiencia, buena presentación y fino trato.
Es un establecimiento con Colegio Gibbs se identifica que se cercore de un sitio web actualizado para dar a conocer padres de familia y tutores de estudiantes entre 3 a 18 años, los servicios educativos que ofrece con

Instrucciones
No lea con la información anterior, observe las piezas gráficas y según su criterio profesional rellene el cuadro más adecuado en las preguntas de validación.

PARTE OBJETIVA

- ¿Considera necesaria la elaboración de un sitio web para dar a conocer a padres de familia y tutores de estudiantes entre 3 a 18 años los servicios educativos que ofrece el colegio Gibbs?
a.) Si b.) No
- ¿Cree es importante recopilar información acerca de la institución educativa y todos los programas que imparte para obtener los datos necesarios para el desarrollo de este proyecto y aplicar la personalidad de la marca correctamente en el sitio web?
a.) Si b.) No
- ¿En su criterio usted estima que se debe investigar las ciencias, teorías, artes y tendencias en el diseño y la comunicación de sitios web según fuentes bibliográficas para desarrollar el proyecto profesionalmente?
a.) Si b.) No
- ¿Cree se necesita diagramar el contenido del sitio web para que en la interfaz se establezca la jerarquía de los elementos gráficos y facilite a los usuarios la accesibilidad a la información?
a.) Si b.) No
- ¿Considera preciso que fotografíar los servicios, actividades educativas, diferentes áreas académicas y materias de los programas para que los interesados los visualicen y decidan inscribir a sus hijos?
a.) Si b.) No

ASPECTOS SEMIOLÓGICOS

6. Considera que los colores del sitio web son:
a. Muy adornados b. Adecuados c. Poco adecuados d. Nada adecuados
7. Considera que el diseño del sitio web para el colegio Gibbs es:
a. Muy apropiado b. Apropiado c. Poco apropiado d. Nada apropiado
8. Considera que las fotografías utilizadas en el material visual comentan los valores y la calidad educativa de la institución:
a. Muy Satisfecho b. Satisfecho c. Moderadamente satisfecho d. Insatisfecho
9. Considera que la tipografía utilizada en la página web es legible:
a. Muy adecuados b. Adecuados c. Poco adecuados d. Nada adecuados

ASPECTOS OPERATIVOS

10. ¿Considera que la navegación del sitio web es amigable?
a.) Si b.) No
11. ¿Considera que el contenido del sitio web del colegio Gibbs incluye la información necesaria para los visitantes?
a.) Si b.) No
12. ¿La identidad corporativa de la institución es visible en la página web?
a.) Si b.) No
13. ¿Considera que la estructura del sitio web es dinámica?
a.) Si b.) No

OBSERVACIONES

- Botón Inglés/español
- Impersonal
- Dirección 7a. avenida 3-50 zona 9 Ciudad de Gt
@ ~~502~~ (502) 2361 8725
- Logo un poco más grande

Gracias por contribuir al proyecto de tesis "Diseño de sitio web para dar a conocer a padres de familia y tutores de estudiantes entre 3 a 18 años los servicios educativos que ofrece el Colegio Gibbs, Guatemala, Guatemala, 2020". Sus comentarios serán tomados en cuenta para la realización de cambios en dicho proyecto.

Anexo F

Fotografías de encuestados.

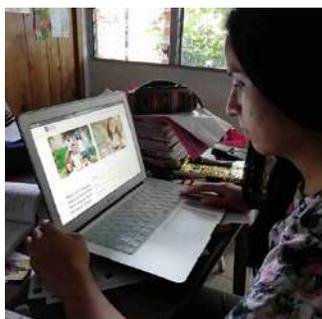
Cliente

Lcda. Evelyn de Egli



Fotografías de encuestados.

Grupo objetivo



Lcda. Eugenia Monroy



Lcda. Claudia González

Anexo F

Fotografías de encuestados.

Grupo objetivo



Lcda. Luz Elena de
Cetino



Lcda. Shirley Ávila



Lcda. Ana Lucía Ruano

Anexo G

Investigación

Páginas web

La Real Academia de la Lengua Española define a una página web como un conjunto de informaciones de un sitio web que se muestran en una pantalla y que puede incluir textos, contenidos audiovisuales y enlaces con otras páginas.

Se conoce como página web al documento que forma parte de un sitio web y que suele contar con enlaces (también conocidos como hipervínculos o links) para facilitar la navegación entre los contenidos.

Las páginas web están desarrolladas con lenguajes de marcado como el HTML, que pueden ser interpretados por los navegadores. De esta forma, las páginas pueden presentar información en distintos formatos (texto, imágenes, sonidos, videos, animaciones), estar asociadas a datos de estilo o contar con aplicaciones interactivas.

Entre las múltiples características que tiene una página web y que sirven para identificarla se encuentran las siguientes: cuenta con información textual y también con material de tipo audiovisual, está dotada de un diseño atractivo, está optimizada y ejerce como la tarjeta de presentación de una empresa, una persona o un profesional concreto.

En los últimos años, dado el avance y presencia que tiene Internet en nuestras vidas, muchas son las empresas que se han puesto en marcha y han creado su página web. Y es que han descubierto que la misma les sirve para darse a conocer al mundo, para conseguir captar nuevos clientes y, por tanto, para mejorar sus resultados económicos.

En este sentido, es importante saber que para poder conseguir que dicho espacio en la Red sea absolutamente efectivo y permita alcanzar los citados objetivos hay que tener en cuenta una serie de criterios fundamentales:

Tiene que tener un diseño atractivo para poder llamar la atención del usuario y conseguir que navegue por ella. En este sentido, ese atractivo se conseguirá ofreciendo información de calidad, así como materiales de diversa índole tales como animaciones, vídeos, imágenes, entre otras.

Es vital que se realice con ella las consabidas tareas de estrategia SEO y de optimización. Sólo de esa manera se logrará que la misma sea visible y conocida.

Tiene que incluir enlaces tanto a distintos apartados de la misma página web como a otros espacios que pueden resultar de gran interés para el usuario.

Debe ser fácilmente navegable. Sólo de esta manera se conseguirá que el internauta vuelva a visitarla.

Es posible distinguir entre las páginas web estáticas (cuyos contenidos son predeterminados) y las páginas web dinámicas (que generan contenidos al momento de solicitar información a un servidor de web a través de lenguajes interpretados como JavaScript).

Un conjunto de páginas web, por lo tanto, forman un sitio web. Las páginas suelen estar reunidas bajo un dominio común para que el sitio en cuestión sea accesible desde una misma dirección en Internet. La inmensa totalidad de páginas que forman los sitios web dan lugar a lo que se conoce como World Wide Web, Web, Red o, simplemente, Internet, que es el universo virtual donde está reunida la información digital del ciberespacio.

Una página web, normalmente, está almacenada en un servidor web para poder acceder a ella desde cualquier sitio usando el protocolo HTTP. También se considera una página web las que estén en un equipo local o servidor como las webs usadas en el Intranet de las empresas.

En conclusión, la diferencia entre página web y sitio web es que una página web es justo eso, una sola página web. Es decir, cada URL independiente. Por su lado un sitio web trata de un conjunto de páginas web agrupadas bajo un mismo dominio de internet.

¿CÓMO SE DESARROLLA UNA PÁGINA WEB?

Paso 1: Definir la idea para el sitio web

Primero lo primero, tienes que decidir sobre qué tratará tu sitio web. Hay muchas ideas de sitios web que vale la pena considerar, y con la ejecución correcta, tienen el potencial de generar muy buen dinero online. Comienza por decidir el propósito principal y la funcionalidad que deseas tener. Algunos de los tipos de sitios web más populares incluyen:

Sitios web de comercio electrónico. Las tiendas online son uno de los tipos de sitios más visitados en la actualidad. Con la popularidad del dropshipping creciendo cada vez más rápido, cualquier persona tiene la oportunidad de iniciar un negocio online en paralelo a su trabajo principal. Puedes vender tanto productos digitales como físicos a grandes audiencias de todo el mundo (lo que no sería tan simple con una tienda física).

Blogs. Muchos webmasters exitosos comenzaron su viaje con una simple consulta en un buscador: cómo crear un blog. Con la posibilidad de abarcar una variedad de temas, los blogs pueden ser tanto un negocio (por ejemplo, afiliados, reseñas, blogs especializados) o una actividad de ocio (viajes, comida, música, libros).

Sitios web educativos. ¿Tienes bastante experiencia en una habilidad particular? ¿Por qué no crear tus propios cursos digitales o un sitio web de membresía? Si eres un gran aficionado a un pasatiempo o una habilidad en particular, crear una página web educativa puede ayudarte a posicionarte como un experto en el nicho.

Sitios web de noticias. En esta era del caos online, hacer una página web de noticias es más fácil que nunca. Las personas buscan información todos los días a través de diversas fuentes. Si te interesa publicar historias innovadoras, crear una página web hará que sea mucho más fácil transmitir tu mensaje.

Comunidades online. La gran cantidad de comunidades online exitosas es un mensaje claro de que lo más importante es comenzar. Dado que la creación de grandes audiencias lleva mucho tiempo, cuanto antes comiences, mejor.

Sitios de portafolio. Mostrar tus habilidades y fortalezas puede mejorar enormemente tu presencia y visibilidad en línea. Además, los portafolios online pueden darte la ventaja en entrevistas de trabajo, concursos y negocios.

Una vez que tengas un objetivo claro en mente, elegir la plataforma de hosting y de creación de sitios web correcta será mucho más fácil.

Paso 2: Registrar un nombre de dominio

Antes de crear un sitio web, tendrás que idear un nombre llamativo. Para obtener un nombre de dominio para tu sitio, debes:

- Pensar en ideas de nombres de sitios web potenciales.
- Encontrar un verificador de dominios.
- Realizar una búsqueda de nombre de dominio.
- Elegir la mejor opción.
- Completar tu pedido y realizar el registro del dominio.
- Añadiendo nombre de dominio al carrito de compras

Encontrar el nombre correcto puede ser una tarea difícil. Se pueden tomar en cuenta las siguientes sugerencias:

- Elige .com. Al ser el TLD más popular, un dominio .com será más fácil de recordar para tus visitantes.
- Busca alternativas similares. Registrar versiones mal escritas y similares a tu nombre de dominio garantizará que todo el tráfico llegue a tu sitio web.
- Intenta que sea breve. Cuanto más fácil y atractivo sea el nombre de tu sitio, mejor. Los nombres de dominio demasiado largos pueden ser difíciles de memorizar.
- Evita los guiones y los números. Elígelos solo si realmente es la única opción, ya que pueden aumentar la posibilidad de que los usuarios escriban mal la dirección.
- Probar verificador de dominios

Paso 3: Adquirir hosting web

El siguiente paso en el viaje de creación de tu página web es elegir un proveedor de hosting adecuado. Si bien existen varios tipos de hosting web, el que necesites depende del tamaño de tu proyecto.

Hosting compartido

Usando hosting compartido para hacer un sitio web. La idea básica de hosting compartido es almacenar múltiples usuarios en un único servidor físico.

El hosting compartido es un tipo de servidor que alberga múltiples usuarios, y es ideal para sitios web pequeños y medianos. Puedes compararlo con el transporte público, como un autobús o un tren.

Todos los sitios web utilizan el mismo conjunto de recursos de un mismo servidor físico. Esta configuración única permite obtener precios asequibles, pero también viene con

limitaciones más estrictas. Principalmente para poder proporcionarle un viaje sin problemas a todos los pasajeros y garantizar que un solo usuario no consuma demasiada potencia.

Cloud hosting

El cloud hosting o alojamiento en la nube busca replicar la simplicidad del hosting compartido a la vez que ofrece toda la potencia de un servidor virtual. El cloud hosting es como un automóvil híbrido: se obtiene potencia y comodidad. Con la ayuda de la tecnología de computación en la nube, esta solución brinda el mayor tiempo de actividad (uptime) disponible al mantener una copia de tu sitio web en varios servidores físicos que trabajan en armonía. En caso de que uno de los servidores falle, los demás en el clúster aseguran que todo funcione correctamente.

Servidor VPS

VPS es el acrónimo de servidor privado virtual, por sus siglas en inglés, y es una alternativa única de alojamiento web que brinda más control y libertad. Sin embargo, requiere de habilidades de administración del servidor y conocer sobre el manejo de la terminal.

Los servidores virtuales son altamente flexibles y personalizables si tienes el conocimiento. En general, un servidor VPS proporciona la mayor personalización entre todas las opciones vistas. Todo estará bajo tu control, desde el sistema operativo hasta el conjunto de soluciones, gracias al acceso raíz.

Paso 4: Elegir una plataforma y construir tu página web

Aquí comienza el verdadero trabajo. El proceso de cómo crear tu página web dependerá en gran medida de la base que elijas. Y la idea que quieras ejecutar también jugará un papel en la decisión final.

Aunque en general, las mejores opciones son:

- *Sistemas de gestión de contenidos*. Ideales para blogs y sitios web que publican muchos artículos/contenido.
- *Scripts de ecommerce*. Es la solución perfecta si quieres tener una tienda virtual, este es el software que hará el trabajo.
- *Constructores de sitios web*. Una forma sencilla de crear una página web sin tener conocimientos de programación. Contienen una interfaz de arrastrar y soltar con muchas funciones de personalización incluidas
- *Sitios web desarrollados por ti*. Si el desarrollo web no te disgusta, crear un sitio programado por ti mismo también es una gran idea. Si bien toma más tiempo y esfuerzo, puedes implementar cualquier característica que sea crucial para tu proyecto.

HTML

HTML no es un lenguaje de programación, HTML es un lenguaje de marcado de hipertexto o “HyperText Markup Language” por el desarrollo de sus iniciales en inglés, básicamente este lenguaje se escribe en su totalidad con elementos, estos elementos están constituidos por etiquetas, contenido y atributos.

HTML es un lenguaje que interpreta el navegador web para mostrar los sitios o aplicaciones web tal y como estamos acostumbrados.

La primera versión de HTML fue publicada por un científico de la computación británico llamado Timothy John Berners-Lee en 1991 y contenía inicialmente pocos elementos. Tim, es conocido como el padre de la web, es fundador de la W3C (World Wide Web Consortium), creador del protocolo HTTP (HyperText Transfer Protocol), creador de la URL (Uniform Resource Locator) y creador del primer navegador web.

En 1995 se publicó el estándar HTML 2.0, el primer estándar oficial de HTML. En 1997 se publicó la versión HTML 3.2 y es la primera especificación HTML publicada por la W3C. En 1999 se publicó la versión HTML 4.1 y en el 2014 se publica la versión definitiva de HTML 5.

HTML es un lenguaje formado por elementos, un elemento se ve como todo el texto, los elementos nos ayudan a estructurar y dar significado a las partes de un documento HTML, estos elementos a su vez están conformados por contenido, etiquetas y atributos. Las etiquetas nos sirven para delimitar el inicio y el fin de un elemento, para indicar el inicio de un párrafo, y la etiqueta de cierre para indicar el fin de un párrafo.

El contenido de un elemento pueden ser caracteres, comentarios u otro elemento delimitado dentro de las etiquetas de inicio y de cierre. Sobre los atributos de un elemento debes saber que siempre se expresan en la etiqueta de inicio y tienen un nombre (Ej. id) y un valor (Ej. párrafo). No todos los elementos poseen etiquetas de cierre.

Diseño responsivo

El diseño responsivo nace a partir del diseño fluido, pero introduce una variante muy útil. Ya te había dicho que, con el diseño fluido, la página se veía igual en todos los dispositivos y que muchos elementos podrían no ser accesibles.

Seguramente navegaste en tu móvil por páginas fluidas, y necesitabas hacer zoom para poder clicar el menú u otro elemento, con el diseño responsivo se elimina ese problema.

La idea del responsivo es la misma que del diseño fluido, es decir, es porcentual y se adapta según la pantalla, solo que con éste, puedes cambiar cómo se ven los elementos según un rango de tamaño de pantalla en particular. En este caso si es común ver variaciones de disposición y apariencia.

Tendencias de Diseño Gráfico 2019

Explosión de colores vivos

Amarillos eléctricos, corales brillantes, azules vivos... Lo pop llega a 2019 con toda la fuerza del mundo, sustituyendo las paletas de colores discretos de temporadas pasadas. Si el año pasado imperaban los colores audaces, este año el color gana en viveza, incluyendo tonos más claros pero intensos y llamativos. Un ejemplo claro lo tenemos en Apple, que hace unas semanas incluía este tipo de colores en sus diseños.



Fuertes puntos focales tipográficos

Quizás para hablar de otra de las tendencias de diseño gráfico en 2019 podamos hablar de una conocida marca: Adidas. En las últimas temporadas la compañía ha optado por utilizar fuentes en negrita en todo su marketing.

Y es que las tipografías en negrita facilitan la lectura de los textos, especialmente en medios online, además de aportar una imagen de fuerza, audacia, innovación e individualidad. Este año serán las protagonistas indiscutibles, el punto focal principal en gráficos y creaciones, solas o en combinación con otros elementos compositivos.



Influencia futurista

Las influencias futuristas serán la corriente principal de diseño en 2019. ¿Os acordáis de aquellas pelis ochenteras que hablaban de los 2000 como el futuro? Pues ha llegado hora de que el diseño refleje esa estética futurista que, según el cine de antaño, estamos viviendo ahora. ¿Cómo? A través de texturas, patrones y colores futuristas.



De hecho, que este año se lleven los colores vivos y eléctricos no es una simple casualidad, ¿no crees?

¿Algunos trucos? Fondos o patrones abstractos, degradados de color, elementos holográficos o reflectantes.



Esquemas de color claro y oscuro

Algunas compañías tecnológicas como Apple o Facebook ya lo están utilizando en sus aplicaciones. Nos referimos a la combinación o versiones de colores claro y oscuro en un mismo diseño, lo que le aporta una gran flexibilidad al trabajo final.

Degradados complejos y duotonos

Nada como un degradado para dar esa sensación de profundidad a los diseños. Esto es muy notable en los dispositivos móviles.



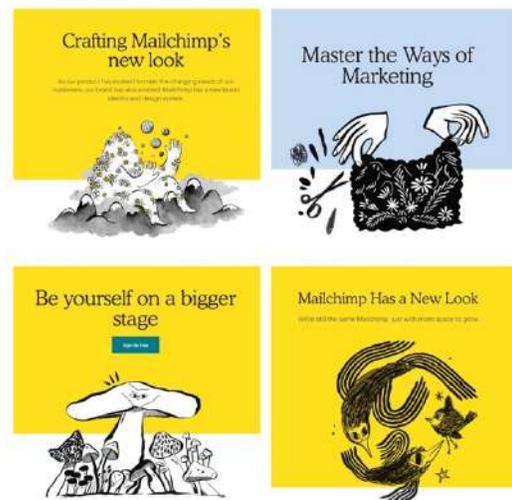
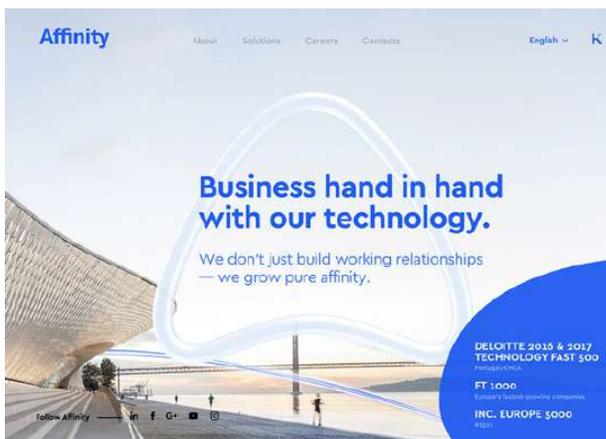
Minimalismo colorido

Mucha gente lo ha confundido con el uso específico del blanco y el negro, o paletas de colores neutros, pero el minimalismo consiste en reducir el diseño a los componentes necesarios.



Ilustraciones dinámicas y detalladas, hechas a mano

Las ilustraciones personalizadas o dibujadas a mano son la mejor forma de destacar por la autenticidad (y evitar innecesarios plagios). El año pasado ya habían marcado tendencia. Pero si en 2018 hablábamos de ilustraciones simples, en 2019 lo haremos con dibujos dinámicos, más completos y complejos.



Fotografía auténtica y genuina

Los creativos y directores de arte se han ido orientando más hacia la fotografía de autor, auténtica y genuina, que contrasta con las típicas imágenes que podemos encontrar en cualquier banco gráfico. Las fotografías que se llevarán en 2019 deben parecer como tomadas con la cámara o el teléfono personal de alguien, no por profesionales.



Tendencias de Tipografía 2019

Fuentes escalables

Gracias al lanzamiento de OpenType 1.8, se han aparecido nuevas oportunidades. Imagina que una sola fuente puede tener varios aspectos. Bueno, con la Variable, todo es posible. Te permite ajustar el tamaño de letra de acuerdo con tus necesidades. Personaliza el eje de ancho o el eje de peso, acorta los descensos. Además, evita que el tamaño del archivo aumente. Así que, prueba las fuentes escalables, si quieres estimar su verdadera flexibilidad.

Texto escrito a mano

Los tipos de letra manuscritos te permiten crear layouts realmente elegantes. No es sorprendente que la caligrafía de moda complementa perfectamente las publicaciones de Instagram, los sitios web, los blogs personales o incluso los materiales impresos. Con los elementos dibujados a mano puedes hacer que los usuarios tengan diferentes sentimientos. Por ejemplo, para un blog de belleza, puedes utilizar una fuente tierna y rizada que cree un ambiente cálido y acogedor.

Acuarelas. El diseño de acuarela es una herramienta bastante creativa para todos aquellos que quieren destacarse entre la multitud. La tipografía



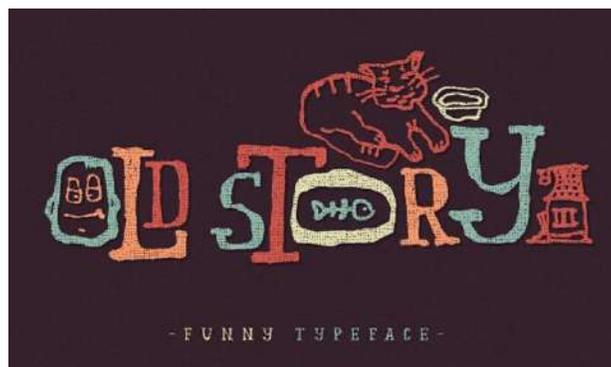
hermosa, como la siguiente, se asocia con la comodidad y aumenta la confiabilidad. Es una excelente opción para publicaciones de Instagram, un logotipo o incluso un sitio web. Por otra parte, la caligrafía de acuarela sería una opción perfecta para varias tarjetas de felicitación. Añade un toque personal a tus diseños utilizando esta solución moderna.

Negrita y llamativa

Las letras en negrita son una gran opción para resaltar los elementos de texto necesarios. Si quieres transmitir un mensaje claro y poderoso, hazlo más grande. El texto en negrita siempre llama la atención. Pero no te olvides del equilibrio. Es imprescindible dejar suficiente espacio en blanco alrededor de dichos bloques de contenido de gran tamaño.

Tipos de letra personalizados

La tipografía personalizada te proporciona la flexibilidad increíble. Ciertamente, crear una fuente de este tipo requiere mucho tiempo y dinero.



Pero el resultado vale la pena. Al utilizar un tipo de letra personalizado, puedes destacar la

personalidad de tu marca. Si deseas resaltar algunas características específicas de tu negocio o nicho, puedes incorporar todas estas ideas en el tipo de letra.

Geometría potente

La siguiente tendencia ha permanecido actual durante los últimos años. Una fuente geométrica es una gran opción no solo para sitios web o publicaciones de Instagram.

También sería adecuada para portadas de álbumes y carteles de películas. Las formas geométricas de letras nos acuerdan a la vez de los alfabetos rúnicos y los diseños futuristas.



Fuentes mixtas "dos en una"



Usar una sola fuente en tu sitio web es normal. Lo suelen hacer todos aquellos que aman diseños minimalistas. Pero si eres una persona creativa, este enfoque puede parecer un poco aburrido, por

lo que te sugerimos que rompas las reglas y mezcles diferentes fuentes. La combinación de varios tipos de letra es una poderosa herramienta de llamar la atención.

Imagen sobre texto

La tendencia de poner imágenes sobre textos es popular entre los diseñadores gráficos, fotógrafos y empresas de diseño web. Este efecto visual se crea mediante la adición de una exposición doble. El enfoque novedoso como este te permite mostrar una imagen directamente en tu texto. Con la ayuda de esta tendencia puedes hacer que tu contenido sea más memorable. Puede convertirse en una de esas fuentes que tienen un papel importante en cuanto a la percepción general del proyecto.

Tendencias de Material BTL para el 2019

Gigantismo:



La época de las tipografías de 12 puntos y textos imposibles de leer salvo que estuvieses operado de la vista han acabado. Titulares gigantes encima de las fotos, siendo los auténticos protagonistas.

Personalidad propia: Todo el mundo tiene acceso a imágenes de archivo, a los unsplash de turno. Y por eso, cada vez es más necesario tener una personalidad visual propia. Ilustraciones que transmitan tu marca de forma única.



Animaciones: Está claro que hoy, más que nunca, necesitamos captar la atención de nuestra audiencia.

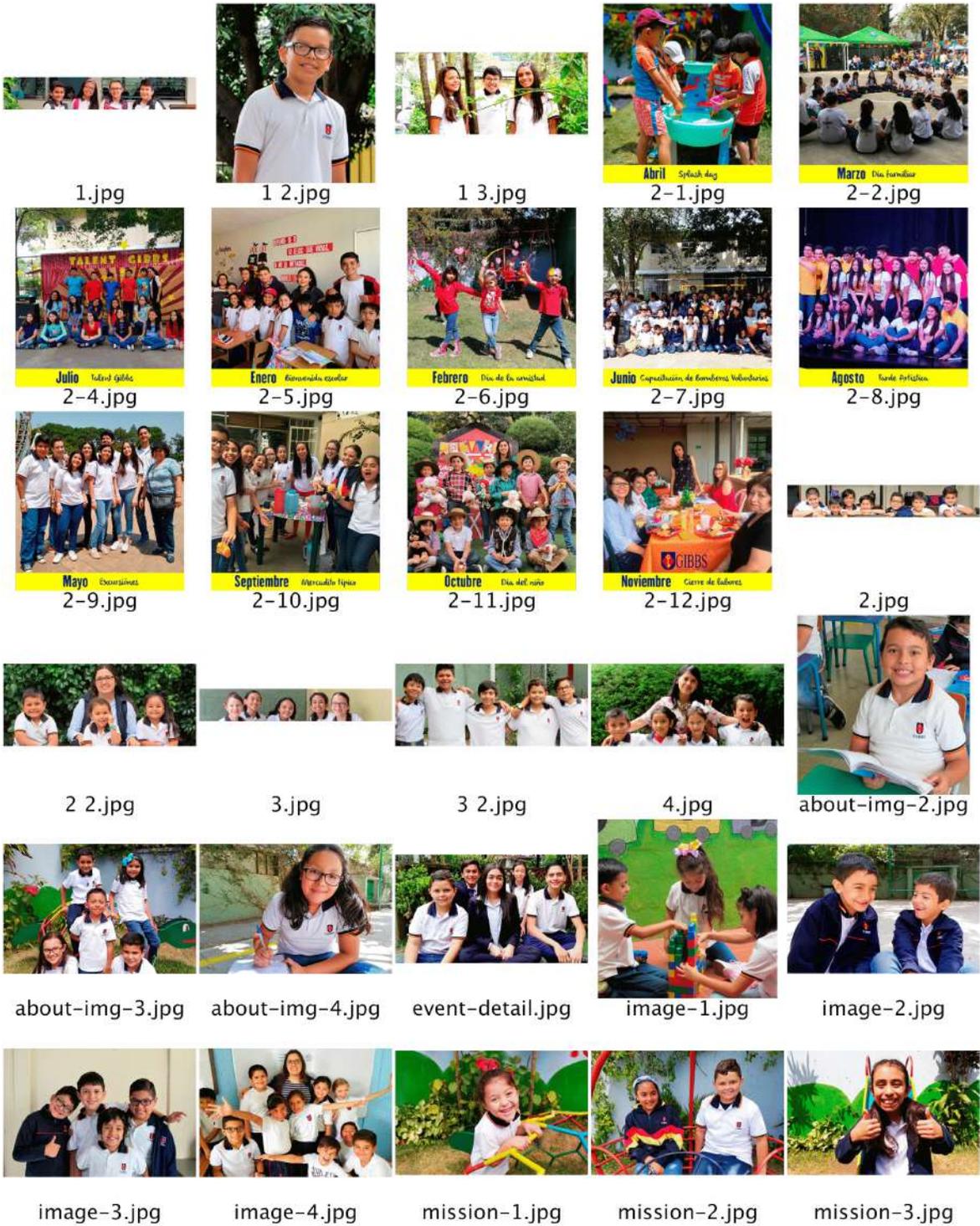
Por ello, animar fondos, formas, imágenes, etc. es casi un must si queremos estar a la altura de las

expectativas.

Explosión de color: Atrás han quedado los tonos apagados. Es la época del destape y estamos viviendo un auténtico renacimiento de la creatividad en cuanto a colores, formas y animaciones se refiere.

Anexo H

Hoja de contacto #1



Anexo H

Hoja de contacto #2



program-1.jpg



program-2.jpg



program-3.jpg



program-4.jpg



program-5.jpg



program-6.jpg



team-1.jpg



team-2.jpg



team-3.jpg



team-4.jpg



up-event-1.jpg



up-event-2.jpg



up-event-3.jpg



up-event-4.jpg