



## **FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

Diseño de sitio web para informar acerca de los productos y servicios multimedia que brinda MediaLab a los responsables de las entidades educativas de Universidad Galileo. Guatemala,

Guatemala. 2019

## **PROYECTO DE GRADUACIÓN**

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

### **ELABORADO POR**

Josué David Sapón Ríos

15001195

Nueva Guatemala de la Asunción, enero de 2019

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

Diseño de sitio web para informar acerca de los productos y servicios multimedia que brinda MediaLab a los responsables de las entidades educativas de Universidad Galileo. Guatemala, Guatemala. 2019

**PROYECTO DE GRADUACIÓN**

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

**ELABORADO POR**

Josué David Sapón Ríos

15001195

Nueva Guatemala de la Asunción, enero de 2019

Guatemala 13 de abril de 2018

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

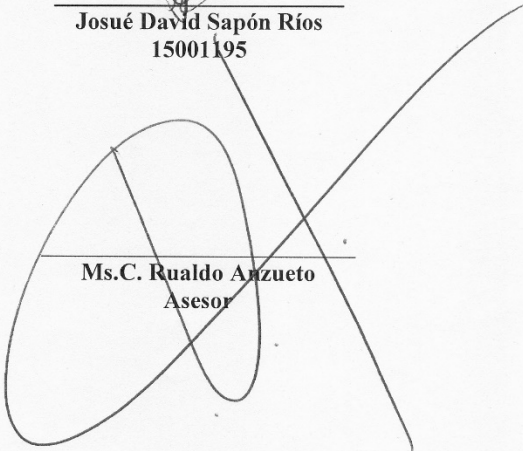
Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado:  
**DISEÑO DE SITIO WEB PARA INFORMAR ACERCA DE LOS PRODUCTOS  
Y SERVICIOS MULTIMEDIA QUE BRINDA MEDIALAB A LOS  
RESPONSABLES DE LAS ENTIDADES EDUCATIVAS DE UNIVERSIDAD  
GALILEO. GUATEMALA, GUATEMALA 2019.** Así mismo solicito que el Ms.C.  
Rualdo Anzueto sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

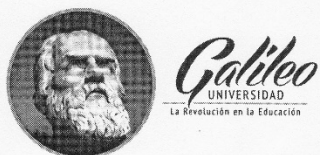
Atentamente,



**Josué David Sapón Ríos**  
15001195



**Ms.C. Rualdo Anzueto**  
Asesor



**FACOM** | Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala 14 de mayo de 2018

**Señor:**  
**Josué David Sapón Ríos**  
**Presente**

Estimado Señor Sapón:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE SITIO WEB PARA INFORMAR ACERCA DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS MULTIMEDIA QUE BRINDA MEDIALAB A LOS RESPONSABLES DE LAS ENTIDADES EDUCATIVAS DE UNIVERSIDAD GALILEO. GUATEMALA, GUATEMALA 2019.** Así mismo, se aprueba al Ms.C. Rualdo Anzueto, como asesor de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

**Lic. Leizer Kachler**  
**Decano**  
**Facultad de Ciencias de la Comunicación**



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación



Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 05 de diciembre de 2018

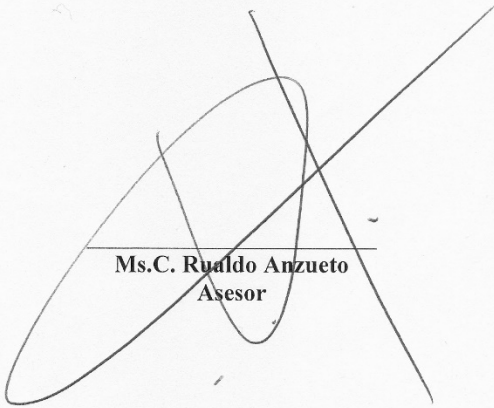
**Lic. Leizer Kachler**  
**Decano**  
**Facultad de Ciencias de la Comunicación**  
**Universidad Galileo**

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE SITIO WEB PARA INFORMAR ACERCA DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS MULTIMEDIA QUE BRINDA MEDIALAB A LOS RESPONSABLES DE LAS ENTIDADES EDUCATIVAS DE UNIVERSIDAD GALILEO. GUATEMALA, GUATEMALA 2019.** Presentado por el estudiante: Josué David Sapón Ríos, con número de carné: 15001195, 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,



Ms.C. Rivaldo Anzueto  
Asesor



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación



Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 22 de febrero de 2019

Señor  
**Josué David Sapón Ríos**  
Presente

Estimado Señor Sapón :

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

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

**Lic. Leizer Kachler**  
Decano  
Facultad de Ciencias de la Comunicación

Ciudad de Guatemala, 21 de marzo de 2019.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

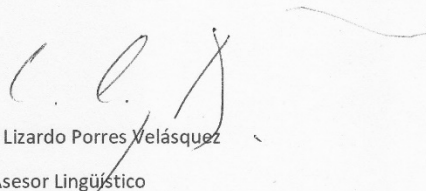
Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: ***DISEÑO DE SITIO WEB PARA INFORMAR ACERCA DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS MULTIMEDIA QUE BRINDA MEDIALAB A LOS RESPONSABLES DE LAS ENTIDADES EDUCATIVAS DE UNIVERSIDAD GALILEO. GUATEMALA, GUATEMALA 2019.*** del estudiante Josué David Sapón Ríos, 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, 26 de marzo de 2019

**Señor:**  
**Josué David Sapón Ríos**  
**Presente**

Estimado Señor Sapón:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado **DISEÑO DE SITIO WEB PARA INFORMAR ACERCA DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS MULTIMEDIA QUE BRINDA MEDIALAB A LOS RESPONSABLES DE LAS ENTIDADES EDUCATIVAS DE UNIVERSIDAD GALILEO. GUATEMALA, GUATEMALA 2019**. Presentado por el estudiante: Josué David Sapón Ríos, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciado en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

**Lic. Leizer Kachler**  
**Decano**  
**Facultad de Ciencias de la Comunicación**



AUTORIDADES DE UNIVERSIDAD GALILEO

**Rector:**

Dr. Eduardo Suger Cofiño

**Vicerrectora general:**

Dra. Mayra de Ramírez

**Vicerrector Administrativo:**

Lic. Jean Paul Suger Castillo

**Secretario general:**

Lic. Jorge Retolaza

**Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación:**

Lic. Leizer Kachler

**Vicedecano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación:**

Lic. Rualdo Anzueto

## Dedicatoria

*El presente proyecto de graduación lo dedico a:*

*Dios primeramente, por permitirme culminar una etapa más en mi vida académica, por haberme dado la sabiduría para tomar las mejores decisiones, por todas las personas que ha puesto en mi camino que han sido de gran ayuda, de alguna u otra manera.*

*A mi familia, quien han sido parte fundamental en mi vida y me ha apoyado siempre con palabras de motivación para seguir y nunca rendirme; por formarme con principios y valores, que con su ejemplo he aprendido a luchar por lo que quiero y a comprometerme con mis metas.*

*A mis amigos, que siempre nos apoyamos mutuamente para ir mejorando en cada proyecto realizado, que nos exigimos a ir por más y no conformarnos con lo común.*

*A cada uno de los licenciados, por compartir su conocimiento y más que dar un curso nos enseñan a ser mejores, tanto como personas como futuros profesionales y a hacer todo con excelencia y dedicación.*

## Resumen

A través del acercamiento con el Laboratorio Multimedia MediaLab, que pertenece a Universidad Galileo, se identificó que carece de un sitio web que informe sus productos y servicios a los responsables de las entidades educativas de Universidad Galileo.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo: Diseñar un sitio web para informar acerca de los productos y servicios multimedia que brinda MediaLab a los responsables de las entidades educativas de Universidad Galileo.

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

La herramienta de investigación se aplicó a un promedio de 14 personas, entre grupo objetivo, cliente, y expertos en comunicación y diseño.

El principal hallazgo, entre otros, es que el sitio web es una herramienta fundamental para informar acerca de los productos y servicios multimedia que brinda MediaLab a los responsables de las entidades educativas de Universidad Galileo.

Se recomienda delegar a una persona encargada de la gestión y administración del sitio, con la intención que se mantenga actualizado y tenga una gestión eficiente y eficaz. De la misma manera se recomienda mantener al tanto a los responsables de las entidades educativas de Universidad Galileo, así como a todo el personal administrativo por medio del sitio web, para que conozcan y puedan utilizar y aprovechar al máximo los productos y servicios que MediaLab provee.

Para efectos legales únicamente el autor Josué David Sapón Ríos es responsable del contenido de este proyecto, ya que es una investigación científica y puede ser motivo de consulta por estudiantes y profesionales.

# Índice

<b>Capítulo I: Introducción .....</b>	<b>1</b>
<b>Capítulo II: Problemática .....</b>	<b>3</b>
2.1 Contexto.....	3
2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño .....	3
2.3 Justificación .....	3
<b>Capítulo III: Objetivos de diseño .....</b>	<b>6</b>
3.1 Objetivo general.....	6
3.2 Objetivo específico .....	6
<b>Capítulo IV: Marco de referencia .....</b>	<b>7</b>
4.1 Información general del cliente .....	7
4.2 Misión.....	7
4.3 Visión.....	7
4.4 Antecedentes.....	7
4.5 Productos y servicios que ofrece.....	8
4.6 Datos del Imagotipo.....	9
4.7 Organigrama .....	10
4.8 Foda.....	11
<b>Capítulo V: Definición del grupo objetivo.....</b>	<b>12</b>
5.1 Perfil geográfico.....	12

5.2 Perfil demográfico .....	12
5.3 Perfil psicográfico.....	13
5.4 Perfil conductual .....	13
<b>Capítulo VI: Marco teórico.....</b>	<b>14</b>
6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio.....	14
6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño.....	17
6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias .....	23
<b>Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar .....</b>	<b>32</b>
7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico .....	32
7.2 Conceptualización.....	37
7.3 Bocetaje.....	40
<b>Capítulo VIII: Validación técnica .....</b>	<b>56</b>
8.1 Población y muestreo .....	56
8.2 Método e instrumentos.....	56
8.3 Resultados e interpretación de resultados .....	62
8.4 Cambios en base a resultados. ....	75
<b>Capítulo IX: Propuesta gráfica final.....</b>	<b>80</b>
9.1 Propuesta gráfica final .....	80
<b>Capítulo X: Producción, reproducción y distribución .....</b>	<b>84</b>
10.1 Plan de costos de elaboración. ....	84

10.2 Plan de costos de producción.....	84
10.3 Plan de costos de reproducción.....	84
10.4 Plan de Costos de Distribución.....	85
10.5 Margen de utilidad.....	85
10.5 IVA.....	85
10.5 Cuadro con resumen general de costos.....	85
<b>Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones .....</b>	<b>86</b>
11.1 Conclusiones y recomendaciones .....	86
<b>Capítulo XII: Conocimiento general.....</b>	<b>88</b>
12.1 Conocimiento general.....	88
<b>Capítulo XIII: Referencias.....</b>	<b>90</b>
13.1 Referencias de libros.....	90
13.2 Referencias digitales.....	91
<b>Anexos .....</b>	<b>96</b>
Anexo A: Brief.....	96
Anexo B: Validación técnica .....	99
Anexo C: Carta de autorización del proyecto por parte de la empresa.....	102
Anexo D: Tabla de Niveles Socio Económicos 2009/Multivex.....	103

Capítulo  
**INTRODUCCIÓN**





## Capítulo I: Introducción

Laboratorio MediaLab fue creado el 31 de agosto del año 2002 con la finalidad de brindarle apoyo a las entidades académicas de Universidad Galileo, principalmente con los servicios de grabación y edición de vídeo, a los que luego se le fueron sumando más con la creciente demanda estos por parte de las entidades académicas.

El presente proyecto de graduación nace a partir de la observación y analizar durante el periodo de práctica supervisada que el laboratorio multimedia Medialab contaba con un sitio web, pero no cubría a totalidad su función principal el que era informar a los responsables de las entidades educativas de Universidad Galileo. Por otro lado, el diseño del mismo no se había actualizado en cuanto a tendencias y de cierta manera con un orden para que el usuario no se perdiera durante la navegación del sitio.

A través de esto se definirá el tema a desarrollar para poder cubrir las necesidades por medio de la comunicación y el diseño, que se titula: “Diseño de sitio web para informar acerca de los productos y servicios multimedia que brinda MediaLab a los responsables de las entidades educativas de Universidad Galileo”

Para el desarrollo se investigará acerca de las tendencias, lineamientos y todo aquello relacionado al desarrollo del diseño de un sitio web, esto a manera de fundamento en el desarrollo del diseño del sitio. Por lo que para conocer todos aquellos aspectos que son fundamentales por parte de MediaLab, se solicitará la información para organizar todo el contenido dentro del mismo.

De la misma manera, se utilizará un método creativo para el desarrollo de un concepto, que servirá para como base para el desarrollo del diseño del sitio, para realizar la propuesta gráfica y consecuentemente una validación técnica, que consiste en validar la efectividad de la propuesta

ante el grupo objetivo, expertos en el tema y con el cliente. Seguidamente se tabularán los resultados para presentar una propuesta gráfica final al tomar como referencia dichos resultados.

Para concluir, se diseñará un sitio web para informar acerca de los productos y servicios multimedia que brinda MediaLab a los responsables de las entidades educativas de Universidad Galileo, esto a través de la investigación de tendencias, recopilación de información por medio del brief, y por último a través de la diagramación del contenido para crear mejor experiencia de usuario en la navegación.

Capítulo  
**PROBLEMÁTICA**



## **Capítulo II: Problemática**

MediaLab es el departamento de producción de Universidad Galileo, que está a disposición de las facultades, entidades académicas y departamentos de la misma. Se detectó una carencia en cuanto a la organización y diseño su página web, siendo esta una herramienta de utilidad para que sea reconocida ante sus clientes para satisfacer los deseos y/o demandas de los mismo.

### **2.1 Contexto**

MediaLab es un estudio de producción que cubre clases magistrales, tanto para licenciaturas como maestrías, eventos corporativos y patrocinios de Universidad Galileo. Trabaja en la producción de material audiovisual, producción y edición de audio y video, así como animación y modelado 3D.

Asimismo, se dedica a la investigación de tecnologías multimedia y nuevas herramientas para la generación de contenido audiovisual; también documenta en video, actividades académicas como graduaciones, eventos, reportajes y entrevistas.

Al diseñar la página web se obtendrá mayor reconocimiento, debido a que al carecer de un diseño web nuevo y de actualidad, así como ordenado con un fácil acceso, puede dificultar a los usuarios la visita al sitio y que no regresen o que abandonen de forma inmediata el sitio.

### **2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño**

MediaLab carece de un sitio web que informe sus productos y servicios a los responsables de las entidades educativas de Universidad Galileo. Apoyará a que MediaLab se dé a conocer.

### **2.3 Justificación**

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

### 2.3.1 Magnitud.



**2.3.2 Vulnerabilidad.** MediaLab no cuenta con un sitio web ordenado y con un diseño de actualidad, los responsables de las entidades educativas no podrán informarse acerca de los productos y servicios que este ofrece, que afectaría en forma negativa debido a que estos no podrán encontrar lo que buscan de forma fácil y rápida, así como perder la atención del mismo por no tener un diseño actualizado.

**2.3.3 Trascendencia.** El diseño de un sitio web para MediaLab, beneficiará a los responsables de las entidades educativas informándoles acerca de productos y servicios, así como que les sea de mayor facilidad el acceso al material audiovisual e información.

**2.3.4 Factibilidad.** Debido a que MediaLab cuenta con los recursos necesarios para la realización del diseño de página web con el fin de informar a sus públicos, es comprobable la factibilidad del presente proyecto.

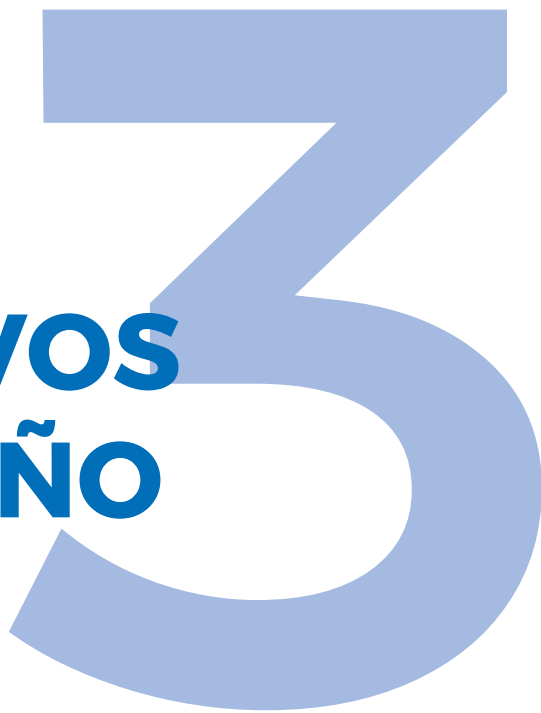
**2.3.4.1 Recursos Humanos.** MediaLab cuenta con el talento humano y con la capacidad de desarrollar las funciones requeridas dentro de la organización.

**2.3.4.2 Recursos Organizacionales.** La directiva de MediaLab ha autorizado a brindar toda la información necesaria para la realización de dicho proyecto.

**2.3.4.3 Recursos Económicos.** MediaLab cuenta con la capacidad económica para llevar a cabo la realización de dicho proyecto.

**2.3.4.4 Recursos Tecnológicos.** MediaLab tiene a su disposición todos los recursos tecnológicos para la realización de dicho proyecto, tales como computadoras, software para la realización de páginas web, conexión a internet, así como el dominio para la página web.

Capítulo  
**OBJETIVOS  
DE DISEÑO**



## **Capítulo III: Objetivos de diseño**

### **3.1 Objetivo general**

Diseñar un sitio web para informar acerca de los productos y servicios multimedia que brinda MediaLab a los responsables de las entidades educativas de Universidad Galileo.

### **3.2 Objetivo específico**

3.2.1 Investigar a través de la internet acerca de las tendencias actuales de diseño web, para fundamentar la propuesta visual para los clientes de MediaLab.

3.2.2 Recopilar información a través del brief para conocer acerca de los productos y servicios que ofrece MediaLab y ordenarlos según su categoría al facilitar el acceso al usuario.

3.2.3 Diagramar el contenido de la página web para que la experiencia de usuario sea más amigable con los usuarios.



Capítulo  
**MARCO  
DE REFERENCIA**



## **Capítulo IV: Marco de referencia**

### **4.1 Información general del cliente**

**Nombre del cliente.** Laboratorio de Multimedia –Medialab

**Dirección.** 4ª. Calle 7ª. Avenida, calle Dr. Eduardo Suger Cofiño, 7mo. Nivel Torre II de Universidad Galileo

**E-mail.** medialab@galileo.edu

**Teléfono.** (+502) 24238000 Ext. 7373/7374

### **4.2 Misión**

Elevar el conocimiento tecnológico de los profesionales y estudiantes en general y desarrollar técnicas para editar programas de audio y vídeo, así como generar titulados y efectos especiales. Procesar y corregir el audio de los programas de video y radiodifusión.

### **4.3 Visión**

Contribuir en forma efectiva a la implementación de la nueva metodología del profesional, así como mejorar la capacidad estudiantil para realizar comunicaciones y demostraciones audiovisuales.

### **4.4 Antecedentes**

Creado el 31 de agosto del 2002 por el Dr. Eduardo Suger, bajo la dirección del Ingeniero Miguel Emilio Aparicio. Los cambios educativos y tecnológicos donde las tecnologías del diseño, multimedia, radio y televisión presentan avances, se crea el Laboratorio de Multimedia para brindar apoyo a la Universidad y sus Facultades con un laboratorio de medios y nuevas tecnologías de la comunicación, para ayudar a los estudiantes, catedráticos y entidades administrativas en la creación de todos estos recursos digitales.

## **4.5 Productos y servicios que ofrece**

**4.5.1 Grabación y edición de eventos.** Congresos, clases, graduaciones, conferencias y toda materia que se requiera para archivo o publicación.

**4.5.2 Producción de material audiovisual.** Documentales, videos educativos, institucionales, informativos, anuncios o cualquier tipo de materia que sirva de apoyo a las diferentes entidades educativas.

**4.5.3 Transmisiones en directo.** Transmisión en tiempo real, clases, conferencias.

**4.5.4 Grabación de audio.** Cualquier tipo de audio que se necesite como recurso educativo.

**4.5.5 Circuito cerrado.** Transmitir eventos en diferentes aulas, pasarelas, convenciones, múltiples pantallas.

**4.5.6 Uso del laboratorio de medios.** Apoyo a diferentes facultades en temas académicos que tengan que ver con publicidad, multimedia, radio, televisión, sonido, tecnología.

**4.5.7 Capacitación en materia audiovisual.** Se capacitan a diferentes Instituciones, empresas, organismos, sobre temas de comunicación audiovisual.

**4.5.8 Uso del estudio de televisión.** Para grabaciones de material educativo e informativo.

**4.5.9 Uso del estudio de chroma key.** Ciclorama para montajes y animaciones en 3D.

**4.5.10 Escuela o programas académicos.** Enseñanza de todos los recursos digitales.

## 4.6 Datos del Imagotipo

### 4.6.1 Colores.

- Blanco RGB 255 - 255 - 255, Web #FFFFFF y CMYK 0-0-0-0.
- Negro RGB 0-0-0, Web #000000 y CMYK 0-0-0-100.

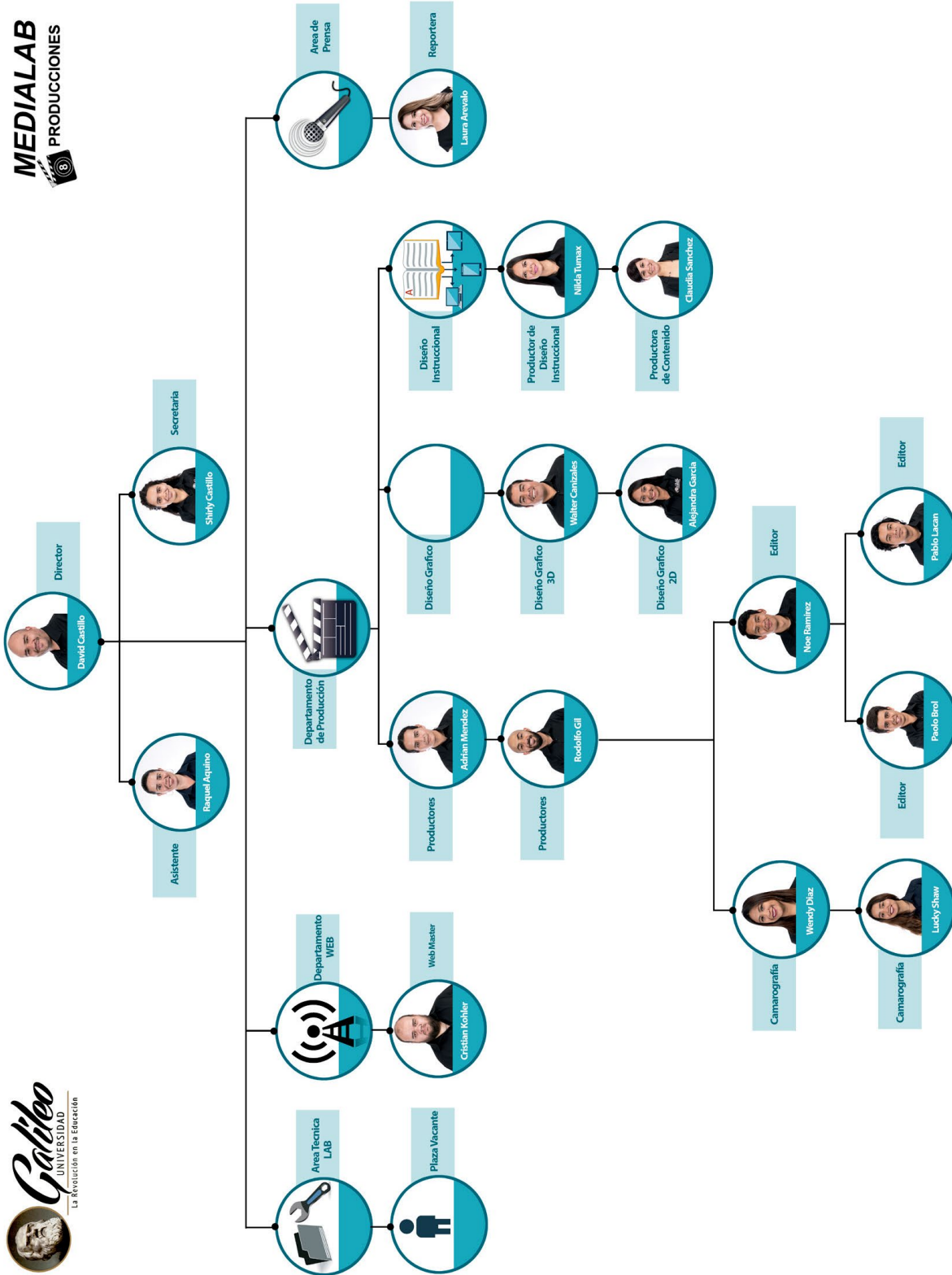
**4.6.2 Tipografía.** Hecha especialmente para el imagotipo, por lo que no tiene ningún nombre comercial para identificarse.

**4.6.3 Forma.** Una claqueta de cine.





### 4.6.4 Imagotipo



## 4.7 Organigrama



## 4.8 Foda

 <p><b>FORTALEZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>Cuenta con el equipo tecnológico.</li><li>Genera contenido de calidad.</li><li>Cuenta con el apoyo de Universidad Galileo.</li></ul> <p>CÁMARA #1</p>	 <p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>Puede generar mayor demanda.</li><li>Crecimiento del departamento.</li><li>Posibilidad de darse a conocer.</li></ul> <p>CÁMARA #2</p>
 <p><b>DEBILIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>Poco personal.</li><li>No todos conocen los servicios que presta MediaLab por completo.</li><li>Indisponibilidad para cubrir otros eventos.</li></ul> <p>PREVIEW</p>	 <p><b>AMENAZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>No poder asistir a más eventos por la falta de personal.</li><li>Falta de actualización en tendencias de video.</li><li>Quedarse atrás por falta de innovación.</li></ul> <p>LIVE</p>

Capítulo  
**DEFINICIÓN  
DEL GRUPO  
OBJETIVO**



## **Capítulo V: Definición del grupo objetivo**

Con la finalidad de segmentar al grupo objetivo se especificará la información, que permitirá exponer el diseño de la página web al personal administrativo y personas que ocupan cargos administrativos dentro de la Universidad Galileo.

### **5.1 Perfil geográfico**

Guatemala se encuentra ubicada entre los paralelos 13° 45' y 17° 50' de latitud norte, y los meridianos 88°46' y 92°15' de longitud oeste, con una proximidad al centro de América. Limitada al Norte y al Oeste con México; al Este con Belice, Honduras y el Mar Caribe, al Sur con el Océano Pacífico y al Sureste con El Salvador. Con una extensión territorial de 108,889 kilómetros cuadrados.

La Ciudad de Guatemala, conocida hoy como Nueva Guatemala de la Asunción, tiene una expansión territorial de 692 kilómetros cuadrados.

Según el Instituto Nacional de Estadística (INE), el departamento de Guatemala cuenta con una población de 3,103,685.

El clima generalmente es templado en las mesetas y semitropical en la costa; se conocen tres tipos de clima que son templado, cálido y frío en ciertas zonas del país.

### **5.2 Perfil demográfico**

El grupo objetivo son personas de 30 a 70 años de edad de sexo femenino y masculino con nacionalidad guatemalteca. Según la tabla de niveles socioeconómicos de Multivex (2009), el grupo objetivo se encuentra en el nivel (B) hasta el nivel (C), con ingresos entre Q.12,000.00 y Q45,000.00 mensuales. Con un nivel de educación superior al universitario, muchos de ellos con maestría y postgrados.



El ciclo de vida de estos es soltero o casados con hijos, son emprendedores, líderes y personas con ánimo de trabajo.

### **5.3 Perfil psicográfico**

Ocupan su tiempo libre en cosas como leer, practicar deportes como el golf, fútbol y natación; asimismo, les gusta la música, los videojuegos, ver programas de televisión, la fórmula 1, dar paseos, viajar, compartir con su familia y conocer otras culturas.

También, les gusta construir máquinas, la carpintería, electrónica y la fotografía.

Dentro de sus actividades, asisten a eventos y reuniones con personas importantes, imparten clases magistrales, realizan planificaciones y toman decisiones con el fin de mejorar la calidad académica y comparten con su familia en lugares recreativos los fines de semana.

Por lo general, son personas que ocupan cargos importantes dentro de la comunidad educativa y tienen un desarrollo pleno, tanto en el ámbito personal como profesional.

### **5.4 Perfil conductual**

El comportamiento de quienes observarán el diseño de la página web será positivo, así como a la expectativa de qué se propone y los cambios a realizar, debido a que en su mayoría opinan que todo cambio es bueno y es bueno modernizar, ya que podrán conocer los servicios que ofrece MediaLab a Universidad Galileo, a través del que tendrán buena experiencia de usuario al visitar el sitio.

Capítulo  
**MARCO**  
**TEÓRICO**

6

## Capítulo VI: Marco teórico

### 6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio

**6.1.1 Universidad.** Según (Newman, 1976) es el lugar en que se enseña el conocimiento universal. Esto implica que su objeto es, por una parte, intelectual, no moral; y por la otra, que es la difusión y extensión del conocimiento, más que el avance del conocimiento.

**6.1.2 Universidad Galileo.** Es una entidad educativa superior, producto de 37 años de labor y esfuerzo constante de un selecto grupo de profesionales encabezado por el Doctor Eduardo Suger Cofiño, Ph.D., fundador y Rector, quien ha logrado conformar una propuesta educativa completamente diferente a la tradicional y que es impulsado por un lema muy claro: “Educar es cambiar visiones y transformar vidas.” (Universidad Galileo, 2018)

**6.1.3 Laboratorio MediaLab.** Es laboratorio destinado a la creación de contenido audiovisual educativo y de eventos con la finalidad de apoyar a las distintas facultades, así como a las áreas internas de Universidad Galileo.

**6.1.4 Grabación.** Según (Editorial Definición MX, 2015) es un proceso técnico a través del que se registra el sonido, las imágenes o algún tipo de información en un dispositivo determinado. La finalidad del proceso consiste en permitir la reproducción posterior de aquello que se ha guardado. En otras palabras, se graba algo para utilizarlo con posterioridad en algún sentido (escuchar música, ver una película o consultar datos).

**6.1.5 Edición.** Esta es la etapa final en donde coinciden todas aquellas ideas concebidas, por lo que es en donde se soluciona cuál problema en cuanto a guión o técnico. De la misma manera esta etapa puede tener una duración más larga o corta dependiendo de la calidad que se quiera lograr en esta. Por ejemplo, al realizar la edición de un material audiovisual educativo puede o no tomar la misma cantidad de esfuerzo y tiempo a comparación a la edición de una escena de alguna película, esto debido a la complejidad que conlleva cada uno de los mismo.

**6.1.6 Transmisión en directo.** Este consiste en un sistema que distribuye la información a más un cliente de forma simultánea, de forma que únicamente se almacena el contenido suficiente para poder reproducir el contenido de forma continua; dado que el buffer de reproducción es el encargado de descargar el contenido que se está reproduciendo.

**6.1.7 Circuito cerrado.** Es aquel que está compuesto por una o más cámaras conectadas a un monitor o televisor, por el cual se pueden observar las imágenes capturadas por las cámaras, por ejemplo, en eventos en los cuales se requiere de una visualización en otro lugar dentro de la misma locación, o en sistemas de seguridad en los que se requiere vigilar algún lugar en específico.

**6.1.8 Croma Key.** Es un fondo utilizado generalmente color verde o en otros casos azul esto debido a que son los colores más alejados de la piel humana logrando tener un recorte más profesional por lo que genera un tipo de transparencia con la finalidad de cambiar el fondo del mismo.

**6.1.9 Pre-producción.** En este es en donde se plasman todas las ideas, con la finalidad de lograr una idea que va a ser el punto de partida para definir lo que se quiere contar o lo que se quiere hacer. En este también se toman en cuenta todos aspectos según la capacidad, ya sea económica o humana para poder realizar la producción. Por ejemplo, si se desea realizar algo muy elaborado, pero si no se cuenta con el equipo y personal adecuado para su realización no se podrá llevar a cabo.

**6.1.10 Producción.** Es llevar a cabo todo el proceso realizado en la pre-producción, es decir, el guión literario, guión técnico. Por lo que en este se realiza el plan de grabación con la intención de poder llevar un orden durante toda la filmación. Asimismo, es en donde se conjugan todos los aspectos de locación, camarografía, iluminación y los actores o personajes para grabar cada una de las escenas descritas en el guión.

**6.1.11 Post-producción.** Es el proceso posterior a la producción, por lo que es en donde se unen todas las grabaciones independientes para convertirla en un producto audiovisual. También es en donde se mezclan cada una de las grabaciones realizadas y es en donde se agregan todos aquellos efectos audiovisuales descritos en el guión.

**6.1.12 Distribución.** En este es en donde ya se decide en qué plataforma se va a presentar, si va a ser por internet, de forma física (CD) y acordar con todos los involucrados en donde se va a publicar el audiovisual y si tendrá alguna restricción por región, es decir que solo se pueda ver en cierto países o sólo ciertas personas.

**6.1.13 Iluminación.** Según (Equipo A, 2010) se refiere al conjunto de dispositivos que se instalan para producir ciertos efectos luminosos, tanto prácticos como decorativos. Con la iluminación conseguimos bien resaltar o suprimir formas además de crear una atmósfera determinada que produce diferentes sensaciones.

**6.1.14 Producción audiovisual.** Este se basa en crear un producto destinado a los medios tanto de audio como video utilizando la comunicación audiovisual como medio de expresión con la finalidad de ser utilizado en el cine o la televisión. De la misma manera abarca desde recursos financieros hasta el capital humano.

**6.1.15 Estudio de grabación.** Este es un lugar cuya finalidad es registrar sonidos como la voz e instrumentos, así como el registro de imágenes de forma profesional con el objetivo de crear un producto ya sea únicamente de audio o audiovisual.

## **6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño**

**6.2.1 Comunicación.** Según (Antonio Hernández Mendo y Oscar Garay Plaza, 2005) La comunicación es un proceso de interacción social de carácter verbal o no verbal, con intencionalidad de transmisión y que puede influir, con y sin intención, en el comportamiento de las personas que están en la cobertura de dicha emisión.

**6.2.1.1 Comunicación verbal.** Esta se caracteriza por la utilización de la palabra principalmente, las cuales en conjunto pueden transmitir una idea con mayor complejidad; esto con la finalidad de comunicarse con otros y así poder transmitir un mensaje. Dentro de esta se encuentra la comunicación oral y escrita, en donde la oral es aquella que es transmitida por medio del habla y la escrita por medio de los códigos o formas de escritura.

**6.2.1.2 Comunicación no verbal.** Esta se caracteriza por no utilizar las palabras. debido a que es todo aquello que se realiza de forma inconsciente al hablar, como por ejemplo los gestos corporales, la gesticulación, la postura, expresiones, la mirada, incluso hasta la actitud con la que se transmiten las palabras; dicho en otras palabras, es todo aquello que está implícito en un mensaje.

**6.2.1.3 Signo.** Este se da a partir de la combinación entre el significado y el significante en donde el significante es la representación visual y el significado es el que se le da según el contexto de quien lo esté observando.

**6.2.1.4 Comunicación visual.** Son todos aquellos mensajes transmitidos a través de todo aquello que se perciben con la vista como por ejemplo a través de un significante que en este caso sería la imagen la cual tiene un significado el cual sería el mensaje a transmitir por medio de esa imagen. Por lo que para que la comunicación visual funcione. esta debe de ser clara y concisa en lo que se quiere transmitir.

**6.2.1.5 Función expresiva.** Son imágenes que aluden a los sentimientos cuya finalidad es transmitir una emoción, dicho en otras palabras, se dirige al emisor y en los sentimientos que este manifiesta.

**6.2.1.6 Función apelativa.** Es aquella en la que a través de los mensajes de las imágenes busca persuadir, por lo que el objetivo principal de esta es convencer al público de algo.

**6.2.1.7 Función referencial.** El principal objetivo es brindar información de lo que nos rodea de forma objetiva, por lo que esta es mayor utilizada en textos como en señales; es también llamada función informativa.

**6.2.1.8 Función poética.** Busca comunicarse por medio de un mensaje, por lo que puede hacerlo por medio de diferentes entonaciones y expresiones dado que lo hace a través de la belleza con ánimo estético y artístico.

**6.2.1.9 Función fática.** Es la que tiene como objetivo llamar la atención, ya que su objetivo no es transmitir información como tal, sino más bien lograr el contacto social para transmitir un mensaje.

**6.2.1.10 Función metalingüística.** Su principal objetivo es dar una intención por medio de un mensaje acerca de algún código con la finalidad de darle un significado, en donde el receptor ha de descifrar dichos códigos para entender el significado del mensaje.

**6.2.1.11 Función descriptiva.** En esta se busca brindar información detallada sobre el mensaje que se quiere transmitir con la finalidad de dar al receptor una modificación de creencias a través de proponer nuevos datos sobre estos.

**6.2.1.12 Comunicación audiovisual.** Según (Huri) la define como la transmisión de mensajes audiovisuales a través de medios tecnológicos, que integran imágenes figurativas, esquemáticas o abstractas y elementos sonoros tales como la música, los sonidos, los ruidos y el silencio.

**6.2.1.13 Comunicación corporativa.** Esta se basa en promover a la empresa u organización con la finalidad de hacer que destaque en un tema social y participar de forma directa en cuestión de aportar a la sociedad por medio de sus públicos.

**6.2.1.14 Comunicación educativa.** Según (Sánchez Cerezo, 1991) es un tipo de comunicación humana que persigue logros educativos. Según la perspectiva constructivista, la comunicación educativa constituye el proceso mediante el cual se estructura la personalidad del educando, que se logra a través de las informaciones que recibe, quien las reelabora en interacción con el medio y con los propios conceptos construidos.



**6.2.1.15 Comunicación interactiva.** Según (Diccionario LID de Marketing Directo e Interactivo, 2012) tipo de comunicación en que se produce una auténtica interrelación directa entre emisor y receptor y en la que este último tiene capacidad de regular el flujo de información a su gusto. Esta capacidad para la toma de decisiones depende de la estructuración de la información proporcionada por el canal a través del cual se transmite el mensaje. Este modelo de comunicación se desarrolla básicamente en la Red. La interactividad entre emisor y receptor se consigue a través de herramientas como foros, chats, correos electrónicos, juegos en línea o plataformas de redes sociales, entre otros.

**6.2.2 Diseño.** Es plasmar lo que se piensa por medio de esbozos, dibujos esquemas o bocetos utilizando cualquier soporte, por lo que a este también se le considera creatividad dado a que es el acto de creación, innovación porque el objeto es inexistente o una modificación de algo existente.

**6.2.2.1 Diseño gráfico.** Según (Timothy Samara, 2008) El diseñador gráfico es un comunicador: toma una idea y le da forma visual para que otros la entiendan, la expresa y organiza en un mensaje unificado sirviéndose de imágenes, símbolos, colores y materiales tangibles, como una página impresa, e intangibles, como los píxeles de un ordenador o la luz en un video.

**6.2.2.2 Diseño web.** Se encuentra relacionado con el diseño y la forma en cómo se estructuran los sitios web y su navegación teniendo en cuenta aspectos como la forma en la que la misma página guía al usuario y en el diseño de la interfaz, con la intención de mejorar la experiencia de usuario.

**6.2.2.3 Sitio web.** Se llama sitio web al conjunto de páginas web que hacen referencia acerca de un tema en específico como puede ser también una organización, el cual se compone generalmente de una página inicial, páginas secundarias (secciones del sitio) y una de contacto.

**6.2.2.4 Dominio.** Es el nombre por el que se reconocerá el sitio en la web, por lo que este generalmente lleva por nombre el nombre de empresa, organización o de la persona de quien tratará el sitio, de este se deriva lo que es el nombre y la extensión.

**6.2.2.4.1 Nombre.** Es el nombre que se le colocará al dominio, por lo que para mayor seguridad se debe investigar preliminarmente si ese nombre ya ha sido utilizado, debido a que no pueden existir dos dominios con el mismo nombre.

**6.2.2.4.2 Extensión.** Ayuda a identificar el tipo de giro del sitio web, ya que generalmente si es una entidad educativa se utiliza “.edu”, de igual manera si es una comunidad sería “.net”, si es una empresa “.com”, si es una organización sin fines de lucro, terminaría en “.org”, esto para dar un ejemplo ya que de igual manera estos pueden indicar también el país al que pertenece el sitio web, por ejemplo si es de Colombia tiene la terminación “.co”, si es de Guatemala se utilizaría “.gt” y así sucesivamente dependiendo del país.

**6.2.2.5 Hosting.** Se le llama hosting al alojamiento de los archivos que conforman el sitio web, esto debido a que es en donde se alojan todos los archivos del sitio como texto, documentos, imágenes, el código html y css, y todo aquello que se mostrará en el sitio.

**6.2.2.6 Mapa del sitio.** Según (Google) es un archivo en el que se pueden enumerar las páginas de tu sitio web para informar a Google y a otros motores de búsqueda sobre la organización del contenido del mismo. Los rastreadores web de los motores de búsqueda, por ejemplo, el robot de Google lee este archivo para rastrear el sitio de forma más inteligente.

**6.2.2.7 Metadatos.** Según (Google) es información sobre una página web, como, por ejemplo, cuándo se ha actualizado por última vez, con qué frecuencia se cambia y la importancia de esta en relación con otras URL del sitio web.

**6.2.2.8 Wireframe.** Este se caracteriza por presentar de forma visual y sencilla el esquema y estructura de la página web en cuestión en un boceto el cual puede estar realizado a mano o utilizando softwares especializados.

**6.2.2.9 Mockup.** Según (Aula formativa, 2016) es una representación visual y estática de un diseño. En el campo del diseño web los mockups se utilizan para que los miembros de equipo tengan una idea más clara de cómo lucirá el sitio web. De hecho, más que ser cercana, es una idea exacta de cómo se verá al sitio web una vez que se pase a la siguiente fase.

**6.2.2.10 Prototipo.** Según (Aula formativa, 2016) es también una representación de la versión final de un diseño web que, además, simula la interactividad. Se entiende que, aunque es un prototipo, el diseño debe ser cercano a la versión final del diseño. A menudo, se realiza en base al wireframe y los mockups que proporciona el diseñador. Por esta razón, suele tener medidas exactas y, por supuesto, la estructura también se mantiene. Si el diseño es cercano a la versión final, las interacciones también deben ser desarrolladas con mucho cuidado, teniendo en cuenta su semejanza con la versión final del sitio web.

**6.2.2.11 Experiencia de usuario.** También llamada por su nombre en inglés “User Experience” el cual se basa en la experiencia que tiene el usuario al interactuar con un sistema, en este caso, un sitio web. Dicho en otras palabras, es desarrollar una experiencia óptima para el usuario con la finalidad de solventar todas las necesidades que este pueda tener con relación al sitio. Por ejemplo, si está buscando algo en específico o desea comprar dentro del mismo sitio.

**6.2.2.12 Interfaz del usuario.** A este también se le llama “User Interface” el cual se basa en el diseño de toda la interfaz gráfica ya sea de una app o de un sitio web. Por lo que este dispone de todos aquellos elementos gráficos del sitio para que este genere mayor atracción hacia el usuario, con la finalidad de retenerlo mayor tiempo para que consuma el contenido de este. Este también se enfoca en la usabilidad, debido a que esta es fundamental para que el usuario navegue a través de este con mayor comodidad, esto como resultado de la interfaz gráfica.

### **6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias**

#### **6.3.1 Ciencias auxiliares.**

**6.3.1.1 Semiología.** Es la ciencia la cual estudia los signos dentro de lo social, por lo que esta tiene como objeto a todo sistema de signos, como las imágenes, gestos, objetos, sonidos melódicos, ritos, espectáculos o protocolos.

**6.3.1.1.2 Semiología de la imagen.** Según (Karam. T, 2014) es el estudio del signo icónico y los procesos de sentido-significación a partir de la imagen. El estudio de la imagen y las comunicaciones visuales en realidad desborda lo estrictamente pictórico o visual, tal como pueden ser los análisis de colores, formas, iconos y composición, para dar paso a los elementos históricos y socio-antropológicos que forman parte de la semiótica de la imagen.

**6.3.1.2 Psicología.** Según (Valero, 2013) es la ciencia que estudia las funciones y procesos de la mente en personas y animales, sus facultades, sentimientos y su conducta o comportamiento, especialmente con relación al entorno social y físico. Comprende un conjunto de características y actitudes mentales de motivación y conductuales de un individuo o grupo de individuos.

*6.3.1.3 Psicología de la comunicación.* Según (Rizo, M. 2014) es el principio básico de la organización social, y como tal, es requisito indispensable para las relaciones sociales. Antes que cualquier otra cosa, la comunicación es un proceso social articulado en torno al fenómeno de compartir, de poner en común, de vincular.

*6.3.1.4 Psicología del color.* Según (Valero, 2013) es el estudio del efecto del color sobre el comportamiento humano y los sentimientos. No solo la apariencia de un color depende de su contexto espacio-tiempo, sino también del sujeto que lo contempla. Cada uno reacciona ante un estímulo de color según su propia idiosincrasia.

*6.3.1.5 Andragogía.* Según (Bernard, 1985) ve la andragogía como una disciplina definida al mismo tiempo como una ciencia y como un arte; una ciencia que trata los aspectos históricos, filosóficos, sociológicos, psicológicos y organizacionales de la educación de adultos; un arte ejercido en una práctica social que se evidencia gracias a todas las actividades educativas organizadas especialmente para el adulto.

*6.3.1.6 Cibernética.* Según (Stafford Beer) la cibernética estudia los flujos de información que rodean un sistema, y la forma en que esta información es usada por el sistema como un valor que le permite controlarse así mismo: ocurre tanto para sistemas animados como inanimados indiferentemente. La cibernética es una ciencia interdisciplinar, estando tan ligada a la física como al estudio del cerebro como al estudio de los computadores, y teniendo también mucho que ver con los lenguajes formales de la ciencia, proporcionando herramientas con las que describir de manera objetiva el comportamiento de todos estos sistemas.

### **6.3.2 Artes.**

**6.3.2.1 Cinematografía.** Según (Cineteca Nacional de México, 1974) es la forma vívida de registrar la realidad de plasmar en imágenes y sonidos la historia y de testimoniar desde un simple acontecimiento hasta toda una concepción política, ideológica y filosófica sobre la realidad.

**6.3.2.2 Fotografía.** Según (Artlex Art Dictionary) la define como, arte, habilidad y ciencia de producir imágenes permanentes de objetos sobre superficies fotosensibles.

**6.3.2.3 Dibujo.** Según (Universidad de Málaga) el dibujo, ha sido, es y será siempre el origen mismo de la actividad artística. Es, por ello, que se encuentra integrado en la propia raíz de casi todas las demás artes visuales. Todo tipo de actividad generativa de una imagen, ya sea figurativa o abstracta, que se valga de medios plásticos para su discurso creativo, lleva implícito en su recorrido interno el aura del dibujo.

No se puede prescindir de su presencia, puesto que interviene directamente en el mismo proceso de la transcripción de la idea al soporte; el dibujo es el nexo de unión entre la idea y su definición gráfica o expositiva.

**6.3.2.4 Tipografía.** El término tipografía se relaciona con el arte de imprenta mediante el uso de tipos o caracteres independientes en un proceso mecánico para conformar impresos. Según (Childers & Jass ,2002) tipografía es el arte o habilidad del diseño de comunicaciones por medio de palabras impresas.

Desde esta posición la letra digital no es tipografía, pero ocurre que el término ha ganado un significado más amplio como se puede constatar según (Solomon ,1986) que refiere que la tipografía es el arte de producción mecánica de letras, números, símbolos y formas mediante el entendimiento de los elementos básicos, principios y atributos del diseño.

### **6.3.3 Teorías.**

**6.3.3.1 Teoría del color.** Según (Parramón, 1998), esta es en donde la luz blanca es la suma de los colores del espectro, constituidos, básicamente, por los colores primarios luz: azul, verde y rojo. Los cuerpos tienen la propiedad de reflejar toda o parte de la luz que reciben.

Según (Soria, M. 2013) el color es una sensación producida por la retina, al recibir el impacto de una determinada longitud de onda. Pigmento, por el contrario, es la sustancia molecular que contiene la propiedad de absorber o reflejar algunas longitudes de onda. La suma de pigmentos aumenta la densidad de la materia produciéndose una tendencia al oscurecimiento de color, mientras que la suma de longitudes de onda, el efecto opuesto.

A mayor cantidad de luz, mayor claridad. Por lo mismo la suma de colores en el espectro nos da blanco mientras que la suma de pigmentos de color no da negro.

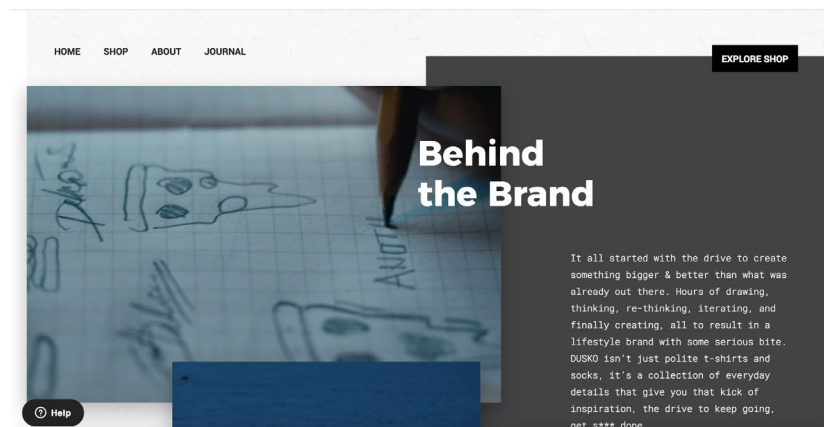
**6.3.3.2 Teoría Gestalt.** Según (Latner, 1973) la terapia gestalt se basa en la naturaleza. Su inspiración y sus principios básicos se han desarrollado al observar el funcionamiento libre de la naturaleza, de nuestro cuerpo, y de nuestra conducta sana y espontánea.

Por otro lado, según (Báez y Pérez, 2009) en su libro “Investigación cualitativa”, Kurt Lewin (1904-1947) fue el primero en realizar estudios sobre la dinámica de los grupos. Propone una psicología social aplicada (en términos de investigación-acción), sobre la base de las cuestiones de la vida diaria y de los grupos sociales: las emociones, relaciones sociales y motivaciones.

**6.3.3.3 Teoría del recorrido visual.** Según (Vilches, 2017) a través del recorrido visual se establecen relaciones entre diferentes elementos que forman parte del texto visual de una imagen. Lo que permite establecer estas relaciones son las direcciones visuales que marcan el recorrido visual y llevan nuestra mirada hacia los centros de interés de cada fotografía.

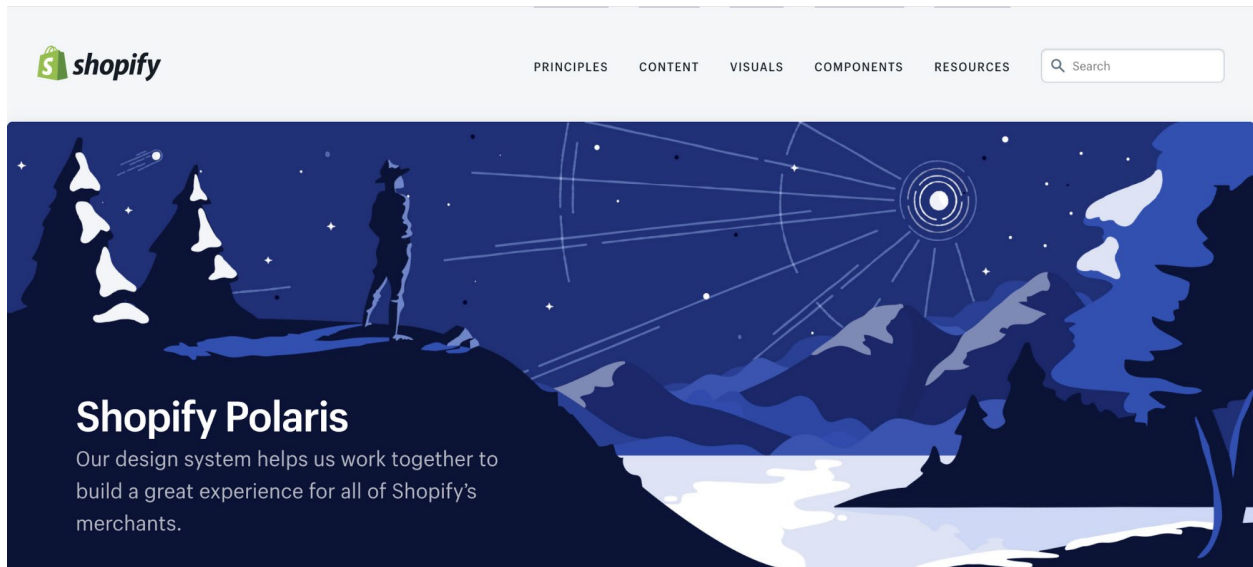
### 6.3.4 Tendencias.

**6.3.4.1 Retícula “rota”o Broken grid layout.** Este consta de utilizar una retícula informal en donde se rompe la típica guía de cuadrícula. Dando pie a que esta sea más dinámica y llamativa para el ojo, debido al “desorden” generado a través de los elementos.

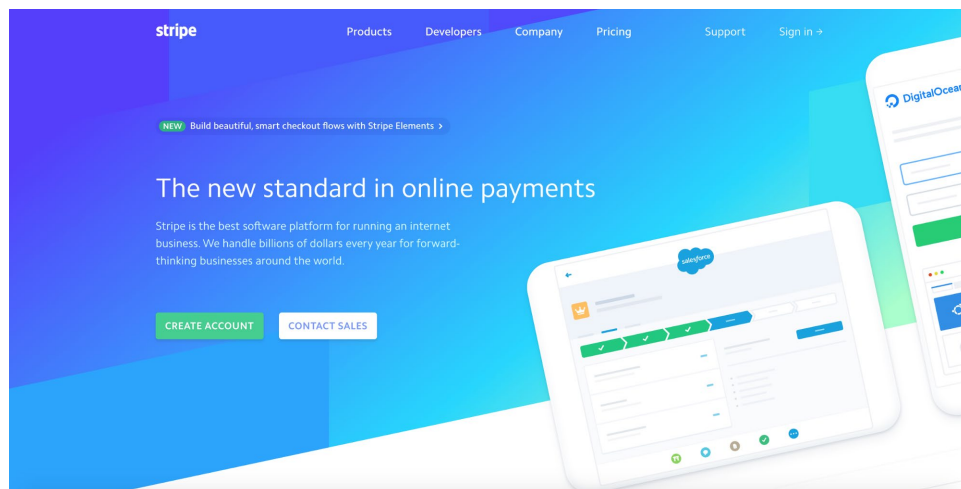




**6.3.4.2 La ilustración.** Esta ha tomado una gran importancia en el marketing, debido a la capacidad de mostrar conceptos abstractos a la vida cotidiana, por lo que esta puede llegar a reemplazar a la fotografía dentro del diseño del sitio.

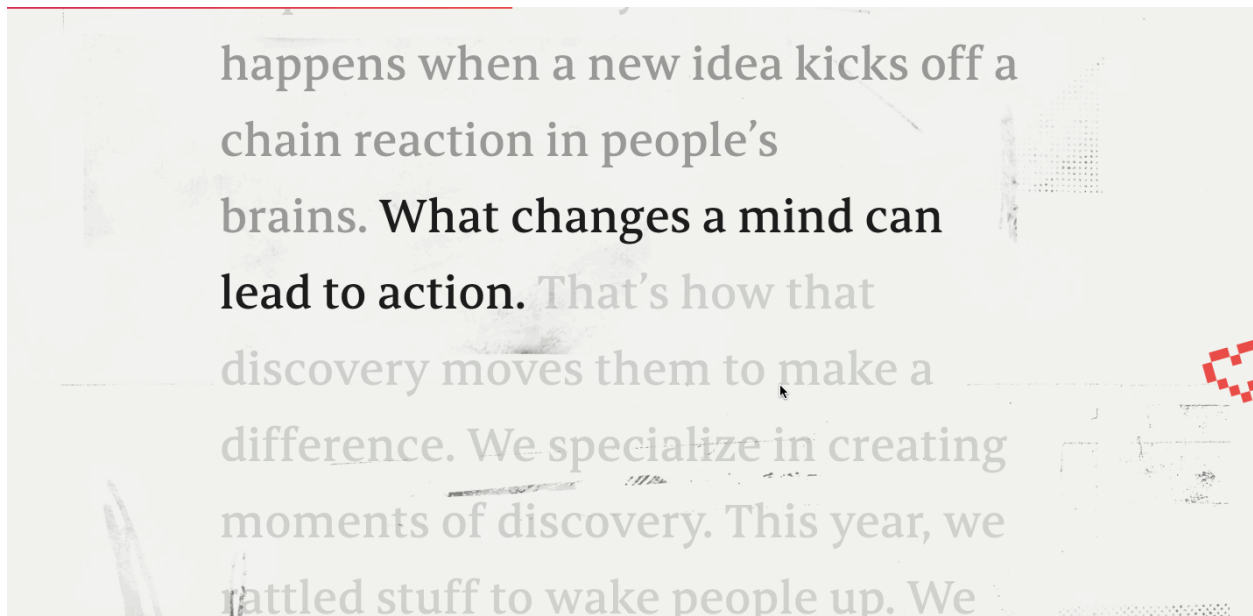


**6.3.4.3 Formas orgánicas.** La naturaleza aborrece una línea recta. -William Kent Este se basa en utilizar curvas pronunciadas en las esquinas o vértices de los objetos, logrando así formas orgánicas y esféricas en algunos casos combinados con la rotación del objeto para dar una mayor impresión y que llame más la atención.



**6.3.4.4 Interacción y animación.** Este ha tenido mayor auge debido a que la animación dentro del sitio web hace que sea más interactivo creando mayor impacto. Cada vez más, a medida que se desliza por la web, la información no solo se presenta para su aprobación, sino que se desliza hacia su conciencia, llamando la atención por sí misma pieza por pieza.

En este aspecto se recomienda no exagerar, debido a que el exceso de movimiento puede causar rechazo por parte de las personas sensibles al movimiento en exceso.

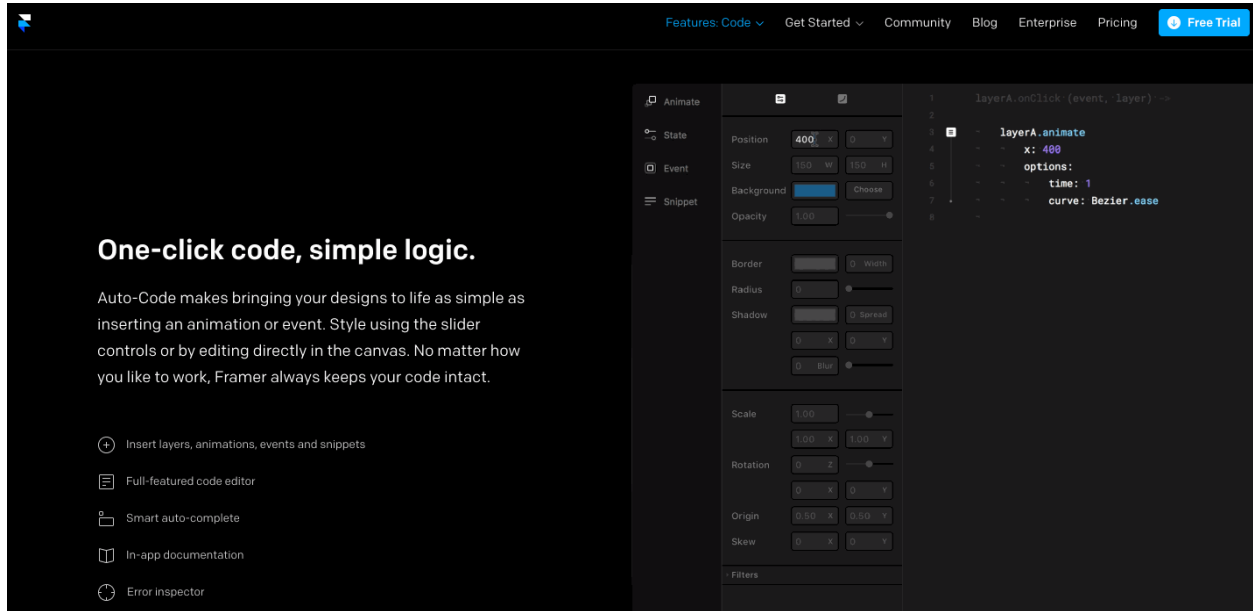


**6.3.4.5 Video.** Cuando se trata de transmitir información compleja en un formato visual, una imagen estática simplemente no funciona. Después de todo, la complejidad tiende a desarrollarse con el tiempo: una imagen fija de una interfaz de usuario solo dice que hay en ella, no cómo usarla.

Este brinda las siguientes ventajas:

1. Se puede deslizar sin problemas en el diseño, sin el intrusivo cromado de un video incrustado de YouTube o Vimeo

2. Sigue siendo de una calidad extremadamente alta, incluso con muchos colores, degradados y detalles en la imagen, algo que los GIFs luchan por hacer sin aumentar exponencialmente su tamaño
3. Se puede colocar en bucle para garantizar que los detalles de la copia y los de la imagen permanezcan sincronizados y se repitan para quienes lo necesiten.



**6.3.4.6 Responsive design.** Esta es una tendencia desde ya hace varios años, pues hoy en día el sitio debe de ser visible en cualquier dispositivo, ya sea un dispositivo móvil, una tablet o un ordenador. Esto debido a que las visitas desde los dispositivos móviles aumentan cada vez más día a día. Por lo que el responsive design es una técnica que permite que el contenido del sitio web se presente de forma óptima en todos los dispositivos de cualquier tamaño.

**6.3.4.7 Botones ghost.** Este sigue un estilo minimalista, logrando una combinación las imágenes hero se alcanza a tener un buen equilibrio y armonía en el diseño.



Fuente: <https://onextrapixel.com/ghost-buttons-the-brand-new-design-trend/>

**6.3.4.8 Hero slider.** El objetivo de este es llamar la atención del usuario, por lo que al utilizar todo el ancho de página de puede lograr tener una buena combinación con el diseño responsivo así como con el diseño plano.



Fuente: <https://www.netbrain.es/tendencias-diseno-web-2018/>

Capítulo  
**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

**7.1.1 Semiología de la imagen.** Será mucha importancia para la realización de dicho proyecto, ya que los símbolos y signos permitirán dar una orientación adecuada acerca de lo que es cada parte del sitio web. Asimismo, porque implementará de forma correcta la interfaz gráfica del sitio por medio de los gestos, objetos e imágenes.

**7.1.1.1 Comunicación visual.** Servirá como fundamento del proyecto, debido a que es la forma en la que se envía un mensaje y cómo es percibido, por lo que al desarrollar el diseño del sitio web se verá implicada para el correcto desarrollo de cada una de las páginas del sitio, ya que cada ícono, imagen y material gráfico tendrá un significado.

**7.1.5 Interfaz del usuario.** Se emplea debido a la importancia que tiene dentro del diseño de la interfaz gráfica del sitio, ya que abarca todos aquellos elementos gráficos con la intención de atraer al usuario y retenerlo por mayor tiempo al lograr que se sienta cómodo con la interfaz y realizar una interfaz que sea amigable y fácil de entender para el usuario.

**7.1.2 Psicología de la comunicación.** Es un proceso social en donde es base de la organización de la sociedad, siendo de vital importancia para conocer el grupo objetivo al que se está dirigiendo el proyecto y satisfacer sus necesidades deseos y/o demandas con un nivel de expectativa de calidad superior.

**7.1.4 Experiencia de usuario.** Se utilizará con la intención de crear una experiencia de usuario en la que se sienta cómodo al interactuar con el sitio. Lo anterior con el objetivo de poder solventar las necesidades del usuario y así hacer del sitio una herramienta que se pueda acudir en cualquier necesidad que tenga.

**7.1.3 Psicología del color.** Para el desarrollo de este proyecto juega un papel importante porque según la paleta de colores, así será el comportamiento con el que va a reaccionar el público, con la intención de poner en contexto y estimular al usuario para generar una apariencia amigable y confiabilidad, así como de profesionalidad.

**7.1.4 Cibernética.** Servirá de apoyo debido a que está ligada al estudio de las computadoras y en cómo el humano interactúa con estas, siendo de mucha ayuda, ya que al ser un sitio web implica la utilización de esta. Por otro lado, se utilizará porque se relaciona con todo lo que tiene que ver con sistemas informáticos teniendo como parte la internet que es indispensable para navegar a través del sitio.

**7.1.4.1 Diseño web.** Será de gran apoyo para la realización de este proyecto, ya que a través de este se logrará realizar la estructura y la navegación con la intención de guiar de forma correcta al usuario a través del sitio, por medio del diseño de una interfaz amigable.

**7.1.4 Dibujo.** Se utilizará para sustentar y plasmar todas las ideas generadas a través de un soporte físico en el que se pueda apreciar y entender lo que se quiere transmitir a través de los mismo. De la misma manera, es importante debido a que el dibujo es la forma más efectiva para plasmar una idea de forma gráfica.

**7.1.5 Tipografía.** Es necesario aplicar los conocimientos para ejemplificar la identidad visual y dar un mensaje claro y conciso. De la misma manera aportará al desarrollo de este proyecto debido a su capacidad de diferenciar los distintos niveles de importancia y jerarquía, según lo que se quiere dar a entender.

**7.1.6 Teoría del color.** Es importante reconocer la importancia debido a que se puede estructurar guía de colores para poder trabajar según el mensaje que se quiere dar. Asimismo, trabajar con los distintos valores tonales que pueda llegar a tener la estructura base del color.

**7.1.7 Teoría del recorrido visual.** Servirá de apoyo para generar una estructura en la que se pueda diagramar con la intención de poder de forma correcta al usuario en el sitio web, y darle la mejor experiencia de usuario y reducir la curva de aprendizaje para la utilización del mismo.

**7.1.8 Broken grid layout.** Se utilizará con la intención de crear una retícula informal pero siempre guardando la sobriedad en el diseño con un aspecto profesional, y buscar que la diagramación de los elementos gráficos del sitio sea atractiva.

**7.1.9 Ilustración.** Actualmente ha tenido mayor auge debido a lo llamativo que resulta ser para la vista, ya que se puede representar aspectos cotidianos. Se utilizará dentro del proyecto debido a su versatilidad en cuanto a representar situaciones, así como en la iconografía del sitio.

**7.1.10 Formas orgánicas.** Se basa en utilizar formas curvas pronunciadas y en que sea más vistoso para el ojo, llamar la atención. Se utilizará para la realización del proyecto debido a la naturaleza expresada en los elementos gráficos.



## 7.1.11 Tablero de conocimiento.



# DISEÑO WEB 2018

Con el objetivo de investigar a través de la Internet acerca de las tendencias actuales de diseño web para fundamentar la propuesta visual para los clientes de MediaLab, se ha realizado el presente tablero de conocimiento.

Autor | No. Carné | Sección  
Josué David Sapón Ríos | 15001195 | A4

### PARTES DE UN SITIO WEB

**HOME:**  
Esta es la parte más importante en el sitio web, dado que es la portada también porque es lo primero que se observa al ingresar dentro del mismo. La importancia de esta radica en que al ser la primera impresión del sitio para el usuario determina si este continúa en el mismo o decide abandonarlo.

**SECCIONES:**  
Al igual que el menú estas deben de ser concisas, en este es de suma importancia que existan imágenes o videos que llamen la atención del usuario. También que estén tituladas de forma coherente para que el usuario sepa en donde se encuentra y qué puede encontrar en esa sección.

**HEADER:**  
Este es el encabezado del sitio el cual contiene el menú, logotipo y el nombre del sitio.



**MENÚS:**  
Este debe de tener claridad y consistencia, debido a que si se está muy cargado con opciones puede confundir al usuario consiguiendo perderlo o en su defecto aburrirlo. Por lo que es recomendable que en el menú se encuentre solo las secciones más importantes del sitio.

**CONTACTO:**  
Tener un apartado de contacto es fundamental dentro del sitio web ya que a través de este se puede tener una retroalimentación por parte de los usuarios, en este se deben incluir todos los datos de la empresa así como en donde se puede encontrar a la misma.

**FOOTER:**  
Es el pie de página del sitio, en este se encuentran las secciones más relevantes del sitio, redes sociales, contacto y los enlaces obligatorios por ley a la Política de Privacidad, Cookies y Condiciones de uso.

## TENDENCIAS PARA DISEÑO WEB 2018

### BROKEN GRID

Este consta de utilizar una retícula informal en donde se rompe la típica guía de cuadrícula. Dando pie a que esta sea más dinámica y llamativa para el ojo, debido al "desorden" generado a través de los elementos.



### ILUSTRACIÓN

Esta ha tomado una gran importancia en el marketing, debido a la capacidad de mostrar conceptos abstractos a la vida cotidiana, por lo que esta puede llegar a reemplazar a la fotografía dentro del diseño del sitio.



### FORMAS ORGÁNICAS

Este se basa en utilizar curvas pronunciadas en las esquinas o vértices de los objetos, logrando así formas orgánicas y esféricas.



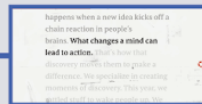
### RESPONSIVE

El sitio debe de ser visible en cualquier dispositivo, ya sea un dispositivo móvil, una tablet o un ordenador. Este permite que el contenido del sitio web se presente de forma óptima en todos los dispositivos de cualquier tamaño.



### INTERACCIÓN

Este ha tenido mayor auge debido a que la animación dentro del sitio web hace que sea más interactivo creando mayor impacto.



### VIDEO

Una imagen fija de una interfaz de usuario solo dice que hay en ella, no cómo usarla, por lo que esta no funciona como el video.



### HERO SLIDER

El objetivo de este es llamar la atención del usuario, por lo que al utilizar todo el ancho de página se puede lograr tener una buena combinación con el diseño responsivo así como con el diseño plano.



## RECOMENDACIONES

Como resultado de la investigación de cómo se conforma un sitio web y las tendencias que se presentan se recomienda aplicar las tendencias más significativas dentro del diseño del sitio web para Medialab, siempre teniendo en cuenta que estas se adecuen según la temática y requerimientos del mismo.

De la misma manera se sugiere innovar en cuanto a la combinación de las tendencias; esto con la finalidad de poder diseñar un producto de calidad el cual sea accesible y entendible para el público al que se dirige.

Fuentes principales de Investigación: [webflow.com/blog/19-web-design-trends-for-2018](http://webflow.com/blog/19-web-design-trends-for-2018) y [lagahe.com/partes-sitio-web/](http://lagahe.com/partes-sitio-web/)

Versión alta calidad: *Tendencias de diseño web 2018*

## **7.2 Conceptualización**

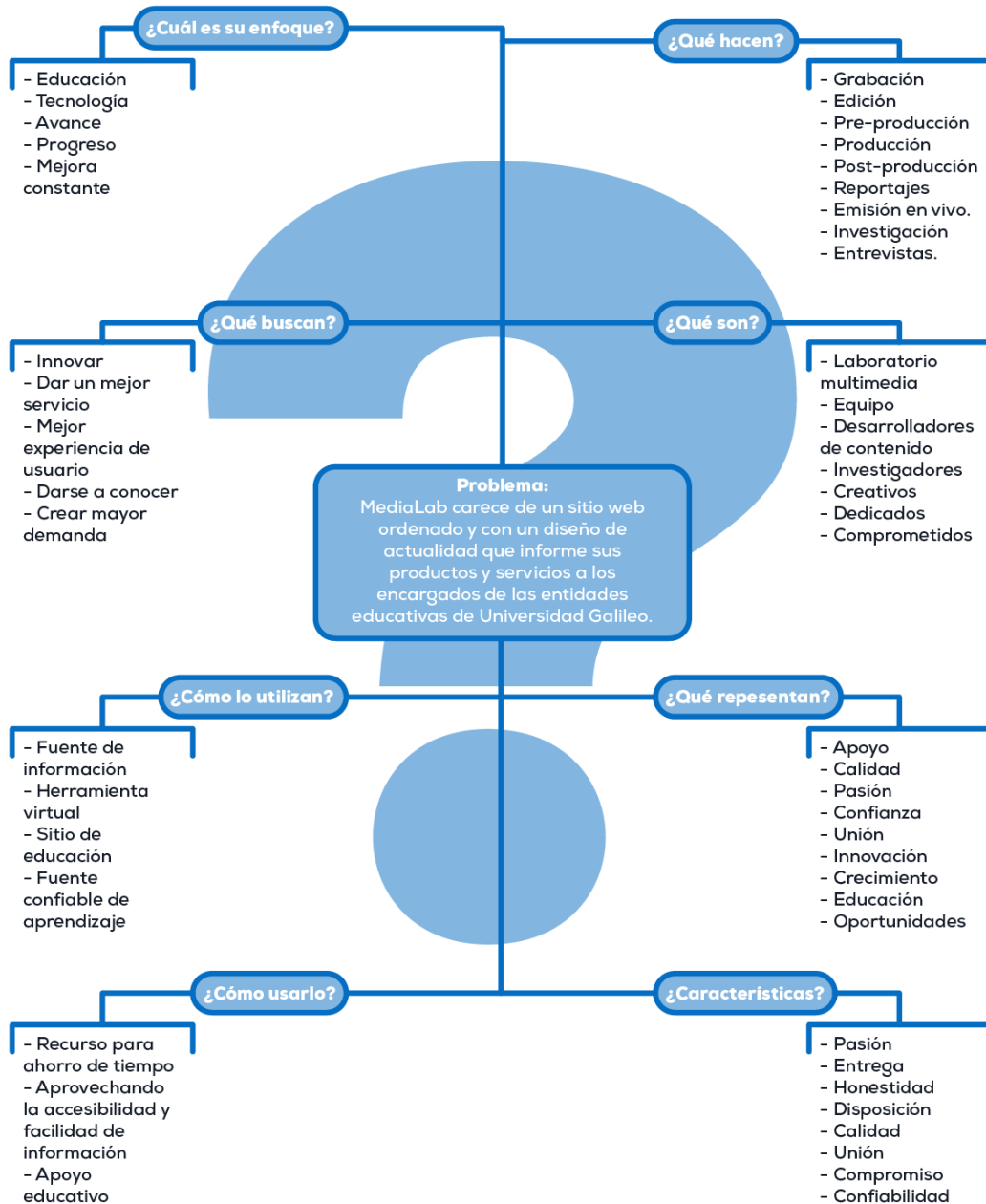
**7.2.1 Método.** Para este proyecto se utilizó la técnica creativa, que fue creada por Alex Osborn ya que él afirmaba que la pregunta es la más creativa de las conductas humanas, por lo que consta del desarrollo de preguntas para aplicarlas en la exploración del problema a resolver, Osborn también es el creador del brainstorming.

El enfoque principal de este es poder generar preguntas relevantes desde todos los puntos de vista posibles con la intención que abrirse y poder percibir soluciones innovadoras.

Para la realización de esta se debe de realizar preguntas primeramente para cuestionarse el porqué del problema y analizar las posibles respuestas a este, y luego cuestionarse el cómo poder solucionarlo abordando todos aquellos factores que influyen en el problema tomando en cuenta cualquier idea para poder dar una solución eficiente y eficaz.

## 7.2.1 Método.

# EL ARTE DE PREGUNTAR



Versión alta calidad: *El arte de preguntar*

**7.2.2 Definición de concepto.** Luego de realizar la técnica creativa se presentan las propuestas creativas en donde se destacan aquellas que sean utilizadas para solventar el problema de forma diferente, según el mensaje que se quiere transmitir.

Por lo que las propuestas como resultado de la técnica creativa son las siguientes:

- Pasión por la educación
- Innovación y calidad
- generando experiencias audiovisuales
- **Creamos experiencias visuales**

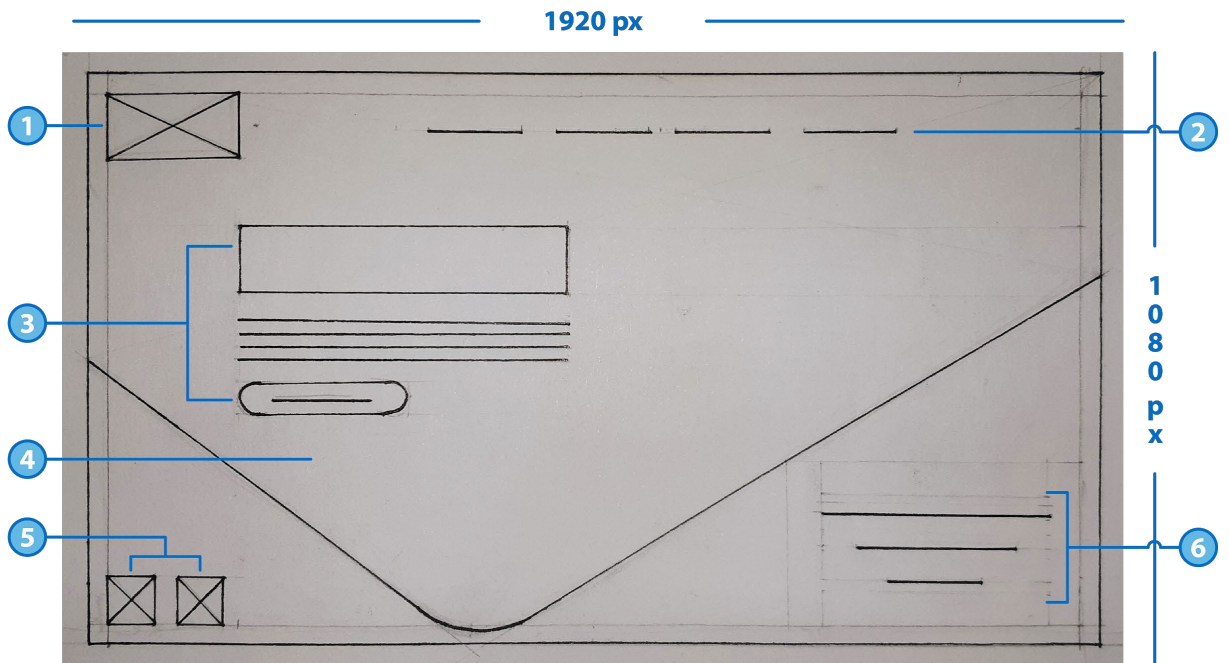
Luego de haber realizado la técnica creativa, se obtuvieron varias propuestas para utilizarlos como frase conceptual para la realización del proyecto. Se seleccionó aquel que representaba en mayor parte darle mayor valor al usuario.

Por lo que es concepto “Creamos experiencias visuales” se enfoca en esa experiencia de usuario que se debe tener en un sitio web, ya que este es el cometido del proyecto, brindar mejor servicio y facilitarle al usuario, solicitar los distintos servicios multimedia que le pueda ofrecer el laboratorio multimedia.

## 7.3 Bocetaje.

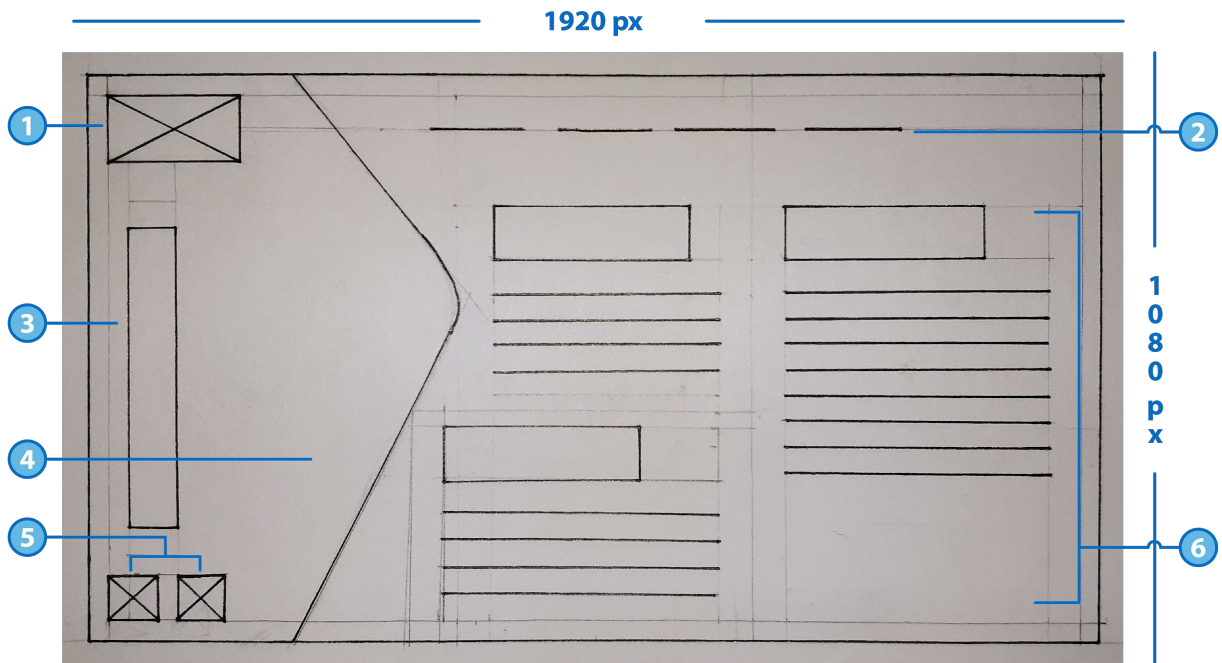
### 7.3.1 Bocetaje inicial.

#### 7.3.1.1 Página de inicio.



1. Imagotipo Laboratorio MediaLab.
2. Menú de navegación del sitio.
3. Título y descripción breve de MediaLab junto con botón hacia formulario de reserva.
4. Ilustración representativa del sitio con el objetivo de poner en contexto al usuario de lo que es MediaLab.
5. Iconos de redes sociales (Facebook y Youtube).
6. Frase del Dr. Eduardo suger *“Educar es cambiar visiones y transformar vidas.”*

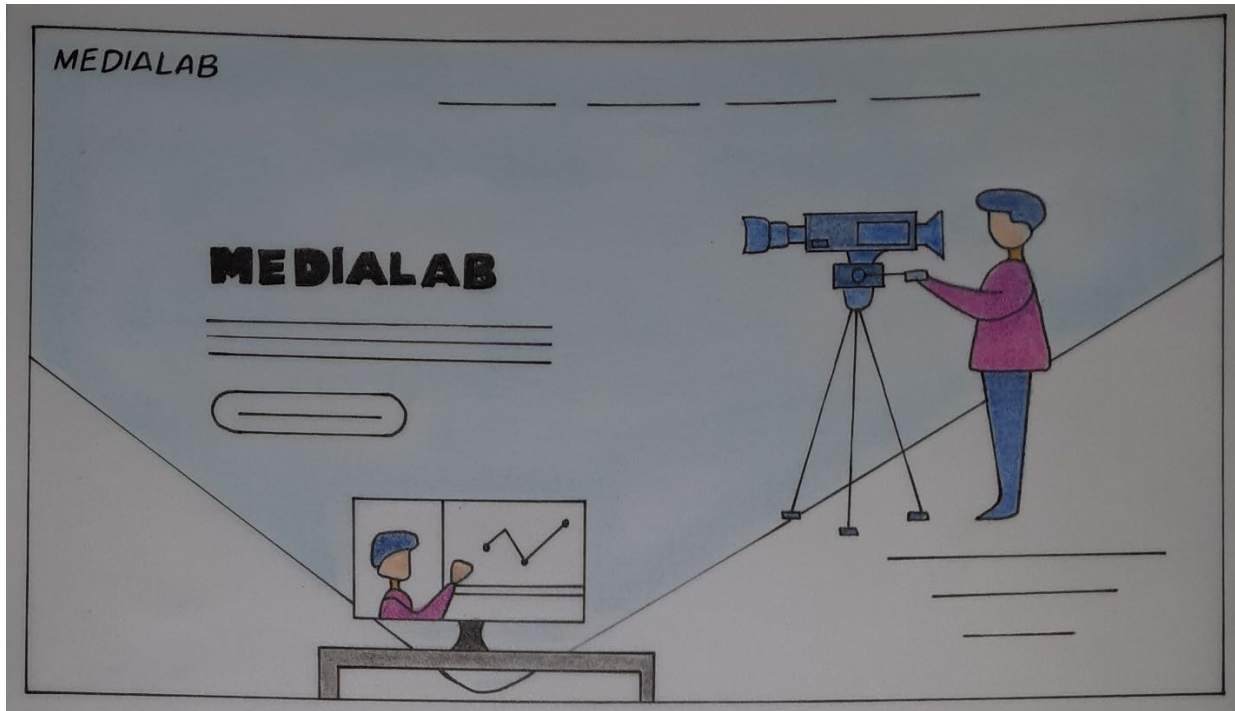
### 7.3.1.2 Página “acerca de”



1. Imagotipo de MediaLab.
2. Menú de navegación del sitio.
3. Título de la página.
4. Ilustración representativa.
5. Iconos de redes sociales (Facebook y Youtube).
6. Títulos secundarios y texto (Misión, Visión y Nuestros servicios).

### 7.3.2 Bocetaje formal a color.

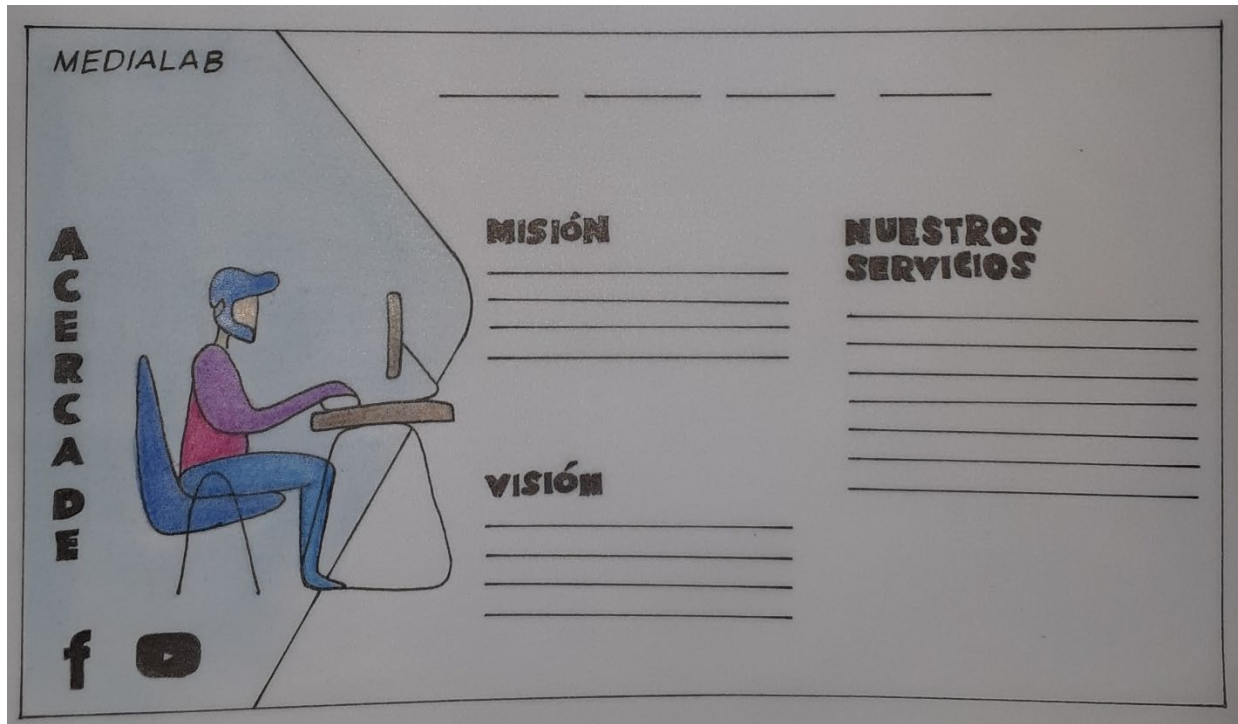
#### 7.3.2.1 Página de inicio.



Esta tiene una dimensión de 1920 por 1080 píxeles. Asimismo, contiene las ilustraciones de forma representativa y elementos principales a manera de llamar la atención del usuario, dado que es la primera vista que tendrá de todo el sitio.

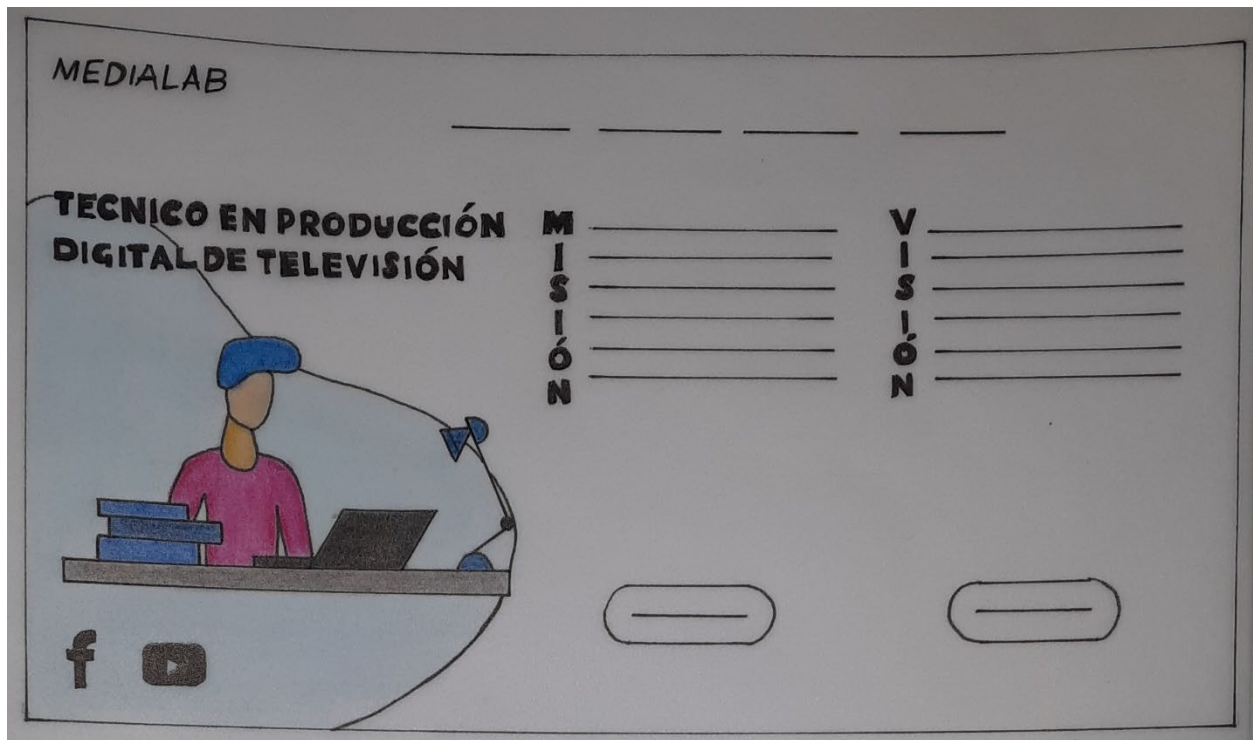


### 7.3.2.2 Página acerca de.



Tiene una dimensión de 1920 por 1080 píxeles. Asimismo, contiene una ilustración representativa de lo que se encuentra en la página. También se visualiza la información relevante del mismo y sus redes sociales.

### 7.3.2.3 Página carrera.



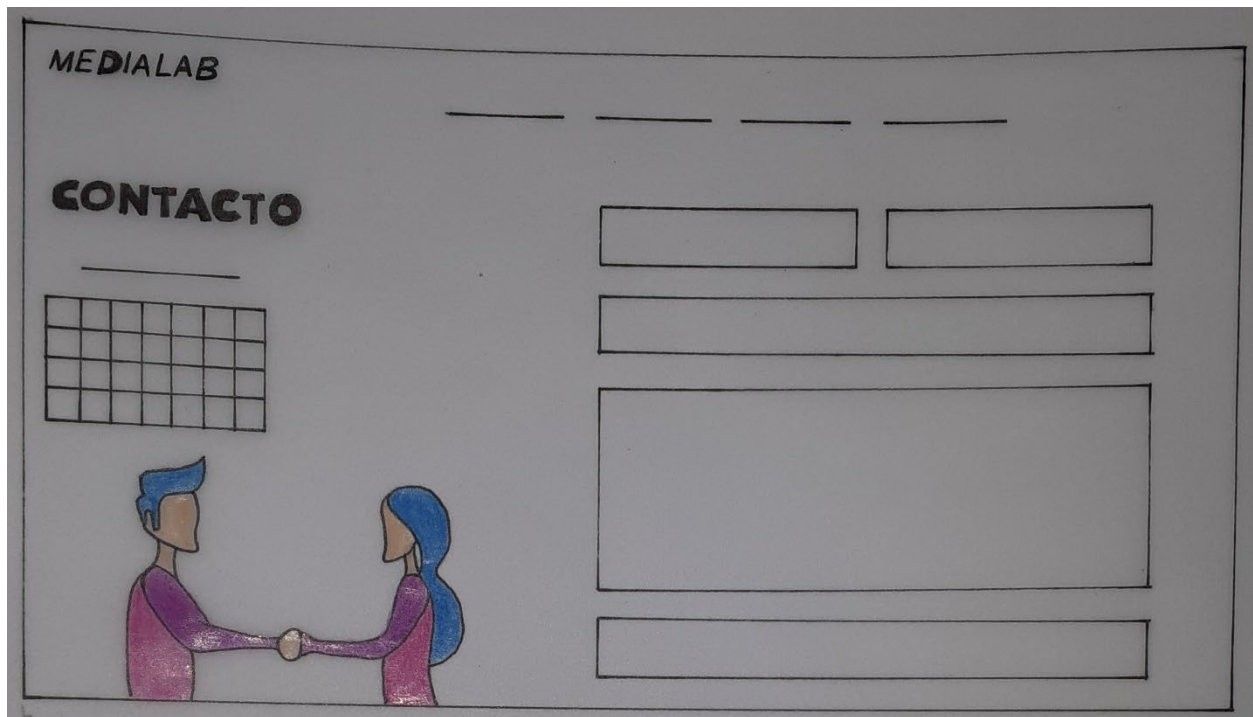
Tiene una dimensión de 1920 por 1080 píxeles. Asimismo, contiene una ilustración representativa de lo que se encuentra en la página. También se visualiza la información relevante del mismo y sus redes sociales. Por otro lado, se colocan botones “call to action”.

#### 7.3.2.4 Página multimedia.



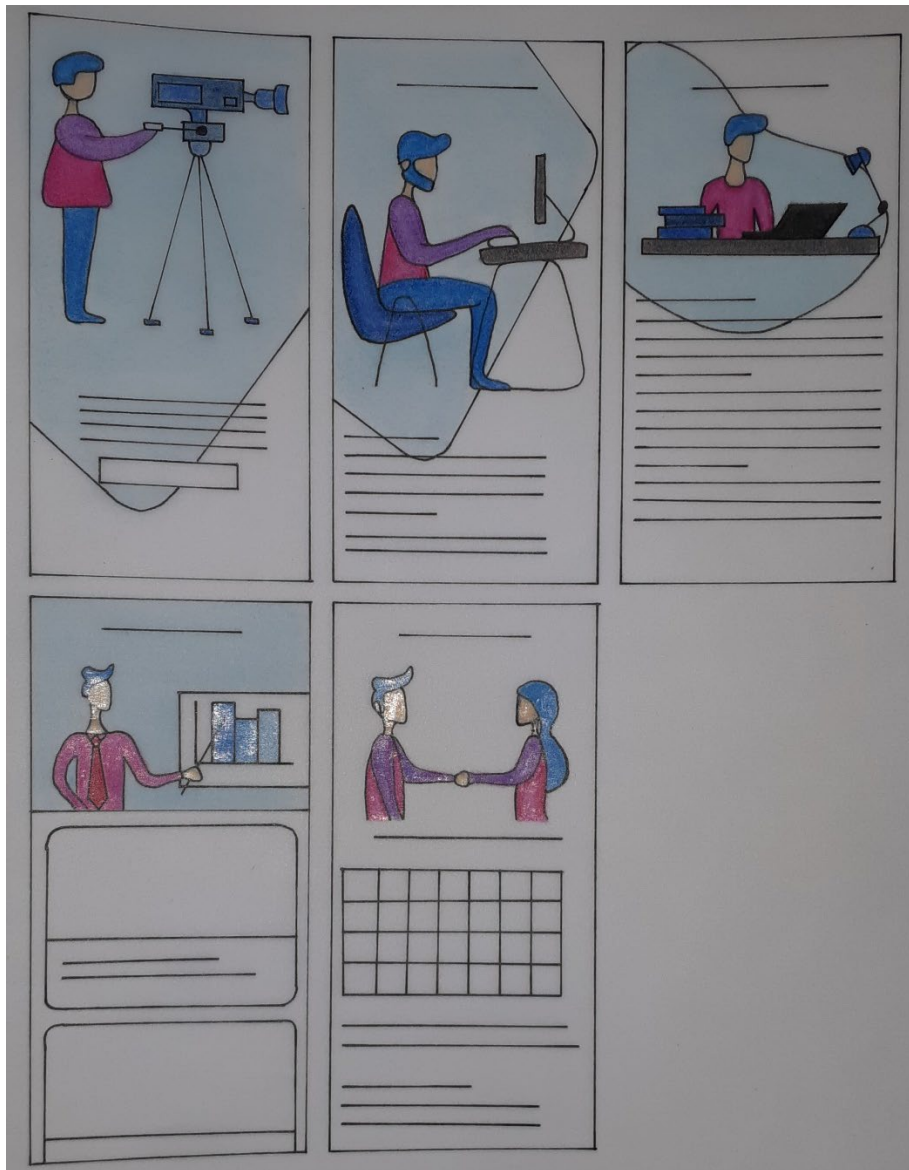
Esta tiene una dimensión de 1920 por 1080 píxeles. Asimismo, contiene una ilustración representativa a lo que se encuentra en la página. También se visualiza la información relevante del mismo con una barra de búsqueda para hacer más fácil la navegación de la misma. Contiene un menú en la parte izquierda para filtrar por categoría cada uno del contenido multimedia.

### 7.3.2.5 Página contacto.



Esta tiene una dimensión de 1920 por 1080 píxeles. Asimismo, contiene una ilustración representativa a lo que se encuentra en la página. También se visualiza la información relevante del mismo como el formulario de contacto y un calendario para ver la disponibilidad de los servicios que ofrecen.

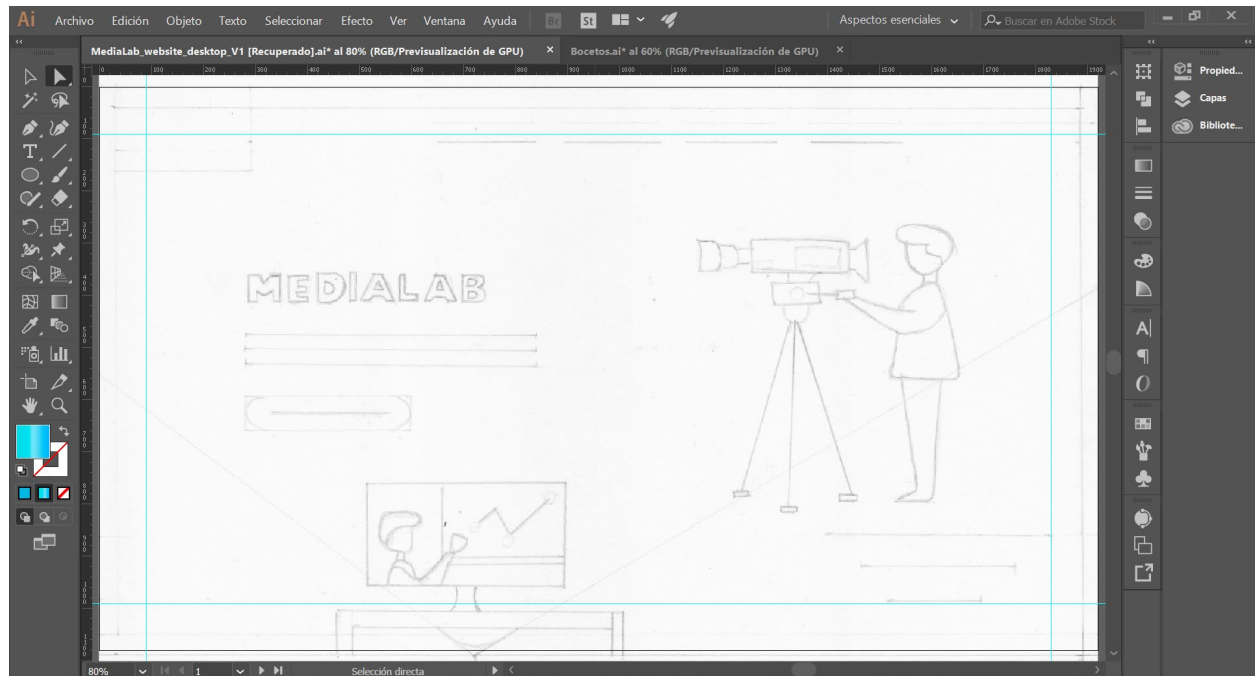
7.3.2.5 Sitio web en versión para teléfonos inteligentes.



En estas se encuentra la versión para teléfonos inteligentes del sitio.

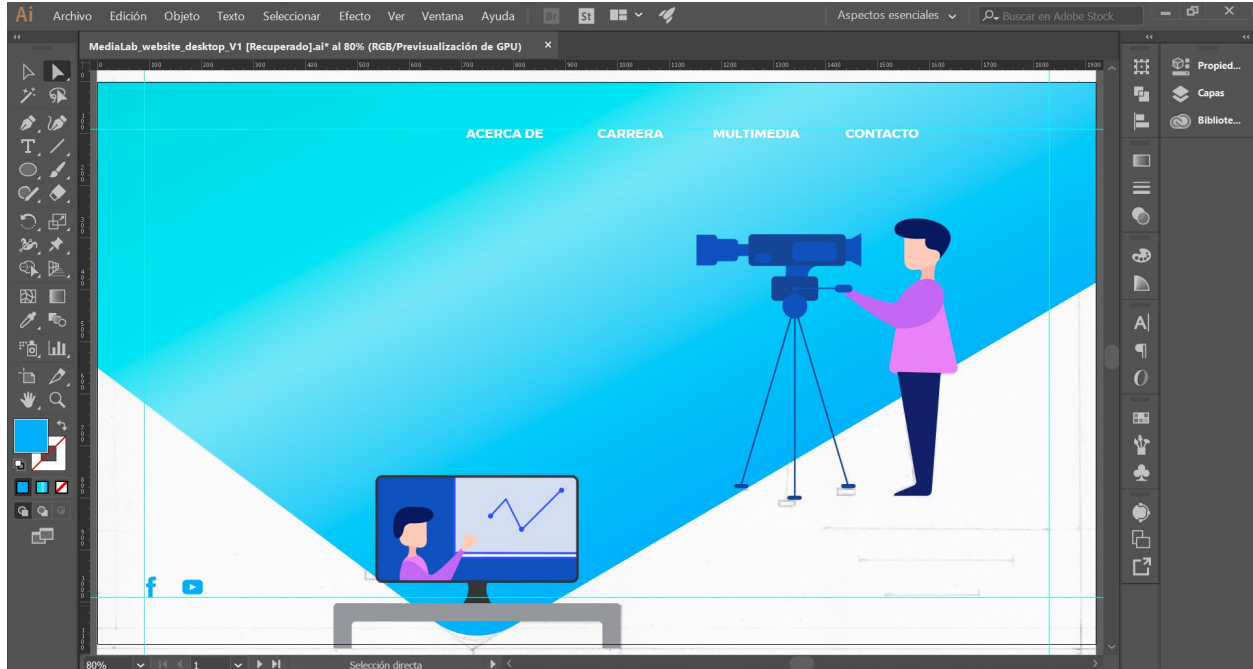
### 7.3.3 Proceso de digitalización de bocetos.

#### 7.3.3.1 Página de inicio.



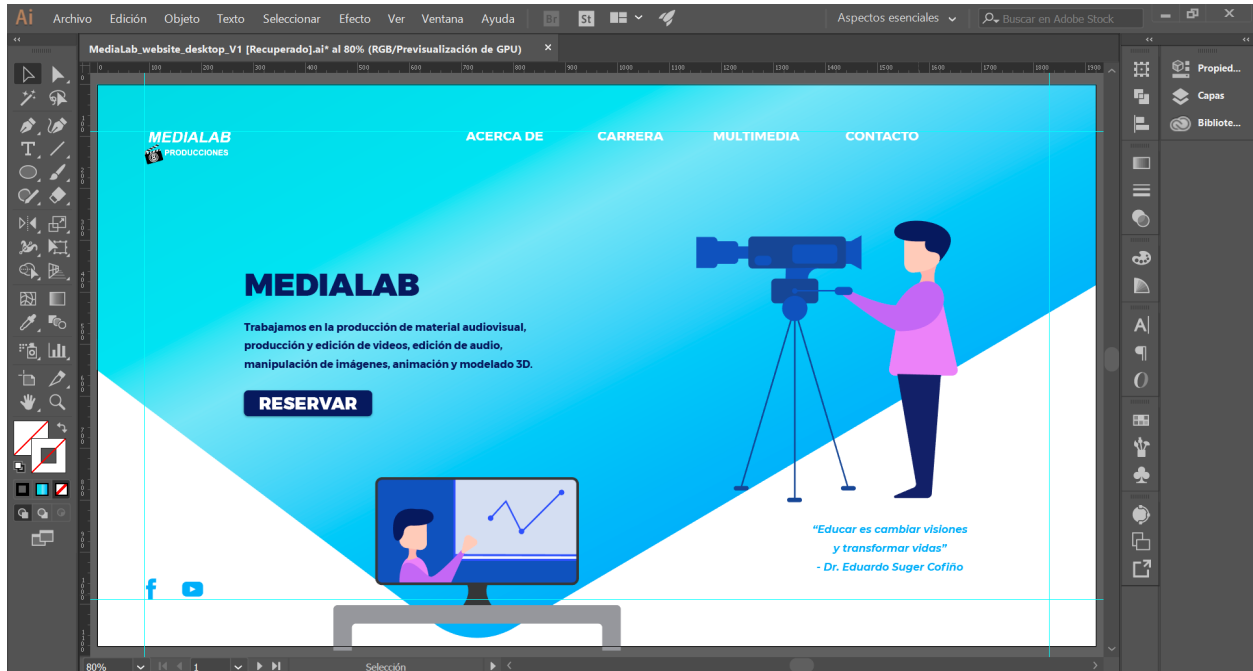
1. Para comenzar se colocó el boceto como fondo para así tener más clara la referencia, tanto para realizar las ilustraciones como para la diagramación de la misma. Se diseña la línea gráfica junto con el menú.

### 7.3.3.1 Página de inicio.



2. Una vez ya se han realizado las ilustraciones se comienza a diagramar la página con el objetivo de hacer que esta sea lo más parecido al boceto, siempre teniendo en cuenta los espacios visuales para que tenga el mismo peso visual y se colocan las redes sociales, que en este caso es Youtube y Facebook.

### 7.3.3.1 Página de inicio.



3. Por último, se coloca el imagotipo en la esquina superior izquierda, también los títulos con sus respectivos textos y el botón principal de reservar que cumple el objetivo de llamar la atención para que los servicios que ofrecen sean utilizados y tenga mayor orden.



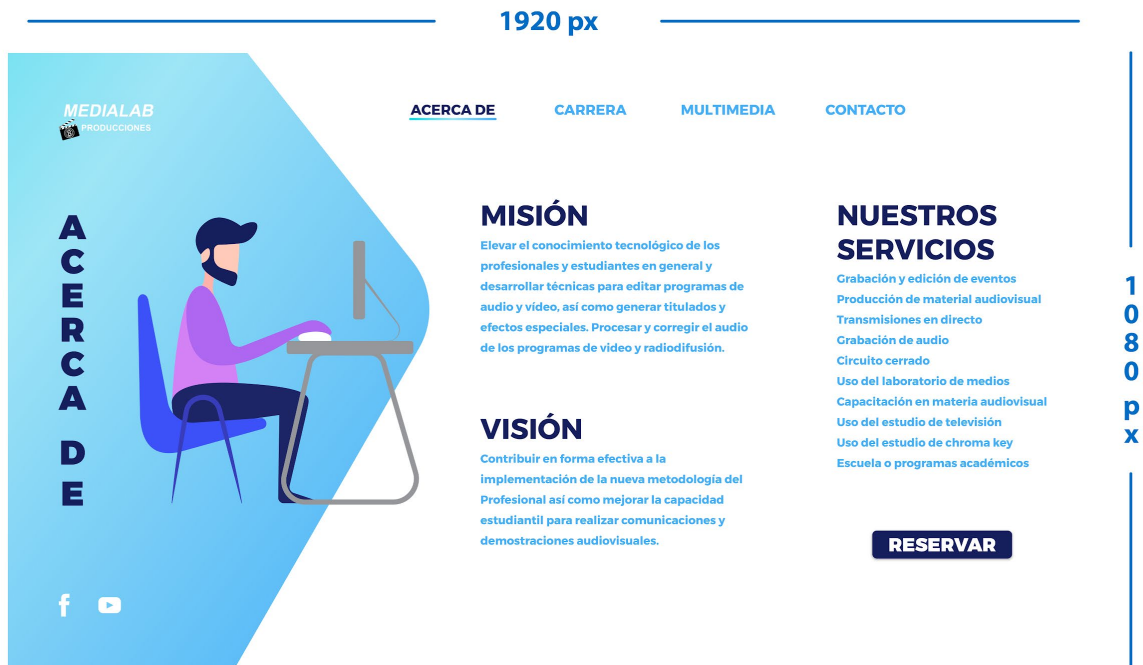
## 7.4 Propuesta preliminar.

### 7.4.1 Página “Inicio”.



Esta es la página inicial que contiene ilustraciones, con el objetivo de poner en contexto al usuario acerca de lo que se trata MediaLab. De la misma manera se utilizó una frase muy popular del rector de la Universidad. Por otro lado, se puso un título y con un cuerpo de texto que es una breve descripción del laboratorio multimedia MediaLab.

### 7.4.2 Página “Acerca de”.



Se hace mención de aquello por lo que trabajan y por lo que quieren alcanzar, tal y como es la misión y la visión. También se detallan los servicios que ofrecen a las entidades académicas de la Universidad Galileo, por lo que se añadió el botón de “reservar”, para que estos puedan apartar el día en que requieren de su servicio.

### 7.4.3 Página “Carrera”.



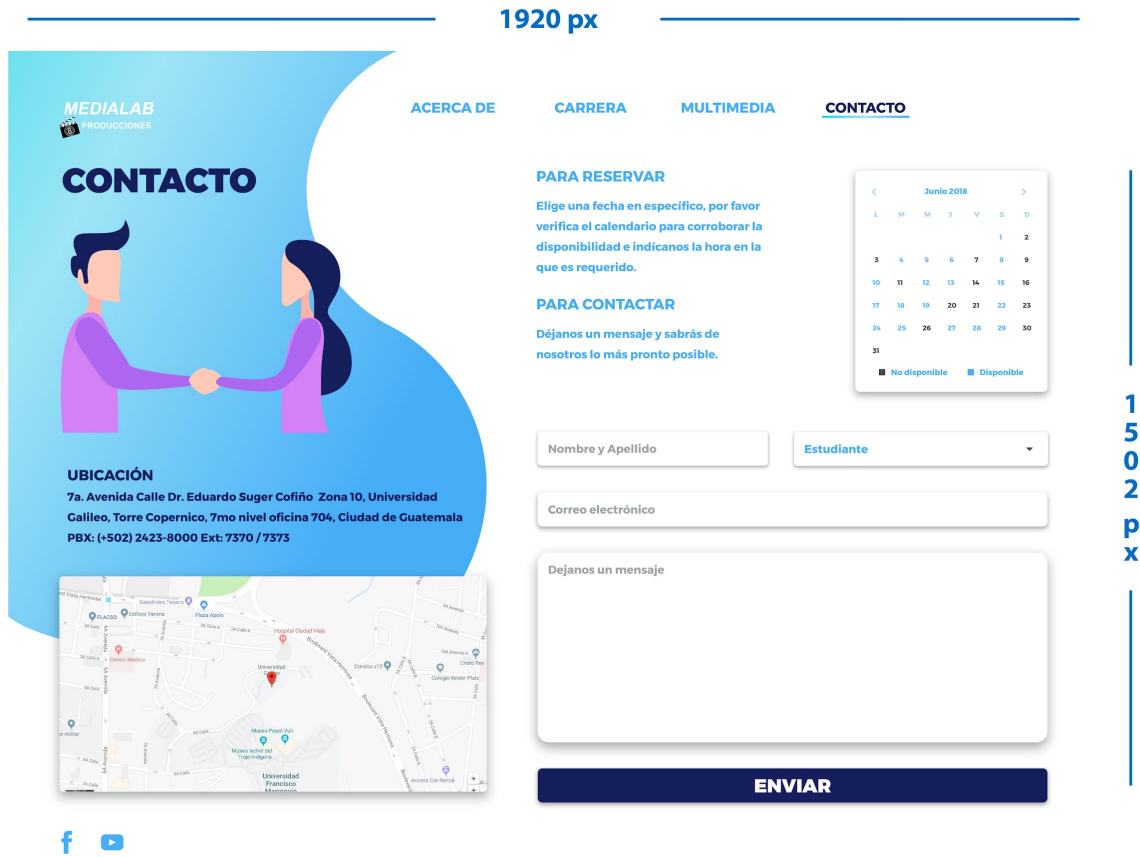
Contiene toda la información acerca de la carrera que tiene MediaLab a su cargo. Se describe el objetivo, la misión y la visión de la misma para que quien se interese en ella pueda conocerla un poco más a fondo. También se colocó una ilustración para ejemplificar acerca de lo que trata la página. Se agregó un botón de “pensum” para que en caso el usuario esté interesado en conocer el contenido que se impartirá, pueda verlo de forma fácil y accesible.

#### 7.4.4 Página “multimedia”.



Es en donde se encuentran todas las producciones realizadas por MediaLab, por ejemplo: cursos que se han ido desarrollando y eventos. También cuenta con un apartado de categorías con la intención de hacer la búsqueda más fácil para el usuario, ya que le permitirá ver los vídeos de cierta categoría sin necesidad de indagar de forma específica.

### 7.4.5 Página “Contacto”.



Se encuentra toda la información de contacto del laboratorio multimedia MediaLab. Asimismo, se incorporó un calendario en donde pueden observar la disponibilidad para solicitar el servicio, con la intención de evitar que la persona haga la solicitud de forma física, y automatizar el proceso y reducir tiempos.

Capítulo  
**VALIDACIÓN  
TÉCNICA**



## **Capítulo VIII: Validación técnica**

Para la realización de la validación del proyecto de graduación se evaluó en forma cualitativa y cuantitativa, esto con el objetivo de evidenciar la efectividad que este manifiesta acorde a lo que es requerido por parte del cliente, de los objetivos del proyecto y la funcionalidad.

Para hacer eficaz la validación se utilizó la encuesta de forma personal, con la intención de conocer la reacción de los encuestados al presentarles el proyecto, así como la opinión de estos con la finalidad de alcanzar un nivel de expectativa de calidad superior y satisfacer los deseos y necesidades de cada uno de estos.

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.

### **8.1 Población y muestreo**

La herramienta utilizada fue una encuesta de respuesta múltiple, que fue validada con 1 persona como cliente, a 8 personas, hombres y mujeres del grupo objetivo y a 5 expertos, hombres y mujeres en el área de comunicación y diseño. Para tener un total de 14 personas encuestadas, con la finalidad de tener una muestra representativa y así tener un mejor criterio para llevar a cabo los cambios necesarios, según sea el caso.

### **8.2 Método e instrumentos**

Para esto se realizó una herramienta de validación con un enfoque meramente en las áreas de comunicación y diseño.

Para verificar la efectividad de la propuesta la encuesta fue una herramienta fundamental para la investigación, dado que a través se darán a conocer los resultados de la opinión de las personas seleccionadas para la correcta implementación y funcionalidad del sitio,

La encuesta se conforma de 13 preguntas dentro las que se evaluaron tres aspectos en el siguiente orden. Primeramente, la parte objetiva que responden al objetivo general y específicos del proyecto, seguidamente la parte semiológica que está basada por elementos visuales y gráficos. Y, por último, la parte operativa que se encuentra estrechamente ligada al cumplimiento de los objetivos y a dar una solución funcional.



## 8.2 Método e instrumentos



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

Género: F  M

Experto:

Cliente:

Grupo Objetivo:

Nombre: \_\_\_\_\_

Profesión: \_\_\_\_\_

Puesto: \_\_\_\_\_

Años de experiencia en el mercado: \_\_\_\_\_

### Herramienta de Validación del proyecto

Con el objetivo de poder evaluar a manera de aceptación y efectividad se realizó una herramienta de validación del: Diseño de sitio web para informar acerca de los productos y servicios multimedia que brinda MediaLab a los encargados de las entidades educativas de Universidad Galileo. Guatemala, Guatemala. 2019. El cual será validado con expertos, grupo objetivo y el cliente para que este sea de conformidad para todas las partes, y con la finalidad de entregar un producto final de calidad.

---

### Instrucciones

Con base a la información anterior, observe los siguientes artes y según su criterio profesional conteste las siguientes preguntas de validación.

## 8.2 Método e instrumentos

### Parte Objetiva

1) ¿Considera necesario diseñar un sitio web para informar acerca de los productos y servicios multimedia que brinda MediaLab a los encargados de las entidades educativas de Universidad Galileo?

Sí

No

2) ¿Cree indispensable diagramar los elementos gráficos para mantener un orden visual y jerárquico para que el sitio sea entendible y fácil de utilizar para los encargados de las entidades educativas de Universidad Galileo?

Sí

No

3) ¿Piensa que es fundamental investigar acerca de las nuevas tendencias en diseño web para innovar en el diseño del sitio y así atraer al personal administrativo a que puedan informarse de los servicios que MediaLab provee?

Sí

No

4) ¿Estima esencial recopilar información a través del brief para conocer acerca de los productos y servicios que ofrece MediaLab y así ordenarlos según su categoría facilitando el acceso al usuario?

Sí

No

### Parte Semiológica

1) ¿Considera que los colores utilizados en el sitio web son?

Muy adecuados

Poco Adecuados

Nada adecuados

## 8.2 Método e instrumentos

2) ¿Según su criterio el diseño del sitio web con relación al ya existente es?

Muy innovador

Poco innovador

Nada innovador

3) ¿Según su criterio la tipografía utilizada en el sitio web es?

Muy legible

Poco Legible

Nada legible

4) ¿Considera que las ilustraciones realizadas para el sitio web son?

Muy apropiadas

Poco apropiadas

Nada apropiadas

### Parte Operativa

1) ¿Considera que los márgenes (espacio desde la orilla hasta los elementos gráficos) del sitio web son?

Muy adecuados

Poco adecuados

Nada adecuados

2) ¿Considera que el espacio entre los elementos gráficos es?

Muy correcto

Poco correcto

Incorrecto

## 8.2 Método e instrumentos

3) ¿Considera que el tamaño de la tipografía es?

Muy conveniente

Poco conveniente

Nada conveniente

4) ¿Considera que la diagramación del sitio web es?

Muy ordenada

Poco ordenada

Nada ordenada

5) ¿Considera que la usabilidad del sitio web es?

Muy fácil

Poco fácil

Difícil

De antemano se agradece la atención y el tiempo brindado por contestar esta encuesta. Si en dado caso usted tiene alguna sugerencia, comentario o crítica puede hacerlo en el siguiente espacio:

---

---

---

---

---

---

---

---

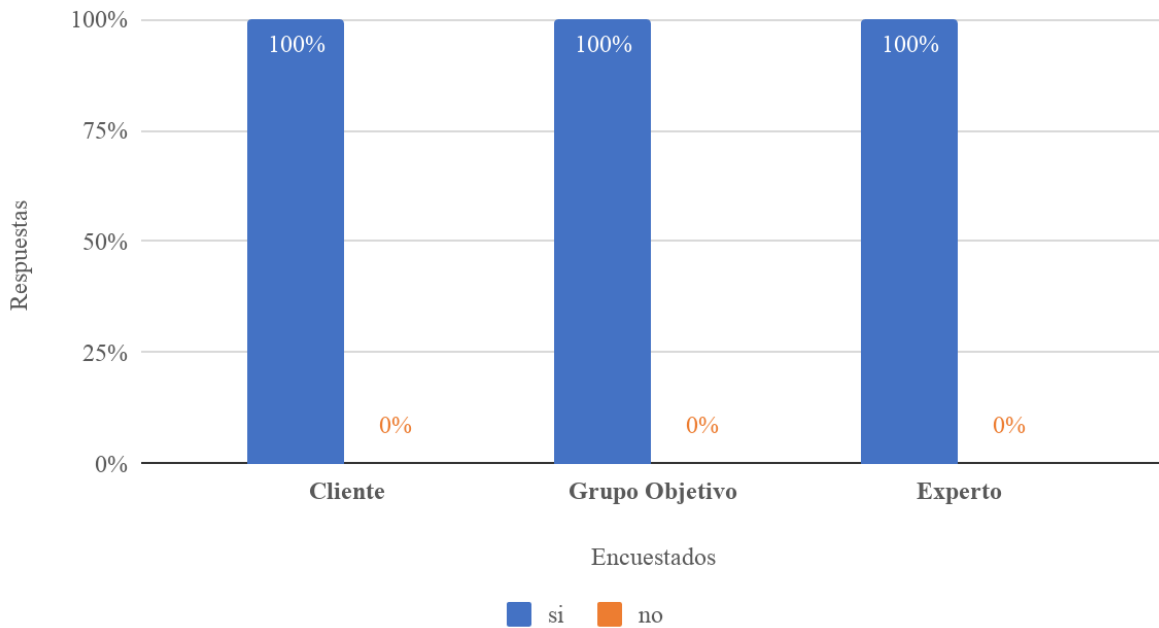
Gracias por contribuir al proyecto de tesis: "DISEÑO DE SITIO WEB PARA INFORMAR ACERCA DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS MULTIMEDIA QUE BRINDA MEDIALAB A LOS ENCARGADOS DE LAS ENTIDADES EDUCATIVAS DE UNIVERSIDAD GALILEO. GUATEMALA, GUATEMALA. 2019", su opinión será tomada en cuenta para la realización de cambios en dicho proyecto.

*Link de versión digital completa: Herramienta de validación*

### 8.3 Resultados e interpretación de resultados

Pregunta No.1

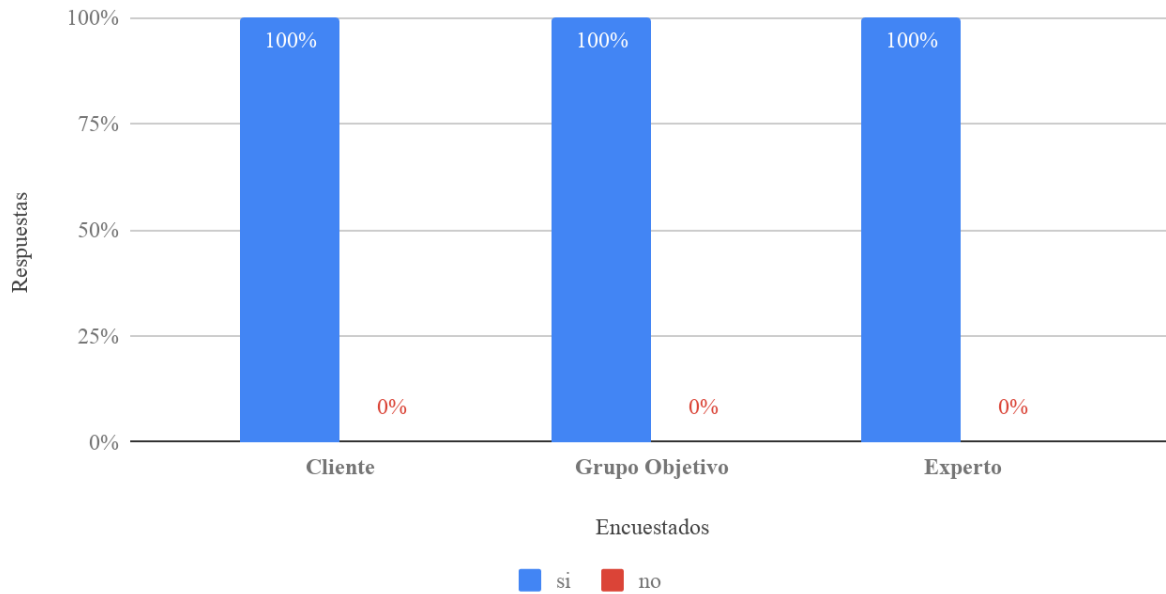
¿Considera necesario diseñar un sitio web para informar acerca de los productos y servicios multimedia que brinda MediaLab a los encargados de las entidades educativas de Universidad Galileo?



Interpretación: El 100% de los encuestados sí considera necesario diseñar un sitio web para informar acerca de los productos y servicios multimedia que brinda MediaLab a los responsables de las entidades educativas de Universidad Galileo.

## Pregunta No. 2

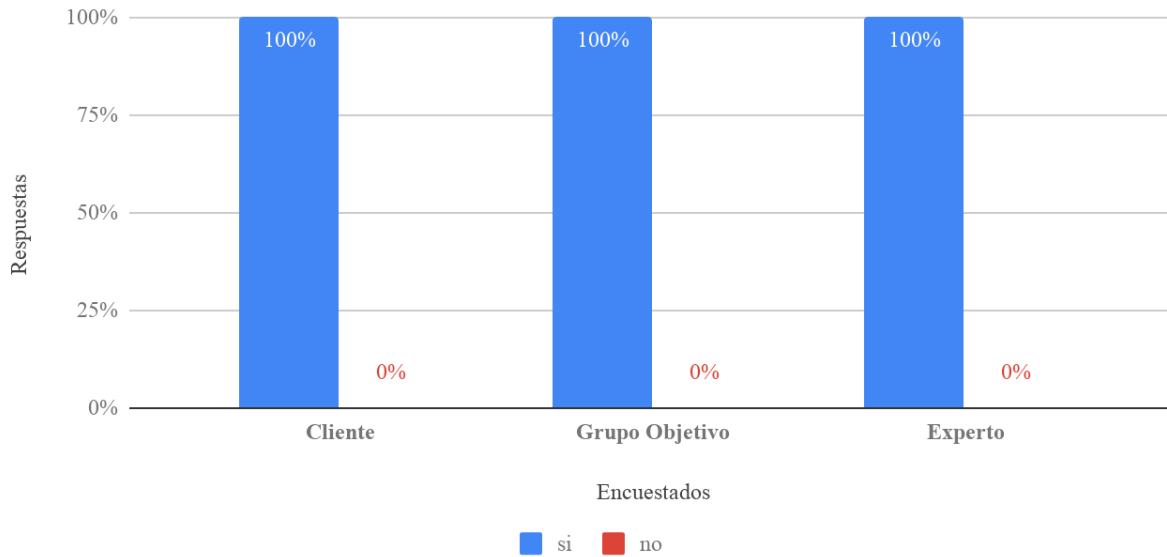
¿Cree indispensable diagramar los elementos gráficos para mantener un orden visual y jerárquico para que el sitio sea entendible y fácil de utilizar para los encargados de las entidades educativas de Universidad Galileo?



Interpretación: El 100% de los encuestados si cree indispensable diagramar los elementos gráficos para mantener un orden visual y jerárquico para que el sitio sea entendible y fácil de utilizar para los responsables de las entidades educativas de Universidad Galileo.

### Pregunta No. 3

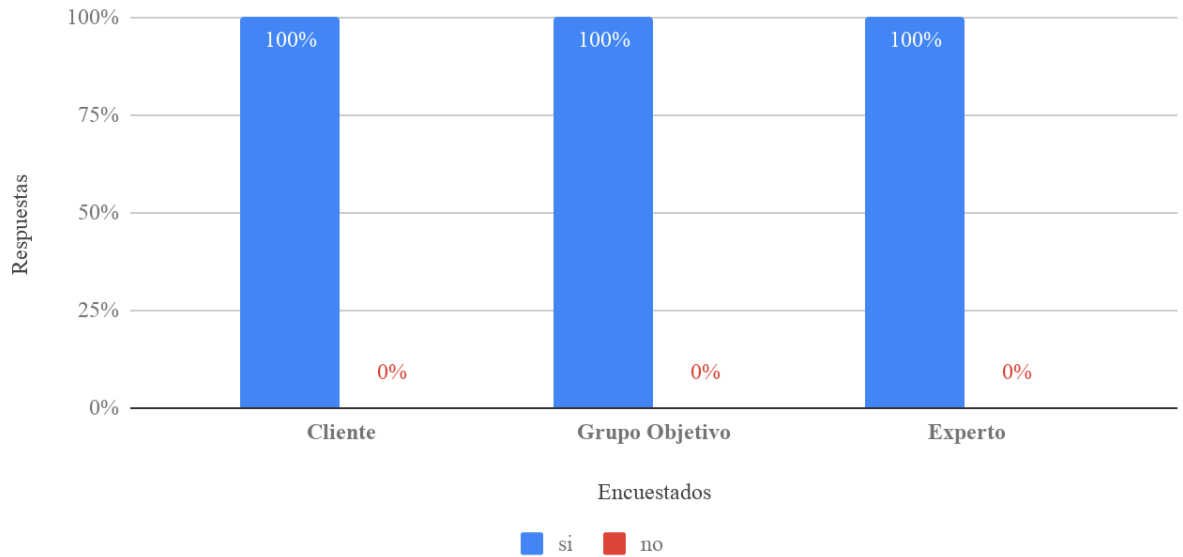
¿Piensa que es fundamental investigar acerca de las nuevas tendencias en diseño web para innovar en el diseño del sitio y así atraer al personal administrativo a que puedan informarse de los servicios que MediaLab provee?



Interpretación: El 100% de los encuestados sí piensa que es fundamental investigar acerca de las nuevas tendencias en diseño web para innovar en el diseño del sitio y así atraer al personal administrativo a que puedan informarse de los servicios que MediaLab provee.

#### Pregunta No. 4

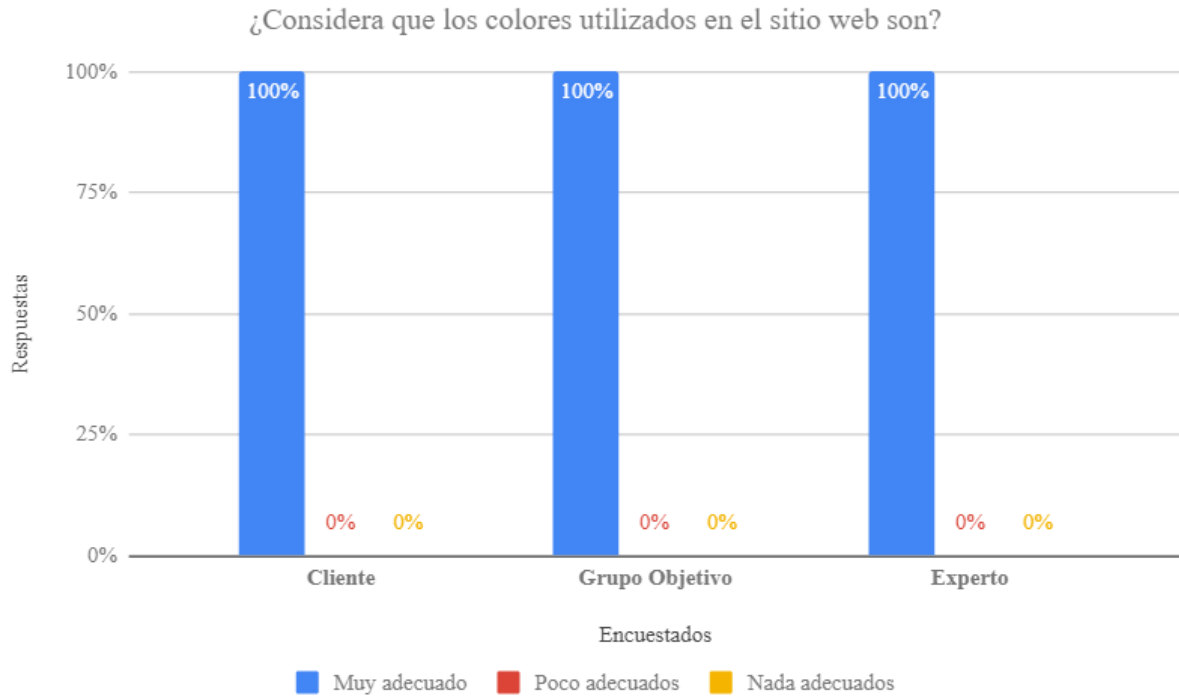
¿Estima esencial recopilar información a través del brief para conocer acerca de los productos y servicios que ofrece MediaLab y así ordenarlos según su categoría facilitando el acceso al usuario?



Interpretación: El 100% de los encuestados estima esencial recopilar información a través del brief para conocer acerca de los productos y servicios que ofrece MediaLab y así ordenarlos según su categoría al facilitar el acceso al usuario.

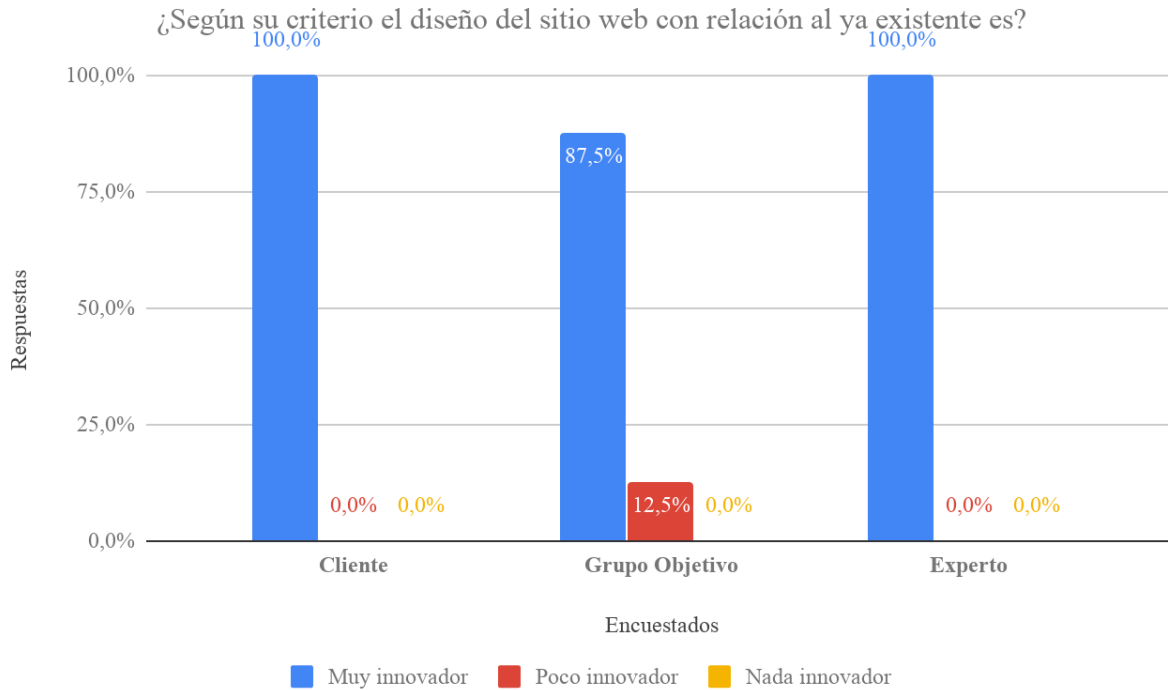


Pregunta No. 5



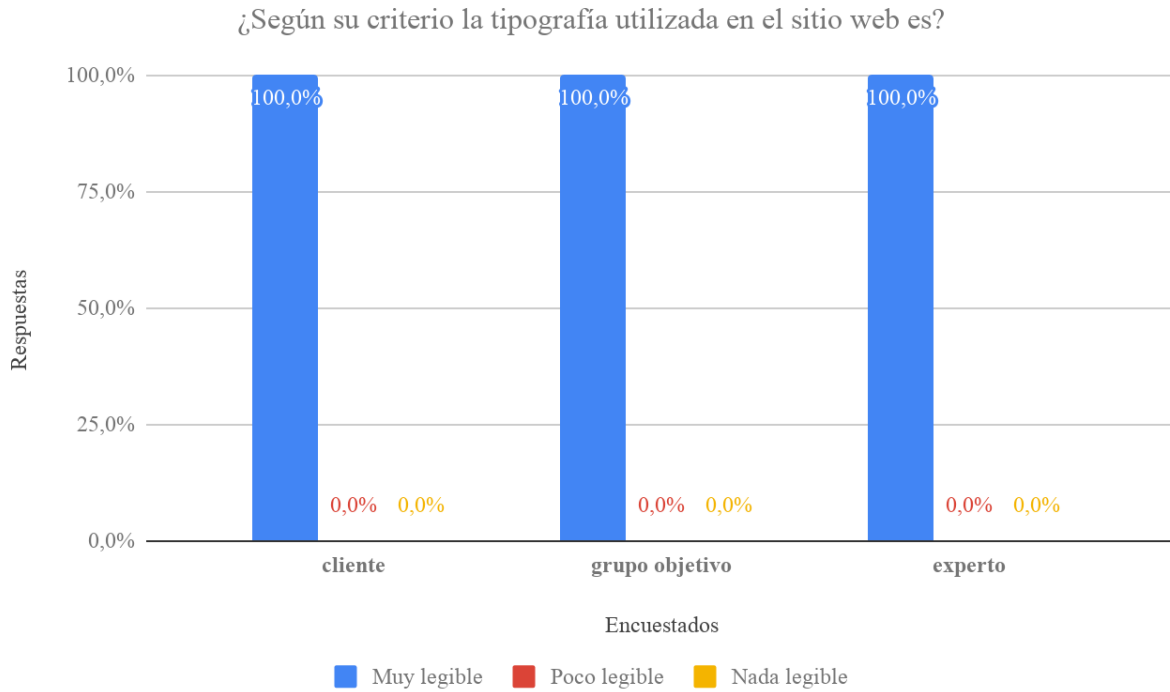
Interpretación: El 100% de los encuestados considera que los colores utilizados en el sitio web son muy adecuados.

## Pregunta No. 6



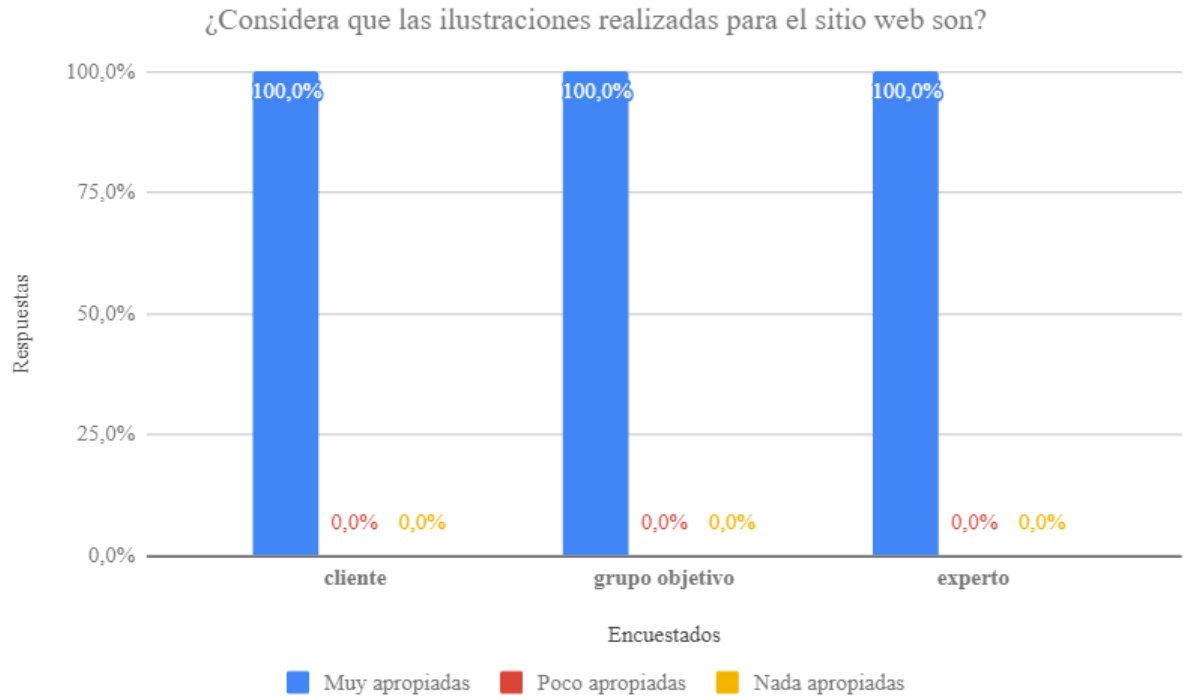
Interpretación: Según el criterio de los encuestados, el 100% de los expertos y el cliente afirman que el diseño del sitio web con relación al ya existente es muy innovador. Por otro lado, el 12.5% (1 persona) del grupo objetivo afirma que es poco innovador y el 87.5% (7 personas) afirman que el sitio web es muy innovador.

### Pregunta No. 7



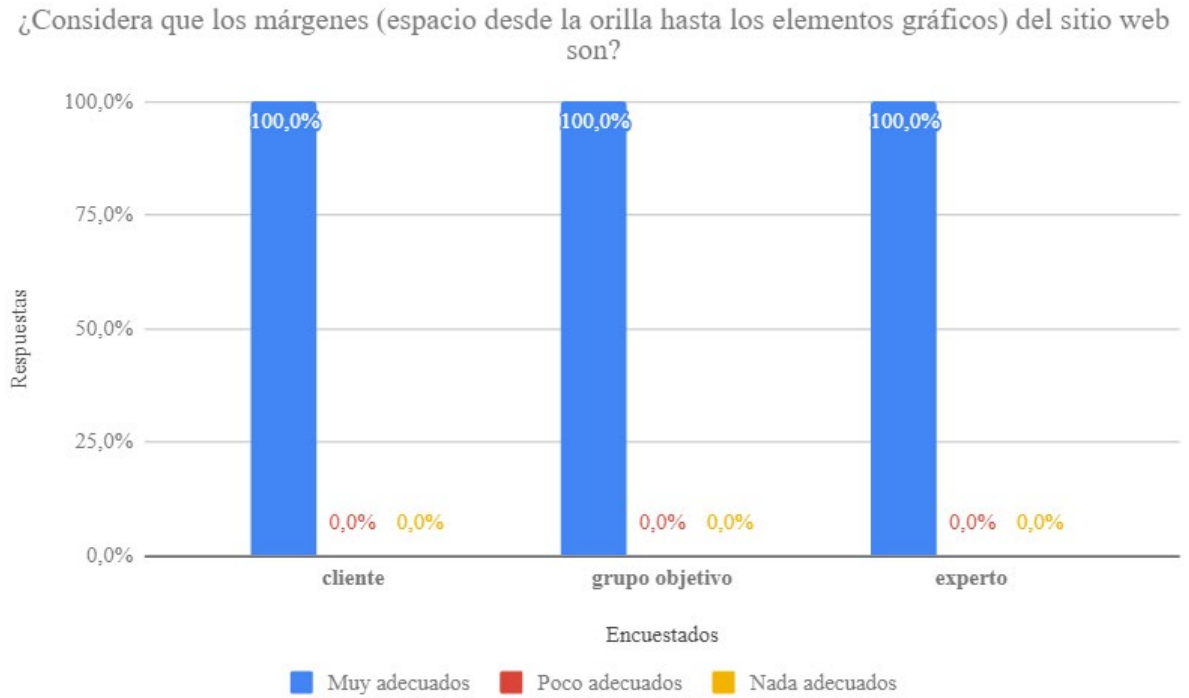
Interpretación: El 100% de los encuestados afirman que la tipografía utilizada en el sitio web es muy legible.

Pregunta No.8



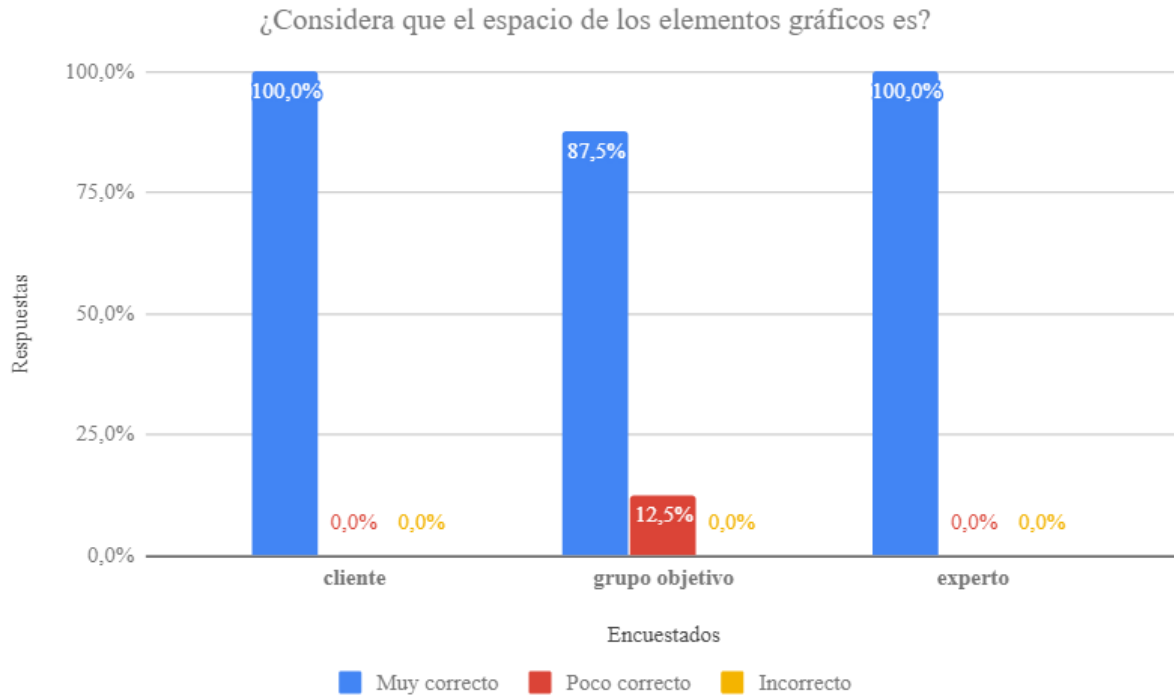
Interpretación: El 100% de los encuestados afirman que las ilustraciones realizadas para el sitio web son

### Pregunta No. 9



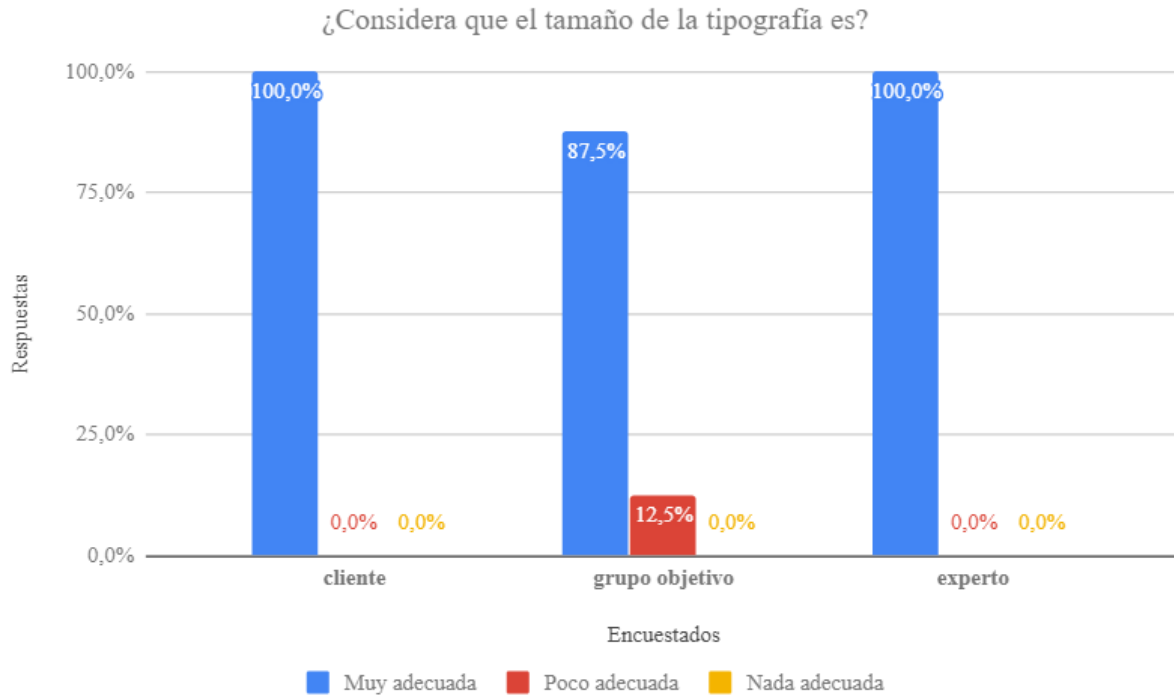
Interpretación: el 100% de los encuestados considera que los márgenes (espacio desde la orilla hasta los elementos gráficos) del sitio web son muy adecuados.

### Pregunta No. 10



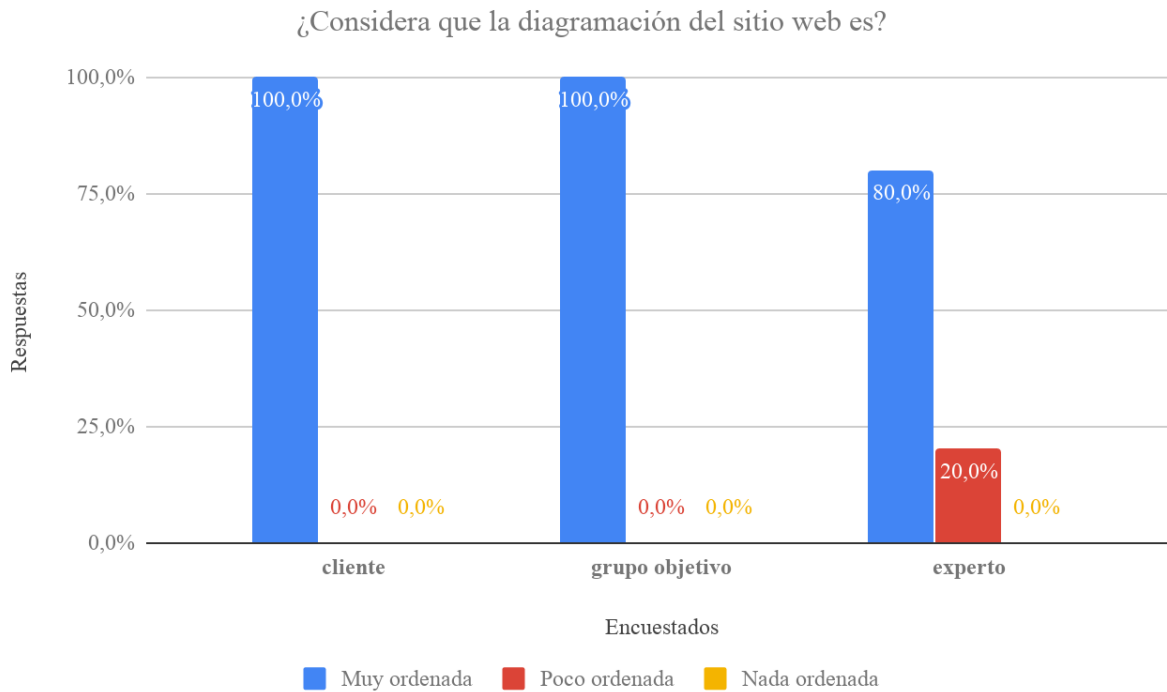
Interpretación: Según el criterio de los encuestados, el 100% de los expertos y el cliente afirman que el espacio de los elementos gráficos es muy corrector. Por otro lado, el 12.5% (1 persona) del grupo objetivo afirma que es poco correcto y el 87.5% (7 personas) afirman que muy correcto.

Pregunta No. 11



Interpretación: Según el criterio de los encuestados, el 100% de los expertos y el cliente afirma que el diseño del sitio web con relación al ya existente es muy innovador. Por otro lado, el 12.5% (1 persona) del grupo objetivo afirma que poco innovador y el 87.5% (7 personas) afirman que el sitio web es muy innovador.

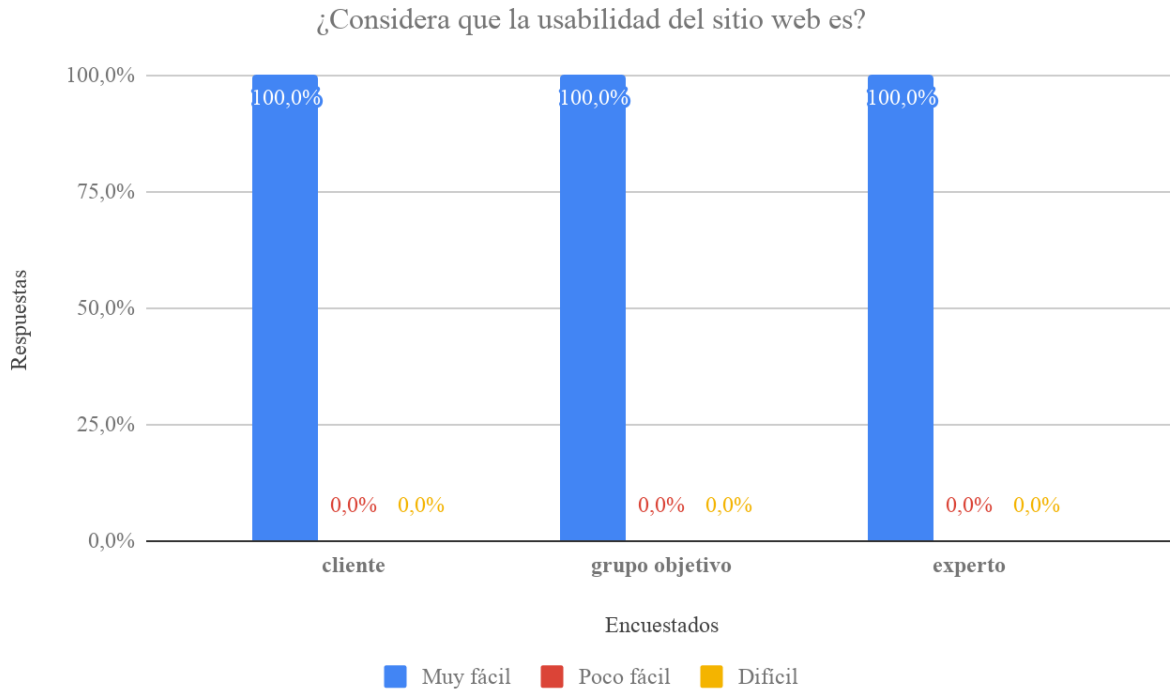
## Pregunta No. 12



Interpretación: Según el criterio de los encuestados, el 100% del grupo objetivo y el cliente afirma la diagramación es muy ordenada. Por otro lado, el 20% (1 persona) de los expertos afirma que es poco ordenada debido al cambio de distribución en una de las páginas del sitio y el 80% (4 personas) afirma que la diagramación del sitio es muy ordenada.



### Pregunta No. 13



Interpretación: El 100% de los encuestados considera que la usabilidad del sitio web es muy fácil.

## 8.4 Cambios en base a resultados.

Con base a la opinión de los encuestados y los resultados de la encuesta de validación se presentan los cambios realizados.

### 8.4.1 Cambio de estilo de tipografía de los párrafos de bold a regular.

#### 8.4.1.1 Antes



### 8.4.1.1 Después



**8.4.1.1 Justificación.** Los párrafos tenían un estilo con tipografía bold, lo que recargaba mucho el diseño y cansaba la vista debido a la saturación que se percibía en el mismo.

## 8.4.2 Cambio de diagramación y fondo en pantalla de inicio del sitio.

### 8.4.2.1 Antes.



### 8.4.2.2 Después.

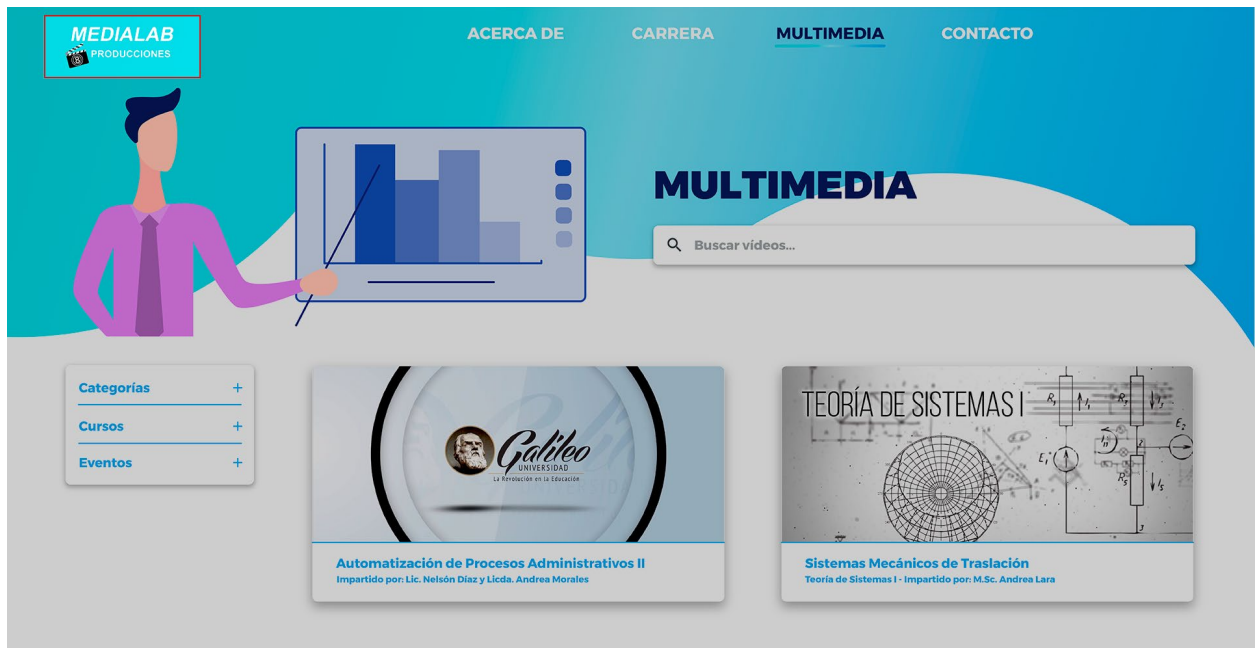


**8.4.2.3 Justificación.** Por recomendación de los expertos, se realizó un análisis en la diagramación de la pantalla de inicio del sitio, ya que al tener en el fondo una forma apuntando

hacia abajo se creía que había más contenido debajo. Por lo que, sabiendo que el fondo indicaba hacia donde ir o llamaba más la atención, se cambió la posición de la ilustración y se colocó el botón de reservar allí sugiriendo de esa manera al usuario pulsar ese botón.

### 8.4.3 Colocar el imago tipo de Universidad Galileo.

#### 8.4.3.1 Antes.



### 8.4.3.2 Después.



**8.4.3.3 Justificación.** Por recomendación por parte de los expertos, se colocó el logo de Universidad Galileo en todo el sitio, ya que se encontraba con el problema que no se hacía referencia que pertenece a la universidad y por lo tanto los usuarios podrían perderse. Por otro lado, también se colocó debido a que, sin este, se carecía de la identidad corporativa.

Capítulo

**PROPUESTA**

**GRÁFICA FINAL**



## Capítulo IX: Propuesta gráfica final

Luego de haber validado el proyecto y realizado los cambios sugeridos como resultado de la investigación, se presenta la propuesta gráfica final.

### 9.1 Propuesta gráfica final



*Página de inicio del sitio.*



## 9.1 Propuesta gráfica final



### *Página “acerca de”*

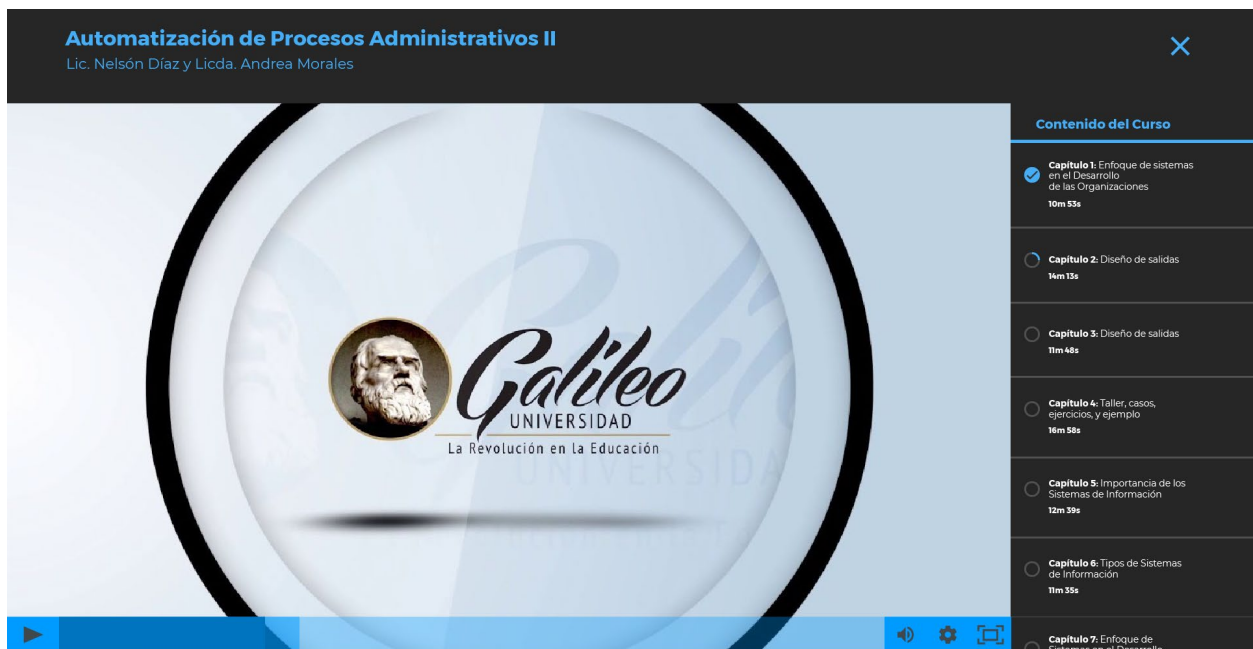


### *Página “carrera”*

## 9.1 Propuesta gráfica final




*Página “multimedia”*




*Página “visualización multimedia”*

## 9.1 Propuesta gráfica final



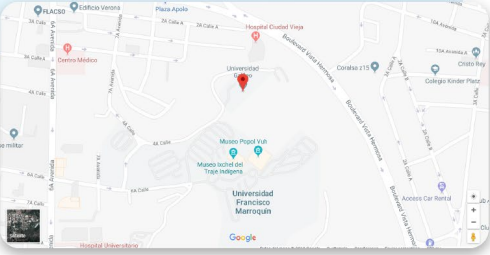
**MEDIALAB**  
PRODUCCIONES

# CONTACTO



### UBICACIÓN

7a. Avenida Calle Dr. Eduardo Suger Cofiño Zona 10, Universidad Galileo, Torre Copernico, 7mo nivel oficina 704, Ciudad de Guatemala  
PBX: (+502) 2423-8000 Ext: 7370 / 7373



[f](#) [v](#)

[ACERCA DE](#) [CARRERA](#) [MULTIMEDIA](#) [CONTACTO](#)

### PARA RESERVAR

Elige una fecha en específico, por favor verifica el calendario para corroborar la disponibilidad e indicanos la hora en la que es requerido.

### PARA CONTACTAR

Déjanos un mensaje y sabrás de nosotros lo más pronto posible.

Nombre y Apellido

Correo electrónico

Dejanos un mensaje

**ENVIAR**

Junio 2018

L	M	M	J	V	S	D
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

■ No disponible ■ Disponible

Página “contacto”

# Capítulo **10** **PRODUCCIÓN, REPRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN**

## Capítulo X: Producción, reproducción y distribución

El presente proyecto fue elaborado para que pueda ser lanzado al mercado por lo que para esto se deben de tomar en cuenta los siguientes aspectos.

### 10.1 Plan de costos de elaboración.

Para la elaboración del presente proyecto se realizó lo siguiente:

- Investigación de tendencias de ilustración (13 hrs.)
- Investigación de tendencias de diseño web (19 hrs.)
- Aplicación de técnica creativa para la correcta definición del concepto (10 hrs.)
- Elaboración de ilustraciones para las páginas del sitio (32 hrs.)
- Elaboración de bocetos iniciales, intermedios y finales (120 hrs)
- **Total de horas trabajadas: 194 hrs.**
- **Total de horas trabajadas multiplicado por Q.25.00 como base: Q.4850.00**

### 10.2 Plan de costos de producción.

- Digitalización de ilustraciones (20 hrs)
- Elaboración de diseño del sitio de forma digital versión desktop (45 hrs.)
- Elaboración de diseño del sitio de forma digital para versión smartphone (18 hrs.)
- Elaboración de prototipado para ejemplificación del sitio. (9 hrs.)
- **Total de horas trabajadas: 92**
- **Total de horas trabajadas multiplicado por Q.25.00 como base: Q.2300.00**

### 10.3 Plan de costos de reproducción.

Debido a que MediaLab cuenta con un desarrollador y programador web, no se toman en cuenta los costos de reproducción para la codificación del mismo.

#### 10.4 Plan de Costos de Distribución.

Debido a que MediaLab ya cuenta con un dominio y un hosting, no se toman en cuenta los costos que estos puedan generar hacia el proyecto.

#### 10.5 Margen de utilidad.

Para este se prevé un margen de utilidad del 20% sobre el costo total del proyecto, sería de Q.1,430.00.

#### 10.5 IVA.

Conociendo que todo producto comercializado, debe rendir un impuesto al valor agregado, el impuesto para este sería de Q.1029.60

#### 10.5 Cuadro con resumen general de costos.

A manera de resumen los costos de ejemplifican de la siguiente manera.

Detalle	Costo en Quetzales
Plan de costos de elaboración	Q.4,850.00
Plan de costos de producción	Q.2,300.00
Plan de costos de reproducción	No Aplica
Plan de costos de distribución	No Aplica
<i>Subtotal</i>	Q.7,150.00
Margen de utilidad (20%)	Q.1,430.00
<i>Subtotal</i>	Q.8,580.00
IVA	Q.1,029.60
<b>Gran Total</b>	<b>Q.9,609.60</b>

Capítulo

**CONCLUSIONES**

**Y RECOMENDACIONES**



## **Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones**

### **11.1 Conclusiones y recomendaciones**

Se logró alcanzar el objetivo general del proyecto de graduación, que es diseñar un sitio web para informar acerca de los productos y servicios multimedia que brinda MediaLab a los responsables de las entidades educativas de Universidad Galileo.

Se recomienda delegar a una persona encargada de la gestión y administración del sitio, esto con la intención que este se mantenga actualizado y pueda tener una gestión eficiente y eficaz.

Se recomienda mantener al tanto a los responsables de las entidades educativas de Universidad Galileo, así como a todo el personal administrativo por medio del sitio web para que estos conozcan y puedan utilizar y aprovechar al máximo los productos y servicios que MediaLab provee.

Se logró investigar, a través de la internet, acerca de las tendencias actuales de diseño web para fundamentar la propuesta visual para los clientes de MediaLab, esto con el objetivo de presentar un producto final que cumpliera con los requerimientos que se manejan hoy en día y que estuviera en total satisfacción por parte del cliente.

Se recomienda estar en constante investigación de las tendencias de diseño, es decir esquemas de color, tipografía y todos aquellos elementos referentes a diseño gráfico, así como de diseño de sitios web para que este siempre se mantenga a la vanguardia para evitar que pueda llegar a tener un aspecto descuidado.

También se recomienda más que investigar poner en práctica toda información obtenida como resultado de la investigación, dado que a través de este proceso en donde se aplican los conocimientos técnicos como creativos se puede lograr innovar y dicho sea de paso, el sitio pueda llegar a ser un referente en cuanto a diseño de sitios web es refiere.



Dentro de los objetivos alcanzados se recopiló información a través del brief para conocer acerca de los productos y servicios que ofrece MediaLab y así ordenarlos según su categoría facilitando el acceso al usuario.

Se recomienda siempre mantener un ciclo de actualización del contenido del sitio, es decir, que siempre se mantenga actualizado el sitio con las novedades que se están dando dentro del laboratorio multimedia y si en dado caso hay algún producto o servicio nuevo, darle la relevancia necesaria dentro del sitio para que los interesados estén siempre informados acerca de lo que se está haciendo.

Se recomienda delegar a una persona encargada de estar en constante revisión de la efectividad del sitio, esto con la finalidad que se pueda tener una retroalimentación acerca del mismo, dándole a los responsables de la gestión del sitio una pauta de qué hacer y qué es aquello más relevante para el usuario.

Por último, se logró diagramar el contenido de la página web para que la experiencia de usuario sea más amigable para con los usuarios y que estos puedan tener todo el contenido de forma más rápida y accesible.

Se recomienda mantener un orden en el contenido en cuanto a prioridades o frecuencia de uso, por ejemplo, si hay algo dentro del sitio o una sección que es más frecuentada por los usuarios hacer que puedan acceder a ese contenido de forma más fácil y sencilla.

Por último, se recomienda siempre que se esté enfocado en el usuario, en qué es lo que se le facilita, aquello es de mayor comodidad para, en fin, hacer que la experiencia de usuario del sitio sea lo mejor posible, esto con la intención de hacerle más fácil todo al usuario y evitar que este abandone el sitio de forma inesperada o muy rápida.

Capítulo  
**CONOCIMIENTO  
GENERAL**

12

## Capítulo XII: Conocimiento general

### 12.1 Conocimiento general



### CONOCIMIENTO GENERAL

Con el objetivo de demostrar y ejemplificar cómo es que los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera se aplicaron en el proyecto de graduación. Para esto se dividió en tres áreas en las cuales se abarcan todos los temas de la carrera las cuales son, comunicación, diseño y administración y se detallan a continuación.



### COMUNICACIÓN

Este fue de mucha ayuda para la realización del proyecto debido a que aporta elementos tales como el signo el cual apoya en aquellos aspectos para darle un significado por medio del algo visual según lo que se esté observando, la comunicación corporativa, educativa, interactiva la cuales cada una de estas fueron fundamentales en la creación del concepto para así crear un mensaje a transmitir.

## 12.1 Conocimiento general

### DISEÑO

Este fue fundamental para el desarrollo del proyecto debido a que desde la concepción del boceto, los bosquejos rápidos de aquello que se quería representar y el diseño web como tal, es que este comienza a darle forma a l proyecto desde el aspecto visual, ya que el diseño para este proyecto toma un rol determinante, ya que para este se tomaron en cuenta aspectos como la diagramación la ilustración, la interfaz del usuario, esquemas de color, teoría del recorrido visual y tendencias de diseño que fueran de aporte al proyecto.



### ADMINISTRACIÓN

Desde el punto de vista administrativo para la correcta implementación del proyecto se debía de contar con una planificación ordenada y secuencial, esto con la finalidad que se pudiera avanzar en la realización del mismo por fases por así decirlo y utilizando los recursos de mejor manera, ya que se contaba con un tiempo estimado para la realización de cada tarea, desde la investigación de la problemática hasta el proceso de prototipado del sitio web, es por esto que la administración fue de mucha ayuda, para así estimar tiempos y llevar un proyecto de forma estructurada.

Capítulo

**REFERENCIAS**

# 13

## Capítulo XIII: Referencias

### 13.1 Referencias de libros

#### B

- Báez y Pérez de Tudela, J. (2009). Investigación cualitativa. Madrid, España: ESIC Editorial.

#### D

- DAVIS, Jack. MERRIT, Susan. Diseño de páginas web. Soluciones creativas para la comunicación en pantalla. Madrid, Anaya Multimedia, 1999.

#### F

- Fernández Iñurritegui, L., & Herrera Fernández, E. (2008). Ver, oír y sentir letras. [Bilbao]: Universidad del País Vasco.

#### H

- Herlhoff, M., & Marshall, T. (2008). Design Dictionary [Ebook]. Alemania: Ingrid Bell. Retrieved from <https://issuu.com/leoh.h/docs/designdictionary-091007092951-phpap>

#### L

- Latner, J. (2007). Fundamentos de la Gestalt (2a. ed.). Chile: Editorial ebooks Patagonia - Cuatro Vientos.

#### M

- MANDEL, T. The elements of user interface design. New York: Wiley, 1997.

#### N

- Nispen, J. (2012). Diccionario LID Marketing directo e interactivo. Madrid: LID.

#### P

- Parramón Vilasaló, J. (2003). Teoría y práctica del color. Barcelona: Parramón Ediciones.

## R

- Rodríguez, S. (2010). Arte, Dibujo y Actualidad. Revista Internacional De Investigación, Innovación Y Desarrollo En Diseño, (Vol. 3), Pag. 5.

## S

- Samara, T. (2009). Los elementos del diseño. Barcelona: Gustavo Gili.
- SÁNCHEZ CERREZO, S. (dir.) (1991): Tecnología de la educación. Madrid, Santillana.
- Soria, M. (2013). Teoría del Arte. Estados Unidos.

## V

- Valero Muñoz, A. (2013). Principios de color y holopintura (1st ed.). Editorial Club Universitario.

### 13.2 Referencias digitales

#### A

- A. (2014). 10 ejemplos de Función Metalingüística. 10ejemplos.com. Extraído de <https://10ejemplos.com/10-ejemplos-de-funcion-metalinguistica>.
- Antonio Hernández Mendo y Oscar Garay Plaza (2005). Comunicación. Extraído de <https://www.lifeder.com/definicion-comunicacion-autores/>
- Aulaformativa. (2016). Diferencias esenciales entre un wireframe, mockup y prototipo. Extraído de <http://blog.aulaformativa.com/diferencias-esenciales-wireframe-mockup-prototipo>

#### C

- Catarina. Cine y otros conceptos. Extraído de [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lco/berra\\_s\\_y/capitulo1.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/berra_s_y/capitulo1.pdf)
- Corbin, J. Los 28 tipos de comunicación y sus características. Extraído de <https://psicologiaymente.net/social/tipos-comunicacion-caracteristicas>

## **E**

- Ecured (2012). Circuito cerrado de televisión (CCTV). Extraído de [ecured.cu/Circuito\\_cerrado\\_de\\_televisi%C3%B3n](http://ecured.cu/Circuito_cerrado_de_televisi%C3%B3n)
- Ecured. Comunicación visual. Extraído de [https://www.ecured.cu/Comunicaci%C3%B3n\\_visual](https://www.ecured.cu/Comunicaci%C3%B3n_visual)
- Ecured. Diseño. Extraído de <https://www.ecured.cu/Dise%C3%B1o>
- Editorial Definición MX (2015). Grabación. Extraído de [definicion.mx/grabacion/](http://definicion.mx/grabacion/)
- Enciclopedia de Ejemplos (2017). "Función Referencial". Extraído de: <https://www.ejemplos.co/100-ejemplos-de-funcion-referencial/>
- Equipo A (2010). Iluminación. Extraído de <http://lenguajeaudiovisualinfantil.blogspot.com/2010/12/8iluminacion.html>



## **F**

- Filosofía para vos. Funciones del lenguaje. Extraído de <https://filosofiaparavos.wordpress.com/lenguaje-tecnico/semiotica/pragmatica/funciones-del-lenguaje/>

## **G**

- González, M. Semiótica. Extraído de <https://drive.google.com/file/d/1MYL6mNXWJeDV-cgAfWT3nAY13bTKwS5X/view?usp=sharing>

## **H**

- Huri (2018). ¿Qué es y en qué consiste la Producción Audiovisual?. Extraído de <http://huribroadcast.com/que-es-la-produccion-audiovisual/>
- Huri (2018). Comunicación audiovisual. Extraído de <http://huribroadcast.com/en-que-consiste-la-comunicacion-audiovisual/>
- Hostingroup. Qué es hosting y dominio. Extraído de <https://www.hostingroup.com/tutoriales-hosting/que-es-hosting-y-dominio/>

## **J**

- Jeanpix. Diseño web. Extraído de <https://www.jeanpix.com/diccionario/definicion-diseno-web/>

## **K**

- Karam, T. (2014) Introducción a la semiótica de la imagen. Extraído de [http://www.portalcomunicacion.com/lecciones\\_det.asp?id=23](http://www.portalcomunicacion.com/lecciones_det.asp?id=23)
- Katherin (2014). ¿QUÉ ES CHROMA KEY Y PARA QUÉ SIRVE ? extraído de [chromakeytuto.blogspot.com/2014/09/que-es-chroma-key-y-para-que-sirve.html](http://chromakeytuto.blogspot.com/2014/09/que-es-chroma-key-y-para-que-sirve.html)

## M

- Maluva. (2010). La andragogía y sus autores. Extraído de <http://andragogia-eladulto.blogspot.com/2010/02/la-andragogia-y-sus-autores.html>
- Martín, B. (2016). Live Stream TV, ¿Qué es y cómo funciona? Extraído de <http://videocontent.es/blog/video-streaming/live-stream-tv-como-funciona/>
- Mañez, R. (2018) 35 tipos de comunicación y sus características. Extraído de [https://www.marketingandweb.es/marketing/tipos-comunicacion-caracteristicas/#Cuales\\_son\\_los\\_tipos\\_de\\_comunicacion](https://www.marketingandweb.es/marketing/tipos-comunicacion-caracteristicas/#Cuales_son_los_tipos_de_comunicacion)
- Mejía, T. Función poética. Extraído de <https://www.lifeder.com/funcion-poetica/>
- Millenium. Sitios web. Extraído de <https://www.informaticamilenium.com.mx/es/temas/que-son-los-sitios-web.html>

## N

- Newman, J. (1976). El concepto de universidad. Extraído de [resu.anuies.mx/archives/revistas/Revista102\\_S2A1ES.pdf](resu.anuies.mx/archives/revistas/Revista102_S2A1ES.pdf)
- Novasur (2012). Manual de producción audiovisual. Extraído de <https://infantil.cntv.cl/mibarrío/wp-content/uploads/2012/08/ManualdeProduccionAudiovisual.pdf>

## **R**

- Rizo, M. (2014). Psicología social y comunicación. Extraído de [http://www.portalcomunicacion.com/lecciones\\_det.asp?id=25](http://www.portalcomunicacion.com/lecciones_det.asp?id=25)

## **S**

- Savilleni Films (2015). Edición de cine. Extraído de [savinellifilms.com/2015/07/01/edición-de-cine/](http://savinellifilms.com/2015/07/01/edición-de-cine/)

## **T**

- Tomás, J. (2016). En el diseño y desarrollo de páginas web: ¿qué es UX y que es UI?. Extraído de <https://www.diligent.es/en-el-diseno-y-desarrollo-de-paginas-web-que-es-ux-y-que-es-ui/>

## **W**

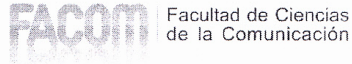
- Webdesdecero. Wireframes qué son y cómo crearlos. Extraído de <https://webdesdecero.com/wireframes-que-son-y-como-crearlos/>

Capítulo  
**ANEXOS**

14

## Anexos

### Anexo A: Brief



# BRIEF

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

#### DATOS DEL ESTUDIANTE

Nombre del estudiante:	José David Sapón Ríos	
No. de Carné:	1503195	Celular: 31930012
Email:	david.rios@galileo.edu	
Proyecto:	Diseño de sitio web para informar acerca de los productos y servicios que brinda Medialab a los encargados de las entidades educativas de la Universidad Galileo.	

#### DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA)

Nombre del cliente (empresa):	Laboratorio de Multimedia	
Dirección:	7ma avenida Final calle Dr. Eduardo Soger 2-10	
Email:	medialab@galileo.edu	Tel: 24238000-7374
Contacto:	David Castillo	Celular: 56328507
Antecedentes:	en el 2004 fue creado el laboratorio para servir de soporte audiovisual a las Facultades.	
Oportunidad identificada:	Crecimiento y demanda de material audiovisual	

Anexo A: Brief

# BRIEF

DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA)

Misión: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Visión: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Delimitación geográfica: Universidad Galileo - Facultades académicas

Grupo objetivo: Facultades y Entidades académicas.

Principal beneficio al grupo objetivo: Soporte de material audiovisual.

Competencia: Otras Universidades.

Posicionamiento: entre las primeras dos de Latinoamérica.

Factores de diferenciación: Tecnología e Innovación.

Objetivo de mercadeo: Alcanzar a estudiantes por medio de video para su Preparación Profesional.

Objetivo de comunicación: Trasladar de la mejor manera conocimiento.

Mensajes claves a comunicar: Tecnología - Innovación - Diseño Digital Producción Audiovisual.

Estrategia de comunicación: Estar en constante investigación sobre lo último en tecnología audiovisual.

Reto del diseño y trascendencia: Estar al día en las tendencias.

\_\_\_\_\_

Anexo A: Brief

# BRIEF

Materiales a realizar: Diseño del sitio web para laboratorio Multimedia  
medialab

Presupuesto: \_\_\_\_\_

**DATOS DEL LOGOTIPO**

Colores: Blanco: #ffffff


Negro: #000000

Tipografía: \_\_\_\_\_

Forma: Claqueta de cine

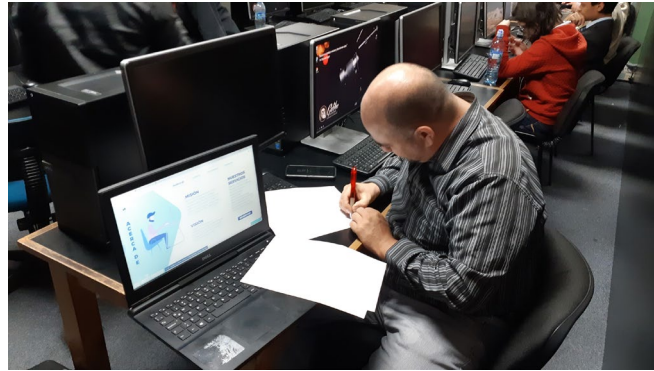
**LOGOTIPO**



Fecha: Guatemala 27 de abril del 2018 

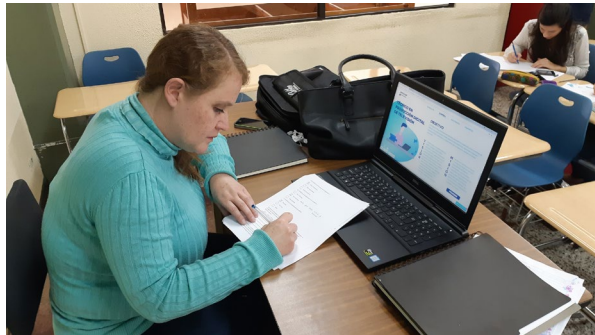
## Anexo B: Validación técnica

### Ciente.

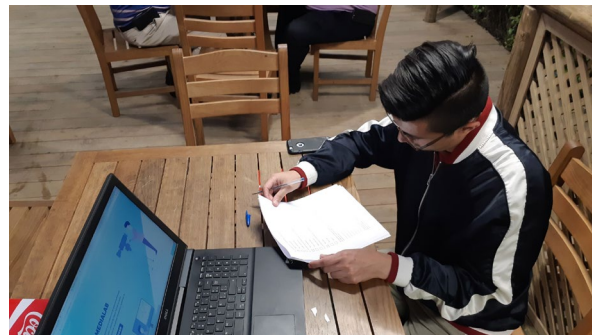


*Lic. David Castillo*

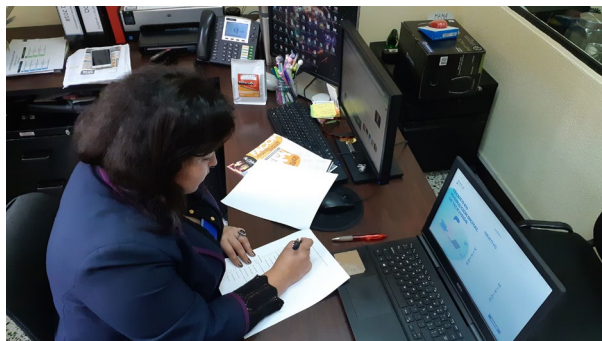
### Expertos.



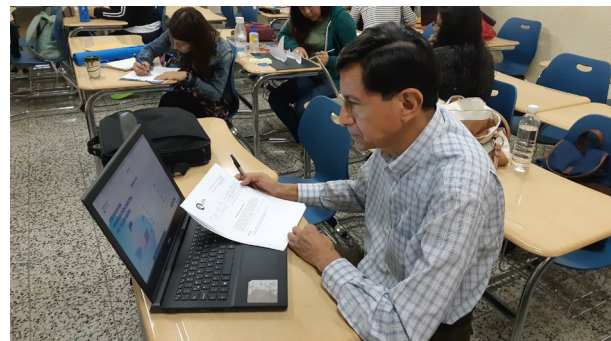
*Lic. Claudia Arriaga*



*Lic. Carlos Jiménez*



*Lic. Alejandra Rodríguez*



*Lic. Carlos Franco*

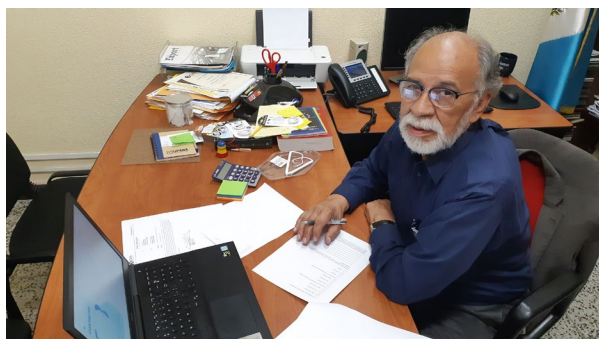


## Anexo B: Validación técnica



*Lic. Augusto Coloma*

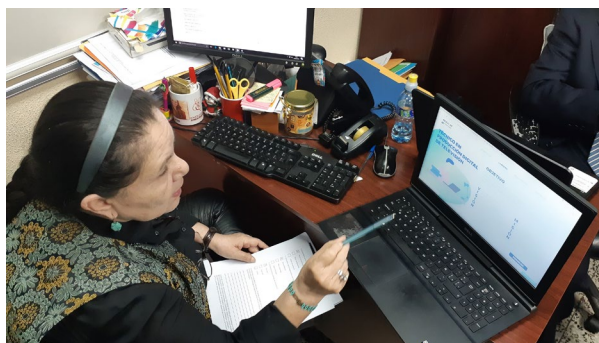
### Grupo objetivo.



Lic. Bayardo Mejía



Lic. Ana Lucía Valle



Dra. Lilly Soto



Gral. Sergio Camargo

**Anexo B: Validación técnica**



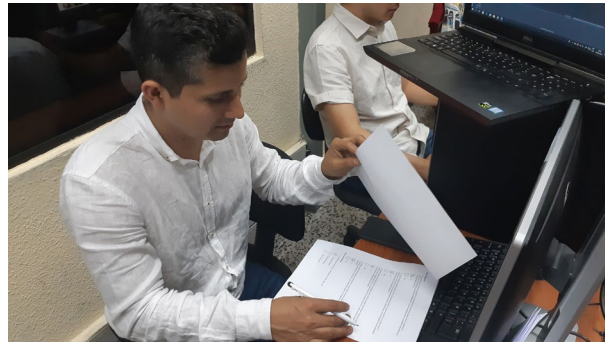
Ing. Carlos Navajas



Lic. Julie Castillo



Dra. Vilma Chávez



Lic. Héctor Chinchilla

## Anexo C: Carta de autorización del proyecto por parte de la empresa.

Guatemala, 21 de mayo de 2018

Estimado  
Lic. Leizer Kachler  
Decano FACOM  
Presente

Estimado licenciado Kachler:

Por medio de la presente se da por autorizado el trabajo de tesis con el título "Diseño de sitio web para informar acerca de los productos y servicios multimedia que brinda Medialab a los encargados de las entidades educativas de Universidad Galileo".

Realizado por el alumno **Josué David Sapón Ríos**, quien se identifica con carné No. **15001195** de la Licenciatura en Comunicación y Diseño.

Agradecemos su atención.

Saludos cordiales,



Lic. David Castillo  
Director  
Departamento Medialab

## Anexo D: Tabla de Niveles Socio Económicos 2009/Multivex.

Características	Nivel A	Nivel B	Nivel C+	Nivel C	Nivel C-	Nivel D	Nivel E
<b>EDUCACIÓN</b>	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura	Superior, Licenciatura	Superior, Licenciatura	Media completa	Primaria completa	Primaria incompleta
<b>DESEMPEÑO</b>	Propietario, Director Profesional exitoso	Empresario, Ejecutivos de alto nivel, profesional Comerciante	Ejecutivo medio, comerciante, vendedor	Ejecutivo, comerciante, vendedor, dependiente	Comerciante, vendedor, dependiente	Obrero, dependiente	Obrero, dependiente
<b>INGRESO</b>	Piso Q.70 mil	Piso Q.45 mil	Piso Q. 20 mil	Q. 12 mil	Q. 8 mil	Q. 4 mil	Q. 1.4 mil
<b>VIVIENDA</b>	Casa/departamento de lujo, en propiedad, 5-6 recámaras, 4-6 baños, 3-4 salas, pantry, alacena, estudios area de servicio separada, garage para 5-6 vehículos	Casa/departamento de lujo, en propiedad, financiado, 3-4 recámaras, 2-3 baños, 2 salas, pantry, alacena, 1 estudio area de servicio separada, garage para 2-4 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio area de servicio, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala	Casa/departamento, rentada o financiada, 1-2 recámaras, 1 baño, sala	Casa/cuarto rentada, 1-2 recámaras, 1 baño, sala-comedor
<b>OTRAS PROPIEDADES</b>	Finca, casas de descanso en lagos, mar, Antigua.	Sitios/terrenos condominios cerca de costas	Sitios/terrenos interior por herencias				
<b>PERSONAL DE SERVICIOS</b>	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		
<b>EDUCACIÓN GRUPO</b>	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U del extranjero	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U local, post grado extranjero	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas y post grado extranjero con beca	Hijos menores colegios privados, mayores en U estatal	Hijos menores escuelas, mayores en U estatal	Hijos en escuela	Hijos en escuela
<b>POSESIONES</b>	Autos del año, asegurados contra todo riesgos, 4x4, Van, Lancha, moto acuática, moto, helicóptero, avión	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	
<b>BIENES DE COMODIDAD</b>	3 tel, mínimo, cel cada miembro de la familia, Direct TV, cable, internet dedicada, 2 o + equipos de audio, 3-5 TV, varias planas o plasma, máquinas de lavar, secar, platos ropa, computadoras/miembro, internet portón eléctrico, todos los electrodomésticos	2 tel, mínimo, cel cada miembro de la familia, Direct TV, internet dedicada, cable, 2 equipos de audio, 3 TV, 1 planas o plasma, máquinas de lavar, secar, platos ropa, computadora, internet portón eléctrico y todos los electrodomésticos	1 tel, mínimo, 1-2 cel, cable, internet dedicada, quipo de audio, 2 TV, máquina de lavar ropa, computadora/familia electrodomésticos básicos	1 tel, mínimo, 1-2 cel, cable, radio, 2 TV, electrodomésticos básicos	1 tel, 1 cel, cable, quipo de audio, TV, electrodomésticos básicos	1 cel, cable, radio, TV, electrodomésticos básicos	1 cel, radio, TV, estufa
<b>DIVERSIÓN</b>	Clubes privados, vacaciones en el exterior	Clubes privados, vacaciones en el interior o exterior	Cine, CC, parques temáticos locales	Cine, CC, parques temáticos locales	CC, parques, estadio	CC, parques, estadio	Parques
<b>SERVICIOS BANCARIOS FINANCIEROS</b>	3-4 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC intl, Seguros y ctas en US\$	2-3 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC intl, Seguros y ctas en US\$	1-2 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, 1-2 TC intl, seguro colectivo	1 cta Q monetarios y ahorro, 1 TC local	1 cta Q ahorro, TC local	Cta Q ahorro	