



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Diseño de un sitio web para dar a conocer a clientes reales y potenciales el catálogo de productos de tarjetería de la empresa de diseño Bufón Desing. Guatemala, Guatemala 2019.

PROYECTO DE GRADUACIÓN

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

ELABORADO POR:

Mario Alejandro Paniagua Velásquez

15001496

Para optar al título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción, mayo 2019.

Autoridades

- o Rector. Dr. Eduardo Suger Cofiño
- o Vicerrectora General, Dra. Mayra de Ramírez
- o Vicerrector Administrativo, Lic. Jean Paul Suger Castillo
- o Secretario General, Lic. Jorge Retolaza
- o Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Lic. Leizer Kachler
- o Vicedecano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Lic. Rualdo Anzueto, M.Sc.

Guatemala 12 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 UN SITIO WEB PARA DAR A CONOCER A CLIENTES REALES
Y POTENCIALES EL CATÁLOGO DE PRODUCTOS DE TARJETERÍA DE
LA EMPRESA DE DISEÑO BUFÓN DESING. GUATEMALA, GUATEMALA
2019.** Así mismo solicito que el Mgtr. Arnulfo Guzmán Morán sea quién me asesore en
la elaboración del mismo.

Atentamente,



Mario Alejandro Paniagua Velásquez
15001496



Mgtr. Arnulfo Guzmán Morán
Asesor
Colegiado 7499



FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 17 de mayo de 2018

Señor:
Mario Alejandro Paniagua Velásquez
Presente

Estimado Señor Paniagua:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE UN SITIO WEB PARA DAR A CONOCER A CLIENTES REALES Y POTENCIALES EL CATÁLOGO DE PRODUCTOS DE TARJETERÍA DE LA EMPRESA DE DISEÑO BUFÓN DESING. GUATEMALA, GUATEMALA 2019.** Así mismo, se aprueba al Mgtr. Arnulfo Guzmán Morán, como asesor de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano

Facultad de Ciencias de la Comunicación



FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 06 de junio de 2019

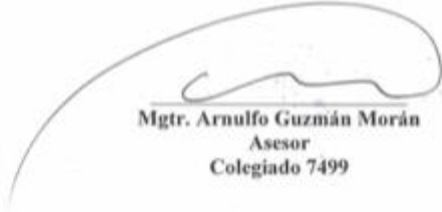
Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE UN SITIO WEB PARA DAR A CONOCER A CLIENTES REALES Y POTENCIALES EL CATÁLOGO DE PRODUCTOS DE TARJETERÍA DE LA EMPRESA DE DISEÑO BUFÓN DESING. GUATEMALA, GUATEMALA 2019**. Presentado por el estudiante: Mario Alejandro Paniagua Velásquez, con número de carné: 15001496, 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,



Mgtr. Arnulfo Guzmán Morán
Asesor
Colegiado 7499



FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 25 de junio de 2019

Señor
Mario Alejandro Paniagua Velásquez
Presente

Estimado Señor Paniagua:

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. Ezezer Kachler
Decano

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Ciudad de Guatemala, 24 de julio de 2019.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: *DISEÑO DE UN SITIO WEB PARA DAR A CONOCER A CLIENTES REALES Y POTENCIALES EL CATÁLOGO DE PRODUCTOS DE TARJETERÍA DE LA EMPRESA DE DISEÑO BUFÓN DESING. GUATEMALA, GUATEMALA 2019*, del estudiante Mario Alejandro Paniagua Velásquez, 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



FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 24 de julio de 2019

Señor:
Mario Alejandro Paniagua Velásquez
Presente

Estimado Señor Paniagua:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado **DISEÑO DE UN SITIO WEB PARA DAR A CONOCER A CLIENTES REALES Y POTENCIALES EL CATÁLOGO DE PRODUCTOS DE TARJETERÍA DE LA EMPRESA DE DISEÑO BUFÓN DESING. GUATEMALA, GUATEMALA 2019**. Presentado por el estudiante: Mario Alejandro Paniagua Velásquez, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciado en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Dedicatoria

Quisiera empezar este trabajo agradeciendo, primero que nada, a mi familia; a mi madre Rocío y a mi padre Julio, por haberme brindado su apoyo incondicional durante todos estos años de carrera profesional; a mi hermano y a mi hermana, por ser ejemplos de perseverancia en los estudios. Así también a todo el resto de mi familia que estuvo junto a mí durante este proceso; a los catedráticos y compañeros que conocí en la facultad de Ciencias de la Comunicación. Por último, a todos mis amigos que me apoyaron y animaron a continuar con mis estudios profesionales.

Resumen

A través del acercamiento con la empresa Bufón Design, se identificó que no cuenta con un sitio web que dé a conocer su línea de productos de tarjetería a clientes reales y potenciales. Por lo que se planteó el siguiente objetivo: Diseñar un sitio web para dar a conocer a clientes reales y potenciales el catálogo de productos de tarjetería de la empresa de diseño Bufón Design.

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

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

El principal hallazgo, entre otros, es que un sitio web es un elemento clave para cualquier empresa competitiva en la actualidad, por lo que se recomendó a la empresa Bufón Design dar seguimiento y mantenimiento al sitio web a través del gestor de contenidos utilizado en el proyecto ([wix.com](https://www.wix.com)).

Para efectos legales únicamente el autor, Mario Alejandro Paniagua Velázquez, es responsable del contenido de este proyecto, ya que es una investigación científica y puede ser motivo de consulta por estudiantes y profesionales.

Índice

Capítulo I: Introducción

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

Capítulo II: Problemática

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

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

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

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

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

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

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

| | |
|-------------------------------|---|
| 2.3.4.1 Recursos humanos..... | 4 |
|-------------------------------|---|

| | |
|--|---|
| 2.3.4.2 Recursos organizacionales..... | 4 |
|--|---|

| | |
|----------------------------------|---|
| 2.3.4.3 Recursos económicos..... | 4 |
|----------------------------------|---|

| | |
|------------------------------------|---|
| 2.3.4.4 Recursos tecnológicos..... | 5 |
|------------------------------------|---|

Capítulo III: Objetivos de diseño

| | |
|----------------------------|---|
| 3.1. Objetivo general..... | 6 |
|----------------------------|---|

| | |
|---------------------------------|---|
| 3.2. Objetivos específicos..... | 6 |
|---------------------------------|---|

Capítulo IV: Marco de referencia

| | |
|--|---|
| 4.1 Información general del cliente..... | 7 |
|--|---|

| | |
|------------------------------|---|
| 4.1.1 Datos del cliente..... | 7 |
|------------------------------|---|

| | |
|--------------------|---|
| 4.1.2 F.O.D.A..... | 8 |
|--------------------|---|

| | |
|------------------------|---|
| 4.1.3 Organigrama..... | 9 |
|------------------------|---|

Capítulo V: Definición del grupo objetivo

| | |
|------------------------------|----|
| 5.1 Perfil geográfico..... | 10 |
| 5.2 Perfil demográfico..... | 10 |
| 5.3 Perfil psicográfico..... | 11 |
| 5.4 Perfil conductual..... | 11 |

Capítulo VI: Marco teórico

| | |
|---|----|
| 6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio..... | 12 |
| 6.1.1 Agencia de diseño..... | 12 |
| 6.1.2 Cliente..... | 12 |
| 6.1.3 Publicidad..... | 13 |
| 6.1.4 Imagen corporativa..... | 14 |
| 6.1.5 Tarjetería..... | 14 |
| 6.1.6 Internet..... | 14 |
| 6.1.7 Página web..... | 15 |
| 6.1.8 Sitio web..... | 15 |
| 6.1.9 Catálogo digital..... | 15 |
| 6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño..... | 16 |
| 6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación..... | 16 |
| 6.2.2 Proceso de la comunicación..... | 16 |
| 6.2.3 Comunicación digital..... | 17 |
| 6.2.4 Conceptos Fundamentales relacionados con el diseño..... | 18 |
| 6.2.5 Diseño digital..... | 18 |
| 6.2.5.1 Especificación de requerimientos (ER)..... | 19 |
| 6.2.5.2 Requerimientos funcionales..... | 20 |

| | |
|--|----|
| 6.2.5.3 Requerimientos técnicos..... | 20 |
| 6.3 Ciencias auxiliares..... | 22 |
| 6.3.1 Semiología..... | 22 |
| 6.3.1.2 Semiología de la imagen..... | 22 |
| 6.3.1.3 Sociología..... | 22 |
| 6.3.1.4 Psicología..... | 23 |
| 6.3.1.5 Psicología del color..... | 23 |
| 6.3.1.6 Psicología del consumidor..... | 23 |
| 6.3.1.7 Cibernética..... | 24 |
| 6.3.2 Artes..... | 25 |
| 6.3.2.1 Artes tipográficas..... | 25 |
| 6.3.2.2 Fotografía digital..... | 25 |
| 6.3.3 Teorías..... | 25 |
| 6.3.3.1 Teoría gestalt..... | 25 |
| 6.3.3.2 Teoría del color..... | 25 |
| 6.3.4 Tendencias..... | 26 |
| 6.3.4.1 Flat design..... | 26 |
| Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar | |
| 7.1 Aplicación de la Información obtenida en el Marco Teórico..... | 27 |
| 7.1.1 Comunicación..... | 27 |
| 7.1.2 Comunicación digital..... | 27 |
| 7.1.3 Diseño..... | 27 |
| 7.1.4 Diseño digital..... | 28 |

| | | |
|--|--|----|
| 7.1.5 | Diseño editorial..... | 29 |
| 7.1.6 | Semiología de la imagen..... | 29 |
| 7.1.7 | Psicología del color..... | 30 |
| 7.1.8 | Psicología del consumidor..... | 30 |
| 7.1.9 | Tendencia flat design..... | 30 |
| 7.2 | Conceptualización..... | 31 |
| 7.2.1 | Método..... | 31 |
| 7.2.2 | Definición del concepto..... | 32 |
| 7.3 | Proceso de bocetaje..... | 33 |
| 7.3.1 | Bocetos preliminares del sitio web y de sus páginas..... | 33 |
| 7.3.2 | Proceso de digitalización de los bocetos..... | 37 |
| 7.4 | Propuesta preliminar..... | 47 |
| 7.4.1 | Página de inicio..... | 47 |
| 7.4.2 | Sección de contacto..... | 48 |
| 7.4.3 | Página de categorías..... | 49 |
| 7.4.4 | Página Acerca de nosotros..... | 50 |
| 7.4.5 | Visualización de imágenes en las galerías..... | 51 |
| Capítulo VIII: Validación técnica | | |
| 8.1 | Población y muestreo..... | 52 |
| 8.2 | Método e Instrumentos..... | 52 |
| 8.3 | Resultados e Interpretación de resultados..... | 57 |
| 8.4 | Cambios en base a los resultados..... | 69 |
| 8.4.1 | Página de Inicio..... | 69 |

| | | |
|---|---|----|
| 8.4.2 | Página de Categoías..... | 73 |
| 8.4.3 | Página de Otros servicios..... | 75 |
| 8.4.4 | Página de Logotipos..... | 76 |
| 8.4.5 | Página de Tazas..... | 77 |
| 8.4.6 | Página de Acerca de nosotros..... | 78 |
| 8.5 | Justificación..... | 79 |
| 8.5.1 | Texto introductorio..... | 80 |
| 8.5.2 | Cambio de menú y logotipo..... | 81 |
| 8.5.3 | Cambio de página de contacto..... | 82 |
| Capítulo IX: Propuesta gráfica final | | |
| 9.1 | Propuesta gráfica final..... | 83 |
| 9.1.1 | Página de Inicio..... | 83 |
| 9.1.2 | Sección de contcto..... | 84 |
| 9.1.3 | Página de Bodas..... | 85 |
| 9.1.4 | Página de Cumpleaños..... | 86 |
| 9.1.5 | Página de Celebraciones..... | 87 |
| 9.1.6 | Galería de imágenes..... | 88 |
| 9.1.7 | Pestaña de visualizaciones de imágenes..... | 89 |
| 9.1.8 | Página de Otros servicios..... | 90 |
| 9.1.9 | Página de Logotipos..... | 91 |
| 9.1.10 | Página de Tazas..... | 92 |
| 9.1.11 | Página de Acerca de nosotros..... | 93 |

Capítulo X: Producción, reproducción y distribución

| | |
|--|----|
| 10.1 Plan de costos de elaboración..... | 94 |
| 10.2 Plan de costos de producción..... | 94 |
| 10.3 Plan de costos de reproducción..... | 95 |
| 10.4 Plan de costos de distribución..... | 95 |
| 10.5 Margen de utilidad..... | 95 |
| 10.6 IVA..... | 95 |
| 10.7 Cuadro de resumen..... | 96 |

Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones

| | |
|---------------------------|----|
| 11.1 Conclusiones..... | 97 |
| 11.2 Recomendaciones..... | 97 |

Capítulo XII: Conocimiento general

| | |
|---|----|
| 12.1 Demostración de conocimientos..... | 98 |
|---|----|

Capítulo XIII: Referencias.....

99

Capítulo XIV: Anexos

| | |
|--------------|-----|
| Anexo 1..... | 101 |
| Anexo 2..... | 102 |
| Anexo 3..... | 103 |
| Anexo 4..... | 104 |
| Anexo 5..... | 105 |

CAPÍTULO I
INTRODUCCIÓN

Capítulo I: Introducción

1.1 Introducción

En el presente proyecto de graduación se presenta a la empresa de diseño gráfico Bufón Design, que ha ofrecido sus servicios de diseño y tarjetería al mercado guatemalteco por más de 10 años. A través del acercamiento con la empresa Bufón Design, se identificó que no cuenta con un sitio web que presente su línea de productos de tarjetería a clientes reales y potenciales, por lo que se planteó el siguiente objetivo: Diseñar un sitio web para dar a conocer a los clientes reales y potenciales el catálogo de productos de la empresa de diseño Bufón Desing.

En este trabajo se pretende desarrollar el diseño de un sitio web a través de la creación de un producto fundamentado científicamente, que demuestre y exponga los conocimientos adquiridos por el comunicador y diseñador a lo largo de la carrera de Comunicación y Diseño.

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. De esta manera los resultados obtenidos han sido evaluados y verificados junto a expertos en la materia, para ofrecer al cliente un producto de calidad profesional y que satisfaga la necesidad detectada.

CAPÍTULO II
PROBLEMÁTICA

Capítulo II: Problemática

2.1 Contexto

Bufón Design surge para satisfacer las necesidades creativas del mercado, como una empresa dedicada a la elaboración de invitaciones y diseños creativos e innovadores, que la han caracterizado y diferenciado del resto de la competencia.

La visión de Bufón Design es romper el esquema tradicional de las invitaciones para eventos de sus clientes; brindarles una experiencia a través del diseño que capte la emoción y temática del evento a participar, siempre conservando las formalidades y solemnidad necesarias.

Sin embargo, el mercado actual exige a las empresas locales que también expandan sus servicios al resto del mundo a través del internet y las redes sociales. Esta realidad ha provocado que las empresas que no estén en el internet se vuelvan menos competitivas, ya que se están privando de gran cantidad de clientes reales y potenciales que utilizan estos medios para comunicarse.

Es por ello que la realización de este proyecto responde a las necesidades comunicativas de la empresa Bufón Design. El diseño de un sitio web de la empresa es un paso clave en la competitividad de la misma, en cuanto a su posicionamiento y crecimiento económico.

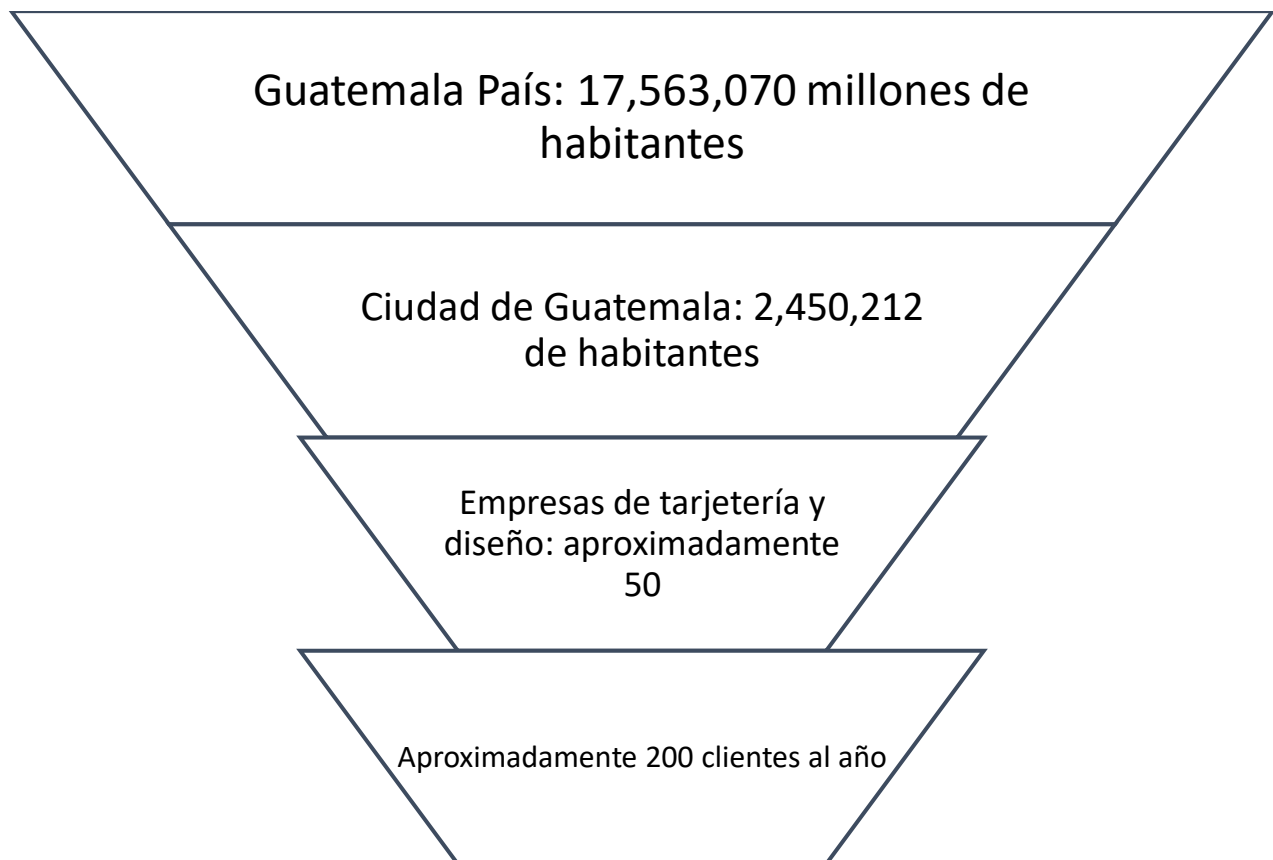
2.2 Requerimiento de comunicación y diseño

La empresa Bufón Desing no cuenta con un sitio web de a conocer su línea de productos de tarjetería a clientes reales y potenciales.

2.3 Justificación

Para sustentar de 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:

2.3.1 Magnitud.



2.3.2 Vulnerabilidad. Bufón Design se vuelve vulnerable al no tener un sitio web, ya que pierde posicionamiento y competitividad en el mercado del diseño gráfico. Un sitio web colocaría a Bufón Design dentro de las empresas presentes en el mundo digital e incrementaría el alcance que tiene la empresa con su grupo objetivo.

2.3.3 Trascendencia. La elaboración de un sitio web para Bufón Desing es una oportunidad comunicacional que brindará a la empresa mayor presencia en el mercado, mejorará la calidad de sus servicios y brindará acceso a un catálogo en línea disponible en cualquier momento, que incrementará las oportunidades de negocio entre clientes reales y potenciales.

2.3.4 Factibilidad. Este proyecto es factible porque se cuenta con los conocimientos técnicos y teóricos para desarrollar e implementar los objetivos establecidos en este trabajo. Así también, la empresa Bufón Desing ha facilitado toda la información necesaria para llevar a cabo el presente trabajo de investigación.

2.3.4.1 Recursos Humanos. Bufón Design cuenta con el capital humano adecuado que tiene la capacidad, el conocimiento, la experiencia y las habilidades para el manejo de las funciones que se desempeñan dentro de la organización.

2.3.4.2 Recursos Organizacionales. Los ejecutivos de la organización autorizan al personal para que esté en disposición de brindar toda la información necesaria de la empresa para llevar a cabo este proyecto, tal como: acceso a bases de datos de la empresa, catálogo de productos y servicios, información de imagen corporativa, entre otras instancias.

2.3.4.3 Recursos Económicos. Bufón Design cuenta actualmente con los recursos necesarios, que posibilita la realización de este proyecto.

2.3.4.4 Recursos Tecnológicos. Se cuenta con el equipo y las herramientas indispensables para elaborar y producir el resultado del proyecto de graduación, tales como: software, hardware, acceso a internet, entre otras instancias.

CAPÍTULO III
OBJETIVOS DE DISEÑO

Capítulo III: Objetivos

3.1 Objetivo general

- Diseñar un sitio web para dar a conocer a los clientes reales y potenciales el catálogo de productos de tarjetería y diseño que ofrece la empresa de diseño gráfico Bufón Design.

3.2 Objetivos específicos

1. Recopilar información de la marca y su línea de productos a través de la información que el cliente proporcione por medio del Brief, para que sea integrado al diseño del sitio web y facilitar la accesibilidad del usuario.
2. Investigar términos, conceptos, teorías y tendencias de diseño relacionados con el desarrollo de sitios web a través de fuentes bibliográficas que respaldan científicamente la propuesta del diseño de una página web que será visitada por el grupo objetivo.
3. Fotografiar los productos de tarjetería de la empresa Bufón Desing para crear el catálogo digital que será incluido en el sitio web de la empresa.

CAPÍTULO IV

MARCO DE REFERENCIA

Capítulo IV: Marco de referencia

4.1 Información general del cliente

4.1.1 Datos del cliente.

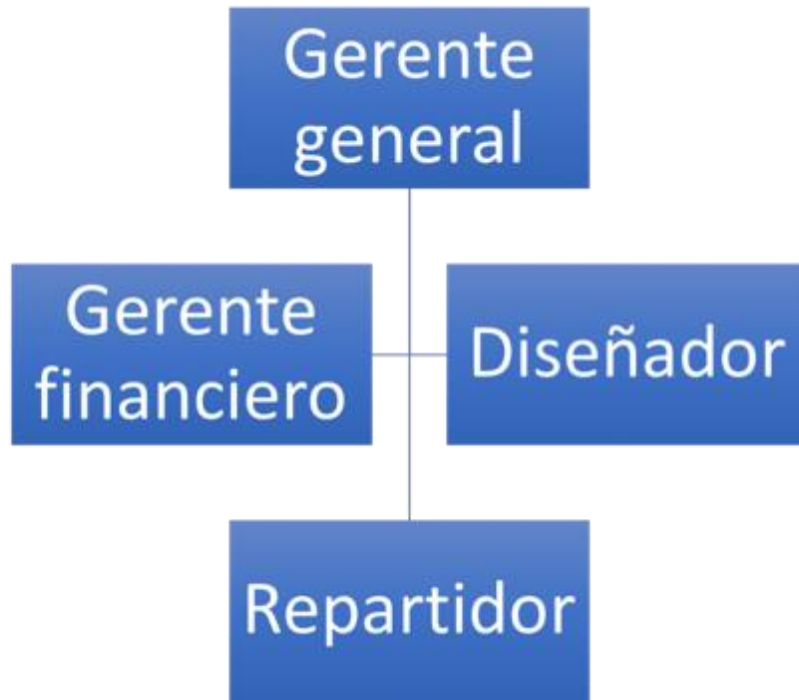
- Nombre del cliente (empresa): Bufón Desing.
- Dirección: 1a calle 7-25, Colonia Santa Rita 1, Zona 2 de Mixco.
- Email: bufondesign@hotmail.com
- Contacto: Licenciada Inge Velásquez. Celular: 2250-3583/5413-7932
- Competencia: Bisel, Casa Invitación y De la Riva, así como diseñadores freelance que se dedican al diseño de imagen corporativa e invitaciones para eventos.
- Antecedentes: La propietaria de Bufón Design es diseñadora gráfica y trabajó en varias agencias de publicidad y diseño. Decide independizarse y en el 2000 empieza a trabajar de FreeLancer consiguiendo varios clientes como: Avon, Universidad Rafael Landívar, Ferretería Arreola, Banco G&T Continental, Suministros de Guatemala, Grupo Ainsa. Es allí cuando se ve en la necesidad de trabajar formalmente como una empresa para darle un mayor respaldo a su trabajo.
- Oportunidad identificada: En el área de diseño gráfico había varias empresas que necesitaban imagen creativa y llamativa para satisfacer las necesidades del cliente. Más específicamente en el diseño de invitaciones, se detectó que no existía una empresa que ofreciera diseños diferentes para las parejas que se van a casar, fue allí donde se empezó crear diseños originales y creativos para cubrir esa brecha del mercado.

- Misión: Ser un equipo comprometido al desarrollo de la Marca de su empresa y satisfacer las necesidades publicitarias que necesita para capturar a su grupo objetivo de manera eficaz y eficiente.
- Visión: Ser una empresa de diseño gráfico líder en Guatemala, que satisfaga las necesidades creativas y profesionales de sus clientes.

4.1.2 F.O.D.A.

| Fortalezas | Oportunidades |
|---|---|
| Profesionalismo y calidad del producto final <ul style="list-style-type: none"> • Equipamiento de última generación • Buen ambiente laboral • Procesos administrativos de calidad | Mercado digital inexplorado <ul style="list-style-type: none"> • Tendencias favorables en el mercado • Necesidad del producto • Clientes potenciales en internet |
| Debilidades | Amenazas |
| Poca presencia en redes sociales e internet <ul style="list-style-type: none"> • Mala situación financiera • Retraso en el cumplimiento de entregas • Deficiencia con el trato de los clientes | Competencia muy agresiva <ul style="list-style-type: none"> • Aumento de precio de insumos • Segmento del mercado contraído • Problemas de seguimiento |

4.1.3 Organigrama.



CAPÍTULO V

DEFINICIÓN DE GRUPO OBJETIVO

Capítulo V: Definición del grupo objetivo

El grupo objetivo de Bufón Desing se enfoca en hombres y mujeres de 25 a 35 años. A continuación, se describe más extensamente el perfil geográfico, demográfico, psicológico y conductual del grupo objetivo.

5.1 Perfil geográfico

El proyecto se encuentra ubicado en la Ciudad de Guatemala, que está compuesto por 20 zonas, en una extensión de 228 km². El Instituto Nacional de Estadística de Guatemala reportó para el año 2010 una población estimada de 3, 103, 685 de habitantes.

El grupo objetivo se encuentra ubicado principalmente en el municipio de Guatemala, sin embargo, la conurbación ha extendido las oportunidades de negocio a los municipios aledaños de la ciudad, tales como Mixco, San José Pinula, Fraijanes y Villanueva.

5.2 Perfil demográfico

El grupo objetivo de Bufón Desing corresponde al sector demográfico C y C+, que corresponde a: personas con nivel educativo de licenciatura o superior; ejecutivos, comerciantes, vendedores o dependientes; con un nivel de ingresos entre 8 mil y 12 mil quetzales; con casa o departamento rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala garaje para 2 vehículos, con personal de servicios por día o eventualmente; tienen hijos menores en colegios privados e hijos mayores en universidad estatal; con automóvil compacto de 4 a 5 años, sin seguro; poseen de 1 a 2 teléfonos, cable, internet, radio y electrodomésticos básicos; se recrean en el cine, centros comerciales, parques temáticos locales, entre otras instancias; con mínimo una cuenta de ahorro local.

Ver tabla NSE en anexo 1.

5.3 Perfil psicográfico

Está compuesto principalmente por personas que laboran, tanto en la iniciativa privada como en el sector público. Frecuentan centros comerciales, restaurantes, bazares, exposiciones de arte, conciertos y vida nocturna con familia y amigos. Celebran acontecimientos especiales y de trascendencia para sus vidas personales y profesionales, como cumpleaños, graduaciones, bodas, aniversarios, entre otros.

Son personas con acceso instantáneo a internet y acostumbradas a realizar compras y transacciones a través de este medio. El método de pago es por medio de tarjetas de crédito y/o débito, transacciones bancarias, cheques y efectivo.

5.4 Perfil conductual

Las personas que utilizan los servicios de Bufón Desing son emprendedoras, propietarios de empresas individuales, accionistas de sociedades y trabajadores en relación de dependencia, que buscan satisfacer sus necesidades de comunicación y diseño para dar a conocer a sus clientes y proveedores los servicios de sus empresas.

Asimismo, requieren invitaciones originales, personalizadas, creativas y modernas para invitar a familiares, clientes y amigos a participar en eventos significativos para ellos. Los clientes han contactado a la empresa Bufón Desing a través de bazares en centros de convenciones, referencias y redes sociales.

CAPÍTULO VI
MARCO TEÓRICO

Capítulo VI: Marco teórico

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio

6.1.1 Agencia de diseño. Las agencias de diseño gráfico son empresas dedicadas a la creación de estrategias de comunicación a través de elementos visuales. Las agencias de diseño gráfico realizan labores de análisis e investigación para definir un target o público objetivo con la finalidad de conocer las necesidades del mercado y cumplir los objetivos de comunicación.

Una agencia de diseño gráfico presenta un gran poder creativo en sus mensajes, aprovechando los recursos tecnológicos que estén a su disposición, ya los mercados actuales demandan cada vez más la digitalización de los elementos gráficos para poder ser promocionados a través de internet, Paredro (2018).

6.1.2 Cliente. En toda transacción comercial existen dos partes: el que provee el producto o el servicio y el que lo adquiere. Un cliente es una persona física o jurídica que accede a un producto o servicio a partir de un pago. Sin embargo, un cliente puede ser visto desde varias perspectivas: como comprador (persona que compra el producto), como usuario (persona que usa el servicio) o consumidor (persona que consume un producto o servicio).

Los clientes también pueden ser activos o inactivos. Los clientes activos son los que concretan compras de manera frecuente. Por otro lado, los clientes inactivos son aquellos que realizan compras de manera esporádica o aquellos que quedan insatisfechos con el producto o servicio.

Robert L. Desatnick (1991) comenta que toda empresa debe analizar sus relaciones con dos grupos cruciales de cliente: los internos (empleados) y los externos (quienes adquieren sus productos y servicios). Ambos grupos son inseparables e igual de importantes, ya su descuido podría implicar pérdidas a la empresa, disminución de ventas y deterioro de la imagen corporativa.

6.1.3 Publicidad. La publicidad es, por encima de todo, comunicación, siendo sus elementos principales un emisor que envía un mensaje a través de unos canales a un receptor con la intención de modificar su comportamiento de compra, Baños (2001). La publicidad también puede ser vista como un conjunto de estrategias orientadas a dar a conocer productos y servicios a la sociedad.

Las empresas usualmente pagan por este tipo de comunicación para anunciarse en los diferentes medios que ofrece el mercado. Esto ha provocado el surgimiento de distintos medios para anunciarse que varían según las necesidades de cada empresa, por ejemplo: los medios masivos de comunicación, como la televisión, la prensa y la radio, ofrecen grandes ventajas a quienes se anuncian en ellos, debido al alto alcance que estos tienen en la sociedad, sin embargo, tienen un costo elevado en comparación a otros canales de comunicación.

La selección del medio de comunicación dependerá de la estrategia publicitaria que se haya elegido, así también como los objetivos y las metas a cumplir. Un adecuado manejo de los mensajes publicitarios en los medios de comunicación permitirá a las empresas posicionarse efectivamente en el mercado y en la mente de los consumidores.

6.1.4 Imagen Corporativa. La imagen corporativa de una empresa es la imagen que el público tiene de ella. Constituye el conjunto de conceptos que el público ha creado alrededor de una marca; ideas, sensaciones y prejuicios y opiniones. Todo esto precede a la identidad visual (en donde interviene el diseño gráfico), ya que la imagen corporativa es algo que se trabaja internamente dentro de una empresa.

La imagen corporativa es el conjunto de atributos, cualidades y valores, que toda empresa, y cualquier sujeto posee. Es su personalidad, su razón de ser, su proyecto de existir. Es la conciencia de la empresa respecto a lo que es y lo que quiere ser en el futuro, Zaldaña (2004).

6.1.5 Tarjetería. Las tarjetas en el diseño gráfico son elementos visuales hechos de papel, con el fin de expresar algún motivo u ocasión especial. La tarjetería es el arte de transmitir la emoción y el sentimiento de una ocasión especial a través de una invitación estilizada. El diseño de cada tarjeta depende del motivo o de la intención de la misma, así también como de las necesidades del cliente.

6.1.6 Internet. El Dictionary of the Internet de Oxford University Press define al Internet como una red que consta de una serie de otras redes conectadas mediante el conjunto de protocolos TCP-IP. Una parte importante de Internet es la World Wide Web: una colección de documentos interconectados por medio de hipervínculos. Las tecnologías más populares utilizadas en Internet son el correo electrónico, el Protocolo de transferencia de archivos y la World Wide Web.

El internet ha permitido a la comunicación volverse mucho más interesante, al ser una tecnología digital que facilita la transmisión de textos, gráficos, videos y audios de manera inmediata y masiva. La inmediatez se expresa en términos de velocidad y factores psicológicos, permitiendo

el intercambio significativo de información a través de correo electrónico, Facebook, Twitter, Instagram, blogs y una gran cantidad de plataformas tecnológicas. Además, virtual las comunidades se están formando a través de intereses y deseos, James, J. D., & Research-publishing.net (2014).

6.1.7 Página web. Una página web es una colección de texto, gráficos, sonido y video que corresponde a una sola ventana de material desplegable que muestra un navegador. Un sitio web contiene varias páginas web, cada una de las cuales está escrita en el lenguaje de marcado de hipertexto; una de estas páginas se designa como la página de inicio del sitio.

6.1.8 Sitio web. Este es el término utilizado para un conjunto de páginas temáticas vinculadas que se almacenan en un servidor web. Tal servidor puede alojar un sitio web o, en el caso de un proveedor de servicios de Internet, puede alojar una gran cantidad de sitios. El acceso a un sitio web generalmente se realiza a través de una página de inicio.

6.1.9 Catálogo digital. Es un catálogo de productos almacenados en un sitio web, con detalles de cada producto en una página web separada. El catálogo digital brinda grandes ventajas a las empresas, ya que permite llegar a un número mayor de personas conectadas a internet por un costo mínimo. Así también permite el crecimiento de las ventas de la empresa, ya que permite personalizar, editar y renovar el catálogo de productos según cada cliente.

6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño

6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación. Según J. Antonio Paoli (1986), La comunicación es el acto de relación entre dos o más sujetos, mediante el cual se evoca en común un significado. Pero para poder definir más extensamente el concepto de comunicación primero tenemos que entender el concepto de *significado*.

Ferdinand De Saussure (1945) define el signo como “la combinación del concepto y de la imagen acústica”. Es decir: el signo es la combinación entre el significado y significante; entendiendo al significado como el concepto y al significante como la imagen acústica respectivamente.

El significado es el concepto que creamos mentalmente al captar un significante. Los significantes pueden ser palabras, formas, sabores, olores o cualquier otra cosa capaz de crear un signo. Por lo tanto, la comunicación se convierte en el proceso mediante el cual dos o más actantes logran expresar e interpretar exitosamente un significado.

6.2.2 Proceso de la comunicación. El proceso de la comunicación, a grandes rasgos, se conoce como el conjunto de actividades vinculadas al intercambio de datos entre un emisor y un receptor. La realidad es que podemos analizar el proceso de comunicación en todas sus manifestaciones desde la perspectiva lingüística que nos ofrece Roman Jakobson (1967):

Un emisor (función emotiva) transmite un mensaje (función poética) a través de un canal (función fática) que llega hasta el receptor (función conativa) en donde ambos sujetos comparten un mismo código (función metalingüística) y un mismo contexto (función referencial). Ver anexo: (colocar imagen de proceso)

Cada elemento cumple una función específica en el proceso de comunicación, el cual se puede aplicar a cualquier manifestación comunicativa que existe. Según Jakobson toda

comunicación es intencional, ya que tiene la finalidad de expresar, intercambiar e interpretar ideas. Si en algún momento del proceso comunicativo alguno de sus elementos llegara fallar o a estar ausente no se estaría cumpliendo lo que hemos descrito hasta ahora como *comunicación*.

6.2.3 Comunicación digital. Hace algunos años nadie sabía lo que era un community manager, sin embargo, eso también sucedió en otras esferas de la comunicación, las cuales se vieron influenciadas por la llegada del internet; como el periodismo o la comunicación institucional.

Las redes sociales, los sitios web y los social media exigen gestión en un nuevo frente: la reputación digital, dicen Bellón & Sixto (2017) acerca del perfil profesional del community manager. El profesional de la comunicación debe escuchar y dinamizar este tipo de comunidades sociales a través de entornos visuales y debe ser responsable de sostener las relaciones de la organización en el ámbito digital.

La comunicación web, según Bellón & Sixto se tiene que entender desde la perspectiva de la interacción y reciprocidad con los públicos digitales. El éxito de una comunicación digital es cuando se logra interactuar con los usuarios del otro lado del ordenador, recibiendo una retroalimentación de la marca y reafirmando su posicionamiento en la web.

6.2.4 Conceptos Fundamentales relacionados con el diseño. El diseño según Wucius Wong (1995) es “un proceso de creación visual con un propósito”. Esta definición nos da bastante lugar para reflexionar acerca del concepto del diseño: que tenga un propósito nos dice que cumple exigencias prácticas, y que sea una creación visual nos dice que es una unidad gráfica que debe transportar un mensaje prefijado al público.

Para Wong, el diseño cumple una exigencia práctica, y esta característica le diferencia de las artes gráficas (vistas como una realización de las visiones personales y los sueños de un artista). Es por ello que el diseño no está compuesto únicamente de un valor estético, sino que también debe cumplir una función útil para algo.

Uniendo estos dos valores, lo estético y lo funcional: el diseño es la mejor expresión visual de la esencia de algo, ya sea esto un mensaje o un producto, mientras refleja o guía el gusto de su época.

6.2.5 Diseño digital. La revolución digital ha sido un proceso de cambio que ha modificado las relaciones y las necesidades humanas. La información ha jugado el papel principal, siendo esta la razón por la cual las tecnologías digitales de ordenadores y web se han perfeccionado a lo largo de los años. “Los ordenadores, que al principio ocupaban habitaciones enteras, han ido reduciendo su tamaño de forma drástica a lo largo del tiempo.

Su precio también ha descendido, hasta el punto de que se ha convertido en parte del equipamiento estándar en oficinas, hogares y escuelas.” comenta Wong (2004) al respecto. El nuevo lenguaje visual que acompaña los softwares en los ordenadores es una parte grande del diseño digital, ya que abarca todos los métodos y los procedimientos que hay que usar para crear líneas, formas y tipografía, así también como los colores, los títulos y los botones que aparecen en la interface de los programas.

Es por ello que esta forma de diseño ha redefinido por completo los principios del diseño tradicional. En esta era en donde la información se genera exponencialmente, el diseño de un sitio web tiene que competir contra miles de resultados que ofrecen al público información similar que fácilmente puede ser sustituida por otro sitio web. Un diseño digital efectivo logra captar la atención del cibernauta a través de una armonía visual entre los elementos gráficos y la información.

6.2.5.1 Especificación de requerimientos (ER). La especificación de requerimientos de un sitio web es una lista de características que debe cumplir un sitio web que va a ser diseñado con el fin de garantizar su funcionamiento. Rafael Pedraza-Jiménez, Saúl Blanco, Lluís Codina & Víctor Cavaller (2013). En los objetivos que se desean alcanzar a la hora de diseñar un sitio web se pueden encontrar los siguientes:

- Funcionales: características del sistema, acciones o comportamientos.
- Técnicos: cualidades y restricciones del proyecto que afectarán el diseño y la implementación del sistema, como pueden ser el uso de un determinado lenguaje de programación o la elección de la plataforma. La ER es independiente del diseño gráfico.

6.2.5.2 Requerimientos funcionales. Los requerimientos funcionales del sitio web se obtienen mediante un proceso de investigación, tanto a los responsables del sitio como a las personas que tendrán que interactuar directamente con la web. Se pueden plantear 3 preguntas clave para esta cuestión:

- ¿Cuál es el objetivo del sitio web?
- ¿Qué público o que tipos de usuarios tendrá?
- ¿Qué tareas llevarán a cabo los distintos tipos de usuarios en el sitio web?

6.2.5.3 Requerimientos técnicos. Los requerimientos técnicos son los que garantizan la calidad informática. En estos podemos encontrar: administración y mantenimiento; al atender los requisitos de funcionalidad se debe elegir qué clase de gestor de contenido se utilizará, como el lenguaje de programación, la base de datos y el entorno del proyecto en general para verificar su factibilidad.

Se debe tener en cuenta que la ER es la que debe determinar qué gestor de contenidos del sitio web, ya que en este aspecto se encuentran cuestiones como: permisos de acceso a información, administradores del sitio y copias de seguridad, entre otras instancias.

La codificación y presentación de contenidos es parte de la ED, que determina el estándar aceptado actualmente en la web, al diferenciar contenidos (HTML) de presentaciones (CSS) y respetar las normativas del World Wide Web Consortium W3C.

La arquitectura del sitio web debe ser lo más coherente posible para que los usuarios encuentren fácilmente la información que buscan, Montoro (2010). En este aspecto es en donde se implementan menús de navegación fáciles de interpretar, con etiquetas y rótulos claros, texto en los enlaces, etc. Según Montoro (2010), hay dos errores comunes que dificultan la navegación:

La elección de términos ambiguos o con significados que se pueden yuxtaponer a otros, como por ejemplo etiquetar una sección “formación” y otra “cursos”. Y organizar los contenidos en función de organigrama de la institución. En cuanto a la usabilidad Hassan-Montero & Marín-Fernández (2003) proporcionan un listado de parámetros e indicadores que ayudan incluir aspectos en una ER y a hacer más sencilla la interfaz de un sitio web.

La accesibilidad de un sitio web debe satisfacer los requisitos establecidos por el W3C. Estos deben incluir una interfaz capaz de ser consultada por personas con discapacidad, así como permitir el acceso desde dispositivos de capacidad limitada, como teléfonos móviles o agendas electrónicas, Voces-Merayo (2007).

Estas instancias se explican con mayor detalle en el sitio web de la W3C. Por último, encontramos el posicionamiento, el cual está compuesto tanto por la arquitectura del sitio como por el gestor de contenidos, los cuales deberán de facilitar la gestión de los contenidos de manera que se puedan potenciar las palabras clave para las que se desee posicionarse, Codina (2005).

6.3 Ciencias auxiliares

6.3.1 Semiología. Es una de las ciencias que forman parte del estudio de la comunicación ya que es la responsable de analizar los diferentes tipos de símbolos y signos producidos por el ser humano para comunicarse, así como también sus significados y significantes, es decir, que trata de los sistemas de comunicación dentro de las sociedades humanas, Saussure (1930).

6.3.1.2 Semiología de la imagen. Entendemos por semiótica de la imagen 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.

6.3.1.3 Sociología. La sociología es una ciencia que se dedica al estudio de los grupos sociales (conjunto de individuos que conviven agrupados en diversos tipos de asociaciones). Esta ciencia analiza las formas internas de organización, las relaciones que los sujetos mantienen entre sí y con el sistema, y el grado de cohesión existente en el marco de la estructura social.

Es la ciencia del comportamiento humano en situaciones sociales. Weber (1920) entiende que el objeto de estudio de la sociología es la acción social, y a ésta la define como "...una conducta humana con sentido y dirigida a la acción de otro.-" Esta definición destaca las particularidades de la acción humana, tiene sentido racional o afectivo, y a su vez está condicionada a actuar sobre otra/s persona/as, lo cual le imprime el sentido social.

6.3.1.4 Psicología. La psicología es la ciencia que se ocupa tanto teórica, como prácticamente, al estudio de los aspectos biológicos, sociales y culturales del comportamiento humano, tanto a nivel social como individual, así como también del funcionamiento y desarrollo de la mente humana.

La psicología es la ciencia de la vida mental, basada en la evidencia que se obtiene mediante la observación y el análisis del comportamiento, Miller (1957). La psicología pretende ser una ciencia y estudia la conducta del hombre, sus experiencias íntimas (conciencias) y las relaciones entre ambas.

También se ocupa de los órganos que ejercen influencias sobre la experiencia y el comportamiento y el de las conexiones de esta con el individuo.

6.3.1.5 Psicología del color. La psicología del color es un campo de estudio que está dirigido a analizar cómo percibimos y nos comportamos ante distintos colores, así como las emociones que suscitan en nosotros dichos tonos, Goethe (1832).

Su objetivo es determinar cómo el color afecta nuestras decisiones cotidianas. Los significados de los colores tienen un impacto en por qué preferimos ciertos colores sobre otros. Un mismo color también puede tener diferentes significados que dependen de nuestra crianza, sexo, ubicación, valores y otros factores.

6.3.1.6 Psicología del consumidor. La psicología del consumidor se encarga de estudiar el comportamiento del consumidor y los aspectos psicológicos que influyen en la decisión de compra de una persona. Según esta disciplina estos procesos están influenciados por tres grupos externos los cuales determinan de alguna manera la decisión final del consumidor, Forero (1978).

Estos tres grupos han sido clasificados en primarios secundarios y terciarios.

El grupo primario lo conforma la familia, pues en primera instancia, son estos lo que generan ciertos hábitos en cada persona de acuerdo a los mismos del grupo condicionando de alguna manera la decisión sobre tal o cual productos o servicios. Dentro de este grupo, también se incluyen los amigos más íntimos del individuo.

El grupo secundario lo conforman las amistades en general y los centros escolares, que influyen bastante sobre las decisiones del individuo, permitiendo ampliar su abanico de posibilidades, pero al mismo tiempo limitando también sus decisiones.

Por último, marcamos el grupo terciario en el cual están involucrados los medios de comunicación, líderes de opinión, personajes y personalidades que de alguna manera crean expectativas y pautas sociales para seguir, en un momento determinado. Un ejemplo de ello lo podemos ver en algunos deportistas de alto nivel quienes marcan tendencias en un momento determinado.

6.3.1.7 Cibernética. Ciencia que compara el funcionamiento de una máquina y el de un ser vivo, sobre todo en lo referente a la comunicación y a los mecanismos de regulación. Según el profesor Stafford Beer (2002), 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 a sí mismo.

La cibernética es una ciencia interdisciplinar, y está tan ligada a la física como al estudio del cerebro como al estudio de los computadores, y tiene también mucho que ver con los lenguajes formales de la ciencia, proporcionando herramientas con las cuales describir de manera objetiva el comportamiento de todos estos sistemas.

6.3.2 Artes

6.3.2.1 Artes tipográficas. Es la manifestación visual del lenguaje. Su papel es decisivo a la hora de convertir los caracteres individuales en palabras y palabras en mensajes. Es el equivalente visual de una voz; el enlace tangible entre el escritor y el lector, Cheng (2005).

6.3.2.2 Fotografía digital. Las fotografías digitales son imágenes del mundo real digitalizadas. Esta digitalización consiste en tomar una visión del mundo y transformarla en un número de píxeles determinado (por los megapíxeles), que formarán la imagen digital final. A cada píxel le corresponde un color y un lugar en una imagen.

Las fotografías digitales suelen almacenarse en formatos gráficos que permiten guardarlas correctamente, esto es, con sus dimensiones y colores apropiados. Algunos formatos gráficos que permiten guardar fotografías digitales son JPG, BMP, TIFF, PNG, etc.

6.3.3 Teorías

6.3.3.1 Teoría Gestalt. Es más que la suma de partes, se utiliza como una ética escolar distintiva. Tiene dos significados además de connotación de forma o manera como atributo de cosas, tiene el significado de unidad concreta por sí misma, Sambrin (1986).

6.3.3.2 Teoría del color. La teoría del color es un grupo de reglas básicas en la mezcla de colores para conseguir el efecto deseado combinándolos. El color es una sensación producida por el reflejo de la luz en la materia y transmitida por el ojo al cerebro.

La materia capta las longitudes de onda que componen la luz excepto las que corresponden al color que observamos y que son reflejadas. La luz blanca se puede producir combinando el rojo, el verde y el azul, mientras que combinando pigmentos cian, magenta y amarillo se produce el color neutro. Es una guía que pretende estandarizar los conocimientos

sobre los colores para su aplicación práctica en diversas áreas como puedan ser las artes visuales o el diseño gráfico.

6.3.4 Tendencias

6.3.4.1 Flat design. El Flat Design (*diseño plano*) es un estilo de diseño minimalista enfocado a la funcionalidad y mensaje directo al grano. Se basa en priorizar la comunicación evitando toda clase de “adornos” que puedan distraer y que sean prescindibles.

El Flat Design deja atrás todos los degradados, biseles, florituras, texturas, sombras y todo aquello que no aporte valor al mensaje principal. Da prioridad a la iconografía, los colores, las tipografías, la fotografía e incluso la disposición de los elementos, es decir, prioriza el mensaje con un formato más claro y preciso, Wong (1999).

- Iconografía: Los iconos se diseñan muy sintetizados para poderlos entender al segundo lo que se quiera decir o la acción que haya que hacer.
- Colores: Se utilizan colores planos y contrastados (nada de degradados).
- Fotografía: Son de composición armónica y simple. Si las fotos se usan de fondo de la página inicial de la web no suelen tener mucho ruido ni composiciones con muchos elementos. Al contrario, la imagen de fondo se añade de tal manera que permita destacar el mensaje principal o el titular del sitio favoreciendo la buena lectura.
- Tipografía: Juega un papel muy importante en la web, ya que aprovecha el recurso de las tipografías como parte fundamental del diseño web, dándoles más protagonismo.

Ver ejemplos en anexos 2, 3 y 4.

CAPÍTULO VII

PROCESO DE DISEÑO Y PROPUESTA

PRELIMINAR

Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar

7.1 Aplicación de la información obtenida en el Marco Teórico

Para la realización de este proyecto se aplicaron los conocimientos y conceptos desarrollados en el marco teórico, con el fin de respaldar científicamente las propuestas desarrolladas por el comunicador y diseñador. A continuación, se explicará la aplicación de la información obtenida en el marco teórico al diseño del sitio web.

7.1.1 Comunicación. La comunicación es el acto de relación entre dos o más sujetos, mediante el cual se evoca en común un significado. El diseño del sitio web debe transmitir un significado común para todos los usuarios que entren a navegar en él. La información que esté a disposición en el sitio debe cumplir una función conativa y metalingüística para comunicarse en el mismo código del receptor.

7.1.2 Comunicación digital. Según Bellón & Sixto (2017) se tiene que entender desde la perspectiva de la interacción y reciprocidad con los públicos digitales. Se busca que el sitio web sea capaz de generar una retroalimentación de la marca y reafirmar su posicionamiento en el mercado y la web. Para ello se buscará diseñar una interface que conduzca visualmente a visualizar el catálogo de productos y contactar a la empresa Bufón Design.

7.1.3 Diseño. El diseño según Wucius Wong (1995) es “un proceso de creación visual con un propósito”. El diseño del sitio web debe tener un propósito que responda directamente al objetivo principal, de esta manera se estará alcanzando la meta establecida. Los elementos gráficos que vayan a acompañar al sitio web deberán de ser pensados para que estos faciliten este objetivo.

Se debe encontrar un balance entre lo funcional y lo estético, ya que otra característica del diseño es que es agradable a la vista. Uniendo estos dos valores, lo estético y lo funcional: el diseño es la mejor expresión visual de la esencia de algo, ya sea esto un mensaje o un producto, mientras refleja o guía el gusto de su época.

7.1.4 Diseño digital. El nuevo lenguaje visual que acompaña los softwares en los ordenadores es una parte grande del diseño digital, ya que abarca todos los métodos y los procedimientos que hay que usar para crear líneas, formas y tipografía, así también como los colores, los títulos y los botones que aparecen en la interface de los sitios web.

En el marco teórico hablamos de 3 preguntas fundamentales que uno se tiene que hacer antes de realizar el diseño de un sitio web:

- ¿Cuál es el objetivo del sitio web? dar a conocer a los clientes reales y potenciales el catálogo de productos que ofrece la empresa de diseño Bufón Desing.
- ¿Qué público o que tipos de usuarios tendrá? El grupo objetivo de Bufón Desing se enfoca en hombres y mujeres de 25 a 50+ años de edad.
- ¿Qué tareas llevarán a cabo los distintos tipos de usuarios en el sitio web? Navegar a través de las páginas del sitio en donde podrá encontrar información de la empresa, visualizar el catálogo de productos y contactar a la empresa.

Para los requerimientos técnicos del sitio web, se utilizará el gestor de contenidos WIX, el cual funcionará como una plataforma de edición en donde se podrá llevar a cabo el diseño del sitio web. Con esta plataforma podremos establecer permisos de acceso a información, administradores del sitio, realización de copias de seguridad, entre otras instancias.

7.1.5 Diseño Editorial. Birdsall (2004), define el oficio del diseñador editorial como aquel que realiza “la colocación decente de las letras y la disposición inteligente del texto y las imágenes basadas en un riguroso estudio del contenido”.

El diseño editorial es una rama del diseño gráfico y se dedica principalmente tanto a la diagramación como producción de diferentes piezas, pudiendo ser libros, revistas, periódicos, fanzines, catálogos, etc. Se caracteriza porque las piezas están compuestas por bastantes páginas o pliegos que deben ajustarse correctamente a determinados criterios de composición, los cuales suelen ser más exigentes que en otras piezas.

El diseño es un elemento importante que motiva la persuasión del lector. Es un recuerdo que se utiliza para estimular el interés por el contenido y otorgarle cierta temática al escrito. Las publicaciones van acompañadas por una retícula. Una retícula es una estructura en dos dimensiones hecha de líneas verticales y horizontales, utilizada para estructurar el contenido. Sirve como una armazón para organizar textos, imágenes o videos de una forma racional y fácil de visualizar.

7.1.6 Semiología 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. Esta información nos permite elaborar un diseño visual que se adecue a las necesidades de nuestro cliente y de su grupo objetivo. La semiología nos permite producir un diseño que no interfiera con el proceso de comunicación entre la empresa y su consumidor, Wucius Wong (1995)

7.1.7 Psicología del color. Los colores que serán utilizados en el sitio web deben ser seleccionados para que el usuario de internet de una respuesta positiva y se sienta atraído a navegar el sitio. Se utilizará la psicología del color para influir en las decisiones del usuario y lograr que esté tenga una percepción positiva que se adapte a la imagen de la empresa Bufón Design.

7.1.8 Psicología del consumidor. La psicología del consumidor se encarga de estudiar el comportamiento del consumidor y los aspectos psicológicos que influyen en la decisión de compra de una persona. Esto será tomado en cuenta a la hora de elaborar el diseño del sitio web, ya que se buscará responder a las necesidades del consumidor y brindar justamente lo que este busca, Forero (1978).

7.1.9 Tendencia flat design. El Flat Design (*diseño plano*) es un estilo de diseño minimalista enfocado a la funcionalidad y mensaje directo al grano. Se basa en priorizar la comunicación evitando toda clase de “adornos” que puedan distraer y que sean prescindibles.

El Flat Design deja atrás todos los degradados, biseles, florituras, texturas, sombras y todo aquello que no aporte valor al mensaje principal. Da prioridad a la iconografía, los colores, las tipografías, la fotografía e incluso la disposición de los elementos, es decir, prioriza el mensaje con un formato más claro y preciso. Iconografía: Los iconos se diseñan muy sintetizados para poderlos entender al segundo lo que se quiera decir o la acción que haya que hacer, Wucius Wong (1995)

- Iconografía: Los iconos se diseñan muy sintetizados para poderlos entender al segundo lo que se quiera decir o la acción que haya que hacer.
- Colores: Se utilizan colores planos y contrastados (nada de degradados).

- Fotografía: Son de composición armónica y simple. Si las fotos se usan de fondo de la página inicial de la web no suelen tener mucho ruido ni composiciones con muchos elementos. Al contrario, la imagen de fondo se añade de tal manera que permita destacar el mensaje principal o el titular del sitio favoreciendo la buena lectura.
- Tipografía: Juega un papel muy importante en la web, ya que aprovecha el recurso de las tipografías como parte fundamental del diseño web, dándoles más protagonismo.

Ver ejemplos en anexos 2, 3 y 4.

7.2 Conceptualización

7.2.1. Método. Se utilizó el método de identificación o empatía para la conceptualización de este proyecto. La identificación o empatía consiste en ponerse en el lugar de otro ser, para lograr obtener otra percepción y punto de vista sobre un asunto, en este caso un sitio web. Como diseñador del sitio fue necesario que me pusiera en el lugar del usuario; la persona que entrará al sitio buscando información respecto a los productos y servicios de la empresa.

Para ello fue necesario plantearse las siguientes preguntas desde la perspectiva del usuario: ¿Qué información quiero encontrar? Y ¿Cómo la quiero encontrar? Como usuarios de internet estamos acostumbrados a recibir grandes cantidades de información en distintos formatos.

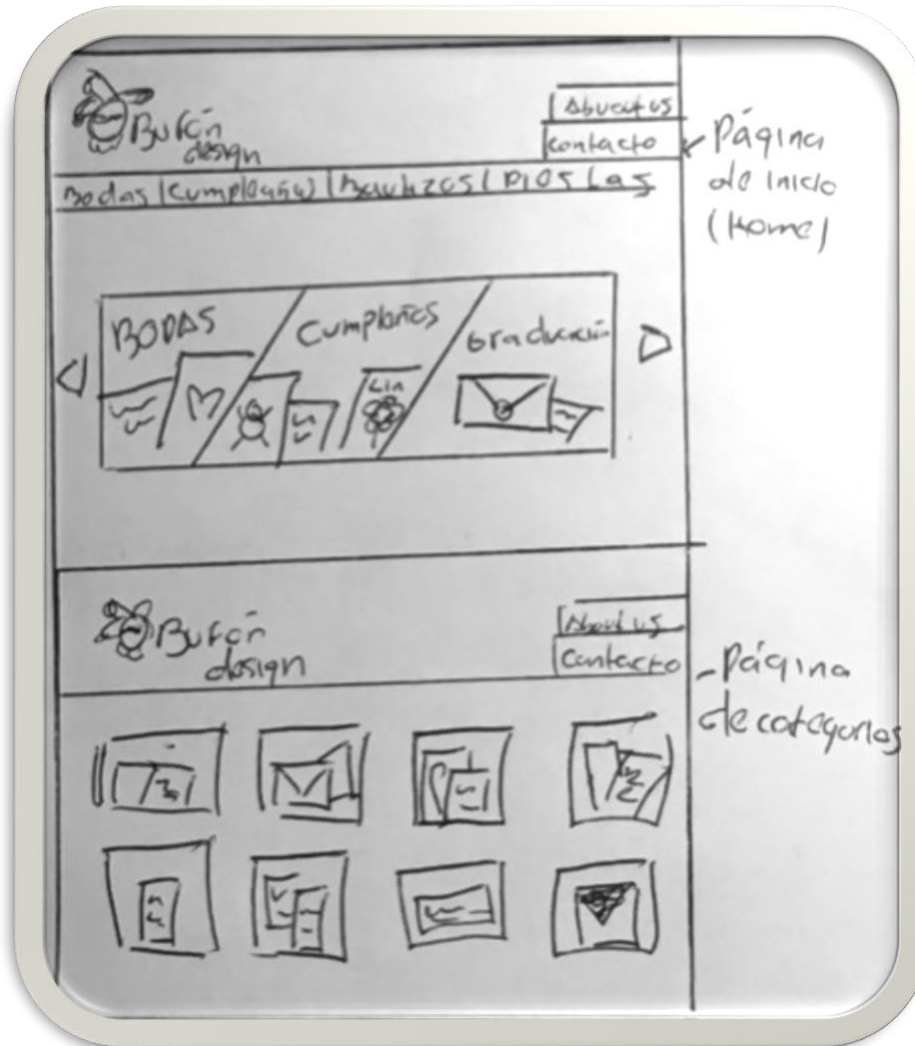
Cuando no encontramos algo que nos interesa o capta nuestra atención rápidamente cambiamos de página en búsqueda de algo que se adecue a nuestras necesidades. Por lo general los usuarios interesados en un tema, en este caso el catálogo de productos de la empresa Bufón

Design, quieren ver fotografías de los productos y el contacto de la empresa para comunicarse con ella. Basándonos en este comportamiento se llegó a la conclusión de que el sitio web debería de ser algo simple y directo, que ofrezca al usuario la información que busca desde el momento que entra al sitio.

7.2.2. Definición del Concepto. A través del método de identificación o empatía pudimos ponernos en el lugar del usuario de internet. Nos dimos cuenta de que el sitio web debería ser fácil de interpretar y llevar al usuario a conocer el catálogo de productos de la empresa Bufón Design. Con esta visión buscamos dar un servicio directo y efectivo, que el cliente no tenga problemas para contactar a la empresa y visualizar la calidad de los diseños a través de internet. Se eligió la frase conceptual “Justamente lo que el cliente busca”, que ayudará a guiar la elaboración de la propuesta gráfica de este proyecto.

7.3 Proceso de bocetaje

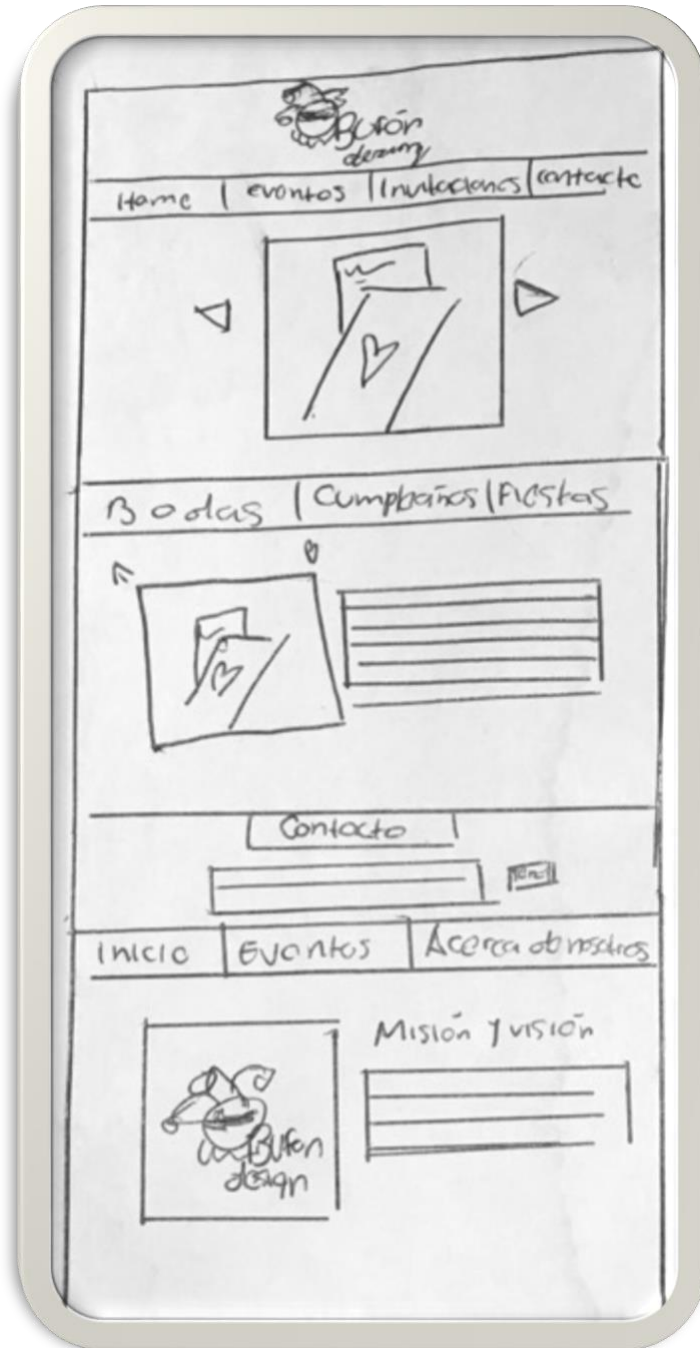
7.3.1 Bocetos preliminares del sitio web y de sus páginas.



Primer boceto de diagramación del posible sitio web para la empresa Bufón Design, con el fin de diseñar una interfaz que responda a los requisitos funcionales establecidos en el marco teórico.



Segundo boceto de diagramación del posible sitio web para la empresa Bufón Design, con el fin de diseñar una interfaz que responda a los requisitos funcionales establecidos en el marco teórico.

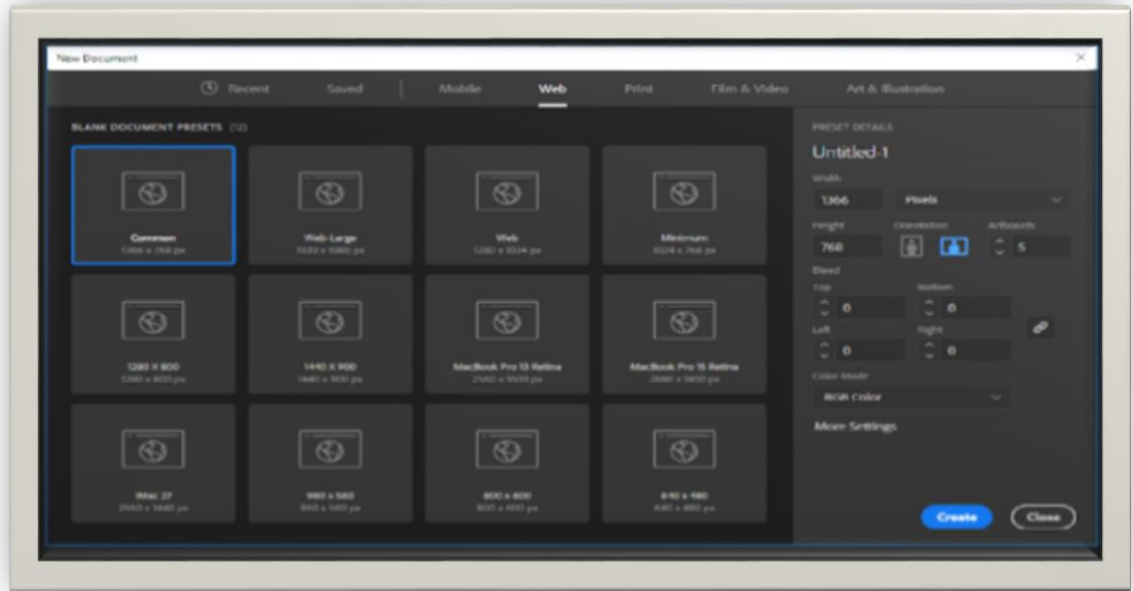


Tercer boceto de diagramación del posible sitio web para la empresa Bufón Design, con el fin de diseñar una interfaz que responda a los requisitos funcionales establecidos en el marco teórico.

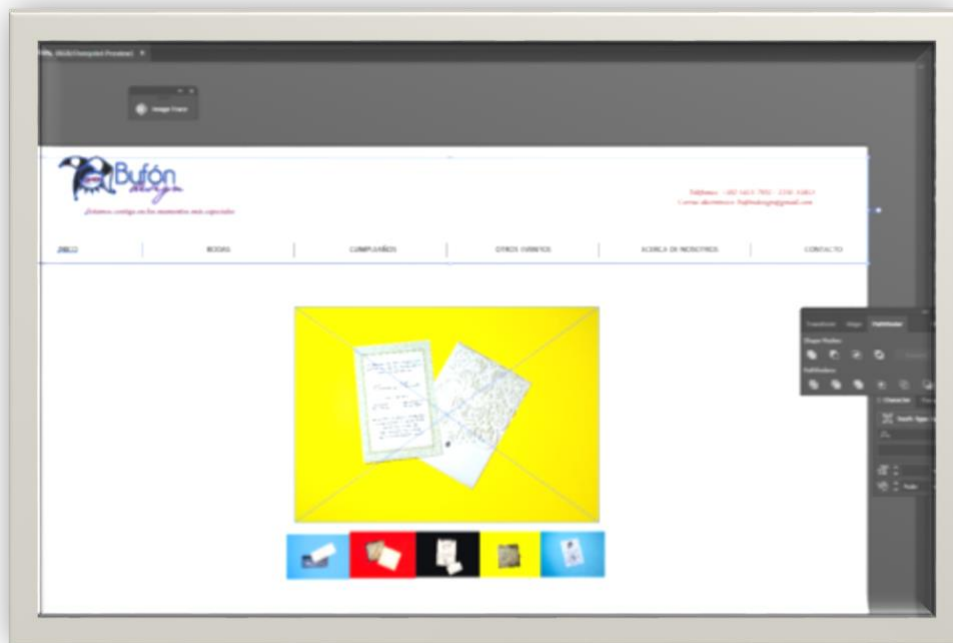


Cuarto boceto a color, que será seleccionado para el proceso de digitalización, debido a que se adecua a la tendencia de diseño Flat Design y cumple con los requerimientos funcionales y técnicos que el sitio necesita.

7.3.2. Proceso de digitalización de los bocetos.

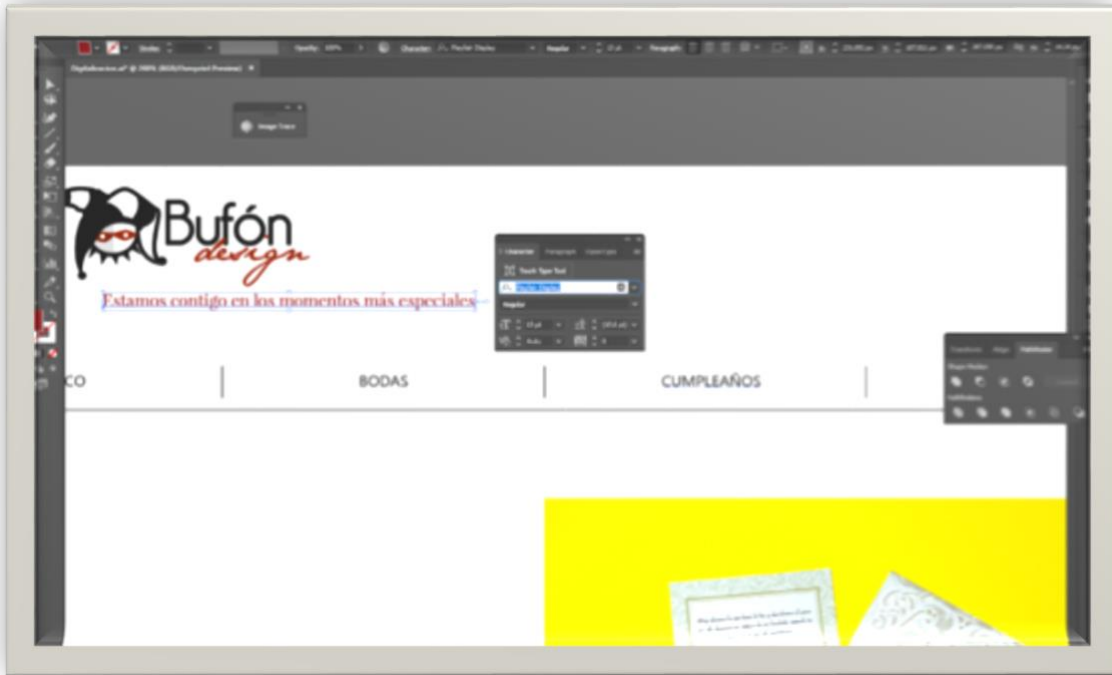


Se creó un documento para web en Adobe ilustrador, con un tamaño de 1366x768 píxeles, en donde se digitalizará el cuarto boceto del sitio web.

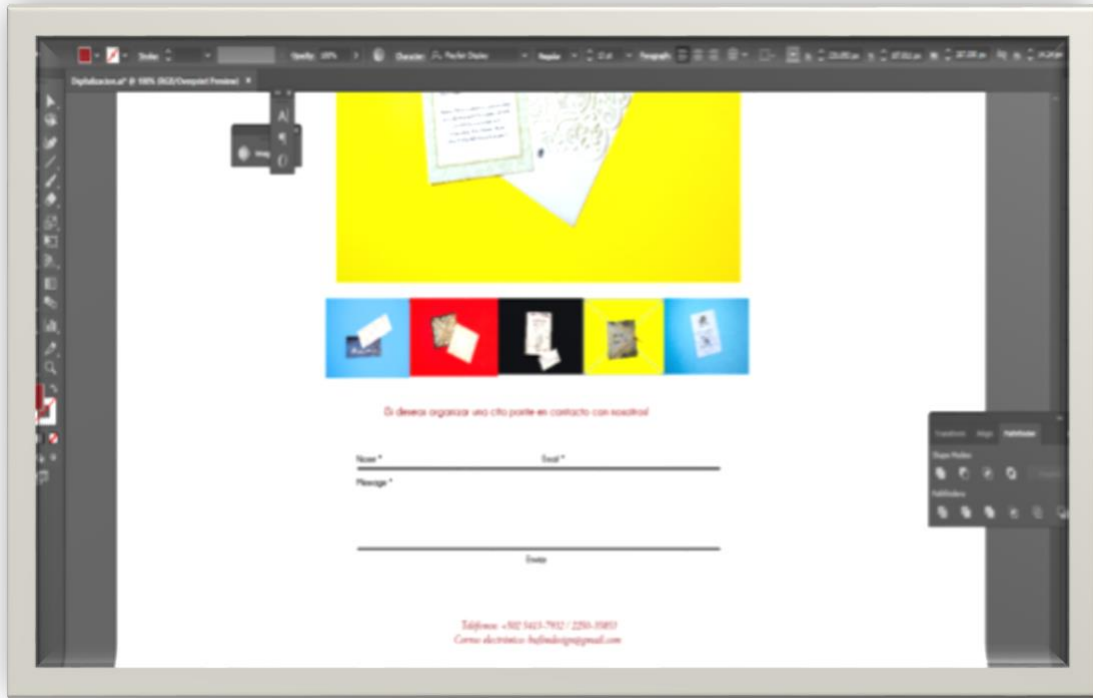


Se comenzó por digitalizar la página de inicio. Las fotografías fueron tomadas previamente por el comunicador y diseñador, para luego ser importadas en el documento. También se diseña un menú por el que el usuario podrá navegar a través de las categorías temáticas de las invitaciones.

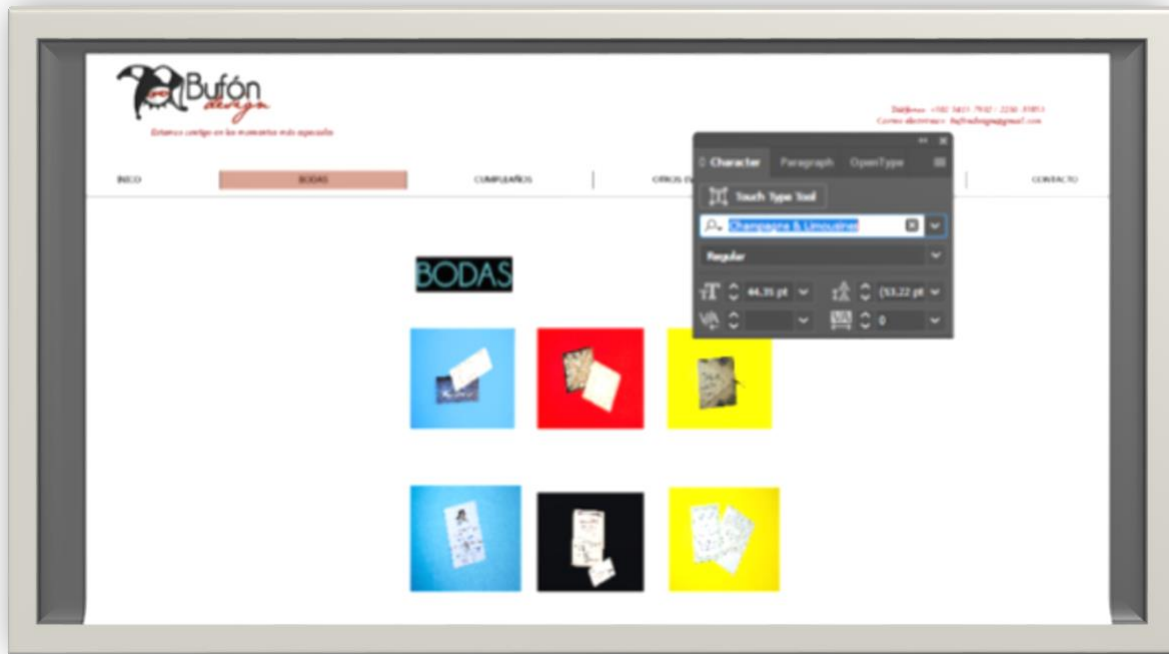
Las fotografías fueron tomadas por el comunicador y diseñador. Ver hoja de contacto en anexo 5.



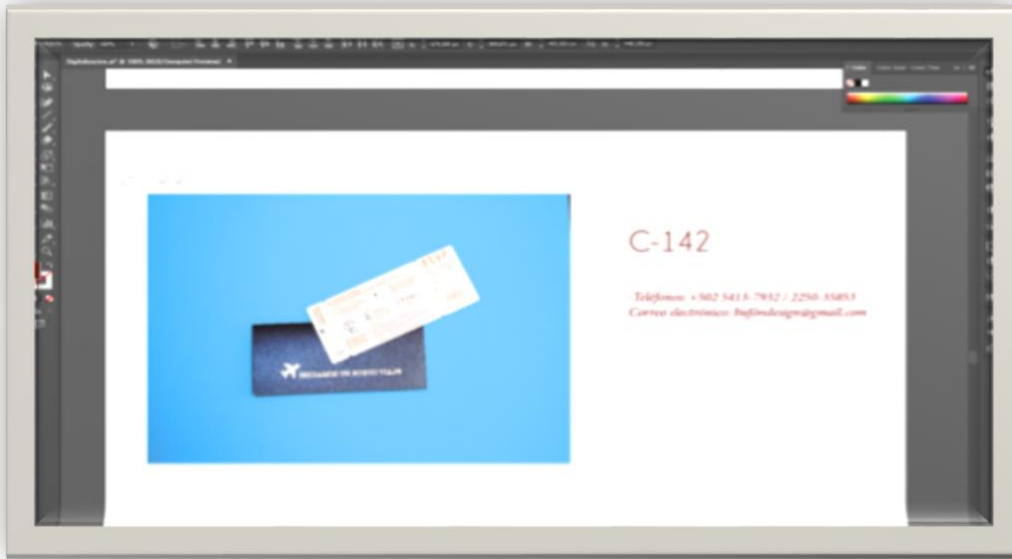
Para los subtítulos y párrafos se eligió la tipografía Playfair Display. Esto se debe a que sigue el mismo estilo que el logotipo de la empresa.



Página de inicio, con menú para contactar a la empresa. También se escribe la información de contacto de la empresa, con los números de teléfono y correo electrónico.



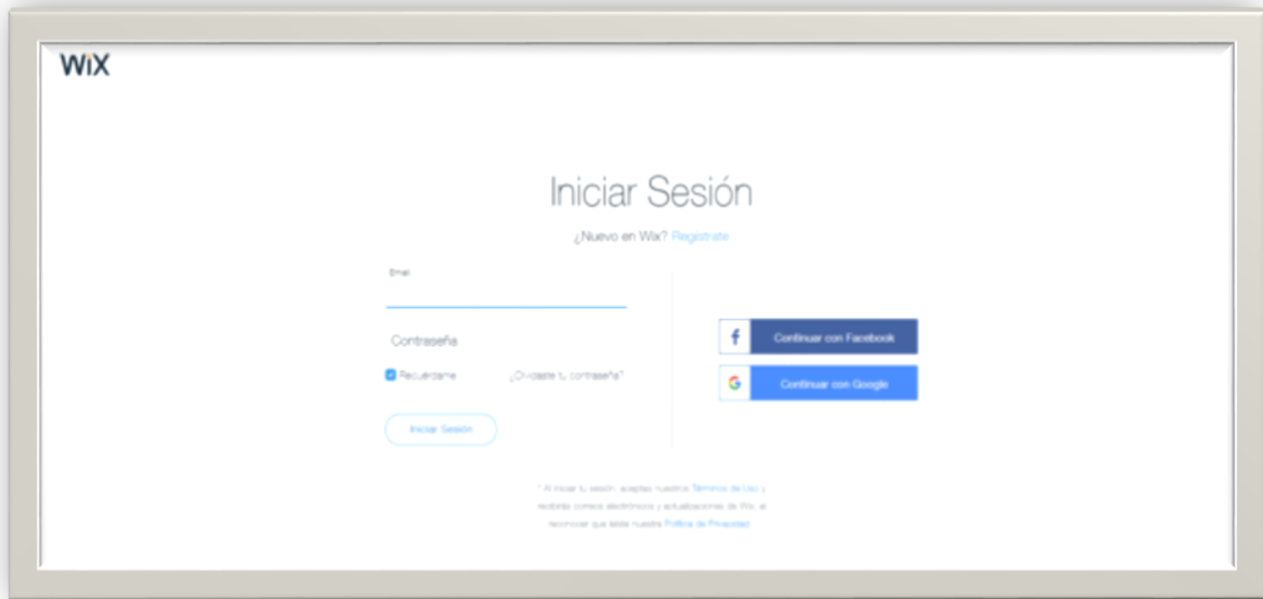
Para los títulos de las páginas se decidió utilizar la tipografía Champagne & Limousines. También se elige otro estilo de diagramación para las fotografías. Lo mismo se hace con las otras páginas de categorías.



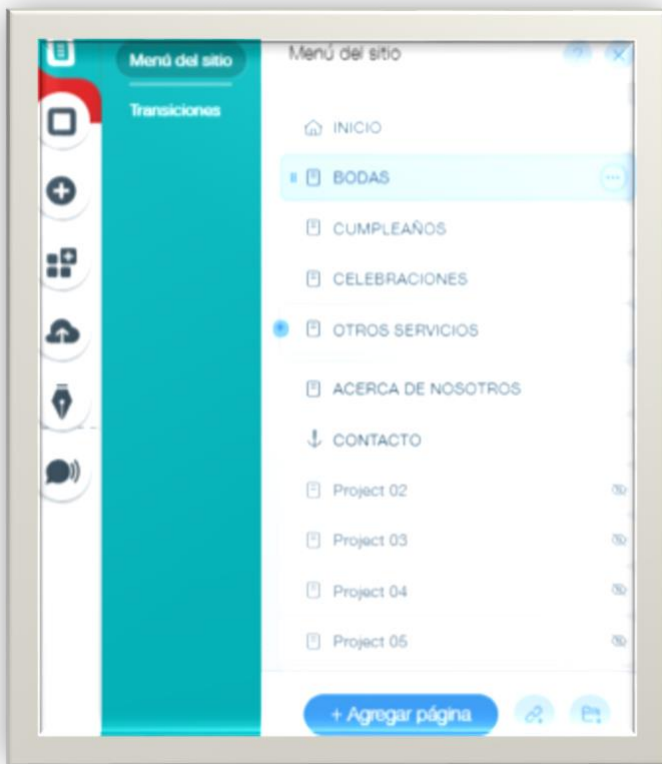
Se digitaliza el modo de visualización de las fotografías cuando el usuario selecciona una de ellas. Acá se busca que el usuario tenga información para contactar a la empresa, si le interesa el diseño.



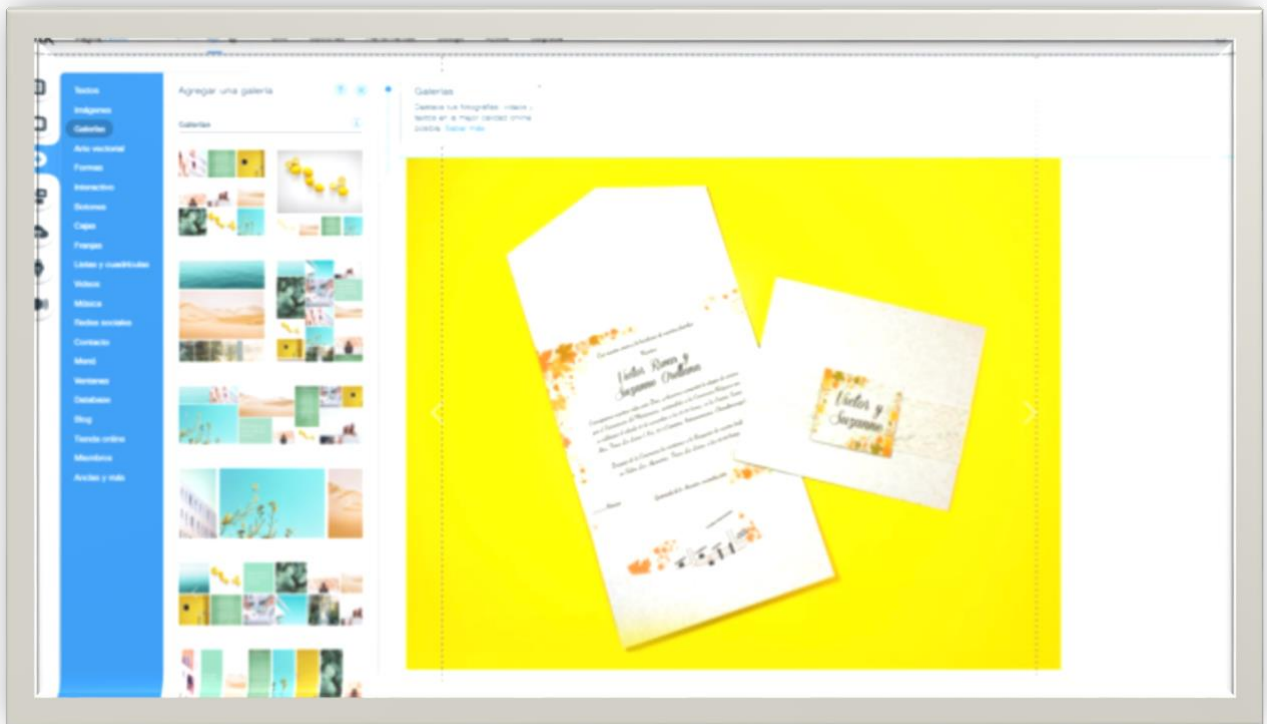
Se digitaliza la página de “Acerca de nosotros”, que contiene información importante de la empresa, como su visión, misión y una breve descripción de sus servicios y trayectoria.



Posteriormente se utilizó la plataforma digital wix.com para crear el sitio web. Esta plataforma responde a las necesidades técnicas del sitio web planteadas en el marco teórico del trabajo. Nos permite editar, administrar y dar mantenimiento al sitio. Nos brinda lenguaje de programación fácil y sencilla de utilizar, así también ofrece una nube de datos de acceso seguro y rápido para el cliente.



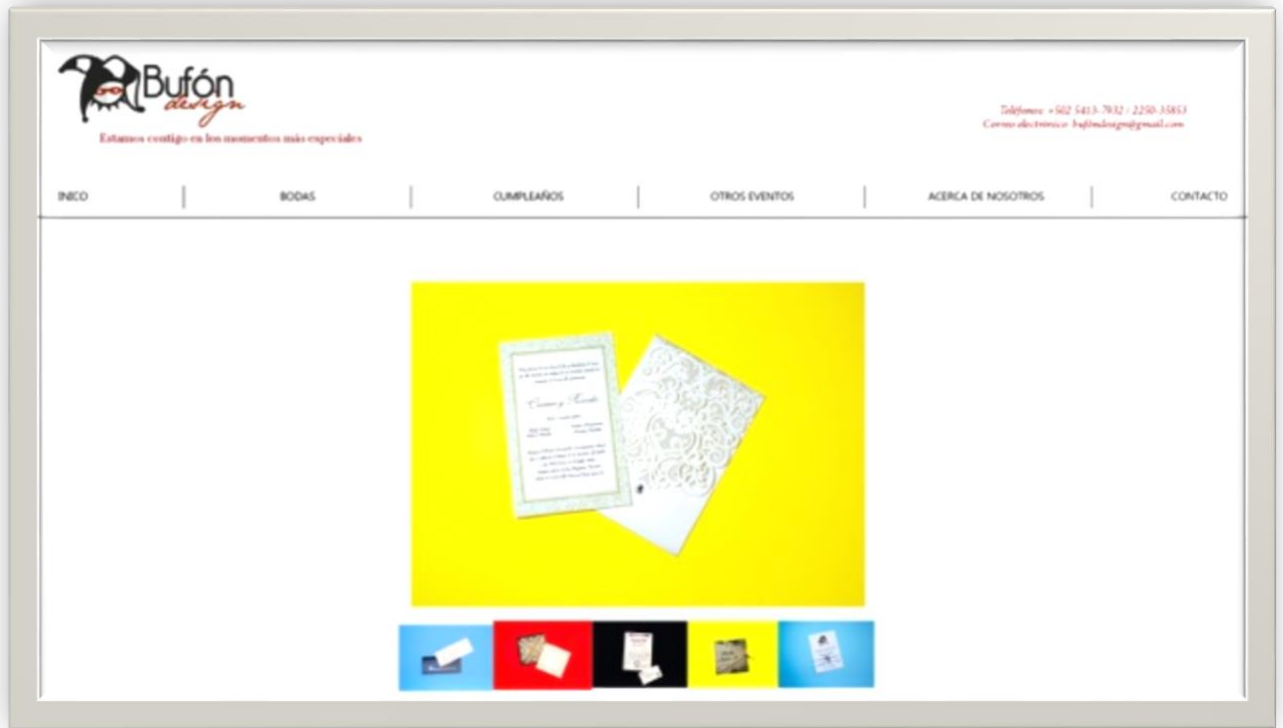
Se replica el menú de páginas previamente establecido en los bocetos del sitio web.



Se suben las fotografías tomadas por el comunicador y diseñador a la base de datos del sitio web, para crear galerías en las que los usuarios puedan visualizar los productos.

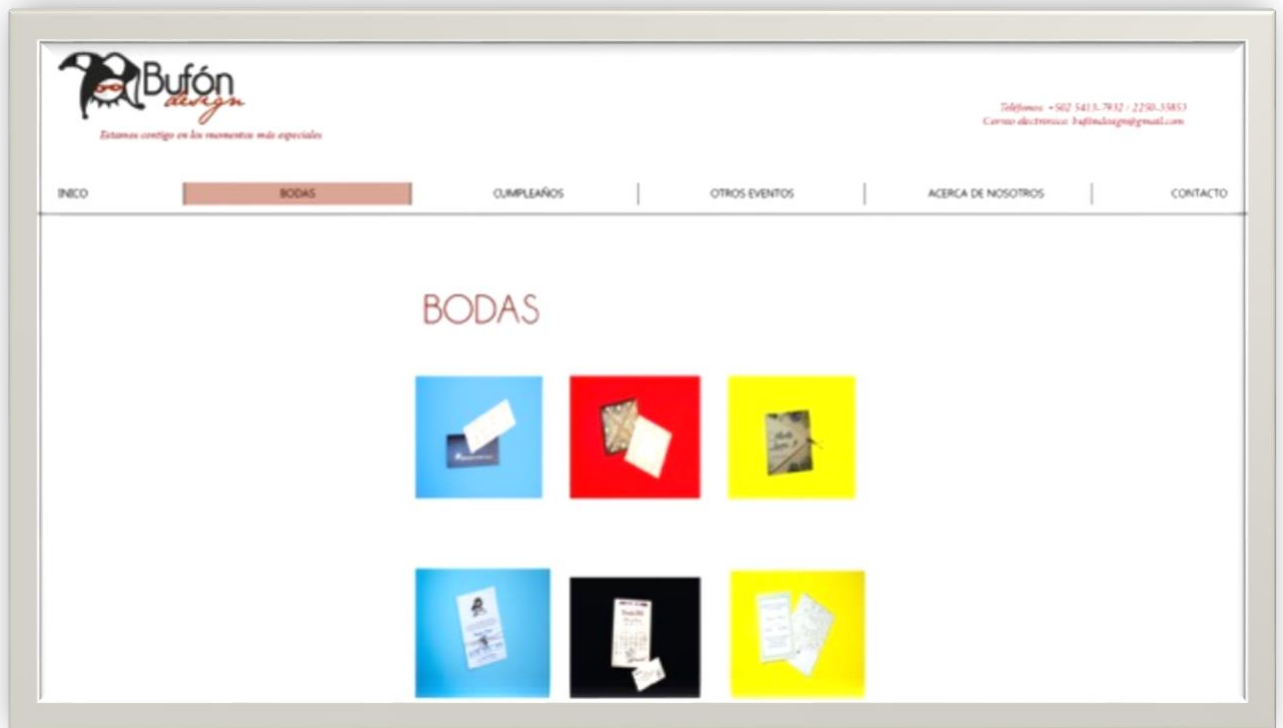
7.4 Propuesta Preliminar

7.4.1 Página de inicio. 1366x768 pixeles.



Página de inicio. Tiene un menú que permite al usuario navegar sencillamente a través del sitio web y una galería interactiva de fotografías que cambia de imagen cada cierto tiempo.

7.4.3 Página de categorías. 1366x768 pixeles.



Este es el diseño de las páginas del sitio web que corresponden a las categorías temáticas de los productos de tarjetería que ofrece la empresa Bufón Design. Este mismo formato se utiliza para las páginas de “Bodas”, “Cumpleaños” y “Otros Eventos”.

7.4.4 Página Acerca de nosotros. 1366x768 pixeles.



Diseño de página “Acerca de nosotros”, se escribe la misión y visión de la empresa, así como una breve descripción de ella. También se agregan fotografías proporcionadas por el cliente que muestran los trabajos de tarjetería.

7.4.5 Visualización de imágenes en las galerías. 1366x768 pixeles.



Esta es la página que sale después de que un usuario seleccione una imagen en cualquiera de las galerías del sitio web. Esta página permite al usuario visualizar con mayor detalle el producto, ver su código y la información necesaria para contactar a la empresa.

CAPÍTULO VIII
VALIDACIÓN TÉCNICA

Capítulo VIII: Validación técnica

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

La herramienta a utilizar es una encuesta de respuesta múltiple que se aplicará a 25 personas, hombres y mujeres del grupo objetivo y 5 a expertos en el área de comunicación y diseño. Además, se incluye el perfil del informante, sus rasgos demográficos, psicográficos y socioeconómicos.

8.1 Población y muestreo

Para la validación técnica de este proyecto de graduación se tomará una muestra de 25 personas pertenecientes al grupo objetivo especificado en la investigación y 5 profesionales de la comunicación y el diseño.

Los nombres de los expertos que contribuyeron a la validación técnica de este proyecto son: licenciada en comunicación y diseño Wendy Franco, licenciado en Administración de Empresas Mario Vásquez, licenciado en Diseño Gráfico Carlos E. Franco, licenciado en Producción Audiovisual David Castillo, licenciada en Diseño Gráfico Karla López.

8.2 Método e instrumentos

Para realizar la validación del sitio web se requiere del apoyo de la encuesta como herramienta de investigación. Esta herramienta permite obtener información acerca del producto realizado, la que servirá para validar la eficiencia de la comunicación y el diseño. La encuesta está conformada por 12 preguntas, en las que se evalúan tres áreas importantes que son: objetiva, semiológica y operativa.



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

| | | | | | |
|------------------|--------------------------|------------------------|--------------------------|---|----------------------|
| Género: F | <input type="checkbox"/> | Experto: | <input type="checkbox"/> | Nombre: | <input type="text"/> |
| M | <input type="checkbox"/> | Cliente: | <input type="checkbox"/> | Profesión: | <input type="text"/> |
| | | Grupo Objetivo: | <input type="checkbox"/> | Puesto: | <input type="text"/> |
| | | | | Años de experiencia en el mercado: | <input type="text"/> |

Encuesta de Validación del Proyecto

Diseño de sitio web para dar a conocer a clientes reales y potenciales el catálogo de productos de la empresa de diseño Bufón Design, Guatemala, Guatemala 2019.

Antecedentes

Bufón Design surge para satisfacer las necesidades creativas del mercado, como una empresa dedicada a la elaboración de invitaciones y diseños creativos e innovadores, los cuales la han caracterizado y diferenciado del resto de la competencia.

La visión de Bufón Design es romper el esquema tradicional de las invitaciones para eventos de sus clientes; brindarles una experiencia a través del diseño que capte la emoción y temática del evento a participar, siempre conservando las formalidades y solemnidad necesarias.

Sin embargo, el mercado actual exige a las empresas locales que también expandan sus servicios al resto del mundo a través del internet y las redes sociales. Esta realidad ha provocado que las empresas que no estén en el internet se vuelvan menos competitivas, ya que se están privando de una gran cantidad de clientes reales y potenciales que utilizan estos medios para

comunicarse. Es por ello que la realización de este proyecto responde a las necesidades comunicativas de la empresa Bufón Design.

Instrucciones:

Con base a la información anterior, navegue a través del sitio web y según su criterio personal conteste las siguientes preguntas de validación.

Parte Objetiva:

1. ¿Considera importante el diseño de un sitio web para dar a conocer a clientes reales y potenciales el catálogo de productos de la empresa de diseño Bufón Design?
 - a. Sí
 - b. No

2. ¿Considera necesario investigar tendencias de diseño de sitios web, mediante referencias y fuentes bibliográficas que aportan para la realización del proyecto?
 - a. Sí
 - b. No

3. ¿Considera relevante la recopilación de información relacionada a la marca, sus productos y grupo objetivo a través de un Brief para que el diseño del sitio web refleje la identidad de la marca y de sus productos?
 - a. Sí
 - b. No

4. ¿Considera importante fotografiar el catálogo de productos que ofrece Bufón Design para el diseño del sitio web?
 - a. Sí
 - b. No

Parte Semiológica:

5. ¿A primera vista considera que la tendencia de diseño “flat color design” utilizada en el sitio web es?

- a. Atractiva
- b. Poco atractiva
- c. Nada atractiva

6. ¿Según su criterio a tipografía “Playfair Display” utilizada en los textos del sitio web es?

- a. Legible
- b. Poco legible
- c. Nada legible

7. ¿Según su criterio las fotografías del catálogo de productos transmiten efectivamente la calidad de los diseños?

- a. Mucho
- b. Poco
- c. Nada

8. ¿Según su criterio la frase conceptual “Estamos contigo en los momentos más importantes” se adecua a la identidad de Bufón Design?

- a. Mucho
- b. Poco
- c. Nada

9. ¿Según su criterio la tipografía “Champagne Limousines” utilizada en los títulos del sitio web es?

- a. Legible
- b. Poco legible
- c. Nada legible

Parte Operativa

10. ¿Considera que la navegación a través del sitio web es intuitiva para el usuario?

- a. Muy intuitiva
- b. Medianamente intuitiva
- c. Nada intuitiva

11. Según su criterio considera que el número de páginas del sitio web es:

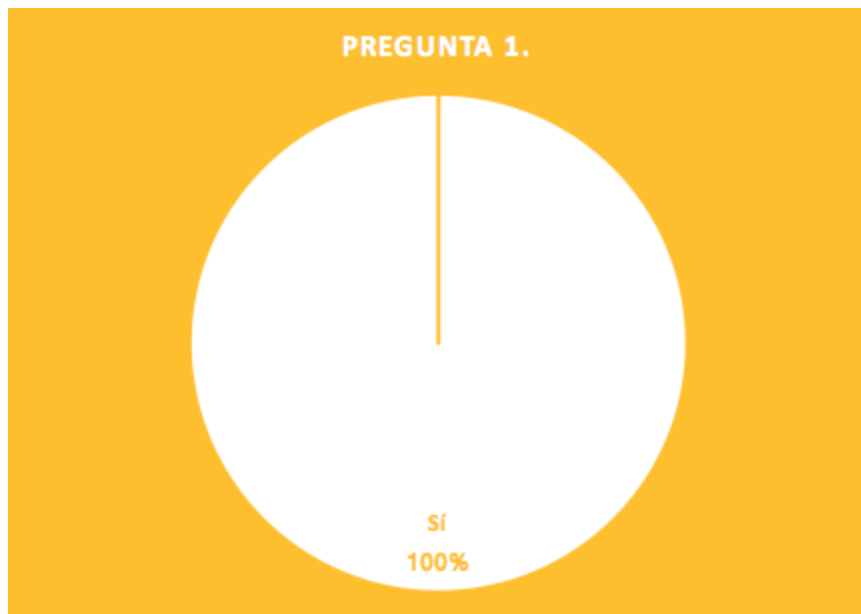
- a. Adecuado
- b. Poco adecuado
- c. Nada adecuado

12. ¿Considera que la información que aparece en el sitio web es funcional para que el usuario contacte a la empresa?

- a. Funcional
- b. Poco funcional
- c. Nada Funcional

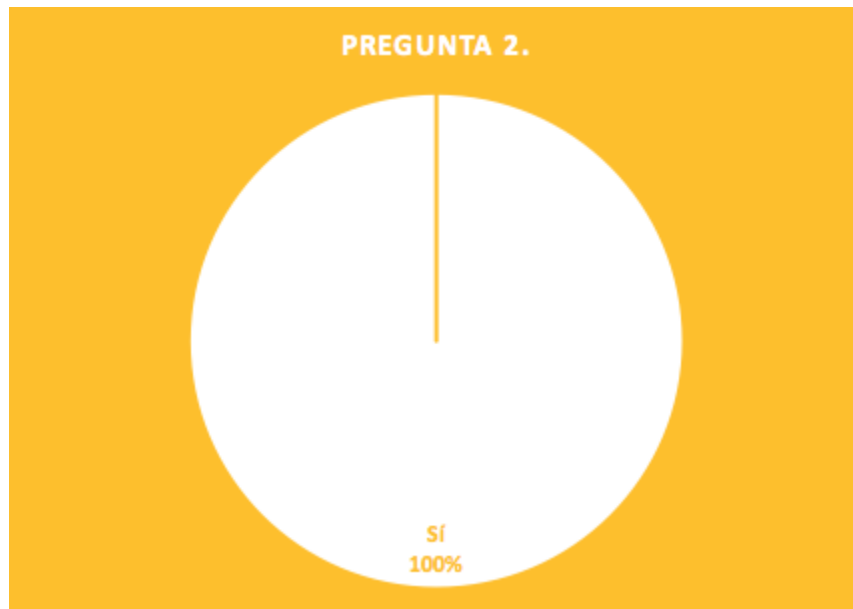
8.3 Resultados e Interpretación de resultados

Pregunta 1. ¿Considera importante el diseño de un sitio web para dar a conocer a clientes reales y potenciales el catálogo de productos de la empresa de diseño Bufón Design?



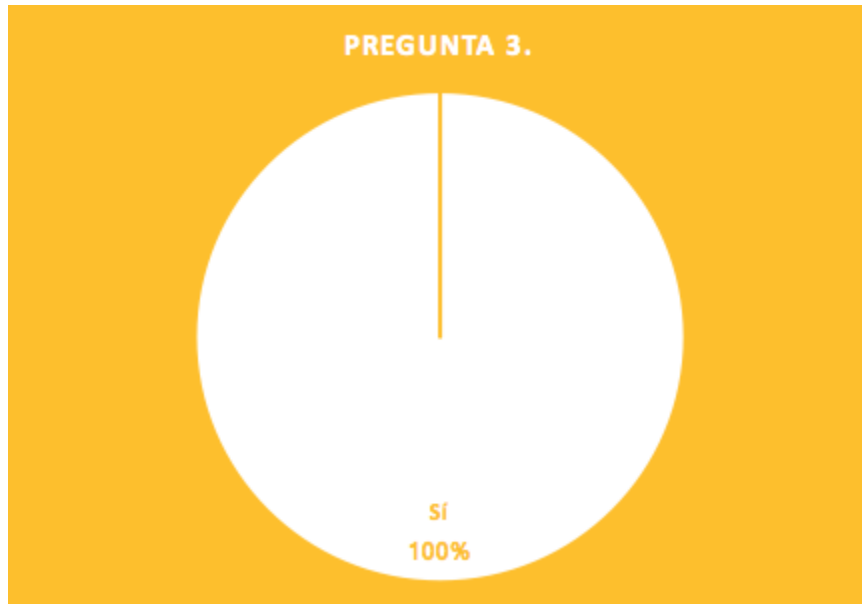
Interpretación: El 100% de los encuestados considera importante el diseño de un sitio web para dar a conocer a clientes reales y potenciales, el catálogo de productos de la empresa de diseño Bufón Design.

Pregunta 2. ¿Considera necesario investigar tendencias de diseño de sitios web, mediante referencias y fuentes bibliográficas que aportan para la realización del proyecto?



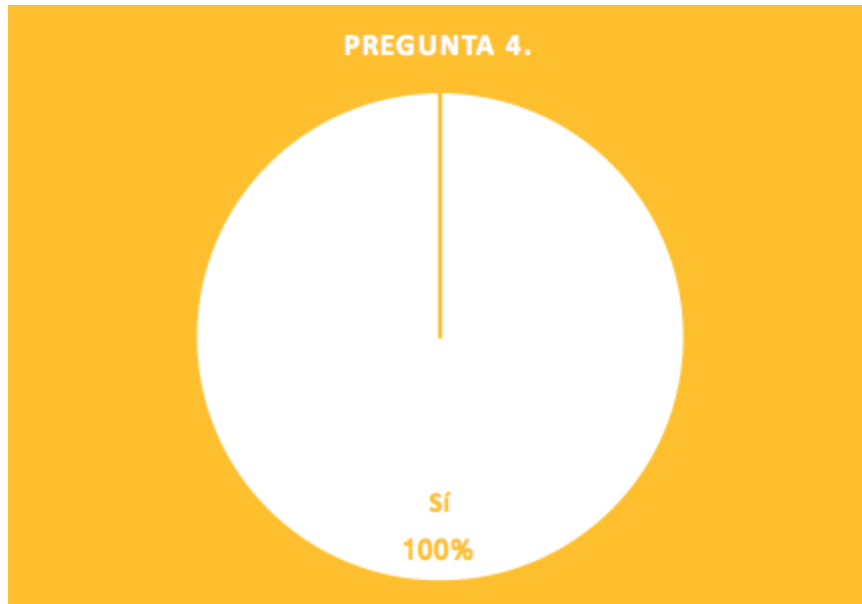
Interpretación: El 100% de los encuestados considera necesario investigar tendencias de diseño de sitios web, mediante referencias y fuentes bibliográficas que aportan para la realización del proyecto.

Pregunta 3. ¿Considera relevante la recopilación de información relacionada a la marca, sus productos y grupo objetivo a través de un Brief para que el diseño del sitio web refleje la identidad de la marca y de sus productos?



Interpretación: El 100% de los encuestados considera relevante la recopilación de información relacionada a la marca, sus productos y grupo objetivo a través de un Brief, para que el diseño del sitio web refleje la identidad de la marca y de sus productos.

Pregunta 4. ¿Considera importante fotografiar el catálogo de productos que ofrece Bufón Design para el diseño del sitio web?



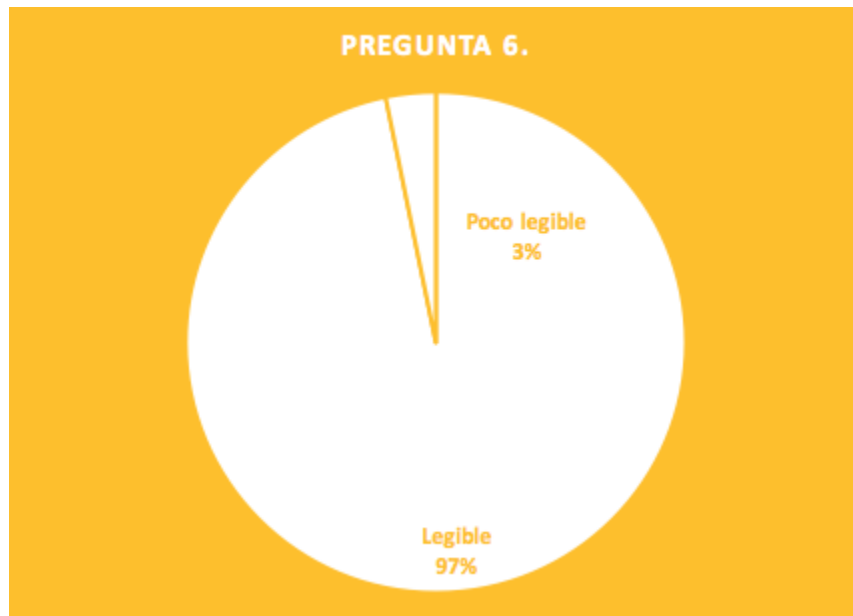
Interpretación: El 100% de los encuestados considera importante fotografiar el catálogo de productos que ofrece Bufón Design.

Pregunta 5. A primera vista ¿considera que la tendencia de diseño "Flat Color Design" utilizada en el sitio web es?



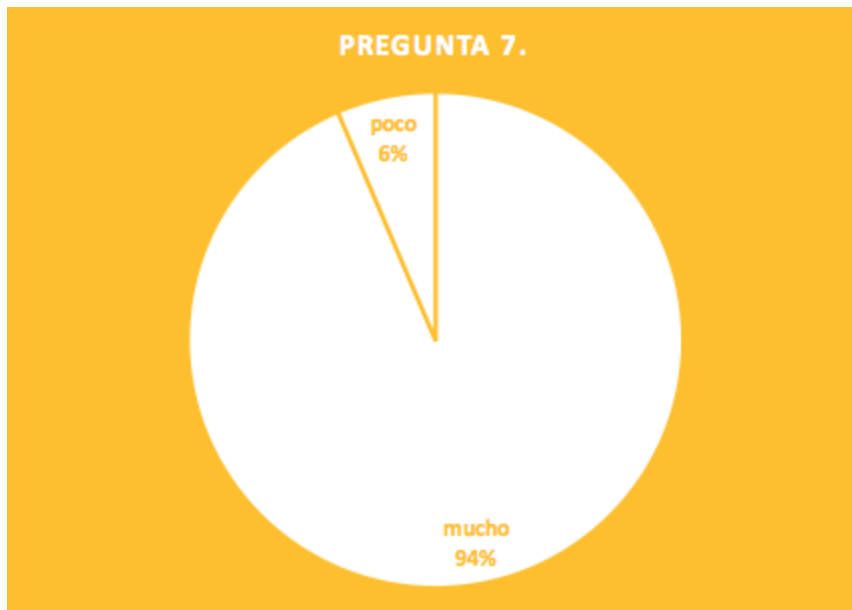
Interpretación: El 94% de los encuestados considera que la tendencia de diseño “Flat Color Design” es atractiva para el sitio web. Únicamente 6% considera que es poco atractiva.

Pregunta 6. Según su criterio ¿La tipografía "Playfair Display" utilizada en los párrafos del sitio web es?



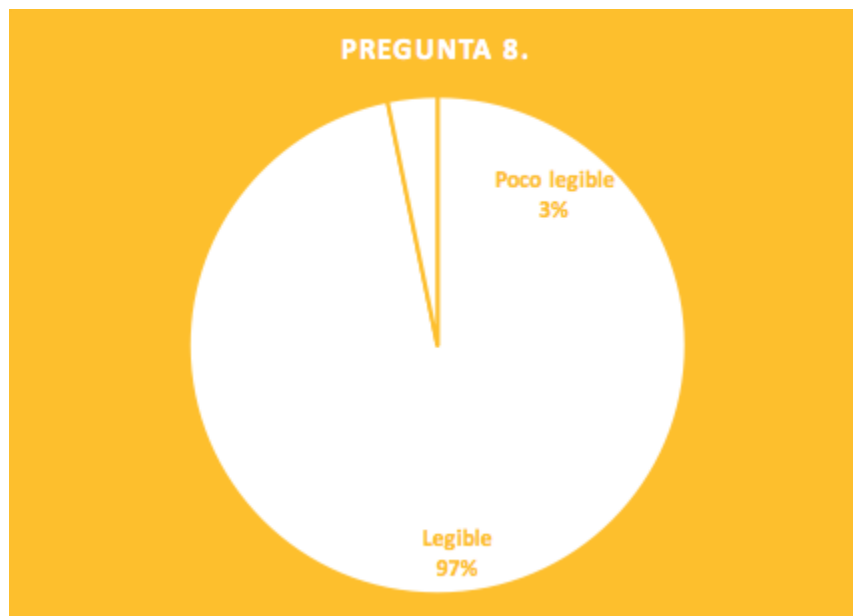
Interpretación: El 93% de los encuestados considera que la tipografía "Playfair Display" utilizada en los párrafos del sitio web es legible. Únicamente 3% considera que es poco legible.

Pregunta 7. Según su criterio ¿Las fotografías del catálogo de productos transmiten efectivamente la calidad de los diseños?



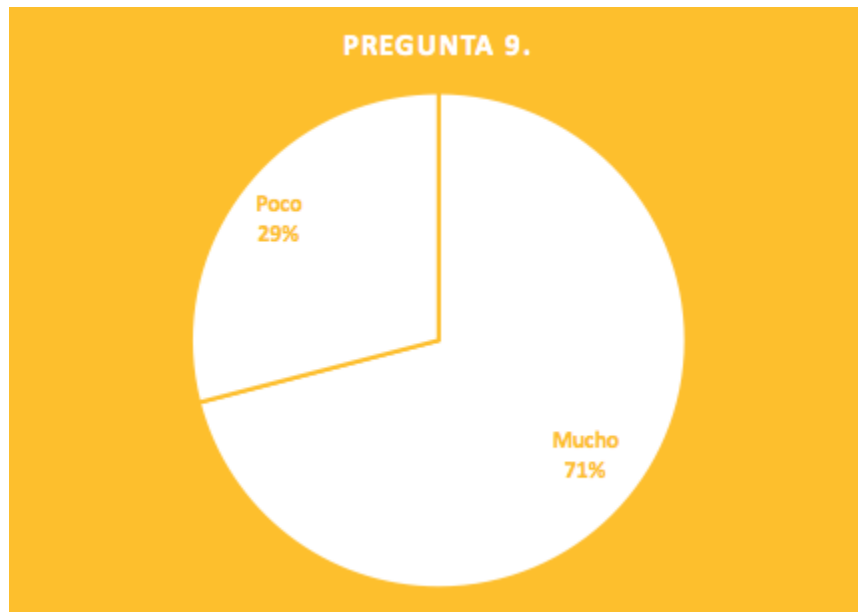
Interpretación: el 94% de los encuestados considera que las fotografías del catálogo de productos transmiten mucho la calidad de los diseños. Un 6% de los encuestados considera que las fotografías transmiten poco la calidad de los diseños.

Pregunta 8. Según su criterio ¿La tipografía "Champagne limousines" utilizada en los títulos del sitio web es?



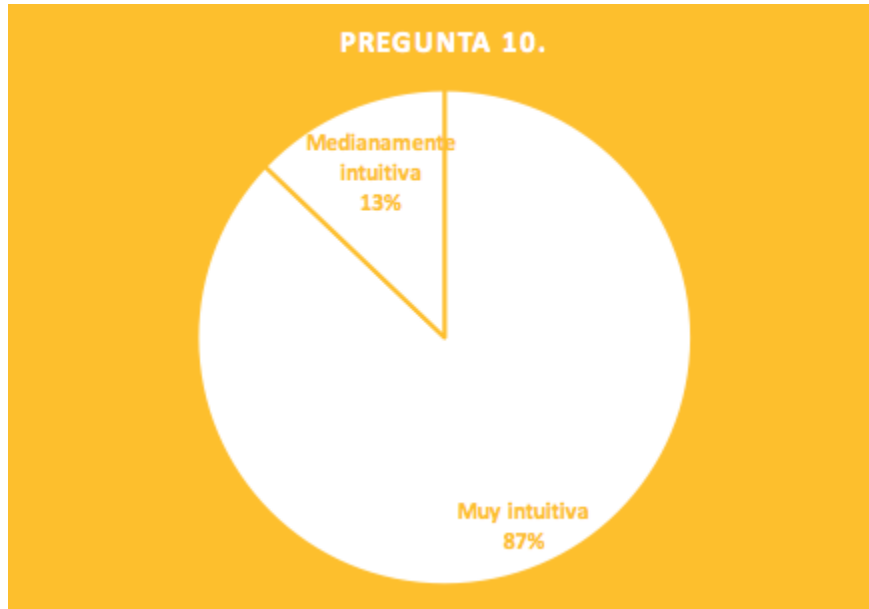
Interpretación: El 93% de los encuestados considera que la tipografía “Champagne limousines” utilizada en los párrafos del sitio web es legible. Únicamente 3% considera que es poco legible.

Pregunta 9. Según su criterio ¿La frase conceptual "Estamos contigo en los momentos más importantes" se adecua a la identidad Bufón Design?



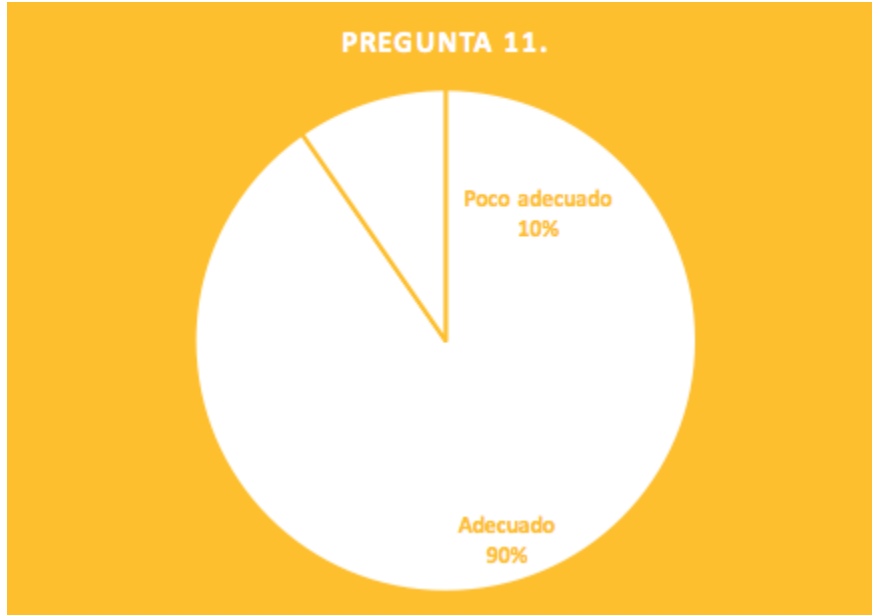
Interpretación: El 71% de los encuestados considera que la frase conceptual “Estamos contigo en los momentos más importantes”, se adecua mucho a la identidad Bufón Design. 22% de los encuestados considera que se adecua poco a la identidad de Bufón Design.

Pregunta 10. ¿Considera que la navegación a través del sitio web es?



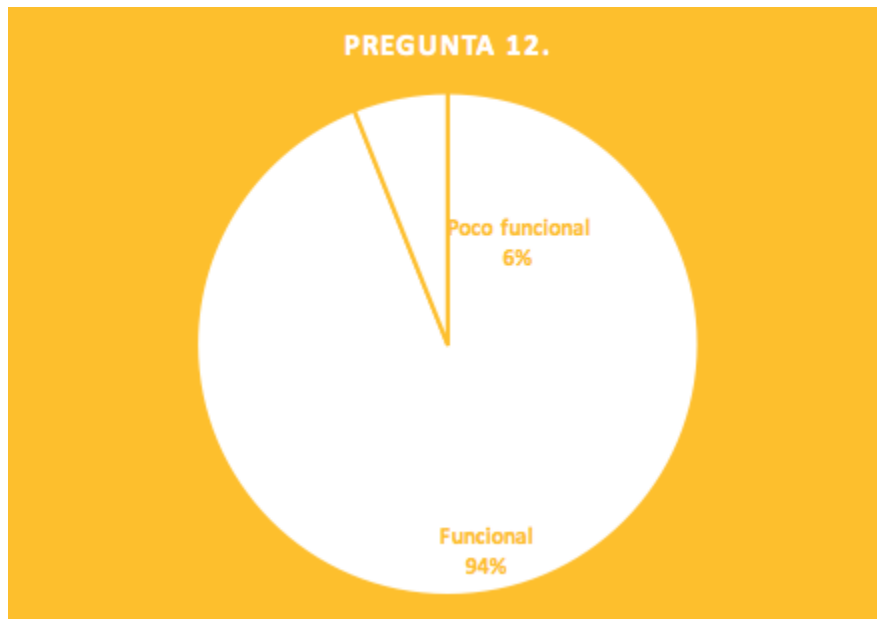
Interpretación: El 87% de los encuestados considera que la navegación a través del sitio web es muy intuitiva. 13% de los encuestados considera que la navegación a través del sitio web es medianamente intuitiva.

Pregunta 11. ¿Considera que el número de páginas del sitio web es?



Interpretación: El 90% de los encuestados considera que el número de páginas del sitio web es adecuado. 10% de los encuestados considera que el número de páginas del sitio web es poco adecuado.

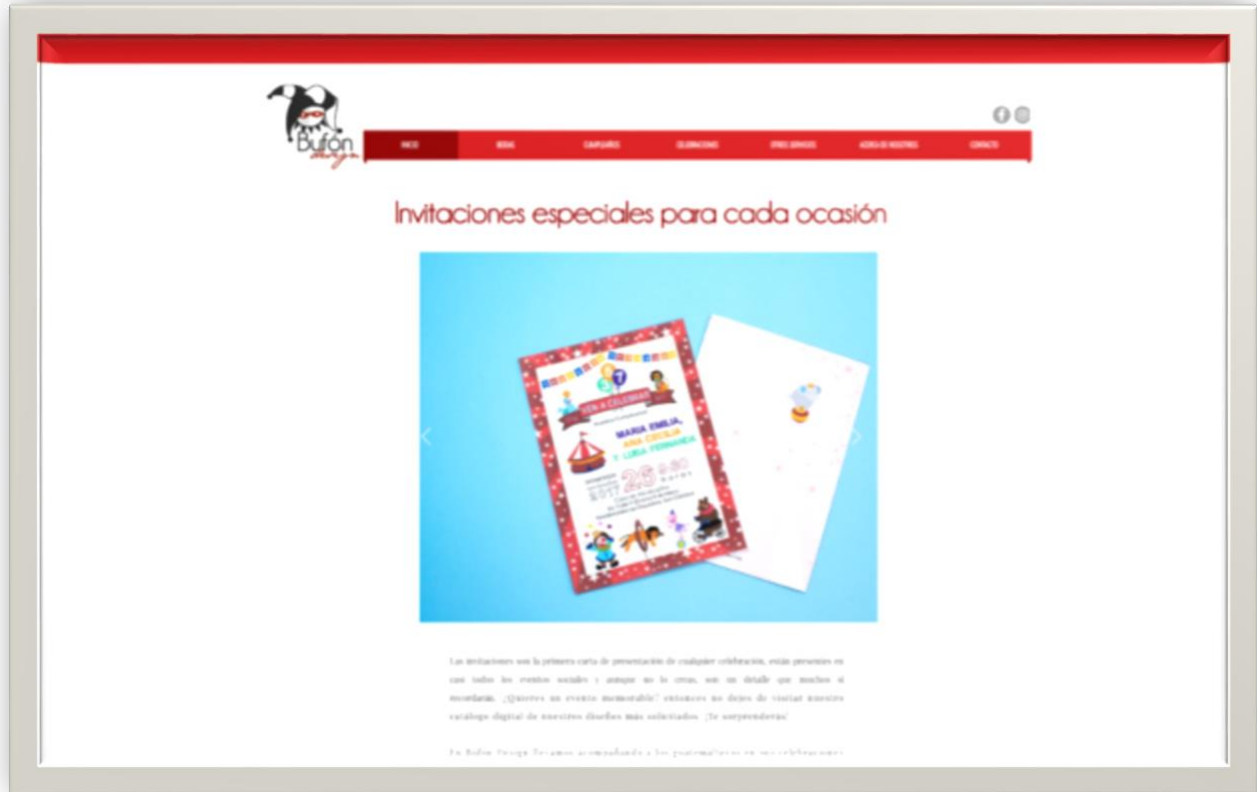
Pregunta 12. ¿Considera que la información que aparece en el sitio web es funcional para que el usuario contacte a la empresa?



Interpretación: El 94% de los encuestados considera que la información que aparece en el sitio web es funcional para que el usuario contacte a la empresa. 6% de los encuestados considera que la información que aparece en el sitio web es poco funcional para que el usuario contacte a la empresa.

8.4 Cambios en base a los resultados

8.4.1 Página de inicio. 1366x768 pixeles.

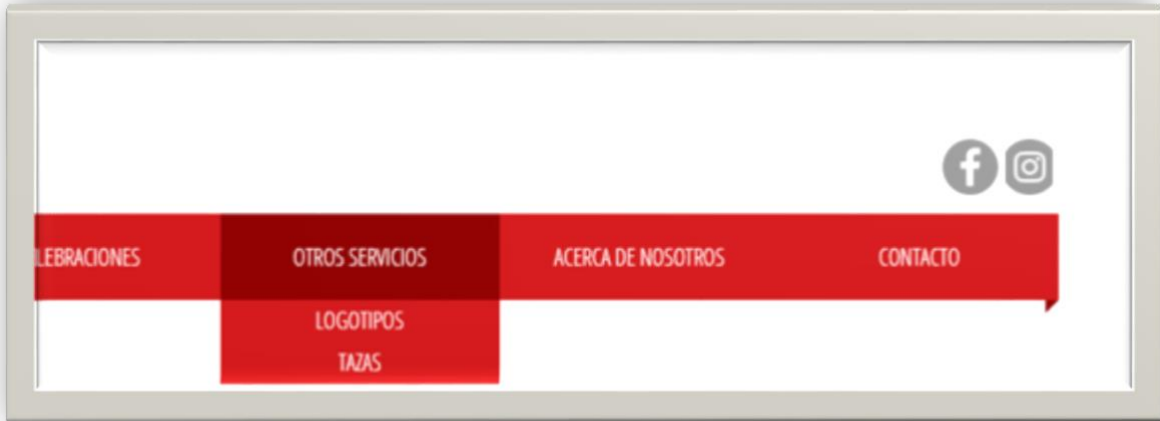


Se agregó una franja de color rojo en el tope del sitio web y se diseñó un menú del mismo color para que los usuarios localicen más fácilmente las páginas del sitio. También se agregaron botones de las redes sociales de la empresa Bufón Design en la parte superior derecha del menú. Por último, se agregó un texto que habla acerca de los servicios de la empresa y del trabajo de tarjetería.

Se corrigió el logotipo de la empresa y se colocó en su formato original, ya que anteriormente se había alterado la posición del ícono. Por otro lado, se cambió el diseño de la galería a uno más simplificado y se agregó debajo de la misma información relativa a los productos y servicios de la empresa, con el fin de aclarar las dudas que puedan surgir en los usuarios en el momento de ingresar al sitio web.



Se cambió la página del menú “Otros Eventos” por “Celebraciones” y se agregó una página llamada “Otros servicios”.



Se hizo un menú desplegable con los títulos “Logotipos” y “Tazas”, que son páginas agregadas a petición del cliente para mostrar otros servicios que ofrece la empresa Bufón Design a parte de la tarjetería.

Para más diseños originales y personalizados ponte en contacto con nosotros

Name *

Email *

Message

Enviar



Se cambió el diseño de la parte de “Contacto” a algo más acorde al diseño del sitio web. Se llenó de color rojo las casillas en donde el usuario tiene que escribir su información y se pusieron las redes sociales en el pié de la página.

8.4.2 Página de categorías. 1366x768 pixeles.



Se cambió el diseño de las páginas “Bodas”, “Cumpleaños” y “Celebraciones”, por uno más llamativo y se agregó información acerca de cada categoría.



Se cambió el diseño de la galería de fotos de las páginas “Bodas”, “Cumpleaños” y “Celebraciones”, con el fin de hacer las páginas más llamativas.

8.4.3 Página de Otros Servicios. 1366x768 pixeles.



Se agregó una página llamada “Otros servicios”, que contiene imágenes e información proporcionados por el cliente, que hablan acerca de los servicios que ofrece la empresa Bufón Design como empresa de diseño gráfico.

8.4.4 Página de Logotipos. 1366x768 pixeles.



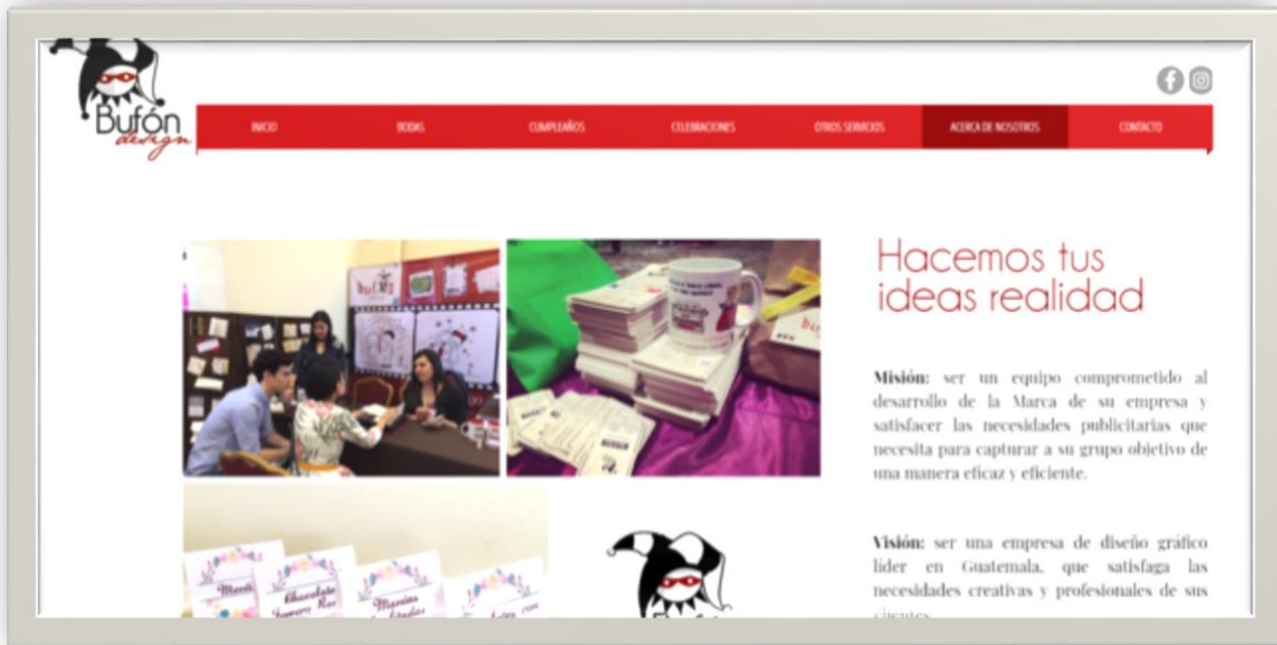
Se agregó una página llamada “Logotipos” que contiene información acerca de los servicios de diseño de logotipos para empresa que ofrece Bufón Design. También contiene una galería con los diseños que la empresa ha realizado.

8.4.5 Página de Tazas. 1366x768 pixeles.



Se agregó una página llamada “Tazas” que contiene información acerca de los servicios de diseño de Tazas personalizables que ofrece Bufón Design. También contiene una galería con los diseños que la empresa ha realizado.

8.4.6 Página Acerca de nosotros. 1366x768 pixeles.



Se cambió el diseño de la página de “Acerca de nosotros” que sigue la misma línea de cambios que las otras páginas. Se agregó una imagen que muestra al equipo de Bufón Design.

8.5 Justificación

Los cambios realizados fueron efectuados en base a los resultados de la validación técnica, que ayudaron a detectar los problemas con la propuesta preliminar y optimizar el diseño a través de los cambios mostrados en el punto anterior. Dichos cambios fueron efectuados gracias a los comentarios emitidos por los expertos profesionales en la validación técnica.

Uno de los principales comentarios fue que la propuesta preliminar del sitio web era muy sencilla y no proporcionaba toda la información que el usuario podría llegar a solicitar. Para ello se decidió profundizar en el contenido de cada página, para así escribir un texto introductorio que informara y guiara al usuario hacia una comprensión correcta del sitio.

Por otro lado, se cambió el diseño de menú de navegación, con el fin de que sea más intuitivo para el usuario. Se decidió ponerle un color llamativo (rojo) para que contrastara con el fondo blanco del sitio, manteniendo la tendencia Flat Design y la línea gráfica utilizada. De igual manera, se corrigió el logotipo de la empresa Bufón Design, ya que en la propuesta preliminar se había alterado la posición del ícono.

En general, los cambios realizados fueron hechos con el fin de hacer un sitio web más llamativo, siempre manteniendo la simplicidad de la tendencia Flat Color Design, sin caer en la “sencillez”. Se agregó información necesaria y útil para el usuario, así como mejor funcionalidad del sitio.

8.5.1 Texto introductorio. Está información permite a la empresa hablar acerca de sus productos con una voz propia, e informar al usuario de antemano acerca de lo que va a encontrar en la misma. Se colocó esta clase de textos en todas las páginas del sitio.

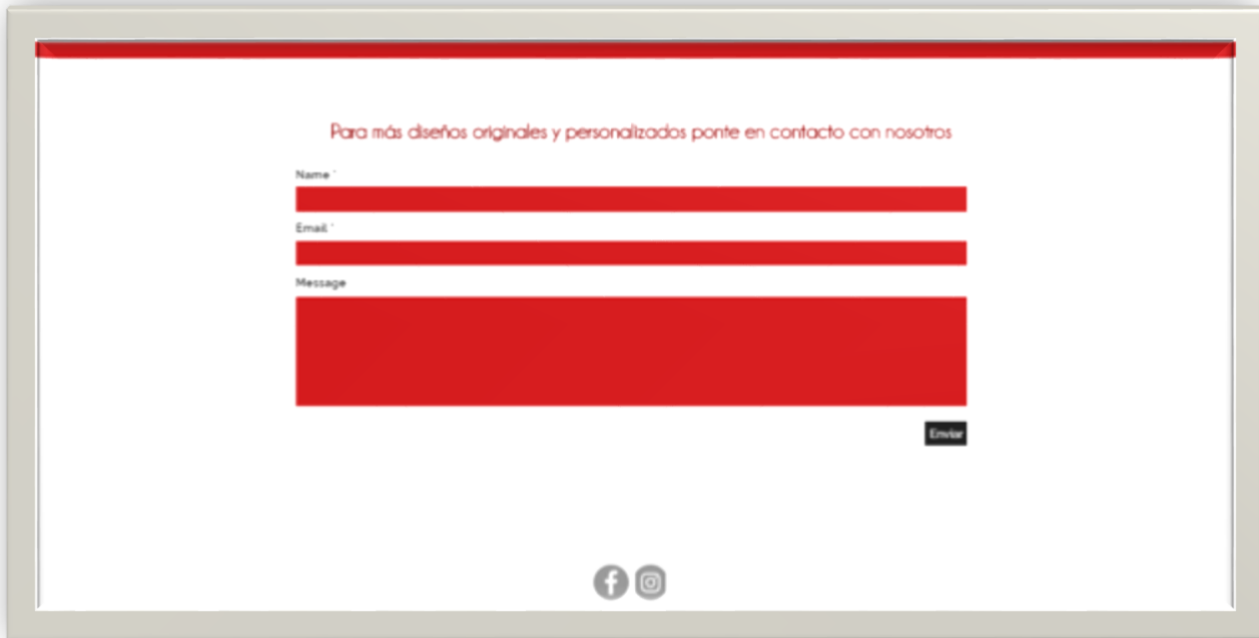


Ejemplo de texto introductorio en página de “Bodas”.

8.5.2 Cambio de menú y logotipo. Se cambió el diseño del menú a uno más llamativo e intuitivo para el usuario. Se agregó una barra de color rojo en el tope del sitio para hacer juego con el menú. Así también se mantuvo el diseño original del logotipo para no crear incoherencias de imagen.



8.5.3 Cambio de página de contacto. Se cambió el diseño de la página de contacto por uno que mantuviera la misma línea de cambios gráficos realizados en el sitio. Este diseño guía de mejor manera al usuario a contactar a la empresa, asimismo proporciona acceso a botones de redes sociales.



Para más diseños originales y personalizados ponte en contacto con nosotros

Name *

Email *

Message

Enviar

f @

The image shows a contact form with a red header bar. The form contains three input fields: 'Name *', 'Email *', and 'Message'. A red 'Enviar' button is located at the bottom right of the form. Below the form, there are two social media icons: Facebook and Instagram.

CAPÍTULO IX

PROPUESTA GRÁFICA FINAL

Capítulo IX: Propuesta Gráfica Final

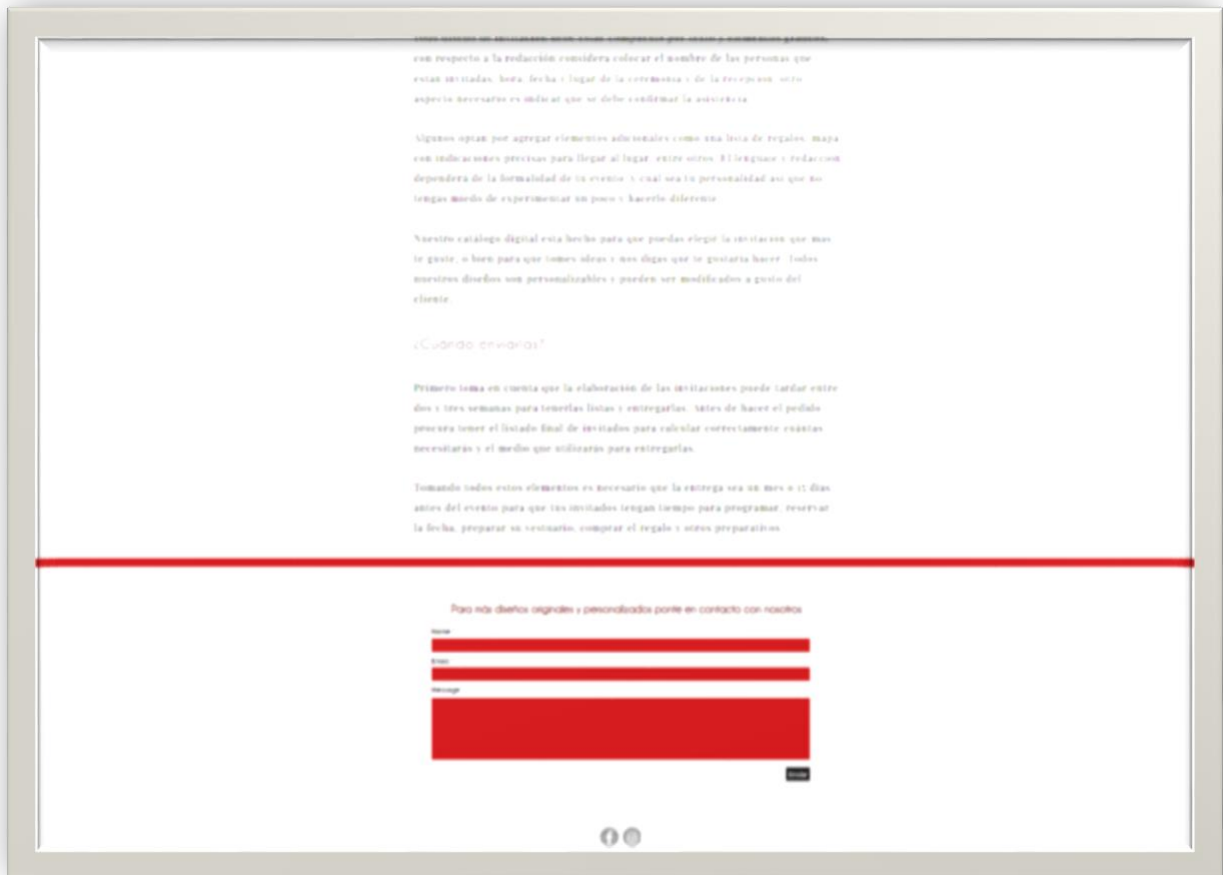
9.1 Propuesta gráfica final

9.1.1 Página de Inicio. 1366x768 pixeles.



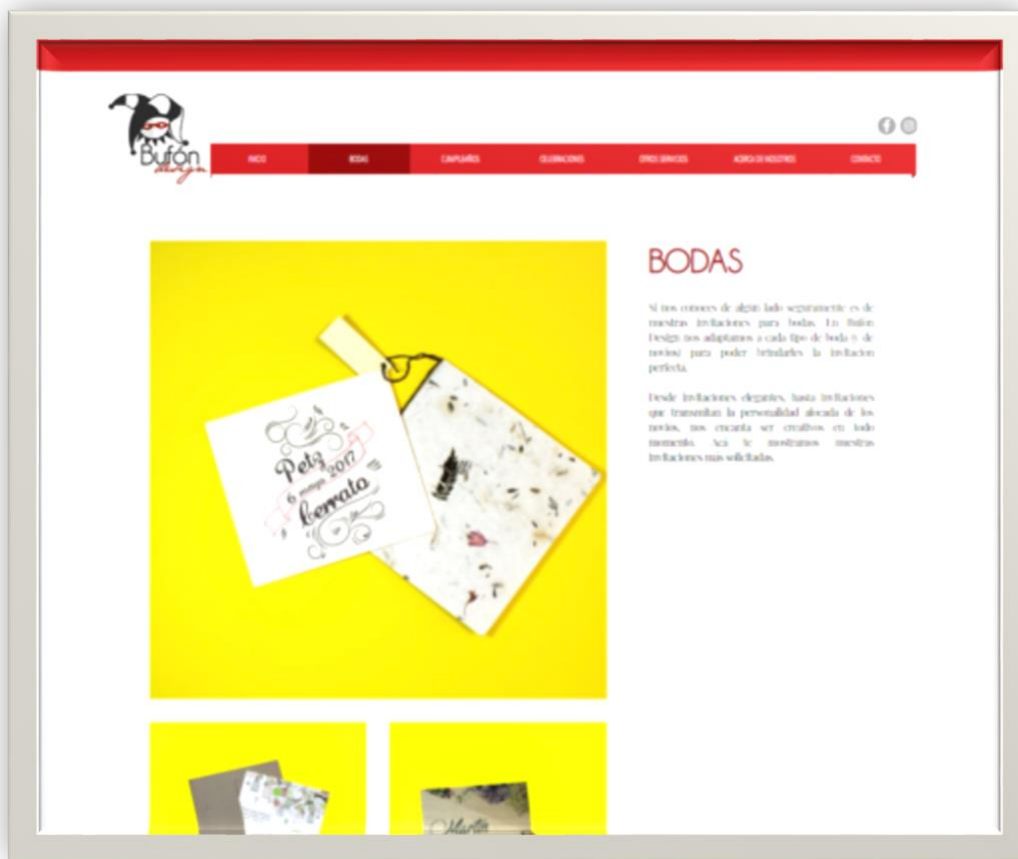
Se muestra la página de inicio con los cambios efectuados, que fueron detallados en los puntos anteriores.

9.1.2 Sección de contacto. 1366x768 pixeles.



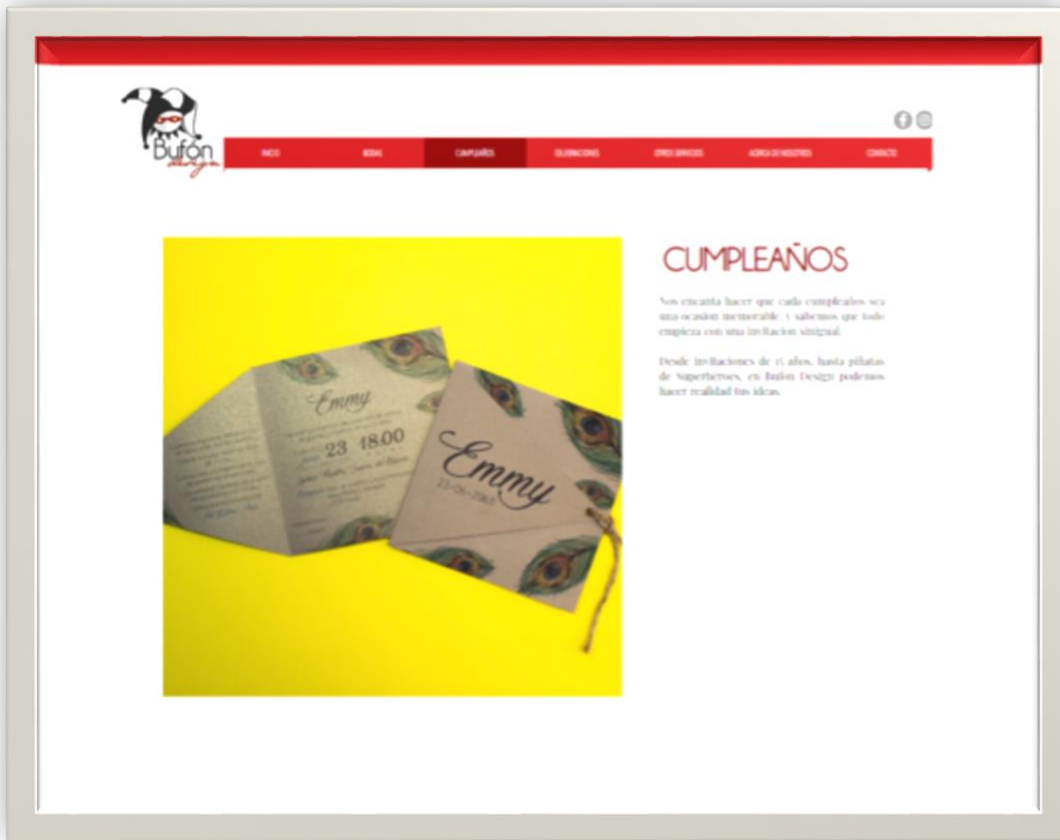
Se muestra el texto introductorio del sitio web, seguido de la sección de contacto, que busca interactuar con el usuario y que se comunique con la empresa Bufón Design.

9.1.3 Página de Bodas. 1366x768 píxeles.



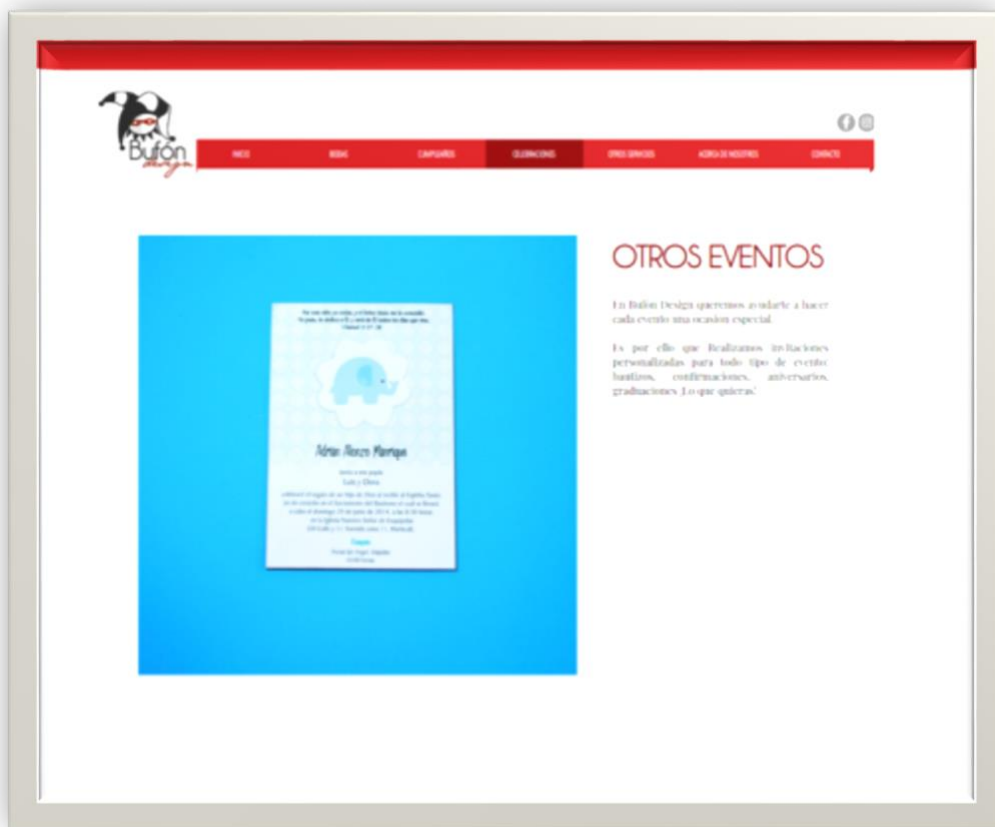
Se muestra la página de “Bodas” con los cambios realizados tanto en el título, como en la galería de fotos. También se muestra el texto introductorio a la página.

9.1.4 Página de Cumpleaños. 1366x768 pixeles.



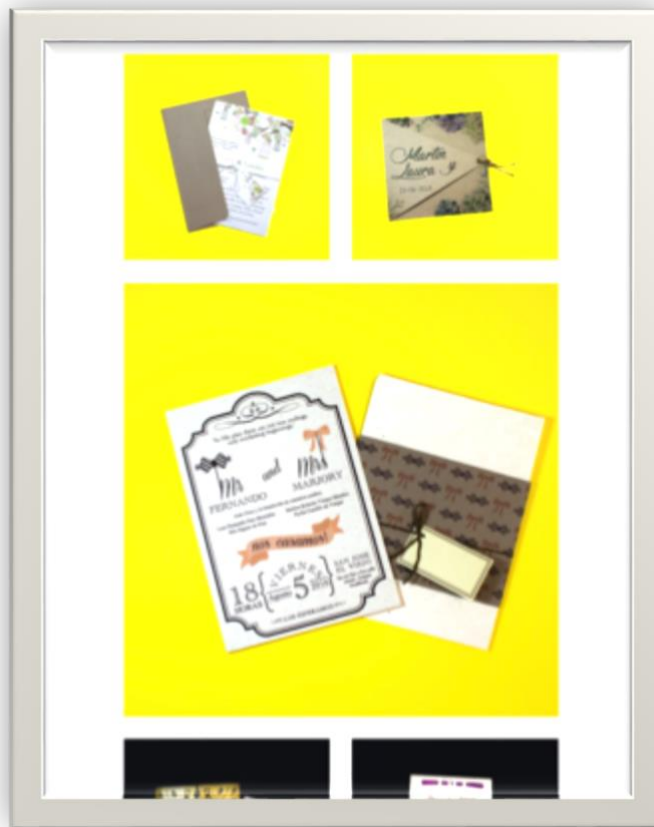
Se muestra la página de “Cumpleaños” con los cambios realizados tanto en el título, como en la galería de fotos. También se muestra el texto introductorio a la página.

9.1.5 Página de Celebraciones. 1366x768 pixeles.



Se muestra la página de “Celebraciones” con los cambios realizados tanto en el título, como en la galería de fotos. También se muestra el texto introductorio a la página.

9.1.6 Galería de imágenes. 1366x768 pixeles.



Se muestra la nueva diagramación de la galería de fotos utilizadas en las páginas de categorías: Bodas, Cumpleaños y Celebraciones.

9.1.7 Pestaña de visualización de imágenes. 1366x768 pixeles.



Se muestra el modo de visualización de las imágenes de la galería cuando el usuario ingresa a una de ellas. Se muestra el código del diseño y la información pertinente para el usuario.

9.1.8 Página de otros servicios. 1366x768 pixeles.



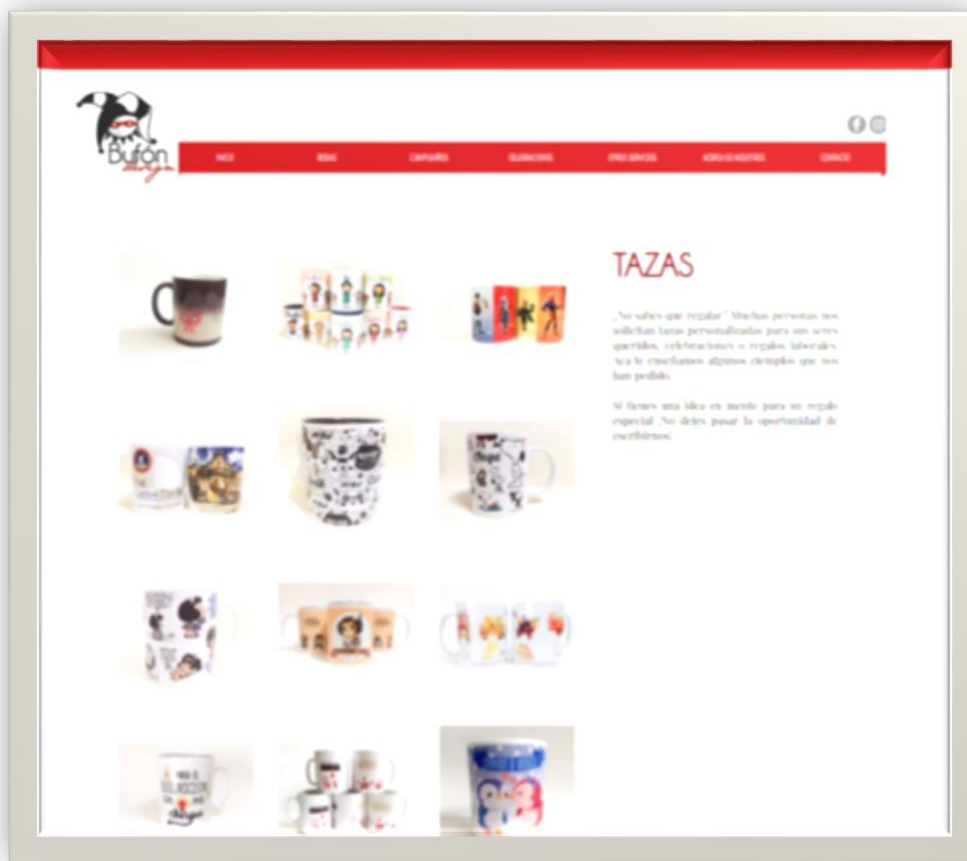
Se muestra la página de “Otros servicios”, que explica que la empresa de diseño Bufón Design también ofrece servicios de diseño gráfico relacionados al ámbito comercial.

9.1.9 Página de Logotipos. 1366x768 pixeles.



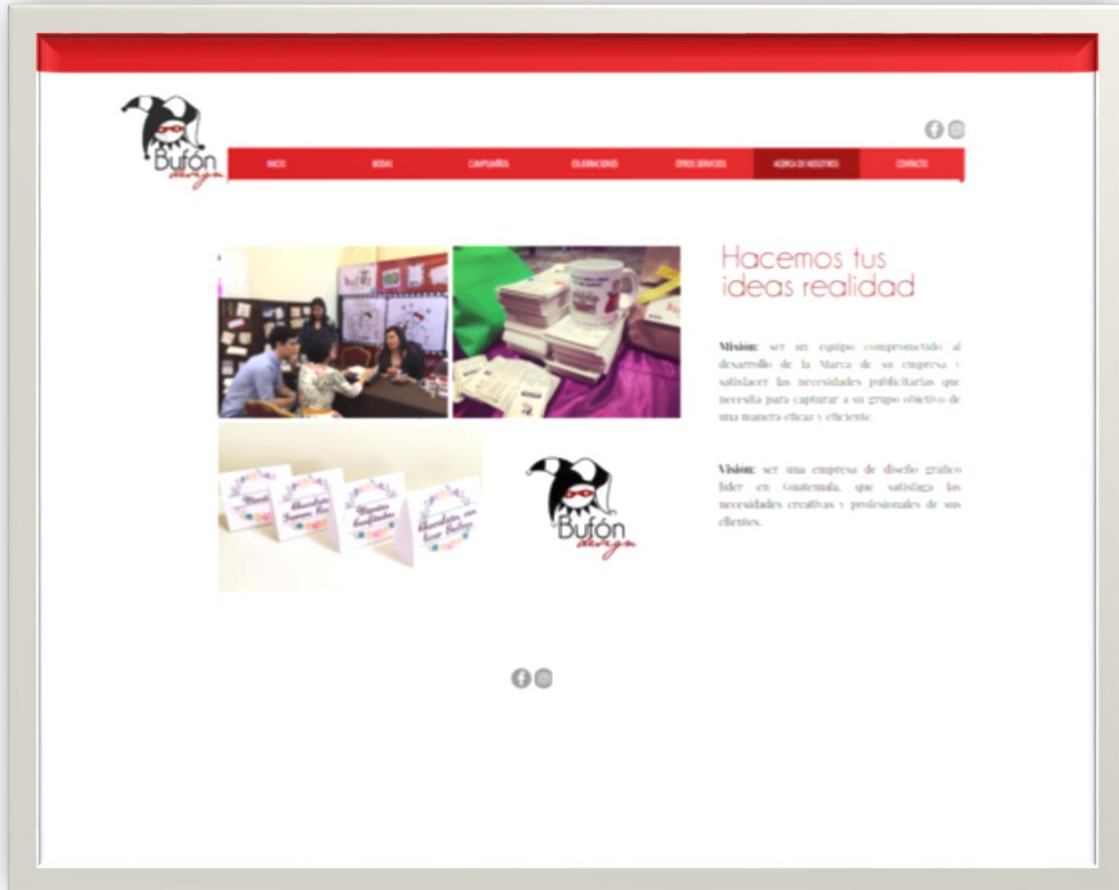
Se muestra la página de “Logotipos”, que contiene imágenes proporcionadas por la empresa Bufón Design de los logotipos que esta ha trabajado. Contiene un texto introductorio a la página y sus servicios.

9.1.10 Página de Tazas. 1366x768 pixeles.



Se muestra la página de “Tazas”, que contiene imágenes proporcionadas por la empresa Bufón Design de los diseños de tazas que esta ha trabajado. Contiene un texto introductorio a la página y sus servicios.

9.1.11 Página de Acerca de nosotros. 1366x768 pixeles.



Se muestra la página de “Acerca de nosotros”, que contiene la misión y visión de la empresa, así como imágenes proporcionadas por el cliente.

CAPÍTULO X

PRODUCCIÓN, REPRODUCCIÓN Y

DISTRIBUCIÓN

Capítulo X: Producción, reproducción y distribución

10.1 Plan de costos de elaboración

Se trabajó en el proceso creativo y la elaboración de la propuesta durante 3 horas al día por 5 días a la semana durante 1 mes. El costo por hora fue de Q25.00, lo que hace un total de Q1, 500.00 que incluye conceptualización del diseño de sitio web, bocetaje y propuesta preliminar.

10.2 Plan de costos de producción

Se trabajó en fotografiar el catálogo de productos 8 horas con un costo de Q25.00 por hora, lo que hace un total de Q200.00. Para la sesión fotográfica se precisó la compra de cartulinas, iluminación y viáticos con un costo de Q400.00. El costo total para la sesión de fotografía fue de Q600.00

Para el diseño del sitio web se trabajaron 15 horas a la semana durante 8 semanas con un costo de Q25.00 la hora, lo que hace un total de Q3,000.00. Se requirió uso de computadora el cual tuvo un costo de Q10.00 por hora, lo que refleja el costo de Q1,200.00 en este concepto. Asimismo, se hizo necesario utilizar internet y electricidad durante las 8 semanas que duró la creación del sitio web, en ese sentido el costo de electricidad fue de Q300.00 y el costo de internet fue de Q500.00.

El total de costos de producción fue de Q5, 600.00.

10.3. Plan de costos de reproducción

Para el diseño del sitio web no se requirió ningún material impreso, ni ningún costo relacionado con proveedores.

10.4 Plan de costos de distribución

Para la distribución del proyecto se compró un dominio “.com” con un costo de \$12.41 al mes. Dentro del presente trabajo solamente se incluye un mes de dominio cuyo valor equivalente a moneda nacional es de Q95.00.

10.5 Margen de utilidad

Se consideró que el margen de utilidad que genera el sitio web es de Q.1, 409.00.

10.6 IVA

El Impuesto al Valor Agregado es de 12%, lo que hace un total de Q.1, 036.08.

10.7 Cuadro de resumen

| Detalle | Costo |
|--------------------------------|------------|
| Plan de costos de elaboración | Q.1,500.00 |
| Plan de costos de producción | Q.5,600.00 |
| Plan de costos de reproducción | Q.0.00 |
| Plan de costos de distribución | Q95.00 |
| Subtotal | Q.7,195.00 |
| Margen de utilidad | Q.1,439.00 |
| Subtotal | Q.8,634.00 |
| Impuesto al Valor Agregado IVA | Q.1,036.08 |
| Gran total | Q.9,670.08 |

CAPÍTULO XI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Capítulo XI: Conclusiones y Recomendaciones

11.1 Conclusiones

- Se diseñó un sitio web para dar a conocer a los clientes reales y potenciales el catálogo de productos de la empresa de diseño Bufón Design.
- Se investigaron los términos, conceptos y tendencias de diseño a través de fuentes bibliográficas para dar respaldo científico para la elaboración del proyecto.
- Se recopiló información de la marca y de su línea de productos a través de un brief que sirvió para integrar al diseño del sitio web.
- Se elaboró un catálogo digital con fotografías los productos de tarjetería que la empresa Bufón Design ofrece a clientes reales y potenciales el cual se integró al sitio web.

11.2 Recomendaciones

- Se recomienda a la empresa Bufón Design seguir utilizando el gestor de contenidos WIX, para editar o cambiar cualquier información en el futuro.
- Se recomienda a la empresa Bufón Design actualizar constantemente el contenido del sitio web para atraer más audiencia.
- Se recomienda a la empresa Bufón Design mantener la línea gráfica utilizada para el diseño del sitio web en el momento de realizar alguna modificación o agregar contenido.
- Se recomienda a la empresa Bufón Design contratar nuevamente a un comunicador y diseñador si desea cambiar la imagen del sitio web.
- Se recomienda a la empresa Bufón Design pagar el dominio del sitio web para mantener el posicionamiento en los motores de búsqueda de internet.

CAPÍTULO XII
CONOCIMIENTO GENERAL

Capítulo XII: Conocimiento General

12.1 Demostración de conocimientos

Demostración de conocimientos

Comunicación Digital

El éxito de la comunicación digital es cuando se logra interactuar con los usuarios del otro lado del ordenador.

El sitio web permite a la marca posicionarse en un mercado digital y estar expuesta a una gran cantidad de clientes potenciales, los cuales están dispuestos a ver lo que la empresa tiene que ofrecer.

Para lograr esto se necesita tener presencia en los medios digitales más utilizados por los usuarios (redes sociales y sitios web), así logrando estar presentes en cualquier plataforma que el mercado exija

Flat Color Design

El Flat Design (diseño plano) es un estilo de diseño minimalista enfocado a la funcionalidad y mensaje directo al grano. Se basa en priorizar la comunicación evitando toda clase de "adornos" que puedan distraer y que sean prescindibles.

Fotografía Digital

Las fotografías digitales son imágenes del mundo real digitalizadas. Esta digitalización consiste en tomar una visión del mundo y transformarla en un número de píxeles determinado (por los megapíxeles), que formarán la imagen digital final. A cada píxel le corresponde un color y un lugar en una imagen.

Diseño Digital

Especificación de requerimientos

Requerimientos técnicos:

Gestor de contenidos

- Accesibilidad
- Usabilidad
- Arquitectura



Requerimientos funcionales:

-¿Cuál es el objetivo del sitio web? dar a conocer el catálogo de productos de tarjetería que ofrece la empresa Bufón Design a clientes reales y potenciales.

-¿Qué público objetivo tiene el sitio web? hombres y mujeres de 25 a 50 años, que corresponden al sector demográfico C y C más.

-¿Qué tareas se llevarán a cabo en el sitio web? Enteresarse acerca de la empresa Bufón Design, visualizar el catálogo de productos de tarjetería y diseño que la empresa ofrece, crear contacto con el usuario.



CAPÍTULO XIII

REFERENCIAS

Capítulo XIII: Referencias

- Ince, D.A Dictionary of the Internet. : Oxford University Press. Retrieved 18 Jun. 2018, from <http://ezproxy.ufm.edu:2111/view/10.1093/acref/9780191744150.001.0001/acref-9780191744150>.
- Wucius Wong. (1995). Principles of form and desing. Wucius Wong. Spain: Editorial Gustavo Gili, SA.
- Ferdinand de Saussure . (1945). Curso de lingüística Geral. Buenos Aires: Editorial Losada, S. A.
- Jakobson, Roman. (1967). Fundamentos del lenguaje. Madrid, España: Ciencia Nueva.
- Perlado Lamo de Espinosa, M., Cachán Alcolea, C., & Ramos Rodríguez, M. (2017). *Competencias y perfiles profesionales en el ámbito de la comunicación*. [N.p.]: Dykinson.
- Pedraza-Jiménez, R., Blanco, S., Codina, L., & Cavaller, V. (2013). DISEÑO CONCEPTUAL Y ESPECIFICACIÓN DE REQUERIMIENTOS PARA EL DESARROLLO Y REDISEÑO DE SITIOS WEB. *El Profesional De La Información*, 22(1), 74-79. doi:10.3145/epi.2013.ene.10
- Wucius Wong & Benjamin Wong. (2004). Diseño gráfico digital. España: Editorial Gustavo Gil, SA.
- James, J. D., & Research-publishing.net, (. (France). (2014). *The Internet and the Google Age: Prospects and Perils*. Research-publishing.net
- Desatnick, Robert L.. (1989, c1987). Cómo conservar su clientela. Bogotá, Colombia: Legis Fondo Editorial.

- Baños González, Miguel. (c2001). Creatividad y publicidad. Madrid, España: Laberinto-Comunicación.
- Birdsall, D. . (2004). Notes on Book Design. Estados Unidos: Yale University Press.
- Zaldaña, B.. (2004). La Imagen corporativa como uno de los factores que pueden generar identificación con la empresa. Guatemala, Guatemala: Universidad Francisco Marroquín.

CAPÍTULO XIV

ANEXOS

Capítulo XIV: Anexos

Anexo 1

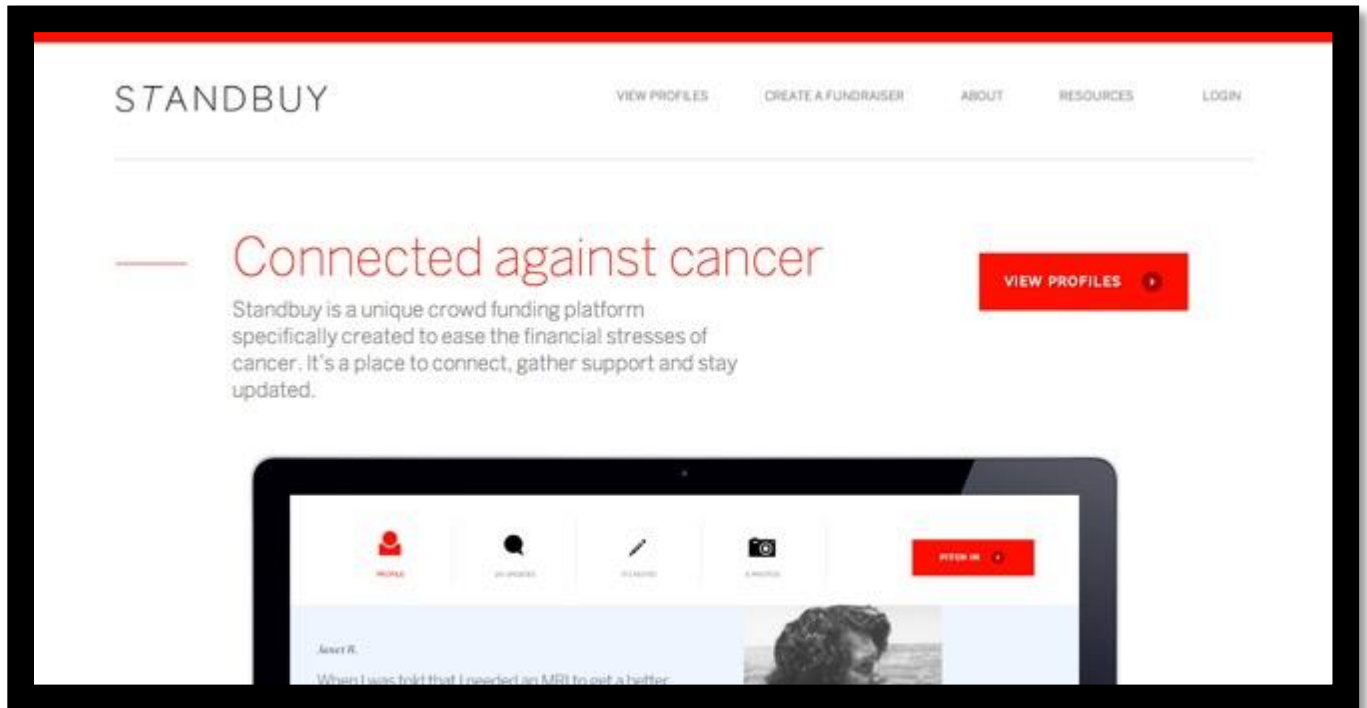
Tabla de Niveles Socio Económicos 2015/Multivex

| CARACTERÍSTICAS | NIVEL A | NIVEL B | NIVEL C1 | NIVEL C2 | NIVEL C3 | NIVEL D1 | NIVEL D2 | NIVEL E |
|-----------------------|---|--|---|--|--|--|--|---------------------------------|
| Ingresos | + de Q100,000.00 | Q61,200.00 | Q25,600.00 | Q17,600.00 | Q11,900.00 | Q7,200.00 | Q3,400.00 | - de Q1,00.00 |
| Educación padres | Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado | Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado | Superior, Licenciatura | Superior, Licenciatura, Licenciatura | Licenciatura | Media completa | Primaria completa | Sin estudios |
| Educación hijos | Hijos menores colegios privados caros, mayores en U del extranjero | Hijos menores colegios privados caros, mayores en U local, post grado extranjero | Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas y post grado extranjero con beca | Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas o estatal | Hijos menores escuelas, mayores en U estatal | Hijos en escuela | Hijos en escuela | Sin estudios |
| Desempeño | Propietario, Director Profesional exitoso | Empresario, Ejecutivos de alto nivel, Profesional, Comerciantes | Ejecutivo medio, comerciante, vendedor | Ejecutivo, comerciante, vendedor, dependiente | Comerciante, vendedor, dependiente | Obrero, dependiente | Obrero, dependiente | Dependiente o sujeto de caridad |
| Vivienda | Casa/departamento de lujo, en propiedad, 5-6 recámaras, 4 a 6 baños, 3-4 salas, pantry, alacena, estudio, área de servicio separada, garage para 5-6 vehículos | Casa/departamento de lujo, en propiedad, financiado, 3-4 recámaras, 2-3 baños, 2 salas, pantry, alacena, 1 estudio, área de servicio separada, garage para 2-4 vehículos | Casa/departamento, rentado o financiado, 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio, área de servicio, garage para 2 vehículos | Casa/departamento, rentado o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala, garage para 2 vehículos | Casa/departamento, rentado o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala | Casa/departamento, rentado o financiado, 1-2 recámaras, 1 baño, sala | Casa/cuarto rentado, 1-2 recámaras, 1 baño, sala-comedor | Casa improvisada o sin hogar |
| Otras propiedades | Finca, casas de descanso en lagos, mar, Antigua, con comodidades | Silos/terrenos condominios cerca de costas | Silos/terrenos interior por herencias | | | | | |
| Personal de servicio | Personal de planta, en el hogar, limpieza, cocina, jardín, seguridad y chofer | 1-2 personas de tiempo completo, chofer | Por día | Por día, eventual | Eventual | | | |
| Servicios financieros | 3-4 ctas Q monetarias y ahorro, Plazo fijo, TC Intl, Seguros y ctas en US\$ | 2-3 ctas Q monetarias y ahorro, Plazo fijo, TC Intl, Seguros y ctas en US\$ | 1-2 ctas Q monetarias y ahorro, Plazo fijo, 1-2 TC Intl, Seguro colectivo salud | 1 cta Q monetarias y ahorro, 1 TC local | 1 cta Q ahorro, TC local | cta Q ahorro | | |
| Poseiones | Autos del año, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, Lancha, moto acuática, moto, helicóptero, avion-avioneta | Autos de 2-3 años, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, moto | Autos compactos de 3-5 años, asegurados por Financiera | Auto compacto de 4-5 años, sin seguro | Auto compacto de 8-10 años, sin seguro | moto, por trabajo | | |
| Bienes de comodidad | 3 tel mínimo, cel cada miembro de la familia, Tv satelital, internet de alta velocidad, 2 o + equipos de audio, 3-5 TV, maquinas de lavar y secar platos, ropa, computadoras/miembro, seguridad domiciliar, todos los electrodomesticos. Todos los servicios de internet. | 2 tel mínimo, cel cada miembro de la familia, TV satelital, internet de alta velocidad, 2 equipos de audio, 3 TV, maquinas de lavar y secar platos, ropa, computadora, internet portan eléctrico y todos los electrodomesticos. Todos los servicios de internet. | 1 teléfono, 1-2 celulares, cable, internet, equipo de audio, más de 2 TV, maquina de lavar ropa, computadora/miembro electrodomesticos básicos. | 1 teléfono fijo, mínimo, 1-2 cel, cable, radio, 2 TV, electrodomesticos básicos | 1 teléfono fijo, celular cada miembro mayor, cable, equipo de audio, TV, electrodomesticos básicos | 1 cel, cable, radio, TV, electrodomesticos básicos | 1 cel, radio, TV, estufa | Radio, cocina de leña. |
| Diversion | Clubes privados, vacaciones en el exterior | Clubes privados, vacaciones en el interior o exterior | Cine, CC, parques temáticos locales. | Cine, CC, parques temáticos locales. | Cine eventual, CC, parques, estado | CC, parques, estado | Parques | |

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

Anexo 2

Ejemplo de sitio web utilizando Flat Color Design.

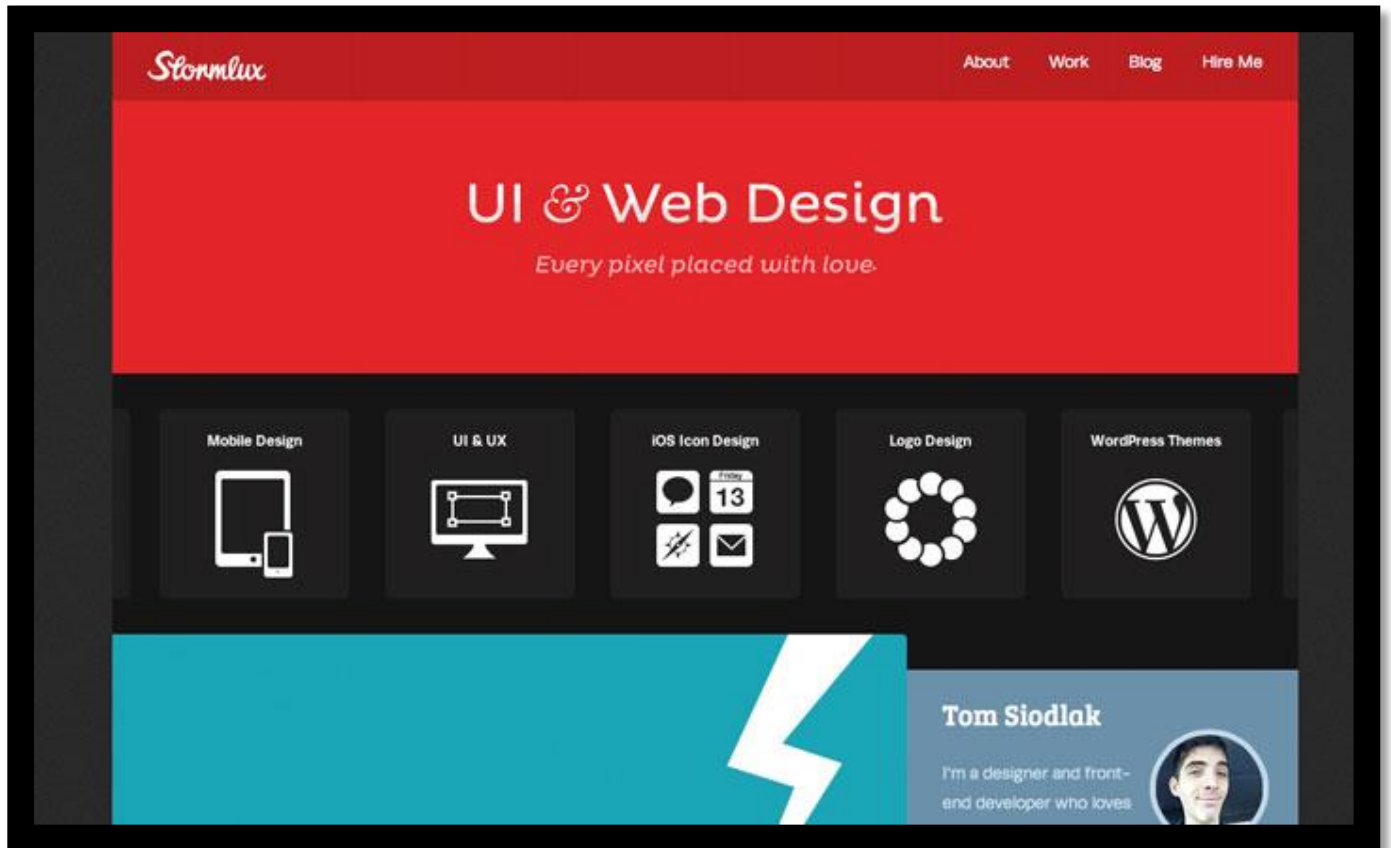


Recuperado de:

<https://www.admiretheweb.com/articles/15-flat-ui-web-design-inspiration/>

Anexo 3

Ejemplo de sitio web utilizando Flat Color Design.

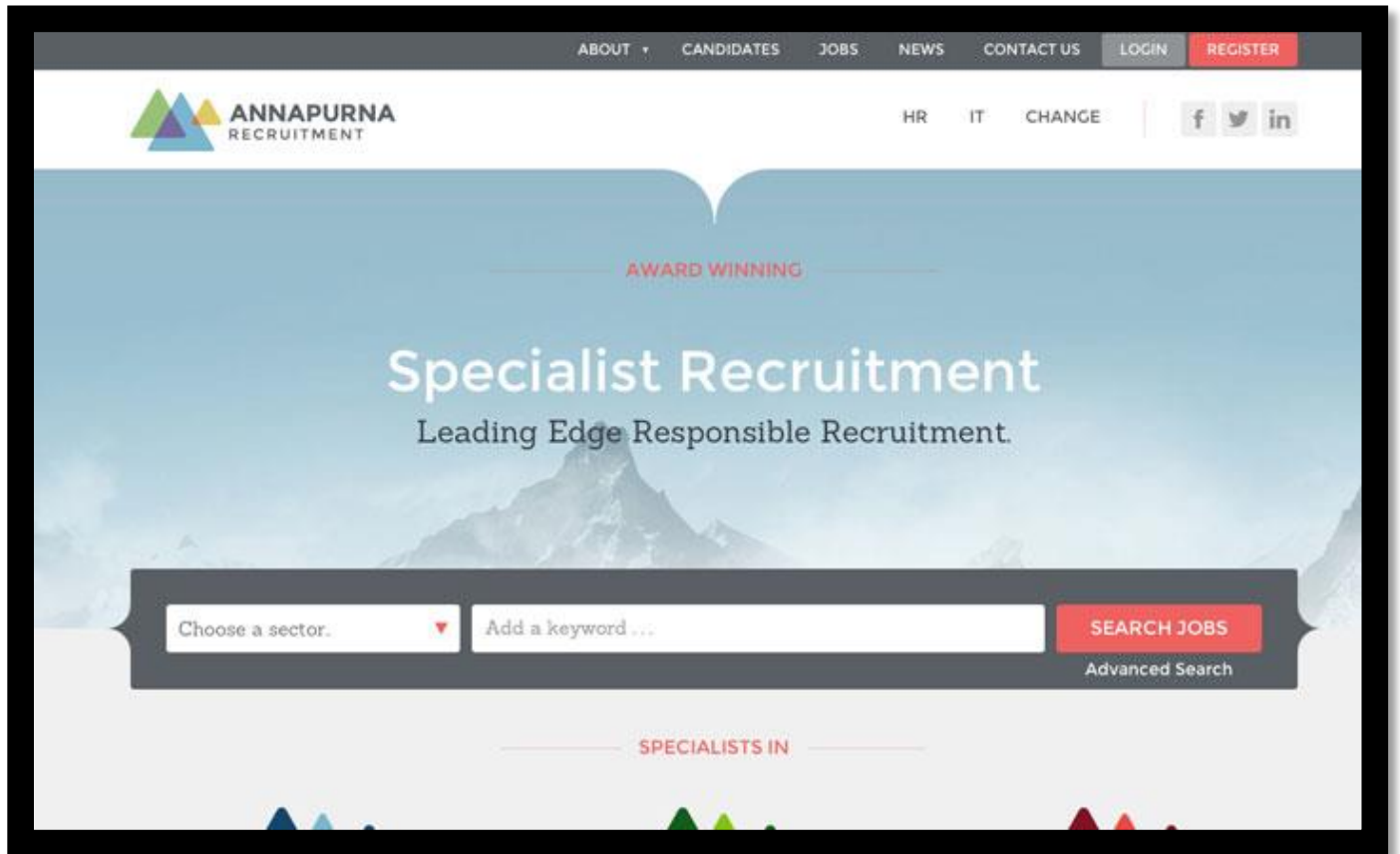


Recuperado de:

<https://www.admiretheweb.com/articles/15-flat-ui-web-design-inspiration/>

Anexo 4

Ejemplo de sitio web utilizando Flat Color Design.



Recuperado de:

<https://www.admiretheweb.com/articles/15-flat-ui-web-design-inspiration/>

Anexo 5

Hoja de contacto, fotografías tomadas por el comunicador – diseñador.

