CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UNA PÁGINA WEB PARA DAR A CONOCER LOS PRODUCTOS Y FORTALECER LA MARCA DE UNA MANERA VIRTUAL E INTERACTUAR CON EL CONSUMIDOR, PARA LA EMPRESA GRUPO TEXTIL KEIKO, ESTO SE DARÁ A CONOCER EN EL SECTOR DE QUITO.

Trabajo de Titulación prévio la obtención del título de Tecnólogo en Diseño Gráfico

AUTOR: ANGELICA ALEXANDRA CACUANGO PAREDES

DIRECTOR: LIZETH GUERRERO

Quito, 2018

TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

ACTA DE APROBACIÓN DEL PROYECTO DE GRADO

Quito, 8 de mayo del 2018

El equipo asesor del Trabajo de Titulación del Sr. (Srta.) ***CACUANGO PAREDES ANGÉLICA ALEXANDRA*** de la carrera de **DISEÑO GRÁFICO** cuyo tema de investigación fue: ***DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UNA PÁGINA WEB PARA DAR A CONOCER LOS PRODUCTOS Y FORTALECER LA MARCA DE UNA MANERA VIRTUAL E INTERACTUAR CON EL CONSUMIDOR PARA LA EMPRESA GRUPO TEXTIL KEIKO ESTO SE DARÁ A CONOCER EN EL SECTOR DE QUITO.,*** una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas; adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito, resuelve: **APROBAR** el proyecto de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.

MSC. LAURA CAJAMARCA
TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR "CORDILLERA" DIRECCIÓN DE CARRERA

ING. LIZETH GUERRERO MSC.
DIRECTORA CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

LCDA. GABRIELA HURTADO
LECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA DESARROLLO DE PROYECTOS "CORDILLERA"

ING. GALO CISNEROS MBA.
COORDINADOR DE UNIDAD DE TITULACIÓN

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

Yo, Angelica Alexandra Cacuango Paredes, declaro bajo juramento que la investigación es absolutamente original, autentica, es de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas, resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad



Angelica Alexandra Cacuango Paredes

C.C.: 1726315508

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, **Angelica Alexandra Cacuango Paredes** portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. **1726315508** de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: "En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.", otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado **Diseño y elaboración de una página web para dar a conocer los productos y fortalecer la marca de una manera virtual e interactuar con el consumidor, para la empresa Grupo Textil Keiko, esto se dará a conocer en el sector de Quito** con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

Firma



Angelica Alexandra Cacuango Paredes

C.C: 1726315508

Quito, jueves marzo de 2017

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi madre quien me brindo el apoyo necesario para llegar a superarme cada día de mi vida y a mi familia por estar conmigo durante todo este trayecto académico y brindarme la motivación necesaria para cumplir con mi objetivo que es la culminación de mi carrera y a mis amigos por brindarme su apoyo y ánimos durante este largo trayecto.

Gracias a todos los maestros que me brindaron sus conocimientos como profesionales, es por ello que a través de este documento se pondrá en práctica los conocimientos adquiridos y así mejorar cada día en el ámbito de diseño gráfico.

DEDICATORIA

Este proyecto se lo dedico a Dios, en especial a mi Madre que siempre ha sido mi eje fundamental para la construcción de mi vida profesional y el apoyo incondicional durante toda mi vida para cumplir este extraordinario sueño de graduarme en tan prestigiosa institución.

ÍNDICE GENERAL

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE i
LICENCIA DE USO NO COMERCIAL ii
AGRADECIMIENTO iii
DEDICATORIA iv
ÍNDICE GENERAL v
ÍNDICE DE TABLAS viii
ÍNDICE DE FIGURAS ix
RESUMEN EJECUTIVO xiii
ABSTRACT ..... *xiv*
INTRODUCCIÓN xv
CAPÍTULO I 1
1. ANTECEDENTES 1
1.01. CONTEXTO 1
1.02. JUSTIFICACIÓN 3
1.03. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA CENTRAL (MATRIZ T) 5
CAPÍTULO II 6
2. ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS 6
2.01. MAPEO DE LOS INVOLUCRADOS 6
2.02. MATRIZ DE ANÁLISIS DE INVOLUCRACIÓN 7
CAPÍTULO III 8
3. PROBLEMAS Y OBJETIVOS 8
3.01. ÁRBOL DE PROBLEMAS 8
CAPÍTULO IV 10
4. ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS 10
4.01. MATRIZ DE ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS E IDENTIFICACIÓN DE ACCIONES 10
TAMAÑO DEL PROYECTO 11
LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO 12
ANÁLISIS AMBIENTAL 12
4.02. MATRIZ DE ANÁLISIS DE IMPACTO DE LOS OBJETIVOS 14

4.03. DIAGRAMA DE ESTRATEGIAS 15
4.04. CONSTRUCCIÓN DE LA MATRIZ DE MARCO LÓGICO 16
4.04.01. REVISIÓN DE LOS CRITERIOS PARA INDICADORES 16
4.04.02. SELECCIÓN DE INDICADORES 19
4.04.03. MEDIOS DE VERIFICACIÓN 22
4.04.04 SUPUESTOS 25
4.04.05. MATRIZ DE MARCO LÓGICO (MML) 28
CAPÍTULO V 31
5. PROPUESTA 31
5.01. ANTECEDENTES DE LA HERRAMIENTA Y PERFIL DE LA PROPUESTA 31
5.01.01. MARCO TEÓRICO 32
5.01.01.01. USABILIDAD 32
5.01.01.02. TIPOGRAFÍA 33
5.01.01.03. COLOR (TEORÍA DEL COLOR, PSICOLOGÍA DEL COLOR) 33
5.01.01.04. COMPOSICIÓN 33
5.01.01.05. ESTILOS 34
5.01.01.06. TENDENCIAS 34
5.01.01.07. ESTÁNDARES DE CALIDAD 34
5.01.01.08. SOFTWARE A UTILIZAR 35
5.01.01.09. LICENCIAS DE USO 35
5.02. DESCRIPCIÓN DE LA HERRAMIENTA 36
5.02.01. METODOLOGÍA (MATERIALES Y MÉTODOS) 36
5.02.02.01. ENCUESTA 36
5.02.02.01.01. MODELO DE ENCUESTA 36
5.02.02.01.02. TABULACIÓN DE ENCUESTAS 39
FORMULACIÓN DEL PROCESO DE APLICACIÓN 49
USUARIO 49
DESARROLLO 49
MAPA DE CONTENIDO 50
5.03.03. DISEÑO IMAGEN CORPORATIVA 51
5.03.03. COLORES DEL LOGOTIPO 51
5.03.04. TIPOGRAFÍA DEL LOGOTIPO 52

5.03.05. BOTONES 53
5.03.06. RETÍCULA E ILUSTRACIÓN 56
5.03.07. PRODUCCIÓN E ILUSTRACIÓN 57
5.03.03. NAVEGACIÓN 61
5.03.010. IMÁGENES 62
5.03.06. MARKETING Y DIFUSIÓN 80
PUBLICIDAD 360° 81
CAPÍTULO VI 83
ASPECTOS ADMINISTRATIVOS 83
6.01. RECURSOS 83
6.01.01. TÉCNICOS – TECNOLÓGICO 83
ADOBE ILUSTRADOR 83
ADOBE PHOTOSHOP 84
ADOBE MUSE 84
6.01.02. HUMANO 84
6.01.03. ECONÓMICO 84
6.02. PRESUPUESTO 85
6.02.01. GASTOS OPERATIVOS 85
6.02.02 APLICACIÓN DEL PROYECTO 85
6.03. CRONOGRAMA 86
CAPÍTULO VII 87
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 87
7.01. CONCLUSIONES 87
7.02. RECOMENDACIONES 88
BIBLIOGRAFÍA **90**
ANEXOS **92**

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Análisis de las fuerzas T 6
Tabla 2.Matriz de Análisis de involucrados.....8
Tabla 3.Matriz de análisis de impacto.....15
Tabla 4.Matriz de Análisis de impacto.....17
Tabla 5.Matriz de análisis de impacto.....21
Tabla 6.Medios de Verificación.....27
Tabla 7.Supuestos.....28
Tabla 8.Matriz del marco lógico 30
Tabla 9.Pregunta uno..... 39
Tabla 10.Pregunta dos.....40
Tabla 11.Pregunta tres.....41
Tabla 12.Pregunta Cuatro.....42
Tabla 13.Pregunta Cinco.....43
Tabla 14.Pregunta Seis.....44
Tabla 15.Pregunta Siete.....45
Tabla 16.Pregunta Ocho.....46
Tabla 17.Pregunta nueve.....47
Tabla 18.Pregunta diez.....48
Tabla 19.Presupuesto 65
Tabla 20.Aplicación de proyecto 65
Tabla 21.Cronograma de actividades.....66

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.Mapeo de involucrados 7
Figura 2.Árbol de problemas 9
Figura 3.Árbol de objetivos 10
Figura 4.Matriz de análisis de alternativas e identificación de acciones 11
Figura 5.Mapa del sector sur de Quito 13
Figura 6.Matriz de análisis de alternativas e identificación de acciones 16
Figura 7.Pregunta uno 39
Figura 8.Pregunta dos 40
Figura 9.Pregunta tres 41
Figura 10.Pregunta cuatro 42
Figura 11.Pregunta cinco 43
Figura 12.Pregunta seis 44
Figura 13.Pregunta siete 45
Figura 14.Pregunta ocho 46
Figura 15.Pregunta nueve 47
Figura 16.Pregunta diez 48
Figura 17.Retícula e Ilustración 56
Figura 18.Inicio 57
Figura 19.Productos 57
Figura 20.Nosotros 58
Figura 21.Contáctos 58
Figura 22.Producto hombre 59
Figura 23.Producto mujer 59
Figura 24.Producto niño 60
Figura 25.Producto niña 60
Figura 26.Facebook 61
Figura 27.Instagram 61
Figura 28.bvd hombre. 62
Figura 29.camiseta hombre. 62

Figura 30.conjunto bubba blue hombre.....62
Figura 31.conjunto marty hombre.....62
Figura 32.boxer conb. redondo hombre. 63
Figura 33.boxer llano hombre. 63
Figura 34.bikini hombre.....63
Figura 35.triatlon llano hombre.....63
Figura 36.conjunto paradise hombre.....64
Figura 37.conjunto paradise01 hombre.....64
Figura 38.conjunto only hombre. 64
Figura 39.conjunto be strong hombre. 64
Figura 40.conjunto performanse hombre. 65
Figura 41.conjunto be strong sudadera hombre. 65
Figura 42.sportever hombre. 65
Figura 43.performanse tubo hombre. 65
Figura 44.conjunto persie hombre.....66
Figura 45.conjunto persie01 hombre.....66
Figura 46.adeus boxer hombre.....66
Figura 47.adeus bermuda hombre. 66
Figura 48.racing hombre. 67
Figura 49.buzo surf logan hombre. 67
Figura 50.ciclistore hombre.....67
Figura 51.ciclistore01 hombre.....67
Figura 52.olimpico llano mujer.....68
Figura 53.olimpico vivo mujer.....68
Figura 54.olimpico cora mujer.....68
Figura 55.tb valiana mujer. 68
Figura 56.tb entero botanic fowers mujer. 69
Figura 57. tb entero botanic fowers01 mujer. 69
Figura 58.tb 2pz. botanic davy mujer.....69
Figura 59.tb 2p yustina mujer. 69
Figura 60. señorero mujer. 70
Figura 61.señorero print mujer.....70

Figura 62.topin mujer. 70
Figura 63.tb entero mommy. 70
Figura 64.conjunto botanic celeste. 71
Figura 65.conjunto beyon blue. 71
Figura 66.conjunto perfecute 71
Figura 67.conjunto perfecute01 71
Figura 68.conjunto sport davi 72
Figura 69.conjunto y tubo auraly. 72
Figura 70.pesacador1004. 72
Figura 71.buso basico. 72
Figura 72.conjunto surf garu niño. 73
Figura 73.buso wale niño. 73
Figura 74.conjunto duster niño 73
Figura 75.conjunto valleta niño. 73
Figura 76.conjunto spencer niño. 74
Figura 77.conjunto rayon blue niño. 74
Figura 78.buso y boxer lifan niño. 74
Figura 79.buso basico y triatlon niño. 74
Figura 80.gorro y boxer adidas niño. 75
Figura 81.conjunto ocean niño. 75
Figura 82.triatlon llano niño. 75
Figura 83.bikini niño. 75
Figura 84.olimpico vivo niña. 76
Figura 85.olimpico print niña. 76
Figura 86.conjunto venice niña. 76
Figura 87.conjunto surf morelian niña. 76
Figura 88.conjunto araona blue niña. 77
Figura 89.conjunto anessa blue niña. 77
Figura 90.conjunto matista niña. 77
Figura 91.conjunto ballen niña. 77
Figura 92.afiche. 78
Figura 93.anuncio facebook. 78

Figura 94.roll up. 79
Figura 95.instagram. 79

RESUMEN EJECUTIVO

El problema identificado de la empresa Grupo Textil Keiko es el desconocimiento de la marca y los productos que ofrece en el sector norte de Quito, con el presente proyecto se desea el reconocimiento de sus marcas, aumentar su producción a corto plazo y que la empresa sea reconocida a nivel nacional.

La tecnología se ha desarrollado a gran velocidad y es más común que las personas que acuden por información a redes sociales y a diferentes páginas digitales que se encuentran en el internet, para eso se desarrolla una página web para la empresa y así los usuarios y futuros clientes tengan la información correcta de la empresa, visualizando las marcas y productos que ofrece la empresa.

A corto plazo se pretende ser reconocida en el sector norte de Quito en la Mitad del Mundo y posicionarse en el mercado, a largo plazo ser reconocida a nivel nacional, que su producción sea estable y la marca se mantenga en la mente del consumidor.

Palabras clave: Marca, productos, página web, Grupo Textil

ABSTRACT

Keiko textile group company identified problem is ignorance of knowledge of the brand and the products offered in the sector North of Quito, with this project you want recognition of their brands, increase their production in the short term and that the company is recon ocida nationwide. Technology has developed rapidly and is more common than people who come for information to social networks and different digital pages that are in the internet, for that develops a web page for the company and thus users and future cli entities have the correct information of the company, showing the brands and products offered by the company. Short term is to be recognized in the sector North of Quito in the middle of the world and position themselves in the market, long term being recognized at the national level, that their production is stable and the mark stays in the mind of the consumer. Keywords: brand, products, website, textile group.

INTRODUCCIÓN

El desarrollo de la investigación tiene como propósito principal el diseño y elaboración de una página web para dar a conocer los productos y fortalecer la marca de una manera virtual e interactuar con el consumidor, para la empresa Grupo Textil Keiko, esto se dará a conocer en el sector norte de Quito, usando tecnología la cual permitirá descubrir aspectos para llegar más al consumidor, a posibles consumidores y emprender sus productos nacionalmente.

Las dificultades que se presentan en el proyecto sería no cumplir con el objetivo si la empresa no brinda la información y las herramientas correctas para que el propósito se cumpla y el proyecto llegue a ejecutarse sin la información suficiente al medio externo.

El problema es debido a que no cuenta con información en medios digitales que es donde más se busca información, esto da como resultado que no sean reconocidos los productos que la empresa produce y no pueda llegar a crecer como empresa. Es importante aplicar la página web en la empresa ya que por medio de ella el consumidor y futuros clientes obtendrán información de los productos y marcas posicionándose en el mercado.

Los límites planteados en la investigación son cuando el investigador cuenta con un límite de locación para encontrar resultados o soluciones al problema del proyecto, en el caso de la empresa es saber cuánto público o consumidores saben de la existencia de la empresa, los productos que ofrece y si es necesario que tenga un medio digital para que el consumidor obtenga información.

La presente tesis cuenta con VII capítulos donde podemos visualizar la información obtenida durante estos 6 meses de investigación de la empresa, comenzando por el primer capítulo donde tenemos antecedentes y durante los VI siguientes capítulos analizar el problema principal donde gracias a esto poder aplicar el proyecto y de resultados positivos.

CAPÍTULO I

1. Antecedentes

1.01. Contexto

Las páginas web se las aplica en el campo laboral ya sean para pequeñas, medianas y grandes empresas, son creadas para poner en conocimiento un producto, servicio o una marca, para eso existen *blogging*, página electrónica, ciberpágina entre otras.

Las páginas web son documentos o información electrónica compuesta de texto, imágenes y sonido ya sea estas de tipo personal, de prensa o empresariales, con el paso de los años y la evolución de la tecnología se puede llegar a interactuar con el consumidor de una manera virtual y amable y obtener el producto al alcance de sus manos haciendo de ella una compra en línea. (Pulido, 2016,s.p)

La primera página web lanzada fue en los años 90 para entonces sería la primera página subida al mundo del internet a través de un ordenador, se considera el proyecto mejor lanzado en esos años, y fue un éxito. A pesar de que la web no tiene muchos años desde su creación hasta la actualidad ha tenido un gran desarrollo desde sus comienzos. (Alcala, 2017,s.p)

Años atrás, grandes corporaciones iniciaron usándolas para sus negocios empresariales, en Ecuador son usadas para informar a sus clientes sobre los productos y servicios, hay empresas que operan dominios y redes, muchas de empresas extranjeras proponen dar diferentes clases de servicios por este medio de comunicación pero sabemos que Ecuador también avanza y que un gran número de empresas también tiene su espacio web a nivel nacional.

La industria textil en el Ecuador aparece varios años atrás incrementando fuentes de trabajo en el país, fomentando el desarrollo textil dando apertura a los ecuatorianos que emprenden negocios, mejorando así la economía del país. Las grandes industrias textileras comercializan productos para exportar a distintos países donde Ecuador es reconocido dentro de la industria textil, la Empresa Grupo Textil Keiko es una empresa orientada a la industria de la moda y prendas deportivas en el mercado Ecuatoriano que cuenta con su propia marca de ropa.

Es importante que una empresa tenga una imagen para ser identificada y sea diferenciada de la competencia, producto o servicio y lograr posicionamiento en la mente del consumidor. En Ecuador las empresas textileras son elaboradas por mano de obra local generando mayor producción económica en el país.

La empresa Grupo Textil Keiko cuenta con 30 años de experiencia y personal capacitado lo cual ayuda a tener estabilidad económica y de producción, varios años atrás se dedicaba a la confección de chompas, con el paso de los años fue cambiando su cartera de productos dedicándose hoy en día a confeccionar prendas deportivas y casuales, ocupa un puesto en el mercado laboral, esto ayuda a consumir el producto nacional y tener una estabilidad económica a nivel nacional.

1.02. Justificación

Este proyecto de investigación tiene como soporte los avances tecnológicos que actualmente están en auge, con la utilidad de las TICs (Tecnologías de la información y la comunicación) a nivel mundial, se considera necesario aprovechar estos recursos informáticos ya que en ello la página web satisface las necesidades de los proveedores y consumidores al generar estrategias que sean de gran ayuda para el benéfico de la empresa.

La elaboración de instrumentos con ayuda de las TICs es actualmente uno de los temas que tiene mayor protagonismo en el ámbito empresarial ya que dan a conocer de manera descriptiva la información correspondiente acerca de la empresa, los productos que promocionan, importan o exportan.

El problema de la empresa Grupo Textil Keiko es la ausencia de un espacio de comunicación en la web para informar a sus clientes de los productos que elaboran y como consecuencia tienen mercadería sin salida ya que no cuenta con un sito virtual donde exhibir sus productos textil.

La solución a este problema es una página web con información de las prendas de vestir que ofrece la empresa y fortalecer la marca con ayuda de estrategias tecnológicas que generan alternativas de comunicación a los consumidores.

El impacto a corto plazo es la elaboración de la página web y reconocimiento de la marca, a mediano plazo difusión y publicidad de la página web primero con los trabajadores de la empresa y personas que la rodean, a largo plazo que la marca de la empresa este posicionada en el mercado y en la mente del consumidor, y genere un mayor ingreso en la producción y ganancias.

El beneficio para le empresa es entregar información factible, actualizada dando a conocer sus productos, diseños nuevos e innovadores logrando captar nuevos clientes y proveedores, así la marca se posicione en la mente del consumidor, mejorando el aspecto empresarial y creciendo positivamente en las áreas laborales e industriales generando mayor producción y ocupar un lugar en el mercado.

El proyecto se alinea con el Plan Nacional de Desarrollo (2017-2021) eje 2, objetivo 5 que indica “Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sustentable de manera redistributiva y solidaria.” Debido que este objetivo tiene su importancia en la matriz productiva, el desarrollo industrial, producción textil, producción tecnológica, involucra al sector femenino, jóvenes y persona en situación de pobreza en actividades de producción y a su vez generando el incremento de la misma mejorando las oportunidades de negocio garantizando un crecimiento sustentable. (Paredes, 2017, pág. 80)

1.03. Definición del Problema Central (Matriz T)

A continuación se detalla la situación actual del proyecto la cual nos ayudará a visualizar los problemas de la empresa como nos indica la tabla 1.

Tabla 1: Análisis de las fuerzas T de la Empresa Grupo Textil Keiko, 2017

Análisis de las Fuerzas T					
Situación empeorada	**Situación actual**				**Situación mejorada**
Desconocimiento de información y estabilidad comercial a nivel local.	Desinformación de la empresa y productos que ofrece Grupo Textil Keiko a nivel local.				Conocimiento de la Empresa y posicionamiento en el mercado nacional.
Fuerza impulsadora	**I**	**PC**	**I**	**PC**	**Fuerza bloqueadora**
Establecer una página web con la información adecuada de los productos textiles de la empresa.	4	5	3	4	Ausencia de conocimiento y ausencia de información de la empresa.
El reconocimiento de la marca a nivel local y nacional.	3	4	3	4	Los directivos y empresarios no brinden la suficiente confianza y colaboración para desarrollar el proyecto
Generar página web de fácil manejo para que esta interactúe directamente con el cliente.	3	2	2	3	Dificultades en el procesamiento, programación y estructuración de la página web.
Gestar experiencia en la elaboración del proyecto y formular soluciones a los problemas actuales.	2	4	2	3	No se encuentre una solución apropiada y acorde al contexto donde se encuentra el problema.
Incremento de la producción textil y empresarial.	2	3	1	3	Déficit de mano de obra y capital invertido en los materiales e implementos necesarios.

CAPÍTULO II

2. Análisis de Involucrados

2.01. Mapeo de los Involucrados

El presente proyecto tiene como involucradas a las siguientes personas: la investigadora, el administrador del Grupo Textil Keiko, los/as consumidores, colaboradores así como los administradores de hosting y dominios como se puede apreciar en la *figura* 1.

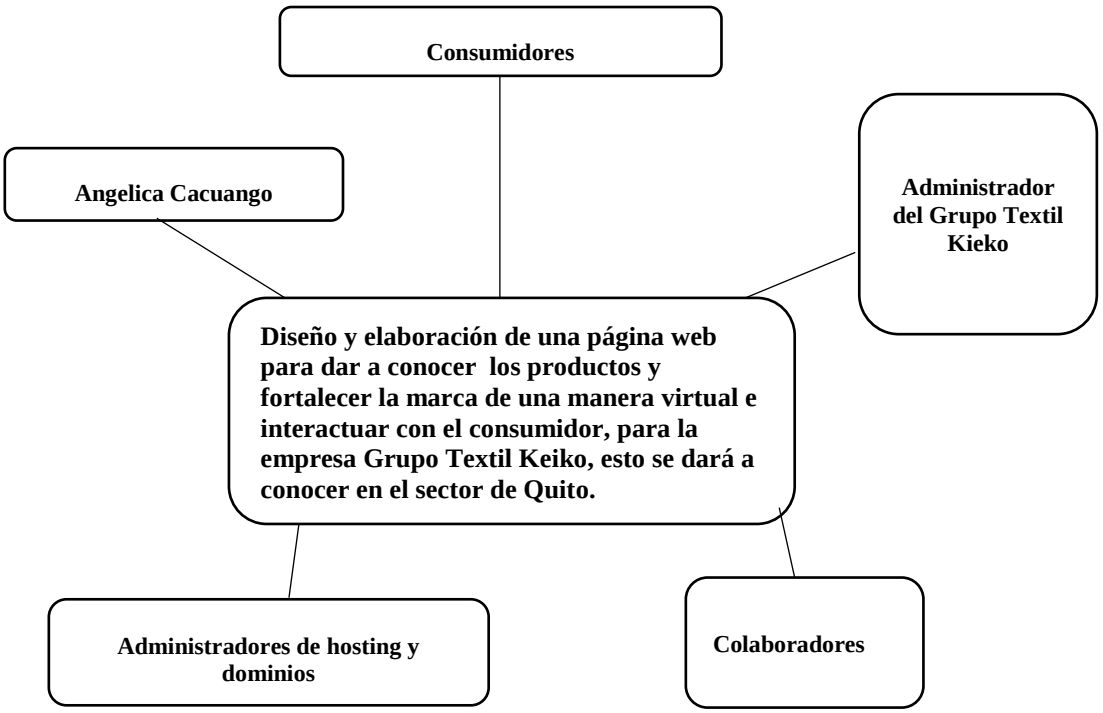


Figura 1: Mapa de involucrados de la Empresa Grupo Textil Keiko, 2017

2.02. Matriz de Análisis de Involucración

En seguida presentamos la tabla donde se identifica algunos de los diferentes interesados en el presente proyecto como se puede observar en la *tabla 2.*

Tabla 2: Análisis de involucrados de Quito, 2017

Actores involucrados	Interés sobre el problema	Problemas percibidos	Recursos mandatos y capacidades	Interés sombre el proyecto	Conflicto potencial
Consumidores	Adquirir información de la empresa.	Ausencia de información.	Recursos humanos Financieros Administrativos.	Obtener información veraz y actualizada.	Poca información requerida.
Administrador de Grupo Textil Keiko	Brindar y colaborar con información necesaria sobre la empresa.	Bajo posicionamiento en el mercado.	Recursos humanos Financieros Administrativos Técnicos.	Persuadir a los clientes para crear fidelidad entre el producto y el consumidor.	Que la información que se dará en la página web no tenga un impacto visual.
Colaboradores	Tener información de lo que se elabora dentro de la empresa.	Estabilidad laboral.	Recursos humanos y técnicos.	Información y conocimiento de la empresa.	Transmisión de conocimiento e información.
Administradores de hosting y dominios	Compartir información de cómo implementar una página web con un buen servicio.	Nula información de la empresa en conocimientos de elaboración de páginas web.	Recursos humanos Financieros Técnicos Tecnológicos.	Generar ventas al por mayor mensualmente.	Que no tengan un dominio apropiado para dar a conocer a todo el público.
Angelica Cacuango	La creación de la página web para proporcionar la adecuada información sobre la empresa y sus productos.	Poca información y posicionamiento de la empresa.	Recursos humanos Financieros Técnicos Capacidades creativas.	La página web aporta como posicionamiento para la empresa.	Escaso tiempo para que el proyecto sea ejecutado correctamente.

CAPÍTULO III

3. Problemas y Objetivos

3.01. Árbol de Problemas

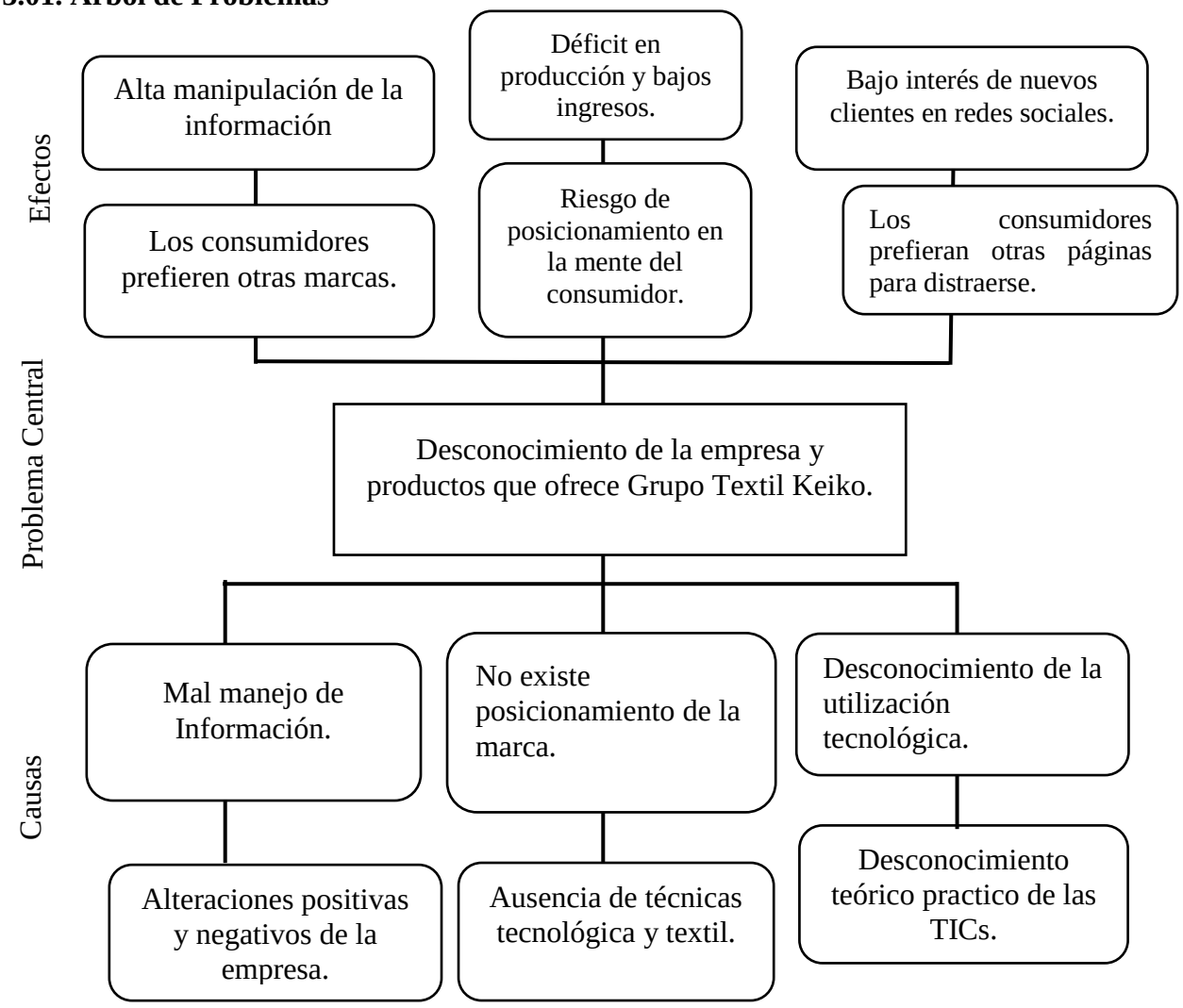


Figura 1: Árbol de Problemas de la Empresa Grupo Textil Keiko, 2017

3.02. **Árbol de Objetivos**

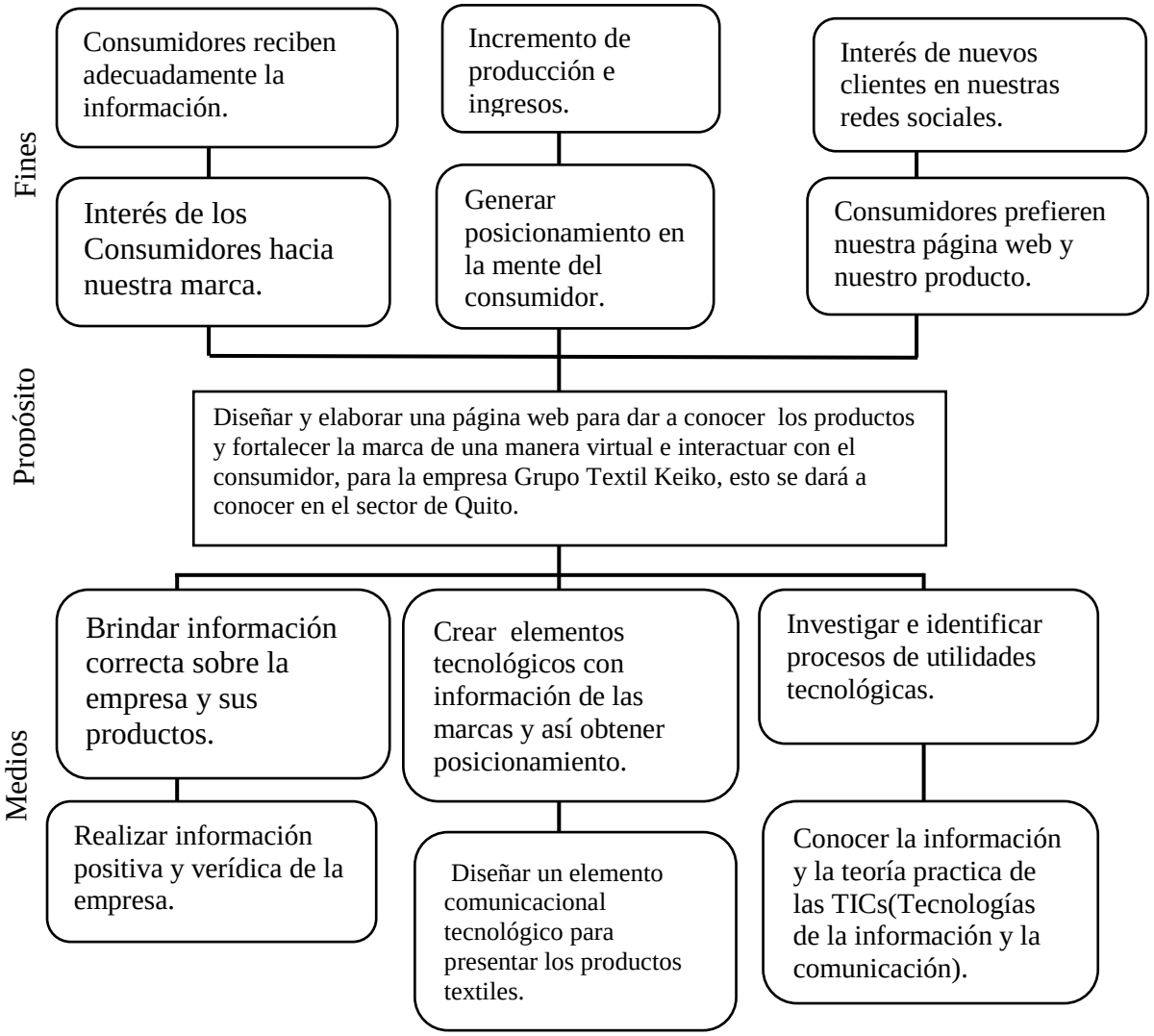


Figura 2: Árbol de Objetivos de la Empresa Grupo Textil Keiko, 2017

CAPÍTULO IV

4. Análisis de Alternativas

4.01. Matriz de Análisis de Alternativas e Identificación de Acciones

En la siguiente figura se analizara cada una de las actividades que se van a realizar para cumplir con el objetivo de nuestro proyecto.

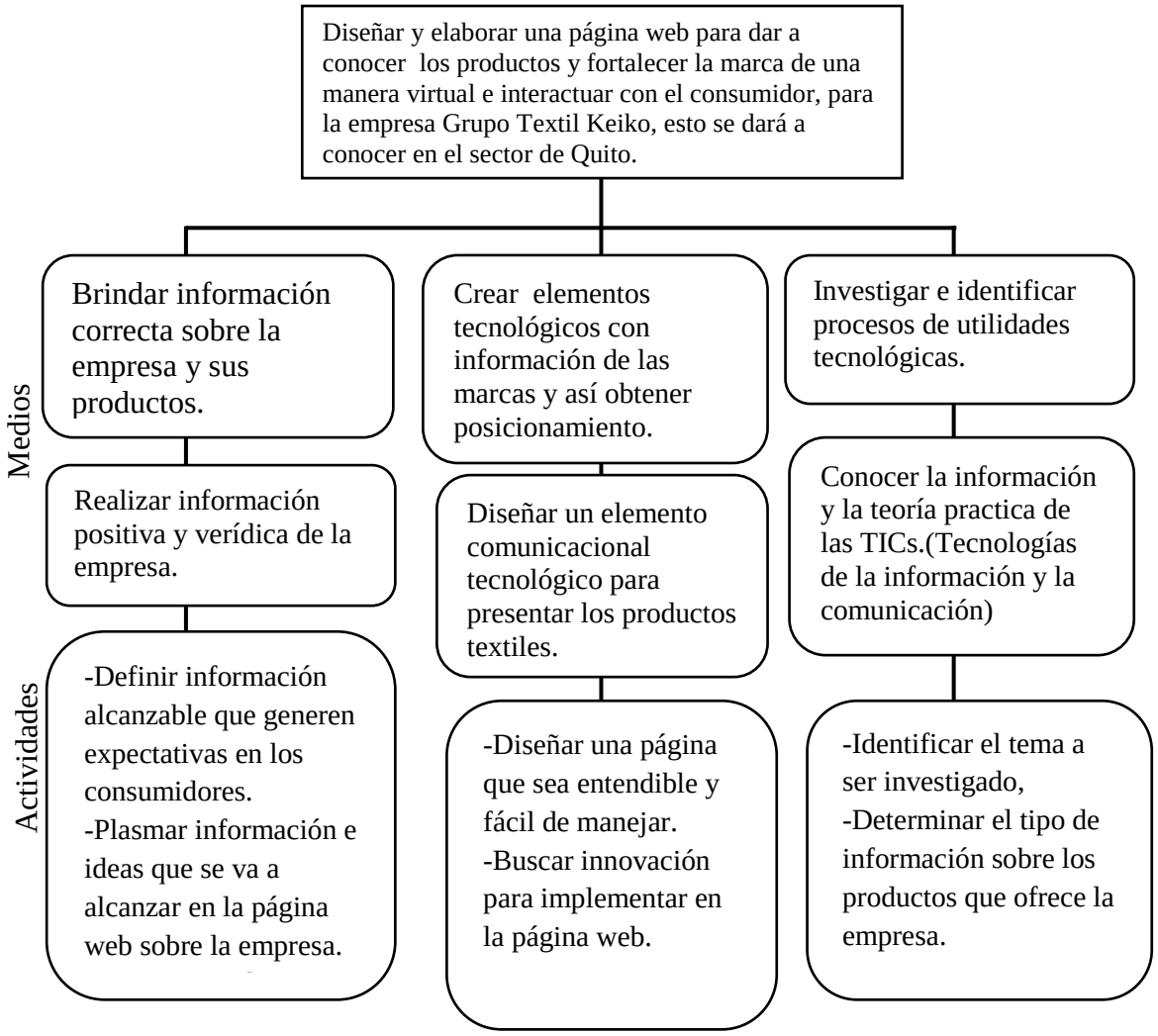


Figura 3: Matriz de análisis de alternativas e identificación de acciones

Tamaño del Proyecto

El presente proyecto es diseñar una página web la cual tendrá contenido adecuado que será transmitido al grupo objetivo, incrementando el conocimiento de la marcas de la empresa y con información sobre los productos que ofrece la misma, las edades que comprenden son la edad adulta de los 18 en adelante, la locación será a nivel Quito.

Tabla 3 Tamaño del Proyecto de la empresa "Grupo Textil Keiko", 2018

MARGEN DE ERROR %	NIVEL DE CONFIANZA %	TAMAÑO DEL UNIVERSO %	HETEROGENIDAD %
5	95	65.230	50
Menores márgenes de error requieren mayores muestras.	Cuanto mayor sea el nivel de confianza, mayor tendrá que ser la muestra.	Número de personas que componen la población.	Es la diversidad del universo lo habitual suele ser 50.
TAMAÑO MUESTRA	382		

El tamaño de la muestra es el número de los involucrados, población con la que se trabajará para el uso de la página web.

Localización del Proyecto

El presente proyecto se ejecuta en Quito, exactamente al Norte de la ciudad, en el sector de la “Mitad del Mundo” ya que es donde está ubicado la empresa “Grupo Textil Keiko”.

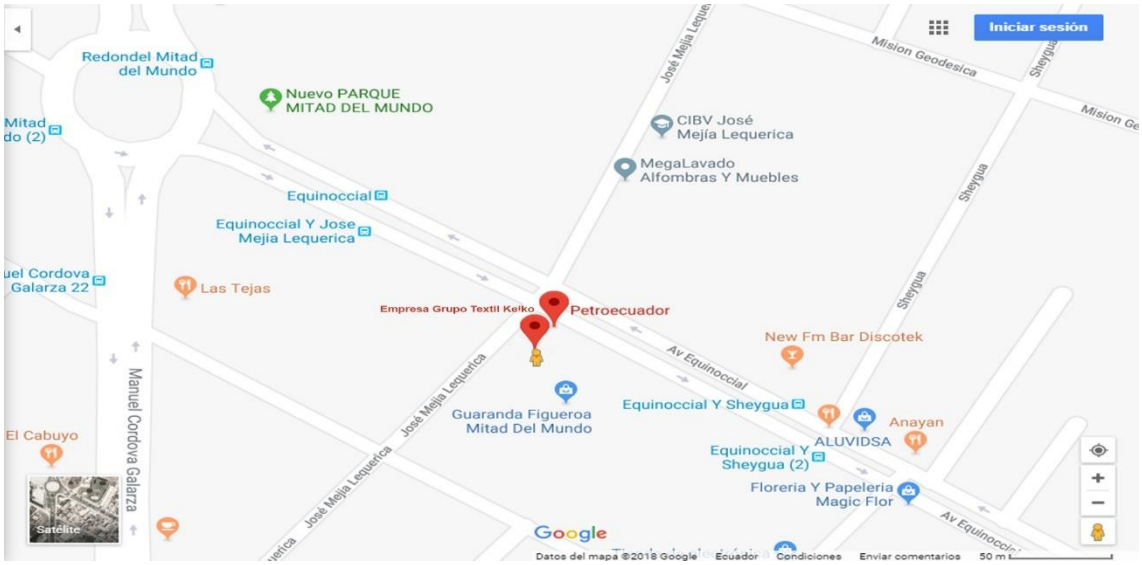


Figura 5. Localización del Proyecto “Grupo Textil Keiko”, 2018. (Google Maps)

Análisis Ambiental

El medio ambiente, es todo lo que nos rodea y se lo debe cuidar y evitar tener excesos en los cambios climáticos. Es vital para todos los seres que habitan en este planeta, es por eso que se debe cuidar, mantener limpio y proteger con nuevos procedimientos al realizar o ejecutar cualquier tipo de proyectos a realizarse y no causar daño al ambiente.

4.01.03.01. Impacto Positivo.

El proyecto tiene un efecto positivo ya que la utilización es una página web y no se utilizará gran parte de materiales que afecten al ambiente, se utilizará papel reciclado para la presentación de medios impresos, ya que el tiempo de descomposición es corto y esto también ayudará a que los consumidores se motiven a la preservación del medio ambiente y tengan presente que hay empresas que respetan y cuidan nuestro planeta.

4.01.03.02. Impacto Negativo.

El efecto negativo no será de gran impacto ya que el proyecto será realizado tecnológicamente, pero sin embargo esta emite gases de dióxido de carbono, CO2 que contaminan por el uso excesivo de la electricidad en todo el mundo y esta afecta a la atmosfera provocando un gran cambio en los estados climáticos de la tierra, esto se debe a que gran cantidad de usuarios están conectados a un ordenador o celular.

En cuanto a material impresos habrá personas que desecharán las etiquetas y el empaque lo que causará daños al medio ambiente y con el tiempo esto alterará el clima por su contaminación al ser arrojado a la basura y no ser reusado o reciclado el material.

4.02. Matriz de Análisis de Impacto de los Objetivos

Para la siguiente tabla se analiza el impacto que tendrá cada uno de nuestros objetivos en diferentes factores que están involucrados en nuestro proyecto.

Tabla 3: Impacto de los objetivos de la empresa "Grupo Textil Keiko", 2017

Objetivos	Impacto sobre el Propósito	Factibilidad Técnica	Factibilidad Financiera	Factibilidad Social	Factibilidad Política	Total	Categoría
Brindar información correcta sobre la empresa y sus productos.	4	4	4	4	2	18	Media
Realizar información positiva y verídica de la empresa.	4	4	4	4	3	19	Media
Crear elementos tecnológicos con información de las marcas y así obtener posicionamiento.	4	4	3	3	3	17	Media
Diseñar un elemento comunicacional tecnológico para presentar los productos textiles.	4	4	3	4	3	18	Media
Investigar e identificar procesos de utilidades tecnológicas.	4	3	3	4	2	16	Baja
Conocer la información y la teoría practica de las TICs (Tecnologías de la información y la comunicación).	4	3	4	3	4	18	Media

Alta= 21-25 Media= 16-20 Baja= 15-0

4.03. Diagrama de Estrategias

Para la siguiente tabla analizaremos las estrategias que realizaran los indicadores principales. Identificando plenamente las opciones de solución a cada uno dependiendo a la necesidad que presente el mismo.

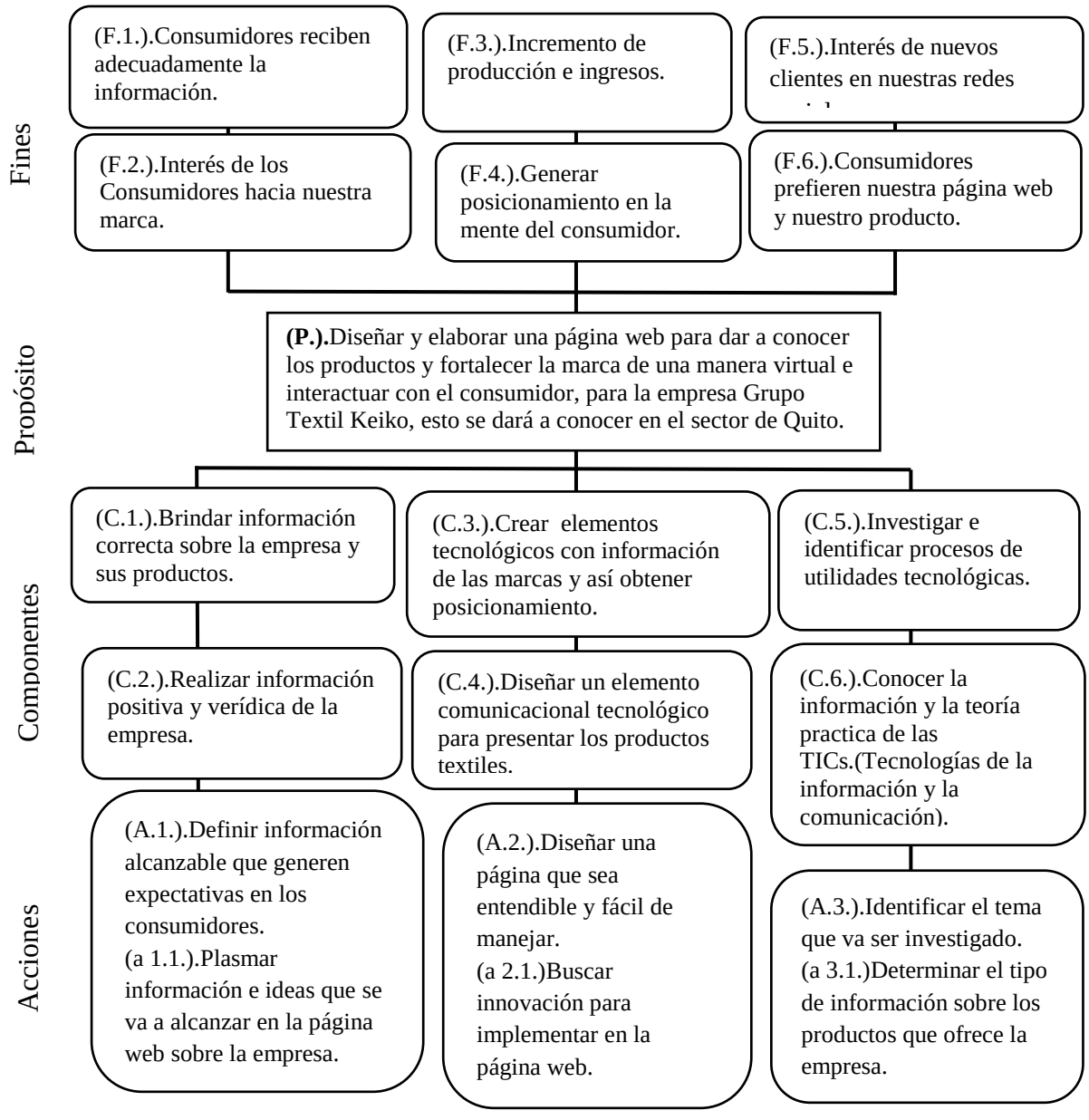


Figura Nº 6: Diagrama de Estrategias

Figura 4: Diagrama de Estrategias

4.04. Construcción de la Matriz de Marco Lógico

4.04.01. Revisión de los Criterios para Indicadores

Para la siguiente tabla analizaremos las estrategias que realizarán los indicadores principales. Identificando plenamente las opciones de solución a cada uno dependiendo a la necesidad que presente el mismo.

Tabla 4: Revisión de los Criterios para Indicadores, 2018

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	META				
			Cantidad.	Calidad.	Tiempo	Lugar	Grupo Social
Fines	(F.1.)Consumidores reciben adecuadamente la información.	Incrementar la buena información (90%).	343	Excelente	1 Año	Quito	Medio
	(F.2.)Interés de los Consumidores hacia nuestra marca.	Aumento del interés hacia la, marca (75%).	286	Bueno	1 Año	Quito	Medio
	(F.3.)Incremento de producción e ingresos.	Incremento de productividad (65%).	248	Bueno	1 Año	Quito	Medio
	(F.4.)Generar posicionamiento en la mente del consumidor.	Incremento del interés de la marca y producto. (80%).	305	Bueno	1 Año	Quito	Medio
	(F.5.)Interés de nuevos clientes en nuestras redes sociales.	Aumento de las visitas de nuevos clientes. (70%).	267	Bueno	1 Año	Quito	Medio
	(F.6.)Consumidores prefieren nuestra página web y nuestro producto.	Mejora el interés hacia nuestra página web (80%).	305	Bueno	1 Año	Quito	Medio

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	META				
			Cantidad.	Calidad.	Tiempo	Lugar	Grupo Social
Propósito	**(P.)**Diseñar y elaborar una página web para dar a conocer los productos y fortalecer la marca de una manera virtual e interactuar con el consumidor, para la empresa Grupo Textil Keiko, esto se dará a conocer en el sector de Quito.	Elaborar una página web mediante técnicas y parámetros.	1	Excelente	6 Meses	Quito	Medio
Componentes	(C.1.)Brindar información correcta sobre la empresa y sus productos.	Aceptación de la información (80%).	305	Excelente	1 Mes	Quito	Medio
	(C.2.)Realizar información positiva y verídica de la empresa.	Aceptación de información de la empresa (75%).	286	Excelente	1 Mes	Quito	Medio
	(C.3.)Crear elementos tecnológicos con información de las marcas y así obtener posicionamiento.	Implementar el 95% de visitas en la página web de los ordenadores de cada uno de los usuarios de internet.	1	Excelente	15 Días	Quito	Medio
	(C.4.)Diseñar un elemento comunicacional tecnológico para presentar los productos textiles.	Elaborar elementos tecnológicos y sociales a través de tendencias actuales de diseño.	1	Excelente	15 Días	Quito	Medio
	(C.5.)Investigar e identificar procesos de utilidades tecnológicas.	Averiguar formas de comunicación para dar la información correcta de los productos.	1	Excelente	3 Días	Quito	Medio
	(C.6.)Conocer la información y la teoría practica de las TICs (Tecnologías de la información y la comunicación).	Buscar información actualizada de los medios tecnológicos mediante el levantamiento de información.	1	Excelente	7 Días	Quito	Medio

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	META				
			Cantidad.	Calidad.	Tiempo	Lugar	Grupo Social
	(A.1.)Definir información alcanzable que generen expectativas en los consumidores.	Determinar temas alcanzables mediante utilización de fotografías llamativas visualmente.	1	Buena	5 Días	Quito	Medio
Actividades	(a.1.1.)Diseñar una página que sea entendible y fácil de manejar.	Captar la atención de los clientes y usuarios de internet.	1	Buena	1 Días	Quito	Medio
	(A.2.)Identificar el tema que va ser investigado.	Reconocer el tema principal para que sea investigado mediante tips de investigación.	1	Excelente	4 Días	Quito	Medio
	(a.2.1.)Plasmar información e ideas que se va a alcanzar en la página web sobre la empresa.	Recopilar ideas para la página web mediante bocetos de la estructura de la página.	1	Excelente	1 Semana	Quito	Medio
	(A.3.)Buscar innovación para implementar en la página web.	Explorar las temáticas actuales de diseño de páginas web través de páginas innovadoras de diseño multimedia.	1	Excelente	5 Días	Quito	Medio
	(a.3.1.)Determinar el tipo de información sobre los productos que ofrece la empresa.	Levantar una información actualizada a través de las metodologías de investigación.	1	Buena	2 Días	Quito	Medio

4.04.02. Selección de Indicadores

En la tabla se analiza los indicadores que se resolverá en tiempos y puntajes establecidos por el investigador y creador de la página web para alcanzar el propósito principal del proyecto.

Tabla 5: Selección de indicadores

Nivel	Resumen Narrativo	Indicadores	Clasificadores de Indicadores					Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E		
Finalidades	(F.1.)Consumidores reciben adecuadamente la información	Incrementar la buena información (90%).	X	X		X	X	4	Alto
	(F.2.)Interés de los Consumidores hacia nuestra marca.	Aumento del interés hacia la, marca (75%).	X	X		X	X	4	Alto
	(F.3.)Incremento de producción e ingresos.	Incremento de la producción (65%).	X	X		X	X	4	Alto
	(F.4.)Generar posicionamiento en la mente del consumidor.	Incremento del interés de la marca y producto (80%).	X	X	X	X	X	5	Alto
	(F.5.)Interés de nuevos clientes en nuestras redes sociales.	Aumento de las visitas de nuevos clientes (70%).	X	X		X	X	4	Alto
	(F.6.)Consumidores prefieren nuestra página web y nuestro producto.	Mejora el interés hacia nuestra página web (80%).	X	X		X	X	4	Alto
Propósito	**(P.)**Diseñar y elaborar una página web para dar a conocer los productos y fortalecer la marca de una manera virtual e interactuar con el consumidor, para la empresa Grupo Textil Keiko, esto se dará a conocer en el sector de Quito.	Elaborar una página web mediante técnicas y parámetros.	X	X		X	X	4	Alto

Nivel	Resumen Narrativo	Indicadores	Clasificadores de Indicadores					Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E		
Componentes	(C.1.)Brindar información correcta sobre la empresa y sus productos.	Aceptación de la información (80%).	X	X			X	3	Media
	(C.2.)Realizar información positiva y verídica de la empresa.	Aceptación de información de la empresa (75%).	X	X			X	3	Media
	(C.3.)Crear elementos tecnológicos con información de las marcas y así obtener posicionamiento.	Implementar el 95% de visitas en la página web de los ordenadores de cada uno de los usuarios de internet.	X			X	X	3	Media
	(C.4.)Diseñar un elemento comunicacional tecnológico para presentar los productos textiles.	Elaborar elementos tecnológicos y sociales a través de tendencias actuales de diseño.	X	X		X	X	4	Alta
	(C.5.)Investigar e identificar procesos de utilidades tecnológicas.	Averiguar formas de comunicación para dar la información correcta de los productos.	X	X		X		3	Media
	(C.6.)Conocer la información y la teoría practica de las TICs (Tecnologías de la información y la comunicación).	Buscar información actualizada de los medios tecnológicos mediante el levantamiento de información.	X	X		X		3	Media

Nivel	Resumen Narrativo	Indicadores	Clasificadores de Indicadores					Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E		
Actividades	(A.1.)Definir información alcanzable que generen expectativas en los consumidores.	Determinar temas alcanzables mediante utilización de fotografías llamativas visualmente.	X			X	X	3	Media
	(a.1.1.)Plasmar información e ideas que se va a alcanzar en la página web sobre la empresa.	Captar la atención de los clientes y usuarios de internet.	X		X	X	X	4	Alto
	(A.2.)Diseñar una página que sea entendible y fácil de manejar.	Reconocer el tema principal para que sea investigado mediante tips de investigación.	X			X	X	3	Medio
	(a.2.1)Buscar innovación para implementar en la página web.	Recopilar ideas para la página web mediante bocetos de la estructura de la página.	X	X		X	X	4	Alto
	(A.3.)Identificar el tema que va ser investigado.	Explorar las temáticas actuales de diseño de páginas web través de páginas innovadoras de diseño multimedia.	X			X	X	3	Media
	(a.3.1.)Determinar el tipo de información sobre los productos que ofrece la empresa.	Levantar una información actualizada a través de las metodologías de investigación.	X	X		X	X	4	Alto

En la clasificación de indicadores se marcó según la siguiente nomenclatura: A = Es clara, B = Existe información disponible, C = Es tangible y se puede observar, D = La tarea de recolectar datos está al alcance y no requiere de expertos y E = Si es representativo para nuestro estudio. Por otro lado para la selección se ha utilizado los siguientes valores: 4 y 5 = alta, 2 y 3 = media y 0 y 1 = baja.

4.04.03. Medios de Verificación

En la tabla tenemos detallados nuestros medios de verificación y la recolección de datos de donde conseguiremos información para nuestro principal objetivo y así lograr cumplir el proyecto.

Tabla 6: Medios de verificación

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de verificación				
			Fuentes de información	Método de recolección	Método de análisis	Frecuencia de recolección	Responsable
Fines	(F.1.)Interés de los Consumidores hacia nuestra marca.	Incrementar la buena información (90%).	Primaria	Encuesta	Cualitativo	6 meses	Investigador
	(F.2.)Interés de los Consumidores hacia nuestra marca.	Aumento del interés hacia la, marca (75%).	Primaria	Encuesta	Cualitativo	1 año	Investigador
	(F.3.)Incremento de producción e ingresos.	Incremento de la producción (65%).	Primaria	Encuesta	Cualitativo	1 año	Investigador
	(F.4.)Generar posicionamiento en la mente del consumidor.	Incremento del interés de la marca y producto (80%).	Primaria	Encuesta	Cualitativo	6 meses	Investigador
	(F.5.)Interés de nuevos clientes en nuestras redes sociales.	Aumento de las visitas de nuevos clientes (70%).	Primaria	Encuesta	Cualitativo	6 meses	Investigador
	(F.6.)Consumidor es prefieren nuestra página web y nuestro producto.	Mejora el interés hacia nuestra página web (80%).	Primaria	Encuesta	Cualitativo	6 meses	Investigador
Propósito	**(P.)**Diseñar y elaborar una página web para dar a conocer los productos y fortalecer la marca de una manera virtual e interactuar con el consumidor, para la empresa Grupo Textil Keiko, esto se dará a conocer en el sector de Quito.	Elaborar una página web mediante técnicas y parámetros.	Primaria	Observación	Simple verificación	6 meses	Investigador

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de verificación				
			Fuentes de información	Método de recolección	Método de análisis	Frecuencia de recolección	Responsable
Componentes	(C.1.)Brindar información correcta sobre la empresa y sus productos.	Aceptación de la información (80%).	Primaria	Encuesta	Cualitativo	6 meses	Investigador
	(C.2.)Realizar información positiva y verídica de la empresa.	Aceptación de información de la empresa (75%).	Primaria	Encuesta	Cualitativo	6 meses	Investigador
	(C.3.)Crear elementos tecnológicos con información de las marcas y así obtener posicionamiento.	Implementar el 95% de visitas en la página web de los ordenadores de cada uno de los usuarios de internet.	Primaria	Encuesta	Cualitativo	6 meses	Investigador
	(C.4.)Diseñar un elemento comunicacional tecnológico para presentar los productos textiles.	Elaborar elementos tecnológicos y sociales a través de tendencias actuales de diseño.	Secundaria	Documentación	Cuantitativo	15 días	Investigador
	(C.5.)Investigar e identificar procesos de utilidades tecnológicas.	Averiguar formas de comunicación para dar la información correcta de los productos.	secundaria	Documentación	Cualitativo	3dias	Investigador
	(C.6.)Conocer la información y la teoría practica de las TICs (Tecnologías de la información y la comunicación).	Buscar información actualizada de los medios tecnológicos mediante el levantamiento de información.	Secundaria	Documentación	Cualitativo	7dias	Investigador

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de verificación				
			Fuentes de información	Método de recolección	Método de análisis	Frecuencia de recolección	Responsable
Actividades	(A.1.)Definir información alcanzable que generen expectativas en los consumidores.	Determinar temas alcanzables mediante utilización de fotografías llamativas visualmente.	Secundaria	Documentación	Cualitativo	5dias	Investigador
	(a.1.1.)Plasmar información e ideas que se va a alcanzar en la página web sobre la empresa.	Captar la atención de los clientes y usuarios de internet.	Secundaria	Documentación	Cualitativo	7dias	Investigador
	(A.2.)Diseñar una página que sea entendible y fácil de manejar.	Reconocer el tema principal para que sea investigado mediante tips de investigación.	Secundaria	Documentación	Cualitativo	1dia	Investigador
	(a.2.1.)Buscar innovación para implementar en la página web.	Recopilar ideas para la página web mediante bocetos de la estructura de la página.	Secundaria	Documentación	Cualitativo	5dias	Investigador
	(A.3.)Identificar el tema que va ser investigado.	Explorar las temáticas actuales de diseño de páginas web través de páginas innovadoras de diseño multimedia.	Secundaria	Documentación	Cualitativo	4dias	Investigador
	(a.3.1.)Determinar el tipo de información sobre los productos que ofrece la empresa.	Levantar una información actualizada a través de las metodologías de investigación.	Secundaria	Documentación	Cualitativo	2dias	Investigador

4.04.04 Supuestos

En la siguiente tabla evaluamos los factores de riesgo de las cuales pueda depender mi proyecto, y que esto pueda llevar a mi proyecto fracase en corto, mediano o largo plazo.

Tabla 7: Supuestos

Nivel	Resumen Narrativo	Supuestos	Factores de Riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
Finalidades	(F.1.)Interés de los Consumidores hacia nuestra marca.	Diferentes métodos de información de la marca.			X		
	(F.2.)Generar posicionamiento en la mente del consumidor.	Desinterés por parte de los consumidores.			X		
	(F.3.)Consumidores prefieren nuestra página web y nuestro producto.	Descuidos en actualizaciones de la página.	X		X		
Propósito	**(P.)**Diseñar y elaborar una página web para dar a conocer los productos y fortalecer la marca de una manera virtual e interactuar con el consumidor, para la empresa Grupo Textil Keiko, esto se dará a conocer en el sector de Quito.	Administrativos con poca apertura para promover la ejecución del proyecto en el ámbito tecnológico.	X		X		

Nivel	Resumen Narrativo	Supuestos	Factores de Riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
Componentes	(C.1.)Brindar información correcta sobre la empresa y sus productos.	Escasa información y de presupuesto para la elaboración de medios de comunicación.	X		X		
	(C.2.)Realizar información positiva y verídica de la empresa.	Manipulación de la información positiva de la empresa.			X		
	(C.3.)Crear elementos tecnológicos con información de las marcas y así obtener posicionamiento.	Rechazo de medios tecnológicos.			X		
	(C.4.)Diseñar un elemento comunicacional tecnológico para presentar los productos textiles.	Escaso material de productos para la presentación del proyecto.			X		
	(C.5.)Investigar e identificar procesos de utilidades tecnológicas.	Información de la utilidad de procesos tecnológicos de suma importancia.			X		
	(C.6.)Conocer la información y la teoría practica de las TICs (Tecnologías de la información y la comunicación).	Información de importancia y utilidad en los procesos tecnológicos prácticos.			X		

Nivel	Resumen Narrativo	Supuestos	Factores de Riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
Actividades	(A.1.)Definir información alcanzable que generen expectativas en los consumidores.	Pocos medios para buscar temas referentes al tema.			X		
	(a.1.1.)Plasmar información e ideas que se va a alcanzar en la página web sobre la empresa.	Ideas mal planteadas para agregar a la página web.			X		
	(A.2.)Diseñar una página que sea entendible y fácil de manejar.	Escaso recursos económicos que ayude a generar la página web.	X		X		
	(a.2.1.)Buscar innovación para implementar en la página web.	Insuficiente apoyo por parte de los administradores.	X		X		
	(A.3.)Identificar el tema que va ser investigado.	Muy pocos medios para buscar los temas referentes al proyecto.			X		
	(a.3.1.)Determinar el tipo de información sobre los productos que ofrece la empresa.	Información que brindan los colaboradores y administrativos de la empresa.			X		

4.04.05. Matriz de Marco Lógico (MML)

Aquí analizamos toda la información que ayuda al investigador tener una mejor comprensión y lograr cumplir el propósito general.

Tabla 8: Matriz de Marco Lógico

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de verificación	Supuestos
Fines	(F.1.)Interés de los Consumidores hacia nuestra marca.	Incrementar la buena información (90%).	Primaria Encuesta Cualitativo	Diferentes métodos de información de la marca.
	(F.2.)Generar posicionamiento en la mente del consumidor.	Aumento del interés hacia la, marca (75%).	Primaria Encuesta Cualitativo	Desinterés por parte de los consumidores.
	(F.3.)Consumidores prefieren nuestra página web y nuestro producto.	Incremento de productividad (65%).	Primaria Encuesta Cualitativo	Descuidos en actualizaciones de la página.
Propósito	**(P.)**Diseñar y elaborar una página web para dar a conocer los productos y fortalecer la marca de una manera virtual e interactuar con el consumidor, para la empresa Grupo Textil Keiko, esto se dará a conocer en el sector de Quito.	Elaborar una página web mediante técnicas y parámetros.	Primaria Observación Simple verificación	Administrativos con poca apertura para promover la ejecución del proyecto en el ámbito tecnológico.

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de verificación	Supuestos
Componentes	(C.1.)Brindar información correcta sobre la empresa y sus productos.	Aceptación de la información (80%).	Primaria Encuesta Cualitativo	Escasa información y de presupuesto para la elaboración de medios de comunicación.
	(C.2.)Realizar información positiva y verídica de la empresa.	Aceptación de información de la empresa (75%).	Primaria Encuesta Cualitativo	Manipulación de la información positiva de la empresa.
	(C.3.)Crear elementos tecnológicos con información de las marcas y así obtener posicionamiento.	Implementar el 95% de visitas en la página web de los ordenadores de cada uno de los usuarios de internet.	Primaria Encuesta Cualitativo	Información de la utilidad de procesos tecnológicos de suma importancia.
	(C.4.)Diseñar un elemento comunicacional tecnológico para presentar los productos textiles.	Elaborar elementos tecnológicos y sociales a través de tendencias actuales de diseño.	Secundario Documentación Cuantitativo	Escaso material de productos para la presentación del proyecto.
	(C.5.)Investigar e identificar procesos de utilidades tecnológicas.	Averiguar formas de comunicación para dar la información correcta de los productos.	Primario Documentación Cualitativo	Información de la utilidad de procesos tecnológicos de suma importancia.
	(C.6.)Conocer la información y la teoría practica de las TICs (Tecnologías de la información y la comunicación).	Buscar información actualizada de los medios tecnológicos mediante el levantamiento de información.	Secundario Documentación Cualitativo	Información de importancia y utilidad en los procesos tecnológicos prácticos.

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de verificación	Supuestos
Actividades	(A.1.)Definir información alcanzable que generen expectativas en los consumidores.	Determinar temas alcanzables mediante utilización de fotografías llamativas visualmente.	Secundario Documentación Cualitativo	Pocos medios para buscar temas referentes al tema.
	(a.1.1.)Plasmar información e ideas que se va a alcanzar en la página web sobre la empresa.	Captar la atención de los clientes y usuarios de internet.	Secundario Documentación Cualitativo	Ideas mal planteadas para agregar a la página web.
	(A.2.)Diseñar una página que sea entendible y fácil de manejar.	Reconocer el tema principal para que sea investigado mediante tips de investigación.	Secundario Documentación Cualitativo	Escaso recursos económicos que ayude a generar la página web.
	(a.2.1.)Buscar innovación para implementar en la página web.	Recopilar ideas para la página web mediante bocetos de la estructura de la página.	Secundario Documentación Cualitativo	Insuficiente apoyo por parte de los administradores.
	(A.3.)Identificar el tema que va ser investigado.	Explorar las temáticas actuales de diseño de páginas web través de páginas innovadoras de diseño multimedia.	Secundario Documentación Cualitativo	Muy pocos medios para buscar los temas referentes al proyecto.
	(a.3.1.)Determinar el tipo de información sobre los productos que ofrece la empresa.	Levantar una información actualizada a través de las metodologías de investigación.	Secundario Documentación Cualitativo	Información que brindan los colaboradores y administrativos de la empresa.

CAPÍTULO V

5. Propuesta

5.01. Antecedentes de la Herramienta y Perfil de la Propuesta

El Proyecto a continuación es de Isabel Bayon quien propuso hacer un proyecto de “Diseñar e implementar un sitio web corporativo de Administración web y comercio electrónico en entornos de software libre”. En este proyecto se utilizaron investigación y teorías sobre la tecnología, la comunicación digital y el manejo del internet y se observó algunas técnicas para obtener información para una investigación factible y metodológica. (Bayon, 2011, pág. 8)

La investigación de este proyecto es sobre que la fundación hace uso de las tecnologías para así poder tener potencial en sus actividades, poder alcanzar sus objetivos y para que sus usuarios y colaboradores puedan acceder desde la red a la página web sin ningún problema y puedan interactuar desde la misma.

El estudio realizado dejó resultados donde manifiesta que el proyecto se adapta a estrategias bien manejadas las cuales son creativas que fueron adaptables al proyecto final. Este proyecto se relaciona con la investigación en curso ya que plantea una página totalmente interactiva para que la comunicación sea fluida con los usuarios que entran a enviar sus sugerencias para una mejor atención del servicio.

El presente proyecto ofrece una página web totalmente diseñada desde cero ya que la empresa no cuanta con una página web que será aplicada para que los clientes y usuarios tengan conocimiento de la empresa, los productos que ofrece y puedan tener una comunicación con el cliente en relación al producto por medio de pedidos.

5.01.01. Marco Teórico

Diseño Gráfico

Diseño Gráfico es un medio que proyecta y organiza elementos de realización de objetos a transmitir comunicaciones visuales a través de medios de comunicación ya sea este impreso o digital, son mensajes que son dirigidos a grupos específicos llamado grupo objetivos.

El diseñador gráfico trabaja en la presentación visual de un mensaje, debe tener una sensibilidad en transmitir en el mensaje ya sea esta en formas y variedad de contenido para acceder a los sentidos del grupo objetivo al que está dirigido el mensaje. (Venedia, 2016,s.p)

5.01.01.01. Usabilidad

La usabilidad es la factibilidad y experiencia del usuario al interactuar con una página web o sistema de comunicación multimedia obteniendo mayor eficiencia y satisfacción en el uso del sitio web, disminuyendo los altos gastos en atención al cliente. La usabilidad de sitios web o en otro medio digital debería ser incorporada en cualquier proyecto ya que en la actualidad los usuarios

interactúan con cualquier sistema multimedia. (Benito, 2013,s.p)

5.01.01.02. Tipografía

La tipografía ha sido usada desde la antigüedad hasta el día de hoy, es una herramienta muy importante al transmitir un mensaje tipográfico ya que cada tipografía transmite emociones y experiencia al transferir el mensaje al grupo objetivo. Esta es usada en la mayoría de medios de comunicación ya que esta produce sensaciones con ayuda de otro complemento que la rodee, en el presente proyecto se usará tipografías que emitan sensaciones al usuario.

5.01.01.03. Color (Teoría del color, psicología del color).

El color es una sensación producida en respuesta a la estimulación del ojo ya que produce luminosidad al verlo. Cada color puede producir o transmitir varios efectos distintos al ser observado por los usuarios o personas a la que está dirigido el mensaje, este transmite la sensación y experiencia al observador ya que los colores si son bien usados el mensaje llegará con facilidad al grupo objetivo, si este no es bien usado provocará el efecto contrario En el proyecto se usará colores corporativos pertenecientes al logotipo de la empresa. (Delgado, 2016,s.p)

5.01.01.04. Composición

La composición es la estructura física de una página, es la forma de diagramación de colocar los elementos que la componen en su lugar para que de una forma de página web, hay variación de estilos de páginas pero muy pocas son las que funcionan para dar un buen mensaje y son usadas por muchas empresas o usuarios que quieren brindar su servicio o productos. (Suez, 2013)

5.01.01.05. Estilos

Hay gran variación de plantillas de páginas de comunicación web como contenidos que sea para ingresar datos, tipo de entretenimiento o empresarial en esta podemos conocer lo que son páginas estáticas, animadas, dinámicas entre otras en el caso del proyecto a ser ejecutado será una página de sitio empresarial ya que contendrá información de los productos que se ofrece. (Icesi, 2009,s.p)

5.01.01.06. Tendencias

Las tendencias tecnológicas son aquellas que sirven para los desarrolladores de web, la tendencia que hoy en día ofrece la tecnología es el diseño en alta definición, en estas encontramos lo que son las pantallas HD que están en el mercado ofreciendo una imagen de gran resolución para lo cual en el diseño web actualmente se está usando gran cantidad de imágenes que cubren la pantalla completa. (Maria, 2016,s.p)

5.01.01.07. Estándares de calidad

Varias técnicas e ideas fáciles para mejorar la calidad de un producto o servicio que la empresa este ofreciendo por página web, estas son accesible y fácil de usar, esto hace que las estructuras puedan evolucionar en la web para que la información que contiene sea mejor organizada. (Ctic, 2017,s.p)

5.01.01.08. Software a utilizar

Adobe Photoshop

Photoshop es un programa que sirve para manipular fotos, imágenes, pinturas entre otras, Esta herramienta en la actualidad es utilizada por diseñadores gráficos y diseñadores web para desarrollar plantillas para páginas web.

Adobe Ilustrador

Es un programa que principalmente está destinada a la creación artística de ilustraciones y dibujos, esta también sirve para composiciones de medios impresos que llevan información o mensaje a un determinado grupo objetivo.

Adobe Muse

Muse es un programa basado en la creación de páginas web, es fácil de manejar. En la actualidad es un programa muy usado por diseñadores para la creación de páginas web con su propio estilo y contenido para exponer la información de producto o servicio que ofrece la empresa.

5.01.01.09. Licencias de uso

Esto es el límite de uso de contenido web como fotografías, dibujos, música, videos etc. Ya que cualquier contendió referente a esos casos ya sea bajado de internet puede tener propietario y pone su límite de uso, debido a eso una página web debe ser creada con propias fotografías, ilustraciones, etc.; para no tener este tipo de inconvenientes. (Paniagua, 2008,s.p)

5.02. Descripción de la Herramienta

5.02.01. Metodología (Materiales y Métodos)

Se planifico durante un día con el gerente de la empresa hacer preguntas básicas sobre el tema de ropa deportiva y marca, se realizó en base a lo que el cliente conoce sobre ropa deportiva y marca y así proyectar para que los clientes tengan un mayor conocimiento de la marca por medio de páginas web.

Se realizó una encuesta controlando la tabulación de cada una de las preguntas, la encuesta se la realizo a un porcentaje de población (tamaño de la muestra 382) de la Mitad del Mundo ya que es el lugar donde se encuentra la empresa.

Se realizó una pequeña prueba piloto para que la gente vaya conociendo la empresa, se le indicó a las personas que se les aplicó la encuesta que siguieran a la empresa en la fanpage de Facebook, se utilizó una encuesta a un número de personas para saber el conocimiento sobre la empresa y marca.

5.02.02.01. Encuesta

Este proceso de investigación permite obtener respuestas de una manera rápida, la información obtenida es basada en investigaciones anteriores y así plantear una encuesta a la población de la Mitad del Mundo para así obtener información eficiente y realizar la tabulación teniendo el resultado final en el presente proyecto.

5.02.02.01.01. Modelo de encuesta

Encuesta

1.- ¿Se considera una persona deportista?

SI NO

2.- ¿Es usted una persona que compra ropa deportiva?

SI NO

3.- ¿Tiene conocimiento de alguna marca de ropa deportiva?

SI NO

4.- ¿Tiene conocimiento sobre marcas de ropa deportiva que sean ecuatorianas?

SI NO

5.- ¿Considera usted que las marcas deportivas extranjeras son más conocidas que las marcas nacionales?

SI NO

6.- ¿Usted ha comprado ropa deportiva de marca ecuatoriana?

SI NO

7.- ¿Realiza compras de ropa deportiva por internet, páginas web o vía online?

SI NO

8.- ¿Le gustaría conocer una marca ecuatoriana de ropa deportiva que llegue a ser conocida localmente?

SI NO

9.- ¿A usted le gustaría saber de marcas deportivas ecuatorianas por medio de páginas web o vía online?

SI NO

10.- ¿Conoce la marca de ropa deportiva Nauder?

SI NO

5.02.02.01.02. Tabulación de encuestas

1.- ¿Se considera una persona deportiva?

Tabla 9: Pregunta uno

Variable	Respuesta	Porcentaje%
Si	23	42%
No	32	58%
Total	55	100

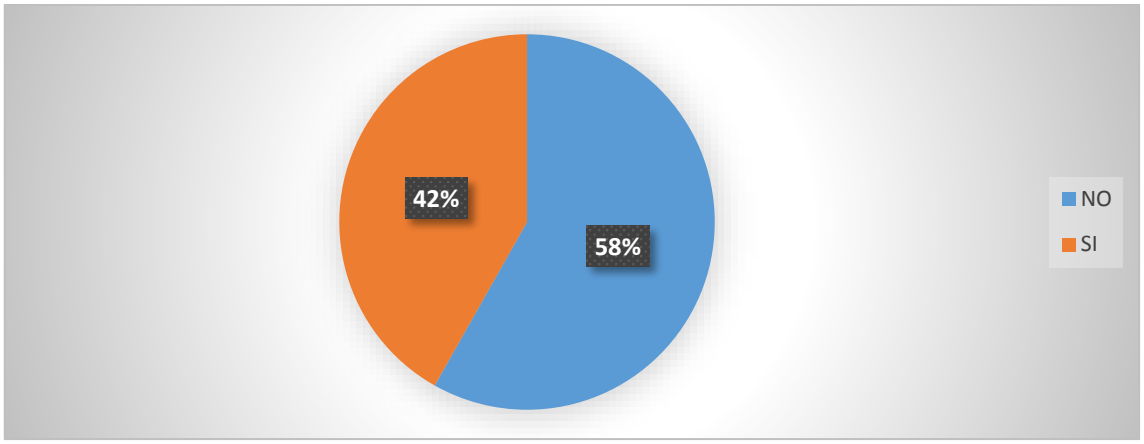


Figura 7: Se considera una persona deportiva.
Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018

Análisis:

El resultado del análisis a realizarse indican que de acuerdo al porcentaje obtenido que el total de encuestados, el 58% no se consideran personas que gustan del deporte, mientras un 42% si se consideran personas deportivas. La información ayuda a que en el lugar donde se realizó la encuesta necesita una empresa de ropa deportiva innovadora y así animar a la gente opte por el deporte.

2.- ¿Es usted una persona que compra ropa deportiva?

Tabla 10: Pregunta dos

Variable	Respuesta	Porcentaje%
Si	25	45%
No	30	55%
Total	55	100

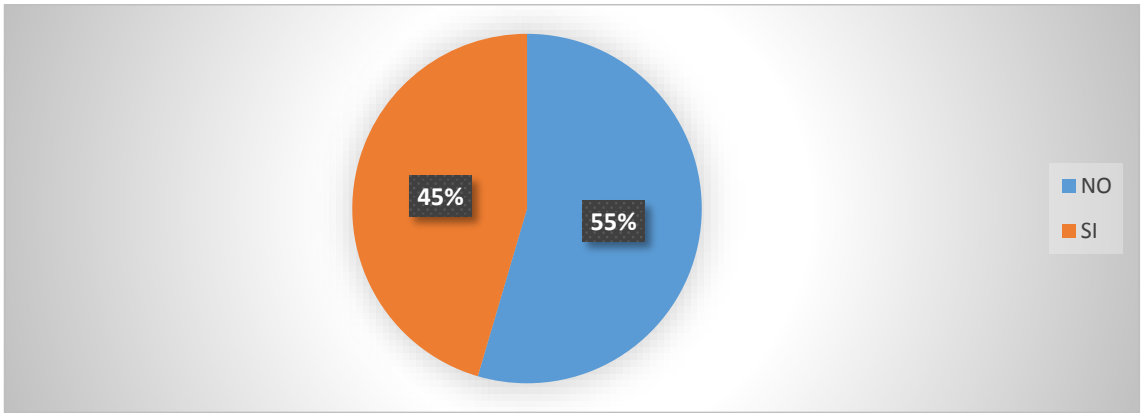


Figura 8: Es usted una persona que compra ropa deportiva.
Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018

Análisis:

Los resultados indican que el 55% respondieron que no son personas que tienen tendencia a comprar ropa deportiva mientras que el 45% dijeron que sí. Por lo tanto la mayoría de encuestados son personas que no compran ropa deportiva. La información sugiere que una empresa y tienda física es necesaria en el sector así los clientes tengan un lugar más cercano donde hacer sus compras de prendas deportivas.

3.- ¿Tiene conocimiento de alguna marca deportiva?

Tabla 11: Pregunta tres

Variable	Respuesta	Porcentaje%
Si	47	85%
No	8	15%
Total	55	100

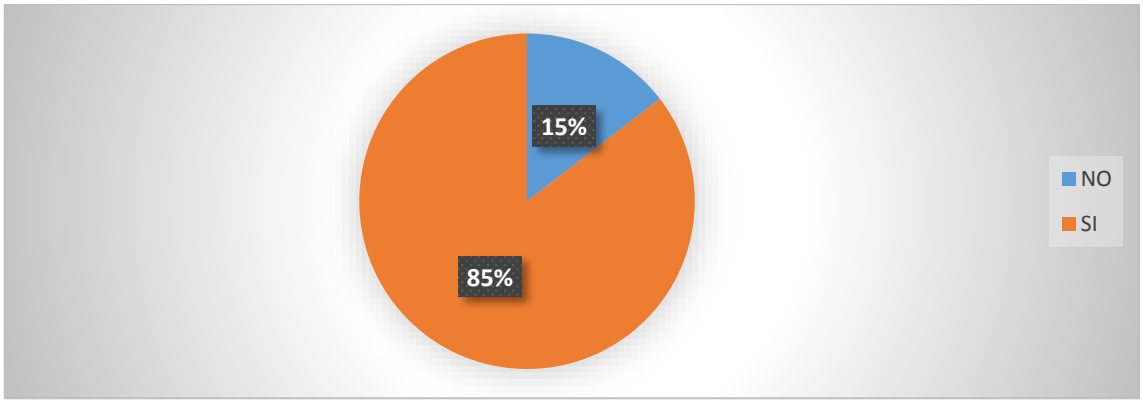


Figura 9: Tiene conocimiento de alguna marca deportiva.
Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018

Análisis:

El análisis a realizarse indican los siguientes resultados donde, el 85% respondieron que si tienen conocimiento de alguna marca deportiva, mientras que el 15% respondieron que no. Por lo tanto la mayoría de encuestados si tienen conocimiento sobre algunas marcas. El resultado de esta pregunta indica que brindar una información correcta de la marca las personas reconocerán la marca de inmediato.

4.- ¿Tiene conocimiento sobre marcas de ropa deportiva que sean ecuatorianas?

Tabla 12: Pregunta cuatro

Variable	Respuesta	Porcentaje%
Si	11	20%
No	44	80%
Total	55	100

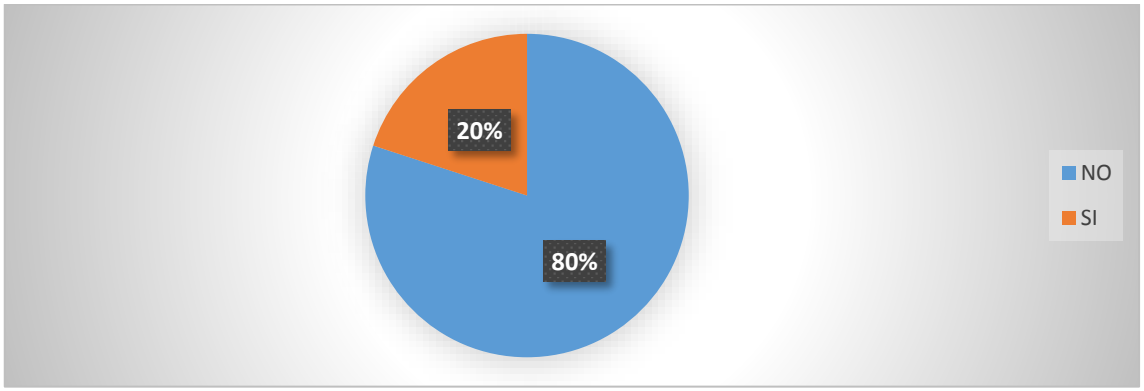


Figura 10: Tiene conocimiento sobre marcas de ropa deportiva que sean ecuatorianas. Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018

Análisis:

Los resultados indican que, el 80% respondieron que no tiene conocimientos sobre marcas de ropa deportiva que sean ecuatorianas mientras que el 20% si tienen conocimientos. Por lo tanto la mayoría de encuestados no tienen información de marca ecuatorianas. La encuesta sugiere que hacer publicidad masiva de la marca por diferentes medios de comunicación tendrá mayor reconocimiento.

5.- ¿Considera usted que las marcas deportivas extranjeras son más conocidas que las marcas nacionales?

Tabla 13: Pregunta cinco

Variable	Respuesta	Porcentaje%
Si	53	96%
No	2	4%
Total	55	100

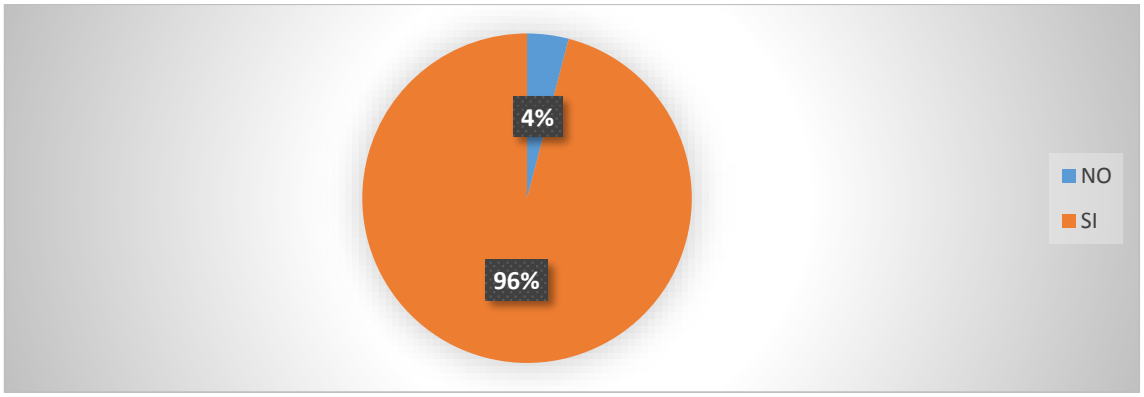


Figura 11: Considera usted que las marcas deportivas extranjeras son más conocidas que las marcas nacionales.
Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018

Análisis:

El análisis indican los siguientes resultados donde, el 96% respondieron que si consideran que las marcas deportivas extranjeras son más conocidas que las marcas deportivas nacionales mientras que el 4% no opina lo mismo. Por lo tanto la mayoría dice que si hay marcas más conocidas. Los resultados indican que un producto innovador con calidad y un buen manejo de la marca pueden llegar a ser reconocida como las marcas extranjeras.

6.- ¿Usted ha comprado ropa deportiva de marca ecuatoriana?

Tabla 14: Pregunta seis

Variable	Respuesta	Porcentaje%
Si	20	36%
No	35	64%
Total	55	100

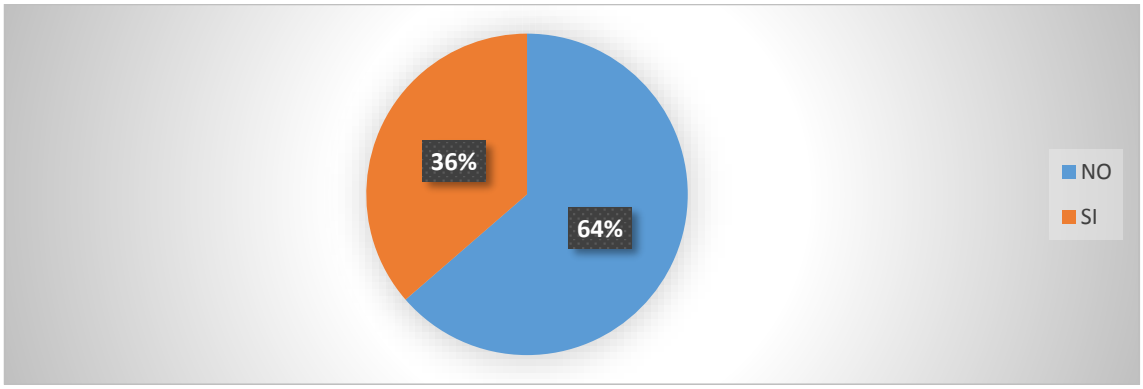


Figura 12: Usted ha comprado ropa deportiva de marca ecuatoriana.
Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018

Análisis:

Los resultados indican que, el 64% no han comprado ropa deportiva de marca ecuatoriana mientras que el 36% dicen sí. Por lo tanto la mayoría de encuestados respondieron que no. La información adquirida ayuda a que la empresa brinde información del sector donde se encuentra ya que la mayoría no tiene conocimiento de la marca y el producto que ofrece.

7.- ¿Realiza compras de ropa deportiva por internet, página web o vía online?

Tabla 15: Pregunta siete

Variable	Respuesta	Porcentaje%
Si	12	22%
No	43	78%
Total	55	100

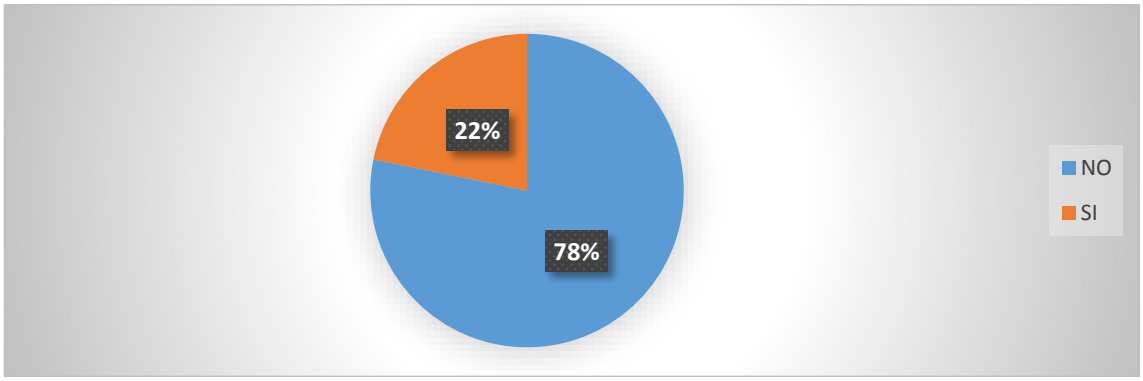


Figura 13: Realiza compras de ropa deportiva por internet, página web o vía online. Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018

Análisis:

El análisis indica que, el 78% respondieron que no han realizado compras de ropa deportiva por internet, página web o vía online mientras que el 22% dijeron que sí. Por lo tanto la mayoría de encuestados respondieron que no. Los resultados indican que vender productos por medios digitales no es muy confiables por información distorsionada, esto indica que se debe dar una información eficaz de los productos.

8.- ¿Le gustaría conocer una marca ecuatoriana de ropa deportiva que llegue a ser conocida localmente?

Tabla 16: Pregunta ocho

Variable	Respuesta	Porcentaje%
Si	50	91%
No	5	9%
Total	55	100

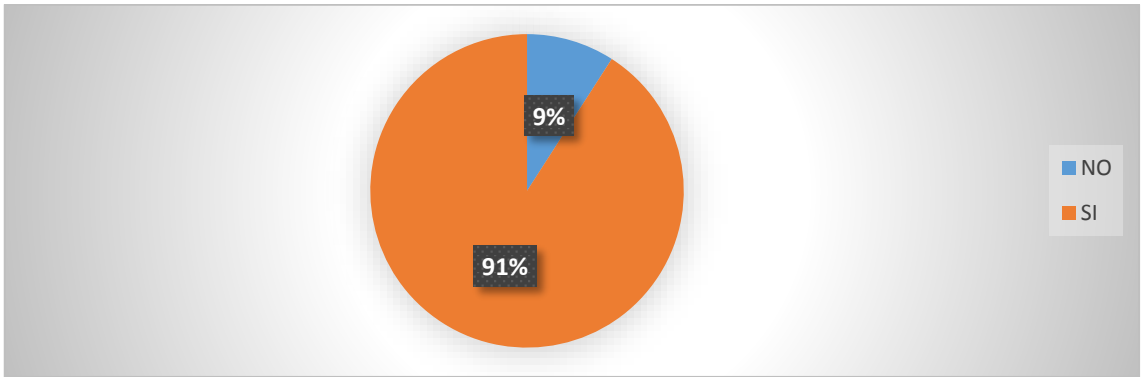


Figura 14: Le gustaría conocer una marca ecuatoriana de ropa deportiva que llegue a ser conocida localmente.
Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018

Análisis:

Los resultados obtenidos indican que, el 91% respondieron que si les gustaría conocer una marca ecuatoriana de ropa deportiva que llegue a ser conocida localmente mientras que el 9% no les gustaría. Por lo tanto la mayoría de encuestados si desean conocer una marca ecuatoriana. El análisis indica que un buen manejo de imagen e información en el sector donde se encuentra ubicada empresa ayuda a la marca sea conocida por las personas.

9.- ¿A usted le gustaría saber de marcas deportivas ecuatorianas por medio de páginas web o vía online?

Tabla 17: Pregunta nueve

Variable	Respuesta	Porcentaje%
Si	46	84%
No	9	16%
Total	55	100

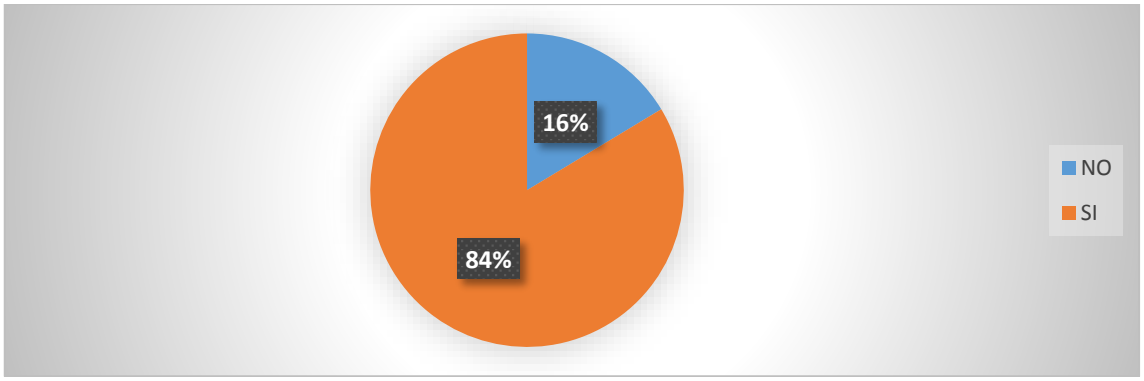


Figura 15: A usted le gustaría saber de marcas deportivas ecuatorianas por medio de páginas web o vía online.
Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018

Análisis:

El análisis obtenido indica que, el 84% si les gustaría saber de marcas deportivas ecuatorianas por medio de páginas web o vía online mientras que el 16% no les gustaría saber. Por lo tanto la mayoría de encuestados si quieren conocer marcas por medio digital. Los resultados indican que realizar la página web para la empresa con información de sus marcas y productos que ofrece tendrá un resultado positivo en el sector donde se encuentra ubicada.

10.- ¿Conoce la marca de ropa deportiva Nauder?

Tabla 16: Pregunta diez

Variable	Respuesta	Porcentaje%
Si	19	33%
No	36	67%
Total	55	100

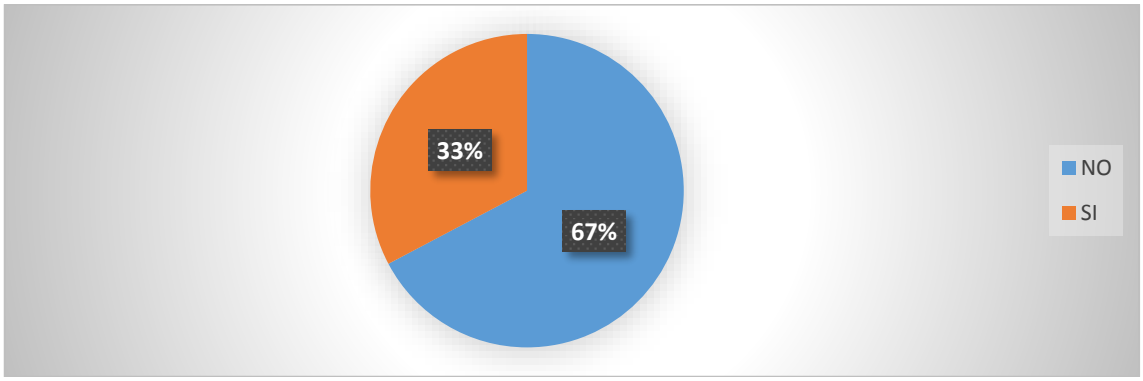


Figura 16: Conoce la marca de ropa deportiva Nauder.
Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018

Análisis:

Los resultados indican que, el 67% no conocen la marca de ropa deportiva Nauder mientras que el 33% si conocen la marca. Por lo tanto la mayoría de encuestados no tienen conocimiento de la marca. El análisis da como resultado que realizar la página web y marketing 360° en medios de comunicación digital e impresos ayudará a la marca posicionarse en la mente del consumidor.

Formulación del Proceso de Aplicación

Planificación

Propósito

La Empresa Grupo Textil Keiko sea una empresa reconocida a nivel local y a largo plazo a nivel nacional e internacional, así como su marca Nauder se posicione tanto en el mercado como en la mente del consumidor y así obtener ingresos y generar empleos.

Usuario

La página Web se encuentra orientada hacia personas mayores de 18 años, futuros consumidores y a los clientes de la empresa quienes son los principales consumidores para que hagan el uso apropiado de manera efectiva de la página.

Desarrollo

Contenido

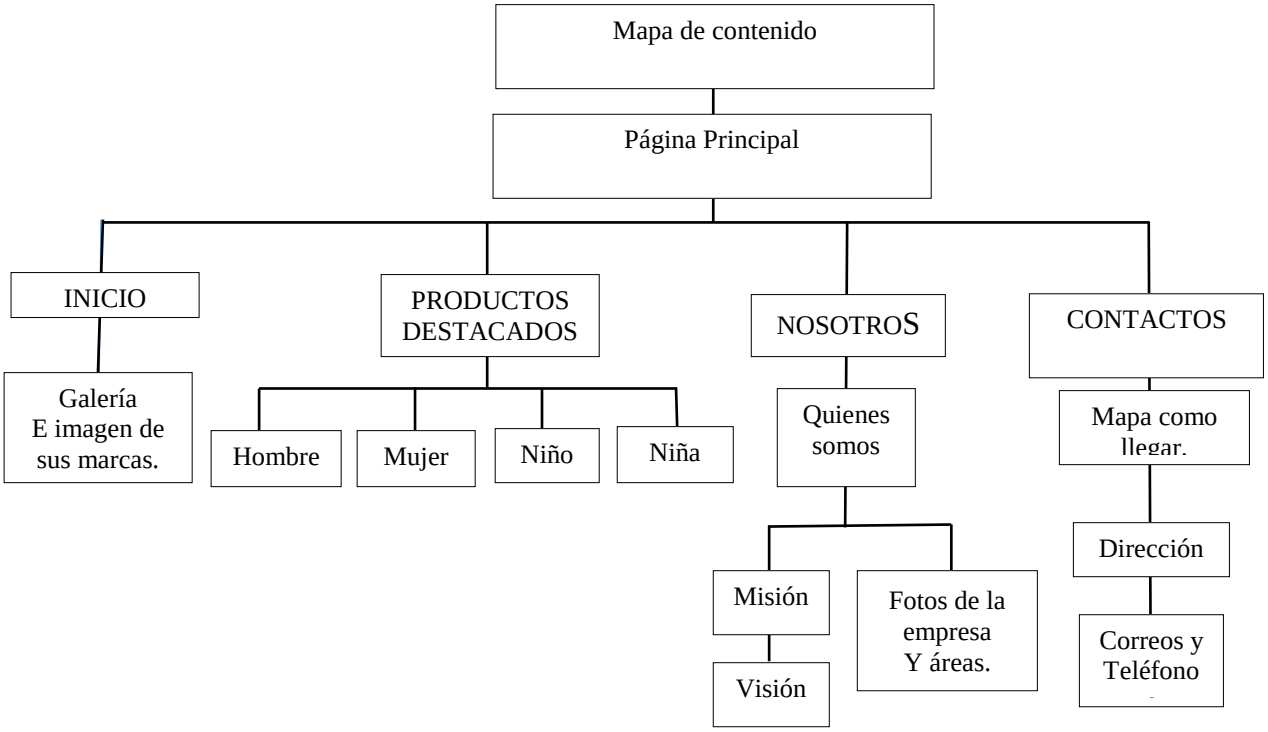
La página web se desarrollará mediante la información que la empresa nos proporcionará para que se ejecute la página web. Tendremos la información de las marcas que conforman la empresa, quienes son Grupo Textil Keiko y quienes la conforman.

Se detallará la información de los productos con sus respectivas fotografías, tendrá un mapa para poder localizar la empresa y sus números telefónicos para que puedan comunicarse y hacer compra bajo pedido o pedir información. Para

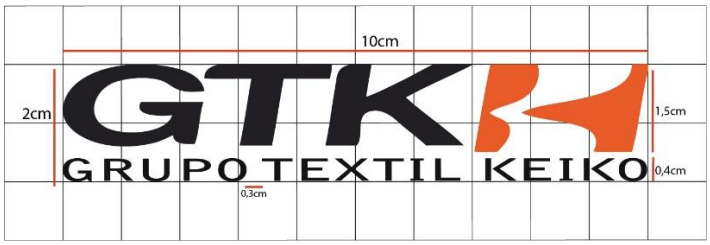
que la página sea ejecutada en la red tendrá que hacer el uso de un Hosting y un Domino.

Mapa de Contenido

En este mapa vemos el contenido de la página web que será elaborada y de gran ayuda para la empresa Grupo Textil Keiko



5.03.03. Diseño Imagen Corporativa



5.03.03. Colores del logotipo

En el logotipo se utiliza dos colores que son: color negro que indica elegancia y seriedad después tenemos su isologo de color naranja este resalta vitalidad es innovación, modernidad y atrae ya que es un color optimista.

Colores de la página web

En la página web usaremos los colores corporativos de la empresa que serán: Color naranja.- ya que es un color optimista emite vitalidad, modernidad y resalta entre los grises.

Color negro.- lo utilizaremos en la tipografía para que resalte y sea visible y elegante.

Color plomo o gris claro.- ya que es un color conservador y serio también nos servirá para contrastar.

	C: 0	R: 241		C: 24,67	R: 200		C: 84	R: 0
	M: 83	G: 90		M: 19	G: 200		M: 83	G: 0
	Y: 83,52	B: 36		Y: 20	B: 200		Y: 73	B: 0
	K: 0			K: 0			K: 80	
	Hex: #F15A24			Hex: #C8C8C8			Hex: #000000	
	Pantone: 171 C			Pantone: 420 C				

5.03.04. Tipografía del logotipo

En este caso usamos una tipografía Bell Gothic Std la cual le da estilo fuerza estabilidad y seriedad.

Tipografía de página web

En el caso de la página web utilizaremos una tipografía palo seco en todo su diagramación es una tipografía limpia estable, es adecuada para la lectura, a continuación las tipografías a ser usadas.

Maven Pro

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

. , ; : @ ” ´ ! / ? < > % * ( ) & $

Roboto

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

. , ; : @ " ´ ! / ? < > % * ( ) & $

Eurostile Negrita

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

. , ; : @ " ! / ? < > % * { } & $

5.03.05. Botones

Estos serán los botones a utilizar para navegar por la página web.

Botón de inicio.- La página cuenta con dos botones de "inicio" este servirá para que el usuario pueda acceder de dos maneras sencillas a la página principal uno de ellos tiene el logotipo de la empresa y el otro se puede leer la palabra inicio cambiará de color cuando se encuentre activado.



Botón de Productos.- En este botón se puede leer la palabra "productos" cambiará de color cuando se encuentre activado, este servirá para que el usuario pueda acceder de manera rápida a la página de productos donde se puede visualizar las 4 categorías con una descripción de cada una.



Botónes Prendas Hombre, Mujer, Niño y Niña.- Estos se encuentran dentro de la página de productos debajo de cada imagen y descripción, servirá para que el usuario acceda a la página de los productos que desee visualizar. Puede ser de hombre, mujer, niño o niña, cuando de clic se puede ver las prendas de vestir, el botón cambiará de color cuando el mouse pase por encima del botón.



Botón de Nosotros.- Se puede acceder de manera rápida dando un clic en el botón donde se puede leer “nosotros” cambiará de color cuando se encuentre activado., dentro de la página se encuentra una pequeña reseña histórica de la empresa, a lo que se dedica y fotos de las actividades que realizan.



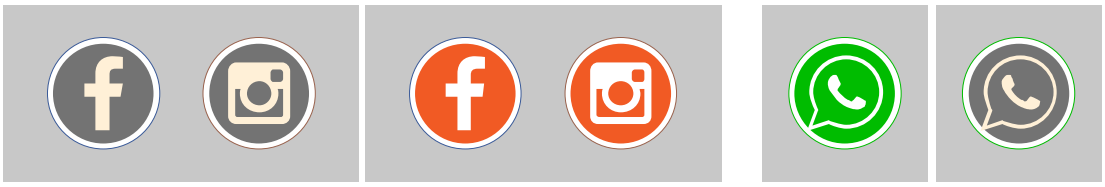
Botón de Contáctos.- Se pueda acceder de manera rápida a la página dando clic en el botón donde se puede leer “contactos” cambiará de color cuando se encuentre activado, aquí se encuentra la información de la empresa, cuenta con un mapa para que puedan llegar a la localización la empresa, con números telefónicos y correo para que se puedan comunicar.



Botón de Suscríbete.- En este botón se puede leer la palabra “suscríbete” sirve para que el usuario o cliente que este visitando el sitio web al dar clic pueda suscribirse al sito para recibir información actualizada, cambiará color cuando el mouse se ponga encima del botón.



Botónes de Resdes Sociales.- En estos botones se puede visualizar un ícono de redes sociales cambiarán de color cuando se encuentre en puntero del mouse encima, estos servirán para que el usuario que visite el sitio web pueda acceder de forma inmediata a las redes sociales de la empresa.



Botón de Productos Destacados.- En este botón se puede leer las palabras “productos destacados” este se encuentra en la página de las prendas lo que hace este botón es que el usuario pueda acceder de forma rápida a la página donde se encuentran las 4 categorías, el boton cambiaran de color cuando el puntero del mouse encima.



Botón de Hombre, Mujer, Niña y Niño.- En estos botones se puede leer las palabras “hombre, mujer, niña y niño” se los agrego para que cuando sé de clic en cualquiera de los botones ingrese a los productos de la categoría que escoja estos funcionan individual.



Botónes de barra de menus de las marcas.- Estos botones contienen los logotipos de las marcas que conforman la empresa estos funcionan individual, se lo agrego para que de una forma rápida e inmediata al hacer clic en cualquiera de las marcas se dirija a lo productos que desee mirar.



5.03.06. Retícula e Ilustración

Aquí se observara la ilustración de la página, se utilizó la retícula jerárquica ya que es una de las retículas utilizadas para páginas web y nos ayuda a separar imágenes, textos, títulos y subtítulos en una página:

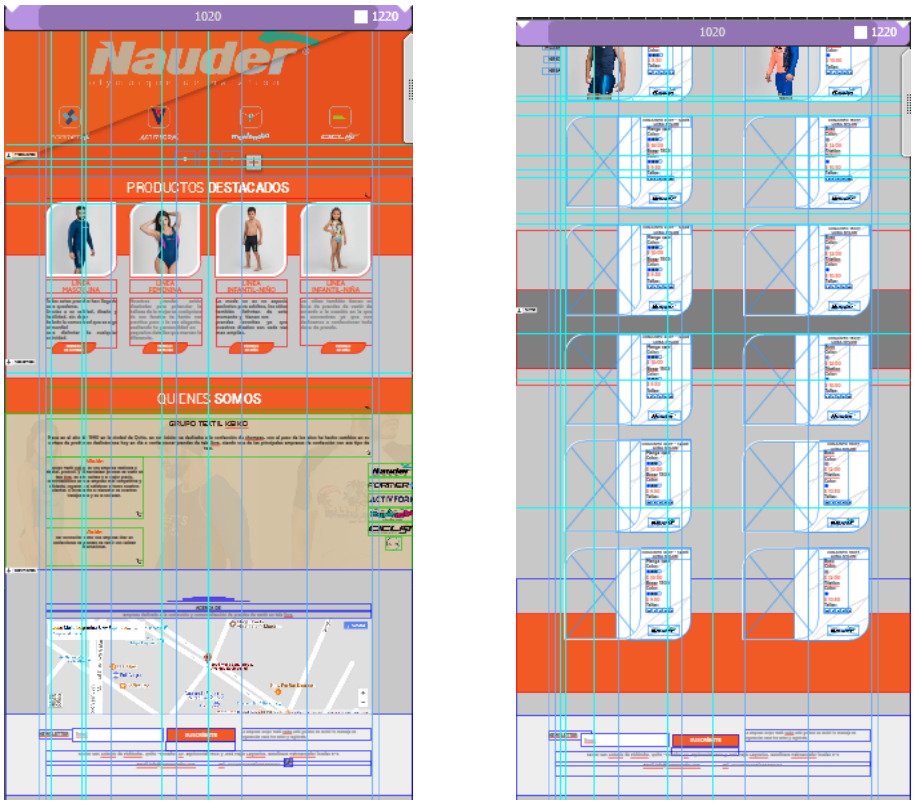


Figura 17: Retícula e Ilustración.
Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018

5.03.07. Producción e Ilustración

En esta parte se visualizará como quedaría la página completa:

Inicio

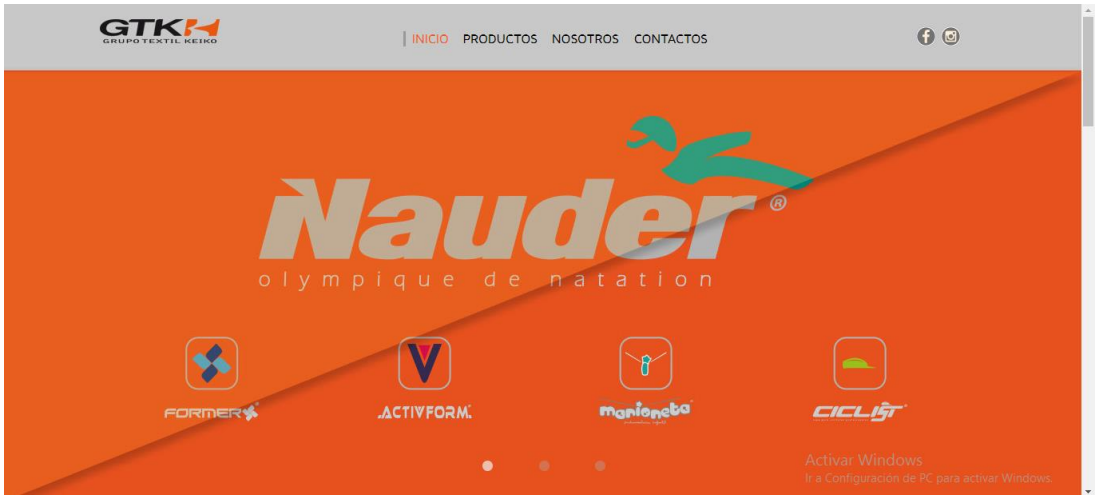


Figura 18: Inicio.
Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018

Productos



Figura 19: Productos.
Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018

Nosotros



Figura 20: Nosotros.
Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018

Contáctos

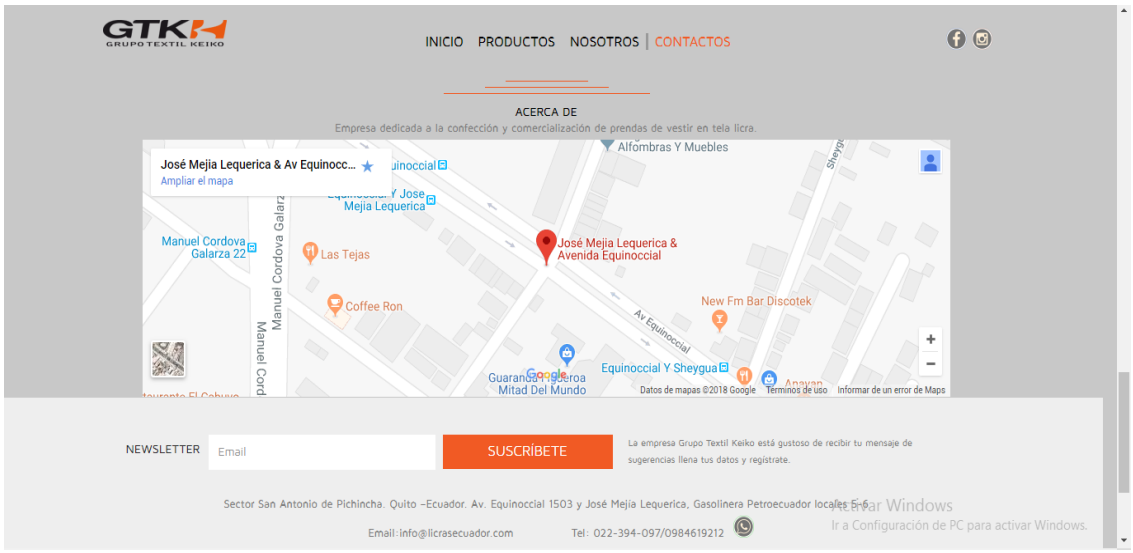


Figura 21: Contáctos.
Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018

Productos de Hombre

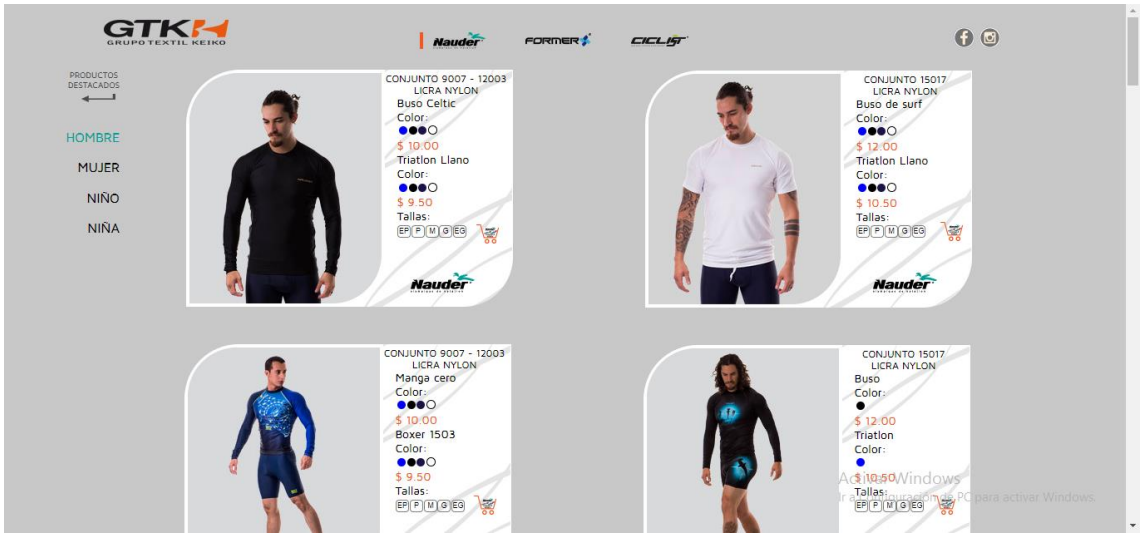


Figura 22: Productos de Hombre.
Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018

Productos de Mujer

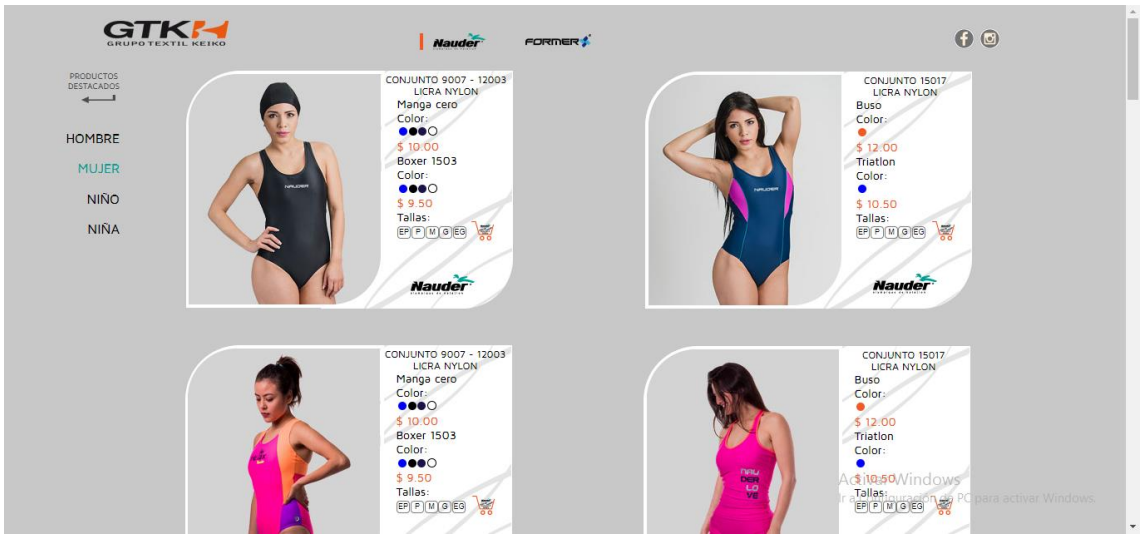


Figura 23: Productos de Mujer.
Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018

Productos de Niño



Figura 24: Productos de Niño.
Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018

Productos de Niña

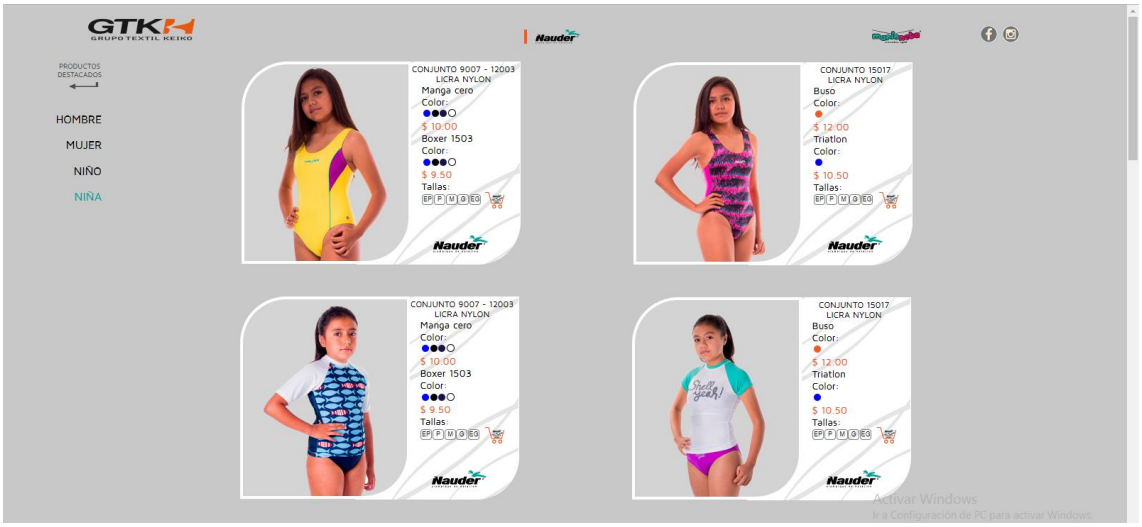


Figura 25: Productos de Niña.
Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018

5.03.08. Navegación

La navegación la página web es diseñada para que los usuarios puedan navegar con gran facilidad encontramos una página de inicio donde encontramos una galería de imágenes de productos y marcas que conforman Grupo Textil Keiko, podemos visualizar lo que son las 4 categorías que ofrece la empresa, tenemos lo que es información a que se dedica la empresa y por ultimo tenemos lo que son contactos para que se puedan comunicar, se podrá acceder a la fanpage de Facebook e Intagram donde encontraremos post de las prendas.

Facebook

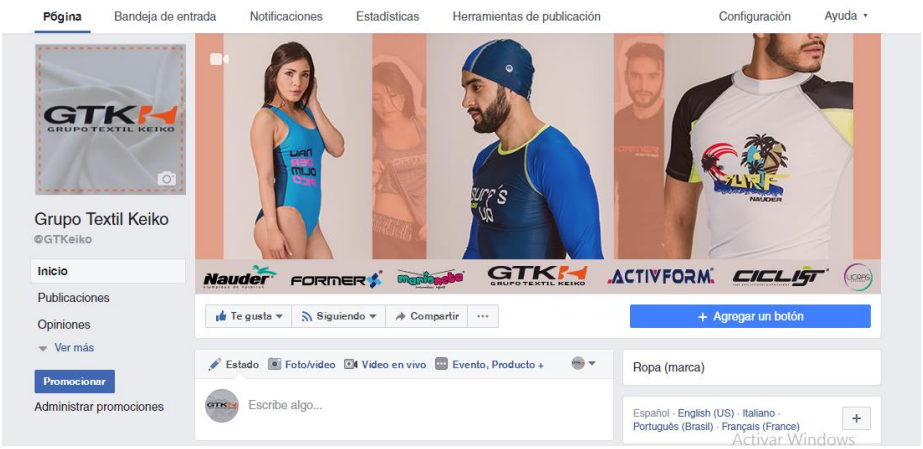


Figura 26: Facebook.
Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018

Instagram



Figura 27: Instagram.
Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018

5.03.09. Imágenes



Figura 28: Bvc hombre.
Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018



Figura 29: Camiseta hombre.
Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018



Figura 30: conjunto bubba blue.
Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018



Figura 31: conjunto marty hombre.
Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018



Figura 32: boxer com redondo hombre.
Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018



Figura 33: bóxer llano hombre.
Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018

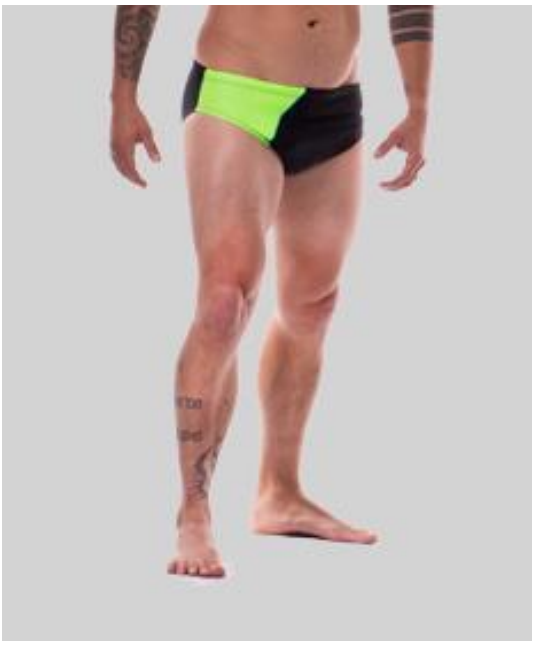


Figura 34: bikini hombre.
Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018



Figura 35: triatlón llano hombre.
Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018



Figura 36: conjunto paradise hombre.
Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018



Figura 37: conjunto paradise hombre.
Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018



Figura 38: conjunto only hombre.
Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018



Figura 39: conjunto be strong hombre.
Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018



Figura 40: conjunto performance hombre.
Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018



Figura 41: conjunto be strong sudadera hombre.
Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018



Figura 42: conjunto sporfener hombre.
Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018



Figura 43: conjunto performance tubo hombre.
Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018



Figura 44: conjunto persie hombre.
Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018

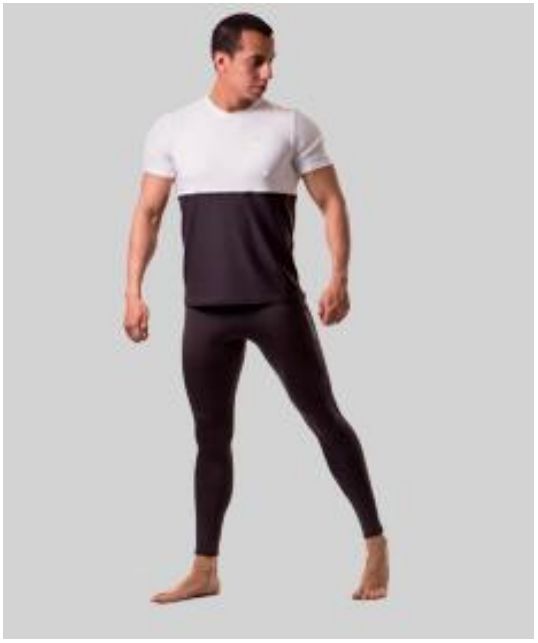


Figura 45: conjunto persie01hombre.
Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018



Figura 46: conjunto adeus boxer hombre.
Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018



Figura 47: conjunto adeus bermuda hombre.
Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018



Figura 48: conjunto racing hombre.
Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018



Figura 49: buzo surf logan hombre
Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018



Figura 50: conjunto ciclistore hombre.
Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018



Figura 51: conjunto ciclistore hombre.
Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018



Figura 52: olímpico llano mujer.
Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018



Figura 53: olímpico vivo mujer.
Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018



Figura 54: olímpico cora mujer.
Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018



Figura 55: tb valina mujer.
Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018



Figura 56: tb.entero botanic flowers.

Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018



Figura 57: tb.entero botanic flowers01.

Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018



Figura 58: tb. 2pzas botanic davy.

Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018

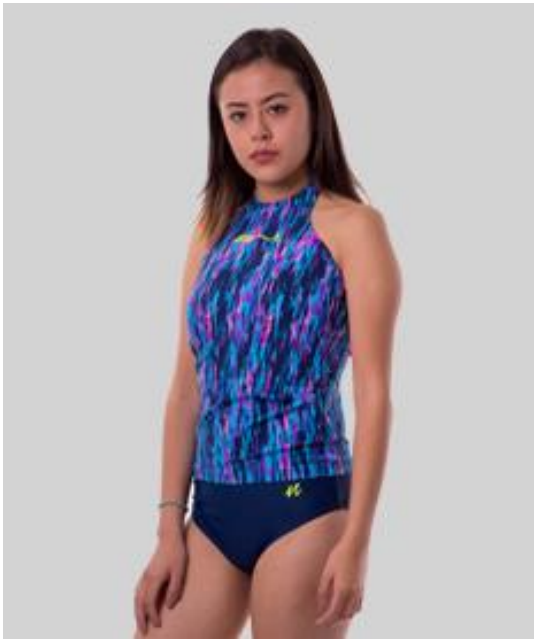


Figura 59: tb 2p yustina.

Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018



Figura 60: señorero.

Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018

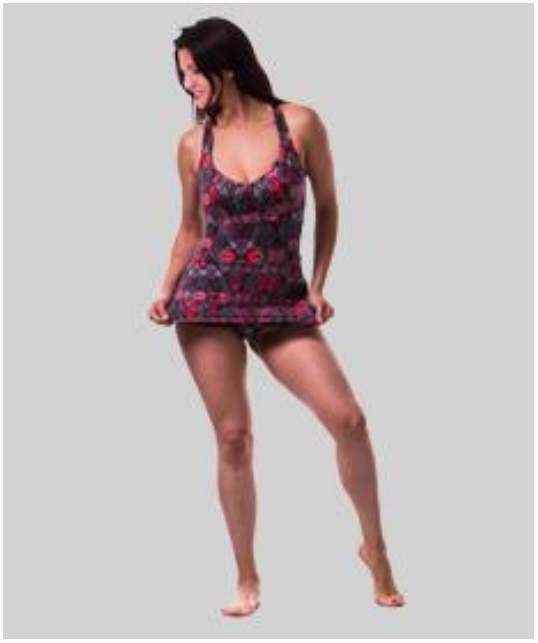


Figura 61: señorero print.

Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018



Figura 62: topin.

Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018



Figura 63: tb. Entero mommy.

Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018



Figura 64: conjunto botanic celets.

Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018



Figura 65: conjunto beyon blue.

Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018



Figura 66: conjunto perfecute.

Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018



Figura 67: conjunto perfecute.01

Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018



Figura 68: conjunto sport davi.

Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018



Figura 69: camiseta y tubo auraly..

Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018



Figura 70: pescador 1004.

Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018



Figura 71: buzo básico.

Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018



Figura 72: conjunto surf garú niño.

Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018



Figura 73: buzo walle niño.

Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018



Figura 74: conjunto duster niño.

Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018



Figura 75: conjunto valleta blue niño.

Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018



Figura 76: conjunto Spencer niño.
Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018



Figura 77: conjunto rayon blue niño.
Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018



Figura 78: buzo y bóxer lifan niño.
Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018



Figura 79: buzo básico y triatlón niño.
Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018



Figura 80: gorro y bóxer adidas niño.
Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018



Figura 81: conjunto ocean niño.
Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018



Figura 82: triatlón llano niño.
Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018



Figura 83: bikini niño.
Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018



Figura 84: olímpico vivo niña.
Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018



Figura 85: olímpico print niña.
Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018



Figura 86: conjunto venice niña.
Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018



Figura 87: conjunto surf morelia niña.
Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018



Figura 88: conjunto surf araona blue niña.
Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018



Figura 89: conjunto surf anessa blue niña.
Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018



Figura 90: conjunto matista niña.
Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018



Figura 91: conjunto ballen
Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018

5.03.010. Artes

Afiche



Figura 92: afiche.

Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018

Facebook



Figura 93: anuncio facebook.

Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018

Roll Up



Figura 94: roll up.

Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018

Instagram



Figura 95: instagram.

Elaborado por: "Empresa Grupo Textil Keiko", 2018

5.03.06. Marketing y Difusión

Se desarrollará y fomentara un plan de marketing 360° en el local promocionando la página web mediante publicidad con promociones en medios impresos como para la fanpage en Facebook, se diseñara un roll up para promocionar el producto y se entregara P.O.P de esta manera se impulsara de manera indirecta al reconocimiento de una marca y de la página web.

Google Analytics

Está herramienta se utilizara para observar cual es el rating de la página web al ser exhibida en la red e informarnos si está en un buen posicionamiento tanto la página, marca y productos, con esta plataforma se podrá mantener la empresa en los primeros puestos de la comunicación digital.

Estrategia De Marketig

Beneficio Emocional: Comodidad y Moda

Mensaje Básico: Siéntete ligero al hacer deporte.

Tono: Indiferente

Estilo: Semiformal

Insigth: Ligero en todo deporte.

Eje de Campaña: Tu estilo encaja con tu deporte favorito.

Slogan: Indumentaria al alcance de tus manos

Publicidad 360°

Foda

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
• Calidad de producto • Recursos tecnológicos • Posibilidad de invertir en publicidad • Tienda física • Ubicación geográfica • Puntualidad	• Entrar en nuevos mercados • Conseguir nuevos clientes • Ampliar la cartera de productos • Posibilidad de venta nacional • Posibilidad de crecimiento en el mercado
DEBILIDADES	AMENAZAS
• Escasa Publicidad. • Poca información compartida. • No se aplica correctamente el uso de la marca. • Bajo crecimiento en el mercado.	• Marcas competitivas • Cambio en gusto del consumidor • Venta alta de otros productos de la misma línea • Páginas de otras marcas más visitadas.

Plan de medios

MEDIO PRINCIPAL	MEDIO SECUNDARIO	MEDIO AUXILIAR
Afiche	Roll Up	Instagram
Facebook		

Presupuesto

Plan de medios	**Presupuesto de Producción**	**Presupuesto de Pautaje**					
Medio Principal	*Medio Principal*	*Medio Principal*					
Facebook	Diseño: $85	Fanpage pautaje : $ 150					
		Total: $ 150					
		Soporte	**Formato**	**V.U**	**Cantidad de I.**	**12%IVA**	**Inversión**
Afiche	Diseño: $25	Afiche	A4	0,75	500	$45	$420
						Total:	$420
Medio Secundario	*Medio Secundario*	*Medio Secundario*					

		Soporte	V.U	Cantidad de I.	Inversión
Roll Up	Diseño: $25	Roll Up	45	2	$90
				Total	$90

Medio Auxiliar	*Medio Auxiliar*	*Medio Auxiliar*
Instragam	Diseño:$65	Pautaje: $ 85
		Total:$ 85
TOTAL PRODUCION: $200		TOTALPAUTAJE: $745

Flow chart

P.Pautaje		
Medios Principales		
Medio Digital	Facebook	$150
Medio Impreso	Afiche	$420
Medio Secundario		
Medio Impreso	Roll Up	$90
Medio Auxiliar		
Medio Digital	Instagram	$85
	TOTAL:	$ 745
	%17.65 TERCERIZACIÓN	$ 131
	TOTAL:	$ 876
	PRODUCCIÓN	$ 200
	TOTAL:	$ 1.076
	10% IMPREVISTOS	$ 107
	TOTAL CAMPAÑA:	$ 1.183

CAPÍTULO VI

Aspectos Administrativos

6.01. Recursos

6.01.01. Técnicos – Tecnológico

Hardware

En la elaboración del proyecto se ha utilizado un ordenador para juntar información de la empresa y realizar la investigación del proyecto, se utilizó una cámara y un escenario fotográfico para la sesión de fotos de los productos que se aplicarán en la página web y una impresora.

Software

En el desarrollo del presente proyecto se ha utilizado los programas Adobe Ilustrador, Adobe Photoshop, Adobe Muse, los mismos que ayudan a crear actividades de ilustración durante el desarrollo del producto final.

Adobe Ilustrador

Es usado para el diseño de la primera imagen de la galería de la página de inicio la cual contiene las diferentes marcas resaltando la marca principal que es Nauder que le pertenece a la empresa. Es usado para la elaboración de botones de redes sociales que se encuentran en la página y para la creación de un empaque creativo.

Adobe Photoshop

Ayuda al tratamiento de imágenes y fotografías que serán usadas en la página, este software tiene una gran importancia al crear y efectuar la plantilla para la página web del presente proyecto, también no ayuda a la realización de montajes en imágenes.

Adobe Muse

Se desarrollará las respectivas acciones de la página web, con sus respectivos botones, vectores, imágenes, cromática y tipografías para poder obtener un resultado eficiente en la creación del proyecto.

6.01.02. Humano

El recurso humano que colaboró con este proyecto fue el personal administrativo y colaboradores ya que con la ayuda de estas personas se logró recopilar información necesaria para la ejecución del mismo.

6.01.03. Económico

El recurso económico para la ejecución y su elaboración de este proyecto es propio, el mismo que se detalla en la tabla 10 sus gastos operativos y los gastos a nivel macro si se aprobara el proyecto.

6.02. Presupuesto

6.02.01. Gastos Operativos

	Valor		Financiación			
	Valor Unitario	**Cantidad**	**Universidad**	**Empresa**	**Estudiante**	**Total**
1. Bibliografía						
a) Impresiones.	0.02ctvs	100 hojas			X	$ 2.00
b) luz	$ 20	6meses			X	$ 20.00
c) Internet.	$30	6meses			X	$ 30.00
d) Anillado	$9	2			X	$18
e) Otros	$80				X	$80
2. Experimentación					X	
Cámaras y equipos Nuevos de fotografía	$90			X		$90
Modelos	$100			X		$100
3. Documento final						
A) Impresión.	0.35ctvs	2			X	$40
d) Empastes.	$30	2			X	$60
c) Anillado	$9	2			X	$18
					TOTAL:	$ 458

6.02.02 Aplicación del Proyecto

	Valor		**Financiación**			
	Valor unitario	**Cantidad**	**Universidad**	**Empresa**	**Estudiante**	**Total**
1. Experimentación						
a) Domino y Hosting	$120	1		X		$120
b) Diseñador y Programador	390	1		X		$390
2) Publicidad						
e) Marial P.O.P	$3	5			X	$15
f) Roll Up	$45	2			X	$90
g) Afiches	$0.80	2			X	$1.60
h) Flyer	$0.35	5			X	$1,75
					TOTAL:	$618.35

6.03. Cronograma

En la siguiente tabla se detalla todas las actividades realizadas durante el periodo de tiempo.

Tabla 10: Cronograma de actividades

N.	Actividad	Resp.	Tiempo					Resultados Esperados
			MES	Semana				
1	Aprobación del Tema	Dirección de Escuela	Noviembre			X		Aprobación del tema para empezar con la investigación del proyecto.
2	Antecedentes	Angelica Cacuango	Diciembre			X		Obtener información necesaria.
3	Análisis de Involucrados	Angelica Cacuango	Diciembre	X				Elegir con caridad las personas o instituciones involucradas en el proyecto.
4	Problemas y Objetivos	Angelica Cacuango	Enero	X				Especificar con mayor exactitud los problemas y objetivos y sus componentes.
5	Análisis de Alternativas	Angelica Cacuango	Enero	X				Definir todas las alternativas que constan en el proyecto.
6	La Propuesta	Angelica Cacuango	Febrero		X			Presentar la planificación y Diseño de la página web.
7	Aspectos Administrativos	Angelica Cacuango	Febrero			X		Especificar los ingresos y egresos requeridos en el proyecto.
8	Conclusiones y Recomendaciones	Angelica Cacuango	Febrero			X		Mencionar conclusiones y recomendaciones para promover la página web
9	Entrega primer borrador	Angelica Cacuango	Marzo		X			Entrega de primer borrador para correcciones.
10	Ultimas correcciones	Angelica Cacuango	Abril				X	Corregir y dejar listo el proyecto final.

CAPÍTULO VII

Conclusiones y Recomendaciones

7.01. Conclusiones

Para el presente análisis evaluaremos que resultados y conocimientos hemos conseguido del presente proceso de investigación ya que es uno de los procesos largos para llegar al objetivo principal que es el diseño y creación de una página web con información de la empresa y los productos que generan.

- Como resultado de la investigación se concluye que si se crea una página web con temáticas innovadoras y actualizadas para la empresa obtendrá una mejor información para los usuarios y futuros clientes teniendo así resultados adecuados para la producción de los productos que ofrece la empresa.

- Según el análisis realizado, brindar información de la empresa y de los productos que ofrece a los clientes, esto genera conocimiento y posicionamiento la marca en el mercado.

- Según la encuesta realizada a los habitantes del sector de la Mitad del Mundo proyecta datos e indica que implementar una página web con diseño fácil de manejar, la empresa tendrá una mejor comunicación y brindara información a los clientes de los productos que ofrece y tendrá posicionamiento de marca.

- En la actualidad hay más personas que acuden al internet en busca de información esto genera mayor interés en crear páginas web para que el usuario acceda a ella y se informe sobre un servicio o producto, en el caso de nuestro proyecto es ofrecer la información de la ubicación de la empresa, marcas y de cada producto que ofrece la empresa.
- Si se investiga formas y procedimientos actuales tecnológicas innovadoras que proyecten una mejor forma de comunicar e informar sobre productos, se pueden aplicar en la misma empresa del proyecto a realizarse dando información de la empresa a los usuarios y futuros clientes.
- Si a los usuarios les gusta conseguir información por redes sociales que mejor que una página web para que se informen sobre productos hechos en el país y dejen de comprar productos extranjeros y así la empresa tenga aumento de un buen resultado económico.

7.02. Recomendaciones

Damos a conocer algunas recomendaciones para el producto son muy importantes algunas sugerencias para nuestro proyecto y poder intercambiar opiniones e ideas por parte del investigador a su grupo objetivo.

- Ampliar la información a más personas para que la empresa y los productos lleguen a ser conocidos por todo el país y así la empresa tenga más producción y se beneficie.

- La información que se da al cliente debe ser objetiva para poder captar

más clientes a largo plazo.

- La interactividad puede ser manejada de mejor manera, en el caso de la galería se puede introducir botones para direccionar.
- Se debería incluir más publicidad en medios impresos y digitales para lograr conseguir más clientes y proveedores para que adquieran los productos que ofrece la empresa.
- Las redes sociales son importantes hoy en día ya que por medio de ellas podemos adquirir gran cantidad de información de productos y marcas se debería incrementar más publicidad en redes sociales ya que es un medio donde la mayoría de usuarios obtienen información y a largo plazo podría la empresa conseguir más clientes.
- Google Analytics en este tiempo es una herramienta muy recomendada para llevar la información de una página web esta adquiere datos como el número de visitas a la página y como otras páginas y redes sociales son visitadas. Si aplicamos esta herramienta en nuestro proyecto con el tiempo llegaría a posicionarse en el mercado digital.

Bibliografía

Alcala, N. (20/12/2017).Quien creo la primera página web, *Gráfica*. Recuperado de urkund: https://graffica.info/quien-creo-la-primera-pagina-web/

Banco Interamericano de Desarrollo. (2004). *El Marco Lógico para el Diseño de Proyectos.* Recuperado de urkund:Washington, DC.

Bayon, I. (11/06/2011).Análisis, diseño e implementación de un sitio web corporativo, *UOC.* Recuperado de urkund: http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/8421/1/ibayonfTFM0611.pdf

Benito, M. (12/12/ 2013). ¿que es la usabilidad web?, *admetricks.* Recuperado de urkund: http://blog.admetricks.com/que-es-la-usabilidad/

Ctic, F. (04/12/2017).Guía Breve sobre Estándares Web, *W3c.* Recuperado de urkund: https://www.w3c.es/Divulgacion/GuiasBreves/Estandares

Delgado, H. (04/03/2016).psicologia y teoria del color, *akus.net.* Recuperado de urkund: https://disenowebakus.net/psicologia-y-teoria-del-color.php

Icesi, U. (16/02/2009). Estrategia de Mercadeo por internet, *Blogs Universidad Ices.i* Recuperado de urkund: http://www.icesi.edu.co/blogs_estudiantes/mercadeoremo/2009/02/16/tipos-de-pagina-web/

Maria, L. S. (17/01/2016).Tendencias de Diseño Web, *Staff Digital.* Recuperado de urkund: https://www.staffdigital.pe/blog/tendencias-diseno-web-alta-definicion/

Paniagua, A. (15/10/2008). html 5 en la educacion, *intef.* Recuperado de urkund: http://www.ite.educacion.es/formacion/materiales/182/cd/cinco/licencias_de_uso.html

Paredes, M. (2017).Plan Nacional de Desarrollo, *Secretaria Nacional de Planificacion y desarrollo,* Recuperado de urkund: http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf

Pulido, J. (28/04/ 2016).Primera Pagina Web, *Una página web, página electrónica o ciberpágina,1 2.* Recuperado de urkund*:* https://prezi.com/v3eruusktxcj/una-pagina-web-pagina-electronica-o-ciberpagina1-2-es-un-d/

Suez, G. (02 /07/ 2013).Estructura y Composcicion de sitio web, *joomla.* Recuperado de urkund: https://magazine.joomla.org/es/ediciones-anteriores/julio-2013/item/1398-estructura-y-composicion-de-un-sitio-web

Venedia, V. (22/08/2016).Definicion de dideño grafico, *conceptodefinicion.* Recuperado de urkund: http://conceptodefinicion.de/diseno-grafico/

Yamba, M. (01/06/2015). Recorrido virtual en 3D para el Centro de Arte Contemporáneo de Quito. *(Tesis de grado)*. Recuperado de urkund Cuenca: Universidad del Azuay.

Yamba-Yugsi, M., & Luján-Mora, S. (2017). Cursos MOOC: factores que disminuyen el abandono en los participantes. *Enfoque UTE*, Recuperado de urkund *8*(1), 1-15.

Anexos

GTK
GRUPO TEXTIL KEIKO

CARTA AVAL

Quito,29 de Mayo de 2018

Yo, **Edison Patricio Vargas Alvarado** con **C.I. 171150185-6** en calidad de Gerente General de la empresa Grupo Textil Keiko, avalo la implementación del proyecto denominado "DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UNA PÁGINA WEB PARA DAR A CONOCER LOS PRODUCTOS Y FORTALECER LA MARCA DE UNA MANERA VIRTUAL E INTERACTUAR CON EL CONSUMIDOR, PARA LA EMPRESA GRUPO TEXTIL KEIKO, ESTO SE DARÁ A CONOCER EN EL SECTOR DE QUITO. Realizado por la Srta. **Angelica Alexandra Cacuango Paredes** con **C.I. 172631550-8**, sabiendo que el proyecto en mencion sera beneficioso para nuestra empresa.

Por la presente, declaro conocer las condiciones del proyecto, extendiendo el presente documento para los fines que el interesado estime conveniente.

Atentamente

FIRMA AUTORIZADA

Sr. Edison Patricio Vargas Alvarado
Gerente General
Grupo Textil Keiko

TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

DISEÑO GRÁFICO

ORDEN DE EMPASTADO

Una vez verificado el cumplimiento de los requisitos establecidos para el proceso de Titulación, se **AUTORIZA** realizar el empastado del trabajo de titulación, del alumno(a) **CACUANGO PAREDES ANGELICA ALEXANDRA,** portador de la cédula de identidad 1726315508, previa validación por parte de los departamentos facultados.

Quito, 22 de Mayo del 2018

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR "CORDILLERA" 23 ABR 2018

Sra. Mariela Balseca
CAJA

VISTO FINANCIERO

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR "CORDILLERA" CONSEJO DE CARRERA

Ing. Raquel Andrade
DELEGADO DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR "CORDILLERA" 03 MAY 2018 8,67 COORDINACIÓN PRÁCTICAS

Ing. Samira Villalba
PRÁCTICAS PREPROFESIONALES

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR "CORDILLERA" DIRECCIÓN DE CARRERA

Ing. Lizeth Guerrero
DIRECTOR DE CARRERA

BIBLIOTECA INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR "CORDILLERA" 20-04-2018

Ing. William Parra
BIBLIOTECA

DISEÑO GRÁFICO

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR "CORDILLERA" 03 MAY 2018 Magui Ordoñez

Tgla. Magui Ordoñez
SECRETARIA ACADÉMICA

URKUND

Urkund Analysis Result

Analysed Document:	angelica_cacuango_diseño_2018 2.pdf (D37083500)
Submitted:	3/29/2018 9:29:00 PM
Submitted By:	comotu-1993@hotmail.com
Significance:	2 %

Sources included in the report:

urkund.docx (D37042502)
ANDRANGO_JOSE.pdf (D37082472)

Instances where selected sources appear:

3