





INSTITUTO TECNOLÓGICO  
"CORDILLERA"

ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

DISEÑO DE LA PÁGINA WEB, PARA LA IMPRENTA "ORIGEN PUBLICITARIO"  
UBICADA EN EL SECTOR CENTRO NORTE DE QUITO, PARA DAR A CONOCER  
SUS SERVICIOS

Proyecto de Trabajo de Graduación que se presenta como requisito para optar por el título de  
Tecnólogo en Diseño Gráfico

Autor: Urrea Yépez Rómulo Javier

Tutor: Ing. Lizeth Guerrero

Quito, Abril 2014

## DECLARACIÓN DE APROBACIÓN TUTOR Y LECTOR

### DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

El autor certifica que los criterios y opiniones vertidas en el presente trabajo de investigación, previo a la obtención del título de Tecnólogo en Diseño Gráfico así como los métodos y procedimientos utilizados en la información, análisis e interpretación de resultados son de exclusiva responsabilidad del mismo.

---

El autor

C.I. 1714991211

## CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL

Comparecen a la celebración del presente contrato de cesión y transferencia de derechos de propiedad intelectual, por una parte, el estudiante Rómulo Javier Urrea Yépez, por sus propios y personales derechos, a quien en lo posterior se le denominará el “CEDENTE”; y, por otra parte, el INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO CORDILLERA, representado por su Rector el Ingeniero Ernesto Flores Córdova, a quien en lo posterior se lo denominará el “CESIONARIO”. Los comparecientes son mayores de edad, domiciliados en esta ciudad de Quito Distrito Metropolitano, hábiles y capaces para contraer derechos y obligaciones, quienes acuerdan al tenor de las siguientes cláusulas:

**PRIMERA: ANTECEDENTE.**- a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de diseño gráfico que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo en diseño gráfico, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado “Diseño de la página web, para la imprenta “ORIGEN PUBLICITARIO” ubicada en el sector centro norte de Quito, para dar a conocer sus servicios”, el cual incluye la creación y desarrollo del programa de ordenador o software, para lo cual ha implementado los conocimientos adquiridos en su calidad de alumno. b) Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se desarrolla la creación del programa de ordenador, motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de los derechos de autor que genera la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.

**SEGUNDA: CESIÓN Y TRANSFERENCIA.**- Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales del programa de ordenador descrito en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial (código fuente, código objeto, diagramas de flujo, planos, manuales de uso, etc.). El Cesionario podrá explotar el programa de ordenador

por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual, esto es, realizar, autorizar o prohibir, entre otros: a) La reproducción del programa de ordenador por cualquier forma o procedimiento; b) La comunicación pública del software; c) La distribución pública de ejemplares o copias, la comercialización, arrendamiento o alquiler del programa de ordenador; d) Cualquier transformación o modificación del programa de ordenador; e) La protección y registro en el IEPI el programa de ordenador a nombre del Cesionario; f) Ejercer la protección jurídica del programa de ordenador; g) Los demás derechos establecidos en la Ley de Propiedad Intelectual y otros cuerpos legales que normen sobre la cesión de derechos de autor y derechos patrimoniales.

**TERCERA: OBLIGACIÓN DEL CEDENTE.**- El cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, secuencia y organización del programa de ordenador que es objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad del programa de ordenador a favor del Cesionario.

**CUARTA: CUANTÍA.**- La cesión objeto del presente contrato, se realiza a título gratuito y por ende el Cesionario ni sus administradores deben cancelar valor alguno o regalías por este contrato y por los derechos que se derivan del mismo.

**QUINTA: PLAZO.**- La vigencia del presente contrato es indefinida.

**SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.**- Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia derivada de éste, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un Mediador del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a lo dispuesto en la

Ley de Arbitraje y Mediación, al Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de comercio de Quito, y a las siguientes normas: a) El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación; b) Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral; c) Para la ejecución de medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; d) El procedimiento será confidencial y en derecho; e) El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quito; f) El idioma del arbitraje será el español; y, g) La reconvenición, caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

SÉPTIMA: ACEPTACIÓN.- Las partes contratantes aceptan el contenido del presente contrato, por ser hecho en seguridad de sus respectivos intereses.

En aceptación firman a los 18 días del mes de Abril del dos mil trece.

f) \_\_\_\_\_

C.I. 1714991211

CEDENTE

f) \_\_\_\_\_

Instituto Superior Tecnológico Cordillera

CESIONARIO

## AGRADECIMIENTO

A la Ing. Lizeth Guerrero por su ayuda en las instancias finales del desarrollo de este proyecto, por su orientación y enseñanza factores decisivos para la culminación del mismo.

A la empresa “ORIGEN PUBLICITARIO” por brindarme la oportunidad de poner en práctica los conocimientos adquiridos.

DEDICATORIA

A mi padre. Por los ejemplos de perseverancia y constancia que lo caracterizan,  
por el valor mostrado para salir adelante y por su total comprensión.

A mi hermana. Por su apoyo incondicional.

## ÍNDICE GENERAL

CAPÍTULO I: ANTECEDENTES .....	1
1.1 Contexto.....	1
1.2 Justificación: .....	3
1.3 Definición del problema central (Matriz T).....	5
CAPÍTULO II: ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS.....	6
2.1 Mapeo de involucrados .....	6
2.2 Matriz de análisis y selección con los involucrados. ....	7
CAPÍTULO III PROBLEMAS Y OBJETIVOS.....	8
3.1 Árbol de problemas.....	8
3.2 Árbol de objetivos.....	9
CAPÍTULO IV ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS .....	10
4.1 Matriz de análisis de alternativas e identificación de acciones.....	10
4.1.1 Tamaño del proyecto.....	10
4.1.2 Localización del proyecto .....	10
4.1.3 Análisis ambiental.....	11
4.2 Matriz de análisis de impacto de los objetivos. ....	12
4.3 Diagrama de Estrategias. ....	13
4.4 Construcción de la Matriz de Marco Lógico .....	14
4.4.1 Revisión de los Criterios para los indicadores.....	14
4.4.2 Selección de indicadores.....	16

4.4.3 Medios de Verificación.....	18
4.4.4 Supuestos .....	20
4.4.5 Matriz Marco Lógico (MML).....	22
CAPÍTULO V: LA PROPUESTA.....	24
5.1 Antecedentes de la herramienta del perfil de la propuesta .....	24
5.2 Descripción de la herramienta .....	27
Adobe Ilustrador CS6: .....	27
Adobe Photoshop CS6: .....	27
Adobe Flash CS6: .....	27
Adobe Dreamweaver CS6: .....	27
960 Grid System .....	28
WOW Slider.....	28
Hosting.....	28
Dominio .....	28
5.2.1 Navegadores.....	29
5.2.1.1 Internet explorer 10.....	29
5.2.1.2 Google chrome 33.0.1 .....	29
5.2.1.3 Mozilla firefox 24.0 .....	30
5.2.1.4 Opera 19.0.13.....	30
5.2.1.5 Safari 5.1.7 .....	31
5.3 Formulación del proceso de aplicación.....	31

5.3.1 Planificación .....	31
5.3.4 Herramientas .....	32
5.3.4.1 Software .....	32
5.3.4.2 Hardware.....	33
5.3.5 Desarrollo.....	34
5.3.6 Contenidos. ....	34
5.3.7 Mapa de contenidos. ....	38
5.4 Diseño de interfaz. ....	39
5.4.1 Imagen corporativa. ....	39
5.4.2 Colores. ....	40
5.4.3 Tipografías. ....	40
5.4.4 Botones. ....	41
5.4.5 Retículas.....	42
5.4.6 Producción. ....	42
5.4.6.1 Inicio .....	43
5.4.6.2 Empresa.....	43
5.4.6.3 Servicios.....	44
5.4.6.3.1 Impresión offset .....	44
5.4.6.3.1 Impresión digital .....	45
5.4.6.3.1 Diseño grafico.....	45
5.4.6.3.1 Publicidad .....	46

5.4.6.4 Clientes .....	46
5.4.6.4 Contactos.....	47
5.4.7 Programación.....	48
5.4.8 Navegación-interactividad.....	48
5.4.9 Servicios.....	48
5.4.10 Imágenes.....	49
5.5 Marketing y difusión.....	51
CAPITULO VI: ASPECTOS ADMINISTRATIVOS.....	55
6.1 Recursos .....	55
6.1.1 Recursos técnicos:.....	55
6.1.2 Recursos humanos .....	55
6.2 Presupuesto .....	56
6.3 Cronograma.....	57
CAPITULO VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	58
7.1 Conclusiones .....	58
7.2 Recomendaciones .....	59
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	60
ANEXOS .....	62

**ÍNDICE DE TABLAS**

Tabla 1 .....	5
Tabla 2 .....	7
Tabla 3 .....	12
Tabla 4 .....	14
Tabla 5 .....	14
Tabla 6 .....	15
Tabla 7 .....	15
Tabla 8 .....	16
Tabla 9 .....	16
Tabla 10 .....	17
Tabla 11 .....	17
Tabla 12 .....	18
Tabla 13 .....	18
Tabla 14 .....	19
Tabla 15 .....	19
Tabla 16 .....	20
Tabla 17 .....	20
Tabla 18 .....	21
Tabla 19 .....	21
Tabla 20 .....	22
Tabla 21 .....	56
Tabla 22 .....	56
Tabla 23 .....	57

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Mapeo de involucrados.....	6
Figura 2. Árbol de problemas .....	8
Figura 3. Árbol de objetivos .....	9
Figura 4. Matriz de análisis de alternativas e identificación de acciones .....	10
Figura 5. Mapa de ubicación de la empresa.....	11
Figura 6. Diagrama de Estrategias.....	13
Figura 7. Ejemplo de una página web de primera generación.....	25
Figura 8. Ejemplo de una página web de cuarta generación.....	26
Figura 9. Logotipo internet explorer.....	29
Figura 10. Logotipo google Chrome.....	29
Figura 11. Logotipo de mozilla firefox.....	30
Figura 12. Logotipo opera.....	31
Figura 13. Logotipo safary.....	31
Figura 14. Mapa de contenidos.....	38
Figura 15. Logotipo “ORIGEN PUBLICITARIO” .....	39
Figura 16. Composición de colores .....	40
Figura 17. Dimensiones del botón .....	42
Figura 18. Dimensiones del menú general.....	42
Figura 19. Retícula web que se utilizara.....	42
Figura 20. Página inicio .....	43
Figura 21. Página empresa.....	43
Figura 22. Página servicios .....	44
Figura 23. Página impresión offset .....	44
Figura 24. Página impresión digital .....	45

Figura 25. Página diseño gráfico .....	45
Figura 26. Página publicidad .....	46
Figura 27. Página clientes .....	46
Figura 28. Página contactos .....	47
Figura 29. Fotografías utilizadas en el sitio web .....	49
Figura 30. Fotografías utilizadas en el sitio web .....	50
Figura 31. Código QR red social facebook.....	51
Figura 32. Código QR red social twitter.....	51
Figura 33. Afiche informativo digital .....	52
Figura 34. Afiche informativo impreso .....	52
Figura 35. Flyer informativo tiro (anverso) .....	53
Figura 36. Flyer informativo retiro (reverso).....	53
Figura 37. Captura de pantalla, red social Facebook.....	54
Figura 38. Captura de pantalla, red social twitter .....	54

## RESUMEN EJECUTIVO

El uso del internet y demás medios tecnológicos en la actualidad hacen que para una empresa en crecimiento o expansión sea imperante, la adaptabilidad a estos medios de comunicación, que a la vez se convierten en soportes digitales para realizar negocios. Tomando en cuenta estos factores la imprenta “ORIGEN PUBLICITARIO” ha optado por la creación de una página web como medio de comunicación publicitaria.

En el presente trabajo de investigación se ha tomado en cuenta toda funcionalidad de los sitios web existentes en la actualidad es decir esta realizado para la web 2.0 y es un sitio de cuarta generación se lo ha desarrollado con herramientas tecnológicas acordes a los requerimientos institucionales, con lo cual se conseguirá informar acerca de los servicios que la imprenta “ORIGEN PUBLICITARIO” tiene a disposición de sus clientes, así también generar un espacio electrónico interactivo entre empresa y cliente sin dejar de lado la facilidad para el uso de parte y parte.

Con los conocimientos adquiridos a través de los años de estudio se logró un diseño, maquetación, y publicación acorde con las necesidades de la empresa en mención, a la vez que se espera un desempeño de total aceptación para el usuario final y de este modo sea un elemento electrónico comunicacional capaz de incrementar la cantidad de clientes que la empresa percibe en la actualidad, y consecuentemente el incremento de utilidad.

El presente proyecto de investigación se desarrolló cumpliendo todos los requisitos necesarios para un efectivo desempeño entre los medios de comunicación tecnológica existentes en la actualidad y está pensado para ser un elemento de ayuda bibliográfica para futuras promociones en el área del diseño gráfico.

## ABSTRACT

The Internet, as well as other technological means, is considered not only a useful tool for communication nowadays, but also digital support to do business. Its constant usage worldwide makes new and small enterprises need to adapt themselves to this way of transmitting information.

Based on this fact, the printing office “Origen Publicitario” has decided to create a web page in order to advertise its service to customers.

The present research has taken into account the functionality of current web sites, it means, it was designed to be used in Web 2.0. This is also a fourth generation site which has been developed according to institutional requirements. Moreover, it contains high-tech characteristics in order to work as an interactive space among users.

Thanks to the accurate acquisition of knowledge related to the topic through all these years an appropriate design, fitting element arrangement and proper advertisement have been accomplished.

This project has been created focused on what the company and the customer need. For this reason, total approval and acceptance are expected. Only this way, may the number of users and the amount of utilities increase.

## **INTRODUCCIÓN**

La creciente oferta y demanda existente en el área gráfica ha generado competencia entre las empresas inmersas en esta rama, muchas de las cuales además de los medios de publicidad tradicionales poseen medios de publicidad tecnológicos.

El problema que se pretende investigar es el diseño y diagramación de una página web para la imprenta “ORIGEN PUBLICITARIO”, El propósito del sitio web es ofrecer información acerca de los servicios que brinda la empresa en mención, medio por el cual se pueda llegar al grupo objetivo que desconoce de la imprenta, y de esta manera lograr un crecimiento económico y empresarial.

## CAPÍTULO I: ANTECEDENTES

### 1.1 Contexto

A lo largo de la historia se ha utilizado diferentes medios publicitarios para dar a conocer un negocio, empresa o simplemente un producto o servicio a comercializar utilizando para esto de medios tales como: televisión, radio, prensa, y en los últimos años el Internet.

El Internet es una herramienta muy útil para diferentes aspectos como: comunicación, información, conocimiento, etc... pero sobre todo es una herramienta que podríamos decir que hoy en día es imprescindible para las empresas, tanto para las grandes, medianas y pequeñas. Internet es el medio al que más acuden los usuarios y además está muy concentrada la visualización en los portales y ahora también en las redes sociales.

En la investigación "Web 2.0 y medios digitales de Ecuador", realizada en 2008, se establece que en la versión digital de los medios impresos la información no es editada para formato web; existen casos excepcionales donde se hace esto pero, por regla, lo que sale en el impreso se publica textual en el medio digital. (Ciespal, 2012)

Breve historia de la empresa: El 9 de Marzo del año 2011 nace la imprenta "ORIGEN PUBLICITARIO" en las calles Buenos Aires OE05-07 y México en el Barrio América, de la ciudad de Quito, con solo tres clientes y una clara voluntad de ofrecer conocimiento, creatividad y flexibilidad en los trabajos.

Desde el comienzo de nuestras actividades, nos especializamos en el servicio de diseño gráfico, impresión offset digital, relacionados con la comunicación. En la actualidad se estamos incorporando nuevos servicios; publicidad, imagen corporativa, diseño gráfico, web

Diseño de la página web, para la imprenta "ORIGEN PUBLICITARIO" ubicada en el sector centro norte de Quito, para dar a conocer sus servicios.

multimedia, activaciones btl, marketing viral, fotografía, ilustraciones, editorial, capacitación y asesoría. Con el objetivo de proveer a nuestros clientes una solución a sus necesidades.

Contamos con un excelente grupo humano el cual se capacita en forma permanente con el fin de estar actualizado en los cambios e innovaciones tecnológicas que se presenten en nuestro ámbito.

La misión empresarial es: " Proveer soluciones ajustadas a las necesidades publicitarias con ideas creativas utilizando herramientas del diseño gráfico, comunicación e imagen de nuestros clientes que les permitan mejorar la productividad en sus negocios." La empresa ha mantenido en un estancamiento económico, una de las causas es el no contar con un medio tecnológico que le haga diferenciarse entre las demás empresas y microempresas en el mercado con servicios similares." Esto ha ralentizado la visión empresarial: "Lograr ser una empresa reconocida a nivel nacional por su prestigio como integradora de servicios publicitarios, diseño gráfico & impresión, con soluciones precisas y adecuadas para cubrir las necesidades de nuestros clientes." Dicha empresa necesita tener un posicionamiento y reconocimiento en el internet, ya que la competencia está mermando el crecimiento de la misma.

En la actualidad en la ciudad de Quito – Ecuador, la imprenta "ORIGEN PUBLICITARIO" ubicada en el barrio América centro norte de la capital ha optado por ofertar a sus clientes sus servicios con la implementación de una página web, valiéndose de las grandes ventajas que ofrece la red, pues es una comunicación en tiempo real, y, sobre todo a nivel mundial lo que dará a la empresa en mención la oportunidad de aumentar en gran medida el número de clientes y con esto sus ingresos.

La página web de la imprenta "ORIGEN PUBLICITARIO" contara con características esenciales de un sitio web tales como: Un claro posicionamiento en los buscadores más usados en la actualidad, que sea útil o deseable en función de la oferta que se

pretende realizar, el usuario tiene por lo general poco tiempo. Por ello, conviene que la navegación de la web sea clara y que haya atajos para acceder a los contenidos. El verdadero control de una página web lo tiene el usuario. En este sentido, su arquitectura, diseño y contenido debe adecuarse siempre a la audiencia. Que sea fácil y cómoda de utilizar y por supuesto que su contenido esté siempre actualizado. Y ya que los medios tecnológicos están en constante evolución, la página web debe ser lo más atractiva posible.

## **1.2 Justificación:**

La imprenta "ORIGEN PUBLICITARIO" no tiene el posicionamiento deseado en la mente de sus potenciales clientes, el no emplear estrategias de comunicación tecnológicas hacia el consumidor la ha limitado para extenderse en el mercado gráfico, publicitario. Provocando un crecimiento lento de la empresa, el mismo que ha sido afectado negativamente por la falta de conocimiento e información casi total en el internet.

En la actualidad existen planes gubernamentales que incentivan un mejor uso y expansión de los medios electrónicos, especialmente del internet el cual es el soporte para la implementación de la página web en mención. "La Estrategia Ecuador Digital 2.0 se basa en cuatro ejes fundamentales: equipamiento, conectividad, capacitación y aplicaciones y contenidos." (Ciespal, 2012)

La construcción de la Sociedad del Buen Vivir tiene implícito el tránsito hacia la Sociedad de la Información y el Conocimiento pero considerando el uso de las TIC, no solo como medio para incrementar la productividad del aparato productivo sino como instrumento para generar igualdad de oportunidades, para fomentar la participación ciudadana, para recrear la interculturalidad, para valorar nuestra

diversidad, para fortalecer nuestra identidad plurinacional; en definitiva, para profundizar en el goce de los derechos y promover la justicia en todas sus dimensiones. (SENPLADES, 2009-2013, pág. 64)

Entonces el incursionar en los medios tecnológicos sería de gran beneficio aprovechando las oportunidades antes mencionadas, si el acceso al internet en los hogares ecuatorianos aumenta esto generaría nuevos visitantes al sitio web que repercutiría en posibles clientes. Se debe tener en cuenta que una página web no requiere la presencia física de algún ejecutivo, por lo que todas las actividades pueden desarrollarse vía remota, La información de la empresa en mención está disponible los 7 días de la semana y las 24 horas del día los 365 días del año. Un sitio web no descansa y puede ser consultado en cualquier horario y desde cualquier lugar del mundo.

El Estado debe asegurar que la infraestructura para conectividad y telecomunicaciones cubra todo el territorio nacional de modo que las TIC estén al alcance de toda la sociedad de manera equitativa. Al mismo tiempo, la dotación de hardware a la población es complemento a la conectividad y aspecto determinante para garantizar niveles mayores de alistamiento digital; es decir, aumentar las capacidades generales para usar efectivamente las TIC. Para el efecto, se deben considerar dos acciones estratégicas claves: facilitar el acceso a computadores a todos los estudiantes de nivel básico y medio, así como, dotar de tecnología de punta a las Juntas Parroquiales Rurales y a las escuelas para convertirlas en catalizadores de los esfuerzos de alistamiento digital al transformarse en telecentros a disposición de la comunidad. (SENPLADES, 2009-2013, pág. 64)

### 1.3 Definición del problema central (Matriz T)

Tabla 1

Definición del problema central (Matriz T)

ANÁLISIS DE FUERZAS T						
Situación Empeorada		Situación Actual		Situación mejorada		
Desaparición total de la empresa		ORIGEN PUBLICITARIO no hace uso de medios tecnológicos		Posicionamiento de la empresa		
Fuerzas Impulsadoras		I	PC	I	PC	Fuerzas Bloqueadoras
Campañas gubernamentales que impulsan el acceso del internet en los hogares.		5	4	3	3	Desconocimiento
Incremento de empresas dedicadas a la creación de páginas web		5	3	4	2	Falta de accesibilidad al internet en los hogares
Las empresas tienen una mayor demanda de medios digitales		4	2	3	3	Área de acción limitada
Las empresas tienen mayor conciencia ecológica		4	1	3	1	Desinterés por la innovación
Plan nacional del buen vivir		5	4			

Nota. La escala de medición es: 1 = Bajo, 2 = Medio Bajo, 3 = Medio, 4 = Medio Alto, 5 = Alto.

## CAPÍTULO II: ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS

### 2.1 Mapeo de involucrados

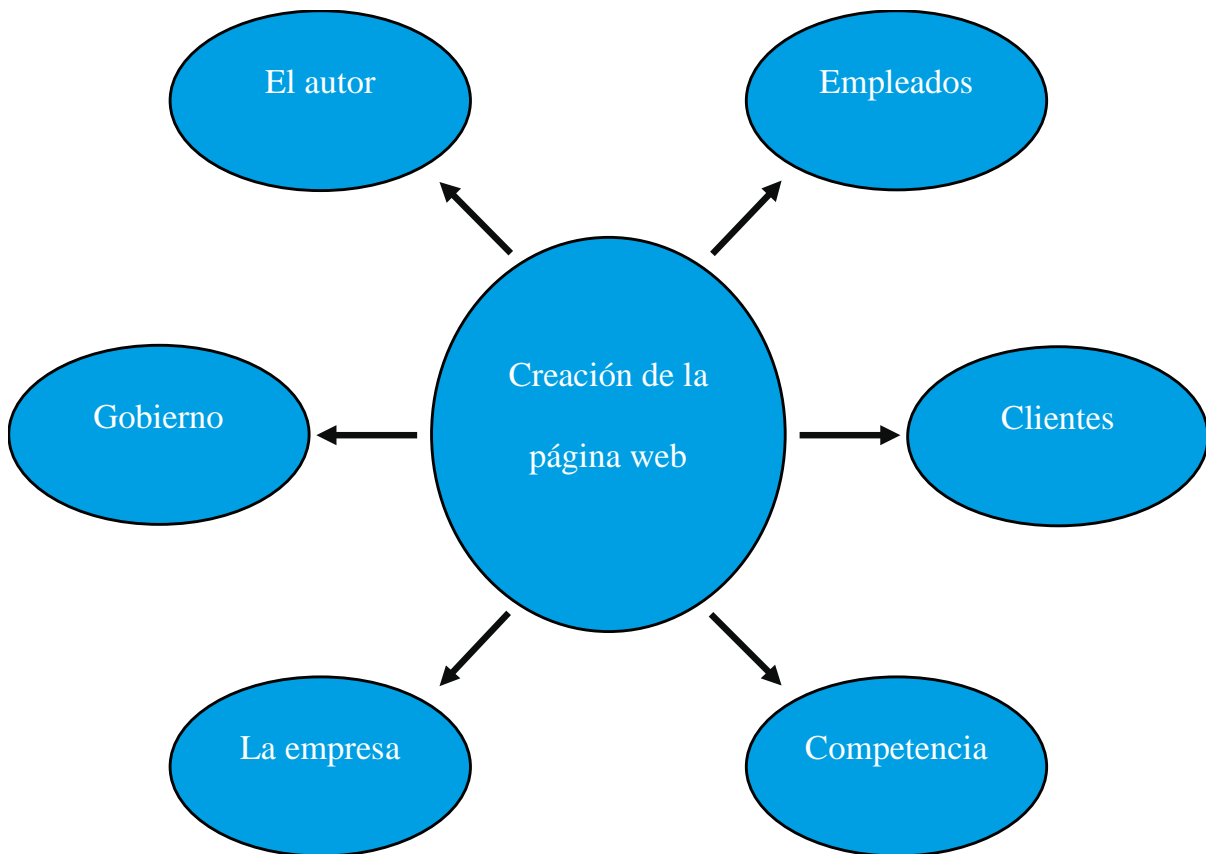


Figura 1. Mapeo de involucrados

## 2.2 Matriz de análisis y selección con los involucrados.

Tabla 2

Matriz de análisis y selección con los involucrados.

Actores Involucrados	Interés sobre el problema	Problemas percibidos	Recursos mandatos y capacidades	Interés sobre el proyecto	Conflictos potenciales
El estado	Desarrollo dentro del marco legal	Deficiente desarrollo de la pequeña empresa	Leyes Económicos Humanos	Existencia de nuevas fuentes de empleo	Escaso apoyo a la pequeña empresa
La empresa	Poseer una página web para su promoción	Promoción inexistente en medios tecnológicos	Técnicos Humanos	Lograr posicionamiento a través de la web	Ninguno
El autor	Crear la página web	Escasa incursión en medios tecnológicos	Humanos Económicos Competitivos	Se ejecute por parte de la empresa	La empresa no ponga en práctica
Clientes	Identificar a la empresa en internet	Escasas alternativas para conocer a la empresa	Económicos Sociales	Encontrar mayor información	Mismo medio informativo de la competencia

## CAPÍTULO III PROBLEMAS Y OBJETIVOS.

### 3.1 Árbol de problemas

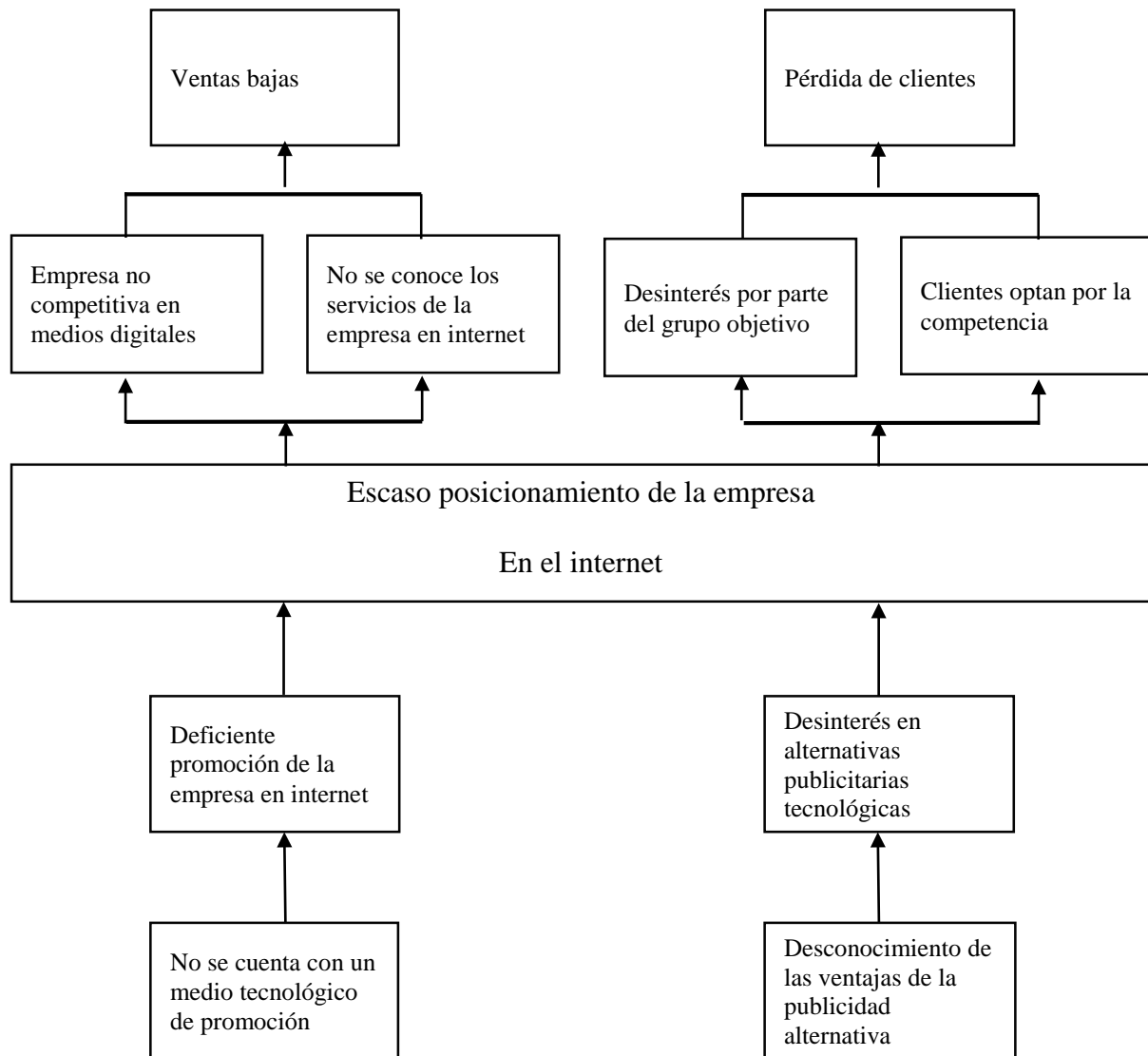


Figura 2. Árbol de problemas

### 3.2 Árbol de objetivos

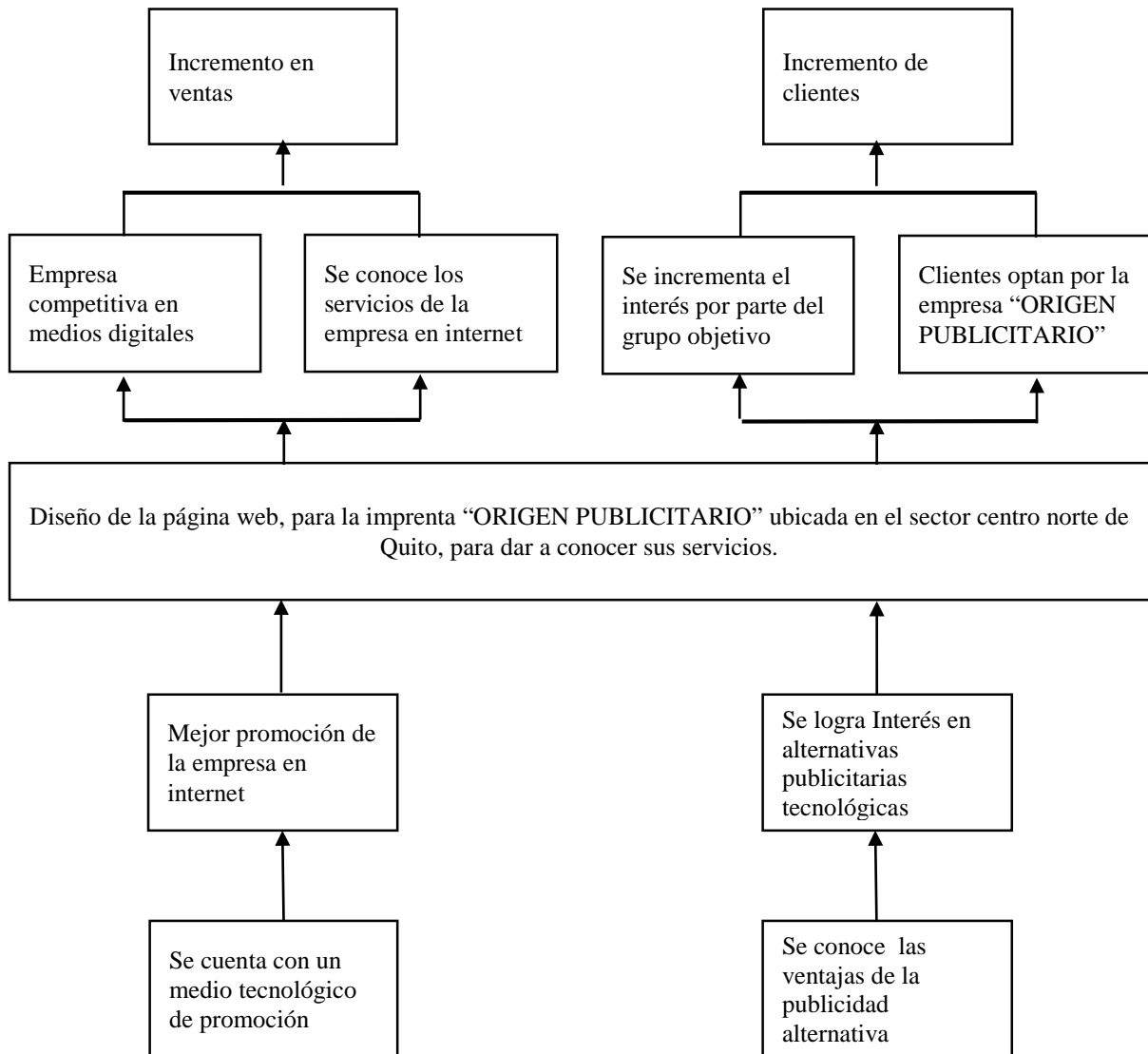


Figura 3. Árbol de objetivos

## CAPÍTULO IV ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS

### 4.1 Matriz de análisis de alternativas e identificación de acciones

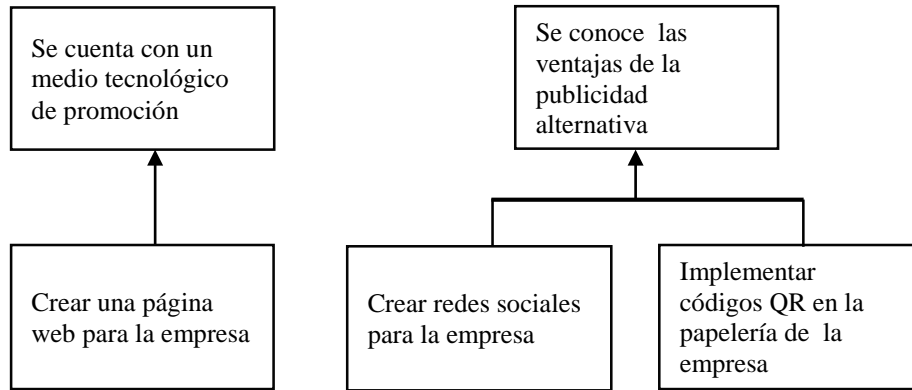


Figura 4. Matriz de análisis de alternativas e identificación de acciones

#### 4.1.1 Tamaño del proyecto

El proyecto está encaminado a cubrir un área de 324 km<sup>2</sup>, correspondientes a el área del distrito metropolitano de Quito en una fase inicial, tomando en cuenta que al ser un medio de comunicación y publicidad tecnológica es muy difícil su segmentación también puede llegar a lugares fuera del área antes mencionada sin que esto afecte en forma negativa el desarrollo del proyecto, el cual será evaluado de forma constante, sin dejar de lado los avances tecnológicos tanto en la evolución de navegadores como en los recursos digitales los mismos que día a día tienen innovaciones.

#### 4.1.2 Localización del proyecto

A nivel nacional las empresas independientemente de la actividad económica que realicen poseen medios de comunicación tecnológicos con soporte en el internet, las empresas que no cuentan con dichos medios se ven en clara desventaja ante la competencia. Teniendo en cuenta estos parámetros, ha sido posible analizar todas las ventajas de la incursión en los medios tecnológicos de una empresa, esta es la razón por lo que se crea el sitio web para la imprenta "ORIGEN PUBLICITARIO" ubicada en las calles buenos aires

Diseño de la página web, para la imprenta "ORIGEN PUBLICITARIO" ubicada en el sector centro norte de Quito, para dar a conocer sus servicios.

0e5-07 y México en el barrio América centro norte de Quito. Dirigida hacia un público objetivo demandante de soluciones gráficas y publicitarias.

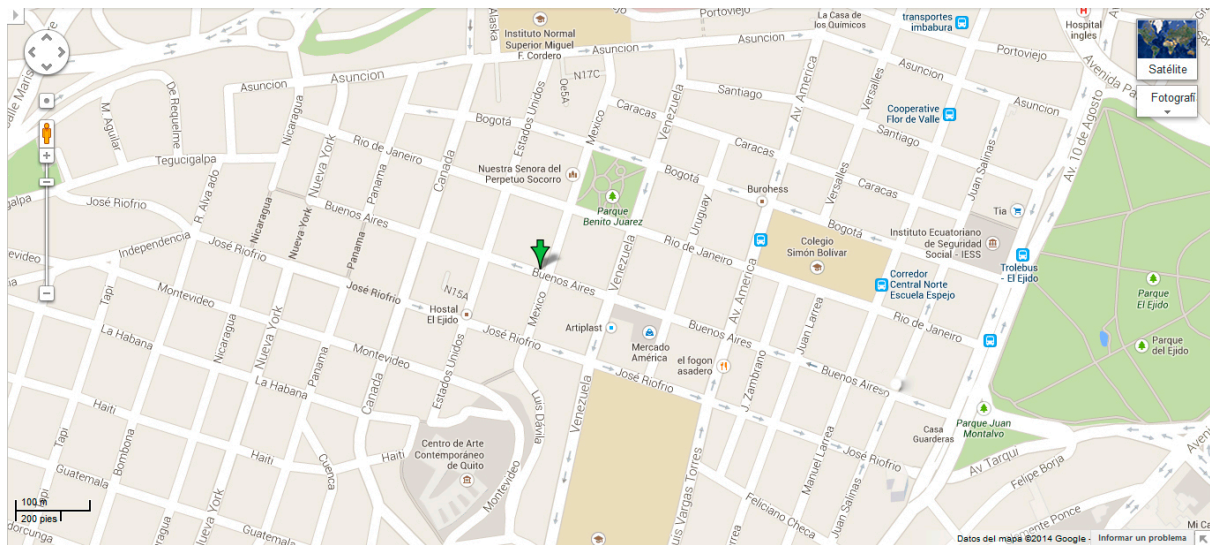


Figura 5. Mapa de ubicación de la empresa.

### 4.1.3 Análisis ambiental

El impacto ambiental será mínimo ya que si bien tenemos el conocimiento de que la gran mayoría de contaminación en lo que se refiere a publicidad se genera debido a los medios impresos, en el caso de los medios tecnológicos es menor pero no nula.

Además de la información basura que se genera día a día en la red, el uso no adecuado de estas herramientas producen literalmente CO<sub>2</sub>. Resulta que el consumo de energía asociado al flujo constante de información en la red, la carga y el almacenamiento de datos entre otros, tiene la potencialidad de generar impactos medioambientales significativos si tenemos en cuenta tanto el avance acelerado de las tecnologías de la información y las comunicaciones, como la masificación de usuarios que tienen acceso, uso y apropiación de las TIC. (Santamaría, 2014)

Diseño de la página web, para la imprenta "ORIGEN PUBLICITARIO" ubicada en el sector centro norte de Quito, para dar a conocer sus servicios.

Se tendrán en cuenta alternativas correctivas de malas prácticas existentes, se colocara solo la información necesaria sin entorpecer la navegación en el sitio web aumentando la efectividad para encontrar lo requerido, los correos electrónicos que el cliente necesite serán claros y directos, de esta forma se reducirá el consumo de papel en caso de ser impresos, si se solicita una cotización será enviada en un archivo comprimido para un envío más efectivo.

#### 4.2 Matriz de análisis de impacto de los objetivos.

Tabla 3

Matriz de análisis de impacto de los objetivos.

Objetivos	Impacto sobre el propósito	Factibilidad técnica	Factibilidad financiera	Factibilidad Social	Factibilidad Política	TOTAL	CATEGORÍA
Crear una página web para la empresa	Generará posicionamiento a largo plazo	5	5	4	4	18	Alta
Crear redes sociales para la empresa	Afianzará presencia en el internet	5	5	4	4	18	Alta
Implementar códigos QR en la papelería de la empresa	Reforzará Presencia en el internet	4	5	4	4	17	Media Alta

### 4.3 Diagrama de Estrategias.

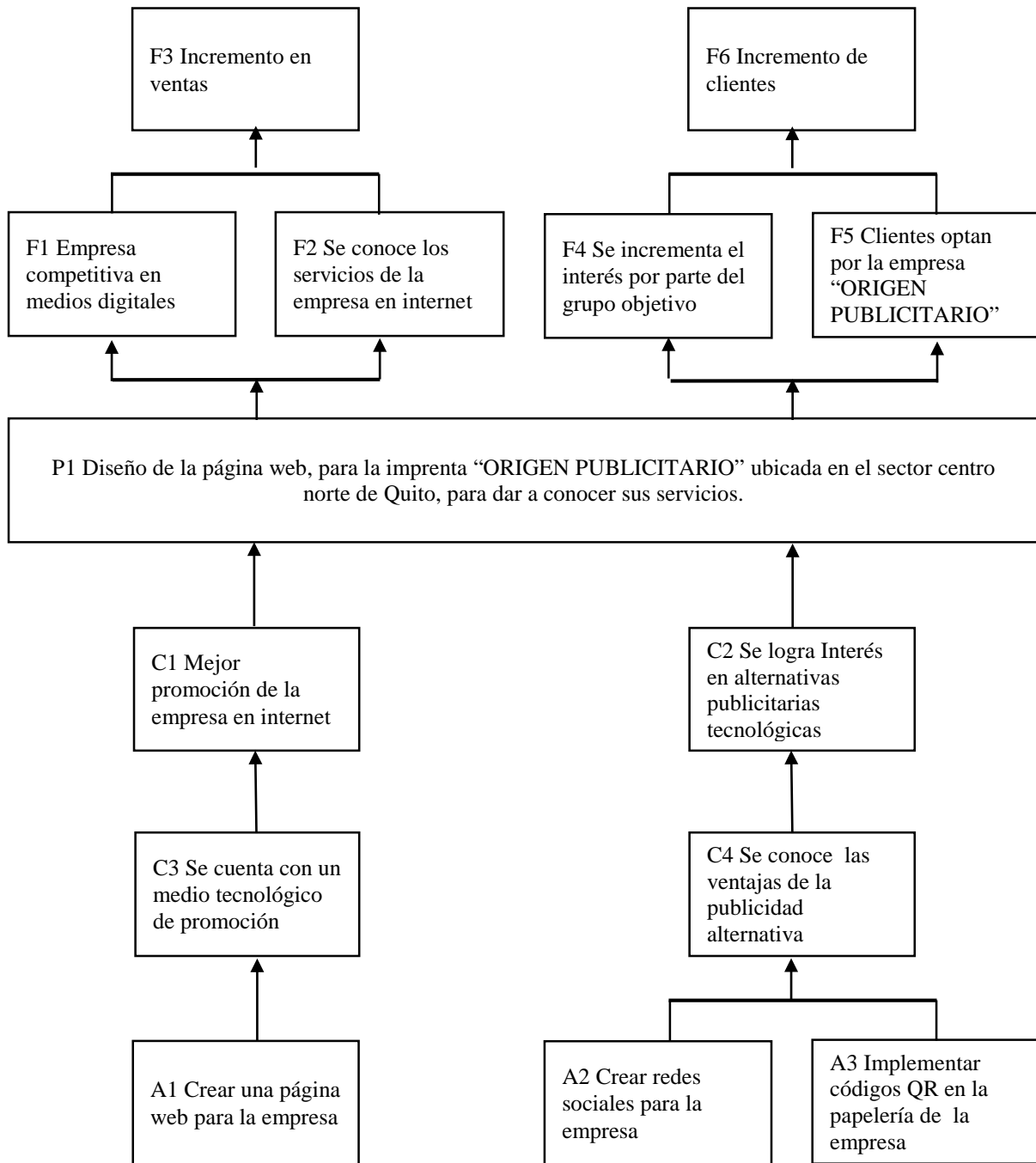


Figura 6. Diagrama de Estrategias.

Diseño de la página web, para la imprenta "ORIGEN PUBLICITARIO" ubicada en el sector centro norte de Quito, para dar a conocer sus servicios.

## 4.4 Construcción de la Matriz de Marco Lógico

### 4.4.1 Revisión de los Criterios para los indicadores.

#### Fines

Tabla 4

Revisión de los Criterios para los indicadores.

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Meta				
			Cantidad	Calidad	Tiempo	Lugar	Grupo social
F1.	Empresa competitiva en medios digitales	Incremento de clientes potenciales 25%	50%	Posicionamiento	1 año	Quito	Todos
F2.	Se conoce los servicios de la empresa en internet	Mayor entrada de cotizaciones 30%	60%	Posicionamiento	6 meses	Quito	Todos
F3.	Incremento en ventas	Mejora del capital de la empresa 20\$	40%	Posicionamiento	6 meses	Quito	Todos
F4.	Se incrementa el interés por parte del grupo objetivo	Mayor aceptación y afinidad con el cliente.25%	50%	Posicionamiento	1 año	Quito	Todos
F5.	Cientes prefieren la empresa "ORIGEN PUBLICITARIO"	Se amplía la cartera de clientes.25%	50%	Posicionamiento	1 año	Quito	Todos
F6.	Incremento de clientes	Mayor producción 25%	50%	Posicionamiento	1 año	Quito	Todos

#### Propósitos

Tabla 5

Revisión de los Criterios para los indicadores.

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Meta				
			Cantidad	Calidad	Tiempo	Lugar	Grupo social
P1.	Diseño de la página web, para la imprenta "ORIGEN PUBLICITARIO" ubicada en el sector centro norte de Quito, para dar a conocer sus servicios.	Webalizer 30%	60%	Posicionamiento	1 año	Quito	Todos

Diseño de la página web, para la imprenta "ORIGEN PUBLICITARIO" ubicada en el sector centro norte de Quito, para dar a conocer sus servicios.

## Componentes

Tabla 6

Revisión de los Criterios para los indicadores.

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Meta				
			Cantidad	Calidad	Tiempo	Lugar	Grupo social
C1.	Mejor promoción de la empresa en internet	Tráfico del motor de búsqueda 30%	60%	Posicionamiento	3 meses	Quito	Todos
C2.	Se logra Interés en alternativas publicitarias tecnológicas	Audiencia en redes 30%	50%	Posicionamiento	3 meses	Quito	Todos
C3	Se cuenta con un medio tecnológico de promoción	Trafico web 25%	50%	Posicionamiento	3 meses	Quito	Todos
C4	Se conoce las ventajas de la publicidad alternativa	Trafico web 25%	50%	Posicionamiento	3 meses	Quito	Todos

## Actividades

Tabla 7

Revisión de los Criterios para los indicadores.

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Meta				
			Cantidad	Calidad	Tiempo	Lugar	Grupo social
A1.	Crear una página web para la empresa	Incremento del tráfico web 30%	60%	Posicionamiento	3 meses	Quito	Todos
A2.	Crear redes sociales para la empresa	Mayor cantidad de seguidores 30%	60%	Posicionamiento	3 meses	Quito	Todos
A3.	Implementar códigos QR en la papelería de la empresa	Incremento de visitas en medios tecnológicos 30%	60%	Posicionamiento	3 meses	Quito	Todos

Diseño de la página web, para la imprenta "ORIGEN PUBLICITARIO" ubicada en el sector centro norte de Quito, para dar a conocer sus servicios.

#### 4.4.2 Selección de indicadores

##### Fines

Tabla 8

Revisión de los Criterios para los indicadores

Nivel	Resumen narrativo	Indicador	Calificador de indicador					Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E		
F1.	Empresa competitiva en medios digitales	Incremento de clientes potenciales	X	----	X	X	----	3	Si
F2.	Se conoce los servicios de la empresa en internet	Mayor entrada de cotizaciones	X	X	X	----	----	3	Si
F3.	Incremento en ventas	Mejora del capital de la empresa	X	X	X	----	X	4	Si
F4.	Se incrementa el interés por parte del grupo objetivo	Mayor aceptación y afinidad con el cliente.	----	----	----	----	----	0	No
F5.	Clientes prefieren la empresa "ORIGEN PUBLICITARIO"	Se amplía la cartera de clientes.	----	----	X	X	----	2	No
F6.	Incremento de clientes	Mayor producción	X		X	X	X	4	Si

##### Propósito

Tabla 9

Revisión de los Criterios para los indicadores

Nivel	Resumen narrativo	Indicador	Calificador de indicador					Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E		
P1.	Diseño de la página web, para la imprenta "ORIGEN PUBLICITARIO" ubicada en el sector centro norte de Quito, para dar a conocer sus servicios.	Webalizer	X	X	X	X	X	5	Si

Diseño de la página web, para la imprenta "ORIGEN PUBLICITARIO" ubicada en el sector centro norte de Quito, para dar a conocer sus servicios.

## Componentes

Tabla 10

Revisión de los Criterios para los indicadores

Nivel	Resumen narrativo	Indicador	Calificador de indicador					Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E		
C1.	Mejor promoción de la empresa en internet	Tráfico del motor de búsqueda	X	X	X	X	X	4	Si
C2	Se logra Interés en alternativas publicitarias tecnológicas	Audiencia en redes	X	X	X	---	X	4	Si
C3.	Se cuenta con un medio tecnológico de promoción	Trafico web	X	X	---	---	X	3	No
C4.	Se conoce las ventajas de la publicidad alternativa	Trafico web	X	X	---	---	X	3	No

## Actividades

Tabla 11

Revisión de los Criterios para los indicadores

Nivel	Resumen narrativo	Indicador	Calificador de indicador					Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E		
A1.	Crear una página web para la empresa	Incremento del tráfico web	X	X	X	X	X	5	Si
A2.	Crear redes sociales para la empresa	Mayor interactividad con el cliente	X	X	X	---	X	4	Si
A3.	Implementar códigos QR en la papelería de la empresa	Incremento de visitas en medios tecnológicos	X	X	X	X	---	4	Si

A: es claro

B: es tangible

C: Es tangible y se puede observar

D. La tarea de recolectar datos está al alcance y no requiere experto.

E: Es representativo.

### 4.4.3 Medios de Verificación

#### Fines

Tabla 12

Medios de Verificación

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de verificación				
			Fuentes de información	Método de recolección	Método de análisis	Frecuencia de recolección	Responsable
F1.	Empresa competitiva en medios digitales	Incremento de clientes potenciales	Investigación internet	Observación	Estadística	Mensual	El autor
F2.	Se conoce los servicios de la empresa en internet	Mayor entrada de cotizaciones	La empresa	Entrevista	Estadística	Mensual	La empresa
F3.	Incremento en ventas	Mejora del capital de la empresa	La empresa	Observación	Estadística	Anual	El autor
F4.	Se incrementa el interés por parte del grupo objetivo	Mayor aceptación y afinidad con el cliente.	Investigación internet	Observación	Estadística	Mensual	El autor
F5.	Clientes prefieren la empresa "ORIGEN PUBLICITARIO"	Se amplía la cartera de clientes.	La empresa	Entrevista	Estadística	Mensual	La empresa
F6	Incremento de clientes	Mayor producción	La empresa	Entrevista	Estadística	Mensual	La empresa

#### Propósito

Tabla 13

Medios de Verificación

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de verificación				
			Fuentes de información	Método de recolección	Método de análisis	Frecuencia de recolección	Responsable
P1.	Diseño de la página web, para la imprenta "ORIGEN PUBLICITARIO" ubicada en el sector centro norte de Quito, para dar a conocer sus servicios.	Webalizer	Investigación internet	Observación	Estadística	Mensual	El autor

Diseño de la página web, para la imprenta "ORIGEN PUBLICITARIO" ubicada en el sector centro norte de Quito, para dar a conocer sus servicios.

## Componentes

Tabla 14

### Medios de Verificación

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de verificación				
			Fuentes de información	Método de recolección	Método de análisis	Frecuencia de recolección	Responsable
C1.	Mejor promoción de la empresa en internet	Tráfico del motor de búsqueda	Investigación internet	Observación	Estadística	Mensual	El autor
C2.	Se logra Interés en alternativas publicitarias tecnológicas	Audiencia en redes	Investigación internet	Observación	Estadística	Mensual	El autor
C3.	Se cuenta con un medio tecnológico de promoción	Tráfico web	Investigación internet	Observación	Estadística	Mensual	El autor
C4.	Se conoce las ventajas de la publicidad alternativa	Tráfico web	Investigación internet	Observación	Estadística	Mensual	El autor

## Actividades

Tabla 15

### Medios de Verificación

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de verificación				
			Fuentes de información	Método de recolección	Método de análisis	Frecuencia de recolección	Responsable
A1.	Crear una página web para la empresa	Incremento del tráfico web	Investigación internet	Observación	Estadística	Mensual	El autor
A2.	Crear redes sociales para la empresa	Mayor interactividad con el cliente	Investigación internet	Observación	Estadística	Mensual	El autor
A3.	Implementar códigos QR en la papelería de la empresa	Incremento de visitas en medios tecnológicos	Investigación internet	Observación	Estadística	Mensual	El autor

Diseño de la página web, para la imprenta "ORIGEN PUBLICITARIO" ubicada en el sector centro norte de Quito, para dar a conocer sus servicios.

#### 4.4.4 Supuestos

##### Fines

Tabla 16

##### Supuestos

Nivel	Resumen Narrativo	Supuestos	Factores de riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
F1.	Empresa competitiva en medios digitales	Empresas no utilicen medios digitales	Bajo	Medio	Medio	----	Bajo
F2.	Se conoce los servicios de la empresa en internet	El internet deje de ser herramienta de comercio	Bajo	Bajo	Bajo	----	----
F3.	Incremento en ventas	Exceso en ventas	Medio	Medio	Bajo	Bajo	Bajo
F4.	Se incrementa el interés por parte del grupo objetivo	Aparición de nuevas formas de publicidad	Medio	Medio	Bajo	Bajo	Bajo
F5.	Clientes prefieren la empresa "ORIGEN PUBLICITARIO"	Clientes opten por tercerizadores	Medio	Medio	Bajo	Bajo	Bajo
F6.	Incremento de clientes	No se pueda cumplir la demanda	Medio	Medio	Medio	----	Medio

##### Propósito

Tabla 17

##### Supuestos

Nivel	Resumen Narrativo	Supuestos	Factores de riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
P1.	Diseño de la página web, para la imprenta "ORIGEN PUBLICITARIO" ubicada en el sector centro norte de Quito, para dar a conocer sus servicios.	Tráfico web no real	Bajo	Bajo	Bajo	----	Medio

Diseño de la página web, para la imprenta "ORIGEN PUBLICITARIO" ubicada en el sector centro norte de Quito, para dar a conocer sus servicios.

## Componente

Tabla 18

Supuestos

Nivel	Resumen Narrativo	Supuestos	Factores de riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
C1.	Mejor promoción de la empresa en internet	Mal uso del internet	Medio	Bajo	Medio	----	Cambio de leyes de comunicación.
C2.	Se logra Interés en alternativas publicitarias tecnológicas	Audiencia ficticia	Bajo	Bajo	Bajo	----	Cambio de leyes de comunicación.
C3.	Se cuenta con un medio tecnológico de promoción	Tráfico web no real	Bajo	Bajo	Bajo	----	Medio
C4.	Se conoce las ventajas de la publicidad alternativa	Servicios no convencen	Medio	Bajo	Bajo	----	Medio

## Actividades

Tabla 19

Supuestos

Nivel	Resumen Narrativo	Supuestos	Factores de riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
A1.	Crear una página web para la empresa	El tiempo de ejecución sea demasiado corto	Medio	Bajo	Bajo	Bajo	Bajo
A2.	Crear redes sociales para la empresa	Las redes sociales tengan un costo muy alto	Medio	Bajo	Bajo	Bajo	Bajo
A3.	Implementar códigos QR en la papelería de la empresa	Se deje de utilizar códigos QR como estrategia publicitaria	Bajo	Bajo	Bajo	Bajo	Bajo

Diseño de la página web, para la imprenta "ORIGEN PUBLICITARIO" ubicada en el sector centro norte de Quito, para dar a conocer sus servicios.

#### 4.4.5 Matriz Marco Lógico (MML)

Tabla 20

Matriz Marco Lógico (MML)

Resumen Narrativo	Indicadores	Medios de Verificación					Supuestos
FINES	Indicadores	Fuentes de información	Método de recolección	Método de análisis	Frecuencia de recolección	Responsable	Supuestos
Empresa competitiva en medios digitales	Incremento de clientes potenciales	Investigación internet	Observación	Estadística	Mensual	El autor	Empresas no utilicen medios digitales
Se conoce los servicios de la empresa en internet	Mayor entrada de cotizaciones	La empresa	Entrevista	Estadística	Mensual	La empresa	El internet deje de ser herramienta de comercio
Incremento en ventas	Mejora del capital de la empresa	La empresa	Observación	Estadística	Anual	El autor	Exceso en ventas
Se incrementa el interés por parte del grupo objetivo	Mayor aceptación y afinidad con el cliente.	Investigación internet	Observación	Estadística	Mensual	El autor	Aparición de nuevas formas de publicidad
Clientes prefieren la empresa "ORIGEN PUBLICITARIO"	Se amplía la cartera de clientes.	La empresa	Entrevista	Estadística	Mensual	La empresa	Clientes opten por terserizadores
Incremento de clientes	Mayor producción	La empresa	Entrevista	Estadística	Mensual	La empresa	No se pueda cumplir la demanda
PROPÓSITO	Indicadores	Fuentes de información	Método de recolección	Método de análisis	Frecuencia de recolección	Responsable	Supuestos
Diseño de la página web, para la imprenta "ORIGEN PUBLICITARIO" ubicada en el sector centro norte de Quito, para dar a conocer sus servicios.	Webalizer	Investigación internet	Observación	Estadística	Mensual	El autor	Tráfico web no real
COMPONENTES	Indicadores	Fuentes de información	Método de recolección	Método de análisis	Frecuencia de recolección	Responsable	Supuestos
Mejor promoción de la empresa en internet	Tráfico del motor de búsqueda	Investigación internet	Observación	Estadística	Mensual	El autor	Mal uso del internet
Se logra Interés en alternativas publicitarias tecnológicas	Audiencia en redes	Investigación internet	Observación	Estadística	Mensual	El autor	Audiencia ficticia
Se cuenta con un medio tecnológico de promoción	Tráfico web	Investigación internet	Observación	Estadística	Mensual	El autor	Tráfico web no real
Se conoce las ventajas de la publicidad alternativa	Tráfico web	Investigación internet	Observación	Estadística	Mensual	El autor	Servicios no convencen
ACTIVIDADES	Indicadores	Fuentes de información	Método de recolección	Método de análisis	Frecuencia de recolección	Responsable	Supuestos

Diseño de la página web, para la imprenta "ORIGEN PUBLICITARIO" ubicada en el sector centro norte de Quito, para dar a conocer sus servicios.

Crear una página web para la empresa	Incremento del tráfico web	Investigación internet	Observación	Estadística	Mensual	El autor	El tiempo de ejecución sea demasiado corto
Crear redes sociales para la empresa	Mayor interactividad con el cliente	Investigación internet	Observación	Estadística	Mensual	El autor	Las redes sociales tengan un costo muy alto
Implementar códigos QR en la papelería de la empresa	Incremento de visitas en medios tecnológicos	Investigación internet	Observación	Estadística	Mensual	El autor	Se deje de utilizar códigos QR como estrategia publicitaria

Diseño de la página web, para la imprenta "ORIGEN PUBLICITARIO" ubicada en el sector centro norte de Quito, para dar a conocer sus servicios.

## CAPÍTULO V: LA PROPUESTA

### 5.1 Antecedentes de la herramienta del perfil de la propuesta

El internet es un claro ejemplo de una corta historia pero de gran evolución es decir que crece a pasos agigantados, esto ha generado un cambio en los hábitos de compra de las personas a nivel mundial puesto que las empresas, corporaciones, organizaciones, etc... optan por este medio para promocionar sus productos y/o servicios.

A lo largo de la historia el hombre ha ideado modos e instrumentos para comunicar sus experiencias y reproducir la realidad, sirviéndose de todos los medios a su alcance, pero ha sido el uso de la imagen el de mejores resultados. Cada época se ha caracterizado por el predominio de una determinada forma de expresión ligada a los cambios tecnológicos y a los nuevos medios de comunicación. En la actualidad, la imagen audiovisual ha sobrepasado las limitaciones del lenguaje verbal, convirtiéndose en la forma específica de comunicar, variando en función del desarrollo social y sus necesidades. Esto facilita la clasificación de los medios, separando definitivamente la comunicación escrita de la audiovisual y convirtiendo el siglo XX en el del dominio de los medios audiovisuales como el cine, la radio, la televisión y por último la informática. (Vélez M., 2001, pág. 6)

La evolución del internet ha obligado a que el diseño web y multimedia evolucionen de la mano puesto que se ven involucrado directamente, se puede decir que el avance en el diseño web y multimedia se debe a la necesidad de lograr que una página web sea más agradable y utilizable al consumidor final.

El diseño web ha pasado por una serie de etapas desde su aparición la cuales serán desglosadas a breves rasgos a continuación:

Diseño de la página web, para la imprenta "ORIGEN PUBLICITARIO" ubicada en el sector centro norte de Quito, para dar a conocer sus servicios.

**Primera generación del diseño web:** es aquella en la que apareció la internet como tal surgió en el año de 1991 con un computador Next y el primer navegador propuestos por Tim Berners-Lee en la misma se podía encontrar detalles técnicos de funcionamiento para el aprendizaje pero con limitaciones, en 1994 nace La World Wide Web WWW que hasta la actualidad se la conoce. Era la única forma de codificar y tenía mucha limitación en cuanto al diseño se refiere.

Surgió en noviembre de 1994 el navegador Netscape, no transcurrió mucho tiempo antes que se volviera el navegador líder en la web, Netscape comenzó a crear sus propias etiquetas y la World Wide Web lo siguió. (Forero, 2013)

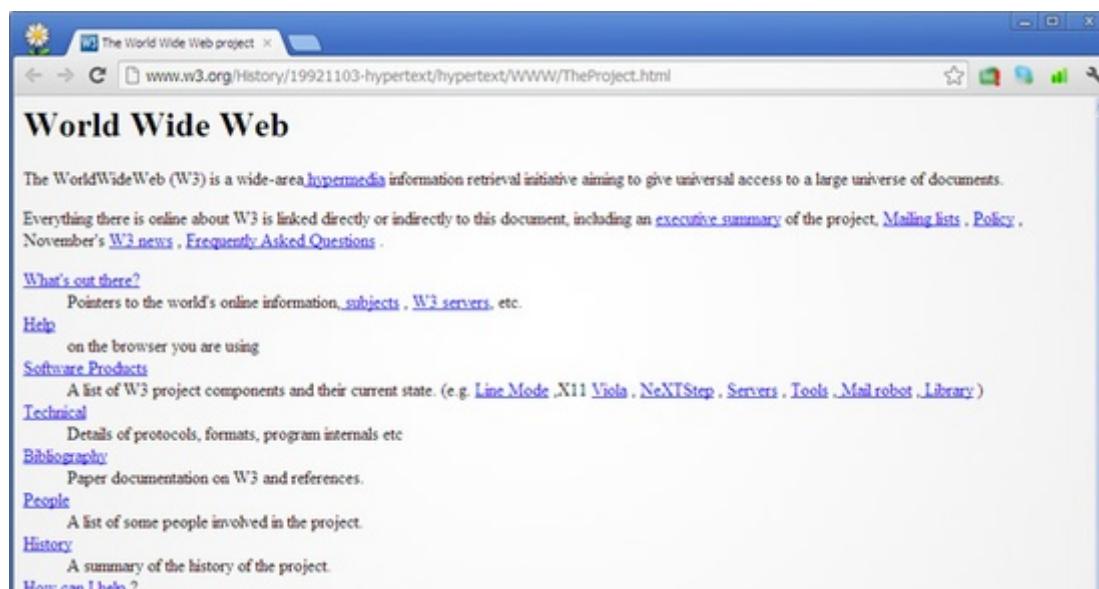


Figura 7. Ejemplo de una página web de primera generación

**La segunda generación:** esta se desarrolla entre los años 1992 – 1994 en donde se puede destacar que los programadores empiezan a agregar sus propios fragmentos de código, haciendo que el HTML sea más complejo y de ese modo se puedan agregar imágenes, banner, botones y demás elementos que hicieron más atractivos os sitios web.

**Tercera generación:** se da lugar al surgimiento de nuevas y mejores etiquetas HTML esto a lo largo del año 1995, dando lugar a lo que se conocería como HTML3 además de la

Diseño de la página web, para la imprenta "ORIGEN PUBLICITARIO" ubicada en el sector centro norte de Quito, para dar a conocer sus servicios.

aparición de las hojas de estilo CSS y la incorporación del navegador internet explorer, con estas herramientas se logra la migración de los sitios estáticos a dinámicos con la llegada de formatos .gif y desde luego .fla con los cuales se mejora la estética visual y de color de las paginas existentes en ese entonces.

**Cuarta generación:** se denominan así a los sitios web de hoy en día en los cuales hay una gran cantidad de lenguajes de programación como por ejemplo: Javascript, PHP, XML, CSS y ASP y Flash, de los cuales los diseñadores y programadores pueden hacer uso para lograr mejores resultados.

HTML 5 es la quinta revisión del lenguaje HTML y es la que se utiliza actualmente, HTML 5 presenta solución a muchos problemas y errores de sintaxis que se presentaban en HTML 4 y XHTML 1.1, que fueron sus lenguajes predecesores, HTML 5 intenta definir una estandarización entre la sintaxis de HTML y XHTML. (Forero, 2013)

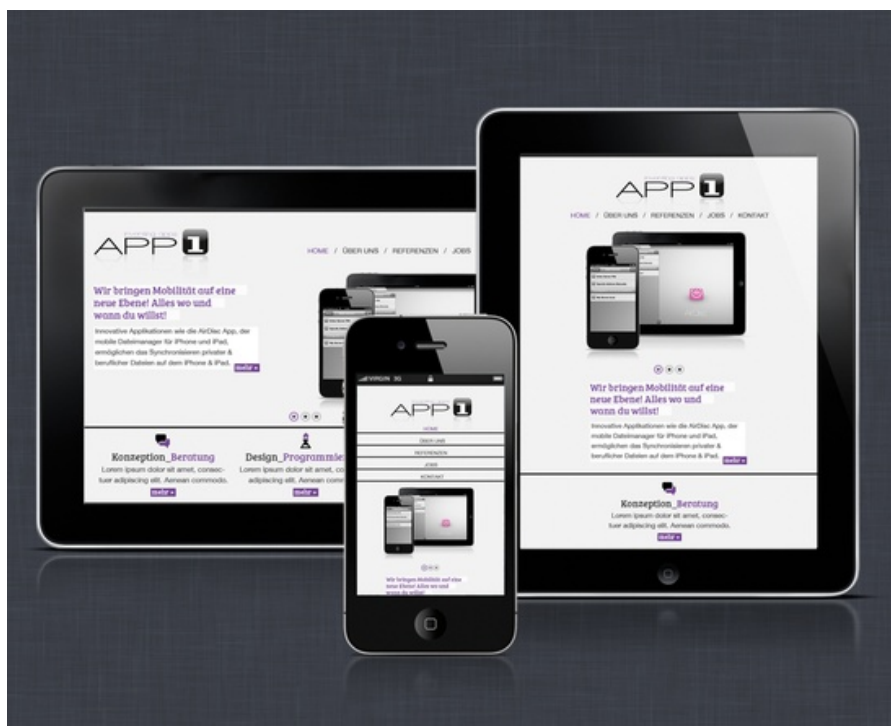


Figura 8. Ejemplo de una página web de cuarta generación.

Diseño de la página web, para la imprenta "ORIGEN PUBLICITARIO" ubicada en el sector centro norte de Quito, para dar a conocer sus servicios.

## 5.2 Descripción de la herramienta

Para la elaboración del proyecto se ha optado por algunas herramientas de creación las cuales se detalla a continuación:

### **Adobe Ilustrador CS6:**

Es una aplicación en forma de estudio destinado al manejo y manipulación de imágenes, vectorizados y plugins, plantillas y mucho más. Este software de ilustración y diseño digital tiene una utilidad muy amplia, desde la diagramación, hasta composiciones avanzadas.

### **Adobe Photoshop CS6:**

Es un editor de gráficos rasterizados desarrollado por Adobe Systems principalmente usado para el retoque de fotografías y gráficos. Su nombre en español significa literalmente "taller de fotos". Es líder mundial del mercado de las aplicaciones de edición de imágenes y domina este sector de tal manera que su nombre es ampliamente empleado como sinónimo para la edición de imágenes en general.

### **Adobe Flash CS6:**

Es una aplicación en forma de estudio de animación que trabaja sobre "*Fotogramas*" destinado a la producción y entrega de contenido interactivo para diferentes audiencias alrededor del mundo sin importar la plataforma. Es actualmente escrito y distribuido por *Adobe Systems*, y utiliza gráficos vectoriales e imágenes, sonido, código de programa, flujo de vídeo y audio bidireccional.

### **Adobe Dreamweaver CS6:**

Es una aplicación en forma de estudio destinado a la construcción y edición de sitios y aplicaciones web basados en estándares. Es el más utilizado en el sector del diseño y la programación web gracias a su funcionalidad y a su integración con otras herramientas y programas, como Adobe Flash.

La principal base de este editor es su gran poder de ampliación y personalización del mismo ya que con este programa, las tareas de insertar un hipervínculo o una imagen se realizan con Javascript-C, que ofrece una gran flexibilidad en estas materias. Esto hace que los archivos del programa sean rutinas de Javascript que le permite ser un programa muy fluido y que programadores y editores web hagan las extensiones que deseen.

### **960 Grid System**

Es una biblioteca de CSS enfocada a la maquetación de una página web. La biblioteca utiliza un contenedor (div) principal de un tamaño fijo de 960 pixels, de ahí su nombre. Se eligió este tamaño por ser fácilmente divisible entre 2, 3, 4, 5, 6, 8, 10, 12, 15, 16, 20, 24, 30, 32, 40, 48, 60, 64, 80, 96, 120, 160, 192, 240, 320 y 480.

### **WOW Slider**

Es un rotador de imágenes basado en jQuery de fácil uso, el mismo que logra satisfactorios efectos visuales.

### **Hosting**

Es el hospedaje Web, es el servicio que provee a los usuarios de Internet un sistema para poder almacenar información, imágenes, vídeo, o cualquier contenido accesible vía web, donde se pueda subir todos los archivos que se han creado. La empresa que se contratara para el alojamiento del sitio web es "hostgator" [www.hostgator.com](http://www.hostgator.com) empresa que brinda un cómodo servicio de alojamiento y de fácil uso. A la vez que cuenta con una gran reputación.

### **Dominio**

Es la identificación asociada a un grupo de equipos conectados a todo el internet, para el proyecto web se ha escogido a la empresa "godaddy" <http://www.godaddy.com> para que proporcione el dominio necesario [www.origenpublicitario.com](http://www.origenpublicitario.com) el cual está disponible.

## 5.2.1 Navegadores

### 5.2.1.1 Internet explorer 10

El navegador más utilizado hasta hace poco tiempo en internet. Es un complemento indispensable y por defecto del sistema operativo Windows, gracias al cual ha logrado su alto nivel de uso. Ha sido criticado por su desempeño, conformidad con estándares y seguridad, pero aun así sigue siendo utilizado. (Delgado G., pág. 20)



Figura 9. Logotipo internet explorer.

### 5.2.1.2 Google chrome 33.0.1

El navegador más joven y más rápido de la red, para el poco tiempo que lleva desde septiembre del 2008 se considera un gran logro la popularidad alcanzada, además sigue en ascenso no solo en número de usuarios, sino en funcionalidades y en mejoras de desempeño y usabilidad. Probablemente este navegador es el que ha comenzado una nueva batalla y porque no decir que un nuevo capítulo en la historia de los navegadores, pues las funcionalidades y el nivel de desempeño que está ofreciendo se está convirtiendo en una nueva línea base a seguir por parte de sus competidores. (Delgado G., pág. 19)



Figura 10. Logotipo google Chrome

### 5.2.1.3 Mozilla firefox 24.0

Indiscutiblemente, es el navegador más popular de la red.

Mozilla Firefox, o simplemente Firefox es un navegador web libre y de código abierto desarrollado por Mozilla, una comunidad global que trabaja junta para mantener una Web Abierta, pública y accesible. Firefox ha revolucionado la forma de pensar y mantenido la innovación en la web, para llevar a sus usuarios una mejor experiencia. Entre sus méritos está el de ser uno de los proyectos de Software Libre más importantes del mundo y poseer el récord Guinness al software más descargado en 24 horas, con 8 millones de descargas (17-06-2008). Los que usan Firefox están dando su apoyo a una nueva forma de crear, utilizar y compartir en Internet que se llama Software Libre. El objetivo es romper las barreras del Software propietario, que nos encarcela en un código que no conocemos, no sabemos cómo funciona y no podemos modificar para que se adapte a nuestras necesidades. (Delgado G., pág. 21)



Figura 11. Logotipo de mozilla firefox

### 5.2.1.4 Opera 19.0.13

Opera es un navegador web y suite de Internet creado por la empresa noruega Opera Software, capaz de realizar múltiples tareas como navegar por sitios web, gestionar correo electrónico, contactos, fuentes web, charlar vía IRC y funcionar como cliente BitTorrent. (Plata A., 2013)



Figura 12. Logotipo opera

#### 5.2.1.5 Safari 5.1.7

Es un navegador web de código cerrado desarrollado por Apple Inc. Está disponible para Mac OS X, iOS (el sistema usado por el iPhone, el iPod Touch y el iPad) y Microsoft Windows. Incluye navegación por pestañas, corrector ortográfico, búsqueda progresiva, vista del historial en Cover Flow, administrador de descargas y un sistema de búsqueda integrado. (Peña J., 2013)



Figura 13. Logotipo safari

### 5.3 Formulación del proceso de aplicación

#### 5.3.1 Planificación

La planificación de información para la página web se dará de la mejor manera para que exista un diseño funcional ya que estará representada por su contenido, de esta forma se puede jerarquizar los contenidos y tener una organización adecuada, mediante el proceso de recolección y organización de elementos gráficos y tipográficos.

Diseño de la página web, para la imprenta "ORIGEN PUBLICITARIO" ubicada en el sector centro norte de Quito, para dar a conocer sus servicios.

Un buen diseño es un “plan concebido mentalmente”, una solución eficiente, una respuesta a un profundo análisis, una decisión y sus respectivas consecuencias ante el planteamiento de un problema, que bien integrado, llegará a nuestras manos de una manera natural, en base a una adecuada correspondencia entre la forma y su sentido. (Vélez M., 2001, pág. 17)

### **5.3.2 Propósito**

Diseñar una página web que informe sobre los productos que tiene la imprenta, posicionándola así en el mercado generando reconocimiento, pregnancia y rentabilidad a la misma.

### **5.3.3 Usuario**

Está dirigido al segmento poblacional de Quito, comprendida entre los 24 y 35 años, cuyos intereses de negocios sean los medios impresos y la publicidad en general, que posean conocimiento de las herramientas de internet básico.

### **5.3.4 Herramientas**

#### **5.3.4.1 Software**

Microsoft Windows 8 profesional .

Microsoft Word 2013: Se lo utilizó para los documentos que contienen información acerca del proyecto.

Microsoft Excel 2013: Se lo utilizó para la creación de tablas necesarias en el desarrollo del proyecto.

Adobe Illustrator CS6: Se lo utilizó con el fin de trabajar mediante vectores elementos necesarios para el sitio web tales como logotipo de la empresa y clientes.

Adobe Photoshop CS6: Se lo utilizó para el retoque de fotografías en general, así como acoplar el peso de las mismas a las necesidades del sitio web.

Adobe Flash CS6 Professional: Se lo utilizó para la ejecución de animaciones y efectos para conseguir un resultado adecuado e interactivo para el usuario.

Adobe Dreamweaver CS6: Fue indispensable para la programación y creación de la página web.

**960 Grid System:** se lo utilizó para la correcta diagramación de la página web.

WOW Slider: se lo utilizó para la elaboración del banner principal

#### **5.3.4.2 Hardware**

Procesador Intel® Core™ i7 CPU 650 @ 2.40 GHz 2.40 GHz.

Disco duro 750GB.

Memoria Ram 8GB

Sistema operativo de 64bits procesador x64

Teclado, mouse, parlantes.

Flash memory Kingston 16 GB: Para trasladar documentos en general.

Cámara Digital Fujimil Finepix S 1500: Se utilizara para las fotografías necesarias en la publicación digital.

Trípode: permitirá sostener la cámara en las alturas e inclinaciones y de esta manera evitar que la cámara se mueva.

### **5.3.5 Desarrollo.**

Luego de la aprobación del proyecto, se seguirán los siguientes pasos para un óptimo resultado final:

#### **Recopilación de información**

Toda la información necesaria para la elaboración del proyecto se la obtuvo directamente de la empresa "ORIGEN PUBLICITARIO" a través de su propietario, el cual proporciono todos los datos empresariales necesarios para la elaboración de la página web.

#### **Diseño**

Se tomara en cuenta la tipografía, colores y demás elementos acordes con la imagen que la empresa quiere transmitir al público objetivo para de esta forma lograr un resultado positivo en la función general de la página web.

#### **Maquetación**

Se la realizara en base a retículas, logrando de este modo tener una uniformidad en diseño para poder transmitir de una forma sencilla pero a la vez dinámica los servicios que la empresa oferta a sus clientes.

#### **Alojamiento en internet**

Será el paso final en donde el sitio web será ubicado en el internet y podrá ser visitado por los usuarios en general.

### **5.3.6 Contenidos.**

"ORIGEN PUBLICITARIO" desea informar y dar a conocer todos los servicios que ofrece la empresa al igual que la estructura empresarial e institucional de la misma; se ha conseguido una buena distribución de elementos gráficos en el sitio web para lograr satisfacer los requerimientos de la empresa

Diseño de la página web, para la imprenta "ORIGEN PUBLICITARIO" ubicada en el sector centro norte de Quito, para dar a conocer sus servicios.

El modelo de navegación va a permitir que el usuario sea capaz de encontrar la información de una manera ágil y sin dificultad. A pesar de ser una página dinámica se destaca la jerarquía transmitiendo la buena organización de la información y utilizando las distintas formas de contraste, color y distribución acertada de los contenidos.

### **Inicio.**

Será la página es la principal de todo el Sitio Web, aparecerá cuando el usuario escriba la dirección URL, está compuesta por elementos que serán comunes en todo el sitio tales como: cabecera, barra de menú, banner animado, pie de página. Además se contarán con secciones de texto de enganche hacia el cliente, como son:

¿Por qué elegir ORIGEN PUBLICITARIO?

Somos una empresa caracterizada por brindar soluciones creativas y estratégicas con un equipo de especialistas de amplia trayectoria en publicidad, Comunicación Visual e Impresión Offset y Digital, que trabajan para lograr los mejores resultados en su negocio o empresa.

El Objetivo de ORIGEN PUBLICITARIO

Nuestro objetivo principal es lograr una permanente mejora en nuestras actividades a fin de dar una solución integral en publicidad, siempre cumpliendo con los parámetros más altos de calidad, para lograr como meta final, una satisfacción plena de nuestros clientes.

También se tiene presente dos vínculos de descarga directa hacia recursos PDF enfocados para diseñadores, al igual que elementos gráficos que denotan un servicio garantizado, y el contacto directo con un asesor comercial.

### **Empresa.**

Esta es la sección designada para dar a conocer al usuario caracteres internos de la empresa tales como:

## **Misión**

Proveer soluciones ajustadas a las necesidades publicitarias con ideas creativas utilizando herramientas del diseño gráfico, comunicación e imagen de nuestros clientes que les permitan mejorar la productividad en sus negocios.

## **Visión**

Lograr ser una empresa reconocida a nivel nacional por su prestigio como integradora de servicios publicitarios, diseño gráfico & impresión, con soluciones precisas y adecuadas para cubrir las necesidades de nuestros clientes.

## **Servicios.**

En esta página se contará con cuatro vínculos con sus respectivas representaciones gráficas correspondientes a los servicios que la empresa brinda, estos son: impresión offset, impresión digital, diseño gráfico y publicidad

### **Impresión offset:**

Será la sección designada para informar acerca de los servicios que proporciona la empresa en lo referente a la impresión offset, además contará con imágenes relativas a dicho servicio.

Contamos con la maquinaria y el personal capacitado para brindar eficientes soluciones en impresión de: libros, Revistas, Afiches, Flyers, Boletines, Brochures, Cajas de empaque, Etiquetas adhesivas, Facturas, Sobres, Tarjetas de presentación, Volantes y demás en papelería.

### **Impresión digital:**

Será la sección designada para informar acerca de los servicios que proporciona la empresa en lo referente a la impresión digital, además contará con imágenes relativas a dicho servicio.

El texto redactado será el siguiente: contamos con la maquinaria y el personal capacitado para brindar eficientes soluciones en impresión de: Afiches, Flyers, Boletines, Brochures, Etiquetas adhesivas, Facturas, Sobres, Tarjetas de presentación, Volantes y demás en papelería.

**Diseño gráfico:**

Será la sección designada para informar acerca de los servicios que proporciona la empresa en lo referente al diseño gráfico, además contara con imágenes relativas a dicho servicio.

El texto redactado será el siguiente: nos ocupamos de toda la comunicación gráfica de su empresa, consiguiendo que nuestros clientes sean diferentes de su competencia. El valor agregado de su marca es lo que haremos destacar.

**Publicidad:**

Será la sección designada para informar acerca de los servicios que proporciona la empresa en lo referente a la publicidad, además contara con imágenes relativas a dicho servicio.

El texto redactado será el siguiente: tenemos experiencia en la elaboración de artículos publicitarios que impactan en el cliente por su diseño y adaptabilidad a las necesidades, entre estos artículos constan: jarros publicitarios, llaveros, encapsulados, relojes, agendas, esferos.

**Cientes.**

En esta página se contara con los logotipos de los clientes frecuentes de la empresa.

**Contactos.**

En esta página se contara con información acerca de la ubicación de la empresa, números telefónicos convencionales y celulares, correo electrónico, además se contara con un formulario el cual servirá como medio alterno para solicitar presupuestos.

### 5.3.7 Mapa de contenidos.

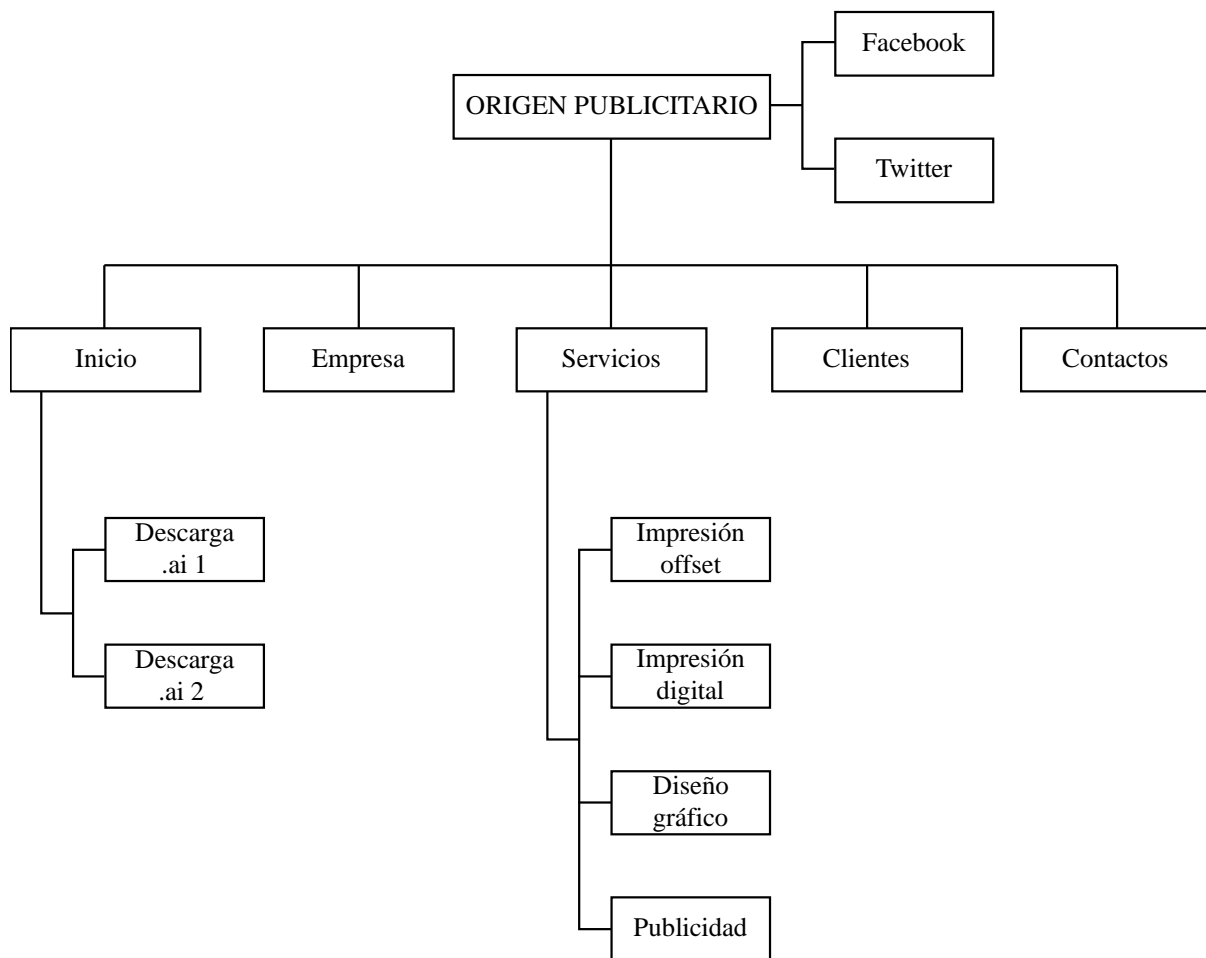


Figura 14. Mapa de contenidos.

## 5.4 Diseño de interfaz.

### 5.4.1 Imagen corporativa.

La empresa cuenta con una imagen corporativa, que es la que se empleara para la ejecución de la página web, se tomara en cuenta tanto los colores, tipografía y demás elementos corporativos.

Un logotipo encierra un profundo significado, al que contribuyen todos los elementos que lo componen. Parece simple una vez terminado, pero realmente es el resultado de una serie de decisiones delicadas sobre aspectos como forma, color, tipografía, estilo, complejidad, distribución, o efectos. Cada elemento tiene su importancia y su significado, y guarda una relación con el resto. (Logorapid, 2010, pág. 10)

A continuación se presenta el logotipo empresarial con sus medidas correspondientes.



Figura 15. Logotipo "ORIGEN PUBLICITARIO"

### 5.4.2 Colores.

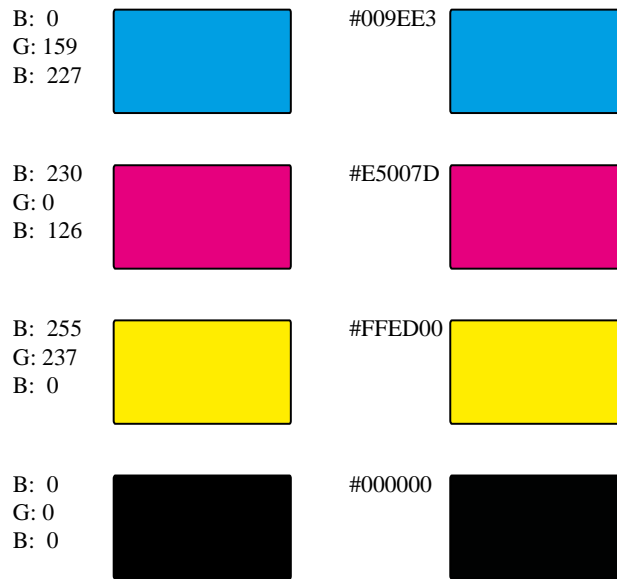


Figura 16. Composición de colores

### 5.4.3 Tipografías.

El logotipo presenta una tipografía “Alba” como principal fuente para describir el nombre de la empresa y una tipografía “Gill Sans” como tipografía complementaria utilizada para describir la función de la empresa.

Para el diseño de la página web utilizaremos la tipografía complementaria de la identidad de la empresa en este caso “Gill Sans” con las variantes de su familia.

Además de la tipografía Trebuchet MS para datos de la web

**Alba**

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

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

**0123456789**

**/, |, @, #, €, +, -, ., ?, ¢, (, ) and %, !, O**

Diseño de la página web, para la imprenta “ORIGEN PUBLICITARIO” ubicada en el sector centro norte de Quito, para dar a conocer sus servicios.

### Gill Sans MT

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

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

0123456789

/\*|@#€+-\$?;()&% !0

### Gill Sans MT Bold

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

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

**0123456789**

**/\*|@#€+-\$?;()&% !0**

### Trebuchet MS

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

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

0123456789

/\*|@#€+-\$?;()&% !0

### 5.4.4 Botones.

En el área destinada para el menú principal se ha creado 5 botones, cada uno enlaza a un contenido que corresponde a la categoría de el botón seleccionado.

El tamaño de cada botón es: 188px X 40px.

El tamaño de los botones en del menú principal en conjunto es: 940px X 40px

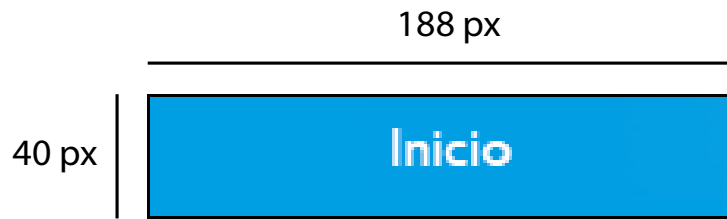


Figura 17. Dimensiones del botón

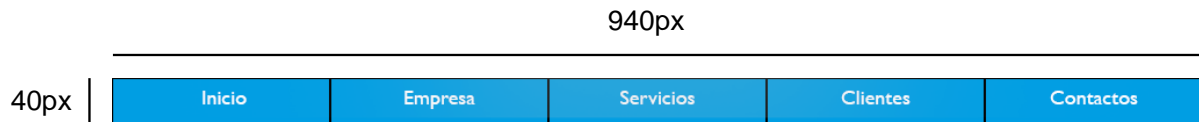


Figura 18. Dimensiones del menú general

### 5.4.5 Retículas.

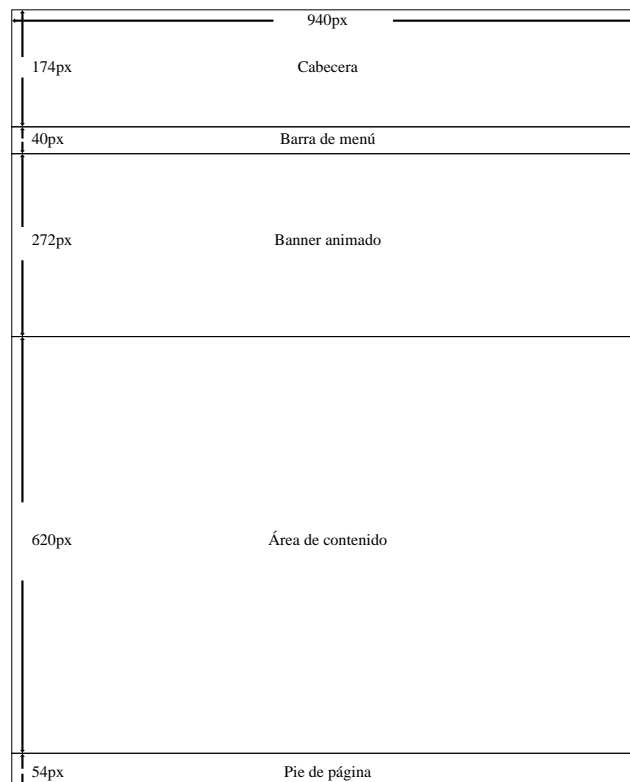


Figura 19. Retícula web que se utilizara

### 5.4.6 Producción.

A continuación se presentará cada enlace correspondiente a los botones mencionados en el apartado: 5.3.6 Contenidos, se debe tener en cuenta que la ventana de inicio será la correspondiente al índice en nuestra programación.

Diseño de la página web, para la imprenta "ORIGEN PUBLICITARIO" ubicada en el sector centro norte de Quito, para dar a conocer sus servicios.

### 5.4.6.1 Inicio

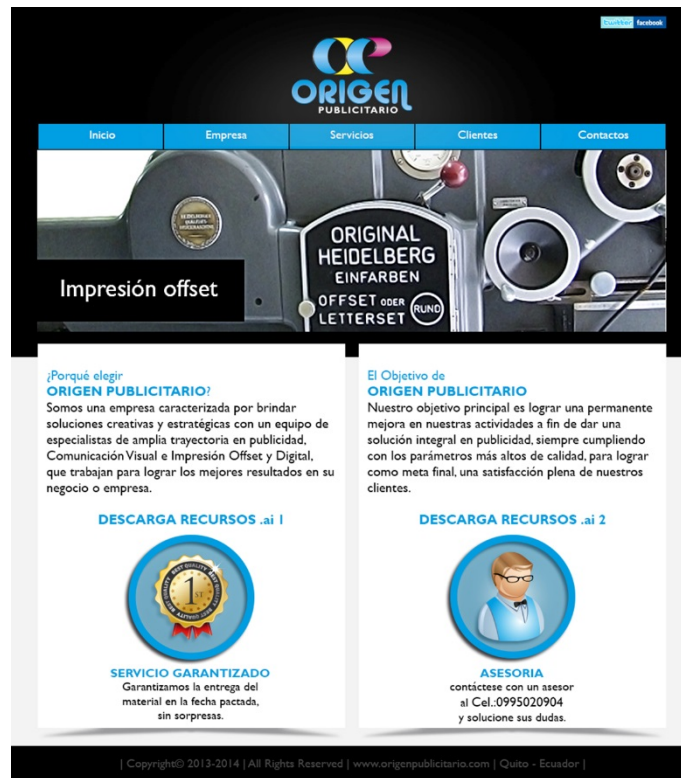


Figura 20. Página inicio

### 5.4.6.2 Empresa



Figura 21. Página empresa

Diseño de la página web, para la imprenta "ORIGEN PUBLICITARIO" ubicada en el sector centro norte de Quito, para dar a conocer sus servicios.

### 5.4.6.3 Servicios

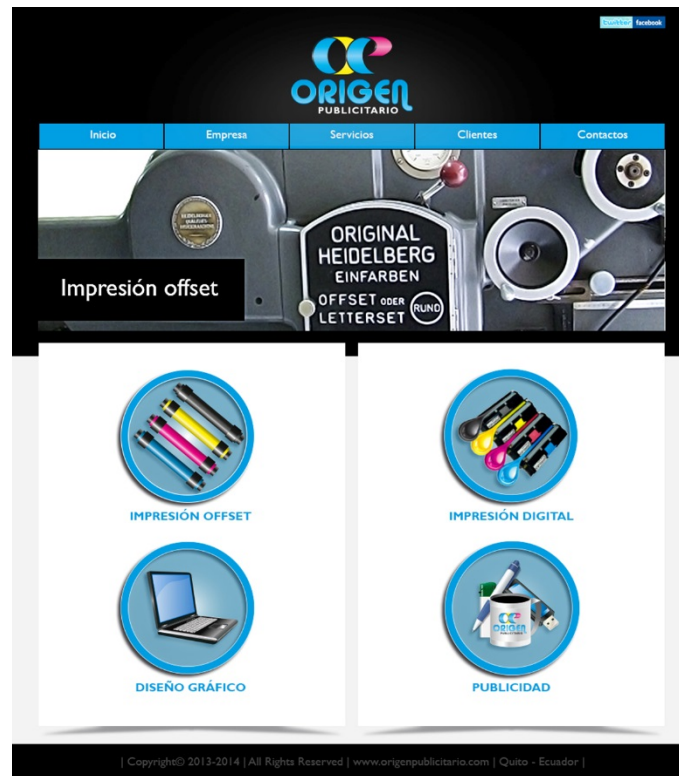


Figura 22. Página servicios

#### 5.4.6.3.1 Impresión offset



Figura 23. Página impresión offset

Diseño de la página web, para la imprenta "ORIGEN PUBLICITARIO" ubicada en el sector centro norte de Quito, para dar a conocer sus servicios.

### 5.4.6.3.1 Impresión digital



Figura 24. Página impresión digital

### 5.4.6.3.1 Diseño gráfico



Figura 25. Página diseño gráfico

Diseño de la página web, para la imprenta "ORIGEN PUBLICITARIO" ubicada en el sector centro norte de Quito, para dar a conocer sus servicios.

### 5.4.6.3.1 Publicidad

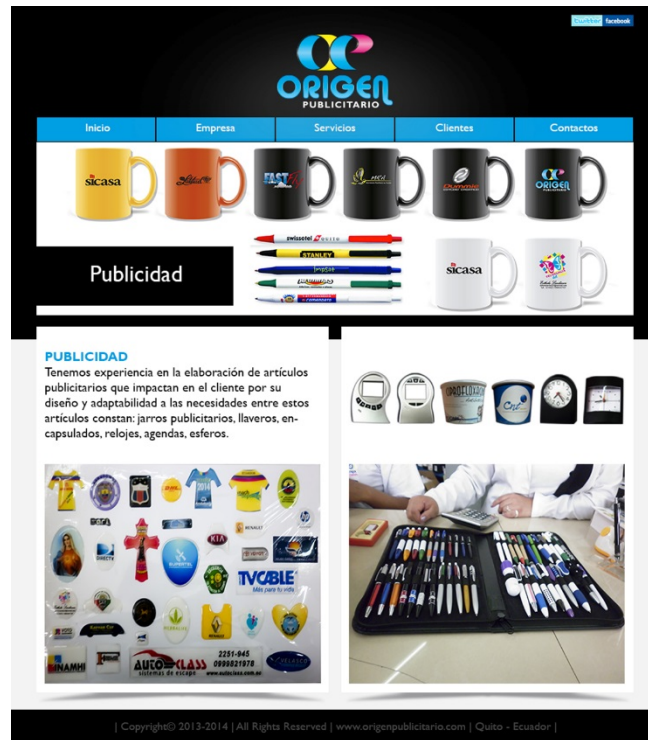


Figura 26. Página publicidad

### 5.4.6.4 Clientes

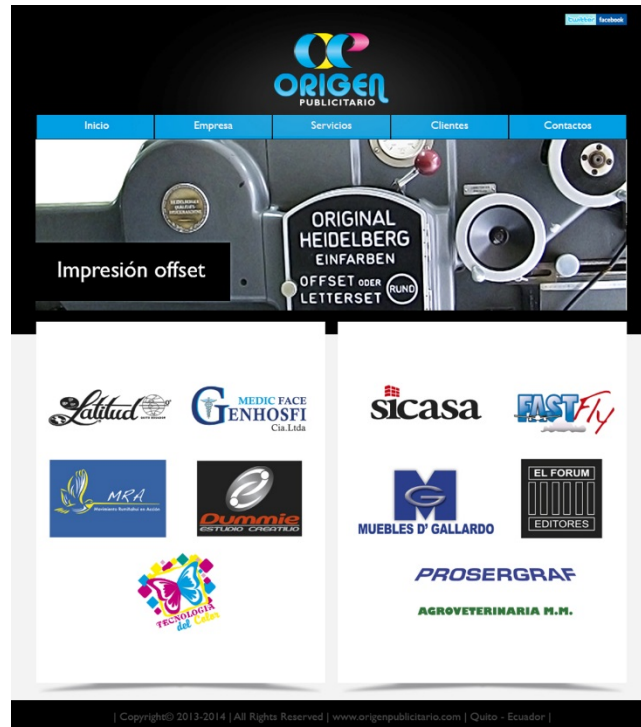


Figura 27. Página clientes

Diseño de la página web, para la imprenta "ORIGEN PUBLICITARIO" ubicada en el sector centro norte de Quito, para dar a conocer sus servicios.

### 5.4.6.4 Contactos

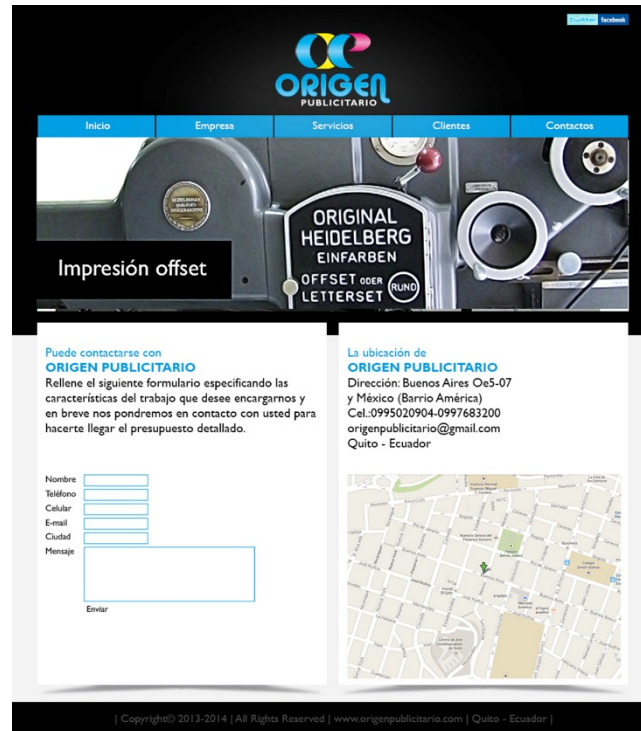


Figura 28. Página contactos

Diseño de la página web, para la imprenta "ORIGEN PUBLICITARIO" ubicada en el sector centro norte de Quito, para dar a conocer sus servicios.

#### **5.4.7 Programación.**

El lenguaje HTML será el que rija la programación de la página web, también se contará con estilos CSS y Action Script 2.0 que facilitará la creación de hipervínculos necesarios para la navegación dentro de la misma además jquery para la creación del banner general del sitio web.

#### **5.4.8 Navegación-interactividad.**

Se ha tomado en cuenta la categoría de jerarquía de tres niveles para el diseño de la página web, también denominada estructura en árbol, de modo que desde una página principal se pueda acceder al resto de páginas que estarán vinculadas entre sí.

Se ha buscado hacer un sitio lo más interactivo posible, el mismo está diseñado para que pueda ser actualizado, mejorado, o modificado a gusto y necesidad del cliente.

#### **5.4.9 Servicios.**

Las redes sociales sin lugar a duda son herramientas muy utilizadas para realizar negocios, es por este motivo que en el sitio web de "ORIGEN PUBLICITARIO" se ha tomado en cuenta esto como un servicio adicional, se contará con dos botones que nos re direccionarán a Facebook y twitter respectivamente.

Además contara con dos vínculos de descarga directa en formato .ai uno para troqueles y otro para mezclas de color.

### 5.4.10 Imágenes.



Figura 29. Fotografías utilizadas en el sitio web

Diseño de la página web, para la imprenta "ORIGEN PUBLICITARIO" ubicada en el sector centro norte de Quito, para dar a conocer sus servicios.



Figura 30. Fotografías utilizadas en el sitio web

Diseño de la página web, para la imprenta "ORIGEN PUBLICITARIO" ubicada en el sector centro norte de Quito, para dar a conocer sus servicios.

### 5.5 Marketing y difusión.

Se optará por la difusión mediante redes sociales para esto se realizarán afiches informativos digitales e impresos dando a conocer el sitio web.

Se elaborarán flyers impresos en su tiro y retiro, los cuales serán entregados a posibles clientes en el área del barrio América y sus alrededores.



Figura 31. Código QR red social facebook



Figura 32. Código QR red social twitter

Diseño de la página web, para la imprenta "ORIGEN PUBLICITARIO" ubicada en el sector centro norte de Quito, para dar a conocer sus servicios.



Figura 33. Afiche informativo digital



Figura 34. Afiche informativo impreso

Diseño de la página web, para la imprenta "ORIGEN PUBLICITARIO" ubicada en el sector centro norte de Quito, para dar a conocer sus servicios.



Figura 35. Flyer informativo tiro (anverso)



Figura 36. Flyer informativo retiro (reverso)

Diseño de la página web, para la imprenta "ORIGEN PUBLICITARIO" ubicada en el sector centro norte de Quito, para dar a conocer sus servicios.



Figura 37. Captura de pantalla, red social Facebook



Figura 38. Captura de pantalla, red social twitter

Diseño de la página web, para la imprenta "ORIGEN PUBLICITARIO" ubicada en el sector centro norte de Quito, para dar a conocer sus servicios.

## CAPITULO VI: ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

### 6.1 Recursos

#### 6.1.1 Recursos técnicos:

Procesador Intel® Core™ i7 CPU 650 @ 2.40 GHz 2.40 GHz.

Disco duro 750GB.

Memoria Ram 8GB

Sistema operativo de 64bits procesador x64

Teclado, mouse, parlantes.

Flash memory Kingston 16 GB: Para trasladar documentos en general.

Cámara Digital Fujimil Finepix S 1500

Trípode

#### 6.1.2 Recursos humanos

Sr. Javier Urrea: diseño, maquetación, publicación de la página web.

Sr. Jorge granizo: recolección de información, fotografía.

Lcda. Fernanda Chamorro, traducción (resumen ejecutivo)

## 6.2 Presupuesto

Tabla 21

Gastos operativos

<b>GASTOS OPERATIVOS</b>				
<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>	<b>FINANCIAMIENTO</b>
COPIAS	100	0,2	20	personal
IMPRESIONES	300	0,5	150	personal
CD	4	50	200	personal
ANILLADOS	3	2	6	personal
EMPASTADOS	2	25	50	personal
M. DE OFICINA	1	100	100	personal
S. BÁSICOS	6	20	120	personal
VIÁTICOS	50	5	250	personal
TRANSPORTE	50	1	50	personal
			946	

Tabla 22

Aplicación del proyecto

<b>APLICACIÓN DEL PROYECTO</b>				
<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>	<b>FINANCIAMIENTO</b>
HOSTING	1	100	100	empresa
DOMINIO	1	20	20	empresa
FLYERS	1000	0,12	120	empresa
AFICHES	1000	0,16	160	empresa
			400	
SUBTOTAL			1346	
IMPREVISTOS			17%	
<b>TOTAL</b>			<b>1574,82</b>	

### 6.3 Cronograma

Tabla 23

Cronograma

TIEMPO	OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE				ENERO				FEBRERO				MARZO			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
ACTIVIDADES																								
APROBACIÓN				x																				
REVISIÓN DE LA FUNDAMENTACIÓN					x	x																		
ANTECEDENTES							x	x																
ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS									x	x														
PROBLEMA Y OBJETIVOS											x													
ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS												x												
PROPUESTA													x											
ASPECTOS ADMINISTRATIVOS														x	x									
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES																x								
CORRECCIÓN FINAL GENERAL																	x	x						
ENTREGA DEL MANUAL																			x	x				
RESULTADOS																					x	x	x	x

## CAPITULO VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 7.1 Conclusiones

- Se concluye que la creación de la página web generara posicionamiento de marca en el mercado.
- Las redes sociales implementadas van a ser un soporte fundamental de enlace hacia el sitio web, y servirán como nexo para llegar a clientes más jóvenes.
- Los medios publicitarios tradicionales como la papelería siempre estarán presente en las empresas, al implementar códigos QR se tendrá una clara oportunidad de generar tráfico web incluso por intuición.
- La incursión en medios tecnológicos por parte de la empresa será de gran ayuda para la comunicación e información con los clientes, los cuales optan a menudo por buscar soluciones en internet.
- Un diseño atractivo y funcional garantizara la efectividad del sitio web.
- Los servicios adicionales que el sitio web presta a los usuarios será el valor agregado logrando interactuar con el cliente.
- El posicionamiento de la empresa en el internet nos dará la clara certeza de que la empresa es competitiva en los medios tecnológicos digitales.

## 7.2 Recomendaciones

- Capacitar a la persona que administrará, el Sitio Web para un óptimo rendimiento.
- Realizar actualizaciones periódicamente de la información en Sitio Web, para ofrecer un mejor servicio en línea.
- Incrementar en la medida de lo posible el contenido del sitio web. Con servicios que la empresa pueda implementar.
- Mantener activas las redes sociales para generar un constante tráfico.
- No descuidar el uso de publicidad tradicional con la implementación de códigos QR

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acaso, M. (2009.). *El lenguaje visual*. editorial paidós.
- Ciespal. (2012). *Mapa de medios digitales del Ecuador*. Quito: Ciespal.
- Costa Joan. (2003). *Diseñar para los ojos*. grupo editorial design .
- Delgado G., G. M. (s.f.). *Manual del uso del Internet y Herramientas Tecnológicas*.  
Portoviejo.
- Forero, J. ( Viernes, 19 de Abril de 2013). *dweb3d.com*. Obtenido de dweb3d.com:  
<http://www.dweb3d.com/blog/disenio-web/historia-del-diseno-web.html>
- Frascara, J. (2004). *Diseño grafico comunicaciones de masa y cambio social*. Ediciones  
Infinito .
- Logorapid. (2010). *EL LIBRO DE LOGOTIPOS, MARCAS E IMAGEN CORPORATIVA DE  
LOGORAPID*. Barcelona.
- Nafría, I. (2000). *Web 2.0*. editorial gestión .
- Peña J. (27 de junio de 2013). *INTERNET. Maestría en Tecnologías para el Aprendizaje*.  
Obtenido de INTERNET. Maestría en Tecnologías para el Aprendizaje: [http://meta-  
aportaciones.blogspot.com](http://meta-aportaciones.blogspot.com)
- Plata A. (29 de junio de 2013). *INTERNET. Maestría en Tecnologías para el Aprendizaje*.  
Obtenido de INTERNET. Maestría en Tecnologías para el Aprendizaje: [http://meta-  
aportaciones.blogspot.com](http://meta-aportaciones.blogspot.com)
- Santamaría, L. (10 de Enero de 2014). *vanguardia.com*. Obtenido de vanguardia.com:  
<http://blogs.vanguardia.com>
- SENPLADES. (2009-2013). *Plan Nacional para el Buen Vivir*. Quito.

Solano J. (s.f.). *Respuestas al día.com*. Obtenido de Respuestas al día.com:

<http://www.respuestasaldia.com>

Torres S., González A., Vavilova i. (2012). *La Cita y Referencia Bibliográfica: Guía basada en las normas APA*. Buenos Aires.

Vélez M., G. A. (2001). *El diseño Gráfico*.

Wong, W. (2001). *Fundamentos del diseño bi- y tri- dimensional*. Mexico : Editorial Gustavo Gili S.A.,

Zavala S, M. (2012). *Guía a la redacción en el estilo apa*.

## ANEXOS

### ENTREVISTA

Realizada al Sr. Jorge Granizo propietario de la imprenta "ORIGEN PUBLICITARIO"

¿Quién es "ORIGEN PUBLICITARIO"?

---

¿Cuál es la misión y visión de la empresa?

---

¿Cuál es el objetivo y filosofía de la empresa?

---

¿Cuáles son las políticas internas de "ORIGEN PUBLICITARIO"?

---

¿Porque elegir "ORIGEN PUBLICITARIO"?

---

¿Qué servicios ofrece "ORIGEN PUBLICITARIO"?

---

¿Cuál es la ubicación de la empresa?

---

¿Cuáles son los medios de contacto para los clientes números telefónicos etc...?

---