



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGIA
FECYT

ESCUELA DE EDUCACIÓN TÉCNICA

TEMA:

**“ANÁLISIS DE LA INCIDENCIA DE LA PUBLICIDAD
MULTIMEDIA EN LOS LOCALES COMERCIALES Y
NEGOCIOS DE LA ZONA URBANO – CÉNTRICA DEL
CANTÓN ANTONIO ANTE.”**

Trabajo de Grado, previo a la obtención del título de
Licenciado en la especialidad de Diseño Gráfico.

AUTOR:

Aragón Cuamacás Flavio Mauricio

DIRECTOR:

Msc. Henry Chilibingga

Ibarra, 2015

ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR

Luego de haber sido designado por el Honorable Consejo Directivo de la Facultad de Educación Ciencia y Tecnología de la Universidad Técnica del Norte de la ciudad de Ibarra, yo Henry Chiliquinga he aceptado con satisfacción participar como Director del Trabajo de Grado titulado: **“ANÁLISIS DE LA INCIDENCIA DE LA PUBLICIDAD MULTIMEDIA EN LOS LOCALES COMERCIALES Y NEGOCIOS DE LA ZONA URBANO – CÉNTRICA DEL CANTÓN ANTONIO ANTE”**. Trabajo realizado por el Sr. ARAGÓN CUAMACÁS FLAVIO MAURICIO, previo a la obtención del título de Licenciado en Diseño Gráfico.

Al ser testigo presencial y corresponsable directo del desarrollo del presente trabajo de investigación, certifico que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sustentado públicamente ante el tribunal que sea designado oportunamente.

Esto es lo que puedo certificar por ser justo y legal.



Msc. Henry Chiliquinga

DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1003400262		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Aragón Cuamacás Flavio Mauricio		
DIRECCIÓN:	maurovec77@hotmail.com		
EMAIL:	Barrio El Milagro		
TELÉFONO FIJO:	062542188	TELÉFONO MÓVIL:	0992631141

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“ANÁLISIS DE LA INCIDENCIA DE LA PUBLICIDAD MULTIMEDIA EN LOS LOCALES COMERCIALES Y NEGOCIOS DE LA ZONA URBANO – CÉNTRICA DEL CANTÓN ANTONIO ANTE”.
AUTOR:	Flavio Mauricio Aragón Cuamacás
FECHA:	2016/02/12
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Licenciatura en Diseño Gráfico
ASESOR /DIRECTOR:	Msc. Henry Chiliquinga

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Flavio Mauricio Aragón Cuamacás, con cédula de identidad Nro. 1003400262, en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

El autor manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 12 días del mes de Febrero de 2016

EL AUTOR:

(Firma).....
Nombre: Flavio Mauricio Aragón Cuamacás



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, Flavio Mauricio Aragón Cuamacás, con cédula de identidad Nro. 1003400262, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) de la obra o trabajo de grado denominado: "ANÁLISIS DE LA INCIDENCIA DE LA PUBLICIDAD MULTIMEDIA EN LOS .LOCALES COMERCIALES Y NEGOCIOS DE LA ZONA URBANO – CÉNTRICA DEL CANTÓN ANTONIO ANTE"., que ha sido desarrollado para optar por el título de: Licenciado en Diseño Gráfico, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Ibarra, a los 12 días del mes de Febrero de 2016

(Firma).....

Nombre: Flavio Mauricio Aragón Cuamacás

Cédula: 1003400262

Dedicatoria

Ha culminado una etapa estudiantil, llena de ambiciones, esperanzas y logros, hoy me siento orgulloso del trabajo realizado, fruto de la inspiración y creatividad, de la paciencia y constancia, pero sobre todo la necesidad de generar una luz de amor y pasión por el desarrollo de páginas Web.

Dedico este proyecto a mis padres para decirles gracias por su tenacidad por sacarme adelante, a mis compañeros para que siempre den vida a todas sus ideas, a la empresa Paulos Confecciones por la confianza que depositaron en mí, para hacer realidad este proyecto.

FLAVIO MAURICIO

Agradecimiento

El más ferviente agradecimiento a mis padres que con su amor y apoyo incondicional me han dado la mano a cada paso durante la realización de este trabajo, como eslabón del inicio de mi carrera.

De igual modo a la Universidad Técnica del Norte, que ha sido mi casa formadora. A todas aquellas personas que de una u otra manera han hecho posible el poder culminar esta etapa que me lleva a ser mejor con esfuerzo, amor y trabajo.

ÍNDICE GENERAL

ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR.....	ii
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN.....	iii
CECIÓN DE DERECHOS DE AUTOR.....	v
DEDICATORIA.....	vi
AGRADECIMIENTO	vii
ÍNDICE GENERAL.....	viii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xv
ÍNDICE DE TABLAS	xvi
RESUMEN	xvii
ABSTRACT.....	xviii
INTRODUCCIÓN.....	xix
CAPÍTULO I	1
1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	1
1.1. Antecedentes	1
1.2. Planteamiento del problema	3
1.3. Formulación del problema.....	4
1.4. Delimitación del problema.....	4
1.4.1. Delimitación de las Unidades de Observación	4
1.4.2. Delimitación Espacial	4
1.4.3. Delimitación Temporal	4
1.5. Objetivos	5
1.5.1. Objetivo General	5
1.5.2. Objetivos Específicos.....	5
1.6. Justificación	6
1.6.1. Impacto social	6
1.6.2. Impacto psicológico	6
1.7. Factibilidad.....	7

CAPÍTULO II	8
2. MARCO TEÓRICO	8
2.1. Fundamentación Teórica	8
2.1.1. Publicidad	8
2.1.2. El Plan de Publicidad	9
2.1.3. Publicidad Corporativa	9
2.1.4. ¿Cómo la Creatividad mejora la Publicidad?	10
2.1.5. Los Efectos de la Publicidad	11
2.1.6. El Impacto de la Publicidad en Internet.....	11
2.2. Mercadotecnia	12
2.2.1. Producto.....	12
2.2.2. La Promoción.....	12
2.2.3. Percepción del Consumidor	13
2.2.4. La Motivación.....	13
2.3. Los Medios Digitales en la Publicidad.....	14
2.3.1. Diseño Gráfico y Comunicación Visual	14
2.3.2. La Comunicación y el Diseño.....	15
2.3.3. Principios Básicos sobre el Diseño	15
2.3.4. Fundamentos del diseño.....	15
2.3.5. Pirámide Creativa.....	16
2.4. Multimedia.....	16
2.4.1. Fases de un Proyecto Multimedia.....	17
2.4.1.1. Definir Objetivos.....	17
2.4.1.2. Planificación y Definición de un Producto Multimedia	17
2.4.1.3. Estructura de la Información Disponible.....	17
2.4.1.4. Selección de la Plataforma Interactiva	17
2.4.1.5. Diseño.....	18
2.4.1.6. Construcción	18
2.4.1.7. Marketing	18
2.4.1.8. Lanzamiento	18
2.5. Los Pilares Multimedia.....	19

2.5.1.	Texto	19
2.5.2.	Sonido	19
2.5.3.	Imágenes	20
2.5.4.	Animación	21
2.6.	Diseño Web	21
2.6.1.	Páginas y Sitios Web	21
2.6.2.	Tipos de Sitios Web	22
2.6.3.	Principios Generales de Diseño en la Web	23
2.6.4.	Como se hace una Página Web	23
2.6.5.	Estructura del Sitio Web.....	24
2.6.5.1.	Planificación	24
2.6.5.2.	Retroalimentación e interactividad	25
2.6.5.3.	Programación Web	25
2.6.5.4.	Características de un sitio Web Efectivo	25
2.6.5.5.	Importancia de la Imagen Web corporativa.....	26
2.7.	Fundamentos del diseño.....	27
2.7.1.	Tipografía	27
2.7.2.	Color	27
2.7.3.	El Fondo.....	28
2.7.4.	Derechos de Autor	28
2.7.5.	Promoción.....	29
2.7.6.	Mantenimiento y Actualización.....	29
2.8.	Flash CC	30
2.8.1.	Descripción del Entorno de trabajo en Flash CC	30
2.8.2.	Métodos de Visualización	31
2.8.3.	Gráficos Vectoriales y Mapa de Bits	31
2.8.4.	Herramientas de Dibujo	32
2.8.5.	Creación de Objetos	32
2.8.6.	Geometrías Estándar	32
2.8.7.	Control de Líneas Vectoriales con la Herramienta Pluma	33
2.8.8.	Distribución de grupos, capas y texto	34
2.8.9.	Ayudantes de precisión en el dibujo	34

2.8.10.	Utilización de las guías	34
2.8.11.	Paneles	35
2.8.12.	Utilización del Color	35
2.8.13.	Tipos de Relleno	35
2.8.14.	Animación	36
2.8.15.	Páginas Estáticas y Dinámicas con Flash.....	36
2.9.	Editores de Diseño Gráfico	38
2.9.1.	Adobe Photoshop	38
2.9.2.	Adobe Ilustrador.....	38
2.10.	Fundamentación Teórica	39
2.10.1.	Fundamentos Científicos	39
2.10.2.	Fundamentos Sicológicos	39
2.10.3.	Fundamentos Tecnológicos.....	39
2.11.	Posicionamiento Teórico Personal.....	40
2.12.	Glosario de Términos.....	41
CAPÍTULO III.....		44
3.	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	44
3.1.	Tipos de Investigación	44
3.1.1.	Investigación de campo	44
3.1.2.	Investigación Bibliográfica y Documental.....	44
3.1.3.	Investigación Propositiva	44
3.2.	Métodos	45
3.2.1.	Método Inductivo – Deductivo.....	45
3.2.2.	Método Analítico – Sintético.....	45
3.2.3.	Método Estadístico.....	45
3.2.4.	Método Sistemático	45
3.3.	Técnicas e Instrumentos.....	46
3.3.1.	La Entrevista	46
3.3.2.	Encuesta	46
3.3.3.	La Observación	46

3.3.4.	Investigación Bibliográfica.....	46
3.5.	Población y muestra.....	47
CAPÍTULO IV		48
4.	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	48
4.1.	Encuesta a las personas entre 15 a 45 años.....	48
4.2.	Entrevista a los dueños de Paulo Confecciones.....	59
CAPÍTULO V		61
5.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	61
5.1.	Conclusiones	61
5.2.	Recomendaciones	62
CAPÍTULO VI		63
6.	PROPUESTA ALTERNATIVA	63
6.1.	Título de la Propuesta	63
6.2.	Justificación e Importancia.....	63
6.3.	Fundamentación Teórica	64
6.4.	Objetivos.....	66
6.4.1.	Objetivo General	66
6.4.2.	Objetivos Específicos.....	66
6.5.	Ubicación sectorial y física.....	66
6.6.	Esquema de la Propuesta.....	67
6.7.	Desarrollo de la Propuesta.....	68
6.8.	Delimitación	68
6.9.	Justificación	68
6.10.	Descripción del Sitio Web	68
6.10.1.	Desarrollo de Mapa de Sitio de Paulos Confecciones	70
6.11.	Elementos de publicidad Brief Publicitario	73

6.12.	Estrategia Web	74
6.13.	Tiempo de Campaña, Medios de Publicidad y Promoción	77
6.14.	Estructura del Sitio Web.....	80
6.15.	Proceso de Diseño.....	81
6.16.	Retículas	89
6.17.	Proceso de Animación Logo 3D.....	92
6.18.	Animación Promociones	98
6.19.	Desarrollo animación Ubicación.....	99
6.20.	Banner Animado – Slider	99
6.21.	Botonera principal	100
6.22.	Video Promocional de la Marca	104
6.23.	Rodaje.....	110
6.24.	Postproducción y Edición.....	110
6.25.	Arte Final y Efectos Especiales.....	111
6.26.	Montaje de Contenidos Multimedia	112
6.27.	Widgets	112
6.28.	Formularios y Redes Sociales	113
6.29.	Incrustación de Contenidos Multimedia	113
6.30.	Exportación	114
6.31.	Icono Web.....	115
6.32.	Compresión en Win Zip.....	115
6.33.	Cpanel.....	116
6.34.	Acceso Web.....	116
6.35.	Impactos	117
6.36.	Difusión	117
	Bibliografía.....	118

ANEXOS	119
Anexos N° 1 Árbol de Problemas.....	120
Anexos N° 2 Matriz Coherencia	121
Anexos N° 3 Encuesta dirigida a las personas entre 15 y 45 años.....	122
Anexos N° 4 Entrevista a los dueños de Paulos Confecciones	126
Anexos N° 5 Matriz Categorical	127
Anexos N° 6 Planificación de fotografías de Paulos Confecciones.....	128
Anexos N° 7 Fotografía Instalaciones.....	129
Anexos N° 8 Fotografías Línea Deportiva.....	131
Anexos N° 9 Fotografías Promociones	133
Anexos N° 10 Fotografía Fotos.....	135
Anexos N° 11 Ubicación	137
Anexos N° 12 Formas Publicitarias.....	138
Anexos N° 13 Certificación de Empresa Paulos Confecciones.....	145

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1.	La Publicidad	8
Gráfico 2.	Publicidad Corporativa	10
Gráfico 3.	Efectos de la Publicidad	11
Gráfico 4.	La Promoción	13
Gráfico 5.	Multimedia	20
Gráfico 6.	Páginas y Sitios Web.....	22
Gráfico 7.	Principios Generales de Diseño en la Web	23
Gráfico 8.	Sitio Web Efectivo	26
Gráfico 9.	Tipografía	27
Gráfico 10.	Área de trabajo.....	30
Gráfico 11.	Línea de tiempo.....	31
Gráfico 12.	Decisión de comprar un producto.....	48
Gráfico 13.	Web relacionadas con ropa deportiva	49
Gráfico 14.	Redes sociales utiliza habitualmente.....	50
Gráfico 15.	Ha escuchado de Paulos Confecciones.....	51
Gráfico 16.	Dispuesto a visitar Paulos Confecciones.....	52
Gráfico 17.	Promoción y servicios que ofrece Paulos Confecciones.	53
Gráfico 18.	Información que se incluya dentro del Sitio Web.....	54
Gráfico 19.	Sitio Web mejor demanda	55
Gráfico 20.	Contenido cuando visite el Sitio Web	56
Gráfico 21.	Paulos Confecciones en el cantón Antonio Ante	57
Gráfico 22.	Recibir promociones y ofertas en su correo electrónico	58

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Decisión de comprar un producto	48
Tabla 2.	Web relacionadas con ropa deportiva.....	49
Tabla 3.	Redes sociales utiliza habitualmente	50
Tabla 4.	Ha escuchado de Paulos Confecciones.....	51
Tabla 5.	Dispuesto a visitar Paulos Confecciones	52
Tabla 6.	Promoción y servicios que ofrece Paulos Confecciones.....	53
Tabla 7.	Información que se incluya dentro del Sitio Web	54
Tabla 8.	Sitio Web mejor demanda.....	55
Tabla 9.	Contenido cuando visite el sitio web	56
Tabla 10.	Paulos Confecciones en el cantón Antonio Ante	57
Tabla 11.	Recibir promociones y ofertas en su correo electrónico.....	58

RESUMEN

En la actualidad las empresas mantienen cierto estilo en la manera de darse a conocer al público y a sus clientes. La publicidad de una empresa es la carta de presentación de la misma, la cual consiste en presentar sus productos o servicios, utilizando formas de publicidad basadas en los estándares actuales, para que resulten atractivos e inductivos para los clientes. La propuesta que planteo, es poder desarrollar una página Web con contenidos multimedia para la Empresa Paulos Confecciones, como referencia para el resto de empresas del cantón Antonio Ante. En un mercado competitivo y cambiante, un diagnóstico previo llevará a describir el problema de la investigación, que ha motivado a dar una nueva alternativa con una delimitación temporal y espacial, en donde se evidenciará el lugar y el tiempo en que se ejecutará el proyecto. La justificación validará el porqué es necesaria la elaboración del proyecto. Seguidamente se enunciará el objetivo general y los objetivos específicos. En el marco teórico se presentan los fundamentos teóricos y técnicos bajo los cuales se desarrollará este proyecto. Se explicará el posicionamiento teórico, y se indicará la metodología a emplearse en la investigación como son: entrevistas y encuestas. Para reforzar lo antes expuesto, se presentará la bibliografía de libros especializados en el tema. Se diseñará una página Web con contenidos multimedia para la empresa Paulos Confecciones, en la cual se hallarán las formas publicitarias a las que debe adaptarse la empresa para lograr un desarrollo, difusión y reconocimiento por el público en general, como una nueva alternativa y ejemplo de publicidad empresarial para los negocios y locales comerciales de la zona urbano céntrica del cantón Antonio Ante.

ABSTRACT

At present, companies keep a certain style in the way they let themselves known publicly and disclose to their clients. An enterprise's advertisement is viewed as its presentation letter and consists of presenting its products and services using advertising forms based on actual standards so that they are attractive and inductive to clients. The proposal I am raising is being able to develop a Web page that includes multimedia content specially formulated for the Company Paulos Confecciones that can be viewed as a role model for the rest of the business at the Antonio Ante community. In a competitive and changing market, a preliminary diagnosis will be performed in order to describe this research study's issue, which has served as motivation by providing a new alternative with a temporary delimitation and spatial, which will determine time and place of the project's implementation. Justification will validate the reason why this study development is necessary. The general and specific objectives will be set forth. At the theoretical framework the theoretical and technical foundations under which this study will be based on. The theoretical positioning will be explained as well as the methodology used in the study such as: interviews and surveys. In order to highlight what has been previously exposed, a bibliography detailing books specialized in the subject will be presented. A Web page will be designed with multimedia content specially made for the company Paulos Confecciones where the advertising formulas to which the company must adapt to will be found, in order to achieve development, diffusion and the general public's acknowledgement as a new alternative. Most significantly, it can be viewed as corporate advertising for organizations and local businesses at the central urban area belonging to the Antonio Ante community.

INTRODUCCIÓN

Actualmente, las empresas se dan a conocer a través de la publicidad que las mismas poseen, de tal manera que el público llega a reconocer a la empresa y la diferencia del resto. Es por esto que la publicidad es un instrumento necesario para crear, socializar y vender productos o servicios a sus clientes.

Hoy en día la publicidad en las empresas, ha ayudado a que estas puedan desarrollarse de un modo masivo en el ámbito comercial. Esto se debe a que la publicidad tiene una gran influencia y efecto entre la empresa y el público.

La página Web con contenidos multimedia tiene un gran poder de atracción, convirtiéndose así en una herramienta necesaria para el desarrollo de las empresas. Puesto que, a través de la página Web se puede mostrar de manera distinta los servicios o productos que ofrece la empresa.

Por esta razón, en la actualidad se están probando nuevas formas originales de publicidad para impactar en la gente; una de ellas es la página Web. La cual se ha convertido en uno de los recursos más utilizados por parte de las empresas más reconocidas comercialmente y de otras empresas que de a poco van ganando espacio en el aspecto comercial.

Con la contratación de servicios por parte de la empresa Paulos Confecciones, se hace necesaria la creación de una página Web, como soporte de la comunicación visual que materializa un fragmento del mundo perceptivo de lo que ofrece una empresa. Su identidad visual: imágenes, textos, animaciones, sonidos, colores, armonía, contraste,

combinaciones de colores; van relacionados directamente con la aplicación del diseño gráfico publicitario.

Tomando en cuenta que las empresas manifiestan un evidente descuido en el aspecto publicitario para su mejor desarrollo económico. La Empresa Paulos Confecciones aspira aprovechar las nuevas formas y estrategias de publicidad con miras a convertirse en un futuro, en una empresa reconocida y competitiva en el cantón Antonio Ante.

Es así, que nace la idea del proyecto de “Análisis de la incidencia de la publicidad multimedia en los locales comerciales y negocios de la zona urbano – céntrica del cantón Antonio Ante”; pues mediante la realización de una página Web para la empresa Paulos Confecciones, lograremos darle identidad promocional a los productos que ofrece dicha empresa y a su vez servirá como ejemplo para que el resto de empresas del cantón Antonio Ante, pueden optar por esta propuesta.

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Antecedentes

El cantón Antonio Ante es reconocido a nivel nacional como la ciudad de la moda; esto se debe a que anualmente, se realizan eventos en los cuales se exponen una gran variedad de nuevos diseños en ropa, lo que la convierte en un atractivo turístico para los imbabureños y para muchos visitantes locales y extranjeros que llegan a este mágico escenario.

Antonio Ante, se constituye en un puntal del desarrollo socioeconómico de la provincia de Imbabura, siendo notable el progreso experimentado por los habitantes desde 1930, por medio del acceso a la diversidad de servicios básicos, infraestructura moderna, vías de comunicación acordes a las necesidades y desarrollo de la actividad industrial. Lo cual le ha valido el reconocimiento a nivel nacional de ciudad productiva, la misma que tiene a las empresas como característica principal.

Las necesidades publicitarias que experimenta el cantón Antonio Ante de manera especial en la zona urbano céntrica, han motivado a solucionar y plantear este problema, mediante la aplicación de una página Web con contenidos multimedia para la empresa Paulos Confecciones del cantón Antonio Ante, como referencia de publicidad alternativa para el resto de

empresas del cantón Antonio Ante. La aplicación y uso de la página Web con contenidos multimedia, genera oportunidades para que nosotros como diseñadores tengamos la posibilidad de aplicar nuestros conocimientos en beneficio de la empresa antes mencionada.

En la actualidad la página Web es un recurso accesible y potenciador de conocimientos para todas las personas, ya que actualmente han sido de gran utilidad en el sector cultural, social y educativo. Esto implica una nueva forma de obtener información sobre un determinado tema.

En un mundo globalizado como el que vivimos, es notorio ver los pasos agigantados que la ciencia y la tecnología han tenido en los últimos tiempos con respecto a la publicidad. Y esto se lo puede ver en las nuevas formas de publicidad que hoy en día las empresas utilizan para llamar la atención de los clientes.

Por tal motivo se hace necesario diseñar una Página Web con contenidos multimedia para la empresa Paulos Confecciones como ejemplo de una publicidad innovadora, para de esta manera consolidar su identidad empresarial que posibilite su crecimiento y fortalezca su propósito de promocionar e incentivar al resto de empresas de la zona urbano céntrica del cantón Antonio Ante.

1.2. Planteamiento del problema

La realidad publicitaria del sector urbano de nuestro país siempre ha estado sujeta a cambios, basados en las exigencias tecnológicas. En la actualidad mejorar el nivel competitivo y comercial en el sector urbano se ha convertido en un reto para los dueños de los negocios, los mismos que siempre se han esforzado por dar lo mejor dentro de sus negocios.

Los negocios al no tener una buena publicidad y al no informarse acerca de las nuevas alternativas publicitarias, presentan desventajas comerciales en el sector urbano, convirtiéndose en un obstáculo para que los dueños de los negocios no puedan emprender nuevas adquisiciones comerciales para su posterior venta.

Finalmente, el alto costo de algunos medios publicitarios aleja la posibilidad de que los pequeños negocios puedan tener una publicidad efectiva. La presentación de una página Web con contenidos multimedia para la empresa Paulos Confecciones, motivará a que el resto de empresas de la zona urbana céntrica del cantón Antonio Ante, puedan optar por esta forma de hacer publicidad para sus empresas.

1.3. Formulación del problema

De acuerdo al diagnóstico se puede deducir el siguiente problema:

¿El desarrollo de una publicidad mediante el diseño de una página web con contenidos multimedia para la empresa Paulos Confecciones, permitirá el reconocimiento y representación adecuada por parte de las empresas de la zona urbano céntrica del cantón Antonio Ante?

1.4. Delimitación del problema

1.4.1. Delimitación de las Unidades de Observación.

La presente investigación se la realizó a la empresa Paulos Confecciones del cantón Antonio Ante, en donde se centró la aplicación de la página Web con contenidos multimedia.

1.4.2. Delimitación Espacial.

La presente investigación se la realizó en la empresa Paulos Confecciones, que se encuentra ubicada entre las calles Bolívar y Amazonas del cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura.

1.4.3. Delimitación Temporal

La investigación se realizó durante los meses de enero a octubre del año 2015.

1.5. OBJETIVOS

1.5.1. Objetivo General

Analizar la incidencia de las páginas web con contenidos multimedia en los negocios de la zona urbana céntrica del cantón Antonio Ante, tomando como referencia a la empresa Paulos Confecciones para publicitar sus productos comerciales en todo el mundo.

1.5.2. Objetivos Específicos

- Diagnosticar el uso de los medios publicitarios para la difusión y promoción de los productos que ofrecen los locales comerciales y negocios de la zona urbana céntrica del cantón Antonio Ante, tomando como referencia a la empresa Paulos Confecciones.
- Desarrollar un diagnóstico de la situación publicitaria que maneja la empresa Paulos Confecciones.
- Realizar una fundamentación teórica que permita el desarrollo de una página web con contenidos multimedia.
- Difundir la propuesta de la página web con contenidos multimedia de la empresa Paulos Confecciones, como referencia para los locales comerciales y negocios de la zona urbana céntrica del cantón Antonio Ante.

1.6. Justificación

El tema de investigación del presente trabajo, está basado en la necesidad de diseñar una página Web para la empresa Paulos Confecciones, como referente de las empresas de la zona urbana céntrica del cantón Antonio Ante. Para lograrlo me apoyé en materias fundamentales del Diseño Gráfico, la Comunicación Gráfica, el diseño Web y multimedia, para de esta manera poder difundir y transmitir los productos que ofrece mencionada empresa y así poder ubicarla como una empresa reconocida en el cantón Antonio Ante.

En un mercado tan competitivo y cambiante, los diseñadores gráficos juegan un papel decisivo a la hora de realizar un material publicitario para las empresas. Teniendo siempre en cuenta aspectos como: logotipo, colores, formas y tecnologías a ser utilizadas en la página Web con contenidos multimedia. Con la investigación del tema, la empresa Paulos Confecciones se verá directamente beneficiada al incorporar una página Web con contenidos multimedia. Ya que el uso correcto de la misma, le permitirá a la empresa tener posicionamiento en el mercado local.

1.6.1. Impacto social

Se verá reflejado en la aceptación de la página web con contenidos multimedia para la empresa Paulos Confecciones, por parte del público meta. Con ello evaluaremos el posicionamiento que logrará la propuesta.

1.6.2. Impacto psicológico

De acuerdo a la psicología del color y los niveles de percepción, los individuos estarán expuestos a la propuesta de la página Web con

contenidos multimedia, ya que en su mente quedarán fijos no solo los colores, sino también la tipografía, los diseños, etc. Todo lo que identificará a la empresa, para que logren reconocerla con facilidad.

1.7. Factibilidad

Para la investigación se cuenta con un conocimiento previo de cómo promocionar a la empresa Paulos Confecciones a través del uso y aplicación de la página Web con contenidos multimedia, así como también se cuenta con los recursos necesarios para ejecutar la investigación. Por lo antes expuesto podemos afirmar que este proyecto es de suma importancia y es factible por las siguientes razones:

- Es factible porque hay predisposición, voluntad e interés por parte del investigador.
- Se cuenta con el apoyo de los dueños de la Empresa Paulos Confecciones.
- El tiempo y los recursos técnicos son de suma importancia y se cuenta con ellos.
- Finalmente existe amplio conocimiento técnico y teórico para la elaboración de la página Web con contenidos multimedia para dicha empresa.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Fundamentación Teórica

2.1.1. Publicidad

En la actualidad todos estamos expuestos a miles de mensajes comerciales que se presentan a diario. Los mismos que pueden observarse a través de anuncios, comerciales de televisión, correos electrónicos, sitios web y exposición a la publicidad del producto, entre otros.

Gráfico 1. La Publicidad



Fuente: www.showglass.net

Publicidad es, antes que nada, un tipo de comunicación. En verdad es una forma muy estructurada de comunicación aplicada que emplea elementos tanto verbales como no verbales, los cuales están compuestos

para llenar formatos de espacio y tiempo específicos determinados por el patrocinador. (Arens, William F., 2008: 7)

La publicidad es una clase especial de comunicación. Esto quiere decir que el éxito de la publicidad, radica en entender los elementos que intervienen en el proceso de comunicación humana. La publicidad cumple un factor importante en el desarrollo progresivo y económico de las empresas. Por tal razón, es evidente ver una amplia variedad de mensajes publicitarios a través de distintos medios, cuyo objetivo principal es el persuadir a las personas para que puedan adquirir los bienes o servicios que ofrecen las distintas empresas.

2.1.2. El Plan de la Publicidad

- **Establecer objetivos de Publicidad.-** los objetivos de la publicidad deben ser medibles, específicos y realistas.
- **Entender lo que puede hacer la Publicidad.-** relacionar los objetivos de la publicidad con los efectos de la comunicación.
- **Lo que comunica la Publicidad.-** la publicidad comunica a través de los anuncios, mensajes verbales y no verbales.

La estrategia de publicidad (o creativa) se determina por el uso de la mezcla creativa por el anunciante. La mezcla creativa está compuesta por la audiencia seleccionada, el concepto del producto, los medios de comunicaciones y el mensaje publicitario. La audiencia seleccionada incluye los grupos específicos de personas que abordare la publicidad. (Arens, William F., 2008: 266)

2.1.3. Publicidad Corporativa

La publicidad corporativa también puede construir un fundamento para ventas futuras, que son la esfera tradicional de la publicidad de producto. Muchos anunciantes usan campañas paraguas, llamadas publicidad

corporativa de preparación del mercado, para comunicar en forma simultánea mensajes sobre los productos y la empresa. (Arens, William F., 2008: 358)

Esta publicidad propone incrementar la conciencia de la empresa y mejorar su imagen. Por tal motivo, las empresas que han usado publicidad corporativa, han registrado una mayor impresión general que aquellas que usan publicidad de producto.

Gráfico 2. Publicidad Corporativa



Fuente: www.reasonwhy.es

2.1.4. ¿Cómo la Creatividad mejora la Publicidad?

Saber lo que se está buscando y lo que se quiere realizar, son puntos de partida importantes que ayudarán a desarrollar de mejor manera la creatividad en ese sentido. Es necesario hacer una lluvia de ideas las cuales están sobre la crítica y todas se escriben para su posterior revisión.

La responsabilidad de la publicidad de informar mejora en gran medida con la creatividad. El buen trabajo creativo hace a la publicidad más vívida; por esto, muchos investigadores creen que la vivacidad atrae la atención, mantiene el interés y estimula el pensamiento de los consumidores. (Arens, William F., 2008: 377)

2.1.5. Los Efectos de la Publicidad

La publicidad ha influenciado en el incrementado de la productividad en el campo laboral y administrativo. Ya que la publicidad está involucrada directamente con los ingresos primarios que reciben los periódicos, radio, revistas, televisión y sitios web.

Gráfico 3. Efectos de la Publicidad



Fuente: www.icesi.edu.com

La publicidad nos hace conscientes de la disponibilidad de mercancías, otorga identidad a los productos y nos permite comunicar información sobre nosotros mismos mediante los artículos que compramos. Gracias a su apoyo financiero, la publicidad también fomenta la libertad de prensa y el crecimiento de muchas organizaciones no lucrativas. (Arens, William F., 2008: 52)

2.1.6. El Impacto de la Publicidad en Internet

Internet en la actualidad, ofrece una amplia gama de oportunidades, para una amplia variedad de usuarios, tanto en publicidad como en negocios. La publicidad da a los clientes una amplia variedad de opciones, alienta la producción masiva, promueve un estándar de vida más alto y proporciona un medio para comunicar diferente tipo de información acerca de los productos o servicios que ofrecen las empresas.

Para los anunciantes, existe un mundo nuevo completo de clientes potenciales esperando ser atraídos. Pero, para los creativos de la publicidad que se enfocaban a la televisión, tan solo aprender a usar el nuevo medio de manera efectiva representa un reto, en especial con un entorno tecnológico en constante cambio y evolución. (Arens, William F., 2008: 550)

2.2. Mercadotecnia

Para desarrollar un trabajo publicitario, se debe entender cómo piensan y actúan las personas y porque compran o adquieren determinados bienes. Mientras más comprendamos el comportamiento de compra de las personas, el trabajo publicitario tendrá mayor éxito.

Debido a que necesitamos entender la mercadotecnia en cuanto se relaciona con la publicidad, definimos el término como sigue: Mercadotecnia es el proceso de planear y ejecutar la concepción, asignación de precio, distribución y promoción de ideas, bienes y servicios para crear intercambios que satisfagan las necesidades, deseos y objetivos percibidos de individuos y organizaciones. (Arens, William F., 2008: 14)

2.2.1. Producto

La presentación de un producto por parte de las empresas, es indispensable y necesaria para que dicho producto pueda ser comercializado. Un producto debe dar una buena estética visual al cliente, ya que la estética de un producto, provoca que el cliente se sienta motivado en adquirir determinado producto.

2.2.2. La Promoción

La estrategia de distribución dicta que la empresa use publicidad local, regional, nacional o internacional. El elemento de comunicación determina

la mezcla de herramientas de comunicaciones de mercadotecnia que se usará. Éstas incluyen publicidad, ventas personales, promoción de ventas, actividades de relaciones públicas y materiales colaterales. (Arens, William F., 2008: 26)

La promoción es el elemento de la comunicación que se refiere a los mensajes que son creados por las empresas y cuyo objetivo es el de crear y diseminar ideas y estrategias de mercadotecnia. La promoción de ventas motiva a las personas a actuar de inmediato, ya que al ofrecer un valor agregado, la promoción acelera las ventas.

Grafico 4. La Promoción



Fuente: slideshare.net

2.2.3. Percepción del Consumidor

Viene a ser la forma individual en que el consumidor siente, comprende e interpreta varios estímulos provocados por los miles de anuncios publicitarios. De esta manera el consumidor tiene la opción de poder escoger el servicio o producto que desee.

2.2.4. La Motivación

La promesa de satisfacer cierto grado de necesidad es el atractivo promocional básico para muchos anuncios. En sociedades opulentas

como Estados Unidos, Canadá, Europa Occidental y Japón, la mayoría de los individuos dan por sentada la satisfacción de sus necesidades fisiológicas. Así que las campañas de publicidad con frecuencia retratan la satisfacción de necesidades sociales, de estima y de autorrealización, y muchos ofrecen la recompensa de la satisfacción mediante el logro personal. (Arens, William F., 2008: 154)

Se refiere a los motivos que contribuyen a las acciones de compra del consumidor. Esta motivación nace de la necesidad de satisfacer nuestros deseos, los cuales son necesidades que aprendemos durante toda nuestra vida.

2.3. Los Medios Digitales en la Publicidad

En la publicidad por Internet, es el anunciante quien establece un escaparate virtual llamado página Web. De esta manera el usuario tiene la posibilidad de poder obtener información más detallada sobre la compañía y sus productos, política y precios; con solo hacer clic en los botones de la página principal de determinado sitio Web.

Los medios digitales se usan en los lugares de audiencia masiva, de audiencia privada y de audiencia personal. El lugar de audiencia personal incluye aplicaciones de computadoras personales como la publicidad en Internet, con servicio de bases de datos en línea, o mediante la televisión y módulos interactivos. (Arens, William F., 2008: 473)

2.3.1. Diseño Gráfico y Comunicación Visual

El Diseño Gráfico es un tipo de comunicación que apela al canal visual a través de medios que establecen una distancia entre emisor y receptor cuyo carácter es colectivo. No es un medio de comunicación de masas; es una forma que como tal, admite circular y desarrollarse en distintos medios. (Arfuch, Leonor, 2007: 49)

2.3.2. La Comunicación y el Diseño

La función del diseño gráfico es manifestarse a través de imágenes y textos, así como también está dirigida a relacionarse directamente con los aspectos político, cultural y económico. El Diseño Gráfico tiene como objetivo, el satisfacer de demandas comunicacionales relacionadas directamente con la producción en aspectos sociales y económicos.

En el caso particular del Diseño Gráfico, cabe decir que, apenas comienza a consolidarse como tal, se enfrenta con otras formas de comunicación visual que le cuestionan su idiosincrasia y le hacen "perder" espacio. A poco de empezar a desarrollarse como disciplina con el avance tipográfico y artístico, la aparición de la publicidad en gran escala que ocupa diversas áreas gráfica, cinética, espacial, gestual reenvía la problemática del área gráfica a un lugar donde parece no encontrar perfil. (Chaves, Norberto, 2008: 41)

2.3.3. Principios Básicos sobre el Diseño

En la actualidad los diseños Web, deben tener una sencillez tanto en sus formas, textos, imágenes y animaciones; y estos a su vez no deben dejar de ser atractivos e inductivos a la vista de los usuarios.

La sencillez en el diseño es fundamental para que el usuario recuerde la página y se recree en ella aunque sea solo unos segundos. Los espacios en blanco, bien medidos y distribuidos en la superficie de que se dispone, pueden hacer que la página sea más elegante y de mejor gusto. (Rodríguez, Denis, 2012: 13)

2.3.4. Fundamentos del Diseño

Los anuncios publicitarios deben diseñarse para atraer al cliente, de una manera rápida y efectiva. Las reglas básicas son:

- El diseño debe estar en equilibrio.
- El espacio debe distribuirse en proporciones agradables.
- Patrón direccional para que el lector sepa en qué secuencia leer.
- Cierta fuerza debe conservar el anuncio como unidad.

2.3.5. Pirámide Creativa

Crear significa distinguir, y la creatividad implica la combinación de dos o más elementos, objetos o ideas previamente desconectados para hacer algo nuevo. La creatividad ayuda a la publicidad a informar, persuadir y recordar a los clientes y prospectos al hacer la publicidad más vívida. Todas las personas tienen creatividad, solo difieren en el grado. (Arens, William F., 2008: 400)

La pirámide creativa está basada la teoría cognoscitiva, es decir, el cómo aprenden las personas información nueva:

- **Atención.-** es el primer objetivo de cualquier publicidad para atraer al cliente.
- **Interés.-** lleva al cliente al cuerpo del anuncio publicitario.
- **Credibilidad.-** los anuncios deben ser relevantes para los clientes.
- **Deseo.-** el cliente debe sentirse alentado a disfrutar el producto.
- **Acción.-** motiva a las personas a visitar la tienda.

2.4. Multimedia

Multimedia es cualquier combinación de texto, imágenes, sonido, animación y video ofrecida por una computadora u otro medio electrónico. Transmite una sensación de presentación rica en matices y detalles. Cuando se combinan todos los sensoriales elementos de multimedia, imágenes y animaciones deslumbrantes, divertidos sonidos, atractivos videos; se estimulan los centros motores y emocionales de la mente de los individuos. (Vaughan, Tay, 2002: 3)

2.4.1. Fases de un Proyecto Multimedia

2.4.1.1. Definir Objetivos

El primer paso para realizar un producto multimedia consiste en definir objetivos, para tener bien clara la idea de lo que se pretende hacer en la multimedia y de esta manera evitar contratiempos que se pueden presentar durante la creación de la misma.

2.4.1.2. Planificación y Definición de un Producto Multimedia

Se definen objetivos y metas para crear un producto concreto. También se desarrolla un entorno gráfico creativo, una estructura y un sistema de navegación que permita acceder al usuario a todo el contenido y mensajes del producto. Otros aspectos que se deben tomar en cuenta son la estimación del tiempo, el presupuesto y un prototipo.

2.4.1.3. Estructura de la Información Disponible

En esta parte se debe hacer una descripción detallada del diseño, de los contenidos y de la programación a utilizarse. Así también, se debe establecer un cronograma en donde se detalle la implementación del diseño y su construcción. Finalmente se debe realizar varios prototipos gráficos. Para saber el presupuesto real de un producto multimedia.

2.4.1.4. Selección de la Plataforma Interactiva

Los soportes interactivos permiten que la optimización de imágenes, sonidos, videos, etc., se relacionen directamente con la tarjeta gráfica, sistema operativo, entre otros elementos.

2.4.1.5. Diseño

- Diseñar las plantillas.
- Recopilar el material gráfico y audiovisual.
- Establecer los elementos de programación.
- Diseñar la interface.

2.4.1.6. Construcción

- Frames finalizados con sus enlaces, textos, imágenes, etc.
- Programación lista.
- Revisión final de los contenidos.
- Testeo de funcionalidad y de navegabilidad del producto.
- Creación de archivos de seguridad.

2.4.1.7. Marketing

- Anuncios en radio y televisión.
- Bibliotecas y lugares de encuentro.
- Carteles y vallas publicitarias.

2.4.1.8. Lanzamiento

En esta parte se refiere, a mostrar la presentación de la Web que se encuentra subido a internet a través de algunas formas de publicidad como:

- Afiches
- Trípticos,

- Vasos
- Esferos
- Manillas
- Llaveros
- Carpetas
- Hojas membretadas, etc.

En estas formas publicitarias, se encontrará la dirección de la página web de la empresa, para que la página web de determinada empresa pueda ser visitada por los usuarios.

2.5. Los Pilares Multimedia

2.5.1. Texto

El texto permite transmitir información con un valor significativo muy importante. En multimedia, es muy importante el texto ya que se trata de las palabras que aparecerán en los títulos, los menús y las ayudas de navegación. En un proyecto multimedia, se mezclan palabras, símbolos, sonidos e imágenes, para mostrar y difundir mensajes a través de las computadoras.

2.5.2. Sonido

- Cómo crear sonidos.
- Cómo grabar y editar sonidos en una computadora.
- Cómo incorporar sonidos a un trabajo multimedia.
- Decidir qué clase de sonido se necesita.
- Decidir donde y cuando usar el sonido.

- Editar los sonidos para ajustarlos al proyecto.
- Probar los sonidos y verificar que estén bien acompasados.

El sonido es, tal vez, el elemento más sensual de un proyecto multimedia. Se trata del “discurso” significativo válido para cualquier idioma, desde un suspiro hasta un grito. Permite ofrecer al público el placer de escuchar música, el sorprendente acento de los efectos especiales, o una atmósfera ambiental determinada. (Vaughan, Tay, 2002: 181)

2.5.3. Imágenes

Antes de poner imágenes dentro de un proyecto multimedia, debemos planificar y pensar en que queremos que vaya en nuestro proyecto. Para esto es necesario hacer un boceto de las ideas graficas que estarán incluidas en el proyecto.

Los mapas de bits se utilizan para crear imágenes fotográficas realistas y para dibujos complejos que requieren un alto nivel de detalle. Los objetos vectoriales se utilizan para crear líneas, recuadros, círculos, polígonos y otras figuras que pueden ser expresadas matemáticamente mediante ángulos, coordenadas y distancias. (Vaughan, Tay, 2002: 215)

Gráfico 5. Multimedia



Fuente: 4.bp.blogspot.com

2.5.4. Animación

Permite añadir un impacto visual a los proyectos multimedia y a las páginas Web. Actualmente la mayoría de paquetes de creación multimedia ofrecen una variedad de efectos visuales, que pueden utilizarse para conseguir distintas animaciones.

Se puede animar todo un proyecto, o bien elementos específicos del mismo. Para una breve demostración de un producto con poca información para el usuario, tendría sentido diseñar un proyecto completo como si fuera una película, de manera que la presentación se mantuviese en movimiento en todo momento. (Vaughan Tay, 2002: 245)

2.6. Diseño Web

Cuando se habla de diseño Web, se está refiriendo a un conjunto de archivos que está conformados por: gráficos, audio, video, etc. Y estos elementos a su vez son parte de un lenguaje conocido como HTML.

Una de las principales ventajas del lenguaje etiquetado HTML5 es que permite mostrar varios archivos de forma simultánea, texto, videos, gráficos, etc. Y, además, cuenta con la posibilidad de crear lo que se conoce como enlaces o hipervínculos, que son los encargados de conectar diferentes páginas Web entre sí o una página Web con un archivo determinado. (Pardo, Miguel, 2014: 33)

2.6.1. Páginas y Sitios Web

Los sitios web son considerados como puntos de comercio que enlazan a la empresa con el usuario. Mientras que otros lo consideran como un lugar en donde los clientes interesados pueden acceder y saber más acerca de una compañía determinada. Están compuestos por

imágenes, textos, videos o animaciones y sonidos, con diferentes colores, estilos y diseños, dependiendo la temática de la página o sitio Web.

Una página o documento web es todo archivo electrónico con un formato apropiado para su transmisión a través de los protocolos de la Web. Su principal característica es la utilización de enlaces o hipervínculos, referencias cruzadas que sirven para interconectar unos documentos con otros a través de la red. (Pardo, Miguel, 2014:9)

Gráfico 6. Páginas y Sitios Web



Fuente: www.nissigroup.com.ar

2.6.2. Tipos de Sitios Web

- **Escaparates comerciales:** son sitios en donde se muestran productos o servicios que ofrece una empresa o un profesional.
- **Portales o sitios Web de contenidos:** se muestran información de temas específicos o relacionados entre si.
- **Comercio electrónico:** son sitios dedicados exclusivamente a la compra venta de servicios o productos.
- **Comunidades:**son sitios en donde el usuario participa creando sus propios contenidos. Ejemplos: youtube o facebook.
- **Buscadores:** son sitios diseñados para la búsqueda de información en internet. Ejemplos: www.google.es

2.6.3. Principios Generales de Diseño en la Web

Es muy importante tener en cuenta los diferentes:

- El tamaño del archivo.
- La dependencia de un lenguaje de marcas como es el HTML.
- El monitor del ordenador y las múltiples plataformas.
- La estandarización que hay entre los navegadores.
- Sistema de navegación coherente, claro y eficiente.

Para estructurar el trabajo de diseñar una página web, lo primero que hay que debe hacer es definir con exactitud la audiencia a la que va dirigido el mensaje que la página contiene. La audiencia es el verdadero cliente, no quien le encarga el proyecto. (Rodríguez, Denis, 2012: 10)

2.6.4. Como se hace una Página Web

Las páginas web son elaboradas, mediante un lenguaje de programación HTML5. Los elementos que tiene una página Web, están representados a través de etiquetas HTML, así como de palabras clave del lenguaje encerradas entre corchetes angulares (< y >).

Gráfico 7. Principios Generales de Diseño en la Web



Fuente: www.foxsportsla.com.ec

En la actualidad, se empiezan a llevar a cabo desarrollos Web con la versión HTML5, entre cuyas mejoras se encuentra el manejo de códecs para contenidos Web, etiquetas para manejar grandes conjuntos de datos visores para fórmulas matemáticas y gráficos vectoriales, etc. (Pardo, Miguel, 2014: 10)

2.6.5. Estructura del Sitio Web

- **Cabeceras y títulos:** dar una idea clara del contenido.
Información de contacto o copyright: datos del encargado del mantenimiento del sitio Web.
- **Elementos de navegación comunes:** barras de navegación de acceso rápido a secciones de interés del sitio Web.
- **Recopilación y preparación de contenidos:** se recopila todos los elementos que intervienen en un sitio web.
- **Programación:** cuando ya se ha estructurado el sitio Web, se dará comienzo a la etapa de programación.
- **Prototipo:** validación y pruebas en distintos navegadores.

A la hora de definir un buen diseño para un sitio Web es preciso fijar como objetivo principal el conseguir un equilibrio entre el atractivo de imágenes y animaciones flash y la importancia del contenido que se desea transmitir. Imágenes y animaciones pueden causar un impacto visual interesante al principio, pero son lentas de cargar y, si no van acompañadas de un contenido de interés para el visitante carecen de utilidad. (Pardo Miguel 2014: 50)

2.6.5.1. Planificación

Planificar las distintas etapas del proyecto como lo son:

- **Definición de objetivos.-** el propósito del sitio Web
- **Definición de la estructura del sitio.-** realizar un boceto en el cual se divida la información por categorías y de fácil acceso

- **Definición del diseño.**- en esta etapa se definen: esquemas de colores, tipografías, imágenes, etc., que serán parte del sitio Web.
- **Comprobación de requisitos:**
Programas de retoque fotográficos, textos y editores HTML.

2.6.5.2. Retroalimentación e Interactividad

Se presenta de algunas formas tales como: visitas a un sitio Web, canje de cupones, visitas a una tienda, aumento en las ventas, entre otras. El internet da la posibilidad de una retroalimentación instantánea por el mismo canal del mensaje original.

2.6.5.3. Programación Web

Los lenguajes para construir Web dinámicas cuyo contenido no es estático, sino que cambia según las necesidades del usuario son:

- **ASP/PHP:** para la creación de páginas Web dinámicas.
- **MySQL, Oracle, Informix Microsoft SQL:** usadas como bases de datos.
- **Flash:** es usado para animaciones en la Web.
- **Java:** es un lenguaje de programación, el cual genera ejecutables que se almacenan en el ordenador.

2.6.5.4. Características de un Sitio Web Efectivo

- El contenido debe contener un diseño claro y limpio, un buen sistema de navegación sencillo y coherente.
- El contenido tiene que llamar la atención del visitante.

- Proporcionar una experiencia interactiva y que a la vez anime a los visitantes a regresar nuevamente al sitio Web.
- El diseño Web debe estar integrado con la identidad corporativa, elementos gráficos, esquemas de colores, etc.
- Utilizar una jerarquía de información lógica.
- Cumplir con los estándares de accesibilidad.

Gráfico 8. Sitio Web Efectivo



Fuente: www.hallaminternet.com

2.6.5.5. Importancia de la Imagen Web Corporativa

Las páginas Web son bastante relevantes en el mundo de los negocios, especialmente, para los que operan por Internet. Por tal razón, los Diseños Web deben ir asociados a la imagen que el cliente desea transmitir a sus visitantes; buscando formas de reconocimiento a través de marcas, logotipos y otros elementos de la página Web.

Los diseñadores deberán centrarse en la selección de los elementos que complementen a la propia marca o realcen la belleza del logotipo. El diseñador deberá centrarse en la presentación del propio negocio a través de sus páginas Web. Esta tendencia se espera que dure mucho tiempo. (Pardo, Miguel, 2014: 45)

2.7. Fundamentos del Diseño

2.7.1. Tipografía

Es el estudio y clasificación de los diferentes tipos de letras y de las distintas fuentes tipográficas, que se las utiliza de acuerdo a la necesidad y gusto de cada usuario. Es decir, actualmente existe una gran variedad de tipografías para que los diseñadores tengan más opciones a la hora de usar tipografías.

Deberíamos buscar que las tipografías seleccionadas para nuestros títulos concuerden a la perfección con el diseño global de nuestras páginas Web. También tendremos que prestar especial atención al color, ya que en el caso de los títulos, tiene un componente de significado de gran importancia. (Pardo, Miguel, 2014: 35)

Gráfico 9. Tipografía



Fuente: pixelcoblog.com

2.7.2. Color

A la hora de elegir los colores para un sitio Web, se debe tener en cuenta los siguientes aspectos:

- **Armonía:** es importante usar en la página Web, una gama de colores en el mismo tono.
- **Contraste:** es importante utilizar colores claros y oscuros, así como tonos cálidos y fríos; para obtener contrastes.

- **Combinaciones de colores:** el uso de colores vivos acompañados como se los puede ver en las páginas de empresas comerciales.

2.7.3. El Fondo

Los fondos y colores son de gran importancia en las páginas. Ya que con respecto a los fondos, existen profesionales del diseño, que abusan del uso del color negro, provocando así que el contenido sea difícil de distinguir y difícil de llenar con formas, color y texto. Es notable ver en la actualidad, una gran variedad de diseños de páginas web, las mismas que poseen una gran riqueza de creatividad en sus fondos, colores y presentaciones. Al crear una página Web, es necesario tener en cuenta los colores a utilizar en cada sitio y porqué, como van a ir espaciados los textos, etc. El tratamiento de imágenes no debe variar en su tamaño, sino que debe mantener una calidad aceptable y por último la página Web debe presentar coherencia y un carácter distintivo.

2.7.4. Derechos de Autor

Actualmente se puede encontrar en el Internet, muchos recursos gráficos y tecnológicos. Sin embargo se debe tener muy en cuenta que el copiar cualquier material que se encuentre en el Internet, implica derivaciones legales por derechos de autor.

Para utilizar cualquier material protegido por la ley de propiedad intelectual, será necesario disponer del permiso explícito de su creador. La técnica habitual suele consistir en ponerse en contacto con el administrador del sitio a través del correo electrónico o mediante los números de teléfono o fax que puedan aparecer reflejados en sus páginas. (Pardo, Miguel, 2014: 58)

2.7.5. Promoción

Cuando el sitio Web ya ha sido publicado, es necesario promocionarlo para que los usuarios tengan conocimiento de su existencia. Uno de los métodos más eficaces para dar a conocer un sitio Web es darlo de alta en alguno de los buscadores existentes en Internet.

2.7.6. Mantenimiento y Actualización

El mantenimiento y actualización de un sitio Web, es muy importante para poder lograr el interés del usuario. Cuando hablamos de mantenimiento y actualización nos referimos a comprobar de forma periódica que todas las páginas, archivos y enlaces funcionen correctamente y que a su vez, las páginas se sigan cargando de forma correcta cuando se realicen actualizaciones o cambios en el sitio Web.

En la actualidad podemos ver muchos sitios Web en el mercado, los cuales están diseñados de acuerdo a su objetivo. Los mismos, que siempre están a la par con la tecnología actual, para lo cual es necesario que todo sitio Web, debe estar actualizado para que de esa manera dicho sitio Web pueda mantenerse atractivo e interesante para el usuario.

Actualizar un sitio Web representa incluir nuevos contenidos de interés o mejorar el aspecto o navegabilidad del mismo para que resulte más interesante. Esto, no significa necesariamente eliminar el contenido antiguo. Numerosos sitios Web mantienen un registro histórico del material que ha venido siendo eliminado de sus páginas principales, de forma que queda accesible para su posible análisis. (Pardo, Miguel, 2014: 63)

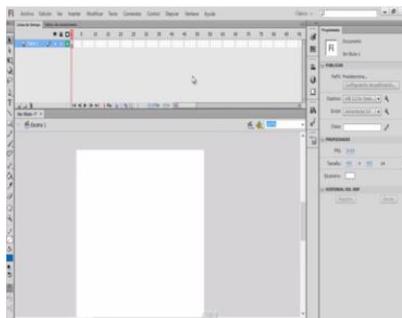
2.8. FLASH CC

2.8.1. Descripción del Entorno de trabajo en Flash CC

En el entorno de Flash CC, sus elementos pueden ser grandes o pequeños, dándonos la opción de aumento y reducción. También se puede mover el escenario dentro del entorno de trabajo de Flash CC.

- **La barra de menús:** aquí se encontrarán todas las funciones del programa y se encuentran visibles en la parte superior de la pantalla.
- **La barra de herramientas:** las herramientas que aquí encontramos permiten dibujar, seleccionar, pintar y modificar ilustraciones, así como cambiar la visualización del escenario.
- **Paneles:** permiten controlar y configurar diversos parámetros de objetos o del mismo archivo en sí.
- **El área de trabajo:** zona en la que se sitúan las ventanas del programa y dónde se desarrollan las aplicaciones.

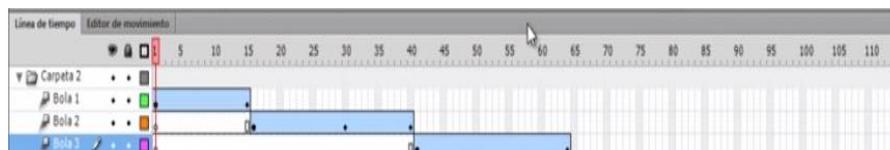
Gráfico 10. Área de trabajo



Fuente: Flash CC

- **Línea de tiempo:** su función es organizar y controlar el contenido de un documento a través del tiempo en capas y fotogramas. Sus componentes principales son las capas, los fotogramas y la cabeza lectora.

Gráfico 11. Línea de tiempo



Fuente: Flash CC

2.8.2. Métodos de Visualización

La visualización del escenario puede cambiar dependiendo el grado de aumento o reducción o moviendo el escenario dentro del entorno de trabajo de Adobe Flash CC.

- **Herramienta zoom:** esta herramienta sirve para tener una visualización más amplia de toso el escenario en la pantalla o solo de un área determinada.
- **Herramienta mano:** sirve para mover el escenario rápidamente, en lugar de hacerlo con las barras deslizantes.

2.8.3. Gráficos Vectoriales y Mapa de Bits

Los sistemas informáticos muestran las imágenes en formato de vectores o de mapa de bits. Si conoce las diferencias entre estos dos formatos, podrá trabajar de forma más eficaz. Con Flash, puede crear y animar gráficos vectoriales compactos. Flash también permite importar y manipular gráficos vectoriales y de mapa de bits creados en otras aplicaciones. (Rodríguez, Denis, 2012: 37)

- **Gráficos vectoriales:** describen las imágenes mediante curvas y líneas que incluyen propiedades de color y posición.
- **Gráficos de mapa de bits:** las imágenes de mapa de bits están compuestas por puntos de color, denominados pixeles, organizados en una cuadrícula.

2.8.4. Herramientas de Dibujo

- **Herramienta flecha:** Flash proporciona diferentes métodos de selección, tales como la herramienta flecha y los comandos de teclado.
- **Herramienta mover:** se puede mover los objetos en todas las direcciones del plano del escenario. Este desplazamiento se lo puede realizar manualmente o desde el panel de propiedades.

2.8.5. Creación de Objetos

Para la creación de objetos Flash dispone de dos grupos de herramientas de dibujo:

- Los elementos geométricos.
- Trazos de línea.

2.8.6. Geometrías Estándar

Están ubicadas en la barra de herramientas en una lista despegable, cada uno de estos elementos geométricos están compuestos por un contorno y su respectivo relleno.

- **Herramienta línea:** es una de las más usadas y permite crear contornos rectos con mucha facilidad apoyado en el ajuste a objetos, este trazo se crea a partir de dos puntos.
- **Herramienta lápiz:** esta herramienta crea un trazo de línea continua, formando rectas o curvas y se utiliza de manera similar al lápiz real, es decir, a mano alzada.

- **Rellenar contornos:** cuando ya se ha dibujado el contorno del diseño, lo siguiente será rellenarlo de color.
- **Herramienta cubo de pintura:** esta herramienta rellena con color áreas cerradas. En donde se puede rellenar áreas vacías como cambiar el color de áreas ya pintadas; usando colores sólidos, rellenos con degradados o de mapa de bits.
- **Herramienta deco:** es una herramienta de relleno que crea un patrón de objetos personalizados. Para personalizar completamente el patrón se requieren el uso de símbolos gráficos.
- **Herramienta bote de tinta:** permite cambiar el color, la anchura y el estilo de trazo de líneas. También permite cambiar las propiedades de todo un contorno, solo con aplicar la herramienta a una línea del contorno.
- **Herramienta cuenta gotas:** con esta herramienta se puede copiar las características del relleno o de los contornos como el color, el ancho de línea y tipo de contorno.

2.8.7. Control de Líneas Vectoriales con la Herramienta Pluma

La herramienta pluma controla la forma de las líneas, ya que con estas se puede definir cada tramo de dibujo, creando líneas rectas o curvas con mayor precisión.

- **Herramienta pluma:** se la utiliza para dibujar trazados precisos como líneas rectas o bien como suaves curvas, para lo cual debe crear puntos de anclaje.
- **Herramienta transformación libre:** esta herramienta se la utiliza para transformar objetos, grupos o bloques de texto libremente. La transformación puede ser: escalar, rotar y sesgar de acuerdo a la modificación requerida.

2.8.8. Distribución de grupos, capas y texto

La distribución de los objetos es importante para crear animaciones, la misma que afecte a todos los objetos que se encuentren en la capa.

- **Agrupar objetos:** para poder manipular los elementos como objeto único, se debe agruparlos.
- **Organizar objetos:** el orden de organización de objetos, se da según su orden de creación.
- **Dibujar entre capas:** todo lo que se dibuje en la escena queda incluido en una capa, que es con la que arranca el programa.
- **Herramienta texto:** esta herramienta puede crear bloques de texto. Los tipos pueden situarse en una línea que se expande al escribir o en un bloque de anchura fija.

2.8.9. Ayudantes de precisión en el dibujo

Flash es un programa de diseño que tiene por objetivo dar una buena presentación e impacto visual.

- **Utilización de la cuadrícula:** la cuadrícula ayuda a dibujar y diseñar objetos de manera más precisa.
- **Utilización de las reglas:** las reglas aparecen en la parte superior izquierda del documento.

2.8.10. Utilización de las guías

Cuando las reglas son visibles, estas pueden arrastrar las guías horizontales y verticales de las reglas en el escenario, así como también pueden mover, ocultar, bloquear y eliminar capas guías.

- **Capas guía:** son utilizadas para facilitar la ubicación de los objetos en el escenario.

2.8.11. Paneles

- **Panel alinear:** mediante este panel se pueden alinear, distribuir o redimensionar un objeto con respecto a una referencia.
- **Panel transformación:** con este panel se puede determinar las transformaciones que se quiere aplicar al objeto seleccionado.
- **Panel información:** en este panel se encuentra la información sobre cualquier objeto.

2.8.12. Utilización del Color

Es necesario entender las diferencias entre la formación y reproducción del color, para manejar el color de manera eficiente en cualquier programa gráfico.

- **La herramienta colores:** esta herramienta tiene dos opciones: color de línea y color de relleno.
- **Utilización del panel de colores:** este panel muestra la paleta de colores con colores sólidos y degradados para cada color.
- **Panel de color:** permite modificar la paleta de colores de un archivo FLA y modificar el color de los trazos y rellenos.

2.8.13. Tipos de Relleno

Existen algunos tipos de degradados entre los cuales tenemos los siguientes:

- **Degradado lineal:** permite definir rellenos con degradados de tipo lineal.
- **Degradado radial:** al igual que el degradado lineal, el degradado radial sirve de igual manera para definir rellenos pero con un estilo de degradado radial.
- **Edición de relleno:** se aplica como relleno de objetos o contornos y varía según las condiciones del diseño.
- **Mapa bits:** este estilo aplica rellenos de mapa de bits a las figuras. Inicialmente, el panel no muestra mapa de bits para su aplicación.

2.8.14. Animación

La animación debe ser dosificada en la medida en que pueda necesitar, sin por ello renunciar a las ventajas de flash. El hecho de que conozca una tecnología tan importante no le debe llevar al abuso de la misma. No hace falta mucho para que un usuario, se salga del sitio si le abrumba con animación irrelevante. (Rodríguez, Denis, 2012: 16)

A pesar que Flash nos ofrece una gran ayuda con respecto a la animación, se debe usar esta tecnología de manera adecuada y sin exagerar en ningún aspecto.

- **Las ventanas emergentes:** pueden aparecer en la pantalla, ya sea automáticamente o haciendo clic en un botón de la película.
- **Los portales comerciales:** Son vínculos que equivalen a una arquitectura y sistema de navegación difícil de diseñar.

2.8.15. Páginas Estáticas y Dinámicas con Flash

Cuando el contenido es estático y con gran superficie dedicada a las imágenes, flash convierte mapa de bits en vectoriales; así como también

tiene el poder de comprimir archivos gráficos. El nivel de inclusión en las páginas, se refiere a la cantidad de animación que se debe introducir en el diseño de la página. A continuación presentamos otro tipo de páginas:

- **Páginas informativas de texto y animación.-** estas páginas se las realizan en HTML (DreamWeaver), en donde se puede incluir el texto y el diseño completo en la película de flash. Teniendo en cuenta que el texto se lo verá con mayor claridad desde HTML.
- **Páginas informativas con animación y sonido.-** estas páginas son usadas para presentaciones empresariales y suelen complementarse a través de algún CD-ROM que las empresas envían a sus clientes.
- **Páginas para B2B (Business to business).-** estas páginas se las realiza en HTML con inclusión de terreno de flash.
- **Páginas E-commerce.-** estas páginas son consideradas como comerciales, las que a su vez requerimientos de interactividad y conectividad con las bases de datos.

Es notable ver hoy en día la variedad de páginas hechas en flash, van desde páginas de juegos, páginas informativas, páginas comerciales entre otras. Las mismas que tienen diferente funcionalidad de acuerdo al tipo de usuarios al que vaya dirigido.

2.9. Editores de Diseño Gráfico.

2.9.1. Adobe Photoshop

Adobe Photoshop es la mejor herramienta de retoque fotográfico y diseño artístico que existe actualmente en el mercado. Con su integración en la nube, es posible sincronizar sus preferencias independientemente del lugar o del equipo en el que se encuentre. Automatice tareas con acciones, capture y edite videos, añada transiciones y efectos de movimiento y cree y manipule imágenes 3D. (Press, Photoshop CS6, 2012; 45)

Este programa es una valiosa herramienta para la realización de un sitio web, ya que permite manipular las fotografías, retocarlas y dejarlas de una dimensión, tamaño y color para que todo quede en armonía en el trabajo que se esté realizando.

2.9.2. Adobe Ilustrador

Ilustrador es la aplicación de dibujo vectorial de Adobe, una herramienta esencial para dibujantes y diseñadores. Podrá sacar el máximo partido a todas las herramientas del programa y convertir sus ilustraciones en espectaculares dibujos creativos. Dibuje escenas en perspectiva con una apariencia de profundidad auténtica. Obtenga las formas más complejas con la herramienta Creador de formas. (Press, Illustrator CS6, 2012: 50)

Es una herramienta muy necesaria para los diseñadores gráficos, ya que en este programa se puede usar al máximo la creatividad y la imaginación al combinar colores, formas y dimensiones que son necesarios para la realización de un buen diseño.

2.10. Fundamentación Teórica

2.10.1. Fundamentos Científicos

La publicidad a través del diseño Web con contenidos multimedia, permitirá afianzar los conocimientos hacia una experimentación e investigación donde las personas podrán descubrir nuevos enfoques reales de publicidad a través.

2.10.2. Fundamentos Sicológicos

La comprensión lectora y visual dentro del fundamento sicológico, ayudará a desarrollar en las personas un pensamiento más crítico y reflexivo que ayudará a tener una mejor relación entre la empresa y los usuarios por medio del sitio Web.

2.10.3. Fundamentos Tecnológicos

Gracias a las posibilidades que nos ofrece la tecnología para el diseño gráfico en software y computadoras estamos en capacidad de fomentar nuestra creatividad en la composición, color, manejo de textos, organización de imágenes, para lograr un producto eficaz.

2.11. Posicionamiento Teórico Personal

La Empresa Paulos Confecciones se encuentra ubicada en la zona urbano céntrica del cantón Antonio Ante, lo que se busca es promocionar a dicha empresa a través del uso y aplicación de la página Web. Cuando se habla de páginas Web con contenidos multimedia, es hablar sobre un tema muy importante, ya que las herramientas Web ofrecen a los usuarios una infinidad de opciones; en donde pueden encontrar una serie de productos, servicios y ofertas.

La página Web de la empresa Paulos Confecciones contribuirá a potencializar sus ingresos económicos, así como también permite bajar costos de promoción en papel impreso como: trípticos, volantes u otro material mediante el cual se da a conocer los productos. Para el diseño de la página Web nos tenemos que enfocar en la estética, es decir, cómo va ir presentada la letra, las imágenes y su ubicación respectiva; y que toda la información esté presentada de manera que inspire al futuro cliente visitar el lugar.

Los contactos se los puede realizar desde el lugar en donde nos encontremos con la finalidad de obtener réditos económicos por parte de los clientes que llegarán al sitio; además se incluirá un video promocional de la empresa Paulos Confecciones.

2.12. Glosario de Términos

- **Animación.-** Conjunto de gráficos o imágenes que, a una determinada velocidad, crean la ilusión de movimiento.
- **Comunicación.-** Transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor.
- **Computadora.-** Equipo electrónico, analógico o digital, que utiliza programas informáticos para el tratamiento de información.
- **Comprensión.-** facultad o capacidad para entender y penetrar las cosas.
- **Creatividad.-** es la generación de nuevas ideas o conceptos, o de nuevas asociaciones entre ideas y conceptos conocidos, que habitualmente producen soluciones originales.
- **Digital.-** Referente a los números dígitos y en particular a los instrumentos de medida que la expresan con ellos.
- **Diseño.-** proceso previo de configuración mental, "pre-figuración", en la búsqueda de una solución en cualquier campo.
- **Editor.-** Programa utilizado para crear páginas Web sin la necesidad de tener que aprender el lenguaje.
- **El diseño web.-** Es una actividad que consiste en la planificación, diseño e implementación de sitios web.
- **Emails.-** Es un servicio de red, permite a los usuarios enviar y recibir mensajes mediante sistemas de comunicación electrónicos.
- **Formato.-** Conjunto de características técnicas y de presentación de una publicación periódica o de un programa de televisión o radio.
- **Fuente.-** En tipografía, es un conjunto de caracteres que corresponden a un diseño y proporciones determinados, en buena ley en un alfabeto dado.

- **Gráficos.-** Representación de datos numéricos por medio de una o varias líneas que hacen visible la relación que esos datos guardan entre sí.
- **Hipertexto.-** Es el nombre que recibe el texto en la pantalla, de un dispositivo electrónico conduce a otro dispositivo.
- **Hipervínculo.-** Un hipervínculo es una conexión de una página a otro destino como, por ejemplo, otra página o una ubicación diferente en la misma página.
- **HTML.-** Lenguaje de marcado de hipertexto. Lenguaje estándar de marcas empleado para documentos del World Wide Web.
- **Imagen.-** La presentación de algo real o imaginaria basándose en la luz y su efecto sobre la visión humana, se entiende de una imagen representativa.
- **ISP.-** Es un proveedor de servicios para web. Los diferentes servicios que pueden ofrecer son: conexión a Internet, registro de dominio, hospedaje de sitios web, entre otros.
- **Información.-** Comunicación o adquisición de conocimientos que permiten ampliar o precisar los que se poseen sobre una materia determinada.
- **Instalación.-** Acción y efecto de instalar o instalarse.
- **Internet.-** conjunto descentralizado de redes de comunicación interconectadas que utilizan la familia de protocolos TCP/IP, lo cual garantiza que las redes físicas heterogéneas que la componen funcionen como una red lógica única, de alcance mundial.
- **Marketing.-** Es un concepto inglés, traducido al castellano como mercadeo o mercadotecnia. Se trata de la disciplina dedicada al comportamiento de los mercados y de los consumidores.
- **Mercado.-** Conjunto de actividades realizadas libremente por los agentes económicos sin intervención del poder público.
- **Multimedia.-** es la capacidad de mostrar gráfico, vídeo, sonido, texto y animaciones como forma de trabajo, e integrarlo todo en un

mismo entorno llamativo para el usuario, que interactuará o no sobre él para obtener un resultado visible, audible o ambas cosas.

- **Página Web.-** documento que forma parte de un sitio Web y que suele contar con enlaces (también conocidos como hipervínculos o links) para facilitar la navegación entre los contenidos.
- **Promoción.-** es el componente que se utiliza para persuadir e informar al mercado sobre los productos de una empresa.
- **Publicidad.-** es una forma de comunicación comercial que intenta incrementar el consumo de un producto o servicio a través de los medios de comunicación y de técnicas de propaganda.
- **Servidor Web.-** ordenador conectado a internet de manera constante, con un software y un hardware para que el usuario de la Web pueda consultar páginas web almacenadas en sus discos.
- **Sistema.-** Conjunto de cosas que relacionadas entre sí ordenadamente contribuyen a determinado objeto.
- **Sitio Web.-** Página principal y otras páginas, gráficos, documentos, multimedia y otros archivos asociados que se almacenan en un servidor web o en el disco duro de un equipo.
- **Sonido.-** Sensación producida en el órgano del oído por el movimiento vibratorio de los cuerpos, transmitido por un medio elástico, como el aire.
- **Tecnología.-** Conjunto de teorías y de técnicas que permiten el aprovechamiento práctico del conocimiento científico.
- **Texto.-** Todo lo que se dice en el cuerpo de la obra manuscrita o impresa, a diferencia de lo que en ella va por separado; como las portadas, las notas, los índices, etc.
- **Vínculos de hipertexto o hipervínculos.-** son elementos de una página HTML que, al hacer clic sobre ellos, permiten a los lectores navegar hacia una nueva dirección.

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.

3.1. Tipos de investigación

3.1.1. Investigación de campo

Por medio de la observación, la encuesta y la entrevista se consiguió interiorizar el problema y plantear una solución factible para atender la necesidad más urgente de la empresa Paulos Confecciones, como es tener una página Web con contenidos multimedia.

3.1.2. Investigación Bibliográfica y Documental

Este tipo de investigación se utilizó para reunir material como: libros y revistas, y así conseguir más conocimientos de cómo posicionar en el mercado a una empresa en este caso Paulos Confecciones. Esta investigación para apoyar teóricamente la aplicación de estrategias web.

3.1.3. Investigación Propositiva

Utilizando la investigación propositiva se plantea una propuesta de una página Web que no solamente representa una forma de dar a conocer

publicidad, sino una forma adecuada de darse a conocer al público en general para beneficio de la empresa y de los usuarios.

3.2. Métodos

3.2.1. Método Inductivo – Deductivo

Este método permitió analizar el problema en diferentes aspectos y necesidades para llegar al tratamiento general de todo su contexto, permitiendo organizar mejor el proyecto.

3.2.2. Método Analítico – Sintético

Con el método analítico - sintético se observó las variables revisando los antecedentes recogidos a lo largo de la investigación para analizar e interpretar sus partes y llegar a una propuesta de solución.

3.2.3. Método Estadístico.

Permitió valorar resultados de las diferentes encuestas, que se realizó a los dueños de los locales comerciales y al público que estuvo implicado directamente con los mismos.

3.2.4. Método Sistemático

Este método ayudó a definir el contenido del problema, y sus componentes del Trabajo de Grado, y también permitió implementar información del problema planteado.

3.3. Técnicas e Instrumentos

3.3.1. La Entrevista

Se aplicó a los dueños de la empresa Paulos Confecciones, para de esta forma obtener resultados.

3.3.2. Encuesta

Esta técnica que permitió elaborar preguntas que estén de acuerdo con el estudio de la empresa Paulos Confecciones, y se la aplicó a personas que visitan la zona urbana céntrica del cantón Antonio Ante, para obtener resultados y así elaborar la página web con contenidos multimedia.

3.3.3. La Observación

Permitió poder palpar y conocer de cerca la realidad que viven a diario los locales comerciales y de manera especial la empresa Paulos Confecciones como referencia de esta investigación y ayudó a tener un enfoque más claro de la realidad publicitaria de dicha empresa.

3.3.4. Investigación Bibliográfica

Esta investigación estuvo basada en las consultas realizadas en bibliotecas públicas, privadas y la red informática del INTERNET, artículos de publicaciones especializadas. Toda esta información permite tener una visión más amplia entorno a los fundamentos inherentes a nuestro tema de investigación.

3.5. Población y muestra

Para el estudio de mercado de la presente investigación se ha seleccionado el segmento de Población joven del área urbana del cantón Antonio Ante. Según las proyecciones de población del INEC, la población del cantón Antonio Ante es de 21000 habitantes para el año 2010.

Para calcular el tamaño de la muestra, se aplicará la siguiente fórmula:

$$n = \frac{PQ.N}{(N-1)\frac{E^2}{K^2} + PQ}$$

n = Tamaño de la muestra.

PQ = Varianza de la población, valor constante = 0.25

N = Población / Universo

(N-1) = Corrección geométrica, para muestras grandes >30

E = Margen de error estadísticamente aceptable:

0.02 = 2% (mínimo)

0.3 = 30% (máximo)

0.05 = 5% (recomendado. en educación.)

K = Coeficiente de corrección de error, valor constante = 2

n= 0.25 (200)

$$\frac{21000 (36) + 0,25}{4}$$

n= 50

0,42

n= 119

Habitantes: se calculó una muestra de 119 personas correspondientes a la zona urbana céntrica del cantón Antonio Ante entre los 15 a 45 años.

CAPÍTULO IV

4. ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

4.1. Encuesta dirigida a las personas entre 15 a 45 años que circulan por las calles Bolívar y Amazonas del cantón Antonio Ante.

1.- ¿Que influye para que Ud. tome la decisión de comprar un producto?

Tabla 1. Decisión de comprar un producto

DECISIÓN DE COMPRAR UN PRODUCTO	# ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Páginas Web	65	54%
Medios de comunicación	36	30%
Interés personal	18	16%
TOTAL	119	100%

Fuente: Encuesta a la población

Elaborado por: Mauricio Aragón



Gráfico 12. Decisión de comprar un producto

INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

De esta pregunta se puede interpretar que las páginas Web tienen bastante influencia en las personas al momento de comprar un producto.

2.- ¿Visita páginas Web relacionadas con ropa deportiva?

Tabla 2. Web relacionadas con ropa deportiva

Web relacionadas con ropa deportiva	# ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	86	72%
NO	33	28%
TOTAL	119	100%

Fuente: Encuesta a la población

Elaborado por: Mauricio Aragón

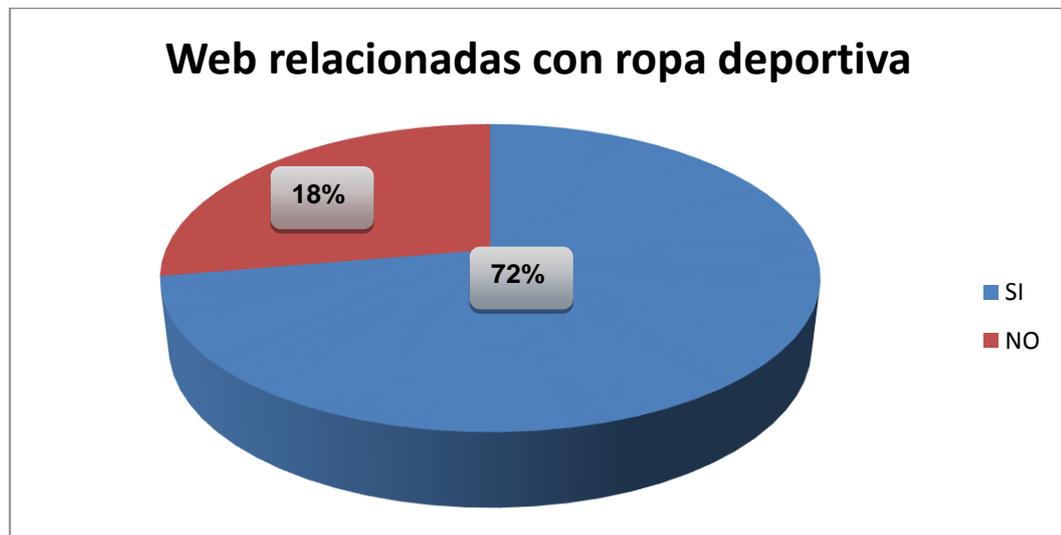


Gráfico 13. Web relacionadas con ropa deportiva

INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

De esta pregunta podemos interpretar que la mayoría de los encuestados señala que visita páginas Web relacionadas con ropa deportiva, mientras que el resto de encuestados admite que no visita páginas Web relacionadas con ropa deportiva.

3.- ¿Qué Redes Sociales utiliza habitualmente? Señale 3 opciones

Tabla 3. Redes Sociales que utiliza habitualmente

Redes Sociales que utiliza habitualmente	# ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Ninguna	3	2%
Facebook	45	38%
Twitter	9	8%
YouTube	25	21%
MySpace	6	5%
Foursquare	4	3%
Yahoo	7	6%
Google	20	17%
TOTAL	119	100%

Fuente: Encuesta a la población

Elaborado por: Mauricio Aragón

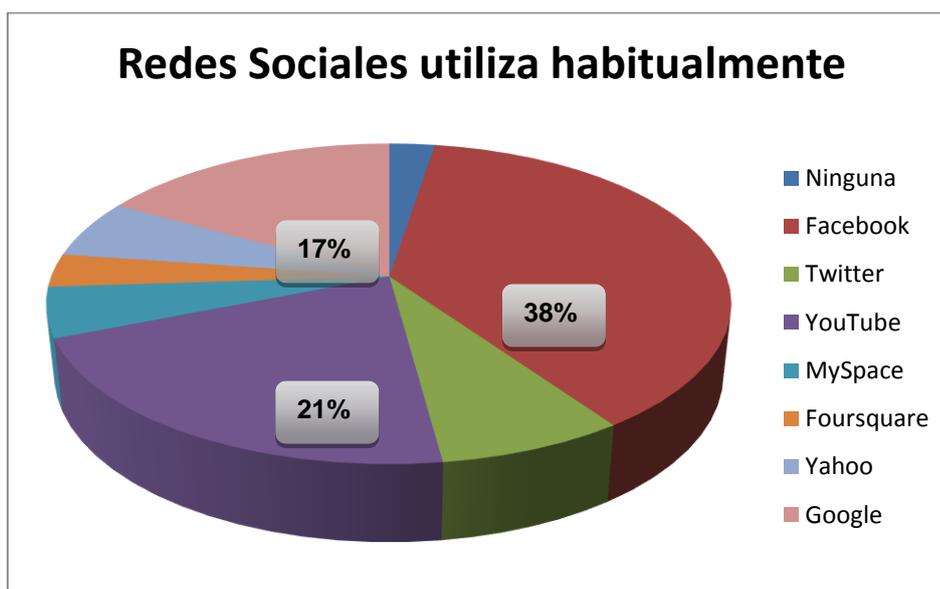


Gráfico 14. Redes Sociales utiliza habitualmente

INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

De esta pregunta se puede interpretar que la mayoría de las personas utilizan Facebook como una red social, seguido por personas que utilizan YouTube, luego están las personas que utilizan Google, luego tenemos a las personas que utilizan Twitter, posteriormente tenemos yahoo, My Space, que están en un porcentaje menor, luego tenemos Four square.

4.- ¿Ud. ha escuchado que Paulos Confecciones es una empresa que ofrece ropa deportiva?

Tabla 4. Ha escuchado de Paulos Confecciones

Ha escuchado de Paulos Confecciones	# ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	60	51%
NO	59	49%
TOTAL	119	100%

Fuente: Encuesta a la población

Elaborado por: Mauricio Aragón



Gráfico 15. Ha escuchado que Paulos Confecciones

INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

De esta pregunta se puede interpretar que la mayoría de las personas ha escuchado de Paulos Confecciones mientras que el resto de encuestados no han escuchado nada acerca de Paulos Confecciones.

5.- ¿Estaría dispuesto a visitar empresas de ropa deportiva como Paulos Confecciones que ofrece el cantón Antonio Ante?

Tabla 5. Dispuesto a visitar la empresa Paulos Confecciones

Dispuesto a visitar la empresa Paulos Confecciones	# ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Muy dispuesto	75	63%
Dispuesto	25	21%
Parcialmente dispuesto	17	14%
Indispuesto	2	2%
TOTAL	119	100%

Fuente: Encuesta a la población

Elaborado por: Mauricio Aragón



Gráfico 16. Dispuesto a visitar Paulos Confecciones

INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

De esta pregunta se puede interpretar que la mayoría de las personas están muy dispuestos a visitar Paulos Confecciones, otro grupo de personas manifiesta que tiene buena disponibilidad, en menor proporción muestran estar dispuestos a visitar, otros solo tienen un poco de interés al respecto, y a muy pocos que no les gustaría visitar.

6.- ¿Le gustaría a Ud. navegar en un sitio web en el que pueda conocer las promociones y servicios que ofrece la empresa Paulos Confecciones?

Tabla 6. Promoción y servicios que ofrece Paulos Confecciones

PROMOCIONES C.P.	# ENCUESTADOS	PORCENTAJE
MUCHO	52	44%
POCO	48	40%
NADA	19	16%
TOTAL	119	100%

Fuente: Encuesta a la población

Elaborado por: Mauricio Aragón



Gráfico 17. Promoción y servicios que ofrece Paulos Confecciones

INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

De esta pregunta se puede interpretar que a la mayoría de las personas les gustaría navegar en una página web, mientras que otra parte tiene un cierto interés por navegar en una página Web y tan solo a pocos no les interesaría una página web.

7.- ¿Qué tipo de información le gustaría que se incluya dentro del sitio web? Seleccione 3 Opciones

Tabla 7. Información que se incluya dentro del Sitio Web

Información que se incluya dentro del sitio web.	# ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Promociones	43	36%
Trayectoria	8	7%
Cultura	7	6%
Ropa deportiva	29	24%
Catálogos	32	27%
TOTAL	119	100%

Fuente: Encuesta a la población

Elaborado por: Mauricio Aragón



Gráfico 18. Información que se incluya dentro del Sitio Web

INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

De esta pregunta se puede interpretar que a la mayoría de las personas prefieren obtener información sobre promociones, mientras a una quinta parte de los encuestados les interesa mucha información sobre catálogos y ropa deportiva, en menor proporción le gusta obtener información sobre cultura y trayectoria.

8.- ¿Cree usted que los sitios web publicitarios ayudarían a una mejor demanda de la empresa Paulos Confecciones?

Tabla 8. Sitio Web mejor demanda

SITIOS WEB A UNA MEJOR DEMANDA DE PAULOS CONFECCIONES	# ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Mucho	98	82%
Poco	15	13%
Nada	6	5%
TOTAL	119	100%

Fuente: Encuesta a la población

Elaborado por: Mauricio Aragón

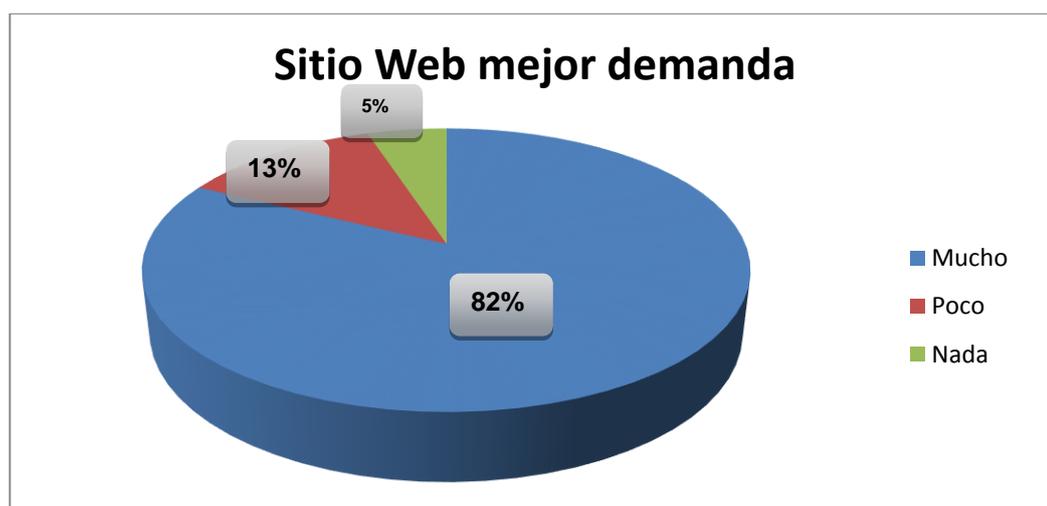


Gráfico 19. Sitio Web mejor demanda

INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

De esta pregunta se puede interpretar que la mayoría de las personas creen que un sitio Web ayudaría de manera importante a Paulos Confecciones, mientras que por otra parte un grupo de personas piensan que un sitio Web ayudaría parcialmente a Paulos Confecciones y finalmente otras personas dicen que no beneficiaría pues no utilizan internet.

9.- ¿Qué contenido le interesaría encontrar cuando visite el sitio web de la empresa Paulos Confecciones? Señale 3 opciones

Tabla 9. Contenido que le interesa de un sitio web

CONTENIDO QUE LE INTERESA DE UN SITIO WEB	# ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Datos de contacto	33	28%
Fotografías	35	29%
Noticias	12	10%
Videos	29	24%
Sonido	10	9%
TOTAL	119	100%

Fuente: Encuesta a la población

Elaborado por: Mauricio Aragón



Gráfico 20. Contenido que le interesa de un Sitio Web

INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

De esta pregunta se puede interpretar que a la mayoría de las personas les gustaría encontrar primeramente en la página web fotografías, pues las imágenes dicen más que mil palabras, a otras personas les gustaría encontrar en el sitio web datos de contactos, y mientras que a otro grupo de personas ver videos del lugar, a pocos les gustaría ver noticias y a otros le interesa el sonido como la música de fondo.

10.- ¿Le Interesaría a Ud. conocer la empresa Paulos Confecciones ubicada en las calles Bolívar y Amazonas, en el cantón Antonio Ante?

Tabla 10. Le interesaría conocer Paulos Confecciones

CONOCER PAULOS CONFECCIONES	# ENCUESTADOS	PORCENTAJE
INTERESARÍA MUCHO	86	72%
PENSARÍA	24	20%
DUDARÍA	9	8%
NADA INTERESANTE	0	0%
TOTAL	119	100%

Fuente: Encuesta a la población

Elaborado por: Mauricio Aragón

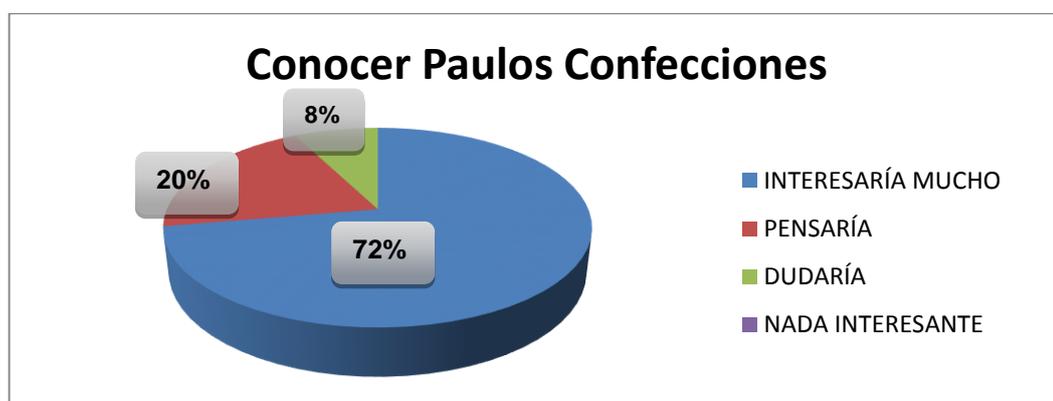


Gráfico 21. Le interesaría conocer Paulos Confecciones

INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

De esta pregunta se puede interpretar que a la mayoría de las personas les gustaría conocer Paulos Confecciones, que está en el cantón Antonio Ante, en las calles Bolívar y Amazonas de la zona urbano céntrica. A otra parte de las personas encuestadas lo pensarían en ir a Paulos Confecciones y muy pocos lo dudarían.

11.- ¿Le gustaría a usted recibir en correo electrónico las ofertas y promociones de ropa deportiva de la empresa Paulos Confecciones?

Tabla 11. Recibir promociones y ofertas en su correo electrónico.

Recibir promociones y ofertas en su correo electrónico.	# ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	96	81%
NO	23	19%
TOTAL	119	100%

Fuente: Encuesta a la población

Elaborado por: Mauricio Aragón

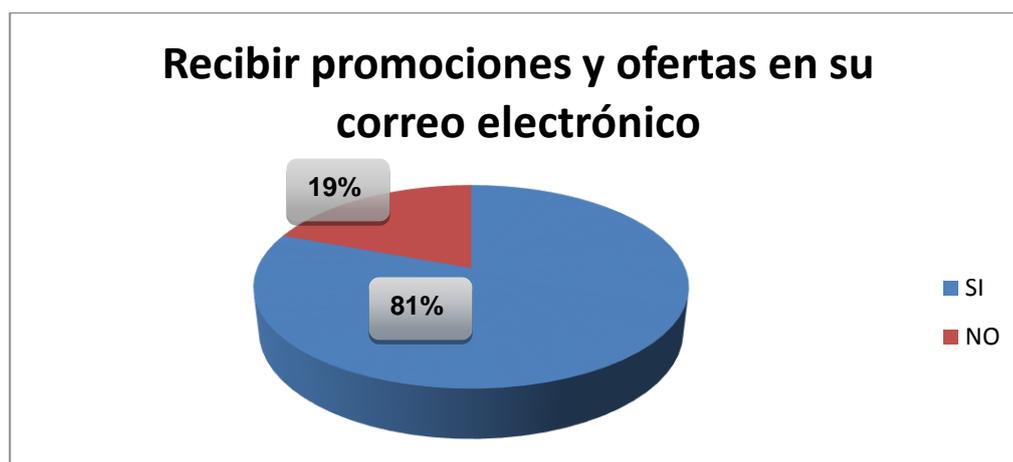


Gráfico 22. Recibir promociones y ofertas en su correo electrónico

INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

De esta pregunta se puede interpretar que a la mayoría les gustaría recibir en su correo electrónico acerca de los productos y promociones de Paulos y una minoría opina que no le gustaría recibir información al respecto.

4.2. Entrevista a los dueños de la empresa Paulos Confecciones

1.- ¿Conoce usted cuáles son los beneficios de utilizar estrategias web, para visitar algún sitio de su interés?

No, debido a que el trabajo que desarrollo en la empresa, me exige mucho tiempo en la administración del negocio y en la elaboración de uniformes deportivos.

2.- ¿Cree usted que los sitios web publicitarios ayudarían a una mejor demanda de la Empresa Paulos Confecciones?

Sí, porque en la actualidad se ha podido ver como las empresas se dan a conocer a las personas a través de los sitios Web. Y pienso que sería de gran ayuda para el desarrollo social y económico de la empresa.

3. ¿Qué tipo de información le gustaría que se incluya dentro del sitio web de Paulos Confecciones?

Creo que lo ideal sería que la gente nos conozca más en el medio local, y para eso creo que debería ir información de los productos que ofrecemos, de los contactos y de la dirección en donde nos pueden ubicar.

4.- ¿Qué contenido le interesaría encontrar cuando visite el sitio web de la empresa Paulos Confecciones? Señale 3 opciones

Pienso que en cuanto a los contenidos, debería haber principalmente fotografías en donde las personas puedan apreciar el trabajo que nosotros realizamos.

5.- ¿Qué Redes Sociales utiliza habitualmente? Señale 3 opciones

Utilizo Facebook para estar en contacto con las personas allegadas y también utilizo YouTube para ver videos y google para buscar todo tipo de información.

6.- ¿Cree Ud. que se deba invertir económicamente un sitio web publicitario para la empresa Paulos Confecciones?

Si porque es una inversión que a larga va a traer muchos beneficios para Paulos Confecciones por lo tanto es rentable la inversión.

7.- ¿Cree usted que la empresa Paulos Confecciones, debería promocionar sus productos a través de sitios web y permitir a sus clientes estar al tanto de las novedades e innovaciones?

Si porque de esta manera la gente podrá conocer nuestros productos y promociones y a la vez mejoría de gran manera la relación entre los clientes y la empresa.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- Del diagnóstico sobre el uso de los medios publicitarios para la difusión y promoción de los productos que ofrecen los locales comerciales y negocios de la zona urbana céntrica del cantón Antonio Ante, tomando como referencia a la empresa Paulos Confecciones se concluye que existe una deficiencia publicitaria notable en dicha empresa.
- De la realización de la fundamentación teórica para el desarrollo de una página web con contenidos multimedia se concluye que es necesario y fundamental desarrollar una página web con bases técnicas y teóricas.
- Del desarrollo del diagnóstico de la situación publicitaria que maneja la empresa Paulos Confecciones se concluye que dicha empresa no cuenta con una publicidad que le dé un mayor reconocimiento dentro de su entorno.
- De la difusión de la propuesta de la página web con contenidos multimedia de la empresa Paulos Confecciones, como referencia para los locales comerciales y negocios de la zona urbana céntrica del cantón Antonio Ante se concluye que la difusión de dicha página web es de total importancia para que el público en general conozca acerca de la empresa Paulos Confecciones.

5.2. Recomendaciones

- Del diagnóstico sobre el uso de los medios publicitarios para la difusión y promoción de los productos que ofrecen los locales comerciales y negocios de la zona urbana céntrica del cantón Antonio Ante, tomando como referencia a la empresa Paulos Confecciones se recomienda que mencionada empresa debe usar diferentes tipos de publicidad para su reconocimiento.
- De la realización de la fundamentación teórica para el desarrollo de una página web con contenidos multimedia se recomienda que la empresa Paulos confecciones desarrolle una página web con fundamentos que estén enmarcados en lo técnico, teórico y tecnológico.
- Del desarrollo del diagnóstico de la situación publicitaria que maneja la empresa Paulos Confecciones se recomienda que dicha empresa utilice publicidad alternativa que le dé un mejor reconocimiento en su entorno.
- De la difusión de la propuesta de la página web con contenidos multimedia de la empresa Paulos Confecciones, como referencia para los locales comerciales y negocios de la zona urbana céntrica del cantón Antonio Ante se recomienda que para la difusión de dicha página web se pueden usar formas publicitarias como: trípticos, volantes, carpetas, hojas membretadas, llaveros, stickers, entre otros; en donde se encuentre principalmente la dirección de la página web de dicha empresa, para lograr que los usuarios puedan conocer y visitar el sitio web de Paulos Confecciones.

CAPÍTULO VI

6. PROPUESTA ALTERNATIVA

6.1. Título de la Propuesta

“DISEÑO DE UNA PÁGINA WEB CON CONTENIDOS MULTIMEDIA PARA LA EMPRESA PAULOS CONFECCIONES, PARA PROMOVER LA PUBLICIDAD WEB EN LOS LOCALES COMERCIALES Y NEGOCIOS DE LA ZONA URBANO – CÉNTRICA DEL CANTÓN ANTONIO ANTE”.

6.2. Justificación e Importancia

Hoy en día es indispensable que las empresas tengan un sitio Web, en donde los clientes puedan apreciar los productos en línea que ofrecen las empresas. Mediante la publicación de la página Web, los usuarios podrán tener a su alcance toda la información acerca de los productos y promociones que ofrece la empresa Paulos Confecciones; la misma que se constituye como referencia de las empresas de la zona urbano céntrica del cantón Antonio Ante. La propuesta es factible porque existe la predisposición por parte de la Empresa Paulos Confecciones, además de que se cuenta con el suficiente conocimiento técnico y teórico. Así también se cuenta con el presupuesto económico para desarrollar la página web. Con la aplicación de la página Web, el principal beneficiario será la empresa Paulos Confecciones, ya que el diseño de la página Web permitirá el fortalecimiento promocional en el mercado y su desarrollo económico.

Fomentando así, la calidad de servicio en donde se dará a conocer al usuario la siguiente información: datos de contacto, fotografías de sus productos en general, videos de la empresa Paulos Confecciones, así también se incluye información para llegar al lugar.

Generando aportes tales como:

- **Tecnológico**

Aportó con un mayor conocimiento sobre el correcto uso de nuevas tecnologías, las cuales son necesarias para una promoción rápida y eficaz, generando así, una buena comunicación entre el cliente y la empresa.

- **Social**

Mejora la concepción de las personas acerca de los sitios web de las empresas, cambiando de esta manera la percepción de ver la publicidad a través del internet.

6.3. Fundamentación Teórica

En la actualidad las empresas han optado por exponer sus productos o servicios a través de las páginas Web, ya que este es el medio más factible y viable para llegar a los usuarios; además permite ahorrar tiempo y dinero. La principal característica de la página Web es la utilización de enlaces o hipervínculos que sirven para interconectar unos documentos con otros a través de la red. Una página Web también puede contener vínculos a otros sitios Web y dominios diferentes. La página Web con contenidos multimedia utiliza computadores para presentar texto, audio, video, animación, características interactivas, e imágenes fijas de diversas

formas y combinaciones que son posibles a través del avance de la tecnología. Para acceder a una página web se lo puede hacer a través de las computadoras o dispositivos electrónicos a los cuales se les puede integrar diversas formas juntas.

- **Fundamentación Pedagógica**

La publicidad a través de las páginas web, ha dado paso a cambios significativos, que posibilitan el trabajo en red con ambientes virtuales publicitarios, que permiten un mayor avance técnico, tecnológico y científico en los estudiantes de diseño gráfico.

Los avances de la ciencia y la tecnología demandan nuevas formas de publicidad. Los cambios tecnológicos a causa de la globalización han hecho más dinámicas la producción de contenidos en todos los niveles, el empleo de este tipo de tecnologías como medio de difusión de servicios, es una realidad y una necesidad social impuesta por el desarrollo tecnológico de la sociedad.

6.4. Objetivos

6.4.1. Objetivo General

- Diseñar la página web con contenidos multimedia para la empresa Paulos Confecciones del cantón Antonio Ante para lograr reconocimiento y representación publicitaria.

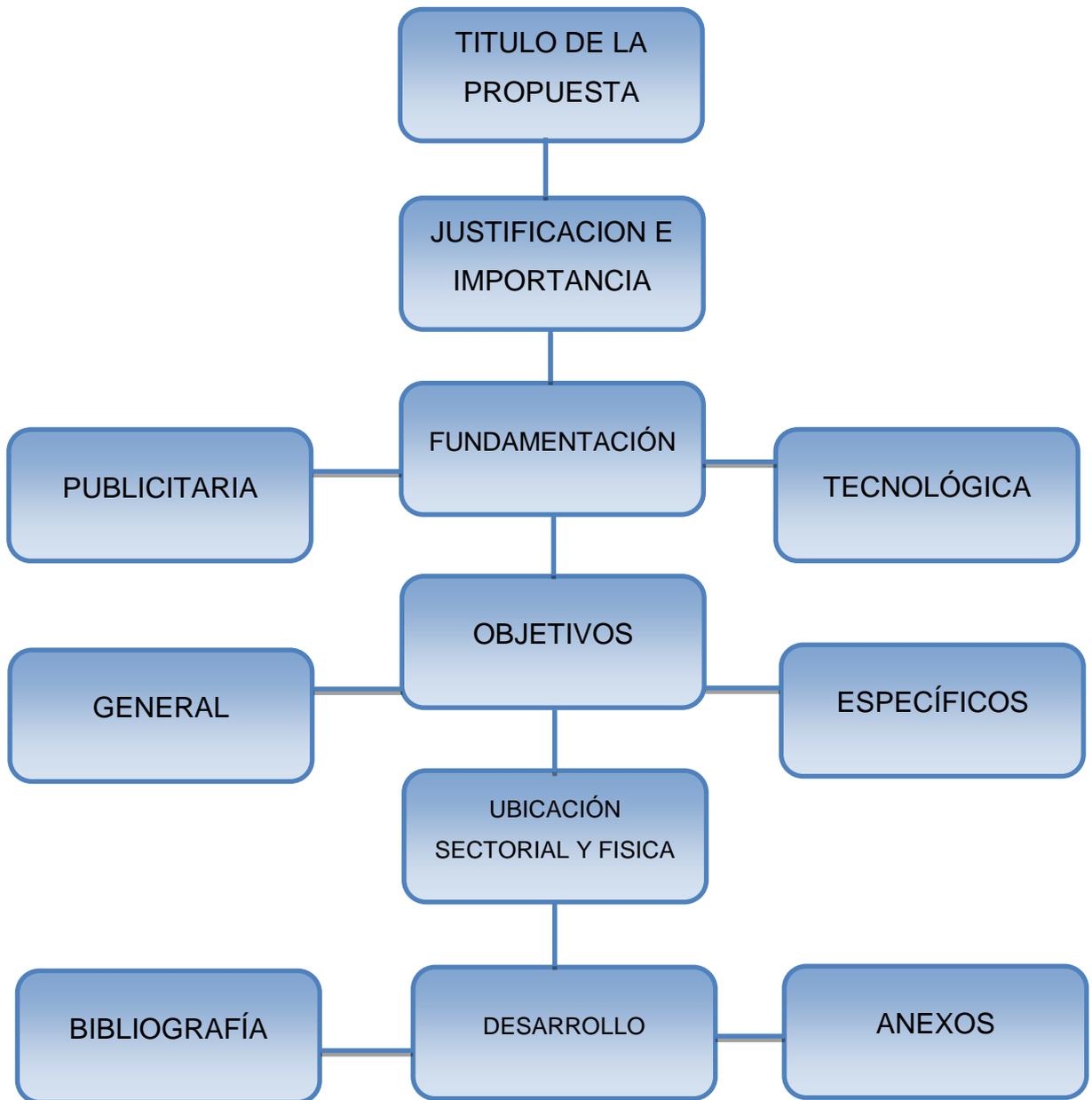
6.4.2. Objetivos Específicos

- Buscar y recopilar la información, fotografías y videos de la Empresa Paulos Confecciones, para la realización de la multimedia interactiva.
- Realizar el diseño de la página web a través de bocetos para su posterior aprobación.
- Armar la diagramación de la pantalla mediante la utilización de los diferentes programas de Adobe.
- Construir la página web con todos los elementos y técnicas apropiadas.
- Presentar la página web ejecutable.

6.5. Ubicación sectorial y física

El desarrollo de la tesis se desarrolló en las Calles Amazonas y Bolívar del cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura, país Ecuador, está ubicada la empresa Paulos Confecciones.

6.6. Esquema de la Propuesta



6.7. Desarrollo de la Propuesta

“DISEÑO DE UNA PÁGINA WEB CON CONTENIDOS MULTIMEDIA PARA LA EMPRESA PAULOS CONFECCIONES, PARA PROMOVER LA PUBLICIDAD WEB EN LOS LOCALES COMERCIALES Y NEGOCIOS DE LA ZONA URBANO – CÉNTRICA DEL CANTÓN ANTONIO ANTE”.

6.8. Delimitación

Paulos Confecciones tiene un gran futuro en el empresarial, pues ofrece servicio de calidad en sus productos. Ofreciendo a la ciudadanía de Antonio Ante, Imbabura y el Ecuador una excelente oferta en sus productos como: uniformes deportivos para niños, jóvenes y adultos; ya sea por adquisición directa o por pedidos con descuentos especiales para grupos e instituciones. Además se encuentra ubicada en la zona urbano céntrica del cantón Antonio ante.

6.9. Justificación

En la actualidad la empresa Paulos Confecciones no cuenta con una página Web en donde sus clientes y la comunidad en general puedan tener información acerca de los productos que ofrece la mencionada empresa. Cabe señalar que además del diseño de la página Web, la publicidad estratégica dará a conocer a sus clientes, todo lo referente a los productos y promociones que ofrece la empresa.

6.10. Descripción del Sitio Web

La página web publicitaria de la empresa Paulos Confecciones brindará información sobre los productos que ofrece, a los usuarios que

visiten la empresa a través de la web, lo cual nos permitirá tener una administración y un orden correcto de la información publicada.

El diseño de una página web publicitario para la empresa Paulos Confecciones permitirá tener una relación más estrecha entre la empresa y el usuario. Además la página Web es una herramienta que ayuda a la productividad y sustentabilidad de este proyecto.

Esta propuesta permitirá a que Paulos Confecciones se posicione en el mercado y pueda promocionar sus productos a nivel local y nacional, lo cual admitirá un contacto directo entre la empresa y los usuarios, optimizando recursos de tiempo y dinero.

6.10.1. Desarrollo de Mapa de Sitio de Paulos Confecciones



Elaborado por: Mauricio Aragón

DESCRIPCIÓN

El mapa de sitio se planifica y se organiza en base a la cantidad y al tipo de contenidos que se vaya a montar a la Web, se realiza tomando en cuenta el número de pantallas con respecto al menú o botonera principal, basado en un sistema de navegación práctico y debidamente estructurado.

HOSTING

Es el servicio que provee a los usuarios de Internet un sistema para poder almacenar información, imágenes, vídeo, o cualquier contenido accesible vía web. Se refiere al lugar que ocupa una página web, sitio web, sistema, correo electrónico, archivos etc. en internet o más específicamente en un servidor que por lo general hospeda varias aplicaciones o páginas web.

DOMINIOS

Un dominio de Internet es una red de identificación asociada a un grupo de dispositivos o equipos conectados a la red Internet. El propósito principal de los nombres de dominio en Internet y del sistema de nombres de dominio (DNS), es traducir las direcciones IP de cada modo activo en la red, a términos memorizables y fáciles de encontrar.

REQUERIMIENTO HUMANO

- Diseñador Gráfico
- Fotógrafo
- Encuestador
- Entrevistador

REQUISITOS DE HARDWARE

- PC i5
- Sistema operativo de 64 bits
- Memoria 6 GB de RAM
- Procesador de 3,00 GHz
- Tarjeta Gráfica AMD 2 Gigabytes
- Tarjeta Gráfica Nvidia Geforce
- Disco duro 1 Terabyte
- DVD writer

REQUISITOS DE SOFTWARE

PROGRAMA	DESCRIPCIÓN	APORTE
ADOBE PHOTOSHOP CC	EDITOR DE IMAGENES	BACKGROUND, DISEÑO WEB
ADOBE ILLUSTRATOR	DISEÑO VECTORIAL	VECTORIZACION LOGOTIPO
ADOBE FLASH PROFECIONAL CC	ANIMACIÓN	ANIMACIONES 2D
ADOBE AFTER EFFECTS	ANIMACIÓN Y EFECTOS ESPECIALES	ANIMACIÓN AVANZADA E INCRUSTACIÓN POR CROMA
ADOBE MUSE CC	MAQUETACION Y DISEÑO WEB	MAQUETACION SITIO WEB
CINEMA 4D R14	DISEÑO Y ANIMACION 3D	ANIMACION LOGOTIPO 3D
ADOBE PREMIERE PRO CC	POSTPRODUCCION Y EDICION DE VIDEO	EDICIÓN SPOT
BLOC DE NOTAS	CODIFICACIÓN HTML	INSERCIÓN FAVICON
ADOBE MEDIA ENCODER CC	CODIFICADOR DE FORMATOS DE VIDEO	EXPORTACION FORMATO COMPATIBLE PARA WEB
Cpanel	ALOJAMIENTO WEB Y ADMINISTRACIÓN INFORMATICA	HOSTING Y DOMINIO

Elaborado por: Mauricio Aragón

6.11. Elementos de la publicidad Brief Publicitario

Estructura plan publicitario

Antecedentes: La elaboración de uniformes deportivos es la principal característica de Paulos Confecciones. Dicha empresa es reconocida por su excelente atención, amabilidad de sus propietarios, y por estar ubicada en una zona estratégica y comercial del cantón Antonio Ante. Lo cual provoca que quienes visitan Paulos Confecciones se sientan en un ambiente de calidez, confianza y tranquilidad.

Marca: Una marca es una identificación comercial primordial o el conjunto de varios identificadores con los que se relaciona y ofrece un producto o servicio en el mercado. Para la empresa Paulos Confecciones, se ha utilizado la marca que dicha empresa ya poseía desde antes, por sugerencia de sus propietarios.

Los Valores Corporativos:

- Respeto
- Amabilidad
- Responsabilidad
- Compromiso
- Honestidad
- Tolerancia
- Solidaridad

Repertorio: Se ha diseñado una página web generando un impacto positivo en los clientes que visitan Paulos Confecciones.

6.12. Estrategia Web

¿Qué es estrategia web?

Es promocionar y posesionar a la empresa en el mercado por medio de la red, para que los usuarios conozcan los productos por medio de fotografías, información, videos y puedan también contactarse con la empresa.

¿Cómo se usa la estrategia?

Por medio de internet para que de esta manera los usuarios puedan tener un contacto visual de los productos que ofrece la empresa Paulos Confecciones.

¿Para qué sirven las estrategias?

Sirven para que por medio del internet los usuarios puedan comunicarse de forma directa con la empresa Paulos Confecciones.

Diferencia Competitiva: Paulos Confecciones, ofrece una variedad de ropa deportiva para todos los gustos. A continuación mencionaremos los productos que ofrece dicha empresa:

- Ternos deportivos.
- Bordados
- Calentadores
- Chompas

Precios: Para los clientes que visitan Paulos Confecciones, existen precios accesibles al alcance de sus bolsillos. Y la variación de los precios fluctúa entre \$15 hasta \$30, dependiendo de la calidad de la tela, el estilo y el tamaño.

Competencia: Paulos Confecciones tiene un enfoque distinto, pues ofrece un valor agregado en la atención personalizada y en la calidad de productos que la empresa brinda, de acuerdo al gusto de cada cliente.

Canal de distribución: Para la empresa Paulos Confecciones utilizaremos: el sitio web.

Público Potencial: Personas de 15 años en adelante que deseen visitar Paulos Confecciones.

Público Objetivo: personas de la localidad y turistas nacionales.

Estudio de Mercado Actual: Actualmente los clientes y usuarios visitan las páginas web para comunicarse con el dueño de Paulos Confecciones.

Delimitación Geográfica: Paulos Confecciones se encuentra ubicado en las Calles: Amazonas y Bolívar del cantón Antonio Ante.

Objetivos de Marketing:

- Vender la imagen de Paulos Confecciones a través de las diferentes formas publicitarias para obtener réditos económicos y de ser reconocida a nivel local.
- Dar a conocer a los usuarios la calidad y la variedad de productos que tiene Paulos Confecciones a través de la página web de dicha empresa.

Objetivo de la Publicidad:

- Promocionar Paulos Confecciones por medio de la página web, con el propósito de lograr un posicionamiento en el mercado.

Beneficios:

- Los usuarios podrán disfrutar de la variedad de productos servicios que ofrece Paulos Confecciones. Lo que significa un beneficio mutuo entre los usuarios y la empresa.

Mensaje básico

- La comunicación es el principal elemento en este proyecto, ya que si no existiera la comunicación como consecuencia la empresa puede ir al fracaso. Por lo tanto es necesario que siempre haya una comunicación directa entre la empresa y el cliente.

6.13. Tiempo de Campaña, Medios de Publicidad y Promoción

- **PUBLICIDAD PRIMARIA:**

- **Sitio web:** es un espacio virtual en Internet. Se trata de un conjunto de páginas web que son accesibles desde un mismo dominio o subdominio de la World Wide Web.

- **PUBLICIDAD ALTERNATIVA:**

- **Facebook:** es una red social en la cual las personas pueden realizar diferentes actividades entre las cuales las más populares son buscar y encontrar numerosos contactos de la vida real.
- **Twitter:** es el nombre de una red de microblogging que permite escribir y leer mensajes en Internet que no superen los 140 caracteres. Estas entradas son conocidas como tweets.
- **Google:** se basa en ofrecer servicios de internet y computación a aquellos que accedan a su portal.
- **YouTube:** es un portal del Internet que permite a sus usuarios subir y visualizar videos.

CRONOGRAMA DE MEDIOS PUBLICITARIOS

MEDIOS	CRONOGRAMA DE TIEMPO																							
	Mes 1				Mes 2				Mes 3				Mes 4				Mes 5				Mes 6			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Página Web																								
Publicidad alternativa																								
Facebook																								
Twitter																								
You Tube																								
Google																								

Elaborado por: Mauricio Aragón

COSTOS DISEÑO WEB

SITIO WEB PAULOS CONFECCIONES

CANTIDAD	DETALLE	P. UNITARIO	TOTAL
1	Sitio web básico	250	250
1	Banco de fotografías (50)	100	100
1	Hosting (1er mes)	40	40
1	Dominio	20	20
4	Contenidos de animación	30	120
1	Spot (00:00:50) cincuenta segundos	250	250
1	Servicio web master por un mes	50	70
		<u>TOTAL \$</u>	850

Elaborado por: Mauricio Aragón

6.14. Estructura del Sitio Web

- Desarrollo del guion de contenidos multimedia

Sección	Texto	Audio	Video	Imagen	Animación	Interactividad
Nosotros	X	X		X	X	X
Instalaciones	X			X	X	X
Productos	X			X	X	X
Línea Deportiva	X			X	X	X
Promociones	X			X	X	X
Fotos	X			X	X	X
Video	X	X	X		X	X
Facebook	X			X	X	X
Información	X			X	X	X
Ubicación	X			X	X	X
Google Maps	X				X	X
Contactos	X			X	X	X

Elaborado por: Mauricio Aragón

Descripción: El guion de contenidos multimedia ayuda a organizar la ubicación de cada uno de los contenidos, marcando con una x el tipo de

contenidos que habrá en cada pantalla o acceso mediante la botonera o menú principal.

Animación e Interactividad están dentro de todos los accesos de la página debido a que están montados en la página maestra y son parte del diseño de la misma, es el caso de formulario de correo electrónico y animación con efectos de desplazamiento.

6.15. Proceso de Diseño

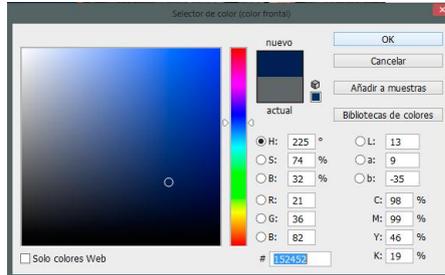
DESCRIPCIÓN CROMÁTICA



Elaborado por: Mauricio Aragón

FONDO

BACKGROUND: #152452 (AZUL OSCURO)



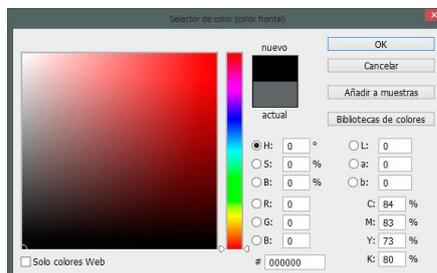
Elaborado por: Mauricio Aragón

BOTONERA



Elaborado por: Mauricio Aragón

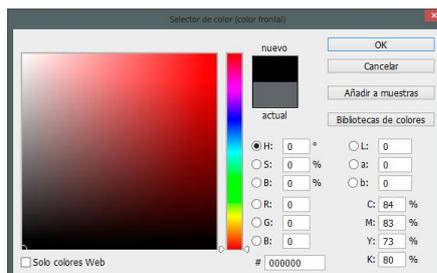
BOTONERA: #000000 (NEGRO)



Elaborado por: Mauricio Aragón

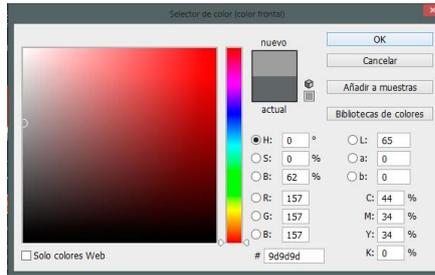
INSTANCIAS BOTONES Y ACCESOS PRINCIPALES

INSTANCIA BOTON NORMAL: #000000 (NEGRO)



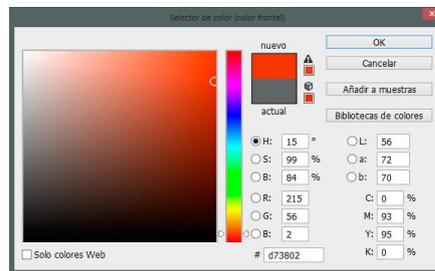
Elaborado por: Mauricio Aragón

INSTANCIA BOTON ROLLOVER: #9d9d9d (GRIS CLARO)



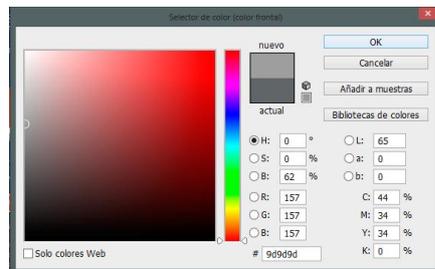
Elaborado por: Mauricio Aragón

INSTANCIA BOTON RATON PULSADO: #9d9d9d (GRIS CLARO)



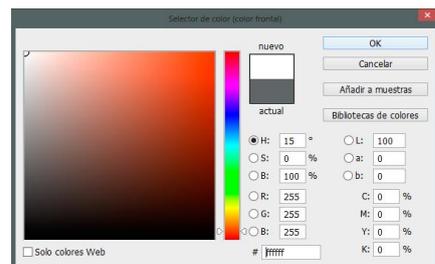
Elaborado por: Mauricio Aragón

INSTANCIA BOTON ACTIVO: #d73802 (NARANJA)



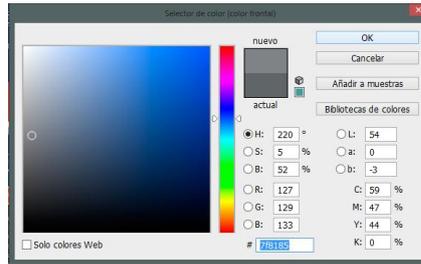
Elaborado por: Mauricio Aragón

INSTANCIA BOTON NORMAL: #ffffff (BLANCO)



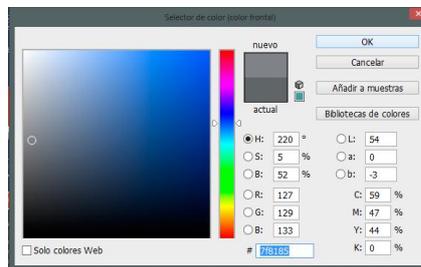
Elaborado por: Mauricio Aragón

INSTANCIA BOTON ROLLOVER: #7f8185 (GRIS)



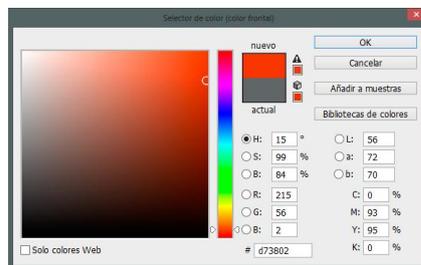
Elaborado por: Mauricio Aragón

INSTANCIA BOTON RATON PULSADO: #7f8185 (GRIS)



Elaborado por: Mauricio Aragón

INSTANCIA BOTON ACTIVO: #d73802 (NARANJA)



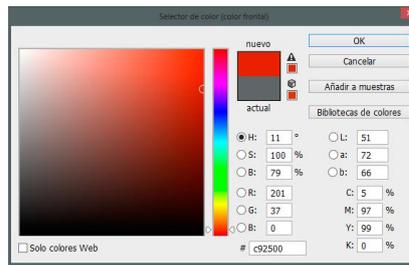
Elaborado por: Mauricio Aragón

BARRA ESTILIZADA



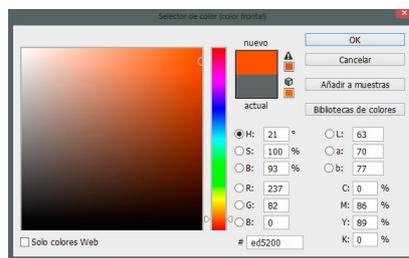
Elaborado por: Mauricio Aragón

VERMILION/ NARANJA FUERTE: # c92500



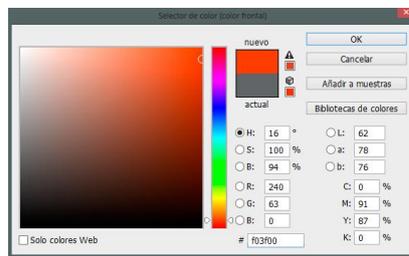
Elaborado por: Mauricio Aragón

NARANJA: #ff03f0



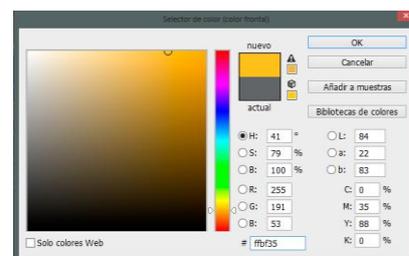
Elaborado por: Mauricio Aragón

NARANJA: #ed5200



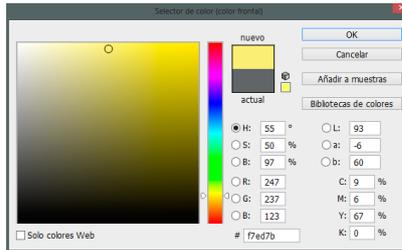
Elaborado por: Mauricio Aragón

AMARILLO ANARANJADO: #ffbf35



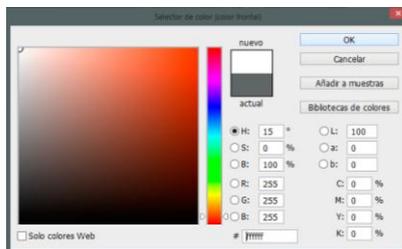
Elaborado por: Mauricio Aragón

AMARILLO PASTEL: #f7ed7b



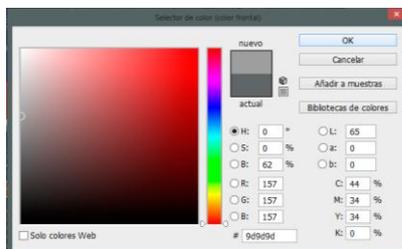
Elaborado por: Mauricio Aragón

BLANCO: #ffffff



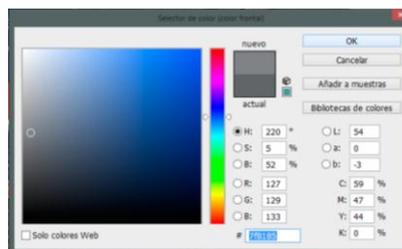
Elaborado por: Mauricio Aragón

GRIS CLARO: #9d9d9d



Elaborado por: Mauricio Aragón

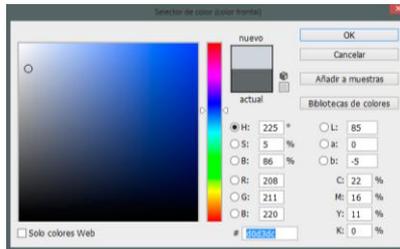
GRIS: #7f8185



Elaborado por: Mauricio Aragón

BARRAS PARA TEXTO

GRIS CLARO: #d0d3dc



Elaborado por: Mauricio Aragón

CUADROS PARA TEXTO

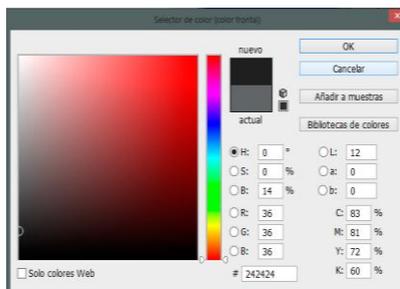
Trayectoria

Paulos Confecciones, se constituyó en el año 2006, caracterizándose por su solidez como una empresa dedicada a la confección de uniformes deportivos, muestra de eso es su permanencia en el mercado local, brindando a todos sus clientes, productos de alta calidad, en colores y diseños acordes al gusto del cliente. Actualmente Paulos Confecciones cuenta con una gran variedad de productos para niños, jóvenes y adultos.

Paulos Confecciones se proyecta a ser una empresa líder basada en su solidez, experiencia servicio e innovación con infraestructura moderna, alta tecnología y personal capacitado. Que nuestros productos sean conocidos a nivel local, regional y mundial por su calidad. Contribuir con el bienestar de sus trabajadores y el desarrollo del cantón Antonio Ante.

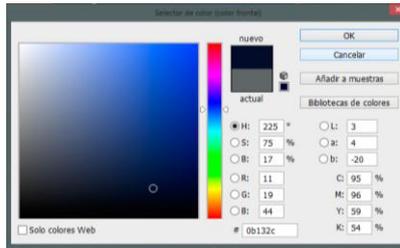
Elaborado por: Mauricio Aragón

GRIS OSCURO: #242424



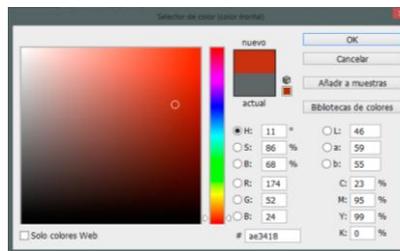
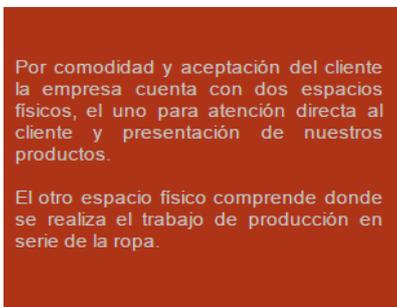
Elaborado por: Mauricio Aragón

AZUL OSCURO / AZUL MARINO: #0b132c



Elaborado por: Mauricio Aragón

VERMILION NARANJA OSCURO: #ae3418

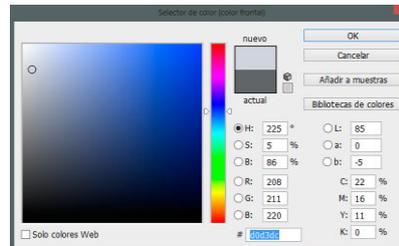


Elaborado por: Mauricio Aragón

TIPOGRAFÍA

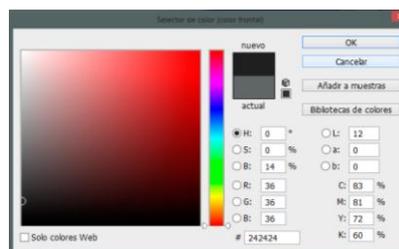
Aa

GRIS CLARO: # d0d3dc



GRIS OSCURO: # d0d3dc

Aa



Elaborado por: Mauricio Aragón

6.16. Retículas

RETICULA BASE



Elaborado por: Mauricio Aragón

Software: Adobe Photoshop CC

DESCRIPCIÓN:

El Diseño de la retícula es un borrador donde se detalla los espacios debidamente organizados para montar la información en base a una cuadrícula. Se detalla cada espacio dentro de un tamaño estándar para maquetación web, es el caso de 960 x 500 px.

Fondo



Elaborado por: Mauricio Aragón

DESCRIPCIÓN:

El Bg color, Background o fondo tiene las siguientes proporciones:

DIMENSIONES:

Anchura: 1120 pixeles

Altura: 1274 pixeles

Es un tamaño que no cubre completamente la ventana de un navegador, sin embargo por cuestiones de diseño se trabajó con estas medidas tomando en cuenta un referente de Anchura de 1200 que es un tamaño predefinido ocupado en diseño web. Fue trabajado en base a un relleno de color blanco para dar oxigenación y contraste a los colores corporativos.

Silder, Background o Fondo de Cabecera

Se trabajó en el diseño de cinco background diferentes pero con la misma composición, esta composición tiene una figura estilizada con una curva que lleva dos colores que son parte de la cromática de la empresa.



Elaborado por: Mauricio Aragón

Azul oscuro= # 161f4a con una mínima degradación lineal hacia un azul más claro = # 172860,



Se implementa un stroke o trazado de 10 px (píxeles) con un color naranja fuerte= # c62400, también parte de la identidad gráfica de la empresa.

Naranja fuerte= # c62400



COMPLEMENTACIÓN:

Para complementar la composición de cada background se fusiona la fotografía en alta definición de una modelo profesional vistiendo ropa de la marca Paulos confecciones, con fondos foto montados, variando un poco el diseño armonioso de cada background de cabecera.

La tercera composición tiene un diseño alterno creado para oxigenar la transición entre imágenes. Todas estas imágenes serán pre visualizadas en el sitio web, intercalándose de manera indefinida y una transición de imagen a imagen cada 7 segundos.

Elaborado por: Mauricio Aragón

LOGOTIPO

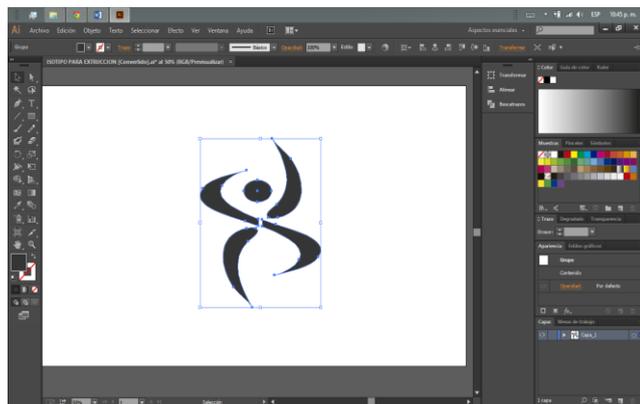


Elaborado por: Mauricio Aragón

DESCRIPCIÓN:

El logotipo de la empresa fue ubicado en un lugar estratégico, en donde no deje de ser legible, de esta manera se genera un contraste entre marca y background, la transición de imágenes no interfiere en la visibilidad de la marca, sino por el contrario actúan de manera individual pero siempre contrastados.

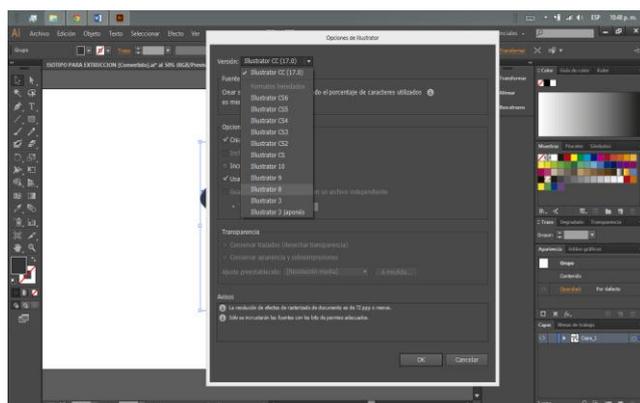
6.17. Proceso de Animación Logo 3D



Elaborado por: Mauricio Aragón

DESCRIPCIÓN:

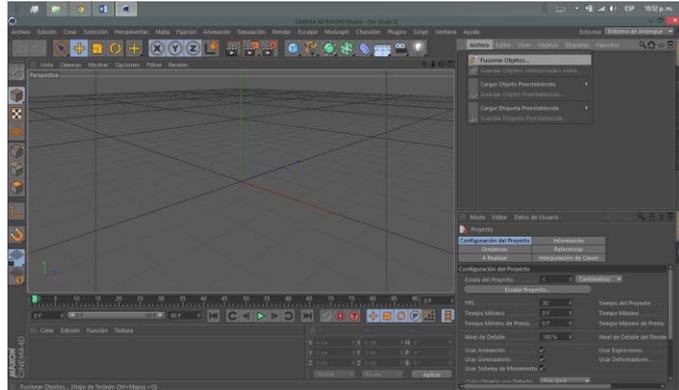
Vectorización / Se vectoriza únicamente el isotipo de la marca para posteriormente realizar el modelado en 3 dimensiones en Cinema 4D R 14.



Elaborado por: Mauricio Aragón

DESCRIPCIÓN:

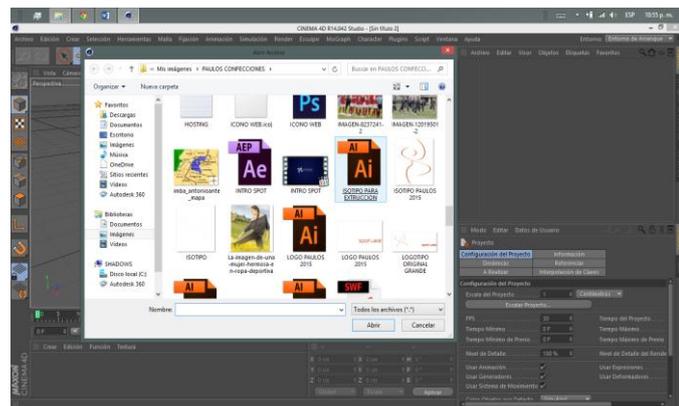
Una vez seleccionado el archivo se modifica la escala a 2 cm y se selecciona la opción aceptar



Elaborado por: Mauricio Aragón

DESCRIPCIÓN:

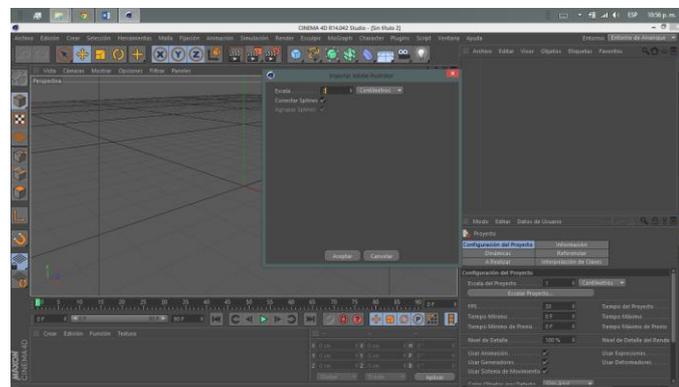
Abrir Cinema 4D R14, seleccionar fusionar objetos y buscar el archivo de Illustrator 8.



Elaborado por: Mauricio Aragón

DESCRIPCIÓN:

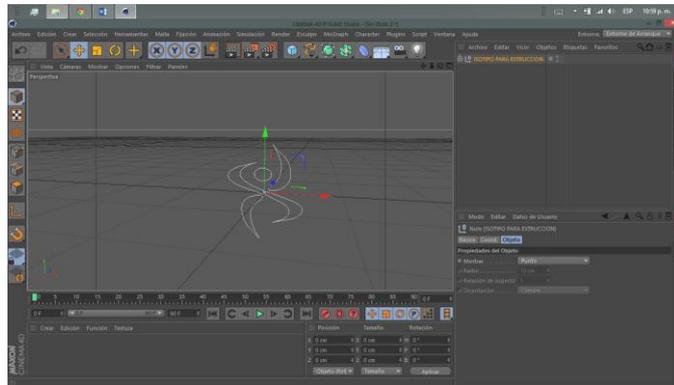
Búsqueda en explorador de Windows.



Elaborado por: Mauricio Aragón

DESCRIPCIÓN:

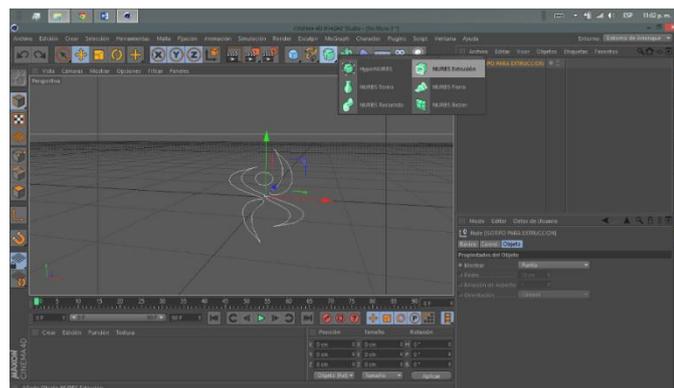
Seleccionamos un NURBS Extrusión.



Elaborado por: Mauricio Aragón

DESCRIPCIÓN:

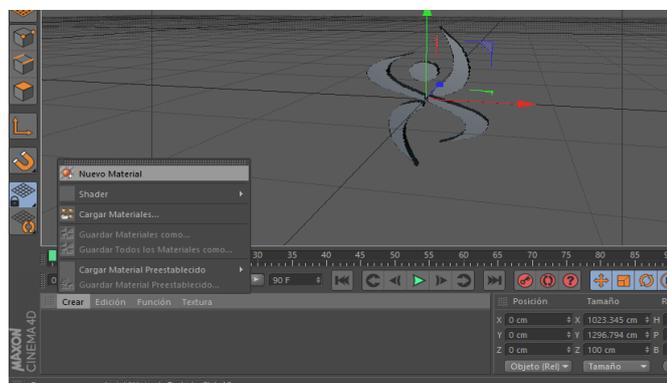
Apadrinar el trazado al NURBS Extrusión.



Elaborado por: Mauricio Aragón

DESCRIPCIÓN:

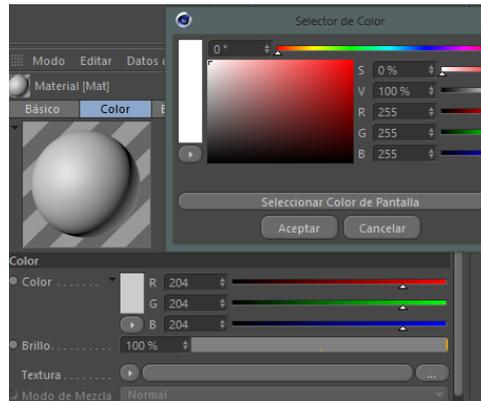
Seleccionar el NURBS Extrusión, dirigir a Objeto y habilitar Jerárquico.



Elaborado por: Mauricio Aragón

DESCRIPCIÓN:

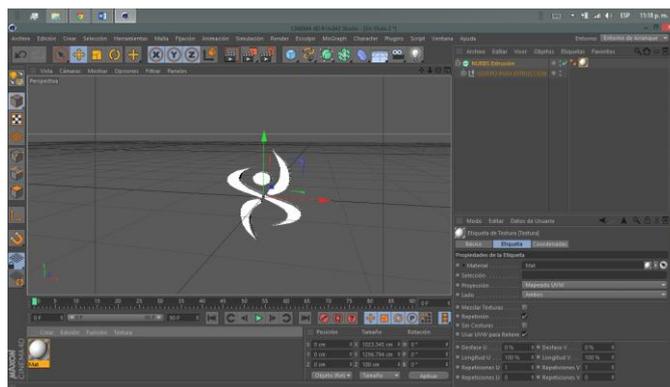
En movimiento configurar el espesor a 100 cm.



Elaborado por: Mauricio Aragón

DESCRIPCIÓN:

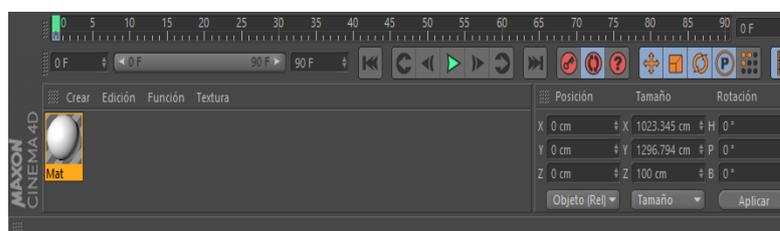
Seleccionar únicamente el color blanco y aceptar.



Elaborado por: Mauricio Aragón

DESCRIPCIÓN:

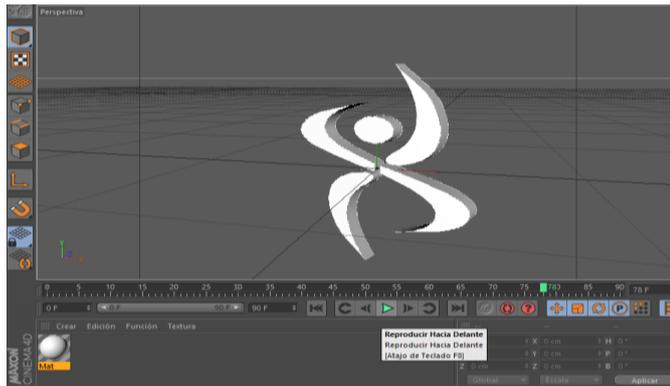
Para animar primero habilitar Fotogramas clave automáticos.



Elaborado por: Mauricio Aragón

DESCRIPCIÓN:

Con el cabezal de la línea de tiempo dirigir al fotograma 0 y luego crear un fotograma clave.



Elaborado por: Mauricio Aragón

DESCRIPCIÓN:

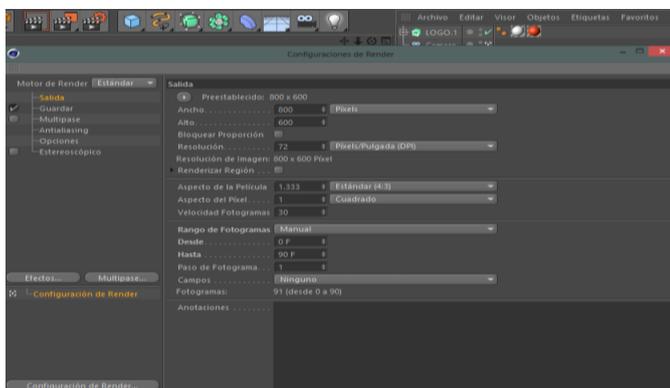
Con el cabezal de la línea de tiempo dirigir al fotograma 90, configurar el eje de rotación H a 360° y finalmente crear un fotograma clave.



Elaborado por: Mauricio Aragón

DESCRIPCIÓN:

Al presionar en el botón de reproducción, la animación esta lista.



Elaborado por: Mauricio Aragón

DESCRIPCIÓN:

Para exportar, ir hacia configuración de render, en salida configurar los siguientes parámetros de exportación.



Elaborado por: Mauricio Aragón

DESCRIPCIÓN:

Visor de imágenes de Cinema 4D R14



Elaborado por: Mauricio Aragón

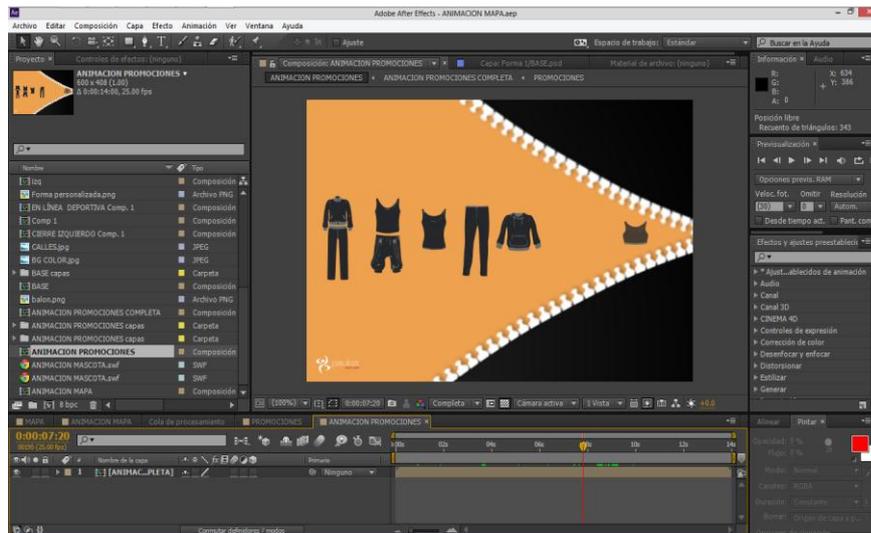
DESCRIPCIÓN:

Finalmente montar la secuencia en Adobe After Effects CC en una composición del mismo tamaño.

6.18. Animación Promociones

Realizar la idea básica de la animación. “Por temporada, ahora hasta el 35% de descuento en nuestra línea deportiva”

Desarrollo de Animación Promociones



Elaborado por: Mauricio Aragón

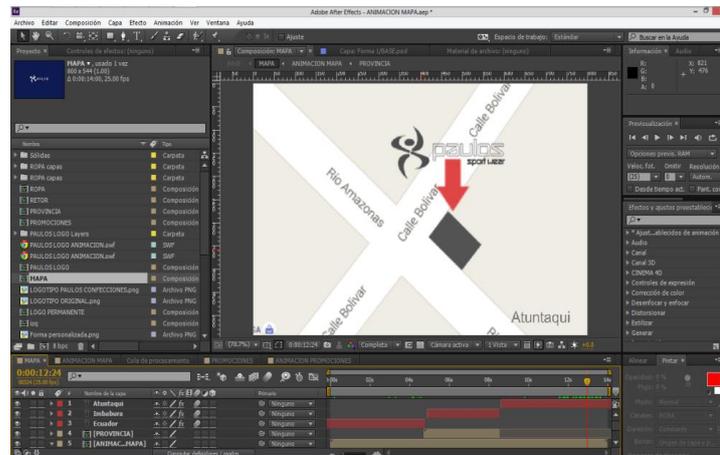
Software: Adobe After Effects CC

Descripción:

En esta animación se trabaja en otras dimensiones 600 x 408 px que es el tamaño del espacio previamente planificado en el desarrollo de la Retícula, a una velocidad de 30 fps fotogramas por segundo. Esta animación se encuentra en el acceso “Nosotros” esto quiere decir que cuando el usuario de click en el enlace para llegar a nuestro sitio web la animación de promociones estará reproduciéndose automáticamente en la página de inicio.

La animación de igual manera tiene que ser esportada como SWF con bucle continuo y calidad mínima para alivianar el tamaño y peso del sitio web, así no habrá inconvenientes y esta se reproducirá indefinida y fluidamente.

6.19. Desarrollo Animación Ubicación



Elaborado por: Mauricio Aragón

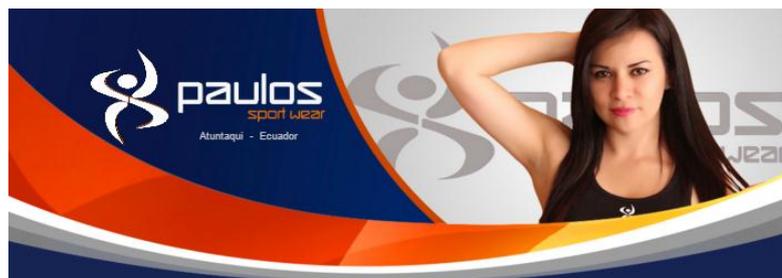
Software: Adobe After Effects CC

Descripción:

De igual manera en esta animación se trabaja con una tamaño de 600 por 408 px a una velocidad de 30 fps fotogramas por segundo con una duración de 14 segundos y bucle continuo.

Exportar el SWF (Shockwave Flash) en calidad mínima.

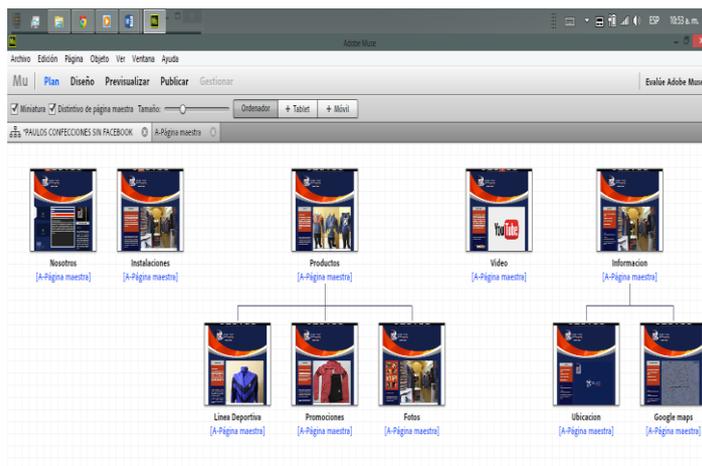
6.20. Banner Animado – Slider



Elaborado por: Mauricio Aragón

DESCRIPCIÓN:

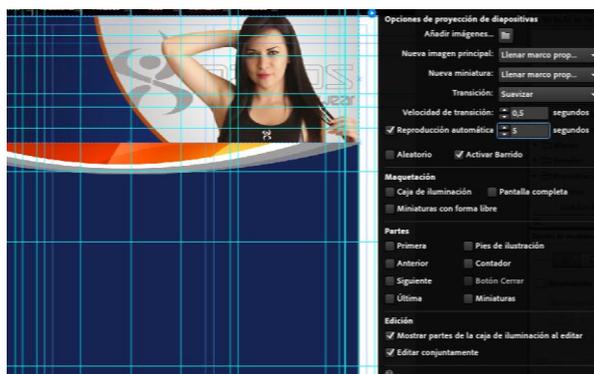
Para el desarrollo de un slider en la cabecera del sitio web se trabaja en Adobe Muse en donde se dirige a página maestra, ya que el slider estará absolutamente en todos los accesos.



Elaborado por: Mauricio Aragón

DESCRIPCIÓN:

Habilitar la ventana Biblioteca de widgets desde menú ventana, en donde desplegamos Presentación de diapositivas, seleccionar básico y lo arrastrar hacia el sitio web en proceso.



Elaborado por: Mauricio Aragón

DESCRIPCIÓN: Habilitar la reproducción automática configurándola a 5 segundos el paso a la siguiente imagen, demorándose la mitad de un segundo en realizar el efecto de transición o desvanecimiento.

6.21. Botonera principal



Elaborado por: Mauricio Aragón

DESCRIPCIÓN:

Para definir los accesos o botones se realizó una planificación llevada a cabo en el mapa de sitio organizada en menús y submenús, dándole importancia al tipo de contenidos con los que contara el sitio web, de esta manera se asignan como botones principales a los contenidos con la información más importante, relevante y necesaria.

Resaltar la instancia de botón activo con un color naranja utilizado con anterioridad en el diseño de las barras estilizadas. Esta instancia ayuda al usuario a darse cuenta en que parte del sitio web esta y a manejarse dentro de él.

Desarrollo de la Botonera Principal



Elaborado por: Mauricio Aragón

Software:

Adobe Muse CC 7.4

Descripción:

La botonera principal proporciona los enlaces o vínculos directos a cada uno de los accesos, con sus respectivos contenidos. De esta manera al encontrarse en el sitio Web, se puede acceder a cualquier parte dentro del mismo mediante la navegación por menú, en este caso usando la botonera.

Botones y enlaces secundarios



Elaborado por: Mauricio Aragón

DESCRIPCIÓN:

Los enlaces alternos se encuentran ubicados en la parte inferior derecha del sitio Web, de esta manera no interfieren ni estorban al resto de contenido ni al diseño de la página, dentro de estos enlaces se maneja iconos y texto para que el usuario pueda acceder de manera rápida sin necesidad de abrir otra pestaña u otra ventana para navegar en otros sitios, al momento de dar clic a estos enlaces, automáticamente se abre otra pestaña dentro de la misma ventana en el mismo navegador, esto facilita la navegabilidad a otros sitios web.

El enlace “Comunícate”

Vincula directamente con el acceso Contactos, debido a que los contenidos de este enlace son muy importantes ya que llevan información como números fijos, de celular, correo electrónico entre otros. El color de los rectángulos que encierran el texto de estos enlaces es de color negro= # 000000 con una transparencia del 80% igual al de la botonera principal con un stroke o trazado de 1px (pixel). Estos botones no cuentan con ningún tipo de instancia de botón activo, ya que vincula con otros sitios web, a excepción del botón “Comunícate”.

TIPOGRAFÍA

Arial de 14 pt (puntos) con su respectiva aplicación **bold** o **negrita** para títulos. Escogimos la tipografía Arial debido a que es conocida como una tipografía por sus grandes atributos en cuanto a legibilidad y lectura rápida, además en comparativa con otras como la helvética es considerada una versión más barata y comercial de la misma. Las cajas de texto están debidamente justificadas evitando palabras huérfanas con doble sentido, de esta manera la tipografía Arial configurada a 14 pt (puntos) y de color gris claro= #9d9d9d fue la opción más acertada y

óptima para medianas cajas de texto. Para resaltar estas cajas de texto implementamos rectángulos con los dos colores de la marca: importantes: Azul oscuro=# 161f4a y el naranja= # c62400 con su respectiva transparencia del 80%. Para resalta el texto del formulario de envió de correo electrónico implementamos un rectángulo de color gris oscuro= # 393939, dejando las partes en donde el usuario debe llenar la información de envió, de color blanco= # ffffff, incluyendo el botón de envió.

Panel Misión, Visión y Objetivos

Contiene los siguientes colores:

Es de color gris oscuro= # 393939 con un stroke o trazado de 3px (píxeles) de color blanco= # ffffff con sus respectivas divisiones.

Las instancias de botón activo del panel Misión, Visión y Objetivos es de color naranja = # c62400 respetando la transparencia del 80% utilizada con anterioridad en otros elementos.

Enlaces a redes sociales



Elaborado por: Mauricio Aragón

DESCRIPCIÓN:

Únicamente se trabajó maquetando estos enlaces en una ubicación accesible en la parte inferior derecha del sitio Web, la implementación de esta es 100% de uso interactivo, el cliente puede acceder a el spot publicitario dando clic en la miniatura del video enlazado, de esta manera la empresa puede llegar a más personas por medio de recomendación en redes sociales, esta es una estrategia que plantea una plataforma publicitaria alternativa de gran impacto.

6.22. Video Promocional de la Marca

Desarrollo del guion literario

GUION LITERARIO

SPOT PAULOS CONFECCIONES

Duración: 00:54 (cincuenta y cuatro segundos)

Título: Aceptamos el reto

Productor: Mauricio Aragón

Sinopsis: Paulos Confecciones viste a los más grandes deportistas, tu pones la pasión ante nuevos retos, pasión por el deporte, se un vencedor que nosotros te vestimos para ello “Paulos Confecciones”.

VOZ EN OFF: Si tus metas son grandes, y tus objetivos mayores, si el llegar a la meta es difícil, si el camino este lleno de obstáculos, si nadie espera que lo consigas, acepta el reto que nosotros te vestimos para ello. Paulos Confecciones, aceptamos el reto.

COMENTARIO MODELO: Encuéntranos en Atuntaqui entre Amazonas y Atahualpa síguenos en Facebook o visita nuestro sitio web www.paulosconfecciones.com. Te esperamos.

ESCENA	PLANO	DESCRIPCIÓN	AUDIO	DURACIÓN
1	Plano general	3 Personas con uniformes acercándose a la cámara.	Música Awakening	3 segundos
2	Plano Americano Vista lateral	3 Personas preparándose y mirándose entre ellos.	Música Awakening	2 segundos
3	Plano detalle Vista lateral	3 personas corriendo	Música Awakening VOZ EN OFF 1	2 segundos
4	Plano general	3 personas corriendo	Música Awakening	2 segundos
5	Plano detalle	Perfil del rostro de una persona sudando	Música Awakening Ambientación sonora latidos de corazón	3 segundos
6	Plano detalle Con profundidad de campo mínima	Chompa Paulos Boutique(de fondo gente preparándose para jugar futbol	Música Awakening Ambientación pito del arbitro VOZ EN OFF 2	2 segundos
7	Plano medio largo	Hombre jugando futbol	Música Awakening Ambientación Gente gritando barra.	2 segundos

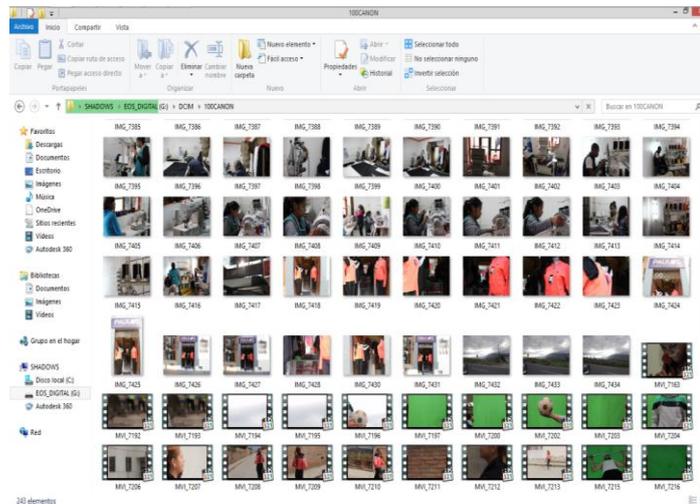
8	Plano detalle	Pie con balón de futbol	Música Awakening Ambientación sonora	2 segundos
9	Plano medio largo	Personas trotando	Música Awakening Ambientación sonora VOZ EN OFF 3	2 segundos
10	Plano detalle	Hombro izquierdo de corredor desenfocado, (detrás le sigue otro corredor.	Música Awakening Ambientación sonora Respiración agitada.	2 segundos
11	Plano medio largo	Personas trotando	Música Awakening Ambientación sonora	2 segundos
12	Plano detalle	Jugador de vóley pegándole a la pelota	Música Awakening Ambientación sonora Sonido de golpe o impacto	3 segundos
13	Plano medio largo	Jugador de vóley saltando (de espaldas)	Música Awakening Ambientación sonora VOZ EN OFF 4	2 segundos

14	Plano detalle	El caer de la pelota cruzando la red (de fondo el pecho del jugador)	Música Awakening Ambientación sonora	2 segundos
15	Plano abierto (Paneo de cámara)	Ciclista cruzando la vía	Música Awakening Ambientación sonora	2 segundos
16	Plano detalle (Travelling)	Perfil $\frac{3}{4}$ rostro del ciclista	Música Awakening Ambientación sonora Respiración agitada	2 segundos
17	Plano detalle Vista lateral	Pedales del ciclista en movimiento	Música Awakening Ambientación sonora Sonido de pedales	2 segundos
18	Plano detalle Contrapicado	Pesas	Música Awakening Ambientación sonora Gimnasio	2 segundos
19	Primer plano Lateral	Hombre alzando pesas	Música Awakening Ambientación sonora Efecto de sonido herrería VOZ EN OFF 5	2 segundos

20	Plano medio largo Orientación supinal	Hombre Alzando pesas	Música Awakening Ambientación sonora Efecto de sonido herrería	2 segundos
21	Plano detalle Con profundidad de campo mínima	Corredor cogiendo la Banderola	Música Awakening Ambientación sonora	2 segundos
22	Plano medio largo	Jugador metiendo un gol	Música Awakening Ambientación sonora	2 segundos
23	Plano detalle	El balón cae al piso	Música Awakening Ambientación sonora	2 segundos
24	Plano Americano (Three shoot)	Jugadores de vóley celebrando	Música Awakening Ambientación sonora	2 segundos
25	Plano detalle Vista lateral	Dos personas viendo al horizonte	Música Awakening Ambientación sonora Viento VOZ EN OFF 6	2 segundos
26	Plano general	Horizonte	Música Awakening Ambientación sonora Aves cantando	2 segundos

27	Plano detalle Con profundidad de campo mínima Dinámica enfoque y desenfoco)	Hojas Fondo el ciclista apoyado a su bicicleta	Música Awakening Ambientación sonora Aves cantando	3 segundos
28	Plano detalle	Pesista soltando la pesa	Música Awakening Ambientación sonora	2 segundos
29	Plano medio corto	Pesista levantando la cara	Música Awakening Ambientación sonora	3 segundos
30	Transición	Background animado Logotipo Paulos Confecciones	Música Awakening Ambientación Efecto Impacto VOZ EN OFF 7	4 segundos
SALIDA	Transición Fade Out	Pantalla Negra	Música Awakening Ambientación Descendiente Fade Out	1 segundo
MODELO	Plano Americano	Modelo promocionando la Marca	Música Electrónica	12 segundos

6.23. Rodaje



Material Obtenido Cámara CANON EOS 7D

Elaborado por: Mauricio Aragón

Descripción:

Todo el material obtenido en Producción y Rodaje es Full HD con un tamaño de 1920h x 1080 v px a 1080p 30 fps o fotogramas por segundo.

6.24. Postproducción y Edición



Elaborado por: Mauricio Aragón

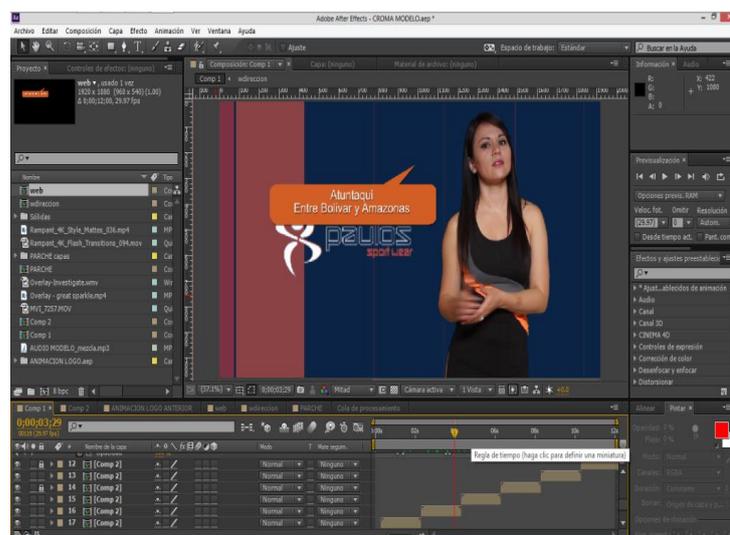
Software: Adobe Premiere Pro CC

Descripción:

En este proceso se monta todo el material audiovisual obtenido durante el rodaje, se lo monta a un proyecto con características equivalentes al material recogido. De esta se trabaja en una secuencia full Hd 1080p = 1920h x 1080v a una velocidad de 30 fps fotogramas por segundo.

En Adobe Premiere Pro CC se monta secuencialmente el material para darle coherencia narrativa tomando en cuenta la construcción del guion literario, después realizar las correcciones de color, curvas, niveles, brillo y contraste, escalas y posición de clips de video.

6.25. Arte Final y Efectos Especiales



Elaborado por: Mauricio Aragón

Software: Adobe After Effects CC

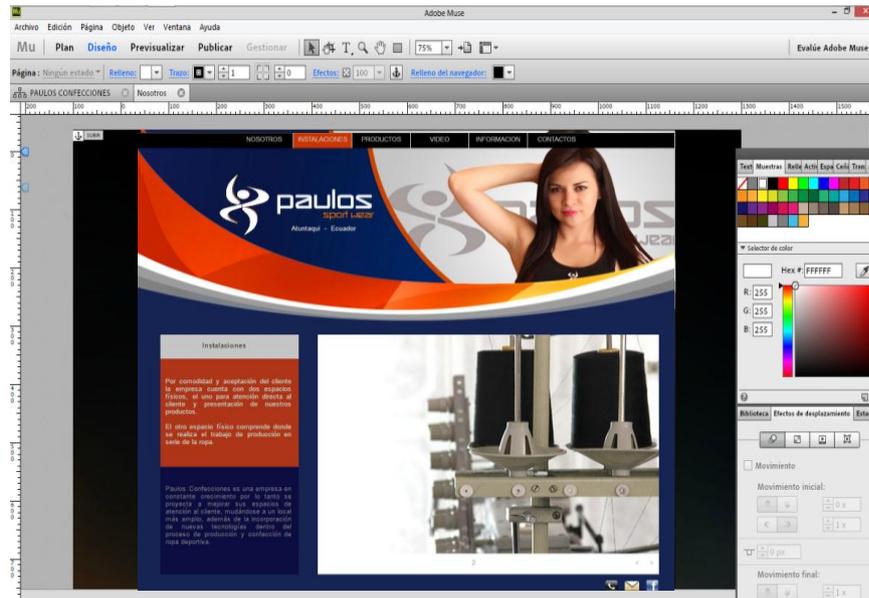
Descripción:

Este proceso aporta considerablemente a la etapa de postproducción, aquí se puede embellecer la edición con efectos especiales y animación.

Una vez culminado este proceso, el proyecto está listo para ser Exportado en buena calidad.

Exportar el proyecto adoptando los ajustes de creación de la secuencia para configurar los ajuste de salida, en este caso el video exportado tendrá calidad full Hd 1080p= 10930h x 1080v a 30 fps

6.26. Montaje de Contenidos Multimedia



Elaborado por: Mauricio Aragón

Software: Adobe Muse CC

Descripción:

Se monta todos los contenidos multimedia en el sitio Web a excepción del video, ya que por motivo de peso y espacio se trabaja con un reproductor o widget desde YouTube, para que a la hora de cargarlo no tengamos que esperar mucho y se reproduzca de manera fluida. Todos los archivos en formato SWF (Shockwave Flash) una vez incorporados en Adobe Muse se bloquea para poder trabajar con el resto de material.

6.27. Widgets



Elaborado por: Mauricio Aragón

Software: Adobe Muse CC

Descripción:

Se añade Widgets para animar la presentación de fotografías con transición, para que se reproduzcan y cambien continuamente.

6.28. Formularios y Redes Sociales



Elaborado por: Mauricio Aragón

Software: Adobe Muse CC

Descripción:

Se añade Widgets para interactuar con redes sociales y envíos de correo electrónico al Mail de la empresa directamente.

6.29. Incrustación de Contenidos Multimedia



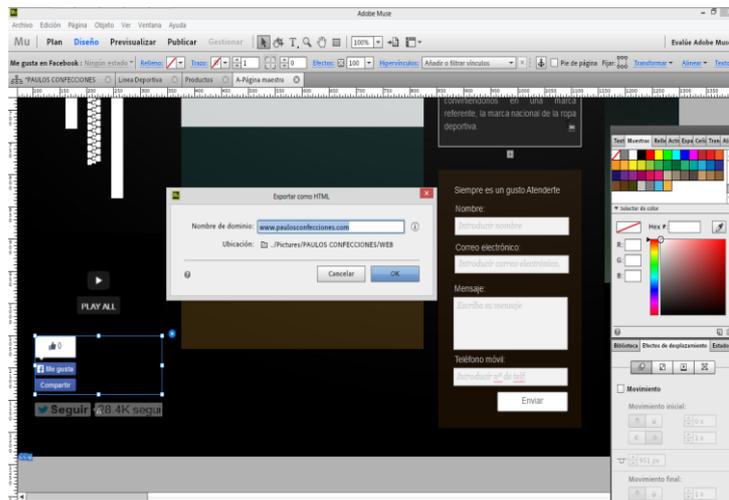
Elaborado por: Mauricio Aragón

Software: Adobe Muse CC

Descripción:

Este proceso ayuda a vincular todos los archivos que tengan un formato diferente, en este caso como la animación está en un formato SWF (Shockwave Flash) es necesario incrustar esos archivos desde el panel de activos, para que estos se incluyan en el empaquetado final cuando se exporte como Html (HyperText Markup Language).

6.30. Exportación



Elaborado por: Mauricio Aragón

Software: Adobe Muse CC

Descripción: Una vez realizada una última revisión se exporta al sitio web como Html (HyperText Markup Language) para posteriormente subir el sitio web al dominio desde Cpanel (Panel de control).

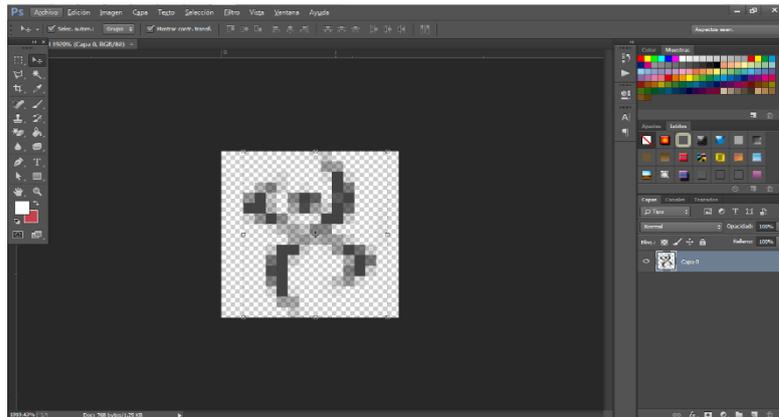
Dominio:

Es el nombre mediante el cual se puede acceder al sitio web.

HOSTING:

Es un sistema de alojamiento o espacio virtual en donde el cliente puede alojar y almacenar datos como páginas web, dentro de esto se puede subir un sinnúmero de información como imágenes sonido, video o cualquier tipo de información accesible mediante la red.

6.31. Icono Web



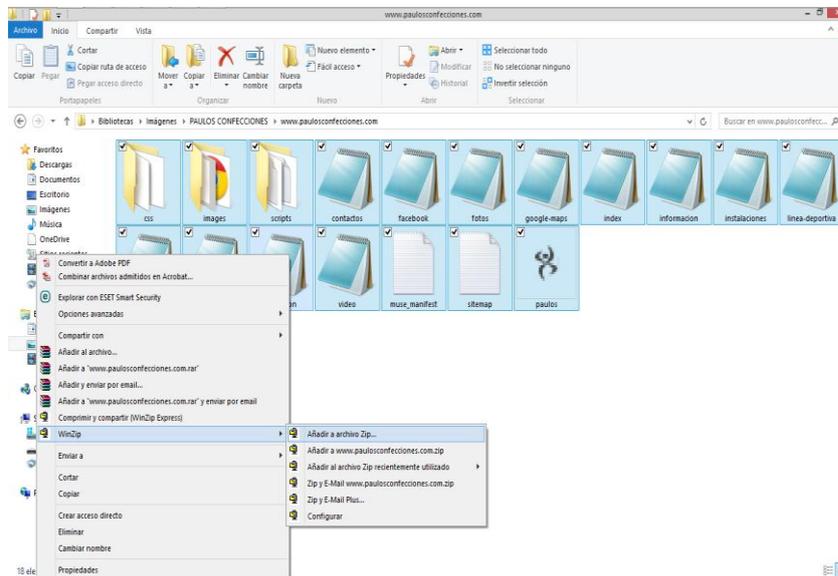
Elaborado por: Mauricio Aragón

Software: Adobe Photoshop CC

Descripción:

Para trabajar con un icono se empieza creando un nuevo proyecto con dimensiones de 16 x16px con fondo transparente para montar el isotipo de la empresa, y se guarda en un formato .ico.

6.32. Compresión en Win Zip



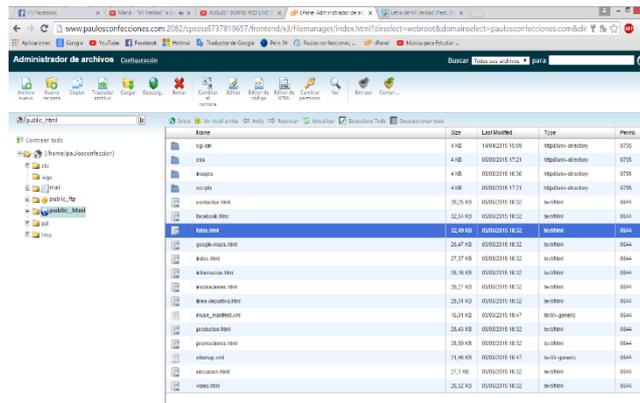
Elaborado por: Mauricio Aragón

Software: Win Zip

Descripción:

En este proceso se comprime todo el material, archivos y carpetas en un archivo WinZip con el nombre del dominio. Ejemplo www.ejemplo.com.

6.33. Cpanel



Elaborado por: Mauricio Aragón

Software: Google Chrome

Descripción:

Se accede a Cpanel con el nombre de usuario y clave, se busca Administrador de archivos para que se re direcciona a public_html, una vez ahí se sube el archivo WinZip buscando el enlace de carga. Una vez cargado el archivo Zip, el sitio web se encontrará automáticamente.

6.34. Acceso a la web



Elaborado por: Mauricio Aragón

Descripción:

Se puede navegar al sitio web desde cualquier navegador, el sitio web fue diseñado de manera práctica con un sistema de navegación accesible e intuitiva para mejorar la experiencia del usuario a la hora de navegar.

6.35. Impactos

- **SOCIAL**

Este proyecto tiene un impacto social, debido a que mediante la página Web, la empresa Paulos Confecciones tiene la posibilidad de darse a conocer al público; lo que implica que los usuarios pueden conocer la variedad de productos que ofrece mencionada empresa sin necesidad de trasladarse al lugar.

6.36. Difusión

Es pertinente difundir la página Web a través del internet, ya que el internet es un medio de comunicación masivo en donde los usuarios podrán conocer más detenidamente la historia, productos, promociones, contactos, fotografías y videos de la empresa Paulos Confecciones.

Bibliografía

Arens, William, (2008). *Publicidad Undécima Edición*. México D.F.: Mc Graw-Hill.

Arfuch, Leonor, (1997). *Diseño y Comunicación Teorías y Enfoque Críticos*. Argentina, Buenos Aires: Editorial Pardos.

Arellano, Rolando, (2001). *Marketing. Enfoque América Latina*. México, Monterrey: Mc Grawhill.

Bauzá, Bou, (2000). *El guión multimedia*. Madrid: Anaya Multimedia

Bridgewater, Peter, (1992). *Introducción al Diseño Gráfico*. México: Editorial Trillas, S.A.

Figueroa, A., (2011). *Lineamientos para la publicidad en la Web 2.0*. Caracas: Universidad Monteávila.

Frascara, Jorge., (2000). *Diseño Gráfico y Comunicación 5^{ta} Edición*. Buenos Aires: Editorial Infinito.

Gordon, Bob, (2007). *Diseño Gráfico Digital*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, SL.

Pardo, Miguel, (2013). *Guía Visual de Creación y Diseño Web Edición 2013*. Madrid: Ediciones Anaya Multimedia (Grupo Anaya S.A.)

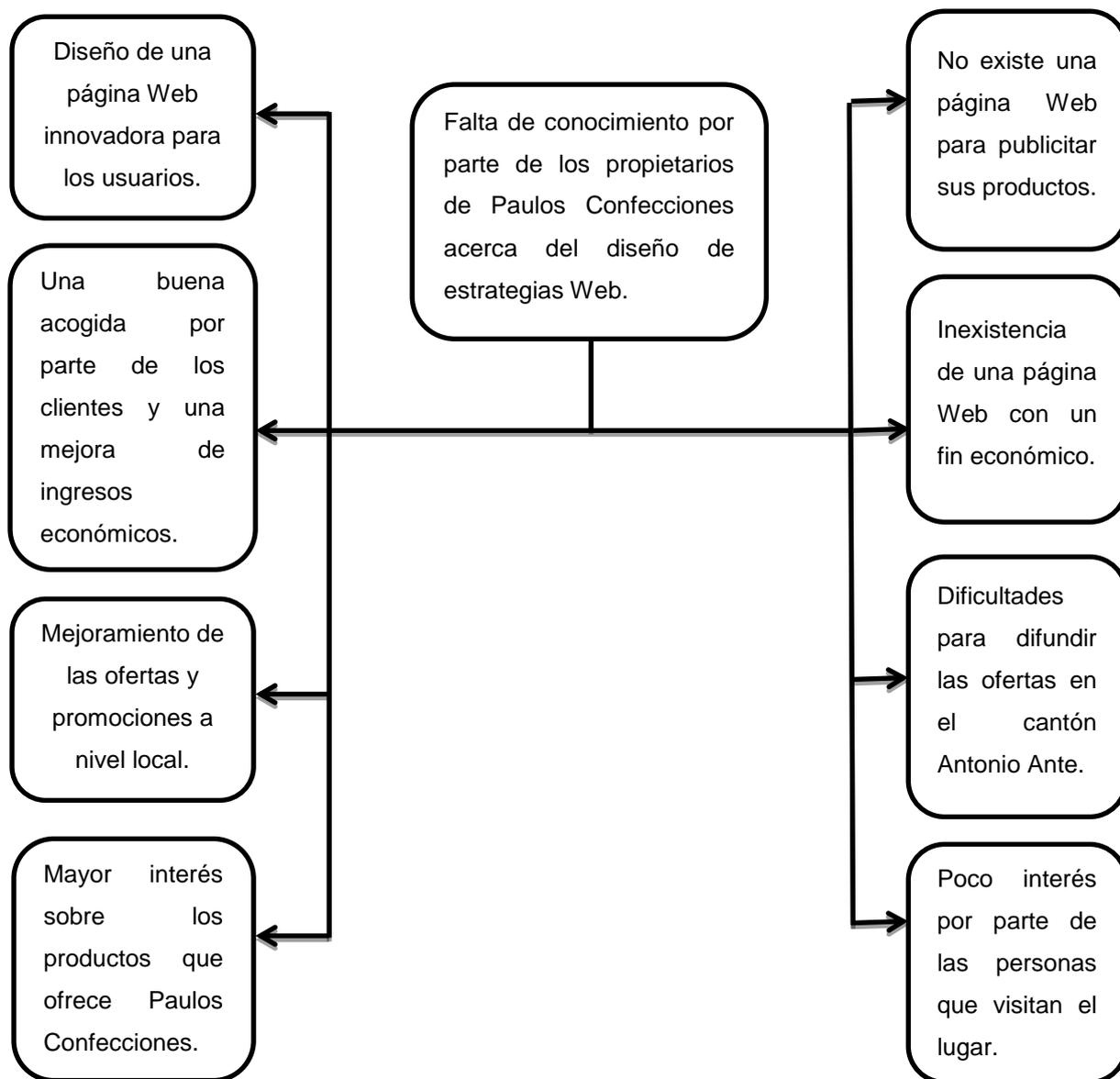
Rodríguez, Denis, (2012). *Guía Práctica Adobe Flash CS6 Fundamentos de Diseño Web Primera Edición*. Lima: Empresa Editora Macro E.I.R.L.

Vaugan, Tay, (2002). *Manual de Referencia Multimedia, 5^{ta} Edición*. España: Editorial McGraw-Hill/Interamericana de S.A.U.

Wells, W. B. (2006). *Publicidad Principios y Prácticas*. México: Prentice – Hall Hispanoamericana, S.A.

ANEXOS

Anexo Nº 1 Árbol de Problemas



Anexo Nº 2 Matriz de Coherencia

“DISEÑO DE UNA PÁGINA WEB PARA LA EMPRESA PAULOS CONFECCIONES, PARA PROMOVER LA PUBLICIDAD WEB EN LOS LOCALES COMERCIALES Y NEGOCIOS DE LA ZONA URBANO – CÉNTRICA DEL CANTÓN ANTONIO ANTE”.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVO GENERAL
<p>¿El desarrollo de una publicidad mediante el diseño de una página web con contenidos multimedia para la empresa Paulos Confecciones, permitirá el reconocimiento y representación adecuada por parte de las empresas de la zona urbana céntrica del cantón Antonio Ante?</p>	<p>Analizar la incidencia de las páginas web con contenidos multimedia en los negocios de la zona urbana céntrica del cantón Antonio Ante, tomando como referencia a la empresa Paulos Confecciones para publicitar sus productos comerciales en todo el mundo.</p>
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	INTERROGANTES
<ul style="list-style-type: none"> • Diagnosticar el uso de los medios publicitarios para la difusión y promoción de los productos que ofrece la empresa Paulos Confecciones. • Desarrollar un diagnóstico de la situación publicitaria que maneja la empresa Paulos Confecciones. • Realizar una fundamentación teórica que permita el desarrollo de un plan publicitario utilizando la página Web. • Difundir la propuesta para la empresa Paulos Confecciones. 	<p>¿Utilizando estrategias publicitarias lograremos la aceptación del cliente?</p> <p>¿Qué piensa el propietario de la empresa Paulos Confecciones acerca de la propuesta de la elaboración de una página Web?</p> <p>¿Qué mejoría tendría la empresa Paulos Confecciones con el desarrollo de una página Web?</p> <p>¿Al dar a conocer al cliente sobre la página Web, mejoraría la demanda de la empresa?</p>

Anexo N° 3

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FECYT

ENCUESTA DIRIGIDA A LAS PERSONAS ENTRE 15 Y 45 AÑOS QUE CIRCULAN POR LAS CALLES BOLIVAR Y AMAZONAS DEL CANTÓN ANTONIO ANTE

OBJETIVO: Diagnosticar la importancia que tiene la publicidad para el público involucrado dentro del proceso comercial y económico de los locales comerciales.

Instrucciones:

Estimado señor sírvase contestar marcando con la x en el literal que usted crea conveniente a la respuesta de cada pregunta. La encuesta es individual y anónima.

1.- ¿Que influye para que Ud. tome la decisión de comprar un producto?

- () Páginas Web
- () Medios de comunicación
- () Interés personal

2.- ¿Visita páginas Web relacionadas con ropa deportiva?

- SI ()
- NO ()

3.- ¿Qué Redes Sociales utiliza habitualmente? Señale 3 opciones

- a) Ninguna
- b) Facebook
- c) Twitter
- d) YouTube
- e) MySpace
- f) Foursquare
- g) Yahoo
- h) Google

4.- ¿Ud. ha escuchado que Paulos Confecciones es una empresa que ofrece ropa deportiva?

- a. SI ()
- b. NO ()

5.- ¿Estaría dispuesto a visitar empresas de ropa deportiva como Paulos Confecciones que ofrece el cantón Antonio Ante?

- Muy dispuesto ()
- Dispuesto ()
- Parcialmente dispuesto ()
- Indispuesto ()

6.- ¿Le gustaría a Ud. navegar en un sitio web en el que pueda conocer las promociones y servicios que ofrece la empresa Paulos Confecciones?

MUCHO ()

POCO ()

NADA ()

7.- ¿Qué tipo de información le gustaría que se incluya dentro del sitio web? Seleccione 3 Opciones

() Promociones

() Trayectoria

() Cultura

() Ropa deportiva

() Catálogos

8.- ¿Cree usted que los sitios web publicitarios ayudarían a una mejor demanda de la empresa Paulos Confecciones?

a. Mucho ()

b. Poco ()

c. Nada ()

9.- ¿Qué contenido le interesaría encontrar cuando visite el sitio web de la empresa Paulos Confecciones? Señale 3 opciones

a. Datos de contacto

b. Fotografías

c. Noticias

d. Videos

e. Sonido

10.- ¿Le interesaría a Ud. conocer la empresa Paulos Confecciones ubicada en las calles Bolívar y Amazonas, en el cantón Antonio Ante?

INTERESARÍA MUCHO ()

DUDARÍA ()

PENSARÍA ()

NADA INTERESANTE ()

11.- ¿Le gustaría a usted recibir en correo electrónico las ofertas y promociones de ropa deportiva de la empresa Paulos Confecciones?

A. SÍ ()

B. NO ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo N° 4

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FECYT

ENTREVISTA A LOS DUEÑOS DE LA EMPRESA PAULOS CONFECCIONES

OBJETIVO: Diagnosticar la importancia que tiene la publicidad dentro del proceso comercial y económico de la empresa.

1.- ¿Conoce usted cuáles son los beneficios de utilizar estrategias web, para visitar algún sitio de su interés?

2.- ¿Cree usted que los sitios web publicitarios ayudarían a una mejor demanda de la Empresa Paulos Confecciones?

3.- ¿Qué tipo de información le gustaría que se incluya dentro del sitio web de Paulos Confecciones?

4.- ¿Qué contenido le interesaría encontrar cuando visite el sitio web de la empresa Paulos Confecciones? Señale 3 opciones

5.- ¿Qué Redes Sociales utiliza habitualmente? Señale 3 opciones

6.- ¿Cree Ud. que se deba invertir económicamente un sitio web publicitario para la empresa Paulos Confecciones?

7.- ¿Cree usted que la empresa Paulos Confecciones, debería promocionar sus productos a través de sitios web y permitir a sus clientes estar al tanto de las novedades e innovaciones?

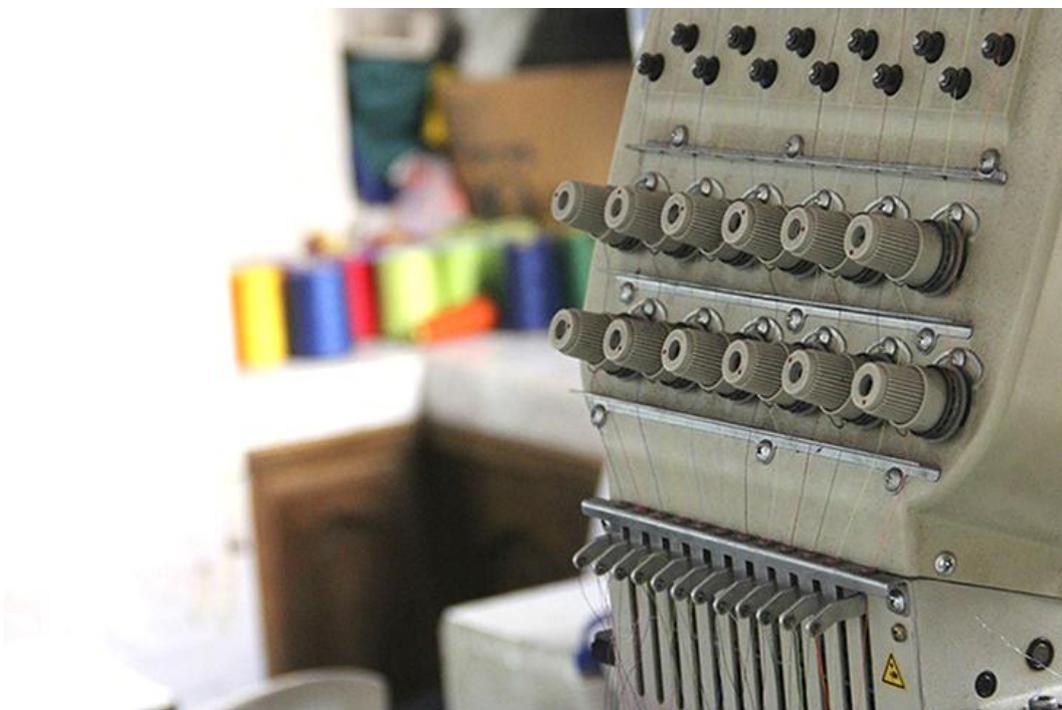
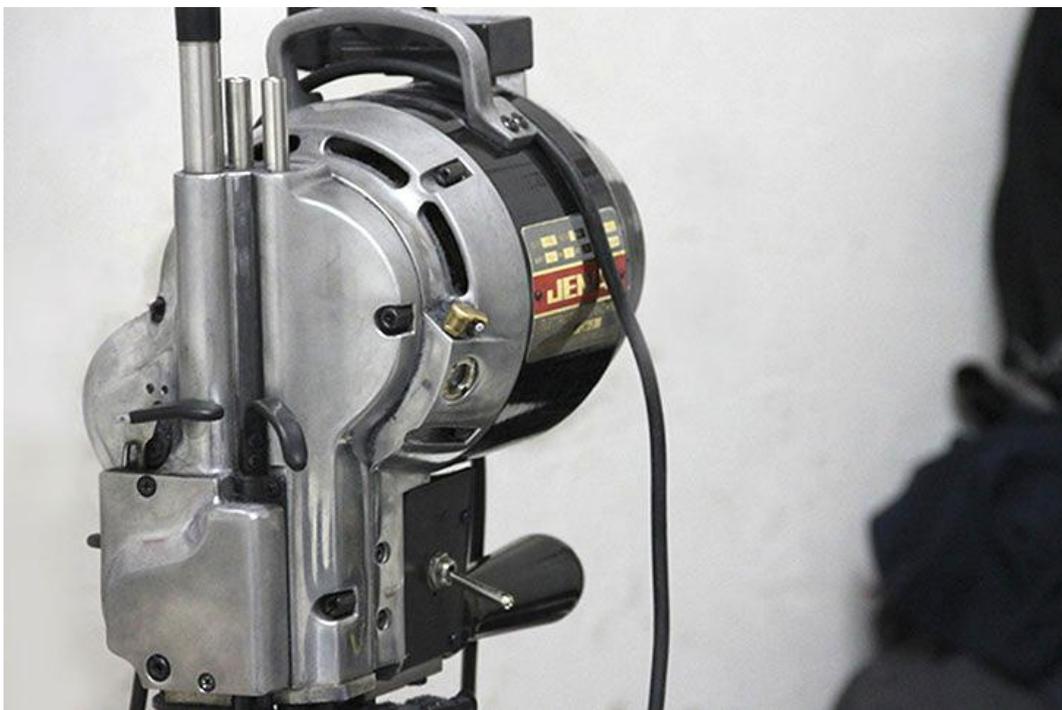
Anexo Nº 5 Matriz Categorial

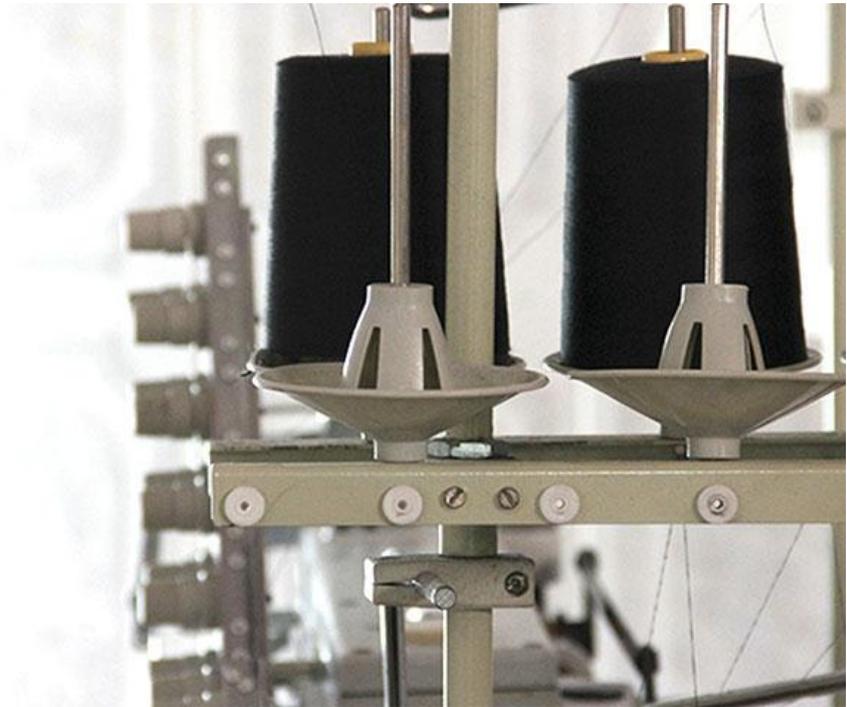
Categorías	Concepto	Dimensión	Indicadores
Demanda	Antonio Ante es una ciudad comercial, por lo tanto su demanda en servicios y productos es buena.	Funciones: - Económica - Comercial - Social	¿Qué función cumple la demanda en Paulos Confecciones? ¿Qué demanda social tiene Paulos Confecciones?
Empresa Paulos Confecciones	Es una empresa que ofrece uniformes deportivos para niños, jóvenes y adultos.	Zona comercial. Zona urbana.	¿Existe la posibilidad de diseñar una página Web?
Uso y aplicación de página Web.	Permite dar a conocer sus productos a sus clientes; y a su vez dará reconocimiento a dicha empresa en el mercado local.	Página Web	Diseñar una página Web para la empresa Paulos Confecciones.

Anexo Nº 6 Planificación de las fotografías de Paulos Confecciones

TIEMPO	PLANIFICACIÓN POR MESES											
	MES 1				MES 2				MES 3			
FOTOGRAFÍAS	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Inicio												
Nosotros												
Productos												
Galerías												
Información												
Contactos												

Anexo N° 7 Fotografía Instalaciones





Anexos Nº 8 Fotografías Línea Deportiva



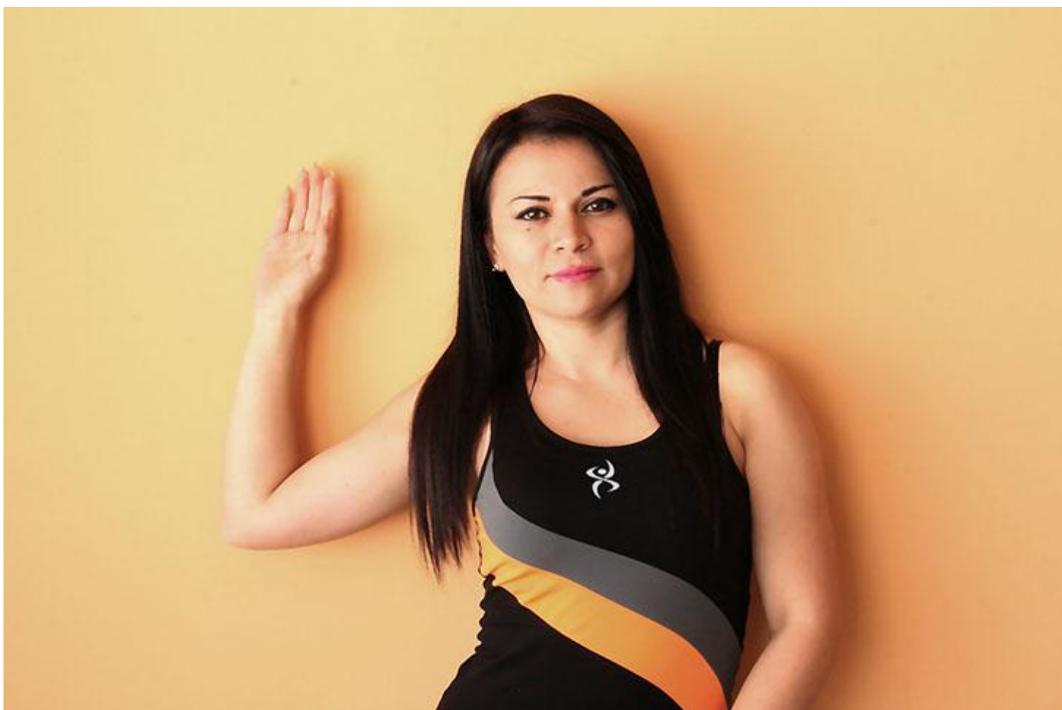


Anexos Nº 9 Promociones





Anexos Nº 10 Fotos





Anexo Nº 11 Ubicación



Anexo Nº 12 Formas Publicitarias

AFICHES



Paulos
sport wear
Atuntaqui - Ecuador

Síguenos en:
f t i

Para todas aquellas personas apasionadas por el deporte y el buen vestir ahora una línea creada exclusivamente para ti.

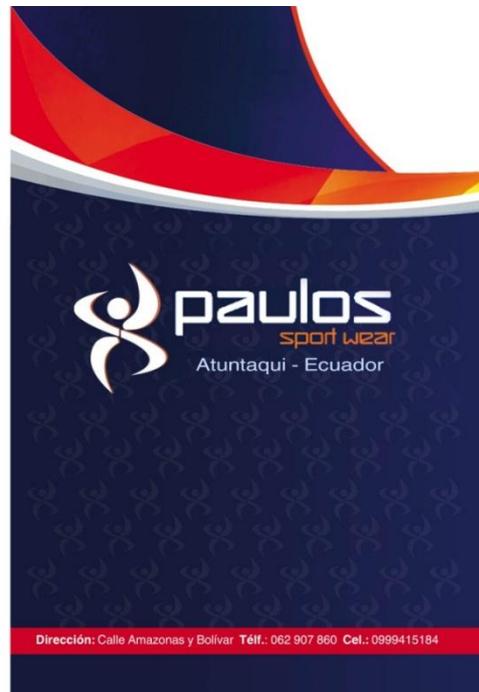
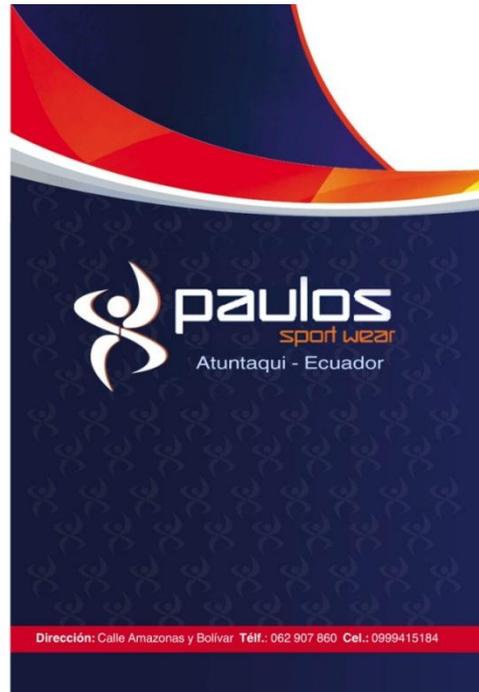
Visita nuestra página usando este QR
<http://paulosconfecciones.com>

Dirección: Calle Amazonas y Bolívar **Télf.:** 062 907 860 **Cel.:** 0999415184

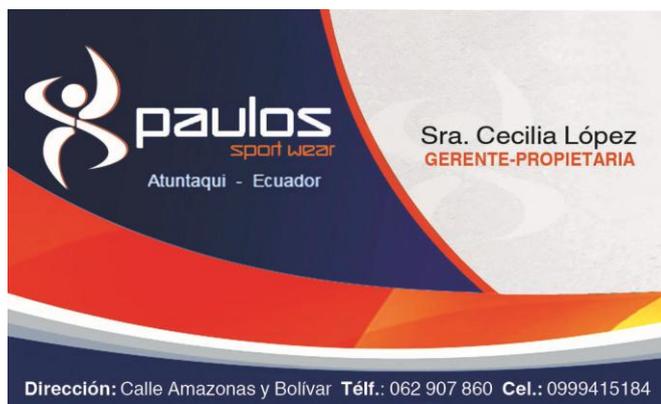
CARPETAS



Visita nuestra página usando este QR
<http://paulosconfecciones.com>



TARJETAS DE PRESENTACIÓN



TRIPTICOS

Para todas aquellas personas apasionadas por el deporte y el buen vestir ahora una línea creada exclusivamente para ti.



Confeccionamos:
Ropa deportiva al por mayor y menor para:

- Niños
- Jóvenes y
- Adultos

Descuentos Especiales
Para Grupos e Instituciones

Síguenos en:

Email:
paulosconfecciones@hotmail.com

Sitio Web:
www.paulosconfecciones.com

Envíenos un correo con su solicitud y con gusto le atendemos en 24 horas.

Visita nuestra página usando este QR



Dirección: Calle Amazonas y Bolívar
Télf.: 062 907 860 Cel.: 0999415184
Atuntaqui - Ecuador

paulos
sport wear




Especialización

Paulos Confecciones, ofrece una gran variedad de ropa deportiva y conjuntos personalizados, para aquellos que disfrutan del apasionante mundo del deporte y del buen vestir, esta línea fue confeccionada exclusivamente para ti.



Podemos confeccionar tus propios diseños, hacemos posible esa idea que tienes en la cabeza, ofreciéndote la versatilidad entre comodidad y buen gusto.

Diseños en ropa deportiva acordes a las nuevas tendencias, confeccionamos el lado estético del deporte.



Instalaciones

Por comodidad y aceptación del cliente la empresa cuenta con dos espacios físicos, el uno para atención directa al cliente y presentación de nuestros productos.

El otro espacio físico comprende donde se realiza el trabajo de producción en serie de la ropa.



Paulos Confecciones es una empresa en constante crecimiento por lo tanto se proyecta a mejorar sus espacios de atención al cliente, mudándose a un local más amplio, además de la incorporación de nuevas tecnologías dentro del proceso de producción y confección de ropa deportiva.



Promociones

Promociones para Instituciones

Te devolvemos el 15% del valor de tu factura por la compra de más de 6 docenas de nuestros productos.

Pregunta por nuestras promociones de temporada verano 2015.



Además puede solicitar su pedido desde cualquier parte del país a través de nuestro correo electrónico o llamando a nuestros números telefónicos que se encuentran en nuestra página de Contactos.

Has ya tus reservaciones, ahora con el 35% del valor total de tu factura.



VASOS



ESFEROS



ESCARAPELAS



Antonio Ante, 14 de Agosto del 2015

CERTIFICADO:

Mediante el presente, tengo a bien certificar que el señor: **ARAGÓN CUAMACÁS FLAVIO MAURICIO** con cédula de ciudadanía: 1003400262, estudiante de la Escuela De Educación Técnica, Especialidad Diseño Gráfico, presenta la **PÁGINA WEB CON CONTENIDOS MULTIMEDIA PARA LA EMPRESA CONFECCIONES PAULOS** para su correspondiente validación en nuestra empresa.

Para los fines pendientes.

Atentamente

Cecilia López

GERENTE PROPIETARIO

Bolívar y Amazonas
Teléfono: (06)2 907-860
Celular: 0999415184