



## **CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO**

# **REDISEÑO DE IDENTIDAD CORPORATIVA E IMPLEMENTACIÓN DE UNA PÁGINA WEB PARALLAX APLICANDO ESTRATEGIAS DE SEO PARA REPOSICIONAR LA IMPRENTA DOCUCENTRO TOCAS UBICADA EN EL SECTOR DE LA CONCEPCIÓN, NORTE DE QUITO.**

**Trabajo de Titulación previo la obtención del título de Tecnólogo en  
Diseño Gráfico.**

**Autor: TORRES AVILEZ JOSÉ LUIS**

**Tutor: Ing. Javier Zambrano**

**Quito, abril 2020**

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA

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



José Luis Torres Avilez

C.C.: 1726699554

## LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, **José Luis Torres Avilez** portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. **1726699554** de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: “En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.”, otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado **“Rediseño de identidad corporativa e implementación de una página web parallax aplicando estrategias de SEO para reposicionar la imprenta Docucentro Tocas ubicada en el sector de La Concepción, norte de Quito”** con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.



José Luis Torres Avilez

C.C.:1726699554

Quito, 25/noviembre/2019



## INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

### FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE INTEGRACIÓN CURRICULAR EN EL REPOSITORIO DIGITAL

#### DATOS PERSONALES:

1. **NOMBRE COMPLETO DEL ESTUDIANTE**  
TORRES AVILEZ JOSÉ LUIS
2. **CÉDULA DE CIUDADANÍA**  
1726699554
3. **FECHA DE NACIMIENTO**  
08/10/1995
4. **NACIONALIDAD**  
Ecuatoriana
5. **DIRECCIÓN DE RESIDENCIA**  
FRANCISCO REBOLEDO E12-297 Y FELIPE PROAÑO
6. **PROVINCIA DE RESIDENCIA**  
Pichincha
7. **CANTÓN DE RESIDENCIA**  
Quito
8. **CORREO ELECTRÓNICO**  
jtorres.22t@gmail.com
9. **TELÉFONOS**  
0990544031
10. **FECHA DE SUSTENTACIÓN**  
Julio del 2020



TECNOLOGICO SUPERIOR  
**CORDILLERA**

**TEMA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR:**

REDISEÑO DE IDENTIDAD CORPORATIVA E IMPLEMENTACIÓN DE UNA PÁGINA WEB PARALLAX APLICANDO ESTRATEGIAS DE SEO PARA REPOSICIONAR LA IMPRENTA DOCUCENTRO TOCAS UBICADA EN EL SECTOR DE LA CONCEPCIÓN, NORTE DE QUITO.

**EN CASO DE HABER REALIZADO INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA:**

**COMPLETE Y AÑADA SU FIRMA DIGITAL A CONTINUACIÓN  
TIPO DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR**

INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA ☐

I+D+i ☒

INCUBADORA EMPRESARIAL ☐

PRODUCCIÓN ARTÍSTICA ☐

Yo, TORRES AVILEZ JOSÉ LUIS, portador de la cédula de identidad N° 1726699554, autorizo al Instituto Tecnológico Superior Cordillera la publicación del Trabajo de Integración Curricular en el Repositorio Digital.

FIRMA DEL ALUMNO

ENTIDAD QUE AUSPICIO EL TRABAJO: Docucentro Tocas

NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL: Paulino Toapanta

TELÉFONO Y/O CELULAR EMPRESA: (02)243-0996

Ing. William Patricio Parra López  
ADMINISTRADOR DE BIBLIOTECA CENTRAL  
INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

*Nuestro reto formar seres humanos con iguales  
derechos, deberes y obligaciones*

## **AGRADECIMIENTO**

Doy mis agradecimientos primeramente a Dios por permitirme seguir esta carrera, a mis padres y a mi novia por ayudarme y apoyarme todo este tiempo, al Instituto Tecnológico Superior Cordillera por la información brindada en todos estos años y a mi tutor por ayudarme con mi proyecto brindando explicaciones claras.

## **DEDICATORIA**

Dedico el presente trabajo a mis padres porque ellos han sido un apoyo muy grande en mi vida y gracias ellos eh llegado lejos y a mi novia por su apoyo en cada momento de mi vida.

## ÍNDICE GENERAL

|   |             |
|---|-------------|
| <b>DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....</b>  | <b>I</b>    |
| <b>LICENCIA DE USO NO COMERCIAL.....</b>  | <b>II</b>   |
| <b>AGRADECIMIENTO.....</b>  | <b>V</b>    |
| <b>DEDICATORIA.....</b>   | <b>VI</b>   |
| <b>ÍNDICE GENERAL.....</b>  | <b>VII</b>  |
| <b>ÍNDICE DE TABLAS.....</b>  | <b>X</b>    |
| <b>ÍNDICE DE FIGURAS.....</b>   | <b>XI</b>   |
| <b>LISTA DE ANEXOS.....</b>   | <b>XIII</b> |
| <b>RESUMEN EJECUTIVO.....</b>   | <b>XIV</b>  |
| <b>ABSTRACT.....</b>  | <b>XV</b>   |
| <b>INTRODUCCIÓN.....</b>  | <b>XVI</b>  |
| <b>CAPÍTULO I.....</b>  | <b>1</b>    |
| <b>1. ANTECEDENTES.....</b>   | <b>1</b>    |
| <b>1.01 Contexto.....</b>   | <b>1</b>    |
| <b>1.02 Justificación.....</b>  | <b>1</b>    |
| <b>1.03 Definición del Problema Central (Matriz T).....</b>                     | <b>3</b>    |
| <b>CAPÍTULO II.....</b>   | <b>4</b>    |
| <b>2. ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS.....</b>   | <b>4</b>    |
| <b>2.01 Mapeo de Involucrados.....</b>  | <b>4</b>    |
| <b>2.02 Matriz de Análisis de Involucrados.....</b>                             | <b>5</b>    |
| <b>CAPÍTULO III.....</b>  | <b>6</b>    |
| <b>3. PROBLEMAS Y OBJETIVOS.....</b>  | <b>6</b>    |
| <b>3.01 Árbol de Problemas.....</b>   | <b>6</b>    |
| <b>3.02 Árbol de Objetivos.....</b>   | <b>7</b>    |
| <b>CAPÍTULO IV.....</b>   | <b>8</b>    |
| <b>4. ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS.....</b>   | <b>8</b>    |
| <b>4.01 Matriz de Análisis de Alternativa e Identificación de Acciones.....</b> | <b>8</b>    |
| <b>4.01.01 Tamaño del Proyecto.....</b>   | <b>9</b>    |
| <b>4.01.02 Localización del Proyecto.....</b>                                   | <b>10</b>   |
| <b>4.02 Análisis Ambiental.....</b>   | <b>10</b>   |
| <b>4.02.01 Impacto Negativo.....</b>  | <b>10</b>   |
| <b>4.02.02 Impacto Positivo.....</b>  | <b>11</b>   |



|   |           |
|---|-----------|
| 4.03 Matriz de Análisis de Impacto de los Objetivos .....                 | 12        |
| 4.04 Diagrama de Estrategias .....  | 13        |
| 4.05 Construcción de la Matriz de Marco Lógico.....                       | 14        |
| 4.05.01 Revisión de los Criterios para los indicadores .....              | 14        |
| 4.05.02 Selección de Indicadores .....                                    | 17        |
| 4.05.03 Medios de Verificación.....                                       | 20        |
| 4.05.04 Supuestos.....  | 23        |
| 4.05.05 Matriz Marco Lógico (MML) .....                                   | 26        |
| <b>CAPÍTULO V.....</b>  | <b>29</b> |
| <b>5. PROPUESTA.....</b>  | <b>29</b> |
| 5.01 Antecedentes de la Herramienta y Perfil de la Propuesta .....        | 29        |
| 5.02 Marco Teórico .....  | 30        |
| 5.02.01 Página web .....  | 30        |
| 5.02.02 Pagina Web Parallax.....  | 30        |
| 5.02.03 Sitio Web.....  | 31        |
| 5.02.04 Portal.....   | 31        |
| 5.02.05 Diferencia entre Sitio, Página y Portal Web .....                 | 32        |
| 5.02.06 Lenguaje HTML .....   | 33        |
| 5.02.07 Lenguaje CSS.....   | 34        |
| 5.02.08 Lenguaje JavaScript .....   | 34        |
| 5.02.09 Multimedia.....   | 34        |
| 5.02.10 Texto .....   | 35        |
| 5.02.11 Sonidos .....   | 35        |
| 5.02.12 Gráficos e iconos .....   | 35        |
| 5.02.13 Imágenes .....  | 35        |
| 5.02.14 Elementos Visuales de una Página Web, Sitio Web y Portal Web..... | 36        |
| 5.02.15 Importancia y Utilidad de un Sitio Web .....                      | 38        |
| 5.02.16 Navegadores.....  | 40        |
| 5.03 Descripción de la Herramienta.....                                   | 44        |
| 5.03.01 Metodología (Materiales y Métodos).....                           | 44        |
| 5.03.02 Encuesta.....   | 45        |
| 5.03.03 Tabulación y Análisis de la Encuesta .....                        | 46        |
| 5.04 Formulación del Proceso de aplicación .....                          | 57        |
| 5.04.01 Brief Corporativo.....  | 57        |
| 5.04.02 Empresa .....   | 58        |
| 5.04.03 Situación actual del producto.....                                | 58        |
| 5.04.04 Concepción.....   | 58        |
| 5.05 Diseño .....   | 60        |
| 5.05.01 Guión.....  | 60        |
| 5.05.02 Contenido.....  | 61        |
| 5.05.03 Mapa de contenidos .....  | 63        |
| 5.05.04 Imagen corporativa.....   | 63        |
| 5.05.05 Colores .....   | 64        |
| 5.05.06 Tipografía .....  | 64        |
| 5.05.07 Botones.....  | 65        |
| 5.05.08 Retículas.....  | 66        |
| 5.05.09 Producción .....  | 66        |
| 5.05.10 Programación.....   | 67        |
| 5.05.11 Navegación.....   | 67        |
| 5.05.12 Banner animado.....   | 68        |
| 5.06 Diseño de programación: Diagramas UML .....                          | 68        |
| 5.06.01 Planificación.....  | 68        |
| 5.06.02 Pruebas .....   | 69        |
| 5.07 Marketing y difusión .....   | 74        |
| 5.07.01 FODA.....   | 75        |

|  |           |
|--|-----------|
| 5.07.02 Herramientas de marketing digital..... | 75        |
| 5.07.03 Volantes.....                          | 81        |
| 5.07.04 Redes Sociales .....                   | 81        |
| <b>CAPÍTULO VI.....</b>                        | <b>84</b> |
| <b>6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS .....</b>       | <b>84</b> |
| 6.01 Recursos.....                             | 84        |
| 6.01.01 Recursos humanos: .....                | 84        |
| 6.01.02 Recursos materiales .....              | 84        |
| 6.01.03 Recursos técnicos y tecnológicos ..... | 85        |
| 6.01.04 Recursos financieros .....             | 85        |
| 6.02 Presupuesto.....                          | 86        |
| 6.03 Cronograma.....                           | 87        |
| <b>CAPÍTULO VII.....</b>                       | <b>89</b> |
| <b>7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>  | <b>89</b> |
| 7.01 Conclusiones .....                        | 89        |
| 7.02 Recomendaciones.....                      | 91        |
| <b>BIBLIOGRAFÍAS.....</b>                      | <b>92</b> |
| <b>ANEXOS .....</b>                            | <b>95</b> |
| ANEXO 1. ENCUESTA .....                        | 95        |
| ANEXO 2. PÁGINA WEB PARALLAX EN CÓDIGO QR..... | 95        |
| ANEXO 3. LINK PÁGINA WEB PARALLAX .....        | 95        |

## ÍNDICE DE TABLAS

|   |    |
|---|----|
| Tabla 1. Matriz T.....  | 3  |
| Tabla 2. Matriz de Análisis de involucrados.....              | 5  |
| Tabla 3. Matriz de Análisis de impacto .....                  | 12 |
| Tabla 4. Revisión de los Criterios para Indicadores .....     | 14 |
| Tabla 5. Selección de Indicadores .....                       | 17 |
| Tabla 6. Medios de Verificación .....                         | 20 |
| Tabla 7. Supuestos.....                                       | 23 |
| Tabla 8. Matriz de análisis de impacto de los objetivos ..... | 26 |
| Tabla 9. Pregunta 1.....                                      | 46 |
| Tabla 10. Pregunta 2.....                                     | 47 |
| Tabla 11. Pregunta 3.....                                     | 48 |
| Tabla 12. Pregunta 4.....                                     | 49 |
| Tabla 13. Pregunta 5.....                                     | 50 |
| Tabla 14. Pregunta 6.....                                     | 51 |
| Tabla 15. Pregunta 7.....                                     | 52 |
| Tabla 16. Pregunta 8.....                                     | 53 |
| Tabla 17. Pregunta 9.....                                     | 54 |
| Tabla 18. Pregunta 10.....                                    | 55 |
| Tabla 19. Pregunta 11 .....                                   | 56 |
| Tabla 20. Planificación .....                                 | 69 |
| Tabla 21. FODA.....   | 75 |
| Tabla 22. Gastos Operativos .....                             | 85 |
| Tabla 23. Financiación .....                                  | 86 |
| Tabla 24. Cronograma .....                                    | 87 |

## ÍNDICE DE FIGURAS

|  |    |
|--|----|
| Figura 1. Mapeo de Involucrados.....   | 4  |
| Figura 2. Árbol de Problemas .....   | 6  |
| Figura 3. Árbol de Objetivos.....  | 7  |
| Figura 4. Matriz de Análisis de Alternativa e Identificación de Acciones ..... | 8  |
| Figura 5. Localización del Proyecto .....                                      | 10 |
| Figura 6. Diagrama de Estrategias .....  | 13 |
| Figura 7. Google Chrome .....  | 41 |
| Figura 8. Mozilla Firefox.....   | 41 |
| Figura 9. Opera .....  | 42 |
| Figura 10. Microsoft Edge .....  | 43 |
| Figura 11. Safari.....   | 43 |
| Figura 12. Pregunta 1 .....  | 46 |
| Figura 13. Pregunta 2 .....  | 47 |
| Figura 14. Pregunta 3 .....  | 48 |
| Figura 15. Pregunta 4 .....  | 49 |
| Figura 16. Pregunta 5 .....  | 50 |
| Figura 17. Pregunta 6 .....  | 51 |
| Figura 18. Pregunta 7 .....  | 52 |
| Figura 19. Pregunta 8 .....  | 53 |
| Figura 20. Pregunta 9 .....  | 54 |
| Figura 21. Pregunta 10.....  | 55 |
| Figura 22. Pregunta 11.....  | 56 |
| Figura 23. Pantalla de inicio .....  | 61 |
| Figura 24. Pantalla de productos .....   | 61 |
| Figura 25. Pantalla de servicios .....   | 62 |
| Figura 26. Pantalla de contactos.....  | 62 |
| Figura 27. Mapa de contenidos .....  | 63 |
| Figura 28. Imagen corporativa .....  | 63 |
| Figura 29. Colores .....   | 64 |
| Figura 30. Botones de menú .....   | 65 |
| Figura 31. Botones de interacción.....   | 65 |

|  |    |
|--|----|
| Figura 32. Botones de redes sociales .....     | 65 |
| Figura 33. Retículas .....                     | 66 |
| Figura 34. Producción .....                    | 66 |
| Figura 35. Programación .....                  | 67 |
| Figura 36. Navegación.....                     | 67 |
| Figura 37. Banner animado .....                | 68 |
| Figura 38. Vista en navegador .....            | 70 |
| Figura 39. Vista en dispositivos móviles ..... | 70 |
| Figura 40. Tarjetas de presentación.....       | 72 |
| Figura 41. Carpeta corporativa.....            | 72 |
| Figura 42. Hoja membretada.....                | 73 |
| Figura 43. Sobre carta.....                    | 74 |
| Figura 44. MozBar .....                        | 78 |
| Figura 45. Volante Docucentro Tocas .....      | 81 |
| Figura 46. Publicación de Facebook .....       | 82 |
| Figura 47. Publicación de Instagram .....      | 82 |
| Figura 48. Publicación de Twitter .....        | 83 |

**LISTA DE ANEXOS**

|   |           |
|---|-----------|
| <b>Anexo 1. Encuesta.....</b>                         | <b>95</b> |
| <b>Anexo 2. Página web Parallax en código QR.....</b> | <b>95</b> |
| <b>Anexo 3. Link Página Web Parallax .....</b>        | <b>95</b> |

## RESUMEN EJECUTIVO

Este proyecto se consiguió realizar gracias a la investigación sobre las dificultades que presenta la imprenta Docucentro Tocas y como se han presentado problemas debido a que no se contaba con un medio digital para promocionar sus servicios en línea como lo es una página web además de la identidad corporativa con la que contaba afectó en sus ventas y en la manera en cómo los clientes llegan a ver a la imprenta, se llegó a la necesidad de elaborar este proyecto y solucionar el inconveniente que llegó a tener por la falta de una página web y mejorar su identidad corporativa para hacerla más llamativa. Mediante el uso de estrategias de SEO la página web en parallax se desarrolló y se empleó siendo una solución por la que se dio a conocer la imprenta Docucentro Tocas y por la cual se reposicionó frente a la competencia la cual afectaba a las ventas promocionando sus servicios, de igual manera al rediseñar su identidad corporativa se dio un respiro a su imagen generando aceptación por parte de los clientes.

**Palabras claves:** Página web parallax, imprenta, diseño, imagen corporativa, redes sociales

## ABSTRACT

This project was achieved thanks to research on the difficulties presented by the Docucentro Tocas printing press and how problems have arisen due to the lack of a digital medium to promote its services online, such as a website in addition to identity. corporate with which it had affected its sales and the way in which customers get to see the printing press, it became necessary to develop this project and solve the problem that came to have for the lack of a website and improve your corporate identity to make it more striking. Through the use of SEO strategies, the parallax website was developed and used, being a solution for which the Docucentro Tocas printing company was made known and for which it repositioned itself against the competition, which affected sales promoting its services. In the same way, by redesigning its corporate identity, its image was breathed, generating acceptance by customers.

**Keywords:** Parallax website, printing, design, corporate image, social networks



## INTRODUCCIÓN

En la presente investigación se da a conocer el rediseño de imagen corporativa, la incorporación de una página web y generar estrategias de SEO para el reposicionamiento de la imprenta Docucentro Tocas, esto puede generar vínculos emocionales con sus clientes y público en general, así entendiendo que es algo muy favorable, actualmente los problemas de imagen corporativa y la falta de una página web han generado que la imprenta Docucentro Tocas pierda notoriedad en el entorno en la cual está ubicada.

En la página web se muestran los servicios que tiene la imprenta y varios de los productos que ofrecen, generando estrategias de SEO para impulsarla. En cuanto a su imagen corporativa, esta se incluye en la página web para generar notoriedad en el cambio.

En los distintos puntos descritos en los capítulos de desarrollo de los contenidos hasta llegar a creación de la nueva imagen corporativa y página web parallax, donde se explicará los puntos capítulo por capítulo sobre la investigación realizada en este proyecto.

## **Capítulo I**

### **1. Antecedentes**

#### **1.01 Contexto**

La página web servirá para dar a conocer sus servicios y ciertos productos que ofrecen como negocio y se crearan estrategias de SEO para que la página web sea mayor visible en internet, en su desarrollo se tiene previsto que sea en formato parallax ya que esto es algo que atrae al potencial cliente que la observa y se hará un rediseño a su identidad corporativa para mejorar su posicionamiento frente a su competencia. En el presente proyecto se usarán estos temas para el desarrollo de la página web parallax y rediseño de la identidad corporativa.

#### **1.02 Justificación**

El uso de páginas web mejora la visibilidad de un negocio, hoy en día el uso de internet a revolucionado la forma en como nosotros nos comunicamos y debido a eso las empresas han tenido que adaptarse.

Destaca la proporción de empresas que utilizan Internet: las microempresas alcanzan un 48,6%, las medianas empresas un 56,9% y las pequeñas empresas un 52,9%, dando un total general de 52,8%. Además, se establece el indicador de proporción de empresas con presencia en la web con un total general de 27,4%, algunas MiPymes por su naturaleza de productos perecibles no los promocionan mediante una página web, pero el estudio indica que el uso de Internet es necesario para los contactos con los proveedores y clientes, dando agilidad a las actividades comerciales (MiPymes, 2019, par. 3-4).

Crear vínculos emocionales con el público es algo muy importante, aquí es donde se presenta la imagen con la que el público o grupo objetivo identificará al negocio y se diferenciará de su competencia, por esa razón desarrollará un rediseño de acuerdo a los valores que presenta el negocio, conservando sus colores corporativos.

Con esto el fin de la página web y el rediseño de la imagen corporativa es reposicionar a la imprenta y diferenciarla de su competencia generando una buena aceptación y por ende generando mayores beneficios para la misma.

Este proyecto se lo vincula con el Plan Nacional para el Buen Vivir 2017-2021 en el Objetivo 4 “Consolidar la sostenibilidad del sistema económico social y solidario, y afianzar la dolarización” (Senplades, 2017, pag. 76).

En su eje 2 “la economía debe estar al servicio de la sociedad. Es así que nuestro sistema económico, por definición constitucional, es una economía social y solidaria. Dentro de este sistema económico interactúan los subsistemas de la economía pública, privada, popular y solidaria.” (Senplades, 2017, p. 63)

Con esto lo que se pretende hacer es reposicionar a la imprenta Docucentro Tocas frente a su competencia en el sector en la cual está ubicada, por medio de una página web parallax y rediseño de identidad corporativa generar un aumento en los potenciales clientes que llegarían a visualizarla y por ende mejorar las relaciones con sus clientes habituales y potenciales, dando un impulso a la creación de puestos de empleo y mejorar económicamente la situación en la que actualmente está la imprenta.

### 1.03 Definición del Problema Central (Matriz T)

Tabla 1. Matriz T

| Análisis de las fuerzas T  |  |    |   |    |  |
|--|--|----|---|----|--|
| Situación Empeorada  | Situación Actual   |    |   |    | Situación Mejorada   |
| Pérdida de clientes y un posicionamiento casi nulo.  | Inexistencia de una página web y una buena imagen corporativa. |    |   |    | Reposicionar a la imprenta y sus clientes cuenten con un mejor servicio.     |
| Fuerza Impulsadora   | I  | PC | I | PC | Fuerza Bloqueada   |
| Desarrollar e implementar de una página web parallax.  | 3  | 4  | 3 | 3  | Total rechazo de la página web por parte de los dueños del negocio.          |
| Rediseñar la imagen corporativa de la imprenta.  | 4  | 4  | 4 | 3  | La nueva imagen corporativa no genera un vínculo emocional con sus clientes. |
| Crear de estrategias para posicionar de manera adecuada la página web parallax                                   | 4  | 4  | 3 | 4  | No hay interés por parte del grupo objetivo por los temas propuestos.        |
| Promocionar en redes sociales los servicios de la imprenta con vínculos directos a la página web parallax        | 3  | 4  | 4 | 4  | Poco de recursos económicos y tecnológicos para la realización del proyecto. |
| Promover los servicios de la imprenta incluyendo nueva imagen y pagina web por medios publicitarios como flyers. | 4  | 4  | 4 | 4  | Poca información para la realización del proyecto.                           |

En la tabla que antecede encontramos la siguiente nomenclatura: I = Impacto y PC = Potencial de cambio. Que muestra el impacto actual y a donde va a cambiar una vez que se haya ejecutado el proyecto.

*Elaborado por: José Torres*

## Capítulo II

### 2. Análisis de Involucrados

#### 2.01 Mapeo de Involucrados

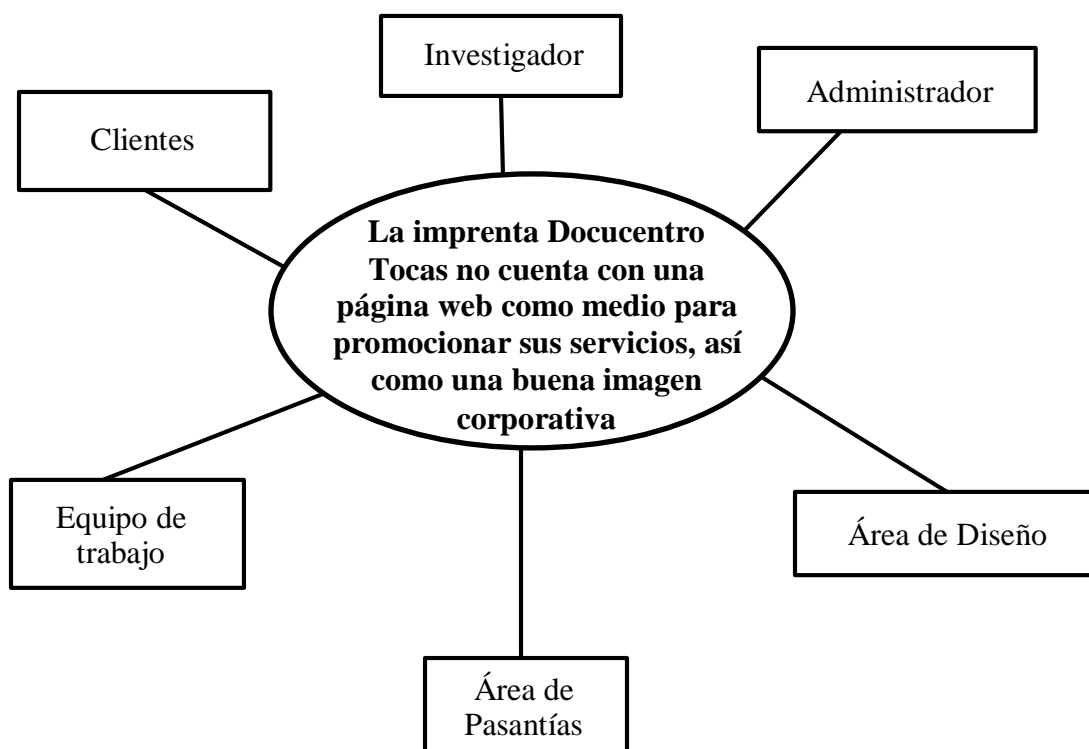


Figura 1. *Mapeo de Involucrados*

*Elaborado por: José Torres*

## 2.02 Matriz de Análisis de Involucrados

Tabla 2. Matriz de Análisis de involucrados

| MATRIZ DE ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS |  |  |  |  |   |
|------------------------------------|--|--|--|--|---|
| Actores Involucrados               | Interés sobre el Problema Central  | Problemas Percibidos   | Recursos Mandatos y Capacidades  | Interés Sobre el Proyecto  | Conflictos Potenciales  |
| <b>Investigador</b>                | Desarrollar una página web para la imprenta y mejorar su imagen corporativa. | Inexistencia de un medio para presentar sus servicios y una mala imagen corporativa. | Humano<br>Tecnológicos<br>Económico<br>Administrativo<br>Investigativo | Diseñar un producto que cumpla con lo planeado.                            | Indiferencia por parte de los clientes y potenciales clientes por el producto desarrollado. |
| <b>Administrador</b>               | Difundir de una mejor manera sus servicios y productos.                      | No cuenta con un medio para conectarse con sus clientes.                             | Humano<br>Tecnológicos<br>Financieros<br>Administrativa                | Utilizar un medio web para promocionar sus servicios.                      | Poco interés por dar un financiamiento adecuado para el proyecto                            |
| <b>Área de Diseño</b>              | Facilitar la obtención de trabajos.  | Escasos trabajos de diseño.  | Humano<br>Tecnológicos   | Mejorar la forma de cómo llegan los trabajos de diseños.                   | Poca acogida por parte del área de diseño para adaptarse al manejo de un medio web.         |
| <b>Área de Pasantías</b>           | Obtener una mejor relación con los clientes.                                 | Poco interés por parte de los estudiantes.   | Humano<br>Tecnológicos   | Dar una buena atención a los clientes y más ordenada.                      | Desconocimiento sobre cómo funciona el proyecto.  |
| <b>Equipo de trabajo</b>           | Tener mayor orden para los trabajos.   | Poca visita a la imprenta.   | Humano<br>Tecnológicos   | Rediseñar la página web y la imagen corporativa para una buena aceptación. | Desinterés para adaptarse y aceptar el proyecto.  |
| <b>Clientes</b>                    | Mejorar la comunicación con la imprenta.                                     | Escasa información sobre la imprenta.  | Humano<br>Informativo  | Conocer un medio para comunicarse con la imprenta.                         | Poco interés por parte de los clientes.   |

Elaborado por: José Torres

## Capítulo III

### 3. Problemas y Objetivos

#### 3.01 Árbol de Problemas

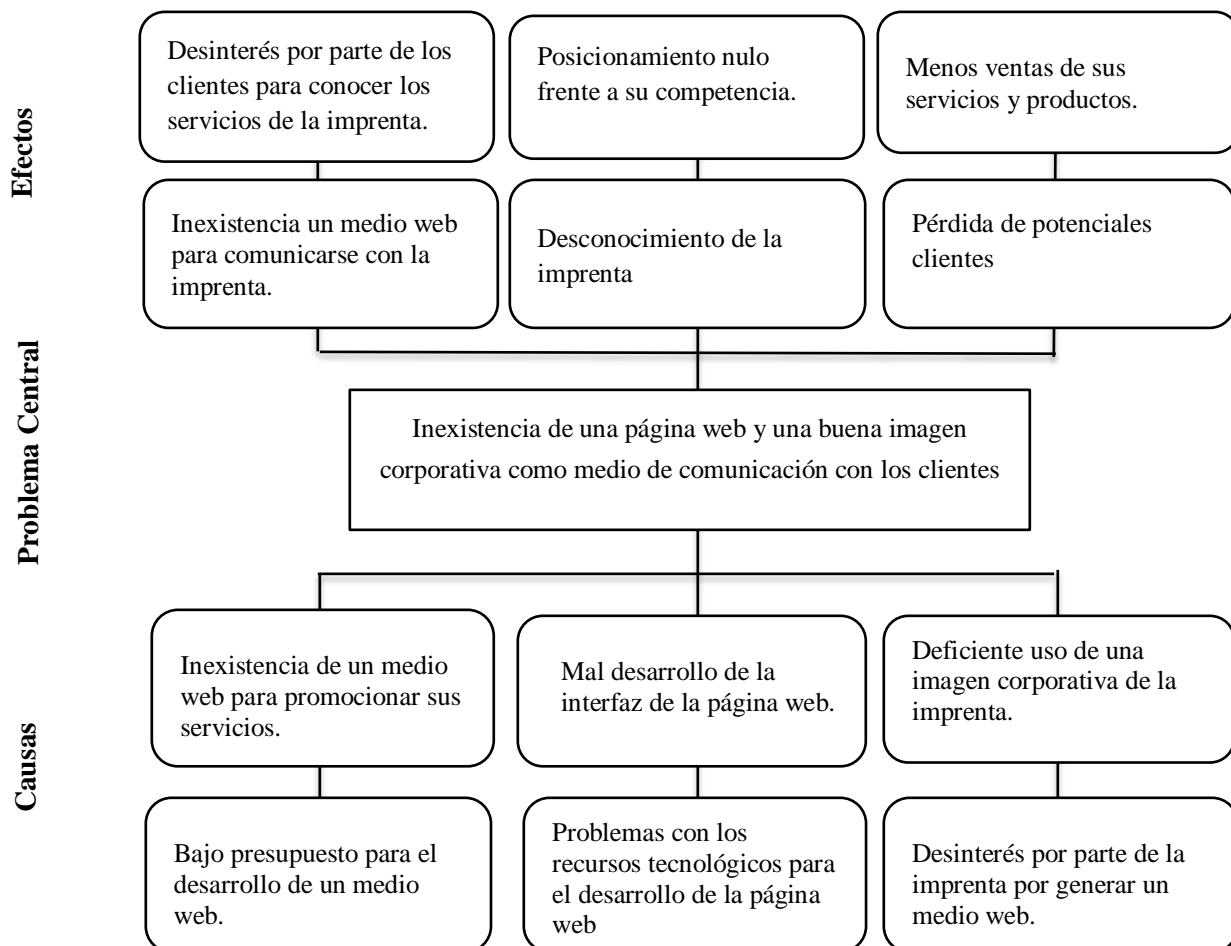


Figura 2. Árbol de Problemas

Elaborado por: José Torres

### 3.02 Árbol de Objetivos

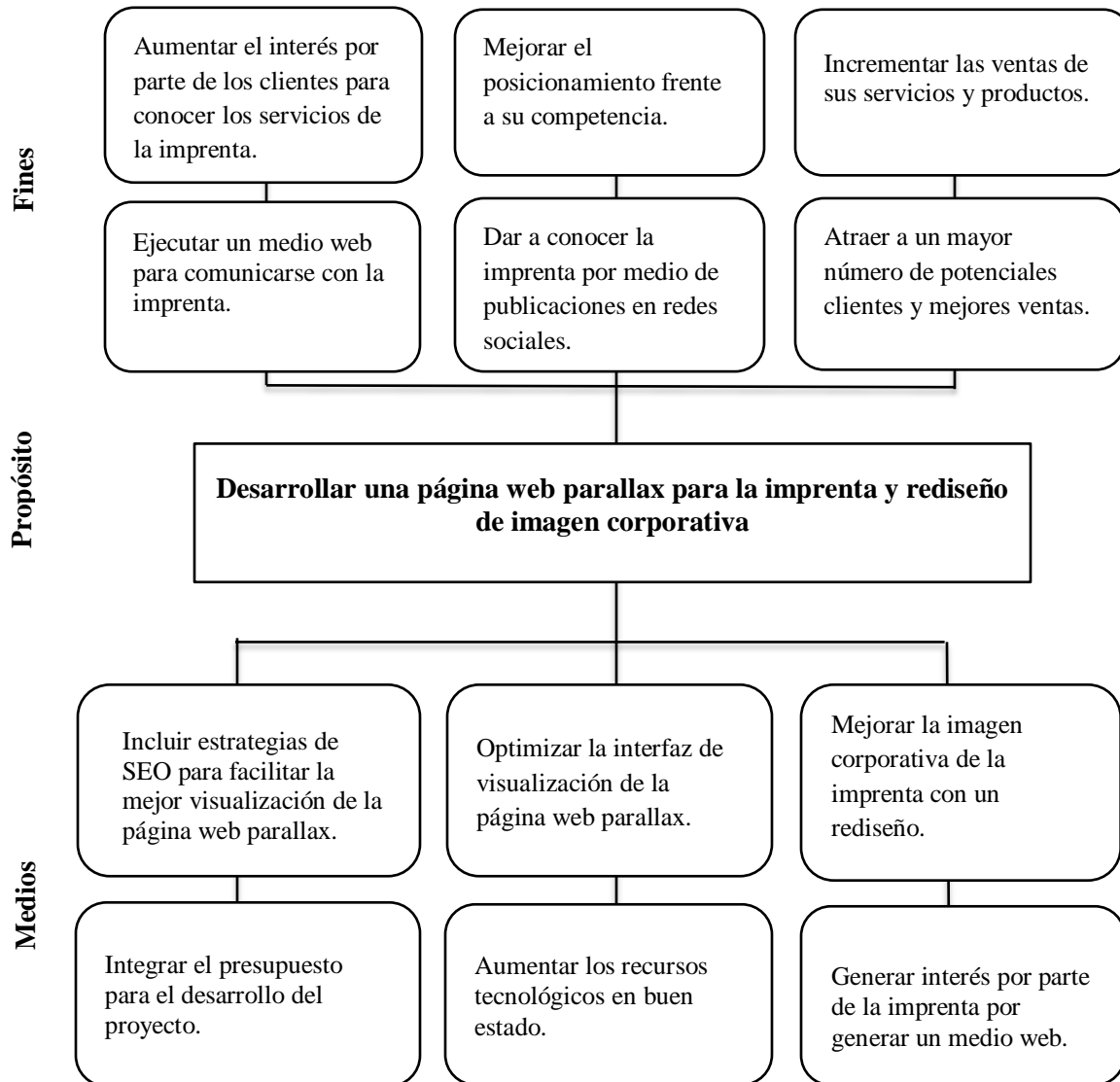


Figura 3. Árbol de Objetivos

Elaborado por: José Torres



## Capítulo IV

### 4. Análisis de Alternativas

#### 4.01 Matriz de Análisis de Alternativa e Identificación de Acciones

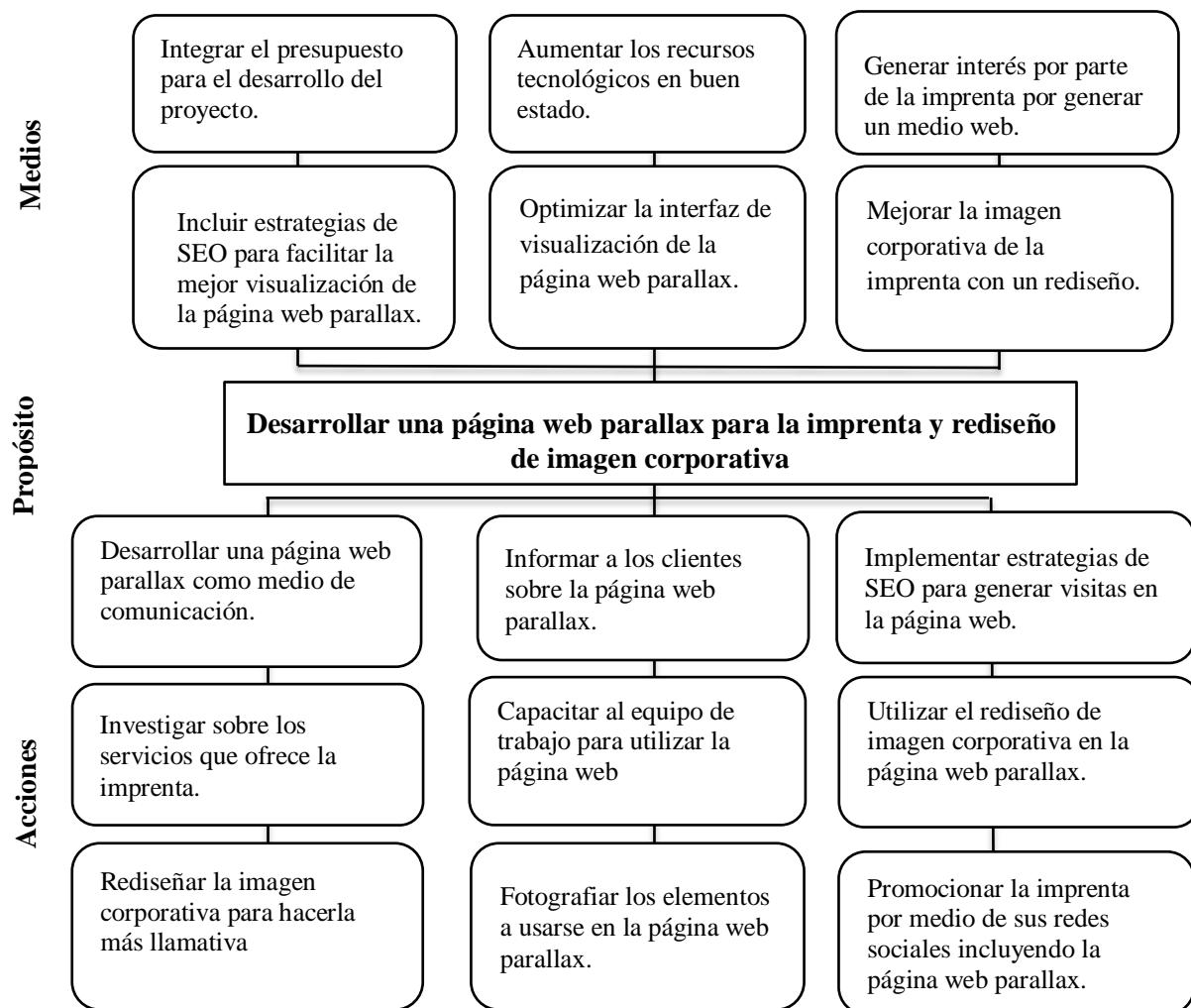


Figura 4. Matriz de Análisis de Alternativa e Identificación de Acciones

Elaborado por: José Torres

#### 4.01.01 Tamaño del Proyecto

El proyecto está desarrollado y se implementará en la imprenta Docucentro Tocas ubicada en el sector norte de la ciudad de Quito, esto con el objetivo de generar mayor posicionamiento en la empresa frente a su competencia, por lo tanto, mejorando sus ventas.

Se tomó en cuenta una población de 12 a 50 años con un nivel socioeconómico media, media alta y alta tomando como referencia el censo del INEC del año 2010 que nos dice que este grupo es de 1,108,252 personas que están en este rango de edad por lo cual lo usamos para tener un resultado.

$$n = \frac{Z^2 \times N \times P \times Q}{e^{2(N-1)} + Z^2 \times P \times Q}$$

N= Tamaño del universo= 1,108,252

P= Probabilidad de ocurrencia respuesta positiva (p) = 0,5

Q= Probabilidad de ocurrencia respuesta negativa (q) =0,5

Z= Nivel de confiabilidad del 95% critico = 1,96

E= Límite de error maestral. Porcentaje de error (e) = 0,5% (0,05)

$$n = \frac{1,96^2 \times 1,108,252 \times 0,5 \times 0,5}{0,05^{2(1,108,252-1)} + 1,96^2 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$n = \frac{1,021,365.0432}{2,770.6275 + 0,90}$$

$$n = \frac{3,6864 \times 1,108,252 \times 0,25}{0,0025^{(1,108,251)} + 3,6864 \times 0,25}$$

$$n = 368,5126$$

$$n = 36$$

#### 4.01.02 Localización del Proyecto

La imprenta Docucentro Tocas se encuentra ubicada el Distrito Metropolitano de Quito con una población aproximada de 2,239,191 habitantes según el censo del INEC de 2010, sector norte La Concepción en las calles Av. De la Prensa y Zamora.

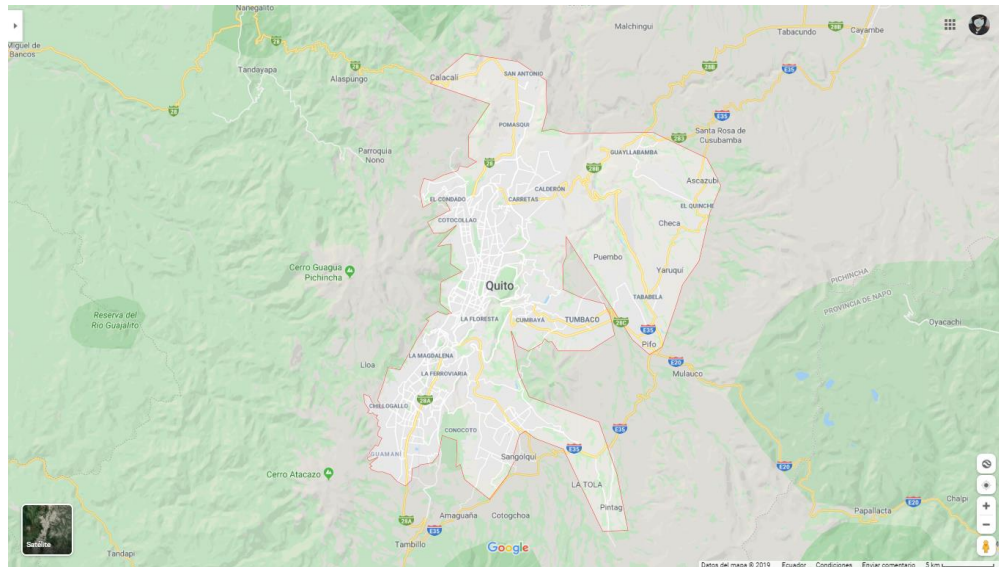


Figura 5. Localización del Proyecto

Fuente: Google Maps

#### 4.02 Análisis Ambiental

##### 4.02.01 Impacto Negativo

Para el desarrollo de páginas web se necesita el uso de aparatos tecnológicos por lo cual esto requiere energía eléctrica para su funcionamiento, al igual que en el momento de imprimir la publicidad para promocionar la imprenta, uniéndolo con el rediseño de imagen corporativa esto implicará aumentar la contaminación debido a los químicos y la cantidad de papel que se necesita para que sea visible el rediseño al público.

---

#### **4.02.02 Impacto Positivo**

Desarrollar este proyecto provoca un mínimo impacto hacia el medio ambiente, esto debido a que diseñar medios multimedia no requiere más que soportes tecnológicos como por ejemplo una computadora y algún otro medio para la visualización de la página web en parallax y rediseño de su imagen corporativa por esto es casi nula la contaminación que esta provoca al medio ambiente.

#### 4.03 Matriz de Análisis de Impacto de los Objetivos

Tabla 3. Matriz de Análisis de impacto

| Objetivos   | Impacto sobre el propósito | Factibilidad Técnica | Factibilidad Financiera | Factibilidad Social | Factibilidad Política | Total | Categoría |
|---|----------------------------|----------------------|-------------------------|---------------------|-----------------------|-------|-----------|
| Incluir estrategias de SEO para facilitar la mejor visualización de la página web parallax. | 5                          | 5                    | 5                       | 4                   | 4                     | 23    | Alto      |
| Optimizar la interfaz de visualización de la página web parallax.                           | 5                          | 5                    | 5                       | 5                   | 5                     | 25    | Alto      |
| Mejorar la imagen corporativa de la imprenta con un rediseño.                               | 5                          | 5                    | 5                       | 5                   | 5                     | 25    | Alto      |
| Integrar el presupuesto para el desarrollo del proyecto.                                    | 5                          | 5                    | 5                       | 4                   | 4                     | 23    | Alto      |
| Aumentar los recursos tecnológicos en buen estado.  | 5                          | 4                    | 3                       | 4                   | 5                     | 21    | Alto      |
| Generar interés por parte de la imprenta por generar un medio web.                          | 5                          | 4                    | 4                       | 4                   | 5                     | 22    | Alto      |
| <b>Total</b>  | 30                         | 28                   | 27                      | 26                  | 28                    | 139   |           |

Elaborado por: José Torres

#### 4.04 Diagrama de Estrategias

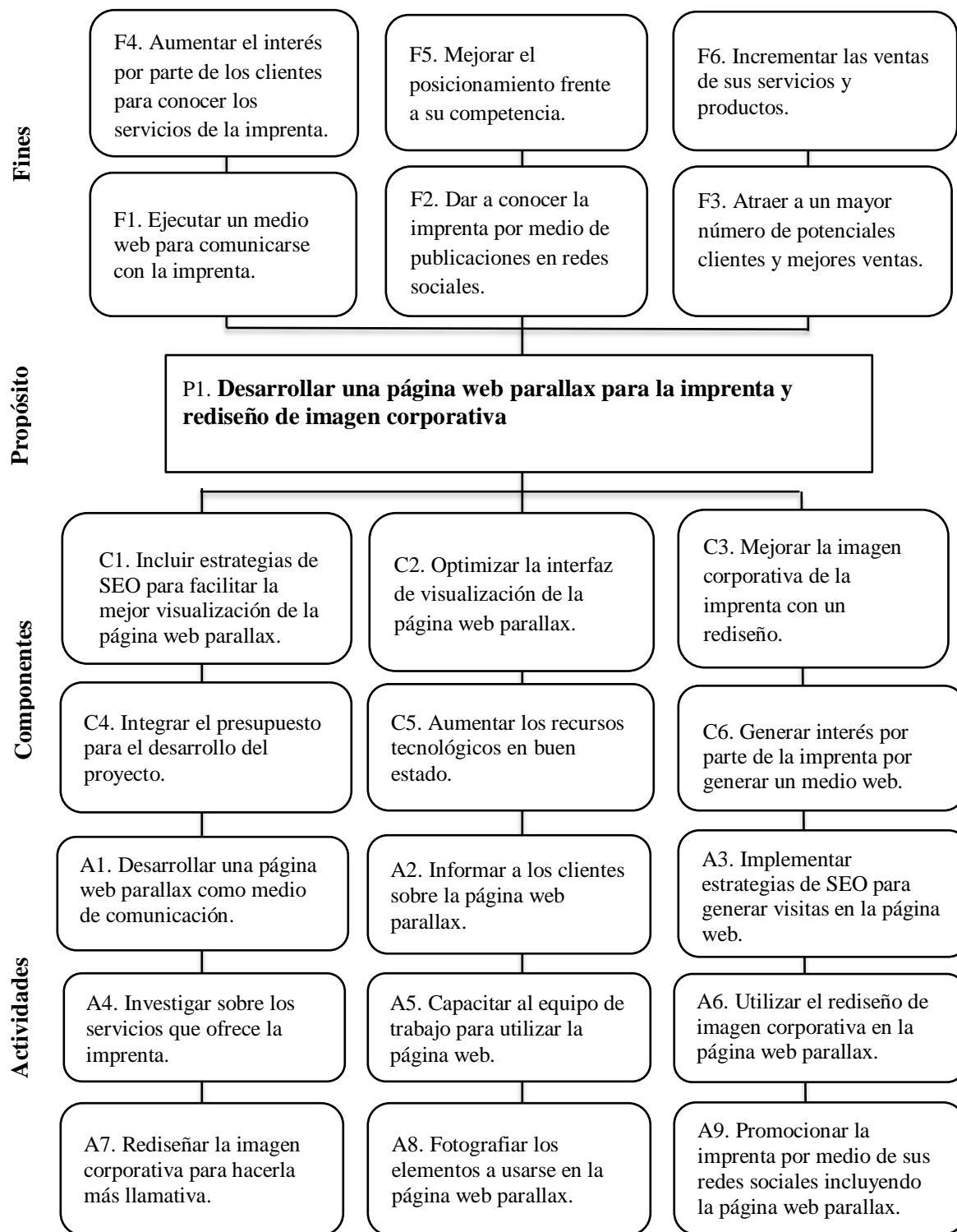


Figura 6. Diagrama de Estrategias

Elaborado por: José Torres

## 4.05 Construcción de la Matriz de Marco Lógico

### 4.05.01 Revisión de los Criterios para los indicadores

Tabla 4. Revisión de los Criterios para Indicadores

| Nivel     | Resumen Narrativo  | Indicador  | META     |         |        |                                 |   |
|-----------|--|--|----------|---------|--------|---------------------------------|---|
|           |  |  | Cantidad | Calidad | Tiempo | Lugar                           | Grupo Social                              |
| Fines     | F1. Ejecutar un medio web para comunicarse con la imprenta.                                  | El 80% de los clientes están interesados en usarla.                          | 369      | Alta    | 1 año  | Distrito Metropolitano de Quito | 12-50 años<br>Media<br>Media Alta<br>Alta |
|           | F2. Dar a conocer la imprenta por medio de publicaciones en redes sociales.                  | El 95% de los usuarios interactúan con las publicaciones.                    | 369      | Alta    | 1 año  | Distrito Metropolitano de Quito | 12-50 años<br>Media<br>Media Alta<br>Alta |
|           | F3. Atraer a un mayor número de potenciales clientes y mejores ventas.                       | El 70% de los clientes se interesa por los servicios que la imprenta brinda. | 369      | Alta    | 1 año  | Distrito Metropolitano de Quito | 12-50 años<br>Media<br>Media Alta<br>Alta |
|           | F4. Aumentar el interés por parte de los clientes para conocer los servicios de la imprenta. | Incentivar al 65% de los clientes por medio de las redes sociales.           | 369      | Alta    | 1 año  | Distrito Metropolitano de Quito | 12-50 años<br>Media<br>Media Alta<br>Alta |
|           | F5. Mejorar el posicionamiento frente a su competencia.                                      | Mejorar un 45% el posicionamiento de la imprenta.                            | 369      | Alta    | 1 año  | Distrito Metropolitano de Quito | 12-50 años<br>Media<br>Media Alta<br>Alta |
|           | F6. Incrementar las ventas de sus servicios y productos.                                     | Optimizar en un 35% las ventas en la imprenta.                               | 369      | Alta    | 1 año  | Distrito Metropolitano de Quito | 12-50 años<br>Media<br>Media Alta<br>Alta |
| Propósito | P1. Desarrollar una página web parallax para la imprenta y rediseño de imagen corporativa.   | Aumentar la comunicación entre los clientes y la imprenta en un 80%          | 1        | Alta    | 1 año  | Distrito Metropolitano de Quito | 12-50 años<br>Media<br>Media Alta<br>Alta |

| Nivel       | Resumen Narrativo   | Indicador  | META     |         |        |                                 |   |
|-------------|---|--|----------|---------|--------|---------------------------------|---|
|             |   |  | Cantidad | Calidad | Tiempo | Lugar                           | Grupo Social                              |
| Componentes | C1. Incluir estrategias de SEO para facilitar la mejor visualización de la página web parallax. | Incrementar 50% las vistas de los potenciales clientes.  | 369      | Alta    | 1 año  | Distrito Metropolitano de Quito | 12-50 años<br>Media<br>Media Alta<br>Alta |
|             | C2. Optimizar la interfaz de visualización de la página web parallax.                           | Observar que los clientes se sientan conformes con la visualización de la página web parallax en un 70%    | 369      | Alta    | 1 año  | Distrito Metropolitano de Quito | 12-50 años<br>Media<br>Media Alta<br>Alta |
|             | C3. Mejorar la imagen corporativa de la imprenta con un rediseño.                               | Presentar una imagen corporativa rediseñada a los clientes en un 100%                                      | 1        | Alta    | 1 año  | Distrito Metropolitano de Quito | 12-50 años<br>Media<br>Media Alta<br>Alta |
|             | C4. Integrar el presupuesto para el desarrollo del proyecto.                                    | Tener un adecuado uso del presupuesto en un 75%  | 369      | Alta    | 1 año  | Distrito Metropolitano de Quito | 12-50 años<br>Media<br>Media Alta<br>Alta |
|             | C5. Aumentar los recursos tecnológicos en buen estado.  | Identificar que equipos se encuentran en buen estado en un 60 % para el control de la página web parallax. | 369      | Alta    | 1 año  | Distrito Metropolitano de Quito | 12-50 años<br>Media<br>Media Alta<br>Alta |
|             | C6. Generar interés por parte de la imprenta por generar un medio web.                          | Determinar qué elementos sobre salen de la imprenta e incluirlos en la página web en un 80%                | 369      | Alta    | 1 año  | Distrito Metropolitano de Quito | 12-50 años<br>Media<br>Media Alta<br>Alta |
| Actividade  | A1. Desarrollar una página web parallax como medio de comunicación.                             | Desarrollar la página web de acuerdo a lo investigado en un 90%  | 369      | Alta    | 1 año  | Distrito Metropolitano de Quito | 12-50 años<br>Media<br>Media Alta<br>Alta |
|             | A2. Informar a los clientes sobre la página web parallax.                                       | Realizar publicaciones y tarjetas de presentación para informar a los clientes en un 75%                   | 369      | Alta    | 1 mes  | Distrito Metropolitano de Quito | 12-50 años<br>Media<br>Media Alta<br>Alta |



| Nivel       | Resumen Narrativo  | Indicador   | META     |         |         |                                 |   |
|-------------|--|---|----------|---------|---------|---------------------------------|---|
|             |  |   | cantidad | Calidad | Tiempo  | Lugar                           | Grupo Social                              |
| Actividades | A3. Implementar estrategias de SEO para generar visitas en la página web.                      | Investigar que estrategias funcionan para una mejor visualización de la página web en un buscador web en un 70% | 369      | Alta    | 1 año   | Distrito Metropolitano de Quito | 12-50 años<br>Media<br>Media Alta<br>Alta |
|             | A4. Investigar sobre los servicios que ofrece la imprenta.                                     | Observar la interacción de los clientes con los productos en un 70%.  | 369      | Alta    | 2 meses | Distrito Metropolitano de Quito | 12-50 años<br>Media<br>Media Alta<br>Alta |
|             | A5. Capacitar al equipo de trabajo para utilizar la página web.                                | Mostrar a al equipo de trabajo la forma de manejar una página web en un 95%.                                    | 369      | Alta    | 3 meses | Distrito Metropolitano de Quito | 12-50 años<br>Media<br>Media Alta<br>Alta |
|             | A6. Utilizar el rediseño de imagen corporativa en la página web parallax.                      | Revelar a los clientes la nueva imagen corporativa en u 50%.  | 1        | Alta    | 1 mes   | Distrito Metropolitano de Quito | 12-50 años<br>Media<br>Media Alta<br>Alta |
|             | A7. Rediseñar la imagen corporativa para hacerla más llamativa.                                | Revelar a los clientes la nueva imagen corporativa en u 50%.  | 1        | Alta    | 1 año   | Distrito Metropolitano de Quito | 12-50 años<br>Media<br>Media Alta<br>Alta |
|             | A8. Fotografíar los elementos a usarse en la página web parallax.                              | Mostrar en la página web fotografías en buena calidad en un 85%.  | 369      | Alta    | 1 mes   | Distrito Metropolitano de Quito | 12-50 años<br>Media<br>Media Alta<br>Alta |
|             | A9. Promocionar la imprenta por medio de sus redes sociales incluyendo la página web parallax. | Utilizar un 40% las redes sociales como Facebook con publicaciones.   | 369      | Alta    | 1 año   | Distrito Metropolitano de Quito | 12-50 años<br>Media<br>Media Alta<br>Alta |

Elaborado por: José Torres

#### 4.05.02 Selección de Indicadores

Tabla 5. Selección de Indicadores

| Nivel       | Resumen Narrativo   | Indicador  | Clasificadores de Indicadores |   |   |   |   |         | Selección |
|-------------|---|--|-------------------------------|---|---|---|---|---------|-----------|
|             |   |  | A                             | B | C | D | E | Puntaje |           |
| Fines       | F1. Ejecutar un medio web para comunicarse con la imprenta.                                     | El 80% de los clientes están interesados en usarla.  | X                             | X |   | X | X | 4       | Alta      |
|             | F2. Dar a conocer la imprenta por medio de publicaciones en redes sociales.                     | El 95% de los usuarios interactúan con las publicaciones.  | X                             | X |   | X | X | 4       | Alta      |
|             | F3. Atraer a un mayor número de potenciales clientes y mejores ventas.                          | El 70% de los clientes se interesa por los servicios que la imprenta brinda.                             | X                             | X |   | X | X | 4       | Alta      |
|             | F4. Aumentar el interés por parte de los clientes para conocer los servicios de la imprenta.    | Incentivar al 65% de los clientes por medio de las redes sociales.                                       | X                             | X |   | X | X | 4       | Alta      |
|             | F5. Mejorar el posicionamiento frente a su competencia.   | Mejorar un 45% el posicionamiento de la imprenta.  | X                             | X |   | X | X | 4       | Alta      |
|             | F6. Incrementar las ventas de sus servicios y productos.  | Optimizar en un 35% las ventas en la imprenta.   | X                             | X | X | X | X | 5       | Alta      |
| Propósito   | P1. Desarrollar una página web parallax para la imprenta y rediseño de imagen corporativa       | Aumentar la comunicación entre los clientes y la imprenta en un 80%.                                     | X                             | X |   | X | X | 4       | Alta      |
| Componentes | C1. Incluir estrategias de SEO para facilitar la mejor visualización de la página web parallax. | Incrementar 50% las vistas de los potenciales clientes.  | X                             | X |   | X | X | 4       | Alta      |
|             | C2. Optimizar la interfaz de visualización de la página web parallax                            | Observar que los clientes se sientan conformes con la visualización de la página web parallax en un 70%. | X                             | X | X | X | X | 5       | Alta      |
|             | C3. Mejorar la imagen corporativa de la imprenta con un rediseño.                               | Presentar una imagen corporativa rediseñada a los clientes en un 100%.                                   | X                             | X | X | X | X | 5       | Alta      |

| Nivel       | Resumen Narrativo   | Indicador  | Clasificadores de Indicadores |   |   |   |   |         | Selección |
|-------------|---|--|-------------------------------|---|---|---|---|---------|-----------|
|             |   |  | A                             | B | C | D | E | Puntaje |           |
| Componentes | C4. Integrar el presupuesto para el desarrollo del proyecto.              | Tener un adecuado uso del presupuesto en un 75%  |                               | X | X | X | X | 4       | Alta      |
|             | C5. Aumentar los recursos tecnológicos en buen estado.                    | Identificar que equipos se encuentran en buen estado en un 60% para el control de la página web parallax.        | X                             | X | X | X | X | 5       | Alta      |
|             | C6. Generar interés por parte de la imprenta por generar un medio web.    | Determinar qué elementos sobre salen de la imprenta e incluirlos en la página web en un 80%.                     | X                             | X | X | X | X | 5       | Alta      |
| Actividades | A1. Desarrollar una página web parallax como medio de comunicación.       | Desarrollar la página web de acuerdo a lo investigado en un 90%  | X                             | X |   | X | X | 4       | Alta      |
|             | A2. Informar a los clientes sobre la página web parallax.                 | Realizar publicaciones y tarjetas de presentación para informar a los clientes en un 75%.                        | X                             | X | X | X | X | 5       | Alta      |
|             | A3. Implementar estrategias de SEO para generar visitas en la página web. | Investigar que estrategias funcionan para una mejor visualización de la página web en un buscador web en un 70%. | X                             | X |   | X | X | 4       | Alta      |
|             | A4. Investigar sobre los servicios que ofrece la imprenta.                | Observar la interacción de los clientes con los servicios en un 70%  | X                             | X | X | X | X | 5       | Alta      |
|             | A5. Capacitar al equipo de trabajo para utilizar la página web.           | Mostrar a al equipo de trabajo la forma de manejar una página web en un 95 %                                     | X                             | X | X | X | X | 5       | Alta      |
|             | A6. Utilizar el rediseño de imagen corporativa en la página web parallax. | Revelar a los clientes la nueva imagen corporativa en un 50%   | X                             | X | X | X | X | 5       | Alta      |
|             | A7. Rediseñar la imagen corporativa para hacerla más llamativa.           | Rediseñar el logo de la imprenta y obtener reacción de los clientes en un 60 %                                   | X                             |   | X | X | X | 4       | Alta      |
|             | A8. Fotografiar los elementos a usarse en la página web parallax.         | Mostrar en la página web fotografías en buena calidad en un 85 %   | X                             | X | X | X | X | 5       | Alta      |

| Nivel       | Resumen Narrativo  | Indicador  | Clasificadores de Indicadores |   |   |   |   |         |           |
|-------------|--|--|-------------------------------|---|---|---|---|---------|-----------|
|             |  |  | A                             | B | C | D | E | Puntaje | Selección |
| Actividades | A9. Promocionar la imprenta por medio de sus redes sociales incluyendo la página web parallax. | Utilizar un 40 % las redes sociales como Facebook con publicaciones. | X                             | X |   | X | X | 4       | Alta      |

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

*Elaborado por José Torres*

### 4.05.03 Medios de Verificación

Tabla 6. Medios de Verificación

| Nivel       | Resumen Narrativo   | Indicador  | Medios de Verificación |                       |                     |                           |              |
|-------------|---|--|------------------------|-----------------------|---------------------|---------------------------|--------------|
|             |   |  | Fuentes de información | Método de recolección | Método de análisis  | Frecuencia de Recolección | Responsable  |
| Fines       | F1. Ejecutar un medio web para comunicarse con la imprenta.                                     | El 80% de los clientes están interesados en usarla.                          | Datos de la empresa.   | Encuesta              | Simple verificación | 1 año                     | Investigador |
|             | F2. Dar a conocer la imprenta por medio de publicaciones en redes sociales.                     | El 85% de los usuarios interactúan con las publicaciones.                    | Datos de la empresa.   | Observación           | Estadístico         | 1 mes                     | Investigador |
|             | F3. Atraer a un mayor número de potenciales clientes y mejores ventas.                          | El 70% de los clientes se interesa por los servicios que la imprenta brinda. | Datos de la empresa.   | Encuesta              | Estadístico         | 1 año                     | Empresa      |
|             | F4. Aumentar el interés por parte de los clientes para conocer los servicios de la imprenta.    | Incentivar al 65% de los clientes por medio de las redes sociales.           | Datos de la empresa.   | Encuesta              | Estadístico         | 3 meses                   | Empresa      |
|             | F5. Mejorar el posicionamiento frente a su competencia.   | Mejorar un 45% el posicionamiento de la imprenta.                            | Datos de la empresa.   | Encuesta              | Estadístico         | 1 año                     | Empresa      |
|             | F6. Incrementar las ventas de sus servicios y productos.  | Optimizar en un 35% las ventas en la imprenta.                               | Datos de la empresa.   | Entrevista            | Estadístico         | 1 año                     | Empresa      |
| Propósito   | P1. Desarrollar una página web parallax para la imprenta y rediseño de imagen corporativa.      | Aumentar la comunicación entre los clientes y la imprenta en un 80%.         | Datos de la empresa.   | Observación           | Simple verificación | 3 meses                   | Investigador |
| Componentes | C1. Incluir estrategias de SEO para facilitar la mejor visualización de la página web parallax. | Incrementar 50% las vistas de los potenciales clientes.                      | Bibliografía           | Observación           | Estadístico         | 1 mes                     | Investigador |

| Nivel       | Resumen Narrativo  | Indicador  | Medios de Verificación |                       |                     |                           | Responsable  |
|-------------|--|--|------------------------|-----------------------|---------------------|---------------------------|--------------|
|             |  |  | Fuentes de información | Método de recolección | Método de análisis  | Frecuencia de Recolección |              |
| Componentes | C2. Optimizar la interfaz de visualización de la página web parallax.  | Observar que los clientes se sientan conformes con la visualización de la página web parallax en un 70%.   | Datos de la empresa.   | Encuesta              | Estadístico         | 2 meses                   | Investigador |
|             | C3. Mejorar la imagen corporativa de la imprenta con un rediseño.      | Presentar una imagen corporativa rediseñada a los clientes en un 100%.                                     | Bibliografía           | Observación           | Simple verificación | 2 meses                   | Investigador |
|             | C4. Integrar el presupuesto para el desarrollo del proyecto.           | Tener un adecuado uso del presupuesto en un 75%.   | Datos de la empresa.   | Observación           | Estadístico         | 1 año                     | Empresa      |
|             | C5. Aumentar los recursos tecnológicos en buen estado.                 | Identificar que equipos se encuentran en buen estado en un 60 % para el control de la página web parallax. | Datos de la empresa.   | Entrevista            | Estadístico         | 4 meses                   | Empresa      |
|             | C6. Generar interés por parte de la imprenta por generar un medio web. | Determinar qué elementos sobre salen de la imprenta e incluirlos en la página web en un 80%.               | Datos de la empresa.   | Entrevista            | Simple verificación | 3 meses                   | Investigador |
| Actividades | A1. Desarrollar una página web parallax como medio de comunicación.    | Desarrollar la página web de acuerdo a lo investigado en un 90%.   | Datos de la empresa.   | Observación           | Simple Verificación | 1 mes                     | Investigador |
|             | A2. Informar a los clientes sobre la página web parallax.              | Realizar publicaciones y tarjetas de presentación para informar a los clientes en un 75%.                  | Datos de la empresa.   | Encuesta              | Estadístico         | 4 meses                   | Investigador |

| Nivel       | Resumen Narrativo   | Indicador  | Medios de Verificación |                       |                     |                           | Responsable  |
|-------------|---|--|------------------------|-----------------------|---------------------|---------------------------|--------------|
|             |   |  | Fuentes de información | Método de recolección | Método de análisis  | Frecuencia de Recolección |              |
| Actividades | A3.Implementar estrategias de SEO para generar visitas en la página web.                      | Investigar que estrategias funcionan para una mejor visualización de la página web en un buscador web en un 70%. | Bibliografías          | Observación           | Simple verificación | 3 semanas                 | Investigador |
|             | A4. Investigar sobre los servicios que ofrece la imprenta.                                    | Observar la interacción de los clientes con los servicios en un 70%.   | Datos de la empresa.   | Entrevista            | Estadístico         | 1 mes                     | Investigador |
|             | A5. Capacitar al equipo de trabajo para utilizar la página web.                               | Mostrar a al equipo de trabajo la forma de manejar una página web en un 95 %.                                    | Datos de la empresa.   | Entrevista            | Estadístico         | 1 mes                     | Empresa      |
|             | A6. Utilizar el rediseño de imagen corporativa en la página web parallax.                     | Revelar a los clientes la nueva imagen corporativa en un 50%.  | Datos de la empresa.   | Encuesta              | Simple verificación | 1 año                     | Investigador |
|             | A7. Rediseñar la imagen corporativa para hacerla más llamativa.                               | Rediseñar el logo de la imprenta y obtener reacción de los clientes en un 60 %.                                  | Datos de la empresa.   | Encuesta              | Simple verificación | 1 año                     | Investigador |
|             | A8.Fotografiar los elementos a usarse en la página web parallax.                              | Mostrar en la página web fotografías en buena calidad en un 85 %.  | Datos de la empresa.   | Observación           | Simple verificación | 1 mes                     | Investigador |
|             | A9.Promocionar la imprenta por medio de sus redes sociales incluyendo la página web parallax. | Utilizar un 40% las redes sociales como Facebook con publicaciones.  | Datos de la empresa.   | Observación           | Simple verificación | 1 año                     | Investigador |

*Elaborado por: José Torres*

#### 4.05.04 Supuestos

Tabla 7. Supuestos

| Nivel       | Resumen Narrativo   | Supuestos   | Factores de Riesgos |          |        |           |       |
|-------------|---|---|---------------------|----------|--------|-----------|-------|
|             |   |   | Financiero          | Político | Social | Ambiental | Legal |
| Fines       | F1. Ejecutar un medio web para comunicarse con la imprenta.                                     | Desinterés por utilizar la página web                                   | X                   |          | X      | X         | X     |
|             | F2. Dar a conocer la imprenta por medio de publicaciones en redes sociales.                     | Usar la red social Facebook como medio para informar a los clientes.    | X                   |          |        |           |       |
|             | F3. Atraer a un mayor número de potenciales clientes y mejores ventas.                          | Ventas bajas de los servicios.  | X                   |          | X      | X         |       |
|             | F4. Aumentar el interés por parte de los clientes para conocer los servicios de la imprenta.    | Aumento en la afluencia de clientes con la competencia.                 | X                   |          | X      | X         |       |
|             | F5. Mejorar el posicionamiento frente a su competencia.   | Nulo incremento del posicionamiento después de incorporar el medio web. | X                   |          |        | X         |       |
|             | F6. Incrementar las ventas de sus servicios y productos.  | Bajo consumo de los servicios y productos                               | X                   |          | X      |           |       |
| Propósito   | P1. Desarrollar una página web parallax para la imprenta y rediseño de imagen corporativa       | Dejar el proyecto inconcluso por problemas económicos                   | X                   |          |        |           | X     |
| Componentes | C1. Incluir estrategias de SEO para facilitar la mejor visualización de la página web parallax. | La visualización de la página web parallax no es correctamente visible. |                     |          | X      |           |       |



| Nivel              | Resumen Narrativo   | Supuestos  | Factores de Riesgos |          |        |           |       |
|--------------------|---|--|---------------------|----------|--------|-----------|-------|
|                    |   |  | Financiero          | Político | Social | Ambiental | Legal |
| <b>Componentes</b> | C2. Optimizar la interfaz de visualización de la página web parallax.     | La interfaz de la página web no está ajustada a todos los dispositivos.                |                     |          | X      |           |       |
|                    | C3. Mejorar la imagen corporativa de la imprenta con un rediseño.         | Mala aceptación de los clientes hacia el rediseño de la imagen corporativa.            |                     |          | X      |           |       |
|                    | C4. Integrar el presupuesto para el desarrollo del proyecto.              | Falta de apoyo económico hacia el proyecto.  | X                   |          | X      |           |       |
|                    | C5. Aumentar los recursos tecnológicos en buen estado.                    | Contar con equipos en mal estado.  | X                   |          | X      |           |       |
|                    | C6. Generar interés por parte de la imprenta por generar un medio web.    | Desinterés por parte de la imprenta para incluir una página web a su negocio.          | X                   |          | X      |           |       |
|                    | A1. Desarrollar una página web parallax como medio de comunicación.       | Descontento por parte de la imprenta hacia la página web.                              | X                   |          | X      |           |       |
| <b>Actividades</b> | A2. Informar a los clientes sobre la página web parallax.                 | Posee recursos limitados para informar sobre la página web                             | X                   |          | X      |           |       |
|                    | A3. Implementar estrategias de SEO para generar visitas en la página web. | Inadecuada elección en las estrategias para mejorar la visualización de la página web. | X                   |          | X      |           |       |
|                    | A4. Investigar sobre los servicios que ofrece la imprenta.                | Falsificar servicios y productos durante el proyecto.                                  | X                   |          | X      |           | X     |
|                    |   |  |                     |          |        |           |       |

| Nivel       | Resumen Narrativo  | Supuestos  | Factores de Riesgos |          |        |           |       |
|-------------|--|--|---------------------|----------|--------|-----------|-------|
|             |  |  | Financiero          | Político | Social | Ambiental | Legal |
| Actividades | A5. Capacitar al equipo de trabajo para utilizar la página web.                                | Desinterés por parte del equipo de trabajo.                |                     |          | X      |           |       |
|             | A6. Utilizar el rediseño de imagen corporativa en la página web parallax.                      | Rechazo de la imagen corporativa por parte de la imprenta. |                     |          | X      |           |       |
|             | A7. Rediseñar la imagen corporativa para hacerla más llamativa.                                | Mala aceptación de los clientes por la imagen corporativa  |                     |          | X      | X         |       |
|             | A8. Fotografiar los elementos a usarse en la página web parallax.                              | Falta de recursos en buen estado para fotografías          |                     |          | X      |           |       |
|             | A9. Promocionar la imprenta por medio de sus redes sociales incluyendo la página web parallax. | Desinterés por parte de los clientes                       | X                   |          | X      |           |       |

*Elaborado por: José Torres*

#### 4.05.05 Matriz Marco Lógico (MML)

Tabla 8. Matriz de análisis de impacto de los objetivos

| RESUMEN NARRATIVO  | INDICADORES   | MEDIOS DE VERIFICACIÓN                           | SUPUESTOS  |
|--|---|--|--|
| <b>Fines</b>   |   |  |  |
| F1. Ejecutar un medio web para comunicarse con la imprenta.                                  | F1.1 El 80% de los clientes están interesados en usarla.                          | F1.1.1 Resultado obtenido de encuestas           | F1.1.1.1 Desinterés por utilizar la página web                                   |
| F2. Dar a conocer la imprenta por medio de publicaciones en redes sociales.                  | F2.2 El 85% de los usuarios interactúan con las publicaciones.                    | F2.2.2 Estadístico                               | F2.2.2.2 Usar la red social Facebook como medio para informar a los clientes.    |
| F3. Atraer a un mayor número de potenciales clientes y mejores ventas.                       | F3.3 El 70% de los clientes se interesa por los servicios que la imprenta brinda. | F3.3.3 Resultado obtenido de encuestas           | F3.3.3.3 Ventas bajas de los servicios.  |
| F4. Aumentar el interés por parte de los clientes para conocer los servicios de la imprenta. | F4.4 Incentivar al 65% de los clientes por medio de las redes sociales.           | F4.4.4 Información obtenida de encuestas         | F4.4.4.4 Aumento en la afluencia de clientes con la competencia.                 |
| F5. Mejorar el posicionamiento frente a su competencia.                                      | F5.5 Mejorar un 45% el posicionamiento de la imprenta.                            | F5.5.5 Información obtenida de encuestas         | F5.5.5.5 Nulo incremento del posicionamiento después de incorporar el medio web. |
| F6. Incrementar las ventas de sus servicios y productos.                                     | F6.6 Optimizar en un 35% las ventas en la imprenta.                               | F6.6.6 Información obtenida mediante entrevistas | F6.6.6.6 Bajo consumo de los servicios y productos                               |
| <b>Propósito</b>   |   |  |  |
| P1. Desarrollar una página web parallax para la imprenta y rediseño de imagen corporativa    | P1.1 Aumentar la comunicación entre los clientes y la imprenta en un 80%          | P1.1.1 Observación realizada por el investigador | P1.1.1.1 Dejar el proyecto inconcluso por problemas económicos                   |

| RESUMEN NARRATIVO   | INDICADORES  | MEDIOS DE VERIFICACIÓN                           | SUPUESTOS  |
|---|--|--|--|
| <b>Componentes</b>  |  |  |  |
| C1. Incluir estrategias de SEO para facilitar la mejor visualización de la página web parallax. | C1.1 Incrementar 50% las vistas de los potenciales clientes.   | C1.1.1 Estadístico                               | C1.1.1.1 La visualización de la página web parallax no es correctamente visible.       |
| C2. Optimizar la interfaz de visualización de la página web parallax.                           | C2.2 Observar que los clientes se sientan conformes con la visualización de la página web parallax en un 70%   | C2.2.2 Estadístico                               | C2.2.2.2 La interfaz de la página web no está ajustada a todos los dispositivos.       |
| C3. Mejorar la imagen corporativa de la imprenta con un rediseño.                               | C3.3 Presentar una imagen corporativa rediseñada a los clientes en un 100%                                     | C3.3.3 Observación realizada por el investigador | C3.3.3.3 Mala aceptación de los clientes hacia el rediseño de la imagen corporativa.   |
| C4. Integrar el presupuesto para el desarrollo del proyecto.                                    | C4.4 Tener un adecuado uso del presupuesto en un 75%   | C4.4.4 Estadístico                               | C4.4.4.4 Falta de apoyo económico hacia el proyecto.                                   |
| C5. Aumentar los recursos tecnológicos en buen estado.  | C5.5 Identificar que equipos se encuentran en buen estado en un 60 % para el control de la página web parallax | C5.5.5 Información obtenida mediante entrevistas | C5.5.5.5 Contar con equipos en mal estado.   |
| C6. Generar interés por parte de la imprenta por generar un medio web.                          | C6.6 Determinar qué elementos sobre salen de la imprenta e incluirlos en la página web en un 80 %              | C6.6.6 Información obtenida mediante entrevistas | C6.6.6.6 Desinterés por parte de la imprenta para incluir una página web a su negocio. |
| <b>Actividades</b>  |  |  |  |
| A1. Desarrollar una página web parallax como medio de comunicación.                             | A1.1 Desarrollar la página web de acuerdo a lo investigado en un 90%   | A1.1.1 Observación realizada por el investigador | A1.1.1.1 Descontento por parte de la imprenta hacia la página web.                     |
| A2. Informar a los clientes sobre la página web parallax.                                       | A2.2 Realizar publicaciones y tarjetas de presentación para informar a los clientes en un 75%                  | A2.2.2 Información obtenida de encuestas         | A2.2.2.2 Posee recursos limitados para informar sobre la página web                    |

| RESUMEN NARRATIVO  | INDICADORES  | MEDIOS DE VERIFICACIÓN                           | SUPUESTOS   |
|--|--|--|---|
| A3. Implementar estrategias de SEO para generar visitas en la página web.                      | A3.3 Investigar que estrategias funcionan para una mejor visualización de la página web en un buscador web en un 70% | A3.3.3 Bibliografías                             | A3.3.3.3 Inadecuada elección en las estrategias para mejorar la visualización de la página web. |
| A4. Investigar sobre los servicios que ofrece la imprenta.                                     | A4.4 Observar la interacción de los clientes con los productos en un 70%   | A4.4.4 Estadístico                               | A4.4.4.4 Falsificar servicios y productos durante el proyecto.                                  |
| A5. Capacitar al equipo de trabajo para utilizar la página web.                                | A5.5 Mostrar a al equipo de trabajo la forma de manejar una página web en un 95 %                                    | A5.5.5 Información obtenida mediante entrevistas | A5.5.5.5 Desinterés por parte del equipo de trabajo   |
| A6. Utilizar el rediseño de imagen corporativa en la página web parallax.                      | A6.6 Revelar a los clientes la nueva imagen corporativa en un 50%  | A6.6.6 Información obtenida de encuestas         | A6.6.6.6 Rechazo de la imagen corporativa por parte de la imprenta.                             |
| A7. Rediseñar la imagen corporativa para hacerla más llamativa.                                | A7.7 Rediseñar el logo de la imprenta y obtener reacción de los clientes en un 60 %                                  | A7.7.7 Información obtenida de encuestas         | A7.7.7.7 Mala aceptación de los clientes por la imagen corporativa                              |
| A8. Fotografíar los elementos a usarse en la página web parallax.                              | A8.8 Mostrar en la página web fotografías en buena calidad en un 85 %  | A8.8.8 Observación realizada por el investigador | A8.8.8.8 Falta de recursos en buen estado para fotografías                                      |
| A9. Promocionar la imprenta por medio de sus redes sociales incluyendo la página web parallax. | A9.9 Utilizar un 40% las redes sociales como Facebook con publicaciones.   | A9.9.9 Observación realizada por el investigador | A9.9.9.9 Desinterés por parte de los clientes   |

*Elaborado por: José Torres*

## **Capítulo V**

### **5. Propuesta**

#### **5.01 Antecedentes de la Herramienta y Perfil de la Propuesta**

Una página web es una forma innovadora de transmitir información y es muy importante hoy en día utilizarlas ya sean para empresas grandes como pequeñas, esto las beneficia logrando ampliar su alcance.

El proyecto propuesto es la creación de una página web parallax junto con el rediseño de su imagen corporativa para un mejor manejo de los productos y servicios que ofrece la imprenta Docucentro Tocas también proporcionándole una buena imagen ante su grupo objetivo, competencia y público en general , la página web parallax es una muy buena opción ya que si se desarrolla bien es muy amigable con los usuarios y muy accesible desde cualquier dispositivo dando una buena presentación de sus productos y servicios, cumpliendo siempre con los estándares de calidad e innovación, así creando el diseño e incluyendo sus respectivas redes sociales.

---

## 5.02 Marco Teórico

### 5.02.01 Página web

Una página web es un documento de texto con marcas. Las marcas permiten modificar la presentación del documento, incluir elementos no contenidos en el texto (por ejemplo, imágenes), crear hipervínculos, añadir significado al texto (todavía de forma limitada), etc. A las marcas se les llaman también etiquetas. Las páginas web están pensadas para ser vistas mediante los programas llamados navegadores web. Los navegadores son capaces de interpretar las marcas y presentar el documento tal y como lo diseñó el autor. (Sintes, 2019, par. 1-2)

Una página web es una herramienta con la cual los usuarios pueden comunicarse con las empresas brindando así un mejor servicio, este debe tener donde alojarse para que los usuarios cada vez que lo necesiten pueden encontrar la información que soliciten en su navegador ya sea en un ordenador o un dispositivo móvil para ello se utilizan los llamados host o servidores web que sirven como un lugar de alojamiento para la página web.

Sirve para darse a conocer entre todos aquellos que no conocen tu marca, empresa o PyME, o los productos o servicios que ofreces... Como sistema de generación de confianza a través de los contenidos, artículos, fotografías. (De Vicente, 2018, par. 6-9)

Una página web debe dar confianza a sus clientes o público que interactúe con la misma, esta misma da una presentación a lo que la empresa ofrece y de esta forma ampliar su posicionamiento ante su competencia, además teniendo presencia en internet que hoy en día es muy importante para cualquier empresa.

### 5.02.02 Pagina Web Parallax

El Parallax (también llamado “Parallax scrolling”) es un efecto de diseño web que consiste en simular el desplazamiento de los objetos de una web a diferentes velocidades y en distintas “capas”. Al crear la ilusión de que hay un fondo y unas figuras en primer plano, consigue engañar a nuestro cerebro para que pensemos que estamos viendo un paisaje en 3D. (Gonzalez, 2020, par. 3)

Aunque el efecto parallax no es algo nuevo es un recurso muy usado dando la sensación de profundidad, una de sus funciones es contar historias, pero también sirve como medio para ser una web llamativa, antes de usarse en páginas web se lo usaba en animaciones como las hechas por Disney en sus películas animada y hoy en día se ha convertido en una tendencia por lo cual ejecutar una página web parallax es una muy buena opción para llamar la atención y retener al grupo objetivo y público en general que visite la página web.

### **5.02.03 Sitio Web**

Un sitio web es el conjunto de muchas páginas web, es decir; cuando nos referimos a un sitio web, hablamos de un conjunto de páginas en las cuales encontramos información relevante de nuestro negocio. Un sitio web estará conformado por una página de productos, una página de contacto, una página de quienes somos etc. (Soler, 2019, par. 3)

Un sitio web es la unión de páginas con contenido variado, pero sobre un mismo tema, este está alojada en un servidor web o host ya sea alquilado o ser propietario de uno, para acceder al sitio web es importante conocer su URL (Uniform Resource Locator) o también conocido como Localizador de Recursos Uniformes, con esto se divide la página web en máquina, directorio y archivo.

### **5.02.04 Portal**

Un portal Web tiene por objetivo ofrecer al usuario, de una forma sencilla e integrada, el acceso a una serie de recursos y de servicios, entre los que suelen encontrarse buscadores, foros, documentos, descarga de aplicaciones, compra electrónica, galerías de imágenes y videos, etc. Por lo general, están dirigidos a resolver necesidades específicas de un grupo de personas. (Arriagada, 2007, p. 14)

Un portal web ofrece una gran ayuda cuando se navega en internet ofrecen servicios ya sean de mensajería, para noticias, buscar información etc., se puede hacer una variedad de cosas



y se puede decir que un portal web es un intermediario entre sus usuarios y la información, todo esto conectado a la World Wide Web o también conocido como Web.

#### **5.02.05 Diferencia entre Sitio, Página y Portal Web**

Cada página web que compone un sitio web puede estar conformada por diferentes elementos que hacen de ella un documento mucho más atractivo, tanto en su aspecto visual como en sus contenidos. Dentro de Internet podemos encontrarnos con páginas web con todo tipo de componentes, como imágenes, animaciones, elementos dinámicos como menús desplegables o barras de navegación y aplicaciones complementarias, como plugins y applets que realizan diferentes funciones. (Vázquez, 2006, p. 21)

Aunque básicamente todas están alojadas en servidores y están desarrollados en HTML tienen varias diferencias, en cuanto a una página web es un documento electrónico que contiene información y se puede decir que es el nivel básico en la World Wide Web o también conocido solo como Web y es accesible mediante un navegador, aquí el texto se puede llegar a combinar con imágenes y de esta forma hacer de la página web algo más dinámico y a su vez ejecutar varias acciones a través de la selección de texto o dando clic en imágenes, esto hace que nos lleve a otra página mediante hipervínculos o bien solo llevarnos a alguna otra parte del mismo documento dentro de la página web donde se esté navegando.

Un sitio de la Web es un conjunto de documentos electrónicos de hipertexto (páginas web) que componen y hacen referencia a un tema determinado. Normalmente están definidos por una página de bienvenida (*home page*), que será la que se muestre inicialmente y desde la que se podrá acceder a las demás páginas mediante enlaces (*links*). (Vázquez, 2006, p. 19)

En cambio, un sitio web es algo diferente ya que este es el conjunto de páginas web que tratan de un mismo tema, al entrar a un sitio web se necesita el uso de una dirección y dominio en internet, estos son usados por instituciones públicas y privadas o ya sea por individuos que necesitan comunicarse con todo el mundo en internet, pero en especial es usado por empresas

---

todo esto para ofrecer sus servicios o productos.

Un portal Web es un sitio de Internet caracterizado por facilitar el acceso a distintos recursos o servicios de la World Wide Web (WWW). Estos accesos pueden manejar temas relacionados o ser de diversa índole, ofreciendo así un amplio abanico de temas que podrían ser de interés para el internauta. (Espinoza, 2017, par. 1)

En cuanto a un portal web este se caracteriza por ser la puerta de entrada en la navegación dentro de internet aquí las funciones más vistas son la navegación en foros, la descarga de aplicaciones y documentos entre otras, a esto se lo conoce comúnmente como motor de búsqueda.

En general las páginas web son la unidad básica que al juntarse forman un sitio web y esto a su vez pueden estar en directorios indexados para una mejor y fácil búsqueda de información.

#### **5.02.06 Lenguaje HTML**

HTML es un lenguaje artificial que los ordenadores son capaces de interpretar y diseñado para que los programadores redacten instrucciones que los navegadores ejecuten para originar la página web. Es decir, HTML es un lenguaje de programación, o un “idioma que la máquina entiende y procesa para dar una respuesta”. (Equipo Vértice, 2009, p. 12)

Este tipo de lenguaje de programación nos permite distribuir el contenido multimedia, es un lenguaje que describe la estructura de lo que va a ser la página web y por medio de sus etiquetas se puede manejar ya sean los hipervínculos y la inclusión de texto, animación, imágenes, música etc., es la base de la programación en una página web y actualmente se conoce la versión HTML5 que no es un estándar, pero es recomendado.

---

### **5.02.07 Lenguaje CSS**

Según Beati (2015) “Para agregar belleza, diseño, orden, a nuestras páginas ya estructuradas con HTML utilizaremos CSS. Su función de hacer más agradable la experiencia de uso de una página web.” (p. 34)

Este lenguaje a diferencia del HTML funciona más para definir un aspecto visual en las páginas web para que así se pueda separar la parte de contenido de la parte visual como son los colores y efectos, con esto en muchos casos ha hecho que los tiempos de carga se vean reducidos lo cual resulta beneficioso, actualmente se utiliza la versión CSS3

### **5.02.08 Lenguaje JavaScript**

Según Orós (2008) “JavaScript es un lenguaje de programación creado por Netscape con el objetivo de integrarse en HTML y facilitar la creación de páginas interactivas sin necesidad de utilizar scripts de CGI o Java.” (p. 73)

Usando este lenguaje de programación se puede llegar a crear acciones dentro de la página web esta está escrita en código el cual el navegador lo interpreta y lo muestra en pantalla.

### **5.02.09 Multimedia**

El contenido multimedia siempre es algo que genera visitas debido al contenido en imágenes, videos, música, esto hace que los usuarios se sientan atraídos y tengan el deseo de conocer más y en ocasiones sienten el deseo de visitar nuevamente la página web en un futuro próximo.

---

#### **5.02.10 Texto**

El texto dentro de una página web sirve para dar una idea de lo que se promociona esto hace más fácil a los usuarios que visitan la página web entender el contenido.

#### **5.02.11 Sonidos**

Anteriormente se usaba sonido en páginas web flash, pero debido a las actualizaciones en navegadores y los usuarios poco a poco han ido cambiando sus ordenadores por sus teléfonos móviles el sonido en páginas web han ido desapareciendo, pero a pesar de eso puede ser una buena opción debido a que cuando están mucho tiempo en un sitio web estos tienden a cansarse y aburrirse por eso usar sonidos sería una buena opción, pero si abusar de ella.

#### **5.02.12 Gráficos e iconos**

Es importante el uso de iconos y gráficos ya que estos pueden dar una mejor idea sobre el contenido ofrecido dentro de la misma página web, estos van desde el logo hasta los teléfonos y redes sociales para contactos.

#### **5.02.13 Imágenes**

Se hace el uso de fotografías o ilustraciones para la explicación del contenido puesto dentro de la página web y con esto se da una idea general sobre lo que trata la misma.

---

### **5.02.14 Elementos Visuales de una Página Web, Sitio Web y Portal Web**

#### **a. Menús**

Es una parte importante dentro de una página web debido a que desde aquí se puede navegar a través de links y visualizar todo el contenido, todo esto de forma ordenada y jerárquica y es recomendable que el menú de una página web este enlazada a la página de inicio y así evitar que existan paginas desde las cuales no vayan a ningún otro lado y no se pueda regresar a menos que sea desde la barra de navegador.

#### **b. Botones**

Son los elementos más comunes dentro de una página web su función es la de crear una interacción con el usuario y aunque parezca algo simple es elemental contar con estos ya que por medio de ellos se puede navegar y buscar un contenido específico, estos pueden tener varias formas, pero siempre sin perder el diseño por ejemplo incluyendo botones cuadrados y luego usar botones en círculo, aparte de no ser estético esto hace que el usuario llegue a confundirse.

#### **c. Frames**

“¿Qué es un Frame? Pues sencillamente un marco que divide la pantalla en filas y columnas según nuestras necesidades” (Orós , 2008, p. 58)

Esto nos quiere decir que podemos dividir la pantalla ya sea para la colocación de un banner o los menús principales, siendo cada una de estas independientes como lo es la barra de desplazamiento.

---

#### **d. Banners**

Por medio de Banners los productos o información que queremos que los usuarios observen resalten más, debido a que cada vez los usuarios en internet quieren encontrar la información que buscan de manera rápida el uso de banners se ha hecho de algo fundamental al momento de diseñar una página web, los banners están divididos en varias clases como lo son los estáticos con una sola imagen y los animados donde se hace el uso de dos o varias imágenes.

#### **e. Enlaces**

Es la conexión entre varios archivos por los llamados enlaces o hipervínculos y con esto tener una mejor navegación dentro de la página web, los enlaces son importantes en el diseño de páginas web ya que como se mencionó antes sirven para navegar en la web presentando el contenido multimedia y redireccionar a otras páginas, los enlaces más comunes son los que se usan en un texto ya sea el conocido en color azul o subrayado pero también se los usa en imágenes o para ejecutar archivos en audio y video.

#### **f. Correo Electrónico**

Hoy en día el uso de correo electrónico se ha vuelto algo común y para tener una mejor comunicación entre el cliente y la empresa es necesario que una página web incluya una sección de contactos con un correo establecido para cualquier situación ya sea quejas, comentarios o sugerencias.

---

### **g. Animaciones**

Aparte de dar una estética agradable son muy útiles para llamar la atención agregando una interacción con el usuario y existen diferentes tipos de animaciones como la de fondos, estilo GIF, de transición, activadas por desplazamiento como lo son las secciones de multilinguaje o para la presentación de diapositivas y galerías, se pueden trabajar en CSS.

### **h. Parallax Scroll**

Es un efecto de animación que tiene que ver con la percepción humana creando ilusiones de profundidad al momento de desplazarse por la página web dando una estética única y diferente a muchas otras páginas web y se lo puede trabajar por medio de plugins o bien con lenguaje de programación, al aplicarlas en páginas web estas suelen estar como un solo documento HTML.

#### **5.02.15 Importancia y Utilidad de un Sitio Web**

Está más que demostrado que la incorporación de un sitio web de un negocio se relaciona positivamente con el éxito del mismo y el incremento de las ventas, por lo que su relevancia es máxima hoy en día. La importancia de tener una web de tu empresa es independiente al tamaño de la misma, tanto grandes multinacionales como pequeños comercios, precisan de un lugar en la red para aumentar su productividad, pues supone una manera sencilla y masiva de llegar a los clientes. (Cifuentes, 2017, par. 2)

Hoy en día es importante estar actualizado con las tecnologías y esta es tener presencia en internet, estas sirven ya sean para pequeñas como grandes empresas mejorando sus ingresos y haciendo que su posicionamiento en el mercado sea más grande, alcanzando a nuevos potenciales clientes y mejorando su productividad, el uso de redes sociales como Facebook o Instagram creando paginas o perfiles se puede decir que es lo mismo que tener una página web, pero se debe tomar en cuenta que estas solo son una pequeña parte ya que en estas páginas se

pueden llegar a un número de personas bastante grande pero al tener una página web esto le da a la empresa confianza para con sus clientes y prestigio.

Una página web ofrece varios beneficios útiles a una empresa ya sea grande o pequeña y esto ayuda a que los usuarios decidan comprar dentro de la página web y que a futuro regresen y la visiten, entre sus beneficios están:

#### **a. Alcance Mundial**

Así como una empresa tiene un lugar físico para que los clientes interactúen y compren los productos o servicios que ofrezcan, por esto es importante tener presencia en internet ya que con esto aseguramos que más personas incluso llegando a otros países conozcan nuestros productos o servicios y de esta forma los adquieran, mientras a más personas lleguemos más posibilidades tenemos de que nuestras ventas mejoren considerablemente generando confianza en nuevos posibles clientes.

#### **b. Prestigio**

No debemos mezclar el prestigio con la calidad de los productos o servicios ofrecidos por una empresa ya que lo que verdaderamente genera prestigio es el impulso que sentimos hacia una página web y eso se debe a un buen uso que se le da.



---

### **c. Posicionamiento en Google**

Al momento de buscar algo en internet siempre se lo hace en un buscador y el que más tiene referencia por las personas es Google ya que esta ofrece más confianza, por esto la página web debe estar conectada con Google y de no ser así la empresa está perdiendo de muchos nuevos potenciales clientes.

### **d. Superar la competencia**

Contar con una página web mejora considerablemente el crecimiento de una empresa y por ende dando un mayor posicionamiento de la misma, ofreciendo una clara ventaja sobre su competencia.

Por esto el desarrollo de una página web y su posterior implementación es una clara ventaja para el crecimiento de una empresa generando presencia en internet, así como confianza de parte de sus clientes y atrayendo a nuevos potenciales clientes.

## **5.02.16 Navegadores**

Antes de navegar por internet e interactuar con el contenido multimedia es necesario el uso de herramientas que interpreten el código HTML de las páginas web, aquí es donde aparecen los navegadores de internet o navegadores web, hoy en día existen una gran variedad de ellos, entre los más utilizados están:

---

### **a. Google Chrome**

Es un navegador web donde se puede visualizar contenido multimedia y fue desarrollado por la compañía de Google, actualmente se lo utiliza tanto en ordenadores como en teléfonos móviles y es uno de los navegadores más utilizados.



Figura 7. *Google Chrome*

*Fuente: Google*

### **b. Mozilla Firefox**

Actualmente es el segundo navegador web más utilizado siendo un navegador de código abierto por lo tanto esta libre para desarrolladores de aplicaciones dentro de este navegador y se pueden instalar complementos desarrollados por terceros haciéndolo más agradable.



Figura 8. *Mozilla Firefox*

*Fuente: Google*

### **c. Opera**

Lo que caracteriza al navegador Opera es su velocidad y seguridad y por incluir la función de bloquear publicidad en las páginas web, y hoy en día con su función de VPN para redes privadas.



Figura 9. *Opera*

*Fuente: Google*

### **d. Microsoft Edge**

Este navegador web fue desarrollado por Microsoft y está incluido en la versión de Windows 10 intentando sustituir a su antecesor conocido como Internet Explorer y una de sus características está en la que se conecta a Cortana una asistente virtual incluida en el sistema operativo Windows 10 así como con el almacenamiento en línea con One Drive, actualmente se lanzó la versión Microsoft Edge Chromium esto quiere decir es desarrollado en un sistema de código abierto desarrollado por Google.



Figura 10. *Microsoft Edge*

*Fuente: Google*

#### **e. Safari**

Este navegador desarrollado por Apple solo está disponible para Mac y dispositivos de la empresa, se puede usar en Windows, pero debido a que no se actualiza existen muchos errores y varias páginas web no funcionan apropiadamente, se lo considera el más veloz y consume poca energía a comparación con otros navegadores.



Figura 11. *Safari*

*Fuente: Google*

### **5.03 Descripción de la Herramienta**

#### **5.03.01 Metodología (Materiales y Métodos)**

**Diseño:** Se aplica el uso de la metodología de encuestas para este proyecto.

**Población:** Con el uso de la fórmula para la obtención de la muestra y teniendo en cuenta el grupo objetivo esto nos dejó con un resultado de 369 encuestas que serán realizadas en el Distrito Metropolitano de Quito.

**Entorno:** La realización de las encuestas se la hará en el Distrito Metropolitano de Quito la cual está dividida en varios sectores como lo son sector norte, centro y sur de Quito, también está considerado el sector de Valles a personas dentro del rango de edad del grupo objetivo.

---

**5.03.02 Encuesta****ENCUESTA**

- 1. ¿Conoce la imprenta DOCUCENTRO TOCAS?**  
Sí                                      No
- 2. ¿Considera que comprar productos o servicios en internet es importante?**  
Sí                                      No
- 3. ¿Con que frecuencia busca servicios gráficos en internet?**  
Nunca                              Casi nunca                              A veces                              Siempre
- 4. ¿Con que frecuencia busca servicios de publicidad en internet?**  
Nunca                              Casi nunca                              A veces                              Siempre
- 5. ¿Cuál es el horario en el que está más activo en internet?**  
La mañana                              La tarde                              La noche                              Todo el día
- 6. ¿Cree usted que el uso de páginas web mejora la comunicación con los usuarios?**  
Sí                                      No
- 7. ¿Usted ha utilizado los servicios de una imprenta?**  
Sí                                      No
- 8. ¿Qué tan importante cree usted que es tener presencia en internet?**  
Nada importante                              Poco importante                              Importante                              Muy importante
- 9. ¿Qué tan importante cree usted que es el uso de redes sociales para la venta de productos y servicios?**  
Nada importante                              Poco importante                              Importante                              Muy importante
- 10. ¿Usted visita la página web de algún producto o servicio después de verlo en redes sociales?**  
Sí                                      No

### 5.03.03 Tabulación y Análisis de la Encuesta

#### Pregunta 1: ¿Conoce la imprenta DOCUCENTRO TOCAS?

Tabla 9. Pregunta 1

| Opciones     | Total      | Porcentaje   |
|--------------|------------|--------------|
| Si           | 163        | 44 %         |
| No           | 206        | 56 %         |
| <b>Total</b> | <b>369</b> | <b>100 %</b> |

Elaborado por: José Torres

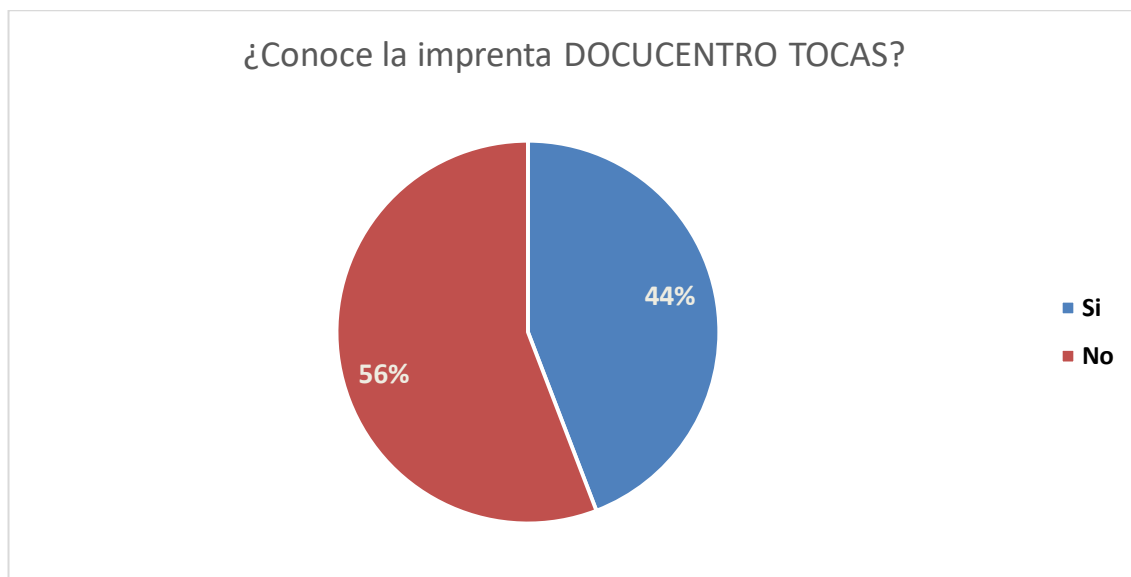


Figura 12. Pregunta 1

Elaborado por: José Torres

#### Análisis:

Como se tenía previsto, el grupo objetivo al que se encuestó no conocía la imprenta Docucentro Tocas esto en un 56%, aunque había un cierto número de personas que si la conocía en un 44% por lo tanto es factible implementar una página web para aumentar su posicionamiento frente a su competencia.

---

**Pregunta 2: ¿Considera que comprar productos o servicios en internet es importante?***Tabla 10. Pregunta 2*

| Opciones     | Total      | Porcentaje  |
|--------------|------------|-------------|
| Si           | 203        | 55%         |
| No           | 166        | 45%         |
| <b>Total</b> | <b>369</b> | <b>100%</b> |

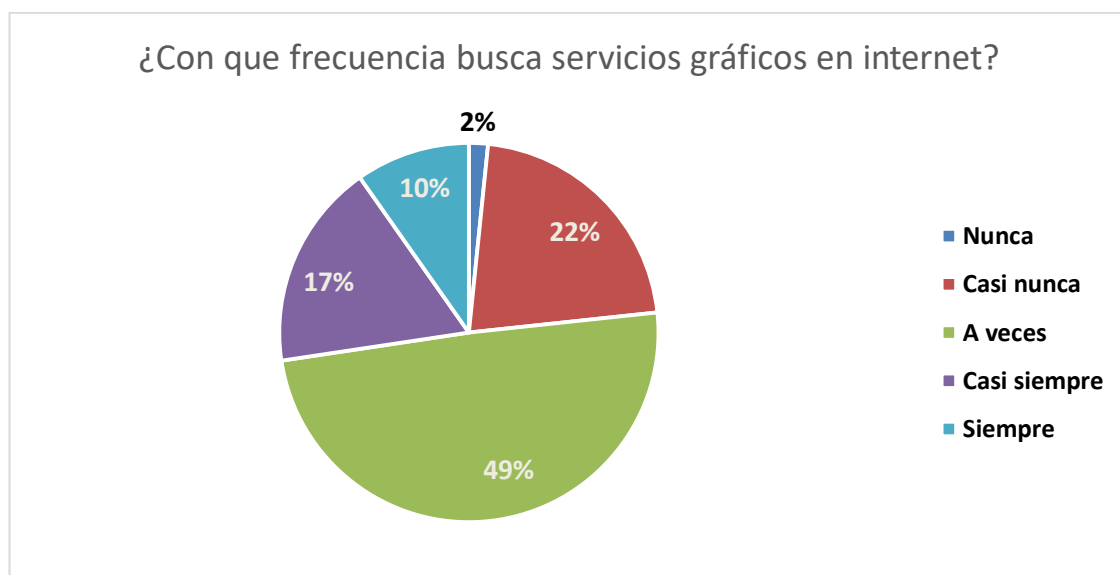
*Elaborado por: José Torres**Figura 13. Pregunta 2**Elaborado por: José Torres***Análisis:**

Según la información recolectada en la segunda pregunta, gran parte de las personas, 55% de ellas cree que comprar por internet es una buena opción, en cambio, un 45% de las personas encuestadas tienen cierta duda debido a que es posible que se produzcan estafas, por lo cual no recomiendan comprar por internet.



**Pregunta 3: ¿Con que frecuencia busca servicios gráficos en internet?***Tabla 11. Pregunta 3*

| Opciones     | Total      | Porcentaje   |
|--------------|------------|--------------|
| Nunca        | 6          | 2 %          |
| Casi nunca   | 80         | 22 %         |
| A veces      | 182        | 49 %         |
| Casi siempre | 65         | 17 %         |
| Siempre      | 36         | 10 %         |
| <b>Total</b> | <b>369</b> | <b>100 %</b> |

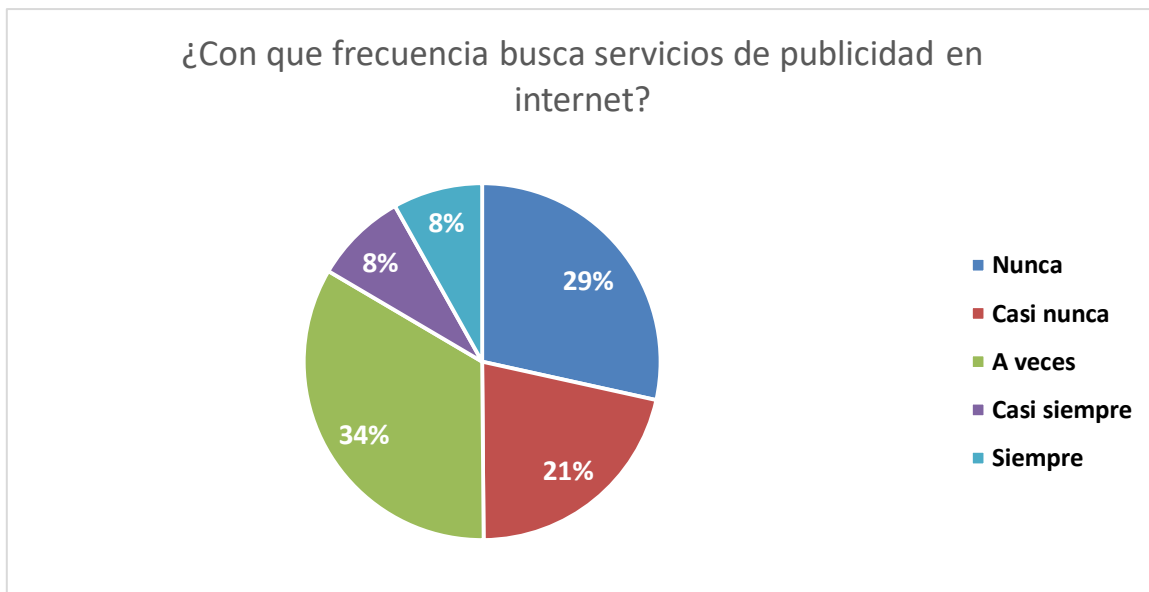
*Elaborado por: José Torres**Figura 14. Pregunta 3**Elaborado por: José Torres***Análisis:**

Las personas encuestadas según el grupo objetivo han pensado en buscar servicios gráficos en internet, esto en jóvenes que están estudiando en universidades o colegios de la ciudad, en cambio, empresas también buscan estos servicios, pero en menor escala debido a que no confían mucho en las imprentas sin una página web donde observar información acerca de esta.

---

**Pregunta 4: ¿Con que frecuencia busca servicios de publicidad en internet?***Tabla 12. Pregunta 4*

| Opciones     | Total      | Porcentaje   |
|--------------|------------|--------------|
| Nunca        | 105        | 29 %         |
| Casi nunca   | 79         | 21 %         |
| A veces      | 124        | 34 %         |
| Casi siempre | 31         | 8 %          |
| Siempre      | 30         | 8 %          |
| <b>Total</b> | <b>369</b> | <b>100 %</b> |

*Elaborado por: José Torres**Figura 15. Pregunta 4**Elaborado por: José Torres***Análisis:**

En esta pregunta en cambio los jóvenes estudiantes de universidades y colegios de la ciudad han buscado servicios de publicidad en internet, también las empresas, pero al no ser un sitio de confianza para empresas estas son muy pocas veces que las buscan en internet, siendo que predomina un 34% las veces que lo hacen.

**Pregunta 5: ¿Cuál es el horario en el que está más activo en internet?**

Tabla 13. Pregunta 5

| Opciones     | Total      | Porcentaje   |
|--------------|------------|--------------|
| La mañana    | 77         | 21 %         |
| La tarde     | 118        | 32 %         |
| La noche     | 89         | 24 %         |
| Todo el día  | 85         | 23 %         |
| <b>Total</b> | <b>369</b> | <b>100 %</b> |

Elaborado por: José Torres

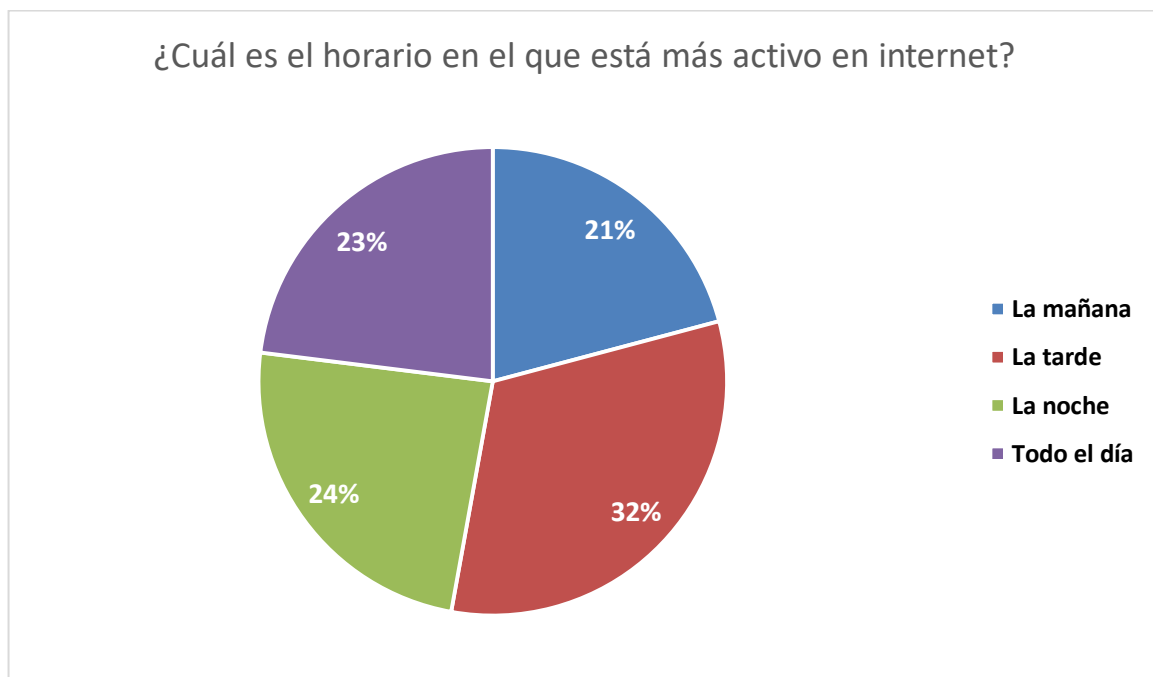


Figura 16. Pregunta 5

Elaborado por: José Torres

**Análisis:**

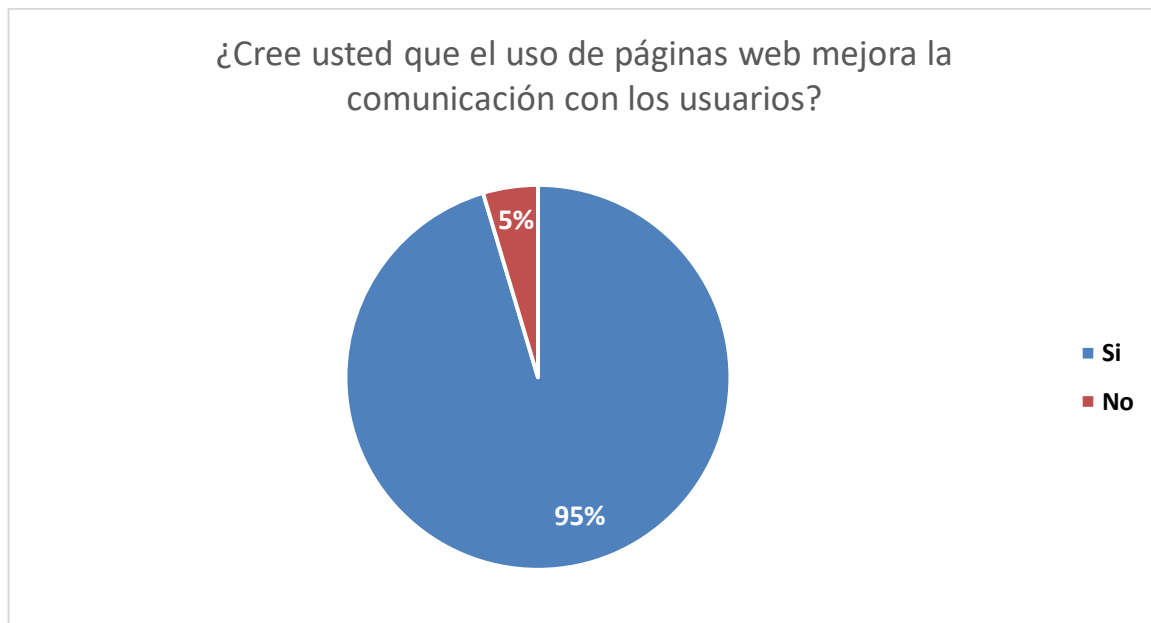
Con esta encuesta se demuestra que el horario preferido por las personas es la tarde para navegar por internet, con un 32% de preferencia y esto puede servir como guía para la publicidad de la página por medio de redes sociales.

**Pregunta 6: ¿Cree usted que el uso de páginas web mejora la comunicación con los usuarios?**

*Tabla 14. Pregunta 6*

| Opciones     | Total      | Porcentaje   |
|--------------|------------|--------------|
| Si           | 352        | 95 %         |
| No           | 17         | 5 %          |
| <b>Total</b> | <b>369</b> | <b>100 %</b> |

*Elaborado por: José Torres*



*Figura 17. Pregunta 6*

*Elaborado por: José Torres*

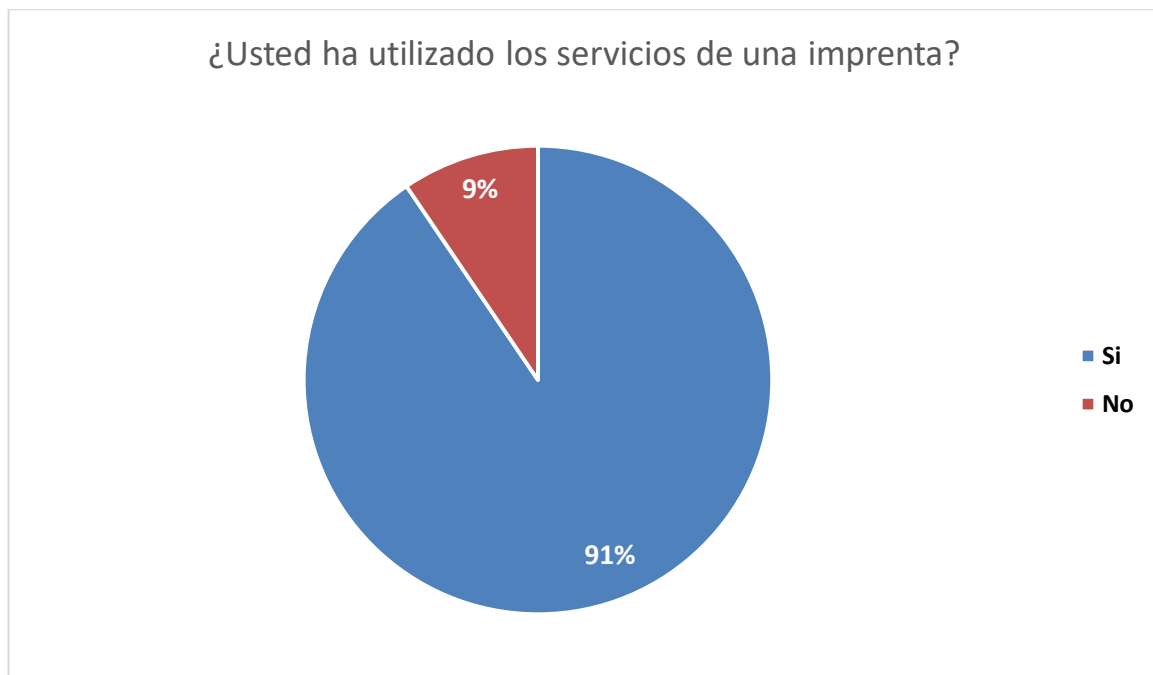
**Análisis:**

En esta pregunta las personas encuestadas en su mayoría con un 95% de preferencia, creen que una página web es una excelente forma de comunicación entre una empresa y sus clientes, aun así, existe un pequeño porcentaje de personas que cree lo contrario con un 5% debido a malas experiencias vividas.

---

**Pregunta 7: ¿Usted ha utilizado los servicios de una imprenta?***Tabla 15. Pregunta 7*

| Opciones     | Total      | Porcentaje   |
|--------------|------------|--------------|
| Si           | 334        | 91 %         |
| No           | 35         | 9 %          |
| <b>Total</b> | <b>369</b> | <b>100 %</b> |

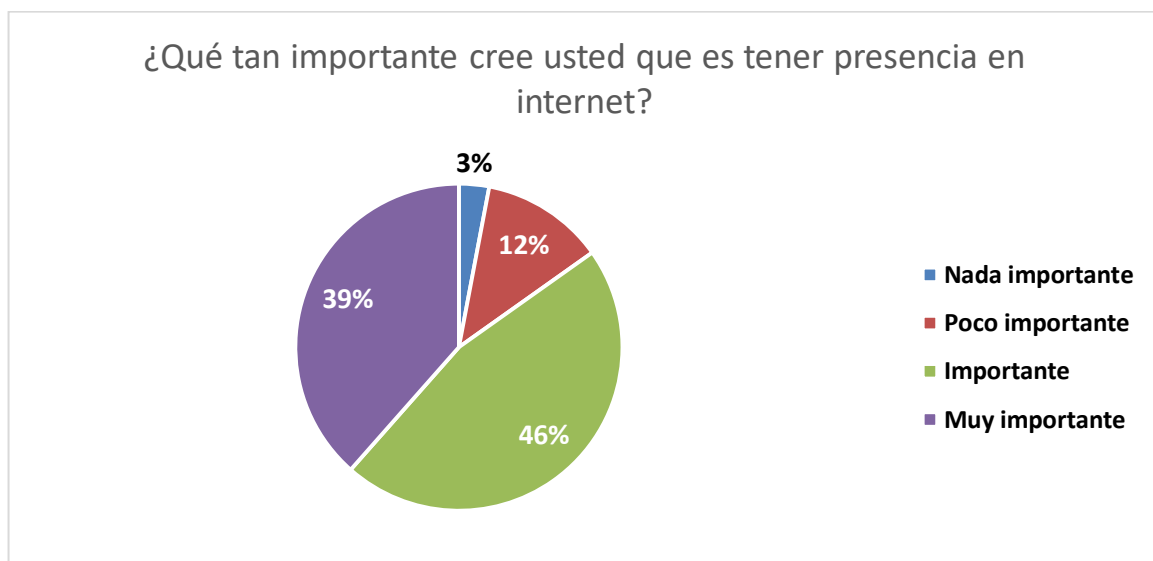
*Elaborado por: José Torres**Figura 18. Pregunta 7**Elaborado por: José Torres***Análisis:**

Aquí las personas que se encuestaron, no usaban los servicios de una imprenta por lo cual decían no haberlo utilizado alguna vez, pero en su gran mayoría en algunas empresas, colegios, universidades eh incluso iglesias afirman haber utilizado este servicio.

---

**Pregunta 8: ¿Qué tan importante cree usted que es tener presencia en internet?***Tabla 16. Pregunta 8*

| Opciones        | Total | Porcentaje |
|-----------------|-------|------------|
| Nada importante | 11    | 3 %        |
| Poco importante | 45    | 12 %       |
| Importante      | 171   | 46 %       |
| Muy importante  | 142   | 39 %       |
| Total           | 369   | 100 %      |

*Elaborado por: José Torres**Figura 19. Pregunta 8**Elaborado por: José Torres***Análisis:**

En esta pregunta las respuestas variaban ya que algunas personas no consideraban que fuera importante tener presencia en internet, ya que, prefieren por este medio podrían ocurrir incidentes como robo de información, pero la mayoría de personas encuestadas cree que es importante actualizarse y mantenerse al corriente de las tendencias como lo es estar en internet para que muchas personas vean los productos que los negocios tienen.

**Pregunta 9: ¿Qué tan importante cree usted que es el uso de redes sociales para la venta de productos y servicios?**

Tabla 17. Pregunta 9

| Opciones        | Total | Porcentaje |
|-----------------|-------|------------|
| Nada importante | 3     | 1 %        |
| Poco importante | 7     | 2 %        |
| Importante      | 173   | 47 %       |
| Muy importante  | 186   | 50 %       |
| Total           | 369   | 100 %      |

Elaborado por: José Torres

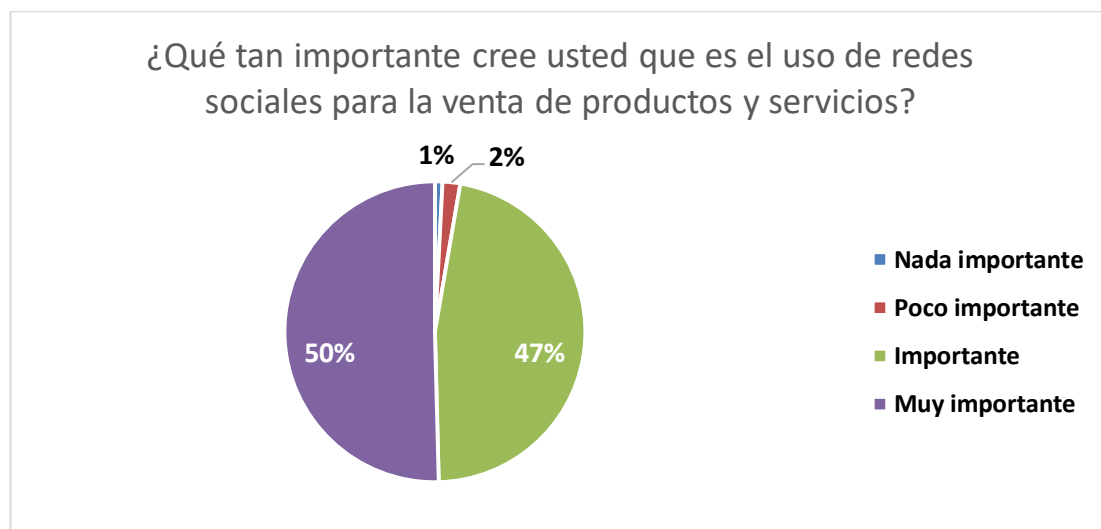


Figura 20. Pregunta 9

Elaborado por: José Torres

**Análisis:**

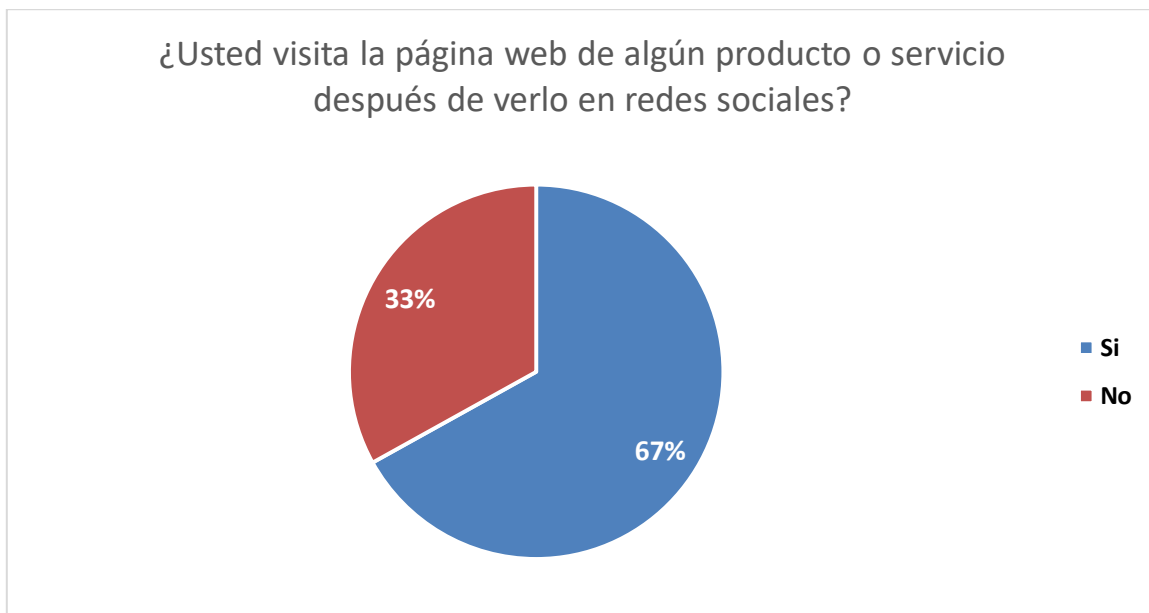
Un porcentaje de las personas encuestadas, un 1 % consideraron que vender por medio de redes sociales no era necesario debido a que ya cuentan con otros medios como lo son afiches o radio y TV para vender sus productos, pero la mayoría de personas encuestadas en un 50 % prefieren ver sus productos favoritos en redes sociales.

**Pregunta 10: ¿Usted visita la página web de algún producto o servicio después de verlo en redes sociales?**

*Tabla 18. Pregunta 10*

| Opciones     | Total      | Porcentaje   |
|--------------|------------|--------------|
| Si           | 247        | 67 %         |
| No           | 122        | 33 %         |
| <b>Total</b> | <b>369</b> | <b>100 %</b> |

*Elaborado por: José Torres*



*Figura 21. Pregunta 10*

*Elaborado por: José Torres*

**Análisis:**

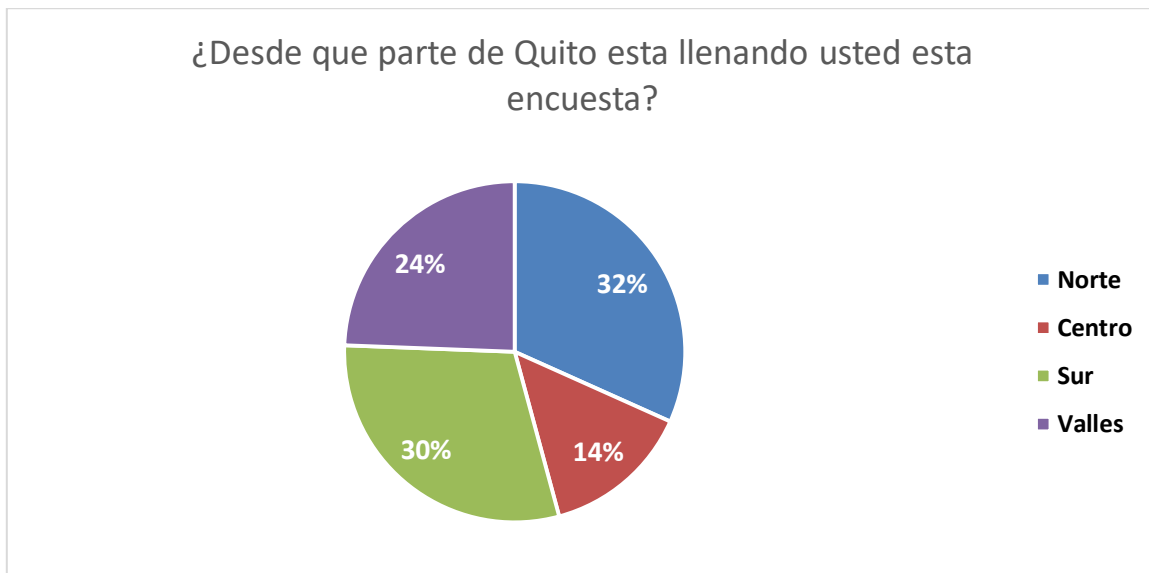
Las personas encuestadas afirman en un 67% que después de ver sus productos favoritos en redes sociales sintieron la necesidad de buscarlo en sus páginas web, aunque en menor porcentaje un 33% afirmaron que no lo hacían debido a que las publicaciones en redes sociales no eran llamativas.



---

**Pregunta 11: ¿Desde qué parte de Quito está llenando usted esta encuesta?***Tabla 19. Pregunta 11*

| Opciones | Total | Porcentaje |
|----------|-------|------------|
| Norte    | 117   | 32 %       |
| Centro   | 52    | 14 %       |
| Sur      | 110   | 30 %       |
| Valles   | 90    | 25 %       |
| Total    | 369   | 100 %      |

*Elaborado por: José Torres**Figura 22. Pregunta 11**Elaborado por: José Torres***Análisis:**

Esta pregunta se la realizo como parte de la encuesta para conocer los lugares a donde llego este proyecto que se lo realizo en todo Quito según el grupo objetivo y las personas que decidieron colaborar siendo mayormente en el sector norte con un 32%, seguido por el sur con un 30% y valles con un 24%, aunque no se tuvo mucho apoyo en el sector del centro de la ciudad contado con un 14% de encuestas realizadas.

## **5.04 Formulación del Proceso de aplicación**

### **5.04.01 Brief Corporativo**

La imprenta Docucentro Tocas se encuentra ubicada en la ciudad de Quito, en el sector de La Concepción en las calles Av. La Prensa y Zambrano, abre sus puertas desde el año 2009.

La empresa cuenta con misión, visión y valores la cual la llevan manejando por años desde su apertura.

**Misión:** Ser una empresa familiar a nivel nacional solvente; capaz de comercializar artículos de calidad en el campo informático y prestar servicios propios de un centro de cómputo y copiado; con equipos de última tecnología de acuerdo a las necesidades del cliente; con cordialidad, profesionalismo, ética, calidad, eficiencia, rapidez y puntualidad.

**Visión:** Empresa Familiar generadora de políticas de comercio y prestación de servicios en las correspondientes áreas de acción; apoyados por recursos humanos, financieros, administrativos; en un contexto articulado y de rendición de cuentas, con la participación de sus protagonistas para ofrecer servicios de calidad y calidez humana.

**Valores:** Los valores que maneja la empresa son la responsabilidad con los clientes, servicio, trabajar con honestidad, innovación, el respeto, el trabajo en equipo, calidad, la puntualidad y el trabajo en equipo.

#### **5.04.02 Empresa**

Docucentro Tocas es una empresa que se dedica al servicio de imprenta y publicidad, también aportando la con la venta de productos variados, esto enfocado al grupo objetivo establecido que es personas de 12 a 50 años con un nivel socioeconómico media, media alta y alta.

Es una empresa familiar orientada a la impresión, copiado, ploteado y diseño gráfico que fue fundada en el año 1996. El fin de esta empresa es la de ofrecer a los clientes los mejores equipos de computación; y servicios de impresiones, copias, escaneados, ploteados, sublimaciones y diseño gráfico.

#### **5.04.03 Situación actual del producto**

Actualmente la imprenta Docucentro Tocas se ha ido modernizando adquiriendo nuevas máquinas para sus respectivos trabajos, pero como ha sido un proceso largo y por motivos de tiempo y de presupuesto anteriormente no han podido implementar su propia página web donde mostrar sus productos y servicios por lo cual han perdido ventas afectando económicamente y gran cantidad de posibles nuevos clientes.

#### **5.04.04 Concepción**

**Propósito:** Desarrollar una página web parallax con el fin de promocionar sus productos y servicios, de igual forma aumentar el posicionamiento de la imprenta frente a su competencia y de esta forma incrementar sus ventas.

---

**Usuario:** Se tiene previsto que el uso de la página web está dirigido a personas que aún están en periodos académicos como colegios y personas mayores de edad ya sean de empresas o individuos, esto para facilitar la comunicación con la empresa.

**Género:** No se toma en cuenta el género ya que la página web está desarrollada para que para cualquier persona que esté interesado en obtener servicios de diseño gráfico y que cuente con acceso a un ordenador, dispositivo móvil y con acceso a internet.

**Servicios:** Se presentan los servicios como son impresiones en diferentes tipos de papel, servicios de publicidad tanto impresa como digital, el uso de distintas impresoras, el usuario tendrá la opción de interactuar.

**Herramientas:** Para desarrollar este proyecto es obligatorio el uso de herramientas esenciales como lo son el uso de equipos, software y hardware.

**Hardware:** Para desarrollar la página web parallax se tuvo el uso de una computadora y una cámara con las siguientes características:

**Laptop HP 15-bs15la**

**Procesador:** Intel(R) Core (TM) i5-7200U CPU @ 2.50GHz 2.70GHz

**Memoria instalada (RAM):** 8.00GB

**Tipo de sistema:** Sistema operativo de 64 bits, procesador x64

**Disco duro:** 1TB

**Sistema operativo:** Windows 10 Enterprise

---

**Tarjeta de video:** Intel(R) HD Graphics 620

AMD Radeon (TM) 520

**Cámara Nikon Réflex Digital D5600**

Servirá para la realización de fotografías necesarias para galerías y banners animados necesarios para implementarlos en la página web.

## **5.05 Diseño**

### **5.05.01 Guión**

La página web desarrollada está compuesta por una página principal que es el centro o cuerpo principal, en donde se inicia dando clic en la imagen de la imprenta esta se desliza hacia abajo a su pantalla de inicio donde aparece un banner animado junto con unos pequeños botones que al seleccionarlos el usuario será deslizado hasta llegar ya sea a los miembros del equipo de trabajo o a comentarios que dejaron los usuarios en redes sociales así mismo como también se puede navegar por la página web desde información sobre la empresa hasta contactos y así contactarse con la imprenta o ver información sobre el lugar donde está ubicado

## 5.05.02 Contenido

### a. Pantalla de inicio

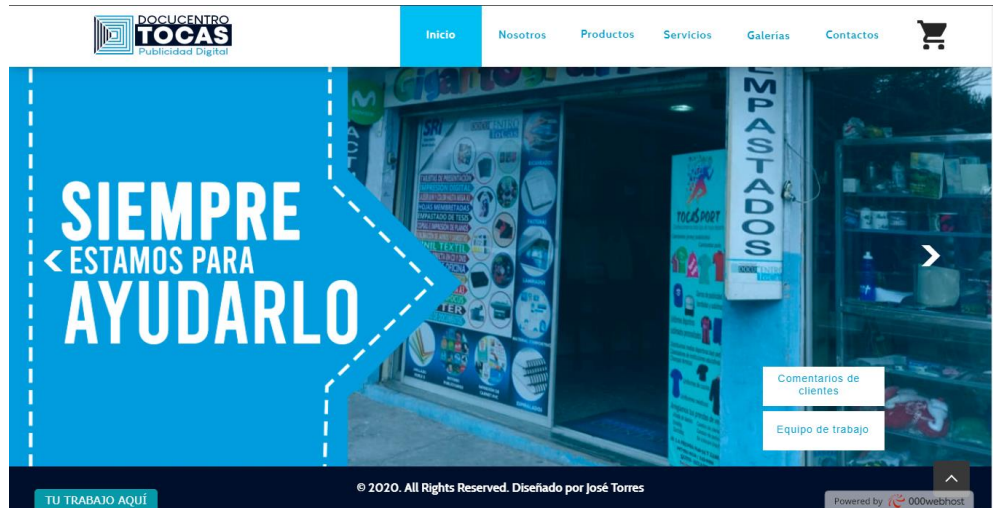


Figura 23. *Pantalla de inicio*

*Elaborado por: José Torres*

### b. Pantalla de productos

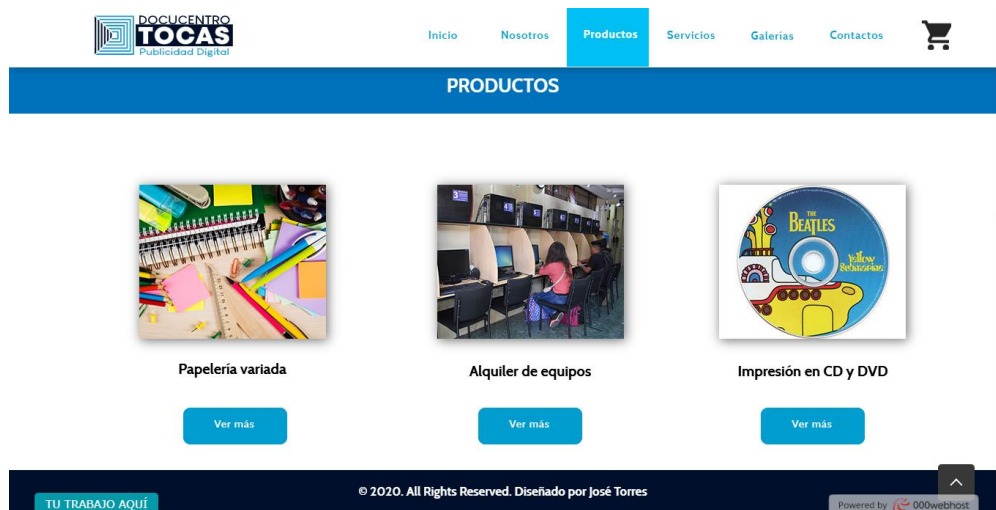


Figura 24. *Pantalla de productos*

*Elaborado por: José Torres*

### c. Pantalla de servicios

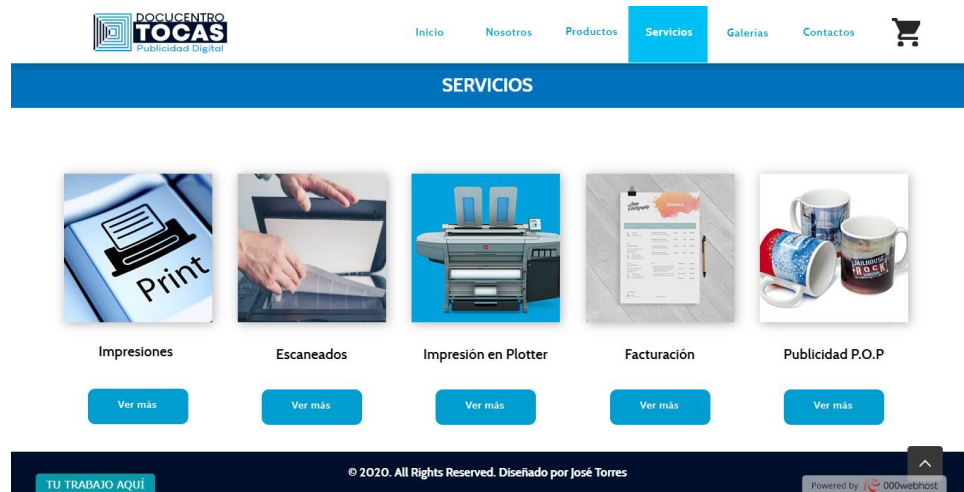


Figura 25. Pantalla de servicios

Elaborado por: José Torres

### d. Pantalla de contactos

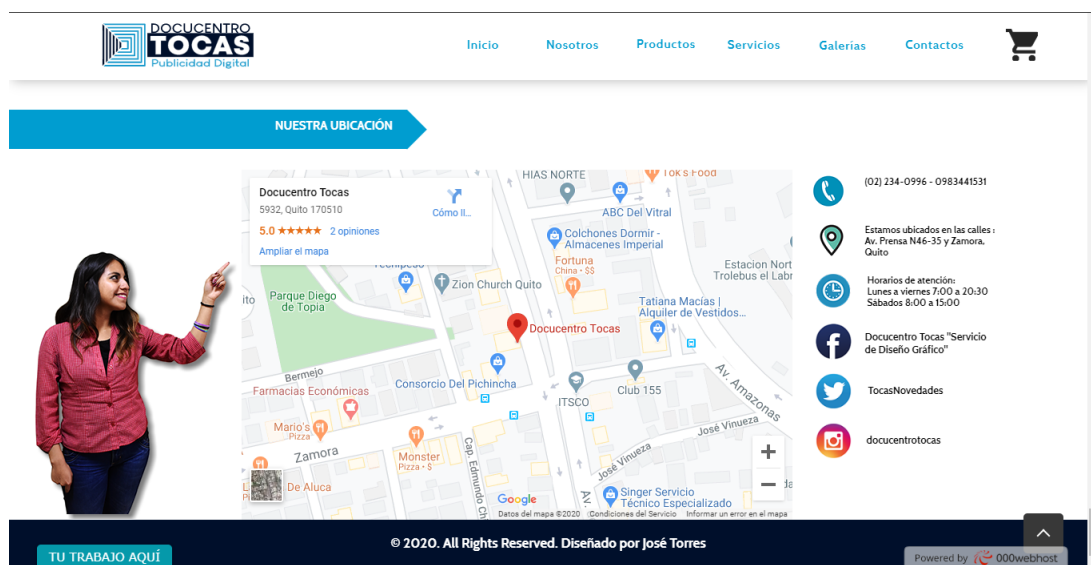


Figura 26. Pantalla de contactos

Elaborado por: José Torres

### 5.05.03 Mapa de contenidos

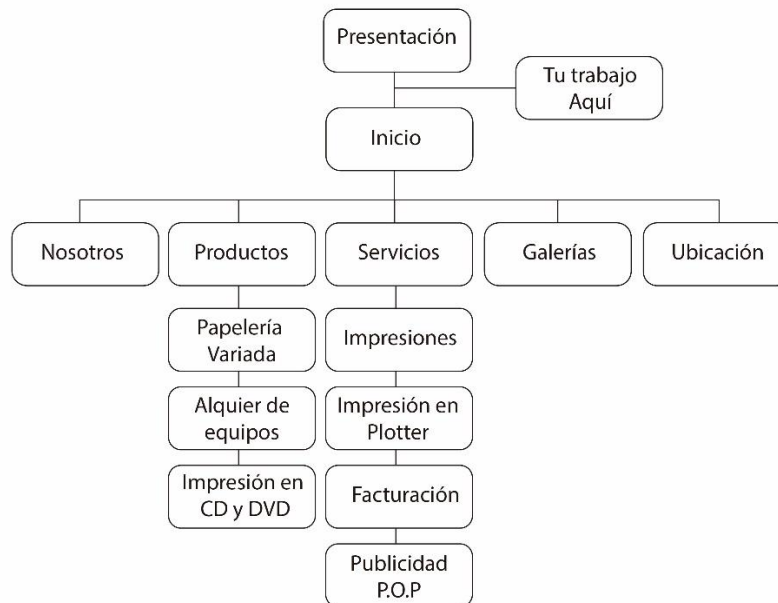


Figura 27. Mapa de contenidos

Elaborado por: José Torres

### 5.05.04 Imagen corporativa



Figura 28. Imagen corporativa

Elaborado por: José Torres

Presentación del rediseño de la nueva imagen corporativa aprobada por la imprenta y que servirá para el uso en la página web con sus respectivas medidas y retícula.



### 5.05.05 Colores

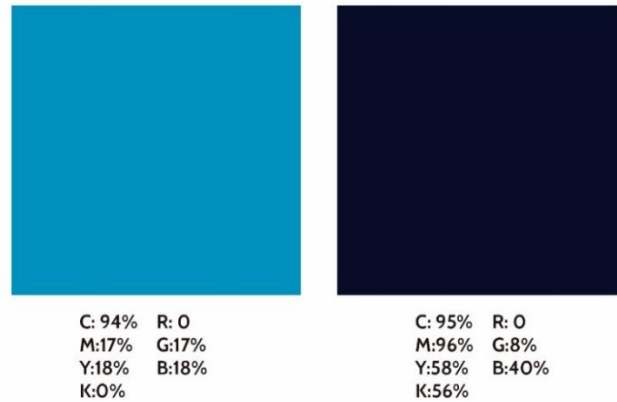


Figura 29. Colores

Elaborado por: José Torres

### 5.05.06 Tipografía

La tipografía usada en el desarrollo de la página web parallax se llama Cabin y se usó variantes de la misma.

Cabin

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

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

¡ “ ” # \$ % & / ( ) = ? ¡ @

**Cabin bold**

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

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

**¡ “ ” # \$ % & / ( ) = ? ¡ @**

Cabin medium

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

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

¡ “ ” # \$ % & / ( ) = ? ¡ @

### 5.05.07 Botones

#### a. Botonera de menú

[Inicio](#)[Nosotros](#)[Productos](#)[Servicios](#)[Galerías](#)[Contactos](#)

Figura 30. *Botones de menú*

*Elaborado por: José Torres*

#### b. Botones de Interacción

[Ver más](#)[Ver más](#)[Ver más](#)

Figura 31. *Botones de interacción*

*Elaborado por: José Torres*

#### c. Botones de redes sociales



Docucentro Tocas "Servicio  
de Diseño Gráfico"



TocasNovedades



docucentrotocas

Figura 32. *Botones de redes sociales*

*Elaborado por: José Torres*

### 5.05.08 Retículas

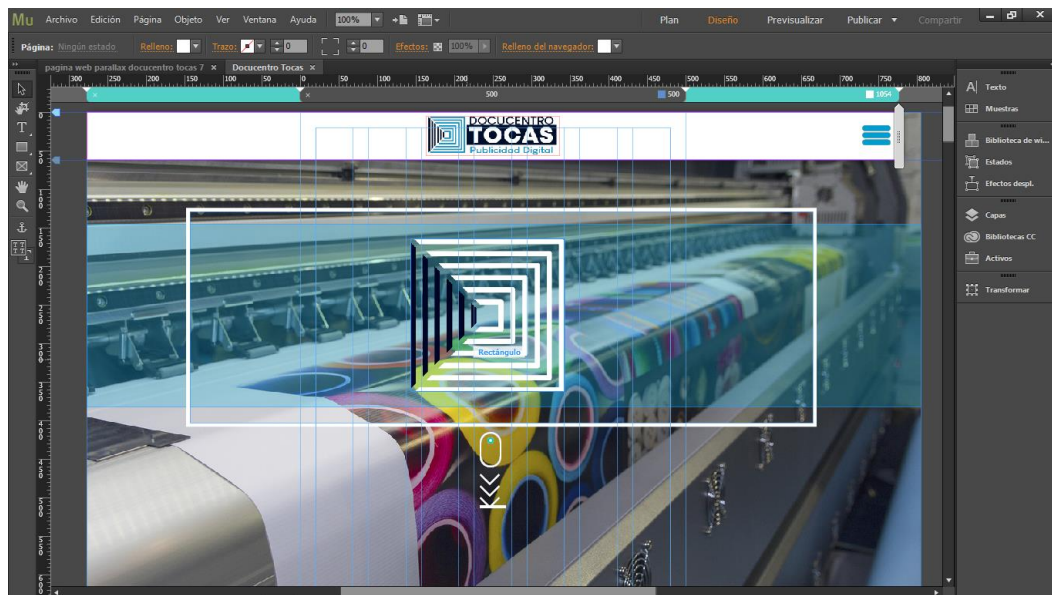


Figura 33. Retículas

Elaborado por: José Torres

### 5.05.09 Producción

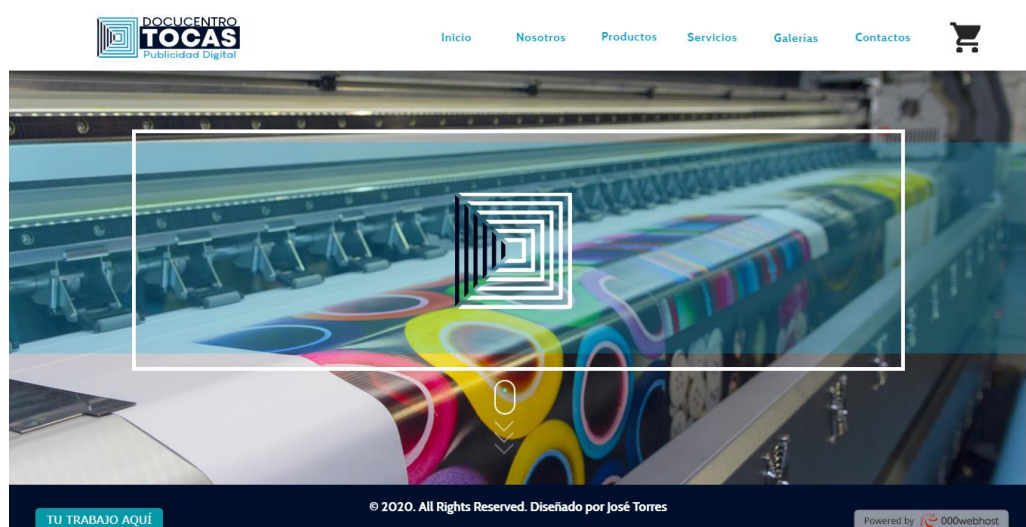


Figura 34. Producción

Elaborado por: José Torres

### 5.05.10 Programación

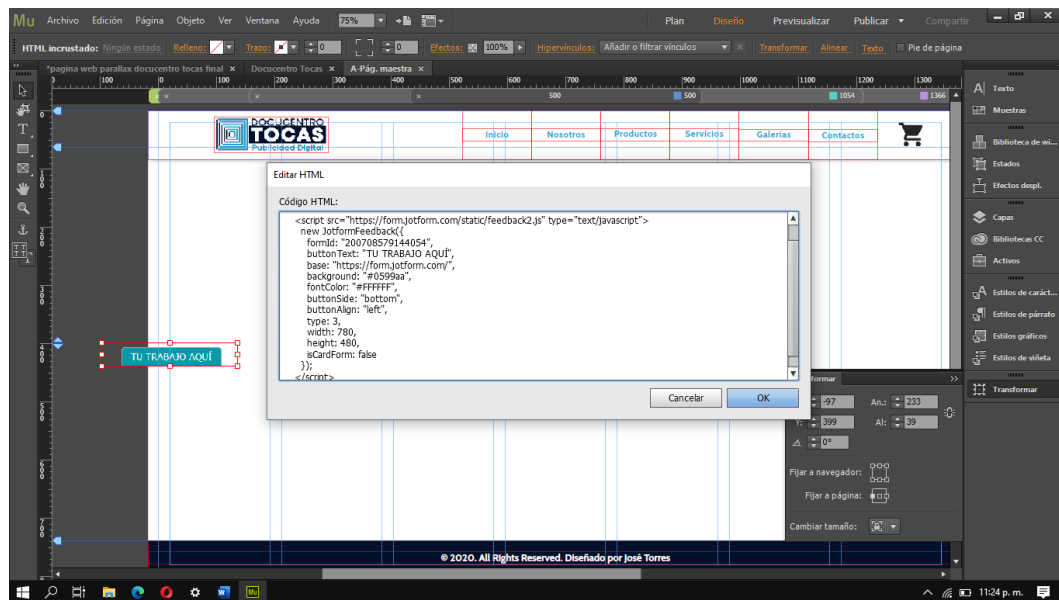


Figura 35. Programación

Elaborado por: José Torres

### 5.05.11 Navegación

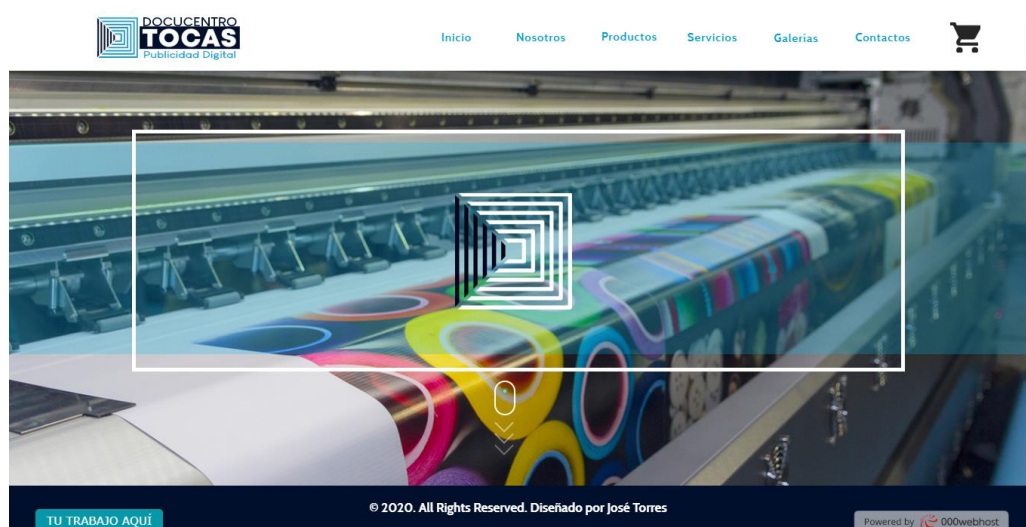


Figura 36. Navegación

Elaborado por: José Torres

### 5.05.12 Banner animado

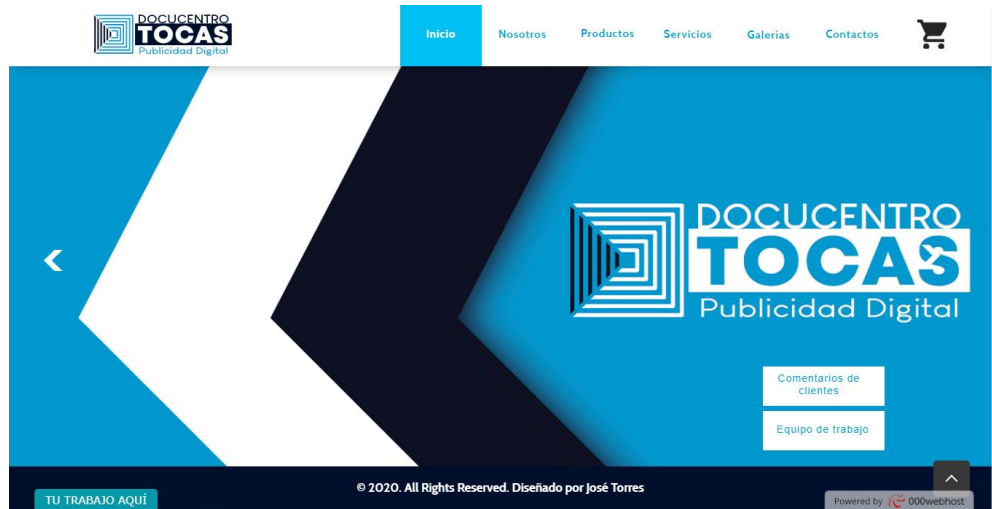


Figura 37. *Banner animado*

*Elaborado por: José Torres*

## 5.06 Diseño de programación: Diagramas UML

### 5.06.01 Planificación

Aquí se va a detallar las actividades que se realizan en el tiempo que se estableció para el desarrollo de la página web junto la integración de un rediseño en su imagen corporativa, también tomándose en consideración las fotografías necesarias y recolección de información necesaria fijando responsables y estableciendo resultados.

Tabla 20. Planificación

| N. | Actividad   | Responsable  | Tiempo    |        |   |   | Resultados Esperados   |   |
|----|---|--------------|-----------|--------|---|---|--|---|
|    |   |              | Mes       | Semana |   |   |  |   |
|    |   |              |           | 1      | 2 | 3 |  | 4   |
| 1  | Recolección de información                            | Investigador | Diciembre | X      |   |   | Información de productos y servicios                             |   |
| 2  | Recolección de archivos multimedia                    | Investigador | Diciembre | X      |   |   | Conseguir elementos multimedia que se incluyen den la página web |   |
| 3  | Creación de bocetos de rediseño de imagen corporativa | Investigador | Enero     |        | X | X | Elaboración de la idea general para la nueva imagen corporativa  |   |
| 4  | Desarrollo de estructura de página web parallax       | Investigar   | Enero     |        |   | X | Creación de la estructura de página web                          |   |
| 5  | Aprobación de nueva imagen corporativa                | Empresa      | Febrero   | X      |   |   | Aprobación de imagen corporativa para página web                 |   |
| 6  | Desarrollo de interfaz de la página web               | Investigador | Febrero   |        | X |   | Organización y elaboración de la pantalla de inicio              |   |
| 7  | Prueba de estabilidad de la página web                | Investigador | Febrero   |        |   | X | Comprobar si existen fallas en el diseño                         |   |
| 8  | Realización de encuestas a grupo objetivo             | Investigador | Febrero   |        |   | X | X  | Realización de encuestas y tabulación de resultados |
| 9  | Prueba final de la página web                         | Investigador | Febrero   |        |   |   | X  | Prueba final de la página web antes de lanzamiento  |
| 10 | Lanzamiento de página web                             | Investigador | Febrero   |        |   |   | X  | Implementación de página web                        |

Elaborado por: José Torres

## 5.06.02 Pruebas

### 5.06.02.01 Pruebas físicas

Durante las pruebas la página web parallax no presento fallos, su funcionalidad se la ha podido comprobar en ordenadores y dispositivos móviles.



**a. Vista en navegador**

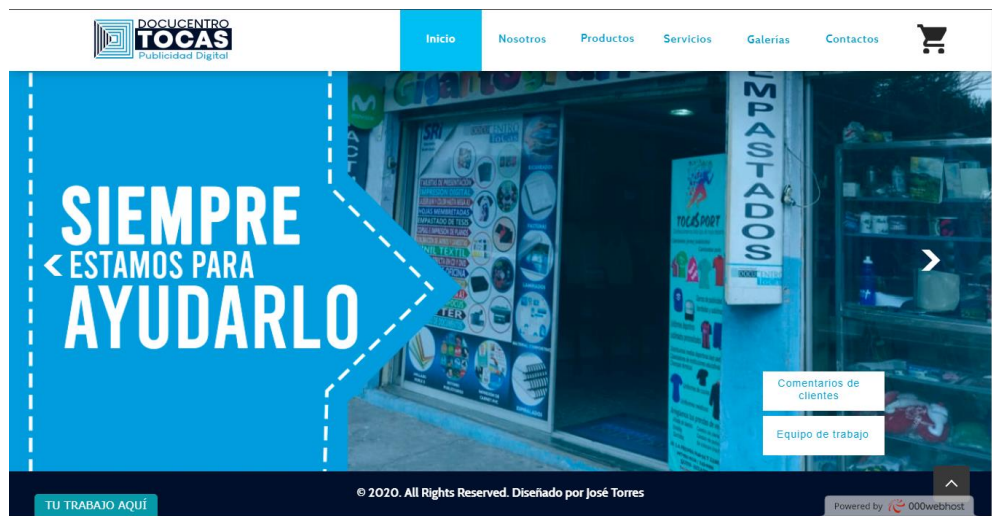


Figura 38. *Vista en navegador*

*Elaborado por: José Torres*

**b. Vista en dispositivos móviles**



Figura 39. *Vista en dispositivos móviles*

*Elaborado por: José Torres*

#### **5.06.02.02 Pruebas Alpha**

Se realiza las pruebas correspondientes antes del lanzamiento final para corregir errores si existen, esto se lo realiza en conjunto con la empresa dando el visto bueno por parte de la misma llegando así al final de desarrollo de la página web.

#### **5.06.02.03 Pruebas Beta**

Como parte de las pruebas finales la página es mostrada a un cliente de la empresa para observar si existen inconvenientes con la navegación a través de la interfaz de la página web desde un computador de escritorio.

#### **5.06.02.04 Mantenimiento**

La página web estará en constante actualización por esto se lo realizará a través de su personal que será capacitado para el continuo mantenimiento de la página web y así evitar errores en el futuro.



### 5.06.02.05 Manual Corporativo

#### a. Papelería corporativa

- Tarjeta de presentación



Figura 40. Tarjetas de presentación

Elaborado por: José Torres

- Carpeta corporativa



Figura 41. Carpeta corporativa

Elaborado por: José Torres

- **Hoja membretada**

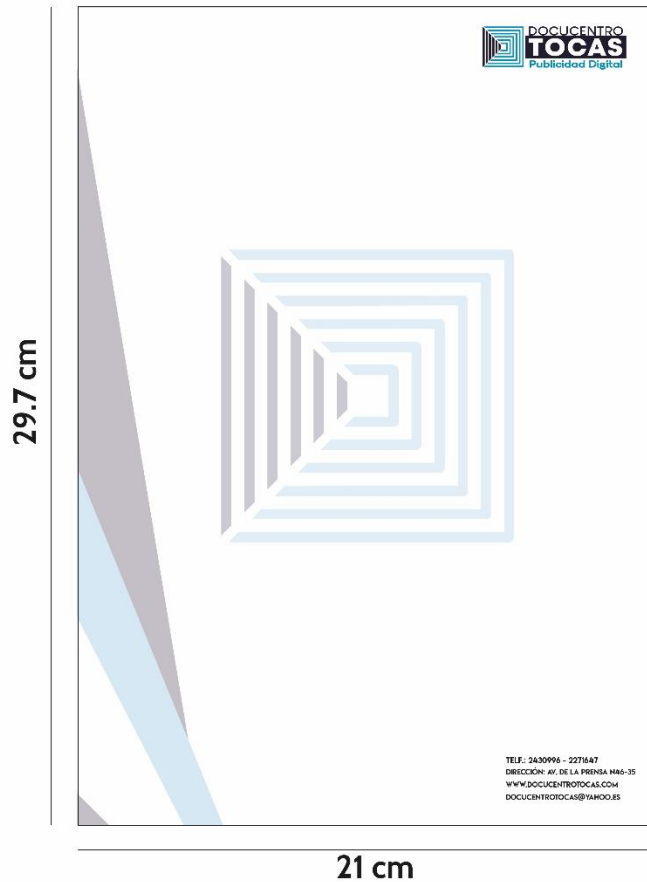


Figura 42. *Hoja membretada*

*Elaborado por: José Torres*

- **Sobre carta**

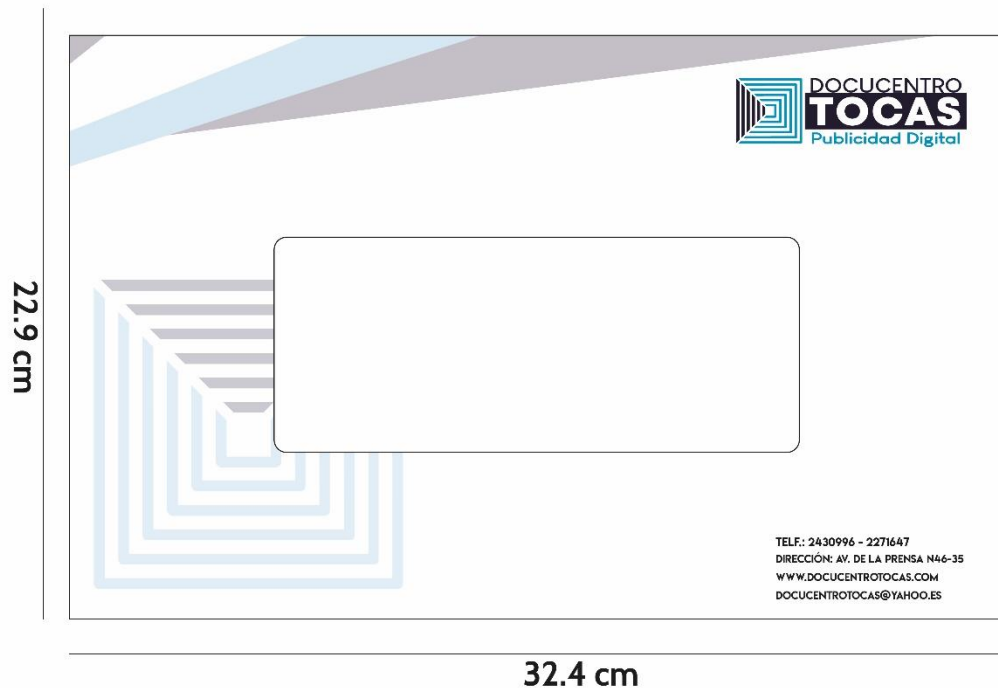


Figura 43. *Sobre carta*

*Elaborado por: José Torres*

### **5.07 Marketing y difusión**

Para un mejor funcionamiento con la página web se necesita la realización de un análisis FODA para conocer en que la favorece y al mismo tiempo que impide que este alcance la meta propuesta para que así logre integrarse correctamente con el usuario.

### 5.07.01 FODA

Tabla 21. FODA

| Fortalezas   | Oportunidades   |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Es muy sencillo navegar en la página web.</li></ul>  | <ul style="list-style-type: none"><li>• La página web parallax puede ser vista ya sea de un ordenador o un dispositivo móvil.</li></ul> |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• El contenido presentado es fácilmente entendible por los usuarios.</li></ul>                               | <ul style="list-style-type: none"><li>• Los usuarios pueden encontrar información sobre lo que ofrece la imprenta.</li></ul>            |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• La forma de comunicación entre los clientes y la imprenta es accesible.</li></ul>                          | <ul style="list-style-type: none"><li>• Interés por parte de nuevos potenciales clientes.</li></ul>                                     |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Es una página web distinta a otras ya puestas por la competencia.</li></ul>                                | <ul style="list-style-type: none"><li>• Aumenta el alcance que tiene la imprenta.</li></ul>   |
| Debilidades  | Amenazas  |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• No haber contado con conocimientos previos por parte de la imprenta en el manejo de páginas web.</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• La competencia que ya cuenta con páginas web.</li></ul>   |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Ser una página web nueva.</li></ul>  | <ul style="list-style-type: none"><li>• El potencial ataque por parte de hackers.</li></ul>   |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• El tiempo de carga puede variar siendo posiblemente una carga más lenta.</li></ul>                         | <ul style="list-style-type: none"><li>• Posibles problemas con el proveedor del host.</li></ul>   |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Un presupuesto no apto para considerar obtener un buen host.</li></ul>                                     | <ul style="list-style-type: none"><li>• La competencia ofrece mejores páginas web.</li></ul>  |

Elaborado por: José Torres

### 5.07.02 Herramientas de marketing digital

Para obtener un buen rendimiento y que la página web llegue a muchos usuarios en internet se recurre a usar estrategias de SEO, así llegando a aparecer primero en buscadores web y de esa forma obtener mejores resultados.

Según Hernández (2017) “El Search Engine Optimization (SEO) o la optimización de motores de búsqueda es importante para que tu sitio web sea más visible y tenga mayor autoridad en los buscadores web.” (par. 3)

Esto quiere decir que para que nuestra página web sea más visto en los buscadores y tenga mayor afluencia de usuarios debemos realizar una buena estrategia y para lograrlo debemos usar el SEO.

#### **a. Grupo objetivo**

Ya con el conocimiento de quien es el grupo objetivo siendo estas personas de edades de 12 a 50 años de edad de nivel socioeconómico media, media alta y alta se procede a continuación con el siguiente paso.

#### **b. Palabras clave**

Las palabras son un buen complemento para que al momento de hacer una búsqueda en los navegadores la página web pueda aparecer entre los primeros resultados para esto las palabras clave que se han elegido son:

- Diseño gráfico
- Boceto
- Armado
- Impresión
- Donde imprimir quito

- 
- Contenido gráfico
  - Creativo
  - Diseño de dípticos
  - Diseño de trípticos
  - Diseño de flyers
  - Diseño de folletos
  - Diseño editorial
  - Publicidad
  - Publicidad impresa
  - Publicidad digital
  - Papelería
  - Imprenta
  - Imprenta Quito
  - Imprentas autorizadas por el sri en quito
  - Diseño quito
  - diseño
  - Imprenta 2020 barata
  - cuadernos personalizados
  - Fotomontaje
  - Diseño de facturas quito
  - Ilustración vectorial
  - Merchandising
  - Jarros personalizados quito

- Camisetas personalizadas
- Impresión carpetas personalizadas quito
- Impresión catálogos
- Pastas duras quito
- Impresión tesis quito
- docucentro tocas
- docucentro
- tocas

### **c. Analizar a la competencia**

Una vez definidas las palabras clave lo que sigue es analizar a la competencia en cuanto a las palabras claves y como la competencia tiene más prioridad al momento de buscarlas en un navegador y para esto existe una buena herramienta que permite ver esa información importante.

Se llama MozBar, esta herramienta se la puede descargar e instalar de forma de extensión en cualquier navegador y permite visualizar que palabras clave usa la competencia.

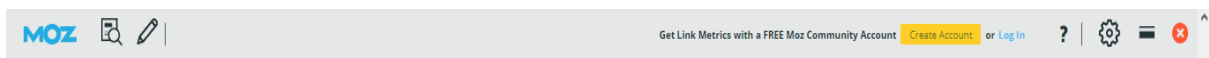


Figura 44. *MozBar*

*Fuente: MozBar*

---

#### **d. Las imágenes**

Es importante tener en cuenta el peso de las imágenes ya que esto puede hacer que el tiempo de carga aumente o disminuya, además de siempre dar nombre a las imágenes todo esto funciona muy bien.

#### **e. Metadescripción, personalización de links y favicon**

Es importante tener cuidado al momento de incluir el SEO para una página web, en la metadescripción hay que incluir una buena descripción ya que esta es la que aparecerá en el buscador, mezclándolo con las palabras claves.

También es importante saber personalizar los links de forma que sea más fácil su visualización y así como en la metadescripción es necesario incluir las palabras clave, lo mismo pasa con el favicon, esta es la imagen que aparecerá en la pestaña del navegador junto al nombre de la página web.

#### **f. Enlaces rotos**

Los enlaces rotos son algo que siempre se deben solucionar ya que si esto sucede los usuarios que visiten la página ya no seguirían navegando dentro de ella y dañaría la experiencia alcanzada por el SEO bajando el posicionamiento de la misma.

#### **g. Medir la estrategia SEO**

Para analizar si la estrategia de SEO implementada funciona se puede recurrir a herramientas que Google ofrece gratuitamente como lo son:



---

- **Google Search Console**

Google Search Console es una herramienta que tiene el objetivo de brindar información acerca de la presencia de los sitios web en Google, como el número de clics en cada URL y los errores de configuración técnica que afectan negativamente el posicionamiento en las páginas de resultados. (Coutinho, 2018, par. 5)

Esta herramienta nos permite ver cómo estamos en el navegador con la página web mostrando información relevante de forma que se pueda optimizar nuestra presencia en los buscadores y evitar errores.

- **Google Analytics**

Según Mousinho (2018) “El GA es una plataforma de análisis de datos en línea de Google que, a partir de la instalación de un código en las páginas del sitio, recopila información de los usuarios y los transforma en informes.” (par. 1)

Junto a Google Search Console son herramientas muy útiles ya que nos muestran información relevante sobre cómo está el tráfico en la página web, en Google Analytics nos permite ver información como la del tiempo que un usuario está en la página web, así como la cantidad de usuarios que la visitan o de dónde vienen.

- **Google Page Speed Insights**

Según Montalvo (2019) “Google PageSpeed Insights es la herramienta online encargada de analizar el rendimiento de las páginas web.” (par. 5)

Esto permite analizar el estado de carga de la página web tanto en la versión para ordenadores de escritorio como para la versión de dispositivos móviles y la mejor forma para

mejorar el rendimiento de la misma por medio de sugerencias, además de darnos la información de cuánto tiempo un usuario consume el contenido de la página web.

### 5.07.03 Volantes



Figura 45. Volante Docucentro Tocas

Elaborado por: José Torres

### 5.07.04 Redes Sociales

Para que los usuarios se enteren de la existencia de la página web además de una estrategia SEO para que sea mejor posicionada es importante el uso de redes sociales para promocionar en este caso se hace el uso de redes sociales como son Facebook, Instagram y Twitter.

**a. Facebook**



Figura 46. *Publicación de Facebook*

*Elaborado por: José Torres*

**b. Instagram**



Figura 47. *Publicación de Instagram*

*Elaborado por: José Torres*

**c. Twitter**

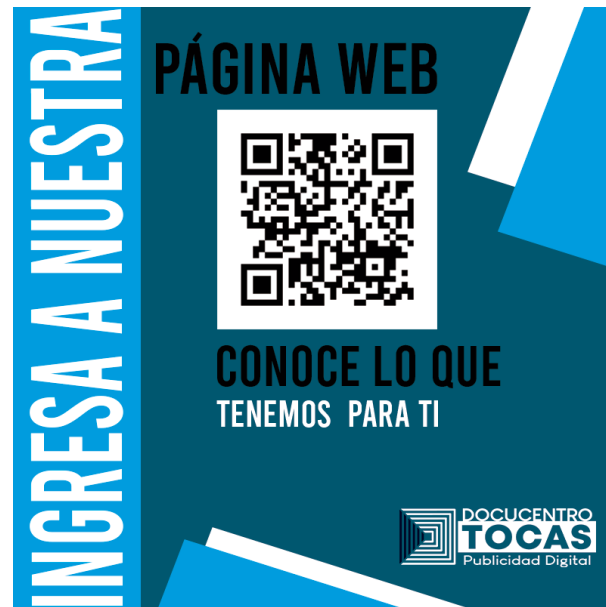


Figura 48. *Publicación de Twitter*

*Elaborado por: José Torres*

## Capítulo VI

### 6. Aspectos Administrativos

#### 6.01 Recursos

##### 6.01.01 Recursos humanos:

Las personas que están incluidas son:

José Torres - Investigador

Javier Zambrano - Tutor

Pablo Bolívar Esparza Hernández - Lector

Paulino Toapanta - Gerente general

Grupo objetivo de 12 a 50 años – Encuestados

##### 6.01.02 Recursos materiales

- Computadora
- Cámara
- USB
- Teléfono inteligente
- Tarjetas de presentación
- Volantes

### 6.01.03 Recursos técnicos y tecnológicos

#### a. Técnicos

- Adobe Illustrator
- Adobe Photoshop
- Adobe Dreamweaver
- Adobe Muse

#### b. Tecnológicos

- Computador laptop HP
- Cámara fotográfica
- USB

### 6.01.04 Recursos financieros

Tabla 22. Gastos Operativos

| Ítem                     | Valor          |          | Financiamiento |            |          |
|--------------------------|----------------|----------|----------------|------------|----------|
| Bibliografía             | Valor Unitario | Cantidad | Empresa        | Estudiante | Total    |
| Servicios básicos        | \$25.00        | 6 meses  |                | X          | \$150.00 |
| Internet                 | \$23.00        | 6 mese   |                | X          | \$138.00 |
| Teléfono                 | \$15.00        | 6 meses  |                | X          | \$90.00  |
| Alimentación             | \$30.00        | 6 meses  |                | X          | \$180.00 |
| Tarjetas de presentación | \$0.75         | 100      | X              |            | \$75.00  |
| Volantes                 | \$0.75         | 100      | X              |            | \$75.00  |

| Ítem                     | Valor          |           | Financiamiento |            |                 |
|--------------------------|----------------|-----------|----------------|------------|-----------------|
| Bibliografía             | Valor Unitario | Cantidad  | Empresa        | Estudiante | Total           |
| <b>Viajes y viáticos</b> |                |           |                |            |                 |
| Pasajes                  | \$0.25         | 90        |                | X          | \$22.50         |
| Cámara                   | \$5.00         | 1         |                | X          | \$5.00          |
| Modelo                   | \$5.00         | 1         |                | X          | \$5.00          |
| <b>Documento final</b>   |                |           |                |            |                 |
| Impresión                | \$0.45         | 118 hojas |                | X          | \$53.10         |
| Anillado                 | \$10.00        | 2         |                | X          | \$20.00         |
| Empastado                | \$8.00         | 1         |                | X          | \$8.00          |
| <b>Total</b>             |                |           |                |            | <b>\$821.60</b> |

Elaborado por: José Torres

## 6.02 Presupuesto

Tabla 23. Financiación

| Concepto                 | Valor          |          | Financiamiento |              |                  |
|--------------------------|----------------|----------|----------------|--------------|------------------|
|                          | Valor Unitario | Cantidad | Empresa        | Estudiante   | Total            |
| <b>Gastos operativos</b> |                |          | X              | X            | <b>\$821.60</b>  |
| Host                     | \$11.50        | 1        | X              |              | \$11.50          |
| Registro de dominio      | \$14.00        | 1        | X              |              | \$14.00          |
| Jotform                  | \$39.00        | 1        |                | X            | \$39.00          |
| Diseñador                | \$20.00        | 1        |                | X            | \$20.00          |
| Fotógrafo                | \$10.00        | 1        |                | X            | \$10.00          |
| Imprevistos              | \$15.00        | 1        |                | X            | \$15.00          |
|                          |                |          |                | <b>Total</b> | <b>\$ 931.10</b> |

Elaborado por: José Torres

### 6.03 Cronograma

Tabla 24. Cronograma

| N. | Actividad   | Responsable  | Tiempo    |        |   |   | Resultados Esperados   |   |
|----|---|--------------|-----------|--------|---|---|--|---|
|    |   |              | Mes       | Semana |   |   |  |   |
|    |   |              |           | 1      | 2 | 3 |  | 4   |
| 1  | Desarrollo capítulo I                                 | Investigador | Noviembre | X      |   |   | Desarrollo de antecedentes, justificación y matriz T           |   |
| 2  | Revisión capítulo I                                   | Tutor        | Noviembre |        | X |   | Indicaciones para el desarrollo del capítulo I                 |   |
| 3  | Desarrollo capítulo II                                | Investigador | Noviembre |        |   | X | Desarrollo de análisis de involucrados, matriz de involucrados |   |
| 4  | Revisión capítulo II                                  | Tutor        | Noviembre |        |   | X | Indicaciones y correcciones del capítulo II                    |   |
| 5  | Desarrollo capítulo III                               | Investigador | Noviembre |        |   |   | X  | Desarrollo de árbol de problemas y árbol de objetivos   |
| 6  | Revisión capítulo III                                 | Tutor        | Diciembre | X      |   |   |  | Indicaciones y correcciones para el capítulo III  |
| 7  | Recolección de información                            | Investigador | Diciembre | X      |   |   |  | Información de productos y servicios  |
| 8  | Recolección de archivos multimedia                    | Investigador | Diciembre | X      |   |   |  | Conseguir elementos multimedia que se incluyen den la página web  |
| 9  | Desarrollo capítulo IV                                | Investigador | Diciembre |        | X |   |  | Desarrollo de matriz de análisis de alternativa e identificación de acciones Hasta tamaño del proyecto                  |
| 10 | Revisión capítulo IV                                  | Tutor        | Diciembre |        | X | X | X  | Indicaciones y correcciones de matriz de análisis de alternativa e identificación de acciones hasta tamaño del proyecto |
| 11 | Desarrollo capitulo IV                                | Investigador | Enero     | X      |   |   |  | Desarrollo de localización del proyecto hasta supuestos   |
| 12 | Revisión capítulo IV                                  | Tutor        | Enero     | X      | X |   |  | Indicaciones y correcciones de localización del proyecto hasta supuestos  |
| 13 | Creación de bocetos de rediseño de imagen corporativa | Investigador | Enero     |        | X | X |  | Elaboración de la idea general para la nueva imagen corporativa   |
| 14 | Desarrollo capítulo IV                                | Investigador | Enero     |        |   | X |  | Desarrollo de matriz de marco lógico  |
| 15 | Desarrollo de estructura de página web parallax       | Investigar   | Enero     |        |   | X |  | Creación de la estructura de página web   |



| N. | Actividad                                 | Responsable  | Tiempo  |        |   |   | Resultados Esperados |   |
|----|---|--------------|---------|--------|---|---|----------------------|---|
|    |   |              | Mes     | Semana |   |   |                      |   |
|    |   |              |         | 1      | 2 | 3 |                      | 4   |
| 16 | Revisión capítulo IV                      | Tutor        | Enero   |        |   |   | X                    | Indicaciones y correcciones de matriz de marco lógico   |
| 17 | Desarrollo capítulo V                     | Investigador | Febrero | X      |   |   |                      | Desarrollo de la propuesta  |
| 18 | Aprobación de nueva imagen corporativa    | Empresa      | Febrero | X      |   |   |                      | Aprobación de imagen corporativa para página web  |
| 19 | Desarrollo de interfaz de la página web   | Investigador | Febrero |        | X |   |                      | Organización y elaboración de la pantalla de inicio   |
| 20 | Prueba de estabilidad de la página web    | Investigador | Febrero |        |   | X |                      | Comprobar si existen fallas en el diseño  |
| 21 | Realización de encuestas a grupo objetivo | Investigador | Febrero |        |   | X | X                    | Realización de encuestas y tabulación de resultados   |
| 22 | Revisión capítulo V                       | Tutor        | Febrero |        | X | X | X                    | Indicaciones y correcciones de la propuesta   |
| 23 | Prueba final de la página web             | Investigador | Febrero |        |   |   | X                    | Prueba final de la página web antes de lanzamiento  |
| 24 | Lanzamiento de página web                 | Investigador | Febrero |        |   |   | X                    | Implementación de página web  |
| 25 | Desarrollo capítulo VI                    | Investigador | Marzo   | X      |   |   |                      | Desarrollo de aspectos administrativos como recursos humanos, materiales, técnicos y tecnológicos, recursos financieros, presupuesto y cronograma |
| 26 | Revisión capítulo VI                      | Tutor        | Marzo   | X      |   |   |                      | Indicaciones y correcciones del capítulo VI   |
| 27 | Desarrollo capítulo VII                   | Investigador | Marzo   |        | X |   |                      | Desarrollo de conclusiones y recomendaciones  |
| 28 | Revisión capítulo VII                     | Tutor        | Marzo   |        |   | X |                      | Indicaciones y recomendaciones  |
| 29 | Revisión general de tesis                 | Tutor        | Marzo   |        |   | X |                      | Indicaciones generales  |
| 30 | Finalización del Trabajo de Titulación    | Investigador | Abril   |        | X |   |                      | Finalización del Trabajo de Titulación  |

Elaborado por: José Torres

## **Capítulo VII**

### **7. Conclusiones y Recomendaciones**

#### **7.01 Conclusiones**

- La capacitación brindada sobre el uso de página web al personal de la imprenta fue de mucha utilidad, debido a que con esto se facilitó el uso de la página web, que servirá para comunicarse mejor con sus clientes y nuevos clientes ofreciendo un mejor servicio, siendo esta una forma más cómoda de interactuar con ellos.
- La implementación de la página web fue un logro para la imprenta, ya que, por falta de tiempo no habían podido desarrollarla en la empresa, debido a esto perdía posicionamiento con su grupo objetivo y las ventas disminuían, todo el personal de trabajo quedo contento con el trabajo desarrollado.
- El uso de las estrategias SEO facilitó la forma en como difundir su nueva página web y sea más visitada al momento de buscar en internet, exponiendo a su grupo objetivo y usuarios a que visiten la página web, los servicios principalmente con las que cuenta la empresa generando un mejor posicionamiento para la misma y haciendo que sus clientes recuerden con mayor facilidad a la imprenta.
- Debido a la interacción que la página web produce con los usuarios que la visitan, esto ha provocado que los clientes aumenten, ya que, pueden visualizar los servicios sin necesidad de ir a la ubicación de la empresa generando mayor interés y confianza por

---

parte de nuevos clientes.

- La navegación en la página web agrada a los usuarios que la visitan, se sienten cómodos y les agrada el diseño, desde la versión para computadoras de escritorio como para teléfonos inteligentes, ya que, está diseñada para ser visualizada por medio de estos dispositivos tecnológicos.
- Los usuarios que han interactuado con la página web han opinado que piensan volver a visitarla, ya que, es muy cómodo al momento de revisar lo que necesitan y ahorrar tiempo al momento de realizar sus trabajos, teniendo una experiencia mucho mejor que la que tenían antes de incluir una página web.
- Desarrollar una página web con una buena interfaz, que el usuario entienda, facilita la navegación, mejorando la relación entre empresa y el usuario, incrementando el nivel de posicionamiento que esta tiene, por tanto, obteniendo mejores ventas que benefician a la empresa.
- Durante la ejecución de la página web se observó que los usuarios, por parte del grupo objetivo, tienden a buscar directamente los precios de los servicios antes de elegir el que más necesitan para sus trabajos al momento de ir a la ubicación de la imprenta y obtener el servicio que necesitan.
- Al momento de visualizar la página web, los usuarios tienen preferencia por navegar por medio de dispositivos móviles como lo son los teléfonos inteligentes, por la comodidad que esta brinda, ya que, por medio de estos dispositivos el usuario puede visualizarlo desde cualquier lugar que prefiera.
- Usar las redes sociales para informar sobre la página web que dispone la imprenta fue muy bien recibida, al igual que en el uso de tarjetas de presentación y volantes, de igual

---

manera presentar la nueva imagen que fue muy bien recibida dando una mejor imagen ante el público que la visualiza.

## **7.02 Recomendaciones**

- Para tener un mejor desempeño en cuanto a la página web, se recomienda la obtención del certificado SSL, para no tener problemas de seguridad en el futuro, ya que, esto es muy necesario para cualquier página web, debido a que, este certificado confirma que es un lugar seguro al que acceder.
- Se recomienda que se debe actualizar cada cierto tiempo con contenido nuevo y sea la inclusión de blog o formas de pago por internet, ya que, esto puede ser beneficioso cuando los usuarios naveguen en la misma, generando más interés sobre quiénes son y que ofrecen.
- Para llamar más la atención en redes sociales, se recomienda que se haga el uso de herramientas como Google Ads y Facebook, ya que, con esto se obtendrán mejores resultados alcanzando a un público mucho mayor, generando más visitas, no solo a la página web sino también a sus redes sociales.
- El uso de un correo corporativo es una muy buena opción y muy recomendada, ya que, por medio de este se puede informar a los clientes de futuras promociones, o la incorporación de nuevas maquinarias de impresión, así como productos y servicios totalmente nuevos
- Usar la nueva imagen corporativa en los uniformes, para darlo a conocer a los clientes que visiten la imprenta, ya sea para realizar sus trabajos o buscando información, así mismo, como la incorporación de materiales de oficina: como los esferos o calendarios, indicando esta nueva imagen que poseen.

### Bibliografías

- Arriagada, C. E. (2007). Creación de un Portal Web utilizando PHPNuke. En C. E. Arriagada, *Creación de un Portal Web utilizando PHPNuke* (pág. 41). Providencia.
- Beati, H. (2015). HTML5 y CSS3 - Para diseñadores. En H. Beati, *HTML5 y CSS3 - Para diseñadores* (pág. 348). Buenos Aires: Alfaomega Grupo Editor Argentino S.A.
- Cifuentes, L. (08 de Febrero de 2017). *La importancia de tener un sitio web para tu negocio*. Obtenido de Estrella Digital: <https://www.estrelladigital.es/articulo/la-red/importancia-tener-sitio-web-negocio/20170208161254312480.html>
- Coutinho, V. (22 de Abril de 2018). *Google Search Console: entiende cómo aplicar esta herramienta*. Obtenido de Rockcontent: <https://rockcontent.com/es/blog/google-search-console/>
- De Vicente, F. (14 de Febrero de 2018). *¿Para que sirve una página web?* Obtenido de TuPosicionamientoweb: <https://www.tuposicionamientoweb.net/para-que-sirve-una-pagina-web/>
- Equipo Vértice. (2009). Diseño básico de páginas web en HTML. En Equipo Vértice, *Diseño básico de páginas web en HTML* (pág. 203). Málaga: Vértice S.L.
- Espinoza, A. (22 de Junio de 2017). *¿Qué son y cómo funcionan los portales Web?* Obtenido de Netcommerce: <https://info.netcommerce.mx/blog/funcionan-los-portales-web/>
- Gonzalez, S. (14 de Enero de 2020). *¿Qué es el Párrallax y como se crea?* Obtenido de Cyberclick: <https://www.cyberclick.es/que-es/parallax>

- 
- Hernández, J. (10 de Noviembre de 2017). *Estrategia SEO: 10 pasos para crearla*. Obtenido de Inboundcycle: <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/10-pasos-crear-estrategia-seo>
- INEC. (2010). *Datos demográficos de la ciudad de Quito*. Quito
- Lambert, Y. (8 de Enero de 2014). Obtenido de LAMBERT:  
<http://profesorlambert.com/historia-de-la-multimedia-antes-de-la-decada-de-los-90-un-medio-de-comunicacion-vinculada-a-la-informatica/>
- Montalvo, J. (28 de Noviembre de 2019). *PageSpeed Insights: mejora tu test de velocidad web*. Obtenido de Inboundcycle: <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/pagespeed-insights-test-velocidad>
- Mousinho, A. (29 de Octubre de 2018). *Google Analytics: una guía para usar la herramienta*. Obtenido de Rockcontent: <https://rockcontent.com/es/blog/google-analytics/>
- Orós Cabello, J. C. (2008). Diseño de páginas Web con XHTML, JavaScript y CSS. 3ª edición. En J. C. Orós Cabello, *Diseño de páginas Web con XHTML, JavaScript y CSS. 3ª edición* (pág. 376). Paracuellos de Jarama: Grupo Editorial RA-MA.
- Senplades. (13 de julio de 2017). *Plan Nacional para el Buen Vivir 2017-2021, Planificamos para toda una vida*. Recuperado el 11 de diciembre de 2019, de Secretaría Técnica Planifica Ecuador: [https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL\\_0K.compressed1.pdf](https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf)
- Sintes Marco, B. (30 de Septiembre de 2019). *Que es una página eb*. Obtenido de mclibre.org: <https://www.mclibre.org/consultar/htmlcss/html/html-que-es.html>
- Soler, M. (16 de Marzo de 2019). *¿Qué es un sitio web? y su importancia en mi negocio*. Obtenido de GradiWeb: <https://www.gradiweb.com/que-es-un-sitio-web-y-su->
-

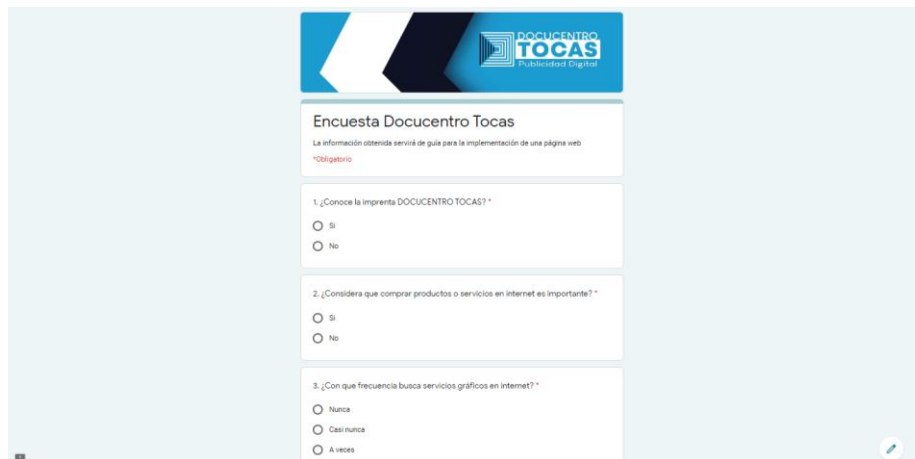
---

importancia-en-mi-negocio/

Vázquez, P. E. (2006). CREACIÓN DE SITIOS WEB. En P. E. Vázquez, *CREACIÓN DE SITIOS WEB* (pág. 320). Buenos Aires: Gradi S.A.

## Anexos

### Anexo 1. Encuesta



**Encuesta Docucentro Tocas**  
La información obtenida servirá de guía para la implementación de una página web.  
*\*Obligatorio*

1. ¿Conoce la imprenta DOCUCENTRO TOCAS? \*

☐ Si  
☐ No

2. ¿Considera que comprar productos o servicios en internet es importante? \*

☐ Si  
☐ No

3. ¿Con qué frecuencia busca servicios gráficos en internet? \*

☐ Nunca  
☐ Casi nunca  
☐ A veces

### Anexo 2. Página web Parallax en código QR



### Anexo 3. Link Página Web Parallax

<https://www.docucentrotocas.com/>



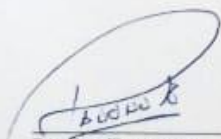
Quito, 19 de noviembre de 2019

Señores  
Unidad de Titulación  
Instituto Tecnológico Superior Cordillera

De nuestra consideración:

En esta oportunidad me permito informar que se ha aceptado la propuesta del Sr. **José Luis Torres Avilez** con cedula de ciudadanía número 1726699554, quien presenta el proyecto de titulación de la Carrera de Diseño Gráfico con el tema "**REDISEÑO DE IDENTIDAD CORPORATIVA E IMPLEMENTACIÓN DE UNA PÁGINA WEB PARALLAX APLICANDO ESTRATEGIAS DE SEO PARA REPOSICIONAR LA IMPRENTA DOCUCENTRO TOCAS UBICADA EN EL SECTOR DE LA CONCEPCIÓN, NORTE DE QUITO**". Declaramos conocer y aceptar los términos y condiciones previstas en la implementación del proyecto.

Sin otro particular se concede el aval para la elaboración y ejecución de este proyecto.



**Paulino Toapanta**  
Administrador  
0983441531

**DOCUCENTRO**

DOCUCENTRO TOCAS  
Distribuidor Autorizado de Xerox  
Av. De la Prensa N46-35 y Zamora  
Quito - Ecuador  
Teléfono: (593 2) 2 271 647  
Email: tocanovidades@yahoo.es





Quito, 14 de julio de 2020

Señores  
Unidad de Titulación  
INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

De nuestra consideración:

Por medio de la presente notificamos a ustedes, que nuestra Micro Empresa DocuCentro Tocas, apoyó la realización del proyecto **"REDISEÑO DE IDENTIDAD CORPORATIVA E IMPLEMENTACIÓN DE UNA PÁGINA WEB PARALLAX APLICANDO ESTRATEGIAS DE SEO PARA REPOSICIONAR LA IMPRENTA DOCUCENTRO TOCAS UBICADA EN EL SECTOR DE LA CONCEPCIÓN, NORTE DE QUITO."**, llevado a cabo por el Sr. **José Luis Torres Avilez** con C.I 1726699554. Declaramos conocer y aceptar los términos y condiciones previstas en la implementación del proyecto, estando conformes con todas aquellas actividades que se realizaron y satisficieron las necesidades de nuestra Empresa.

Sin otro particular, me despido de ustedes.

Atentamente,



Paulino Toapanta  
GERENTE  
0983441531

DOCUCENTRO TOCAS  
Distribuidor Autorizado de Xerox  
Av. De la Prensa N46-35 y Zamora  
Quito - Ecuador  
Telefax: (593 2) 2 271 647  
Email: docucentrotocas@yahoo.es  
Web: www.docucentrotocas.com



## Urkund Analysis Result

Analysed Document: torres\_jose\_tesis.docx (D66070568)  
Submitted: 3/21/2020 6:06:00 PM  
Submitted By: jtorres.22t@gmail.com  
Significance: 1 %

### Sources included in the report:

Mites Agustin tesis.pdf (D56341244)

### Instances where selected sources appear:

2


23 DE MARZO 2020



Ing. Javier Zambrano

TUTOR EXTERNO

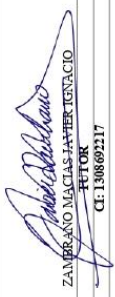
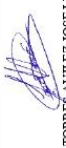
CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

| INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA   |        |               |               |                     |   |                     |       |   |           |  |  |
|---|--------|---------------|---------------|---------------------|---|---------------------|-------|---|-----------|---|--|
| BITÁCORA PARA EL CONTROL DE PROYECTOS DE TITULACIÓN   |        |               |               |                     |   |                     |       |   |           |   |  |
| NOMBRE TUTOR: ZAMBRANO MACIAS JAVIER IGNACIO  |        |               |               |                     |   |                     |       |   |           |   |  |
| NOMBRE ESTUDIANTE: TORRES AVILEZ JOSE LUIS  |        |               |               |                     |   |                     |       |   |           |   |  |
| CARRERA: DISEÑO GRÁFICO   |        |               |               |                     |   |                     |       |   |           |   |  |
| TEMA DE TITULACIÓN: DISEÑO DE IDENTIDAD CORPORATIVA E IMPLEMENTACIÓN DE UNA PAGINA WEB PARALLAX APLICANDO ESTRATEGIAS DE SEO PARA REPOSICIONAR LA IMPRENTA TOCAS UBICADA EN EL SECTOR LA CONCEPCION, NORTE DE QUITO |        |               |               |                     |   |                     |       |   |           |   |  |
| IMPRESION REPORTE: Quito, 25 de abril del 2020 15:14:15   |        |               |               |                     |   |                     |       |   |           |   |  |
| TIPO REPORTE: ACUMULATIVO   |        |               |               |                     |   |                     |       |   |           |   |  |
| ESTADO FINAL OBSERVACION: PROYECTO ACTIVO/ NO GRADUADO /  |        |               |               |                     |   |                     |       |   |           |   |  |
| MODALIDAD: INVERSIÓN DESARROLLO INNOVACIÓN  |        |               |               |                     |   |                     |       |   |           | OCT 2019_MAR 2020   |  |
| NO.   | CODIGO | FECHA TUTORIA | TIPO ASESORIA | HORA INICIO         | TEMA TRATADO  | HORA FIN            | HORAS | OBSERVACION   | ESTADO    | SC  |  |
| 1   | 207457 | 2019-11-07    | INSITU        | 2019-11-07 16:30:00 | ANTECEDENTES / CONTEXTO                                       | 2019-11-07 17:30:00 | 1.00  | EL ESTUDIANTE SE PRESENTA PARA ENTREVISTA CON EL TUTOR Y ASISTE A SU TUTORIA  | PROCESADO |   |  |
| 2   | 207458 | 2019-11-09    | AUTONOMIA     | 2019-11-09 08:00:00 | ANTECEDENTES / CONTEXTO                                       | 2019-11-09 12:00:00 | 4.00  | INVESTIGACIÓN SOBRE EL TEMA DE TESIS SE AVANZA CON EL ESTUDIANTE EL CONTEXTO DE SU PROYECTO SE INDICA LAS OBSERVACIONES Y CORRECCIONES QUE DEBE REALIZAR. PRESENTA SUS AVANCES Y ASISTE A SU TUTORIA  | PROCESADO |   |  |
| 3   | 207459 | 2019-11-14    | INSITU        | 2019-11-14 16:30:00 | ANTECEDENTES / CONTEXTO                                       | 2019-11-14 17:30:00 | 1.00  | SE AVANZA CON EL ESTUDIANTE EL CONTEXTO DE SU PROYECTO SE INDICA LAS OBSERVACIONES Y CORRECCIONES QUE DEBE REALIZAR. PRESENTA SUS AVANCES Y ASISTE A SU TUTORIA   | PROCESADO |   |  |
| 4   | 207460 | 2019-11-16    | AUTONOMIA     | 2019-11-16 08:00:00 | ANTECEDENTES / CONTEXTO                                       | 2019-11-16 12:00:00 | 4.00  | DESARROLLO CAPÍTULO 1: CONTEXTO SE AVANZA CON EL ESTUDIANTE LA JUSTIFICACIÓN DE DESARROLLAR DE SU PROYECTO. SE INDICA LAS OBSERVACIONES Y CORRECCIONES QUE DEBE REALIZAR. PRESENTA SUS AVANCES Y ASISTE A SU TUTORIA  | PROCESADO |   |  |
| 5   | 207461 | 2019-11-14    | INSITU        | 2019-11-14 17:30:00 | ANTECEDENTES / JUSTIFICACION                                  | 2019-11-14 18:30:00 | 1.00  | SE AVANZA CON EL ESTUDIANTE LA JUSTIFICACIÓN DE DESARROLLAR DE SU PROYECTO. SE INDICA LAS OBSERVACIONES Y CORRECCIONES QUE DEBE REALIZAR. PRESENTA SUS AVANCES Y ASISTE A SU TUTORIA  | PROCESADO |   |  |
| 6   | 207462 | 2019-11-16    | AUTONOMIA     | 2019-11-16 13:00:00 | ANTECEDENTES / JUSTIFICACION                                  | 2019-11-16 17:00:00 | 4.00  | DESARROLLO CAPÍTULO 1: JUSTIFICACION SE AVANZA CON EL ESTUDIANTE PARA LA REALIZACIÓN DEL ANÁLISIS DE LA MATRIZ Y EL USO DE NORMAS APA SEXTA EDICIÓN SE INDICA LAS OBSERVACIONES Y CORRECCIONES QUE DEBE REALIZAR. PRESENTA SUS AVANCES Y ASISTE A SU TUTORIA        | PROCESADO |   |  |
| 7   | 207463 | 2019-11-21    | INSITU        | 2019-11-21 16:30:00 | ANTECEDENTES / DEFINICION DEL PROBLEMA CENTRAL (MATRIZ T)     | 2019-11-21 17:30:00 | 1.00  | SE AVANZA CON EL ESTUDIANTE PARA LA REALIZACIÓN DEL ANÁLISIS DE LA MATRIZ Y EL USO DE NORMAS APA SEXTA EDICIÓN SE INDICA LAS OBSERVACIONES Y CORRECCIONES QUE DEBE REALIZAR. PRESENTA SUS AVANCES Y ASISTE A SU TUTORIA   | PROCESADO |   |  |
| 8   | 207464 | 2019-11-23    | AUTONOMIA     | 2019-11-23 08:00:00 | ANTECEDENTES / DEFINICION DEL PROBLEMA CENTRAL (MATRIZ T)     | 2019-11-23 12:00:00 | 4.00  | DESARROLLO CAPÍTULO 1: MATRIZ T CORRECCIÓN CAPÍTULO 1   | PROCESADO |   |  |
| 9   | 207465 | 2019-11-23    | AUTONOMIA     | 2019-11-23 13:00:00 | ANTECEDENTES / DEFINICION DEL PROBLEMA CENTRAL (MATRIZ T)     | 2019-11-23 17:00:00 | 4.00  | SE AVANZA CON EL ESTUDIANTE PARA LA REALIZACIÓN DE LA DETERMINACIÓN DE INVOLUCRADOS DEL PROYECTO SE INDICA LAS OBSERVACIONES Y CORRECCIONES QUE DEBE REALIZAR. PRESENTA SUS AVANCES Y ASISTE A SU TUTORIA   | PROCESADO |   |  |
| 10  | 207466 | 2019-11-28    | INSITU        | 2019-11-28 16:30:00 | ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS / MAPEO DE INVOLUCRADOS              | 2019-11-28 17:30:00 | 1.00  | SE AVANZA CON EL ESTUDIANTE PARA LA REALIZACIÓN DE LA DETERMINACIÓN DE INVOLUCRADOS DEL PROYECTO SE INDICA LAS OBSERVACIONES Y CORRECCIONES QUE DEBE REALIZAR. PRESENTA SUS AVANCES Y ASISTE A SU TUTORIA   | PROCESADO |   |  |
| 11  | 207467 | 2019-11-30    | AUTONOMIA     | 2019-11-30 08:00:00 | ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS / MAPEO DE INVOLUCRADOS              | 2019-11-30 12:00:00 | 4.00  | DESARROLLO CAPÍTULO 2: MAPEO DE INVOLUCRADOS SE AVANZA CON EL ESTUDIANTE PARA LA REALIZACIÓN DE LA DETERMINACIÓN DE INVOLUCRADOS DEL PROYECTO SE INDICA LAS OBSERVACIONES Y CORRECCIONES QUE DEBE REALIZAR. PRESENTA SUS AVANCES Y ASISTE A SU TUTORIA              | PROCESADO |   |  |
| 12  | 207468 | 2019-11-28    | INSITU        | 2019-11-28 17:30:00 | ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS / MATRIZ DE ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS | 2019-11-28 18:30:00 | 1.00  | SE AVANZA CON EL ESTUDIANTE PARA LA REALIZACIÓN DE LA DETERMINACIÓN DE INVOLUCRADOS DEL PROYECTO SE INDICA LAS OBSERVACIONES Y CORRECCIONES QUE DEBE REALIZAR. PRESENTA SUS AVANCES Y ASISTE A SU TUTORIA   | PROCESADO |   |  |
| 13  | 207469 | 2019-11-30    | AUTONOMIA     | 2019-11-30 13:00:00 | ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS / MATRIZ DE ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS | 2019-11-30 17:00:00 | 4.00  | DESARROLLO CAPÍTULO 2: MATRIZ DE ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS SE AVANZA CON EL ESTUDIANTE PARA LA REALIZACIÓN DE LA DETERMINACIÓN DE INVOLUCRADOS DEL PROYECTO SE INDICA LAS OBSERVACIONES Y CORRECCIONES QUE DEBE REALIZAR. PRESENTA SUS AVANCES Y ASISTE A SU TUTORIA | PROCESADO |   |  |
| 14  | 207470 | 2019-11-30    | AUTONOMIA     | 2019-11-30 18:00:00 | ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS / MATRIZ DE ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS | 2019-11-30 20:00:00 | 2.00  | CORRECCIÓN CAPÍTULO 2   | PROCESADO |   |  |
| 15  | 207471 | 2019-12-05    | INSITU        | 2019-12-05 16:30:00 | PROBLEMAS Y OBJETIVOS / ARBOL DE PROBLEMAS                    | 2019-12-05 17:30:00 | 1.00  | EXPLICACIÓN AL ESTUDIANTE PARA DETERMINAR LOS ACTORES DEL ARBOL DE PROBLEMAS. SE INDICA LAS OBSERVACIONES Y CORRECCIONES QUE DEBE REALIZAR. PRESENTA SUS AVANCES Y ASISTE A SU TUTORIA  | PROCESADO |   |  |
| 16  | 207472 | 2019-12-07    | AUTONOMIA     | 2019-12-07 08:00:00 | PROBLEMAS Y OBJETIVOS / ARBOL DE PROBLEMAS                    | 2019-12-07 12:00:00 | 4.00  | DESARROLLO CAPÍTULO 3: ARBOL DE PROBLEMAS SE AVANZA CON EL ESTUDIANTE PARA LA REALIZACIÓN DE LA DETERMINACIÓN DE LOS ACTORES DEL ARBOL DE PROBLEMAS. SE INDICA LAS OBSERVACIONES Y CORRECCIONES QUE DEBE REALIZAR. PRESENTA SUS AVANCES Y ASISTE A SU TUTORIA       | PROCESADO |   |  |
| 17  | 207473 | 2019-12-05    | INSITU        | 2019-12-05 17:30:00 | PROBLEMAS Y OBJETIVOS / ARBOL DE OBJETIVOS                    | 2019-12-05 18:30:00 | 1.00  | EXPLICACIÓN AL ESTUDIANTE PARA DETERMINAR EL PROPOSITO. LOS MEDIOS Y FINES DEL ARBOL DE OBJETIVOS. SE INDICA LAS OBSERVACIONES Y CORRECCIONES QUE DEBE REALIZAR. PRESENTA SUS AVANCES Y ASISTE A SU TUTORIA   | PROCESADO |   |  |

|    |        |            |           |                     |  |                     |      |  |           |
|----|--------|------------|-----------|---------------------|--|---------------------|------|--|-----------|
| 18 | 207474 | 2019-12-07 | AUTONOMIA | 2019-12-07 13:00:00 | PROBLEMAS Y OBJETIVOS / ARBOL DE OBJETIVOS   | 2019-12-07 17:00:00 | 4.00 | DESARROLLO CAPITULO 3: ARBOL DE OBJETIVOS  | PROCESADO |
| 19 | 207475 | 2019-12-07 | AUTONOMIA | 2019-12-07 18:00:00 | PROBLEMAS Y OBJETIVOS / ARBOL DE OBJETIVOS   | 2019-12-07 20:00:00 | 2.00 | CORRECCION CAPITULO 3  | PROCESADO |
| 20 | 207476 | 2019-12-12 | INSITU    | 2019-12-12 16:30:00 | ANALISIS DE ALTERNATIVAS / MATRIZ DE ANALISIS DE ALTERNATIVAS                        | 2019-12-12 17:30:00 | 1.00 | EXPLICACION AL ESTUDIANTE PARA REALIZAR LA MATRIZ DE ANALISIS DE ALTERNATIVAS SE INDICAN LAS OBSERVACIONES Y CORRECCIONES QUE DEBE REALIZAR. PRESENTA SUS AVANCES Y ASISTE A SU TUTORIA.                       | PROCESADO |
| 21 | 207477 | 2019-12-14 | AUTONOMIA | 2019-12-14 08:00:00 | ANALISIS DE ALTERNATIVAS / MATRIZ DE ANALISIS DE ALTERNATIVAS                        | 2019-12-14 16:00:00 | 8.00 | DESARROLLO CAPITULO 4: MATRIZ DE ANALISIS DE ALTERNATIVAS  | PROCESADO |
| 22 | 207478 | 2019-12-12 | INSITU    | 2019-12-12 17:30:00 | ANALISIS DE ALTERNATIVAS / MATRIZ DE ANALISIS DE IMPACTO DE LOS OBJETIVOS            | 2019-12-12 18:30:00 | 1.00 | EXPLICACION AL ESTUDIANTE PARA REALIZAR LA MATRIZ DE ANALISIS DE IMPACTO DE LOS OBJETIVOS SE INDICAN LAS OBSERVACIONES Y CORRECCIONES QUE DEBE REALIZAR. PRESENTA SUS AVANCES Y ASISTE A SU TUTORIA.           | PROCESADO |
| 23 | 207479 | 2019-12-15 | AUTONOMIA | 2019-12-15 08:00:00 | ANALISIS DE ALTERNATIVAS / MATRIZ DE ANALISIS DE IMPACTO DE LOS OBJETIVOS            | 2019-12-15 16:00:00 | 8.00 | DESARROLLO CAPITULO 4: MATRIZ DE ANALISIS DE IMPACTO DE LOS OBJETIVOS  | PROCESADO |
| 24 | 207480 | 2019-12-15 | AUTONOMIA | 2019-12-15 17:00:00 | ANALISIS DE ALTERNATIVAS / MATRIZ DE ANALISIS DE IMPACTO DE LOS OBJETIVOS            | 2019-12-15 21:00:00 | 4.00 | CORRECCION CAPITULO 4  | PROCESADO |
| 25 | 207481 | 2019-12-19 | INSITU    | 2019-12-19 16:30:00 | ANALISIS DE ALTERNATIVAS / DIAGRAMA DE ESTRATEGIAS                                   | 2019-12-19 17:30:00 | 1.00 | EXPLICACION AL ESTUDIANTE PARA DETERMINAR EL DIAGRAMA DE ESTRATEGIAS. SE INDICAN LAS OBSERVACIONES Y CORRECCIONES QUE DEBE REALIZAR. PRESENTA SUS AVANCES Y ASISTE A SU TUTORIA.                               | PROCESADO |
| 26 | 207482 | 2019-12-21 | AUTONOMIA | 2019-12-21 08:00:00 | ANALISIS DE ALTERNATIVAS / DIAGRAMA DE ESTRATEGIAS                                   | 2019-12-21 16:00:00 | 8.00 | DESARROLLO CAPITULO 4: DIAGRAMA DE ESTRATEGIAS   | PROCESADO |
| 27 | 207483 | 2019-12-19 | INSITU    | 2019-12-19 17:30:00 | ANALISIS DE ALTERNATIVAS / MATRIZ DE MARCO LOGICO                                    | 2019-12-19 18:30:00 | 1.00 | EXPLICACION AL ESTUDIANTE PARA REALIZAR LA MATRIZ DE MARCO LOGICO SE INDICAN LAS OBSERVACIONES Y CORRECCIONES QUE DEBE REALIZAR. PRESENTA SUS AVANCES Y ASISTE A SU TUTORIA.                                   | PROCESADO |
| 28 | 207484 | 2019-12-22 | AUTONOMIA | 2019-12-22 08:00:00 | ANALISIS DE ALTERNATIVAS / MATRIZ DE MARCO LOGICO                                    | 2019-12-22 16:00:00 | 8.00 | DESARROLLO CAPITULO 4: MATRIZ DE MARCO LOGICO  | PROCESADO |
| 29 | 207485 | 2019-12-22 | AUTONOMIA | 2019-12-22 17:00:00 | ANALISIS DE ALTERNATIVAS / MATRIZ DE MARCO LOGICO                                    | 2019-12-22 21:00:00 | 4.00 | CORRECCION CAPITULO 4  | PROCESADO |
| 30 | 207486 | 2020-01-09 | INSITU    | 2020-01-09 16:30:00 | PROPUESTA / ANTECEDENTES (DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGIA QUE PROPONE COMO SOLUCION) | 2020-01-09 18:30:00 | 2.00 | EXPLICACION AL ESTUDIANTE PARA REALIZAR LOS ANTECEDENTES DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGIA SE INDICAN LAS OBSERVACIONES Y CORRECCIONES QUE DEBE REALIZAR. PRESENTA SUS AVANCES Y ASISTE A SU TUTORIA.            | PROCESADO |
| 31 | 207487 | 2020-01-11 | AUTONOMIA | 2020-01-11 08:00:00 | PROPUESTA / ANTECEDENTES (DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGIA QUE PROPONE COMO SOLUCION) | 2020-01-11 16:00:00 | 8.00 | DESARROLLO CAPITULO 5: ANTECEDENTES  | PROCESADO |
| 32 | 207488 | 2020-01-12 | AUTONOMIA | 2020-01-12 08:00:00 | PROPUESTA / ANTECEDENTES (DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGIA QUE PROPONE COMO SOLUCION) | 2020-01-12 16:00:00 | 8.00 | DESARROLLO CAPITULO 5: DISEÑO DE PROPUESTA GRAFICA   | PROCESADO |
| 33 | 207489 | 2020-01-12 | AUTONOMIA | 2020-01-12 17:00:00 | PROPUESTA / ANTECEDENTES (DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGIA QUE PROPONE COMO SOLUCION) | 2020-01-12 21:00:00 | 4.00 | CORRECCION CAPITULO 5  | PROCESADO |
| 34 | 210571 | 2020-01-16 | INSITU    | 2020-01-16 16:30:00 | PROPUESTA / DESCRIPCION (DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGIA QUE PROPONE COMO SOLUCION)  | 2020-01-16 18:30:00 | 2.00 | EXPLICACION AL ESTUDIANTE PARA DESARROLLAR EL MARCO TEORICO Y LA METODOLOGIA (MATERIALES Y METODOS) SE INDICAN LAS OBSERVACIONES Y CORRECCIONES QUE DEBE REALIZAR. PRESENTA SUS AVANCES Y ASISTE A SU TUTORIA. | PROCESADO |
| 35 | 210572 | 2020-01-18 | AUTONOMIA | 2020-01-18 08:00:00 | PROPUESTA / DESCRIPCION (DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGIA QUE PROPONE COMO SOLUCION)  | 2020-01-18 16:00:00 | 8.00 | DESARROLLO CAPITULO 5: MARCO TEORICO   | PROCESADO |
| 36 | 210573 | 2020-01-19 | AUTONOMIA | 2020-01-19 08:00:00 | PROPUESTA / DESCRIPCION (DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGIA QUE PROPONE COMO SOLUCION)  | 2020-01-19 16:00:00 | 8.00 | DESARROLLO CAPITULO 5: DISEÑO DE PROPUESTA GRAFICA   | PROCESADO |
| 37 | 210574 | 2020-01-19 | AUTONOMIA | 2020-01-19 17:00:00 | PROPUESTA / DESCRIPCION (DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGIA QUE PROPONE COMO SOLUCION)  | 2020-01-19 21:00:00 | 4.00 | CORRECCION CAPITULO 5  | PROCESADO |

|    |        |            |           |                     |  |                     |      |  |           |
|----|--------|------------|-----------|---------------------|--|---------------------|------|--|-----------|
| 38 | 210576 | 2020-01-23 | INSITU    | 2020-01-23 16:30:00 | PROPUESTA / DESCRIPCION DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGIA QUE PROPONE COMO SOLUCION) | 2020-01-23 18:30:00 | 2.00 | EXPLICACION AL ESTUDIANTE PARA REALIZAR EL ANALISIS E INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS. SE INDICA LAS OBSERVACIONES Y CORRECCIONES QUE DEBE REALIZAR. PRESENTA SUS AVANCES Y ASISTE A SU TUTORIA.                      | PROCESADO |
| 39 | 210577 | 2020-01-25 | AUTONOMIA | 2020-01-25 08:00:00 | PROPUESTA / DESCRIPCION DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGIA QUE PROPONE COMO SOLUCION) | 2020-01-25 16:00:00 | 8.00 | DESARROLLO CAPITULO 5: METODOLOGIA (DESCRIPCION)   | PROCESADO |
| 40 | 210578 | 2020-01-26 | AUTONOMIA | 2020-01-26 08:00:00 | PROPUESTA / DESCRIPCION DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGIA QUE PROPONE COMO SOLUCION) | 2020-01-26 16:00:00 | 8.00 | DESARROLLO CAPITULO 5: DISEÑO DE PROPUESTA GRAFICA   | PROCESADO |
| 41 | 210579 | 2020-02-23 | AUTONOMIA | 2020-02-23 17:00:00 | PROPUESTA / DESCRIPCION DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGIA QUE PROPONE COMO SOLUCION) | 2020-02-23 21:00:00 | 4.00 | CORRECCION CAPITULO 5  | PROCESADO |
| 42 | 210580 | 2020-02-02 | AUTONOMIA | 2020-02-02 17:00:00 | PROPUESTA / FORMULACION DEL PROCESO DE APLICACION DE LA PROPUESTA                  | 2020-02-02 21:00:00 | 4.00 | CORRECCION CAPITULO 5  | PROCESADO |
| 43 | 210582 | 2020-01-30 | INSITU    | 2020-01-30 16:30:00 | PROPUESTA / FORMULACION DEL PROCESO DE APLICACION DE LA PROPUESTA                  | 2020-01-30 18:30:00 | 2.00 | EXPLICACION AL ESTUDIANTE PARA APLICAR EL DISEÑO Y PLANIFICACION DE SU PROPIEDAD. PRESENTA SUS AVANCES Y ASISTE A SU TUTORIA.  | PROCESADO |
| 44 | 210585 | 2020-02-01 | AUTONOMIA | 2020-02-01 08:00:00 | PROPUESTA / FORMULACION DEL PROCESO DE APLICACION DE LA PROPUESTA                  | 2020-02-01 16:00:00 | 8.00 | DESARROLLO CAPITULO 5: FORMULACION PROPUESTA   | PROCESADO |
| 45 | 210586 | 2020-02-02 | AUTONOMIA | 2020-02-02 08:00:00 | PROPUESTA / FORMULACION DEL PROCESO DE APLICACION DE LA PROPUESTA                  | 2020-02-02 16:00:00 | 8.00 | DESARROLLO CAPITULO 5: DISEÑO DE PROPUESTA GRAFICA   | PROCESADO |
| 46 | 210587 | 2020-02-06 | INSITU    | 2020-02-06 16:30:00 | PROPUESTA / FORMULACION DEL PROCESO DE APLICACION DE LA PROPUESTA                  | 2020-02-06 18:30:00 | 2.00 | EXPLICACION AL ESTUDIANTE PARA REALIZAR LA ESTRATEGIA CREATIVA Y EL PLAN DE MEDIOS DE SU PROPUESTA. SE INDICA LAS OBSERVACIONES Y CORRECCIONES QUE DEBE REALIZAR. PRESENTA SUS AVANCES Y ASISTE A SU TUTORIA.                    | PROCESADO |
| 47 | 213605 | 2020-02-08 | AUTONOMIA | 2020-02-08 08:00:00 | PROPUESTA / FORMULACION DEL PROCESO DE APLICACION DE LA PROPUESTA                  | 2020-02-08 16:00:00 | 8.00 | DESARROLLO CAPITULO 5: APLICACION PROPUESTA  | PROCESADO |
| 48 | 213606 | 2020-02-09 | AUTONOMIA | 2020-02-09 08:00:00 | PROPUESTA / FORMULACION DEL PROCESO DE APLICACION DE LA PROPUESTA                  | 2020-02-09 16:00:00 | 8.00 | DESARROLLO CAPITULO 5: DISEÑO DE PROPUESTA GRAFICA   | PROCESADO |
| 49 | 213607 | 2020-02-09 | AUTONOMIA | 2020-02-09 17:00:00 | PROPUESTA / FORMULACION DEL PROCESO DE APLICACION DE LA PROPUESTA                  | 2020-02-09 21:00:00 | 4.00 | CORRECCION CAPITULO 5  | PROCESADO |
| 50 | 213608 | 2020-02-13 | INSITU    | 2020-02-13 16:30:00 | ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / RECURSOS  | 2020-02-13 17:30:00 | 1.00 | EXPLICACION AL ESTUDIANTE PARA DETERMINAR LOS RECURSOS A UTILIZAR EN EL DESARROLLO DE SU PROPUESTA. SE INDICA LAS OBSERVACIONES Y CORRECCIONES QUE DEBE REALIZAR. PRESENTA SUS AVANCES Y ASISTE A SU TUTORIA.                    | PROCESADO |
| 51 | 213609 | 2020-02-15 | AUTONOMIA | 2020-02-15 08:00:00 | ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / RECURSOS  | 2020-02-15 12:00:00 | 4.00 | DESARROLLO CAPITULO 6: RECURSOS  | PROCESADO |
| 52 | 213610 | 2020-02-13 | INSITU    | 2020-02-13 18:30:00 | ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / PRESUPUESTO   | 2020-02-13 19:30:00 | 1.00 | EXPLICACION AL ESTUDIANTE PARA DETERMINAR EL PRESUPUESTO A UTILIZAR EN EL DESARROLLO DE SU PROPUESTA. SE INDICA LAS OBSERVACIONES Y CORRECCIONES QUE DEBE REALIZAR. PRESENTA SUS AVANCES Y ASISTE A SU TUTORIA.                  | PROCESADO |
| 53 | 213611 | 2020-02-15 | AUTONOMIA | 2020-02-15 13:00:00 | ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / PRESUPUESTO   | 2020-02-15 17:00:00 | 4.00 | DESARROLLO CAPITULO 6: PRESUPUESTO   | PROCESADO |
| 54 | 213612 | 2020-02-15 | AUTONOMIA | 2020-02-15 18:00:00 | ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / PRESUPUESTO   | 2020-02-15 20:00:00 | 2.00 | CORRECCION CAPITULO 6  | PROCESADO |
| 55 | 213613 | 2020-02-20 | INSITU    | 2020-02-20 16:30:00 | ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / CRONOGRAMA  | 2020-02-20 17:30:00 | 1.00 | EXPLICACION AL ESTUDIANTE PARA REALIZAR EL CRONOGRAMA DE LAS ACTIVIDADES E INCUTIDAS EN EL DESARROLLO DE SU PROPUESTA. SE INDICA LAS OBSERVACIONES Y CORRECCIONES QUE DEBE REALIZAR. PRESENTA SUS AVANCES Y ASISTE A SU TUTORIA. | PROCESADO |
| 56 | 213614 | 2020-02-22 | AUTONOMIA | 2020-02-22 08:00:00 | ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / CRONOGRAMA  | 2020-02-22 11:00:00 | 3.00 | DESARROLLO CAPITULO 6: CRONOGRAMA  | PROCESADO |
| 57 | 213615 | 2020-02-22 | AUTONOMIA | 2020-02-22 12:00:00 | ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / CRONOGRAMA  | 2020-02-22 13:00:00 | 1.00 | CORRECCION CAPITULO 6  | PROCESADO |



|              |        |            |          |   |  |                     |   |  |           |
|--------------|--------|------------|----------|---|--|---------------------|---|--|-----------|
| 58           | 213616 | 2020-02-27 | INSITU   | 2020-02-27 16:30:00   | CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / CONCLUSIONES    | 2020-02-27 17:30:00 | 1.00  | EXPLICACIÓN AL ESTUDIANTE PARA DETERMINAR LAS CONCLUSIONES OBTENIDAS EN EL DESARROLLO DE SU PROPUESTA. SE INDICA LAS OBSERVACIONES Y CORRECCIONES QUE DEBE REALIZAR. PRESENTA SUS AVANCES Y ASISTE A SU TUTORÍA.                 | PROCESADO |
| 59           | 213617 | 2020-02-29 | AUTONOMA | 2020-02-29 08:00:00   | CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / CONCLUSIONES    | 2020-02-29 12:00:00 | 4.00  | DESARROLLO CAPÍTULO 7. CONCLUSIONES  | PROCESADO |
| 60           | 213621 | 2020-03-05 | INSITU   | 2020-03-05 16:30:00   | CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / CONCLUSIONES    | 2020-03-05 17:30:00 | 1.00  | REVISIÓN DE LA BIBLIOGRAFÍA SEGUN NORMAS APA SEXTA EDICIÓN Y DE LOS ANEXOS INCLUIDOS EN EL DESARROLLO DE SU PROPUESTA. SE INDICA LAS OBSERVACIONES Y CORRECCIONES QUE DEBE REALIZAR. PRESENTA SUS AVANCES Y ASISTE A SU TUTORÍA. | PROCESADO |
| 61           | 213622 | 2020-03-07 | AUTONOMA | 2020-03-07 08:00:00   | CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / CONCLUSIONES    | 2020-03-07 11:00:00 | 3.00  | DESARROLLO DE BIBLIOGRAFÍA Y ANEXOS  | PROCESADO |
| 62           | 213623 | 2020-03-07 | AUTONOMA | 2020-03-07 12:00:00   | CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / CONCLUSIONES    | 2020-03-07 13:00:00 | 1.00  | CORRECCIÓN DE BIBLIOGRAFÍA Y ANEXOS  | PROCESADO |
| 63           | 213618 | 2020-02-27 | INSITU   | 2020-02-27 17:30:00   | CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / RECOMENDACIONES | 2020-02-27 18:30:00 | 1.00  | EXPLICACIÓN AL ESTUDIANTE PARA DETERMINAR LAS RECOMENDACIONES OBTENIDAS EN EL DESARROLLO DE SU PROPUESTA. SE INDICA LAS OBSERVACIONES Y CORRECCIONES QUE DEBE REALIZAR. PRESENTA SUS AVANCES Y ASISTE A SU TUTORÍA.              | PROCESADO |
| 64           | 213619 | 2020-02-29 | AUTONOMA | 2020-02-29 13:00:00   | CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / RECOMENDACIONES | 2020-02-29 17:00:00 | 4.00  | DESARROLLO CAPÍTULO 7. RECOMENDACIONES   | PROCESADO |
| 65           | 213620 | 2020-02-29 | AUTONOMA | 2020-02-29 18:00:00   | CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / RECOMENDACIONES | 2020-02-29 20:00:00 | 2.00  | CORRECCIÓN CAPÍTULO 7  | PROCESADO |
| 66           | 213624 | 2020-03-12 | INSITU   | 2020-03-12 16:30:00   | INFORME FINAL DE TUTOR / INFORME FINAL           | 2020-03-12 17:30:00 | 1.00  | EL ESTUDIANTE ENTREGA SU TESIS TERMINADA SATISFACTORIAMENTE  | PROCESADO |
| 67           | 213625 | 2020-03-14 | AUTONOMA | 2020-03-14 08:00:00   | INFORME FINAL DE TUTOR / INFORME FINAL           | 2020-03-14 10:00:00 | 2.00  | CORRECCIÓN TESIS   | PROCESADO |
| 68           | 213965 | 2020-03-19 | INSITU   | 2020-03-19 16:30:00   | INFORME FINAL DE TUTOR / INFORME FINAL           | 2020-03-19 17:30:00 | 1.00  | EL ESTUDIANTE CUMPLE CON LA FINALIZACIÓN DE SU TESIS DENTRO DEL CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS Y CALIDAD DEL PROCESO DE TITULACIÓN DE LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR.  | PROCESADO |
| TOTAL HORAS: |        |            |          |   |  |                     | 240   |  |           |
|              |        |            |          |   |  |                     |   |  |           |
|              |        |            |          | <br>TUTOR<br>ZAMBRANO MACIAS HARTER IGNACIO<br>CI: 1308692217 |  |                     | <br>TORRES AYIUEZ JOSE LUIS<br>ALUMNO<br>CI: 1726699551 |  |           |
|              |        |            |          |   |  |                     | ANDRADE FUENTES RAQUEL PAULINA<br>DELEGADO<br>CI: 1715955074<br>FECHA:  |  |           |