



INSTITUTO TECNOLÓGICO
"CORDILLERA"

CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

**DISEÑO DE UN SITIO WEB DE LA CLÍNICA DENTAL C&C, UBICADA EN
EL BARRIO LA COMUNA EN EL NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.**

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de

Tecnólogo en Diseño Gráfico

Autor: Cumbajín Tumipamba Ricardo Mauricio

Tutor: Ing. Marco Yamba

Quito ,Octubre 2014



Declaración de aprobación de tutor y lector



DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, autentica, personal, 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.

Ricardo Mauricio Cumbajín Tumipamba

C.I.:1714654959



CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL

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

PRIMERA: ANTECEDENTE.- a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de Diseño Gráfico que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo en Diseño Gráfico, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado "**Diseño de un sitio web de la Clínica Dental C&C, ubicada en el barrio La Comuna en el norte de la ciudad de Quito.**", el cual incluye la creación y desarrollo del sitio web para lo cual ha implementado los conocimientos adquiridos en su calidad de alumno. **b)** Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se desarrolla la creación del sitio web, motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de los derechos de autor que genera la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.

SEGUNDA: CESIÓN Y TRANSFERENCIA.- Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales del sitio web descrito en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial (código fuente, código objeto, diagramas de flujo, planos, manuales de uso, etc.). El Cesionario podrá explotar el proyecto por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual, esto es, realizar, autorizar o prohibir, entre otros: a) La reproducción del sitio web por cualquier forma o procedimiento; b) La comunicación pública del sitio web; c) La distribución pública de ejemplares o copias, la comercialización, arrendamiento o alquiler del proyecto; d) Cualquier transformación o modificación del proyecto; e) La protección y registro en el IEPI del proyecto a nombre del Cesionario; f) Ejercer la protección jurídica del proyecto; g) Los demás derechos establecidos en la Ley de Propiedad Intelectual y otros cuerpos legales que normen sobre la cesión de derechos de autor y derechos patrimoniales.

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



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

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

SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.- Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia derivada de éste, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un Mediador del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, al Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de comercio de Quito, y a las siguientes normas: a) El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación; b) Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral; c) Para la ejecución de medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; d) El procedimiento será confidencial y en derecho; e) El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quito; f) El idioma del arbitraje será el español; y, g) La reconvenición, caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

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

En aceptación firman a los 24 días del mes de Octubre del dos mil catorce.

f) _____

Ricardo Mauricio Cumbajín Tumipamba

C.C. N° 1714654959

CEDENTE

f) _____

Instituto Superior Tecnológico Cordillera

CESIONARIO



AGRADECIMIENTO

A *Dios* , por la salud y vida que he disfrutado,

A mis padres , *José y Gloria* por su incondicional amor y apoyo.



DEDICATORIA

El presente trabajo lo dedico con todo cariño *a mis padres* por su apoyo incondicional por cumplir un anhelo. Además lo dedico *a mis hijas Damaris y Juliana*, quienes son el soporte para seguir adelante en el cumplimiento de esta meta.

Una dedicatoria especial a mis maestros por su labor desinteresada y abnegada por impartir sus conocimientos con tanto empeño y sacrificio.



ÍNDICE GENERAL

Declaración de aprobación de tutor y lector	ii
DECLARATORIA	iii
CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL	iv
AGRADECIMIENTO	vi
DEDICATORIA	vii
ÍNDICE GENERAL	viii
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xi
RESUMEN EJECUTIVO	xiii
ABSTRACT.....	xiv
INTRODUCCIÓN	xv
CAPÍTULO I: ANTECEDENTES	1
ANTECEDENTES	1
1.01 Contexto.....	1
1.02 Justificación	1
1.03 Definición del problema central (matriz t).....	3
CAPÍTULO II: ANÁLISIS DE LOS INVOLUCRADOS	4
2.01 Mapeo de los involucrados.	4
2.02 Matriz de análisis y Selección con los involucrados	5
CAPÍTULO III: PROBLEMAS Y OBJETIVOS.	6
3.01 Árbol De Problemas.....	6
3.02 Árbol De Objetivos	7
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS	8
4.01 Matriz de análisis de alternativas e identificación de acciones.....	8
4.01.01 Tamaño del proyecto.....	9
4.01.02 Localización del proyecto	9
4.01.03 Análisis Ambiental.....	10
4.02 Matriz De Análisis De Impacto De Los Objetivos	11
4.03 Diagrama de Estrategias.	12



4.04 Construcción De La Matriz De Marco Lógico	13
4.04.01 Revisión De Los Criterios Para Los Indicadores.....	14
4.04.03 Selección De Indicadores.....	17
4.04.03 Medios de verificación.....	20
4.04.04 Supuestos	25
4.04.05 Matriz marco lógico (mml).....	29
CAPÍTULO V.....	35
5.1 Antecedente de la herramienta del perfil de la propuesta.....	35
5.2 Descripción de la herramienta	35
5.3 Formulación del proceso de aplicación.....	36
5.3.1 Multimedia.....	36
5.3.1.01 Planificación	36
5.3.1.01.01 Propósito	36
5.3.1.01.02 Usuario.....	36
5.3.1.01.03 Herramientas.....	36
5.3.1.01.04 Desarrollo.....	37
5.3.1.01.04.01 Internet.....	37
5.3.1.01.05 Contenidos	48
5.3.1.01.06 Mapa de contenidos	49
5.3.1.02 Diseño de interfaz.....	50
5.3.1.02.01 Imagen corporativa	51
Logotipo.....	51
5.3.1.02.02 Colores	52
5.3.1.02.03 Tipografías.....	53
5.3.1.02.04 Botones	53
5.3.1.02.05 Retículas.....	54
5.3.1.02.06 Producción	63
5.3.1.02.07 Programación.....	68
5.3.1.02.08 Navegación-interactividad	74



5.3.1.02.09 Servicios.....	74
5.3.1.02.10 Imágenes	74
5.3.1.03 Marketing y difusión.....	75
Banner Promocional en Twitter:.....	76
CAPÍTULO VI.....	77
6. Aspectos Administrativos.....	77
6.1 Recursos.....	77
6.1.1 Técnicos-Tecnológicos	77
6.1.1.01. Hardware.....	77
6.1.1.02 Software	77
6.1.2 Humanos	77
6.1.3 Económico	77
6.2 Presupuesto	78
6.2.1 Gastos Operativos	78
6.2.2 Aplicación del Proyecto.....	78
6.3 Cronograma.....	79
CAPÍTULO VII.....	80
7.1 Conclusiones.....	80
7.2 Recomendaciones	81
BIBLIOGRAFÍA	82

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Análisis de Fuerzas T.....	3
Tabla 2. Matriz de análisis y selección de los involucrados.....	5
Tabla 3. Matriz de análisis de impacto de los objetivos.....	11
Tabla 4. Revisión de los criterios para los indicadores.....	16
Tabla 5. Selección de los indicadores.....	19
Tabla 6. Medios de verificación.....	24
Tabla 7. Supuestos.....	28



Tabla 8. Matriz de Marco Lógico.	34
Tabla 9. Colores	53
Tabla 10. Presupuesto	78
Tabla 11. Gastos en Aplicación del proyecto.	78

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 alternativas e identificación de acciones.	8
Figura 5. Ubicación de la Clínica Dental C&C	10
Figura 6. Diagrama de Estrategias.	12
Figura 7. Mapa de Contenidos.	49
Figura 8. Diseño de Interfaz.	50
Figura 9. Logotipo	51
Figura 10. Botón inicio	53
Figura 11. Botones de acceso rápido	54
Figura 12. Botones Redes Sociales.	54
Figura 13. Botones de banner animado.	54
Figura 14. Retícula página inicio.	55
Figura 15. Retícula Quienes Somos.	56
Figura 16. Retícula Galería.	57
Figura 17. Retícula página de servicios.	58
Figura 18. Retícula páginas de detalle de servicios y tratamientos.	59
Figura 19. Retícula página de promociones.	60
Figura 20. Retícula página laboratorio.	61



Figura 21. Réticula de página de contactos.	62
Figura 22. Página de inicio.	63
Figura 23. Página de Quienes somos.	63
Figura 24. Página de galería.....	64
Figura 25. Página de Servicios.....	64
Figura 26. Página de detalles de cada uno de los servicios de la clínica.	65
Figura 27. Página de promociones.....	66
Figura 28. Página de Laboratorio Dental de la clínica.....	67
Figura 29. Página de Contactos.	67
Figura 30. Imágenes de Blanqueamiento Dental.	74
Figura 31. Afiche promocional.	75
Figura 32. Banner Promocional Facebook.....	75
Figura 33. Banner promocional en Twitter.....	76
Figura 34 Cronograma.	79



RESUMEN EJECUTIVO

La Clínica Dental C&C , establecida en el año del 2010, ofrece servicios odontológicos de calidad en el Sector Norte de Quito, siendo una de las razones por la cuales ha tenido un rápido crecimiento en estos pocos años de existencia empresarial. Sin embargo , a pesar de que actualmente vivimos en una época en la cual las tecnologías de comunicación e información han experimentado una verdadera revolución tecnológica facilitando entre otras aspectos, una rápida interacción entre las empresas y sus consumidores, la Clínica C&C no dispone aún de un medio tecnológico que permita una adecuada y rápida comunicación con sus actuales y potenciales clientes, razón por la cual se propone la creación de un sitio web que permita una mayor eficiencia comunicacional y operativa obtenido una mayor captación de pacientes mejor informados de los servicios que la clínica ofrece, con lo cual aumentaría su flujo de ingresos económicos potenciando así un mayor crecimiento empresarial y de servicio.



ABSTRACT

The C & C Dental Clinic , established in the year 2010, offers quality dental services in the northern sector of Quito , one of the reasons why it has grown rapidly in these few years of corporate existence. However, even though we now live in an age in which communication technologies and information have experienced a true technological revolution facilitating among other aspects , a rapid interaction between companies and their consumers , Clinic C & C still has a technological means to enable a rapid and appropriate communication with current and potential customers, which is why the creation of a website that allows greater communication and increased operating efficiency obtained better informed patient recruitment services is proposed that clinical offers , thereby increasing their income flow thereby enhancing greater business growth and service .



INTRODUCCIÓN

No cabe duda la importancia que tiene la comunicación e información en una organización tanto interna como externa, la cual manejada eficazmente nos permite aumentar la productividad de ella en muy buena medida alcanzando un desarrollo organizacional acorde a las necesidades actuales de competitividad; La Clínicas Dentales al igual que otras áreas de la medicina no han permanecido ajenas a esta nueva visión de gestión empresarial en un mercado que ha evolucionado conforme a la revolución de las tecnologías de la información y comunicación, es por ello que la Clínica Dental C&C tiene la necesidad de integrarse a este cambio tecnológico de la comunicación e información, para solventar de esta manera su deficiente interacción comunicacional con todos los entes con los que se relaciona, es decir proveedores, pacientes, colegas, etc.

Por ser la Clínica Dental C&C un emprendimiento familiar, es uno de las principales motivaciones que impulsa el desarrollo de este proyecto de investigación y propuesta.

Como se puede deducir de las líneas escritas anteriormente el presente estudio en cuestión tiene como fundamentación teórica la nueva revolución de las tecnologías de la información y comunicación que ventajosamente estamos asistiendo, lo que provoca un cambio en las estrategias de marketing, publicidad que las organizaciones tienen que adoptar, si quieren sobrevivir en este mundo cada vez más competitivo y globalizado.

El presente trabajo de investigación empieza con la redacción de la planificación del mismo ,para luego exponer los principales aspectos teóricos en que se fundamenta el proyecto ,y continuamos con el análisis de la cuantificación de datos y variables de estudio, para proceder a realizar las respectivas conclusiones y recomendaciones necesarias para la correcta gestión empresarial de la Clínica Dental C&C; por último avanzaremos al planteamiento y desarrollo del sitio web, propuesta tecnológica a ser implementada por la Clínica Dental C&C.



CAPÍTULO I: ANTECEDENTES

ANTECEDENTES

1.01 Contexto

La Clínica Dental C&C , establecida en el año del 2010, en el barrio la Comuna zona centro-norte de la ciudad de Quito, ofrece servicio odontológico con equipos de última tecnología, personal profesional en constante capacitación con un alto espíritu de servicio a la comunidad a la que sirven con calidad y eficiencia; Sin embargo , a pesar de que actualmente vivimos en una época en la cual las tecnologías de comunicación e información han experimentado una verdadera revolución facilitando entre otras aspectos, una rápida interacción entre las empresas y sus consumidores, existe poca o casi nula información de la Clínica C&C en el internet ,dada la importancia que en la actualidad tiene este recurso tecnológico como medio alternativo y complementario para una adecuada y rápida comunicación con sus actuales y potenciales pacientes, razón por la cual se propone la creación de un sitio web que permita una mayor eficiencia de información y promoción de los servicios que la Clínica dental ofrece.

1.02 Justificación

En la actualidad toda empresa (organización), no importa el tamaño, necesita y debe tener un sitio Web. En EEUU y en los países más avanzados de la Unión Europea (UE) está demostrado que la intensidad en la aplicación de nuevas tecnologías y la incorporación de un Sitio Web, está correlacionado de manera positiva con el incremento de las ventas, la productividad y el valor de mercado de las empresas. Además, estudiosos del E-Business consideran que las empresas que no entren en el campo de Internet en los próximos 10 años, desaparecerán (IGLESIAS, Loy.2011).No está por demás destacar la importancia que en la



actualidad tienen las tecnologías de comunicación e información en la vida diaria y empresarial de las cuales el marketing, la publicidad y otras estrategias de gestión corporativa incorporan como canales de información y difusión de los productos y servicios que el mercado ofrece.

Actualmente en el Ecuador se están haciendo ingentes esfuerzos por cambiar la Matriz Productiva en diversas áreas entre ellas la tecnológica, donde el conocimiento y las nuevas técnicas productivas sean los puntales para un mayor y sostenible crecimiento económico, en el cual, las tecnologías de información y comunicación juegan un papel preponderante. Es por ello que se plantea la necesidad que la Clínica Dental C&C se incorpore a esta auténtica revolución tecnológica mediante la realización del sitio web de la clínica, que le permitirá dar un paso adelante en una mejor comunicación e información con todos los actores con los que se relaciona como proveedores, pacientes, etc.; reduciendo tiempo y ahorrando recursos, lo que se traduce en una mayor productividad y eficiencia.

Es decir, con implementación del sitio web, los pacientes de la Clínica C&C serán capaces de hacer citas, realizar consultas, averiguar precios, promociones, cotizaciones, obtener descuentos en tratamientos, etc. Así mismo, la Clínica dental podrá intercambiar información con colegas, conseguir nuevos proveedores a mejores precios de sus productos, publicar promociones, nuevas técnicas dentales que beneficiarán a sus pacientes, resolver consultas, etc. Consecuentemente, la clínica como sus pacientes serán los mayores beneficiarios del proyecto a llevarse a cabo.

Por lo demás, la obtención del título académico constituye la principal motivación de quien llevará a cabo el presente trabajo investigativo, con lo cual además contribuirá a mejorar la imagen corporativa de la Clínica Dental C&C.

1.03 Definición del problema central (matriz t)

ANÁLISIS DE FUERZAS T					
SITUACIÓN EMPEORADA	SITUACIÓN ACTUAL				SITUACIÓN MEJORADA
La Clínica Dental C&C queda rezagada en la adopción de nuevas tecnologías de información y comunicación	Escasa información de la Clínica dental C&C en el internet				Moderna implementación tecnológica de información y comunicación de la clínica dental C&C
FUERZAS IMPULSADORAS	I	PC	I	PC	FUERZAS BLOQUEADORAS
Mayor cantidad de alternativas para realizar un sitio web con más facilidad.	4	4	4	4	Desconocimiento de las ventajas y beneficios de implementar un sitio web
Mayor cobertura del servicio de internet en el país.	4	4	3	3	Ancho de banda insuficiente para abrir ciertos sitios web
Reducción del coste para la realización de sitios web	4	5	4	4	Falta de interés por la realización de un sitio web informativo y publicitario.
Popularización del internet en todos los estratos sociales	3	5	5	3	Falta de conocimiento en las nuevas herramientas tecnológicas online
Apoyo estatal en el acceso a las nuevas tecnologías.	3	4	5	5	Retraso tecnológico-científico del país.
Mayor cantidad de medios digitales con acceso a internet	4	4	5	4	Escases de recursos destinados en información y comunicación on line.

Tabla 1. Análisis de Fuerzas T

CAPÍTULO II: ANÁLISIS DE LOS INVOLUCRADOS

2.01 Mapeo de los involucrados.

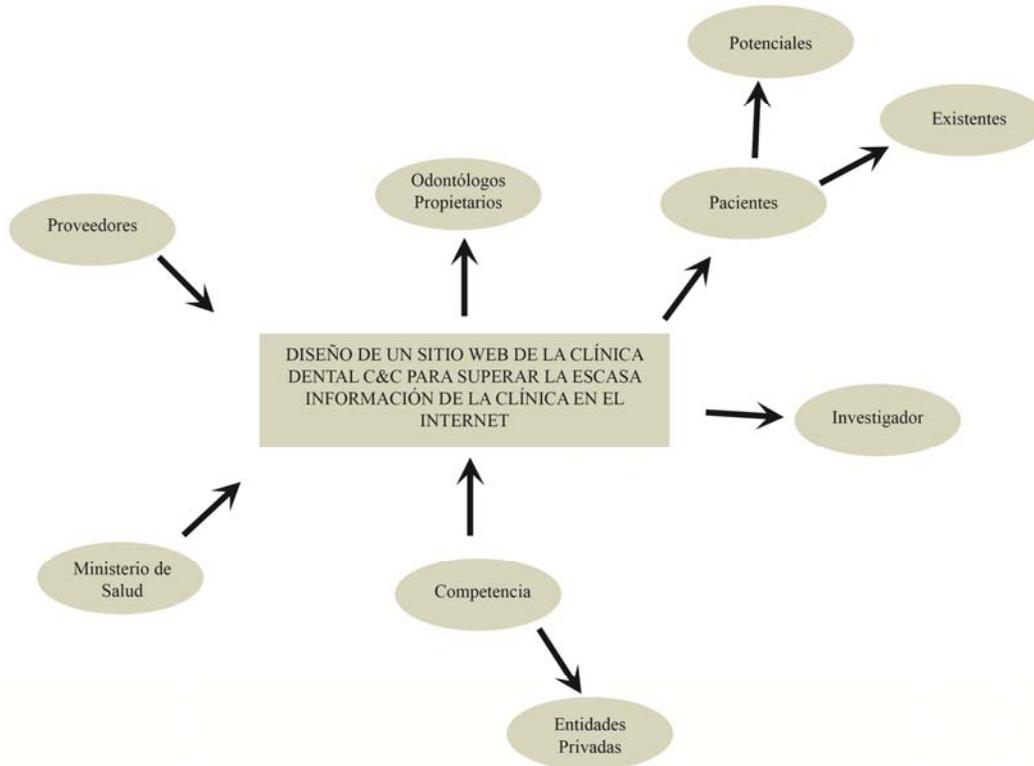


Figura 1. Mapeo de Involucrados.

2.02 Matriz de análisis y Selección con los involucrados

Actores Involucrados	Interés sobre el problema	Problemas Percibidos	Recursos ,mandatos y capacidades	Interés sobre el proyecto	Conflictos potenciales
Odontólogos	Tener presencia en el internet para informar y promocionar sus servicios.	Poca información de la clínica en internet	<ul style="list-style-type: none"> Recursos Humanos, informativos. Sitio web que involucre a sus propietarios. 	Mejorar la comunicación, información en el sitio web.	<ul style="list-style-type: none"> No valorar la importancia que tiene un sitio web en la actualidad. Sitio web mal estructurado
Pacientes	Mayor acceso información on line de la clínica	Reducida información en el internet	<ul style="list-style-type: none"> Recursos humanos, Informativos. 	Mejor atención	Obtener poca calidad de información y comunicación.
Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> Mejorar la comunicación. Mayores canales comunicacionales 	Poco uso de canales alternativos de comunicación	Recursos humanos, materiales, técnicos.	Mayor eficiencia en comunicación	Reducidos requerimientos de materiales
Competencia	Mejorar su servicio on line	Mayor competencia	Mayores recursos económicos y capacidad de acción	Mejorar e implementar nuevas utilidades a su sitio web	Competencia desleal
Investigador	Mejorar la comunicación e información entre los involucrados	Deficiente comunicación e información	Capacidad humana, creativa e investigativa	Poner en práctica conocimientos adquiridos.	No desarrollo del proyecto en tiempo establecido

Tabla 2. Matriz de análisis y selección de los involucrados.

CAPÍTULO III: PROBLEMAS Y OBJETIVOS.

3.01 Árbol De Problemas

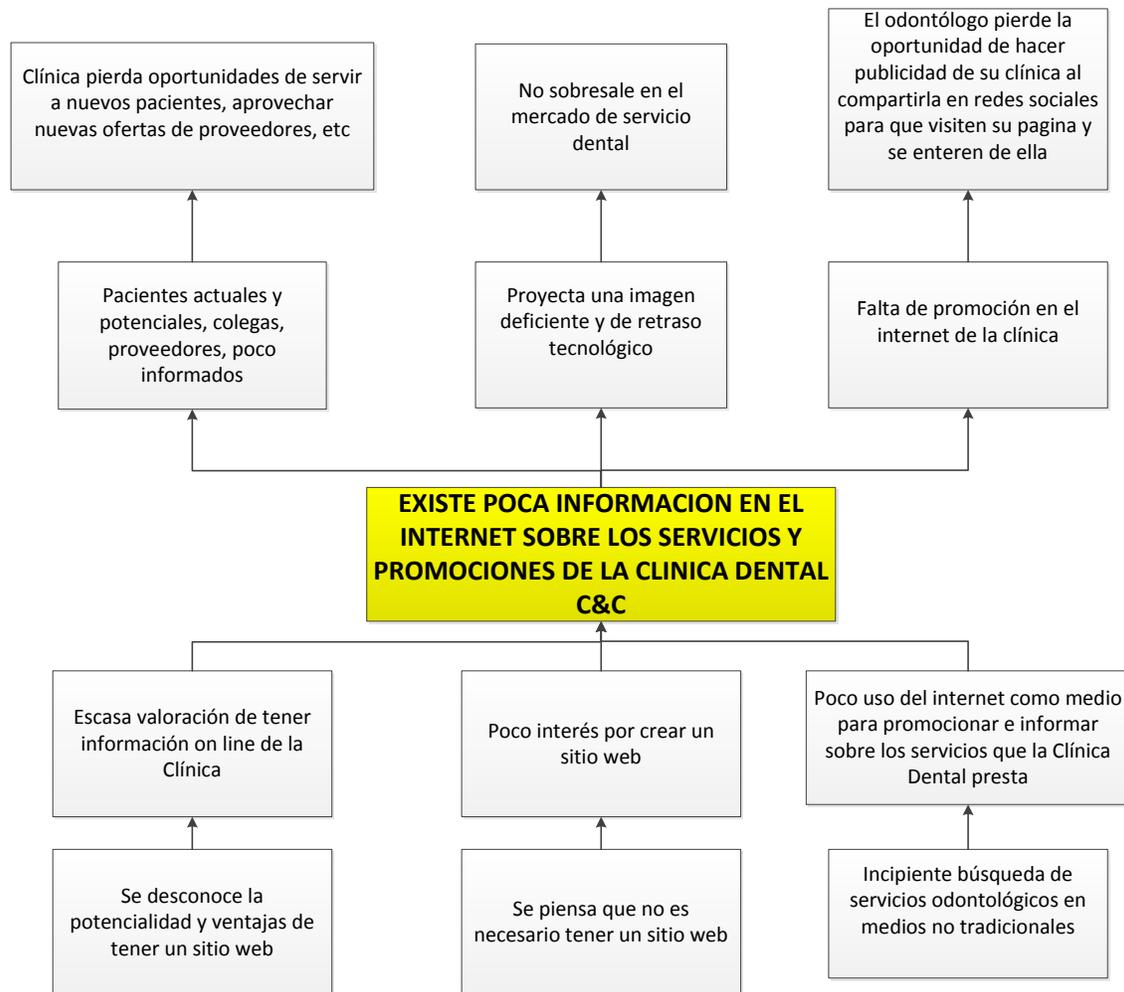


Figura 2. Árbol de problemas.

3.02 Árbol De Objetivos

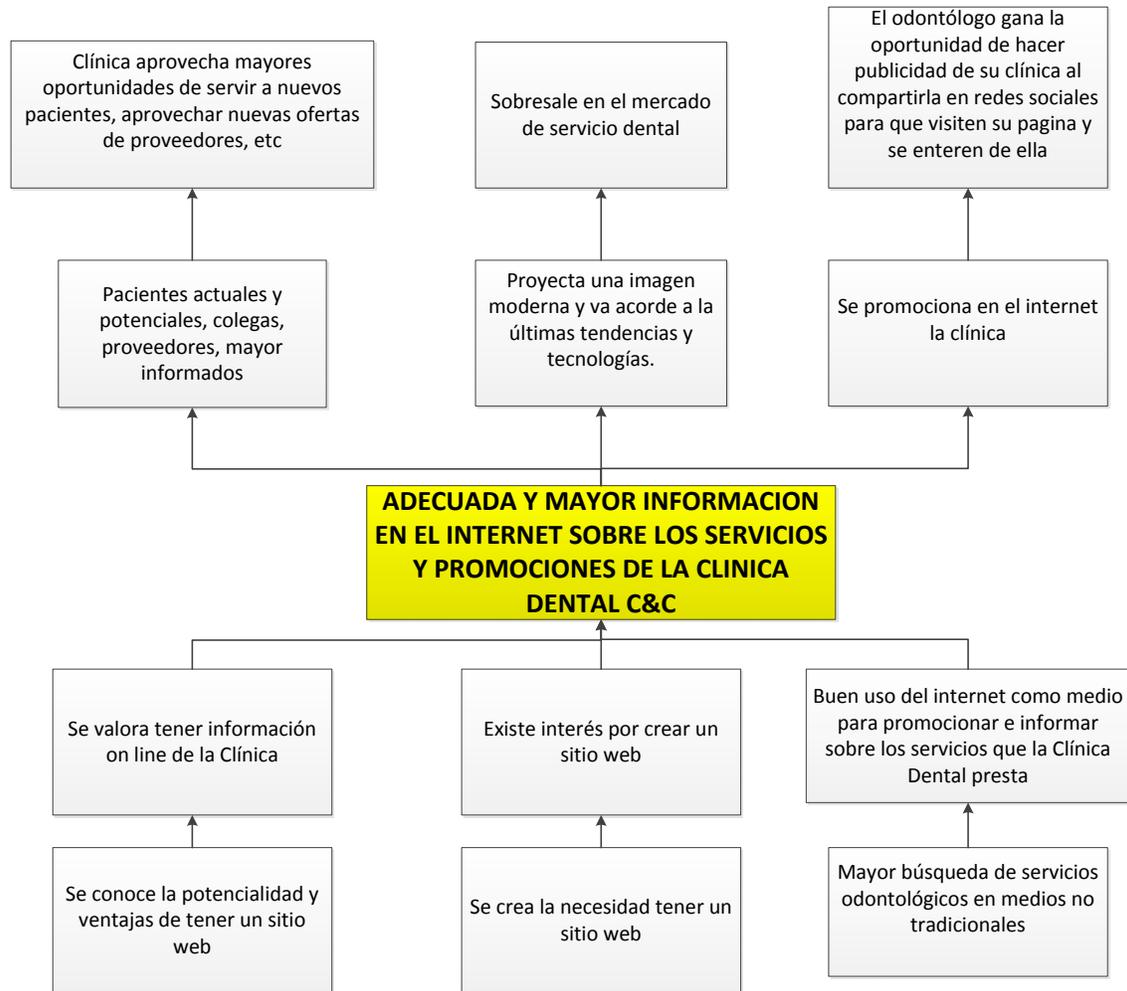


Figura 3. Árbol de Objetivos.

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS

4.01 Matriz de análisis de alternativas e identificación de acciones.

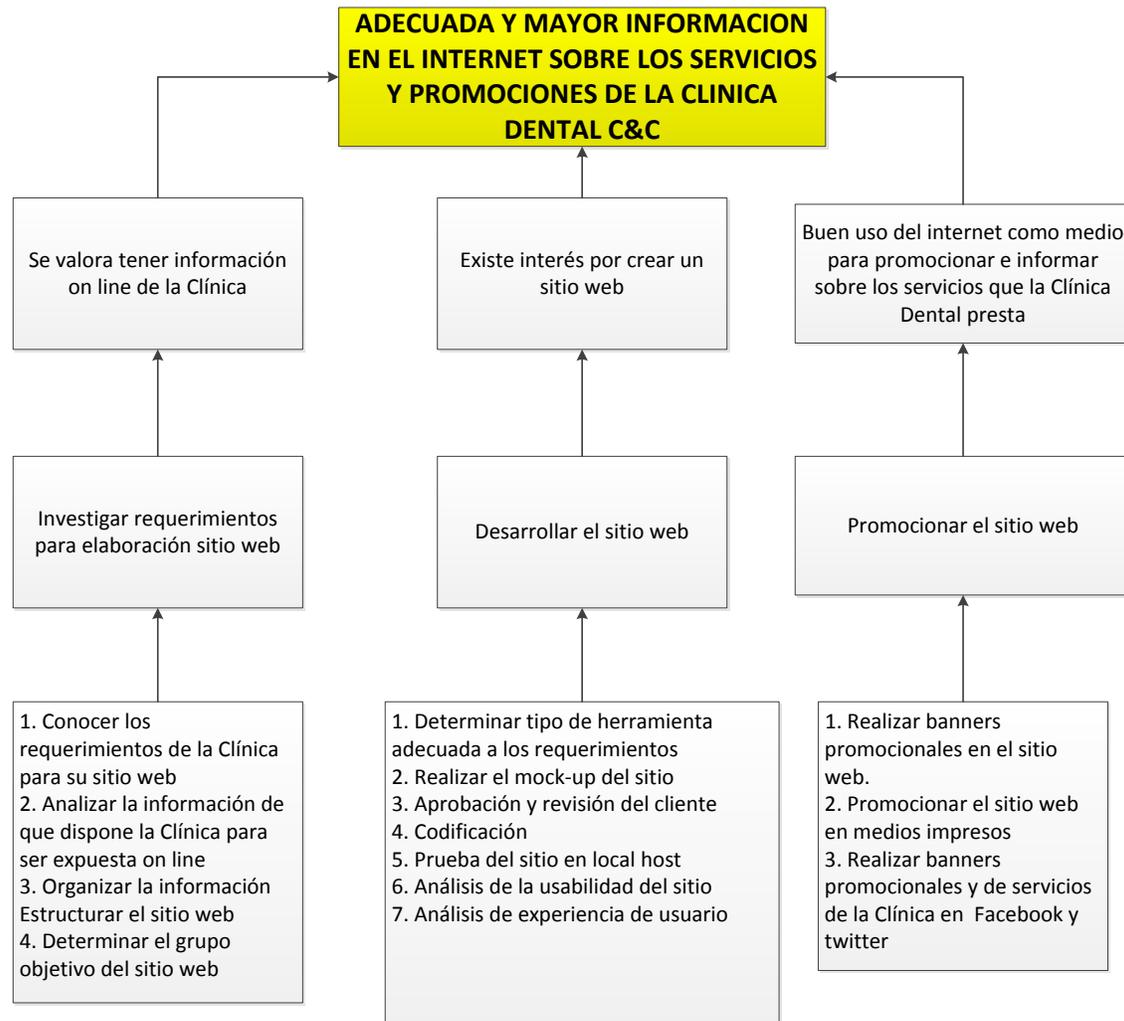


Figura 4. Matriz de análisis de alternativas e identificación de acciones.



4.01.01 Tamaño del proyecto

La clínica dental C&C es un emprendimiento micro empresarial reciente, que ofrece servicios de salud dental con la adecuada capacidad tecnológica y profesional para servir al área de influencia de mercado en donde está ubicada la clínica, y que gracias a la incorporación de los medios digitales, tiene un gran potencial para mejorar la comunicación e información con sus clientes reales y potenciales. Ese es precisamente una de las ventajas que ofrece las nuevas tecnologías de información y comunicación, que con un presupuesto relativamente corto, recursos limitados, buena organización empresarial, tecnología adecuada, se puede obtener grandes resultados en un mercado cada vez más competitivo.

El presente proyecto ha establecido como grupo objetivo a personas de entre 15 y 60 años de edad, de estrato social medio y medio alto, que sean usuarios regulares de internet en la zona centro norte de la ciudad de Quito, parroquia Belisario Quevedo, lo cual delimita nuestro grupo objetivo a la cantidad de 18.276, 47 según cálculos realizados en base a datos que se encuentran disponibles on line.(Datos demográficos de Quito, 2014. Disponible en URL: <http://datosabiertos.quito.gob.ec/>)

4.01.02 Localización del proyecto

En la actualidad se podría decir que la ubicación del presente proyecto es a nivel digital donde un conjunto de códigos HTML forman una imagen virtual de la clínica C&C que puede ser vista en todo el mundo a través de una computadora y una conexión de internet. Sin embargo, el área de influencia del proyecto se encuentra en la parroquia Belisario Quevedo del sector centro norte del Distrito Metropolitano de Quito.



Figura 5. Ubicación de la Clínica Dental C&C

4.01.03 Análisis Ambiental

Para la realización del presente proyecto tecnológico, por su misma naturaleza de ser un medio digital, no desencadena procesos contaminantes medioambientales directos, salvo si se tomara en cuenta las herramientas que se utilizan para la realización del mismo, que en el largo plazo conlleva un proceso contaminante, así por ejemplo el uso de computadoras, periféricos, papel y demás impresos que se realizarán para promocionar el proyecto. etc.

Cabe señalar el impacto ambiental que tiene la realización de impresos, ya que el proceso para llevarlos a cabo, tiene una afectación al ambiente desde la utilización de químicos en imprenta, hasta cuando el papel se convierte en desecho si no es reciclado.

4.02 Matriz De Análisis De Impacto De Los Objetivos

OBJETIVOS	IMPACTO SOBRE EL PROPÓSITO	FACTIBILIDAD TÉCNICA	FACTIBILIDAD FINANCIERA	FACTIBILIDAD SOCIAL	FACTIBILIDAD POLÍTICA	TOTAL	CATEGORÍA
Se valora tener información on line de la Clínica	5	4	4	4	3	20	ALTO
Existe interés por crear un sitio web	5	5	4	4	4	22	ALTO
Mayores ingresos Buen uso del internet como medio para promocionar e informar sobre los servicios que la Clínica Dental presta	5	4	4	4	3	20	ALTO
Investigar requerimientos para elaboración sitio web	5	4	4	4	3	20	ALTO
Desarrollar el sitio web	4	4	4	4	3	18	ALTO
Promocionar el sitio web	4	4	3	4	3	17	ALTO

Tabla 3. Matriz de análisis de impacto de los objetivos.

4.03 Diagrama de Estrategias.

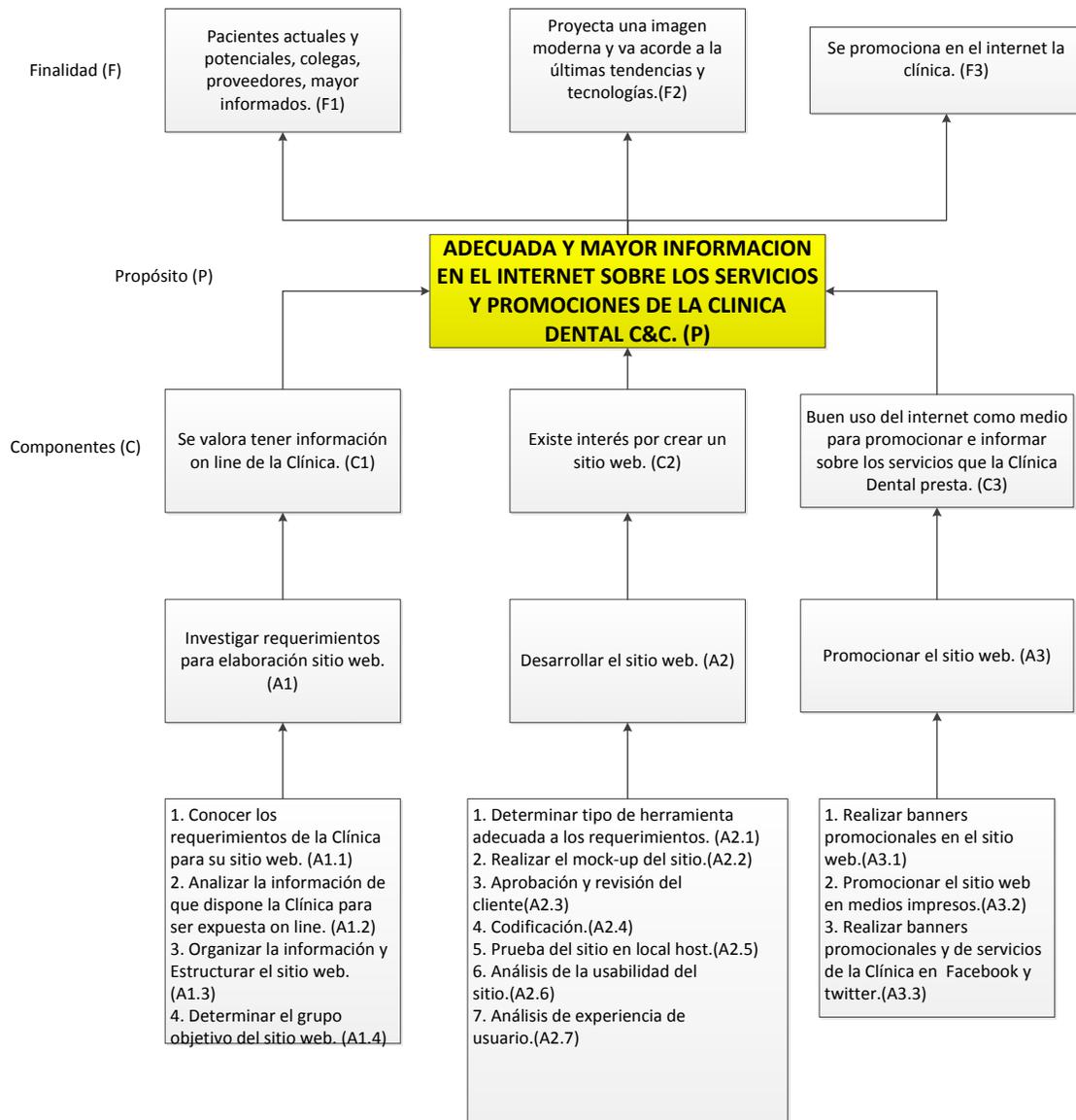


Figura 6. Diagrama de Estrategias.



4.04 Construcción De La Matriz De Marco Lógico

Resumen Narrativo

Finalidad

- F1. Pacientes actuales y potenciales, colegas, proveedores, mayor informados.
- F2. Proyecta una imagen moderna y va acorde a las últimas tendencias y tecnologías.
- F3. Se promociona en el internet la clínica.

Propósito

P. Adecuada y mayor información en el internet sobre los servicios y promociones de la Clínica Dental C&C.

Componentes

- C1. Se valora tener información on line de la Clínica.
- C2. Existe interés por crear un sitio web.
- C3. Buen uso del internet como medio para promocionar e informar sobre los servicios que la Clínica Dental presta.

Actividades

A1. Investigar requerimientos para elaboración sitio web.

- A1.1 Conocer los requerimientos de la Clínica para su sitio web.
- A1.2 Analizar la información de que dispone la Clínica para ser expuesta on line.
- A1.3. Organizar la información y estructurar el sitio web.
- A1.4 Determinar el grupo objetivo del sitio web.

A2. Desarrollar el sitio web.

- A2.1 Determinar tipo de herramienta adecuada a los requerimientos.
- A2.2 Realizar el mock-up del sitio.
- A2.3 Aprobación y revisión del cliente
- A2.4 Codificación.
- A2.5 Prueba del sitio en local host.
- A2.6 Análisis de la usabilidad del sitio.
- A2.7 Análisis de experiencia de usuario.

A3 Promocionar el sitio web.

A3.1 Realizar banners promocionales en el sitio web.

A3.2. Promocionar el sitio web en medios impresos.

A3.3 Realizar banners promocionales y de servicios de la Clínica en Facebook y twitter.

4.04.01 Revisión De Los Criterios Para Los Indicadores

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	META				
			CANTIDAD	CALIDAD	TIEMPO	LUGAR	GRUPO SOCIAL
FINALIDAD	F1. Pacientes actuales y potenciales, colegas, proveedores, mayor informados.	El 50% de sus clientes ya acceden a información de la clínica en la web	50%	BUENA	5 MESES	QUITO	MEDIO, MEDIO ALTO
	F2. Proyecta una imagen moderna y acorde a las últimas tendencias y tecnologías.	El 50% de sus clientes reconocen una imagen moderna de la clínica	50%	BUENA	5 MESES	QUITO	MEDIO, MEDIO ALTO
	F3. Se promociona en el internet la clínica.	El 60% de sus pacientes conocen de las nuevas promociones de la clínica	60%	BUENA	5 MESES	QUITO	MEDIO, MEDIO ALTO
PROPÓSITO	P. Adecuada y mayor información en el internet sobre los servicios y promociones de la Clínica Dental C&C.	Existe un 80% de información de la clínica en el internet a disposición del público	80%	BUENA	3 MESES	QUITO	MEDIO, MEDIO ALTO
COMPONENTES	C1. Se valora tener información on line de la Clínica.	Se destina un 25% de recursos a potencializar el servicio on line	25%	BUENA	1 MESES	QUITO	MEDIO, MEDIO ALTO
	C2. Existe interés por crear un sitio web.	Se destina un 25% de recursos a potencializar el servicio on line	25%	BUENA	5 MESES	QUITO	MEDIO, MEDIO ALTO

	C3. Buen uso del internet como medio para promocionar e informar sobre los servicios que la Clínica Dental presta.	un 60% de toda la promoción y difusión de la clínica se la hace en internet	60%	BUENA	5 MESES	QUITO	MEDIO, MEDIO ALTO
ACTIVIDADES A1. Investigar requerimientos para elaboración sitio web.	A1.1 Conocer los requerimientos de la Clínica para su sitio web.	Se conoce el 90% de los requerimientos que la Clínica tiene	90%	BUENA	1 MES	QUITO	ODONTOLOGOS Y DISEÑADOR
	A1.2 Analizar la información de que dispone la Clínica para ser expuesta on line.	Un 95% de la información de la clínica es analizada	95%	BUENA	2 MESES	QUITO	ODONTOLOGOS Y DISEÑADOR
	A1.3. Organizar la información y estructurar el sitio web.	El 98% de la información de la clínica es organizada y estructurada	98%	BUENA	1 MES	QUITO	DISEÑADOR
	A4.4 Determinar el grupo objetivo del sitio web.	Es estimado un 90% del grupo objetivo	90%	BUENA	5 DIAS	QUITO	MEDIO, MEDIO ALTO
A2. Desarrollar el sitio web	A2.1 Determinar tipo de herramienta adecuada a los requerimientos.	Se analiza el 80% de las herramientas disponibles para elaborar el sitio web	80%	BUENA	1 SEMANA	QUITO	DISEÑADOR
	A2.2 Realizar el mock-up del sitio.	Se realiza el 98% del mock-up del sitio	98%	BUENA	1 MES	QUITO	DISEÑADOR
	A2.3 Aprobación y revisión del cliente	La clínica aprueba el 98% del proyecto	98%	BUENA	3 días	QUITO	DISEÑADOR
	A2.4 Codificación.	Se codifica el 98% del sitio web	98%	BUENA	3 MESES	QUITO	DISEÑADOR

	A2.5 Prueba del sitio en local host.	Se prueba el 100% del sitio localmente	100%	BUENA	3 DIAS	QUITO	DISEÑADOR
	A2.6 Análisis de la usabilidad del sitio.	Se realiza la usabilidad del sitio en un 100%	100%	BUENA	3 DIAS	QUITO	DISEÑADOR Y EXPERTO
	A2.7 Análisis de experiencia de usuario.	Se realiza la experiencia del usuario en un 100%	100%	BUENA	3 DIAS	QUITO	DISEÑADOR Y EXPERTO
A3 Promocionar el sitio web.	A3.1 Realizar banners promocionales en el sitio web.	Un 20% de los nuevos pacientes conocen las promociones en internet	20%	BUENA	5 MESES	QUITO	MEDIO, MEDIO ALTO
	A3.2. Promocionar el sitio web en medios impresos.	Se destina 30% del presupuesto para publicidad	30%	BUENA	2 MESES	QUITO	MEDIO, MEDIO ALTO
	A3.3 Realizar banners promocionales y de servicios de la Clínica en Facebook y twitter.	Se incrementa el número de seguidores en redes sociales en un 50%	50%	BUENA	5 MESES	QUITO	MEDIO, MEDIO ALTO

Tabla 4. Revisión de los criterios para los indicadores.

4.04.03 Selección De Indicadores

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	Calificador de indicador					PUNTAJE	SELECCIÓN
			A	B	C	D	E		
FINALIDAD	F1. Pacientes actuales y potenciales, colegas, proveedores, mayor informados.	El 50% de sus clientes ya acceden a información de la clínica en la web	X	X	X	X		4	ALTA
	F2. Proyecta una imagen moderna y va acorde a las últimas tendencias y tecnologías.	El 50% de sus clientes reconocen una imagen moderna de la clínica	X	X	X	X		4	ALTA
	F3. Se promociona en el internet la clínica.	El 60% de sus pacientes conocen de las nuevas promociones de la clínica	X		X	X	X	4	ALTA
PROPÓSITO	P. Adecuada y mayor información en el internet sobre los servicios y promociones de la Clínica Dental C&C.	Existe un 80% de información de la clínica en el internet a disposición del público	X	X	X	X	X	5	ALTA
COMPONENTES	C1. Se valora tener información on line de la Clínica.	Se destina un 25% de recursos a potencializar el servicio on line	X	X	X	X	X	5	ALTA
	C2. Existe interés por crear un sitio web.	Se destina un 25% de recursos a potencializar el servicio on line	X	X	X	X	X	5	ALTA

	C3. Buen uso del internet como medio para promocionar e informar sobre los servicios que la Clínica Dental presta.	un 60% de toda la promoción y difusión de la clínica se la hace en internet	X	X	X	X	X	5	ALTA
ACTIVIDADES A1. Investigar requerimientos para elaboración sitio web.	A1.1 Conocer los requerimientos de la Clínica para su sitio web.	Se conoce el 90% de los requerimientos que la Clínica tiene	X	X	X	X		4	ALTA
	A1.2 Analizar la información de que dispone la Clínica para ser expuesta on line.	Un 95% de la información de la clínica es analizada	X	X	X	X		4	ALTA
	A1.3. Organizar la información y estructurar el sitio web.	El 98% de la información de la clínica es organizada y estructurada	X	X	X	X	X	5	ALTA
	A4.4 Determinar el grupo objetivo del sitio web.,	Es estimado un 90% del grupo objetivo	X	X	X	X		4	ALTA
A2. Desarrollar el sitio web	A2.1 Determinar tipo de herramienta adecuada a los requerimientos.	Se analiza el 80% de las herramientas disponibles para elaborar el sitio web	X	X	X		X	4	ALTA
	A2.2 Realizar el mock-up del sitio.	Se realiza el 98% del mock-up del sitio	X	X	X	X	X	5	ALTA
	A2.3 Aprobación y revisión del cliente	La clínica aprueba el 98% del proyecto	X	X	X	X	X	5	ALTA
	A2.4 Codificación.	Se codifica el 98% del sitio web	X	X	X	X	X	5	ALTA

	A2.5 Prueba del sitio en local host.	Se prueba el 100% del sitio localmente	X	X		X	X	4	ALTA
	A2.6 Análisis de la usabilidad del sitio.	Se realiza la usabilidad del sitio en un 100%	X	X		X	X	4	ALTA
	A2.7 Análisis de experiencia de usuario.	Se realiza la experiencia del usuario en un 100%	X	X		X	X	4	ALTA
A3 Promocionar el sitio web.	A3.1 Realizar banners promocionales en el sitio web.	Un 20% de los nuevos pacientes conocen las promociones en internet	X	X	X	X		4	ALTA
	A3.2. Promocionar el sitio web en medios impresos.	Se destina 30% del presupuesto para publicidad	X	X	X	X	X	5	ALTA
	A3.3 Realizar banners promocionales y de servicios de la Clínica en Facebook y twitter.	Se incrementa el número de seguidores en redes sociales en un 50%	X	X	X	X		4	ALTA

Tabla 5. Selección de los indicadores.

A: Es claro

B: Existe información disponible

C: Es tangible y se pueden observar

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

E: Es representativo.



4.04.03 Medios de verificación

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	MEDIOS DE VERIFICACIÓN				
			FUENTES DE INFORMACIÓN	MÉTODO DE RECOLECCIÓN	MÉTODO DE ANÁLISIS	FRECUENCIA DE RECOLECCIÓN	RESPONSABLE
FINALIDAD	F1. Pacientes actuales y potenciales, colegas, proveedores, mayor informados.	El 50% de sus clientes ya acceden a información de la clínica en la web	Registro, archivos de la clínica	Estadístico Encuesta	Cuantitativo	Cada 3 meses	Investigador
	F2. Proyecta una imagen moderna y va acorde a las últimas tendencias y tecnologías.	El 50% de sus clientes reconocen una imagen moderna de la clínica	Registro, archivos de la clínica	Estadístico Encuesta	Cuantitativo	Cada 3 meses	Investigador
	F3. Se promociona en el internet la clínica.	El 60% de sus pacientes conocen de las nuevas promociones de la clínica	Registro, archivos de la clínica	Estadístico Encuesta	Cuantitativo	Cada 3 meses	Investigador



PROPÓSITO	P. Adecuada y mayor información en el internet sobre los servicios y promociones de la Clínica Dental C&C.	Existe un 80% de información de la clínica en el internet a disposición del público	Registro, archivos de la clínica	Estadístico Encuesta	Cuantitativo	Cada mes	Investigador
COMPONENTES	C1. Se valora tener información on line de la Clínica.	Se destina un 25% de recursos a potencializar el servicio on line	Registro, archivos de la clínica	Estadístico	Cuantitativo	Cada 3 meses	Investigador
	C2. Existe interés por crear un sitio web.	Se destina un 25% de recursos a potencializar el servicio on line	Registro, archivos de la clínica	Estadístico	Cuantitativo	Cada 3 meses	Investigador
	C3. Buen uso del internet como medio para promocionar e informar sobre los servicios que la Clínica Dental presta.	un 60% de toda la promoción y difusión de la clínica se la hace en internet	Registro, archivos de la clínica	Estadístico	Cuantitativo	Cada 3 meses	Investigador



ACTIVIDADES A1. Investigar requerimientos para elaboración sitio web.	A1.1 Conocer los requerimientos de la Clínica para su sitio web.	Se conoce el 90% de los requerimientos que la Clínica tiene	Registro, archivos de la clínica	Estadístico Entrevista	Cuantitativo	Cada 3 meses	Investigador
	A1.2 Analizar la información de que dispone la Clínica para ser expuesta on line.	Un 95% de la información de la clínica es analizada	Registro, archivos de la clínica	Estadístico Entrevista	Cuantitativo	Cada 3 meses	Investigador
	A1.3. Organizar la información y estructurar el sitio web.	El 98% de la información de la clínica es organizada y estructurada	Registro, archivos de la clínica	Estadístico	Cuantitativo	Cada 3 meses	Investigador
	A4.4 Determinar el grupo objetivo del sitio web.,	Es estimado un 90% del grupo objetivo	Registro, archivos de la clínica	Estadístico	Cuantitativo	Cada 3 meses	Investigador
A2. Desarrollar el sitio web	A2.1 Determinar tipo de herramienta adecuada a los requerimientos.	Se analiza el 80% de las herramientas disponibles para elaborar el sitio web	Registro, archivos de la clínica	Estadístico Entrevista	Cuantitativo	Cada 3 meses	Investigador



	A2.2 Realizar el mock-up del sitio.	Se realiza el 98% del mock-up del sitio	Registro, archivos de la clínica	Estadístico Entrevista	Cuantitativo	Cada 3 meses	Investigador
	A2.3 Aprobación y revisión del cliente	La clínica aprueba el 98% del proyecto	Registro, archivos de la clínica	Estadístico Entrevista	Cuantitativo	Cada 3 meses	Investigador
	A2.4 Codificación.	Se codifica el 98% del sitio web	Registro, archivos de la clínica	Estadístico Encuesta	Cuantitativo	Cada 3 meses	Investigador
	A2.5 Prueba del sitio en local host.	Se prueba el 100% del sitio localmente	Registro, archivos de la clínica	Estadístico Encuesta	Cuantitativo	Cada 3 meses	Investigador
	A2.6 Análisis de la usabilidad del sitio.	Se realiza la usabilidad del sitio en un 100%	Registro, archivos de la clínica	Estadístico Encuesta	Cuantitativo	Cada 3 meses	Investigador
	A2.7 Análisis de experiencia de usuario.	Se realiza la experiencia del usuario en un 100%	Registro, archivos de la clínica	Estadístico Encuesta	Cuantitativo	Cada 3 meses	Investigador
A3 Promocionar el sitio web.	A3.1 Realizar banners promocionales en el sitio web.	Un 20% de los nuevos pacientes conocen las promociones en internet	Registro, archivos de la clínica	Estadístico Encuesta	Cuantitativo	Cada 3 meses	Investigador



	A3.2. Promocionar el sitio web en medios impresos.	Se destina 30% del presupuesto para publicidad	Registro, archivos de la clínica	Estadístico Encuesta	Cuantitativo	Cada 3 meses	Investigador
	A3.3 Realizar banners promocionales y de servicios de la Clínica en Facebook y twitter.	Se incrementa el número de seguidores en redes sociales en un 50%	Registro, archivos de la clínica	Estadístico Encuesta	Cuantitativo	Cada 3 meses	Investigador

Tabla 6. Medios de verificación.



4.04.04 Supuestos

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	SUPUESTOS	FACTORES DE RIESGO				
			FINANCIERO	POLÍTICO	SOCIAL	AMBIENTAL	LEGAL
FINALIDAD	F1. Pacientes actuales y potenciales, colegas, proveedores, mayor informados.	El 50% de sus clientes ya acceden a información de la clínica en la web	X	X		X	X
	F2. Proyecta una imagen moderna y va acorde a las últimas tendencias y tecnologías.	El 50% de sus clientes reconocen una imagen moderna de la clínica	X	X	X	X	X
	F3. Se promociona en el internet la clínica.	El 60% de sus pacientes conocen de las nuevas promociones de la clínica	X	X	X		X
PROPÓSITO	P. Adecuada y mayor información en el internet sobre los servicios y promociones de la Clínica Dental C&C.	Existe un 80% de información de la clínica en el internet a disposición del público	X	X	X	X	X
COMPONENTES	C1. Se valora tener información on line de la Clínica.	Se destina un 25% de recursos a potencializar el servicio on line	X		X	X	X



	C2. Existe interés por crear un sitio web.	Se destina un 25% de recursos a potencializar el servicio on line	X		X	X	X
	C3. Buen uso del internet como medio para promocionar e informar sobre los servicios que la Clínica Dental presta.	un 60% de toda la promoción y difusión de la clínica se la hace en internet	X		X	X	X
ACTIVIDADES A1. Investigar requerimientos para elaboración sitio web.	A1.1 Conocer los requerimientos de la Clínica para su sitio web.	Se conoce el 90% de los requerimientos que la Clínica tiene	X	X	X	X	X
	A1.2 Analizar la información de que dispone la Clínica para ser expuesta on line.	Un 95% de la información de la clínica es analizada	X	X	X	X	X
	A1.3. Organizar la información y estructurar el sitio web.	El 98% de la información de la clínica es organizada y estructurada	X	X	X	X	X



	A4.4 Determinar el grupo objetivo del sitio web.	Es estimado un 90% del grupo objetivo	X	X	X		X
A2. Desarrollar el sitio web	A2.1 Determinar tipo de herramienta adecuada a los requerimientos.	Se analiza el 80% de las herramientas disponibles para elaborar el sitio web	X	X	X	X	X
	A2.2 Realizar el mock-up del sitio.	Se realiza el 98% del mock-up del sitio	X	X	X	X	X
	A2.3 Aprobación y revisión del cliente	La clínica aprueba el 98% del proyecto	X	X	X		
	A2.4 Codificación.	Se codifica el 98% del sitio web	X	X	X	X	X
	A2.5 Prueba del sitio en local host.	Se prueba el 100% del sitio localmente	X	X	X	X	X
	A2.6 Análisis de la usabilidad del sitio.	Se realiza la usabilidad del sitio en un 100%	X	X	X	X	X



	A2.7 Análisis de experiencia de usuario.	Se realiza la experiencia del usuario en un 100%	X	X	X		X
A3 Promocionar el sitio web.	A3.1 Realizar banners promocionales en el sitio web.	Un 20% de los nuevos pacientes conocen las promociones en internet	X	X	X	X	X
	A3.2. Promocionar el sitio web en medios impresos.	Se destina 30% del presupuesto para publicidad	X				
	A3.3 Realizar banners promocionales y de servicios de la Clínica en Facebook y twitter.	Se incrementa el número de seguidores en redes sociales en un 50%	X		X		

Tabla 7. Supuestos.



4.04.05 Matriz marco lógico (mml)

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACION	SUPUESTOS
FINALIDAD	F1. Pacientes actuales y potenciales, colegas, proveedores, mayor informados.	El 50% de sus clientes ya acceden a información de la clínica en la web	Fuente de Información: -Registro -Archivos de la clínica Método de recolección: -Estadístico -Encuesta Método de análisis: -Cuantitativo	Poca información disponible de la Clínica CyC on line
	F2. Proyecta una imagen moderna y va acorde a las últimas tendencias y tecnologías.	El 50% de sus clientes reconocen una imagen moderna de la clínica	Fuente de Información: -Registro -Archivos de la clínica Método de recolección: -Estadístico -Encuesta Método de análisis: -Cuantitativo	La Clínica Dental CyC tiene poca información en la web
	F3. Se promociona en el internet la clínica.	El 60% de sus pacientes conocen de las nuevas promociones de la clínica	Fuente de Información: -Registro -Archivos de la clínica Método de recolección: -Estadístico -Encuesta Método de análisis: -Cuantitativo	No se promociona la clínica en internet
PROPÓSITO	P. Adecuada y mayor información en el internet sobre los servicios y promociones de la Clínica Dental C&C.	Existe un 80% de información de la clínica en el internet a disposición del público	Fuente de Información: -Registro -Archivos de la clínica Método de recolección: -Estadístico -Encuesta Método de análisis: -Cuantitativo	La Clínica Dental CyC tiene poca información en la web



COMPONENTES	C1. Se valora tener información on line de la Clínica.	Se destina un 25% de recursos a potencializar el servicio on line	Fuente de Información: -Registro -Archivos de la clínica Método de recolección: -Estadístico -Encuesta Método de análisis: -Cuantitativo	Se destinan pocos recursos para promoción web
	C2. Existe interés por crear un sitio web.	Se destina un 25% de recursos a potencializar el servicio on line	Fuente de Información: -Registro -Archivos de la clínica Método de recolección: -Estadístico -Encuesta Método de análisis: -Cuantitativo	No se realiza mantenimiento continuo del sitio web
	C3. Buen uso del internet como medio para promocionar e informar sobre los servicios que la Clínica Dental presta.	un 60% de toda la promoción y difusión de la clínica se la hace en internet	Fuente de Información: -Registro -Archivos de la clínica Método de recolección: -Estadístico -Encuesta Método de análisis: -Cuantitativo	No se promociona los servicios de la clínica en internet
ACTIVIDADES A1. Investigar requerimientos para elaboración sitio web.	A1.1 Conocer los requerimientos de la Clínica para su sitio web.	Se conoce el 90% de los requerimientos que la Clínica tiene	Fuente de Información: -Registro -Archivos de la clínica Método de recolección: -Estadístico -Encuesta Método de análisis: -Cuantitativo	Información proporciona no es la correcta o falta información



	A1.2 Analizar la información de que dispone la Clínica para ser expuesta on line.	Un 95% de la información de la clínica es analizada	Fuente de Información: -Registro -Archivos de la clínica Método de recolección: -Estadístico -Encuesta Método de análisis: -Cuantitativo	Información mal analizada y procesada
	A1.3. Organizar la información y estructurar el sitio web.	El 98% de la información de la clínica es organizada y estructurada	Fuente de Información: -Registro -Archivos de la clínica Método de recolección: -Estadístico -Encuesta Método de análisis: -Cuantitativo	Información mal analizada y procesada
	A4.4 Determinar el grupo objetivo del sitio web.	Es estimado un 90% del grupo objetivo	Fuente de Información: -Registro -Archivos de la clínica Método de recolección: -Estadístico -Encuesta Método de análisis: -Cuantitativo	Cálculo estadístico mal realizado
A2. Desarrollar el sitio web	A2.1 Determinar tipo de herramienta adecuada a los requerimientos.	Se analiza el 80% de las herramientas disponibles para elaborar el sitio web	Fuente de Información: -Registro -Archivos de la clínica Método de recolección: -Estadístico -Encuesta Método de análisis: -Cuantitativo	El sitio web no se ajusta a los requerimientos de la Clínica



	A2.2 Realizar el mock-up del sitio.	Se realiza el 98% del mock-up del sitio	Fuente de Información: -Registro -Archivos de la clínica Método de recolección: -Estadístico -Encuesta Método de análisis: -Cuantitativo	Estructuración del sitio web mal diseñado
	A2.3 Aprobación y revisión del cliente	La clínica aprueba el 98% del proyecto	Fuente de Información: -Registro -Archivos de la clínica Método de recolección: -Estadístico -Encuesta Método de análisis: -Cuantitativo	El sitio web no cumple las expectativas de los odontólogos
	A2.4 Codificación.	Se codifica el 98% del sitio web	Fuente de Información: -Registro -Archivos de la clínica Método de recolección: -Estadístico -Encuesta Método de análisis: -Cuantitativo	Codificación mal realizada
	A2.5 Prueba del sitio en local host.	Se prueba el 100% del sitio localmente	Fuente de Información: -Registro -Archivos de la clínica Método de recolección: -Estadístico -Encuesta Método de análisis: -Cuantitativo	Fallas técnicas del sitio web



	A2.6 Análisis de la usabilidad del sitio.	Se realiza la usabilidad del sitio en un 100%	Fuente de Información: -Registro -Archivos de la clínica Método de recolección: -Estadístico -Encuesta Método de análisis: -Cuantitativo	El usuario se la dificulta la navegación del sitio web
	A2.7 Análisis de experiencia de usuario.	Se realiza la experiencia del usuario en un 100%	Fuente de Información: -Registro -Archivos de la clínica Método de recolección: -Estadístico -Encuesta Método de análisis: -Cuantitativo	La experiencia del usuario del sitio web no satisface
A3 Promocionar el sitio web.	A3.1 Realizar banners promocionales en el sitio web.	Un 20% de los nuevos pacientes conocen las promociones en internet	Fuente de Información: -Registro -Archivos de la clínica Método de recolección: -Estadístico -Encuesta Método de análisis: -Cuantitativo	Banners mal diseñados
	A3.2. Promocionar el sitio web en medios impresos.	Se destina 30% del presupuesto para publicidad	Fuente de Información: -Registro -Archivos de la clínica Método de recolección: -Estadístico -Encuesta Método de análisis: -Cuantitativo	Incremento de costos para realización de impresos



	A3.3 Realizar banners promocionales y de servicios de la Clínica en Facebook y twitter.	Se incrementa el número de seguidores en redes sociales en un 50%	Fuente de Información: -Registro -Archivos de la clínica Método de recolección: -Estadístico -Encuesta Método de análisis: -Cuantitativo	Banners promocionales no cumplen las expectativas de los clientes.
--	---	---	--	--

Tabla 8. Matriz de Marco Lógico.

CAPÍTULO V

5.1 Antecedente de la herramienta del perfil de la propuesta.

Cada vez es mayor la tendencia de las personas a buscar en internet información cuando están pensando en comprar un producto o en contratar un servicio con el fin de hacer comparaciones, que al final terminarán influenciando en su decisión de compra.

Considerando esto, es fundamental que toda empresa u organización, no importa el tamaño, necesita y debe tener un sitio web. En EEUU y en los países más avanzados de la Unión Europea está demostrado que la intensidad en la aplicación de nuevas tecnologías y la incorporación de un sitio web, está correlacionado de manera positiva con el incremento de las ventas, la productividad y el valor de mercado de las empresas.(González, 2004)

Por otro lado el tener presencia en el internet le da a su empresa una imagen de calidad y progreso. Un cliente necesita saber que está adquiriendo un producto y/o servicio de una empresa seria. Una página web ayuda a proporcionar esa categoría a su empresa.

Así por ejemplo si un cliente tiene alguna duda respecto a su empresa o de los productos que comercializa, buscará obtener esa información, y muy probablemente lo hará buscando en internet el web site de la empresa.

5.2 Descripción de la herramienta

Un sitio web es un sitio en la World Wide Web que contiene documentos (páginas HTML) que están organizados jerárquicamente. Cada documento (página web) contiene texto y o gráficos que aparecen como información digital en la pantalla de un ordenador. Un sitio puede contener una combinación de gráficos, texto, audio, vídeo, y otros materiales dinámicos o estáticos.



5.3 Formulación del proceso de aplicación.

Debido a las deficiencias comunicacionales y de información de la Clínica Dental C&C se ha optado por desarrollar un sitio web que solucionará en cierto modo dichos problemas, pues tener presencia on line nos da la oportunidad de llegar a nuestros pacientes como también a clientes potenciales que pueden necesitar información acerca de los servicios que presta la clínica, haciendo más eficiente la comunicación externa de la clínica.

5.3.1 Multimedia

5.3.1.01 Planificación

5.3.1.01.01 Propósito

Para solucionar los problemas de comunicación e información en medios digitales se plantea la creación de un sitio web donde se pondrá a disposición de los usuarios toda la información relativa a la clínica dental C&C , así por ejemplo se podrá conocer los servicios que la misma ofrece, así como también las actuales promociones en los tratamientos y consultas, además se podrá reservar una cita odontológica.

5.3.1.01.02 Usuario

El usuario con que cuenta la página web son tanto los actuales pacientes de la clínica, quienes podrán contar con toda la información relativa a su ficha odontológica, y además clientes potenciales quienes están interesados en utilizar los servicios que la clínica ofrece.

5.3.1.01.03 Herramientas

Hardware

- Laptop i5 Sony Vaio
- Impresora Epson xp 211



- Flash memory 4gb
- Cámara cybershoot Sony de 14MP

Software

- Adobe Creative CS6 (Illustrator, Photoshop, Dreamwaver)
- Microsoft office 2010

5.3.1.01.04 Desarrollo

5.3.1.01.04.01 Internet

El internet es una red global conectando millones de computadores y otros medios digitales como celulares, tablets, etc. Internet es un conjunto descentralizado de redes de comunicación interconectadas que utilizan la familia de protocolos TCP/IP, lo cual garantiza que las redes físicas heterogéneas que la componen funcionen como una red lógica única, de alcance mundial. Sus orígenes se remontan a 1969, cuando se estableció la primera conexión de computadoras, conocida como Arpanet, entre tres universidades en California y una en Utah, Estados Unidos.

Uno de los servicios que más éxito ha tenido en Internet ha sido la World Wide Web (WWW o la Web), a tal punto que es habitual la confusión entre ambos términos. La WWW es un conjunto de protocolos que permite, de forma sencilla, la consulta remota de archivos de hipertexto. Esta fue un desarrollo posterior (1990) y utiliza Internet como medio de transmisión.



5.3.1.01.04.02 Diseño Web

El diseño web es una actividad que consiste en la planificación, diseño e implementación de sitios web. No es simplemente una aplicación de diseño convencional, ya que requiere tener en cuenta la navegabilidad, interactividad, usabilidad, arquitectura de la información y la interacción de medios como el audio, texto, imagen, enlaces y vídeo.

La unión de un buen diseño con una jerarquía bien elaborada de contenidos, aumenta la eficiencia de la web como canal de comunicación e intercambio de datos, que brinda posibilidades como el contacto directo entre el productor y el consumidor de contenidos.

El diseño de páginas web se trata básicamente de realizar un documento con información hiperenlazado con otros documentos y asignarle una presentación para diferentes dispositivos de salida (en una pantalla de computador, en papel, en un teléfono móvil, etc).

Estos documentos o páginas web pueden ser creadas:

- ✓ Creando archivos de texto en HTML, PHP, Asp, Aspx, JavaScript, JSP, Python, Ruby
- ✓ Utilizando un programa WYSIWYG o WYSIWYM de creación de páginas, como por ejemplo Dreamweaver de Adobe.
- ✓ Utilizando lenguajes de programación del lado servidor, para generar la página web.(Robbins , 2010)



Etapas del Diseño Web

1. Organizar y estructurar el contenido.
2. Elaborar la estructura, jerarquización del contenido a mostrar.
3. Bosquejar el diseño visual de cada página
4. Codificación de cada página web.
5. Pruebas de usabilidad y experiencia de usuario.
6. Posicionamiento en buscadores o SEO

Programas utilizados en la elaboración de páginas web

Adobe photoshop

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

Adobe dreamweaver

Adobe Dreamweaver es una aplicación en forma de estudio (basada en la forma de estudio de Adobe Flash) que está destinada a la construcción, diseño y edición de sitios, vídeos y aplicaciones Web basados en estándares. Creado inicialmente por Macromedia (actualmente producido por Adobe Systems) es el programa más utilizado en el sector del diseño y la programación web, por sus funcionalidades, su integración con otras herramientas como



Adobe Flash y, recientemente, por su soporte de los estándares del World Wide Web Consortium.

Las versiones originales de la aplicación se utilizaban como simples editores WYSIWYG. Sin embargo, versiones más recientes soportan otras tecnologías web como CSS, JavaScript y algunos frameworks del lado servidor.

Como editor WYSIWYG que es, Dreamweaver permite ocultar el código HTML de cara al usuario, haciendo posible que alguien no entendido pueda crear páginas y sitios web fácilmente sin necesidad de escribir código.

Adobe illustrator

Adobe Illustrator (AI) es un editor de gráficos vectoriales en forma de taller de arte que trabaja sobre un tablero de dibujo, conocido como «mesa de trabajo» y está destinado a la creación artística de dibujo y pintura para ilustración (ilustración como rama del arte digital aplicado a la ilustración técnica o el diseño gráfico, entre otros). Es desarrollado y comercializado por Adobe Systems y constituye su primer programa oficial de su tipo en ser lanzado por ésta compañía definiendo en cierta manera el lenguaje gráfico contemporáneo mediante el dibujo vectorial. Adobe Illustrator contiene opciones creativas, un acceso más sencillo a las herramientas y una gran versatilidad para producir rápidamente gráficos flexibles cuyos usos se dan en (maquetación-publicación) impresión, vídeo, publicación en la Web y dispositivos móviles. Las impresionantes ilustraciones que se crean con éste programa le han dado una fama de talla mundial a esta aplicación de manejo vectorial entre artistas gráficos digitales de todo el planeta, sin embargo, el hecho de que hubiese sido lanzado en un principio para ejecutarse sólo con el sistema operativo Macintosh y que su manejo no resultara muy intuitivo para las personas con muy poco trasfondo en manejo de herramientas



tan avanzadas afectó la aceptación de éste programa entre el público general de algunos países.

Navegadores web.

Un "**navegador**" es una herramienta que permite a los usuarios de Internet visitar sus sitios Web favoritos. Es un tipo de software con una interfaz gráfica que incluye botones de navegación, una barra de direcciones y una barra de estado (en general debajo de la ventana). La mayor parte de su superficie se usa para mostrar páginas Web.

Un navegador o navegador web, o browser, es un software que permite el acceso a Internet, interpretando la información de archivos y sitios web para que éstos puedan ser leídos.

La funcionalidad básica de un navegador web es permitir la visualización de documentos de texto, posiblemente con recursos multimedia incrustados. Además, permite visitar páginas web y hacer actividades en ella, es decir, podemos enlazar un sitio con otro, imprimir, enviar y recibir correo, entre otras funcionalidades más. (Robbins, 2010)

Los documentos que se muestran en un browser pueden estar ubicados en la computadora en donde está el usuario, pero también pueden estar en cualquier otro dispositivo que esté conectado en la computadora del usuario o a través de Internet, y que tenga los recursos necesarios para la transmisión de los documentos (un software servidor web).

Tales documentos, comúnmente denominados páginas web, poseen hipervínculos que enlazan una porción de texto o una imagen a otro documento, normalmente relacionado con el texto o la imagen.

El seguimiento de enlaces de una página a otra, ubicada en cualquier computadora conectada a Internet, se llama navegación, de donde se origina el nombre navegador (aplicado tanto para el programa como para la persona que lo utiliza, a la cual también se le llama cibernauta).



Dominio de Internet.

Un dominio en términos generales es un nombre que puede ser alfanumérico que generalmente se vincula a una dirección física de una computadora o dispositivo electrónico.

Generalmente se utilizan para representar la dirección de las páginas web. Puesto que Internet se basa en direcciones IP (Protocolo de Internet) que en términos simples se puede decir que son los números de conexión que identifican a cada computadora conectada a internet.

Un dominio se compone principalmente de dos partes: el nombre de la organización y el tipo de organización (com). Los tipos de organización más comunes son .COM, .NET y .ORG, que se refieren a comercial, network y organizaciones, respectivamente.

Web Hosting

El alojamiento web (en inglés web hosting) es el servicio que provee a los usuarios de Internet un sistema para poder almacenar información, imágenes, vídeo, o cualquier contenido accesible vía web. Es una analogía de "hospedaje o alojamiento en hoteles o habitaciones" donde uno ocupa un lugar específico, en este caso la analogía alojamiento web o alojamiento de páginas web, se refiere al lugar que ocupa una página web, sitio web, sistema, correo electrónico, archivos etc. en internet o más específicamente en un servidor que por lo general hospeda varias aplicaciones o páginas web.

Las compañías que proporcionan espacio de un servidor a sus clientes se suelen denominar con el término en inglés web host. (Robbins,2010)

El hospedaje web aunque no es necesariamente un servicio, se ha convertido en un lucrativo negocio para las compañías de internet alrededor del mundo.



Se puede definir como "un lugar para tu página web o correos electrónicos", aunque esta definición simplifica de manera conceptual el hecho de que el alojamiento web es en realidad espacio en Internet para prácticamente cualquier tipo de información, sea archivos, sistemas, correos electrónicos, videos etc.

Lenguaje HTML

El HTML (Hyper Text Markup Language) es el lenguaje con el que se escriben las páginas web. Es un lenguaje de hipertexto, es decir, un lenguaje que permite escribir texto de forma estructurada, y que está compuesto por etiquetas, que marcan el inicio y el fin de cada elemento del documento.(Edward, 2011)

Un documento hipertexto no sólo se compone de texto, puede contener imágenes, sonido, videos, etc., por lo que el resultado puede considerarse como un documento multimedia.

Los documentos HTML deben tener la extensión html o htm, para que puedan ser visualizados en los navegadores (programas que permiten visualizar las páginas web).

Los navegadores se encargan de interpretar el código HTML de los documentos, y de mostrar a los usuarios las páginas web resultantes del código interpretado.

HTML5

HTML5 (HyperText Markup Language, versión 5) es la quinta revisión importante del lenguaje básico de la World Wide Web, HTML. HTML5 especifica dos variantes de sintaxis para HTML: un «clásico» HTML (text/html), la variante conocida como HTML5 y una variante XHTML conocida como sintaxis XHTML5 que deberá ser servida como XML. Esta es la primera vez que HTML y XHTML se han desarrollado en paralelo.



Todavía se encuentra en modo experimental, lo cual indica la misma W3C, aunque ya es usado por múltiples desarrolladores web por sus avances, mejoras y ventajas.

Al no ser reconocido en viejas versiones de navegadores por sus nuevas etiquetas, se recomienda al usuario común actualizar a la versión más nueva, para poder disfrutar de todo el potencial que provee HTML5.(Goldstein, Lazaris & Estelle. 2011)

El desarrollo de este lenguaje de marcado es regulado por el Consorcio W3C.

CSS (Hojas de Estilo en Cascada)

CSS son las siglas de Cascading Style Sheets - Hojas de Estilo en Cascada - que es un lenguaje que describe la presentación de los documentos estructurados en hojas de estilo para diferentes métodos de interpretación, es decir, describe cómo se va a mostrar un documento en pantalla, por impresora, por voz (cuando la información es pronunciada a través de un dispositivo de lectura) o en dispositivos táctiles basados en Braille.

CSS es una especificación desarrollada por el W3C (World Wide Web Consortium) para permitir la separación de los contenidos de los documentos escritos en HTML, XML, XHTML, SVG, o XUL de la presentación del documento con las hojas de estilo, incluyendo elementos tales como los colores, fondos, márgenes, bordes, tipos de letra..., modificando así la apariencia de una página web de una forma más sencilla, permitiendo a los desarrolladores controlar el estilo y formato de sus documentos.(Edward, 2011).

JOOMLA

Joomla es un Sistema de gestión de contenidos (en inglés Content Management System, o CMS) que permite desarrollar sitios web dinámicos e interactivos. Permite crear, modificar o eliminar contenido de un sitio web de manera sencilla a través de un Panel de Administración. Es un software de código abierto, desarrollado en PHP y liberado bajo



licencia GPL. Este administrador de contenidos puede utilizarse en una PC local (en Localhost), en una Intranet o a través de Internet y requiere para su funcionamiento una base de datos creada con un gestor de bases de datos (MySQL es lo más habitual), así como de un servidor HTTP Apache.

Su nombre es una pronunciación fonética para anglófonos de la palabra swahili jumla, que significa "todos juntos" o "como un todo". Se escogió como una reflexión del compromiso del grupo de desarrolladores y la comunidad del proyecto JOOMLA

JQUERY

jQuery es una biblioteca de JavaScript, creada inicialmente por John Resig, que permite simplificar la manera de interactuar con los documentos HTML, manipular el árbol DOM, manejar eventos, desarrollar animaciones y agregar interacción con la técnica AJAX a páginas web. Fue presentada el 14 de enero de 2006 en el BarCamp NYC. jQuery es la biblioteca de JavaScript más utilizada.

jQuery es software libre y de código abierto, posee un doble licenciamiento bajo la Licencia MIT y la Licencia Pública General de GNU v2, permitiendo su uso en proyectos libres y privativos.² jQuery, al igual que otras bibliotecas, ofrece una serie de funcionalidades basadas en JavaScript que de otra manera requerirían de mucho más código, es decir, con las funciones propias de esta biblioteca se logran grandes resultados en menos tiempo y espacio.

960 GRIDS

960 Grid System es una biblioteca de CSS enfocada a la maquetación de una página web. 960 Grid , framework de css que a diferencia del Bootstrap este framework tiene la finalidad de maquetar la página web a 960px , no tiene botones definidos ni plugins como el bootstrap pero da la oportunidad de llevar a la imaginación muchas cosas que no se puede hacer con



Bootstrap.

960 Grid es un framework de CSS que nos facilita la vida en un mil por ciento. Este grid se creó por la necesidad de tener un “estándar” en el ancho de los sitios web. En nuestros días ya es sólo un pequeño porcentaje de usuarios que utilizan resolución de 800 x 600 pixeles, mientras la mayoría ya utiliza resoluciones de 1024 x 768 px o mayores. Es por eso que un grupo de personas decidió crear este sistema de maquetado basado en 960px de ancho, con configuraciones de 12 y 16 columnas para poder combinar entre sí y así crear nuestros layout de una forma simple y rápida.

RESPONSIVE WEB DESIGN

El diseño de una página web no está más limitado a dimensiones ajustadas. El diseño adaptable es la práctica de crear un sitio web (template) que trabaja en todo dispositivo y tamaño de pantalla, no importa si la pantalla o móvil es grande o pequeño. La principal idea fue que, en lugar de crear diferentes diseños para cada dispositivo, un singular diseño pueda adaptarse a diferentes tamaños de pantalla.

Desde el 2012 comenzó la discusión en torno al diseño adaptable, y su tendencia sigue creciendo. Evolucionó siendo una interesante solución hacia una tendencia de diseño ampliamente envolvente. Ello se relaciona con el boom de ventas de dispositivos digitales de tablets y teléfonos inteligentes que son utilizados como medios de búsqueda por internet.

FLAT DESIGN

Diseño plano es probablemente la mayor tendencia en la web y diseño de interfaz de usuario de este año. Aumentó su popularidad debido al salto realizado por Microsoft con la introducción de Windows 8 y el nuevo diseño de Google, que profundiza aún más en el minimalismo.



A diferencia del realismo visual del 3d que se ha ido utilizando en los últimos años(acuñado diseño skeuomorphic), diseño plano se centra en el aspecto bidimensional simple, eliminando las sombras, degradados y texturas. Esto crea un nuevo reto en el diseño gráfico, donde las características de la interfaz tienen que aparecer claramente al usuario, manteniendo al mismo tiempo una mirada pura y fundamentalmente minimalista.

Diseño plano , es exactamente como suena, que hace que todo se vea " plano ", en lugar de biselado,de apariencia tridimensional , clickable o de otra forma realista. Cada elemento – desde las cajas, hasta cuadros de imagen o botones a herramientas de navegación - es clara, la utilización de elementos de la interfaz de usuario es sencilla, con énfasis en la facilidad de uso. Los diseñadores a menudo se adhieren a las formas simples y permiten que cada forma se defienda sola. Mientras que el diseño plano no ha sido elevada a "web 3.0", sin embargo, más y más sitios web están ahora siguiendo esta tendencia.

PLUG IN

En computación , un **plug in** (o “add-in”/ “addin”, plugin, extensión o “add-on”/addon) es un componente de programa que añade una característica especial a una aplicación existente. Cuando una aplicación soporta plugins, aquella permite su personalización. Ejemplos comunes de plugins tenemos los usados por los web browsers para añadir especiales características tales como motores de búsqueda, virus scanners, o la habilidad para utilizar un nuevo tipo de archivo como un nuevo formato de video. Adobe Flash Player, Quick Time Player y el Java plugin son los más conocidos plugins utilizados por los buscadores.

WIDGET

Un widget es relativamente un simple programita o componente fácil de usar realizada para una o varias plataformas informáticas.



Un accesorio de escritorio es un ejemplo de un simple y sola aplicación de usuario, en contraste con más sofisticados programas como por ejemplo un procesador de palabras. Éstos widgets son los ejemplos típicos de aplicaciones auxiliares que no monopolizan la atención del usuario.

Por otro lado, los elementos de control gráfico (GUI "widgets") son ejemplos de componentes modulares reusables que son usados conjuntamente para elaborar una mayor compleja aplicación, permitiendo a los programadores la construcción de interfaces de usuario mediante la combinación de simples y pequeñas partes.

5.3.1.01.05 Contenidos

El sitio web contiene una página de inicio como es el index.html , para luego tener acceso a las diferentes páginas principales como son:

- ✓ Quienes Somos.html, donde se dispondrá información básica relativa a la clínica.
- ✓ Galeria.html, páginas donde se expondrá una serie de imágenes de la clínica.
- ✓ Servicios.html, en la cual se muestra los diferentes servicios que la clínica ofrece.
- ✓ Promociones.html, página que ofrecerá información sobre las promociones ofertadas por la clínica.
- ✓ Laboratorio.html, lugar en el que se expondrá al laboratorio dental que posee la clínica y los servicios que ofrece en mecánica dental.
- ✓ Contactos.html, donde se podrá establecer contacto con los usuarios de la página para resolver cualquier inquietud o requerimiento.

5.3.1.01.06 Mapa de contenidos

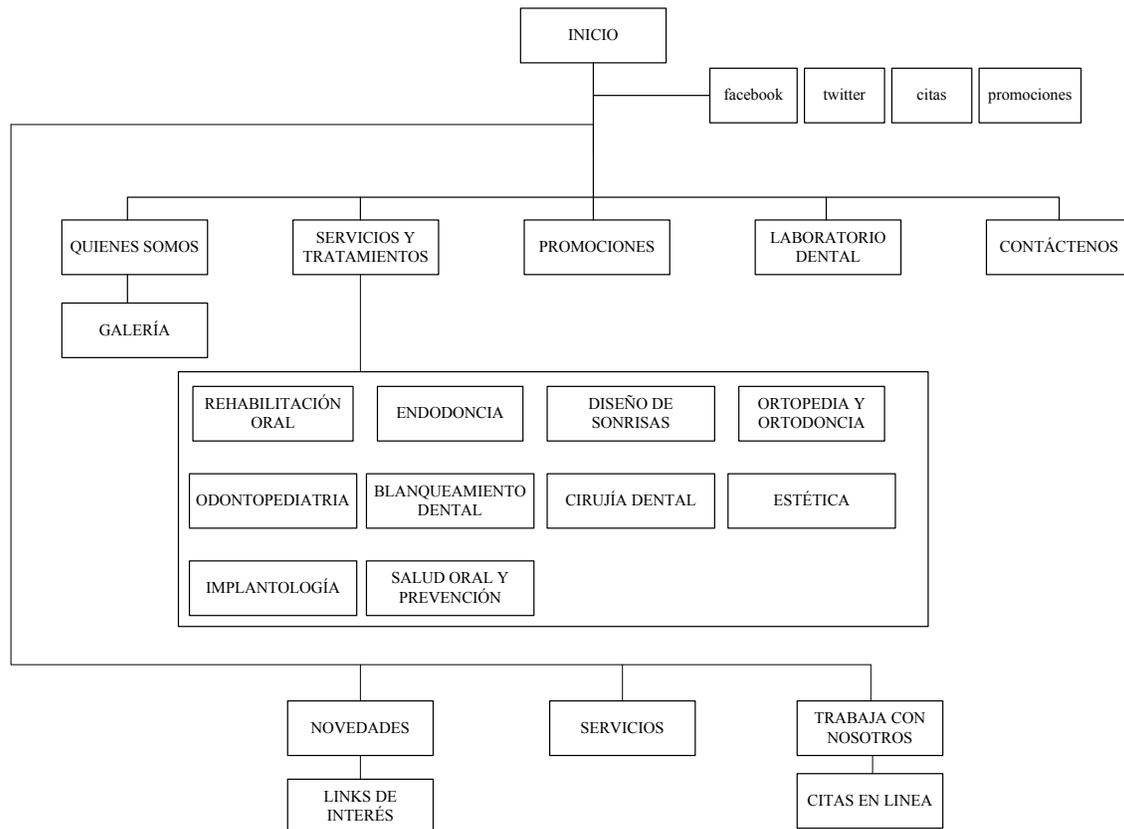


Figura 7. Mapa de Contenidos.

5.3.1.02 Diseño de interfaz

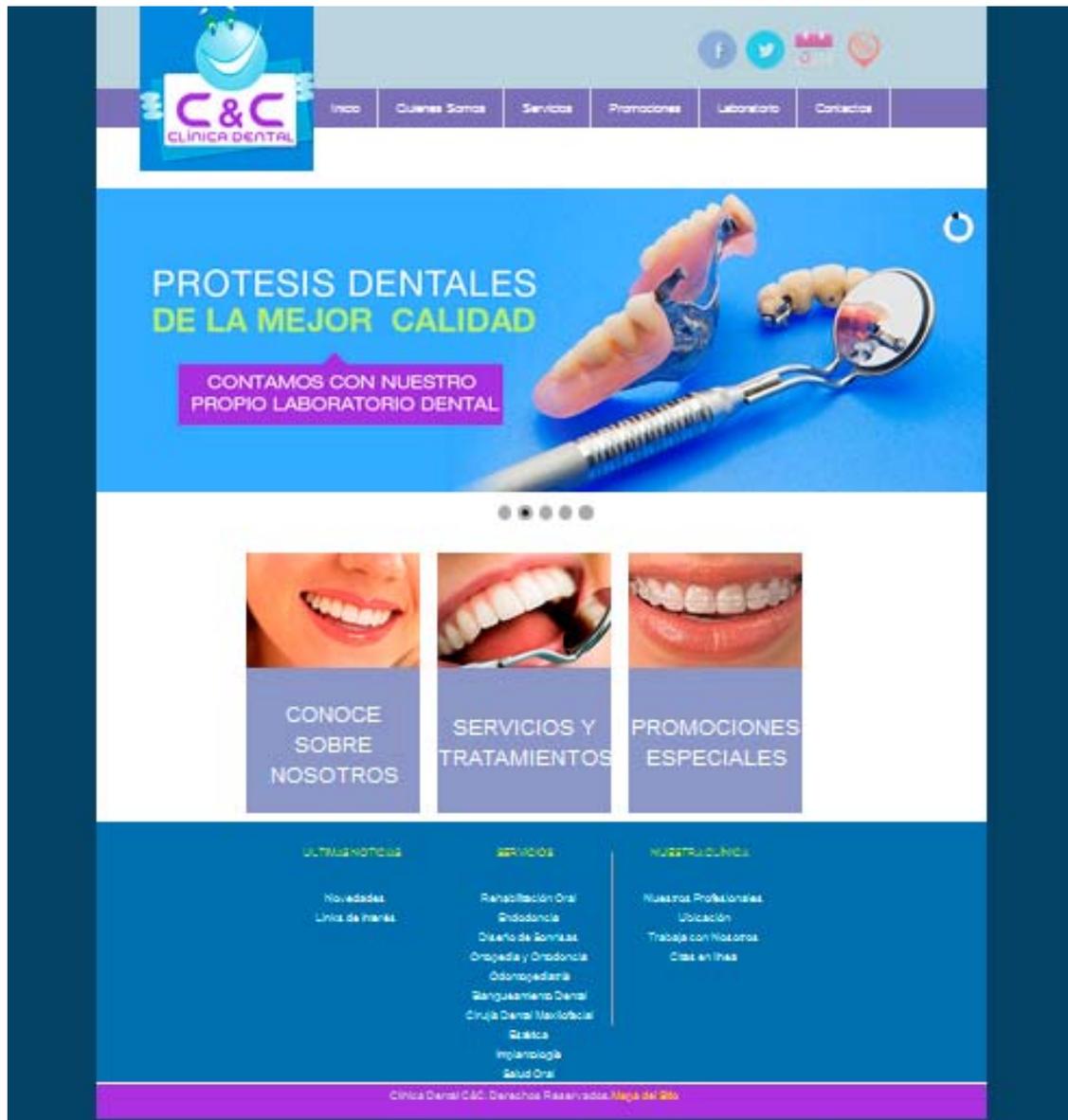


Figura 8. Diseño de Interfaz.

Para el diseño de la interfaz de la página web se ha optado por utilizar un estilo Flat, tendencia de diseño web que está ganando cada día más adeptos por su simplicidad y claridad en la experiencia del usuario.

Consta básicamente del **header**, dentro del cual se ubica el logotipo de la clínica situado en la parte izquierda de la página, seguido del barra de navegación donde sus botones: Quienes

somos, servicios, promociones, laboratorio y contactos, nos linkean a información explicativa de la clínica. Por encima de la barra de navegación se encuentran dos botones de redes sociales como son Facebook y twitter de la clínica, además de dos botones de acceso rápido a citas en línea y promociones.

Seguidamente tenemos al **body** donde podemos encontrar un banner el cual está conformado por 5 animaciones potenciadas en librerías jquery. Después del banner hacia abajo tenemos tres módulos que nos direccionan a las páginas de quienes somos, servicios y tratamientos y promociones de la clínica.

Más abajo tenemos el **pie de página**, donde se ubican tres módulos horizontales de información relativa a novedades, links de acceso rápido a los servicios de la clínica y otros enlaces de interés para el usuario. Para finalizar tenemos la base del pie de página donde se ubican el derecho de autor, y el mapa del sitio.

5.3.1.02.01 Imagen corporativa

Logotipo



Figura 9. Logotipo

El logotipo de la clínica C&C consta de un comic sosteniendo un cartel donde se exhibe el nombre de la clínica, en el cual sus colores predominantes son el violeta (RGB: 158,36,142), azul (RGB:0,167,221) y verde (RGB:0,158,75).

Dentro de la página web el logotipo se encuentra ubicado en la parte superior izquierda, con dimensiones de 130px de ancho por 120px de alto, dentro de una figura rectangular para darle protagonismo al logo dentro de la página.

5.3.1.02.02 Colores

Para el diseño de la interfaz de la página se ha utilizado el sistema de color RGB con variaciones de colores planos tomando como punto de partida los colores inherentes en el propio logotipo; de este modo se han usado la siguiente gama armoniosa de color:

COLOR	RGB	HEXADECIMAL
	158,36,142	#9e248e
	0,167,221	#00a7dd
	0,158,75	#009e4b
	17,67,100	#114364
	0,111,171	#006fab
	52,136,219	#3488db
	76,180,231	#4cb4e7
	212,219,73	#d4db49
	116,219,52	#74db34
	52,219,149	#34db95

	170,179,133	#aab385
	241,237,154	#f1ed9a
	52,205,219	#34cddb
	52,119,197	#34dbc5
	147,52,219	#9334db
	147,159,219	#939fdb

Tabla 9. Colores

5.3.1.02.03 Tipografías

Se utiliza la familia tipográfica Helvetica, Arial, San Serif, por la compatibilidad en los diferentes navegadores.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

5.3.1.02.04 Botones

Botón activo en el menú principal:



Figura 10. Botón inicio

Botones para reservar una cita y promociones que la clínica oferta:



Figura 11. Botones de acceso rápido

Botones estandarizados para redes sociales Facebook y twitter:

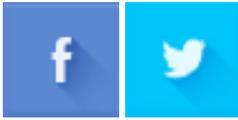


Figura 12. Botones Redes Sociales

Botón de atrás y siguiente para el banner animado:



Figura 13. Botones de banner animado

5.3.1.02.05 Retículas

La medida de la plantilla es de 1024px por 1383 en la página de inicio.

La maquetación está realizada en base a etiquetas html5 y divs para contener elementos de la página como el banner y los enlaces de acceso rápido a otras páginas.

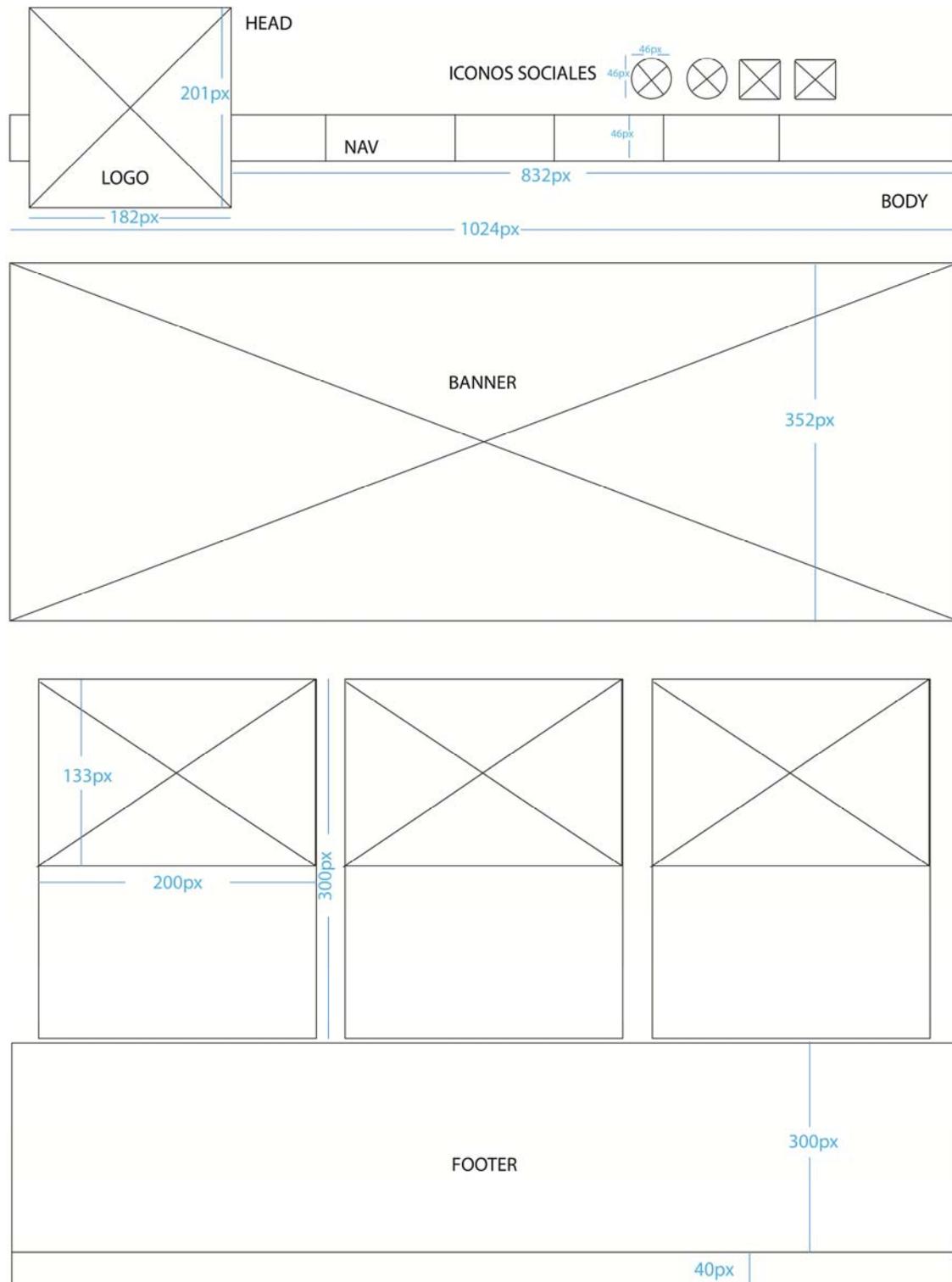


Figura 14. Retícula página inicio.

Retícula de la página quienes somos.

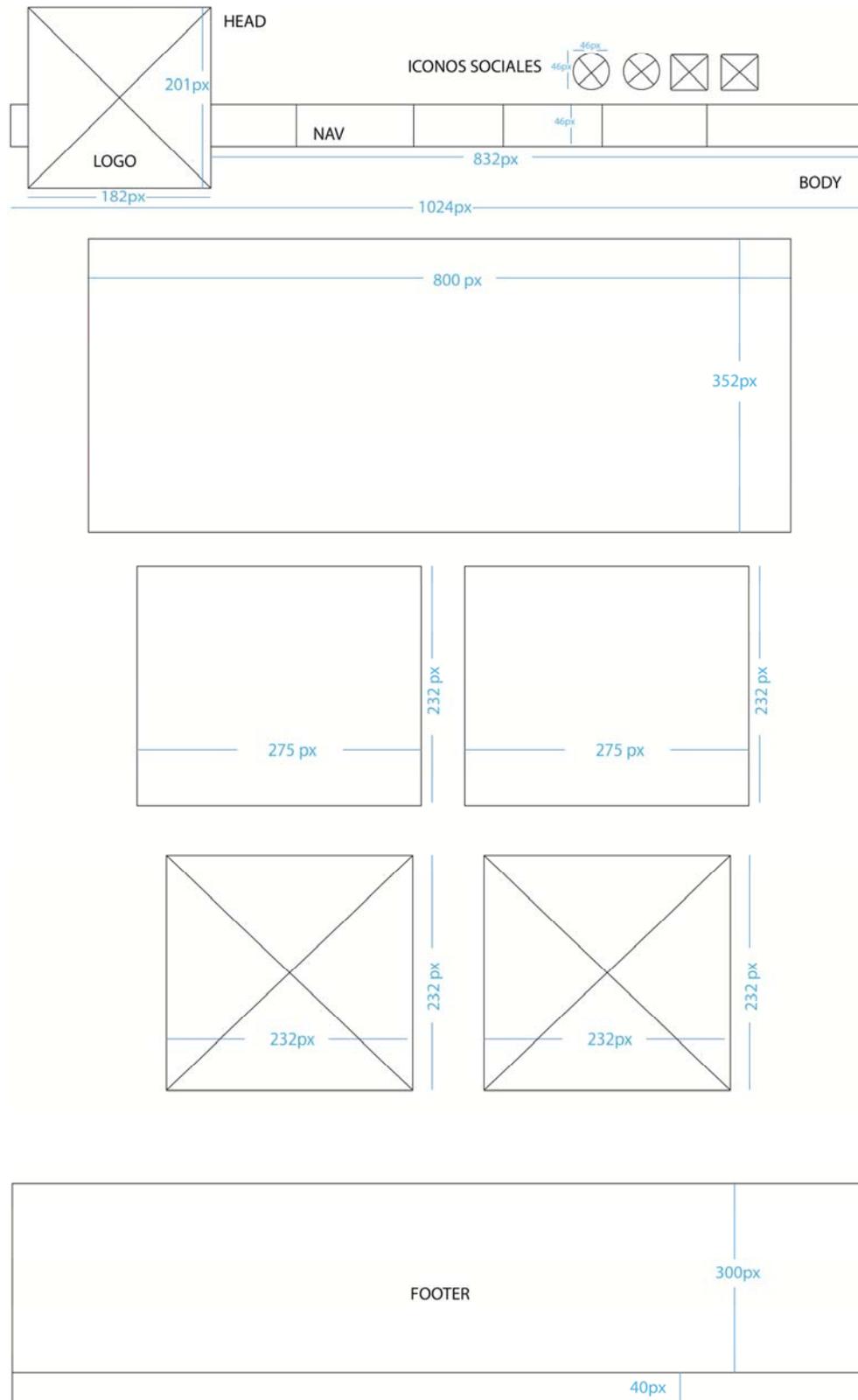


Figura 15. Retícula Quiénes Somos

Retícula de Galería de Imágenes.

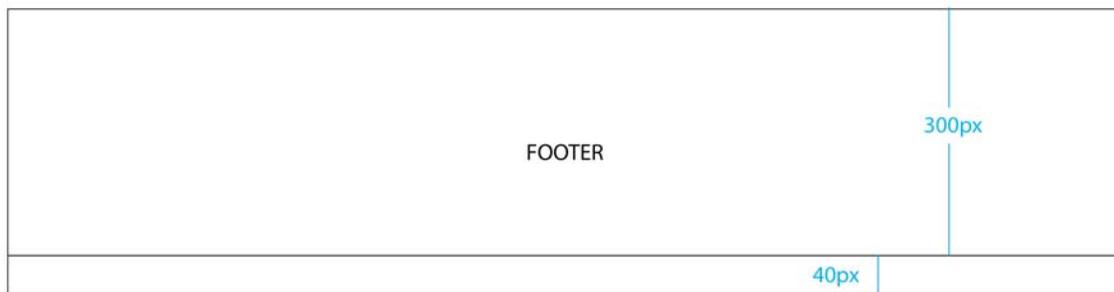
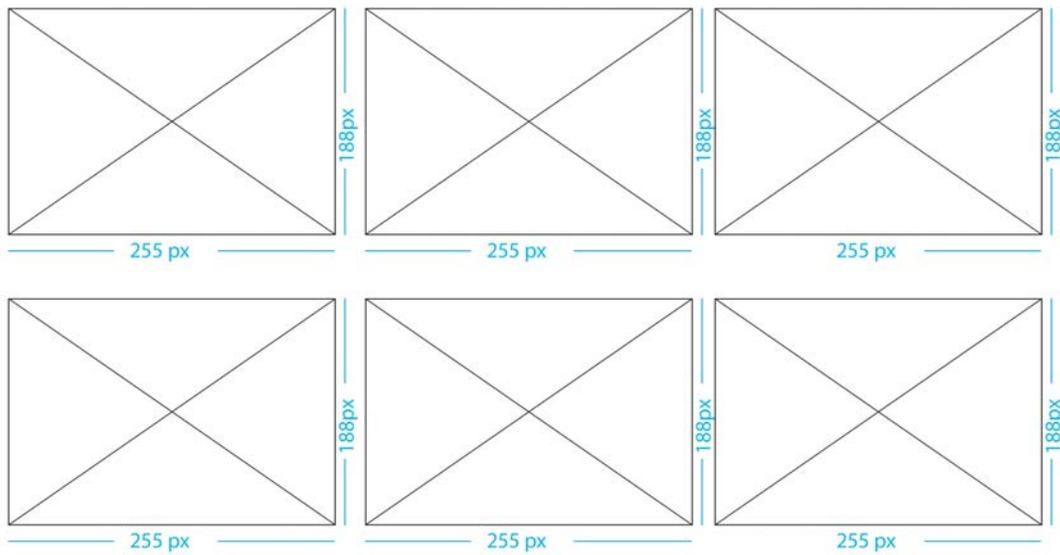
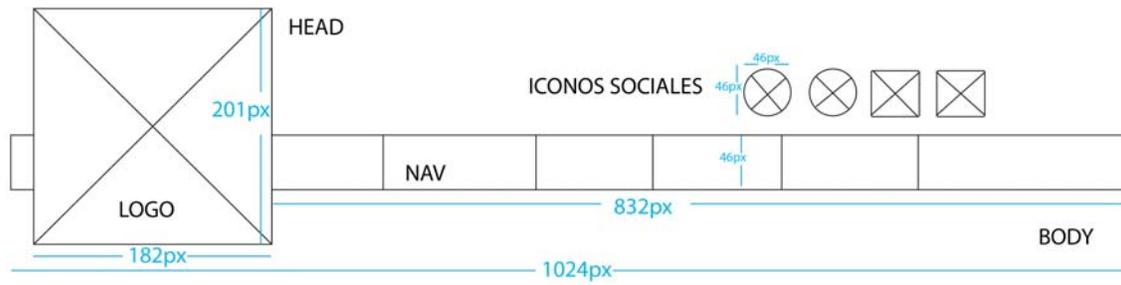


Figura 16. Retícula Galería.

Retícula para menú principal en los servicios de la clínica:

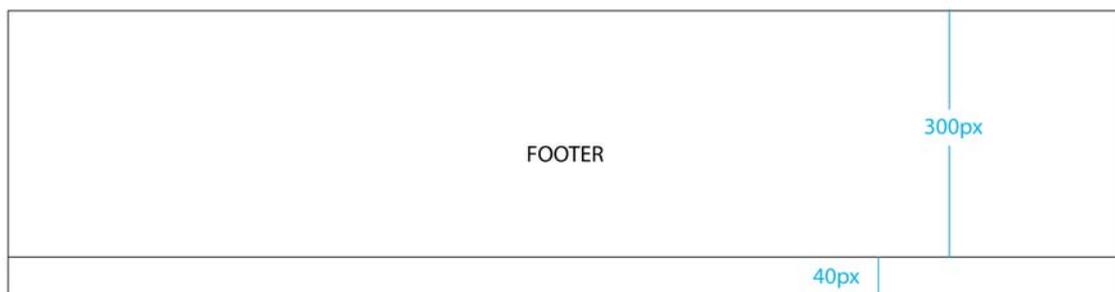
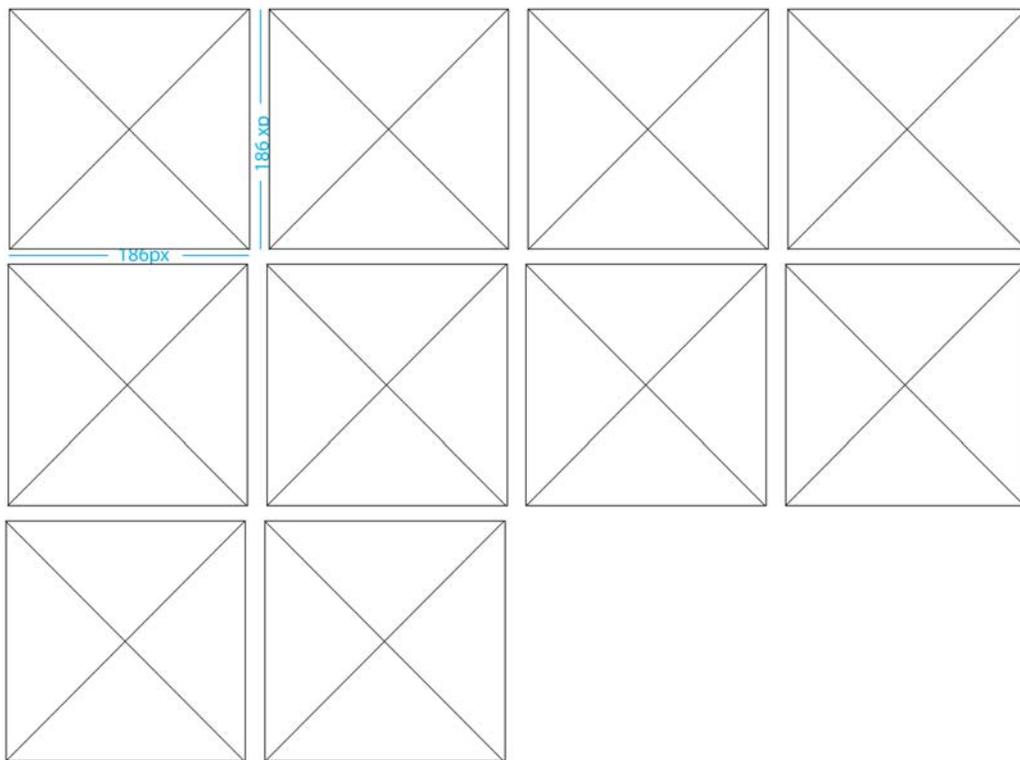
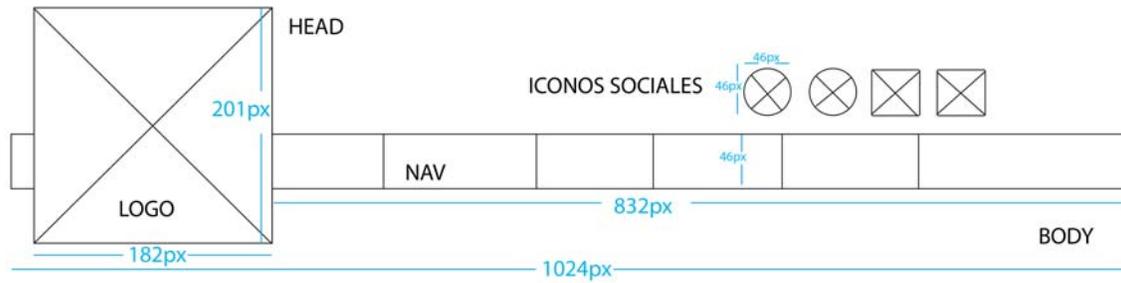


Figura 17. Retícula página de servicios.

Retícula de las páginas que detallan las características de los servicios de la clínica:

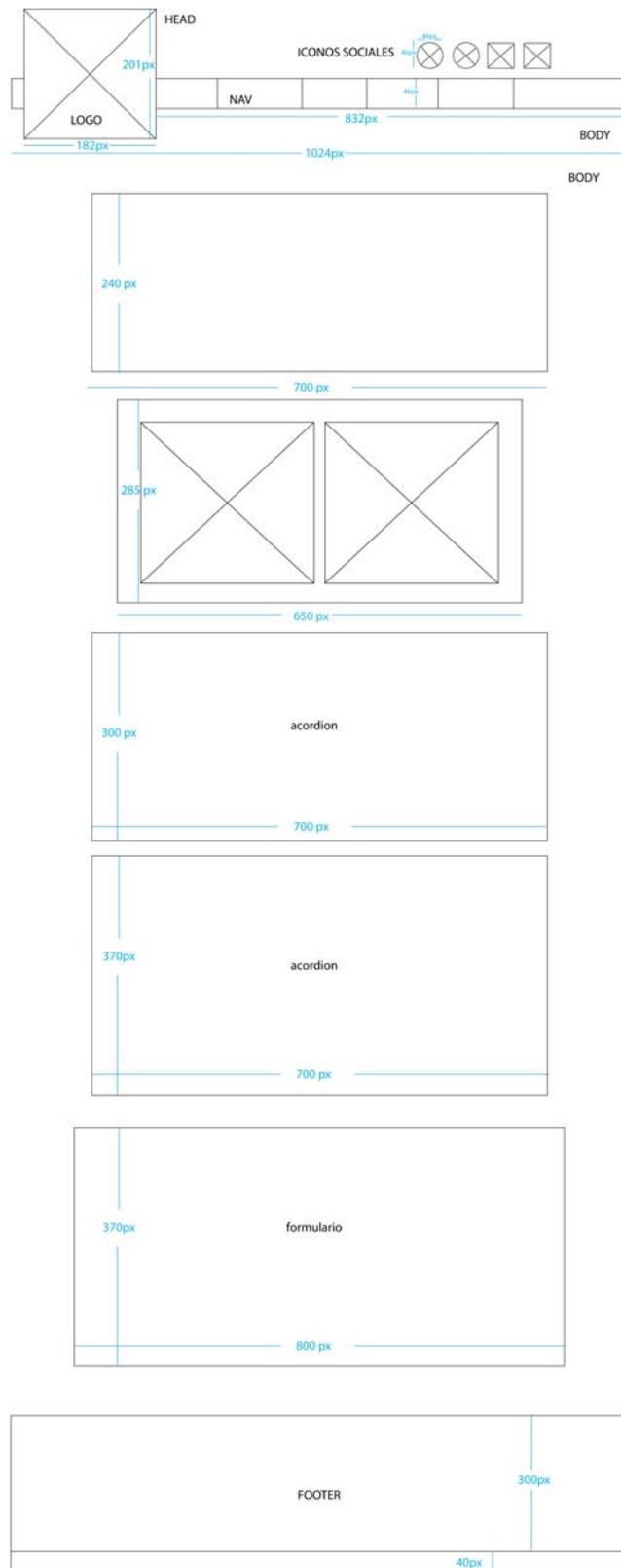


Figura 18. Retícula páginas de detalle de servicios y tratamientos.

Retícula para la página de promociones:

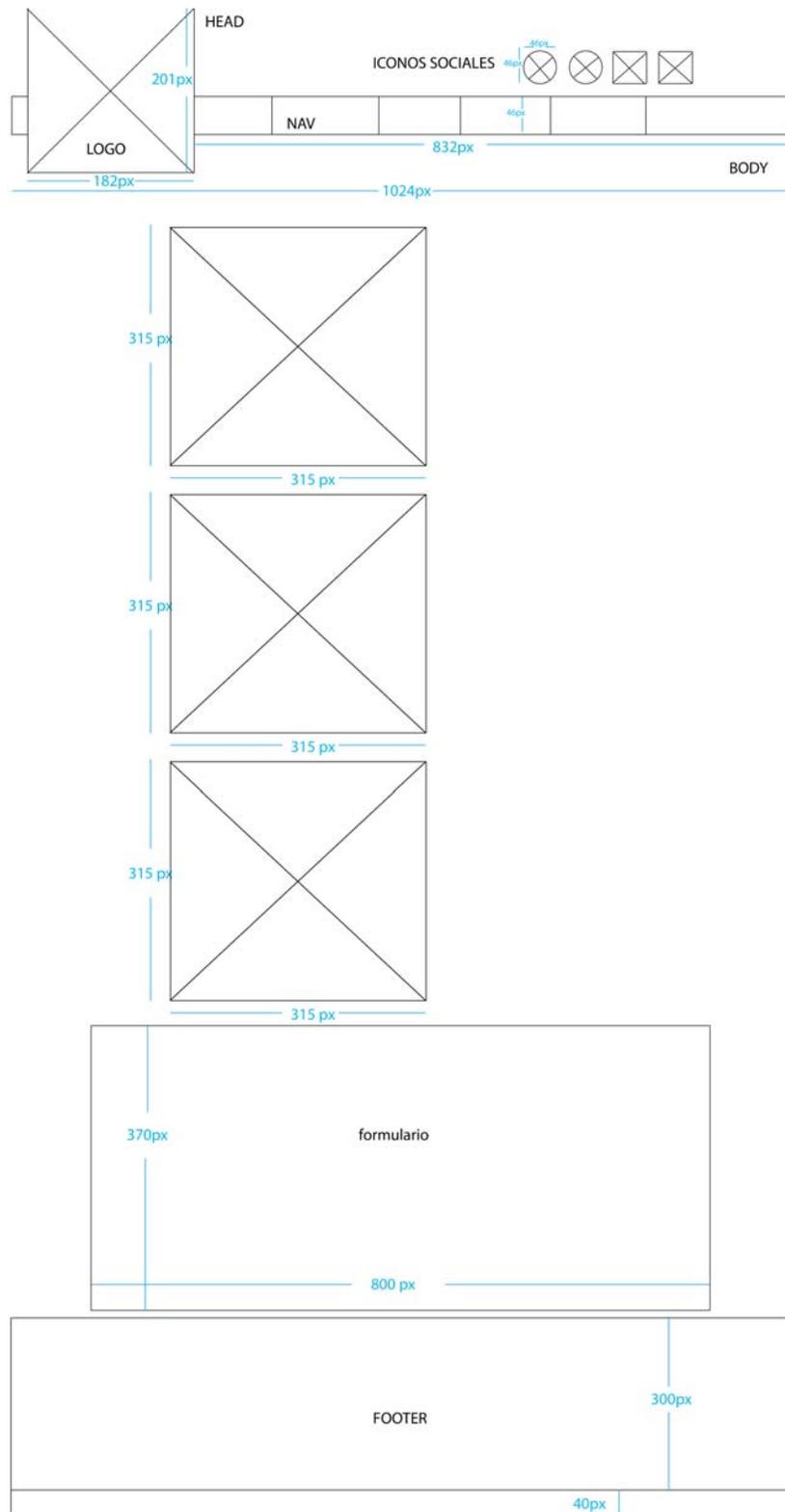


Figura 19. Retícula página de promociones.

Retícula para la página de laboratorio:

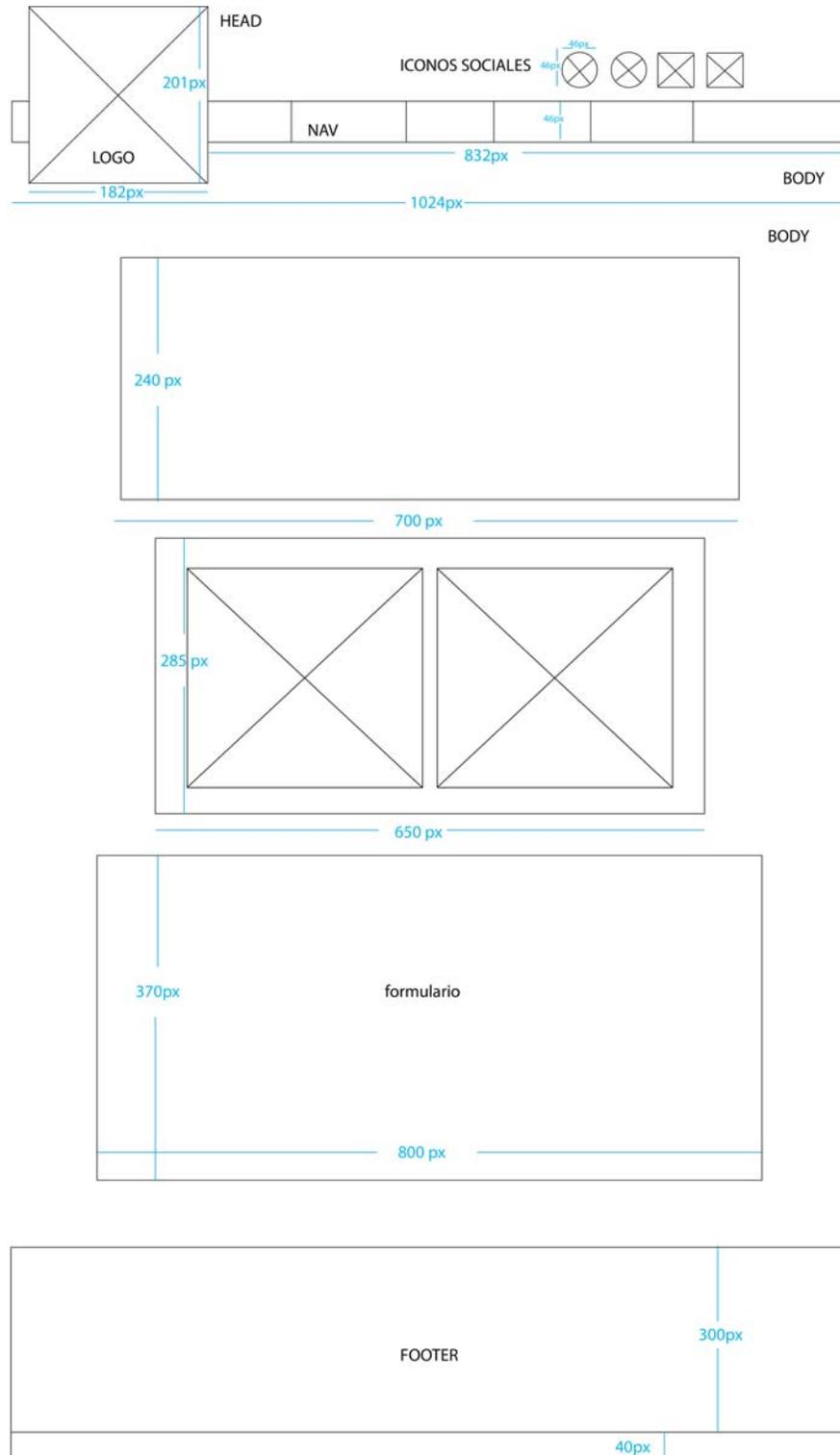


Figura 20. Retícula página laboratorio.

Retícula para la página de contactos:

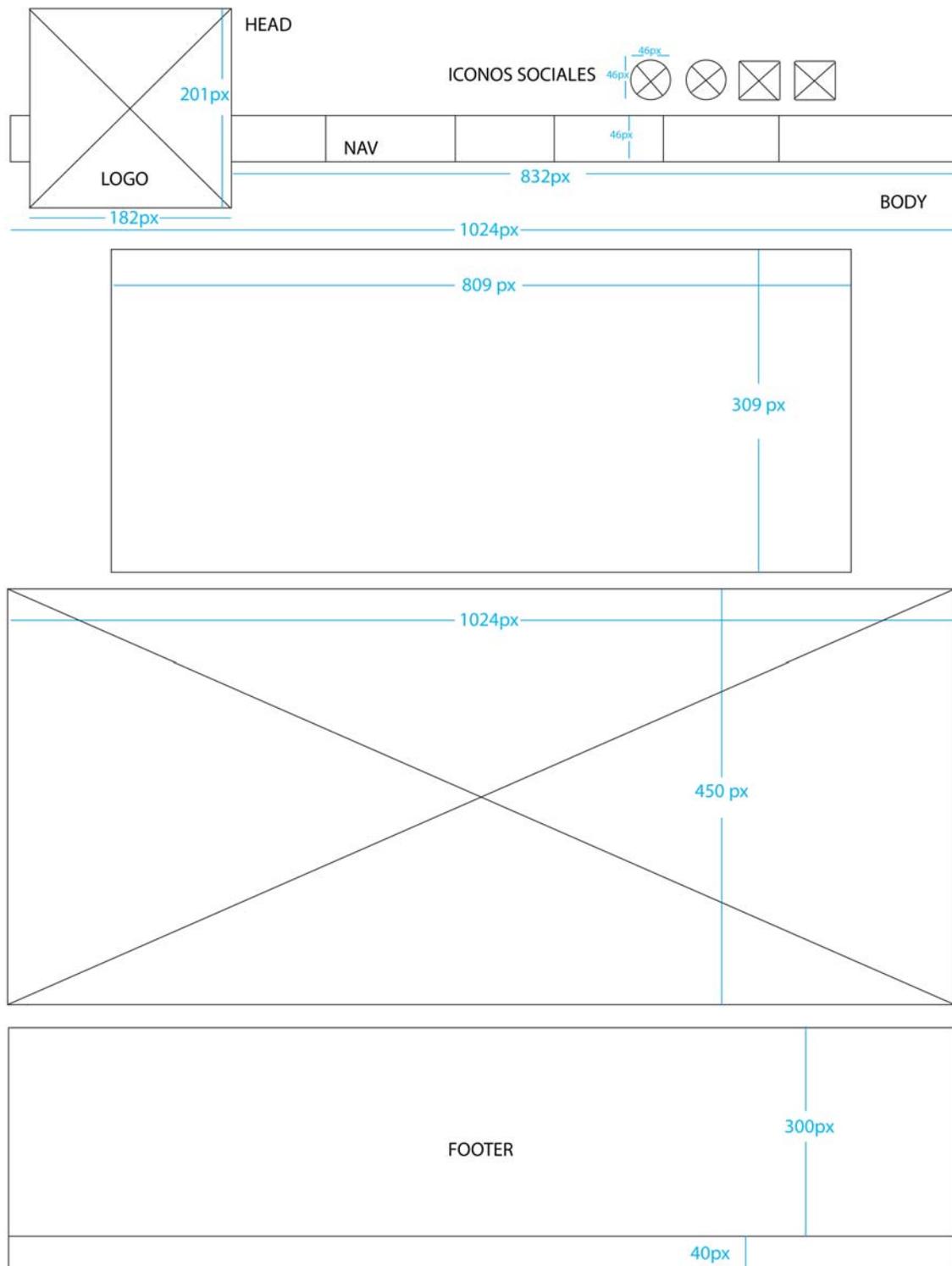


Figura 21. Retícula de página de contactos.

5.3.1.02.06 Producción

Página de inicio (Index.html)



Figura 22. Página de inicio.

Página del botón Quiénes Somos:



Figura 23. Página de Quiénes somos.

Página de galería de imágenes.



Figura 24. Página de galería.

Página de Servicios ofrecidos por la clínica:

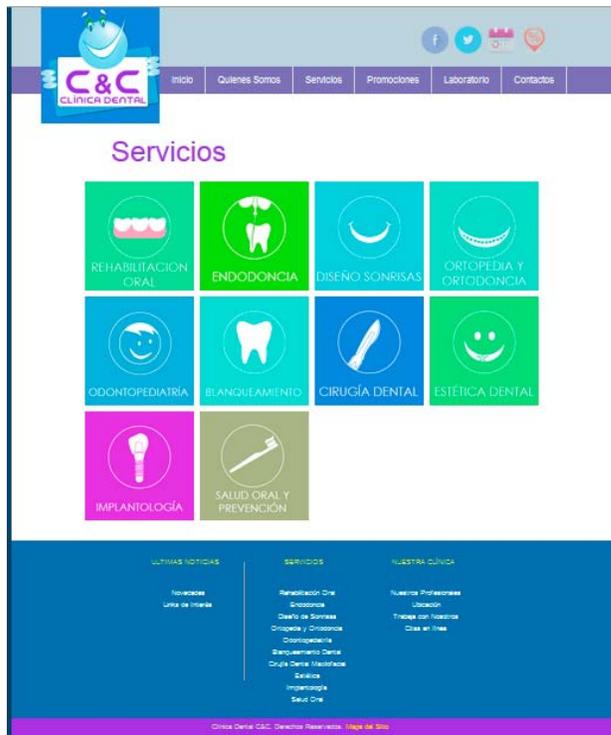


Figura 25. Página de Servicios.

Página de información detallada de cada uno de los servicios y tratamientos. A continuación se presenta la página de rehabilitación oral, cuyo formato se aplica para todos y cada uno de los servicios que la clínica ofrece:



Figura 26. Página de detalles de cada uno de los servicios de la clínica.

Página de Promociones:

C&C CLÍNICA DENTAL

Inicio Quienes Somos Servicios Promociones Laboratorio Contactos

Promociones

10% Dcto. ORTODONCIA

Características:

- + Menor Dolor
- + Mínimo riesgo de extracciones
- + Mejora fisonomía del rostro
- + Última tecnología con Brackets de autoligado
- + Daemon system

Credito Directo

Precios sin Competencia

Validez: Hasta próximo aviso

BLANQUEAMIENTO 2DO A MITAD DE PRECIO

Características:

- + Tecnología Láser
- + Sin efectos secundarios
- + Tiempo reducido
- + En una sola sesión

Credito Directo

Precios sin Competencia

Validez: Hasta próximo aviso

CALCITAS DE COLORES 10% DESCUENTO

Características:

- + Sin Dolor
- + Desprende Fluor
- + Colores Llamativos
- + Efecto brillante
- + Aplicación rápida

Credito Directo

Precios sin Competencia

Validez: Hasta próximo aviso

Formulario de Contacto

Llena el siguiente formulario para enviarnos tus sugerencias y comentarios:

Nombre:

Email:

Asunto:

Mensaje:

Adjuntar Archivo: No file selected.

ULTIMAS NOTICIAS

- Noticias
- Linea de Interés

SERVICIOS

- Rehabilitación Oral
- Endodoncia
- Diseño de Sonrisas
- Ortopedia / Ortodoncia
- Odontopediatria
- Blanqueamiento Dental
- Clinica Dental Maxilofacial
- Estetica
- Implantologia
- Salud Oral

NUUESTRA CLINICA

- Nuestros Profesionales
- Ubicación
- Trabaja con Nosotros
- Citas en línea

Clinica Dental C&C. Derechos Reservados. Mapa del Sitio

Figura 27. Página de promociones.

Página de información acerca del laboratorio dental Orthodont:



Figura 28. Página de Laboratorio Dental de la clínica.

Página de Contactos:

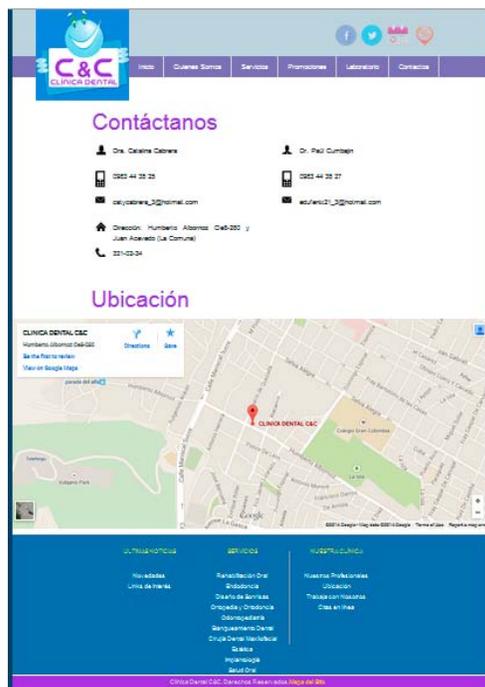


Figura 29. Página de Contactos.

DISEÑO DE UN SITIO WEB DE LA CLÍNICA DENTAL C&C, UBICADA EN EL BARRIO LA COMUNA EN EL NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.

5.3.1.02.07 Programación

Se utiliza la programación básica de códigos html5 y para el diseño de la interfaz se usa estilos en cascada CSS3.

```
<!DOCTYPE HTML>
<html lang="es">
  <head>
    <title>CLINICA DENTAL C&C          </title>
    <META charset="utf-8"/>
    <meta description="Clínica Dental C&C"/>
    <link rel="stylesheet" href="css/nav_estilos.css"/>
    <link rel="stylesheet" href="css/estilos.css"/>
    <!--importado_estilos-->
    <link rel="stylesheet" href="css/camera.css">
    <style type="text/css">
      body,td,th {
        font-family: "Open Sans", sans-serif;
      }
      body {background-color: #114364;
      }
    </style>
    <script src="js/jquery.js"></script>
    <script src="js/jquery-migrate-1.2.1.js"></script>
    <script src="js/script.js"></script>
    <script src="js/superfish.js"></script>
    <script src="js/jquery.ui.totop.js"></script>
    <script src="js/jquery.easing.1.3.js"></script>
    <script src="js/camera.js"></script>
    <!--[if (gt IE 9)]!(IE)]><!-->
    <script src="js/jquery.mobile.customized.min.js"></script>
```



```
<!--<![endif]-->
<script src="js/modernizr.custom.js"></script>
<script>
$(document).ready(function(){
  jQuery('#camera_wrap').camera({
    loader: 'pie',
    pagination: true ,
    minHeight: '200',
    thumbnails: true,
    height: '350',
    caption: true,
    navigation: true,
    fx: 'mosaic'
  });
  $().UItoTop({ easingType: 'easeOutQuart' });
});
</script>
<!--[if lt IE 9]>
<div style=' clear: both; text-align:center; position: relative;'>
  <a href="http://windows.microsoft.com/en-US/internet-explorer/products/ie/home?ocid=ie6_countdown_bannercode">
    
  </a>
</div>
<script src="js/html5shiv.js"></script>
<link rel="stylesheet" media="screen" href="css/ie.css">
<![endif]-->
</head>
```



```
<body>
  <div id="contenedor">
    <header>
      <div id="top_header">
<div id="sociales">
<div class="facebook">
  <a href="" title="Facebook"></a>
</div>
<div class="twitter"><a href="" title="Twitter"></a>
</div>
<div class="citas"><a href="paginas/citas.html"></a>
</div>
<div class="promociones"><a href="paginas/promociones.html"></a>
</div>
  </div>
</div>
  <nav>
    <ul class="nav">
<li><a href="index.html">Inicio</a></li>
<li><a href="paginas/quienes_somos.html">Quienes Somos</a>
  <ul class="subs">
    <li><a href="paginas/galeria.html">Galería</a></li>
  </ul>
</li>
<li><a href="paginas/servicios.html">Servicios</a>
  </li>
<li><a href="paginas/promociones.html">Promociones</a></li>
<li><a href="paginas/laboratorio.html">Laboratorio</a></li>
<li><a href="paginas/contactanos.html">Contactos</a></li>
```



```
</ul>                </nav>

<div id="logo">
</div>
    </header>
    <section id="main">
        <div id="banner">
            <!--slide_importado-->
            <div class="slider_wrapper ">
<div class="camera_wrap" id="camera_wrap">
    <div data-thumb="images/thumb.png" data-src="images/slide.jpg">
        <!-- <div class="caption fadeFromBottom">
            Clever interior projects for your home
        </div-->
    </div>
</div>
    <div data-thumb="images/thumb1.jpg" data-src="images/slide1.jpg">
        <!-- <div class="caption fadeFromBottom">
            Home improvement ideas for you
        </div-->
    </div>
    <div data-thumb="images/thumb2.png" data-src="images/slide2.jpg">
        <!-- <div class="caption fadeFromBottom">
            Premium design tips
        </div-->
    </div>
    <div data-thumb="images/thumb3.png" data-src="images/slide3.jpg">
        <!-- <div class="caption fadeFromBottom">
            Only creative ideas
        </div-->
    </div>
```




```
<div class="linea">
</div>
<div class="enlaces">
<h2>SERVICIOS</h2>
<ul>
<li><a href="paginas/rehabilitacion.html">Rehabilitación Oral</a></li>
<li><a href="paginas/endodoncia.html">Endodoncia</a></li>
<li><a href="paginas/sonrisas.html">Diseño de Sonrisas</a></li>
<li><a href="paginas/ortodoncia.html">Ortopedia y Ortodoncia</a></li>
<li><a href="paginas/odontopediatria.html">Odontopediatria</a></li>
<li><a href="paginas/blanqueamiento.html">Blanqueamiento Dental</a></li>
<li><a href="paginas/cirugia.html">Cirujía Dental Maxilofacial</a></li>
<li><a href="paginas/estetica.html">Estética</a></li>
<li><a href="paginas/implantologia.html">Implantología</a></li>
<li><a href="paginas/salud_oral.html">Salud Oral</a></li>
</ul></div>
<div class="linea">
</div>
<div class="enlaces">
<h2>NUESTRA CLÍNICA</h2>
<ul><li><a href="paginas/quienes_somos.html">Nuestros Profesionales</a></li>
<li><a href="paginas/contactanos.html">Ubicación</a></li>
<li><a href="paginas/trabaja.html">Trabaja con Nosotros</a></li>
<li><a href="paginas/citas.html">Citas en línea</a></li>
</ul>
</div>
</div>
</footer>
<div id="derechos">
```

<p> Clínica Dental C&C. Derechos Reservados.Mapa del Sitio</p>

</div>

</div>

</body>

</html>

5.3.1.02.08 Navegación-interactividad

La navegación e interactividad viene dada tanto por la barra de menú donde se puede ingresar a cada uno de las páginas del sitio como también por los botones de acceso rápido situados en el lado superior derecho de la página. Además existen links en el pie de página que contiene así mismo enlaces directos a ciertas páginas del sitio web.

5.3.1.02.09 Servicios

En el sitio web se expone a disposición del usuario información detalla de cada uno de los servicios y tratamientos que la clínica ofrece, además de promociones y formularios de contacto con sus pacientes y potenciales clientes.

5.3.1.02.10 Imágenes

Las imágenes que el sitio web de la clínica emplea son en formato jpg y png con una resolución de 72dpi, con tamaño que depende de la página en que van a ser expuestas.



Figura 30.Imágenes de Blanqueamiento Dental.

Banner Promocional en Twitter:



Figura 33. Banner promocional en Twitter.



CAPÍTULO VI

6. Aspectos Administrativos.

6.1 Recursos.

6.1.1 Técnicos-Tecnológicos

6.1.1.01. Hardware

- Laptop Sony vaio i5, 4gb en ram
- Impresora Epson xp 211
- Cámara fotográfica sony cybershoot 14mpx.
- Disco duro externo ADATA 1tb.

6.1.1.02 Software

- Adobe Suit CS6
- Microsoft Office 2010

6.1.2 Humanos

- Proyectista- Diseñador web-Investigador
- Odontólogos dueños de la Clínica C&C
- Asesor del Proyecto

6.1.3 Económico

El proyecto es 100% autofinanciado por el autor.

6.2 Presupuesto

6.2.1 Gastos Operativos

GASTOS		
DETALLE	VALOR (\$)	FINANCIAMIENTO
Transporte	50	propio
Servicios Básicos	30	propio
Copias	25	propio
Internet	80	propio
Impresiones	90	propio
TOTAL	275	

INGRESOS	
ITEM	VALOR (\$)
Sueldo	550
TOTAL	550

Tabla 10. Presupuesto

6.2.2 Aplicación del Proyecto

APLICACIÓN DEL PROYECTO			
CANTIDAD	DETALLE	VALOR (\$)	TOTAL
100	Impresión afiche promocional	80	80
TOTAL			80

Tabla 11. Gastos en Aplicación del proyecto.

6.3 Cronograma

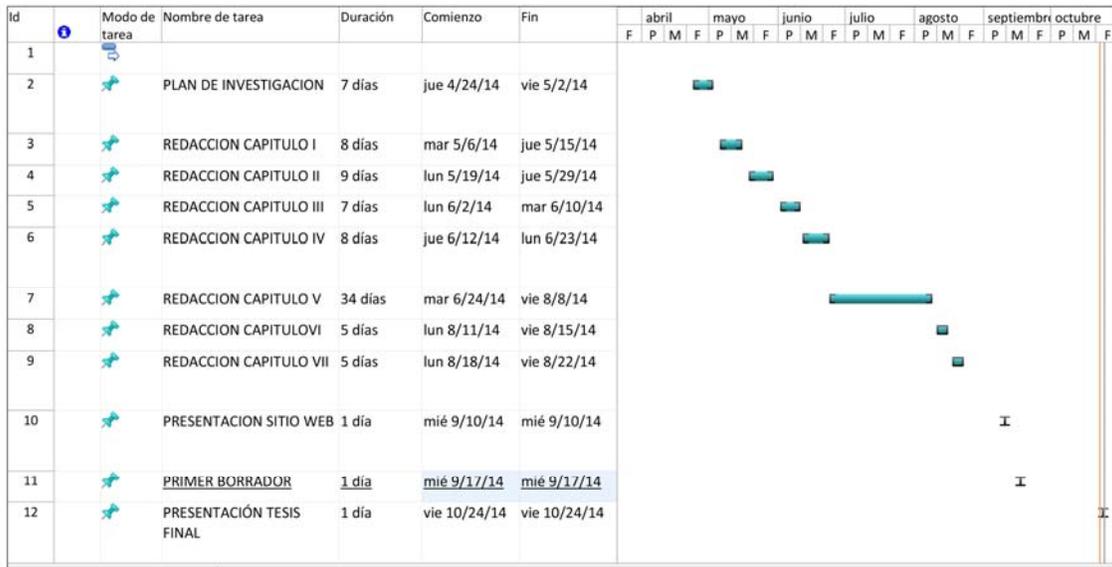


Figura 34 Cronograma.



CAPÍTULO VII

7.1 Conclusiones.

- Se analizó con mayor profundidad el servicio que la Clínica ofrece a sus pacientes con lo cual se tendrá un acervo de información para una mejor toma de decisiones.
- Mediante la investigación realizada se han generado nuevas ideas para poder satisfacer de mejor manera a los pacientes de la clínica.
- Se ha incentivado el interés en poner mayor énfasis en la necesidad de tener presencia on line para poder ampliar la información a los actuales y potenciales pacientes de la Clínica.
- El sitio web se constituye en un medio eficiente para tener un contacto más directo con los pacientes de la clínica logrando de esta manera mejorar el aspecto comunicacional de la misma.
- El sitio web tiene un buen manejo en la experiencia del usuario al navegar por la página web, pues se ha tratado de hacer fácil y sencilla la interacción con el usuario.
- Es necesario mantenerse actualizado en las nuevas tendencias y tecnologías en el desarrollo de sitios web para no quedarse rezagado de las nuevas oportunidades que nos brinda las nuevas tecnologías de información y comunicación.
- Se ha adquirido mayor experiencia en desarrollo de un sitio web en un sector antes desconocido y poco incursionado como es el servicio dental.



7.2 Recomendaciones

- Continuar promocionando la página web en diferentes canales como en redes sociales para mantenerla en actividad.
- Dar mantenimiento constante al sitio web para renovar las promociones que la clínica esté dispuesta a ofrecer a sus pacientes y demás información que sea necesario actualizar.
- Testear el número de visitas que el sitio web tiene para poder tomar decisiones para mejorar el posicionamiento de la marca.
- Establecer un medio de consulta y sugerencias para tener un mejoramiento constante de la página web.
- Realizar un mayor y completo marketing digital dental, dada la relevancia que en la actualidad tienen las redes sociales en la vida diaria de la gente, con la finalidad de tener una mayor presencia y conocimiento de la existencia de la Clínica.



BIBLIOGRAFÍA

- Goldstein Alexis; Lazaris Louis ;Estelle Weyl.(2011). *Manual imprescindible de HTML5 y CSS3*. Ediciones Anaya multimedia. México.
- Clint ,Edward.(2011).*Diseño Web Profesional*. Ediciones Anaya multimedia. España.
- González ,Mariano;Cordero Valle ,Manuel.(2004) .*Diseño de Páginas Web*.Segunda Edición. McGraw-Hill/Interamericana de España, SAU.
- Datos demográficos de Quito, 2014. Disponible en URL:
<http://datosabiertos.quito.gob.ec/>
- *Flat Colors*.(s.f). disponible en URL: <http://flatuicolors.com/> [Consulta 12 de Mayo de 2014]
- Iglesias ,Loy.(2011). *Boletín Electrónico Estrategias de Publicidad*. disponible en URL: <http://estrategiasdepublicidad.com/blog/?p=257>.
- Niederst Jennifer Robbins.(2010). *Learning web design*. Editorial: O'Reilly.