



CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

TEMA

Creación de una página web y diseño de identidad corporativa como herramienta de comunicación de la microempresa Aluminio y Vidrio, ubicada en el sector norte de la Ciudad de Quito

**Trabajo de integración Curricular previo
a la obtención del Título de**

Tecnólogo en Diseño Gráfico.

**Tipo de trabajo de Integración Curricular:
Proyecto I+D+I**

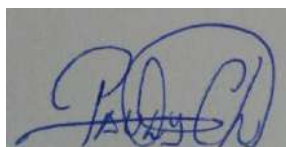
Autor: CHUNCHIR SAMBACHI JENNIFER PAULINA

Tutor: ING.GONZALO QUEZADA

Quito, 2020

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, **Jennifer Paulina Chunchir Sambachi**, 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.



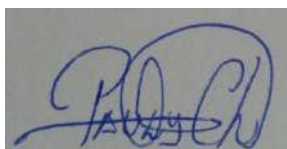
(Jennifer Paulina Chunchir Sambachi)

C.C: 171839914-8

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, Jennifer Paulina Chunchir Sambachi portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. (1718399148) 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 Creación de una página web y diseño de identidad corporativa como herramienta de comunicación de la microempresa Aluminio y Vidrio, ubicada en el sector norte de la Ciudad de Quito, con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

(Firma)



(Jennifer Paulina Chunchir Sambachi)

C.C.: 171839914-8

Quito, Julio de 2020

**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**
CHUNCHIR SAMBACHI JENNIFER PAULINA
2. **CÉDULA DE CIUDADANÍA**
171839914-8
3. **FECHA DE NACIMIENTO**
31/08/1997
4. **NACIONALIDAD**
Ecuatoriana
5. **DIRECCIÓN DE RESIDENCIA**
MAURICIO QUIÑONEZ N 62-14 Y FRANCISCO DE LA TORRE, COMITÉ DEL PUEBLO
6. **PROVINCIA DE RESIDENCIA**
Pichincha
7. **CANTÓN DE RESIDENCIA**
Quito
8. **CORREO ELECTRÓNICO**
paulina.jennifer@yahoo.es
9. **TELÉFONOS**
02 2481857 / 0979282279
10. **FECHA DE SUSTENTACIÓN**
Julio del 2020

TEMA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR:

CREACIÓN DE UNA PÁGINA WEB Y DISEÑO DE IDENTIDAD CORPORATIVA COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN DE LA MICRO EMPRESA ALUMINIO Y VIDRIO, UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO

EN CASO DE HABER REALIZADO INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA:

ESCRIBA LA LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

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

INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

☐

I+D+i

X

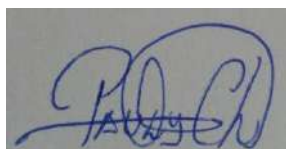
INCUBADORA EMPRESARIAL

☐

PRODUCCIÓN ARTÍSTICA

☐

Yo, Jennifer Paulina Chunchir Sambachi, portador de la cédula de identidad N°171839914-8, 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: Aluminio y Vidrio

NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL: Segundo Pedro Chunchir Meneses

TELÉFONO Y/O CELULAR EMPRESA: (02) 2411895

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

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primer lugar a Dios por haberme dado la vida, la oportunidad de superarme cada día más, a mis padres por el inmenso amor, cariño y sacrificio que dedicaron hacia mí para poder superarme como persona y profesional.

Agradezco al Instituto Tecnológico Superior Cordillera, por el valioso aporte profesional, técnico y humano que me brindó en el transcurso de mi formación profesional y de igual manera a todo el personal docente, que contribuyeron a convertirme en un gran ser humano.

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo a Dios quien me brindó fuerza espiritual, a mis padres por su apoyo incondicional por mostrarme el camino hacia la superación, a mis hermanos quienes con sus palabras de aliento no me dejaban de caer y siempre me apoyaron en cada decisión, y a mi hija por su eterna inspiración.

ÍNDICE GENERAL

CARÁTULA.....	i
DECLARACIÓN DE AUTORÍA ESTUDIANTE.....	ii
LICENCIA DE USO NO COMERCIAL.....	iii
FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	iv
DEDICATORIA.....	vi
ÍNDICE GENERAL.....	vii
ÍNDICE DE TABLAS.....	xiii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiv
RESUMEN EJECUTIVO.....	xvi
ABSTRACT.....	xvii
INTRODUCCIÓN.....	xviii
Capítulo I.....	1
1. Antecedentes.....	1
1.01. Contexto.....	1
1.02. Justificación.....	3
1.03. Definición del Problema Central (MatrizT).....	4

Capítulo II.....	5
2. Análisis de Involucrados.....	5
2.01. Mapeo de los Involucrados.....	5
2.02. Matriz de Análisis de Involucración.....	6
Capítulo III.....	8
3. Problemas y Objetivos.....	8
3.01. Árbol de Problemas.....	8
3.02. Árbol de Objetivos.....	9
Capítulo IV.....	10
4. Análisis de Alternativas.....	10
4.01. Matriz de Análisis de Alternativas e Identificación de Acciones.....	10
4.01.01. Tamaño del Proyecto.....	11
4.01.02. Localización del Proyecto.....	12
4.01.03. Análisis Ambiental.....	12
4.02. Matriz de Análisis de Impacto de los Objetivos.....	14
4.03. Diagrama de Estrategias.....	15
4.04. Construcción de la Matriz de Marco Lógico.....	16
4.04.01. Revisión de los Criterios para Indicadores.....	16
4.04.02. Selección de Indicadores.....	20
4.04.03. Medios de Verificación.....	23
4.04.04. Supuestos.....	27
4.04.05. Matriz de Marco Lógico.....	29
Capítulo V.....	33
5. Propuesta.....	33

5.01. Antecedentes de la Herramienta y Perfil de la Propuesta.....	33
5.01.01. Marco Teórico.....	35
5.02. Descripción de la Herramienta.....	38
5.02.03. Metodología (Materiales y Métodos).....	38
5.02.02. Resultados.....	42
5.02.03. Discusión.....	52
5.03. Formulación del Proceso de Aplicación.....	53
5.03.02. Diseño.....	54
5.03.03. Producción.....	54
5.03.01.01 Logotipo.....	55
5.03.01.02 Cromática.....	56
5.03.01.03 Construcción logotipo.....	57
5.03.01.04 Estilos tipográficos.....	58
5.03.01.05 Manual de identidad corporativa.....	59
5.03.01.06 Tipografía manual de identidad corporativa.....	60
5.03.01.07 Tipografía texto en general.....	60
5.03.01.08 Aplicación de color en manual de identidad corporativa.....	61
5.03.01.09 Metodología para el diseño de una página web.....	61
5.03.01.10 Definición de la estructura de la página web.....	61
5.03.01.11 Mapa de contenidos.....	62
5.03.01.12 Bocetos página web.....	63
5.03.01.13 Tipografía página web.....	63
5.03.01.14 Propuesta final.....	64
5.03.01.15 Programación encabezado.....	66
5.03.01.16 Programación html5 formulario de contactos.....	67

5.03.04. Pruebas.....	67
5.03.04.01 Pruebas físicas.....	67
5.03.04.02 Pruebas alpha.....	68
5.03.05. Mantenimiento.....	68
5.03.06. Marketing y Difusión.....	68
5.03.06.01 F.O.D.A.....	69
5.03.06.02 Análisis de la competencia.....	70
5.03.06.03 Segmentación de mercado.....	71
5.03.06.04 Canales de marketing.....	71
5.03.06.05 Objetivos a alcanzar.....	71
5.03.06.06 Medición de objetivos.....	71
Capítulo VI.....	74
Aspectos Administrativos.....	74
6.01. Recursos.....	74
6.01.01. Técnicos –Tecnológico.....	74
6.01.02. Humano.....	74
6.01.03. Financiero.....	75
6.02. Presupuesto.....	76
6.03. Cronograma.....	77
Capítulo VII.....	78
Conclusiones y Recomendaciones.....	78
7.01. Conclusiones.....	78
7.02. Recomendaciones.....	80

Bibliografía.....	81
-------------------	----

Anexos.....	83
-------------	----

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Análisis de las fuerzas T de la micro empresa Aluminio y Vidrio, 2020.....	4
Tabla 2. Análisis de involucrados de la micro empresa Aluminio y Vidrio, 2020.....	6
Tabla 3. Impacto de los objetivos de la micro empresa Aluminio y Vidrio, 2020.....	14
Tabla 4. Revisión de los Criterios para Indicadores Aluminio y Vidrio, 2020.....	16
Tabla 5. Selección de indicadores de micro empresa Aluminio y Vidrio, 2020.....	20
Tabla 6. Medios de verificación de la micro empresa Aluminio y Vidrio, 2020.....	24
Tabla 7. Supuestos de la micro empresa Aluminio y Vidrio, 2020.....	27
Tabla 8. Matriz de Marco Lógico de la micro empresa Aluminio y Vidrio, 2020.....	30
Tabla 9. Frecuencia de la importancia pág. Web de Aluminio y Vidrio, 2020.....	42
Tabla 10. Frecuencia sobre los productos de la micro empresa Aluminio y Vidrio, 2020..	43
Tabla 11. Frecuencia sobre lenguaje aplicado en Aluminio y Vidrio, 2020.....	44
Tabla 12. Frecuencia sobre preferencias del consumidor de Aluminio y Vidrio, 2020.....	45
Tabla 13. Frecuencia de publicidad impresa recibida de Aluminio y Vidrio, 2020.....	46
Tabla 14. Frecuencia sobre aplicación de menú en la pág. web.....	47
Tabla 15. Frecuencia sobre conocimiento de páginas.....	48
Tabla 16. Frecuencia implementación de identidad corporativa.....	49
Tabla 17. Frecuencia de la perspectiva Aluminio y Vidrio, 2020.....	50
Tabla 18. Frecuencia de contenido de la página web de Aluminio y Vidrio, 2020.....	51
Tabla 19. Matriz F.O.D.A de la micro empresa Aluminio y Vidrio, 2020.....	69
Tabla 20. Gastos operativos del proyecto Aluminio y Vidrio, 2020.....	75
Tabla 21. Financiación del proyecto Aluminio y Vidrio, 2020.....	76
Tabla 22. Cronograma de actividades Aluminio y Vidrio, 2020.....	77

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Mapa de involucrados de la microempresa Aluminio y Vidrio.....	5
Figura 2. Árbol de Problemas de la microempresa Aluminio y Vidrio.....	8
Figura 3. Árbol de Objetivos de la microempresa Aluminio y Vidrio.....	9
Figura 4. Matriz de análisis de alternativas de la microempresa Aluminio y Vidrio.....	10
Figura 5. Tamaño del Proyecto de micro empresa Aluminio y Vidrio.....	11
Figura 6. Mapa de la micro empresa Aluminio y Vidrio.....	12
Figura 7. Diagrama de Estrategias de la micro empresa Aluminio y Vidrio.....	15
Figura 8. Pregunta 1 de la encuesta, 2020.....	42
Figura 9. Pregunta 2 de la encuesta, 2020.....	43
Figura 10. Pregunta 3 de la encuesta, 2020.....	44
Figura 11. Pregunta 4 de la encuesta, 2020.....	45
Figura 12. Pregunta 5 de la encuesta, 2020.....	46
Figura 13. Pregunta 6 de la encuesta, 2020.....	47
Figura 14. Pregunta 7 de la encuesta, 2020.....	48
Figura 15. Pregunta 8 de la encuesta, 2020.....	49
Figura 16. Pregunta 9 de la encuesta, 2020.....	50
Figura 17. Pregunta 10 de la encuesta, 2020.....	51
Figura 18. Boceto logotipo Aluminio y Vidrio, 2020.....	54
Figura 19. Ilustración b/n logotipo Aluminio y Vidrio, 2020.....	55
Figura 20. Pantones logotipo Aluminio y Vidrio, 2020.....	56
Figura 21. Colores CMYK para impresión logotipo Aluminio y Vidrio, 2020.....	56
Figura 22. Colores RGB para impresión logotipo Aluminio y Vidrio, 2020.....	57
Figura 23. Grafimetría logotipo Aluminio y Vidrio, 2020.....	57

Figura 24. Áreas de protección logotipo Aluminio y Vidrio, 2020.....	58
Figura 25. Retícula portada manual Aluminio y Vidrio, 2020.....	59
Figura 26. Retícula página interna, manual Aluminio y Vidrio, 2020.....	60
Figura 27. Portada manual de identidad corporativa Aluminio y Vidrio, 2020.....	61
Figura 28. Contenidos página web Aluminio y Vidrio, 2020.....	62
Figura 29. Retículas diseño página Aluminio y Vidrio, 2020.....	63
Figura 30. Propuesta diseño página web Aluminio y Vidrio, 2020.....	64
Figura 31. Código html5 encabezado Aluminio y Vidrio,2020.....	66
Figura 32. Código html5 contactos Aluminio y Vidrio, 2020.....	67
Figura 33. Matriz de porter empresa Aluminio y Vidrio, 2020.....	70
Figura 34. Fan page empresa Aluminio y Vidrio, 2020.....	72
Figura 35. Post para fan page de la empresa Aluminio y Vidrio, 2020.....	72
Figura 36. Roll up publicitario de la empresa Aluminio y Vidrio, 2020.....	73

RESUMEN EJECUTIVO

Dentro del presente proyecto se especifica la importancia de manejar una adecuada imagen corporativa y la implementación de una página web para poder generar reconocimiento y aumentar los ingresos, dentro de un mercado competitivo tan grande que es el sector de la construcción. El establecimiento seleccionado para realizar el presente proyecto fue la micro empresa Aluminio y Vidrio, que tenía problemas de reconocimiento en el mercado. Esto se debe a que desconocían del manejo de una imagen corporativa adecuada para el establecimiento y desconocían de cómo avanza la tecnología en la utilización de una página web.

Se estableció una solución de implementar un manual corporativo y crear una página como herramienta de comunicación para nuestros clientes y de esta manera poder ser reconocida como la microempresa Aluminio y Vidrio

ABSTRACT

This project specifies the importance of managing an adequate corporate image and the implementation of a web page in order to generate recognition and increase income, in a competitive market as large as the construction sector. The establishment selected to carry out this project was the aluminum and glass micro-company, which had recognition problems in the market. This is due to the fact that they were unaware of the management of a suitable corporate image for the establishment and unknown of how technology advances in the use of a web page.

A solution was implemented to implement a corporate manual and create a page as a communication tool for our clients and thus be able to be recognized as the Aluminum and Glass microenterprise.

INTRODUCCIÓN

La implementación de una página web en una microempresa es realmente una innovación, ya que al contar con este servicio facilita la comunicación con el cliente manteniendo un contacto y relación más directa, viéndose beneficiado tanto la empresa que innova y se encuentra a la par de la tecnología como el usuario que puede acceder a la información de la empresa desde cualquier parte.

La identidad corporativa es importante para comunicar lo que la empresa quiere transmitir a su grupo objetivo, y de esta manera la reconozcan con facilidad, y la diferencie por su calidad. Ya que hace referencia a lo que la microempresa ofrece y cómo esta quiere mostrarse ante sus clientes. Así mismo la página web será una parte de identidad de la empresa mediante la cual se mantendrá al grupo objetivo más cerca y con una comunicación más directa.

Existe demasiada competencia las cuales cuentan con este servicio, pero al mismo tiempo se cuenta con una ventaja, ya que existen pocas empresas dedicadas a elaborar, fabricar, instalar y reparar estructuras de aluminio y vidrio por el cual motivo nos hace diferente de contar personal capacitado, asesoramiento personalizado, productos que cumplen con los estándares de calidad, diseño, manufactura, y servicio, de tal manera llegar hacia nuestros clientes con un trabajo de calidad, precios y servicio satisfactorios.

Mediante la realización y culminación de este proyecto se busca brindar notoriedad a la empresa dando a conocer sus productos, y de esta manera la página web es primordial para promover los servicios que brinda la empresa llegando así a distintos lugares al dar un clic, ya que de esta manera al cumplir con el objetivo propuesto la microempresa se verá beneficiada al elevar sus ventas y el reconocimiento que tendrá en sus clientes.

Capítulo I

1. Antecedentes

1.01.Contexto

En los países más desarrollados, 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. Desde el punto de vista de mercadeo, una página web puede proporcionar un sin fin de posibilidades a un costo extremada y relativamente bajo” (Mendieta, 2014).

Mediante una página web se podrá informar al usuario de nuestros productos y servicios a cualquier hora y en cualquier lugar con una conexión a internet, aumentando las ventas a nivel local y nacional para promover una comunicación con nuestros clientes.

Una página web es información electrónica capaz de contener texto, imágenes, videos, enlaces, etc. importante para nuestros clientes potenciales que buscan lo que ofrecemos sin importar en qué lugar del mundo se encuentren, y de esta manera ser conocida, como la microempresa “Aluminio y Vidrio”, que nació en el 2010 y desde ese año ha venido desarrollando y elaborando estructuras de aluminio y vidrio, con técnicas innovadoras y servicio personalizado, que le han permitido destacarse en el mercado nacional generando satisfacción a sus consumidores. La importancia de tener una página web para la empresa puede brindar información detalla de los productos y servicios por internet y

tener una buena conexión con nuestros consumidores las 24 horas al día durante los 365 días del año

La microempresa “Aluminio y Vidrio” se encuentra ubicada en el sector norte de la ciudad de Quito, capital del Ecuador. Comenzó inicialmente con la actividad de venta de vidrio, sin embargo, se ha visto en la necesidad de diversificar sus servicios, como fabricación de pasamanos en acero inoxidable, cortinas de baños, puertas batientes y corredizas, ventanas corredizas y proyectables, espejos decorativos, cuenta con una línea de productos de aluminio y cristal de alta calidad para la construcción doméstica y comercial, con el fin de atraer a más clientes. Se implementara un manual de identidad corporativa para poder gestionar la marca expresando a través de elementos y signos que permitan a los consumidores poder recordarla y reconocerla a simple vista, garantizando una correcta aplicación del logotipo, colores, tipografías, etc.

Con lo que se refiere a visión como microempresa “Aluminio y Vidrio”, se propone reforzar la imagen y aumentar sus ventas, convirtiéndose en la primera micro empresa reconocida a nivel local y nacional del Ecuador, generando una excelente satisfacción en sus clientes.

1.02 Justificación

El presente trabajo se enfoca en el diseño de una página web para aumentar el nivel de recaudación de los productos y servicios como además los clientes podrán realizar los pedidos, conocer más sobre la microempresa “Aluminio y Vidrio” y elaborar un manual corporativo para que pueda diferenciarse de su competencia y mantener una línea grafica correcta

El diseño y desarrollo surge para dar un apoyo y facilidad al cliente, comunicando lo que la microempresa “Aluminio y Vidrio” se diferencia de las demás, con un diseño acorde para que el consumidor pueda recordarlo y de esta manera la empresa puede dar un aporte, que no solo brinde un beneficio y facilite al cliente en hacer sus pedidos; sino más bien que sea una palanca que desarrolle, que eleve las ventas y de al cliente una oportunidad de personalizar sus diseños, medidas, e innovación en la estructura .

Esta investigación tiene relación con el “objetivo número siete Plan Nacional del Buen Vivir que dice: “Mejorar la calidad de vida de la población” (Senplades, 2013, pág. 123) (Senplades, 2013, pág. 159). En base a lo expuesto, el proyecto como definición tiene el mejorar los procesos de pedido, venta, y entrega a sus clientes; razón por la cual el mejorar y satisfacer sus expectativas se da como resultado un mejor servicio, y por ende el mejorar la calidad de vida de los ecuatorianos.

1.03 Definición del Problema Central (Matriz T)

Tabla 1. *Análisis de las Fuerzas*

Elaborado por: Paulina Chunchir

MATRIZ T					
SITUACIÓN EMPEORADA	SITUACIÓN ACTUAL				SITUACIÓN MEJORADA
Desconocimiento y disminución de las ventas de los productos de la empresa	Escasa información de los servicios y productos que ofrece la microempresa “Aluminio y vidrio”				Alto posicionamiento y conocimiento de los servicios y productos de la microempresa
FUERZAS IMPULSADORAS	I.R	P.C	I.R	P.C	FUERZAS BLOQUEADORA
Implementar una página web para brindar una adecuada información de los productos y servicios de la microempresa “Aluminio y Vidrio”.	2	4	4	2	Carente información.
Desarrollar identidad corporativa para la microempresa “Aluminio y vidrio”.	3	4	4	3	Inconveniencia en la aplicación de la identidad de la microempresa.
Complementar con publicidad en medios impresos y digitales que ayuden a la difusión y promoción de los productos y servicios de la microempresa “Aluminio y Vidrio”.	3	4	4	3	Inadecuada selección de medios de difusión.
Crear material impreso informativo de la microempresa.	3	4	4	3	Inadecuado material impreso
Mejorar la experiencia del usuario, de los clientes “Aluminio y Vidrio”.	4	4	4	4	Escaso impacto de la implementación de material comunicacional.

En la tabla que antecede encontramos las siguientes nomenclaturas: I = Impacto y PC = Potencial de cambio. Que nos muestra el impacto actual y a donde va a cambiar una vez que hayamos ejecutado el proyecto.

CREACIÓN DE UNA PÁGINA WEB Y DISEÑO DE IDENTIDAD CORPORATIVA COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN DE LA MICRO EMPRESA “ALUMINIO Y VIDRIO”, UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO

Capítulo II

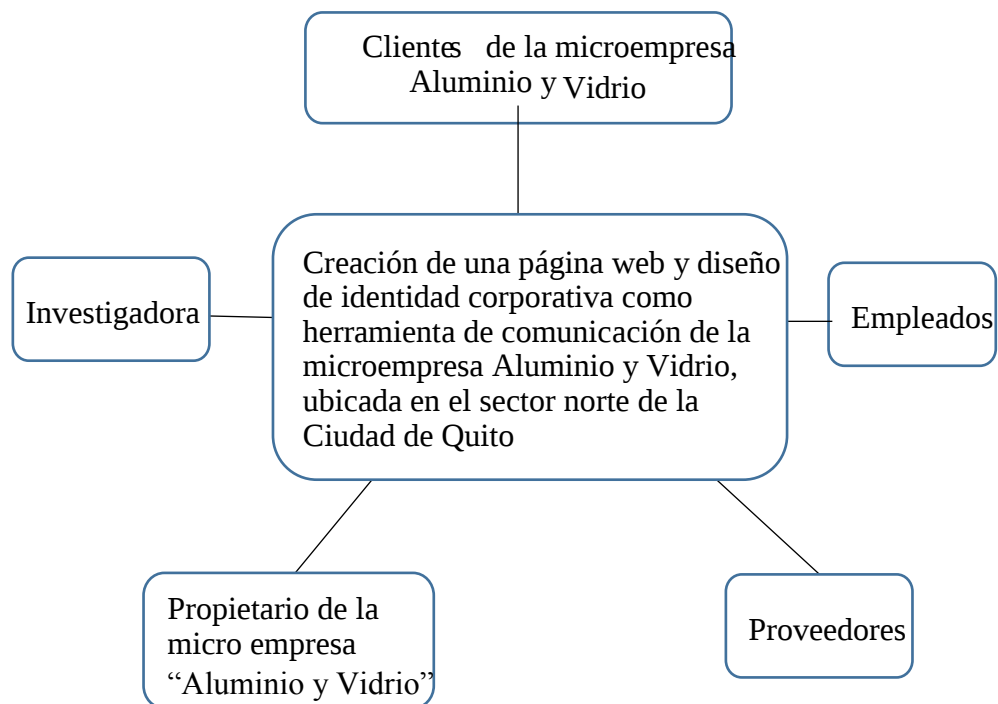
2. Análisis de Involucrados

2.01 Mapeo de Involucrados

Conjunto de involucrados para identificar a todas las personas, grupos, organizaciones e instituciones que de alguna manera están relacionados con el proyecto directa o indirectamente.

Figura 1: Mapeo de involucrados de la microempresa Aluminio y Vidrio.

Elaborado por: Paulina Chunchir



Se detalla a los involucrados organizados desde el mayor al menor de los aportes. En sentido horario, es decir por nuestra derecha.

2.02 Matriz de Análisis de Involucrados

La matriz de análisis de involucrados consta de la participación de las personas beneficiadas en el proyecto desde el principio de la planificación, con el fin de analizar la contribución, interés, o conflictos que cada uno representa en el proyecto, como se puede observar en la tabla 2 del proyecto.

Tabla 2: Análisis de Involucrados.

Elaborado por: Paulina Churchill

MATRIZ DE ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS					
ACTORES INVOLUCRADOS	INTERÉS SOBRE EL PROBLEMA CENTRAL	PROBLEMA PERCIBIDO	RECURSOS MANDATOS Y CAPACIDADES	INTERÉS SOBRE EL PROYECTO	CONFLICTO POTENCIAL
Clientes de la micro empresa “Aluminio y Vidrio”	Obtener mayor información sobre los productos y servicios que ofrece la empresa	Escasa información de los productos y servicios	Recursos -Humanos Capacidades -Cognitiva	Obtener la información requerida	Desconocimiento total de los productos y servicios
Empleados	Mejoras de los sueldos	Comisiones bajas	Deberes Derechos Obligaciones	Incremento de los ingresos	Inconformidad por las propuestas
Proveedores	Disponibilidad de materiales	No hay salida de mercadería	Recursos Materiales	Aumento de compra de materiales	No tiene disponibilidad de bodega

Propietario de la microempresa	Proporcionar información	Falta de posicionamiento	Recursos Humanos	Incentivar a que los	Información proporcionada
“Aluminio y Vidrio”	relevante de los productos y servicios que ofrece la micro empresa ”Aluminio y Vidrio”	Desinterés en brindar información	Administrativo Financiero Técnico	clientes visiten la página web	por el propietario sea escasa y carente
Investigador	Mejorar la eficiencia de la empresa	Falla en el proceso de ventas	Recursos Materiales Técnicos Humanos Financieros Capacidades interpersonal	Implementación de una página web sobre los productos y servicios de la microempresa	Tiempo para ejecutar el proyecto

Capítulo III

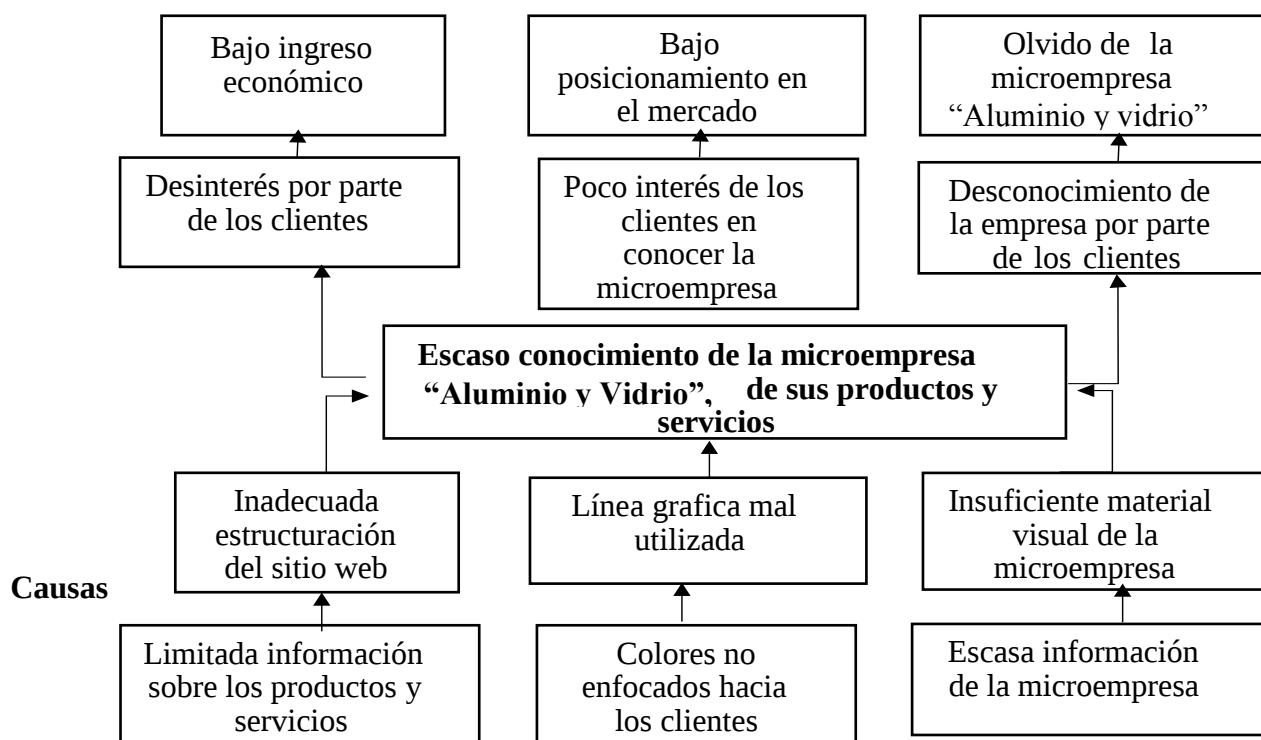
3. Problemas y Objetivos

3.01 Árbol de Objetivos

En la figura 2 se presentara los problemas que rodean al entorno de la microempresa “Aluminio y Vidrio”, como se detallara a continuación. Mediante un análisis de las causas y de los efectos

Figura 2: Árbol de Problemas de la microempresa “Aluminio y Vidrio”

Elaborado por: Paulina Churchill.

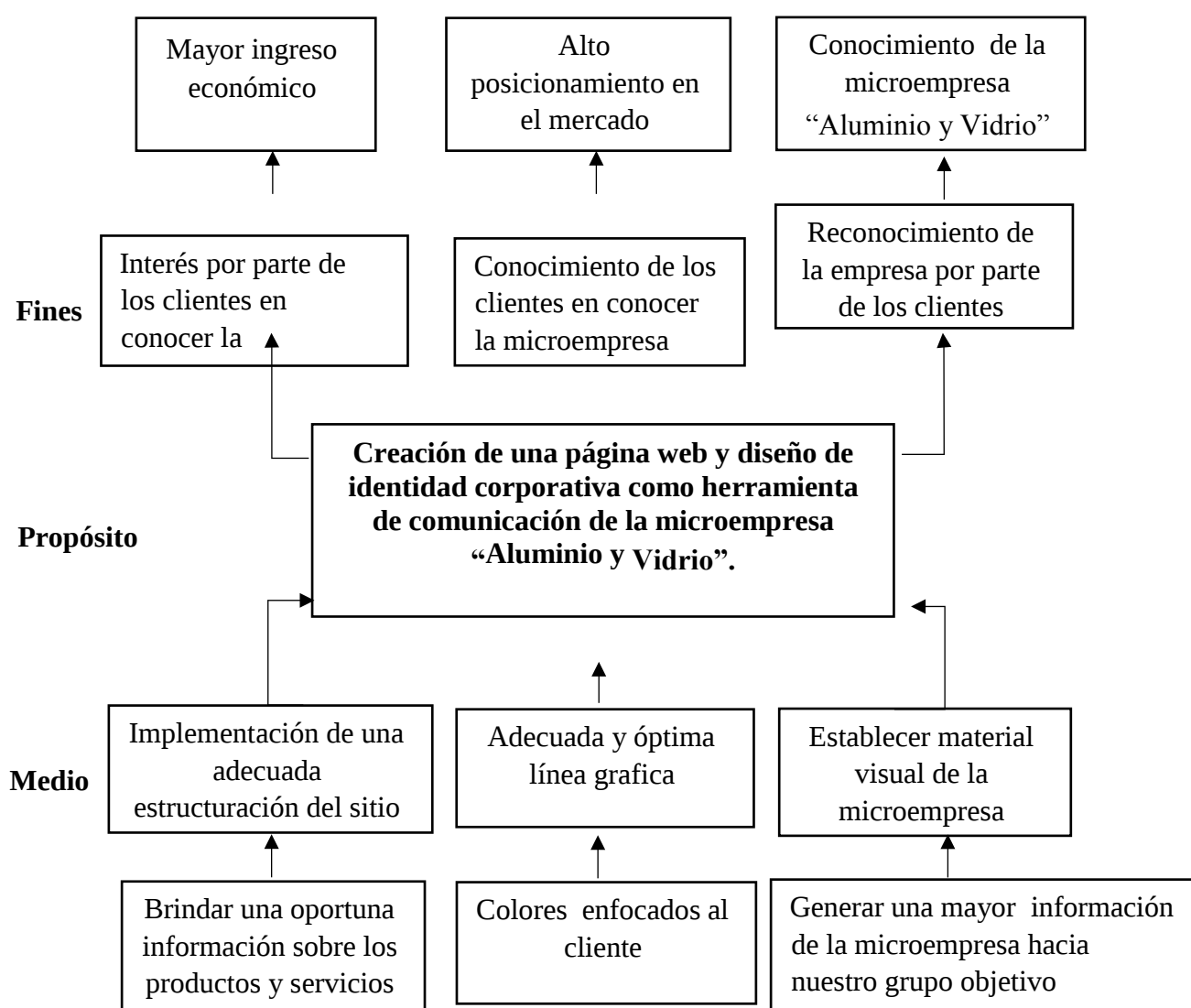


3.02 Árbol de Objetivos

En la *figura 3* se establecerá parámetros mediante los cuales determinaremos componentes que guiarán al proyecto, tomando como referencia lo ya establecido en la *figura 2*.

Figura 3: Árbol de Objetivos de la microempresa “Aluminio y Vidrio”.

Elaborado por: Paulina Chunchir.



**CREACIÓN DE UNA PÁGINA WEB Y DISEÑO DE IDENTIDAD CORPORATIVA
COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN DE LA MICRO EMPRESA
“ALUMINIO Y VIDRIO”, UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO**

Capítulo IV

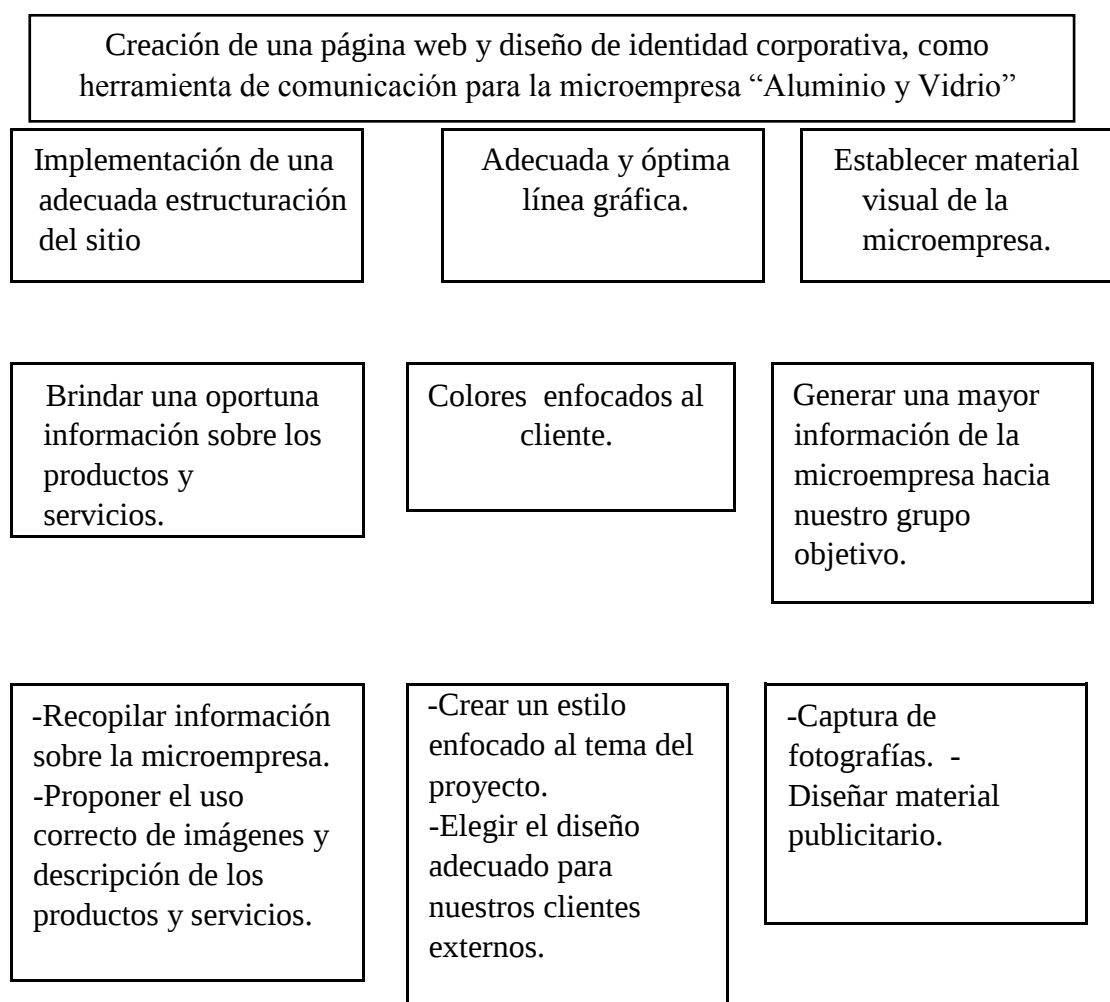
4. Análisis de Alternativas

4.01 Matriz de Análisis de Alternativas e Identificación de Acciones

La figura 4 muestra como resultado las acciones a seguir y que sean factibles para el desarrollo de cada medio planteado

Figura 4: Matriz de análisis de alternativas de la micro empresa “Aluminio y Vidrio”

Elaborado por: Paulina Chunchir



**CREACIÓN DE UNA PÁGINA WEB Y DISEÑO DE IDENTIDAD CORPORATIVA
COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN DE LA MICRO EMPRESA
“ALUMINIO Y VIDRIO”, UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO**

4.01.01 Tamaño del Proyecto

En la figura 5 referente a la metodología de la realización y del desarrollo del proyecto se presenta datos representativos al tamaño del universo, que arrojará resultados con la aplicación de la fórmula para poder determinar correctamente la muestra

Cálculo del tamaño de la muestra conociendo el tamaño de la población

La fórmula para calcular el tamaño de muestra cuando se conoce el tamaño de la población es la siguiente:

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

N = Tamaño del universo = **Censo Inec 2010 (Según Grupo Objetivo)**

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)

El grupo objetivo ha sido escogido de acuerdo a las características. El universo es de 156.000 personas, aplicando la fórmula para la obtención de la muestra su resultado es de 365 personas.

4.01.02 Localización del Proyecto

El proyecto se desarrollara en el sector Norte de la Ciudad de Quito, específicamente en el sector del Inca, en la Av. 6 de Diciembre y Hortensias, donde está ubicada la microempresa “Aluminio y Vidrio”

Figura 6: Mapa de la microempresa “Aluminio y Vidrio”

Elaborado por: Paulina Churchill



Fuente: Google Maps

4.02 Análisis Ambiental

“El análisis ambiental ayuda a conocer las consecuencias ambientales del proyecto en sus primeras etapas, para así poder tomar medidas que eliminen, minimicen o compensen los impactos adverso”(Ecolan, 2016). Partiendo de esta definición se debe tener en cuenta tanto sus efectos positivos y negativos que afectarían a nuestro proyecto al crear una página web donde se realizara un control de las causas que podría provocar la contaminación.

**CREACIÓN DE UNA PÁGINA WEB Y DISEÑO DE IDENTIDAD CORPORATIVA
COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN DE LA MICRO EMPRESA
“ALUMINIO Y VIDRIO”, UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO**

4.02.01 Impacto Negativo.

El efecto negativo no será de gran impacto ya que el proyecto será realizado tecnológicamente, en la implementación de un página web sin embargo esta emite gases de dióxido de carbono, CO₂ que contaminan al medio ambiente y que afecta a la atmosfera provocando un gran cambio en los estados climáticos de la tierra. En cuanto a la impresión del manual corporativo tendrá un impacto negativo ya que perjudicaría a la tala de arboles

4.02.02 Impacto Positivo.

La creación y elaboración de una página web aportara a la difusión de los productos y servicios que ofrece la microempresa, en cual cuenta con un mínimo de porcentaje en cuanto a la contaminación, ya que se contara con equipos tecnológicos, que no representa contaminación al medio ambiente.

De igual manera para la realización del manual corporativo se realizara impresiones con tinta ecológica, que representen un beneficio tanto para el proyecto como para el cuidado del medio ambiente.

4.03 Matriz de Análisis de Impacto de los Objetivos

En la *tabla 3* se presentara la matriz que permite analizar el impacto que generaran los objetivos planteados

Tabla 3: Impacto de los Objetivos de la microempresa “Aluminio y Vidrio”

Elaborado por: Paulina Churchill

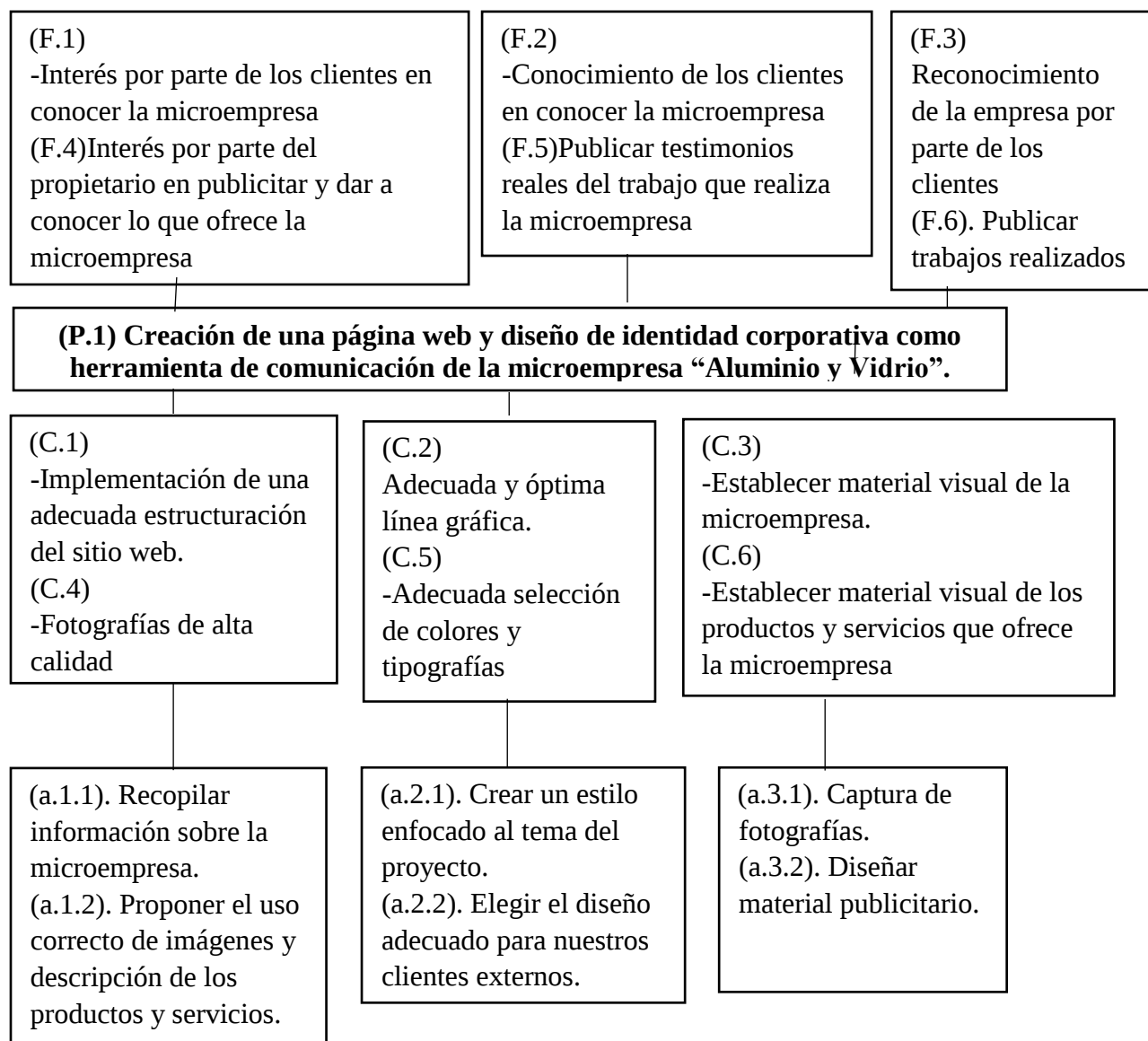
Objetivos	Impacto sobre el propósito	Fact. Técnico	Fact. Financiero	Fact. Social	Fact. Política	Total	Cat.
Implementación de una adecuada estructuración del sitio web.	4	4	4	4	4	20	Media
Adecuada y óptima línea gráfica.	4	5	4	4	4	21	Alta
Establecer material visual de la microempresa.	4	4	4	4	4	22	Media
Brindar una oportuna información sobre los productos y servicios.	5	5	5	5	4	24	Alta
Colores enfocados al cliente.	4	4	4	4	4	20	Media
Generar una mayor información de la microempresa hacia nuestro grupo objetivo.	4	5	4	5	4	22	Alta

En la tabla que antecede encontramos las siguientes calificaciones 21-25=Alta, 16-20=Medio, 0-15=Bajo. Que nos muestra el resultado actual que tendrán nuestros objetivos de igual manera contamos con la siguiente nomenclatura: Fact. = Factibilidad, T = Total y Cat.=Categoría. Que muestra el impacto de los objetivos.

4.04. Diagrama de Estrategias

Figura 7: Esta figura corresponde al Diagrama de Estrategias.

Elaborado por: Paulina Chunchir.



**CREACIÓN DE UNA PÁGINA WEB Y DISEÑO DE IDENTIDAD CORPORATIVA
COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN DE LA MICRO EMPRESA
"ALUMINIO Y VIDRIO", UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO**

4.05. Construcción de la Matriz de Marco Lógico

Es una metodología que tiene el poder de comunicar los objetivos de un proyecto clara y comprensiblemente en un solo marco o matriz (Stake Holders, 2014).

Además la matriz de Marco Lógico presenta una información básica y utilidad para cumplir los objetivos establecidos, necesarios para incorporar los puntos de vista de los actores involucrados en la realización del proyecto.

4.05.01 Revisión de los Criterios para los indicadores

Tabla 4. Revisión de los Criterios para Indicadores

Elaborado por: Paulina Churchill

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	META				
			Cantidad	Calidad	Tiempo	Lugar	Grupo Social
Fines	(F.1) Interés por parte de los clientes en conocer la microempresa	Incrementar el interés del grupo objetivo en un (80%)	230	Excelent.	3 años	Quito	H/M 25-55 años, adulto mayos, clase media alta
	(F.2) Conocimiento de los clientes en conocer la microempresa	Aumentar nuestra clientela hacia la microempresa	160	Bueno	1 año	Quito	H/M 25-55 años, adulto mayos, clase media alta

	(F.3) Reconocimiento de la microempresa por parte de los clientes	Crecer en la participación de la microempresa en el mercado nacional	180	Bueno	1 año	Quito	H/M 25-55 años, adulto mayos, clase media alta
	(F.4) Interés por parte del propietario en publicitar y dar a conocer lo que ofrece la microempresa	Incrementar el interés del grupo objetivo en un (80%)	230	Excelent.	3 años	Quito	H/M 25-55 años, adulto mayos, clase media alta
	(F.5) Publicar testimonios reales del trabajo que realiza la microempresa	Aumentar nuestra clientela hacia la microempresa	160	Bueno	1 año	Quito	H/M 25-55 años, adulto mayos, clase media alta
	(F.6) Publicar trabajos realizados	Crecer y ser reconocido en el mercado nacional	180	Bueno	1 año	Quito	H/M 25-55 años, adulto mayos, clase media alta
Propósito	(P.1) Creación de una página web y diseño de identidad corporativa como herramienta de comunicación de la microempresa “Aluminio y Vidrio”.	Aceptación de la creación de la página web e identidad corporativa	300	Excelente	1 año	Quito	H/M 25-55 años, adulto mayos, clase media alta

**CREACIÓN DE UNA PÁGINA WEB Y DISEÑO DE IDENTIDAD CORPORATIVA
COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN DE LA MICRO EMPRESA
“ALUMINIO Y VIDRIO”, UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO**

Componentes	(C.1) Implementación de una adecuada estructuración del sitio web	Con una adecuada estructuración del sitio web los usuarios tendrán una buena usabilidad	1	Buena	3 meses	Quito	H/M 25-55 años, adulto mayos, clase media alta
	(C.2) Adecuada y óptima línea grafica	Se aplicara la línea grafica en el manual para no distorsionar la imagen	1	Buena	15 días	Quito	H/M 25-55 años, adulto mayos, clase media alta
	(C.3) Establecer material visual de la microempresa	Implementar material visual mediante un proyecto previo	1	Buena	15 días	Quito	H/M 25-55 años, adulto mayos, clase media alta
	(C.4) -Fotografías de alta calidad	Se implementará fotografías de alta calidad	1	Buena	3 meses	Quito	H/M 25-55 años, adulto mayos, clase media alta
	(C.5) -Adecuada selección de colores y tipografías	Se aplicara colores y tipografías para no distorsionar el manual corporativo	1	Buena	15 días	Quito	H/M 25-55 años, adulto mayos, clase media alta
	(C.6) -Establecer material visual de los productos y servicios que ofrece la microempresa	Implementar material visual mediante un proyecto previo	1	Buena	15 días	Quito	H/M 25-55 años, adulto mayos, clase media alta

Actividades	(a.1.1) Recopilar información sobre la microempresa.	Realización de encuestas	1	Buena	2 días	Quito	H/M 25-55 años, adulto mayos, clase media alta
	(a.1.2) Proponer el uso correcto de imágenes y descripción de los productos y servicios	General un impacto visual, mostrando la calidad del producto y servicio	1	Alta	1 mes	Quito	H/M 25-55 años, adulto mayos, clase media alta
	(a.2.1) Crear un estilo enfocado al tema del Proyecto.	Adecuada selección de las gráficas enfocadas al tema del proyecto	1	Alta	2 días	Quito	H/M 25-55 años, adulto mayos, clase media alta
	(a.2.2) Elegir diseño adecuado para nuestros Clientes externos.	Elección de acuerdo a la usabilidad del proyecto y sus clientes	3	Buena	2 días	Quito	H/M 25-55 años, adulto mayos, clase media alta
	(a.3.1) Captura de fotografías.	Capturar fotografías, medias un excelente uso fotográfico	1	Buena	1 semana	Quito	H/M 25-55 años, adulto mayos, clase media alta
	(a.3.2) Diseñar material Publicitario.	Diseñar material publicitario	1	Buena	2 semana	Quito	H/M 25-55 años, adulto mayos, clase media alta

4.04.02 Selección de Indicadores

Tabla 5. Selección de indicadores

Elaborado por: Paulina Churchill

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Clasificadores de Indicadores						
			A	B	C	D	E	Puntaje	Selección
Fines	(F.1) Interés por parte de los clientes en conocer la micro empresa	En el lapso de 8 meses se aumentara el interés de nuestro grupo objetivo	X	X		X	X	4	Alto
	(F.2) Conocimiento de los clientes en conocer la microempresa	En el lapso de 1 año nuestro grupo objetivo abra generado reconocimiento sobre nuestra microempresa de “Aluminio y Vidrio” en un 75%	X	X	X	X	X	5	Alto
	(F.3) Reconocimiento de la micro empresa por parte de los clientes	En el lapso de 1 año la micro empresa será reconocida en el mercado en un 75%	X	X	X	X	X	5	Alto
	(F.4) Interés por parte del propietario en publicitar y dar a conocer lo que ofrece la microempresa	En el lapso de 1 año la micro empresa será reconocida en el mercado en un 78%	X	X	X	X	X	5	Alto
	(F.5) Publicar testimonios reales del trabajo que realiza la microempresa	En el lapso de 8 meses se aumentara el interés de nuestro grupo objetivo	X	X		X	X	4	Alto

	(F.6)Publicar trabajos realizados	En el lapso de 3 meses se aumentara el interés de nuestro grupo objetivo	X	X		X	X	4	Alto
Propósito	(P.1)Creación de una página web y diseño de identidad corporativa como herramienta de comunicación para la micro empresa “Aluminio y Vidrio”	Aceptación de la creación de la página web e identidad corporativa	X	X	X	X	X	5	Alto

	(C.1) Implementación de una adecuada estructuración del sitio web	Con una adecuada estructuración del sitio web los usuarios tendrán una buena usabilidad	X	X		X	X	4	Alto
	(C.2) Adecuada y óptima línea grafica	Se aplicara la línea grafica aplicada en el manual para no distorsionar la imagen	X	X		X	X	4	Alto
Componentes	(C.3) Establecer material visual de micro empresa	Implementar material visual mediante un proyecto previo	X	X		X	X	4	Alto
	(C.4) -Fotografías de alta calidad	Se implementará fotografías de alta calidad.	X	X		X	X	4	Alto

**CREACIÓN DE UNA PÁGINA WEB Y DISEÑO DE IDENTIDAD CORPORATIVA
COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN DE LA MICRO EMPRESA
“ALUMINIO Y VIDRIO”, UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO**

	(C.5) -Adecuada selección de colores y tipografías	Se aplicara colores y tipografías para no distorsionar el manual corporativo	X	X		X	X	4	Alto
	(C.6) -Establecer material visual de los productos y servicios que ofrece la microempresa	Implementar material visual mediante un proyecto previo	X	X		X	X	4	Alto
Actividades	(a.1.1) Recopilar información sobre la micro empresa “Aluminio y Vidrio”	Realización de encuestas	X	X		X	X	4	Alto
	(a.1.2) Proponer el uso correcto de imágenes y descripción de los productos y servicios	General un impacto visual, mostrando la calidad del producto y servicio	X	X	X	X	X	5	Alto
	(a.2.1) Crear un estilo enfocado al tema del Proyecto.	Adecuada selección de las gráficas enfocadas al proyecto	X	X	X	X	X	5	Alto
	(a.2.2) Elegir el diseño adecuado para nuestros Clientes externos.	Elección de acuerdo a la usabilidad del proyecto y sus clientes	X	X		X	X	4	Alto

(a.3.1) Captura de fotografías	Capturar fotografías, medias un excelente uso fotográfico que transmita lo que la microempresa ofrece	X	X		X	X	4	Alto
(a.3.2) Diseñar material Publicitario.	Diseñar material publicitario mediante una buena maquetación	X	X		X	X	4	Alto

En la clasificación de indicadores se marcó según la siguiente nomenclatura: A=Es clara, B=Existe información, C=Es tangible, D=La tarea de recolectar datos está al alcance y E=Si es representativo para nuestro estudio. Por otro lado, para la selección se ha utilizado los siguientes valores: 4 y 5 = Alta, 3 y 2 = Medio y 0 y 1 =Baja

4.04.03 Medios de Verificación

“La verificación en un experimento o investigación científica es un paso necesario para probar una teoría. Pero, aunque resulte positiva, no nos asegura que el resultado verificado sea correcto” (Estrada, 2012).

En la tabla 6 se muestra el medio de verificación a utilizar en el proyecto, teniendo como resultado fuentes de investigación primarias

Tabla 6. Medios de Verificación de la micro empresa “Aluminio y Vidrio”

Elaborado por: Paulina Chunchir

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de verificación				
			Fuentes de información	Método de recolección	Método de análisis	Frecuencia de recolección	Resp.
Fines	(F.1) Interés por parte de los clientes en conocer la microempresa	Incrementar el interés del grupo objetivo en un (80%)	Primaria	Enc.	Cuantitativo	7 meses	I.
	(F.2) Conocimiento de los clientes en conocer la micro empresa	Aumentar nuestra clientela	Primaria	Enc.	Cuantitativo	7 meses	I.
	(F.3) Reconocimiento de la Micro empresa por parte de los clientes	Creer en la participación de la Micro empresa en el mercado nacional en un (60%)	Primaria	Obs.	Cuantitativo	7 meses	I.
	(F.4) Interés por parte del propietario en publicitar y dar a conocer lo que ofrece la microempresa	Incrementar el interés del grupo objetivo en un (80%)	Primaria	Enc.	Cuantitativo	7 meses	I.
	(F.5) Publicar testimonios reales del trabajo que realiza la microempresa	Aumentar nuestra clientela hacia la microempresa	Primaria	Obs.	Cuantitativo	7 meses	I.
	(F.6) Publicar trabajos realizados	Creer y ser reconocido en el mercado nacional	Primaria	Obs.	Cuantitativo	7 meses	I.

Propósito	(P.1) Creación de una página web y diseño de identidad corporativa para la Micro empresa “Aluminio y Vidrio”.	Aceptación de la creación de la página web e identidad corporativa	Primaria	Encuesta	Cuantitativo	7 meses	I.
Componentes	(C.1) Implementación de una adecuada estructuración del sitio web	Con una adecuada estructuración del sitio web los usuarios tendrán una buena usabilidad	Primaria	Obs.	Cuantitativo	3 meses	I.
	(C.2) Adecuada y óptima línea grafica	Se aplicara la línea grafica aplicada en el manual para no distorsionar la imagen	Secundaria	Doc.	Cualitativo	7 meses	I.
	(C.3) Establecer material visual de micro empresa	Implementar material visual mediante un proyecto previo	Secundaria	Doc.	Cualitativo	7 meses	I.
	(C.4) -Fotografías de alta calidad	Se implementará fotografías de alta calidad	Secundaria	Doc.	Cualitativo	7 meses	I.
	(C.5) -Adecuada selección de colores y tipografías	Se aplicara colores y tipografías para no distorsionar el manual corporativo	Secundaria	Doc.	Cualitativo	7 meses	I.

**CREACIÓN DE UNA PÁGINA WEB Y DISEÑO DE IDENTIDAD CORPORATIVA
COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN DE LA MICRO EMPRESA
“ALUMINIO Y VIDRIO”, UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO**

	(C.6) -Establecer material visual de los productos y servicios que ofrece la microempresa	Implementar material visual mediante un proyecto previo	Secundaria	Doc.	Cualitativo	7 meses	I.
Actividades	(a.1.1) Recopilar información sobre la microempresa.	Tabulación de encuestas	Secundaria	Doc.	Cualitativo	7 meses	I.
	(a.1.2) Proponer el uso correcto de imágenes y descripción de los productos y servicios	Generar un impacto visual, mostrando la calidad del producto y servicio	Secundaria	Doc.	Cualitativo	7 meses	I.
	(a.2.1) Crear un estilo enfocado al tema del Proyecto.	Adecuada selección de las gráficas enfocadas al proyecto.	Secundaria	Doc.	Cualitativo	7 meses	I.
	(a.2.2) Elegir el diseño adecuado para nuestros Clientes externos.	Elección de acuerdo a la usabilidad del proyecto y sus clientes	Secundaria	Doc.	Cualitativo	7 meses	I.
	(a.3.1) Captura de fotografías.	Capturar fotografías, medias un excelente uso fotográfico	Primaria	Obs.	Cualitativo	7 meses	I.
	(a.3.2) Diseñar material Publicitario.	Diseñar material publicitario	Secundaria	Doc.	Cualitativo	7 meses	I.

**CREACIÓN DE UNA PÁGINA WEB Y DISEÑO DE IDENTIDAD CORPORATIVA
COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN DE LA MICRO EMPRESA
“ALUMINIO Y VIDRIO”, UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO**

4.04.03 Supuestos

Como define Esterkin (2015) “Un supuesto es un dato asumido como cierto a efectos de la planificación del proyecto” es decir se toma un dato verdadero en el momento de crearlo dentro del cronograma con la finalidad de introducirlo en el programa crear una hipótesis y así verificarla.

Tabla 7. Supuestos

Elaborado por: Paulina Churchill

Nivel	Resumen Narrativo	Supuestos	Factores de Riesgos				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
Fines	(F.1) Interés por parte de los clientes en conocer la micro empresa	Ubicación del lugar no es tan llamativo para nuestro grupo objetivo			X		
	(F.2) Conocimiento de los clientes en conocer la micro empresa	Ineficaz información para los clientes			X		
	(F.3) Reconocimiento de la micro empresa por parte de los clientes	Demasiada competencia			X		
	(F.4) Interés por parte del propietario en publicitar y dar a conocer lo que ofrece la microempresa	Artes no llamativas para nuestros clientes			X		
	(F.5) Publicar testimonios reales del trabajo que realiza la microempresa	Alteración de información			X		

	(F.5)Publicar trabajos realizados	Fotografías pixeladas			X		
Propósito	(P.1) Creación de una página web y diseño de identidad corporativa para la micro empresa “Aluminio y Vidrio”	Falta de interés en seguir una línea grafica adecuada			X		
Componentes	(C.1) Implementación de una adecuada estructuración del sitio web	Falta de interés por parte de los clientes en involucrarse en visitar el sitio web			X		
	(C.2) Adecuada y óptima línea grafica	Falta de atracción en la línea grafica de los productos			X		X
	(C.3) Establecer material visual de micro empresa	Propietario no este acuerdo con las artes propuestas	X	X		X	
	(C.4) -Fotografías de alta calidad	Fotografías pixeladas, ángulos incorrectos	X	X		X	
	(C.5) -Adecuada selección de colores y tipografías	Selección de demasiadas fotografías	X	X		X	
	(C.6) -Establecer material visual de los productos y servicios que ofrece la microempresa	Desacuerdo de las artes establecidas	X	X		X	
	(a.1.1) Recopilar información sobre la microempresa.	Escasa información por parte de la micro empresa	X	X	X	X	

**CREACIÓN DE UNA PÁGINA WEB Y DISEÑO DE IDENTIDAD CORPORATIVA
COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN DE LA MICRO EMPRESA
“ALUMINIO Y VIDRIO”, UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO**

Actividades	(a.1.2) Proponer el uso correcto de imágenes y descripción de los productos y servicios	La micro empresa carece de imágenes de los productos que ofrece	X				
	(a.2.1) Crear un estilo enfocado al tema del Proyecto.	Descuido entre la importancia y las necesidades del proyecto	X		X		
	(a.2.2) Elegir el diseño adecuado para nuestros Clientes externos.	Falta de necesidad e interés hacia nuestros clientes	X		X		
	(a.3.1) Captura de fotografías.	Material inadecuado para la realización de las fotografías		X	X		
	(a.3.2) Diseñar material Publicitario.	Falta de publicidad	X	X	X		

4.04.05 Matriz Marco Lógico (MML)

Según Prieto (2005) define que La matriz del marco lógico se basa en dos principios elementales: relación causa-efecto entre las diferentes partes de un problema que corresponde a los cuatro niveles (o filas) de la estructura, que se refieren a actividades (o insumos), componentes (o resultados)

Tabla 8. Matriz de análisis de impacto de los objetivos de la microempresa “Aluminio y Vidrio”

Elaborado por: Paulina Churchill

RESUMEN NARRATIVO	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
Fines			
F1.	F1.1 En el lapso de 8 meses se aumentara el interés de nuestro grupo objetivo en un 85%	F1.1.1 Primaria Encuesta Cuantitativo	F1.1.1.1 Ubicación del lugar no es tan llamativo para nuestro grupo objetivo
F2.	F2.2 En el lapso de un año nuestro grupo objetivo abra generado reconocimiento sobre la micro empresa “Aluminio y Vidrio” en un 75%	F2.2.2 Primaria Encuesta Cuantitativo	F2.2.2.2 Ineficaz información para los clientes
F3.	F3.3 En el lapso de 1 año la microempresa será reconocida en el mercado en un 75%	F3.3.3 Primaria Observación Cuantitativo	F3.3.3.3 Demasiada competencia
F4.	F4.4 En el lapso de 1 año la microempresa será reconocida en el mercado en un 70%	F4.4.4 Primaria Encuesta Cuantitativo	F4.4.4.4 Artes no llamativas
F5.	F5.5 En el lapso de 8 meses se aumentara el interés de nuestro grupo objetivo	F5.5.5 Primaria Observación Cuantitativo	F5.5.5.5 Alteración de información
F6	F6.6 En el lapso de 3 meses se aumentara el interés de nuestro grupo objetivo	F6.6.6 Primaria Observación Cuantitativo	F6.6.6.6 Fotografías pixeladas

Propósito			
P1.	P1.1 Aceptación de la creación de la página web e identidad corporativa	P1.1.1 Primaria Encuesta Cuantitativo	P1.1.1.1 Falta de interés en seguir una línea grafica adecuada
Componentes			
C.1	C1.1 Con una adecuada estructuración del sitio web los usuarios tendrán una buena usabilidad	C1.1.1 Primaria Observación Cuantitativo	C1.1.1.1 Falta de interés por parte de los clientes en involucrarse en visitar el sitio web
C2.	C2.2 Se aplicara la línea gráfica aplicada en el manual para no distorsionar la imagen	C2.2.2 Secundaria Documentación Cualitativo	C2.2.2.2 Falta de atracción en la línea grafica de los productos
C3.	C3.3 Implementar material visual mediante un proyecto previo	C3.3.3 Secundaria Documentación Cualitativo	C3.3.3.3 Propietario no esté de acuerdo con las artes propuestas
C4.	C4.4 Se implementará fotografías de alta calidad	C4.4.4 Secundaria Documentación Cualitativo	C4.4.4.4 Fotografías pixeladas, ángulos incorrectos
C5.	C5.5 Se aplicara colores y tipografías para no distorsionar el manual corporativo	C5.5.5 Secundaria Documentación Cualitativo	C5.5.5.5 Selección de demasiadas fotografías
C6.	C6.6 Implementar material visual mediante un proyecto previo	C6.6.6 Secundaria Documentación Cualitativo	C6.6.6.6 Desacuerdo de las artes establecidas

Actividades			
A.1	A1.1 Realización de encuestas	A1.1.1 Secundaria Documentación Cualitativo	A1.1.1.1 Escasa información por parte de la microempresa
A2.	A2.2 Generar un impacto visual, mostrando la calidad del producto y servicio	A2.2.2 Secundaria Documentación Cualitativo	A2.2.2.2 La microempresa carece de imágenes de los productos que ofrece
A3.	A3.3 Adecuada selección de las gráficas enfocadas al proyecto	A3.3.3 Secundaria Documentación Cualitativo	A3.3.3.3 Descuido entre la importancia y necesidad del proyecto
A4.	A4.4 Elección de acuerdo a la usabilidad del proyecto y sus clientes	A4.4.4 Secundaria Documentación Cualitativo	A4.4.4.4 Falta de necesidad e interés hacia nuestros clientes
A5.	A5.5 Capturar Fotografías, mediante un excelentes uso fotográfico que transmita lo que la microempresa ofrece	A5.5.5 Primaria Observación Cualitativo	A5.5.5.5 Material inadecuado para la realización de las fotografías
A6.	A6.6 Diseñar material publicitario mediante una buena maquetación	A6.6.6 Secundaria Documentación Cualitativo	A6.6.6.6 Falta de publicidad

Capítulo V

5. Propuesta

5.01 Antecedentes de la Herramienta y Perfil de la Propuesta

El primer trabajo corresponde a (Guanga, 2017) tesis que corresponde al tema “Creación de página web e identidad corporativa para la empresa MR.GODDY”

La realización y creación de una página web e implementación de identidad corporativa, es un proyecto manejable, accesible y ejecutable para la difusión de la página web. Se busca reforzar la imagen corporativa de la micro empresa a través de símbolos e iconos que sean atractivos y llamativos para que de esta manera el consumidor tenga en su mente lo que la micro empresa ofrece.

El segundo trabajo referencial corresponde a (Bunces, 2014) tesis que corresponde al tema “Plan de Negocios, Análisis, Diseño e Implementación de un sitio web, para personalización de catálogos y Gestión de Pedidos en Línea”

Es un proyecto factible, con el objetivo de proveer a las empresas al implementar un sitio web y catálogo de productos con el objetivo de generar mayor conocimiento sobre la

empresa, siendo un proyecto innovador y estar al tanto de cómo surge la tecnología para de esta manera tener una mejor comunicación con nuestros clientes

El tercer trabajo referencial corresponde a (Alejando, 2004) tesis que corresponde al tema “Desarrollo del Portal Web del Instituto de Comunicación de Chile”.

Es un proyecto que ofrece acceder a toda la información institucional, con la implementación de esquemas gráficos como son fotografías profesionales que llamen la atención a los clientes para promocionar a la empresa y los servicios que ella ofrece de igual manera cuenta con la implementación de contenidos como lo es web mail, cuenta con versión en inglés, contactos, ubicación en tiempo real, entre otras.

Los trabajos mencionados anteriormente servirán como referencia para la realización del proyecto actual como es la realización de identidad corporativa y la creación de página web, creando una imagen acorde a nuestros consumidores para que de esta mente ellos puedan recordarlo con más facilidad.

5.01 Marco Teórico

El diseño e implementación de una página web e identidad corporativa se fomentará la interactividad entre la Micro empresa y los consumidores.

5.01.01.01 Página Web

Según menciona (Belloch, 2016) “La página Web, es un documento electrónico situado en una red informática, al que se accede mediante enlaces de hipertexto, una página web es la unidad básica del World Wide Web. La página Web es una herramienta que puede tener varias formas y contenidos sin embargo en su estructura es estándar es decir de manejo fácil. Una página web contiene una información factible de un tema, es una tarjeta de presentación digital que se encuentra conectado a la red mundial

5.01.01.02 Estructuración de Sitio Web

La estructura de un sitio web tiene como regencia como va a estar visualizado nuestra página web ante el usuario, y de esta manera pueda ser flexible para poder realizar cambios de información y así poder manejar adecuadamente cada una de las partes que se desea actualizar.

5.01.01.03 La Accesibilidad

De acuerdo a (Acosta & Luján, 2016) la accesibilidad en la web ayuda a vencer barreras, que discriminan a personas en cuanto al uso de la web.

La accesibilidad a las páginas web ayuda a que sean utilizadas por el máximo número de personas que puedan entender, percibir, navegar e interactuar con la web. En la actualidad muchos sitios web son adecuadamente desarrollados ante la accesibilidad de las personas para que no tengan ninguna dificultad en cuanto a su uso.

5.01.01.04 Tipografía

Según (Bonsiepe, 2012), la tipografía es uno de los elementos de la comunicación gráfica más importante del diseño para su comunicación, en sí resulta ser el arte de hacer y componer diferentes tipos para poder transmitir un mensaje.

La tipografía es un elemento visual armónico que conjuga con el color, el espacio la distancia y el logotipo para que se visualice y sea agradable para los consumidores y ser coherente con lo que se desea transmitir y nuestro grupo objetivo tenga claro el mensaje enviado.

5.01.01.05 Color

En el diseño gráfico el color como se menciona en el libro (Swann, 1993) representa algo subjetivo, ya un mismo color no produce la misma reacción en varias personas, los colores van ligados a valores culturales, de la propia psicología, y experiencia.

Los colores transmiten diferentes tipos de emociones así como la personalidad de la empresa, la elección del color es fundamental para crear ambientes de armonía. Cada uno de los colores tiene un significado único de tal manera que para el proyecto se toma colores que denoten la poder y elegancia

5.01.01.06 Imagen Corporativa

La imagen corporativa es la carta de presentación de toda empresa, poseer una imagen corporativa única y diferente a nuestra competencia.

La imagen corporativa es la base primordial de comunicación entre la empresa y sus consumidores.

5.01.01.07 Teoría del Color

La teoría del color es un conjunto de reglas básicas en cuanto a su composición y así poder obtener un color específico a través de la luz y sus pigmentos. A través colores RGB o CMYK

Los colores RGB son especialmente utilizados para el medio digital ya que sus colores primarios son el rojo, azul y verde, empleados para la utilización de televisores proyectores de video, etc. Los colores CMYK toman como referencia al Cian, Magenta, Amarillo y Negro, es utilizado para impresiones en medios industriales

5.02 Descripción de la Herramienta

5.02.013. Metodología (Materiales y Métodos)

El proyecto presente a realizarse sobre la Creación de una página web y diseño de identidad corporativa como herramienta de comunicación de la micro empresa Aluminio y Vidrio, ubicado en el sector norte de la ciudad de Quito, esta página innovara y ofrecerá un servicio de información para que los usuarios estén más conectados con lo que la micro empresa produce

Para la realización del proyecto se implementara información adecuada, videos de cómo es la fabricación de cada estructura, galería, catálogos con los productos que la micro empresa ofrece y ofertas que se ofrecen en fechas especiales. Por lo tanto para determinar la población a la cual se va a desarrollar la encuesta, se implementara un banco preguntas a 365 personas, dando como resultado un 90% de porcentaje real.

El entorno en que se desarrolló el estudio fue a un grupo objetivo de 25 a 60 años de edad del sector norte de Quito se realizara la encuesta a los clientes para saber si tienes conocimiento de la micro empresa y se realizara a personas aledañas al sector donde está ubicada la micro empresa.

Se realizara una encuesta con diferentes tipos de preguntas entre ellas preguntas abiertas y cerradas, con el objetivo de buscar el problema y brindar una solución nuestro grupo objetivo.

Se utilizara gráficos estadísticos, como el grafico de pastel que nos muestren el resultado real y de esta manera visualizar los diferentes tipos de porcentajes de cada una de las preguntas realizada

Una vez culminada la encuesta y teniendo un porcentaje real de cada una de las preguntas establecidas se implementara a realizar la página web y diseño de identidad corporativa como herramienta de comunicación para la microempresa “Aluminio y Vidrio”.

MODELO DE ENCUESTA

La presente encuesta tiene como objetivo de establecer datos reales de como los consumidores se conectan con la micro empresa “Aluminio y Vidrio” a través de la página web

Edad _____ Sexo F _____ M _____

Marque con una X la respuesta correcta

1. **¿Cree usted que mediante la implementación de una página web los consumidores tengan una mejor comunicación con la micro empresa?**
Si _____ No _____
2. **¿ Conoce los productos y servicios que ofrece la micro empresa “Aluminio y Vidrio”**
Si _____ No _____
3. **¿El contenido de la página web es claro, preciso y conciso sobre la información de la micro empresa Aluminio y Vidrio?**
Si _____ No _____
4. **Indique cuál de las siguientes opciones debería de ser importante para la implementación de la página web**
 - Catálogo de los productos y servicios que ofrece
 - Video explicativo de la fabricación de los productos

5. Usted a recibido publicidad impresa sobre la micro empresa “Aluminio y Vidrio”

Si _____ No _____

6. ¿Cree que la página web debería contar con un menú sencillo para una usabilidad adecuada?

Si _____ No _____

7. A visitado o conoce alguna página sobre “Aluminio y Vidrio”

Si _____ No _____

8. Cree que con la implementación de una identidad corporativa correcta la empresa tenga otra respectiva de parte de los usuarios

Si _____ No _____

9. Que perspectiva tiene de la micro empresa “Aluminio y Vidrio”

- Confiable
- Seria
- Responsable

10. Que características cree que debe de tener la página web en cuanto a su navegación

- Fácil uso
- Variedad de fotografías
- Interactivo

5.02.02 Resultados de los Análisis

Mediante la realización de encuestas realizadas a 365 personas de 25 a 60 años de edad ecuatorianos residentes al sector norte, quienes fueron encuestadas y se obtuvo como porcentaje los siguientes resultados:

1. ¿Cree usted que mediante la implementación de una página web los consumidores tengan una mejor comunicación con la microempresa?

Tabla 9: Frecuencia de la importancia de la página Web en la micro empresa “Aluminio y Vidrio”

Figura 8: Nivel de aceptación en implementar una página web

Elaborado por: Paulina Chunchir

Conceptos Válidos	Frecuencia	Porcentaje
a. Si	300	82%
b. No	65	18%
Total:	365	100%



Según la encuesta realizada el 82% de personas encuestadas afirma que es de gran comunicación la implementación de la página web, mientras que el 18% afirma que no es necesario la implementación de una página web.

2. ¿Conoce los productos y servicios que ofrece la micro empresa “Aluminio y Vidrio”?

Tabla 10: Frecuencia sobre los productos y servicios de la micro empresa “Aluminio y Vidrio”

Figura 9: Pregunta 2 de la encuesta 2020

Elaborado por: Paulina Chunchir

Conceptos Válidos	Frecuencia	Porcentaje
a. Si	270	74%
b. No	95	26%
Total:	365	100%



Según la encuesta realizada el 76% de personas encuestadas afirma que si conoce sobre los productos y servicios que la micro empresa ofrece, mientras que el 24% afirma que no tiene conocimiento sobre los productos y servicios que “Aluminio y vidrio” ofrece

3. ¿ El contenido de la página web es claro, preciso y conciso sobre la información de la micro empresa Aluminio y Vidrio?

Si _____ No _____

Tabla 11: Frecuencia sobre el lenguaje aplicado en la micro empresa “Aluminio y Vidrio”

Figura 10: Pregunta 3 de la encuesta 2020

Elaborado por: Paulina Chunchir

Conceptos Válidos	Frecuencia	Porcentaje
a. Si	350	96%
b. No	15	4%
Total:	365	100%



Según la encuesta realizada el 96% de personas encuestadas afirma que si es aceptable la aplicación de una lenguaje adecuado en la página web, mientras que el 4% afirma que no es necesario utilizar un lenguaje adecuado en la página web.

4. Indique cuál de las siguientes opciones debería de ser importante para la implementación de la página web

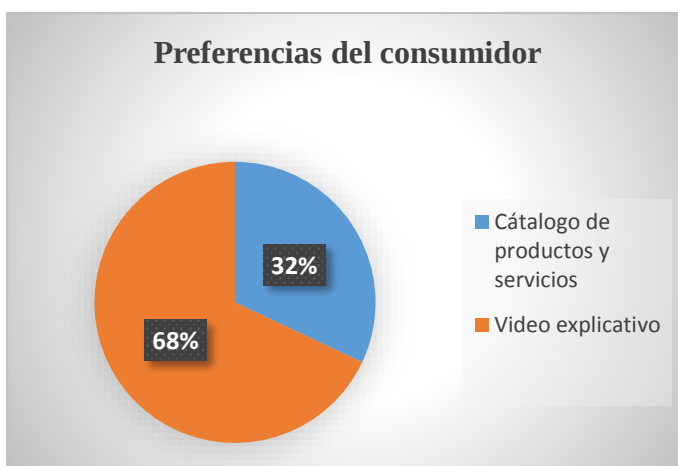
- Catálogo de los productos y servicios que ofrece
- Video explicativo de la fabricación de los productos

Tabla 12: Frecuencia sobre preferencias del consumidor que desea que se implemente en la página web.

Figura 11: Pregunta 4 de la encuesta 2020

Elaborado por: Paulina Chunchir

Conceptos Válidos	Frecuencia	Porcentaje
a. catálogo de productos	115	32%
b. Video explicativo	250	68%
Total:	365	100%



Según la encuesta realizada el 68% de personas encuestadas afirma que si es importante implementar una catalogo en la página web, mientras que el 32% afirma que sería de gran utilidad implementar un video explicativo en la página web.

5. Usted a recibido publicidad impresa sobre la micro empresa “Aluminio y Vidrio”

Si _____ No _____

Tabla 13: Frecuencia de publicidad impresa de la micro empresa “Aluminio y Vidrio”

Figura 12: Pregunta 5 de la encuesta 2020

Elaborado por: Paulina Chunchir

Conceptos Válidos	Frecuencia	Porcentaje
a. Si	10	3%
b. No	355	97%
Total:	365	100%



Según la encuesta realizada el 97% de personas encuestadas afirma que no ha recibido publicidad impresa de la micro empresa, mientras que el 3% afirma que en algunas ocasiones si ha recibido publicidad impresa sobre “Aluminio y Vidrio”

6. ¿Cree que la página web debería contar con un menú sencillo para una usabilidad adecuada?

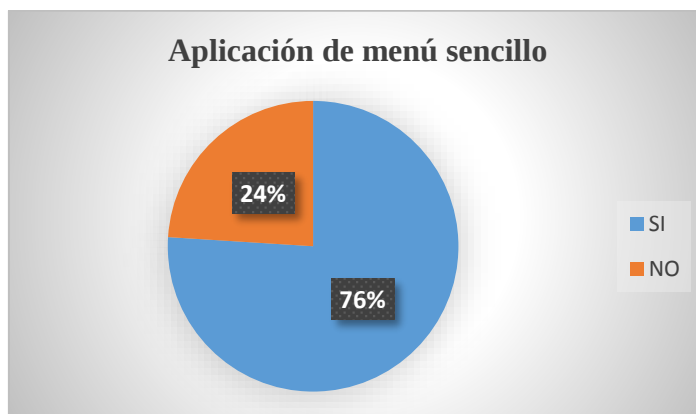
Si _____ No _____

Tabla 14: Frecuencia de aplicación de menú en la página web

Figura 13: Pregunta 6 de la encuesta 2020

Elaborado por: Paulina Chunchir

Conceptos Válidos	Frecuencia	Porcentaje
a. Si	277	76%
b. No	88	24%
Total:	365	100%



Según la encuesta realizada el 76% de personas encuestadas afirma que si sería accesible contar con un menú sencillo y adecuado, mientras que el 24% afirma que no sería accesible contar con un menú adecuado.

7. A visitado o conoce alguna página sobre “Aluminio y Vidrio”

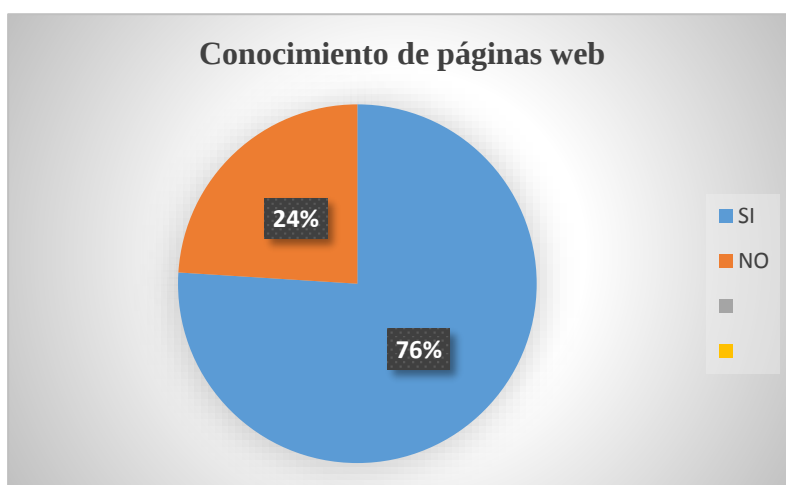
Si _____ No _____

Tabla 15: Frecuencia de Conocimiento de páginas web

Figura 14: Pregunta 7 de la encuesta 2020

Elaborado por: Paulina Chunchir

Conceptos Válidos	Frecuencia	Porcentaje
a. Si	88	76%
b. No	277	24%
Total:	365	100%



Según la encuesta realizada el 24% de personas encuestadas afirma que si conocen sobre páginas web de Aluminio y Vidrio, mientras que el 76% no tiene conocimiento.

8. Cree que con la implementación de una identidad corporativa correcta la empresa tenga otra respectiva de parte de los usuarios

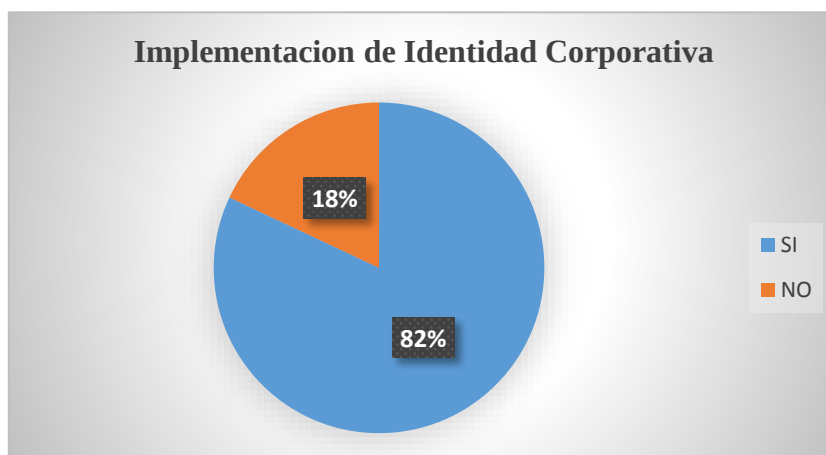
Si _____ No _____

Tabla 16: Frecuencia de Implementación de Identidad Corporativa

Figura 15: Pregunta 8 de la encuesta 2020

Elaborado por: Paulina Chunchir

Conceptos Válidos	Frecuencia	Porcentaje
a. Si	300	82%
b. No	65	18%
Total:	365	100%



Según la encuesta realizada el 82% de personas encuestadas afirma que si sería de gran utilidad implementar una identidad corporativa, mientras que el 18% afirma que no.

9. Que perspectiva tiene de la micro empresa “Aluminio y Vidrio”

-Confiable

-Seria

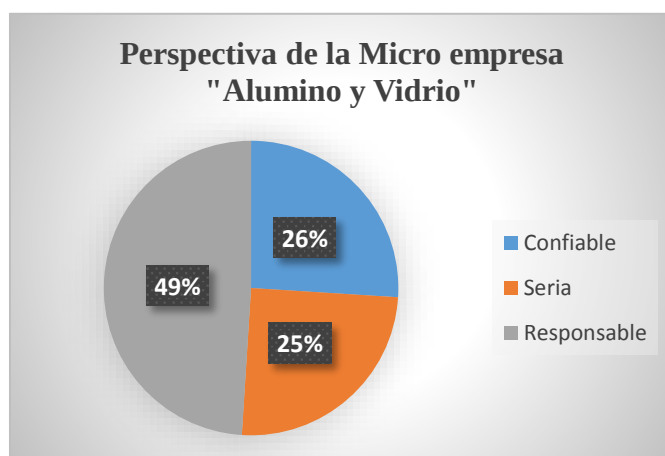
-Responsable

Tabla 17: Frecuencia de Perspectiva de la micro empresa

Figura 16: Pregunta 9 de la encuesta 2020

Elaborado por: Paulina Chunchir

Conceptos Válidos	Frecuencia	Porcentaje
a. Confiable	95	26%
b. Seria	90	25%
c. Responsable	180	49%
Total:	365	100%



Según la encuesta realizada el 26% de personas encuestadas afirma que si es confiable la micro empresa s, mientras que el 15% afirma que en la realización de sus trabajos es seria y concluyendo con el 49% que la micro empresa “Aluminio y Vidrio” es responsable

10. Que características cree que debe de tener la página web en cuanto a su navegación

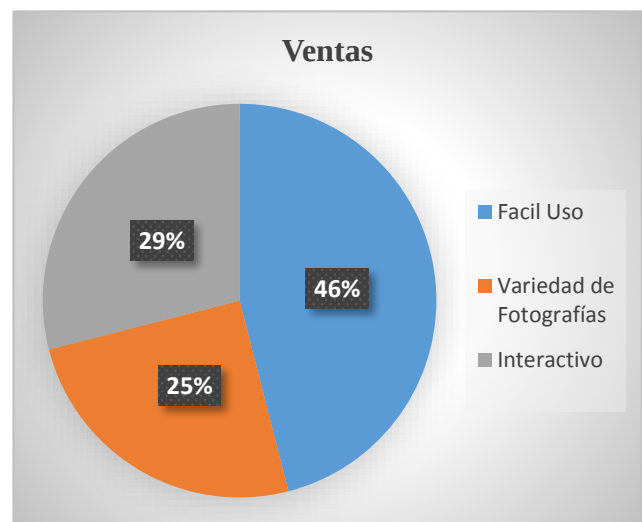
- **Fácil uso**
- **Variedad de fotografías**
- **Interactivo**

Tabla 18: Frecuencia de que debe de contener la página web

Figura 17: Pregunta 10 de la encuesta 2020

Elaborado por: Paulina Churchill

Conceptos Válidos	Frecuencia	Porcentaje
a. Fácil uso	170	46%
b. Variedad de Fotografías	90	25%
c. interactivo	105	29%
Total:	365	100%



Según la encuesta realizada el 46% de personas encuestadas afirma que la página web debería ser de fácil uso para su navegación, mientras que el 29% afirma que la página web debería de ser interactivo y concluyendo con el 25% de personas dicen que la página web debería contener más fotografías.

5.02.03 Discusión

Una vez realizada la encuesta a un determinado grupo de personas se llegó a la conclusión que el proyecto será favorable ya que se ha estudiado a un grupo específico y de tal manera servirá para poder comprobar la viabilidad y así garantizar que el proyecto concluya con gran éxito

Gracias a las preguntas establecidas en las encuesta se pudo obtener como resultado que la implementación de la página web será de gran necesidad para tener una comunicación tanto la micro empresa como sus clientes. Es así que la página web tendrá una relación directa que contara con información adecuado, para que los usuarios interactúen y estén conectados con los productos y servicios que la micro empresa “Aluminio y Vidrio” ofrece.

Cabe mencionar que una vez creada la página web contara con imágenes del producto, videos de cómo es la fabricación de cada una de sus estructuras, adecuadas tipografías, y colores llamativas para nuestro grupo objetivo. Una vez concluida la página web se implementara la identidad corporativa, teniendo como referencia los resultados obtenidos de las encuesta. Y de esta manera para elaborar el logotipo utilizando colores fríos que representen seguridad, haciendo un contraste con colores oscuros que representen firmeza.

5.03. Formulación del proceso de aplicación.

Para la realización del proyecto se toma como referencia la encuesta realizada que es de gran importancia como guía para el desarrollo del proyecto.

Lo primero a realizar es el diseño del imago tipo que es lo que la micro empresa “Aluminio y Vidrio” ofrece. Se realizara el boceto, y se obtendrá 3 artes de propuesta representando a través del diseño gráfico la problemática que se va a solucionar.

Luego se redibujara el diseño del boceto en digital en el programa adobe ilustrador, priorizando líneas, definición de tipografía, utilización del color.

En segundo lugar se realizara el manual de identidad corporativa, el cual es de gran importancia para la utilización del imago tipo, implementando en una hoja de 21x21 cm realizando una adecuada maquetación. En cuanto a la implementación de la página web se mostrara primero el contenido, continuo de imágenes, textos y videos explicativos. En cuanto a la programación de la página web, la estructura de la información, el interfaz y su programación obteniendo códigos esenciales para la utilización de la página web.

5.03.02 Diseño

Para la implementación de la programación de la página web se implementara de la siguiente manera:

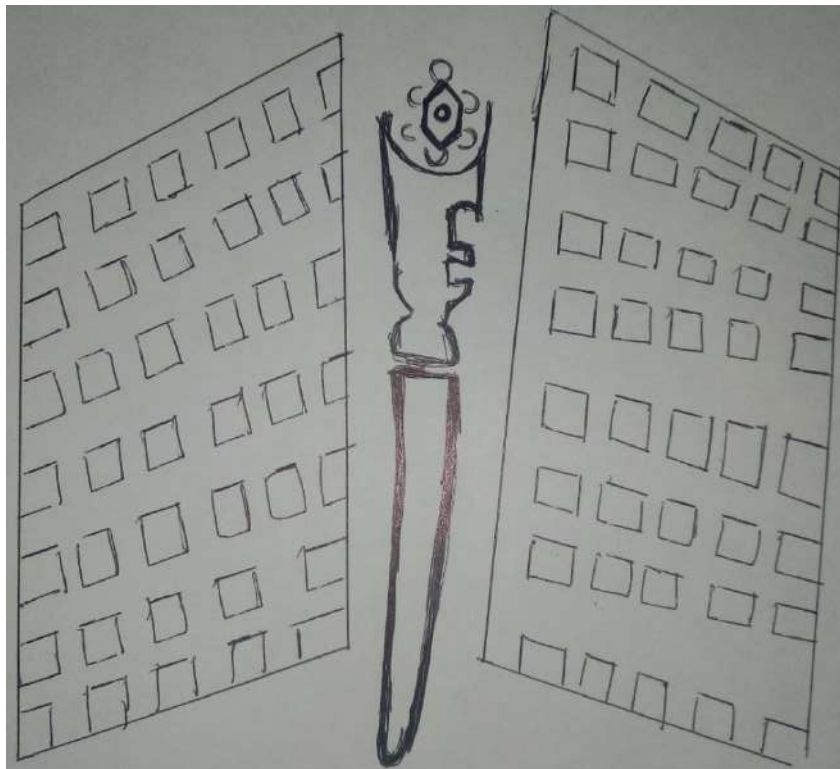
- Boceto de la diagramación de la página web.
- Estructura de la página web.
- Contenido de la página web.
- Nombre del dominio y registro.
- Publicar página web.

5.03.03 Producción

Para la producción del imagotipo se detallara paso a paso, teniendo como referencia el boceto.

Figura 18: Boceto Imagotipo “Aluminio y Vidrio”, 2020.

Elaborado por: Paulina Chunchir



5.03.03.01 Imagotipo

Lo que el imagotipo denota es la estructura de un edificio, y el cortador de vidrio, haciendo como referencia a lo que “Aluminio y Vidrio” ofrece como micro empresa.

El diseño del Imagotipo se utilizó colores fríos que tengan concordancia con lo que refleja el vidrio, siendo atractivo para nuestros clientes.

Figura 19: Rediseño en b/n “Aluminio y Vidrio”, 2020.

Elaborado por: Paulina Chunchir



5.03.03.02 Cromática

Para la elaboración del imagotipo se utilizó la gama de colores fríos como el azul, y se implementó un degrade de azul con negro.

Figura 20: Pantones Imagotipo “Aluminio y Vidrio”, 2020.

Elaborado por: Paulina Churchir

PANTONES

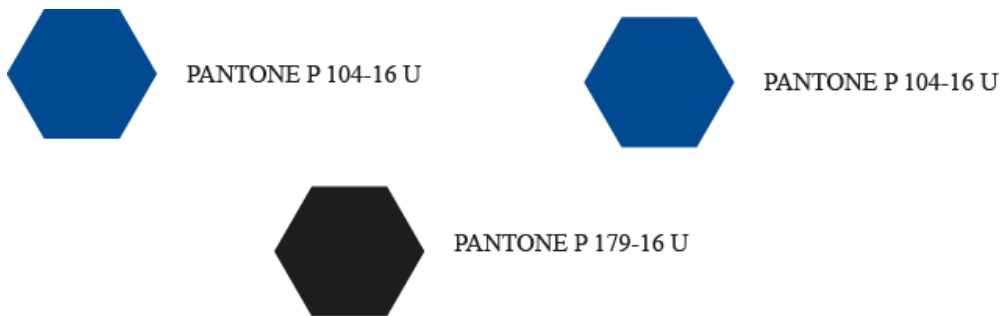


Figura 21: Colores CMYK para impresión del Imagotipo “Aluminio y Vidrio”, 2020.

Elaborado por: Paulina Churchir

CMYK



Figura 22: Colores RGB para digital del Imagotipo “Aluminio y Vidrio”, 2020.

Elaborado por: Paulina Chunchir

RGB



5.03.03.03 Construcción del Imagotipo

Para la ejecución del imagotipo se establecerá medidas específicas para distorsionar el imagotipo, ya sea en la papelería o publicidad impresa de la microempresa “Aluminio y Vidrio”

Figura 23: Grafimetría Imagotipo “Aluminio y Vidrio”, 2020.

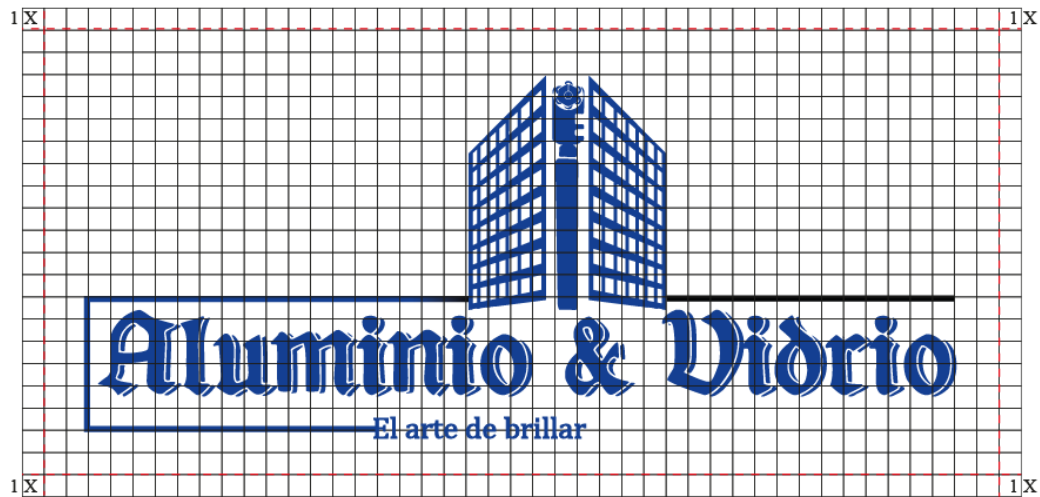
Elaborado por: Paulina Chunchir



Se debe tener muy en cuenta las áreas de protección del imagotipo.

Figura 24: Áreas de protección del Imagotipo “Aluminio y Vidrio”, 2020.

Elaborado por: Paulina Chunchir



5.03.03.04 Estilos Tipográficos

Tipografía Imagotipo

(Westfalia)

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

(Lobster Two)

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

5.03.03.05 Manual de Identidad Corporativa

El manual de identidad corporativa es una carta de presentación que tiene la micro empresa la cual sirve de guía para que los usuarios utilicen de la forma correcta cada uno de los elementos que conforma el imagotipo.

En primer lugar se elabora el diseño del manual corporativo se implementará una retícula.

Figura 25: Retícula Portada manual de “Aluminio y Vidrio”, 2020.

Elaborado por: Paulina Chunchir

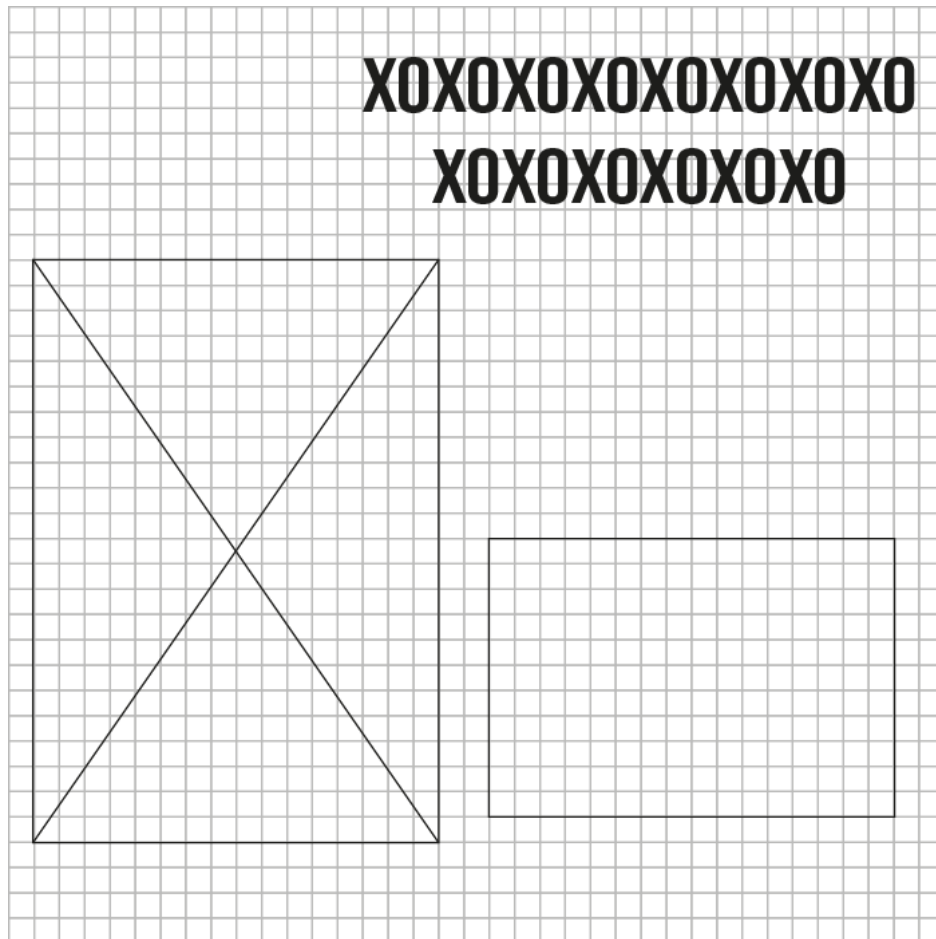
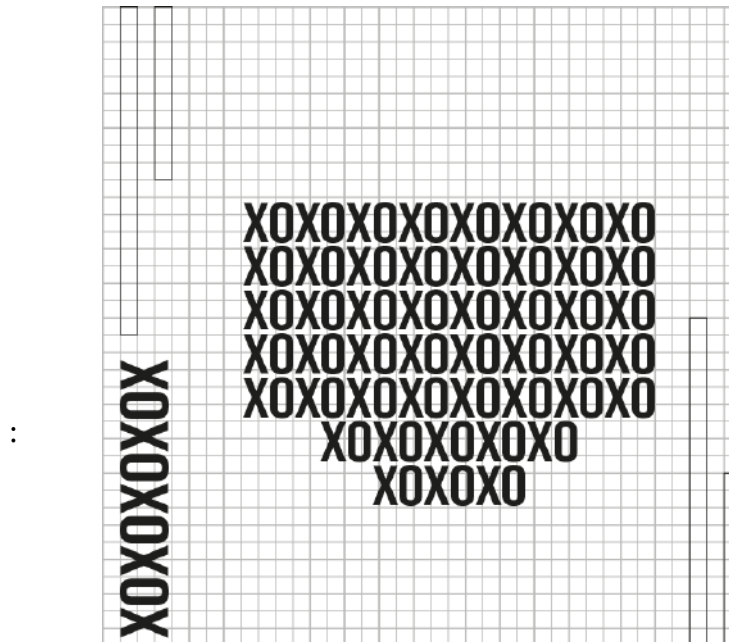


Figura 26: Réticula Página interna manual de “Aluminio y Vidrio”, 2020.

Elaborado por: Paulina Chunchir



5.03.03.06 Tipografía Manual de Identidad Corporativa

Tipografía Titulares

(Bebas Neue Regular)

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

5.03.03.07 Tipografía Texto general

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

5.03.03.08 Aplicación de Color en Manual de Identidad Corporativa

Figura 27: Portada manual de Identidad Corporativo de “Aluminio y Vidrio”, 2020.

Elaborado por: Paulina Chunchir



5.03.03.09 Metodología para el diseño de una página web

Para la realización de la página web se realiza primero el boceto, para tener organizado los componentes que se utilizarán y poder tener una buena diagramación

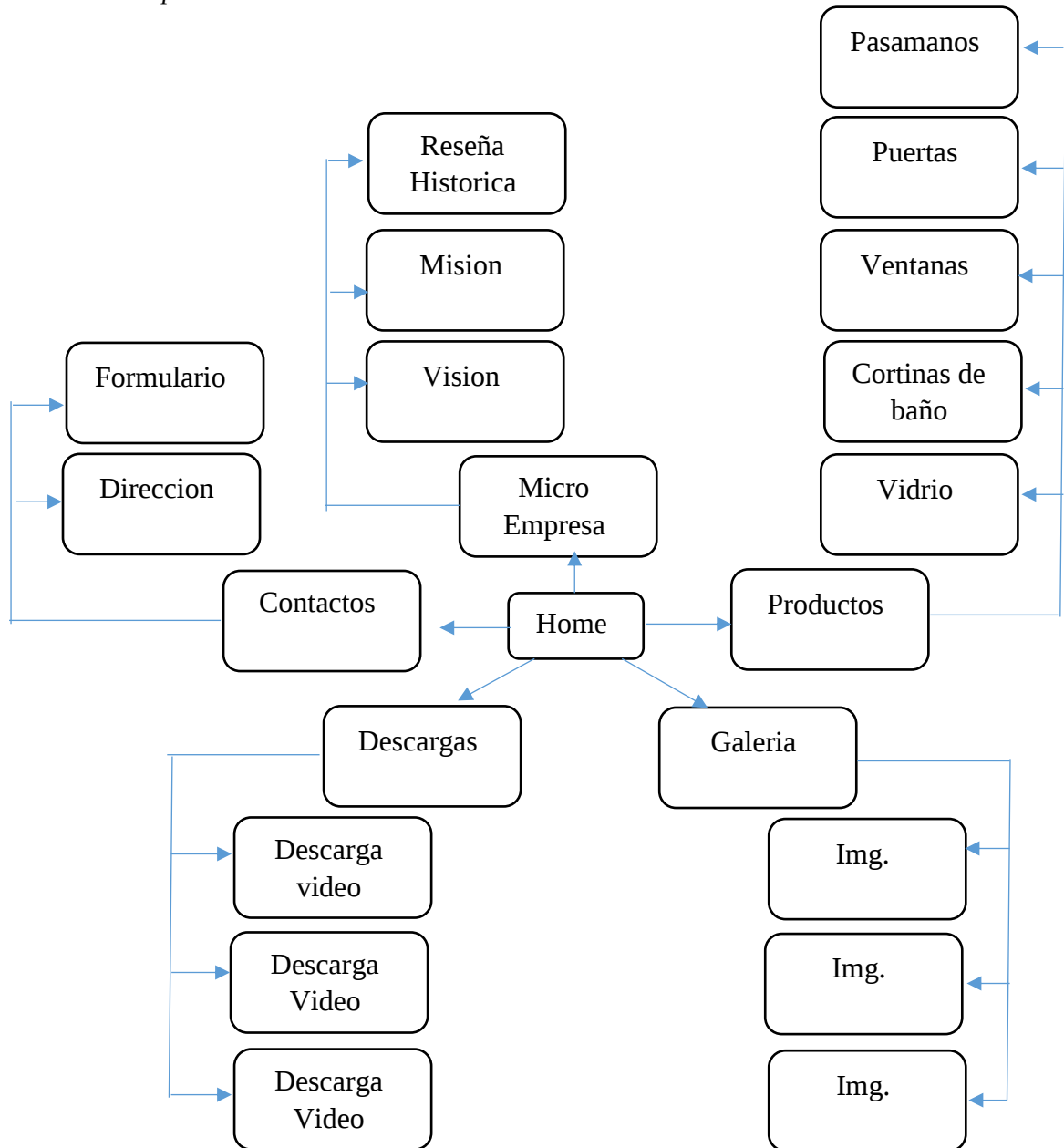
5.03.03.10 Definición de la estructura de la página web

Para la estructura de la página web se optará por implementar una diagramación lineal en parallax, e implementar el sitio.

5.03.03.11 Mapa de Contenidos

Figura 28: Contenidos Pagina Web “Aluminio y Vidrio”, 2020

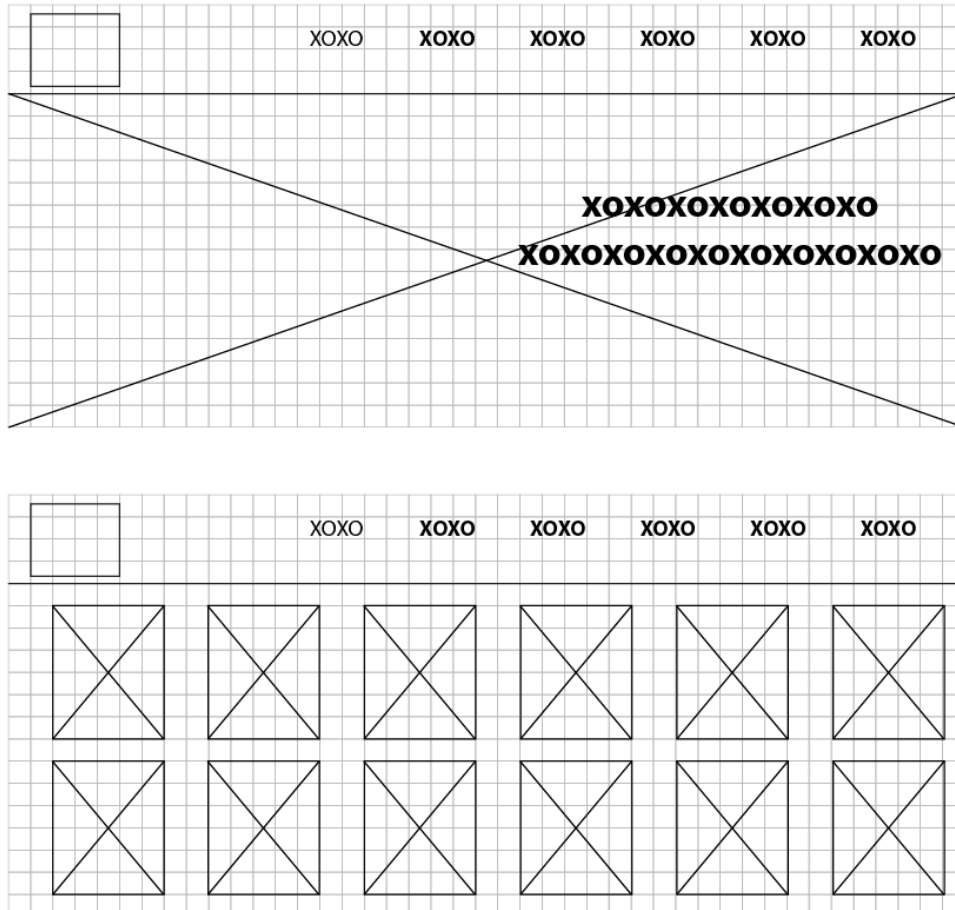
Elaborado por: Paulina Churchir



5.03.03.12 Bocetos página Web

Figura 29: Reticulas Diseño página web “Aluminio y Vidrio”, 2020.

Elaborado por: Paulina Chunchir



5.03.03.13 Tipografía página Web

(Georgia)

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

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ^ % @ }

(Britannic 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

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ^ % @ }

(Franklin Gothic Heavy)

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

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ^ % @ }

5.03.03.14 Propuesta Final

Figura 30: Propuesta Diseño página web “Aluminio y Vidrio”, 2020.

Elaborado por: Paulina Churchill



CREACIÓN DE UNA PÁGINA WEB Y DISEÑO DE IDENTIDAD CORPORATIVA
COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN DE LA MICRO EMPRESA
“ALUMINIO Y VIDRIO”, UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO

vitrofundición

10 Años de Experiencia



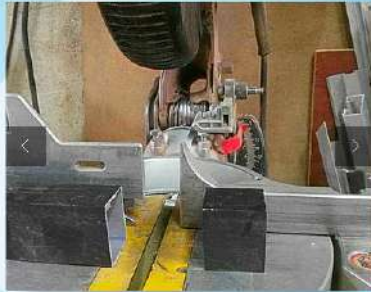
ALUMINIO Y VIDRIO ha sabido posicionarse y mantenerse en el mercado local, gracias a la calidad de sus trabajos y su experiencia, garantizando cada uno de sus trabajos realizados.

El Maestro Pedro Chunchir brinda sus servicios desde hace ya varios años, entre los cuales encontramos: Ventanas corredizas, puertas batientes, puertas de baños, divisiones, vitrinas de aluminio, fachadas, puertas templadas, puertas para oficina, bases para cocinas, espejos, entre otros.

Sin duda alguna la calidad de sus trabajos acompañado de sus precios hará que El Taller de Aluminio y Vidrio sea tu primera elección.

fabricación e instalación

Maquinaria



Cristal Ácido

Este tipo de vidrio es de uso principalmente decorativo. Este cristal se lo obtiene a través de un tratamiento con ácido el cual es aplicado en una de sus caras, obteniendo como resultado una superficie translúcida y con un alto porcentaje de opacidad, limitando la visibilidad.

Espesores disponibles: 4mm, 6mm, 8mm y 10mm

Se puede realizar cualquier tipo de proceso como templado, laminado, curvado, entre otros.

Aplicación :

- Ideal para interiores.
Se lo usa especialmente para divisiones interiores, servicios



GRUVIPRO
SEGURIDAD PRIVADA



GRUVIPRO
SEGURIDAD PRIVADA

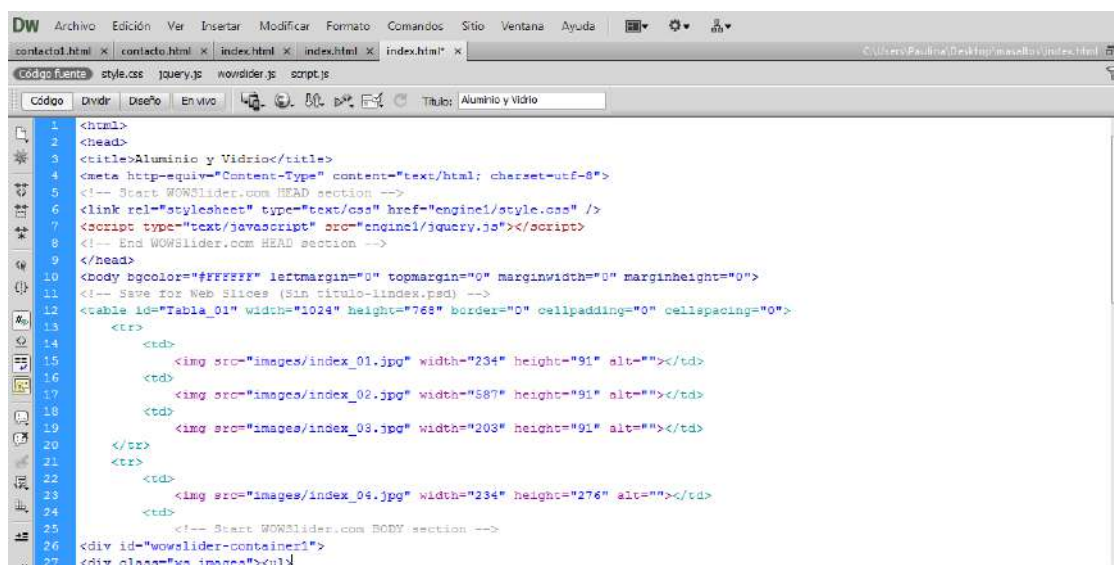
CREACIÓN DE UNA PÁGINA WEB Y DISEÑO DE IDENTIDAD CORPORATIVA
COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN DE LA MICRO EMPRESA
“ALUMINIO Y VIDRIO”, UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO

5.03.03.15 Programación Encabezado

El código HTML5 es de gran importancia para identificar el nombre del usuario que aparecerá en el URL de la página web, la etiqueta meta que hace referencia al tipo de documento HTML. Cuenta con la codificación del menú que determina cuantos enlaces contara la página web.

Figura 31: Código html5 encabezado “Aluminio y Vidrio”, 2020.

Elaborado por: Paulina Chunchir



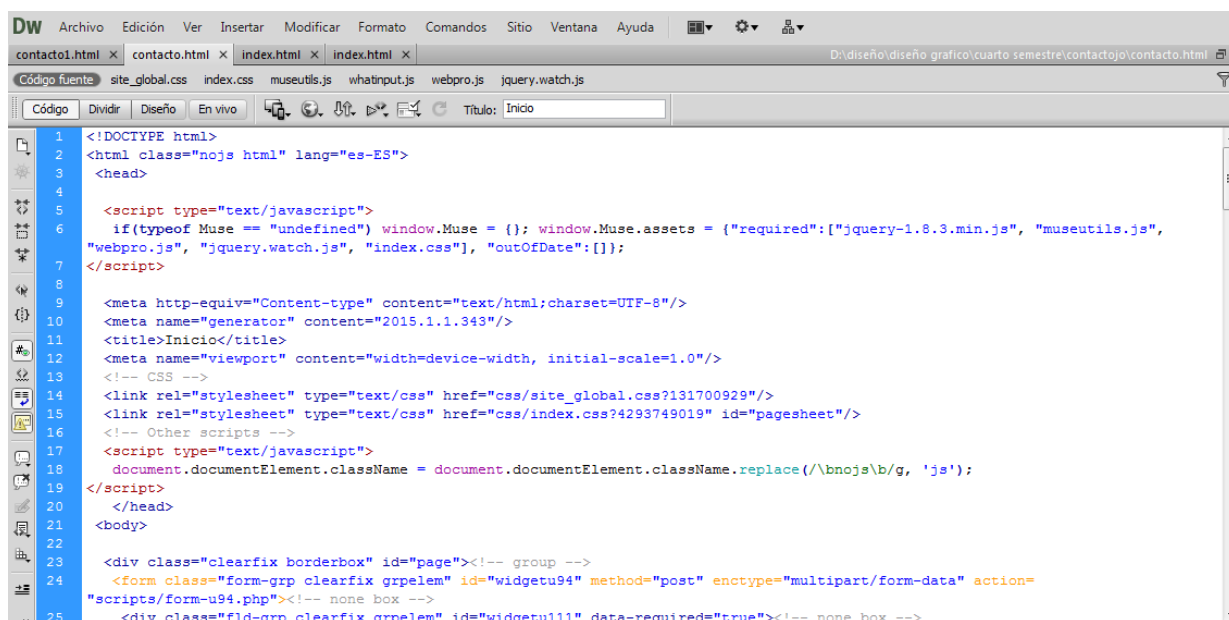
```
1 <html>
2 <head>
3   <title>Aluminio y Vidrio</title>
4   <meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=utf-8">
5   <!-- Start WOWSlider.com HEAD section -->
6   <link rel="stylesheet" type="text/css" href="engine1/style.css" />
7   <script type="text/javascript" src="engine1/jquery.js"></script>
8   <!-- End WOWSlider.com HEAD section -->
9 </head>
10 <body bgcolor="#FFFFFF" leftmargin="0" topmargin="0" marginwidth="0" marginheight="0">
11 <!-- Save for Web Slices (Sin título-lindex.psd) -->
12 <table id="Tabla_01" width="1024" height="768" border="0" cellpadding="0" cellspacing="0">
13   <tr>
14     <td>
15       </td>
16     <td>
17       </td>
18     <td>
19       </td>
20   </tr>
21   <tr>
22     <td>
23       </td>
24     <td>
25       <!-- Start WOWSlider.com BODY section -->
26       <div id="wowslider-container1">
27         <div class="ws_images"><ul>
```

5.03.03.16 Programación html5 Formulario de Contactos

Para la creación del código de formularios es necesario implementar el script PHP, que permite verificar si es correcta la información enviada al correo de la microempresa

Figura 32: Código html5 Contactos “Aluminio y Vidrio”, 2020.

Elaborado por: Paulina Churchill



```
1 <!DOCTYPE html>
2 <html class="nojs html" lang="es-ES">
3 <head>
4
5 <script type="text/javascript">
6   if(typeof Muse == "undefined") window.Muse = {}; window.Muse.assets = {"required":["jquery-1.8.3.min.js", "museutils.js",
7 "webpro.js", "jquery.watch.js", "index.css"], "outOfDate": []};
8 </script>
9
10 <meta http-equiv="Content-type" content="text/html; charset=UTF-8"/>
11 <meta name="generator" content="2015.1.1.343"/>
12 <title>Inicio</title>
13 <meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1.0"/>
14 <!-- CSS -->
15 <link rel="stylesheet" type="text/css" href="css/site_global.css?131700929"/>
16 <link rel="stylesheet" type="text/css" href="css/index.css?4293749019" id="pagesheet"/>
17 <!-- Other scripts -->
18 <script type="text/javascript">
19   document.documentElement.className = document.documentElement.className.replace(/\\bnojs\\b/g, 'js');
20 </script>
21 </head>
22 <body>
23
24 <div class="clearfix borderbox" id="page"><!-- group -->
25   <form class="form-grp clearfix grpelem" id="widgetu94" method="post" enctype="multipart/form-data" action=
"scripts/form-u94.php"><!-- none box -->
26     <div class="fld-grp clearfix grpelem" id="widgetu11" data-required="true"><!-- none box -->
```

5.03.04 Pruebas

5.03.04.01 Pruebas Físicas

Para determinar si el producto final no tiene errores, se examinara el producto antes de su entrega y de esta manera ir disminuyendo errores para que nuestros clientes se sientan seguros del producto que ofrece la micro empresa Aluminio y Vidrio.

5.03.04.02 Pruebas Alpa

Para determinar las pruebas alpa se optara por reunir a un grupo específico para mediante ellos identificar si existen errores como imágenes lentas, demora al cargar contenido de la pagina. Y con los errores obtenidos realizar arreglos adecuados y de esta manera nuestros clientes naveguen con toda la tranquilidad.

5.03.05 Mantenimiento

Para que nuestros consumidores sepan de los productos y servicios que ofrecemos se realizara publicaciones cada 2 meses y de esta manera mantener actualizada nuestra página, con el fin de generar interés hacia nuestro grupo objetivo.

Se realizada actualización de productos, publicación sobre promociones que la micro empresa implemente, realizando un mantenimiento adecuado cada 2 meses.

5.03.06 Marketing y Difusión

Se impulsa el marketing y difusión para la microempresa Aluminio y Vidrio. Y de esta manera conocer los factores más importantes como es el F.O.D.A., y visualizar sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazadas para la toma de decisiones correcta dentro de la micro empresa

5.03.06.01 F.O.D.A

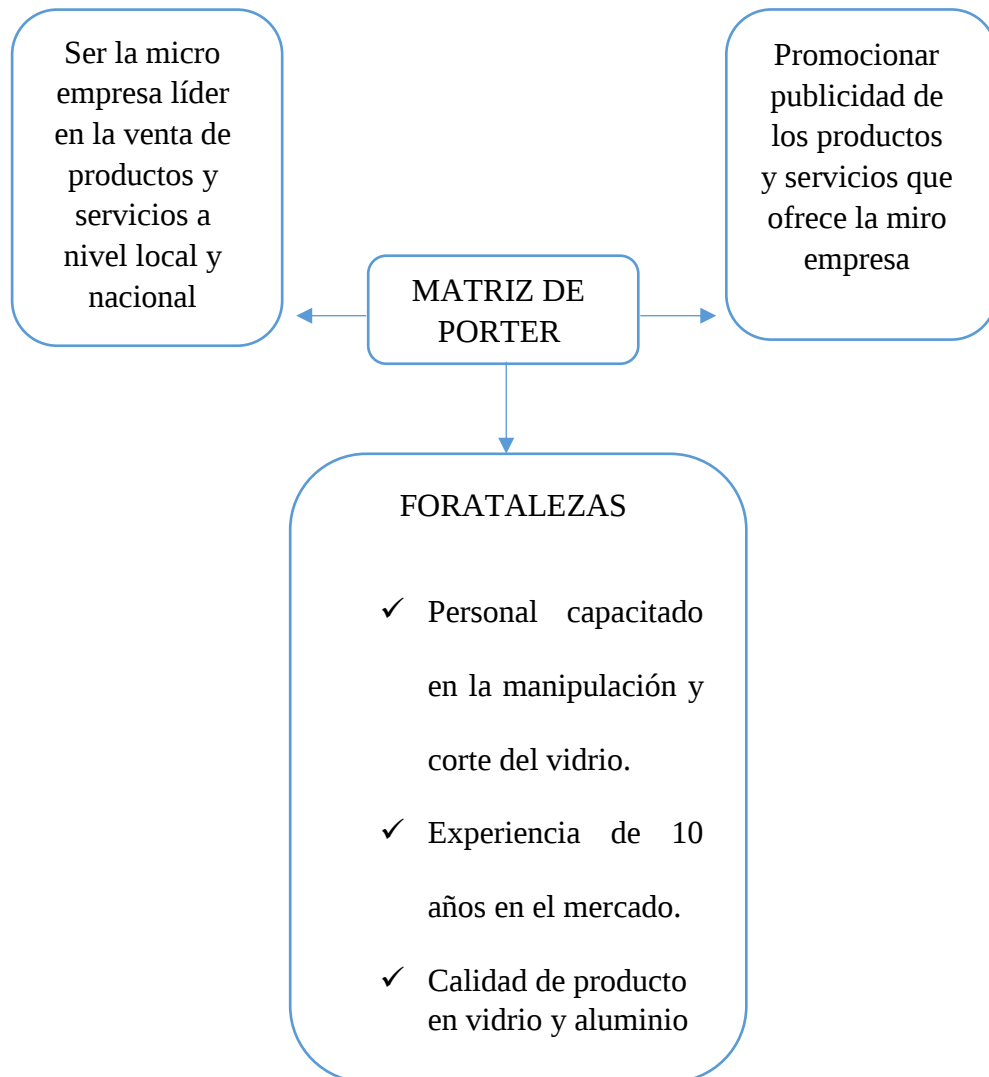
Tabla 19: Matriz F.O.D.A Micro Empresa “Aluminio y Vidrio”, 2020.

Elaborado por: Paulina Chunchir

FORTALEZAS		DEBILIDADES
Entorno Interno	• Personal capacitado en la manipulación y corte del vidrio. • Experiencia de 10 años en el mercado. • Calidad de producto en vidrio y aluminio	• Demora en la entrega de trabajos. • El grupo objetivo no conoce nuestros productos. • Existe demasiada competencia con productos similares
	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Entorno Externo	• Promocionar un servicio diferente a nuestra competencia. • Obtener mayor clientela en corto tiempo. • Existencia de nuevos mercados.	• Innovación de la tecnología • La competencia de precios

5.03.06.02 Análisis de la Competencia

Figura 33: Matriz de Porter micro empresa “Aluminio y Vidrio”, 2020.



5.03.06.03 Segmentación del Mercado

La micro empresa Aluminio y Vidrio está orientada a adultos de 25 a 60 años del sector norte de la ciudad de Quito, con un nivel socioeconómico medio. Cuyos gustos o preferencias se orientan a personas que les gusta construir o remodelar su hogar, que les guste una infraestructura adecuada y de alta calidad.

5.03.06.04 Canales de Marketing

Una vez realizada la página web se planteara estrategias de marketing como buscadores SEO, y en cuanto al fan page se optara con publicidad de pago por clic

5.03.06.05 Objetivos a Alcanzar

Para generar interacción en la página web se obtendrá un mínimo de 300 interacciones en la página web. Además en la fan page contara una cantidad de 300 seguidores.

5.03.06.06 Medición de Objetivos

Para la realización de la medición de objetivos se implementara la utilización de Google Analytics, que muestre los resultados estadísticos, con el fin de conocer factores como: Cookies de usuarios, número de visitas entre otros.

Para dar a conocer el producto final se implementara tanto medios digitales como impresos. En primer lugar se propone realizar como medio impreso un Roll UP, dando a conocer los productos que ofrece la micro empresa Aluminio y Vidrio, adicional contara con información de la micro empresa, e información de la página web. Por otro lado se dará a conocer mediante el uso del Fan Page en Facebook sobre la implementación de la página web ya que nuestro grupo objetivo utiliza más este tipo de red y mediante ella se podrá mantener una comunicación directa con nuestros clientes

Figura 34: Fan Page micro empresa “Aluminio y Vidrio”, 2020.

Elaborado por: Paulina Churchir



Figura 35: Post para Fan Page micro empresa “Aluminio y Vidrio”, 2020.

Elaborado por: Paulina Churchir



Figura 36: Roll Up micro empresa “Aluminio y Vidrio”, 2020.

Elaborado por: Paulina Churchir



CREACIÓN DE UNA PÁGINA WEB Y DISEÑO DE IDENTIDAD CORPORATIVA
COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN DE LA MICRO EMPRESA
“ALUMINIO Y VIDRIO”, UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO

Capítulo VI

6. Aspectos Administrativos

6.01 Recursos

Para la elaboración de la página web se obtuvo información por parte del propietario de la micro empresa Aluminio y Vidrio, de igual manera se utilizó el internet para investigar características más profundas de los productos que la micro empresa distribuye.

6.01.01 Técnicos / tecnológicos

Medio que se vale de la tecnología para desarrollar el proyecto.

Para la elaboración de la página web e identidad corporativa se utilizara tanto el software como hardware. En lo que es software tenemos los programas como es Word, programación Adobe, entre otros. En cuanto al hardware se hizo el uso de una laptop Ienovo con capacidad de procesamiento y memoria disponible, que ayudo y facilito el uso de los diseños para la propuesta.

6.01.02. Humanos

Para la elaboración y la realización del proyecto se contó con la colaboración de personal especializado que trabaja en la microempresa Aluminio y Vidrio, colaboraron con los permisos para la toma de fotografías utilizadas en la página web.

6.01.03. Financiero

Para la realización y culminación del proyecto tanto hardware, software, transporte y gastos económicos son cubiertos por el investigador

Tabla 20. Gastos Operativos

Elaborado por: Paulina Chunchir.

	Valor		Financiación		
Bibliografía	Valor Unitario	Cantidad	Micro Empresa	Estudiante	Total
a) Impresiones	\$0,25	100		Paulina Chunchir	\$25
b) Fotocopias	\$0,2	15		Paulina Chunchir	\$3
c) Internet	\$40	6 meses		Paulina Chunchir	\$240
d) Servicios Básicos	\$30	6 meses		Paulina Chunchir	\$180
e) Suministros de oficina	\$0,30	20		Paulina Chunchir	\$6
Viajes y viáticos				Paulina Chunchir	
a) Pasajes	\$0,25	60		Paulina Chunchir	\$15
Total					\$469

6.02 Presupuesto

Tabla 21. Financiación

Elaborado por: Paulina Chunchir.

Concepto	Valor		Financiación		
	Valor Unitario	Cantidad	Micro Empresa	Estudiante	Total
Gastos operativos	\$469	1	Aluminio y Vidrio		\$469
Medios					
Facebook	\$120	2	Aluminio y Vidrio		\$240
Flyer	\$1,50	200	Aluminio y Vidrio		\$366
Diseños					
Facebook	\$10	24	Aluminio y Vidrio		\$240
Flyer	\$50	1	Aluminio y Vidrio		\$50
Roll Up	\$10	20	Aluminio y Vidrio		\$200
Total					\$1565

6.03 Cronograma

El cronograma es una representación gráfica es la lista de las actividades asignándoles un tiempo específico para su cumplimiento que lleven a cumplir cada uno de los objetivos propuesto.

Tabla 22. Cronograma

Elaborado por: Paulina Churchir.

N.	Actividad	Responsable	Tiempo					Resultados Esperados
			Mes	Semana				
				1	2	3	4	
1	Antecedentes	Paulina Churchir	Octubre		X			Obtener información necesaria.
2	Análisis de involucrado	Paulina Churchir	Octubre			X		Elegir con claridad las personas que formaran parte del proyecto.
3	Problemas y objetivos	Paulina Churchir	Noviembre	X	X	X		Especificar y detallar el árbol de problemas y objetivos.
4	Análisis de alternativas	Paulina Churchir	Diciembre	X	X	X		Definir posibles alternativas del proyecto.
5	La propuesta	Paulina Churchir	Enero	X	X	X	X	Planificar página web e identidad corporativa.
6	Aspectos administrativos	Paulina Churchir	Febrero		X			Especificar los costos y gastos presentes en el proyecto.
7	Conclusiones y recomendaciones	Paulina Churchir	Marzo	X				Definir conclusiones y recomendaciones del proyecto para el uso de la página web e implementación del manual corporativo

Capítulo VII

7. Conclusiones y Recomendaciones

7.01. Conclusiones

Las conclusiones son argumentos sobre los resultados obtenidos en el proyecto.

- Se pudo identificar que nuestro grupo objetivo de 25 a 60 años con un nivel socio económico medio no tenía información especializada de lo que ofrece la micro empresa, optando por la realización de un diseño para una página web dando solución a este problema de comunicación
- Una vez concluida la página web se implementa crear la identidad corporativa, para mejorar el reconocimiento de nuestros clientes y de esta manera elevar el posicionamiento de la micro empresa.
- Mediante la tarjeta de presentación, flyers y Roll Up se dará a conocer el portal web de la micro empresa y de esta manera generar visitas por parte de nuestros clientes. Puedan ingresar a nuestra página web e informarse más acerca de los que la micro empresa Aluminio y Vidrio ofrece.
- Se innovara la página web para que nuestros clientes visualicen sobre los productos con sus características generando interés, en cuanto a la compra de nuestros productos.

- Se implementara la toma de fotografías reales de los productos, para de esta manera generar confianza hacia el consumidor, ya que visualizara el producto final y la calidad en la cual se elabora el producto.
- Mediante la implementación de la página web e identidad corporativa la micro empresa Aluminio y Vidrio generara más ventas, e interés hacía sus clientes.
- Se implementara un catálogo de los productos en la página web que servirán de gran información hacia nuestros clientes de la microempresa Aluminio y Vidrio.

7.02. Recomendaciones

Las recomendaciones se formulan de acuerdo a los resultados obtenidos en el desarrollo del proyecto y son aspectos susceptibles de mejoras de los elementos deficientes encontrados.

- Para la implementación de la página web se debe tener en cuenta los colores, logotipo que sean atractivo y de gran interés hacia nuestros usuarios.
- Implementar publicidad para dar a conocer sobre los productos y servicios que ofrece la microempresa Aluminio y Vidrio.
- Tener un logotipo que represente a la microempresa y de esta manera nuestros clientes reconozcan la calidad del producto que ofrece la micro empresa Aluminio y Vidrio.
- Para obtener una mejor atención e información con respecto a los productos y servicios que ofrece la micro empresa deberán navegar en nuestra página web

Referencias Bibliográficas

Senplades. (24 de 06 de 2013). Plan Nacional de Desarrollo .Obtenido de Plan Nacioanl del Buen Vivir: <http://www.buenvivir.gob.ec/>

Arte, E. d. (02 de 06 de 2006). ARMONIA DEL COLOR. Obtenido de <https://goo.gl/vPo1Kx>

Laylí, L. (2010). Portal web e identidad corporativa de la empresa trama.

Marithza, S. (2011). Análisis, diseño, e implementación del portal web del colegio Cesar Andrade y Cordero.

Swann, A. (1993). El color en el diseño gráfico. Barcelona: Barcelona : Gustavo Gili. Universidad de Londres. (2006). la tipografía. Londres.

Alban, T., & Alcocer , A. (2017). Ebook tendencias 2017. Madrid: MadridNYC.

Alejandro, V. (2004). Gestión y desarrollo del portal web del Instituto de la comunicación de Chile. Chile.

Arango, L. Á. (18 de Enero de 2017). Biblioteca virtual Luis Ángel Arango. Obtenido de <http://www.banrepcultural.org/node/69886>

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

Bonsiepe, G. (2012). Manual de tipografía. Buenos Aires: Editorial Gustavo Gili.

Contreras, C. (2006). Manejo integral de aspectos ambientales-residuos sólidos. Bogotá, Colombia.

Fuenmayor, P. y. (20 de 12 de 2005). El portal de los estudios de comunicación. Obtenido de <http://www.portalcomunicacion.com>

Villacís B., Carrillo D. Estadística Demográfica en el Ecuador: Diagnóstico y Propuesta. Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). Quito – Ecuador. 2011

Anexos



**CREACIÓN DE UNA PÁGINA WEB Y DISEÑO DE IDENTIDAD CORPORATIVA
COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN DE LA MICRO EMPRESA
“ALUMINIO Y VIDRIO”, UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO**

URKUND

Documento	manual corporativo aluminio y vidrio.pdf (D67818243)
Presentado	2020-04-08 12:00 (-05:00)
Presentado por	paulina.jennifer@yahoo.es
Recibido	gonzalo.quezada.cord@analysis.urkund.com
Mensaje	tesis Mostrar el mensaje completo

3% de estas 31 páginas, se componen de texto presente en 5 fuentes.

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA									
BITACORA PARA EL CONTROL DE PROYECTOS DE TITULACIÓN									
NOMBRE TUTOR:		QUEZADA BUSTILLOS GONZALO ALEXANDER							
NOMBRE ESTUDIANTE:		CHUNCHIR SAMBACHI JENNIFER PAULINA							
CARRERA:		DISEÑO GRÁFICO							
TEMA DE TITULACIÓN:		CREACIÓN DE UNA PÁGINA WEB Y DISEÑO DE IDENTIDAD CORPORATIVA COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN DE LA MICROEMPRESA ALUMINIO Y VIDRIO, UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO							
IMPRESIÓN REPORTE:		Quito, 17 de julio del 2020 18:43:18							
TIPO REPORTE:		ACUMULATIVO							
ESTADO FINAL/OBSERVACION:		PROYECTO ACTIVO / NO GRADUADO /							
MODALIDAD:		INVESTIGACION DESARROLLO INNOVACION				PERIODO:		OCT 2019_M R 2020	
NO.	CODIGO	FECHA TUTORIA	TIPO ASESORIA	HORA INICIO	TEMA TRATADO	HORA FIN	HORAS	OBSERVACION	ESTADO SC
1	213418	2019-11-28	INSITU	2019-11-28 18:00:00	ANTECEDENTES / CONTEXTO	2019-11-28 21:00:00	3.00	PRESENTA REVISIÓN COMPLETA 2019-11-28 21:00	PROCESADO
2	213420	2019-11-29	AUTONOMA	2019-11-29 08:00:00	ANTECEDENTES / CONTEXTO	2019-11-29 17:00:00	9.00	PRESENTA REVISIÓN COMPLETA 2019-11-29 08:00	PROCESADO
3	213421	2019-12-03	INSITU	2019-12-03 18:00:00	ANTECEDENTES / JUSTIFICACION	2019-12-03 21:00:00	3.00	PRESENTA REVISIÓN COMPLETA 2019-12-03 21:00	PROCESADO
4	213422	2019-12-04	AUTONOMA	2019-12-04 08:00:00	ANTECEDENTES / JUSTIFICACION	2019-12-04 17:00:00	9.00	PRESENTA REVISIÓN COMPLETA 2019-12-04 17:00	PROCESADO
5	213423	2019-12-10	INSITU	2019-12-10 17:00:00	ANTECEDENTES / DEFINICION DEL PROBLEMA CENTRAL (MATRIZ T)	2019-12-10 21:00:00	4.00	PRESENTA REVISIÓN COMPLETA 2019-12-10 21:00	PROCESADO
6	213427	2019-12-11	AUTONOMA	2019-12-11 08:00:00	ANTECEDENTES / DEFINICION DEL PROBLEMA CENTRAL (MATRIZ T)	2019-12-11 17:00:00	9.00	PRESENTA REVISIÓN COMPLETA 2019-12-11 17:00	PROCESADO
7	213431	2019-12-19	INSITU	2019-12-19 18:00:00	ANALISIS DE INVOLUCRADOS / MAPEO DE INVOLUCRADOS	2019-12-19 21:00:00	3.00	PRESENTA REVISIÓN COMPLETA 2019-12-19 21:00	PROCESADO
8	213435	2019-12-20	AUTONOMA	2019-12-20 08:00:00	ANALISIS DE INVOLUCRADOS / MAPEO DE INVOLUCRADOS	2019-12-20 17:00:00	9.00	SE PRESENTA TODA LA REVISIÓN 2019-12-24 21:00	PROCESADO
9	213436	2019-12-24	INSITU	2019-12-24 18:00:00	ANALISIS DE INVOLUCRADOS / MATRIZ DE ANALISIS DE INVOLUCRADOS	2019-12-24 21:00:00	3.00	SE PRESENTA TODA LA REVISIÓN 2019-12-24 21:00	PROCESADO
10	213437	2019-12-25	AUTONOMA	2019-12-25 08:00:00	ANALISIS DE INVOLUCRADOS / MATRIZ DE ANALISIS DE INVOLUCRADOS	2019-12-25 17:00:00	9.00	SE PRESENTA TODA LA REVISIÓN 2019-12-24 21:00	PROCESADO
11	213438	2019-12-25	AUTONOMA	2019-12-25 08:00:00	ANALISIS DE INVOLUCRADOS / MATRIZ DE ANALISIS DE INVOLUCRADOS	2019-12-25 17:00:00	9.00	SE PRESENTA TODA LA REVISIÓN 2019-12-24 21:00	PROCESADO
12	213484	2020-01-24	INSITU	2020-01-24 18:00:00	PROBLEMAS Y OBJETIVOS / ARBOL DE PROBLEMAS	2020-01-24 21:00:00	3.00	SE PRESENTA TODO EL CONTENIDO Y SE HACE SUS RESPECTIVOS CAMBIOS 2020-01-24 21:00	PROCESADO
13	213491	2020-01-25	AUTONOMA	2020-01-25 08:00:00	PROBLEMAS Y OBJETIVOS / ARBOL DE PROBLEMAS	2020-01-25 17:00:00	9.00	SE PRESENTA TODO EL CONTENIDO Y SE HACE SUS RESPECTIVOS CAMBIOS 2020-01-25 17:00	PROCESADO
14	216005	2020-01-23	INSITU	2020-01-23 19:00:00	PROBLEMAS Y OBJETIVOS / ARBOL DE PROBLEMAS	2020-01-23 22:00:00	3.00	PRESENTA AVANCES Y SE ENVÍA A CORRECCIONES DEL TEMA 2020-01-23 19:00	PROCESADO

**CREACIÓN DE UNA PÁGINA WEB Y DISEÑO DE IDENTIDAD CORPORATIVA
COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN DE LA MICRO EMPRESA
“ALUMINIO Y VIDRIO”, UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO**

15	216007	2020-01-18	AUTONOMA	2020-01-18 08:00:00	PROBLEMAS Y OBJETIVOS / ARBOL DE OBJETIVOS	2020-01-18 18:00:00	10.00	PRESENTA AVANCES Y SE ENVÍA A CORRECCIONES DEL TEMA 2020-01-18 18:00	PROCESADO
16	216008	2020-01-20	INSITU	2020-01-20 18:00:00	PROBLEMAS Y OBJETIVOS / ARBOL DE OBJETIVOS	2020-01-20 21:00:00	3.00	PRESENTA AVANCES Y SE ENVÍA A CORRECCIONES DEL TEMA 2020-01-20 21:00	PROCESADO
17	216009	2020-01-22	INSITU	2020-01-22 17:00:00	ANALISIS DE ALTERNATIVAS / MATRIZ DE ANALISIS DE ALTERNATIVAS	2020-01-22 20:00:00	3.00	PRESENTA AVANCES Y SE ENVÍA A CORRECCIONES DEL TEMA 2020-01-22 20:00	PROCESADO
18	216010	2020-01-23	AUTONOMA	2020-01-23 08:00:00	ANALISIS DE ALTERNATIVAS / MATRIZ DE ANALISIS DE ALTERNATIVAS	2020-01-23 18:00:00	10.00	PRESENTA AVANCES Y SE ENVÍA A CORRECCIONES DEL TEMA 2020-01-23 18:00	PROCESADO
19	216011	2020-01-24	INSITU	2020-01-24 17:00:00	ANALISIS DE ALTERNATIVAS / MATRIZ DE ANALISIS DE IMPACTO DE LOS OBJETIVOS	2020-01-24 20:00:00	3.00	PRESENTA AVANCES Y SE ENVÍA A CORRECCIONES DEL TEMA 2020-01-24 17:00	PROCESADO
20	216013	2020-01-25	AUTONOMA	2020-01-25 08:00:00	ANALISIS DE ALTERNATIVAS / MATRIZ DE ANALISIS DE IMPACTO DE LOS OBJETIVOS	2020-01-25 18:00:00	10.00	PRESENTA AVANCES Y SE ENVÍA A CORRECCIONES DEL TEMA 2020-01-25 08:00	PROCESADO
21	216014	2020-01-27	INSITU	2020-01-27 17:00:00	ANALISIS DE ALTERNATIVAS / DIAGRAMA DE ESTRATEGIAS	2020-01-27 20:00:00	3.00	PRESENTA AVANCES Y SE ENVÍA A CORRECCIONES DEL TEMA 2020-01-27 17:00	PROCESADO
22	216015	2020-01-28	AUTONOMA	2020-01-28 08:00:00	ANALISIS DE ALTERNATIVAS / DIAGRAMA DE ESTRATEGIAS	2020-01-28 18:00:00	10.00	PRESENTA AVANCES Y SE ENVÍA A CORRECCIONES DEL TEMA 2020-01-28 18:00	PROCESADO
23	216016	2020-01-29	INSITU	2020-01-29 17:00:00	ANALISIS DE ALTERNATIVAS / MATRIZ DE MARCO LOGICO	2020-01-29 20:00:00	3.00	PRESENTA AVANCES Y SE ENVÍA A CORRECCIONES DEL TEMA 2020-01-29 17:00	PROCESADO
24	216017	2020-01-30	AUTONOMA	2020-01-30 08:00:00	ANALISIS DE ALTERNATIVAS / MATRIZ DE MARCO LOGICO	2020-01-30 18:00:00	10.00	PRESENTA AVANCES Y SE ENVÍA A CORRECCIONES DEL TEMA 2020-01-30 08:00	PROCESADO
25	216112	2020-01-30	INSITU	2020-01-30 17:00:00	PROPUESTA / ANTECEDENTES (DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGIA QUE PROPONE COMO SOLUCION)	2020-01-30 20:00:00	3.00	PRESENTA AVANCES Y SE ENVÍA A CORRECCIONES DEL TEMA 2020-01-30 20:00	PROCESADO
26	216113	2020-01-31	AUTONOMA	2020-01-31 08:00:00	PROPUESTA / ANTECEDENTES (DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGIA QUE PROPONE COMO SOLUCION)	2020-01-31 18:00:00	10.00	PRESENTA AVANCES Y SE ENVÍA A CORRECCIONES DEL TEMA 2020-01-31 18:00	PROCESADO

27	233193	2020-02-03	AUTONOMA	2020-02-03 08:00:00	PROPUESTA / ANTECEDENTES (DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGIA QUE PROPONE COMO SOLUCION)	2020-02-03 19:00:00	11.00	NINGUNA HACE CAMBIOS	PROCESADO
28	216116	2020-02-01	AUTONOMA	2020-02-01 08:00:00	PROPUESTA / DESCRIPCION (DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGIA QUE PROPONE COMO SOLUCION)	2020-02-01 18:00:00	10.00	PRESENTA AVANCES Y SE ENVÍA A CORRECCIONES DEL TEMA 2020-02-01 18:00	PROCESADO
29	216117	2020-02-01	INSITU	2020-02-01 17:00:00	PROPUESTA / DESCRIPCION (DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGIA QUE PROPONE COMO SOLUCION)	2020-02-01 20:00:00	3.00	PRESENTA AVANCES Y SE ENVÍA A CORRECCIONES DEL TEMA 2020-02-01 18:00	PROCESADO

**CREACIÓN DE UNA PÁGINA WEB Y DISEÑO DE IDENTIDAD CORPORATIVA
COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN DE LA MICRO EMPRESA
“ALUMINIO Y VIDRIO”, UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO**

30	233194	2020-02-04	AUTONOMA	2020-02-04 08:00:00	PROPUESTA / DESCRIPCION (DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGIA QUE PROPONE COMO SOLUCION)	2020-02-04 18:00:00	10.00	NINGUNA PRESENTA CAMBIOS	PROCESADO
31	216120	2020-02-03	INSITU	2020-02-03 17:00:00	PROPUESTA / FORMULACION DEL PROCESO DE APLICACION DE LA PROPUESTA	2020-02-03 20:00:00	3.00	PRESENTA REVISIÓN Y CORRIGE LO ANTERIOR 2020-02-03 17:00	PROCESADO
32	216121	2020-02-04	AUTONOMA	2020-02-04 08:00:00	PROPUESTA / FORMULACION DEL PROCESO DE APLICACION DE LA PROPUESTA	2020-02-04 18:00:00	10.00	PRESENTA REVISIÓN Y CORRIGE LO ANTERIOR 2020-02-04 08:00	PROCESADO
33	216124	2020-02-05	INSITU	2020-02-05 08:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / RECURSOS	2020-02-05 11:00:00	3.00	PRESENTA REVISIÓN Y CORRIGE LO ANTERIOR 2020-02-05 08:00	PROCESADO
34	216127	2020-02-05	AUTONOMA	2020-02-05 08:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / RECURSOS	2020-02-05 18:00:00	10.00	PRESENTA REVISIÓN Y CORRIGE LO ANTERIOR 2020-02-05 18:00	PROCESADO
35	216128	2020-02-06	INSITU	2020-02-06 17:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / PRESUPUESTO	2020-02-06 18:00:00	1.00	PRESENTA LOS CAMBIOS Y HACE CAMBIOS EN LAS REVISIONES 2020-02-06 20:00	PROCESADO
36	216129	2020-02-07	AUTONOMA	2020-02-07 08:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / PRESUPUESTO	2020-02-07 18:00:00	10.00	PRESENTA LOS CAMBIOS Y HACE CAMBIOS EN LAS REVISIONES 2020-02-07 18:00	PROCESADO
37	216130	2020-02-10	AUTONOMA	2020-02-10 08:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / CRONOGRAMA	2020-02-10 09:00:00	1.00	PRESENTA LOS CAMBIOS Y HACE CAMBIOS EN LAS REVISIONES 2020-02-10 09:00	PROCESADO
38	216131	2020-02-11	AUTONOMA	2020-02-11 09:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / CONCLUSIONES	2020-02-11 10:00:00	1.00	PRESENTA LOS CAMBIOS Y HACE CAMBIOS EN LAS REVISIONES 2020-02-11 10:00	PROCESADO
39	216132	2020-02-12	AUTONOMA	2020-02-12 11:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / RECOMENDACIONES	2020-02-12 12:00:00	1.00	PRESENTA LOS CAMBIOS Y HACE CAMBIOS EN LAS REVISIONES 2020-02-12 12:00	PROCESADO
40	216141	2020-02-13	AUTONOMA	2020-02-13 13:00:00	INFORME FINAL DE TUTOR / INFORME FINAL	2020-02-13 16:00:00	3.00	PRESENTA LOS CAMBIOS Y HACE CAMBIOS EN LAS REVISIONES 2020-02-12 12:00	PROCESADO
TOTAL HORAS:							240		
QUEZADA BUSTILLOS GONZALO ALEXANDER							ANDRADE FUENTES RAQUEL PAULINA		
TUTOR			ALUMNO				DELEGADO		
CI: 1715032585			CI: 1718399148				CI: 1715955074		FECHA:

**CREACIÓN DE UNA PÁGINA WEB Y DISEÑO DE IDENTIDAD CORPORATIVA
COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN DE LA MICRO EMPRESA
“ALUMINIO Y VIDRIO”, UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO**

Instructivo para la realización de la página web

- Se realizó el boceto de la estructura del sitio web
- Se realizó toma de fotografías de los productos, personal de la micro empresa
- Se diseñó primero en el programa Adobe Muse
- Se subió al navegador mediante un hosting y dominio gratuito
- Se tuvo problemas de visualización en portátil móvil
- Se optó por nuevamente rediseñar la página web en una aplicación más compleja y de mejor visualización
- Link de la página web <https://artedebrillar.wixsite.com/aluminio-y-vidrio>

