



CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

**ELABORACIÓN DE UNA PÁGINA WEB PARA EL CENTRO EDUCATIVO
ARISTÓTELES, UBICADO EN EL SECTOR UNIÓN POPULAR DEL AÑO 2019.**

**Trabajo de Integración Curricular previo
a la obtención del título de**

Tecnólogo en Diseño Gráfico

**Tipo de Trabajo de Integración Curricular:
Investigación + Desarrollo + Innovación**

AUTOR: Chicaiza Naranjo Diego Armando

TUTOR: Ing. Gonzalo Alexander Quezada Bustillos

Quito, Enero 2020

ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Quito, 4 de Diciembre del 2019

El equipo asesor del trabajo de Integración curricular del Sr. (Srta.) CHICAIZA NARANJO DIEGO ARMANDO de la carrera de Diseño Gráfico, cuyo tema de investigación fue: **ELABORACIÓN DE UNA PÁGINA WEB PARA EL CENTRO EDUCATIVO ARISTÓTELES, UBICADO EN EL SECTOR UNIÓN POPULAR AÑO 2019.**, una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas; adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito, resuelve: **APROBAR** el Trabajo de Integración curricular, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.



Ing. Gonzalo Quezada
Tutor del Trabajo de Integración Curricular

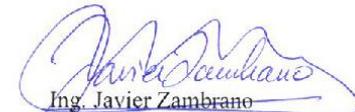


INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"

CONSEJO DE CARRERA



Ing. Raquel Andrade, Msc.
Delegado de la Unidad de Integración Curricular de la Carrera



Ing. Javier Zambrano
Lector del Trabajo de Integración Curricular



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"

DIRECCIÓN DE CARRERA



Ing. Lizeth Guerrero, Msc.
Director(a) de Carrera

CAMPUS 1 - MATRIZ

Av. de la Prensa N45-268 y Logroño
Teléfono: 2255460 / 2269900
E-mail: instituto@cordillera.edu.ec
Pág. Web: www.cordillera.edu.ec
Quito - Ecuador

CAMPUS 2 - LOGROÑO

Calle Logroño Oe 2-84 y
Av. de la Prensa (esq.)
Edif. Cordillera
Telfs.: 2430443 / Fax: 2433649

CAMPUS 3 - BRACAMOROS

Bracamoros N15 - 163
y Yacuambí (esq.)
Telf.: 2262041

CAMPUS 4 - BRASIL

Av. Brasil N46-45 y
Zamora
Telf.: 2246036

CAMPUS 5 - YACUAMBI

Yacuambi
Oe2-36 y
Bracamoros.
Telf: 2249994

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, **Diego Armando Chicaiza Naranjo**, 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



Diego Armando Chicaiza Naranjo

C.C: 172079416-1

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, Diego Armando Chicaiza Naranjo portador de la cédula de ciudadanía asignada con el No. 172079416-1 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 Elaboración de una página web para el Centro Educativo Aristóteles, ubicado en el sector Unión Popular del año 2019 con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.



Diego Armando Chicaiza Naranjo

C.C: 172079416-1

Quito, Enero de 2019

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a mis padres, Washington Chicaiza y Myriam Naranjo, quienes fueron un apoyo fundamental en el transcurso de mi carrera y por los cuales pude cumplir un objetivo más en mi vida.

Dedico a mi familia y amigos, quienes siempre estuvieron conmigo para brindarme su ayuda y colaborarme en las múltiples tareas que me encomendaron.

Dedico a todos los docentes que estuvieron siempre dispuestos en aclararme cualquier duda que pude tener y por sus consejos profesionales que me sirvieron de mucho para poder llegar hasta el final.

AGRADECIMIENTO

Agradezco primero a Dios, que me permitió cumplir un objetivo más en mi vida, de igual manera a todos los profesores con los que tuve el honor de compartir estos años, aprendiendo de sus conocimientos y vivencias.

También a toda mi familia que estuvo siempre en las buenas y las malas, brindándome todo su cariño y sobre todo su apoyo incondicional, además a todos mis compañeros con los que tuvimos que pasar muchas dificultades y con los que logramos formar un gran vínculo de amistad.

ÍNDICE GENERAL

DECLARACIÓN DE AUTORÍA	i
LICENCIA DE USO NO COMERCIAL	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
ÍNDICE GENERAL	v
ÍNDICE DE FIGURAS	xi
ÍNDICE DE TABLAS	xiii
ÍNDICE DE ANEXOS	xiv
INTRODUCCIÓN	xvii
CAPÍTULO I	1
1.- Antecedentes	1
1.01. Contexto	1
1.02. Justificación	2
1.03. Definición de Problema central (Matriz T)	3
CAPÍTULO II	4
2. Análisis de involucrados	4
2.01. Mapeo de Involucrados	4
2.02. Matriz de Análisis de Involucrados	5
CAPÍTULO III	6
3. Problemas y Objetivos	6

3.01. Árbol de problemas	6
3.02. Árbol de objetivos	7
CAPÍTULO IV	8
4. Análisis de Alternativas	8
4.01. Matriz de Análisis de Alternativas e Identificación de Acciones	8
4.01.01. Tamaño del proyecto.	9
4.01.02. Localización del proyecto.....	10
4.01.03. Análisis Ambiental.	11
4.01.03.01 Impacto Positivo.....	11
4.01.03.02 Impacto Negativo	11
4.02. Análisis de alternativa	12
4.03. Diagrama de estrategias	13
4.04. Construcción de la matriz de marco lógico	14
4.04.01. Revisión de los criterios para los indicadores.....	14
4.04.04. Medios de verificación.	23
4.04.05. Supuestos.	29
4.04.05. Matriz de marco lógico.....	32
CAPÍTULO V	36
5. La Propuesta.....	36
5.01. Antecedentes de la herramienta y perfil de la propuesta.....	36
5.01.01. Marco Teórico.....	36

5.01.01.01	Página web.	36
5.01.01.02	Diseño web.	37
5.01.01.03	Lenguajes web.	37
5.01.01.04	Responsive desing.	37
5.01.01.05	Usabilidad.	38
5.01.01.07	Color.	38
5.01.01.08	Organización.	39
5.01.01.09	Gráficos e iconos.	39
5.01.01.10	Multimedia.	40
5.01.01.11	Modelado 3D.	40
5.02.	Descripción de la Herramienta	40
5.02.01.	Metodología (Materiales y Métodos).	41
5.02.01.01	Encuesta.	41
5.02.01.02	Modelo de encuesta.	42
5.02.01.03	Tabulación de encuestas	43
5.03.	Formulación del proceso de aplicación.	53
5.03.01.	Propósito.	53
5.03.02.	Usuario.	53
5.03.03.	Herramientas.	53
5.03.03.01	Adobe Illustrator.	53
5.03.03.02	Adobe Photoshop.	53

5.03.03.03 Adobe Muse.	53
5.03.03.04 Word.	54
5.03.03.05 Hosting.	54
5.03.03.06 Dominio.	54
5.03.03.07 Hardware.	54
5.03.04. Desarrollo.	55
5.03.04.01 Contenidos.	55
5.03.04.02 Mapa de contenido.	56
5.04. Diseño de interfaz	56
5.04.01. Identidad corporativa.	56
5.04.01.01 Logotipo.	56
5.04.01.02 Aplicaciones de color.	57
5.04.01.03 Aplicación sobre fondos.	58
5.04.01.03 Disposiciones de logotipo.	58
5.04.01.04 Grafimetría.	59
5.04.01.05 Áreas de protección.	59
5.04.01.06 Reducción.	60
5.04.01.07 Opacidad.	60
5.04.02. Papelería Básica.	61
5.04.02.01 Tarjeta de presentación.	61
5.04.02.02 Hoja membretada.	61

5.04.02.03 Carpeta.....	62
5.04.03. Color.....	62
5.04.04. Tipografía.....	63
5.04.05. Botones.....	63
5.04.06. Retícula.....	63
5.05. Producción.....	65
5.05.01. Inicio.....	65
5.05.02. Nosotros.....	65
5.05.03. Secciones.....	66
5.05.04. Galería.....	67
5.05.05. Prioridades.....	67
5.05.06. Contactos.....	68
5.06. Marketing y difusión.....	69
5.06.01 Foda.....	69
5.06.02. Estrategia creativa.....	69
CAPÍTULO VI.....	75
6. Aspectos administrativos.....	75
6.01. Recursos.....	75
6.01.01. Técnicos – tecnológico.....	75
6.01.02. Recursos humanos.....	76
6.01.03. Recursos Económicos.....	76

6.02. Presupuesto.....	77
6.02.01. Gastos operativos.....	78
6.02.02. Aplicación del proyecto.....	78
6.02.03 Cronograma	79
CAPÍTULO VII	80
7. Conclusiones y recomendaciones.....	80
7.01. Conclusiones.....	80
7.02. Recomendaciones	82
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	83
ANEXOS	84

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Mapa de involucrados.....	4
Figura 2. Árbol de Problemas.	6
Figura 3. Árbol de objetivos.	7
Figura 4. Matriz de análisis de alternativa.....	8
Figura 5. Localización del proyecto.....	10
Figura 6. Diagrama de estrategias.	13
Figura 7. Porcentaje de la pregunta 1	43
Figura 8. Porcentaje de la pregunta 2.....	44
Figura 9. Porcentaje de la pregunta 3.....	45
Figura 10. Porcentaje de la pregunta 4.....	46
Figura 11. Porcentaje de la pregunta 5.....	47
Figura 12. Porcentaje de la pregunta 6.....	48
Figura 13. Porcentaje de la pregunta 7.....	49
Figura 14. Porcentaje de la pregunta 8.....	50
Figura 15. Porcentaje de la pregunta 9.....	51
Figura 16. Porcentaje de la pregunta 10.....	52
Figura 17. Tabla de contenidos.....	56
Figura 18. Diseño de logo.....	57
Figura 19. Aplicaciones de color.....	57
Figura 20. Aplicación sobre fondos.....	58
Figura 21. Disposiciones de logotipo.....	58
Figura 22. Grafimetría.....	59
Figura 23. Áreas de protección.....	59

Figura 24. Reducción.....	60
Figura 25. Opacidad.	60
Figura 26. Diseño de tarjeta de presentación.	61
Figura 27. Diseño hoja membretada.....	61
Figura 28. Diseño de carpeta.	62
Figura 29. Colores de la institución.....	62
Figura 30. Diseño de botones.....	63
Figura 31. Diseño de retículas.....	64
Figura 32. Diseño de inicio.....	65
Figura 33. Diseño nosotros.	66
Figura 34. Diseño de secciones.	66
Figura 35. Diseño de instalaciones.....	67
Figura 36. Diseño de prioridades.	67
Figura 37. Diseño de contactos.	68
Figura 38. Foda de marketing.	69
Figura 39. Cuenta Facebook.	70
Figura 40. Cuenta Instagram.....	70
Figura 41. Arte Facebook.	71
Figura 42. Arte Instagram.....	71
Figura 43. Arte flyer.....	72
Figura 44. Arte Roll up.....	73

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Análisis de las fuerzas T del centro educativo Aristóteles, 2019.	3
Tabla 2. Matriz de Análisis de Involucrados	5
Tabla 3. Análisis de alternativa	12
Tabla 4. Revisión de los criterios para los indicadores	14
Tabla 5. Selección de indicadores	19
Tabla 6. Medios de verificación.....	23
Tabla 7. Supuestos.....	29
Tabla 8. Matriz de marco lógico	32
Tabla 9. Tabla de encuesta, pregunta 1	43
Tabla 10. Tabla de encuesta, pregunta 2	44
Tabla 11. Tabla de encuesta, pregunta 3	45
Tabla 12. Tabla de encuesta, pregunta 4	46
Tabla 13. Tabla de encuesta, pregunta 5	47
Tabla 14. Tabla de encuesta, pregunta 6	48
Tabla 15. Tabla de encuesta, pregunta 7	49
Tabla 16. Tabla de encuesta, pregunta 8	50
Tabla 17. Tabla de encuesta, pregunta 9	51
Tabla 18. Tabla de encuesta, pregunta 10.....	52
Tabla 19. Tabla de Flow chart	74
Tabla 20. Gastos operativos.....	77
Tabla 21. Aplicación de proyecto	78
Tabla 22. Tabla de actividades realizadas	79

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Carta de la Institución.....	84
Anexo 2. Informe de URKUND.	85
Anexo 3. Bitácora de Trabajo de Integración Curricular.	86
Anexo 4. Orden de Empastado.	88

RESUMEN

La elaboración de una página web para el centro educativo Aristóteles, ubicado en el sur de la Ciudad de Quito, servirá como un medio de información en el cual se podrá observar datos que ayuden a las personas interesadas en la institución. Teniendo en cuenta que en la actualidad la tecnología avanza a pasos agigantados, y que cualquier persona puede tener acceso a todo tipo de contenido desde un dispositivo móvil que tenga acceso a internet, se optó por utilizar medios digitales como la mejor opción para que el grupo objetivo pueda conocer todo acerca del centro educativo Aristóteles, sin la necesidad de ir personalmente hacia el establecimiento, ayudándolos a optimizar su tiempo. El diseño de una página web para una institución educativa tiene que ser sobrio y elegante, ya que a través de ella se da a conocer todo lo que la entidad representa, por lo que el contenido y todos sus elementos, tiene que estar ubicados de tal forma que quien lo visite tenga una experiencia agradable y que ante todo le pueda servir.

Palabras clave: Página web, información, centro educativo, educación de calidad.

ABSTRACT

The development of a web page for the Aristotle educational center, located in the south of the City of Quito, will serve as a means of information in which you can see data that helps people interested in the institution. Taking into account that technology is currently advancing by leaps and bounds, and anyone can have access to all types of content from a mobile device that has access to the internet, choose to use digital media as the best option for the target group to know all about the Aristotle educational center, without the need to go personally to the establishment, helping them to optimize their time. The design of a web page for an educational institution has to be sober and elegant, since through it everything that the entity represents is made known, so that the content and all its elements, must be located in such so that who visits it has a pleasant experience and that above all it can serve you.

Keywords: Web page, information, school, quality education

INTRODUCCIÓN

El presente Proyecto trata de la importancia que en la actualidad tienen los medios digitales y en especial el poseer una página web, tomando en cuenta que es esencial para poder comunicar toda la información y atributos de una empresa o institución a personas interesadas en sus productos o servicios.

Mediante la elaboración de la página web se estima que el posicionamiento de la institución mejore en el grupo objetivo, así como también la imagen que el centro educativo transmite a la población de su entorno.

El desinterés que la mayoría de autoridades en centros educativos tiene hacia los medios digitales es debido al desconocimiento del alcance que pueden llegar a tener, con una buena estrategia puede ser una herramienta muy útil para poder persuadir a la población.

Sabiendo que hoy en día la mayoría de personas tienen acceso a todo tipo de contenido a través de sus dispositivos móviles, les permite visualizar información en cualquier lugar, es por eso que el estar presente en un sitio web ayudará no solo al reconocimiento del centro educativo sino también al crecimiento tanto académico como estructural.

Capítulo I

1.- Antecedentes

1.01. Contexto

Las grandes oportunidades y beneficios que nos brinda la tecnología, permite mostrar información a cualquier tipo de persona y en cualquier parte del mundo, poseer un sitio web ayuda en gran manera a una institución o empresa a presentar sus servicios o productos de una forma creativa.

El diseño web es una de las disciplinas del diseño, entre las que se encuentra también el diseño gráfico, que constituye una de las funciones creativas más elementales del marketing por Internet y que tiene por objetivo la producción de sitios web. El propósito del diseño web no sólo es lograr un efecto visual agradable y armonía entre los distintos elementos que integran un sitio web, sino también alcanzar un óptimo desempeño en su operación y el máximo nivel de exposición posible para cumplir satisfactoriamente con la función de promoción para que son creados los sitios (Milenium, 2019).

En el mundo actual en el que vivimos la mayoría de personas son altamente influenciadas por el contenido visual que se les presenta en medios digitales, es por eso que exhibir las instalaciones de una institución mediante un diseño en 3d logrará impactar de mayor manera al grupo objetivo al que se desea llegar, permitiéndoles conocer su infraestructura sin la necesidad de estar presente.

El modelado 3D tiene varios factores que marcan la diferencia con respecto a los métodos tradicionales. Supone un ahorro de tiempo y energía con respecto a los modelos de las campañas de marketing de antaño. Las ventajas del modelado 3D van más allá del ahorro, y tienen que ver más con el incremento de la potencialidad artística a la hora de crear objetos desde cero (Renderegi, 2019).

La educación primaria y secundaria es la base para poder formar profesionales de alto nivel y realizarlo en un centro educativo en donde se demuestre que están a la par con la tecnología, da seguridad y confianza. Ya que además de ofrecer una educación de calidad, se da a notar por su innovación al introducirse en los medios digitales con el fin de presentar información acerca de la institución.

1.02. Justificación

El tener un sitio web en donde se presente toda la información necesaria acerca la de institución, ayudará enormemente a que las personas interesadas en la misma, puedan resolver todas sus inquietudes y les facilite a tomar una decisión al momento de escoger que centro educativo se apega de mejor manera a sus necesidades.

Hoy en día el contenido digital se lo puede visualizar en todos los dispositivos móviles, ya sean celulares, tablets o laptops; esto refleja que cualquier tipo de persona tiene acceso a la información e inclusive puede interactuar con la misma, de tal manera que se puede concretar la adquisición de un producto o servicio sin estar presente.

El estar a la par con la tecnología y aprovechar todas las oportunidades que esta nos brinda, no solo ayuda a mejorar el posicionamiento de una unidad educativa, sino también ayuda a diferenciarse del resto, generando confianza en nuestros usuarios al poder presentar toda la información y los beneficios que le puede ofrecer a sus estudiantes. Es fundamental que una vez creado un sitio web se lo de mantenimiento con el fin de tener a nuestro grupo objetivo al tanto de todo lo que pueda suceder en torno a la institución.

Presentar las instalaciones del establecimiento con un modelado en 3D, dando de esta forma un plus al sitio web, ya que el usuario no necesita estar presente para poder conocer toda la infraestructura con las que cuenta la institución.

1.03. Definición de Problema central (Matriz T)

En la siguiente tabla se definirá los principales problemas y situaciones por los que atraviesa la institución.

Tabla 1. *Análisis de las fuerzas T del centro educativo Aristóteles, 2019.*

Análisis de las Fuerzas T					
Situación Empeorada	Situación Actual				Situación Mejorada
Desconocimiento total por parte del grupo objetivo, de la infraestructura y servicios educativos que posee la institución Aristóteles.	Carente información presentada al grupo objetivo por parte de la institución Aristóteles.				Incremento en información y conocimiento sobre infraestructura y servicios educativos que posee la institución Aristóteles..
Fuerza Impulsadora	I	PC	I	PC	Fuerza Bloqueadora
Incremento del interés por la información por parte de las autoridades de la institución.	3	4	5	3	Desinterés del proyecto por parte de las autoridades.
Generar contenido visual con el que los usuarios puedan interactuar.	3	4	5	2	Escaza información de la unidad educativa.
Recopilar opiniones de mejora por parte de docentes y estudiantes.	2	5	4	3	Prohibir el ingreso a la institución para la recopilación de datos.
Colaboración por parte de todos los que conforman la unidad educativa.	3	5	4	3	Falta de apoyo de las personas que son parte de la institución.

Nomenclatura I = Impacto y PC = Potencial de cambio.

Elaborado por: Diego Chicaiza

Capítulo II

2. Análisis de involucrados

2.01. Mapeo de Involucrados

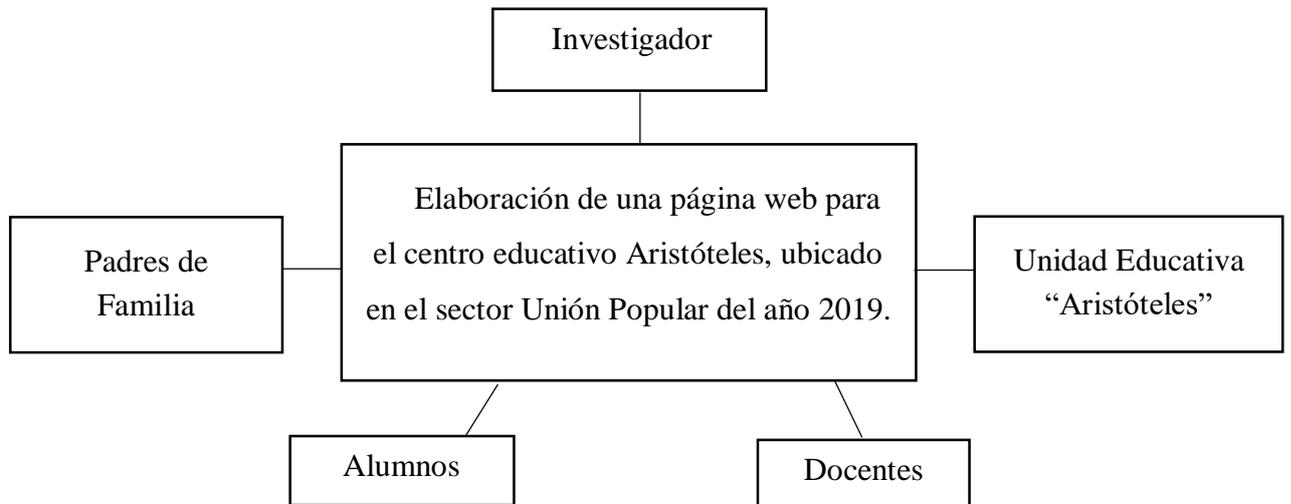


Figura 1. *Mapa de involucrados.*

Elaborado por: Diego Chicaiza

2.02. Matriz de Análisis de Involucrados

Tabla 2. *Matriz de Análisis de Involucrados*

Actores involucrados	Interés sobre el problema	Problemas percibidos	Recursos mandatos y capacidades	Interés sobre el proyecto	Conflicto potencial
Investigador	Recopilar información sobre la institución	Carente información	Recursos Humanos Materiales	Presentar de mejor manera la información de la institución	Desinterés en el transcurso del proyecto
Unidad educativa “Aristóteles”	Brindar información de la institución	Escasa información en medios digitales	Recursos Humanos Financieros	Mostrar la información de la institución en medios digitales	Bajos recursos económicos
Docentes	Ofrecer información acerca de la institución	Nula información en la web	Recursos Humanos Tecnológicos Intelectuales	Dar una mejor información a los interesados.	Desinterés por parte de los docentes
Alumnos	Cooperar con la institución	Escasa comunicación por parte de la institución	Recursos Humanos Tecnológicos Intelectuales	Interactuar con la institución	Escaso apoyo al proyecto
Padres de familia	Obtener la ayuda necesaria de la institución	Limitada información	Recursos Humanos Financieros	Conocer las actividades de la institución	Desconocimiento de medios digitales

Elaborado por: Diego Chicaiza

Capítulo III

3. Problemas y Objetivos

3.01. Árbol de problemas

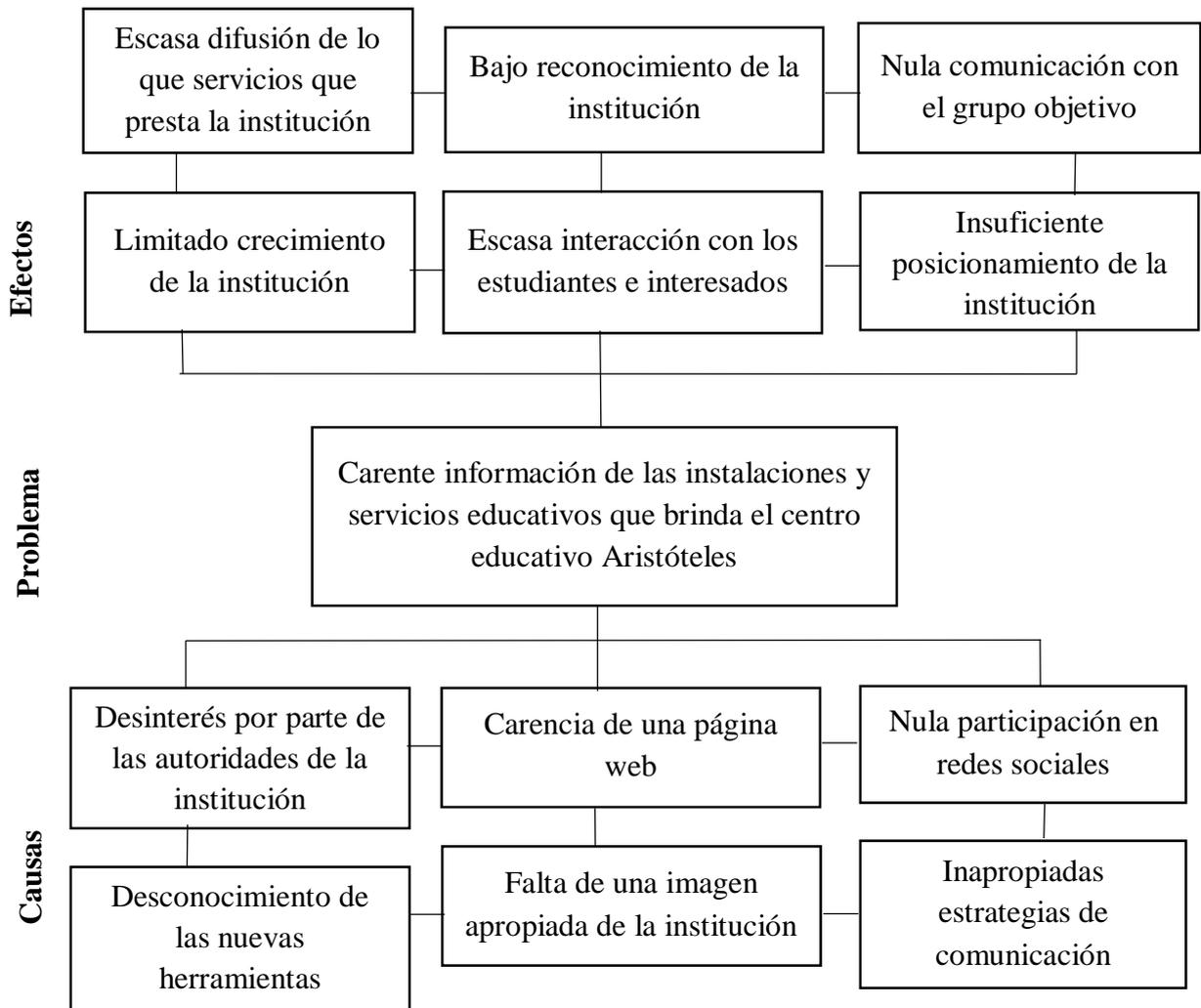


Figura 2. *Árbol de Problemas.*

Elaborado por: Diego Chicaiza

3.02. Árbol de objetivos

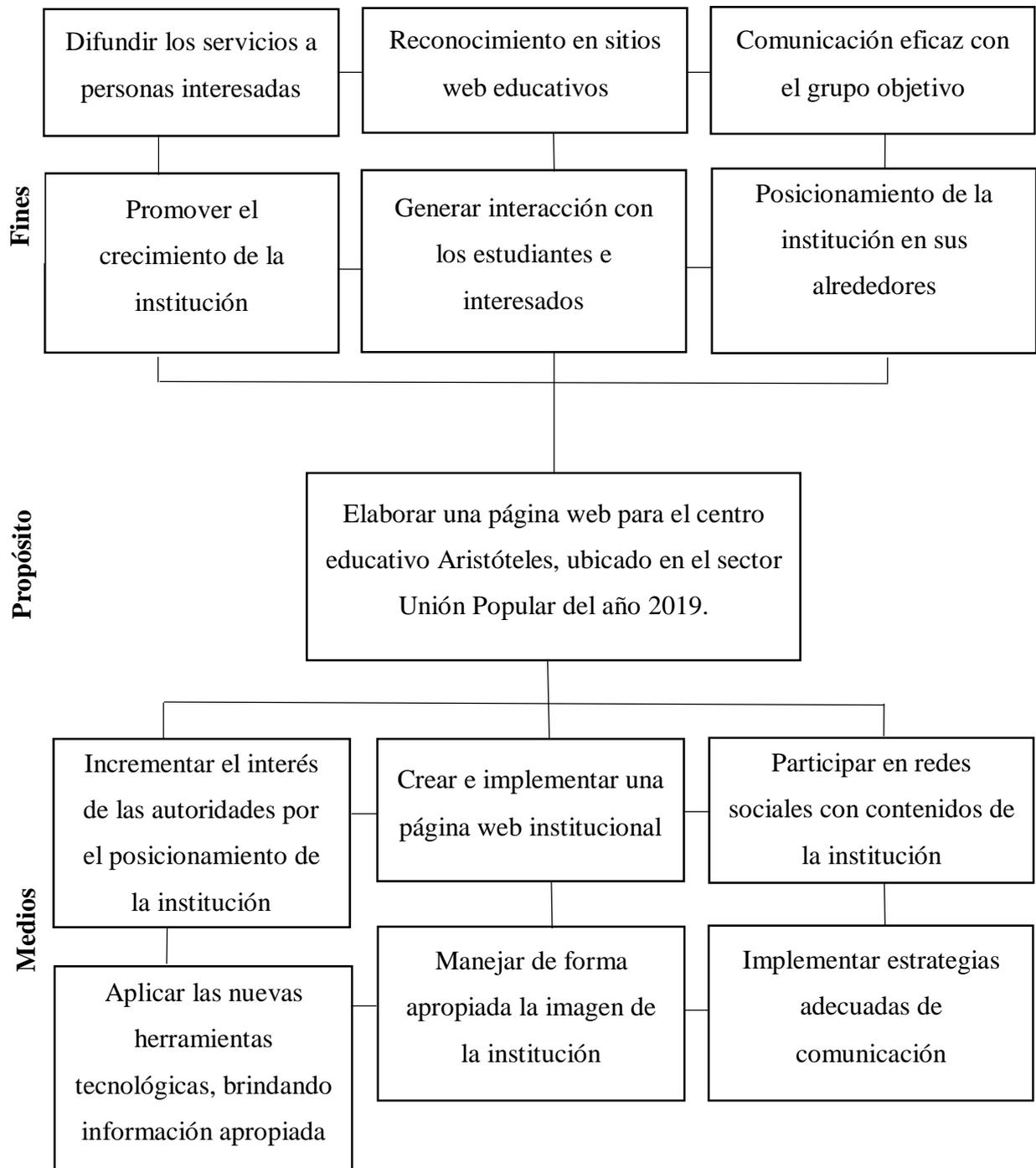


Figura 3. Árbol de objetivos.

Elaborado por: Diego Chicaiza

Capítulo IV

4. Análisis de Alternativas

4.01. Matriz de Análisis de Alternativas e Identificación de Acciones

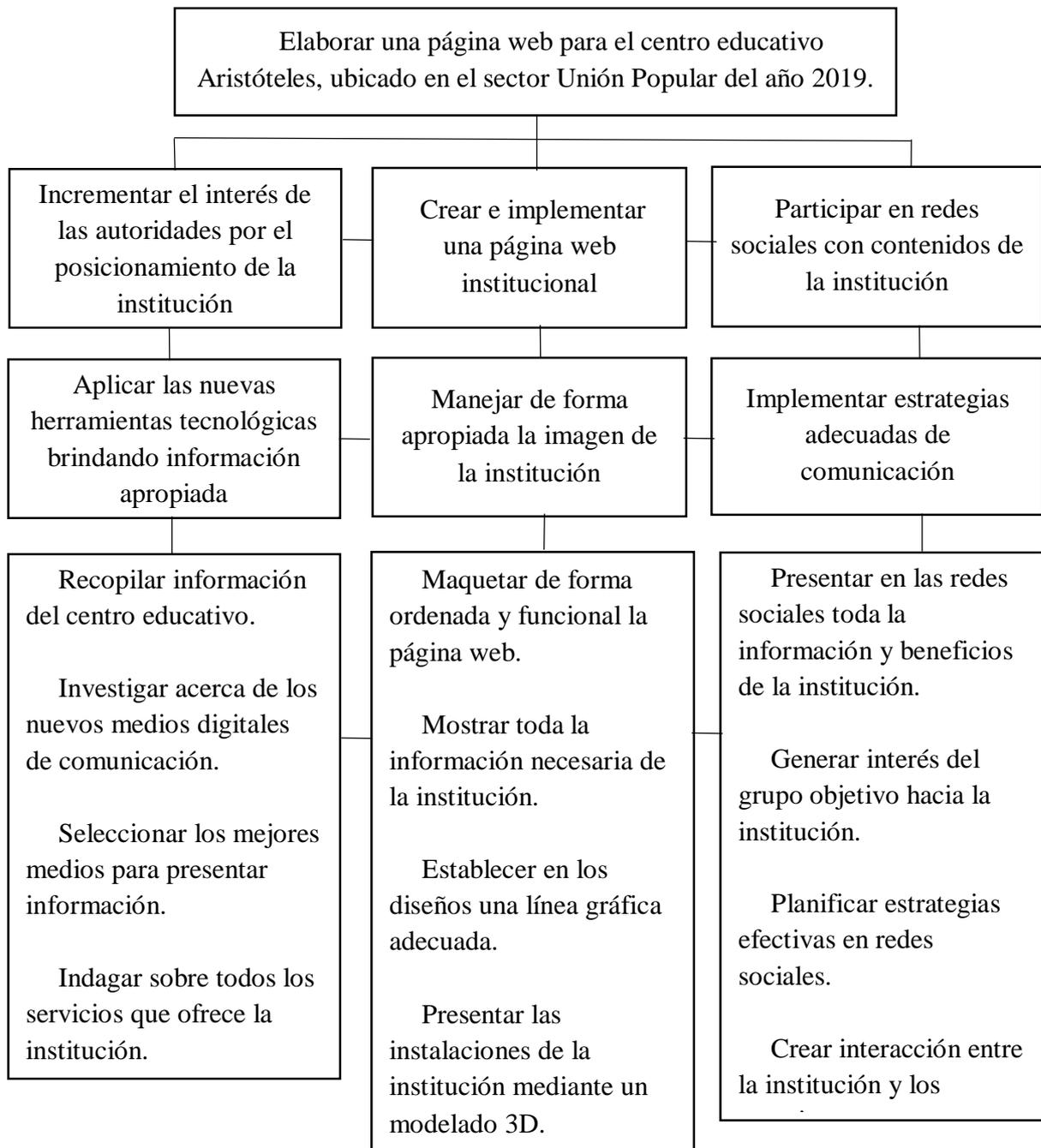


Figura 4. Matriz de análisis de alternativa.

Elaborado por: Diego Chicaiza

4.01.01. Tamaño del proyecto.

El presente proyecto va dirigido tanto a jóvenes como a padres de familia interesados en un centro educativo de calidad, que vivan en el sur de la Ciudad de Quito, con un nivel socioeconómico medio y medio alto.

Con la realización de este proyecto se espera lograr el reconocimiento del centro educativo Aristóteles, en sus alrededores y en gran parte del sector sur de la ciudad. Generando un alto impacto en el grupo objetivo e incentivando a conocer las instalaciones de la institución.

En la ciudad de Quito existen 2'644.145 de habitantes por lo que se tomará un pequeño porcentaje equivalente al 9% del mismo a fin de conseguir la muestra para el proyecto. La encuesta se realizará en el sector sur de la Ciudad de Quito, y con los moradores aledaños a la institución, siendo un total aproximado de 237973 personas (INEC, 2017).

Fórmula

$$N \cdot p \cdot q \cdot Z^2$$

$$n = \frac{E^2 (N-1) + Z^2 \cdot p \cdot q}{}$$

De donde:

$$Z = (\text{nivel de confianza}) 95\% = 1,96$$

$$p = (\text{probabilidad de éxito}) 50\% = 0,5$$

$$q = (\text{probabilidad de fracaso}) 50\% = 0,5$$

$$e = \text{Límite de error muestral } 5\% = 0,05$$

$$N (\text{población}) 237973$$

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot 237973 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{(0,05)^2 (237973-1) + (1,96)^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}$$

$$n = \frac{3,84 \cdot 237973 \cdot 0,25}{0,0025 (237972) + 0,96}$$

$$n = \frac{228454,08}{595,89}$$

$$n = 383$$

La recolección de información se la realizará a 383 personas.

4.01.02. Localización del proyecto.

El centro educativo se encuentra ubicado en la provincia de Pichincha, Ciudad de Quito, sector Unión Popular, en las calles Río Causmal y Río Pisco.

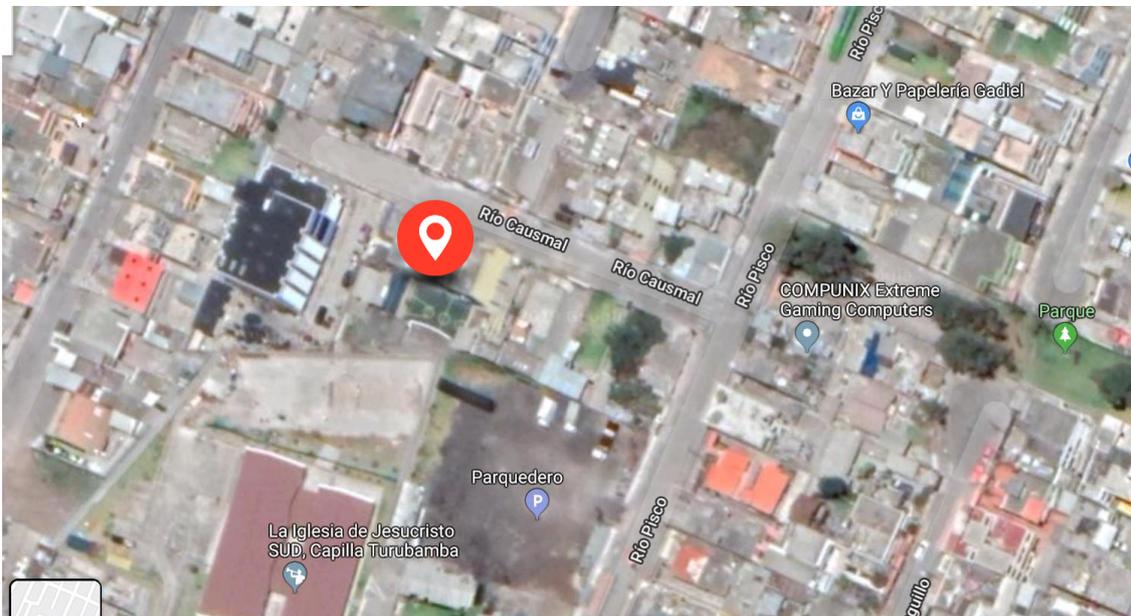


Figura 5. Localización del proyecto.

Fuente:(google maps)

4.01.03. Análisis Ambiental.

El proyecto que se está llevando a cabo tendrá un bajo impacto ambiental; aunque se utilice materiales impresos como flyers, afiches y roll up, no se los reproducirá en grandes cantidades y solo se lo empleará como apoyo para la difusión del sitio web.

4.01.03.01 Impacto Positivo

El impacto positivo que se logrará con el proyecto será tanto social como económico, ya que se conseguirá ayudar a cientos de estudiantes a poder escoger un centro educativo de calidad y que el mismo obteniendo ingresos suficientes para poder seguir innovando sus instalaciones y servicios.

Como además por ser en soportes digitales no afecta medio ambiente teniendo en cuenta que sus pocos elementos impresos publicitarios son mínimos.

4.01.03.02 Impacto Negativo

El impacto negativo se lo podrá reflejar en las impresiones que se tendrán que hacer para poder presentar los avances del proyecto, flyers, afiches y Roll ups, desperdiciando, material que es extraído de los árboles y que se lo debe utilizar de manera consciente, con el fin de poder disminuir la deforestación.

4.02. Análisis de alternativa

Tabla 3. *Análisis de alternativa*

Objetivos	Impacto sobre el Propósito	Fact. Técnica	Fact. Financiera	Fact. Social	Fact. Política	T.	Cat.
Incrementar el interés de las autoridades por el posicionamiento de la institución.	5	5	4	5	4	23	Alto
Aplicar las nuevas herramientas tecnológicas, brindando información apropiada.	5	4	4	5	4	22	Alto
Crear e implementar una página web institucional	5	5	5	5	5	25	Alto
Manejar de forma apropiada la imagen de la institución.	5	5	5	5	4	24	Alto
Participar en redes sociales con contenidos de la institución.	5	5	5	5	5	25	Alto
Implementar estrategias adecuadas de comunicación	5	4	4	4	5	22	Alto

Alta= 21-25 Media= 16-20 Baja= 15-0

Fact.= Factibilidad T.=Total Cat.= Categoría

Elaborado por: Diego Chicaiza

4.03. Diagrama de estrategias

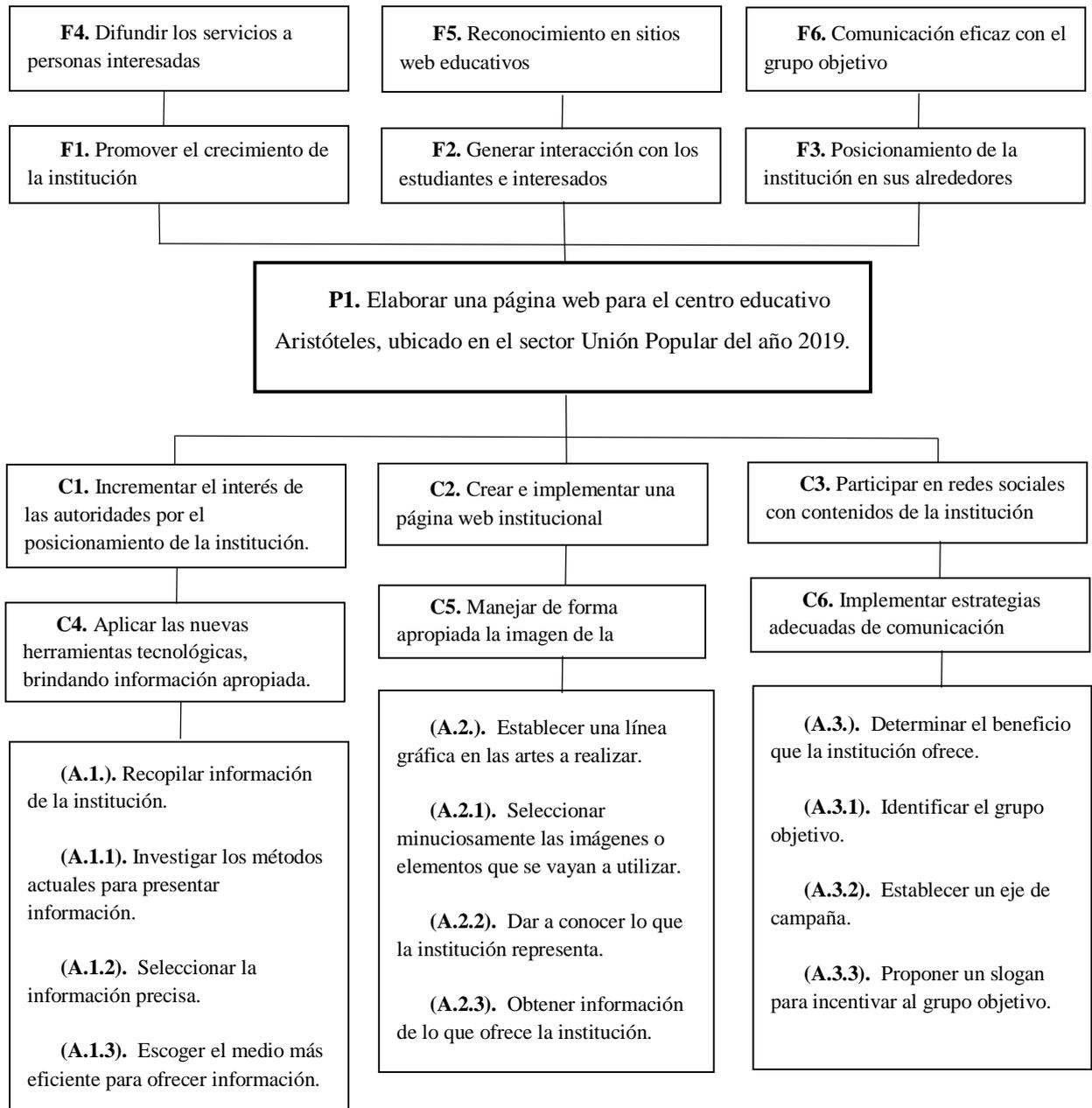


Figura 6. Diagrama de estrategias.

Elaborado por: Diego Chicaiza

4.04. Construcción de la matriz de marco lógico

4.04.01. Revisión de los criterios para los indicadores.

Tabla 4. *Revisión de los criterios para los indicadores*

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	META				
			Cantidad	Calidad	Tiempo	Lugar	Grupo Social
Fines	F1. Promover el crecimiento de la institución	Al finalizar el primer año de funcionamiento de la página web, la institución crecerá estructuralmente en un 25 %	25%	Alta	6 meses	Ciudad de Quito	Hombres y mujeres de 15-45 años Medio / Medio Alto
	F2. Generar interacción con los estudiantes e interesados	Incrementar la interacción con los usuarios en un 80 %	80%	Alta	2 mes	Ciudad de Quito	Hombres y mujeres de 15-45 años Medio / Medio Alto
	F3. Posicionamiento de la institución en sus alrededores	Ampliar el reconocimiento de la institución en un 90 %	90%	Alta	3 meses	Ciudad de Quito	Hombres y mujeres de 15-45 años Medio / Medio Alto
	F4. Difundir los servicios a personas interesadas	Presentar la información necesaria a las personas que lo soliciten	120	Alta	2 meses	Ciudad de Quito	Hombres y mujeres de 15-45 años Medio / Medio Alto
	F5. Reconocimiento en sitios web educativos	Incrementar el reconocimiento en medios digitales en un 80 %	80%	Alta	1 mes	Ciudad de Quito	Hombres y mujeres de 15-45 años Medio / Medio Alto
	F6. Comunicación eficaz con el grupo objetivo.	Presentar información clara y precisa a nuestro grupo objetivo.	110	Alta	2 meses	Ciudad de Quito	Hombres y mujeres de 15-45 años Medio / Medio Alto

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Meta				
			Cantidad	Calidad	Tiempo	Lugar	Grupo Social
Propósito	P1. Elaborar una página web para el centro educativo Aristóteles, ubicado en el sector Unión Popular del año 2019	Aceptación de la página web en un 90 %	90 %	Alta	2 meses	Ciudad de Quito	Hombres y mujeres de 15-45 años Medio / Medio Alto
	C1. Incrementar el interés de las autoridades por el posicionamiento de la institución.	Contribuir con el posicionamiento de la institución en un 95 %	95%	Alta	6 meses	Ciudad de Quito	Hombres y mujeres de 15-45 años Medio / Medio Alto
	C2. Crear e implementar una página web institucional	Destacarse del resto de los sitios web de las demás instituciones en un 90 %	90%	Alta	1 mes	Ciudad de Quito	Hombres y mujeres de 15-45 años Medio / Medio Alto
	C3 Participar en redes sociales con contenidos de la institución	Generar contenidos que tengan gran impacto e interacción con los usuarios en un 95 %	95%	Alta	6 meses	Ciudad de Quito	Hombres y mujeres de 15-45 años Medio / Medio Alto
Componentes	C4. Aplicar las nuevas herramientas tecnológicas, brindando información apropiada.	Recopilar la información más relevante de la institución que se va a presentar.	1	Alta	1 semana	Ciudad de Quito	Hombres y mujeres de 15-45 años Medio / Medio Alto

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Meta				
			Cantidad	Calidad	Tiempo	Lugar	Cantidad
Componentes	C5. Manejar de forma apropiada la imagen de la institución	Mostrar una concordancia entre el contenido a presentar y lo que representa la institución en un 80 %	80 %	Medio	6 meses	Ciudad de Quito	Hombres y mujeres de 15-45 años Medio / Medio Alto
	C6. Implementar estrategias adecuadas de comunicación	Proponer una estrategia efectiva que permita comunicar de manera eficaz en un 90 %	90 %	Alta	1 mes	Ciudad de Quito	Hombres y mujeres de 15-45 años Medio / Medio Alto
Actividades	A1. Recopilar información de la institución.	Reunir todos los datos informativos que se vayan a presentar	1	Alta	5 días	Ciudad de Quito	Hombres y mujeres de 15-45 años Medio / Medio Alto
	A1.1. Investigar los métodos actuales para presentar información.	Conocer todos los medios en donde se puede presentar toda la información de la institución.	1	Alta	1 mes	Ciudad de Quito	Hombres y mujeres de 15-45 años Medio / Medio Alto
	A1.2. Seleccionar la información precisa.	Una vez culminado el proyecto se logra presentar la información esencial en un 90%	90 %	Alta	6 meses	Ciudad de Quito	Hombres y mujeres de 15-45 años Medio / Medio Alto

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Meta				
			Cantidad	Calidad	Tiempo	Lugar	Cantidad
Actividades	A1.3. Escoger el medio más eficiente para ofrecer información.	Definir cuál medio será el principal para presentar toda la información.	1	Alta	3 días	Ciudad de Quito	Hombres y mujeres de 15-45 años Medio / Medio Alto
	A2 Establecer una línea gráfica en las artes a realizar.	Conseguir el reconocimiento de los usuarios al utilizar una misma línea grafica en todas las artes a realizarse en un 95 %	95 %	Media	6 meses	Ciudad de Quito	Hombres y mujeres de 15-45 años Medio / Medio Alto
	A2.1. Seleccionar minuciosamente las imágenes o elementos que se vayan a utilizar	Definir de manera adecuada el contenido que se vaya a presentar generando el interés de las personas en un 80%	80%	Alta	3 meses	Ciudad de Quito	Hombres y mujeres de 15-45 años Medio / Medio Alto
	A2.2. Dar a conocer lo que la institución representa.	Relacionar todo el contenido con lo que la institución representa.	1	Media	1 mes	Ciudad de Quito	Hombres y mujeres de 15-45 años Medio / Medio Alto
	A2.3. Obtener información de lo que ofrece la institución.	Recompilar todos los servicios que la institución brinda a su grupo objetivo.	1	Alta	5 días	Ciudad de Quito	Hombres y mujeres de 15-45 años Medio / Medio Alto

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Meta				
			Cantidad	Calidad	Tiempo	Lugar	Cantidad
Actividades	A.3 Determinar el beneficio que la institución ofrece	Tener presente el beneficio que la institución quiere dar a conocer a sus estudiantes e interesados.	1	Alta	3 días	Ciudad de Quito	Hombres y mujeres de 15-45 años Medio / Medio Alto
	A.3.1 Identificar el grupo objetivo.	Conocer detalladamente al grupo objetivo a quien se va a dirigir en un 90 %	90 %	Alta	3 semanas	Ciudad de Quito	Hombres y mujeres de 15-45 años Medio / Medio Alto
	A.3.2 Establecer un eje de campaña	Al terminar el presente proyecto todo el contenido debe basarse en un mismo eje de campaña.	1	Alta	6 meses	Ciudad de Quito	Hombres y mujeres de 15-45 años Medio / Medio Alto
	A3.3. Proponer un slogan para incentivar al grupo objetivo	Lograr a través de un slogan la persuasión del grupo objetivo en un 90%	90%	Alta	6 meses	Ciudad de Quito	Hombres y mujeres de 15-45 años Medio / Medio Alto

Elaborado por: Diego Chicaiza

Tabla 5. Selección de indicadores

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Clasificación de Indicador						
			A	B	C	D	E	Puntaje	Selección
Finalidades	F1. Promover el crecimiento de la institución	Al finalizar el primer año de funcionamiento de la página web, la institución crecerá estructuralmente en un 25 %	X	X	X	X	X	5	Alto
	F2. Generar interacción con los estudiantes e interesados	Incrementar la interacción con los usuarios en un 80 %	X	X	X	X	X	5	Alto
	F3. Posicionamiento de la institución en sus alrededores	Ampliar el reconocimiento de la institución en un 90 %	X	X	-	X	X	4	Alto
	F4. Difundir los servicios a personas interesadas	Presentar la información necesaria a las personas que lo soliciten	X	X	-	X	X	4	Alto
	F5. Reconocimiento en sitios web educativos	Incrementar el reconocimiento en medios digitales en un 80 %	X	X	X	X	X	5	Alto
	F6. Comunicación eficaz con el grupo objetivo.	Presentar información clara y precisa a nuestro grupo objetivo.	X	X	X	X	X	5	Alto
Propósito	P1. Elaboración de una página web para el centro educativo Aristóteles, ubicado en el sector Unión Popular del año 2019	Aceptación de la página web en un 90 %	X	X	X	X	X	5	Alto

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Clasificación de Indicador						
			A	B	C	D	E	Puntaje	Selección
Componentes	C1. Incrementar el interés de las autoridades por el posicionamiento de la institución.	Contribuir con el posicionamiento de la institución en un 95 %	X	X	X	X	X	5	Alto
	C2. Crear e implementar una página web institucional	Destacarse del resto de los sitios web de las demás instituciones en un 90 %	X	X	X	X	X	5	Alto
	C3 Participar en redes sociales con contenidos de la institución	Generar contenidos que tengan gran impacto e interacción con los usuarios en un 95 %	X	X	X	X	X	5	Alto
	C4. Aplicar las nuevas herramientas tecnológicas, brindando información apropiada.	Recopilar la información más relevante de la institución que se va a presentar.	X	X	-	X	X	4	Alto
	C5. Manejar de forma apropiada la imagen de la institución	Mostrar una concordancia entre el contenido a presentar y lo que representa la institución en un 80 %	X	X	-	X	X	4	Alto
	C6. Implementar estrategias adecuadas de comunicación	Proponer una estrategia efectiva que permita comunicar de manera eficaz en un 90 %	X	X	X	X	X	5	Alto

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Clasificación de Indicador						
			A	B	C	D	E	Puntaje	Selección
Acciones	A1. Recopilar información de la institución.	Reunir todos los datos informativos que se vayan a presentar	X	X	X	X	X	5	Alto
	A1.1. Investigar los métodos actuales para presentar información.	Conocer todos los medios en donde se puede presentar toda la información de la institución.	X	X	X	X	X	5	Alto
	A1.2. Seleccionar la información precisa.	Una vez culminado el proyecto se logra presentar la información esencial en un 90%	X	X	X	X	X	5	Alto
	A1.3. Escoger el medio más eficiente para ofrecer información.	Definir cuál medio será el principal para presentar toda la información.	X	X	-	X	X	4	Alto
	A2 Establecer una línea gráfica en las artes a realizar.	Conseguir el reconocimiento de los usuarios al utilizar una misma línea grafica en todas las artes a realizarse en un 95 %	X	X	X	X	X	5	Alto
	A2.1. Seleccionar minuciosamente las imágenes o elementos que se vayan a utilizar	Definir de manera adecuada el contenido que se vaya a presentar generando el interés de las personas en un 80%	X	X	X	X	X	5	Alto

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Clasificación de Indicador						
			A	B	C	D	E	Puntaje	Selección
Acciones	A2.2. Dar a conocer lo que la institución representa.	Relacionar todo el contenido con lo que la institución representa.	X	X	X	X	X	5	Alto
	A2.3. Obtener información de lo que ofrece la institución.	Recompilar todos los servicios que brinda a su grupo objetivo.	X	X	X	X	X	5	Alto
	A.3 Determinar el beneficio que la institución ofrece	Tener presente el beneficio que la institución quiere dar a conocer a sus estudiantes e interesados.	X	X	X	X	X	5	Alto
	A.3.1 Identificar el grupo objetivo.	Conocer detalladamente al grupo objetivo a quien se va a dirigir en un 90 %	X	X	X	X	X	5	Alto
	A.3.2 Establecer un eje de campaña	Al terminar el presente proyecto todo el contenido debe basarse en un mismo eje de campaña.	X	X	X	X	X	5	Alto
	A3.3. Proponer un slogan para incentivar al grupo objetivo	Lograr a través de un slogan la persuasión del grupo objetivo en un 90%	X	-	X	X	X	4	Alto

A: Es claro, B: Existe información disponible, C: Es tangible y se puede observar D: La tarea de recolectar datos está al alcance y no requiere expertos, E: Es representativo
 Tabla Nª 5: Selección de indicadores Por otro lado, para la selección se ha utilizado los siguientes valores: 4 y 5 = alta, 2 y 3 = media y 0 y 1 = baja.

Elaborado por: Diego Chicaiza

4.04.04. Medios de verificación.

Tabla 6. *Medios de verificación*

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de verificación				
			Fuentes de información	Método de recolección	Método de análisis	Frecuencia de recolección	Responsable
Finalidades	F1. Promover el crecimiento de la institución	Al finalizar el primer año de funcionamiento de la página web, la institución crecerá estructuralmente en un 25 %	Fuente secundaria	Observación	Cualitativo	6 meses	Investigador
	F2. Generar interacción con los estudiantes e interesados	Incrementar la interacción con los usuarios en un 80 %	Fuente primaria	Encuesta	Cuantitativo	2 meses	Investigador
	F3. Posicionamiento de la institución en sus alrededores	Ampliar el reconocimiento de la institución en un 90 %	Fuente secundaria	Encuesta	Cuantitativo	3 meses	Investigador
	F4. Difundir los servicios a personas interesadas	Presentar la información necesaria a las personas que lo soliciten	Fuente primaria	Entrevista	Cualitativo	2 meses	Investigador
	F5. Reconocimiento en sitios web educativos	Incrementar el reconocimiento en medios digitales en un 80 %	Fuente primaria	Observación	Cuantitativo	1 mes	Investigador
	F6. Comunicación eficaz con el grupo objetivo.	Presentar información clara y precisa a nuestro grupo objetivo.	Fuente primaria	Encuesta	Cualitativo	2 meses	Investigador

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de verificación				
			Fuentes de información	Método de recolección	Método de análisis	Frecuencia de recolección	Responsable
Componentes	P1. Elaboración de una página web para el centro educativo Aristóteles, ubicado en el sector Unión Popular del año 2019	Aceptación de la página web en un 90 %	Fuente secundaria	Observación	Cuantitativo	2 meses	Investigador
	C1. Incrementar el interés de las autoridades por el posicionamiento de la institución.	Contribuir con el posicionamiento de la institución en un 95 %	Fuente secundaria	Encuesta	Cuantitativo	6 meses	Investigador
	C2. Crear e implementar una página web institucional	Destacarse del resto de los sitios web de las demás instituciones en un 90 %	Fuente primaria	Observación	Cualitativo	1 mes	Investigador
	C3 Participar en redes sociales con contenidos de la institución	Generar contenidos que tengan gran impacto e interacción con los usuarios en un 95 %	Fuente primaria	Observación	Cuantitativo	6 meses	Investigador

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de verificación				
			Fuentes de información	Método de recolección	Método de análisis	Frecuencia de recolección	Responsable
Componentes	C4. Aplicar las nuevas herramientas tecnológicas, brindando información apropiada.	Recopilar la información más relevante de la institución que se va a presentar.	Fuente primaria	Observación	Cualitativo	1 semana	Investigador
	C5. Manejar de forma apropiada la imagen de la institución	Mostrar una concordancia entre el contenido a presentar y lo que representa la institución en un 80 %	Fuente secundaria	Encuesta	Cualitativo	6 meses	Investigador
	C6. Implementar estrategias adecuadas de comunicación	Proponer una estrategia efectiva que permita comunicar de manera eficaz en un 90 %	Fuente primaria	Observación	Cuantitativo	1 mes	Investigador
Acciones	A1. Recopilar información de la institución.	Reunir todos los datos informativos que se vayan a presentar	Fuente secundaria	Entrevista	Cualitativo	5 días	Investigador

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de verificación				
			Fuentes de información	Método de recolección	Método de análisis	Frecuencia de recolección	Responsable
Acciones	A1.1. Investigar los métodos actuales para presentar información	Conocer todos los medios en donde se puede presentar toda la información de la institución.	Fuente secundaria	Documentación	Cualitativo	1 mes	Investigador
	A1.2. Seleccionar la información precisa.	Una vez culminado el proyecto se logra presentar la información esencial en un 90%	Fuente secundaria	Observación	Cualitativo	6 meses	Investigador
	A1.3. Escoger el medio más eficiente para ofrecer información	Definir cuál medio será el principal para presentar toda la información.	Fuente primaria	Observación	Cualitativo	3 días	Investigador
	A2 Establecer una línea gráfica en las artes a realizar.	Conseguir el reconocimiento de los usuarios al utilizar una misma línea gráfica en todas las artes a realizarse en un 95 %	Fuente primaria	Encuesta	Cuantitativo	6 meses	Investigador

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de verificación				
			Fuentes de información	Método de recolección	Método de análisis	Frecuencia de recolección	Responsable
Acciones	A2.1. Seleccionar minuciosamente las imágenes o elementos que se vayan a utilizar	Definir de manera adecuada el contenido que se vaya a presentar generando el interés de las personas en un 80%	Fuente primaria	Observación	Cualitativo	3 meses	Investigador
	A2.2. Dar a conocer lo que la institución representa.	Relacionar todo el contenido con lo que la institución representa.	Fuente secundaria	Encuesta	Cualitativo	1 mes	Investigador
	A2.3. Obtener información de lo que ofrece la institución.	Recompilar todos los servicios que la institución brinda a su grupo objetivo.	Fuente secundaria	Observación	Cualitativo	5 días	Investigador
	A.3 Determinar el beneficio que la institución ofrece	Tener presente el beneficio que la institución quiere dar a conocer a sus estudiantes e interesados	Fuente secundaria	Entrevista	Cualitativo	3 días	Investigador

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de verificación				
			Fuentes de información	Método de recolección	Método de análisis	Frecuencia de recolección	Responsable
Acciones	A.3.1 Identificar el grupo objetivo.	Conocer detalladamente al grupo objetivo a quien se va a dirigir en un 90 %	Fuente primaria	Encuesta	Cualitativo	3 semanas	Investigador
	A.3.2 Establecer un eje de campaña	Al terminar el presente proyecto todo el contenido debe basarse en un mismo eje de campaña.	Fuente primaria	Observación	Cualitativo	6 meses	Investigador
	A3.3. Proponer un slogan para incentivar al grupo objetivo	Lograr a través de un slogan la persuasión del grupo objetivo en un 90%	Fuente primaria	Encuesta	Cuantitativo	6 meses	Investigador

Elaborado por: Diego Chicaiza

4.04.05. Supuestos.

Tabla 7. *Supuestos*

Nivel	Resumen Narrativo	Supuestos	Factores de riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
Finalidades	F1. Promover el crecimiento de la institución	No tengan los suficientes ingresos para realizar renovaciones	X				
	F2. Generar interacción con los estudiantes e interesados	Bajo interés en el contenido por parte de los estudiantes.			X		
	F3. Posicionamiento de la institución en sus alrededores	Escasa atracción de los moradores por la institución	X		X		
	F4. Difundir los servicios a personas interesadas	Las personas no sepan cómo obtener información	X		X		
	F5. Reconocimiento en sitios web educativos	Los dirigentes no quieran invertir en sitios web	X		X		X
	F6. Comunicación eficaz con el grupo objetivo.	El grupo objetivo no entienda el mensaje			X		
Propósito	P1. Elaboración de una página web para el centro educativo Aristóteles, ubicado en el sector Unión Popular del año 2019	Que la página no tenga la suficiente información.	X				X
Componentes	C1. Incrementar el interés de las autoridades por el posicionamiento de la institución.	Las autoridades se nieguen a generar un mejor posicionamiento.	X				X
	C2. Crear e implementar una página web institucional.	No tener el conocimiento para realizar un sitio web que llame la atención del grupo objetivo.			X		

Nivel	Resumen Narrativo	Supuestos	Factores de riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
Componentes	C3 Participar en redes sociales con contenidos de la institución.	Al grupo objetivo no le interese las publicaciones.		X	X		
	C4. Aplicar las nuevas herramientas tecnológicas, brindando información apropiada.	Escoger una red social que no ayude a brindar información.			X		X
	C5. Manejar de forma apropiada la imagen de la institución.	Escoger erróneamente las imágenes que representen a la institución.		X	X		X
	C6. Implementar estrategias adecuadas de comunicación.	Implementar estrategias que no estén acorde a nuestro grupo objetivo.			X	X	X
Acciones	A1. Recopilar información de la institución.	La institución se niegue u oculte la información necesaria para poder presentarla.		X	X		X
	A1.1. Investigar los métodos actuales para presentar información.	No haber realizado una investigación óptima.	X		X		
	A1.2. Seleccionar la información precisa.	Elegir información irrelevante de la institución			X		X
	A1.3. Escoger el medio más eficiente para ofrecer información.	El medio escogido no sea el adecuado.	X		X		

Nivel	Resumen Narrativo	Supuestos	Factores de riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
Acciones	A2 Establecer una línea gráfica en las artes a realizar.	La línea gráfica no sea lo suficiente para causar un impacto positivo.			X		
	A2.1. Seleccionar minuciosamente las imágenes o elementos que se vayan a utilizar	Elegir imágenes que estén en baja resolución o que no estén acorde a lo que se quiere presentar.			X		X
	A2.2. Dar a conocer lo que la institución representa.	Presentar contenido que no tenga nada que ver con la institución.	X		X		
	A2.3. Obtener información de lo que ofrece la institución.	La institución se niegue a presentar todo los servicios que ofrece.			X		X
	A.3 Determinar el beneficio que la institución ofrece	No conocer el beneficio que ofrece la institución.			X		
	A.3.1 Identificar el grupo objetivo.	Desconocer a nuestro grupo objetivo.	X		X		
	A.3.2 Establecer un eje de campaña	Implementar un eje de campaña inadecuado.			X		
	A3.3. Proponer un slogan para incentivar al grupo objetivo	Que el Slogan no sea atractivo para poder persuadir a nuestro grupo objetivo.			X		

Elaborado por: *Diego Chicaiza*

4.04.05. Matriz de marco lógico.

Tabla 8. *Matriz de marco lógico*

Nivel	Resumen narrativo	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos
Finalidades	F1. Promover el crecimiento de la institución	Al finalizar el primer año de funcionamiento de la página web, la institución crecerá estructuralmente en un 25 %	Secundaria Observación Cualitativo	No tengan los suficientes ingresos para realizar renovaciones
	F2. Generar interacción con los estudiantes e interesados	Incrementar la interacción con los usuarios en un 80 %	Primaria Encuesta Cuantitativo	Bajo interés en el contenido por parte de los estudiantes.
	F3. Posicionamiento de la institución en sus alrededores	Ampliar el reconocimiento de la institución en un 90 %	Secundaria Encuesta Cuantitativo	Escasa atracción de los moradores por la institución
	F4. Difundir los servicios a personas interesadas	Presentar la información necesaria a las personas que lo soliciten	Primaria Entrevista Cualitativo	Las personas no sepan cómo obtener información
	F5. Reconocimiento en sitios web educativos	Incrementar el reconocimiento en medios digitales en un 80 %	Primaria Observación Cuantitativo	Los dirigentes no quieran invertir en sitios web
	F6. Comunicación eficaz con el grupo objetivo.	Presentar información clara y precisa a nuestro grupo objetivo.	Primaria Encuesta Cualitativo	El grupo objetivo no entienda el mensaje
Propósito	P1. Elaboración de una página web para el centro educativo Aristóteles, ubicado en el sector Unión Popular del año 2019	Aceptación de la página web en un 90 %	Secundaria Observación Cuantitativo	Que la página no tenga la suficiente información.

Nivel	Resumen narrativo	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos
Componentes	C1. Incrementar el interés de las autoridades por el posicionamiento de la institución.	Contribuir con el posicionamiento de la institución en un 95 %	Secundaria Observación Cuantitativo	Las autoridades se nieguen a generar un mejor posicionamiento.
	C2. Crear e implementar una página web institucional	Destacarse del resto de los sitios web de las demás instituciones en un 90 %	Primaria Observación Cualitativo	No tener el conocimiento para realizar un sitio web que llame la atención del grupo objetivo
	C3 Participar en redes sociales con contenidos de la institución	Generar contenidos que tengan gran impacto e interacción con los usuarios en un 95 %	Primaria Observación Cuantitativo	Al grupo objetivo no le interese las publicaciones.
	C4. Aplicar las nuevas herramientas tecnológicas, brindando información apropiada.	Recopilar la información más relevante de la institución que se va a presentar.	Primaria Observación Cualitativo	Escoger una red social que no ayude a brindar información.
	C5. Manejar de forma apropiada la imagen de la institución	Mostrar una concordancia entre el contenido a presentar y lo que representa la institución en un 80 %	Secundaria Encuesta Cualitativo	Escoger erróneamente las imágenes que representen a la institución
	C6. Implementar estrategias adecuadas de comunicación	Proponer una estrategia efectiva que permita comunicar de manera eficaz en un 90 %	Primaria Observación Cuantitativo	Implementar estrategias que no estén acorde a nuestro grupo objetivo
Acciones	A1. Recopilar información de la institución.	Reunir todos los datos informativos que se vayan a presentar	Secundaria Entrevista Cualitativo	La institución se niegue u oculte la información necesaria para poder presentarla.

Nivel	Resumen narrativo	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos
Acciones	A1.1. Investigar los métodos actuales para presentar información.	Conocer todos los medios en donde se puede presentar toda la información de la institución.	Secundaria Documentación Cualitativo	No haber realizado una investigación óptima.
	A1.2. Seleccionar la información precisa.	Una vez culminado el proyecto se logra presentar la información esencial en un 90%	Secundaria Observación Cualitativo	Elegir información irrelevante de la institución
	A1.3. Escoger el medio más eficiente para ofrecer información.	Definir cuál medio será el principal para presentar toda la información.	Primaria Observación Cualitativo	El medio escogido no sea el adecuado.
	A2 Establecer una línea gráfica en las artes a realizar.	Conseguir el reconocimiento de los usuarios al utilizar una misma línea grafica en todas las artes a realizarse en un 95 %	Primaria Encuesta Cuantitativo	La línea gráfica no sea lo suficiente para causar un impacto positivo.
	A2.1. Seleccionar minuciosamente las imágenes o elementos que se vayan a utilizar	Definir de manera adecuada el contenido que se vaya a presentar generando el interés de las personas en un 80%	Primaria Observación Cualitativo	Elegir imágenes que estén en baja resolución o que no estén acorde a lo que se quiere presentar.
	A2.2. Dar a conocer lo que la institución representa.	Relacionar todo el contenido con lo que la institución representa.	Secundaria Encuesta Cualitativo	Presentar contenido que no tenga nada que ver con la institución.

Nivel	Resumen narrativo	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos
Acciones	A2.3. Obtener información de lo que ofrece la institución.	Recompilar todos los servicios que la institución brinda a su grupo objetivo.	Secundaria Observación Cualitativo	La institución se niegue a presentar todo los servicios que ofrece.
	A.3 Determinar el beneficio que la institución ofrece	Tener presente el beneficio que la institución quiere dar a conocer a sus estudiantes e interesados.	Secundaria Entrevista Cualitativo	No conocer el beneficio que ofrece la institución.
	A.3.1 Identificar el grupo objetivo.	Conocer detalladamente al grupo objetivo a quien se va a dirigir en un 90 %	Primaria Encuesta Cualitativo	Desconocer a nuestro grupo objetivo.
	A.3.2 Establecer un eje de campaña	Al terminar el presente proyecto todo el contenido debe basarse en un mismo eje de campaña.	Primaria Observación Cualitativo	Implementar un eje de campaña inadecuado.
	A3.3. Proponer un slogan para incentivar al grupo objetivo	Lograr a través de un slogan la persuasión del grupo objetivo en un 90%	Primaria Encuesta Cuantitativo	Que el Slogan no sea atractivo para poder persuadir a nuestro grupo objetivo.

Elaborado por: Diego Chicaiza

Capítulo V

5. La Propuesta

5.01. Antecedentes de la herramienta y perfil de la propuesta

Para poder conseguir información sobre algún tema en específico, ya no es tan complicado como lo era hace algunos años, hoy podemos estar al tanto de todo lo que ocurre alrededor de mundo en cuestión de instantes, la tecnología avanzado a pasos agigantados y nos brinda un sin fin de medios en donde nos presenta contenido de nuestro interés.

En la actualidad con el crecimiento de la tecnología y la evolución del internet nos permite estar informados de los sucesos que ocurren alrededor del mundo, mediante los medios digitales, pre visualizando mediante un ordenador o teléfono móvil el contenido de la información manteniéndonos actualizados (Pérez & Merino, 2012).

Los medios digitales como: redes sociales, páginas web, aplicaciones móviles o contenido multimedia, han sido muy útiles para exhibir información de instituciones, organizaciones o para ofrecer algún producto o servicio; por lo que si se lo sabe aprovechar ayudará a quien lo utilice y a la gente que lo necesita.

5.01.01. Marco Teórico

5.01.01.01 *Página web.*

Se conoce como página web al documento que forma parte de un sitio web y que suele contar con enlaces (también conocidos como hipervínculos o links) para facilitar la navegación entre los contenidos. Las páginas web están desarrolladas con lenguajes de marcado como el HTML, que pueden ser interpretados por los navegadores. De esta forma, las páginas pueden presentar información en

distintos formatos (texto, imágenes, sonidos, videos, animaciones), estar asociadas a datos de estilo o contar con aplicaciones interactivas (Porta & Merino, 2009).

Una página web es considerada como un documento digital de carácter multimediático, es decir que puede contener audio, video, texto e imágenes; siendo de gran ayuda a instituciones educativas ya que sirve para dar a conocer todos los beneficios y servicios que pueden ofrecer.

5.01.01.02 Diseño web.

El diseño es fundamental para que una página web tenga éxito, por lo tanto, tiene que ser útil y atractiva para el usuario. Debe tener un estilo único y contar con aspectos esenciales como es la maquetación, buena combinación de colores, una correcta distribución de los elementos al igual que su tamaño y su ubicación. Todos estos factores ayudarán a que sea más entretenida y cause un mayor impacto en quienes la visitan.

5.01.01.03 Lenguajes web.

Uno de los más conocidos en lo que se refiere a programación web es el HTML, que básicamente es el lenguaje utilizado para la creación de páginas web. En el proyecto se lo utilizó para poder ingresar hojas de estilo, y que permita animar ciertos elementos volviéndolo más entretenido al sitio.

5.01.01.04 Responsive desing.

“Responsive Web Design” es una filosofía o nuevo enfoque para solucionar los problemas de diseño para la gran diversidad de resoluciones y dispositivos. Este enfoque quiere centrarse en el contenido, y en el cliente, en su experiencia de usuario, si deja de trabajar con su equipo de sobremesa y quiere continuar navegando en la misma página web desde una tablet o smartpone (Vega, 2013).

Que una página web tenga la particularidad de ser responsiva, ayuda en gran manera a que logre posicionarse, ya que brinda una mejor experiencia al usuario que podrá

visualizar el contenido del sitio web a través de diferentes dispositivos móviles sin perder la estética y la funcionalidad.

5.01.01.05 Usabilidad.

Es aquél que muestra todo de una forma clara y sencilla de entender por el usuario. Aunque es imposible crear un sitio que sea claro y eficiente para cada usuario, el diseñador debe esforzarse para mostrar las cosas tan claramente como sea posible, de tal modo que reduzca al mínimo cualquier aspecto que pueda ser confuso. La usabilidad ayuda a que esta tarea se realice de forma sencilla analizando el comportamiento humano, y los pasos necesarios para ejecutar la tarea de forma eficaz (Nielsen, 2000).

Al momento de diseñar un sitio web se debe tener en consideración que no todas las personas conocen el funcionamiento de la página, por lo que se debe intuir y tener en cuenta todas las posibles variables de navegación, con el fin de que el usuario se le facilite la indagar la información que desea.

5.01.01.06 Tipografía.

Se recomienda no usar más de dos tipos de fuente en un sitio web. Las fuentes estilizadas se deben usar con moderación (por ejemplo, para un título) y para la mayor parte del sitio web conviene utilizar una fuente clásica (arial, verdana, helvética, etcétera) (Villagómez, 2017).

El escoger una buena tipografía para presentar la información de la institución es primordial, teniendo en cuenta que no es lo mismo una lectura digital que una impresa.

5.01.01.07 Color.

Los colores son capaces de generar en las personas diferentes tipos de comportamiento a nivel emocional como por ejemplo seguridad, confianza, sensaciones de miedo, alegría, tristeza, etcétera. Por lo cual se debe utilizarlo con una previa investigación del cliente o del trabajo en el que se va a utilizar (Villagómez, 2017).

Una gama de colores combinada con una correcta maquetación, hará que la página web sea estéticamente agradable. Sabiendo que cada color tiene su propio significado se debe escoger de una manera adecuada al momento de utilizarlo, dependiendo del trabajo que se esté realizando.

5.01.01.08 Organización.

La estructura de una página web generalmente posee elementos importantes que ayudarán al usuario a encontrar la información deseada. Se puede encontrar el logotipo de la institución que se re direccionará a la página de inicio desde cualquier sitio en el que se encuentre, una barra de menú con enlaces a los diferentes tipos de contenido, un pie de página en el que contenga datos que complementen la información de la institución y un espacio reservado para un formulario de contactos, que se utilizará con el fin de que el usuario logre contactarse con la entidad de manera fácil y rápida (Villagómez, 2017).

La organización del contenido que se va a presentar en la página web, tiene que estar perfectamente distribuida, con el fin de que el usuario pueda encontrar la información que desea sin la necesidad de estarla buscando.

5.01.01.09 Gráficos e iconos.

El lenguaje visual gráfico o iconográfico implica habitualmente abstracción aun cuando se plantee en términos de hiperrealismo. Siempre un lenguaje icónico tiende a la abstracción por ser un modo de expresión que busca la realidad en los códigos universales. La abstracción supone el arribo de una imagen visual a la condición de código (Belloch, 2016).

El utilizar iconos o gráficos, ayuda a la comprensión del usuario al momento de navegar por el sitio, ya que se los utiliza para interpretar el contenido de cada artículo o enlace a cuál será direccionado.

5.01.01.10 Multimedia.

El diseño multimedia combina los distintos soportes de la comunicación –el texto, el sonido, la imagen, la fotografía, la animación gráfica y el video– de una forma interactiva, creando un vínculo participativo con el usuario. El diseño multimedia abarca diferentes campos sobre los que trabaja en sintonía con el desarrollo constante de nuevas tecnologías. Ejerció su influencia en diferentes áreas como el arte, la educación, el entretenimiento, los entornos virtuales y los videojuegos, entre otras (Behocaray, 2015).

El utilizar contenido multimedia le da un plus a una página institucional, ya que el usuario no solo podrá obtener información del centro educativo, sino también interesarse por lo que se proyecte en la página.

5.01.01.11 Modelado 3D.

Un objeto en que ha sido modelado en 3 dimensiones se lo puede observar por todos sus lados, dando así la mayor cantidad de características que el elemento contiene, como colores, texturas y formas. Desde cierto punto de vista es una representación esquemática de determinado lugar o elemento que nos da una idea de su composición una vez terminada la animación (Alegsa, 2016).

El poder observar un objeto o estructura en 3D, ayuda a que las personas puedan darse una idea de lo que se está presentando, ya que en el país en el que vivimos todavía no está explotado ese tipo de recursos provocará un alto grado de interés en quien lo ve.

5.02. Descripción de la Herramienta

Para poder realizar mi proyecto eh considerado utilizar las siguientes herramientas:

Microsoft Word2016: Realización del Proyecto Teórico, Adobe Muse CC 2018:

Realización de la Página Web Educativa, Adobe Photoshop CC 2019: Retoque de fotografías, Adobe Illustrator CC 2019: Realización de artes gráficas; Google:

Investigación y Google Map: Ubicación de la unidad educativa.

5.02.01. Metodología (Materiales y Métodos).

El proyecto fue realizado mediante una encuesta personal en la que se tiene una interacción directa entre el encuestador y en el encuestado, consistiendo en la formulación de varias preguntas cerradas, a las cuales se las responderá eligiendo una sola opción.

Las personas encuestadas pertenecen al grupo objetivo anteriormente definido, con el fin de verificar la aceptación que tuvo la página web y el impacto que causó a los que la visitaron. La encuesta fue realizada en el sur de la Ciudad de Quito especialmente en las zonas aledañas a la institución como la Unión Popular, Guajaló y Turubamba, siendo encuestados tanto moradores como a transeúntes de los diferentes sectores.

5.02.01.01 Encuesta.

La presente encuesta se la realizó basándose en el conocimiento de las personas por medios tecnológicos actuales, que presentan información de interés personal; con el fin de poder interpretar el comportamiento en el mundo actual.

5.02.01.02 Modelo de encuesta.

Encuesta

Proyecto con fines informativos

SEXO: ____ EDAD: ____

1. ¿Cuánto tiempo pasa usted en internet?2 horas 3 horas Más de 3 horas **2. ¿En qué momento del día ocupa internet?**En la mañana En la tarde En la noche Todo el día **3. ¿Con que frecuencia se informa usted a través del internet?**A diario Cuando lo necesito Nunca **4. ¿Cree usted que estar informado es importante?**Si No **5. ¿Con que frecuencia visita usted páginas web para obtener información?**Siempre A veces Nunca **6. ¿Cuál es su medio preferido para obtener información?**Tv Radio Páginas web Redes Sociales **7. ¿Cree usted que es factible tener una página web para una institución?**Si No **8. ¿Qué red social utiliza para obtener información de su interés?**Facebook WhatsApp Instagram Twitter **9. ¿Conoce el centro educativo Aristóteles?**Si No **10. ¿Elegiría a este centro educativo para estudiar / para que estudien sus hijos?**Si No

Gracias por su atención.

Elaborado por: Diego Chicaiza

5.02.01.03 Tabulación de encuestas

Pregunta 1 ¿Cuánto tiempo pasa usted en internet?

Tabla 9. *Tabla de encuesta, pregunta 1*

Variables	Resultado	Porcentaje
2 horas	83	21,67 %
3 horas	207	54,05 %
Más de 3 horas	93	24,28 %
Total	383	100,00 %

Nota. Resultado de porcentajes de la muestra.

Elaborado por: Diego Chicaiza

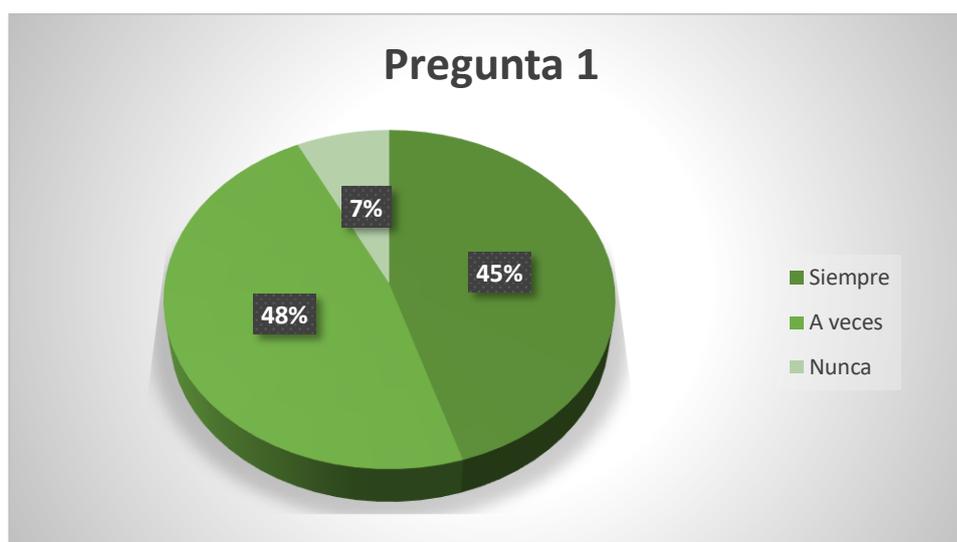


Figura 7. *Porcentaje de la pregunta 1*

Elaborado por: Diego Chicaiza

Análisis: Los resultados demuestran que el tiempo que utilizan las personas el internet es bastante considerable.

Pregunta 2 ¿En qué momento del día ocupa internet?

Tabla 10. *Tabla de encuesta, pregunta 2*

Variables	Resultado	Porcentaje
En la mañana	48	12,53 %
En la tarde	38	9,92 %
En la noche	60	15,67 %
Todo el día	237	61,88 %
Total	383	100,00 %

Nota. Resultado de porcentajes de la muestra.

Elaborado por: Diego Chicaiza

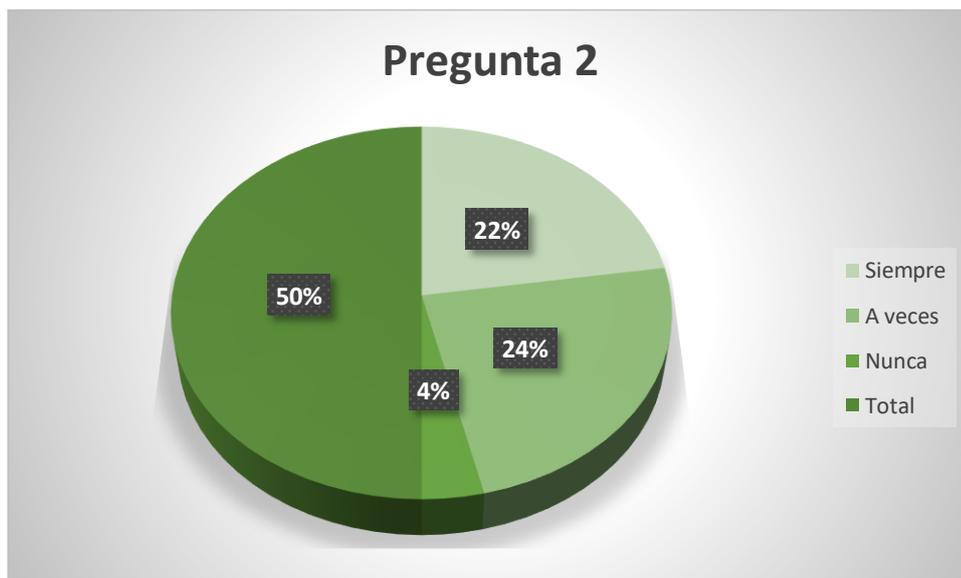


Figura 8. *Porcentaje de la pregunta 2.*

Elaborado por: Diego Chicaiza

Análisis: Los resultados demuestran que la mayoría de personas utilizan el internet en periodos cortos durante todo el día.

Pregunta 3 ¿Con que frecuencia se informa usted a través del internet?

Tabla 11. *Tabla de encuesta, pregunta 3*

Variables	Resultado	Porcentaje
A diario	120	31,33 %
Cuando lo necesito	240	62,66 %
Nunca	23	6,01 %
Total	383	100,00 %

Nota. Resultado de porcentajes de la muestra.

Elaborado por: Diego Chicaiza

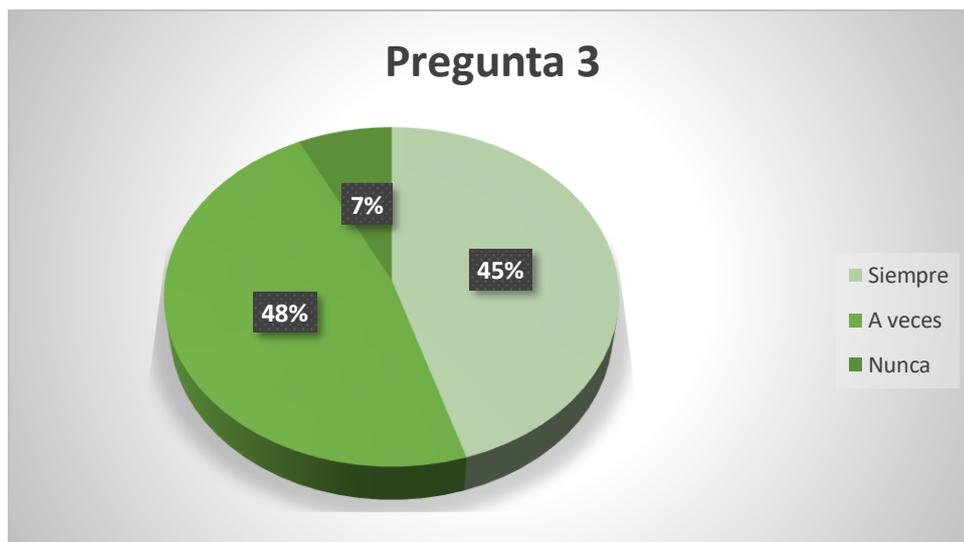


Figura 9. *Porcentaje de la pregunta 3.*

Elaborado por: Diego Chicaiza

Análisis: Los resultados demuestran que las personas acuden al internet para adquirir información cada vez que lo necesitan.

Pregunta 4 ¿Cree usted que estar informado es importante?

Tabla 12. *Tabla de encuesta, pregunta 4*

Variables	Resultado	Porcentaje
SI	383	100,00 %
NO	0	0,00 %
Total	383	100,00 %

Nota. Resultado de porcentajes de la muestra.

Elaborado por: Diego Chicaiza

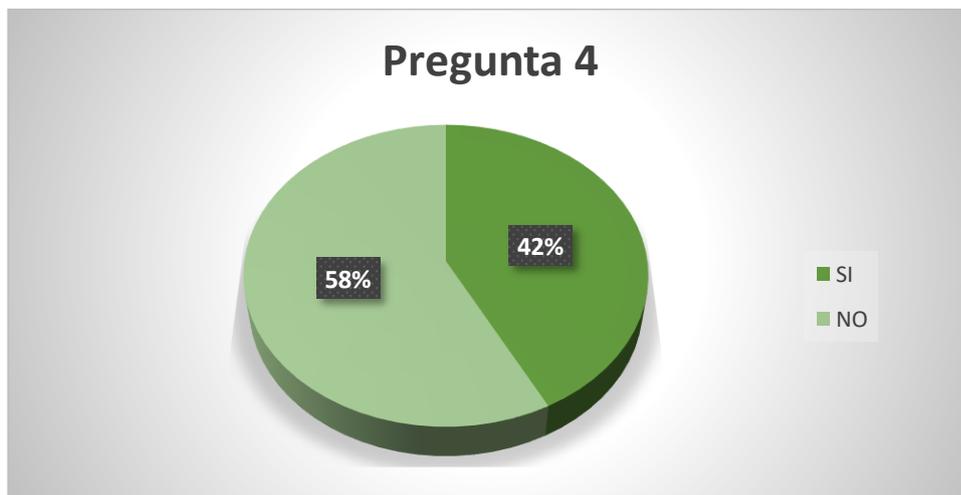


Figura 10. *Porcentaje de la pregunta 4.*

Elaborado por: Diego Chicaiza

Análisis: Los resultados demuestran que las personas están totalmente de acuerdo a que siempre hay que estar informado.

Pregunta 5 ¿Con que frecuencia visita usted páginas web para obtener información?

Tabla 13. *Tabla de encuesta, pregunta 5*

Variables	Resultado	Porcentaje
Siempre	173	45,17 %
A veces	182	47,52 %
Nunca	28	7,31 %
Total	383	100,00 %

Nota. Resultado de porcentajes de la muestra.

Elaborado por: Diego Chicaiza

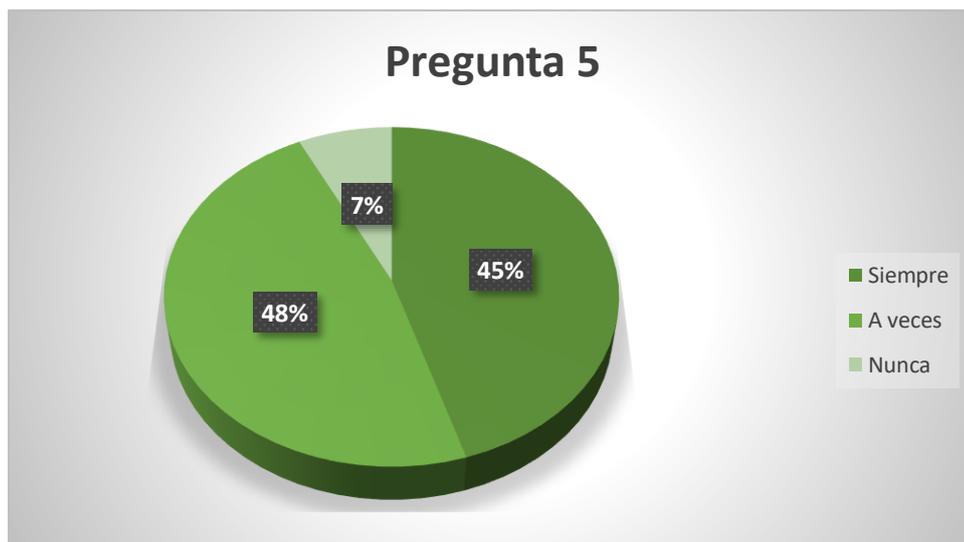


Figura 11. *Porcentaje de la pregunta 5.*

Elaborado por: Diego Chicaiza

Análisis: Los resultados demuestran que las personas ingresan a sitios web para conseguir información que la empresa o institución.

Pregunta 6 ¿Cuál es su medio preferido para obtener información?

Tabla 14. *Tabla de encuesta, pregunta 6*

Variables	Resultado	Porcentaje
Tv	48	12,53 %
Radio	7	1,83 %
Páginas web	76	19,84 %
Redes Sociales	252	65,80 %
Total	383	100,00 %

Nota. Resultado de porcentajes de la muestra.

Elaborado por: Diego Chicaiza

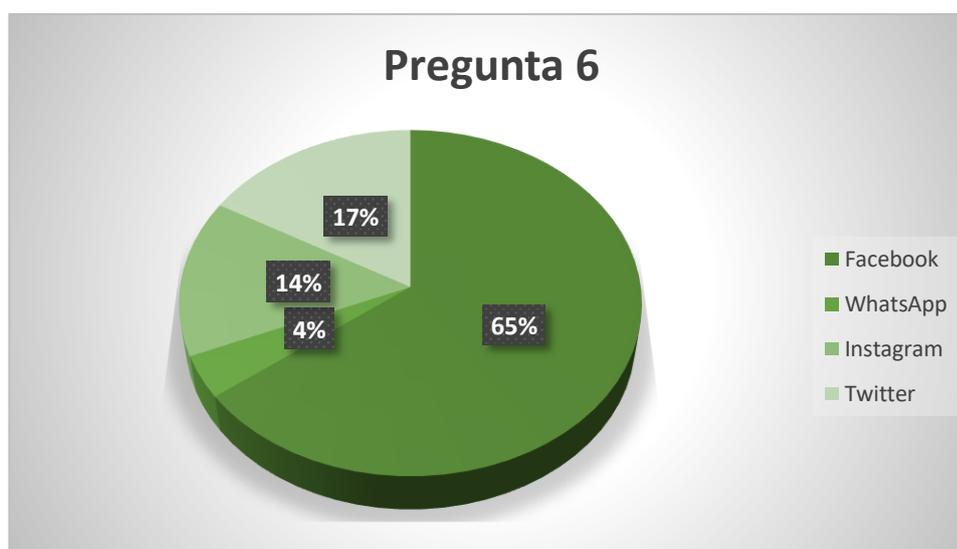


Figura 12. *Porcentaje de la pregunta 6.*

Elaborado por: Diego Chicaiza

Análisis: Los resultados demuestran que las personas hoy en día están más informadas por medio de las redes sociales que por los medios tradicionales.

Pregunta 7 ¿Cree usted que es factible tener una página web para una institución?

Tabla 15. *Tabla de encuesta, pregunta 7*

Variables	Resultado	Porcentaje
SI	383	100,00 %
NO	0	0,00 %
Total	383	100,00 %

Nota. Resultado de porcentajes de la muestra.

Elaborado por: Diego Chicaiza

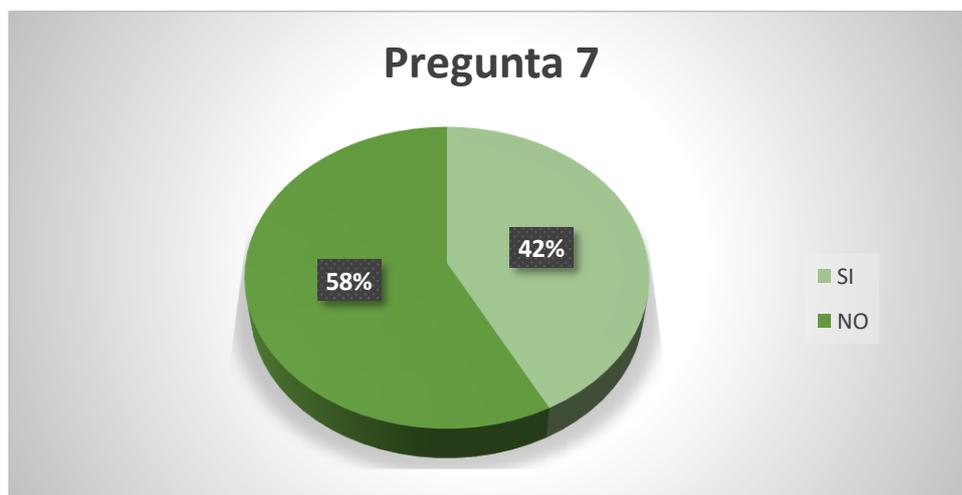


Figura 13. *Porcentaje de la pregunta 7.*

Elaborado por: Diego Chicaiza

Análisis: Los resultados demuestran que las personas están totalmente de acuerdo en que es necesario que una institución educativa tenga una página web para dar información.

Pregunta 8 ¿Qué red social utiliza para obtener información de su interés?

Tabla 16. *Tabla de encuesta, pregunta 8*

Variables	Resultado	Porcentaje
Facebook	248	64,75%
WhatsApp	15	3,92%
Instagram	56	14,62%
Twitter	64	16,71%
Total	383	100,00%

Nota. Resultado de porcentajes de la muestra.

Elaborado por: Diego Chicaiza

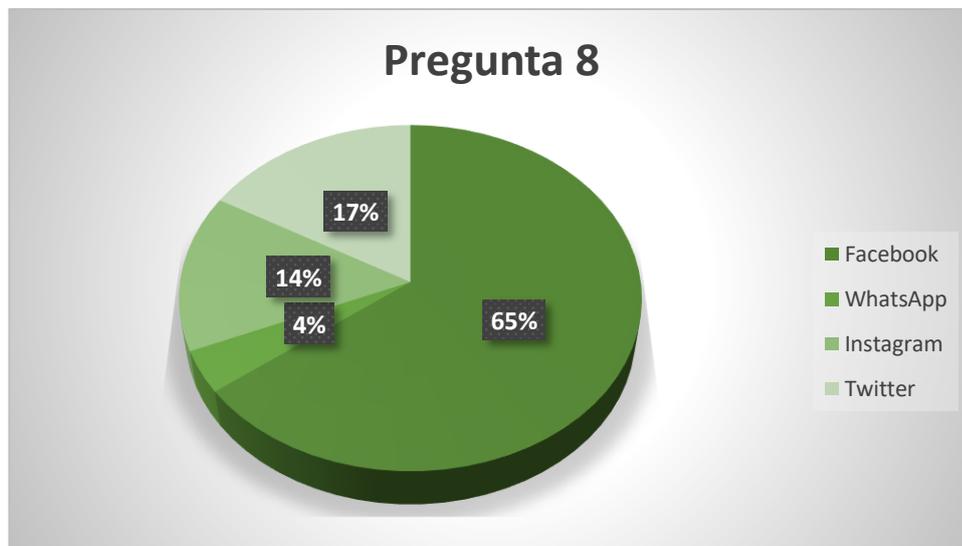


Figura 14. *Porcentaje de la pregunta 8.*

Elaborado por: Diego Chicaiza

Análisis: Los resultados demuestran que las personas utilizan la red social de Facebook para obtener información acerca de algo de su interés.

Pregunta 9 ¿Conoce el centro educativo Aristóteles?

Tabla 17. *Tabla de encuesta, pregunta 9*

Variables	Resultado	Porcentaje
SI	196	51,17%
NO	187	48,83%
Total	383	100,00%

Nota. Resultado de porcentajes de la muestra.

Elaborado por: Diego Chicaiza

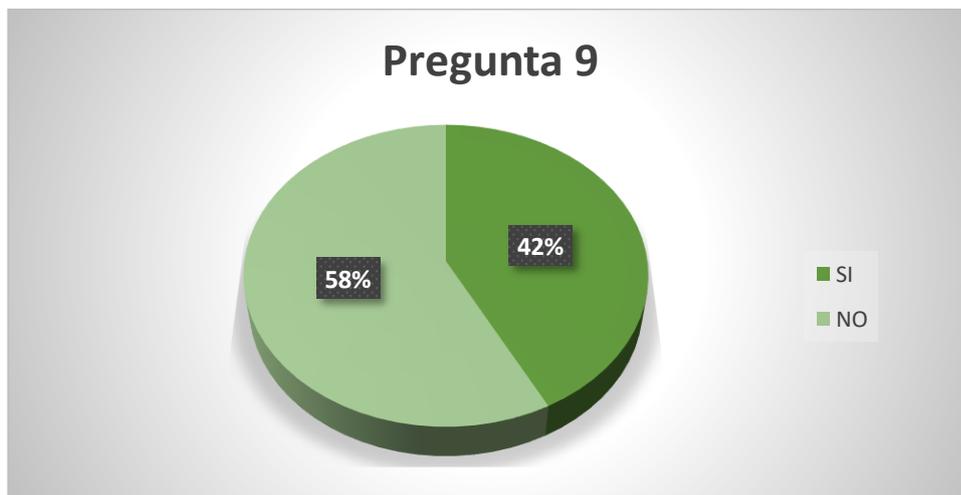


Figura 15. *Porcentaje de la pregunta 9.*

Elaborado por: Diego Chicaiza

Análisis: Los resultados demuestran que el porcentaje de conocimiento y desconocimiento de la institución es casi el mismo, por lo que se desea mejorar en este aspecto.

Pregunta 10 ¿Elegiría a este centro educativo para estudiar / para que estudien sus hijos?

Tabla 18. *Tabla de encuesta, pregunta 10*

Variables	Resultado	Porcentaje
SI	162	42,30 %
NO	221	57,70 %
Total	383	100,00 %

Nota. Resultado de porcentajes de la muestra.

Elaborado por: Diego Chicaiza



Figura 16. *Porcentaje de la pregunta 10.*

Elaborado por: Diego Chicaiza

Análisis: Los resultados demuestran que las personas al no conocer lo que la institución ofrece no estarían predispuestas a estudiar ahí o a que sus hijos lo hagan.

5.03. Formulación del proceso de aplicación

5.03.01. Propósito.

La elaboración de la página web tiene como propósito, brindar información acerca del centro educativo Aristóteles; sus servicios, instalaciones y horarios con el fin de que el grupo objetivo esté al tanto de todo lo que la institución les puede ofrecer y persuadirlos a que estudien ahí.

5.03.02. Usuario.

La presente página web está orientada a los siguientes usuarios considerados como principales: Padres de familia, docentes, estudiantes y personal administrativo de la institución. Como usuarios secundarios está abierta a todo el público en general que desee conocer todo en cuanto a la institución.

5.03.03. Herramientas.

Para el desarrollo del presente proyecto fue necesario la utilización los siguientes programas detallados a continuación.

5.03.03.01 Adobe Illustrator.

Este software nos permite editar gráficos vectoriales sobre una mesa de trabajo, el cual se lo utilizó para elaborar los distintos artes como flyers y roll up, con el fin de que nuestro grupo objetivo se entere de la página web y pueda visitarla.

5.03.03.02 Adobe Photoshop.

Mediante este software especialista en la edición y manipulación de imágenes, se lo utilizó para realizar el retoque de las fotografías, obteniendo una mejor calidad de imagen y así poder utilizarlas en la página web.

5.03.03.03 Adobe Muse.

Este software nos permite la creación de páginas web de una forma más sencilla y dinámica sin la necesidad de escribir códigos, pero a su vez nos brinda un sinfín de

recursos que se los puede utilizar como animaciones a elementos, logrando así que la página sea más interactiva e interesante.

5.03.03.04 Word.

Este software informático que es un procesador de texto, se lo utilizó para desarrollar el contenido que será presentado en la página web.

5.03.03.05 Hosting.

Es un espacio de alojamiento web, que se lo utilizará para subir la página de la institución, obteniendo así que se pueda presentar en internet y que cualquier persona logre visualizarlo en diferentes partes del mundo.

5.03.03.06 Dominio.

Es el nombre único que se le otorga a un sitio web, para que con ello cualquier persona conectada a internet pueda encontrarla a través de un navegador.

5.03.03.07 Hardware.

Para la realización del proyecto se utilizó un computador portátil con las siguientes características:

Procesador: Intel(R) Core(TM) i7-8550U CPU @ 1.80 GHz 1.99 GHz

Disco SATA 2000 GB

Memoria RAM 16 GB

Sistema Operativo Windows 10 de 64 bits, procesador basado en x64

En el traspaso de fotografías al ordenador se usó una Flash Memory Kingston de 16 GB

Para la captura de fotografías utilizadas en la página se utilizó una Cámara Digital Lumix FZ300.

5.03.04. Desarrollo.

Con toda la información que se recibió por parte de la institución se procede a realizar la estructura del sitio web, ubicando los datos más relevantes de una forma ordenada y de fácil navegación para el usuario; tomando en cuenta las nuevas tendencias de diseño web, se optó por realizarla de tal forma que se presente todo el contenido en una sola página.

Para el contenido que se va a presentar de la institución se utilizó tipografías de palo seco, ya que son consideradas como las más óptimas para una buena lectura digital; toda la información se ira presentando de forma continua mientras se va desplazando hacia abajo, con el fin de comunicar todo acerca de la institución en una sola visita.

El sitio web tendrá una maquetación que consta de una retícula de 12 columnas con resolución de 1200 px por 800 px, será totalmente responsiva, es decir que será adaptable para la visualización en diferentes dispositivos.

5.03.04.01 Contenidos.

La página será presentada en el siguiente orden:

- A. Inicio
- B. Nosotros
- C. Secciones
- D. Galería
- E. Prioridades
- F. Contactos

5.03.04.02 Mapa de contenido.



Figura 17. *Tabla de contenidos.*

Elaborado por: Diego Chicaiza

5.04. Diseño de interfaz

5.04.01. Identidad corporativa.

El centro educativo no contaba con una identidad corporativa establecida, por lo cual se utilizó el logo para el desarrollo de la página web y una papelería básica.

5.04.01.01 Logotipo.

Es el elemento más importante, ya que se lo utilizará para generar el posicionamiento de nuestro grupo objetivo.



ARISTÓTELES BILINGÜE

Figura 18. *Diseño de logo.*

Elaborado por: Diego Chicaiza

5.04.01.02 Aplicaciones de color.



Figura 19. *Aplicaciones de color.*

Elaborado por: Diego Chicaiza

5.04.01.03 Aplicación sobre fondos.



Figura 20. *Aplicación sobre fondos.*

Elaborado por: Diego Chicaiza

5.04.01.03 Disposiciones de logotipo.

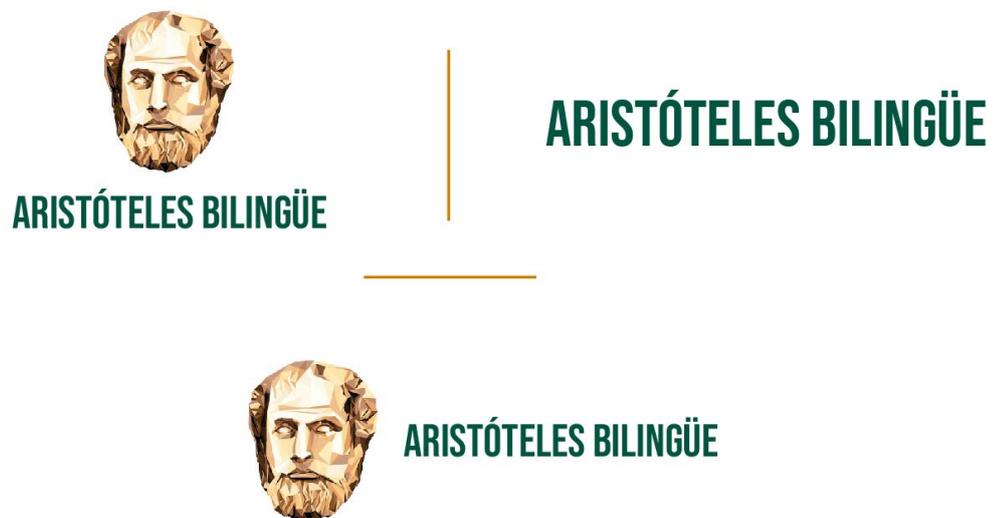


Figura 21. *Disposiciones de logotipo.*

Elaborado por: Diego Chicaiza

5.04.01.04 Grafimetría.

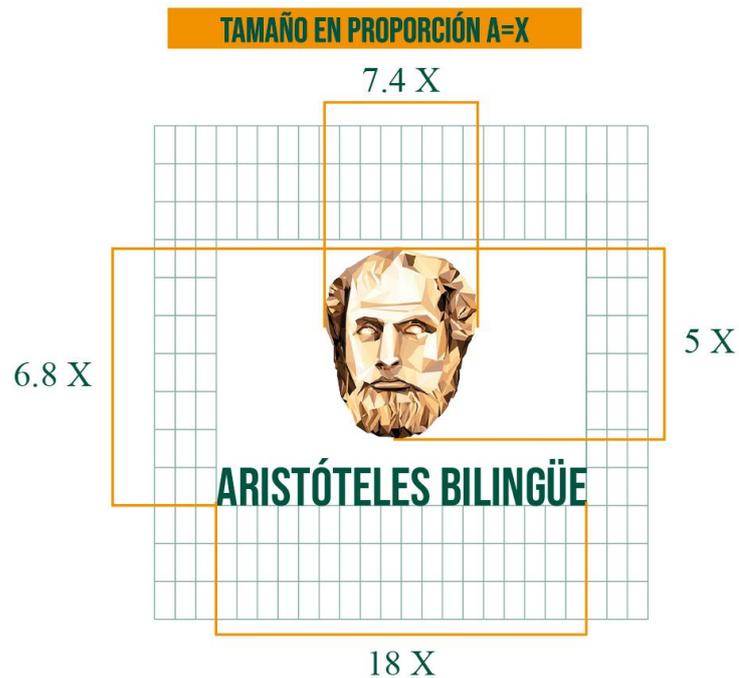


Figura 22. *Grafimetría*

Elaborado por: Diego Chicaiza

5.04.01.05 Áreas de protección.

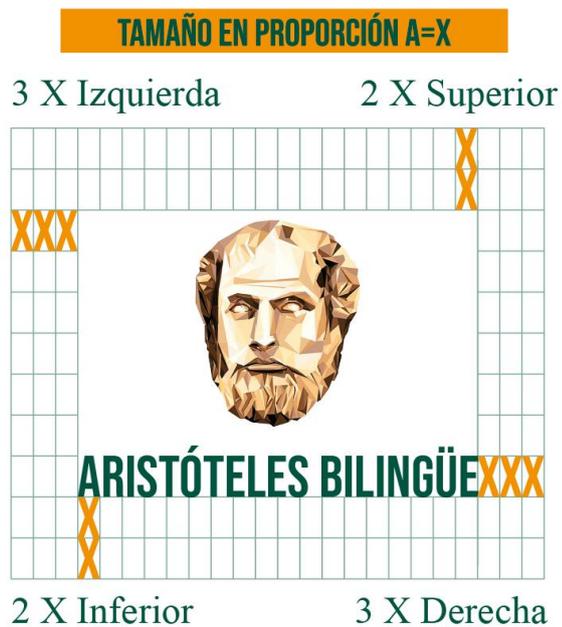


Figura 23. *Áreas de protección.*

Elaborado por: Diego Chicaiza

5.04.01.06 Reducción.



Figura 24. Reducción.

Elaborado por: Diego Chicaiza

5.04.01.07 Opacidad.

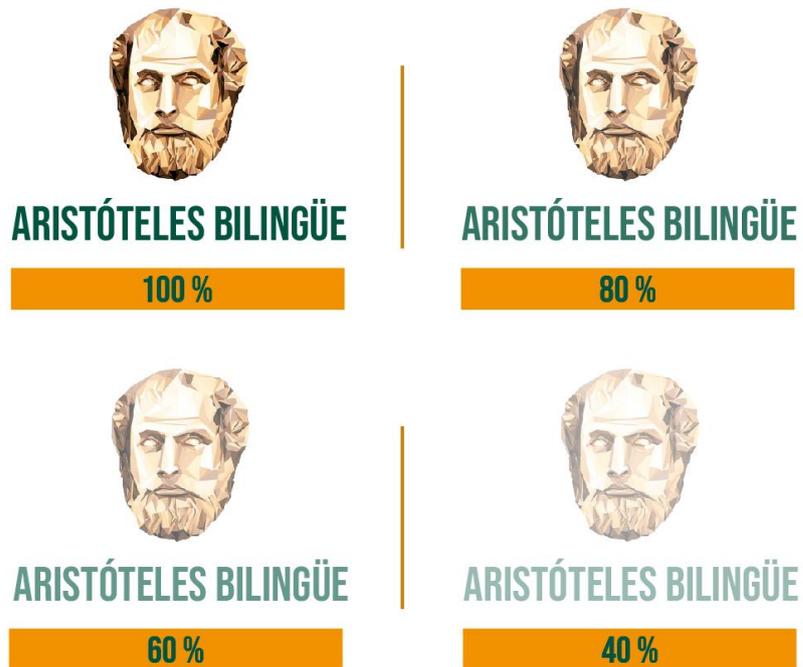


Figura 25. Opacidad.

Elaborado por: Diego Chicaiza

5.04.02. Papelería Básica.

5.04.02.01 Tarjeta de presentación.

Este medio impreso tendrá datos sumamente específicos y contará con números telefónicos de personas capacitadas para dar la información de quien lo solicite.



Figura 26. *Diseño de tarjeta de presentación.*

Elaborado por: Diego Chicaiza

5.04.02.02 Hoja membretada.

El presente modelo de hoja membretada será utilizado por la institución como documento oficial para cualquier tipo de trámite.

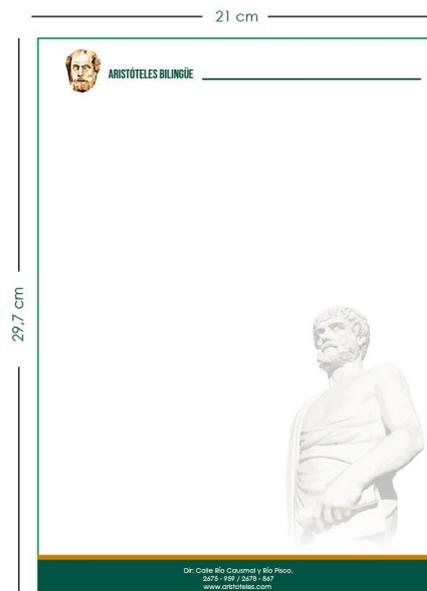


Figura 27. *Diseño hoja membretada.*

Elaborado por: Diego Chicaiza

5.04.02.03 Carpeta.

La carpeta brinda una mejor imagen de la institución, por lo que se debe utilizar para transportar cualquier tipo de documento.

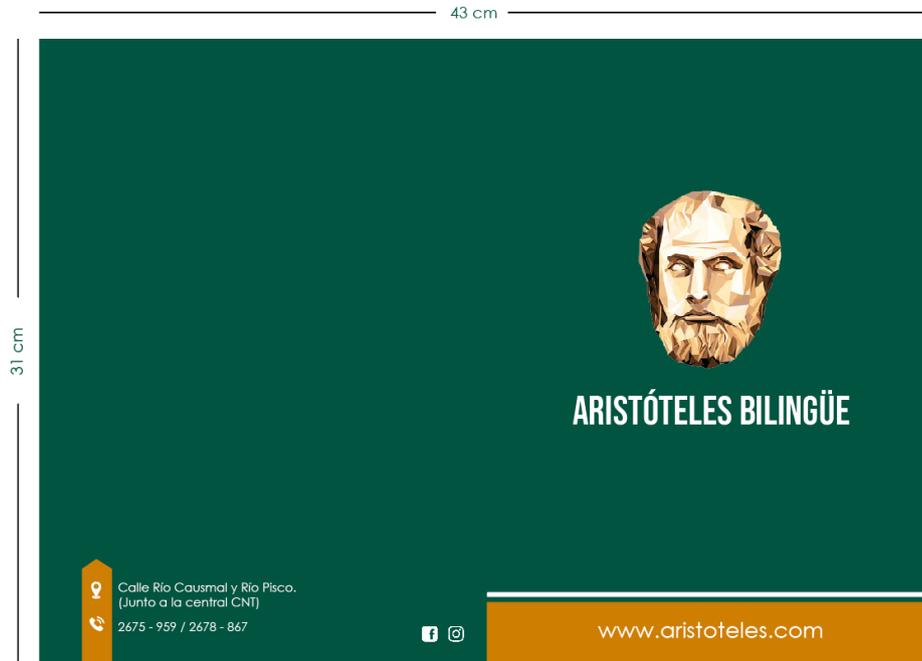


Figura 28. *Diseño de carpeta.*

Elaborado por: Diego Chicaiza

5.04.03. Color.

La institución cuenta con colores corporativos ya establecidos por lo que se debe respetar al momento de utilizarlo en un medio impreso o digital.

	CMYK	RGB	HEXADECIMAL	PANTONE
	C: 100 % M: 38 % Y: 77 % K: 38 %	R: 0 % G: 84 % B: 64 %	005440	P 135-16 U
	C: 0 % M: 50 % Y: 100 % K: 20 %	R: 206 % G: 126 % B: 0 %	CE7E00	P 18-8 U

Figura 29. *Colores de la institución.*

Elaborado por: Diego Chicaiza

5.04.04. Tipografía.

La tipografía que se utilizó para presentar los contenidos de la página web pertenece a la familia Century Gothic, por tener una mayor legibilidad al momento de leer en un medio digital.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890 .,:+-*/(){}&%\$#" ' !

5.04.05. Botones.

Se los utilizará para que el usuario pueda desplazarse de forma rápida al lugar en donde se encuentra el contenido que desee.



Figura 30. *Diseño de botones.*

Elaborado por: Diego Chicaiza

5.04.06. Retícula.

Para la maquetación de la página se eligió trabajar con en una retícula de 12 columnas con resolución de 1200 px por 800 px.

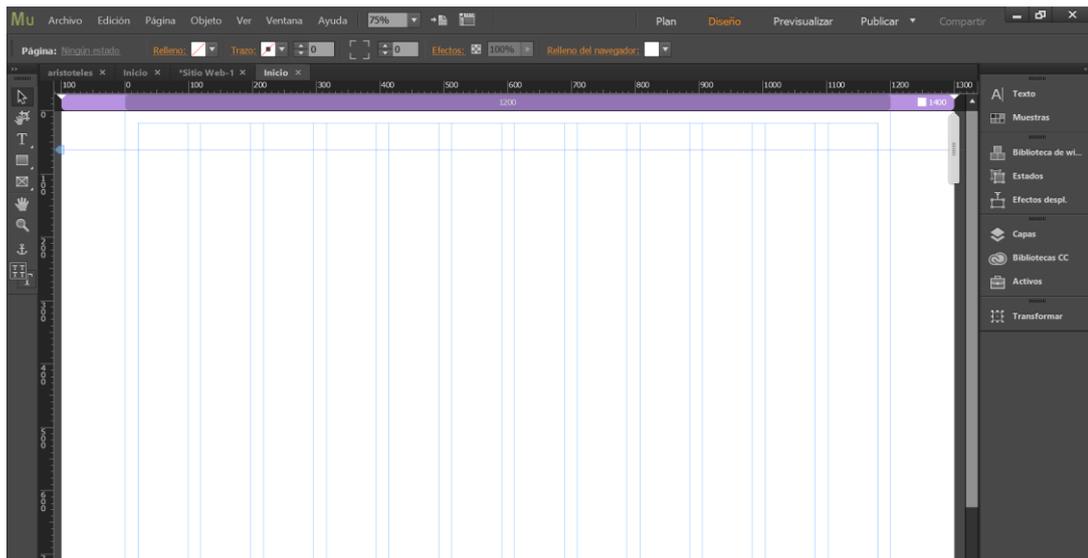


Figura 31. *Diseño de retículas.*

Elaborado por: Diego Chicaiza

5.05. Producción

5.05.01. Inicio.

En el inicio se presentará básicamente el logo en un fondo que contenga los colores de la institución, además contará con un icono que transmita al usuario la acción de utilizar el scroll o la barra para seguir viendo el contenido.



Figura 32. *Diseño de inicio.*

Elaborado por: Diego Chicaiza

5.05.02. Nosotros.

En este espacio se presentará todo lo referente al centro educativo, como misión, visión y reseña histórica.



Figura 33. *Diseño nosotros.*

Elaborado por: Diego Chicaiza

5.05.03. Secciones.

Se mostrará todo lo que la institución ofrece, como sus jornadas, horarios y materias tanto en la escuela como en el colegio.



Figura 34. *Diseño de secciones.*

Elaborado por: Diego Chicaiza

5.05.04. Galería.

En esta sección se presentará fotografías de las diversas actividades que se vayan realizando en el transcurso del año lectivo, así como también un video en el que se podrá observar las instalaciones con un recorrido en 3D.

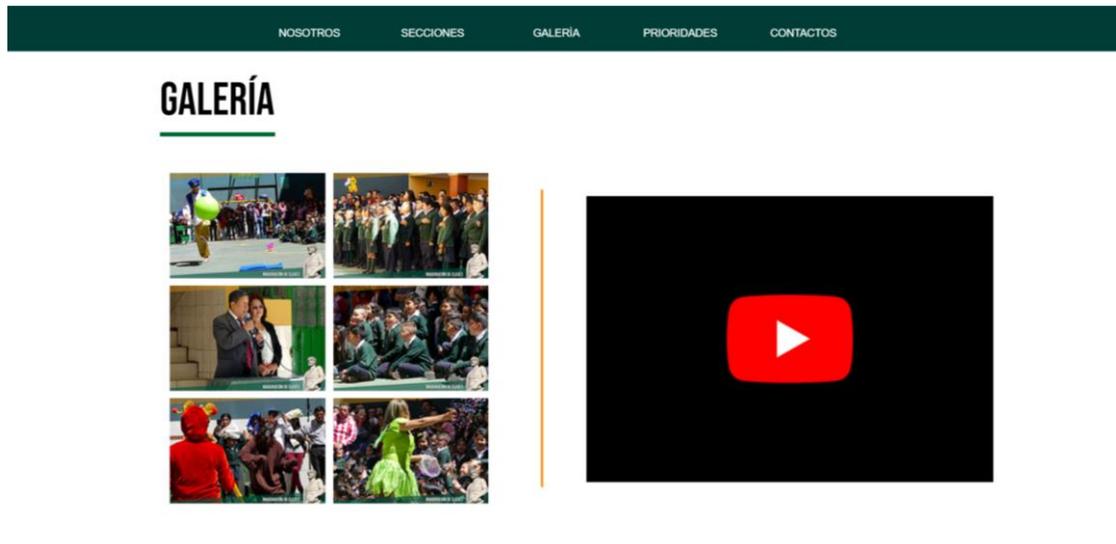


Figura 35. *Diseño de instalaciones.*

Elaborado por: Diego Chicaiza

5.05.05. Prioridades.

En este espacio se detallará las prioridades educativas que la institución considera como relevantes para los estudiantes.

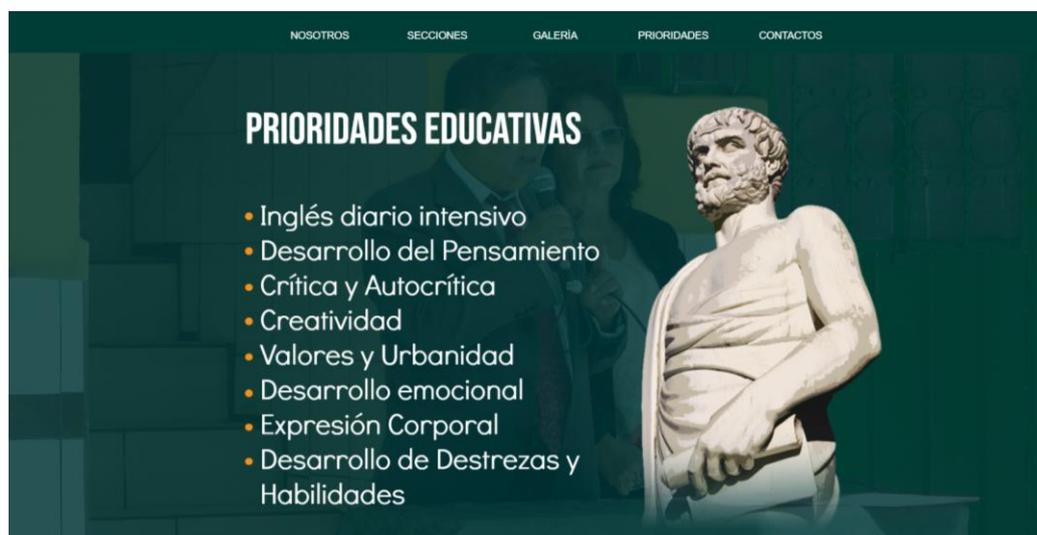


Figura 36. *Diseño de prioridades.*

Elaborado por: Diego Chicaiza

5.05.06. Contactos.

En este espacio se observará un mapa con la ubicación de la institución y un formulario de contacto, que servirá a las personas interesadas a enviar un correo electrónico solicitando información o preguntando cualquier inquietud que tengan.

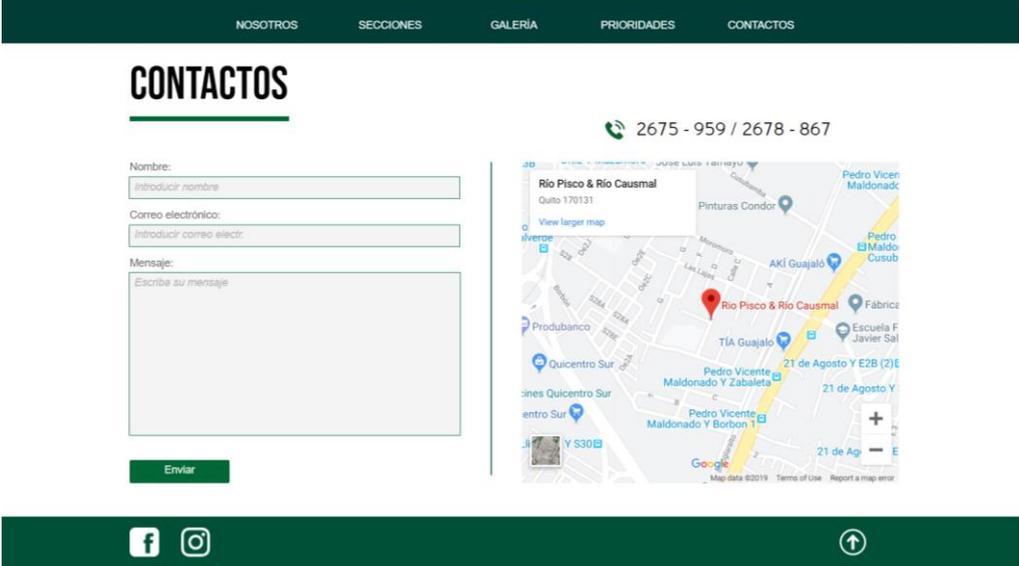


Figura 37. *Diseño de contactos.*

Elaborado por: Diego Chicaiza

5.06. Marketing y difusión

5.06.01 Foda

FODA marketing		
	Fortalezas	Debilidades
Análisis Interno	<ul style="list-style-type: none"> * Docentes Profesionales * Instalaciones Amplias * Laboratorios especializados 	<ul style="list-style-type: none"> * Bajo reconocimiento del grupo objetivo * Pensión poco elevada * No tiene una ubicación adecuada
	Oportunidades	Amenazas
Análisis Externo	<ul style="list-style-type: none"> * Las redes sociales * Sitios web * Dispositivos móviles 	<ul style="list-style-type: none"> * Instituciones aledañas * Aumento de gastos institucionales * Deterioro en las calles de ingreso a la institución

Figura 38. Foda de marketing.

Elaborado por: Diego Chicaiza

5.06.02. Estrategia creativa.

Beneficio racional: Calidad educacional

Mensaje básico: Aprende con profesionales

Tono: Indiferente

Estilo: Juvenil

Eje de campaña: Un centro educativo de calidad

Slogan: Tú futuro en las mejores manos.

5.06.03. Plan de Medios.

Medios principales: Facebook, Instagram

Información: Difundir contenido de la institución.

Medios secundarios: Flyer

Refuerzo: Incentivar a que las personas visiten nuestra página web para que conozcan lo que la institución ofrece.

Medios auxiliares: Roll up

Mantenimiento: Recordar a nuestro grupo objetivo de la existencia de la página a través de un código QR.

Artes plan de medios



Figura 39. Cuenta Facebook.

Elaborado por: Diego Chicaiza

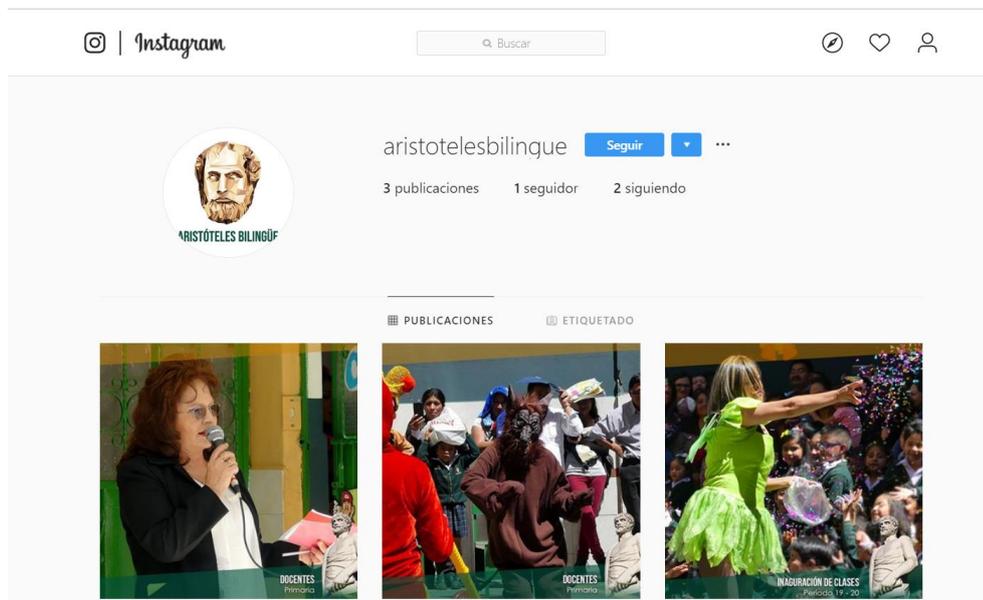


Figura 40. Cuenta Instagram

Elaborado por: Diego Chicaiza

Arte Facebook



Figura 41. *Arte Facebook.*

Elaborado por: Diego Chicaiza

Arte Instagram



Figura 42. *Arte Instagram.*

Elaborado por: Diego Chicaiza

Arte Flyer



Figura 43. Arte flyer.

Elaborado por: Diego Chicaiza

Arte Roll up

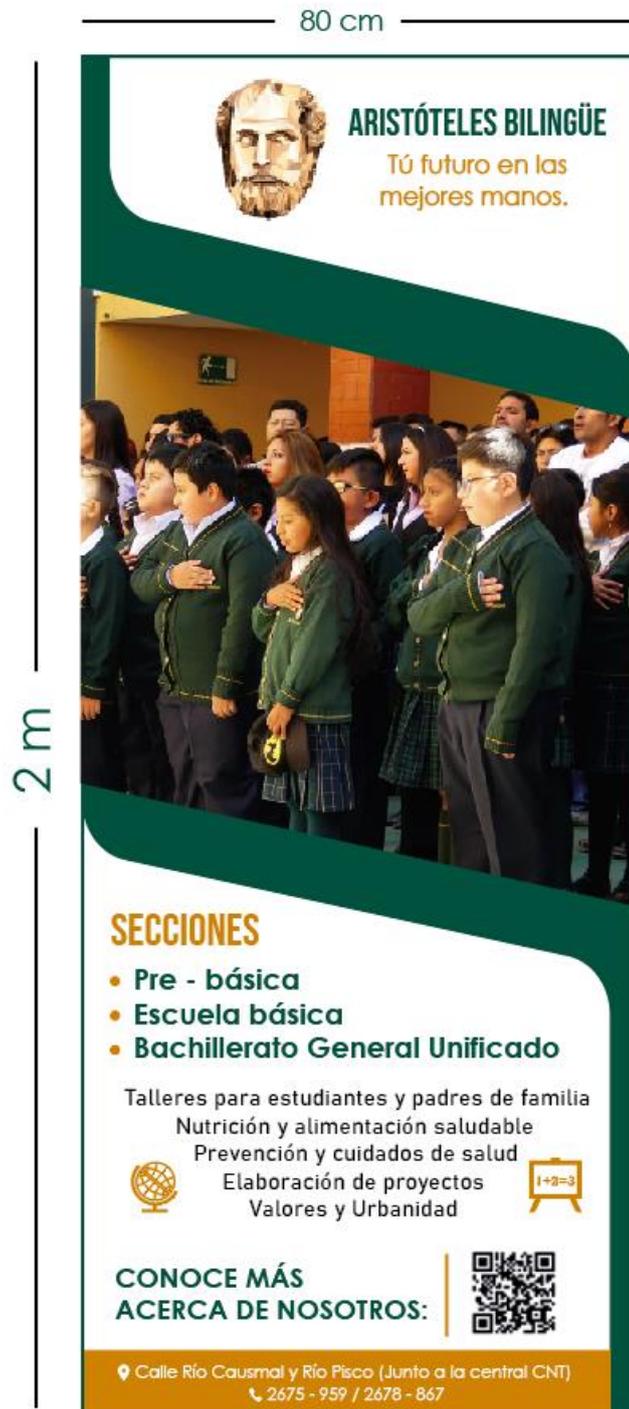


Figura 44. Arte Roll up.

Elaborado por: Diego Chicaiza

Tabla 19. *Tabla de Flow chart*

Medio	Inversión individual
Medios Principales	
Facebook	\$35
Instagram	\$35
Subtotal	\$70
Medio Secundario	
Flyer	\$50
Subtotal	\$50
Medio Auxiliar	
Roll up	\$45
Subtotal	\$45
Total medios	\$165
10 % Imprevistos	\$16.5
TOTAL	\$181.5

Elaborado por: Diego Chicaiza

Capítulo VI

6. Aspectos administrativos

6.01. Recursos

6.01.01. Técnicos – tecnológico.

El recurso tecnológico son herramientas utilizadas como apoyo para la elaboración de proyectos o trabajos, sus componentes pueden ser tangibles como un ordenador, impresora, laptop, etcétera; o pueden ser intangibles como software y aplicaciones virtuales, valiéndose de este recurso se puede agilizar en gran manera el desarrollo de todo tipo de proyecto (Perez & Merino, 2013).

Los recursos tecnológicos hoy en día brindan un gran apoyo tanto a profesionales como estudiantes, ayudándolos a desempeñar de mejor manera sus labores. Son una parte fundamental para el desarrollo de las páginas web, ya que sin las cuales no hubiera sido posible la realización de este proyecto.

Recursos utilizados

Software: Microsoft Word 2016, Adobe Illustrator CC 2019, Adobe Photoshop CC 2019,

Adobe Muse CC 2018

Hardware

Procesador: Intel(R) Core(TM) i7-8550U CPU @ 1.80 GHz 1.99 GHz

Disco SATA 2000 GB , Memoria RAM 16 GB

Sistema Operativo Windows 10 de 64 bits, procesador basado en x64

Traspaso de las fotografías al ordenador se usó una Flash Memory Kingston de 16 GB

Cámara Digital Lumix FZ300.

6.01.02. Recursos humanos.

Se considera recursos humanos a las personas que brindan su apoyo para realizar diferentes actividades o labores encomendadas, con el fin de obtener un resultado satisfactorio del trabajo a realizar.

Recursos humanos utilizados:

Rector del centro educativo Aristóteles

Secretaria de la institución

Ing. Gonzalo Quezada (Lector)

Diego Chicaiza (Investigador)

6.01.03. Recursos Económicos.

Son indispensables para la financiación del proyecto, ya que mediante este recurso podemos solventar los gastos necesarios para una presentación adecuada del trabajo.

Recursos utilizados

Alimentación, transporte, materiales de oficina

Tabla 20. *Gastos operativos*

Financiación						
	Valor Unitario	Cantidad	Universidad	Empresa	Estudiante	Sub total
Bibliografía						
Fotocopias	\$ 0,02	400			x	\$ 8,00
Internet	\$ 25,00	1			x	\$ 25,00
Suministros	\$ 0,50	15			x	\$ 7,50
Servicios Básicos						
Luz	\$ 8,00	2			x	\$ 16,00
Agua	\$ 7,00	2			x	\$ 14,00
Viajes y Viáticos						
Pasajes	\$ 0,25	10			x	\$ 2,50
Alimentación	\$ 2,50	2			x	\$ 5,00
Documento Final						
Anillado	\$ 8,00	2			x	\$ 16,00
Impresión	\$ 0,25	200			x	\$ 50,00
Empastado	\$ 25,00	1			x	\$ 25,00
					TOTAL	\$ 169,00

Nota. Total, de gastos operativos.

Elaborado por: Diego Chicaiza

6.02. Presupuesto

Es indispensable que en la realización de un proyecto se establezca un presupuesto adecuado, con el fin de planificar de manera anticipado todos los gastos que se tendrá en el transcurso del tiempo.

6.02.01. Gastos operativos.

Se determina un valor a cada actividad o recurso que se ha utilizado en la realización del proyecto.

6.02.02. Aplicación del proyecto.

Tabla 21. *Aplicación de proyecto*

Financiación						
	Valor Unitario	Cantidad	Universidad	Empresa	Estudiante	Sub total
Medios Impresos						
Flyer	\$ 0,25	10			x	\$ 2,50
Roll up	\$ 35,00	1			x	\$ 35,00
Carpeta	\$ 2,00	1			x	\$ 2,00
Hoja membretada	\$ 0,25	3			x	\$ 0,75
Tarjeta de presentación	\$ 0,30	10			x	\$ 3,00
Página Web						
Diseño	\$ 200,00	1			x	\$ 200,00
Hosting	\$ 25,00	1			x	\$ 25,00
Dominio	\$ 45,00	1			x	\$ 45,00
					TOTAL	\$ 313,25

Nota. Total, de inversión del proyecto.

Elaborado por: Diego Chicaiza

6.02.03 Cronograma

Tabla 22. *Tabla de actividades realizadas*

N.	Actividad	Responsable	Tiempo				Resultados Esperados	
			Mes	Semana				
				1	2	3		4
1	Antecedentes	Diego Chicaiza	Junio	x				Establecer el problema principal de la institución.
2	Análisis de Involucrados	Diego Chicaiza	Junio				x	Definir las personas que van a intervenir en el proyecto.
3	Problemas y Objetivos	Diego Chicaiza	Julio		x			Concretar los problemas y soluciones del proyecto.
4	Análisis de Alternativas	Diego Chicaiza	Julio				x	Desarrollar un análisis de alternativas enfocados al problema principal.
5	La Propuesta	Diego Chicaiza	Agosto	x	x			Realizar el proyecto.
6	Aspectos Administrativos	Diego Chicaiza	Agosto			x	x	Definir el presupuesto y un cronograma de las diferentes actividades a realizarse.
7	Conclusiones y Recomendaciones	Diego Chicaiza	Septiembre	x				Puntualizar las recomendaciones y conclusiones en base al proyecto.

Nota. Actividades realidades de cada mes del proyecto de tesis.

Elaborado por: Diego Chicaiza

Capítulo VII

7. Conclusiones y recomendaciones

7.01. Conclusiones

Con la culminación del presente proyecto, se determinó que el brindar información acerca del centro educativo a través de medios digitales, genera un mayor interés en el grupo objetivo, por lo que se puede apreciar de mejor manera todo en cuanto a la institución se refiere.

Al completar el proyecto, se notó un considerable incremento del interés por parte del personal de la institución, al utilizar medios tecnológicos como ayuda pedagógica para el aprendizaje de los estudiantes y la interacción que se puede generar al utilizarlos de una manera adecuada.

Al culminar el proyecto se determinó que una institución educativa al poseer un sitio en línea como lo es una página web, se obtiene un mayor status y credibilidad diferenciándose de las demás instituciones; obteniendo así un mayor posicionamiento por parte del grupo objetivo.

El que la página web tenga una constante interacción con los usuarios incrementa en un mayor porcentaje las posibilidades de que siga creciendo, ya que cualquier persona interesada en una educación de calidad puede acceder a la misma para obtener información a través del internet.

Para poder difundir el sitio web se utilizó como un medio principal las redes sociales, teniendo en cuenta que en la actualidad la mayoría de las personas no solo las utiliza para socializar sino también como un medio de información, el cual se está popularizando más con el pasar de los años.

Al concluir el proyecto se determina la viabilidad que tiene un sitio web, ya que puede ser visualizada en cualquier dispositivo móvil con conexión a internet, dando una mayor facilidad al grupo objetivo de obtener información acerca del centro educativo en cualquier lugar en el que se encuentren.

Una vez finalizado el proyecto la aceptación que recibió la página web fue aceptable, ya que las personas consideran como una gran ayuda que la información esté al alcance de un solo clic, al conocer las instalaciones y contactándose directamente con el personal administrativo sin la necesidad de ir al establecimiento.

Al culminar el proyecto los estudiantes podrán ver las fotografías de eventos o sucesos que acontecen en la institución, al ser subidos al sitio web y a las redes sociales, con el fin de que puedan ser compartidos con sus amigos y obteniendo así una mayor difusión del trabajo que se está realizando.

Al terminar el con el presente proyecto se logra llegar a más personas que están interesadas en la institución, y ya no solo del sector en el que se encuentran sino también en lugares aledaños que prefieren que sus hijos tengan una educación de calidad a precios totalmente accesibles.

Al concluir con el proyecto se logra obtener mayores ingresos a la institución con lo que se los puede invertir en mejorar la infraestructura del establecimiento y en ciertos aspectos como son laboratorios, maquinarias, etcétera, a fin de seguir creciendo y brindando a sus estudiantes una educación de calidad.

7.02. Recomendaciones

Se recomienda generar constantemente contenido de interés acerca de cualquier evento o suceso que tenga que ver con la institución, con el fin de que el grupo objetivo este pendiente de visitar el sitio web constantemente y así estar informados de todo lo que acontezca.

El utilizar las redes sociales como un medio de difusión está comprobado que es muy factible debido a su facilidad y a la rapidez con que viaja la información al ser compartida de un usuario a otro, por lo que se recomienda utilizarlas para dar a conocer un evento o actividad.

Se recomienda que el centro educativo establezca una línea gráfica adecuada para las publicaciones que se presentará en la página web o en las redes sociales. Así como también cualquier arte publicitario o informativo a realizarse, con el fin de generar un mayor posicionamiento en el grupo objetivo.

Seleccionar minuciosamente las imágenes o fotografías que se utilizarán en publicaciones o artes que vayan a representar a la institución, ya que de esto depende la aceptación de las personas a quien va dirigida.

Estar siempre informado y al pendiente de todas las tendencias e innovaciones que se van presentando con el pasar del tiempo, ya que el estar actualizado y a la par con la tecnología es la mejor carta de presentación de un centro educativo que se preocupa por dar lo mejor a sus estudiantes.

Referencias Bibliográficas

- Alegsa. (03 de 07 de 2016). *Definición de modelo en 3d*. Obtenido de http://www.alegsa.com.ar/Dic/modelo_en_3d.php
- Behocaray, G. (2015). *Combinación de medios y de contenido*.
- Belloch, C. (2016). *Aplicaciones multimedia interactivas*. Valencia.
- INEC. (5 de 12 de 2017). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/tras-las-cifras-de-quito/>
- Milenium. (2019). *diseño web*. Obtenido de <https://www.informaticamilenium.com.mx/es/temas/que-es-diseno-web.html>
- Nielsen, J. (2000). Usabilidad diseño de páginas web. En J. Nielsen. Juarez: Prentice Hall.
- Pérez, J., & Merino, M. (2012). *Definición de tecnología*. Obtenido de <https://definicion.de/tecnologia/>
- Perez, J., & Merino, M. (2013). *Definición de recursos tecnológicos*. Obtenido de <https://definicion.de/recursos-tecnologicos/>
- Porta, J., & Merino, M. (2009). *Definición de página web*. Obtenido de <https://definicion.de/pagina-web/>
- Renderegi. (2019). *Ventajas del modelado 3d*. Obtenido de <https://www.rendercgi.com/ventajas-modelado-de-diseno-3d/>
- Vega, A. (5 de Marzo de 2013). *Responsive web desing*. Obtenido de <https://ebuah.uah.es/dspace/bitstream/handle/10017/19972/Memoria.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Villagómez, C. (2017). *CCM*. Obtenido de <https://es.ccm.net/contents/781-webmastering-diseno-web>

ANEXOS



Unidad Educativa Particular

"ARISTOTELES"

Rio Causmal Oe1-245 y Rio Pisco - Manglar Alto S27-98 y Las Lajas
Telf. 022675959 - 022678867 - 022688242
Quito - Ecuador

Quito, 15 julio del 2019

Señores

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

De mi consideración:

Por la presente notifico a ustedes, que nuestra Institución, apoya la realización del proyecto Análisis, Diseño y Creación de una Pagina Web para la Unidad Educativa Aristóteles de la ciudad de Quito implementado por el alumno DIEGO ARMANDO CHICAIZA NARANJO, para que sea llevado a cabo en colaboración con nosotros, en los meses de abril a septiembre del 2019.

Declaro conocer y aceptar los términos y condiciones previstas para la ejecución del Proyecto, estando conforme con todas aquellas actividades que se prevean realizar con nuestro apoyo.

Sin otro particular, les expreso mis sentimientos de consideración y alta estima.

Atentamente,


Lic. Luis Mantilla
RECTOR



URKUND

Urkund Analysis Result

Analysed Document: TESIS CHICAIZA DIEGO.docx (D56444029)
Submitted: 10/3/2019 8:10:00 PM
Submitted By: godiedk451@gmail.com
Significance: 3 %

Sources included in the report:

tesis corregida nuevo .pdf (D30282948)
http://www.alegsa.com.ar/Dic/modelo_en_3d.php
<https://definicion.de/recursos-tecnologicos/>
<https://es.ccm.net/contents/781-webmastering-diseno-web>

Instances where selected sources appear:

7



ING. GONZALO QUEZADA
Tutor

32	190951	2019-09-13	AUTONOMIA	2019-09-13 11:00:00	PROFESIA / ANTECEDENTES DE LA HERAMAMENTA O METODOLOGIA QUE PROPONE LA HERAMAMENTA O METODOLOGIA QUE PROPONE COMO SOLUCION	2019-09-13 21:00:00	10,00	PRESENTA LA REVISION Y SE LE CORRIGE	PROCESADO
33	190955	2019-09-17	AUTONOMIA	2019-09-17 12:00:00	PROFESIA / ANTECEDENTES DE LA HERAMAMENTA O METODOLOGIA QUE PROPONE COMO SOLUCION	2019-09-17 20:00:00	8,00	PRESENTA LA REVISION Y SE LE CORRIGE	PROCESADO
34	190945	2019-07-15	AUTONOMIA	2019-07-15 13:00:00	HERAMAMENTA O METODOLOGIA QUE PROPONE COMO SOLUCION DE LA HERAMAMENTA O METODOLOGIA QUE PROPONE COMO SOLUCION	2019-07-15 21:20:00	8,33	PRESENTA LA REVISION Y SE LE CORRIGE	PROCESADO
35	190952	2019-09-20	AUTONOMIA	2019-09-20 12:00:00	HERAMAMENTA O METODOLOGIA QUE PROPONE COMO SOLUCION DE LA HERAMAMENTA O METODOLOGIA QUE PROPONE COMO SOLUCION	2019-09-20 22:55:00	10,92	PRESENTA LA REVISION Y SE LE CORRIGE	PROCESADO
36	190946	2019-07-24	AUTONOMIA	2019-07-24 18:00:00	PROFESIA / FORMULACION DEL PROCESO DE APLICACION DE LA PROFESIA	2019-07-24 21:27:00	3,45	PRESENTA LA REVISION Y SE LE CORRIGE	PROCESADO
37	190953	2019-09-29	AUTONOMIA	2019-09-29 12:00:00	PROFESIA / FORMULACION DEL PROCESO DE APLICACION DE LA PROFESIA	2019-09-29 22:00:00	10,00	PRESENTA LA REVISION Y SE LE CORRIGE	PROCESADO
38	190954	2019-09-30	AUTONOMIA	2019-09-30 13:00:00	PROFESIA / FORMULACION DEL PROCESO DE APLICACION DE LA PROFESIA	2019-09-30 23:00:00	10,00	PRESENTA LA REVISION Y SE LE CORRIGE	PROCESADO
39	190947	2019-08-05	AUTONOMIA	2019-08-05 17:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / ASPECTOS PRESUPUESTARIOS	2019-08-05 20:34:00	3,57	PRESENTA LA REVISION Y SE LE CORRIGE	PROCESADO
40	190948	2019-08-21	AUTONOMIA	2019-08-21 15:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / ASPECTOS PRESUPUESTARIOS	2019-08-21 21:43:00	6,72	PRESENTA LA REVISION Y SE LE CORRIGE	PROCESADO
41	190957	2019-09-09	AUTONOMIA	2019-09-09 12:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	2019-09-09 21:50:00	9,83	PRESENTA LA REVISION Y SE LE CORRIGE	PROCESADO
42	190949	2019-09-03	AUTONOMIA	2019-09-03 10:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	2019-09-03 19:30:00	9,50	PRESENTA LA REVISION Y SE LE CORRIGE	PROCESADO
43	190956	2019-09-11	AUTONOMIA	2019-09-11 20:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	00:00-00:00 00:00:00	[INVÁLIDO]	PRESENTA LA REVISION Y SE LE CORRIGE	PROCESADO
TOTAL HORAS:							259,91		
<p style="text-align: center;">“CORDILLERA” INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR</p>									
QUEZADA BRISTILLOS GONZALO ALEXANDER TUTOR C.E. 171902585						CHICALZOLA ALVARO DIEGO ABAMANDO ALUMNO C.E. 171904161			C.E. 1719059074
<p style="text-align: center;">CONSEJO DE CARRERA INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA</p>									
VISEO MILENIO FECHA:									

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

Diseño Gráfico

ORDEN DE EMPASTADO

Una vez verificado el cumplimiento de los requisitos establecidos para el proceso del Trabajo de Integración Curricular, se **AUTORIZA** realizar el empastado del Trabajo de Integración Curricular, del alumno(a) Diego Armando Chicaiza Naranjo, portador de la cédula de identidad N° 1720794161, previa validación por parte de los departamentos facultados.

Quito, 29 de Noviembre de 2019



Sra. Mariela Balseca
CAJA



CONSEJO DE CARRERA
DISEÑO GRÁFICO
Ing. Raquel Andrade
DELEGADO DE LA UNIDAD
DE INTEGRACIÓN CURRICULAR



Ing. William Parra López
BIBLIOTECA



Ing. Samira Villalba
PRÁCTICAS PREPROFESIONALES



DIRECCIÓN DE CARRERA
Ing. Lizeth Guerrero
DISEÑO GRÁFICO
DIRECTOR DE CARRERA



Ing. Samantha Prado
SECRETARÍA ACADÉMICA

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