



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE
MÉXICO**

FACULTAD DE INGENIERÍA

T E S I N A

**“Diseño y Desarrollo Web para una Empresa de Bisutería
Artesanal”**

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE

**I N G E N I E R O
E N C O M P U T A C I Ó N**

P R E S E N T A :

SUSANA PATRICIA VILLALOBOS GALVAN

**DIRECTOR DE TESINA: M. C. ALEJANDRO VELÁZQUEZ
MENA**



CIUDAD UNIVERSITARIA

ÍNDICE

Introducción	1
Objetivo.	
Antecedentes.	
Capítulo 1. Empresa de Bisutería: Deseado.	3
1.1 Objetivo.	
1.2 Antecedentes.	
Capítulo 2. Proyectos.	5
2.1 Telcel.	
2.2 Banamex.	5
2.2.1 Sistemas	
2.2.1.1 Sistemas Distribuidos	
2.2.1.2 Sistemas Mainframe	
2.2.2 COB	
2.2.3 Proyecto Fusión con Budapest	
2.3 RegiÉT de México.	9
2.3.1 Campañas de Telefonía Móvil	
2.3.2 Mantenimientos	
2.3.3 Nuevas Instalaciones	
2.4 Deseado.	11
2.4.1 Misión	
2.4.2 Visión	
2.4.3 Objetivo de Calidad	
2.4.4 Propuesta de Valor	
2.4.5 Definición de Bisutería	
2.4.6 Información sobre la Web	
Capítulo 3. Sitio Web para Deseado: Metodología Empleada.	18
3.1 Análisis de la Competencia.	
3.1.1 Objetivo	
3.1.2 Competencia Directa y Análisis de Páginas	
3.1.3 Competencia Indirecta y Análisis de Páginas	
3.2 Proceso de Diseño.	28
3.2.1 Objetivo	
3.2.2 Fase 1: Lluvia de Ideas	
3.2.3 Fase 2: Boceto Burdo	
3.2.4 Fase 3: Boceto Definido	
3.2.5 Fase 4: Boceto Final	
3.3 Creación de la Página Web.	36
3.3.1 Objetivo	
3.3.2 Desarrollo	
3.3.3 Programación	

3.4 Costos.	45
3.4.1 Objetivo	
Capítulo 4. Resultados	47
4.1 Resultados y Aportaciones.	
4.2 Conclusiones	
Glosario.	50
Bibliografía.	53

INTRODUCCIÓN

Este documento pretende mostrar cómo con la experiencia adquirida como ingeniero a lo largo de las distintas oportunidades de trabajo obtenidas, se puede lograr un panorama amplio para cumplir con los requisitos necesarios e indispensables para sacar adelante una empresa familiar de la mano de toda la tecnología vanguardista.

Para ello, se describirá brevemente las distintas experiencias obtenidas y las aportaciones de las mismas para lograr un objetivo concreto, que es el autoempleo por medio de la creación de una empresa.

OBJETIVO

Llevar a acabo un análisis exhaustivo de la metodología empleada para realizar la creación de una página web específica para la venta de productos de bisutería fina online, potencializando de esta manera el posicionamiento de la empresa dentro de las más reconocidas en este rubro con una estrategia tanto para ventas como para *branding*.

ANTECEDENTES

Gracias a la formación como Ingeniero en Computación, la forma de razonamiento y estructuración de la programación para posteriormente hacer la implementación de dichos conocimientos se da de manera natural, facilitando la exploración de otras ramas de programación como lo es al complementarla ahora con el diseño gráfico.

A continuación, una breve descripción de los Capítulos contenidos en el presente documento:

- ❖ Capítulo 1, denominado Empresa de Bisutería: Deseado, es una breve descripción de el giro de la Empresa a la cual se le va a realizar el diseño y desarrollo de la página Web.
- ❖ Capítulo 2, denominado Proyectos, es una breve descripción de todos los proyectos en los cuales he participado a lo largo de mi experiencia profesional, con los cuales he podido establecer los puntos clave para poder formar una empresa.
- ❖ Capítulo 3, denominado Sitio Web para Deseado, veremos de qué manera se hizo el análisis para la construcción primeramente del diseño para la página Web para posteriormente realizar el desarrollo de la misma con las herramientas de programación.

- ❖ Capítulo 4, denominado Resultados, tiene un breve análisis de los resultados finales obtenidos del proyecto.

CAPITULO 1. Empresa de Bisutería: Deseado

1.1 OBJETIVO

Crear un concepto novedoso y lograr un claro posicionamiento en la oferta y demanda de bisutería fina, generando un valor agregado que facilite la comercialización con compradores potenciales, un adecuado volumen de ventas y la consolidación de la imagen de la Empresa Deseado.

1.2 ANTECEDENTES

Deseado es una nueva marca en el mercado que pretende introducir sus productos de bisutería fina artesanal en el mercado Mexicano, elaborados con piedras semipreciosas como: perlas cultivadas, coral, ónix, ojo de tigre, jade, por solo mencionar algunas dentro de su amplia variedad.

La Empresa Deseado pretende ser una nueva alternativa para aquellas personas que buscan calidad a precios razonables, ya que, actualmente existen siete principales exitosas empresas mexicanas dedicadas al rubro de la bisutería y joyería fina. En general, cuentan con 10 años de experiencia en el negocio y todas se encuentran especializadas mayormente en el segmento de la joyería de oro y plata, aunque no dejan de vender bisutería fina también. Algunos ejemplos son: La Piedra, originarios de Sonora; Bisuterías Mondo Murano, originarios de Reynosa, Tamaulipas; Karmen Nava originaria de Naucalpan, Estado de México, entre otras.

Deseado se introduce en el mercado dominado por la Bisutería proveniente de China, que es la mayor distribuidora de Bisutería en nuestro país, al contar con piedras finas y de calidad.

El proyecto en sí, tiene un buen potencial, anclado en una oferta de productos que por su variedad de estilos, calidad y precio, sean determinantes para generar preferencias en el comprador potencial. Ofrece la enorme ventaja de poder estructurar la oferta de productos con base en necesidades y características del mercado demandante, con el fin de crear un nicho de mercado importante para Deseado.

Para ello, se vale de la generación del valor agregado que aporta la herramienta de la Internet al crear un servicio con un impacto profundo en distintos ámbitos pero, especialmente, en la comercialización no importando la localización, impulsando así el fenómeno de la *Globalización* que junto con la llamada *Desmaterialización de la Economía y Ecoeficiencia*, ha dado lugar al nacimiento de una *Nueva Economía* caracterizada por la utilización de la red en todos los procesos de incremento de valor

de la empresa. Además, esta herramienta es de gran ayuda, ya que, el número de usuarios aumenta de forma continua. En 2006 se estimaba el número de internautas en 1.100 millones. Para el 2016 se estima que el número ascenderá a 2.000 millones.

La segmentación que podemos encontrar actualmente en este rubro crea un enorme abanico de posibilidades, desde el punto más alto, con joyería fina de importación, de marcas internacionales, joyas de alta calidad o de colección y piezas fabricadas bajo pedido por artesanos de alta calidad, con materiales de primera, hasta el segmento más bajo, con bisutería de diversos materiales, de baja calidad y corta durabilidad.

CAPITULO 2. Proyectos.

La experiencia profesional que he obtenido de mi participación en:

2.1 Conciliación GSM y TDMA - Telcel

El proyecto consistió en realizar la conciliación de servidores de usuarios de telefonía *GSM* y *TDMA* de manera más eficiente y en menor tiempo dentro de un equipo de trabajo, teniendo como objetivo desarrollar un código que facilitara esta tarea, además, de automatizarla.

Desarrollé junto con el equipo de trabajo un código en Linux, el cual llevaba a cabo la conciliación de los servidores de manera automática, mediante comandos que permitían programar la fecha y hora en que se debía llevar a cabo y que al finalizar se exportarían los datos a un block de notas para así, a partir de la información obtenida, llevar a cabo el análisis de las estadísticas de mayor importancia para revisión del comportamiento mes con mes de los usuarios que se encontraban en servidor GSM y de los que se encontraban en el servidor TDMA, ya que, en aquel momento se llevaba a cabo la planeación de la migración de éstos últimos al servidor GSM.

Por tanto, de Telcel obtuve la experiencia del trabajo en equipo con gente de distintas áreas de estudio y trabajo, bajo presión y normas de calidad estrictas, para cumplir con el objetivo en el tiempo propuesto desde la contratación.

2.2 250 West - Banamex

En Banamex administré cuentas de usuarios de CitiBank a nivel mundial, tales como: África, China, Japón, Australia, Europa, Estados Unidos, Sudamérica, entre otros, en distintos ambientes y aplicaciones utilizados en el banco y de esta manera proporcionar a los usuarios los accesos necesarios para poder realizar el trabajo diario dependiendo de su jerarquía dentro de la empresa.

También, brindé asistencia para proyectos específicos, llevando a cabo pruebas cuando había una mejora en las versiones de las aplicaciones y se tenía que llevar a cabo la migración de todas las cuentas de dicha aplicación o bien, aportar mejoras en las aplicaciones de tal manera que las interfaces fuesen más amigables y fáciles de usar por los administradores.

Tuve a mi cargo un equipo de trabajo conformado por 10 analistas para dar soporte y atención, siguiendo un estándar de calidad a los requerimientos específicos de los usuarios tales como: incremento en la cantidad de dinero a su cargo, incremento de permisos para accesos completos a determinadas cuentas de clientes,

etc. Todo esto realizado por medio de las aplicaciones de los Sistemas Distribuidos y Mainframe.

2.2.1 Sistemas

2.2.1.1 Sistemas Distribuidos

Son aplicaciones llamadas o conocidas como Distribuidas, ya que, por medio de un servidor web se accesa a estas aplicaciones y se pueden controlar las librerías para añadir, borrar o modificar el perfil de un usuario:

- LDAP o Siteminder: proporciona la autenticación basada en políticas de los usuarios con aplicaciones basadas en Web, así como su inicio de sesión único para las mismas.
- CDS: utilizado básicamente por usuarios de Citibank Canadá y Estados Unidos.
- GPLBS
- CLASS
- OPICS/ Citrix neighbourhood
- GKSwitch
- eSales
- Solar: utilizado básicamente por usuarios de Citibank Inglaterra para realizar reportes tanto en el servidor de prueba como en el de producción.
- Storm: utilizado básicamente por usuarios de Citibank India para agregar acceso a librerías.
- Riskman
- TradePlus
- Bart: utilizado básicamente para añadir derechos sobre los perfiles de usuarios de la aplicación GPLBS.

2.2.1.2 Sistemas Mainframe

Son aquellos sistemas utilizados principalmente en los bancos para aplicaciones tales como cálculos de nóminas, contabilidad, transacciones comerciales, recuperación de información, y cálculos científicos.

Con las aplicaciones Mainframe que mencionaré a continuación se concedían creaciones, cesiones de permisos y modificaciones de perfiles de usuarios para habilitarles el control de operaciones delicadas a las cuentas de los clientes de Citibank.

- RACF: básicamente permite modificar los accesos más delicados e importantes del perfil de un usuario, ya que, modifica el nivel de control que puede tener un usuario sobre las cuentas de sus clientes.
- HOME

- SAFN
- ZSEC
- FCI
- POE
- HOMP
- TMS
- OMS
- WTSU
- SCEA
- SCAP
- MIMS
- BID
- OFFR
- MERVA
- MATES
- SOPT
- SJUP
- SJEN
- ZXRF
- FCLinx
- KDAU
- KSN
- SBWM
- ASTR
- RF22
- RADAR
- SPII
- VPMP30
- ME00
- Interested Party Administration
- TSO18,

entre otros.

2.2.2 COB

Por sus siglas en inglés Core Of Bussiness, el COB consiste en realizar en una fecha aleatoria pruebas de creación, modificación y eliminación de perfiles de usuarios de todas y cada una de las aplicaciones tanto Distribuidas como Mainframe en un sitio

alterno al que se habituaba trabajar, para garantizar que en caso de una eventualidad fortuita tanto de carácter humano (marchas, plantones, etc.), como natural (temblores, lluvias torrenciales, etc.), un par de elementos del equipo se pudieran reubicar en dicho sitio alterno y realizar las funciones asignadas sin problema alguno en todas las aplicaciones de los sistemas antes mencionadas.

Durante el simulacro COB tenía que tomar evidencia de la creación, modificación y eliminación de perfiles de usuarios de cada aplicación para garantizar el buen funcionamiento de las mismas y presentarlas ante los encargados del departamento de Revisión Independiente.

Dicho procedimiento se realizaba durante tres días, ya que, se debían coordinar varios departamentos, desde los técnicos de cada aplicación, las personas encargadas de permitir que se otorgue el acceso de creación, modificación y eliminación de un perfil, nuestro departamento que llevaba a cabo la creación, modificación y eliminación de un perfil, hasta usuarios finales, en horarios convenientes para poder realizar las pruebas a todos los continentes involucrados.

2.2.3 Proyecto fusión con Budapest

La fusión de Citibank México con Citibank Budapest se basó primeramente en que la atención que se debía brindar a los usuarios no se estaba cumpliendo dentro del margen de tiempo requerido, ya que, los usuarios a quienes Citibank Budapest atendía eran de Estados Unidos y dada la diferencia de horarios entre Budapest y Estados Unidos, se estaban teniendo muchas dificultades para culminar dentro de los tiempos de respuesta los requerimientos, así como para brindar el soporte telefónico en emergencias.

Al mismo tiempo, Citibank México se destacó por la buena organización, planeación y entrega de resultados con las diversas divisiones que se le habían otorgado, como: 250West, Delaware, Cuscatlán, entre otras, en el corto plazo de un año. Por lo que, se decidió que Citibank México podría absorber dos divisiones más: South Dakota y 111Wall Street. Así que se realizó toda una planeación que estuvo a mi cargo para evaluar tiempos de migración de operación, estimados de recursos humanos a necesitar para ofrecer vacantes en tiempo y forma y poder disponer de los mismos para llevar a cabo las capacitaciones necesarias para las aplicaciones de cada división, solicitar las respectivas creaciones de los nuevos perfiles administrativos de las aplicaciones para ambas divisiones, realizar y mostrar las presentaciones para los ejecutivos primeramente de Citibank México y posteriormente,

realizar un viaje de tres días para realizar dicha presentación, a los ejecutivos de Citibank Budapest y todo su equipo de trabajo.

2.3. RegiÉT de México

RegiÉT de México es una empresa que en principio estaba dedicada a la publicidad expuesta en las tarjetas telefónicas Ladatel y Multifón. Debido al auge de la telefonía celular, la empresa se vio en la necesidad de expandir su negocio de publicidad en estaciones del Metro de la Ciudad de México, del Ferrocarril Suburbano, en kioscos, autobuses, estaciones de autobuses, etc. y aunado a esto, a ofrecer servicios de telefonía móvil como parte de las campañas publicitarias atractivas.

2.3.1 Campañas de Telefonía Móvil

De lo anterior, yo estuve a cargo del área de Nuevas Tecnologías en Telefonía Celular, en la cual me encargaba principalmente de dar capacitación a todo el personal de la empresa para que estuviesen enterados de qué se trataban los Servicios de Telefonía Móvil con los cuales se contaba en la empresa y de esta manera los Ejecutivos de Ventas superan cómo vender los productos que se ofrecían. Me encargué de sacar prototipos de campañas ofrecidas por los Ejecutivos de Ventas de distintos productos que se ofrecían, como: *Portales WAP*, plataformas para envío masivo de *SMS* y *MMS* de las tres operadoras más importantes de dicha tecnología (Telcel, Iusacell y Movistar) y envío masivo gratuito de imágenes, texto, juegos, animaciones, etc. por *Bluetooth*, que se ofrecían a los clientes como parte de las campañas. Yo llevaba a cabo toda la Planeación, Desarrollo y Puesta a Punto de éstos servicios con telefonía celular una vez que se firmaba contrato con los clientes.

El área creció enormemente con mi participación, ya que, gracias a mi dominio del idioma inglés, pude contactar distintos proveedores para que realizaran rápida y eficientemente el desarrollo de la plataforma para el envío masivo de *SMS* y *MMS*, los desarrollos de los *Portales WAP*, de la compra de los dispositivos *Bluetooth* que en ese momento no se hallaban con la tecnología tan completa y como se necesitaba en ese instante en México.

Para poder ofrecer un prototipo atractivo a los clientes cuando los Ejecutivos de Venta se presentaban a entrevista, me dedicaba a investigar todo sobre la empresa del cliente al cual se le iban a ofrecer los servicios y de esta manera encontrar un “punto débil”, el cual podría ser subsanado o mejorado con una buena campaña de Telefonía Móvil. Por ejemplo: cuando la compañía de Seguros Axa y la compañía de Seguros ING se fusionaron, el personal encargado de la compañía de Seguros Axa

pidió la cotización para una campaña de Telefonía Móvil y lo que hice fue un prototipo de su campaña compuesta de:

1. El envío masivo de SMS a toda su cartera de clientes para por un lado agradecer que conservaran su seguro con ellos y por otra parte, afianzar la cartera de clientes de la compañía de Seguros ING ofreciendo consultorías sobre sus servicios para evitar perderlos.
2. Envío gratuito de animaciones vía Bluetooth, colocados en los stands de la compañía de Seguros Axa que estaban ubicados en las principales plazas comerciales del Distrito Federal, donde el impacto lograría el conocimiento y posicionamiento de la nueva compañía de Seguros Axa fusionada con los servicios ofrecidos por la compañía de Seguros ING.

Fui responsable de la campaña con dispositivos Bluetooth que los Ejecutivos de Venta conformaron para el Instituto Nacional de Migración con duración de 5 meses alrededor de algunos estados la República Mexicana, donde dicha Institución tenía sus oficinas principales, para realizar el comunicado de las nuevas formas de contacto y de obtención de citas. Por medio del envío masivo de una animación que daba a conocer dicha información se realizaba el envío de dos animaciones simultáneas con el mismo contenido pero uno traducido al idioma inglés y otro en nuestro idioma para garantizar que fuese entendido y cumpliera con el cometido. Al final de cada quincena se entregaba un reporte con las estadísticas de usuarios detectados, usuarios contactados y de éstos últimos cuántos habían realizado la descarga de contenidos.

Otro de los proyectos del área de Nueva Tecnología consistió en el desarrollo de una aplicación que tuviese una interface aplicable tanto en una handheld o computadora de mano, como en una computadora de escritorio para utilizar tarjetas inteligentes con *RFid* en un sistema de transporte urbano de la República Mexicana. El estudio, análisis y planeación para la utilización de la tecnología *RFid* la realicé especialmente para este proyecto a profundidad y posteriormente al contactar a los proveedores tanto Mexicanos como extranjeros, el planteamiento del proyecto se realizó con éxito y me permitió realizar una Matriz de ponderación con los resultados y sugerencias de cada proveedor llegando a ser muy útil para la selección que más complementaba lo que se requería para el proyecto, el cual fue pensando en facilitar el rápido acceso a dicho sistema de transporte, garantizando un interface fácil y amigable para realizar compras y/o recargas de la tarjeta inteligente por parte de los usuarios finales del mencionado sistema de transporte.

2.3.2 Mantenimientos

Aunado a mis responsabilidades como Coordinadora del área de Nuevas Tecnologías, ayudaba a mis compañeros del área de Sistemas a dar Soporte Técnico a las demás áreas de la empresa cuando se presentaban problemas con sus computadoras de escritorio, con aplicaciones tales como Word, Excel, PowerPoint, Outlook, con problemas que se presentaban del *CRM*, con el Active Directory, con impresoras, con nodos de red, con el mantenimiento preventivo de *antivirus*, *antispyware*, *antimalware* y actualizaciones del sistema operativo, así como de versiones de algunas aplicaciones específicas para ciertas áreas que calendaricé para efectuarse cada dos meses, así como de realizar respaldos de *.pst* de los usuarios y la revisión periódica de igual manera a los servidores del cuarto de telecomunicaciones y de todos los *dispositivos activos* con que se contaban.

2.3.3 Nuevas Instalaciones

Estuve a cargo de la planeación y puesta a punto de la red de datos y telefonía para 5 personas encargadas de una nueva Sucursal de RegiÉT de México en León, Guanajuato. Además, fui responsable de la realización de la campaña para la propia empresa en León, Guanajuato, para dar a conocer por medio de los dispositivos Bluetooth los servicios que se ofrecían con promociones por la nueva apertura de la Sucursal.

2.4 Empresa de Bisutería: DESEADO

Respondiendo primeramente la obvia pregunta de ¿quién es DESEADO?, *Deseado* es un pequeño negocio de tipo familiar que se realiza desde casa.

Ofrece productos de bisutería fina en un principio a conocidos y familiares, debido al número de trabajadores que conforman actualmente el negocio, que son 2, pretendiendo aumentar este número considerablemente a la par del crecimiento del negocio.

El público al que está dirigido este negocio es a un nivel AB, B+, y B-. Básicamente mujeres a partir de los 15 años que les guste vestir con accesorios únicos y resaltar sus encantos, sin dejar de lado a hombres que gusten regalar accesorios originales. Este tipo de público son en su mayoría personas que viven en la zona Sur de la Ciudad de México, y que cuentan con un nivel de ingresos medio, medio alto y alto, y que pueden darse el gusto de comprarse accesorios de bisutería fina.

El negocio está ubicado en la zona de San Jerónimo. Es un negocio nuevo que surge a partir de la idea de ofrecer diseños únicos e innovadores para el género

femenino. Igualmente surge como sugerencia de algunas amistades de la dueña, dado que consideran de buen gusto los accesorios diseñados al inicio para ella misma.

Por el momento, el negocio se está dando a conocer de boca en boca a un público cercano a la dueña, razón por la cual se ha solicitado la creación de una página web con el fin de poder empezar un negocio propio que a la larga tenga posibilidades de crecimiento, al igual que darse a conocer de una manera más profesional, ampliar su cartera de clientes y que éstos puedan conocer los diseños que ofrece y tener acceso fácil y claro a sus productos.

El cliente se presentó con la idea de la imagen que deseaba utilizar como logotipo, el cual consta de los elementos básicos de la naturaleza como lo son el Sol y la Luna, además del nombre del negocio. Por lo cual trabajé en realizar un diseño del logotipo, el cual tuviera la parte gráfica añadida al nombre para complementarlo, de esta manera se concretó el logotipo de la empresa como se mostrará a continuación en la figura 2.1 y 2.2, aclarando que la fuente tipográfica utilizada es “Helvética” por ser una tipografía versátil, casual, pero al mismo tiempo con rasgos elegantes sobre todo en el manejo de curvas y rectas, lo que sugiere una relación con el tipo de producto que se ofrece.



Figura 2.1 Logotipo Inicio

Interiores



Figura 2.2 Logotipo

Como restricción de diseño se tenía el uso del color, mismo que debía de ser en tonos sobrios para el logotipo, dado que se deseaba con él dar una sensación de sofisticación y unicidad.

El cliente decidió que una página web le ayudaría, ya que actualmente, y debido a la época en la que vivimos, es uno de los medios de comunicación y publicidad con más fuerza e importancia, convirtiéndose en uno de los medios más utilizados para buscar un producto, ya que, cada vez más empresas y negocios deciden crear páginas de internet debido a que los costos pueden llegar a ser menores que si se anunciaran por televisión o radio, entre otros medios.

La página web a su vez, tiene un mayor alcance que una campaña publicitaria impresa ya que en el caso de *Deseado*, como es un negocio pequeño en un ámbito

muy específico, la difusión es más sencilla y a la vez económica. Para esto se desea que la página web contenga la información necesaria para que los clientes puedan escoger fácil y ágilmente sus productos y de esta manera facilitarse el trabajo de producción de los mismos conforme a su demanda.

El contenido de la página básicamente deberá incluir todos los productos de cada una de las categorías con una breve explicación sobre las piedras finas utilizadas, el costo de la pieza artesanal y el stock del mismo, así como una imagen para que se aprecien mejor.

Así mismo requerirá del diseño de tarjetas de presentación para poder distribuir las y entregarlas a sus clientes para que a su vez, éstos también funjan como un canal de difusión y de promoción al darse la posibilidad de recomendar el servicio y repartirlas entre sus conocidos.

Las tarjetas de presentación contendrán el logotipo del negocio, el nombre de la dueña y su socio, el teléfono al cual se puedan contactar personalmente, la dirección del correo electrónico en la que también pueden hacerse llegar pedidos, preguntas, sugerencias y/o comentarios, y la página web para que los clientes, en caso de que no cuenten con un catálogo impreso a la mano, puedan entrar y conocer los diseños.

El negocio funciona de la siguiente manera: se tiene un inventario de los diseños producidos y un set de catálogos impresos que contienen los diseños de collares, pulseras, aretes y anillos, para que sus clientes puedan escoger dentro de la amplia gama.

El plus que ofrece este pequeño negocio es que los precios son bajos respecto a la competencia actual del mercado, por lo que lo hace muy competitivo.

Con los esfuerzos de una campaña publicitaria que incluya la página web, se desea dar a conocer y abarcar un mercado mayor, que vaya más allá de la zona de San Jerónimo, que es en la que actualmente se encuentran focalizados sus clientes por la localización geográfica del negocio. Por lo que la creación de la campaña publicitaria tiene la función tanto de dar a conocer como de promover, pero a su vez también de vender los productos.

2.4.1 Misión

La empresa Deseado, tiene por misión fabricar y comercializar bisutería para satisfacer a mayoristas y detallistas en México y en el extranjero básicamente a través de Internet. Utilizar la tecnología para poner a disposición del cliente una amplia variedad de productos de calidad a un precio accesible y ofrecer al cliente atención

personalizada y eficiencia en el envío. Hacer de la innovación una constante y estar siempre a la vanguardia de la moda.

Los exclusivos diseños de bisutería con piedras finas, creados por diseñadores Mexicanos, hacen que sus colecciones sean de las más amplias y variadas en cuanto a estilo, formas, materiales y colores.

Siempre teniendo en cuenta y sin olvidarnos que los precios son una parte importante a la hora de la venta, debido a la actual situación económica global, Deseado es una bisutería fina innovadora, llamativa y muy comercial que por otra parte no tiene que sacrificar la calidad del producto. Obteniendo un equilibrio entre Calidad-Precio.

2.4.2 Visión

Se tiene por Visión promover las ventas de Deseado a nivel Nacional e Internacional para alcanzar una operación en base a economías de escala, manteniendo la eficiencia en los procesos y la flexibilidad para mantenerse a la moda.

Consolidar el departamento de producción para lanzar mayores líneas de productos propios de Deseado a distintos tipos de mercados.

2.4.3 Objetivo de Calidad

Se tiene como Objetivo de Calidad el mantener un plan de crecimiento constante, el cual, consiste en incluir nuevas líneas de productos y facilitar el comercio electrónico. Siendo, el plan de expansión por medio de uso de sistemas y comercio electrónico, el que permita mantener precios bajos y llegar a más clientes.

2.4.4 Propuesta de Valor

La propuesta de valor de Deseado es fabricar y comercializar bisutería fina, así como estar a la vanguardia de la moda con los diseños y la tecnología para atender a los clientes sin límites de frontera a través de internet. Además, garantizar variedad de productos de calidad a precios accesibles. Queremos asegurar confiabilidad al cliente, atención personalizada, facilidad de compra y eficiencia en la entrega de los productos. También, queremos formar equipo con los clientes permitiéndoles su participación en atractivos esquemas de lealtad para mayoristas y finalmente, superar sus expectativas en cada una de sus compras y convertirnos en un aliado estratégico que le permita desarrollar su negocio rápida y exponencialmente.

2.4.5 Definición de Bisutería Fina

La *Bisutería*, como la define la Real Academia Española es la Industria que produce objetos de adorno, hechos de materiales no preciosos.

Por lo tanto, en una definición más coloquial, se tiene que: a la joyería que no utiliza materiales preciosos se le denomina bisutería, aunque a veces los imita. Con diferentes técnicas y materiales los artesanos que hacen bisutería crean piezas de mucho valor artístico. Collares con cuentas y piedras naturales, pendientes o zarcillos con el brillo del cristal son artesanías y manualidades que se adaptan fácilmente a los dictados de la moda.

2.4.6 Información sobre la web

Actualmente podemos ver los sitios web como una extensión de los libros impresos, ya que la creación de éstos está basada en los principios básicos del diseño editorial. Por ejemplo, al momento de crear un libro lo primero que se hace es crear una retícula o una red base, sobre la cual se organizará la información con el fin de que se vea homogénea.

Algunos de los puntos más importantes que se deben considerar al crear un sitio web son los siguientes:

- *“Desarrollar ayudas claras para la navegación”*. Esto quiere decir que se debe de tener una buena organización para no perder el sentido de la información. Y tener claros los botones de navegación.

- *“Evitar páginas que sean un callejón sin salida”*. Se entiende que haya enlaces para que le ayuden a navegar y que en cualquier punto se pueda regresar al menú principal para que se pueda entrar a otras secciones.

- *“Facilitar al usuario un acceso directo a la información”*. Mientras menos atajos tenga una página y que el usuario pueda encontrar la información con mayor facilidad, es mejor.

- *“Interacción y Ancho de Banda”*. Las personas no gustan esperar más de 10 segundos, por lo que el sitio debe de estar hecho con gráficos que no ocupen demasiado espacio.

- *“Simplicidad y Consistencia”*. Los usuarios de internet esperan que las páginas o sitios a los que acceden no sean complejos, al contrario que sean amigables y donde puedan encontrar lo que busquen de forma rápida.

- *“Integridad y Estabilidad en el diseño”*. Utilizar imágenes de buena calidad y ofrecer información confiable.

- *“Diálogo y Retroalimentación”*. Utilizar y proporcionar enlaces útiles y estar siempre dispuesto a responder a las demandas del momento.

- *“Degradación Agradable”*. Siempre se debe de tener en cuenta cómo se va a ver y desarrollar el sitio en diferentes soportes. Por soportes podemos entender los modelos de computadoras, tipos de pantallas, velocidades de bandas, y navegadores (programas para correr los sitios).

Cuando se va a desarrollar un sitio, lo más importante es tener claras las necesidades tanto del cliente como de los usuarios o público. Dentro del mundo de los sitios web encontramos diferentes tipos de públicos:

- No todas las personas que accesan a internet buscan información, si no que también buscan interactuar con los diferentes tipos de sitios, a estas personas se les denomina internautas pues navegan en las páginas principales de cada sitio, si ésta no les resulta atractiva cambian de sitio.
- Principiantes o usuarios ocasionales: personas que buscan sitios sencillos en los que puedan navegar con facilidad, que la información esté expuesta de forma organizada y que muestre un panorama completo de la página. Es el público más difícil, ya que, la mayoría de las personas en un rango de edades entre los 40 y 60 años se encuentran en este grupo, y son parte del target principal de Deseado.
- Por otra parte tenemos a los usuarios expertos que son personas que saben cómo obtener la información que desean de forma rápida y fácil. Son impacientes, gustan de las páginas ordenas pero muy detalladas, por lo que páginas que tarden mucho tiempo en cargar pueden resultar inútiles, a pesar de su contenido. Actualmente este grupo es en el que se encuentran la mayoría de las personas en un rango de edades entre los 10 y 39 años debido a que son las personas que utilizan con mayor frecuencia internet, ya sea como hobby o para buscar información, y también son parte del target principal de Deseado.
- Por último también podemos encontrar a los usuarios internacionales, que no sólo realizan búsquedas en los sitios de sus países, si no que buscan más allá. Gustan que los sitios tengan facilidad de traducciones.

En general, podemos notar, como característica principal de los diferentes tipos de públicos, que todos utilizan internet con el propósito de encontrar cierta información que requieran en ese momento de manera rápida y concisa; por lo que, la

organización de la información es otro de los temas más importantes en el momento de crear un sitio web.

Lo más recomendable es dividir la información en temas o subtemas y establecer la diferencia que hay entre cada uno de ellos. Por consiguiente, se debe de buscar una jerarquía ordenada y relación al momento de introducir la información para lograr que la página tenga continuidad y lógica, evitando así que el usuario se pierda y abandone el sitio.

Los sitios web constan de varias páginas, secciones o interiores, en las que se encuentra la información distribuida con el fin de hacer menos pesado leer el contenido e interactuar.

Al momento de crear un sitio, la mejor forma de organizar la información es creando una “página principal”, “index” o “homepage” que contenga el menú, siendo este el punto de partida, al cual el usuario pueda regresar cuando deseé cambiar de información y en el que se informa sobre los contenidos básicos del sitio.

La barra de desplazamiento o “scrollbar” puede parecer desorientante, ya que, se puede perder la continuidad al perder de vista el resto del contenido, especialmente si el menú sale de la vista. Sin embargo, el aspecto positivo sobre utilizar páginas muy largas es que, es la mejor opción cuando la información se va a imprimir.

“El diseño gráfico es la gestión visual de la información utilizada”, con esto se quiere decir que siempre hay que buscar una lógica visual en la que podamos ver un balance entre la organización de la información, los gráficos, los colores, etc. Al haber un balance o un equilibrio se evita la monotonía que puede llegar a entorpecer al usuario.

Cuando se empieza a diseñar un sitio, lo primero que se recomienda hacer es una retícula, ya que, esta nos ayudará a encontrar un ritmo y nos delimitará la zona en la que podemos trabajar.

CAPITULO 3. Sitio Web para Deseado: Metodología Empleada.

3.1 Análisis de la Competencia

3.1.1 Objetivo

Conocer y analizar a los establecimientos y negocios que compiten directa e indirectamente con el cliente dentro del terreno de la Bisutería.

Encontrar los puntos tanto fuertes como débiles dentro de los sitios web de la competencia, para así, poder realizar una página que satisfaga las necesidades del cliente y que le permita entrar en el mercado de forma competitiva.

3.1.2 Competencia Directa y Análisis de Páginas

La competencia de Deseado es difícil de identificar, ya que, los negocios que ofrecen el producto de bisutería se encuentran en una etapa más desarrollada; sin embargo, se buscaron a los que se asimilaran más tomando como base el tipo de bisutería que ofrecen, la cantidad de clicks o impactos de su sitio web y el tipo de servicio de entrega a domicilio.

El factor de la zona no se tomó muy en cuenta, ya que, por este último la competencia es muy reducida y afecta poco.

LAPIEDRA

VER CARRITO | MI CUENTA | INICIAR SESION
Atencion a clientes Tel 01800 000JOYA (5692)

La Piedra

cm mx

Pagina Inicial | Quiénes Somos | Ayuda | Mayoreo | Blog | Chat | Cursos | Buscar...

Bienvenido, Venta en línea de materiales para la elaboración de Bisutería . Joyería de Plata, chapa de oro, Acero inoxidable y accesorios

ENVIOS TODO MEXICO \$60 PESOS | **ENVIOS INTERNACIONALES 50% desc.**

Mas vendidos
Pulsera Piel Roja Trenzada
Mayoreo Hasta: MXN \$56.00
Precio Menudeo: MXN \$112.00

PRODUCTOS DESTACADOS

NOVI! Chapa de Oro Arracada diamantada Stela 15mm Diametro Interno x 2mm grosor 1.5gr (venta por par) Mayoreo Hasta: MXN \$30.00 Precio Menudeo: MXN \$60.00 61 en existencial!	Dijes de Pasta Borreguito Grande Cafe Con Monito Rojo 5cm x 5cm Bolsa/1 Pieza Mayoreo Hasta: MXN \$20.00 Precio Menudeo: MXN \$40.00 68 en existencial!	Alambre Memoria De Acero Ideal Para Anillos Grosor 0.5mm Diametro 1.8cm Bolsa/20Vuelitas 2.5 Gramos Aprox Mayoreo Hasta: MXN \$5.00 Precio Menudeo: MXN \$10.00 820 en existencial!
Dijes de Pasta Hada Con Rizos 8cm x 4cm Color Amarillo Bolsa/1 Pieza Mayoreo Hasta: MXN \$16.00 Precio Menudeo: MXN \$32.00 11 en existencial!	Piedra Natural Chrysoprase Yellow Esfera 4mm Hilo/88 Pzs Aprox Mayoreo Hasta: MXN \$15.00 Precio Menudeo: MXN \$30.00 10 en existencial!	Brasalete de Acero Inoxidable Tipo Cinto Ideal Para Colocarle Letras o Dijes Con Cristal 21cm De Largo x 1cm Ancho 1Pieza/8 Mayoreo Hasta: MXN \$34.00 Precio Menudeo: MXN \$68.00 75 en existencial!

Siguieron en

Satisfacción Garantizada 100%

Fig. 3.1 La Piedra - Inicio

HOME

Se puede ver el fondo y un recuadro central en color sólido, en el cual se explica quiénes son y a qué se dedican.

Aparece el logo y una foto de mariposas.

Se visualizan algunos de sus productos con fotografías y textos informativos de los mismos.

En la parte inferior aparece un texto que también habla sobre el negocio, pero el color de la tipografía y el fondo texturizados, evitan su lectura.

INICIO Y MENU

Cuando se entra a la página, hay un recuadro central como área de desarrollo, el cual está dividido. En la parte superior izquierda está el logotipo y debajo de este, se encuentra una pleca con el menú en forma horizontal con los componentes: página inicial, quiénes somos, ayuda, mayoreo, blog, chat, cursos y un buscador.

Debajo y al lado izquierdo del recuadro se encuentra otro recuadro que siempre se mantiene igual, con un menú 2 en forma vertical con los componentes: producto terminado, materiales, información, contáctenos, formas de pago.

La parte inferior derecha del recuadro es la que cambia dependiendo la parte del menú a la que se entre.

Las plecas son elementos que ayudan a separar las secciones, aunque su posición varía según lo que se quiera mostrar. En esta ocasión son utilizadas en un color.

MONDO MURANO



Fig. 3.2 Mondo Murano - Inicio

HOME

Antes de entrar a esta ventana se aprecia un fondo texturizado con un recuadro central texturizado también, con el logotipo de la empresa, una frase descriptiva y las divisiones de la misma, que son: catálogo, preguntas frecuentes, cómo comprar, quienes somos, contáctanos, promociones.

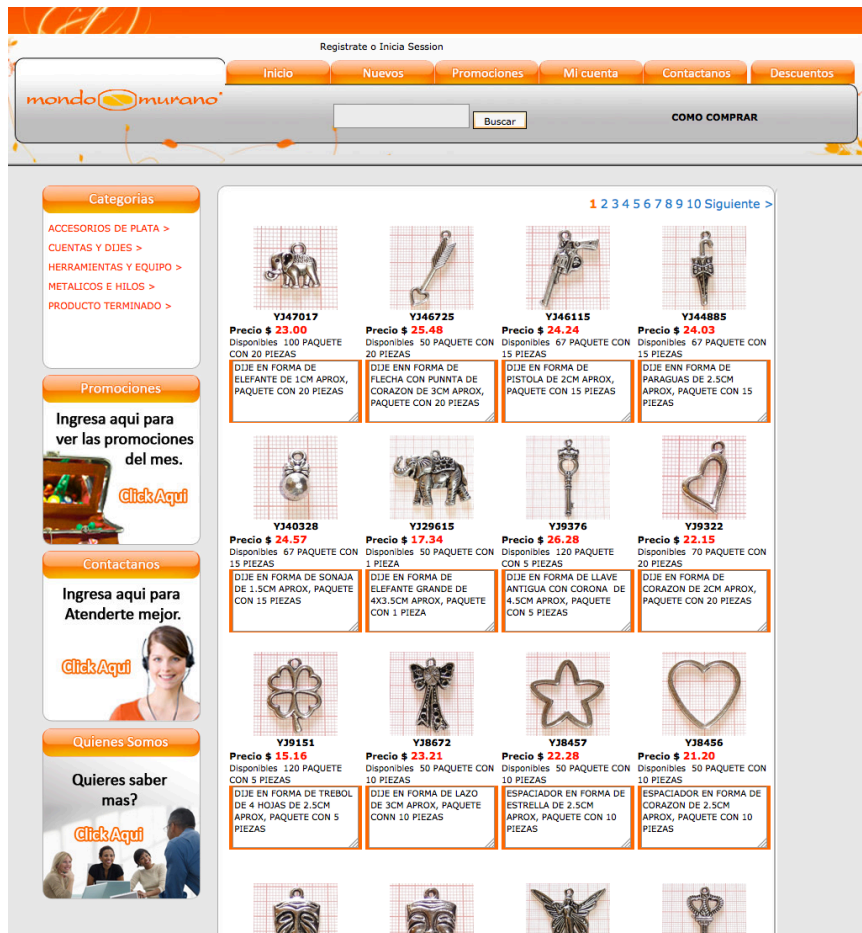


Fig. 3.3 Mondo Murano - Interior

Ya dentro de la página se puede visualizar que la información se encuentra dentro de un rectángulo central. El logotipo se localiza en la esquina superior izquierda, junto a este el menú está desplegado de forma horizontal dentro de una pleca del lado derecho del logotipo. Toda esta información es constante en el resto de las ventanas y es: inicio, nuevos, promociones, mi cuenta, contáctanos, descuentos.

MENÚS

En esta ventana se tienen nuevamente los elementos constantes antes mencionados.

El título de la ventana se puede visualizar en la parte superior del lado izquierdo del recuadro central. Debajo se visualizan unas fotografías y debajo de ellas se muestran las categorías de los productos. La parte inferior derecha del recuadro central es la que cambia dependiendo la parte del menú a la que se entre.

Debajo del logotipo, al lado izquierdo su tiene el menú 2, que también es un elemento constante y cuenta con los siguientes elementos: categorías, promociones, contáctanos, quiénes somos.

KARMEN NAVA



Fig. 3.4 Karmen Nava - Inicio

HOME

Antes de entrar a esta página, se muestra una introducción animada con el logotipo de la empresa.



Fig. 3.5 Karmen Nava - Interior

Ya en la página se puede ver en un fondo texturizado, un recuadro central texturizado con el logotipo del negocio del lado superior derecho y justo debajo de este, se puede observar el menú y debajo de este, una breve introducción a la "Colección" y al lado derecho de esta, un menú 2 con la categoría de los productos y una fotografía debajo de él.

3.1.3 Competencia Indirecta y Análisis de Páginas

Dentro de la competencia indirecta se encuentran negocios que también ofrecen el producto de bisutería, pero éstos se encuentran enfocados en un tipo de bisutería con pequeñas incrustaciones de oro y/o plata, que no entran a la categoría de bisutería.

Otro punto por el que son considerados competencia indirecta es por la cantidad de personas a las que pueden ofrecer sus productos, ya que, éstos ofrecen como mínimo de productos para realizar un pedido la misma cantidad que Deseado utiliza como máximo.

Estos negocios se encuentran en diferentes puntos de la Ciudad y la mayoría cuentan con el servicio de entrega a domicilio sin cobro adicional.

BIZARRO

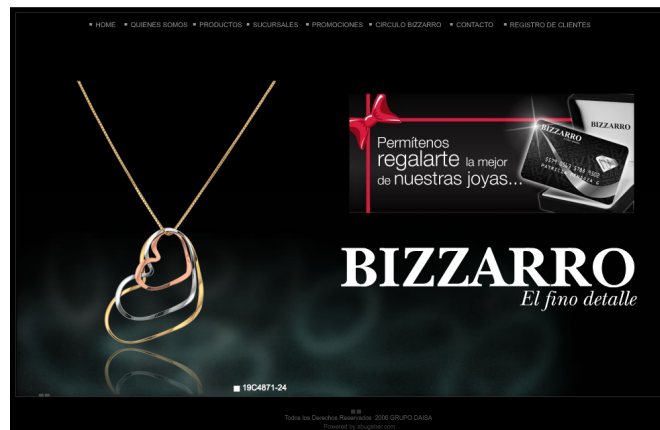


Fig. 3.5 Bizarro - Inicio

HOME

El inicio de este sitio cuenta únicamente con una sección central que es la que cambia dependiendo la parte del menú a la que se entre y se encuentra por debajo de la barra de menú.

Tiene un fondo en color sólido con un recuadro central texturizado.

Lo primero que se visualiza es el nombre del negocio del lado derecho, seguido por una frase vendedora.

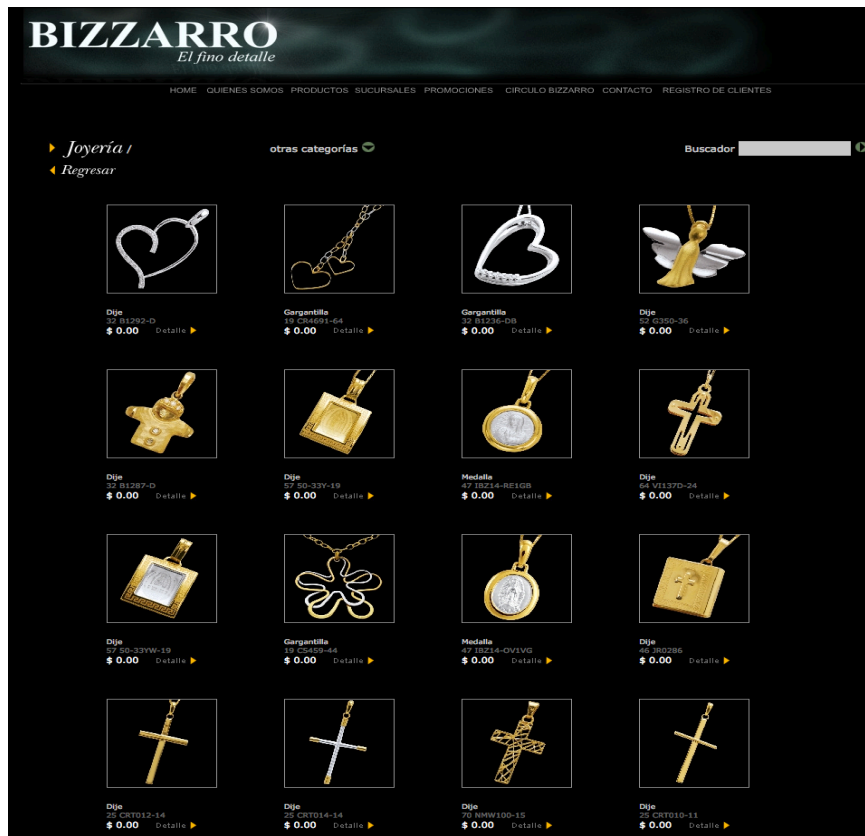


Fig. 3.6 Bizarro - Interior

INICIO Y MENU

En la parte superior izquierda se puede ver el logotipo y por debajo de este una frase, ambos con un fondo texturizado, estos elementos se conservan a lo largo de las secciones.

Por debajo del logotipo se tiene el menú que, también se conserva a lo largo de todas las secciones del mismo, que son: home, quiénes somos, productos, sucursales, promociones, círculo bizarro, contacto, registro de clientes; pero, el color de la tipografía y el color sólido del fondo, evitan su lectura.

En el recuadro central se pueden ver las fotografías de los productos, ordenadas en cuatro columnas y por debajo de cada una de estas fotografías el nombre, código y precio del mismo.

TANYA MOSS



Fig. 3.7 Tanya Moss - Inicio

HOME

En esta página, se puede observar el logotipo centrado en la parte superior del recuadro central que es el que cambia dependiendo la parte del menú a la que se entre y en la parte inferior un menú con los siguientes elementos: Tanya Moss, colecciones, tiendas, editoriales y artículos, eventos, contáctanos, inicio y una opción para ver la página en idioma inglés. Todos éstos elementos son constantes a lo largo de la navegación de la página de internet.

Todos los interiores presentan un color sólido de fondo y un color de la tipografía que hace perfecto contraste para facilitar la lectura.

Lo primero que se visualiza es una pequeña biografía de Tanya Moss, donde explica cómo se inició en el arte de la joyería en 5 breves secciones.



Fig. 3.8 Tanya Moss – Interior1

INICIO Y MENU

Al entrar a la página se tienen los mismos elementos constantes como se puede ver en la figura 3.8 y se añade al lado derecho del recuadro central un menú 2, el cual contiene los siguientes elementos: colección de plata, colección de oro, accesorios, lifestyle.

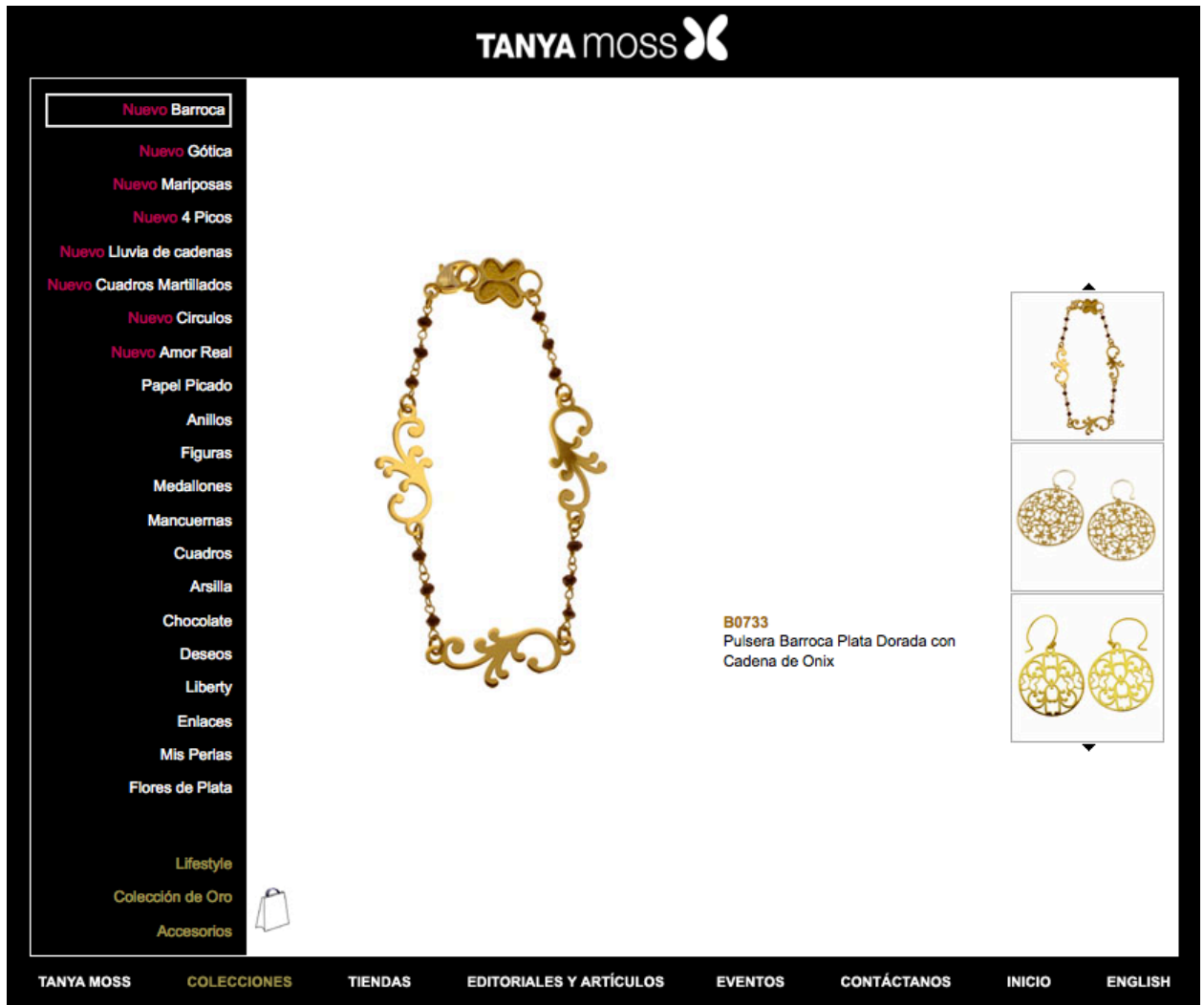


Fig. 3.9 Tanya Moss – Interior2

Al escoger cualquiera de los elementos del menú 2, como se puede ver en la figura 3.9 se puede apreciar otro interior, el cual, cuenta con los mismos elementos constantes, sólo que el recuadro central cambia un poco mostrando ahora un menú 3 con un mayor número de elementos y las fotografías de los productos del lado derecho con su código y descripción. También, se puede observar un alargamiento del recuadro central y al final del menú 3 se conserva en distinto color de fuente los elementos del menú 2.

Todos los precios se muestran en dólar estadounidense (\$ USD), incluyen impuestos Mexicanos y gastos de envío *.

- **Cátalogo**
 - Anillo
 - Caballero
 - Churumbela
 - Filigrana
 - Giratorio
 - Juveniles
 - Niños
 - Princess
 - Roseta
 - Semanario
 - Solitario
 - Varios
 - XV Años
 - Arete
 - Broquel
 - Coctel
 - Largo
 - Troquelado
 - Aro
 - Ajustable
 - Hueco
 - Semanario
 - Arracada
 - Canal
 - Diamantada
 - Filigrana
 - Huggies
 - India
 - Media Luna
 - Pájaro y Flor
 - Semaforo
 - Cadena
 - Dija
 - Caballero
 - Cruz
 - Dama
 - Niños
 - Religioso
 - Esclava
 - Caballero
 - Dama
 - Niños
 - Juego
 - Medalla
 - Diamantada
 - Fotograbado
 - Piedra
 - Pulso
 - Caballero
 - Dama
 - Vendedores
- **Product Category**

*Los envíos viajan asegurados y llegarán a su destino en dos o tres días hábiles.

© 2011 JOYERÍA MEXICANA LA ESTRELLA Joyas - Joyería en línea. Joyeriales estrella.com es joyería fina tradicional mexicana fabricada por expertos. Joyeriales estrella.com se especializa en productos para dama, con más de mil modelos disponibles para venta al menudeo y mayoreo. Joyeriales estrella.com es un distribuidor de anillo, broquel, arete, arracada, colgante, medalla, cadena, esclava, pulsera, aro, juego, collar, gargantilla y rosario. Joyeriales estrella.com tiene los mejores precios que usted podría encontrar. Enviamos a más de 50 países. Contacto +5233-36189609 o ventas@joyeriales estrella.com JMLE

Fig. 3.10 La Estrella - Inicio

HOME

Se puede ver el nombre de la Joyería, en un fondo de color sólido, centrado en la parte superior de la página web y por debajo de este un menú 1, que tiene los elementos: joyería, pagos, resultados de la transacción, usuarios registrados. A su vez, por debajo del menú 1 se tiene el recuadro central con un menú 2 que se compone de las secciones y subsecciones de productos que se ofrecen y se puede encontrar en una columna fija del lado izquierdo. Todos éstos elementos son constantes a lo largo de la navegación de la página de internet.

Todos los precios se muestran en dólar estadounidense (\$ USD), incluyen impuestos Mexicanos y gastos de envío *.

- **Cátalogo**
 - **Anillo**
 - Caballero
 - Churumbela
 - Filigrana
 - Giratorio
 - Juveniles
 - Niños
 - Princess
 - Roseta
 - Semanario
 - Solitario
 - Varios
 - XV Años
 - **Arete**
 - Broquel
 - Coctel
 - Largo
 - Troquelado
 - **Aro**
 - Ajustable
 - Hueco
 - Semanario
 - **Arracada**
 - Canal
 - Diamantada
 - Filigrana
 - Huggies
 - India
 - Media Luna
 - Pájaro y Flor
 - Semaforo
 - **Cadena**
 - **Dije**
 - Caballero
 - Cruz
 - Dama
 - Niños
 - Religioso
 - **Esclava**
 - Caballero
 - Dama
 - Niños
 - **Juego**
 - **Medalla**
 - Diamantada
 - Fotograbado
 - Piedra
 - **Pulso**
 - Caballero
 - Dama
 - **Vendedores**
- **Product Category**

Pages: Páginas: 1 2 3 4 Next > Last »

ANILLO AJUSTABLE DE LA SUERTE ORO 10K 2-05-32
 El anillo está fabricado en oro de 10 quilates.
 Es de medida ajustable.
 Peso aproximado 3.6 g
 Price: \$140.31
 Cantidad

ANILLO AJUSTABLE DE LA SUERTE ORO 10K 2-06-01
 El anillo está fabricado en oro de 10 quilates.
 Es de medida ajustable.

Fig. 3.11 La Estrella - Interior

INICIO Y MENU

Se puede ver los mismos elementos constantes del HOME, sólo que al acceder a alguna sección específica, por ejemplo: “anillo churumbela”, se puede apreciar que los productos se despliegan hasta la parte inferior del menú 2, perdiéndose todo el espacio del lado derecho del menú 2 y haciendo difícil la navegación dentro de la misma página, ya que, hay que estar subiendo y bajando a lo largo de la página para poder visualizar la información.

3.2 Proceso de Diseño

3.2.1 Objetivo

- Mostrar de forma gráfica cómo se desarrolló el proyecto.
- Entender el proceso que se llevó a cabo al diseñar, siguiendo una misma línea.
- Se conocerán las decisiones que se tomaron para llegar al producto final y cómo se adaptaron las ideas para crear una campaña uniforme.

A lo largo de este capítulo se puede ver que el proceso de bocetaje se dividió en 4 fases o etapas, con el fin de ejemplificar mejor la toma de decisiones y el camino que se tomó para llegar al boceto final.

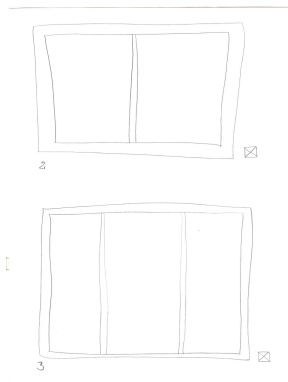
En la fase 1 de este proyecto se pueden apreciar bocetos muy burdos que dan pie para diseñar. Son las primeras ideas sobre las que se empezará a trabajar.

En la fase 2, los bocetos ya contienen opciones sobre la distribución de la información, sin embargo aún están realizados de forma burda y a lápiz; esta etapa es importante dado que aquí se hará una selección previa y será desarrollada en la fase 3.

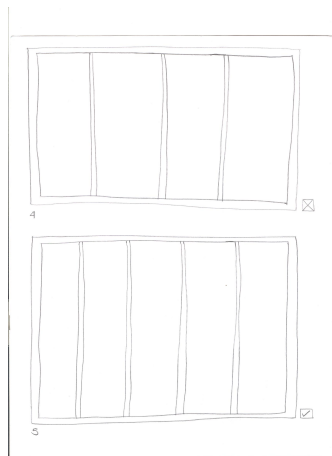
Siguiendo con el proceso, en la fase 3, se pasarán a computadora las ideas seleccionadas en la fase 2. Así mismo, se hará la selección de pantones y de tipografía secundaria, ya que, la principal fue presentada por el cliente.

Finalmente en la fase 4 podremos ver el boceto final, con los pantones seleccionados y las tipografías aplicadas, así como con la distribución definitiva de la información y el resto de los elementos. El boceto que se eligió como propuesta final, es el que funciona de la mejor forma, es decir, cumple con las características mencionadas anteriormente.

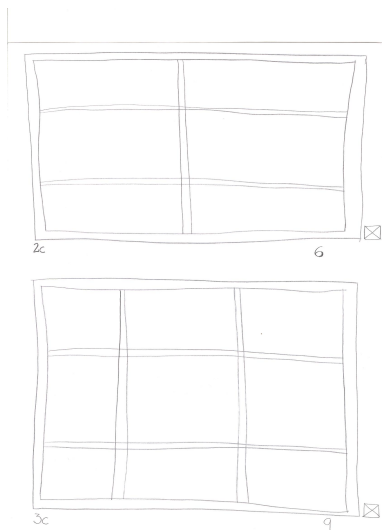
3.2.2 Fase 1: Lluvia de Ideas.

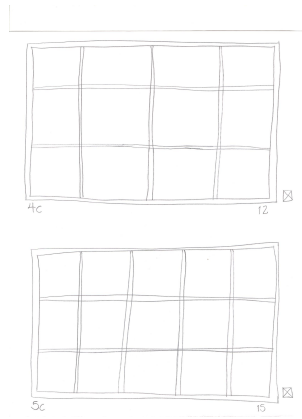


Decidí que 5 columnas serían la mejor opción, ya que, permite una mayor cantidad de posibilidades para acomodar la información.

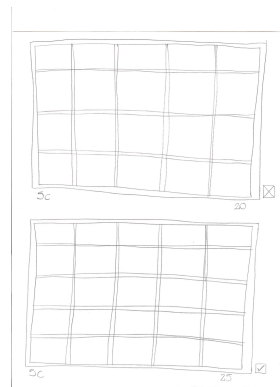


Después de haber seleccionado el número de columnas, hice el boceto para definir el número de campos que quedarán.



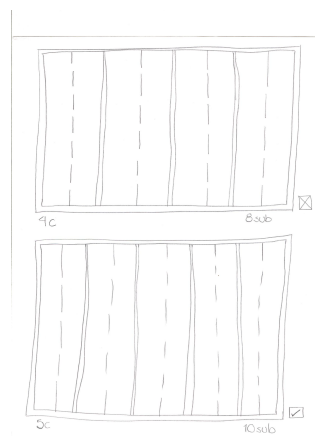


Seleccioné el número de campos que quedarían, siendo el boceto con mayor número de campos nuevamente, debido a la cantidad de posibilidades que permite para acomodar la información.



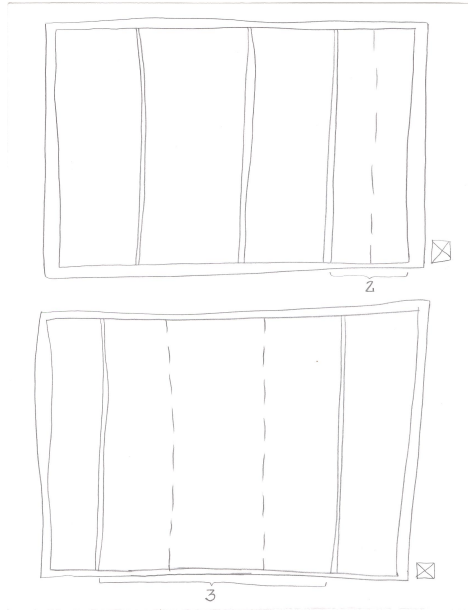
Subdivisiones

Realizé el bocetaje sobre las posibles subdivisiones que puede haber, en caso de que se necesiten. Esto permitirá ampliar el número de posibilidades para distribuir la información.

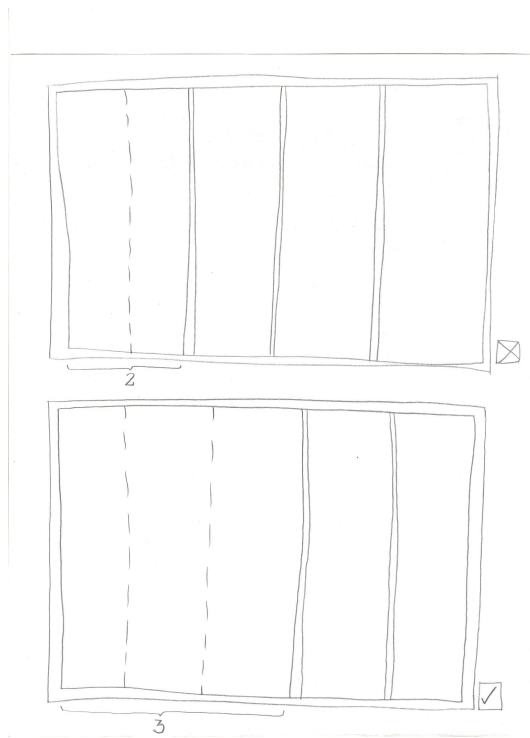


Agrupaciones

Realicé bocetos con agrupaciones de columnas para ayudar a definir dónde se acomodará el área de texto principal.

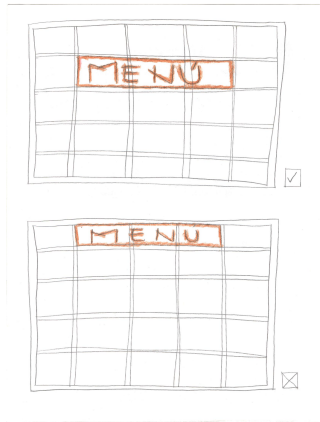


Seleccioné la agrupación donde 3 columnas ocuparán el área de texto principal.

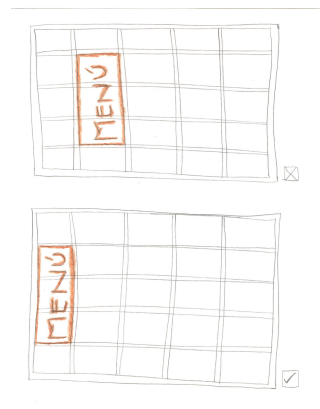


3.2.3 Fase 2: Boceto Burdo.

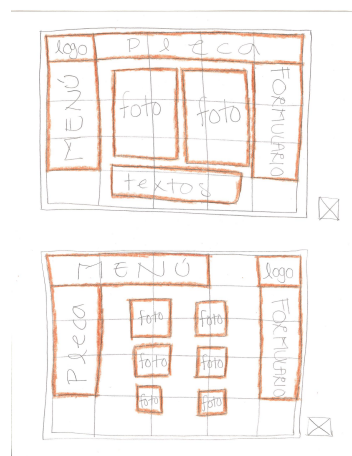
Teniendo seleccionada la cantidad de campos visuales, empecé a bocetar sobre la posición del menú.



Decidí conservar 2 opciones sobre la posición del menú, que se finalmente definiré cuando establezca el área de texto.

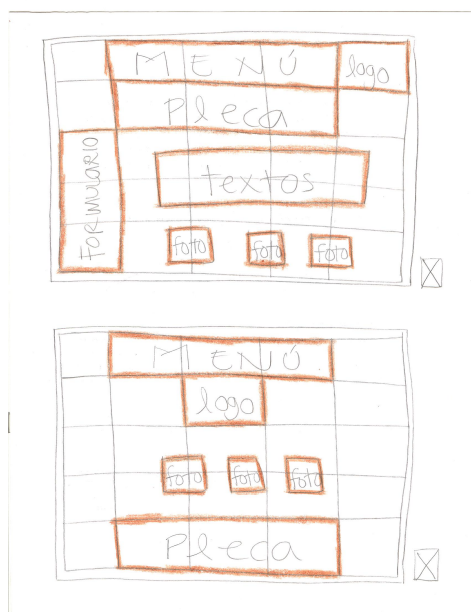


Bocetaje de la distribución de los elementos que conformarán la página.

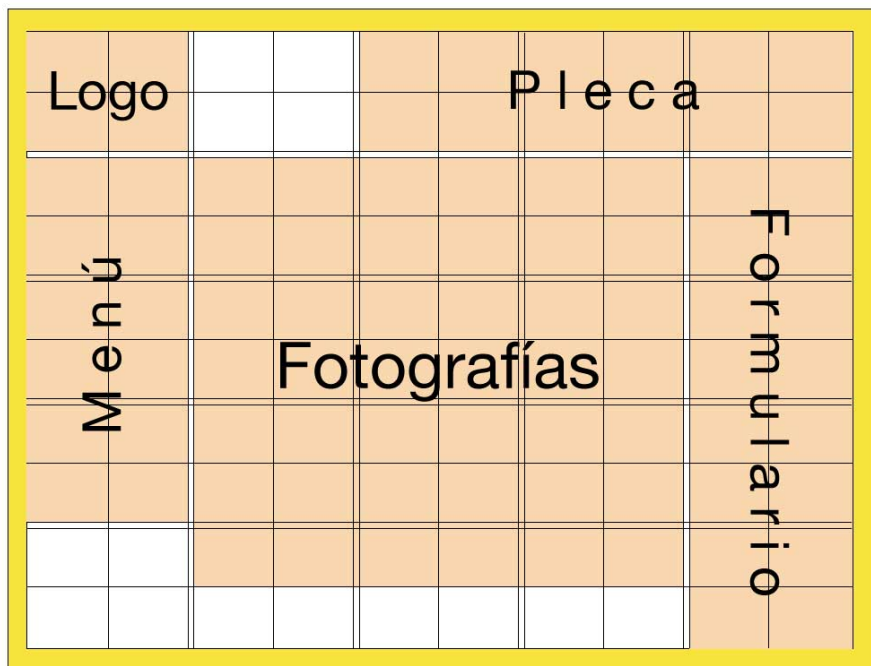




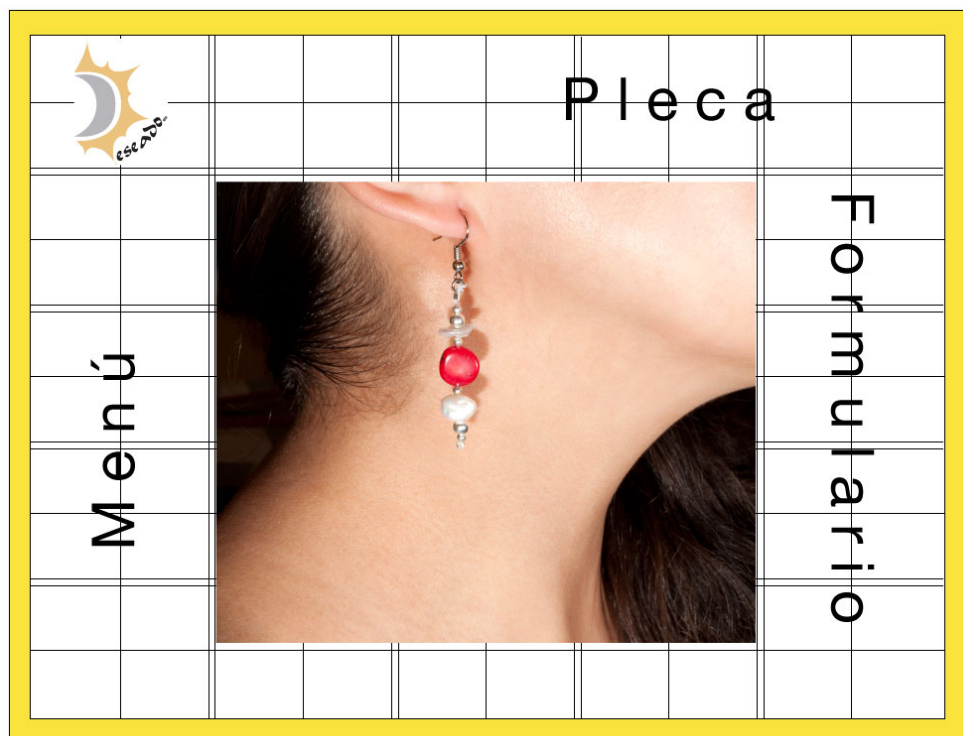
Más pruebas sobre el acomodo de los elementos.



3.2.4 Fase 3: Boceto Definido.



3.2.5 Fase 4: Boceto Final.



3.3 Creación Página Web

3.3.1 Objetivo

Establecer las aportaciones que he obtenido como ingeniero para el desarrollo de la página Web de la empresa Deseado, proponiendo una línea de diseño de vanguardia que transmita de forma clara y precisa, así como estética las necesidades del cliente, y que a su vez muestre las tendencias del día a día.

3.3.2 Desarrollo

Al haber realizado todo el análisis exhaustivo del tipo de páginas Web que tiene la competencia, llegué a la conclusión de utilizar la metodología para desarrollar proyectos llamada *SCRUM*, la cual, se basa en la teoría del control empírico de procesos, emplea un enfoque iterativo e incremental para optimizar la previsibilidad y controlar los riesgos. Scrum maneja tres pilares que sostienen toda implementación del control empírico de procesos:

- * El primer pilar es la **transparencia**

La transparencia garantiza que los aspectos del proceso que afectan al resultado, son visibles para aquellos que administran dicho resultado. Estos aspectos no sólo deben ser transparentes, sino también conocidos. Es decir, cuando alguien que inspecciona un proceso cree que algo está hecho, esto debe ser equivalente a su definición de "hecho".

- * El segundo pilar es la **inspección**

Se deben inspeccionar con la frecuencia suficiente los diversos aspectos del proceso para que puedan detectarse variaciones inaceptables en el mismo. La frecuencia de inspección debe tener en cuenta que todos los procesos se cambian por el propio acto de inspección. El dilema se presenta cuando la frecuencia de inspección requerida excede la tolerancia del proceso a ser inspeccionado. El otro factor es la habilidad y la diligencia de la gente que inspecciona los resultados del trabajo.

- * El tercer pilar es la **adaptación**

Si el inspector determina, a través de la inspección, que uno o más aspectos del proceso están fuera de los límites aceptables, y que el producto resultante será inaceptable, debe ajustar el proceso o el material procesado. El ajuste debe realizarse lo más rápidamente posible para minimizar una desviación mayor.

Hay tres puntos para la inspección y la adaptación en Scrum. La reunión diaria de Scrum se utiliza para inspeccionar el avance hacia la meta de Sprint (bloque de

tiempo en el cual se completa el desarrollo de software), y para hacer las adaptaciones que optimicen el valor de la jornada de trabajo del día siguiente. Además, la Revisión de Sprint y las Reuniones de Planificación se utilizan para inspeccionar el progreso hacia el Objetivo (la liberación de una versión) y para hacer las adaptaciones que optimicen el valor del siguiente Sprint. Por último, la Retrospectiva de Sprint se utiliza para revisar el Sprint pasado y determinar qué adaptaciones harán el siguiente Sprint más productivo, satisfactorio y agradable.

Esta metodología me ayudó a organizar el proyecto del desarrollo de la página web y fijar fechas de entrega y revisión para realizar los ajustes pertinentes, de acuerdo con los requerimientos del cliente, llevando acabo las entregas siempre en tiempo y forma, sin tener que realizar re-trabajos sobre el desarrollo final y aplazar la fecha de entrega del mismo.

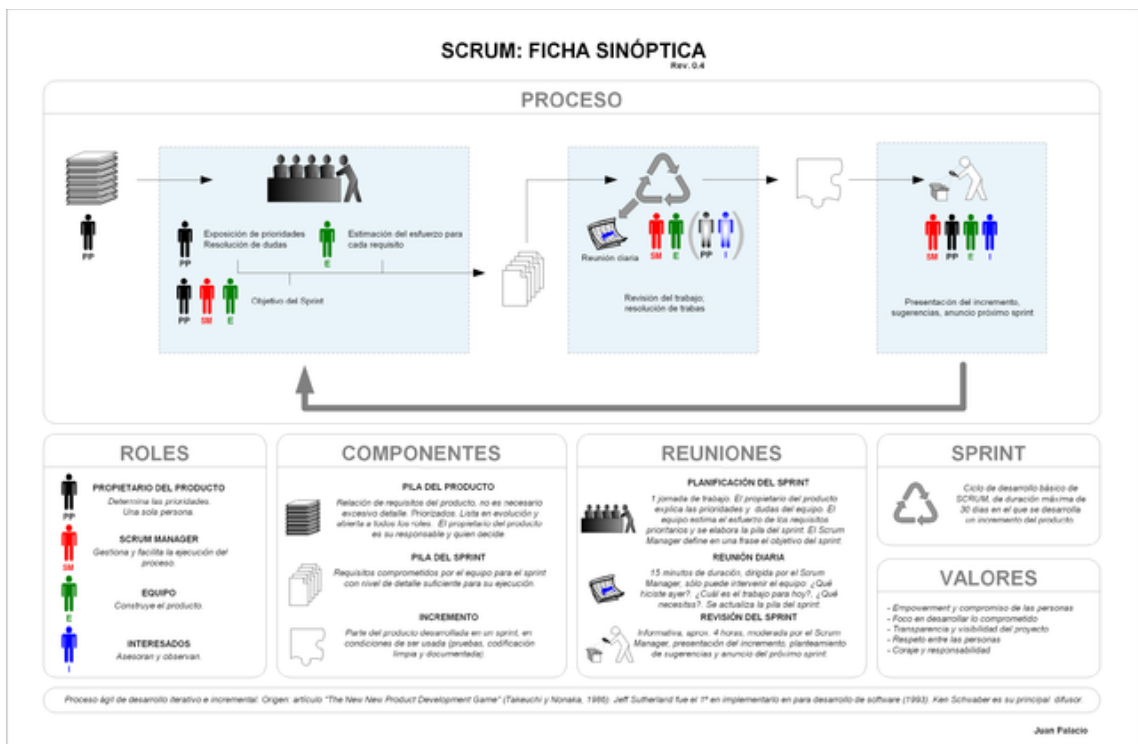


Fig. 3.12 Ficha sinóptica metodología SCRUM

También me valí de una programación principalmente con *HTML* y *PHP* puesto que me permiten complementar el texto con objetos tales como imágenes, también me permite incluir **scripts** (por ejemplo, de **Javascript**), así como que la interpretación y ejecución de los scripts se hagan directamente en el servidor, los internautas sólo reciben el resultado de la ejecución y jamás ven el código. Además, sirven para automatizar los procesos y de esta manera efficientar el tiempo requerido para el

tiempo de desarrollo de la página web. Me auxilié de la programación de las hojas de estilo con CSS para poder hacer un diseño más completo y, también, de *JQuery* que nos ayuda a poder dar los efectos en las imágenes cuando se les selecciona.

También se verá que me valí de la ayuda de una tienda virtual customizada para poder realizar una venta más dinámica del producto, puesto que ya tiene integrados los módulos de pago por internet con tarjetas bancarias. A dicha tienda le dí un diseño en las hojas de estilo igual al de la página principal, para dar el efecto en el cliente de que sigue navegando en el mismo concepto de la página original. Como se puede ver en la siguiente figura 3.13:



Fig. 3.13 Tienda Virtual

Como se pudo notar anteriormente, realmente no hay un color de fondo estandarizado, no hay una tipografía estandarizada ni color de la misma, aunque todas las páginas incluyen fotografías que ilustran los productos que venden, los colores que se utilizan varían mucho, por lo que no necesariamente se tiene que seguir alguna gama. Por lo que, al querer realizar un diseño innovador y elegante, decidí ponerle un fondo texturizado diferente a cada interior de la página web, aunque la tipografía es la misma en todos los interiores.

En la mayoría de las páginas el menú se encuentra de forma horizontal en la parte superior debajo del logotipo, el cuál se observa en la esquina superior izquierda, siendo el primer elemento que se visualiza, y también se puede encontrar el menú de manera vertical debajo del logotipo. Para este punto, decidí que en la página de inicio, el menú principal como se vió en el punto 3.2.5, se encuentra del lado izquierdo con el nombre de las piedras utilizadas en los diseños para que el cliente final pueda escoger el diseño del producto dependiendo del tipo de piedra y de esa manera tenemos un menú más sencillo y no uno que pueda enredar a los clientes al sólo tener las tres categorías principales de productos (aretes, collares, pulseras) con una lista larga para cada uno, por el tipo de piedra utilizada o bién, tener todos los diseños en una galería de imágenes que pueden resultar confusas del tipo de piedra con la que se trabajó un diseño específico. Posteriormente, se tiene un menú secundario en la parte superior derecha, junto al logotipo que se encuentra en la parte superior izquierda, para que el cliente pueda ver los datos de la empresa, el contacto y algunas dudas sobre el envío/ recepción de los artículos, así como consejos y cuidados de la bisutería y se le añadió los íconos de acceso de las redes sociales. Como se puede apreciar en la siguiente figura 3.14:

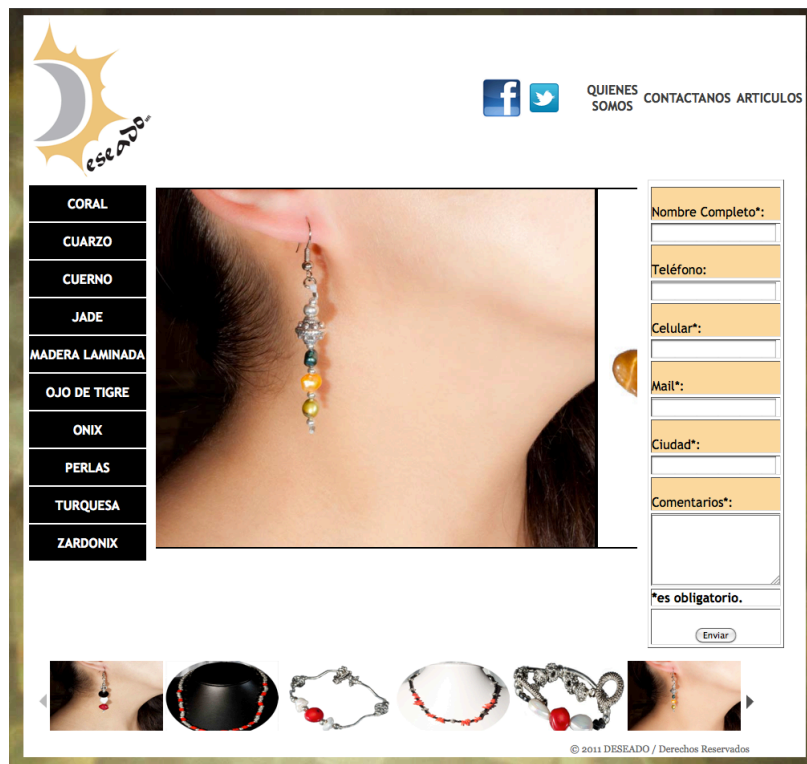


Fig. 3.14 Deseado - Inicio

En los demás interiores de la página web el menú principal se encuentra posicionado en la parte superior derecha, al lado derecho del logotipo que se encuentra en la parte superior izquierda, con el nombre de las piedras utilizadas en los

diseños de forma horizontal y debajo del logotipo de forma vertical encontramos el menú secundario con las tres principales divisiones de productos, que son: aretes, collares y pulseras. Como se puede apreciar en la siguiente figura 3.15:

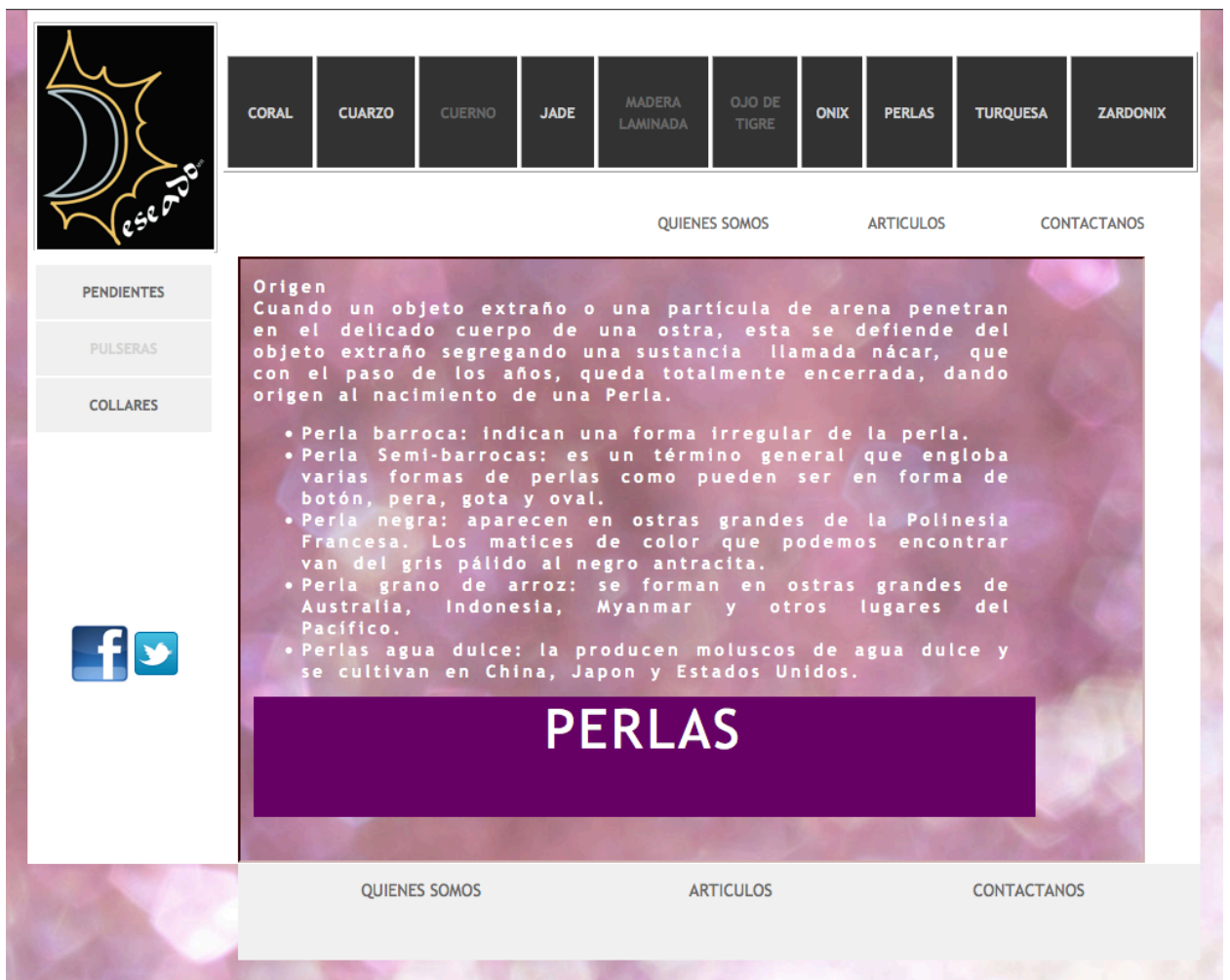


Fig. 3.15 Deseado Interior1

Tanto en la página de inicio como en los demás interiores de la página web, encontramos un recuadro central, que es el que va a cambiar de acuerdo con la sección que estemos visitando. Por ejemplo, en la página de inicio, este recuadro central contiene un carrusel de imágenes que va rotando cada 3 segundos y en los demás interiores de la página web, en este recuadro central se muestra una tabla con una breve introducción de las piedras y posteriormente las imágenes de dichos productos. Como se puede apreciar en la siguiente figura 3.16:

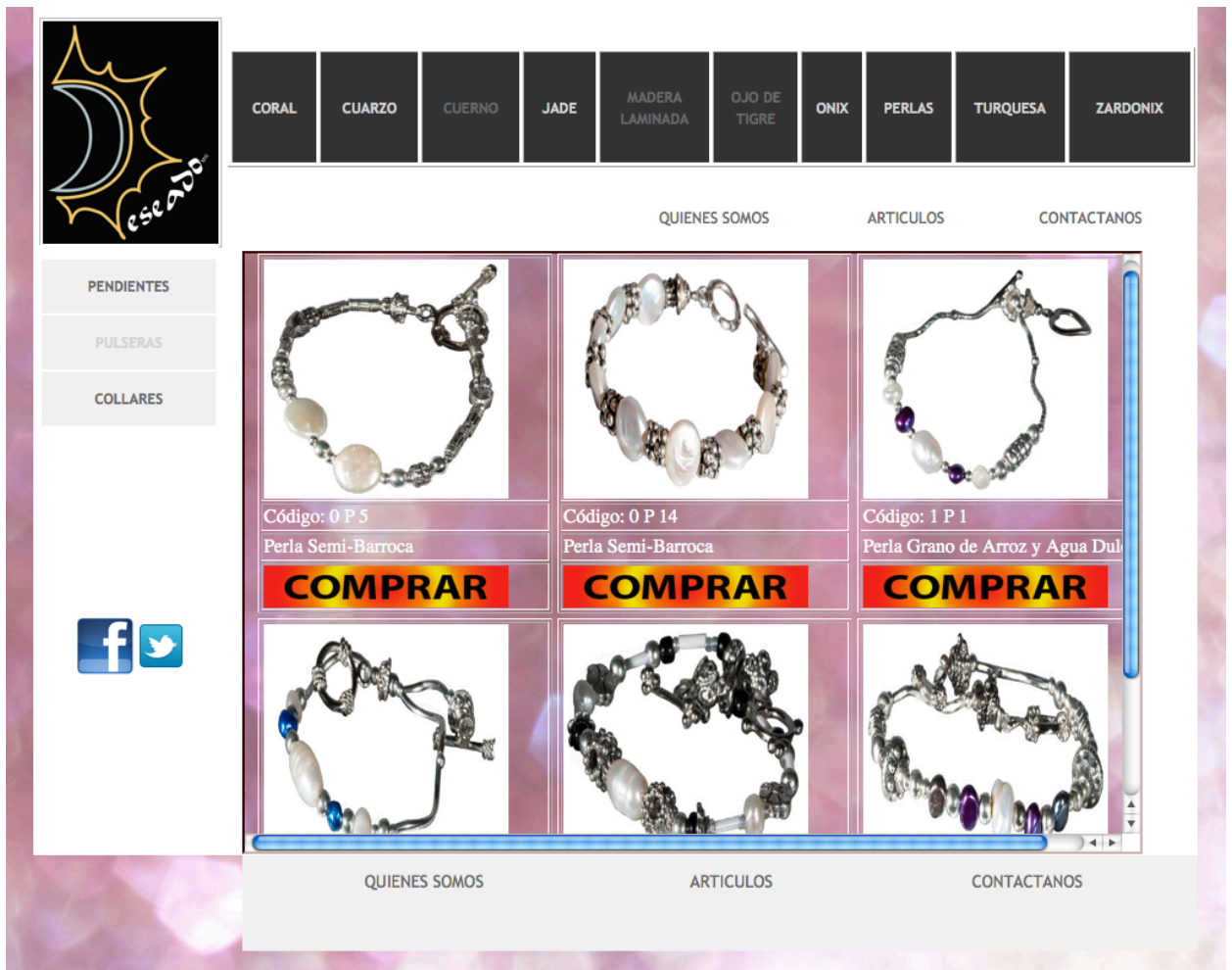


Fig. 3.16 Deseado Interior2

En este caso, la información básicamente se encuentra organizada en cinco columnas y 25 campos, con sus respectivos elementos constantes dependiendo el diseño del interior de la página.

Con lo anterior, cumplimos con las características principales que toda página web debe tener: ser limpia, espaciada, sencilla, con la información clara, con imágenes que ejemplifiquen cada producto, atractiva y que permita una fácil interacción con el usuario.

Además de la creación de la página web, también hice la creación de los perfiles en redes sociales, como se muestra en las siguientes figuras 3.17 y 3.18, para aumentar la difusión de la marca y sus ventas; las redes sociales en las que se creó un perfil para la empresa fue en *Facebook* y en *Twitter*, ya que, sin costo alguno, estas dos herramientas permiten mayor difusión de los productos, dándolos a conocer de una manera “viral”, puesto que se van recomendando entre el mismo grupo de conocidos, creando una red gigantesca de contactos, incrementando potencialmente a la vez las posibilidades de venta y de posicionamiento de marca o *branding*.

facebook Deseado Cumplido Buscar amigos Inicio



- Muro
- Información**
- Fotos
- Notas
- Amigos
- Suscripciones

Buscar amigos

- Mejores amigos
- Compañeros de trabajo
- Compañeros de clase

Amigos (2)

Agrega una insignia a tu sitio

Deseado Cumplido

Vive en México, D. F. De México, D. F. Nació el 02 de mayo de 1955 [Agregar dónde trabajas](#) [Agregar tu escuela](#) [Editar perfil](#)

Formación y empleo [Editar](#)

Comparte tus experiencias



Agregar un empleo



Agregar una escuela

Arte y ocio [Editar](#)

Televisión



Gossip Girl



Sex and the City



Ftv



Kimora: Life in the Fab

Comparte tus intereses



Agrega música



Agrega libros



Agrega películas



Agrega juegos

Actividades e intereses [Editar](#)

Actividades



Bisutería

¡Hacemos todo tipo de conjuntos de Pendientes, Collares, Pulseras y Anillos!

[Mostrar otras páginas](#)

Información básica [Editar](#)

Acerca de ti Somos una empresa familiar dedicada al diseño de Bisutería con Piedras finas como: Perlas de Agua Dulce, Perlas Semi-Barrocas, Coral, Cuarzo, Cuerno, Jade, Madera Laminada, Ojo de Tigre, Onix, Turquezas de distintos colores, Zardonix y mucho mas...

[Editar perfil](#)

Personas que quizá conozcas [Ver todas](#)



Mila Kristin Watts
1 amigo en común
[Agregar a mis amigos](#)



Keyle Albitar (Albiter CrazyLaughingBeast)
1 amigo en común
[Agregar a mis amigos](#)

Anuncios [Ver todos](#)

Películas y series de TV
netflix.com



¡Mira lo que quieras, cuando quieras! Netflix te ofrece mirar películas y series de TV ilimitadas. Prueba 1 mes gratis. ¡Haz clic aquí!

Entradas teatro \$200
registro.mx.groupalia.com



¿Qué harías por el amor de tus hijos? Rebecca Jones y Juan Ferrara juntos en "Filomena Marturano" un clásico con -50% ¡Anótate Gratis!

Rejuvenece tu cuerpo
juventudyvigor.com



Nuevo tratamiento baja el colesterol alto, rejuvenece tu cuerpo, elimina la grasa, baja tus triglicéridos. Haz clic y lee el artículo.

PACAS DE ROPA Y ZAPATOS
ropaalmayoreo.com



SOMOS : ROPA AL MAYOREO. Enviamos pacas de ropa y zapatos a todo el mundo desde una paca hasta un contenedor de 40 pies visitenos

Fig. 3.17 Perfil de Facebook

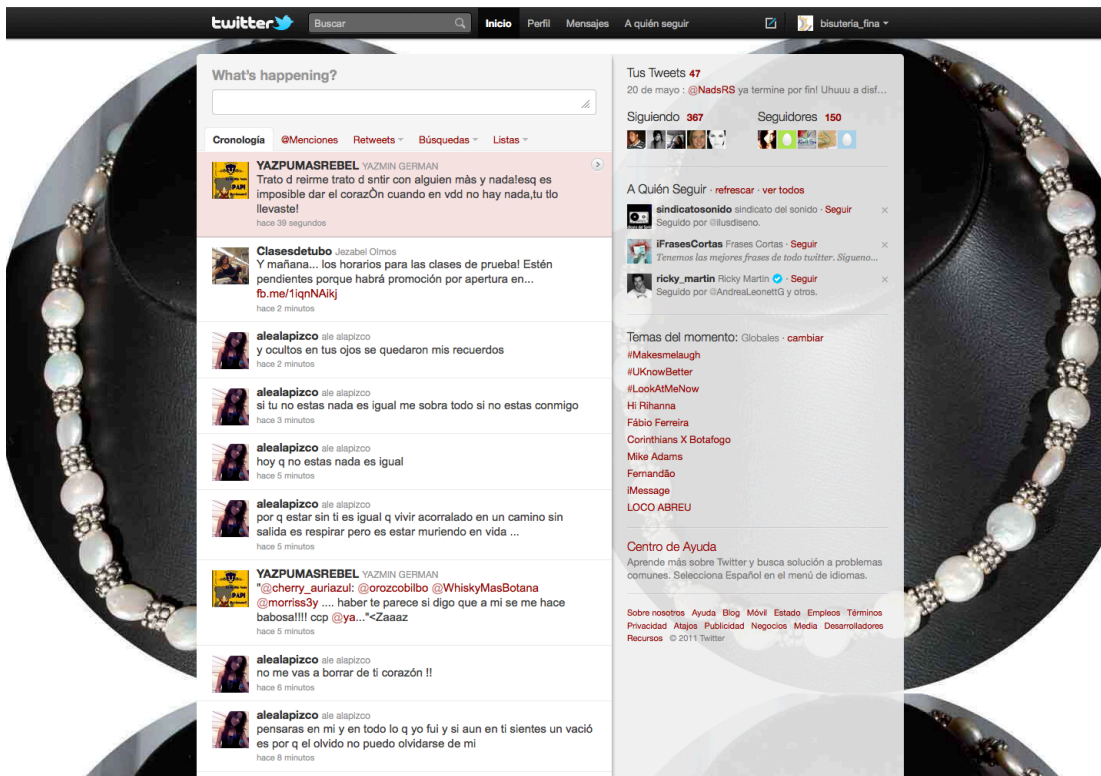


Fig. 3.18 Perfil de Twitter

Así mismo, para ayudar con la publicidad por internet y evitar el gasto de flyers, catálogos y vendedores/ repartidores para dar a conocer la marca y sus productos, hice una campaña en la herramienta de google adwords, con la cual, por medio de campañas me permite posicionar la página web de Deseado.com.mx en los primeros lugares de los buscadores, así como imprimir en los sitios web que tengan temas afines al negocio anuncios con propaganda, como descuentos o promociones, para difundir la existencia del negocio.

3.3.3 Programación

Revisando algunos fragmentos de programación PHP necesarios en todos los interiores de la página web, tenemos que estar y permanecer conectados todo el tiempo con la base de datos local, por lo que nos conectamos al momento de entrar a un interior de la página web y posteriormente al salir de ése interior para ingresar a otro, nos desconectamos primero y nos volvemos a conectar al entrar al otro interior. Esto lo hago con los siguientes fragmentos de programación:

- ❖ Abrimos la conexión con la base de datos:

```
<?php
```

```
$conn = mysql_connect($dbhost, $dbuser, $dbpass) or die ('Error connecting to mysql'); mysql_select_db($dbname);
```

```
?>
```

- ❖ Le damos los parámetros:

```
<?php  
$dbhost = 'localhost';  
$dbuser = 'deseado';  
$dbpass = '*****';  
$dbname = 'deseado';  
?>
```

- ❖ Cerramos la conexión a la base de datos:

```
<?php  
mysql_close($conn);  
?>
```

donde \$conn es la variable que guarda todos los parámetros que necesitamos para conectarnos a la base de datos, como son: el nombre del lugar donde se encuentra alojada la base de datos, que generalmente es el servidor local (localhost), el nombre del usuario del lugar donde se aloja la base de datos, que en este caso es: deseado, la contraseña para acceder a dicho lugar donde se aloja la base de datos y finalmente el nombre de la base de datos a la que queremos acceder, que en este caso es: deseado.

Para ayudar al posicionamiento orgánico de la página en los buscadores de internet, puse lo siguiente:

```
<title>DESEADO Bisutería Fina Online</title>  
<meta content=" Todo tipo de bisuteria fina y ultimas tendencias con piedras  
autenticas, todo tipo de accesorios de bisuteria fina, la mejor calidad de bisuteria fina"  
name="Description">  
<meta content="Description" name="keywords">  
<meta content="Description" name="GENERATOR">
```

3.4 Costos

3.4.1 Objetivo

Conocer los costos del proyecto y de producción tanto de la página web como de la campaña publicitaria.

Se analizarán los diferentes presupuestos que se pidieron para la creación de la campaña publicitaria, buscando el beneficio del cliente, logrando optimizar el uso de su capital invertido.

⊖ **Costos del Proyecto**

Honorarios de diseño considerando costo por hora de \$150, y un total de 160 horas:

$$150 \times 160 = \$24,000$$

⊖ **Costos de Sesión Fotográfica**

Se cobró por fotografía la cantidad de \$75 y se le sumó el 10% de retoque.

Costo total de cada fotografía con retoque = \$82.50

La cantidad de fotografías tomadas = 76

$$82.50 \times 76 = \$6,270$$

⊖ **Costo de la Página Web**

Costo de diseño de página web: \$15,000 + margen de utilidad 20% =

$$15,000 \times 20\% = 3,000$$

$$15,000 + 3,000 = \text{Costo total: } \$18,000$$

+ Supervisión anual. Por trimestres: 15%

$$18,000 \times 15\% = 2,700 \text{ y } 2,700 \times 4 \text{ trimestres} = \$10,800$$

Mantenimiento anual de la página = \$10,800

$$\text{Costo Total Anual de la página: } 18,000 + 10,800 = \$28,800$$

⊖ **Costo Campañas en Google Adwords y Redes Sociales**

Costo de diseño de campaña en Google Adwords: \$1,500 + margen de utilidad 20% =

$$1,500 \times 20\% = 300$$

$$1,500 + 300 = \text{Costo total: } \$1,800$$

Costo de diseño de página, aplicaciones y anuncios en Facebook: \$1,500

+ margen de utilidad 20% =Costo total: \$1,800

Costo Total Mensual para Redes Sociales: $1,800 + 1,800 = \$3,600$

⊖ **Costo Total**

Costos del Proyecto = \$24,000

Costos de Sesión Fotográfica = \$6,270

Costos de Página Web = \$28,800

Costos de Campañas en Google Adwords y Redes Sociales = \$3,600

TOTAL = \$62,670

CAPITULO 4

RESULTADOS Y APORTACIONES

A lo largo del proyecto pude darme cuenta que mi trabajo como desarrollador de páginas web es cubrir las necesidades del cliente, dejando de lado los gustos personales.

Debo mantener mi mente siempre abierta al hecho de que todos los clientes son diferentes, por lo que debo acoplarme a lo que cada uno necesite para lograr realizar proyectos que no sólo los satisfagan, sino que también cumplan con el objetivo por el que se crearon, ya sea para dar imagen a un negocio o empresa, para promocionarlo o para posicionarlo en un mundo competitivo.

Siempre se deben tener presentes los objetivos de cada proyecto, ya que, de lo contrario se puede perder el camino que se sigue para llegar al mismo, provocando que los proyectos fracasen o no cumplan con su objetivo.

Así mismo, me di cuenta que nuestra profesión requiere de estar siempre actualizados con el fin de ofrecer proyectos modernos y de vanguardia, y que la investigación y el análisis siempre serán una buena base de donde partir para diseñar.

De manera personal, el deseo de realizar un proyecto que incluyera una página web, ayudó a que me diera cuenta de que es un área de la ingeniería que a su vez integra el área de diseño y requiere de mucho trabajo y atención; así como de los alcances y potencial que el diseño web tiene hoy en día, debido a la convergencia de todos los medios en uno solo.

También puedo decir que el internet requiere de apoyo que en este caso fue la campaña promocional, ya que, muchas veces la gente no sabe que el negocio del que buscan un servicio, cuenta con una página que puede beneficiarlos en el sentido de que se muestra una mayor cantidad de información.

CONCLUSIONES

Gracias a mis experiencias profesionales obtuve una muy amplia experiencia para trabajar con gente a mi cargo, realizar planeación de proyectos, administración de perfiles de usuarios, aprender a manejar situaciones delicadas de trabajo con gente extranjera que podía ser el desarrollador de la aplicación, hablando el mismo lenguaje técnico que se requería, aplicar la experiencia del trabajo en equipo y bajo presión a una mayor escala, enseñándome a administrarme, organizarme y delegar en algunos

casos de responsabilidades. También, aprendí a escuchar con atención las necesidades de los clientes y tratar de ayudarles a definir lo que buscan.

Debido a que Deseado es una empresa pequeña de momento, buscando posicionarse en un mercado, es importante definir sus necesidades, así como las características de su negocio con el fin de poder realizar un proyecto que le sea útil y le ayude a cumplir con sus objetivos.

Así también, es importante conocer los tipos de público y otras características del internet, ya que, eso me ayudó a tener un mayor dominio sobre el tema para poder explotarlo de la mejor manera. Sin embargo, también es importante conocer el mercado del que forma parte, para ello hice un estudio ubicando a la competencia, ayudándome a tener una idea general de los contenidos y cómo se conforman sus páginas.

Después de haber analizado las páginas tanto de la competencia directa como de la indirecta, llegué a la conclusión de que todas las páginas incluyen fotografías que ilustran los productos que venden, los colores que se utilizan varían mucho, por lo que no necesariamente se tiene que seguir alguna gama.

En la mayoría de las páginas el menú se encuentra de forma horizontal en la parte superior, debajo del logotipo, el cuál se observa en la esquina superior izquierda, siendo el primer elemento que se visualiza.

Se debe de tener cuidado al organizar la información para que esta no parezca dispersa como en algunos casos, ni tampoco saturada como en otros. La información se encuentra organizada por lo general en una columna central o en dos columnas, dependiendo el diseño de la página.

Con lo anterior, pude establecer algunas de las características principales que tiene la página: estar limpia, espaciada, sencilla, con la información clara, con imágenes que ejemplifiquen cada producto, atractiva y que permita una fácil interacción con el usuario.

Gracias al desarrollo de software y el acceso más asequible a ordenadores y conexiones, Deseado apostó por Internet como principal forma de venta. Por lo tanto, desarrollé la página Web de Deseado consiguiendo que realizar los pedidos en línea sea lo más simple posible. Mostrando principalmente las novedades en tiempo real, dando la comodidad de realizar el pedido a cualquier hora y desde cualquier país, con un sistema de comunicación automatizado.

Al terminar de realizar la programación de la página web y su diseño vanguardista e innovador, podemos concluir que este proyecto ha sido uno de los más completos al conjuntar el uso de la metodología de desarrollo de proyectos *SCRUM*, bases de datos como repositorio, el uso de las *CSS* para dar un diseño más limpio, claro y preciso, y el uso de librerías como *JQuery* para darle un buen efecto a las imágenes sin necesidad de utilizar archivos *SWF* que podrían ser demasiado pesados al momento de cargar la página web.

GLOSARIO

A. La **Globalización** es la Tendencia de los mercados y de las empresas a extenderse, alcanzando una dimensión mundial que sobrepasa las fronteras nacionales.

B. La **Desmaterialización** se refiere a utilizar menos recursos ambientales y menos energía en el proceso productivo, reducir los desechos y atenuar la contaminación, contribuyendo a la **Ecoeficiencia**, entendida como la eficiencia con la cual los recursos ecológicos se usan para cumplir con las necesidades humanas. La aplicación de la ecoeficiencia a los procesos industriales trae ventajas, no solamente al ambiente sino también a los productores, ya que, su definición lleva implícita la rentabilidad económica, pues lo que se pretende es producir "más con menos". La ecoeficiencia promueve a demás un diseño integral de tecnología para reducir la intensidad de uso de materiales y energía durante la producción; además, de que impulsa la reutilización de insumos a través de procesos de reingeniería y reciclaje.

C. La **nueva economía** es un término que fue acuñado a finales de los años 90 para describir la evolución económica, en los Estados Unidos y otros países desarrollados, de una economía basada principalmente en la fabricación y la industria, a una economía basada en el conocimiento, debido en parte a los nuevos progresos en tecnología y en parte a la globalización económica.

D. **GSM**: por sus siglas en francés (*group especial mobile*), significa **sistema global para las comunicaciones móviles**, es un sistema estándar de telefonía móvil digital.

E. **TDMA**: por sus siglas en inglés (Time Division Multiplexing Access). El **Acceso múltiple por división de tiempo** es una de las técnicas de TDM más difundidas. A cada persona que hace una llamada se le asigna una ranura de tiempo específica para la transmisión, lo que hace posible que varios usuarios utilicen un mismo canal simultáneamente sin interferir entre sí.

F. **WAP**: por sus siglas en inglés (Wireless Application Protocol) El protocolo de aplicaciones inalámbricas es un estándar abierto internacional, para aplicaciones que utilizan las comunicaciones inalámbricas, por ejemplo: acceso a servicios de Internet desde un teléfono móvil.

G. **SMS**: por sus siglas en inglés (*Short Message Service*). El servicio de mensajes cortos, es un sistema de mensajes de texto para teléfonos móviles.

H. **MMS**: por sus siglas en inglés (*Multimedia Messaging System*). El sistema de mensajería multimedia es un estándar de mensajería que le permite a los teléfonos móviles enviar y recibir contenidos multimedia, incorporando sonido, video, fotos o cualquier otro contenido disponible en el mismo. La mensajería multimedia nos permite el envío de estos contenidos además, a cuentas de correo electrónico, ampliando las posibilidades de la comunicación móvil.

I. **Bluetooth**: es una especificación industrial para Redes Inalámbricas de Área Personal que posibilita la transmisión de voz y datos entre diferentes dispositivos mediante un enlace por radiofrecuencia en la banda Industrial, Científica y Médica de los 2,4GHz.

J. **RFid**: por sus siglas en inglés (radio-frequency identification): es una tecnología que utiliza la comunicación a través de ondas de radio para el intercambio de datos entre un lector y una etiqueta electrónica adjunta a un objeto, con el propósito de identificación y seguimiento. Algunas etiquetas se pueden leer desde varios metros de distancia y más allá de la línea de visión del lector. La identificación por radiofrecuencia implica interrogadores (también conocidos como lectores), y tags (también conocidas como etiquetas).

K. **CRM:** (Customer Relationship Management), en su traducción literal, se entiende como la Gestión sobre la Relación con los Consumidores. Para su mejor comprensión, básicamente se refiere a una estrategia de negocios centrada en el cliente.

L. **Antivirus:** Aplicación o grupo de aplicaciones dedicadas a la prevención, búsqueda, detección y eliminación de programas malignos en sistemas informáticos. Entre los programas con códigos malignos se incluyen virus, troyanos, gusanos, entre otros malwares.

M. **Antispyware:** (antiespía o antispay). Tipo de aplicación que se encarga de buscar, detectar y eliminar spywares o espías en el sistema. A veces son aplicaciones , módulos o herramientas incorporadas dentro de otra aplicación mayor, como un antivirus.

N. **Antimalware:** aplicación que detecta 100% los virus, tiene un 99% de precisión en la detección del zoológico de virus, una alta precisión en la identificación y en la detección, y 100% de detección de virus en objetos comprimidos, así como 0% de falsos positivos. Es capaz de detectar formas esenciales de software dañino, al menos en su forma descompactada, confiable en un alto porcentaje (es decir, >90%).

Ñ. **.PST:** El archivo .pst es un formato de archivo de base de datos de la interfaz de usuario de Outlook y está en un formato de archivo único de usuario

O. **Dispositivos Activos:** un dispositivo que requiere una fuente de energía para su funcionamiento y tiene una salida que es una función de señal de entrada presente y pasado.

P. **Bisutería:** Industria que produce objetos de adorno, hechos de materiales no preciosos.

Q. **Bisutería Artesanal:** a la joyería que no utiliza materiales preciosos se le denomina bisutería, aunque a veces los imita. Con diferentes técnicas y materiales los artesanos que hacen bisutería crean piezas de mucho valor artístico.

R. **PHP:** (Hypertext Pre-processor). Lenguaje de programación usado generalmente en la creación de contenidos para sitios web. Es un lenguaje interpretado especialmente usado para crear contenido dinámico web y aplicaciones para servidores, aunque también es posible crear aplicaciones gráficas. Generalmente los scripts en PHP se embeben en otros códigos como HTML, ampliando las posibilidades del diseñador de páginas web enormemente. La interpretación y ejecución de los scripts PHP se hacen en el servidor, el cliente (un navegador que pide una página web), sólo recibe el resultado de la ejecución y jamás ve el código PHP.

S. **SCRUM:** El papel de Scrum es hacer aflorar la eficacia relativa de las prácticas de desarrollo de proyectos, para mejorarlas, a la vez que proporciona un marco dentro del cual se pueden desarrollar proyectos complejos.

T. **HTML: (HyperText Markup Language) el Lenguaje de Marcas de Hipertexto** es un **lenguaje de programación** que se utiliza para el desarrollo de páginas de **Internet**. Permite describir la **estructura** y el **contenido en forma de texto**, además, de complementar el texto con objetos tales como imágenes. Este lenguaje se escribe mediante **etiquetas**, que aparecen especificadas por corchetes angulares (< y >). Por otra parte, el HTML permite incluir **scripts** (por ejemplo, de **Javascript**), códigos que pueden modificar el comportamiento de los navegadores web y de otros procesadores de HTML. Los archivos de formato HTML utilizan la extensión **.htm** o **.html**.

U. **JQuery:** es una biblioteca de componentes que añaden un conjunto de plug-ins, widgets y efectos visuales para la creación de aplicaciones web. Cada componente o

módulo se desarrolla de acuerdo a la filosofía de jQuery (find something, manipulate it: encuentra algo, manipúlalo).

V. **CSS:** (Cascade Style Sheet) Hoja de Estilo en Cascada. Conjunto de instrucciones escritas en HTML que definen las apariencias de una página web con el objetivo de que sus estilos se parezcan.

W. **SWF:** (Small Web Format). SWF es un formato y extensión de archivos de Flash. Son usados especialmente para agregar animaciones e interactividad a las páginas web. Actualmente también se usan para hacer aplicaciones más complejas con la incorporación el lenguaje de programación para Flash: ActionScript. Es un formato del tipo gráfico vectorial.

X. **Facebook:** es una **red social** creada por **Mark Zuckerberg** en la **Universidad de Harvard**, con la intención de facilitar las comunicaciones y el intercambio de contenidos entre los estudiantes. Con el tiempo, el servicio se extendió hasta estar disponible para cualquier usuario de **Internet**.

Y. **Twitter:** un término inglés que puede traducirse como “**gorjear**” o “**trinar**”, es el nombre de una **red de microblogging** que permite escribir y leer mensajes en **Internet** que no superen los **140 caracteres**. Estas entradas son conocidas como **tweets**. El microblogging es una variante de los blogs (las bitacoras o cuadernos digitales que nacieron como diarios personales online). Su diferencia radica en la brevedad de sus mensajes y en su facilidad de publicación (pueden enviarse los mensajes desde el teléfono móvil, programas de mensajería instantánea, etc.)

Z. **Branding:** el *Branding* (o Gestión de Marcas) es el arte-ciencia-disciplina de crear y gestionar marcas. Es una disciplina que nace de la necesidad manejar conceptos estratégicos más perdurables que las propias campañas de comunicación. Una marca es un activo para cualquier empresa.

BIBLIOGRAFÍA

1. [<http://buscon.rae.es/draeI/SrvltGUIBusUsual?LEMA=globalizaci%C3%B3n>] Significado de *La Globalización*. Consultado el 4 de Marzo de 2011.
2. [<http://es.wikipedia.org/wiki/Internet>] Significado de *Productividad y Desmaterialización*. Consultado el 4 de Marzo de 2011.
3. [http://es.wikipedia.org/wiki/Nueva_Econom%C3%ADa] Significado de *La Nueva Economía*. Consultado el 4 de Marzo de 2011.
4. [<http://es.wikipedia.org/wiki/GSM>] Significado de siglas *GSM*. Consultado el 4 de Marzo de 2011.
5. [http://es.wikipedia.org/wiki/TDMA#Uso_en_telefon.C3.ADa_celular] Significado de siglas *TDMA*. Consultado el 4 de Marzo de 2011.
6. [<http://es.wikipedia.org/wiki/Wap>] Significado de siglas *WAP*. Consultado el 4 de Marzo de 2011.
7. [<http://es.wikipedia.org/wiki/SMS>] Significado de siglas *SMS*. Consultado el 4 de Marzo de 2011.
8. [http://es.wikipedia.org/wiki/Multimedia_Messaging_System] Significado de siglas *MMS*. Consultado el 4 de Marzo de 2011.
9. [<http://es.wikipedia.org/wiki/Bluetooth>] Significado de *Bluetooth*. Consultado el 4 de Marzo de 2011.
10. [<http://encyclopedia.thefreedictionary.com/RFID+chip>] Significado de siglas *RFID*. Consultado el 4 de Marzo de 2011.
11. [<http://www.monografias.com/trabajos14/estrategiacrm/estrategiacrm.shtml>] Significado de siglas *CRM*. Consultado el 12 de Octubre de 2011.
12. [<http://www.alegsa.com.ar/Dic/antivirus.php>] Significado de *Antivirus*. Consultado el 12 de Octubre de 2011.
13. [<http://www.alegsa.com.ar/Dic/antispymware.php>] Significado de *Antispymware*. Consultado el 12 de Octubre de 2011.
14. [<http://soporte.ajusco.upn.mx/modules.php?name=News&file=categories&op=newindex&catid=1>] Significado de *Antimalware*. Consultado el 12 de Octubre de 2011.
15. [<http://support.microsoft.com/kb/269520/es>] Significado de siglas *.PST*. Consultado el 12 de Octubre de 2011.
16. [<http://es.edaboard.com/topic-187057.0.html>] Significado de *Dispositivos Activos*. Consultado el 12 de Octubre de 2011.
17. [http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=cultura] Significado de *Bisutería*. Consultado el 17 de junio de 2011.
18. [<http://www.artesanum.com/definicion-bisuteria-3329.html>] Significado de *Bisutería Artesanal*. Consultado el 17 de junio de 2011.
- 19-27. Lynch, Patrick J. y Horton Sarah, "Principios de diseño básicos para la creación de sitios web" Ed. Ediciones G. Gili, SA de CV, México, 2000.

28. [<http://www.scrum.org/scrumguides/>] Guía de la metodología para desarrollar proyectos: *SCRUM*. Consultado el 19 de Octubre de 2011.
29. [<http://www.alegsa.com.ar/Dic/php.php>] Significado de siglas *PHP*. Consultado el 19 de Octubre de 2011.
30. [<http://definicion.de/html/>] Significado de siglas *HTML*. Consultado el 19 de Octubre de 2011.
31. [http://www.ecured.cu/index.php/JQuery_UI] Significado de siglas *JQuery*. Consultado el 19 de Octubre de 2011.
32. [<http://www.alegsa.com.ar/Dic/css.php>] Significado de siglas *CSS*. Consultado el 19 de Octubre de 2011.
33. [<http://www.alegsa.com.ar/Dic/swf.php>] Significado de siglas *SWF*. Consultado el 19 de Octubre de 2011.
34. [<http://definicion.de/facebook/>] Significado de *Facebook*. Consultado el 19 de Octubre de 2011.
35. [<http://definicion.de/twitter/>] Significado de *Twitter*. Consultado el 19 de Octubre de 2011.
36. [<http://www.tallerd3.com/archives/1676>] Significado de *Branding*. Consultado el 19 de Octubre de 2011.