



UNIVERSIDAD TECNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, ARTES Y EDUCACIÓN
CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**“LA MULTIMEDIA COMO ESTRATEGIA DE INTERCONEXIÓN PARA EL
POSICIONAMIENTO DEL SECTOR DE LA EBANISTERÍA DE LA ASOCIACIÓN
INTERPROFESIONAL DE MAESTROS ARTESANOS Y OPERARIOS DE SANGOLQUÍ,
PICHINCHA”**

Proyecto de Investigación presentado previo a la obtención del Título de
Licenciada en Diseño Gráfico

Autora:

Arias Loor Evelyn Jasmin

Tutor:

M.Sc. Aguilar Orozco Mike Orlando

Latacunga - Ecuador

Febrero – 2023



DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, **Arias Loor Evelyn Jasmin**, declaro ser autor (a) del presente proyecto de investigación: **La multimedia como estrategia de interconexión para el posicionamiento del sector de la ebanistería de la Asociación Interprofesional de Maestros Artesanos y Operarios de Sangolquí, Pichincha**, siendo el **M.Sc. Mike Aguilar** tutor (a) del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.

Arias Loor Evelyn Jasmin

Número de C.I. 1750720391

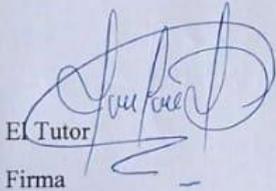


AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

En calidad de Tutor del Trabajo de Investigación sobre el título:

“LA MULTIMEDIA COMO ESTRATEGIA DE INTERCONEXIÓN PARA EL POSICIONAMIENTO DEL SECTOR DE LA EBANISTERÍA DE LA ASOCIACIÓN INTERPROFESIONAL DE MAESTROS ARTESANOS Y OPERARIOS DE SANGOLQUÍ, PICHINCHA” de **ARIAS LOOR EVELYN JASMIN**, de la carrera **DISEÑO GRÁFICO COMPUTARIZADO**, considero que dicho Informe Investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico-técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Validación de Proyecto que el Honorable Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Sociales, Arte y Educación de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Latacunga, 25 de enero, 2023

El Tutor 
Firma

M.Sc. Mike Orlando Aguilar Orozco



APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN

En calidad de Tribunal de Lectores, aprueban el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Facultad de Ciencias Sociales, Artes y Educación, por cuanto, la postulante: **ARIAS LOOR EVELYN JASMIN** con el título de Proyecto de Investigación: **“LA MULTIMEDIA COMO ESTRATEGIA DE INTERCONEXIÓN PARA EL POSICIONAMIENTO DEL SECTOR DE LA EBANISTERÍA DE LA ASOCIACIÓN INTERPROFESIONAL DE MAESTROS ARTESANOS Y OPERARIOS DE SANGOLQUÍ, PICHINCHA”** han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de Sustentación de Proyecto.

Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

Latacunga, 23 de enero del 2023

Para constancia firman:

Lector 1 (Presidente)
Nombre: M.Sc. Jorge Freire
CC: 0502624810

Lector 2
Nombre: M.Sc. Alfredo Astudillo
CC: 0602987976

Lector 3
Nombre: M.Sc. Alexis Paredes
CC: 0502928237



AGRADECIMIENTO

Primeramente, agradezco a mi familia, en especial a mis padres y hermano quienes han sabido brindarme su apoyo incondicional, en todas las actividades que propuestas realizar, y gracias a ellos he podido superarme y salir adelante en la vida.

De igual manera al ser más importante que ha sabido transmitir sus conocimientos y enseñanzas, por ello el reconocimiento y agradecimiento más sentido a los señores docentes de la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad Técnica de Cotopaxi y al tribunal de grado que con la acertada dirección y ardua labor forman profesionales éticos, morales y humanísticos.

Agradezco la Asociación Interprofesional de Maestros Artesanos y Operarios de Sangolquí por permitir realizar la pertinente visita y colaboración de sus socios para la ejecución del proyecto de investigación.

Gracias a todos los amigos y compañeros con los que he compartido durante estos años de formación, en especial a Angelica Tucumbi y Christian Chicaiza que con su ayuda y esfuerzo hemos podido alcanzar nuestra anhelada meta.

Evelyn Arias



DEDICATORIA

El presente trabajo investigativo le dedico a mis padres, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ustedes he logrado llegar hasta aquí y convertirme en lo que soy. Ha sido un orgullo y privilegio de ser su hija, son los mejores guías que la vida pudo darme, para enseñarme el valor de la humildad, compromiso para cumplir cada meta.

A mi hermano por estar siempre presente, acompañándome y por el apoyo moral, que me brindo a lo largo de esta etapa de mi vida, además de ser un ejemplo a seguir, con su ayuda y consejos.

A todas las personas que me han apoyado y han hecho que el trabajo se realice con éxito en especial a aquellos que me abrieron las puertas y compartieron sus conocimientos

Evelyn Arias



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, ARTES Y EDUCACIÓN

TITULO: “LA MULTIMEDIA COMO ESTRATEGIA DE INTERCONEXIÓN PARA EL POSICIONAMIENTO DEL SECTOR DE LA EBANISTERÍA DE LA ASOCIACIÓN INTERPROFESIONAL DE MAESTROS ARTESANOS Y OPERARIOS DE SAGOLQUÍ, PICHINCHA”

Autor:

Arias Loor Evelyn Jasmin

RESUMEN

La importancia de la ebanistería tiene un fuerte impacto en el sector artesanal del Ecuador, no obstante, existe la preocupación por la escasa publicidad que le brindan a este sector, bajo ese contexto, el presente estudio tuvo el objetivo de posicionar la actividad de la ebanistería de los artesanos de la parroquia de Sangolquí, mediante el desarrollo de un producto multimedia como la creación de una página web, para la realización de este producto se tomó en cuenta la estrategia de comunicación que compromete características de investigación, creatividad e innovación. Para cumplir con el propósito de la investigación se basó en la metodología de Diseño Centrado en el Usuario de Jakob Nielsen, permitiendo la utilización de diferentes técnicas e instrumentos que acceden a la recolección de información y la creación de la página web de acuerdo a las fases de la metodología propuesta, con el fin de contribuir con la agilización del proceso, lo que permite el orden y cumplimiento de cada una de las fases, para dejar atrás los métodos tradicionales que ocupa el sector para difundir sus productos y servicios, por otro lado, parte del contenido que se proyectó en la página fueron renders de modelado 3D de los diseños de los muebles, de esa forma marca un valor agregado en el mercado. Se concluye que al momento de diseñar la página web, fue creada con los requerimientos de los usuarios del producto y servicio, de esta manera será una herramienta interactiva y funcional la cual se verificó mediante un test de usuario que cumple con las necesidades y satisfacción del cliente.

Palabras clave: Multimedia, artesanos, ebanistería, estrategias, web, posicionar.



COTOPAXI TECHNICAL UNIVERSITY

SOCIAL, ARTS AND EDUCATION SCIENCES FACULTY

SUBJECT: “MULTIMEDIA AS AN INTERCONNECTION STRATEGY FOR THE POSITIONING OF INTERPROFESSIONAL ASSOCIATION CABINETMARKETING SECTOR FROM MASTER CRAFTSMEN AND WORKERS, FROM SANGOLQUÍ, PICHINCHA”

Author:

Arias Loor Evelyn Jasmin

ABSTRACT

The cabinet-making importance has a strong impact onto craft Ecuador sector, nevertheless, there is concern about the little publicity, what they provide to this sector low that context, the current study had the aim by positioning the crafts cabinet-making activity from parish of Sangolquí, by a multimedia product development, as: the web page creation for the performance this product was taken into account the communication strategy, which compromises research characteristics, creativity and innovation. For fulfilling the research purpose, it was based on Jakob Nielsen’s User-Centered Design methodology allowing the different techniques and instruments use, what access the information collection and the web page creation, according to the proposed methodology phases, in order to contribute to the speeding process, which allows the order and compliance each of phases, for leaving behind the tradicional methods that occupy the sector to disseminate its products and services, on the other hand, content part that was projected on the page were 3D modeling renders of the furniture designs, thus marking an added value in the market. It is concluded, what at the time of designing the web page, it was created with the product and service users requirements, this way, it will be an interactive and functional tool, which was verified by means a user test, what meets the needs and satisfaction of client.

Keywords: Multimedia, craftsmen, cabinetmaking, strategies, web, positioning.

AVAL DE TRADUCCIÓN

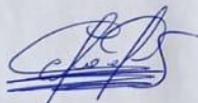
En calidad de Docente del Idioma Inglés del Centro de Idiomas de la Universidad Técnica de Cotopaxi; en forma legal **CERTIFICO** que:

La traducción del resumen al idioma Inglés del proyecto de investigación cuyo título versa: **“LA MULTIMEDIA COMO ESTRATEGIA DE INTERCONEXIÓN PARA EL POSICIONAMIENTO DEL SECTOR DE LA EBANISTERÍA DE LA ASOCIACIÓN INTERPROFESIONAL DE MAESTROS ARTESANOS Y OPERARIOS DE SANGOLQUÍ, PICHINCHA”** presentado por: **Arias Loor Eveyn Jasmin** egresada de la Carrera de: **Diseño Gráfico**, perteneciente a la **Facultad de Ciencias Sociales, Artes y Educación**, lo realizó bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad y autorizo a la peticionaria hacer uso del presente aval para los fines académicos legales.

Latacunga, febrero del 2023.

Atentamente,



Mg. Marco Paul Beltrán Semblantes

DOCENTE CENTRO DE IDIOMAS-UTC

CC: 0502666514



CENTRO
DE IDIOMAS



ÍNDICE GENERAL

DECLARACIÓN DE AUTORÍA -----	II
AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN -----	III
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN -----	IV
AGRADECIMIENTO -----	V
DEDICATORIA -----	VI
RESUMEN -----	VII
ABSTRACT -----	VIII
AVAL DE TRADUCCIÓN -----	IX
ÍNDICE GENERAL -----	X
ÍNDICE DE TABLAS -----	XIII
ÍNDICE DE FIGURAS -----	XIV
ÍNDICE DE GRÁFICOS -----	XV
ÍNDICE DE ANEXOS -----	XVI
1. INFORMACIÓN GENERAL -----	1
2. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO -----	2
3. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO -----	3
4. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN -----	3
5. OBJETIVOS -----	4
5.1 OBJETIVO GENERAL -----	4
5.2 OBJETIVO ESPECÍFICOS -----	4
6. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS -----	5
7. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA -----	6
7.1 DISEÑO GRÁFICO -----	6
7.1.1 Elementos visuales -----	7
7.2 DISEÑO MULTIMEDIA -----	8

7.2.1 Componentes multimedia	9
7.2.2 Características de la multimedia	10
7.3 INTERFAZ	13
8.3.1 Interfaz de usuario	13
7.4 SISTEMAS DE NAVEGACIÓN	14
7.5 DISEÑO CENTRADO EN EL USUARIO	16
7.6 INTERACCIÓN PERSONA – ORDENADOR (IPO)	17
7.7 ARQUITECTURA DE LA INFORMACIÓN (IA)	18
7.8 EXPERIENCIA DE USUARIO (UX)	18
7.8.1 Elementos de la experiencia de usuario	19
7.9 USABILIDAD	20
7.10 ACCESIBILIDAD	20
7.11 PROTOTIPO	20
7.11.1 Wireframes	21
7.11.2 Prototipo de baja fidelidad	21
7.11.3 Prototipo de alta fidelidad	21
7.12 MODELADO 3D	21
7.12.1 Modelado de geometrías	22
7.12.2 Malla poligonal	22
7.12.3 Texturizado	22
7.13 ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES	23
7.13.1 Comunicación y multimedia	23
7.14 ANTECEDENTES DEL ARTESANO	23
7.14.1 Artesano	24
7.14.2 Artesano autónomo	24
7.14.3 Calificación artesanal	25
7.14.4 Ebanistería en el Ecuador	26
7.14.5 Ebanistería	26
7.14.6 Carpintería	26
8. PREGUNTAS CIENTÍFICAS	27
9. METODOLOGÍAS Y DISEÑO EXPERIMENTAL	28
9.1 FASE DE ANÁLISIS MEDIANTE EL ENFOQUE CUANTITATIVO	28
9.2 FASE DE CONCEPTUALIZACIÓN Y PROTOTIPO MEDIANTE EL ENFOQUE CUALITATIVO	29

10. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	35
10.1 ANÁLISIS DE ENCUESTA DIRIGIDA A EBANISTAS	35
10.2 ANÁLISIS DE ENCUESTA DIRIGIDA A USUARIOS	39
11. IMPACTOS (TECNICOS, SOCIALES, AMBIENTALES O ECONÓMICOS)	49
12. PRESUPUESTO PARA LA PROPUESTA DEL PROYECTO	50
13. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	51
13.1 CONCLUSIONES	51
13.2 RECOMENDACIONES	52
14. BIBLIOGRAFÍA	53
15. ANEXOS	59

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: DATOS GENERALES DEL CENSO POBLACIONAL – CANTÓN RUMIÑAHUI.....	3
TABLA 2: DATOS BENEFICIARIOS	3
TABLA 3: ACTIVIDADES EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS	5
TABLA 4: NIVELES DE INTERACTIVIDAD	11
TABLA 5: MUESTRA DEL FOCUS GROUP	30
TABLA 6: MANEJO DE PÁGINA WEB.....	36
TABLA 7: DISGUSTO AL ACCEDER A UNA PÁGINA WEB.....	36
TABLA 8: CONTENIDO ESPECÍFICO	36
TABLA 9: ELEMENTO QUE SOBRESALE EN LA PÁGINA	37
TABLA 10: USUARIOS EN LA PÁGINA WEB.....	37
TABLA 11: PÁGINAS QUE CONTENGA	37
TABLA 12: CARACTERÍSTICAS QUE DESEA INCLUIR EN LA PÁGINA WEB.....	38
TABLA 13: PÁGINA WEB.....	38
TABLA 14: PROMOVER LA PÁGINA WEB	39
TABLA 15: SEXO	39
TABLA 16: EDAD	40
TABLA 17: CONOCIMIENTOS DEL SECTOR EBANISTA.....	41
TABLA 18: FRECUENCIA DE VISITA	42
TABLA 19: INCONVENIENTES AL ADQUIRIR PRODUCTOS/SERVICIOS.....	43
TABLA 20: MEDIOS PARA BUSCAR PRODUCTOS.....	44
TABLA 21: MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA BUSCAR PRODUCTOS.....	45
TABLA 22: PÁGINA WEB.....	46
TABLA 23: IMPLEMENTACIÓN DE UNA PÁGINA WEB.....	47
TABLA 24: CONTENIDO QUE SOBRESALGA	48
TABLA 25: COSTOS DIRECTOS	50
TABLA 26: COSTOS INDIRECTOS	50
TABLA 27: COSTOS DE PROTOTIPO	50

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1: DIAGRAMA DE COMUNICACIÓN EN DISEÑO	7
FIGURA 2: TEXTURA VISUAL.....	8
FIGURA 3: ESTRUCTURA LINEAL.....	14
FIGURA 4: ESTRUCTURA JERÁRQUICA	15
FIGURA 5: ESTRUCTURA NO LINEAL.....	15
FIGURA 6: ESTRUCTURA COMPUESTA	16
FIGURA 7: DIAGRAMA DEL PROCESO DE DISEÑO CENTRADO EN EL USUARIO	17
FIGURA 8: ELEMENTOS DE LA EXPERIENCIA DE USUARIO	19
FIGURA 9: CARNET DE CALIFICACIÓN ARTESANAL	25
FIGURA 10: CARD SORTING	31
FIGURA 11: MAPA DE NAVEGACIÓN	31
FIGURA 12: BOCETO DE PÁGINA WEB	32
FIGURA 13: PROTOTIPO DE BAJA FIDELIDAD MONITOR Y MÓVIL	33
FIGURA 14: PROTOTIPO DE ALTA FIDELIDAD MONITOR Y MÓVIL.....	34
FIGURA 15: IMPLEMENTACIÓN DE LA PÁGINA WEB EN UN NAVEGADOR.....	35

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1: PRINCIPALES ACTIVIDADES ARTESANALES DESARROLLADAS EN EL CANTÓN	
RUMIÑAHUI.....	27
GRÁFICO 2: SEXO	40
GRÁFICO 3: EDAD	41
GRÁFICO 4: CONOCIMIENTOS DEL SECTOR EBANISTA	42
GRÁFICO 5: FRECUENCIA DE VISITA	43
GRÁFICO 6: INCONVENIENTES AL ADQUIRIR PRODUCTOS/SERVICIOS	44
GRÁFICO 7: MEDIOS PARA BUSCAR PRODUCTOS	45
GRÁFICO 8: MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA BUSCAR PRODUCTOS	46
GRÁFICO 9: PÁGINA WEB	47
GRÁFICO 10: IMPLEMENTACIÓN DE UNA PÁGINA WEB	48
GRÁFICO 11: CONTENIDO QUE SOBRESALGA	49

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1: LEVANTAMIENTO DE DATOS A EBANISTAS	59
ANEXO 2: ENCUESTA DE BENEFICIOS AL CREAR LA PÁGINA WEB A EBANISTAS	60
ANEXO 3: ENCUESTA A USUARIOS	62
ANEXO 4: FOCUS GROUP	64
ANEXO 5: EVALUACIÓN HEURÍSTICA	66
ANEXO 6: PROTOTIPO DE BAJA FIDELIDAD	68
ANEXO 7: PROTOTIPO DE ALTA FIDELIDAD	69
ANEXO 8: HIPERTEXTOS DE LA PÁGINA WEB	70
ANEXO 9: DATOS SUBIDOS AL SERVIDOR	71
ANEXO 10: HOJA DE VIDA DE TUTOR	72
ANEXO 11: HOJA DE VIDA DE AUTOR	48

1. INFORMACIÓN GENERAL

Título del Proyecto

“La Multimedia como estrategia de interconexión para el posicionamiento del sector de la ebanistería de la Asociación Interprofesional de Maestros Artesanos y Operarios de Sangolquí, Pichincha”

Fecha de inicio:

Abril 2022

Fecha de finalización:

Febrero 2023

Lugar de ejecución:

Ecuador - Pichincha – Rumiñahui

Unidad Académica que auspicia:

Facultad de Ciencias Sociales, Artes y Educación

Carrera que auspicia:

Diseño Gráfico Computarizado

Proyecto de investigación vinculado: No

Equipo de trabajo:

Investigador: Arias Loor Evelyn Jasmin

Tutor: M.Sc. Mike Aguilar

Área de conocimiento:

Artes y humanidades

Línea de investigación:

Diseño, comunicación y educación para el desarrollo social y humano el cual nos permitirá tener un enfoque de las transformaciones actuales, especialmente del sector de la ebanistería, aplicando herramientas de diseño que optimicen el desarrollo del proyecto de investigación.

Sub líneas de investigación de la carrera:

Diseño gráfico aplicado a proyectos de economías alternativas

2. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

La investigación se convierte en la pauta para generar a través de la multimedia un recurso que refleje los productos y servicios del sector ebanista de la Asociación Interprofesional de Maestros Artesanos y Operarios de Sangolquí, haciendo énfasis en la problemática relacionada con la carencia de reconocimiento y posicionamiento de este grupo de artesanos, otorgando a los ebanistas un producto web que influya en el crecimiento comercial.

Los aportes de la investigación se definen en desarrollar la conceptualización de la interfaz web que den a conocer cuáles son los productos y servicios que promueve este grupo, de esa forma tener la capacidad de posicionar este mercado para mejorar su calidad de vida, facilitando la oportunidad de llegar a más mercados afines y mediante este producto traer cambios positivos para la Asociación.

Como beneficiarios directos del proyecto de investigación se tiene a los ebanistas de la Asociación Interprofesional de Maestros Artesanos y Operarios de Sangolquí, siendo este el público objetivo para la creación de la propuesta web, sin embargo, también se debe enfocar a los usuarios finales que adquieren estos productos y servicios del sector ebanista, ya que serán los beneficiarios indirectos.

Como impacto y relevancia del proyecto se localiza temas de estrategias que pueden ser empleados desde la multimedia y que permite el control para acceder a la información, encaminado a resolver la problemática mediante las herramientas de diseño y comunicación empleados como instrumentos de difusión de los productos y servicios.

Debido al aumento de la tecnología la utilidad práctica del proyecto de investigación será al momento de integrar e innovar mediante la página web el contenido gráfico e implementar mediante metodologías que verifiquen la usabilidad del mismo, con la finalidad de obtener procesos que beneficien al sector independiente de ebanistas.

3. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO

El proyecto de investigación tiene dos grupos de beneficiarios que son:

Beneficiarios directos: Los artesanos del sector de la ebanistería de la parroquia de Sangolquí.

Beneficiarios indirectos: Clientes, proveedores de material, profesionales en ramas afines y artesanos en otras líneas de la parroquia de Sangolquí.

Tabla 1: Datos generales del Censo Poblacional – Cantón Rumiñahui

Género	Habitantes	Porcentaje
Hombres	41.917	48.83%
Mujeres	43.935	51.17%
Total	85.852	100%

Fuente: VII Censo de población y VI de vivienda realizado por el INEC- 2010

Tabla 2: Datos beneficiarios

Género	Beneficiarios directos	Beneficiarios indirectos
Hombres	29	3.186
Mujeres	1	3.513
Total	30	6.699

Fuente: GAD Rumiñahui

Elaborado por: Evelyn Arias

4. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

En el Ecuador el 60% de la población se dedica a la labor artesanal empírica o calificada, debido a que estos sectores han sido fuente importante para promover el desarrollo económico, social, ecológico y cultural, sin embargo, a pesar de ser una sección independiente existe un porcentaje alto que indica que a nivel nacional los artesanos no son reconocidos o posicionados en el mercado por su actividad comercial. (Monroy Diana, 2013).

No obstante, la Junta Nacional de Defensa del Artesano, solo en la provincia de Pichincha tiene registrado a 400 artesanos autónomos, 600 artesanos calificados y 1600 artesanos recalificados del área de la ebanistería, sin embargo, gran parte de esta población, no continúa ejerciendo la actividad artesanal (JNDA, 2019). Este es el caso de la Asociación Interprofesional de Maestros Artesanos y Operarios de Sangolquí, en el sector de la ebanistería, cuenta con 50 artesanos calificados, sin embargo solo 30 continúan con la producción y prestación de servicios

artesanales, de esta forma este grupo tiene la finalidad de brindar información de los productos y servicios, pero carecen de estrategias de comunicación que ayuden a promover la difusión del mismo, debido al desconocimiento de medios de comunicación, lo cual es necesario para el crecimiento de los emprendimientos. Por otro lado, la falta de representación gráfica y inadecuado uso del mínimo porcentaje de la publicidad que manejan, no permite visibilizar sus trabajos adecuadamente a los usuarios, debido a que operan la publicidad de manera casera y muy poco profesional, teniendo como resultado la falencia que el usuario se sienta inseguro o desconfiá al querer adquirir los productos y servicios, por último, una de las problemáticas más frecuentes que menciona este grupo, es el costo de inversión que requiere para lograr diferenciarse de la competencia, es decir, implementación de publicidad, marca, utilización de uniformes que represente a la Asociación, entre otros. Estos antecedentes son repetidamente mencionados por la Asociación Interprofesional de Maestros Artesanos y Operarios de Sangolquí del sector de la ebanistería, mediante un previo levantamiento de información, a través de una encuesta realizada a los artesanos ebanistas de la Asociación, aplicado el día 17 de noviembre del 2022, se detectó las dificultades mencionadas con anterioridad al entender el proceso comercial, por ende estas encuestas dieron como resultado la necesidad de la creación de una página web que sirva como estrategia de interconexión para comunicar y posicionar los productos y servicios que oferta este sector. (anexo 1)

5. OBJETIVOS

5.1 Objetivo general

Diseñar una página web como estrategia comunicacional para el posicionamiento del sector de la ebanistería de la Asociación de Maestros Artesanos y Operarios de Sangolquí, Pichincha.

5.2 Objetivo específicos

- Analizar los beneficios de la creación de la página web para el sector ebanista.
- Desarrollar la conceptualización de la interfaz web desde la necesidad del sector ebanista de la Asociación Interprofesional de Maestros Artesanos y Operarios de Sangolquí.
- Verificar la experiencia de usuario mediante la correlación de la accesibilidad de la página web como estrategia de comunicación.

6. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS

Tabla 3: Actividades en relación a los objetivos planteados

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	ACTIVIDAD	RESULTADOS DE LA ACTIVIDAD	MEDIOS DE VERIFICACIÓN
Analizar los beneficios de la creación de la página web para el sector ebanista.	<ul style="list-style-type: none"> - Recopilación de información sobre la página web mediante: libros, tesis y artículos. - Encuestas al grupo ebanista y usuarios de los productos y servicios - Se genera el análisis de los instrumentos realizados 	Fundamentación Teórica e información sobre los recursos	<p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario de preguntas cerradas</p>
Desarrollar la conceptualización de la interfaz web desde la necesidad del sector ebanista de la Asociación Interprofesional de Maestros Artesanos y Operarios de Sangolquí.	<ul style="list-style-type: none"> - Se definió jerarquización de la información de la página web. - Se segmentó esquemas de información de la página web. - Realización de bocetos para la página web 	<ul style="list-style-type: none"> - Arquitectura de información - Selección de información al ser implementado en la página web 	<p>Técnica: - Focus group - Card Sorting</p> <p>Instrumento: - Listado de preguntas - Notas para la construcción de contenido</p>
Verificar la experiencia de usuario mediante la correlación de la accesibilidad de la página web como	<ul style="list-style-type: none"> - La realización de una prueba de usabilidad de la página web. - Desarrollo de correcciones basadas en las pruebas de usabilidad. 	<ul style="list-style-type: none"> - Sugerencias de las pruebas realizadas a la página web. - Replanteamiento de interfaz del usuario. 	<p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Evaluación heurística</p>

estrategia de comunicación.			
-----------------------------	--	--	--

Elaborado por: Evelyn Arias

7. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA

7.1 Diseño gráfico

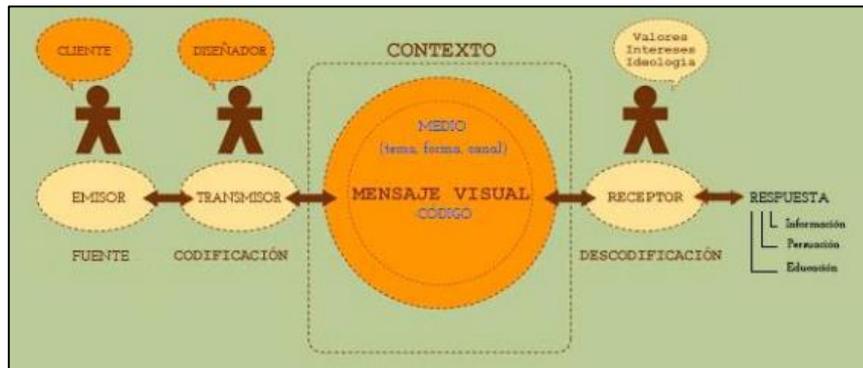
En 1992, el término “diseño gráfico” fue utilizado para describir las actividades que daban un orden estructural y forma visual de comunicación, vinculando elementos apropiados, elegidos y distribuidos de la forma correcta para la difusión del mensaje, permitiendo atraer la atención del usuario e informar de manera eficaz y perdurable.

Según Shardinson, Carlos, en su libro “fundamentos del Diseño Gráfico” define al diseño, como el “Proceso o labor (proyectar, coordinar, seleccionar y organizar) de un conjunto de elementos mismo que están disponibles para producir objetos visuales que serán destinados a comunicar mensajes específicos a grupos determinados” (p. 1).

El diseño abarca un conjunto de herramientas que engloba piezas gráficas, utilizados en el diseño gráfico para comunicar a través de símbolos, ilustraciones, texto o imágenes, de esta forma cada diseñador aplica y desarrolla su bosquejo según su criterio y la necesidad que requiera solucionar por medio de las ideas, técnicas y objetivos, además se deben tomar en cuenta aspectos psicológicos para la percepción del ser humano y sus significados se puedan integrar a través de los elementos del diseño.

Según Frascara menciona “lo que diferencia al diseño gráfico de todas las demás manifestaciones gráficas es la presencia de un proyecto que comienza con un programa de necesidades, se desarrolla mediante un proceso y concluye con la entrega de la documentación necesaria para la producción” (2021), por otro lado, la comunicación en diseño gráfico incluye otros aspectos esenciales para la difusión de un mensaje eficaz, debe comprender de una fuente, transmisor, medio, código, forma, tema y un receptor, de esta forma se verifica que no solo la pieza gráfica constituye la totalidad de un mensaje.

Figura 1: Diagrama de comunicación en diseño



Fuente: FAD Universidad Nacional de Cuyo, 2021, p. 3.

7.1.1 Elementos visuales

El diseño es una actividad creativa y fundamental en el proceso de creación gráfica, sonora, audiovisual, editorial, entre otros, son los elementos visibles dentro de una pieza gráfica y forman parte del contenido del mensaje, forman el conjunto de un todo para ayudar a concebir, organizar, proyectar, persuadir y comunicar al público objetivo.

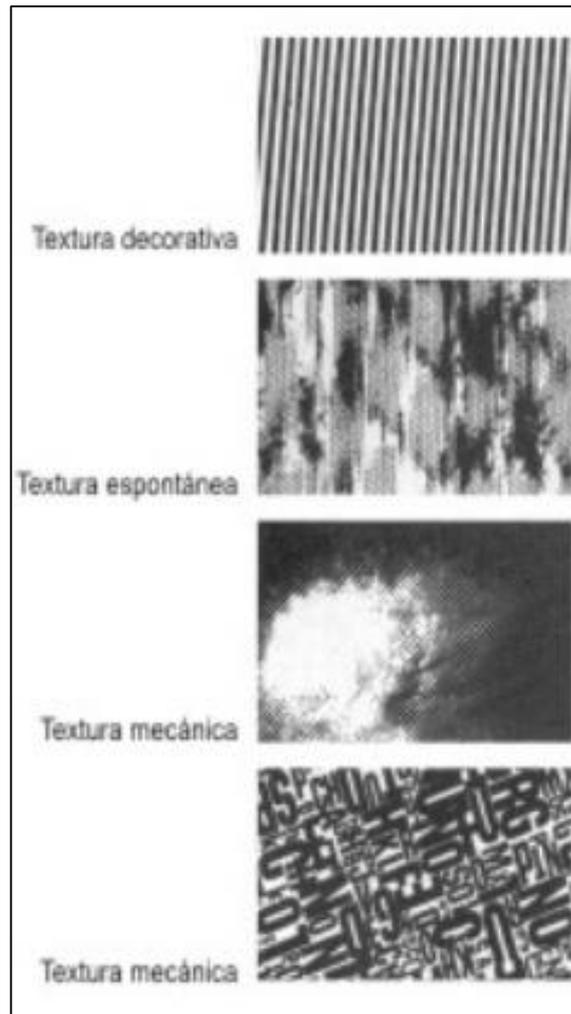
- **Forma:** Se denota al espacio cerrado y plano, limitado entre dimensiones ya sea de altura o anchura. Según Wong define “todo lo que puede ser visto posee una forma que aporta la identificación principal en nuestra percepción” (1991, p. 9). Dentro de las formas se encuentran las geométricas y las orgánicas, esto genera emociones, comunicar mensajes, empatizar con una audiencia o incluso evocar movimiento, con la intención de comunicar conceptos a través de estas formas.
- **Medida:** Tienen la capacidad de ser modificados o definidos a través de la escala y mediante eso generar una jerarquía visual para la proyección de los diferentes mensajes.
- **Color:** juega un papel fundamental en la composición, ya que el ojo humano puede percibir hasta más de 1000 colores, en el cual se asocia con una serie de conceptos o sensaciones y esto se lo conoce la psicología del color. Según Wong menciona “una forma se distingue de sus cercanías por medio del color. El color se utiliza en su sentido amplio, comprendido no sólo los del espectro solar sino asimismo los neutros y asimismo sus variaciones tonales y cromáticas” (1991, p. 9).

El uso correcto o incorrecto del color debe suponer como transmitir un mensaje para obtener un resultado favorable u obtener el resultado opuesto, de esta forma se debe evitar el caos de colores que compiten en la industria para llamar la atención, siendo

capaz de proporcionar dinamismo en un proyecto.

- **Textura:** esta cualidad física, sin embargo, en el diseño es una característica no tangible, ya que solo se plasma la ilusión para la interacción de la vista, por otro lado, esta textura puede ser decorativa, espontánea, mecánica o las más conocidas como la plana, decorada, suave o rugosa.

Figura 2: Textura visual



Fuente: Facultad de Arquitectura y Diseño, Universidad del Zulia

7.2 Diseño multimedia

La procedencia de la palabra multimedia radica en la unión de dos significados; multi-media (múltiples medios), su relación está ligada con las tecnologías de la información, y dentro de este campo adquiere un significado bastante extenso y se define como el uso de múltiples intermediarios entre la fuente y el destino de la información, es decir, que se utilizan diversos medios para almacenar, transmitir, mostrar o percibir la información. Básicamente este

significado está orientado al desarrollo tecnológico de la información y uso de texto, gráficos, imágenes, animación, vídeos, sonido. (Castillo,2013).

Lo expuesto anteriormente denota las diferentes maneras de difundir la información y permite combinar medios interactivos, ya que pueden ser controlados por el usuario, a pesar de conocer el tipo de contenido a difundir, se debe enfatizar en la complejidad para lograr la interactividad y la transferencia de información eficiente entre los usuarios y la comprensión del producto/servicio a transmitir,

García (2013) manifiesta que “el diseño multimedia conjugado con el diseño gráfico se encarga de ordenar información de manera estética y legible para de esta manera captar la atención” (p. 19), de esta forma, la multimedia también es aplicable en diferentes soportes de comunicación digital, se debe tener consideración del mensaje a comunicar y al target al cuál va dirigido para tener una adecuada colocación de textos, imágenes, cromática, entre otros, para tener una composición visual de manera clara y concisa.

7.2.1 Componentes multimedia

Pinto (2011) define que, “cualquier aplicación, documento o sistema multimedia está constituido por elementos informativos de diferente naturaleza, para presentar información que emplea una combinación de texto, sonido, imágenes, vídeo y animación” (p. 17). Al mismo tiempo se constituyen estos elementos como la función principal que cumplen los productos que contienen códigos de información, debido a que la multimedia hoy en día se considera como característica indispensable en los medios y mercados digitales.

- **Texto:** elemento más empleado en la multimedia, ya que la manipulación del mismo permite involucrarlo en las composiciones y reforzar el mensaje de la información gráfica o icónica. Para Belloch “el objetivo y usuarios a los que va destinada la aplicación multimedia podemos reforzar el componente visual del texto mediante modificaciones en su formato, resaltando la información más relevante y añadiendo claridad al mensaje escrito” (p. 2).
- **Sonido:** La incorporación de este elemento es importante para completar el significado de imágenes, música o efectos sonoros, que necesitan un soporte para captar la atención del público y favoreciendo al reconocimiento con la memoria auditiva.
- **Gráficos o iconos:** A través de este elemento se representa las ideas o conceptos, con

la noción de transmitir a personas con características en particular, ya sea por el idioma. Como menciona Martínez “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” (1997).

- **Imágenes estáticas:** Rodríguez indica que la imagen puede realizar seis funciones distintas: representación, alusión, enunciativa, atribución, canalización de expresiones y operación (1996). Su objetivo es la comprensión y persuasión de la información hacia el usuario final y este tipo de imágenes pueden ser: ilustraciones, fotogramas, gráficas, fotografías, entre otros.
- **Imágenes dinámicas:** Son un recurso que involucra gran parte de los elementos anteriores, de manera que permite mayor control de los diferentes esquemas empleados, ya sea vídeo o animación, esto permite crear y modificar para la interacción del usuario.

7.2.2 Características de la multimedia

Las presentaciones de proyectos multimedia sirven para proyectar, transmitir o reproducir los productos o servicios, no obstante, los sistemas deben estar controlados e integrados para que la información se maneje correctamente y además la interfaz llegue a tener una manipulación interactiva por parte del usuario.

7.2.2.1 Interactividad

El intercambio de información, para dar a conocer un mensaje mediante la dinámica entre usuarios, eso es interactividad, muestra la conducta del usuario y el entorno en el cual es difundido el contenido obteniendo la acción y reacción de los participantes mediante los diferentes elementos incorporados en la estructura del proyecto multimedia.

Para Danvers define como “el término que describe la relación de comunicación entre un usuario y un sistema, pero la interactividad no es sólo el diálogo con las máquinas, o entre personas mediadas por las máquinas, sino una forma de intervención en los procesos comunicativos para elaborar el producto, formar parte del contenido o potenciar su difusión” (1994).

Del mismo modo, la interactividad desde sus inicios se mantuvo ligada a los video juegos, web y aplicaciones que pueden ser interactivas según el control del usuario, no obstante, el desafío es hallar el equilibrio y control de la información, junto con la necesidad de solucionar un problema de comunicación visual.

Blasco menciona con relación a la interactividad que “es un proceso recíproco, es una comunicación de doble vía, puede ser físico o mental en la cual intervienen personas o medios tecnológicos” (2011, p. 20), Así mismo Coomans enuncia que “la interactividad implica una ergonomía que garantiza una gran accesibilidad, el uso de una interfaz agradable que da paso a numerosas funciones disponibles sin esquemas preestablecidos y un tiempo de respuesta corta” (1995).

7.2.2.1.1 Niveles de Interactividad

La existencia de estos recursos multimedia permite que el usuario intervenga en el proceso de desarrollo denominado participativa-comunicativa, definiendo el grado de interacción de los usuarios dependiendo de las necesidades solucionadas a través de la interfaz, además posibilita una comunicación más acelerada y con mejores opciones de funcionalidad.

Bretz y Schmidbauer definen tres niveles de interactividad “la auténtica, con la presencia del emisor y receptor intercambia roles y presencia de contenido, la semi-interactividad, no existe intercambio de información y por último la interactividad simulada, crea escenarios de comunicación no reales” (1983), adicional existen otros niveles de interactividad como: pasiva, limitada, compleja y de tiempo real, este tipo de categorías tiene perspectivas de descripción, conocimiento, habilidades, entre otros, que forman parte de la elaboración y evaluación del producto multimedia.

Tabla 4: Niveles de interactividad

Nivel	Apelativo	Descripción
1	Interacción Pasiva	El usuario actúa como un simple receptor de información. Puede leer texto en la pantalla, así como ver gráficos o imágenes. Logra interactuar simplemente usando los

		botones de navegación para desplazarse hacia adelante o hacia atrás a través del programa, o puede navegar por los vínculos del hipertexto.
2	Interacción limitada	El usuario puede dar respuestas simples según las indicaciones de la instrucción.
3	Interacción compleja	El usuario realiza múltiples y variadas como respuestas a las instrucciones. Se posibilita la entrada de cuadros de texto y la manipulación de objetos gráficos para probar la evaluación de la información presentada.
4	Interacción en tiempo real	El usuario participa en una simulación que refleja exactamente la situación de trabajo

Elaborado por: Evelyn Arias

7.2.2.2 Ramificación

Los sistemas están diseñados bajo conceptos previamente analizados para el usuario, debido a que puede acceder a buscar información de interés o necesidad.

7.2.2.3 Transparencia

El sistema debe permitir que todo se centre más en los mensajes que se comunica, Moncayo menciona que “La tecnología debe estar tan transparente como sea posible, tiene que permitir la utilización de los sistemas de manera sencilla y rápida, sin que haga falta conocer cómo funciona el sistema” (2012).

7.2.2.4 Navegación

Se identifica como la oportunidad que el usuario tiene para navegar entre distintos puntos, es decir marca su propia ruta de navegación, de esta forma encontrar la información es más sencilla y específica. Núñez define a la navegación como “la capacidad que poseen los sistemas para el usuario pueda desplazarse por los mismos, en forma no secuenciada linealmente” (2017). Ante lo mencionado anteriormente, se lo denominada hipermedia, debido a que permite canalizar la atención del usuario a través de la navegación que él escoge.

7.3 Interfaz

Es un conjunto de conceptos que se abarca para conseguir la interactividad entre el usuario y un sistema tecnológico, permitiendo la comunicación en sus diferentes niveles, debido a que la interfaz es el medio de comunicación, conformado por varios elementos que permiten la apreciación de los productos o servicios.

Rocchio define a la interfaz “ese algo, que facilita la comunicación entre dos sistemas de diferente naturaleza, y que es a la vez un límite y un espacio común entre ambas partes” (2004).

8.3.1 Interfaz de usuario

Jerez & Quishpe define a la interfaz de usuario como “medio que permite al usuario comunicarse con una máquina, equipo o computador, y comprende todos los puntos de contacto entre el usuario y el equipo, normalmente suelen ser fáciles de entender y fáciles de accionar” (2019).

Este tipo de interfaz radica en las estrategias aplicadas para favorecer la comunicación e interacción que debe marcar una transferencia de información significativa y el entorno sea vital para el desarrollo de la interactividad del mismo. Monjo detalla que la interfaz del usuario es “la apariencia y el comportamiento de un sistema de información, o como la parte del sistema del ordenador con la que el usuario está en contacto directo” (2011).

Esta interfaz es posible mientras todos los medios y elementos sean aplicados de manera correcta, puesto que permite que el usuario este ligado o vinculado a un contexto informativo sobre algún producto o servicio, basado desde la experiencia de usuario y la facilidad de uso en cada una de sus funciones.

7.4 Sistemas de navegación

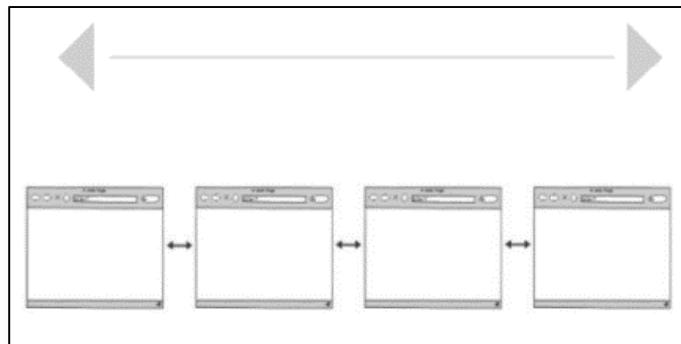
Fernández menciona que “es importante analizar la estructura organizacional de la propuesta; en este caso se procede a elaborar un bosquejo de todas y cada una de las áreas que intervienen en el proyecto, a fin de organizar la información, y establecer una tabla de contenidos, y graficar el flujo lógico de interfaz interactiva” (2005).

Según lo expuesto anteriormente se debe seleccionar un tipo de estructura que facilite la interactividad del usuario y de esa forma permita la posibilidad de una mejor usabilidad de la interfaz y un sistema de navegación adecuado al mismo.

A continuación, se detalla los tipos de sistemas de navegación:

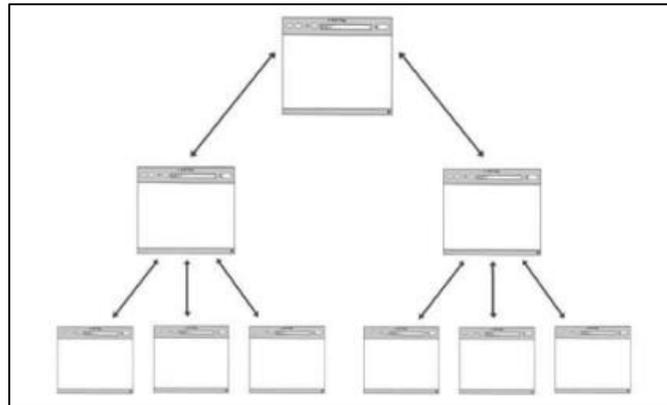
- **Lineal:** Es la secuencia que se establece en un orden, es decir navega secuencialmente entre módulos, sin necesidad de hacer saltos entre módulos de navegación, además este tipo de estructura es utilizada en aplicaciones multimedia que requieran ejercitación y práctica como libros digitales.

Figura 3: Estructura lineal



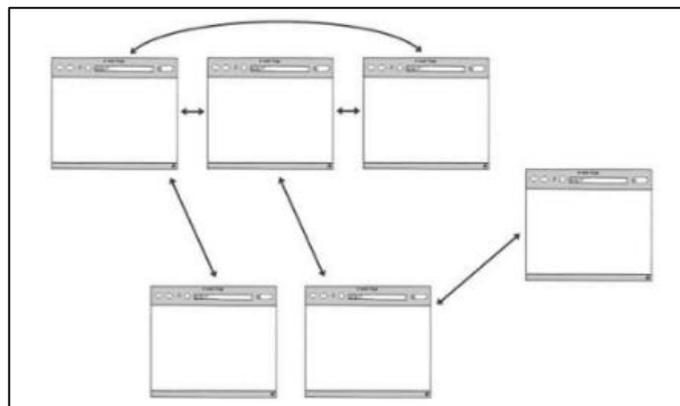
Fuente: Universidad de Cuenca, Facultad de Artes.

- **Jerárquica:** Esta estructura conjuga las dos anteriores, para permitir que el usuario navegue a través de las ramas de distribución que este sistema aplique, debido a que parte de un punto único y presenta varios puntos más específicos según la información. Orihuela y Santos distinguen además cuatro tipos de estructuras en las aplicaciones multimedia interactiva: Paralela, Ramificada, Concéntrica y Mixta (1999).

Figura 4: Estructura jerárquica

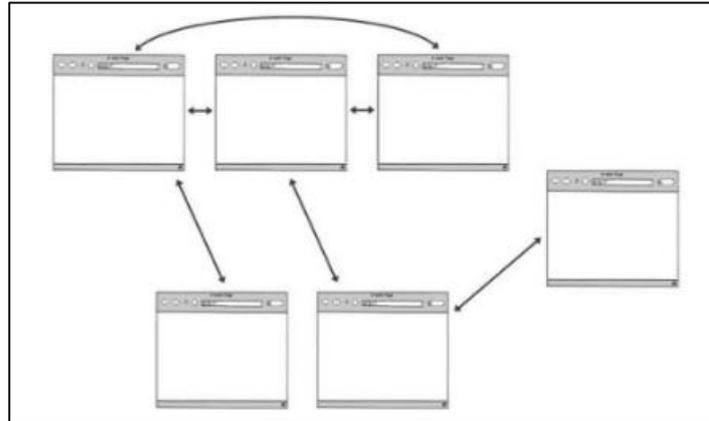
Fuente: Universidad de Cuenca, Facultad de Artes.

- **No lineal:** El usuario tiene libertad de navegación, atendiendo las necesidades, deseos, conocimientos, entre otros, no se limita las líneas de acceso y puede hacer saltos en cualquier módulo que lo requiera.

Figura 5: Estructura no lineal

Fuente: Universidad de Cuenca, Facultad de Artes.

- **Compuesta:** permite al usuario tener una propia ruta de navegación, es decir que puede buscar la información de manera libre por cada módulo de contenido que mejor le parezca.

Figura 6: Estructura compuesta

Fuente: Universidad de Cuenca, Facultad de Artes.

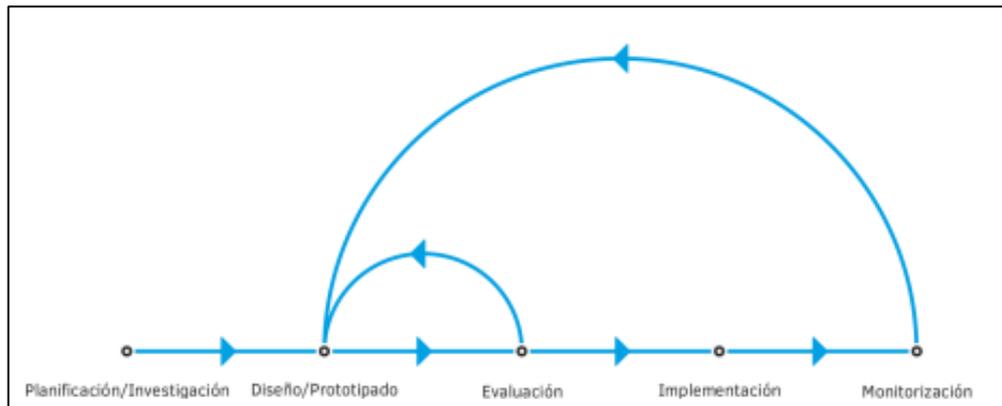
7.5 Diseño centrado en el usuario

El diseño centrado en el usuario (DCU) se refiere al desarrollo o planificación de un proyecto y como principal elemento es el usuario, ya que mediante las necesidades del usuario se podrá identificar la problemática y solucionar a través de metas y evaluaciones finales del proyecto. Es decir, para un proyecto multimedia siempre es recomendable la investigación y análisis de información de los usuarios a los cuales se quiere llegar, porque ellos serán los participantes de las fases de desarrollo del diseño y adicional muestran los contenidos idóneos y útiles en el producto multimedia.

En el documento de Software libre, resumen un tanto el concepto de DCU al ámbito de desarrollo de aplicaciones y lo definen como “una filosofía cuya premisa es que, para garantizar el éxito de un producto, hay que tener en cuenta al usuario en todas las fases del diseño” (Garreta & Mor, 2011, p. 126).

Por otro lado, se tiene en consideración que el DCU, no es el marketing o estudio de mercado, ayuda al proceso de interacción y retroalimentación, pero son parte de otras áreas, eso no se debe confundir al realizar un producto multimedia.

Figura 7: Diagrama del proceso de Diseño Centrado en el Usuario



Fuente: Montero Yusef, 2015.

7.6 Interacción persona – ordenador (IPO)

La interacción persona - ordenador se define como “el proceso recíproco de transferencia de información entre el hombre y el ordenador, e incluye tanto las acciones implicadas en este proceso como sus actividades” (Monjo, 2011, p. 5). Es decir, muestra la acción entre el hombre y la máquina, ya que se toma en cuenta la dinámica de interacción para identificar si esta aplicado de la forma correcta, de esta forma, desde el diseño debe mostrar resultados favorables, sin embargo, para que todo el proyecto tenga una aplicación adecuada se debe emplear el proceso de interacción, descrito a continuación.

- **Intención:** Se debe planificar que desea alcanzar el usuario en la interfaz, se toma en cuenta la jerarquía y los elementos de la interfaz para mayor satisfacción en el usuario.
- **Acción:** se identifica a los elementos que tengan mayor o menos grado de interacción visual con el usuario, para dejar lo específico y necesario dentro de la interfaz, ganando atención del mismo.
- **Percepción de los resultados:** se realiza cambios en la interfaz, sin embargo, no deben ser bruscos este tipo de reajustes, debe mantener la línea gráfica para que le usuario familiarice y no se cause confusión.
- **Evaluación de los resultados:** se evalúa los cambios realizados para mejorar la percepción del cliente hacia la interfaz y cubrir las necesidades, se verifica si el reajuste de elementos funciona.

7.7 Arquitectura de la información (IA)

Es la parte de organización y estructura de la información, centrandose a los aspectos importantes de la navegación y obtener una aplicación total del contenido en los espacios adecuados, por ende, su estructura será más específica y sencilla al momento de usar la interfaz.

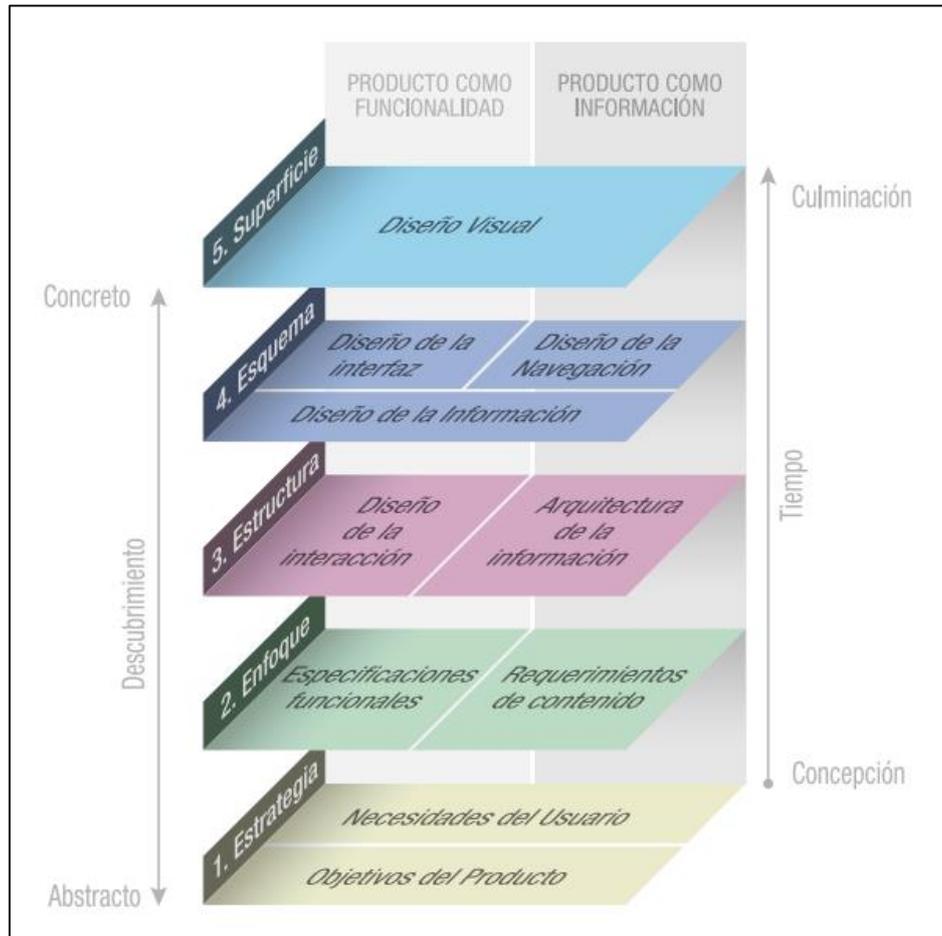
Cibermárium propone que “la arquitectura de la información es el diseño, organización, etiquetado, navegación y sistemas de búsqueda que ayudan a los usuarios a encontrar y gestionar la información de manera eficaz” (2015).

7.8 Experiencia de usuario (UX)

Se identifica como el usuario se siente respecto al uso de un cierto sistema, producto o servicio, es decir, el usuario muestra las sensaciones, percepciones, razones y satisfacción de usar o ver un producto multimedia, por todo lado, se enfatiza en aspectos como la experiencia, afectividad, significado y valor que muestra el usuario con la interacción hacia el ordenador, siendo visible la facilidad de uso y eficacia de información propuesta en el diseño del producto.

La experiencia de usuario es subjetiva, porque se trata de los sentimientos y pensamientos del usuario acerca del sistema; es dinámica, porque cambia todo el tiempo conforme a las circunstancias (Macedo, 2011), es decir, esto nace de una perspectiva más subjetiva que científica, determinando factores y elementos relativos para que el usuario tenga la interacción necesaria.

Figura 8: Elementos de la experiencia de usuario



Fuente: Garrett James, 2011.

7.8.1 Elementos de la experiencia de usuario

- **Estrategia:** Es la fundamentación teórica del porque se realiza el producto, necesidades del usuario, ya que se debe tener un estudio al grupo específico al cual está dirigido el producto.
- **Alcance o enfoque:** Se define la estructura que va a tener el producto final, ya que se establece las necesidades del usuario.
- **Estructura:** Se marca un flujo adecuado dentro de la estructura, debido a que debe tener relación la función y la intuición de uso por parte del usuario.
- **Esqueleto o esquema:** se adecua los elementos del producto en los lugares correspondientes del producto. Por otro lado, este proceso también se lo denomina diseño de la información.
- **Superficie:** Será lo que el usuario verá a simple vista, como cromática, tipográficas,

imágenes, iconos, entre otros.

7.9 Usabilidad

Jakob Nielsen mentor de la usabilidad muestra como una pauta de como acceder a un contenido de manera fácil, amigable y accesible para el usuario. Montero menciona que “la usabilidad es un atributo de calidad de un producto que se refiere sencillamente a su facilidad de uso. No se trata de un atributo universal ya que un producto si lo es para audiencia específica y para el propósito específico con el que fue diseñado” (2015).

Además, la medición de la usabilidad en productos multimedia se basa en cinco componentes que especifica Nielsen, los cuales son:

- Facilidad de aprendizaje
- Eficiencia
- Memorabilidad
- Tasa de error
- Satisfacción

7.10 Accesibilidad

El usuario interactúa con la interfaz y tiene la posibilidad de percibir si es comprensible, fácil manejo, destacando las necesidades del usuario y de esa forma llevar a una mejor experiencia para el mismo, ya que el producto debe destacar sin problemas, ni limitaciones que impidan al usuario a utilizar el producto multimedia.

Según Garreta y Mor menciona en consecuencia “la accesibilidad también puede ser entendida como usabilidad para todos, beneficia a todas las personas. El diseño universal y el diseño para todos son también conceptos próximos a la accesibilidad, pero desde un punto de vista más genérico y filosófico” (2011, p. 132).

7.11 Prototipo

El prototipo empieza en el desarrollo de un sistema interactivo, ya que se necesita probar por etapas el objetivo principal de un producto multimedia, acorde a esto se debe verificar la funcionalidad, aspectos visuales, validación de nuevos requerimientos del usuario mediante las diferentes herramientas y técnicas aplicadas.

El prototipo se basa en la construcción de una versión más real posible del producto final. Si se trata de una página web o aplicativo, consiste en la construcción de una versión interactiva del diseño de wireframes del producto (UOC Corporate, p. 11)

7.11.1 Wireframes

Los wireframes son bocetos o esquemas de la interfaz, en los que se visualiza la distribución, ordenación, función y aspectos básicos de las herramientas que se propone dentro de un producto multimedia, es decir se representa la arquitectura del producto acompañado del componente visual.

El wireframes es una jerarquización de contenidos distribuidas visualmente y una esquematización de la interfaz, gráficamente, son estructuras muy simples y están enfocados a visualizar la distribución de los contenidos dentro de una pantalla. (Pezzopane y Vera, 2011).

7.11.2 Prototipo de baja fidelidad

Se detalla implementos generales de la interfaz, con una distribución de elementos en áreas estratégicas y será el primer acercamiento previo para la elaboración del producto multimedia, permitiendo reajustes en los errores del diseño que se presente y optimizar el tiempo al crear.

Ortega menciona que “el prototipo de baja fidelidad se basa en utilizar materiales baratos, simples y fáciles de reproducir y desechar, utilizando la menor cantidad de tiempo en detalles, esto nos ayudara a discutir de la funcionalidad, definir ideas, corregir errores y propones alternativas (2013, p. 34).

7.11.3 Prototipo de alta fidelidad

Se presenta la interfaz con elementos más específicos y detallados, visualizando la realidad visual de la interfaz como la cromática, tipográficas, iconos, entre otros. De esta forma Granollers define a “los prototipos de alta fidelidad que se caracterizan por el uso de herramientas especializadas de prototipado que ofrecen más detalle y precisión, mostrando un prototipo más avanzando (2004, p. 167).

7.12 Modelado 3D

El modelado exige conocimientos previos como mallas y geometrías para poder realizar fases posteriores como texturizado o animación de ser el caso, el proceso no es sencillo requiere convertir un elemento en algo más complejo, debido al número de polígonos que puede tener un modelado y mediante esto mayor resolución será la visualización del objeto.

Fernández menciona que “modelar es uno de los primeros pasos en la generación por ordenador, al igual que un escultor modela sus figuras en el mundo real, el modelador 3D da forma a los objetos virtuales mediante diferentes técnicas, las mismas que son a partir de geometrías y malla poligonal” (2011, p. 2)

7.12.1 Modelado de geometrías

Los modelados a partir de geometrías se llevan a cabo principalmente para objetos que solo necesitan ser modificados, combinados o personalizados mediante una serie de opciones que da el software, desde cambios de caras, aristas y vértices. Para Fernández los objetos de formas básicas no necesitan excesos de detalles, más bien es combinar diámetro, altura, anchura o extrusiones que permiten las modificaciones de la pieza. (2011, p. 5)

Por otro lado, para la realización de este tipo de modelados se dividen en:

- **Primitivas estándar:** son formas simples del mundo real, pero la unión de estas puede mostrar un objeto más complejo, de las cuales se encuentra el cubo, esfera, cilindro, toroide, tubo y cono.
- **Extendidas:** son formas primitivas con mayor complejidad para ser moldeadas, de las cuales se encuentra el poliedro, nudo toroide, muelle y chamfer box.

7.12.2 Malla poligonal

El programa de modelado por defecto proporciona a las primitivas una malla poligonal que puede ser modificado y puede subdividirse las caras, en el cual podrán ser transformados mediante herramientas de rotación, movimiento o escala, para personificar de mejor manera las formas orgánicas o inorgánicas. Por otro lado, la malla permite modelar por vértices, aristas, caras o elemento.

7.12.3 Texturizado

Esta etapa se considera una de las más importantes como el modelado, debido a que mediante esto se busca el realismo de los objetos, porque no solo se basa en colocar el color sino simular materiales como metal, madera, vidrio, entre otros. Fernández menciona que los principales procedimientos de texturizado se llevan a cabo mediante materiales, sombreados y mapas (2011, p. 17).

7.13 Estrategias comunicacionales

Desarrollar estrategias que sea dirigido a un público específico, determina una adaptación de diferentes productos y servicios en los diferentes mercados de la sociedad, acoplando las necesidades ya sean sociales, tecnológicas, culturales, entre otros, para orientar a la posibilidad de una rentabilidad económica.

Ríos, Páez y Barbos mencionan que “las estrategias de comunicación se pueden diseñar por la identificación de un problema latente en la comunidad u organización determinada, también se pueden diseñar como resultado analítico de un diagnóstico elaborado; con esto se aclara que, las estrategias de comunicación se diseñan y se desarrollan para dar respuestas a las necesidades de comunicacionales, posicionamiento, imagen, interacción, participación ciudadana, entre otras, que se presentan en un entorno determinado” (2020).

7.13.1 Comunicación y multimedia

La comunicación en la difusión de productos multimedia ha sido esencial en la actualidad ya que no solo muestran la innovación a través de la tecnología, sino que comprenden la necesidad del usuario y transmiten un mensaje real a través del medio, consiguiendo un diseño interactivo, atractivo e innovador para muchos usuarios.

La comunicación tradicional ha dado paso a la comunicación multimedia, repleta de nuevas posibilidades y con altas expectativas para todos los implicados. De esta manera, siendo una realidad en servicio de varias finalidades, transformando nuevas disciplinas. Jenkins menciona que “en la era de la convergencia, la multiplicidad de canales, de pantallas y de medios hace que los contenidos informativos y culturales se expandan para llegar a un usuario hiperconectado (2006).

7.14 Antecedentes del artesano

Ecuador es un país privilegiado de la gran diversidad que lo rodea, así como las artesanías realizadas con la materia prima obtenida de diferentes regiones del país, como el barro, la paja toquilla o la madera son algunos de los implementos utilizados por los artesanos, que convierten esos insumos en productos deslumbrantes, adicional muchos de estos artesanos viven en zonas rurales, alejados de la era digital o que no tienen acceso continuo en la tecnología y no precisamente por la edad, sino por el entorno y la escasa conectividad que esto conlleva.

Guevara menciona que “los artesanos ecuatorianos son reconocidos por su habilidad manual para hacer piezas únicas que expresan la cultura y transmiten la identidad del país. Su aporte

forma parte de lo que se conoce como desarrollo sustentable, dado que rescatan de nuestras tierras la materia prima para tejer, amasar, tallar sus piezas. Son también un ejemplo de trabajo colaborativo que benefician la sostenibilidad de sus comunidades (2020. p. 9).

Datos de la Junta Nacional de Defensa del Artesano (JNDA), están asociados más de 184 especialidades del sector artesanal, además Según JNDA hay un promedio de 25 mil artesanos cada 3 años que se recalifican para seguir contando con los beneficios que la organización les da, no obstante, gran parte de artesanos no están inscritos en la JNDA sino en el Registro Único de Artesano (RUA) al que pertenecen más de 480 mil artesanos de todas las especialidades a nivel nacional (2020).

7.14.1 Artesano

La palabra artesano fue extraída del vocablo italiano “artigiano”, utilizado en el renacimiento para hablar sobre los profesionales de las artes plásticas. Actualmente, los artesanos son generalmente aquellas personas que se encargan de realizar trabajos que tienen un valor artístico, utilitario o decorativo, más que práctico. (RAE,2015). Sánchez menciona que las cifras del INEC 2010 en el cantón Rumiñahui, se registraron 3.822 artesanos concentrados en el sector de Sangolquí (2016).

Se centra en las habilidades, compromiso, originalidad al tener la iniciativa de construir un artículo que posterior será difundido en un mercado específico, el artesano tiene la capacidad de elaborar mediante las experiencias y descubrir la solución de la necesidad del público si así amerita el producto o las hace adaptables al entorno. Sennett menciona que “el artesano representa la condición específicamente humana del compromiso, ya que a través de esta se genera la práctica, pero no necesariamente del modo instrumental (2008, p. 15).

7.14.2 Artesano autónomo

Se consideran a los trabajadores independientes, personas que prestan un servicio o ejecutan la fabricación de implementos, para el desarrollo laboral autónomo dentro de un sistema comercial y productivo, por otro lado, los artesanos autónomos aplican un rol importante en la sociedad, ya que son trabajadores que aportan al beneficio económico de cualquier Estado, aunque este lejos de las políticas del gobierno o relación con el ministerio de trabajo.

Pérez menciona al artesano autónomo “la persona física distinta del contratista y subcontratista, que realiza de forma personal y directa una actividad profesional, sin sujeción a un contrato de

trabajo, y que asume contractualmente ante el promotor, el contratista o subcontratista el compromiso de realizar determinadas partes o instalaciones de la obra” (2007, p. 371)

Este grupo de trabajadores independientes cuentan con el beneficio de calificación artesanal solamente al artesano autónomo, sin la necesidad que sean titulados en los establecimientos pertinentes que la ley exige, sin embargo, son considerados dentro de la legislación laboral para que formen parte de la ley.

7.14.3 Calificación artesanal

El sistema de calificación artesanal, permite que los artesanos tengan preferencias comerciales, tributarias y laborales dentro de los diferentes mercados, con el fin de incrementar talleres artesanales a escala y que sean producciones grandes como talleres industriales, por otro lado, la Junta Nacional de Defensa del Artesano es el único organismo con la facultad de calificar y recalificar a los talleres artesanales y otorgar el carnet profesional artesanal.

En el artículo 6 menciona que “para tramitar la calificación y recalificación el interesado presentará el carnet actualizado de afiliación que le acredite pertenecer a un organismo artesanal de su rama o interprofesional en caso de que o existiere en su propia actividad” (Reglamento de Calificaciones y Ramas del Trabajo, Acuerdo Ministerial 228, publicado en el Registro Oficial 8 del 21 de agosto de 1996).

Figura 9: Carnet de calificación artesanal



Fuente: Artesano calificado

7.14.4 Ebanistería en el Ecuador

En el Ecuador, consta de una zona privilegiada, ya que cuenta con gran diversidad de especies de madera, lo que ha permitido que el sector de la ebanistería tenga un desarrollo a gran escala, debido a que existen numerosas fábricas o talleres que se dedican 100% a la elaboración de muebles.

En el censo económico por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) da a conocer que, en el año 2010, el número de fábricas y talleres dedicados a la elaboración e instalación de muebles de madera en el Ecuador corresponde a 5.595. La Superintendencia de Compañías menciona que “cerca del 92% de la industria manufacturera en el subsector de la elaboración de muebles están en las provincias de: Azuay 13%, Pichincha 38%, Manabí 9%, Guayas 32% y el 8% corresponde al resto de provincias, además Pichincha y Guayas se dedican a un 73% en la fabricación de muebles o partes de madera en el país (2015)

7.14.5 Ebanistería

Se lo conoce a la artesanía y el intercambio de ensamblaje de muebles, ya que elabora este tipo de productos más elaborados, con técnicas innovadoras que busque mostrar la calidad y el diseño.

Poma menciona que “el enfoque ideal para dar un significado a la carpintería es discutir de la ebanistería, ya que aludimos explícitamente a una zona con la producción de muebles, debido a que se implementan diferentes fases de ensamblaje como la decisión de modelo, decisión de materiales, elementos adicionales para el embellecimiento del mismo, con un resultado de calidad, ergonómico, funcional y atractivo” (2016).

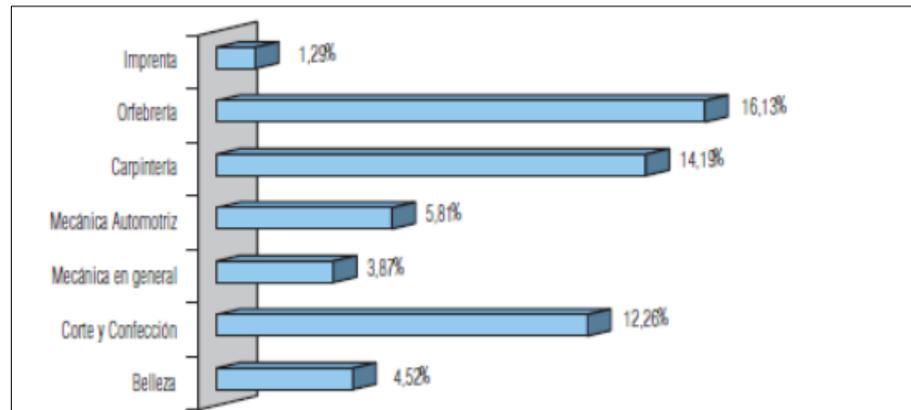
7.14.6 Carpintería

La carpintería se ha estado ajustando no exclusivamente a los cambios y patrones brillantes y/o imaginativos, así como nuevos materiales y procedimientos carpintería es la mano de obra o control que espera obtener muebles cada vez más detallados. Para esto, no puedes usar cualquier tipo de madera. (Poma, 2016)

Este sector se dedica netamente a la fabricación de muebles que requieren la aplicación de conocimientos en matemáticas, materiales, geometría, visión espacial para concebir y diseñar, ya que deben mostrar la calidad de los productos.

La carpintería en la parroquia de Sangolquí ha sido muy diversa en esta rama artesanal, ya que por sus diseños se presentan a nuevos mercados, a pesar de estar rodeado en un sector industrial, ha fomentado la participación de pequeños emprendimientos de artesanos. En cuál gran parte de la producción se presenta en tres ramas artesanales importantes del sector como la orfebrería, carpintería, corte y confección.

Gráfico 1: Principales actividades artesanales desarrolladas en el cantón Rumiñahui.



Fuente: GADMUR: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Rumiñahui

8. PREGUNTAS CIENTÍFICAS

¿Qué parámetros se tomarán en cuenta para el análisis de la creación de la página web?

La asociación sería un primer parámetro para que se tome en cuenta la creación de la página web, su escasa publicidad de productos y servicios, es tomado en cuenta como punto de partida para determinar en qué posición se encuentra el usuario y el producto, adicional de mostrar al sector que existen nuevas formas de difundir los productos, no solo en medios tradicionales que la mayoría conoce, sino innovando en el mercado digital con nuevas tecnologías las cuales la gran parte de la población tiene acceso a estos dispositivos, por otro lado, haciendo que este sector se incluya también en el mercado digital, que en la actualidad tiene mayor rentabilidad.

¿Cómo construir el prototipo web que sea eficaz al brindar información acerca de los productos y servicios del sector ebanista?

Mediante las encuestas realizadas a los diferentes grupos que intervienen para la creación del producto final, se tomó en cuenta datos importantes que se recolectó y se percibió como: poco contenido de texto, mayor contenido en fotografías o modelado, además de formularios de contactos que ayude a un mejor acercamiento de los ebanistas con el cliente, entre otros. Es decir, los instrumentos aplicados nos ayuda a tener la perspectiva de los dos grupos que se benefician directa e indirectamente .

9. METODOLOGÍAS Y DISEÑO EXPERIMENTAL

Por la naturaleza del proyecto de investigación se desarrolla enfoques de estudio, los mismo que dan respuestas a cada uno de los objetivos planteados en un inicio de este documento, entendiendo que es un estudio transversal, se servirá de datos cualitativos y cuantitativos, los mismos que darán respuestas a cada etapa del desarrollo de la propuesta web, por lo tanto, a continuación, se describe cada escenario de estudio.

Para llevar a cabo el proyecto de posicionamiento del sector ebanista se trabaja la metodología de investigación alineada a la metodología de Diseño Centrado en el Usuario de Jakob Nielsen, debido a que, será un proceso de diseño iterativo en el cual se centrará en el usuario y las necesidades en el proceso de diseño, de esta forma, se necesitará varias técnicas e instrumentos de investigación que aporten al estudio de la propuesta. Por otro lado, la interfaz web es creada para la polifuncionalidad de emprendedores y usuarios, de esta forma determinar los usos ya sea de productos o servicios aplicados por el sector de la ebanistería, permitiendo a todos los beneficiarios indirectos ganar posicionamiento y rentabilidad económica a través de este diseño de interfaz y generar nuevas oportunidades laborales o generar más campo de estudios.

El método DCU consiste en las siguientes fases:

- **Análisis**
- **Conceptualización**
- **Prototipo**
- **Evaluación**
- **Implementación**

9.1 Fase de análisis mediante el enfoque cuantitativo

Para alcanzar el objetivo uno se aplicó un método cuantitativo por medio de la aplicación de la encuesta, el mismo que estaba conformado con un cuestionario de preguntas cerradas, en el cual pretendía conocer los beneficios de la creación de la página web para los productos y servicios del sector de la ebanistería, de esta manera, el primer criterio conformado desde la pregunta uno a la dos, hace mención al conocimiento que tenga este grupo de ebanistas al utilizar una página web, ellos comentaron que al navegar en una web, es complejo por su diseño e interacción y existe inconformidad al acceder a varios sitios relacionados a la ebanistería,

Por otro lado, el segundo criterio conformado desde la pregunta tres a la siete, hace mención a parámetros visuales como contenido, botones, menú y elementos que se desea incluir. El último criterio conformado desde la pregunta ocho a la nueve, hace referencia a la implementación de la página, es decir, que sea intuitiva, dinámica y que sea difundida en varios medios digitales. En este instrumento se aplicó un universo de estudio el cual nos dio como resultado 30 ebanistas. Por otro lado, también se aplica una encuesta a los usuarios para determinar elementos de conocimientos del sector, frecuencia de adquisición de productos y si consideran factible la implementación de la página web para este sector artesanal, en este caso el universo de beneficiarios indirectos es de 6699 obteniendo como resultado de la formula una muestra de 104 usuarios.

$$n = \frac{Z^2 pqN}{NE^2 + Z^2 pq}$$

$$n = \frac{(1,65)^2(0,25)(6699)}{(6699)(0,08)^2 + (1,65)^2(0,25)}$$

$$n = \frac{(2,72)(0,25)(6\ 699)}{(6\ 699)(0,0064) + (2,72)(0,25)}$$

$$n = \frac{(2,72)(0,25)(6699)}{42,87 + 0,68}$$

$$n = \frac{4\ 555,32}{43,55}$$

$$n = 104.59$$

9.2 Fase de conceptualización y prototipo mediante el enfoque cualitativo

Para lograr el segundo objetivo se desarrolló un enfoque cualitativo por medio de la técnica de focus group, la mismo que está conformada por un listado de preguntas para conocer la apreciación de la conceptualización y prototipado de la página web, incluyendo preguntas de filtro sobre el conocimiento de páginas similares que visitan, se basa en preguntas de actividad realizadas después de la presentación del prototipado de la página web, en este caso, se analiza sobre la funcionalidad, viabilidad, implementación de modelado 3D como contenido, cromática, íconos, menú y botones, para finalizar como preguntas de cierre se pide a los participantes de este instrumento considerar características que desean que se implemente. En esta fase fue necesario escoger el perfil adecuada para la participación en el focus group en el

cual, se seleccionó cuatro usuarios con perfiles de ramas afines y cuatro ebanistas del sector, para que ayude al desarrollo de la conceptualización y prototipado de la interfaz web.

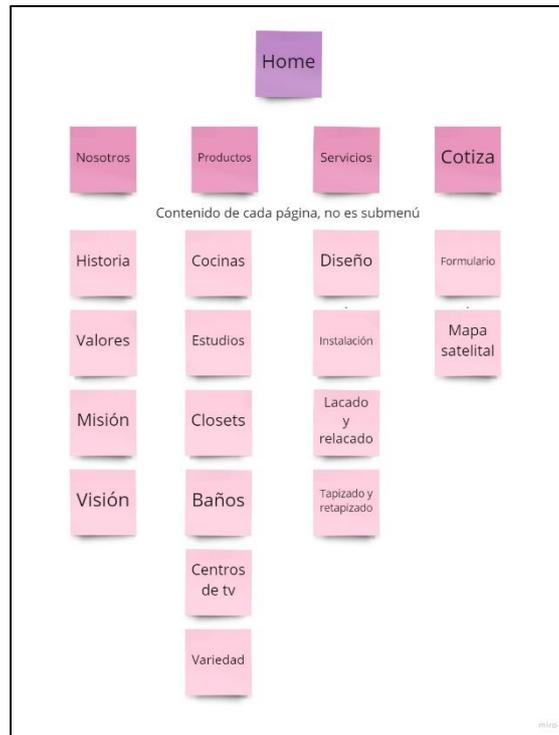
Tabla 5: Muestra del focus group

Muestra	Nombre del participante	Ocupación	Área que desempeña
Ebanista	Sr. Patricio Arias	Artesano	Maestro y técnico carpintero
Ebanista	Sr. Santiago Araque	Artesano	Tapicero
Ebanista	Sr. Wilmer Morales	Artesano	Operario de carpintería
Ebanista	Sr. Daniel Huaraca	Artesano	Lacador
Usuario	Ing. Mónica Morales	Ingeniera comercial	Gerente de Servimaestro
Usuario	Sr. Cristian Chacón	Pintor	Pintor de construcciones
Usuario	Arq. Alejandro Arias	Arquitecto	Diseñador y modelador arquitectónico
Usuario	Ing. Jorge Merizalde	Ingeniero civil	Constructor

Elaborado por: Evelyn Arias

- **Card sorting**

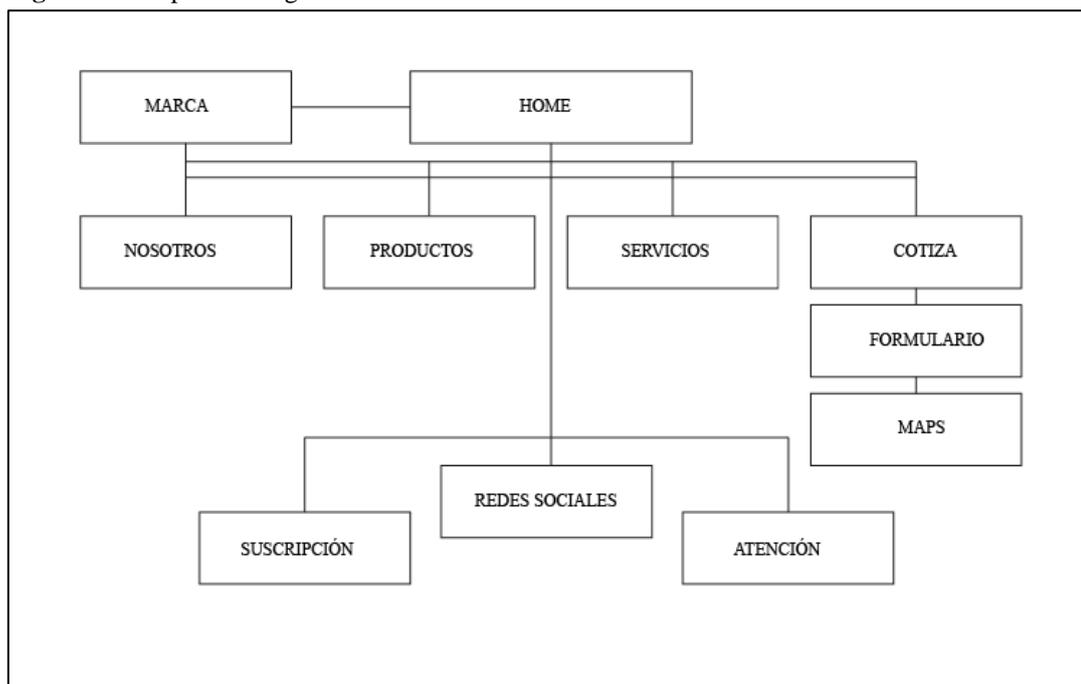
Esta técnica nos servirá para los modelos mentales y construcción de las ideas de los usuarios con relación a la estructura de contenidos del sistema y de esa manera mejorar la experiencia de usuario.

Figura 10: Card sorting

Elaborado por: Evelyn Arias

- Mapa de navegación

Con el tipo de contenido determinado en el card sorting se realiza el mapa de navegación para determinar la interactividad que tendrá y cubrir la necesidad del cliente.

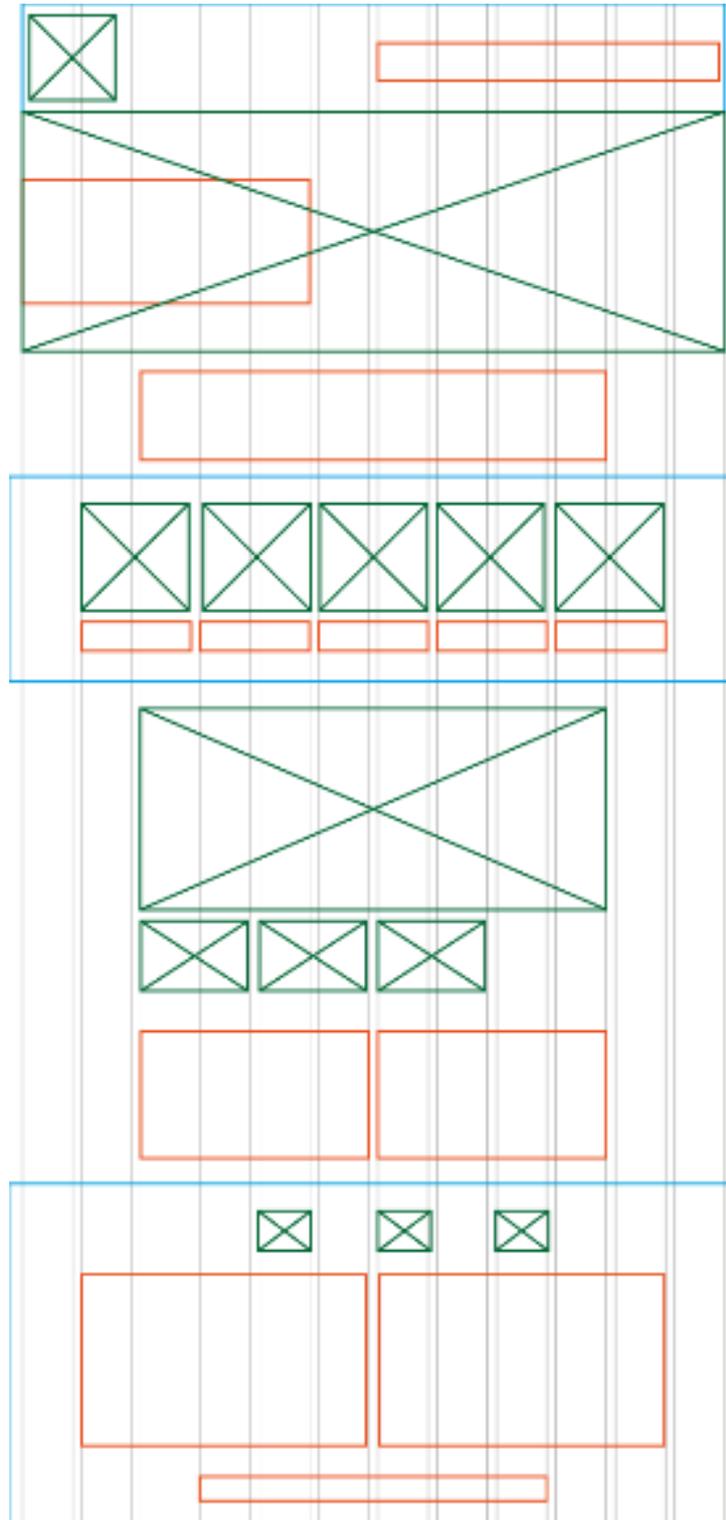
Figura 11: Mapa de navegación

Elaborado por: Evelyn Arias

- Bocetos

Se muestran las ideas primerizas de como quedaría al ver la página web, está es una forma de tener ideas creativas para el modo de navegar y el estilo la página.

Figura 12: Boceto de página web

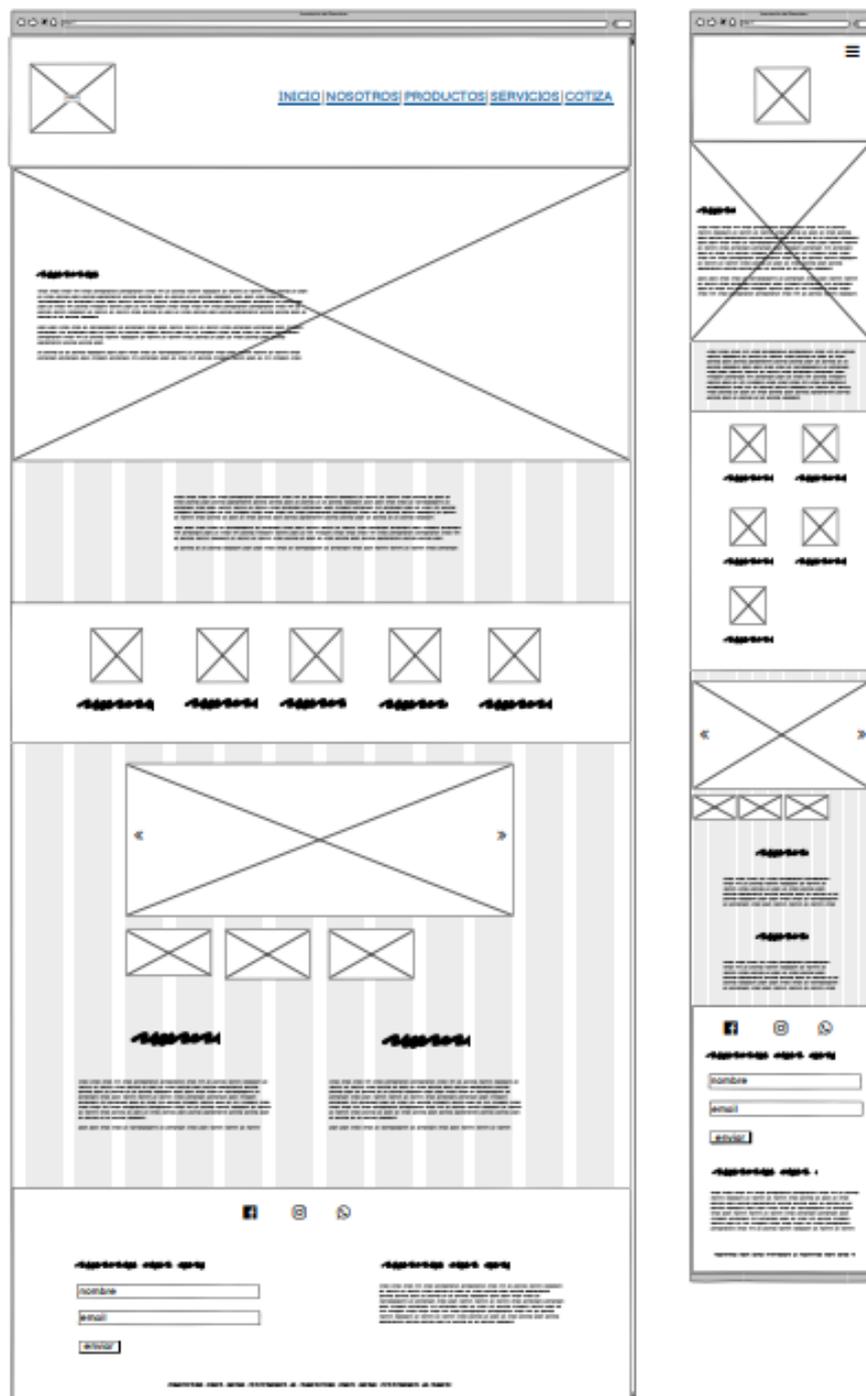


Elaborado por: Evelyn Arias

- Prototipo de baja fidelidad

Una página web requiere ser estructurada de manera visual, en un prototipo que permita analizar la estructura que tendrá, son bocetos visuales más claros, con alternativas de ser modificados y desarrollados según la necesidad del usuario. En este prototipo se muestra de para pantalla de monitor y también para dispositivo móvil.

Figura 13: Prototipo de baja fidelidad monitor y móvil

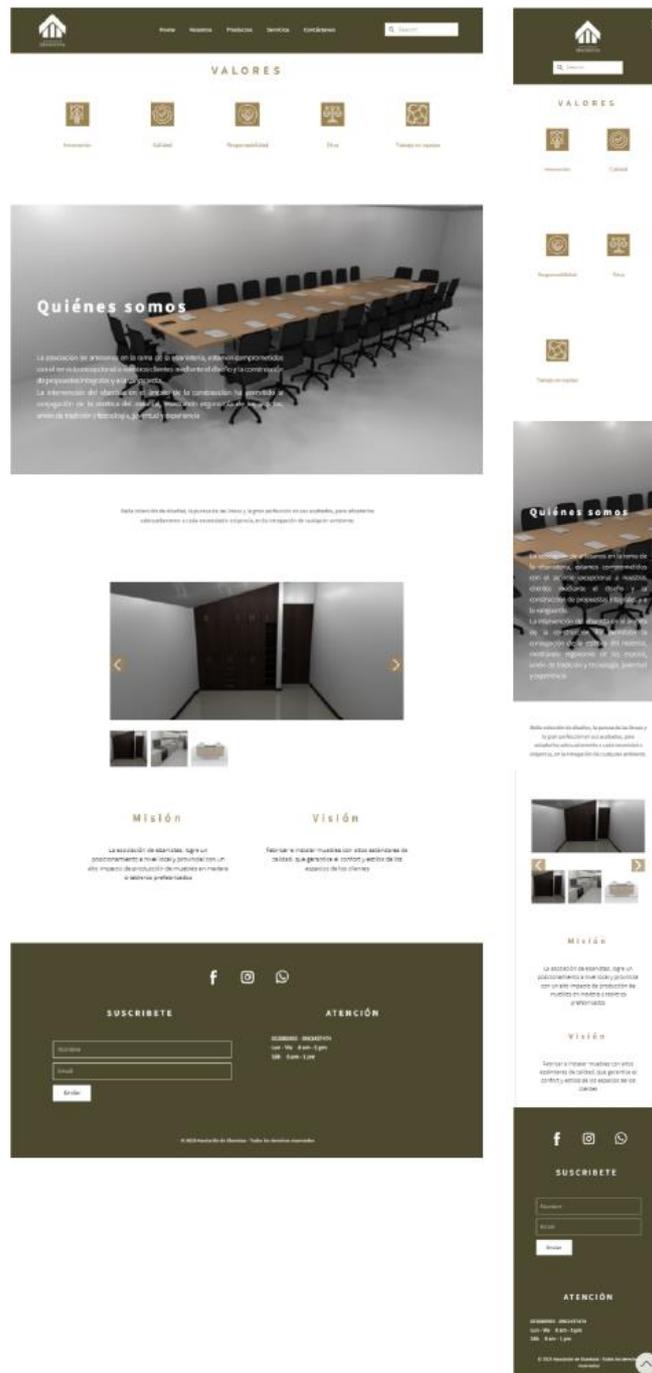


Elaborado por: Evelyn Arias

- Prototipo de alta fidelidad

Este prototipo se percibe aspectos más minuciosos del boceto o prototipo de baja fidelidad, en el cual se representa los detalles visuales involucrados en el proceso de desarrollo interactivo de la página web, además la idea de prototipo de alta fidelidad debe ser funcional y aceptada por el usuario. Se presenta el prototipo de alta fidelidad tanto de monitor y dispositivo móvil.

Figura 14: Prototipo de alta fidelidad monitor y móvil



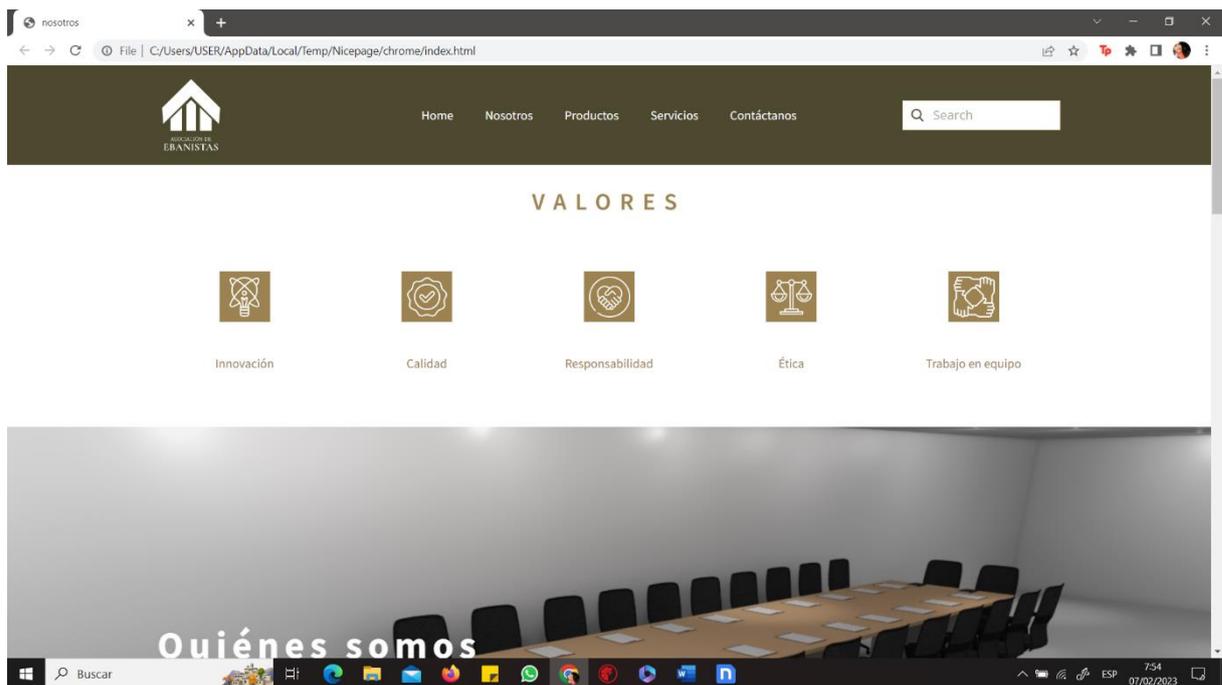
Elaborado por: Evelyn Arias

9.3 Fase de evaluación e implementación mediante el enfoque cuantitativo

Para conseguir el tercer objetivo se desarrolló un enfoque cuantitativo por medio de la técnica de encuesta, en el cual su instrumento es la prueba heurística para determinar su funcionalidad y la experiencia de usuario que se obtenga a través de la página web, de esta manera, se basa en la evaluación de Nielsen que contiene diez criterios fundamentales que deben ser evaluados como la visibilidad, adecuación, libertad de uso, diseño, prevención de errores, flexibilidad y ayuda a usuarios. Por otro lado, el universo que va a realizar la evaluación son 30 ebanistas.

En esta fase tiene la finalidad de identificar aquellas tareas que sean difíciles de completar para los usuarios o a su vez incomprensibles, de tal manera que se enlisten en las mismas y se dé una pronta corrección, a fin de lograr que la página web mejore su usabilidad y esta sea intuitiva lo cual ayude a los usuarios y ebanistas al poder interactuar en ello.

Figura 15: Implementación de la página web en un navegador



Elaborado por: Evelyn Arias

10. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

10.1 Análisis de encuesta dirigida a ebanistas

La encuesta se realizó a personas artesanas de la rama de la ebanistería de la parroquia de Sangolquí, provincia de Pichincha, aplicados al universo que son 30 artesanos, con el objetivo de analizar los beneficios de la creación de una página web de los productos y servicios del sector ebanista.

Los resultados obtenidos de esta encuesta serán utilizados en el ámbito académico

a. Criterio conocimiento

¿Usted piensa que una página web debe ser de fácil manejo?

Tabla 6: Manejo de página web

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Sí	30	100%
No	0	0%
Total	30	100%

Fuente: Ebanistas de la parroquia de Sangolquí

Elaborado por: Evelyn Arias

¿Qué le disgusta más al acceder a una página web de muebles?

Tabla 7: Disgusto al acceder a una página web

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Sobrecarga de colores	0	0%
Desorganización del menú de navegación	1	3.3%
Mucha información	24	80%
Confusión al navegar	5	16.7%
Total	30	100%

Fuente: Ebanistas de la parroquia de Sangolquí

Elaborado por: Evelyn Arias

Análisis e interpretación de datos del criterio conocimiento

En este criterio se puede analizar que la gran mayoría de los ebanistas optan para que la página web sea de manejo fácil o sencillo para que el usuario no llegue a tener dificultades al momento de buscar los productos o servicios, además de tomar en cuenta que la carga de información en este tipo de página puede llegar a ser pesada para el usuario, De tal manera se debe enfocar que la conceptualización del prototipo sea de uso sencillo y sin mucho contenido textual.

b. Criterio contenido visual

¿El contenido de la página web debe ser claro y específico?

Tabla 8: Contenido específico

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
-------------	------------	------------

Sí	30	100%
No	0	0%
Total	30	100%

Fuente: Ebanistas de la parroquia de Sangolquí

Elaborado por: Evelyn Arias

¿Qué elemento debe sobresalir en la página web?

Tabla 9: Elemento que sobresale en la página

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Fotografías	4	13.3%
Información del producto	2	3.3%
Modelado 3D de los muebles diseñados	23	76.7%
Vídeos	1	6.7%
Total	30	100%

Fuente: Ebanistas de la parroquia de Sangolquí

Elaborado por: Evelyn Arias

¿Qué desea que los usuarios hagan en la página web?

Tabla 10: Usuarios en la página web

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Fotografías	4	13.3%
Información del producto	2	3.3%
Modelado 3D de los muebles diseñados	23	76.7%
Vídeos	1	6.7%
Total	30	100%

Fuente: Ebanistas de la parroquia de Sangolquí

Elaborado por: Evelyn Arias

¿Qué páginas desea que tenga la página web?

Tabla 11: Páginas que contenga

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Nosotros	26	86.66 %
Servicios	29	96.66 %
Blog	0	0 %

Productos	24	80 %
Materiales	11	36.66 %
Cuenta	0	0 %
Cotización	29	96.66 %

Fuente: Ebanistas de la parroquia de Sangolquí

Elaborado por: Evelyn Arias

¿Qué características más desea incluir?

Tabla 12: Características que desea incluir en la página web

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Formularios	0	0 %
Mapas	3	10 %
Botones de redes sociales	25	83.3 %
Sugerencias	2	6.7 %
Total	30	100%

Fuente: Ebanistas de la parroquia de Sangolquí

Elaborado por: Evelyn Arias

Análisis e interpretación de datos del criterio contenido visual

En este criterio se puede analizar el tema visual que los ebanistas quieren que se proponga en la página, debido a que eso será el eje principal para obtener mayor número de visitas en la página web, de esta manera se analiza sobre que debe llamar más la atención del público, el menú de navegación, botones y las páginas lo cuál será un referente para la creación de un prototipo de baja fidelidad. De tal manera que evoque confianza a los usuarios y puedan ser reconocer por este público objetivo.

c. Criterio difusión

¿La página web desea que sea?

Tabla 13: Página web

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Dinámica	23	76.7 %
Estática	7	23.3 %
Total	30	100%

Fuente: Ebanistas de la parroquia de Sangolquí

Elaborado por: Evelyn Arias

¿Cómo va a promover la página web?

Tabla 14: Promover la página web

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Blog	1	3.3 %
Redes sociales	24	80 %
Medios tradicionales (tarjetas, folletos, entre otros)	5	16.7 %
Total	30	100%

Fuente: Ebanistas de la parroquia de Sangolquí

Elaborado por: Evelyn Arias

Análisis e interpretación de datos del criterio difusión

En este criterio se puede analizar el tema la difusión, es decir cuando la página ya esté en uso se percibirá datos como, además del medio que se utilizará para hacer conocer la página web, debido a que, será un punto a favor que el usuario se vaya enterando de la página web y que vayan haciendo uso del mismo.

10.2 Análisis de encuesta dirigida a usuarios

La encuesta se realizó a los usuarios que sean jefes de hogar, profesionales que requieran la contratación del producto o servicio como arquitectos, ingenieros civiles o constructoras, artesanos en otras áreas y también en proveedores de materiales para la fabricación de muebles, tomando la muestra de 104 personas, lo mismo que representa a la población beneficiada indirectamente con el proyecto de investigación.

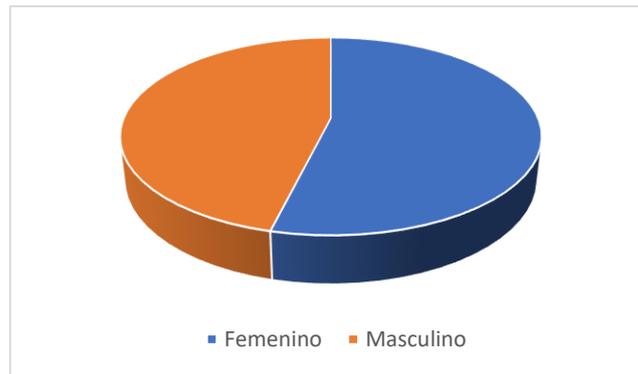
a. Sexo

Tabla 15: Sexo

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	56	53.80 %
Masculino	48	46.20 %
Total	104	100%

Fuente: Usuarios de la parroquia de Sangolquí

Elaborado por: Evelyn Arias

Gráfico 2: Sexo

Fuente: Usuarios de Sangolquí

Elaborado por: Evelyn Arias

Análisis e interpretación de datos

Del 100% de usuarios encuestados el 53.80 % corresponde al índice de sexo femenino, mientras que el 46.20% corresponde al sexo masculino, lo que demuestra que existe un público acercamiento de cantidades por las dos partes de esta forma si sería un público específico abordar a ambos sexos, por otro lado, para la siguiente tabulación se considera al público sin importar el sexo.

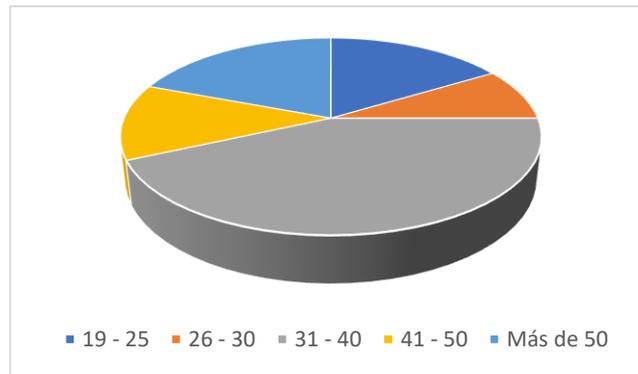
b. Edad

Tabla 16: Edad

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
19 – 25 años	17	16.30 %
26 – 30 años	9	8.70 %
31 – 40 años	45	43.30 %
41 – 50 años	13	12.50 %
Más de 50 años	20	19.20 %
Total	104	100%

Fuente: Usuarios de la parroquia de Sangolquí

Elaborado por: Evelyn Arias

Gráfico 3: Edad

Fuente: Usuarios de Sangolquí

Elaborado por: Evelyn Arias

Análisis e interpretación de datos

El 43.30 % de los encuestados menciona que tienen entre 31 y 40 años de edad, mientras que el 8.70 % corresponde a una edad comprendida entre los 26 y 30 años. Esta pregunta permite determinar la edad del público objetivo, que va desde los 31 y 40 años, y adicional saber que son personas que están en la vanguardia del sistema tecnológico y son capaces de interactuar con el producto multimedia que será aplicado.

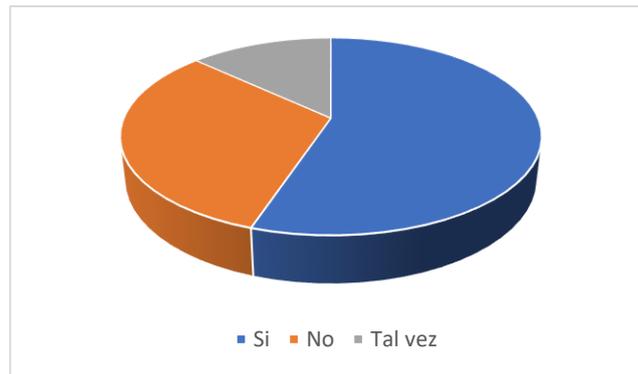
c. ¿Conoce usted sobre lo que realiza el sector de la ebanistería?

Tabla 17: Conocimientos del sector ebanista

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	59	56.70 %
No	34	32.70 %
Tal vez	14	13.50 %
Total	104	100%

Fuente: Usuarios de la parroquia de Sangolquí

Elaborado por: Evelyn Arias

Gráfico 4: Conocimientos del sector ebanista

Fuente: Usuarios de Sangolquí

Elaborado por: Evelyn Arias

Análisis e interpretación de datos

Con el análisis de los datos recopilados da como resultado el 56.70 % manifiesta que si tiene conocimientos sobre lo que realiza el sector de la ebanistería, mientras que el 13.50 % señala no estar seguro de saber la actividad que realiza esta rama artesanal. De esta forma, se determina que el termino ebanistería no es totalmente conocido por los usuarios, ya que es más conocido por carpintería.

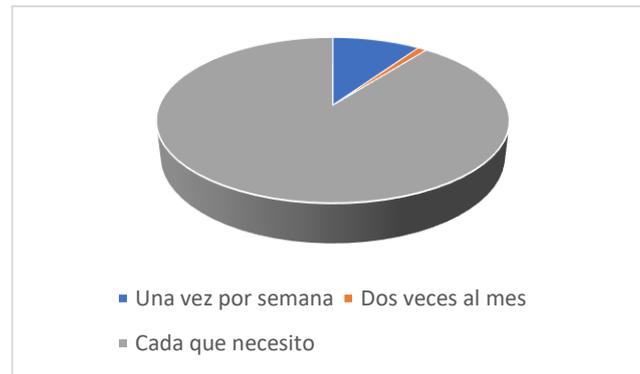
d. ¿Con qué frecuencia usted visita talleres o locales para adquirir un producto o servicio de ebanistería?

Tabla 18: Frecuencia de visita

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Una vez por semana	10	9.60 %
Dos veces al mes	1	1.00%
Cada que necesito	93	89.40 %
Total	104	100%

Fuente: Usuarios de la parroquia de Sangolquí

Elaborado por: Evelyn Arias

Gráfico 5: Frecuencia de visita

Fuente: Usuarios de Sangolquí

Elaborado por: Evelyn Arias

Análisis e interpretación de datos

Del 100 % de los usuarios encuestados el 89.40 % menciona que cada que necesita el producto o servicio visita un taller o locales para informarse, mientras que el 9.60 % menciona que visita una vez por semana, según el análisis de este ítem las personas que buscan el producto o servicio por necesidad son usuarios pertenecientes a jefes de hogar, mientras que el restante son profesionales como arquitectos, ingenieros civiles, constructoras que requieren más este tipo de contrataciones de estos productos o servicios.

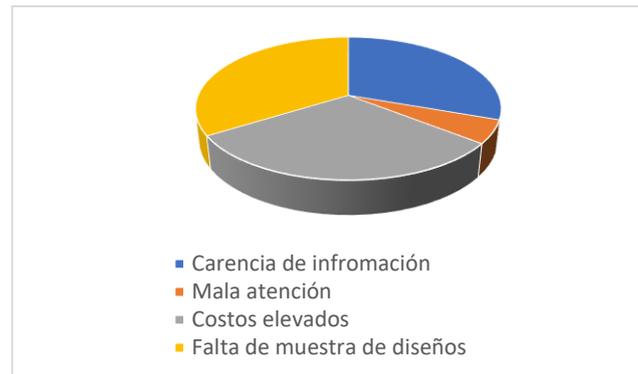
e. ¿Qué inconvenientes ha tenido al momento de adquirir los productos o servicios de ebanistería?

Tabla 19: Inconvenientes al adquirir productos/servicios

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Carencia de información	35	33.70 %
Mala atención	6	5.80 %
Costos elevados	35	33.70 %
Falta de muestra de diseños	39	37.50 %
Total	104	100%

Fuente: Usuarios de la parroquia de Sangolquí

Elaborado por: Evelyn Arias

Gráfico 6: Inconvenientes al adquirir productos/servicios

Fuente: Usuarios de Sangolquí

Elaborado por: Evelyn Arias

Análisis e interpretación de datos

Del total de 104 personas encuestas el 37.50 % manifiesta que uno de los inconvenientes que ha tenido al momento de adquirir los productos o servicios de ebanistería, es la falta de muestra de diseños, por otra parte, el 67.40 % dividido entre la carencia de información y costos elevados son los inconvenientes que ha tenido los usuarios al adquirir los productos y servicios. Esto demuestra que existen tres aspectos esenciales dentro del funcionamiento para el producto multimedia y de esa forma tener mayor incremento de nuevos usuarios con este sector.

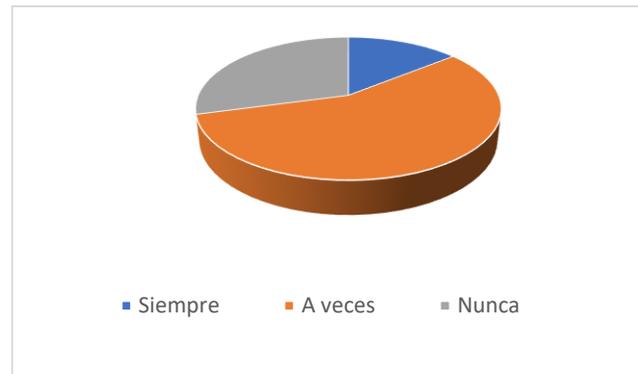
f. ¿Ha utilizado medios tecnológicos para buscar o adquirir productos y servicios de ebanistería?

Tabla 20: Medios para buscar productos

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	15	14.40 %
A veces	60	57.70 %
Nunca	31	29.80 %
Total	104	100%

Fuente: Usuarios de la parroquia de Sangolquí

Elaborado por: Evelyn Arias

Gráfico 7: Medios para buscar productos

Fuente: Usuarios de Sangolquí

Elaborado por: Evelyn Arias

Análisis e interpretación de datos

El 57.70 % de usuarios a veces han utilizado los medios tecnológicos para adquirir productos o servicios de ebanistería, mientras que el 14.40 % siempre ha adquirido de esa forma los productos, por lo que se puede evidenciar que las personas optan por recursos tecnológicos y digitales siendo factible la implementación de la interfaz web, propuesta de este proyecto de investigación.

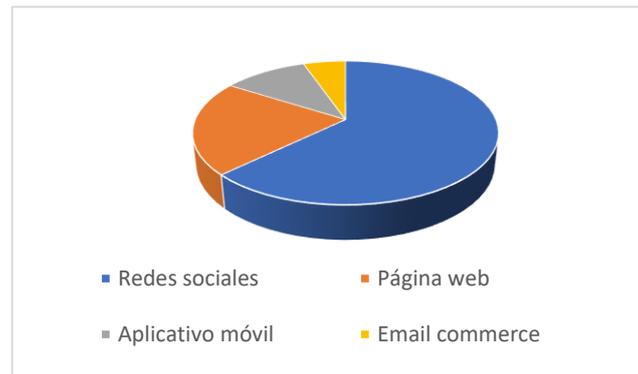
- g. Si la respuesta anterior fue siempre o a veces, selecciones ¿En qué medio de comunicación ha adquirido productos o servicios de ebanistería? Caso contrario pase a la siguiente pregunta.**

Tabla 21: Medios de comunicación para buscar productos

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Redes sociales	59	74.70 %
Página web	20	25.30 %
Aplicativo móvil	10	12.70%
Email commerce	5	6.30 %
Total	104	100%

Fuente: Usuarios de la parroquia de Sangolquí

Elaborado por: Evelyn Arias

Gráfico 8: Medios de comunicación para buscar productos

Fuente: Usuarios de Sangolquí

Elaborado por: Evelyn Arias

Análisis e interpretación de datos

El 74.70 % de la población han adquirido los productos y servicios a través de redes sociales, por lo que se puede evidenciar que este tipo de usuarios buscan en medios más fáciles de usar, sin embargo, tanto como los artesanos y los usuarios hacen un uso permanente de las redes sociales, por otro lado, otro medio mayormente utilizado es la página web, es decir los usuarios si tienen interacción con este tipo de medios.

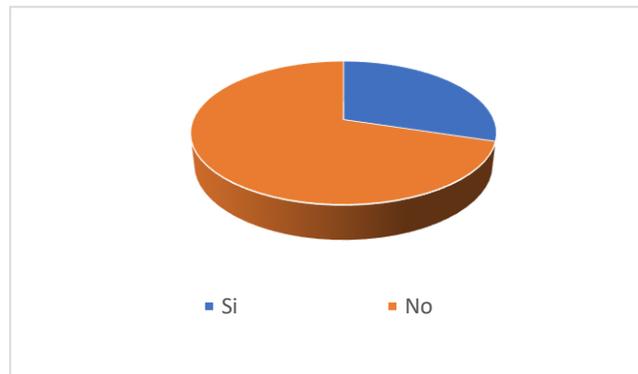
h. ¿Conoce usted sobre alguna página web que brinde información sobre los productos y servicios de ebanistería?

Tabla 22: Página web

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	31	29.80 %
No	73	70.20 %
Total	104	100%

Fuente: Usuarios de la parroquia de Sangolquí

Elaborado por: Evelyn Arias

Gráfico 9: Página web

Fuente: Usuarios de Sangolquí

Elaborado por: Evelyn Arias

Análisis e interpretación de datos

El 70.20 % de los usuarios encuestados mencionan no tener conocimientos de páginas webs que brinden información de los productos y servicios relacionado a la ebanistería, por lo que se puede determinar que este sector sería más competitivo dentro de este mercado y se lograría el posicionamiento mediante la estrategia de comunicación.

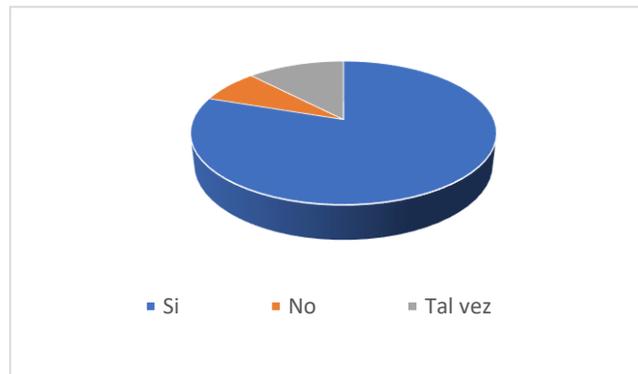
i. ¿Usted considera factible implementar una página web para mostrar los productos y servicios de ebanistería?

Tabla 23: Implementación de una página web

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	85	81.70 %
No	8	7.70 %
Tal vez	13	12.50 %
Total	104	100%

Fuente: Usuarios de la parroquia de Sangolquí

Elaborado por: Evelyn Arias

Gráfico 10: Implementación de una página web

Fuente: Usuarios de Sangolquí

Elaborado por: Evelyn Arias

Análisis e interpretación de datos

El 81.70 % de las personas si creen factible la creación de una página web para los productos y servicios de la ebanistería, ya que es un producto innovador para ese sector y es de fácil interacción con los usuarios.

j. ¿Qué contenido quisiera que se destaque en la página web?

Tabla 24: Contenido que sobresalga

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Precios	22	21.20 %
Información específica	51	49 %
Fotografías	28	26.90 %
Todas las anteriores	3	2.90 %
Total	104	100%

Fuente: Usuarios de la parroquia de Sangolquí

Elaborado por: Evelyn Arias

Gráfico 11: Contenido que sobresalga

Fuente: Usuarios de Sangolquí

Elaborado por: Evelyn Arias

Análisis e interpretación de datos

El 49 % de los usuarios manifiestan acerca del contenido que se desea destacar en la información específica debido a que carece de información cuando se detalla un producto o servicio, por otro lado, el segundo aspecto que debe mostrarse en la página es fotografías del producto. De esta manera toda esta información será colocada dentro del producto final de acuerdo a lo que establece y necesita el usuario para obtener un buen resultado del mismo y pueda interactuar el mercado.

11.IMPACTOS (TECNICOS, SOCIALES, AMBIENTALES O ECONÓMICOS)

Se identifica el impacto tecnológico, debido a que, mediante la obtención del producto de multimedia, en este caso la página web, se identifica que se convierte en una de las estrategias innovadoras en este sector de la ebanistería y de esa forma se puede seguir implementando medios digitales que ayuden al reconocimiento de la Asociación Interprofesional de Maestros Artesanos y Operarios de Sangolquí, Pichincha.

En el impacto social se genera una nueva forma de educar y comunicar al usuario, es decir no solamente, que se dediquen a utilizar la página como medio de información, sino que de manera visual y gráfica se pueda expresar diseños mediante la aplicación del modelado 3D.

Como impacto económico aparte de obtener un prototipo que ayude a la rentabilidad económica de cada emprendimiento, también es una fuente de empleo no solo para los ebanistas, sino para los diseñadores que se dedican al área web o modelado 3D, debido a la mejor apreciación de los productos por medio de estos recursos digitales, que llaman la atención del usuario.

12.PRESUPUESTO PARA LA PROPUESTA DEL PROYECTO

Tabla 25: Costos directos

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
120	Uso de computadora/hora	0.50	50.00
30	Impresiones	0.05	1.50
4	Lápiz	0.40	3.60
3	Borradores	0.20	0.60
70	Horas de uso internet	0.80	56.00
8	Móvil	3.00	24.00
30	Modelado 3D diseño de muebles	25.00	750.00
TOTAL			885.70

Elaborado por: Evelyn Arias

Tabla 26: Costos indirectos

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
Transporte	150.00
Alimentación	60.00
Imprevistos	40.00
TOTAL	250.00

Elaborado por: Evelyn Arias

Tabla 27: Costos de prototipo

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Prototipo funcional	85.00	85.00
1	Registro de dominio	10.00	10.00
1	Hosting	95.00	95.00
1	Diseño de página web	800.00	800.00
1	Mantenimiento y actualización del sitio	80.00	80.00

1	Posicionamiento nacional en buscadores u optimización en motores de búsqueda	350.00	350.00
TOTAL			1 420.00

Elaborado por: Evelyn Arias

13. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Como cierre de este proyecto de investigación se plasman a continuación las conclusiones y recomendaciones obtenidas a lo largo del desarrollo e implementación con el fin de conocer los beneficios y la utilidad obtenida.

13.1 Conclusiones

Los productos digitales de multimedia en este el prototipo web de los productos y servicios del sector de la ebanistería de la parroquia de Sangolquí, permitirá identificar de mejor manera mostrar los productos y servicios en el ámbito de la ebanistería, tales como: información teórica, visual, tipos de muebles, servicios y diseños, esto se logrará mediante la utilización de conceptos de diseño web que sintetizan la información y presentan al público de manera eficaz y dinámica.

Mediante la investigación realizada se pudo verificar la importancia de contenido que debe involucrarse en las páginas web dependiendo del mercado laboral al cual se está enfocando, de esta forma este proyecto se orienta a la capacidad de obtener diseños que van desde un modelado 3D simple, hasta un complejo, de este modo se convierte en un recurso visual atractivo a los usuarios, siendo una herramienta interactiva y funcional para la asociación, además de ser una estrategia nueva de ventas de este sector, y así lograr mayor incremento de fabricación y ventas.

El producto final de diseño web desarrollado, contribuye como estrategia comunicacional para el posicionamiento y reconocimiento de los ebanistas del sector de Sangolquí, con el fin de generar nuevas plazas de trabajo. La organización de la información y el desarrollo del proyecto se manejó mediante fases que van desde el bocetaje hasta la fase de verificación e implementación de la página web, por la razón que son fundamentales al momento de obtener un producto eficaz y usable

13.2 Recomendaciones

Los requerimientos para el diseño de la página web, se debe realizar en base a un previo levantamiento de información mediante técnicas de investigación, que permitan la identificación de necesidades de los usuarios, ya que, de no realizarse previamente esto, la interfaz no cubrirá las necesidades del público por el cual fue creada

Se recomienda implementar al diseño web, pruebas de error, ya que sería de mucha utilidad determinar errores de interfaz que puede solucionarse o detectarse antes de un colapso total de la página y de esa forma prestar un mejor servicio a los usuarios.

Es de suma utilidad la implementación del test de usuario, para poder obtener información necesaria sobre que corregir en la página web, de esa forma también se verifica si cumple o no con las necesidades de los usuarios.

14. BIBLIOGRAFÍA

- Becerra, L. & Patiño, L. (2013). Evolución del comportamiento del consumidor basado en el concepto prosumidor. Consultado el 10 de diciembre del 2022.
<https://repositorio.ucp.edu.co/bitstream/10785/1691/3/CDMAE113.pdf>
- Belloch, C. (s/f). Aplicaciones Multimedia. Consultado el 24 de octubre del 2022.
<https://www.uv.es/bellohc/logopedia/NRTLogo4.pdf>
- Beltrán, R. (2021). *Aplicación del proyecto de comunicación estratégica digital para el posicionamiento de la producción alfarera en las comunidades del Chico Ingapirca y Pacchapamba*. Consultado el 8 de noviembre del 2022.
<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/23709/1/UPS-CT010172.pdf>
- Berzal, F., Cortijo, F. & Cubero, J. (s/f). *Interfaces web*. Consultado el 26 de octubre del 2022. <https://elvex.ugr.es/decsai/csharp/pdf/web/1-web.pdf>
- Burgos, J. (2011). *El artesano calificado y sus beneficios en el área de capacitación en la Junta Nacional de Defensa del Artesano*. Consultado el 12 de noviembre del 2022.
<http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/857>
- Casado, C., Garreta, M., Martínez, L. & Mor, E. (2011). *La interacción persona – ordenador*. Barcelona. Editorial FUOC.
<https://www.guao.org/sites/default/files/biblioteca/Interacci%C3%B3n%20persona%20ordenador%20.pdf>
- Castillo, A. (2013). *Introducción a la multimedia y conceptos básicos*. Consultado el 26 de octubre del 2022. <https://www.trabajosocial.unlp.edu.ar/uploads/docs/multimedia.pdf>
- Frascara, J. (2021). *Diseño gráfico*. Consultado el 13 de diciembre del 2022.
<https://fad.uncuyo.edu.ar/upload/1disenograficoespecifico20221.pdf>
- Frascara, J. (2000). *Diseño gráfico y comunicación*. Buenos Aires, Editorial Infinito.
<https://catedragrafica1.files.wordpress.com/2009/09/disenoy-comunicacion.pdf>
- Fernández, J. (2014). Análisis, diseño e implementación de un sitio web para la escuela de informática aplicada a la educación de la Universidad de Chimborazo utilizando software libre. Consultado el 3 de diciembre del 2022.
<http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/2638/1/UNACH-FCEHT-TG-INFOR-2014-000004.pdf>

- Fernández, M. (2011). Modelado, texturizado y ajuste de malla. Consultado el 24 de noviembre del 2022. <https://core.ac.uk/download/pdf/30045016.pdf>
- Flacsoandes. (2010). *Artesanía patrimonial, oficios tradicionales ecuatorianos*. Consultado el 16 de noviembre de 2022. <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/53562.pdf>
- GAD Rumiñahui. (2019). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial, cantón Rumiñahui 2012 – 2015*. Consultado el 24 de septiembre del 2022. http://www.ruminahui-aseo.gob.ec/periodo2016/rendicion_cuentas/pdyot.pdf
- Galeano, R. (2008). Diseño Centrado en el Usuario. *Revista Educación, Comunicación y tecnología*. 2 (4).
<https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/6524/Dise%c3%b1o%20centrado%20en%20el%20usuario.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- García, M. (s/f). *Sistemas multimedia: introducción a los sistemas multimedia para formación*. 1ra edición.
<https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/1608/TOL82D.pdf>
- Garreta, M. & Mor, E. (s/f). *Diseño centrado en el usuario*. Consultado el 6 de diciembre del 2022.
https://www.exabyteinformatica.com/uoc/Informatica/Interaccion_personaordenador/Interaccion_personaordenador_%28Modulo_3%29.pdf
- Gillam, R. (1970). *Fundamentos del diseño*. Buenos Aires. Editorial Victor Leru S. A.
https://eacvcae.files.wordpress.com/2014/02/1-fundamentos-disec3b1o_scott.pdf
- Guachamín, B. (2018). *Diseño e implementación de una página web como herramienta de comunicación para dar a conocer los beneficios que brinda la empresa documentos centro de impresiones digitales*. Consultado el 6 de noviembre del 2022.
<http://www.dspace.cordillera.edu.ec:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/4201/20-DGR-17-18-1724076672.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Guevara, M. (2020). *La web para conectar artesanos con emprendedores*. Consultado el 16 de octubre del 2022.
<http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/bitstream/ucasagrande/2625/1/Tesis2798GUEw.pdf>

- Guevara, R., Botero, R. & Castro, C. (2015). Una revisión a los niveles de interactividad de los contenidos digitales. *Revista nuevas ideas en informática Educativa TISE*. 11. <http://www.tise.cl/volumen11/TISE2015/469-473.pdf>
- Hassan, Y. (2015). *Experiencia de usuario: principios y métodos*. 1ra edición. https://yusef.es/Experiencia_de_Usuario.pdf
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. 6ta edición. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Hint. (s/f). *Los elementos de la experiencia de usuario por Jesse James Garret*. Consultado el 13 de diciembre del 2022. https://cdn2.hubspot.net/hubfs/593902/Content_offers/Elementos_de_UX/Gua_en_esp_aol_para_Los_elementos_de_la_experiencia_de_usuario_-_Hint.pdf
- JNDA. (2019). *Rendición de cuentas*. Consultado el 2 de septiembre del 2022. https://www.artesanos.gob.ec/institutos/wp-content/uploads/downloads/2020/10/RENDICI%C3%93N-DE-CUENTAS-2019-JNDA-FINAL_compressed_compressed.pdf
- Leines, R. & Caicedo, S. (2012). *Propuesta para mejorar la rentabilidad de la asociación Santo Domingo de artesanos carpinteros de la ciudad de Quito dedicadas a la fabricación de muebles de madera*. Consultado el 16 de octubre de 2022. <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/432/1/T-UCE-0005-66.pdf>
- López, A. (s/f). *Un acercamiento a la teoría de la comunicación multimedia*. Consultado el 14 de diciembre del 2022. http://blogs.fad.unam.mx/asignatura/finencio_lopez/wp-content/uploads/2013/07/Teor%C3%ADa-de-la-Comunicaci%C3%B3n-Multimedia.pdf
- Monroy, D. (2013). *Estudio de la identidad cultural, aplicada al diseño de productos, como fuente de ventaja competitiva para el sector artesanal de la ciudad de Quito*. Consultado el 10 de diciembre del 2022. <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/3878/1/T1388-MBA-Ferro-Estudio.pdf>
- Moya, D. (2015). *Análisis del desarrollo del sector artesanal orfebre de la parroquia Sangolquí, su nivel de organización gremial y aporte a la producción económica del cantón Rumiñahui*. Consultado el 10 de diciembre del 2022.

<http://repositorio.uisrael.edu.ec/bitstream/47000/501/1/UISRAEL-EC-ADME-378.242-41.pdf>

Ojeda, N. (2012). *Introducción a la multimedia*. 1ra edición.

https://www.aliat.click/BibliotecasDigitales/disenio_y_edicion_digital/Introduccion_a_la_multimedia.pdf

Ortega, A. (2018). *Enfoques de investigación*. Consultado el 12 de diciembre del 2022.

https://clasev.com/pluginfile.php/21199/mod_resource/content/1/Enfoques%20de%20Investigaci%C3%B3n.pdf

Paladines, A. (2016). *Análisis y diseño de la interfaz web de la Universidad Técnica de Machala, basado en técnicas de la metodología web centrado en el usuario*.

Consultado el 14 de noviembre del 2022.

<https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/6371/1/12537.pdf>

Perurena, L. & Moráguez, M. (2013). Usabilidad de los sitios web, los métodos y las técnicas para la evaluación. *Revista Cubana de Información en Ciencias de la Salud*. 24 (2).

<http://scielo.sld.cu/pdf/ics/v24n2/ics07213.pdf>

Poma, F. (2018). *Instrumentos manuales de ebanistería*. Consultado el 10 de diciembre del 2022.

<https://repositorio.une.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14039/3377/MONOGRAF%C3%8DA%20-%20POMA%20CHICHIPE.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Ponguillo, H. (2022). Los contenidos multimedia como estrategias de comunicación en el diario súper de Santa Elena. Consultado el 13 de diciembre del 2022.

<https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/7015/1/UPSE-TCO-2022-0042.pdf>

Proenergía. (2011). *Carpintería guía práctica para negocios rurales*. 1ra edición.

<https://rincondemaestros.com/wp-content/uploads/2019/05/manual-de-carpinteria-herramientas.de-madera.pdf>

Ribadeneira, G. (2012). *Análisis de los usos y formas de comunicación en la pedagogía y didáctica educacional*. Consultado el 13 de noviembre del 2022.

<https://dspace.upse.edu.ec/handle/123456789/5911>

- Ríos, F., Páez, H. & Barbos, J. (2020). *Estrategias de comunicación*. Estados Unidos. Editorial Red Iberoamericana de Pedagogía. <https://redipe.org/wp-content/uploads/2020/10/Libro-estrategias-de-comunicacion.pdf>
- Salinas, J. (1996). *Multimedia en los procesos de enseñanza-aprendizaje elementos de discusión*. 2da edición
https://www.um.es/innova/OCW/disenyo_y_evaluacion_materiales_didacticos/mpaz/utilidades/pdf/gte20.pdf
- Sánchez, A. & Heano, Y. (2016). *Usabilidad aplicada al diseño de sitios web*. Consultado el 26 de diciembre del 2022.
<https://repositorio.utp.edu.co/server/api/core/bitstreams/c145d0df-32bb-4376-a4db-de7c3d4bcd2/content>
- Sánchez, C. & Riaño, J. (2019). *Estrategia de Educomunicación como metodología de innovación educativa en el programa de Comunicación Social de la Universidad Cooperativa de Colombia*. Consultado el 25 de noviembre del 2022.
https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/12147/1/2019_Estrategia_Educomunicaci%C3%B3n_educativa.pdf
- Sánchez, M. (2009). Implementación de sitio web para la comercialización artesanal de las diferentes producciones elaboradas por un grupo de mujeres en el corregimiento de la Boquilla. Consultado el 4 de noviembre del 2022.
<https://biblioteca.utb.edu.co/notas/tesis/0054910.pdf>
- Sánchez, P. (s/f). *Modelado 3D correcto*. Consultado el 24 de noviembre del 2022.
<https://eprints.ucm.es/id/eprint/62873/1/Modelar%20correctamente.pdf>
- Sennet, R. (2009). *El Artesano*. Barcelona. Editorial Anagrama.
<https://artesunivalle.files.wordpress.com/2012/05/sennett-richard-el-artesano11.pdf>
- Sión, V., Chávez, B., Landázuri, B. & Sandocal, P. (2010). *Estudio propuesto para el posicionamiento de la artesanía patrimonial del Ecuador: informe final*. Ediciones La Tierra. <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/catalog/resGet.php?resId=53913>
- UOC Corporate. (s/f). *Técnicas y herramientas para el diseño de experiencia de usuario (UX)*. Consultado el 12 de diciembre del 2022.
<https://openaccess.uoc.edu/bitstream/10609/139647/1/Tecnicas%20y%20herramientas>

%20para%20el%20dise%C2%B1o%20de%20experiencia%20del%20usuario%20U
X.pdf

Wong, W. (1991). *Fundamentos del diseo bi y tri-dimensional*. 7ta edici3n.

https://centroculturalhaedo.edu.ar/cch/actualizacion_permanente/Fundamentos%20del%20Diseno%20Bidimensional%20y%20tridimensional,%20Wucius%20Wong.pdf

15.ANEXOS

Anexo 1: Levantamiento de datos a ebanistas

Universidad Técnica de Cotopaxi, Facultad de Ciencias Sociales, Artes y Educación, Carrera de Diseño Gráfico Computarizado

Encuesta sobre la multimedia como estrategia de interconexión para el posicionamiento del sector de la ebanistería

*Obligatorio

Correo *

No se puede rellenar previamente el correo

ESPECIFICACIONES GENERALES

GRUPO OBJETIVO: Ebanistas

OBJETIVO: Determinar las necesidades de este sector y por ende no han tenido un posicionamiento

INSTRUCCIONES: Lea de manera detenida y conteste con sinceridad acorde a la realidad.

NOTA: La recolección de información de este instrumento será usada únicamente para fines académicos.

Datos informativos

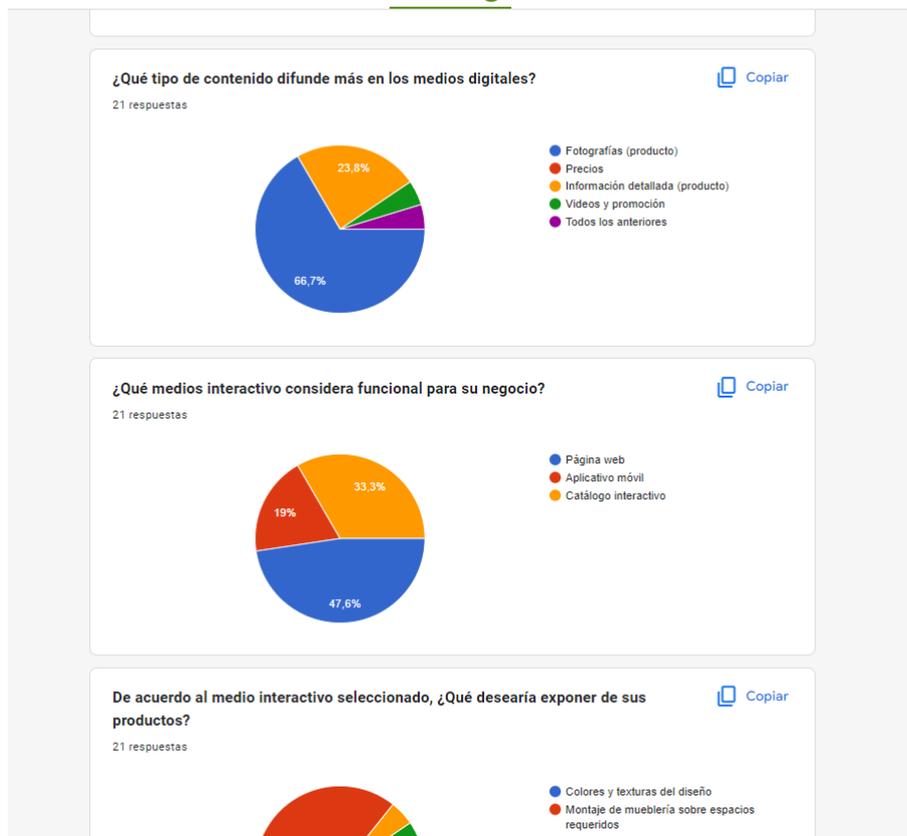
Colocar sus datos correspondientes

Nombres completos *

Tu respuesta

Edad *

Preguntas Respuestas **21** Configuración



Anexo 2: Encuesta de beneficios al crear la página web a ebanistas

Universidad Técnica de Cotopaxi, Facultad de Ciencias Sociales, Artes y Educación, Carrera de Diseño Gráfico

Encuesta sobre la multimedia como estrategia de interconexión para el posicionamiento del sector de la ebanistería de la Asociación Interprofesional de Maestros Artesanos y Operarios de Sangolquí, Pichincha.

*Obligatorio

ESPECIFICACIONES GENERALES

GRUPO OBJETIVO: Ebanistas

INSTRUCCIONES: Lea de manera detenida y conteste con sinceridad acorde a la realidad.

NOTA: La recolección de información de este instrumento será usada únicamente para fines académicos.

Nombre *

Tu respuesta _____

Conocimiento

1. ¿Usted piensa que una página web debe ser de fácil manejo? *

- Sí
- No

2. ¿Qué es lo más le disgusta al acceder a una página web de muebles? *

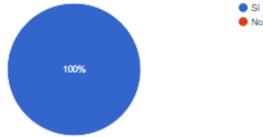
- Sobrecargado de colores
- Desorganización del menú de navegación

Contenido visual

3. ¿El contenido de la página web debe ser claro y específico?

Copiar

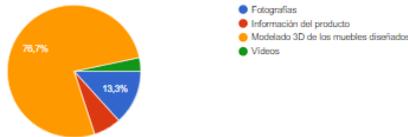
30 respuestas



4. ¿Qué elemento debe sobresalir en la página web?

Copiar

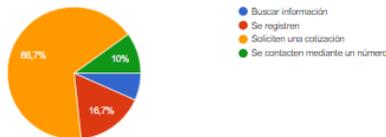
30 respuestas



5. ¿Qué se desea que los usuarios hagan en la página web?

Copiar

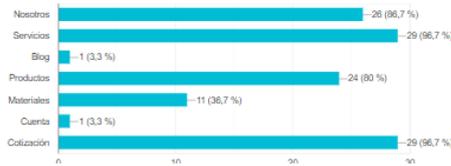
30 respuestas



6. ¿Qué páginas desea que tenga la página la web?

Copiar

30 respuestas



Andrés Alvear

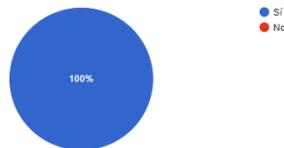
Jorge Chicaiza

Conocimiento

1. ¿Usted piensa que una página web debe ser de fácil manejo?

Copiar

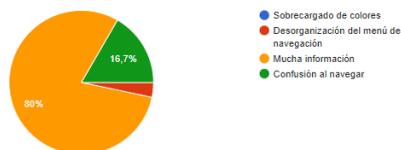
30 respuestas



2. ¿Qué es lo más le disgusta al acceder a una página web de muebles?

Copiar

30 respuestas





Anexo 3: Encuesta a usuarios

Universidad Técnica de Cotopaxi,
Facultad de Ciencias Sociales, Artes y
Educación, Carrera de Diseño Gráfico
Computarizado

Encuesta dirigida a usuarios que buscan el producto, profesionales en áreas afines,
proveedores de material.

*Obligatorio

Objetivo
Recopilar información necesaria que contribuya a la realización del proyecto de investigación cuyo tema es "LA MULTIMEDIA COMO ESTRATEGIA DE INTERCONEXIÓN PARA EL POSICIONAMIENTO DEL SECTOR DE LA EBANISTERÍA DE LA ASOCIACIÓN INTERPROFESIONAL DE MAESTROS ARTESANOS Y OPERARIOS DE SANGOLQUÍ, PICHINCHA"

Instrucciones
-Lea detenidamente las preguntas
-Las respuestas deben ser verídicas
-La información recolectada será usada para fines académicos

1. Sexo *

Femenino
 Masculino

2. Edad *

19 - 25 años
 26 - 30 años





Anexo 5: Evaluación heurística

Universidad Técnica de Cotopaxi, Facultad de Ciencias Sociales, Artes y Educación, Carrera de Diseño Gráfico

Aplicación de prueba heurística de la página web para el sector ebanista de la Asociación Interprofesional de Maestros Artesanos y Operarios de Sangolquí, Pichincha.

*Obligatorio

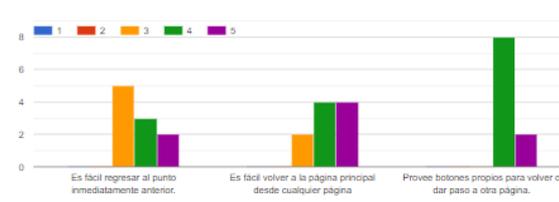
Evaluación heurística
Medición para la evaluación

1. Muy en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Neutro
4. De acuerdo
5. Muy de acuerdo

Visibilidad del diseño del prototipo del sistema *

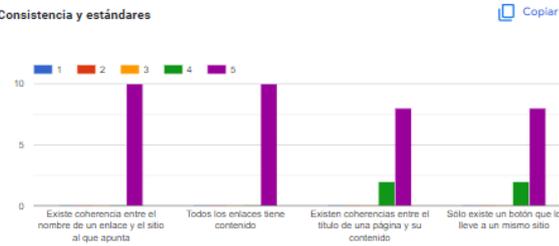
	1	2	3	4	5
El diseño muestra claramente dónde se encuentra el usuario	<input type="radio"/>				
Los enlaces posibles de explorar están claramente señalados	<input type="radio"/>				

Navegación y libertad en el diseño del prototipo Copiar



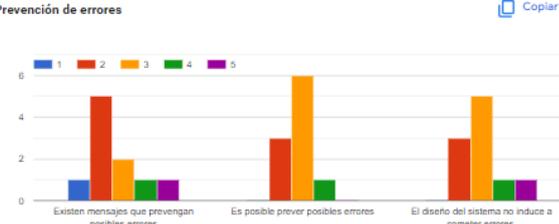
Criterio	1	2	3	4	5
Es fácil regresar al punto inmediatamente anterior	0	0	5	3	2
Es fácil volver a la página principal desde cualquier página	0	0	2	4	4
Provee botones propios para volver o dar paso a otra página.	0	0	0	8	2

Consistencia y estándares Copiar



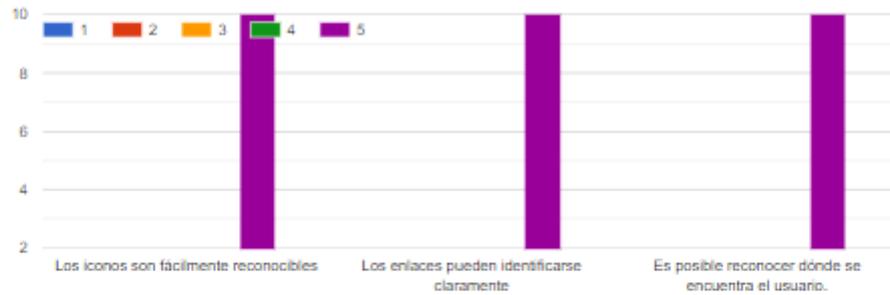
Criterio	1	2	3	4	5
Existe coherencia entre el nombre de un enlace y el sitio al que apunta	0	0	0	0	10
Todos los enlaces tiene contenido	0	0	0	0	10
Existen coherencias entre el título de una página y su contenido	0	0	0	2	8
Sólo existe un botón que lo lleve a un mismo sitio	0	0	0	2	8

Prevención de errores Copiar

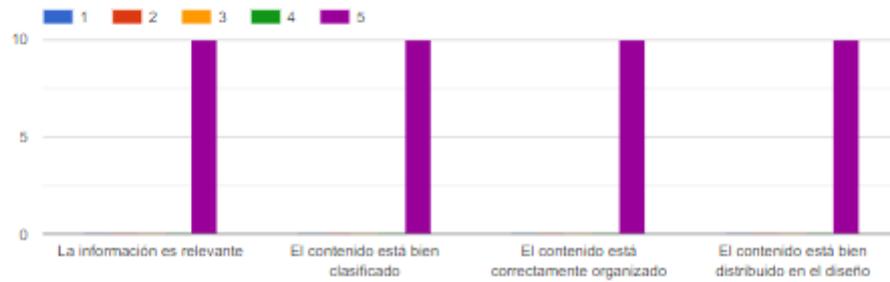


Criterio	1	2	3	4	5
Existen mensajes que prevengan posibles errores	1	5	2	1	1
Es posible prever posibles errores	0	3	6	1	0
El diseño del sistema no induce a cometer errores.	0	3	5	1	1

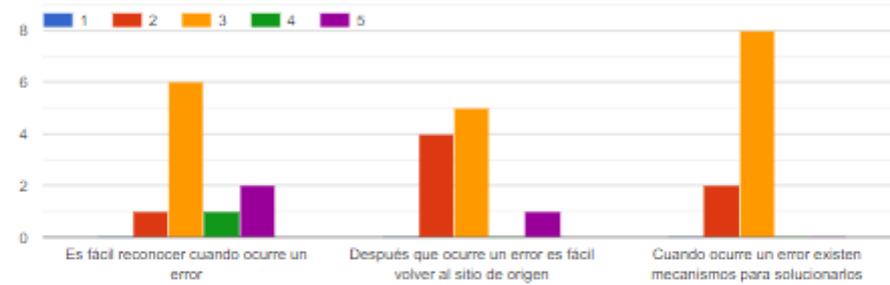
Reconocer en lugar de recordar

[Copiar](#)


Estética y diseño

[Copiar](#)


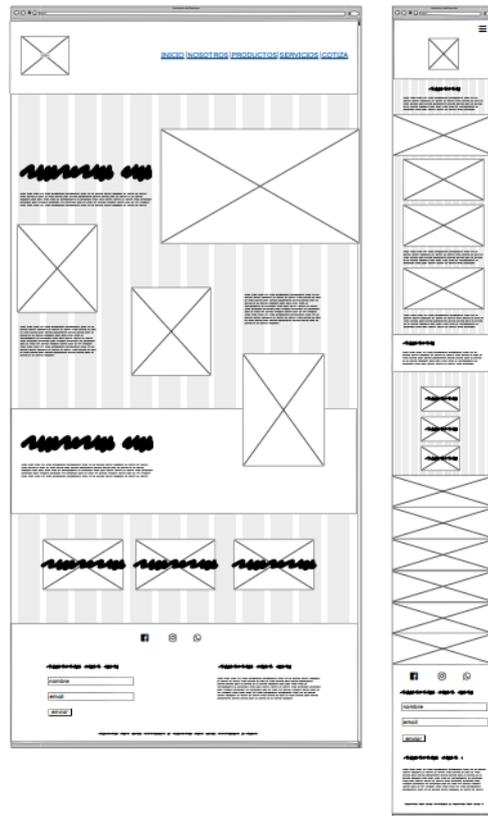
Reconocimiento, diagnóstico de errores

[Copiar](#)


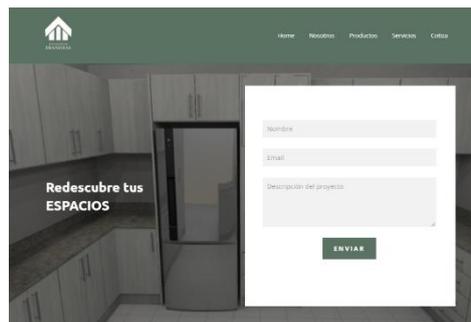
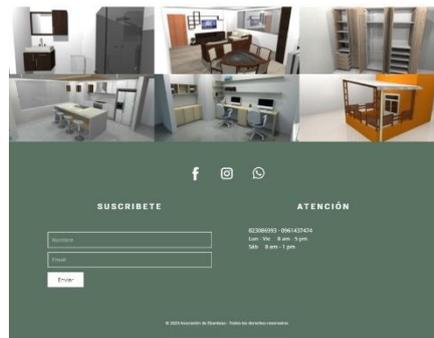
Tratamiento del contenido

[Copiar](#)


Anexo 6: Prototipo de baja fidelidad



Anexo 7: Prototipo de alta fidelidad



Asociación de ebanistas
Sangolquí - Ecuador



Anexo 8: Hipertextos de la página web

The screenshot shows the Visual Studio Code editor with the file 'home.html' open. The code is HTML and includes several sections with classes like 'u-back-slide', 'u-clearfix', and 'u-section-2'. It contains text in Spanish: 'Todo aquel que busca un nuevo diseño, busca un nuevo proyecto para reinventar su' and 'En el mundo de la madera los avances tecnológicos han propiciado la aparición de'. The interface includes a sidebar with 'EXPLORADOR' and 'EDITORES ABIERTOS', and a status bar at the bottom showing 'Lin. 1, col. 1' and 'Port: 5500'.

```

84         <div class="u-back-slide u-container-layout u-container-layout-2"></div>
85         <div class="u-black u-container-layout u-opacity u-opacity-25 u-over-slide u-container-layout-3"></div>
86     </div>
87 </div>
88 </div>
89 </div>
90 </section>
91 <section class="u-clearfix u-section-2" id="sec-d668">
92     <div class="u-clearfix u-sheet u-sheet-1">
93         <div class="u-container-align-center u-container-style u-group u-image u-preserve-proportions u-shape-recta
94         </div>
95     </div>
96     <div class="u-container-align-center u-container-style u-group u-image u-preserve-proportions u-shape-recta
97     <div class="u-container-layout u-container-layout-2"></div>
98 </div>
99     <p class="u-text u-text-1">Todo aquel que busca un nuevo diseño, busca un nuevo proyecto para reinventar su
100     <p class="u-text u-text-2">En el mundo de la madera los avances tecnológicos han propiciado la aparición de
101 </div>
102 </section>
103 <section class="u-clearfix u-custom-color-1 u-section-3" id="sec-6377">
104     <div class="u-clearfix u-sheet u-sheet-1">
105         <div class="u-container-align-center u-container-style u-expanded-width-xs u-group u-image u-preserve-propo
106         <div class="u-container-layout u-container-layout-1"></div>
107         <div class="u-preserve-proportions-child" style="padding-top: 100%;"></div>
108     </div>
109     <h2 class="u-hover-feature u-text u-text-default u-text-1" data-animation-name="customAnimationIn" data-ani
110     <p class="u-text u-text-2">Variedad de materiales, diseños y estilos, mucha creatividad, profundo conocimie
111 </div>
112 </section>
113 </div>

```

The screenshot shows the Visual Studio Code editor with the file 'servicios.html' open. The code is HTML and includes a navigation menu with links to 'nosotros.html', 'productos.html', 'servicios.html', and 'cotiza.html'. It also includes a hamburger menu icon and a menu overlay. The interface includes a sidebar with 'EXPLORADOR' and 'EDITORES ABIERTOS', and a status bar at the bottom showing 'Lin. 193, col. 15' and 'Port: 5500'.

```

37     <a class="u-button-style u-custom-left-right-menu-spacing u-custom-padding-bottom u-custom-text-active-
38     <svg class="u-svg-link" viewBox="0 0 24 24"><use xmlns:xlink="http://www.w3.org/1999/xlink" xlink:hre
39     <svg class="u-svg-content" version="1.1" id="menu-hamburger" viewBox="0 0 16 16" x="0px" y="0px" xmln
40 </g></svg>
41 </a>
42 </div>
43 <div class="u-custom-menu u-nav-container">
44     <ul class="u-custom-font u-nav u-text-font u-unstyled u-nav-1"><li class="u-nav-item"><a class="u-butto
45 </li><li class="u-nav-item"><a class="u-button-style u-nav-link u-text-active-custom-color-2 u-text-hover-custom-co
46 </li><li class="u-nav-item"><a class="u-button-style u-nav-link u-text-active-custom-color-2 u-text-hover-custom-co
47 </li><li class="u-nav-item"><a class="u-button-style u-nav-link u-text-active-custom-color-2 u-text-hover-custom-co
48 </li><li class="u-nav-item"><a class="u-button-style u-nav-link u-text-active-custom-color-2 u-text-hover-custom-co
49 </li></ul>
50 </div>
51 <div class="u-custom-menu u-nav-container-collapse">
52     <div class="u-black u-container-style u-inner-container-layout u-opacity u-opacity-95 u-sidenav">
53         <div class="u-inner-container-layout u-sidenav-overflow">
54             <div class="u-menu-close"></div>
55             <ul class="u-align-center u-nav u-popupmenu-items u-unstyled u-nav-2"><li class="u-nav-item"><a cla
56 </li><li class="u-nav-item"><a class="u-button-style u-nav-link" href="nosotros.html" rel="nofollow">Nosotros</a>
57 </li><li class="u-nav-item"><a class="u-button-style u-nav-link" href="productos.html" rel="nofollow">Productos</a>
58 </li><li class="u-nav-item"><a class="u-button-style u-nav-link" href="servicios.html" rel="nofollow">Servicios</a>
59 </li><li class="u-nav-item"><a class="u-button-style u-nav-link" href="cotiza.html" rel="nofollow">Cotiza</a>
60 </li></ul>
61 </div>
62 </div>
63 <div class="u-black u-menu-overlay u-opacity u-opacity-70"></div>
64 </div>
65 </nav>
66 <a href="home.html" class="u-image u-logo u-image-1" data-image-width="188" data-image-height="250" title="

```

Anexo 9: Datos subidos al servidor

The screenshot shows the FileZilla interface with the following details:

- Local Site:** D:\UTC\8 CICLO\INTREGACIÓN CURRICULAR\SEGUNDA DOCUMENTACIÓN\Sitio-asociación-ebanistas\
- Remote Site:** /
- Local Files:**

Nombre de archivo	Tamaño	Tipo de archivo	Última modific...
servicios.html	16.024	Microsoft Edg...	29/01/2023 18...
servicios.css	5.296	Archivo de ori...	29/01/2023 23...
productos.html	29.714	Microsoft Edg...	29/01/2023 18...
productos.css	40.642	Archivo de ori...	29/01/2023 23...
Post-Template.css	1.330	Archivo de ori...	29/01/2023 23...
nosotros.html	22.209	Microsoft Edg...	29/01/2023 18...
nosotros.css	14.824	Archivo de ori...	29/01/2023 23...
nicepage.js	278.259	Archivo JavaSc...	29/01/2023 23...
nicepage.css	1.345.736	Archivo de ori...	29/01/2023 23...
jquery.js	89.476	Archivo JavaSc...	29/01/2023 22...
index.html	19.786	Microsoft Edg...	29/01/2023 18...
home.html	19.730	Microsoft Edg...	29/01/2023 18...
home.css	15.492	Archivo de ori...	29/01/2023 23...
cotiza.html	17.887	Microsoft Edg...	29/01/2023 18...
cotiza.css	4.886	Archivo de ori...	29/01/2023 23...
- Remote Files:**

Nombre de archivo	Tamaño	Tipo de ...	Última mod...	Permisos	Propietar...
nosotros.css	14.824	Archivo ...			
nosotros.html	22.209	Microsof...			
Post-Template.css	1.330	Archivo ...			
productos.css	40.642	Archivo ...			
productos.html	29.714	Microsof...			
servicios.css	5.296	Archivo ...			
servicios.html	16.024	Microsof...			
favicon.ico	0	Archivo ...	29/01/2023...	0600	494531 4...
403.html	3.563	Microsof...	29/01/2023...	0644	494531 4...
404.html	4.728	Microsof...	29/01/2023...	0644	494531 4...
hostindex.html	262	Microsof...	29/01/2023...	0644	494531 4...
README.html	18.296	Microsof...	29/01/2023...	0644	494531 4...
robots.txt	25	Docume...	29/01/2023...	0644	494531 4...
- Transfer Progress:**

Servidor/Archivo local	Direc...	Archivo remoto	Tamaño	Priori...	Estado
D:\UTC\8 CICLO\INT...	-->>	/nicepage.css	1.345.736	Norm...	Transfiriendo
			278.259 bytes (29.2 KIB/s)		
			18.2%		245.760 bytes (40.5 KIB/s)

The screenshot shows the website 'asociacion-ebanistas.orgfree.com/nosotros.html' with the following content:

- Navigation Menu:** Home, Nosotros, Productos, Servicios, Cotiza
- Header:** Logo of 'ASOCIACION DE EBANISTAS'.
- Main Image:** A modern kitchen interior with white cabinets and a dark countertop.
- Section Title:**

Nosotros
- Text:**

La asociación de artesanos en la rama de la ebanistería, estamos comprometidos con el servicio excepcional a nuestros clientes mediante el diseño y la construcción de propuestas integrales y a la vanguardia.

Anexo 10: Hoja de vida de tutor



- Mike Aguilar Orozco
- 35 años, Soltero
- Nacionalidad, Ecuatoriano
- Quito - Ecuador
- +593 - 0986124431
- mouseaguilar@gmail.com

REVISTA POSTAL DEL SUR
Ene. 2005 / Dic. 2007
AREA DE
COMUNICACIÓN
Machala - Ecuador



FULL COLOR CIA. Ltda.
Ene. 2008 / Dic. - 2010
DISEÑADOR GRAFICO
Machala - Ecuador



FUNGI VISUAL MEDIA
Empresa Propia
DISEÑADOR AUDIOVISUAL
Cuenca - Ecuador



INSTITUTO DE ALTOS ESTUDIOS NACIONALES DEL ECUADOR
Enero - 2014 / Dic. - 2014
DISEÑADOR AUDIOVISUAL
Quito - Ecuador



FORMA
CENTRO DE EDUCACIÓN CONTINUA
Enero - 2014 / Dic. - 2014
DISEÑADOR MULTIMEDIA
Quito - Ecuador

MASTER EN MULTIMEDIA / DISEÑADOR GRÁFICO / DESARROLLADOR DE VIDEO MAPPING DIGITAL

DIRECTOR DE MAQUETACIÓN Y PUBLICIDAD

- Diagramación y diseño de publicidades para la revista
- Maquetación y creación de revistas digitales
- Marketing publicitario para la revista

DIRECTOR CREATIVO & MARKETING

- Creación de servicios publicitarios
- Creación de Marcas
- Diseño de papelería
- Retoque fotográfico
- Creación de productos publicitarios
- Impresión laser sobre distintas superficies

EMPRESA PROPIA (Freelance)
DISEÑO WEB & VIDEOMAPPING;

- Maquetación Web
- Animación 2D
- Elementos Multimedia
- Diseño Gráfico en general
- Videomapping Digital sobre figuras 3D y Estructuras Arquitectónicas
- Edición y Post - Producción de Videos Publicitarios.

DISEÑADOR AUDIOVISUAL

- Diseño Gráfico
- Publicidad para web
- Creación y animación de personajes en 2D
- Motion Graphics
- Post producción para videos publicitarios.

DISEÑO MULTIMEDIA / ANIMACIÓN

- Maquetación web
- Animación 2D, animación de personajes
- Motion graphics
- Post producción de videos publicitarios, efectos visuales para proyectos, video mapping digital para eventos.
- Creación de e-books (libros digitales y revistas interactivas),
- Elaboración de diseños para plataformas interactivas.


CEC-IAEN
 CENTRO DE EDUCACIÓN CONTINUA (IAEN)
 DOCENCIA EN CURSOS DE DISEÑO MULTIMEDIA
 2015 - 2016


UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI (UTC)
 DOCENTE
 2017 - 2018

UNIVERSIDAD
 Ene. 2005 / Dic. 2007
 Ldo. Diseño Gráfico
 Machala - Ecuador


MASTERADO
 DISEÑADOR MULTIMEDIA
 Cuenca - Ecuador

MUCA
 TALLER:
 "BRANDBOOK",
 Por Latinbrand.
 Guayaquil - Ecuador


CONFERENCIA:
 Responsabilidades creativas en el diseño de marcas
 Machala - Ecuador

CONFERENCIA:
 Como ganar afuera sin perder adentro.
 Machala - Ecuador


TALLER:
ADOBE AFTER EFFECTS
 Cuenca - Ecuador

Docente de Cursos:

- Diseño web (Animación 2D, de personajes)
- Diseño grafico en general
- Motion graphics
- Diseño de Interfaz y proyectos Multimediales para web
- Post producción de videos publicitarios, efectos visuales
- Creación de e-books (libros digitales y revistas interactivas),
- Animación de recursos gráficos interactivos para web.

Docente de la facultad de Diseño Gráfico cátedra en:

- Diseño web
- Diseño gráfico publicitario en general
- Animación Multimedia; recursos gráficos interactivos para web.
- Producción Audiovisual
- Creación de Apps
- Interfaz y proyectos Multimedia

EDUCACIÓN:

Universidad: Registro Senescyt 1052-10-977511 - fecha: (2010-02-22)

UTSAM, Título (Lic. Diseño Gráfico)

Diseño gráfico publicitario, Diseño de editorial, Diseño web, Fotografía, marketing, diseño de empaque o material POP.

Masterado: Registro Senescyt 1033-16-86076423 - fecha: (25/01/2016)

UDA, "Universidad del Azuay"

Título, (Master en Diseño Multimedia)

Narración Audiovisual, Creación de Material virtual, Desarrollo Web, Post Producción, Animación 2D, Maquetación web, Sonido, Video y Video Mapping Digital.

CAPACITACIONES / CONFERENCIAS:

MUCA (Ciclos Creativos en Ecuador), Dictado por;

La Universidad Santa María.

Tema: Branding a Colores.

Marzo, 2011.

CCE (Casa de la Cultura Ecuatoriana, Benjamin Carrion Nucleo el Oro) & Vision (Organización Empresarial)

Mayo, 2011.

Dictado por: **(Peter Mussfeldt)** Diseñador y creador de importantes marcas en el País.

"Alemán - Ecuatoriano, Diseñador Gráfico, Grabador y Serigrafista".

Junio, 2011.

(Introduccion a las expresiones y novedades de la suite CS6)

Dictado por: Jorge Monchón Urango "Certificado en Instructor de Adobe"

Octubre, 2012.



TALLER:
ADOBE AFTER
EFFECTS CC 101
Essential
Cuenca - Ecuador

AFTER EFFECTS CC 101 Essential

UDA, Facultad de Diseño, Cuenca
Dicatdo por: Jorge Monchón Urango "Certificado en Instructor de Adobe"
Octubre, 2014

SEMINARIO:
"IAEN - RED ESTRADO -
RED LIPUS - C.N. INVESTI-
GACIONES SOCIALES Y
EDUCATIVAS"
Quito - Ecuador

"II SEMINARIO DE LA RED ESTRADO Y III ENCUENTRO DE LA RED KIPUS "Políticas públicas, trabajo y formación docente en el Ecuador y en América Latina"
Junio 2014



SEMINARIO:
"MOOC IAEN"
Quito - Ecuador

Congreso "MOOC"

Instituto de Altos Estudios Nacionales - Ecuador
"CONSTRUCTIVISMO PLASMADO EN TÉCNICAS PARA LA PREPARACIÓN DE CLASES PRESENCIALES ACTIVAS"



CURSO:
"IAEN"
Quito - Ecuador

Instituto de Altos Estudios Nacionales del Ecuador
Octubre, 2014

Curso "IAEN"

Instituto de Altos Estudios Nacionales - Ecuador
"GESTIÓN DE PROYECTOS"
Octubre, 2014



CONGRESO:
"MOOC"
Quito - Ecuador

Congreso "MOOC-MASSIVE OPEN ONLINE COURSES"

Instituto de Altos Estudios Nacionales - Ecuador
"CONGRESO MOOC IAEN"
Noviembre, 2014



CONGRESO:
"MOOC"
Quito - Ecuador

Taller "MOOC-MASSIVE OPEN ONLINE COURSES"

Instituto de Altos Estudios Nacionales - Ecuador
"TALLER DE ESTÁNDARES MOOC"
Noviembre, 2014



CONGRESO (UTC)
POENCIA
2017

VI CONGRESO INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN Y DISEÑO GRÁFICO (UTC)

Tema de ponencia:
"VITMAP" Software emulador para efectos de video con hardware táctil empleado en el video mapping digital.
Julio 2017. Libro de Memoria Científica ISBN: 978-9942-759-11-5



1er CONGRESO INTERNACIONAL DE DISEÑO (UTC)
PONENCIA Y TALLER
2018

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA (UTC)
2018

Gescultura

TALLER DE INVESTIGACIÓN GESCULTURA
2018

TERCER FESTIVAL CINE VOLCÁNICO (CUELLO DE LUNA)
2018



ZURICH CONSULTING GROUP
2018

Unach

2do ENCUENTRO DE COMUNICADORES Y PERIODISTAS - RIOBAMBA
2018



DEHUORG
2018

SID 10

SID 10 / ASOCIACIÓN DE INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR – ASIES EN ALIANZA CON LA UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA Y TECNOLÓGICA DE COLOMBIA
2018

SID 10

SID 10 / ASOCIACIÓN DE INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR – ASIES EN ALIANZA CON LA UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA Y TECNOLÓGICA DE COLOMBIA
2018

I CONGRESO INTERNACIONAL DE DISEÑO GRÁFICO (UTC)

Tema de la ponencia y del taller dictado:

Técnicas y herramientas que optimizan la creación de un videojuego. Enero 2018.

Libro de Memorias Científica: ISBN 978-9942-759-57-3

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA (UTC)

FERIA UT CIENCIAS

Enero 2018.

Código: 2770

TALLER PARA LA ELABORACIÓN DE DIAGNÓSTICOS COMUNITARIOS PARTICIPATIVOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN SOCIAL

UTC

Abril 2018.

TERCER FESTIVAL CINE VOLCÁNICO (CUELLO DE LUNA)

UTC

Julio 2018.

Código: 501-EDC-2018-03-14083

ASISTENTE:

CURSO DESARROLANDO IDEAS INNOVADORAS

ZURICH

Diciembre 2018.

ASISTENTE:

2do ENCUENTRO DE COMUNICADORES Y PERIODISTAS, QUE IMPULSARÁN EL DESARROLLO ECONÓMICO DEL CANTÓN RIOBAMBA.

UNACH

Octubre 2018.

ASISTENTE:

SEMINARIO - TALLER: GESTIÓN Y LIDERAZGO UNIVERSITARIO

Septiembre 2018.

PONENCIA:

ABALORIOS "ESTÉTICAS POPULARES DESDE EL DISEÑO"

Noviembre 2018.

Código: 501-EDC-2018-03-14083

AVAL DE OBRAS PROVENIENTES DE PROCESOS DE INVESTIGACIÓN, CREACIÓN EN ARTES ARQUITECTURA Y DISEÑO OTORGADO POR SID 10 COLOMBIA

Noviembre 2018.

Código: 501-EDC-2018-03-14083

PAPERS
2018

**TÉCNICA
EXPERIMENTAL:**
Dominio de Programas
hasta la actualidad

PUBLICACIÓN

Tema:
Medios de Interacción con aprendizaje cognitivo:
El Video Mapping DIGITAL Y MULTIMEDIA
Abril 2018

DOMINIO DE PROGRAMAS PARA DISEÑO Y PRODUCCIÓN MULTIMEDIA:

- Adobe Edge Animate
- Adobe An (Animate)
- Adobe Muse
- Adobe Photoshop
- Adobe Illustrator
- Adobe InDesign
- Adobe Premiere Pro
- Adobe After Effects
- Adobe Fireworks
- Adobe Dreamweaver
- Final Cut Pro
- Adobe Audition
- Brackets editor de código
- Mockups - Balsamiq
- Marvel apps
- Experience Design

Programas para Visuales y Video Mapping Digital:

- VDMX5
- Troikatronix / Isadora
- Resolume Arena/Avenue
- Modul 8
- Mad Mapper
- Proccesing (Basico)

IDIOMAS:

Castellano (Nativo)
Ingles (Intermedio)

C.I.: 0704346766

Solicitar referencias si es necesario.

Anexo 11: Hoja de vida de autor

	<h3>FORMACIÓN ACADÉMICA</h3> <hr/> <table border="0"> <tr> <td>QUITO</td> <td>BACHILLER GENERAL UNIFICADO</td> </tr> <tr> <td>2012 - 2017</td> <td>Colegio Nacional 11 de Marzo</td> </tr> <tr> <td>LATACUNGA</td> <td>LICENCIADO EN DISEÑO GRÁFICO (PROCESO)</td> </tr> <tr> <td>2018 - 2023</td> <td>Universidad Técnica de <u>Cotopaxi</u></td> </tr> </table>	QUITO	BACHILLER GENERAL UNIFICADO	2012 - 2017	Colegio Nacional 11 de Marzo	LATACUNGA	LICENCIADO EN DISEÑO GRÁFICO (PROCESO)	2018 - 2023	Universidad Técnica de <u>Cotopaxi</u>				
QUITO	BACHILLER GENERAL UNIFICADO												
2012 - 2017	Colegio Nacional 11 de Marzo												
LATACUNGA	LICENCIADO EN DISEÑO GRÁFICO (PROCESO)												
2018 - 2023	Universidad Técnica de <u>Cotopaxi</u>												
<h3>CONTACTO</h3> <hr/> <p>Evelyn Jasmin Arias Loor 175072039-1 0995977135 ariasevelyn072@gmail.com Ecuatoriana 23 años, soltera</p>	<h3>EXPERIENCIA</h3> <hr/> <table border="0"> <tr> <td>DISEÑADORA DE PLANOS DE MUEBLES</td> <td>CREAR SOLUCIONES</td> </tr> <tr> <td>2019 - 2021</td> <td>Diseñadora de planos 2D y 3D de muebles lineales</td> </tr> <tr> <td>COORDINADORA DE MESA</td> <td>CNE</td> </tr> <tr> <td>2021</td> <td>Coordinadora de mesa en las elecciones de febrero y abril</td> </tr> <tr> <td>PASANTE DE DISEÑO GRÁFICO</td> <td>KIKEVISIÓN TRAVEL GROUP</td> </tr> <tr> <td>2022</td> <td>Creación de artes gráficos, audiovisual, web, editorial y packaging</td> </tr> </table>	DISEÑADORA DE PLANOS DE MUEBLES	CREAR SOLUCIONES	2019 - 2021	Diseñadora de planos 2D y 3D de muebles lineales	COORDINADORA DE MESA	CNE	2021	Coordinadora de mesa en las elecciones de febrero y abril	PASANTE DE DISEÑO GRÁFICO	KIKEVISIÓN TRAVEL GROUP	2022	Creación de artes gráficos, audiovisual, web, editorial y packaging
DISEÑADORA DE PLANOS DE MUEBLES	CREAR SOLUCIONES												
2019 - 2021	Diseñadora de planos 2D y 3D de muebles lineales												
COORDINADORA DE MESA	CNE												
2021	Coordinadora de mesa en las elecciones de febrero y abril												
PASANTE DE DISEÑO GRÁFICO	KIKEVISIÓN TRAVEL GROUP												
2022	Creación de artes gráficos, audiovisual, web, editorial y packaging												
<h3>HABILIDADES</h3> <hr/> <p>Photoshop Illustrator Indesign After effects Autocad Autodesk Maya SketchUp</p>	<h3>REFERENCIA</h3> <hr/> <p>Patrido Arias Propietario de Crear soluciones Teléfono: 0992032903 Email: crearsoluciones2000@hotmail.com</p> <p>Yasmina Loor Teléfono: 0981467165 Email: yasminaloor73@hotmail.com</p>												
	<h3>CAPACITACIÓN</h3> <hr/> <table border="0"> <tr> <td>LATACUNGA</td> <td>II FESTIVAL INTERNACIONAL DE DISEÑO MULTIMEDIA TRANSISCOPIO MEDIA LAB</td> </tr> <tr> <td>24-26/ Abril/ 2019</td> <td>Universidad Técnica de Cotopaxi</td> </tr> <tr> <td>LATACUNGA</td> <td>METODOLOGÍAS DE USO ADECUADO DE REDES SOCIALES CON TÉCNICAS ENFOCADAS AL DISEÑO GRÁFICO</td> </tr> <tr> <td>4-6/ Septiembre/ 2020</td> <td>Fundación Coored capacitación de alto nivel</td> </tr> </table>	LATACUNGA	II FESTIVAL INTERNACIONAL DE DISEÑO MULTIMEDIA TRANSISCOPIO MEDIA LAB	24-26/ Abril/ 2019	Universidad Técnica de Cotopaxi	LATACUNGA	METODOLOGÍAS DE USO ADECUADO DE REDES SOCIALES CON TÉCNICAS ENFOCADAS AL DISEÑO GRÁFICO	4-6/ Septiembre/ 2020	Fundación Coored capacitación de alto nivel				
LATACUNGA	II FESTIVAL INTERNACIONAL DE DISEÑO MULTIMEDIA TRANSISCOPIO MEDIA LAB												
24-26/ Abril/ 2019	Universidad Técnica de Cotopaxi												
LATACUNGA	METODOLOGÍAS DE USO ADECUADO DE REDES SOCIALES CON TÉCNICAS ENFOCADAS AL DISEÑO GRÁFICO												
4-6/ Septiembre/ 2020	Fundación Coored capacitación de alto nivel												