



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS

**PROPUESTA DE DISEÑO DE UNA PÁGINA WEB PARA CONSORCIO
ALTAMIRA**

TESIS

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

LICENCIADO EN DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL

PRESENTA:

ALTAMIRANO ANIMA, ILIANA

ASESOR: SÁNCHEZ CASTILLO, ABEL

MÉXICO, D. F.

2007



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Propuesta de **Diseño**
De Una Página Web Para

Consorcio Altamira



AGRADECIMIENTOS

A mi madre, gracias por tenerme tanta paciencia, y por tu infinito amor, eres todo para mi, te amo.

Abuelita con todo mi cariño, te adoro por lo que eres, por lo que haz sido y por los consejos que me has dado.

L. Fernando, gracias por estar siempre ahí, tuyo es mi corazón.

Maribel, amiga querida, estarás siempre conmigo, esto es por ti.

Myri y Alma, chicas las adoro!! Por fin eh!!

A mi familia, tan distinta y a la vez tan igual a todas.

Y a todos los que de una u otra forma me han ayudado.

Introducción	6
---------------------	----------

CAPÍTULO I.

EMPRESA: CONSORCIO ALTAMIRA

1.1 Empresa y Consorcio (Conceptos)	12
1.1.1 Aspectos económicos	13
1.1.2 Aspectos técnicos	14
1.1.3 Aspectos jurídicos	14
1.1.4 Aspectos sociales	14
1.2 ¿Qué es Outsourcing?	15
1.2.1 Ventajas	16
1.2.2 Algunos casos	17
1.2.3 El proceso de Outsourcing	17
1.3 Empresa: Consorcio Altamira (CA)	18
1.3.1 Actividades y Funciones	19
1.3.2 Políticas Internas	20
1.3.3 Objetivos del Consorcio	20
1.3.4 Objetivos Específicos	21
1.3.5 Objetivos Derivados	21



CAPÍTULO II. INTERNET Y LAS PÁGINAS WEB

2.1 La Importancia de Internet y de las Páginas Web	24
2.1.1 Protocolos de Internet	25
2.1.2 El Hipertexto en la Web	26
2.1.3 Cómo funciona la Web	29
2.2 Las Páginas Web	31
2.3 Elementos de una Página Web	32
2.3.1 Texto	32
2.3.2 Imágenes	37
2.3.3 Animaciones	37
2.3.4 Audio y Video	38
2.3.5 Mapas Sensibles	39
2.3.6 Escenas de realidad virtual	39
2.3.7 Programas	40
2.3.8 Enlaces	40
2.4 Creación de Páginas Web	40
2.5 Contenedores	42
2.6 Interactividad	42
2.7 Diseño de la Interfaz	43



CAPÍTULO III. IMÁGENES EN LA WEB

3.1 Características de las Imágenes en la Web	46
3.2 Representación Digital de las Imágenes	46
3.3 Formatos de las Imágenes en la Web	47
3.3.1 Archivos GIF	48
3.3.2 Formatos Gráficos JPEG	49
3.3.3. Formatos Gráficos PNG	50
3.4 Profundidad de Color	51
3.5 Color RGB y Color Indexado	51



CAPÍTULO IV. MULTIMEDIA

4.1 La Multimedia	55
4.2 Los “media”	56
4.3 Formatos de Audio	58
4.4 Formatos de Video	60
4.5 Animaciones	61
4.5.1 Animaciones GIF	62
4.5.2 Animaciones Vectoriales	62
4.6 Mapas Sensibles	64



CAPITULO V.

PROPUESTA DE DISEÑO DE UNA PÁGINA WEB PARA CONSORCIO ALTAMIRA

5.1 Metodología	66
5.1.1 Delimitación del Problema	66
5.1.2 Objetivos	66
5.2 Diagrama de Navegación	67
5.3 Presentación de bocetos y composición del sitio	68
5.4 Elementos que componen al sitio	74
5.4.1 Imágenes	74
5.4.2 Texto	76
5.5 Presentación final de la Página de CA	78



CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES

6. 1 Conclusiones	85
6.2 Bibliografía	87

INTRODUCCIÓN



Introducción

Desde tiempos inmemorables, las imágenes nos han permitido conocer la vida y las costumbres de nuestros antepasados, me refiero con esto a las pinturas que se plasmaron tanto en las cuevas de Altamira, en Cantabria (España), como en las de Lascaux, (Francia), el estudio de estas creaciones artísticas nos permite entender como el ser humano ha intentado plasmar la relación con el mundo que lo rodeaba. Las pinturas rupestres pueden considerarse una de las primeras manifestaciones artísticas del hombre, tanto en el continente europeo como en el americano. Y es curioso cómo hoy en día se considera a estas pinturas como obras de arte siendo que para nuestros antepasados no era más que un ritual para facilitar la captura de las presas, ya que la representación pictórica significaba poseer también al animal en la realidad.

Con el pasar del tiempo hemos comprobado que las distintas manifestaciones del arte siempre han estado patentes en la vida del ser humano. La necesidad de expresión hace que, hasta hoy, una disciplina como lo es el diseño no pierda importancia, al contrario. Los diseñadores tenemos la tarea de producir y difundir mensajes, además de resolver problemas específicos de comunicación relativos tanto a productos como a conceptos o imágenes que cualquier organización, empresa o persona demande.

Este trabajo de tesis busca demostrar la importancia de su uso en una propuesta concreta de página Web para una empresa nueva, denominada: “Consortio Altamira” que incorpora los elementos originales de forma adecuada con los lineamientos del diseño. Todo esto porque en la actualidad las empresas incorporan cada vez en mayor medida los elementos del medio como el diseño y la comunicación visual, a los cuales siempre les ha preocupado la calidad para incrementar el impacto de los productos que quieren vender. Para lograrlo hoy, consideran dentro de sus gastos corrientes, un monto importante para el diseño e imagen de sus productos que garantice su permanencia en el mercado para que sea consumido hoy y por las futuras generaciones. Consortio Altamira pretende estos mismos propósitos de permanencia en el sector de mercado al que se dirige.

Para cumplir con tal cometido, el trabajo se divide en cinco capítulos.

En el primer capítulo se presentan los elementos conceptuales que hacen referencia al significado de empresa y consorcio para ubicar las diferencias y especificidades de cada concepto y justificar el nombre de Consorcio Altamira. Se enumeran los diferentes aspectos a tomar en cuenta para la creación de cualquier tipo de empresa. También se incluye el concepto de “outsourcing” porque es muy parecido al de Consorcio y era necesario precisar las diferencias. Doy a conocer las ventajas “teóricas” del uso de este nuevo servicio y algunos ejemplos que permiten apreciar como empresas de renombre han recurrido al outsourcing para incrementar sus ventas. Este capítulo se cierra presentando a la empresa en cuestión, las actividades, funciones, políticas internas y objetivos del Consorcio Altamira.

Por su parte, el capítulo dos hace referencia a la importancia de Internet en la difusión de las páginas Web, su desarrollo a lo largo del tiempo, los cambios y avances en la tecnología, los protocolos que la rigen, el lenguaje que se usa, etc. A su vez, en este capítulo se explican todos los elementos que se deben tomar en cuenta para la creación de las páginas, la interactividad que debe de existir en ellas para lo cual es necesario conocer la interfaz gráfica de usuario, qué es? Y cómo hacer uso de ella de manera adecuada para lograr la satisfacción del cliente y de nosotros mismos.

El capítulo tres, habla sobre la importancia de las imágenes en el mundo actual ya que estamos rodeados de ellas, y su uso dentro de las páginas web, ya que cada una presenta ciertos atributos determinados y se muestran de manera distinta, conoceremos el modo gráfico, que es la manera en que se obtienen, es decir, las características que se presentan al guardarse, dando lugar a más de 20 formatos gráficos. Además, se hace mención del uso del color en las imágenes, ya que es de lo más habitual y de la diferencia que existe entre color RGB y color indexado.

El capítulo cuatro contiene los elementos multimedia que le dan realce a las páginas, como son el audio, el video, las animaciones, los mapas sensibles, entre muchos otros, pero para lo cual es indispensable conocer las características de cada uno de ellos para no provocar que nuestra página se vuelva lenta y saturada de éstos. Colocar con medida y buen gusto dejarán un agradable sabor de boca a los usuarios que visiten nuestro sitio.

Por último, en el capítulo cinco y no por eso menos importante presento el proyecto que realicé para la empresa en cuestión, cómo lo hice, los contratiempos que siempre se presentan en el desarrollo de un sitio Web, los primeros bocetos, la tipografía, los colores empresariales y en sí trato de poner en práctica la teoría y conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera para un buen fin. Finalizando con la presentación del proyecto en sí. En la presente tesis se anexa un cd con la página Web de Consorcio Altamira para que pueda ser vista por los alumnos y de ella tomen lo que les sea útil, así como de cualquier persona que se dedique al diseño o no, pero que, de igual manera pueda serle de utilidad.

Concluyendo que la riqueza de un trabajo como el que se esta presentando en esta ocasión radica en hacer patentes los contenidos de algunas asignaturas del plan de estudios de la licenciatura de diseño y comunicación visual desde la idea del proyecto hasta hacerlo realidad con la puesta en marcha del Consorcio, el cual esta funcionando con éxito en la actualidad.



CAPÍTULO I. EMPRESA Y CONSORCIO (Conceptos)



CAPÍTULO I

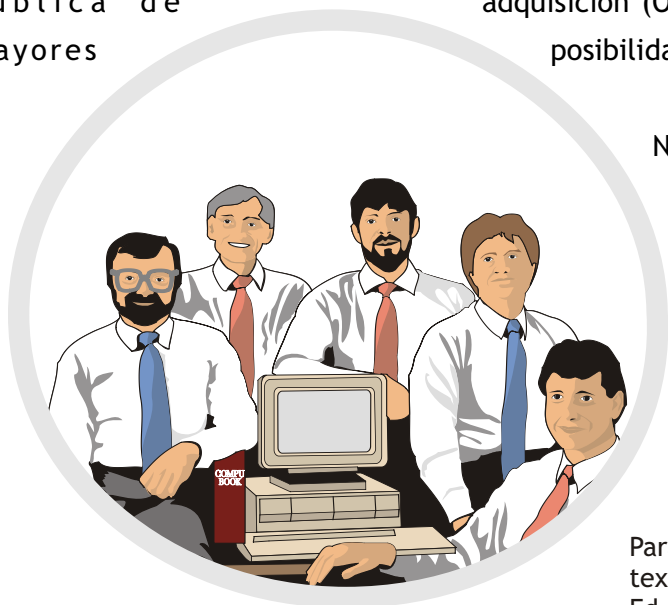
EMPRESA: CONSORCIO ALTAMIRA

1.1 Empresa y Consorcio (Conceptos)

Cuando tomamos el concepto de **empresa** encontramos una serie de definiciones que describen la finalidad y objetivo de su creación. Nosotros decidimos seleccionar aquella que la entiende o identifica como un organismo o entidad que tiene como principal función la de producir bienes y/o prestar servicios que satisfagan las necesidades de una Comunidad.

A diferencia de una empresa, **un consorcio** es un acuerdo al que llegan varias empresas o compañías para realizar en conjunto una determinada actividad.

Por lo general, las empresas se asocian para realizar proyectos a gran escala porque juntas reúnen diferentes capacidades para realizar todo tipo de tareas que demanden quien requiera sus servicios. Generalmente son los grandes proyectos de infraestructura los que requieren de contratar este tipo de organizaciones. Por ejemplo cuando se realiza una oferta pública de adquisición (OPA) las empresas se asocian formando un consorcio para tener mayores posibilidades de ser contratadas.



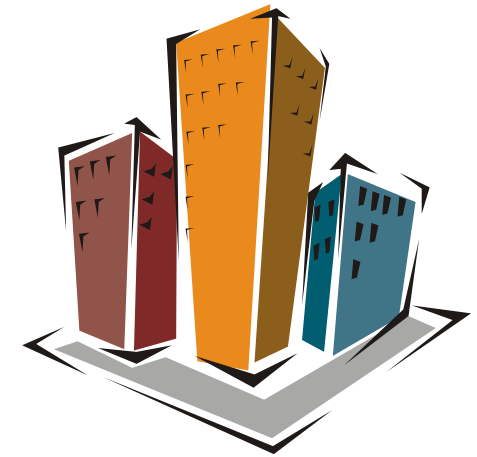
Nuestro trabajo -dado que involucra la constitución de un Consorcio-, considera fundamental el entendimiento de este concepto para definir los objetivos que justificaran su nacimiento. No obstante las razones específicas del Consorcio Altamira, la creación de cualquier tipo de empresa implica observar ciertos aspectos como los que a continuación se enumeran:

Para la redacción de este capítulo fue de gran utilidad la consulta del texto de García Martínez José (1991), Fundamentos de Administración, Ed. Trillas, México, p.p. 41-57.

1.1.1 Aspectos Económicos:

La creación y puesta en marcha de una empresa necesita de poner en funcionamiento una serie de recursos que generalmente son denominados físicos y humanos. Por físicos entendemos los edificios, las instalaciones de todo tipo, como las eléctricas, la maquinaria, etc.) Y el recurso humano es el trabajo físico e intelectual que se contrata para llevar a cabo todas las funciones que tengan que ver con el proceso productivo de la empresa.

La adquisición de dichos recursos es contabilizada como la **INVERSIÓN** de la empresa.



La inversión en el caso que nos ocupa es la conjunción de las capacidades y experiencia de sus creadoras. La directora tiene la formación de Contadora y una experiencia acumulada en la venta de los servicios que el Consorcio busca ofrecer y la Gerente de Ventas es una diseñadora que aportó sus conocimientos para proyectar el Consorcio creando una página Web y el logo que identificaran a Consorcio Altamira en el mercado donde busca colocarse.

Es importante dejar claro desde ahora que los retos a los que debe enfrentarse un diseñador, derivan de las necesidades de los clientes, a los cuales debe proponer, mediante el diseño, las soluciones que resuelvan de la mejor manera el logro de sus objetivos.

Cuando no se cuenta con el capital necesario para poner en funcionamiento una empresa, se recurre a la búsqueda de financiamiento a través de la Banca, no obstante, esta decisión conlleva compromisos que se establecen y que deben cumplirse en tiempo y forma. De optar por esta circunstancia, nace uno de los aspectos más relevantes de la actividad empresarial: el **RIESGO** ya que al no poder devolver los capitales recibidos en préstamo se coloca en la posibilidad de perder el capital propio aportado a la empresa. En el caso que nos ocupa no se recurrió a este rubro porque el capital inicial lo aportaron en forma proporcional las creadoras del proyecto, razón por la cual el factor de riesgo al que se alude es casi nulo.

Asimismo, se proyectó que el **BENEFICIO ECONÓMICO** que se obtenga en la prestación del servicio del Consorcio Altamira compense con creces la inversión realizada en un periodo a más tardar de 2 a 3 años. Los tiempos de arranque y maduración del proyecto lo definió el estudio de mercado que se realizó para poner en marcha el proyecto.

1.1.2 Aspectos Técnicos:

a) Para la realización de las actividades de una empresa específica se requiere de la utilización de unos conocimientos igualmente específicos sobre dicha actividad, además de procurar llevarla a cabo no sólo en forma eficaz, sino también eficiente.

b) Consorcio Altamira es una empresa cuya principal actividad es realizada por sus creadoras que ofrecen un paquete de servicio que incluye la posibilidad de contratar además de los salones, servicios contables y de diseño gráfico.

1.1.3 Aspecto Jurídico:

El Consorcio al constituirse como una Sociedad Mercantil debe considerar todo el marco jurídico que implica la adquisición de una personalidad jurídica, con lo cual pasa a ser un sujeto de Derecho que especifica las responsabilidades de sus integrantes.

1.1.4 Aspectos Sociales:

Una empresa tiene sentido social mientras que su principal objetivo sea el de *satisfacer de la manera más conveniente, alguna o más de las necesidades* de un colectivo de consumidores.

Los consumidores o clientes potenciales, se identifican en función de los objetivos de actividad que realiza la misma empresa, los cuales podrán ser no sólo dirigidos para el consumo de individuos sino incluso otras empresas o distintos organismos estatales.

El Consorcio Altamira contempla como clientes potenciales tanto a empresas como a individuos.

Además del libro de Camus M. Guillermo de Jesús (2001), Administración Integral de la Empresa, Ed. Trillas, México. Y de Laburu Ochoa Carlos, Economía y Administración de Empresas, Ed. Donostiarra, San Sebastian, España, p.p.17-21.

Toda empresa contribuye o debe contribuir a la *creación de riqueza* en el país que reside a través de ejercer determinadas funciones como las siguientes:

- 1) El pago de sueldos y salarios genera un determinado nivel de bienestar para sus trabajadores, con los cuales pueden desplegar determinada capacidad de consumo de los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado.
- 2) Consumiendo ella misma bienes y servicios que ofrecen otras empresas que pueden estar ubicadas tanto en el país como en el extranjero, generando así una corriente de ingresos para las empresas proveedoras.
- 3) El pago de impuestos contribuye al financiamiento del Estado en sus diferentes niveles de administración (de actividades económicas, de valor agregado, cotizaciones sociales por cuenta de sus empleados, etc.).

Nuestro Consorcio, igual que cualquier empresa, debe cumplir con estos aspectos que hacen de ésta una empresa no solo comprometida con la sociedad sino responsable de ofrecer servicios de calidad que la posicionen en el largo plazo por el cumplimiento de toda la normatividad en los servicios que se ofrecen.



Otro concepto que en la actualidad puede considerarse como sinónimo de Consorcio es lo que se denomina Outsourcing, por ello incorporamos en este trabajo una síntesis de su significado.

1.2 ¿Qué es Outsourcing?

El nacimiento de este concepto se justifica en la necesidad que tienen las empresas de encontrar servicios cada vez más especializados. El **concepto de outsourcing** se designa a la prestación de servicios por parte de empresas externas a las cuales se encarga el desarrollo de actividades específicas llevadas a cabo fuera de la organización. De esta manera, las **empresas pueden centrarse en lo que mejor saben hacer**, poniendo por tanto toda su atención y sus recursos. Obviamente, las actividades que llevan a cabo las empresas externas son aquellas que no son estratégicas para su negocio y no se tienen especiales capacidades en ellas.

Referencias Electrónicas: <http://www.outsourcing-faq.com/html>, www.monografías.com/trabajos10/outso/, <http://es.wikipedia.org/wiki/subcontratacion>.

De hecho, más allá del outsourcing como externalización de determinadas actividades, aparece el concepto de **transformación de los procesos de negocio apoyándose en el outsourcing**. Partiendo de la gestión/reingeniería de procesos, se integra el concepto de outsourcing para la mejora radical de los procesos en los que internamente no se tengan especiales capacidades.

1.2.1 Ventajas

Entre las ventajas "teóricas" del outsourcing se encuentran:

Reducción de costes. Va a depender de cada caso en particular. El Instituto de Outsourcing (OI) por sus siglas en inglés, es una asociación profesional neutral que está dedicada solamente al outsourcing, realizó un estudio el cual encontró que las compañías redujeron costes en un 90%. Para un análisis es indispensable tener perfectamente definida la estructura de costes así como el impacto de las distintas decisiones posibles en dicha estructura.

Mejorar la **flexibilidad** y tener más capacidad de adaptación al cliente ya que **evita inversiones en áreas no estratégicas**. Estas inversiones las soporta la empresa que presta el servicio de outsourcing.

Tener un **mayor control**. En este sentido, en función del acuerdo alcanzado, puede convertirse en mayor control sobre costes, plazos, calidades, etc.

Reducir el "**tiempo para comercializar**". O lo que es lo mismo, reducir el time to market.

Mejorar la **rentabilidad sobre activos**. Es decir, aprovechar al máximo todos los recursos para mejorar costos.

Pero es claro que en función de cada caso concreto, unas u otras ventajas serán más o menos ciertas e importantes.



1.2.2 Algunos casos

Existen multitud de casos de uso del outsourcing, tanto grandes multinacionales como Pequeñas y Medianas Empresas (PYMEs). A continuación mencionamos algunos ejemplos.

Un ejemplo típico y muy importante es el del sector de la automoción: dos terceras partes de la industria americana de la automoción reside en los proveedores. Por ejemplo Ford prefiere subcontratar muchos de los productos y servicios que necesita debido a que no es altamente competitivo en esas actividades. De esta manera, tiene mayor control y flexibilidad para dedicarse de lleno en lo que sí sabe hacer, que son autos.



Otro ejemplo es el de Kodak que hace más de una década que externaliza toda su función de tecnologías de la información en un contrato de 10 años y de 10 millones de dólares. ¿Por qué hace esto Kodak? Simplemente porque el negocio en el que realmente Kodak es competitivo es la imagen, es la fotografía, pero no las tecnologías de la información. Entonces, ¿para qué destinar recursos en ese sentido? ¿no será mucho mejor contratar a verdaderos especialistas en esa área cuya experiencia y conocimiento les haga tener una mejor relación: calidad-precio-servicio?. Kodak ha entendido claramente las posibilidades del outsourcing.



1.2.3 El proceso de Outsourcing

Tras haber comentado las ventajas del *outsourcing*, pasemos a revisar los **aspectos prácticos** para su aplicación. Lo primero a tener en cuenta es que antes de tomar una decisión tan importante como esta hay que analizarla tanto en el corto, como en el medio, como en el largo plazo, por lo que tener una estrategia claramente definida ayudará en el proceso de desarrollo de cualquier proyecto.

En la parte que sigue y con el auxilio de esta parte conceptual definimos la razón de ser de nuestro Consorcio. En adelante me referiré al mismo como CA para no repetir constantemente el nombre.

1.3 Empresa: Consorcio Altamira (CA)

Consortio Altamira nace con la finalidad de atender las necesidades de un segmento de la sociedad que busque un servicio de alta calidad. Nuestro Consorcio ofrece sus servicios básicamente en tres campos, a saber:

- 1) organización de eventos sociales,
- 2) todo sobre diseño gráfico y creación de páginas Web y
- 3) asesoría contable.

Para atender las demandas en cualquiera de estos campos se cuenta con el capital humano y material requerido en cada caso, poniendo especial énfasis en el punto 1, sin dejar de lado los otros dos. A continuación se da una explicación a esto.

Consortio Altamira es un equipo de Consultoría y Asesoría, que ofrece la posibilidad de comercializar servicios con una red de personal especializado, en función de las características de los mismos y del canal de venta.

Consortio Altamira también aporta a cada empresa una estructura comercial externa formada por Director General, Gerentes de Ventas y Promotores involucrados en la consecución de los objetivos de mercado.

La fuente de ingresos de Consortio Altamira es la venta de eventos a salones de fiestas, se manejan de distintas categorías para poder acceder al público en general, dependiendo la necesidad y el tipo de evento que busquen, de esta forma nos convertimos en el apoyo principal para los salones incrementando sus ventas, uno más de los beneficios que ellos tienen es el obtener que se propague su marca abriendo así el mercado en desarrollo, hacia ellos, logrando y manteniendo una estandarización y posicionamiento en banquetes.

Aunado a esto, se ofrecen los servicios de diseño gráfico y de asesoría contable, en las visitas a las escuelas se proporciona a los alumnos información más detallada al respecto, además de la dirección electrónica de la página Web de CA, para que ellos la visiten y vean los otros servicios que ofrece este Consorcio. Cuenta con sus políticas internas, así mismo con sus áreas establecidas para un mejor desempeño.

1.3.1 Actividades y Funciones

Para atender la demanda de organización de eventos el CA realiza una serie de actividades que pueden describirse como:

1. Hacer una selección de salones para eventos con características diferentes para que los clientes tengan una gama amplia de opciones que elegirán de acuerdo a sus necesidades. Una vez que se tiene el listado de los salones se hace una especie de directorio para hacer el contacto y solicitar una cita.
2. Agendada la cita, se acude a cada uno de los salones y se les hace una presentación sintética de la razón de ser del CA. Terminada la presentación se intercambian impresiones buscando ser contratados por el salón para que el Consorcio ofrezca los servicios que ellos decidan.
3. Sí el salón accede contratar al CA, debe proporcionar toda la información para venderlo aportando al CA la especificidad de paquetes de graduación, costos, fotografías, folletos y carteles que ellos usen como publicidad.
4. Ya que se cuenta con una cartera suficiente de salones, se procede a buscar escuelas. Igualmente se realizarán llamadas telefónicas para hablar con los responsables del área de Difusión Cultural y/o del área de promociones, a ellos se les hablará de los servicios que ofrece CA, para finalmente conocer los requisitos que pide cada Universidad para poder acceder a sus instalaciones y así promover la venta del banquete con los alumnos.
5. Sí la escuela autoriza, el paso siguiente será colocar un stand representativo en el cual se tendrá una carpeta con información de los paquetes de graduación, los costos y sus variables de acuerdo a las personas y al día elegido, un cartel promocionando a los salones y folletería para el alumno.
6. Una vez que los alumnos se interesaron por un salón, lo siguiente será concretar una fecha y elegir a un responsable de grupo, para que en las visitas siguientes el CA se dirija a él para los acuerdos y dudas que pueden irse dando a lo largo del convenio así como los pagos correspondientes para la liquidación total del evento.

7. En dado caso que el salón ofrezca el desayuno o la degustación del menú se le comunicará al responsable y éste elegirá a 5 personas más, para ultimar los detalles del menú definitivo.

1.3.2 Políticas Internas:

Es responsabilidad de **CA** vigilar la elaboración de procedimientos para el plan de trabajo a seguir.

Es responsabilidad de **CA** manejar la información interna de los clientes de manera discreta y confidencial.

Es responsabilidad de **CA** mantener los procedimientos de las actividades en desarrollo y reformarlas una vez al año.

Es responsabilidad del área comercial establecer y coordinar la fuerza de ventas en cada lugar establecido.

Es responsabilidad de **CA** mantener la eficiencia y motivar el trabajo en equipo, entre promotores y gerentes de ventas.

Es responsabilidad de **CA** establecer el compromiso hacia el trabajo.

Es responsabilidad del Director General coordinar y delegar funciones al personal responsable de cada área.

Es responsabilidad del área comercial establecer que el vendedor maneje sus propias ventas.

Es responsabilidad del área de publicidad establecer el manejo adecuado del equipo de trabajo (stand, folletos, boletos, mamparas etc.)

1.3.3 Objetivos del Consorcio:

Objetivo Principal: Crear un prestigio en función de la calidad de los servicios ofrecidos y mantenerlo.

1.3.4 Objetivos Específicos:

- 1.- Promocionar una gama de salones que el destinatario pueda elegir en función de sus necesidades (tamaño, precio y calidad).
- 2.- Hacer paquetes para abaratar costos en función de necesidades específicas solicitadas por los grupos a quienes se les dará el servicio.
- 3.- Aumentar la eficiencia y productividad de quien opte por nuestros servicios al delegarlos hacia servicios profesionales específicos.



1.3.5 Objetivos Derivados:

- 1.- Lograr que el equipo de Consultoría y Asesoría sea contratado para llevar los estados financieros de los salones.
- 2.- Promover que las empresas que contraten nuestros servicios se decidan por incorporar la nueva tecnología para la creación de sus páginas Web, además del diseño de logotipos, elaboración de trípticos, catálogos, etc.

En la actualidad la contratación externa es cada vez más demandada porque conlleva una serie de ventajas como el ahorro en la contratación de personal y la capacitación del mismo, encargándose de ello la empresa contratada.

La seriedad del servicio ofrecido quedará corroborada con la firma de un convenio que se firmará de común acuerdo al momento de contratarnos donde la empresa pagará el 50%. El resto será cubierto al finalizar el trabajo en los términos acordados quedando ellos plenamente satisfechos de nuestra labor.

El comienzo en algo, sea esto un nuevo trabajo, un deporte, un traspaso o un negocio, como es este el caso, conlleva una serie de riesgos que será necesario afrontar, ¿por qué? Porque esto nos traerá una serie de satisfacciones a largo plazo y nos hará sentir mejor con nosotros mismos y con la sociedad de la cual formamos parte.

Consortio Altamira es un ejemplo claro de lo que mencioné, implica muchos riesgos pero también pone a prueba los conocimientos de ambas creadoras, que hasta ahora han pasado con éxito las pruebas que se les han puesto enfrente. Y pienso que ha sido así ya que se hizo un trabajo previo de investigación para saber todo lo referente al inicio de un nuevo proyecto, sirva este capítulo de ejemplo de lo que estoy hablando.

Quise poner énfasis en el significado de la palabra “outsourcing” porque no es del todo conocido en nuestro país, y lo hice porque nuestro Consortio forma parte del mismo, y da este servicio a los salones y a los alumnos que están a punto de graduarse.



CAPÍTULO II INTERNET Y LAS PÁGINAS WEB



CAPÍTULO II. INTERNET Y LAS PÁGINAS WEB

2.1 La Importancia de Internet y de las Páginas Web¹

En la actualidad *Internet* -también conocida como la red de redes- por ser un sistema mundial de redes de computadoras interconectadas, significa un medio realmente maravilloso para obtener información de todo tipo de temas que a alguien se le ocurra consultar a cualquier hora del día y sin necesidad de salir de casa, si se cuenta con este medio entonces se podrán conocer las noticias de última hora, ver los horarios de los estrenos de cine, visitar lugares lejanos, recorrer museos virtuales, reservar boletos de avión, contactar con personas de todo el mundo o comprar cualquier cosa.



Poder realizar todas estas actividades se debe a que la información disponible en *Internet* es casi ilimitada y cada día se incrementa más. Al principio las empresas vieron en *Internet* uno de los medios más adecuados para anunciarse pero hoy en día la usan para atender a sus clientes y ofrecer sus productos. Otras instituciones tanto públicas como privadas dan a conocer sus actividades por este medio y publican una serie de datos que informan de forma general o de temas

Sin embargo, para que la información que se encuentra en *Internet* resulte realmente útil es imprescindible que el acceso sea fácil, de manera que cualquier persona pueda encontrar y utilizar la información que desea sin la necesidad de estudios específicos para poder conectarse, esta maravilla hoy es posible gracias a *Internet*.

Al contrario de lo que se piensa comúnmente, *Internet* no es sinónimo de World Wide Web. Ésta es parte de aquella, siendo la World Wide Web uno de los muchos servicios ofertados en la red *Internet*. La Web es un sistema de información mucho más reciente (1995) que emplea *Internet* como medio de transmisión.

¹ Para la redacción de este capítulo fue de gran utilidad la consulta del texto de GONZALEZ Romano J. Mariano, Diseño de Páginas Web. Iniciación y Referencia, Editorial McGraw Hill, España, 2001.

2.1.1 Protocolos de Internet

Físicamente, Internet² es una red compuesta por miles de redes independientes pertenecientes a Instituciones Públicas, Centros de Investigación, Empresas Privadas y otras Organizaciones. Estas redes comparten unas normas que aseguran la comunicación entre ellas. A estas normas se les conoce como “los protocolos³ de Internet”. En ocasiones se la denomina “conjunto de protocolos TCP/IP”, en referencia a los dos protocolos más importantes que la componen: Protocolo de Control de Transmisión (TCP) y Protocolo de Internet (IP), que fueron los dos primeros en definirse, y que son los más utilizados de la familia. El TCP/IP es la base de Internet, y sirve para enlazar computadoras que utilizan diferentes sistemas operativos, incluyendo las PC'S, las minicomputadoras y computadoras centrales sobre redes de área local (LAN) y área extensa (WAN).

Existen tantos protocolos que llegan a ser más de 100 diferentes, entre ellos se encuentran:

FTP (File Transfer Protocol) es el ideal para la transferencia de grandes bloques de datos por la red. **POP** (Post Office Protocol) y **SMTP** (Simple Mail Transfer Protocol), para el envío y recepción de correo electrónico, **TELNET** (para la conexión con terminales remotos), **GOPHER**, que es un servicio de Internet consistente en el acceso a la información a través de menús, **WAIS** (Wide Area Information Server) es un software comercial que permite asignar categorías a grandes cantidades de información para después poder tener acceso con índices de información en Internet. Su principal característica es que los resultados de búsqueda se dan por orden de importancia del más acertado al menor. Y **HTTP** (para el acceso de servidores de información).

El protocolo **HTTP** (Hiper Text Transfer Protocol) es el sustento de la World Wide Web abreviada como **WWW** y conocida como **Web**⁴ la cual facilita el acceso a través de una interfaz basada en el hipertexto⁵.

2 Toma su nombre de las primeras sílabas de su significado en inglés: **inter**connected **net**work.

3 Un protocolo es un conjunto de normas que permite el intercambio de información entre máquinas de diversos tipos conectadas entre sí.

4 La Web es un sistema que facilita el acceso a los distintos recursos que ofrece Internet a través de una interfaz común basada en el hipertexto. Se ha hecho enormemente popular con la aparición de unos programas dotados de interfaces gráficas que permiten a cualquier persona acceder a los documentos de la red. Comúnmente son conocidos como navegadores.

5 El hipertexto es un texto con enlaces.

2.1.2 El Hipertexto en la Web

El concepto hipertexto fue retomado por Ted Nelson en 1965, ya que sus orígenes se remontan al año de 1945 cuando Vannevar Bush propuso un sistema, basado en la idea de una biblioteca automatizada en la cual poder almacenar, todo tipo de información con enlaces que permitieran “saltar” de una página a otra automáticamente. Este sistema nunca llegó a construirse.

De esta forma el hipertexto significa ampliar el concepto de texto permitiendo enlazar unos documentos con otros ubicados posiblemente en lugares lejanos logrando con ello que aparezcan como una unidad.

Los nexos entre las partes de un documento de hipertexto se establecen por medio de *anclas* y *enlaces*.

La idea de los enlaces está ya presente en la mayoría de los documentos que se utilizan a diario: índices, tablas de contenidos, pies de página, referencias bibliográficas.

La diferencia con los documentos de hipertexto basados en computadoras es que los saltos a estos enlaces se realizan automáticamente y funcionan de la misma manera tanto si se refieren al propio documento como a documentos externos. De hecho el lector no aprecia esta diferencia.

Con el desarrollo de Internet el hipertexto da un gran salto, ya que un documento puede estar físicamente distribuido en distintas máquinas conectadas entre sí. Esta es la idea que da origen a la Web.

6 Llamado Memex (de **memory** **extender**).

7 Básicamente en microfilms.

8 Un **ancla** es un fragmento de información dentro de un documento al que se asocia un enlace. Puede ser una palabra, frase o párrafo completo.

9 Un **enlace** es una referencia o puntero a otro fragmento de información. Debe contener toda la información necesaria para acceder al fragmento enlazado: su nombre, ubicación y mecanismo de acceso (protocolo).

Tim Berners-Lee ¹⁰ en 1989 combinó dos tecnologías ya existentes: el hipertexto y el protocolo con una propuesta de gestión de la información para distribuirla por medio de un sistema de hipertexto en el Laboratorio Europeo de Física de Partículas (CERN). Este Laboratorio en 1991 de la mano de su creador Berners-Lee lanzó la www, tras la experiencia en el ámbito interno.



Dos años más tarde en el Centro Nacional de Aplicaciones de Supercomputación, Marc Andreessen en colaboración con Eric Bina diseñó el primer navegador de Internet: Mosaic, un prototipo de navegador de Internet que permite pasar de una página a otra haciendo clic en el puntero del ratón sobre una serie de iconos (“flecha adelante”, “flecha atrás” y “casa”). En enero de 1997 se abandonó oficialmente el desarrollo de este navegador, no obstante fue la base para las primeras versiones de Mozilla y Spyglass (más tarde adquirido por Microsoft y renombrado Internet Explorer).

Logo Mozilla



MARC ANDRESSEN



Logo Internet Explorer

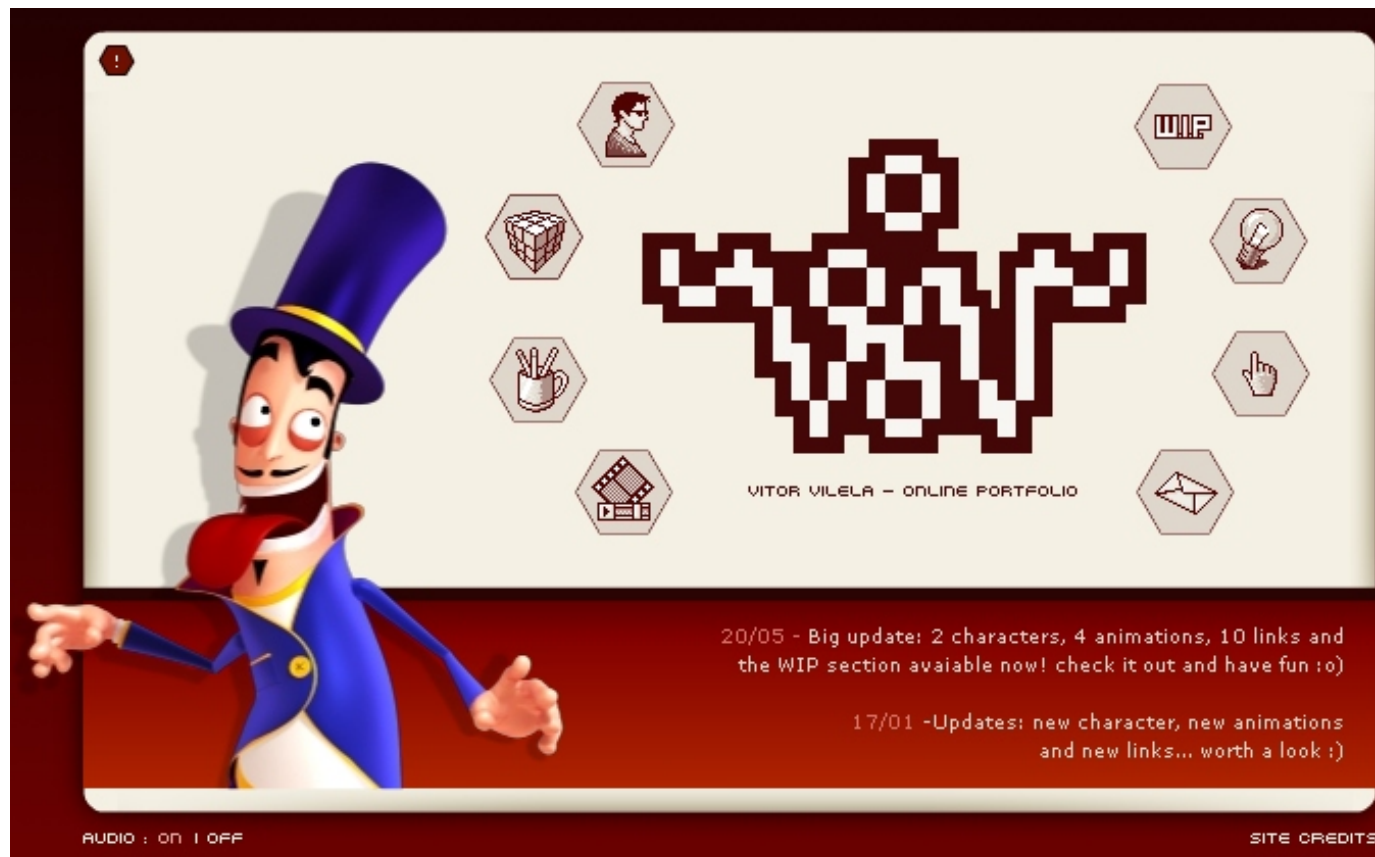


¹⁰ Un físico británico que trabajaba en el CERN, el laboratorio de Física situado en las afueras de Ginebra).

¹¹ Es un organismo estadounidense relacionado con la investigación en el campo de la informática y las telecomunicaciones.

Para escribir los documentos que forman parte de la Web se requiere de un protocolo específico: es el Hypertext Markup Language (HTML). Sin embargo, es posible acceder a documentos de otros formatos sin necesidad de reescribirlos gracias a las funcionalidades incorporadas por los navegadores.

La Web no sólo se limita a presentar textos y enlaces, también ofrece imágenes, videos, sonido y todo tipo de presentaciones, con lo cual se ha convertido en el servicio con mayores posibilidades en medios que tiene *Internet*. A este conjunto de posibilidades se le denomina **hipermedia**.



12 Es la síntesis de un **hipertexto** multimedial.

Arriba: pagina del diseñador **Vitor Vilela**.

[Http://www.vitorvilela.com.br](http://www.vitorvilela.com.br). Contiene elementos hipermedia.

En un documento hipertexto no sólo hay que indicar los enlaces entre las partes del documento es necesario también proporcionar las relaciones temporales entre ellas, es decir, debe haber sincronización.

Por Web se pueden entender tres cosas distintas: el proyecto inicial del CERN, el conjunto de protocolos desarrollados en el proyecto o el espacio de información formado por todos los servidores interconectados (el denominado “hiperespacio”); cuando se habla de la Web habitualmente se hace referencia a esto último.

El elemento básico de la Web es la página web, un documento que contiene enlaces de hipertexto a otros documentos relacionados que pueden estar localizados en la propia máquina o en máquinas remotas. De esta forma, siguiendo los enlaces se puede navegar por la red visitando páginas ubicadas en distintos lugares como si formaran una unidad.

2.1.3 Cómo Funciona La Web

La Web funciona siguiendo el llamado modelo cliente-servidor, donde el servidor presta el servicio y el cliente lo recibe. Normalmente el cliente Web es un programa con el que el usuario interactúa para solicitar a un servidor Web el envío de páginas de información, las cuales se transfieren mediante el protocolo HTTP. Las páginas que se reciben son documentos de texto codificados en un lenguaje HTML. El cliente Web debe interpretar estos documentos para mostrárselos al usuario en el formato adecuado.

Cuando lo que se recibe no es un documento de texto sino un objeto multimedia (video, sonido, etc.) el cliente Web debe activar una aplicación externa capaz de gestionarlo.

Entre los clientes Web (también conocidos como visualizadores o navegadores) más usuales están el Netscape Navigator y el Microsoft Internet Explorer.

El servidor Web es un programa que está permanentemente atendiendo las peticiones de conexión de los clientes mediante el protocolo HTTP. Funciona de la siguiente manera: si encuentra en su sistema de ficheros el documento HTML solicitado por el cliente, lo envía y cierra la conexión; en caso contrario, envía un código de error. También se ocupa de controlar los aspectos de seguridad, comprobando si el usuario tiene acceso a los documentos.

El servidor Web es un programa que está permanentemente atendiendo las peticiones de conexión de los clientes mediante el protocolo HTTP. Funciona de la siguiente manera: si encuentra en su sistema de ficheros el documento HTML solicitado por el cliente, lo envía y cierra la conexión; en caso contrario, envía un código de error. También se ocupa de controlar los aspectos de seguridad, comprobando si el usuario tiene acceso a los documentos.

Es importante mencionar que se establece una conexión independiente para cada documento u objeto que se transmite, es decir, si una página contiene cinco imágenes, entonces se establecen seis conexiones independientes: una para la página propiamente dicha y otras cinco para las imágenes, por el peso de lo solicitado no es recomendable colocar demasiados objetos en una misma página ya que el tiempo de carga será más lento.



Servidor no encontrado

Firefox no puede encontrar el servidor en `www.poserdecuriouslabs.com`.

- Compruebe que no ha cometido errores al escribir la dirección, como `ww.example.com` en lugar de `www.example.com`
- Si no puede cargar ninguna página, compruebe la conexión de red de su ordenador.
- Si su ordenador o su red están protegidos por un cortafuegos o un proxy, cerciórese de que se le permite acceder a la Web con Firefox.

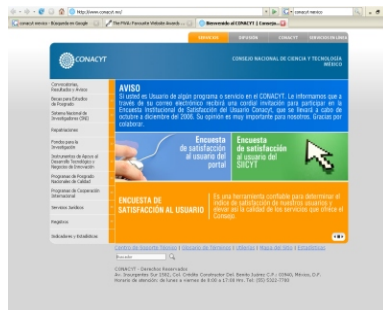
Reintentar

Arriba: ejemplo de código de error.

2.2 LAS PÁGINAS WEB

La información y análisis que hemos hecho hasta ahora nos permite constatar la importancia de Internet para la difusión de las páginas Web que en esencia son los documentos con los que se construye la Web, además del medio por el cual se representa todo tipo de información. Tanto las propias páginas Web como los elementos que contienen se almacenan en un servidor que pone su contenido a disposición de cualquier computadora conectada a la red. Cada uno de estos elementos se identifica mediante una dirección única, ésta se conoce con el nombre de URL¹³ y, por norma general, tiene un formato similar al siguiente:

Protocolo://tipo_servicio.servidor.dominio/carpeta/archivo



Por sus características las páginas Web representan un medio excelente para la publicación de información multimedia en Internet. Sin embargo, su uso no está restringido a la red. Las páginas se pueden visualizar localmente sin la necesidad de estar conectado, basta con disponer de un navegador, que como ya se comentó es ya un componente fijo en cualquier sistema.

Por todo esto, las páginas Web se pueden considerar como una herramienta para la creación de publicaciones multimedia, con la ventaja añadida de sus posibilidades para la publicación en la red.

Por su importancia, en la parte que sigue se describe en detalle cada uno de los elementos que componen una página Web.

¹³ Por sus siglas en ingles: Uniform Resource Locutor.

Arriba: ejemplo de página web. [Http://www.conacyt.mx/](http://www.conacyt.mx/)

2.3 Elementos de una Página Web

Los más habituales son los siguientes:

- 2.3.1 Texto
- 2.3.2 Imágenes
- 2.3.3 Animaciones
- 2.3.4 Audio y video
- 2.3.5 Mapas sensibles
- 2.3.6 Escenas de realidad virtual
- 2.3.7 Programas
- 2.3.8 Enlaces

El **texto** puede aparecer en forma de párrafo o de lista. Entre sus **propiedades** están el tipo de letra, el tamaño, la forma, el grosor, la dirección, la estructura y el aliasing. Existen distintos estilos de texto predefinidos: texto normal, realzado, dirección, etc. En una página Web el texto no tiene la misma importancia que en un documento escrito, ya que es más difícil leer texto en una pantalla que hacerlo en un papel. De todas formas, sigue siendo el elemento predominante en la mayoría de las páginas Web.

Tipo de letra o de fuente: la gran diferencia entre algunas fuentes y la riqueza de propiedades presentes en las letras nos permiten agruparlas en seis familias:

OldStyle o viejo estilo:

Son las más antiguas y tiene su origen en la escritura de los escribas. Siempre tienen forma de serifa. La serifa o serif es un pequeño trazo decorativo que adorna ciertas partes de las letras. La serifa ayuda al seguimiento horizontal de la lectura.

Este tipo de fuentes es muy utilizado cuando se diseñan grandes bloques de texto que el usuario debe leer.

Jenson

Moderna

Aparece en el siglo XVIII como consecuencia de unas técnicas de impresión más avanzadas y mejores calidades en el papel. Las fuentes modernas tienen serifa horizontal y poseen una diferencia apreciable entre el trazo grueso y el fino.

A pesar de tener serifas, este tipo de fuente no es muy apropiada para la lectura debido a la gran diferencia entre trazos pues a la vista las líneas finas tienden a desaparecer.

Dutch

Slab serif

El nombre de esta fuente proviene de la forma que tienen las serifas, gruesas y pequeñas como ladrillos o bloques.

Estas fuentes se pueden utilizar en textos largos y aparecen en numerosos libros infantiles por su claridad.

Courier

Sans serif

Hasta comienzos del siglo XX a nadie se le ocurrió eliminar las serifas de las fuentes. La gran mayoría de las fuentes sin serifas ya no tienen la transición de fino a grueso y, por tanto, desaparece también la tensión de las letras.

Arial

Script

La familia script (escritura en inglés) agrupa a todas las fuentes que simulan la escritura a mano. Si cada uno de nosotros tiene su propio estilo de letra sólo nos queda imaginar la cantidad de fuentes de este tipo que existen.

Son un tipo de fuentes difíciles de leer para alguien que no usa su propio tipo de letra y por eso no se deben de utilizar en textos largos.

Commercial Script

¹⁴ Tensión: Cuando se traza una línea entre las partes finas de una letra se observa una inclinación.

Decorativas

Son las fuentes más fáciles de distinguir porque son divertidas y curiosas a la vez, ya que nos aportan una mayor relación con el contexto donde están situadas.

Debido a la fuerza visual de este tipo de letras no deberían usarse en textos largos, más bien como llamada de atención o para expresar una determinada emoción en el texto.

Tamaño

Las propiedades de las letras nos muestran las diferencias existentes entre letras de la misma familia. Lo útil sería aprovechar esas diferencias para crear contrastes entre textos, de manera que podamos llamar la atención sobre la parte de la información que más nos interese.

Con el tamaño se puede conseguir un contraste muy sencillo. Basta con juntar letras grandes con pequeñas.

Forma

Este punto se refiere al uso de mayúsculas o minúsculas, lo ideal será utilizarlas menos de lo habitual y nunca escribir palabras completamente en mayúsculas. Esto debido a que la legibilidad no es cuestión de tamaño relativo (mayúsculas vs minúsculas), sino del absoluto (número de puntos). Al utilizar minúsculas se podría escribir en el mismo espacio la misma palabra con un tamaño absoluto mayor y, por lo tanto, se obtiene una mayor claridad y legibilidad.

Grosor

El uso del cambio de grosor entre fuentes es muy conocido por su gran utilización dentro del mundo de los procesadores de texto y cuando nosotros resaltamos en negrita algún texto, existen fuentes que ya cuentan con esa propiedad. Las que no lo tengan las pondremos “más gruesas” nosotros con el comando grosor de letra que está presente en la mayoría de aplicaciones de diseño gráfico.

Boomerang

GRANDE

PEQUEÑO



Arriba: www.bepositivedesign.com. Ejemplo del uso de las mayúsculas.

Arial Narrow

Arial

Arial Bold

Berlin Sans FB

Berlin Sans FB Demi

Bodoni Mt

Bodoni Black

Bodoni Mt Condensed

Dirección

Dirección

Dirección

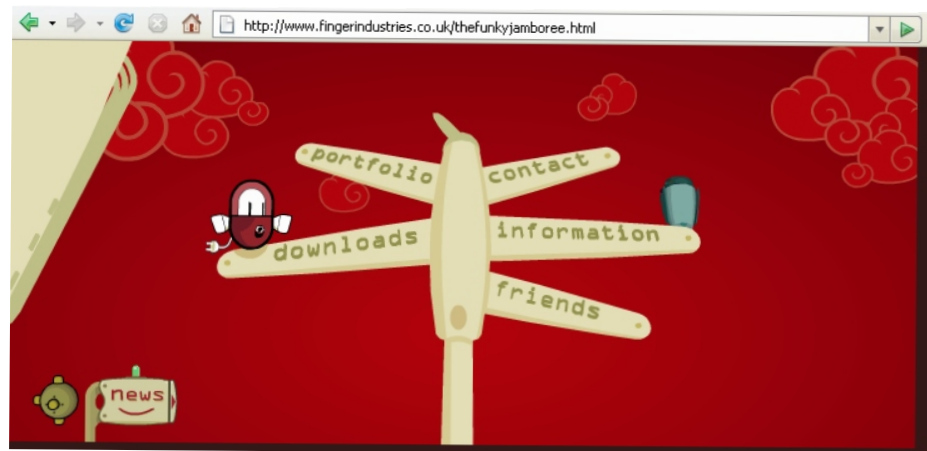
D
i
r
e
c
c
i
o
n

Dirección

Dirección

Dirección

De muchas formas podemos generar contraste en nuestros diseños si modificamos la dirección del texto, ya sea modificando la dirección del texto completo, las palabras o las letras.



Estructura

Las letras conforman bloques con una estructura determinada y precisa dentro del lienzo del diseño. Esta estructura viene fijada por una serie de propiedades que establecen distancias entre letras, palabras y párrafos de texto. A continuación ejemplifico cada una de ellas:

Tracking: Es la distancia entre letras de una misma palabra.

Tracking

Tracking

Arriba: ejemplo del uso de dirección del texto. <http://www.fingerindustries.co.uk>

Kerning: Es el ajuste correcto entre letras para mejorar la legibilidad.

COCHE (sin kearning)
(Con kearning entre o y c)

Spacing: Es la distancia entre palabras de un mismo párrafo.

Erase una vez en una
vieja casona del siglo XIX,
ahí vivían tres hermanos....

Margen: Es la distancia entre un bloque de texto y el límite del papel o pantalla.

Sin margen Con margen

Interlineado: Es la distancia entre líneas de un mismo texto.

En la capilla del Obispo, Matías

Aliasing:

Esperaba a su gran amor para
poder huir lejos de las
habladurías del pueblo

Es el efecto que causa que señales continuas distintas se tornen indistinguibles cuando se les muestra digitalmente. Cuando esto sucede, la señal original no puede ser reconstruida de forma unívoca a partir de la señal digital.



Con aliasing

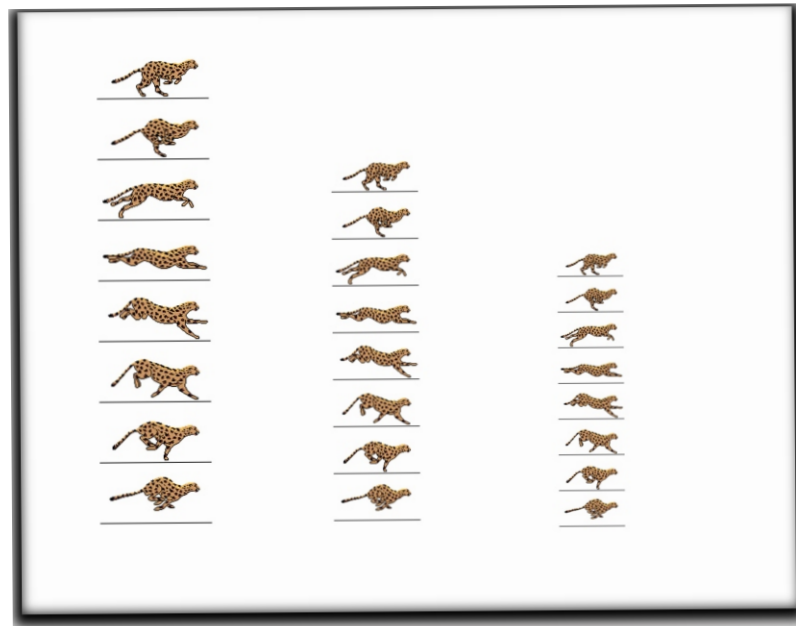


Sin aliasing

Las **imágenes** fueron utilizadas inicialmente para proporcionar información visual complementaria al texto escrito (gráficos y fotografías), para facilitar la navegación por la página (iconos, flechas, botones) o como simples elementos decorativos para hacer la página más atractiva (fondos, líneas de separación).

Actualmente, sin embargo, las imágenes son una parte fundamental en el diseño de una página, utilizándose para crear elementos de uso frecuente tales como barras de navegación, menús o botones rollover (imágenes que cambian de aspecto al pasar el ratón encima de ellas) .En el capítulo siguiente hablaremos más sobre ellas.

Las **animaciones** contribuyen a dar un aspecto dinámico a la página, y permiten crear desde las habituales pancartas animadas hasta menús desplegables. Son muy populares las animaciones GIF, que se pueden crear fácilmente usando algunos de los numerosos programas gratuitos o shareware disponibles en la red.



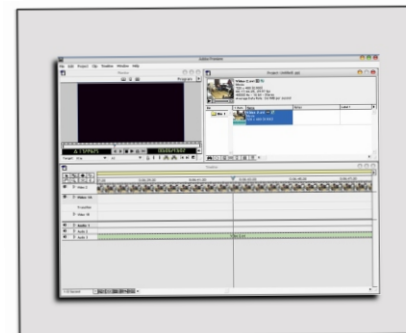
15 Shareware es una clase de software o programas para poder evaluar de forma gratuita pero por un tiempo, uso o características limitadas. Para adquirir una licencia de software que permite el uso de software de manera completa se requiere de un pago económico (muchas veces modesto).

La aparición del programa Flash de Macromedia introdujo las animaciones vectoriales, que permiten crear efectos de animación mucho más potentes con tamaños de ficheros asombrosamente pequeños. Para poder ver estas animaciones es necesario disponer de un componente especial, aunque en la actualidad son tantas las páginas que contienen estas animaciones que la mayoría de las veces el componente ya ha sido incorporado a los navegadores.



En cuanto al **audio y video**, ambos medios pueden ser incluidos sin problemas en una página Web, aunque hay que tener en cuenta que tanto los clips de sonido como las secuencias de video deberán descargarse primero en la computadora antes de poder verlos. Dado que ambos medios suelen ser habitualmente de gran tamaño, el tiempo de espera puede resultar excesivo. Será mejor nivelar su uso, de preferencia colocándolos inclusive en la parte final de la página para que el usuario vea primero otras cosas en lo que se carga la información y ya que llegue a la parte donde está el video pueda verlo sin problema alguno. Otra posible solución sería la de colocar enlaces a estos medios de forma que sólo los interesados accedan a ellos siguiendo los enlaces.

Cool Edit



Adobe Premier

Los **mapas sensibles**, también conocidos como mapas de imágenes, son un tipo específico de imágenes que disponen de zonas activas las que al pasar el ratón sobre ellas o al hacer clic se activa un enlace. Los mapas sensibles constituyen una alternativa a los menús o las barras de navegación, por lo que suelen ser frecuentes en la página principal de un sitio Web.



Una página Web también puede incorporar **escenas de realidad virtual**. Estas escenas se construyen mediante un lenguaje especial, el VRML (Virtual Reality Modeling Language), que permite modelar escenas tridimensionales que los navegadores interpretarán si disponen del componente adecuado como por ejemplo el Cosmo Player. Estas escenas pueden representar mundos tridimensionales por los que el usuario puede navegar. La realidad virtual tiene muchas y fantásticas aplicaciones en la Web, aunque para que sean plenamente operativas hay que esperar a que las velocidades de transmisión sean lo suficientemente altas, debido al elevado flujo de datos que conllevan.

Poco a poco la Web se fue haciendo más popular y muchas personas con escasa o nula formación en el terreno de la programación se lanzaron a crear páginas Web. En nuestro caso, los profesionales del diseño gráfico, vimos en este nuevo medio un soporte más donde poder mostrar nuestras creaciones. Afortunadamente para nosotros, pronto aparecerían los primeros editores WYSIWYG (What You See Is What You Get, osea, “lo que se ve es lo que se obtiene”), que proporciona una interfaz gráfica similar a las de las herramientas de composición de páginas y que permiten crear páginas Web con poco esfuerzo y prácticamente sin conocimientos de HTML. Entre estas herramientas se pueden citar el Composer de Netscape, el FrontPage Express de Microsoft o el PageMill de Adobe. Estas herramientas tienen ciertas limitaciones que en muchos de los casos hacen necesario el retoque del lenguaje HTML generado antes de publicar la página. Dado lo cual, es preciso saber un poco de lenguaje HTML.

Con la definitiva popularización de la Web y la consiguiente incorporación de un cada vez mayor número de elementos en las páginas (animación, interactividad, integración con bases de datos, etc.), se hizo necesario disponer de herramientas de creación más sofisticadas. Aparece así una segunda generación de editores WYSIWYG entre los que cabe destacar el FrontPage de Microsoft, el Dreamweaver de Macromedia o el GoLive de Adobe. Estos editores incorporan una serie de tareas imprescindibles para un diseñador profesional de páginas web, tales como el manejo de HTML dinámico, hojas de estilo, previsualización en distintos navegadores, optimización del código, etc.

Aparte de estos programas especializados, cada vez es más frecuente encontrar en las aplicaciones que se usan habitualmente una opción para guardar los documentos en el formato HTML. Así por ejemplo, se puede crear un documento con el procesador de textos favorito y posteriormente guardarlo en formato HTML, obteniendo una página Web de forma rápida y sencilla.

2.5 Contenedores

Una vez que se tienen preparados todos los elementos que se van a incluir en la página hay que colocar cada uno de ellos en la posición exacta que le corresponde dentro de la misma, de forma que el aspecto que ofrezca en la pantalla sea el que realmente se desea. Para ello se dispone de dos elementos de HTML que son las tablas y los marcos o frames. Estos elementos se pueden considerar como contenedores, ya que contienen a otros elementos, y son fundamentales para conseguir el formato de visualización que se desea.

2.6 Interactividad

A diferencia de las primeras páginas Web, que eran fundamentalmente estáticas, las páginas actuales han de permitir la interacción del usuario. Desde un simple formulario de registro hasta un complejo juego en red, la interactividad es hoy en día un aspecto fundamental en el diseño de un buen sitio Web.

La interactividad se puede conseguir de varias formas. La más antigua se basa en el uso de **formularios**. Un formulario permite el envío de información desde el cliente hacia el servidor Web. A través de una serie de controles (campos de texto, botones, listas desplegables, etc.), el usuario puede introducir información que, debidamente codificada, es enviada hacia el servidor. Este pasa la información hacia un programa especial que la procesa y produce unos resultados que son enviados de vuelta al cliente. Los formularios permiten recoger información de los visitantes de una página con fines variados: inscribirse en una lista de correo, ordenar una transferencia bancaria, realizar una compra, conocer una opinión, etc.

2.7 Diseño de la Interfaz

El usuario de un documento web, no sólo busca información, sino que de él espera la posibilidad de interacción de una forma novedosa y sin precedentes en el diseño de documentos en papel. La interfaz gráfica de usuario (**GUI:GRAPHIC USER INTERFACE**, por sus siglas en inglés) debe contener: ágiles metáforas para la interacción, uso de imágenes y conceptos para transmitir funciones y significados a la pantalla de la computadora, características visuales detalladas de cada uno de los elementos de la interfaz gráfica y la secuencia funcional de interacciones en el tiempo que proporcionan singularidad y apariencia especiales de los sitios web con sus relaciones de enlaces en hipertexto.

La interfaz gráfica de usuario fue creada para proporcionar al público un control directo sobre sus computadoras personales. Hoy, el usuario espera un alto nivel de sofisticación en su diseño. Las páginas web no son más que un tipo de **GUI**. El objetivo es satisfacer las necesidades de todo usuario potencial adaptando la tecnología web a sus expectativas, sin imponer nunca una interfaz que obstaculice sus intenciones.

Probar los diseños y observar las reacciones de usuarios concretos es la mejor manera de comprobar si los conceptos de diseño que se han utilizado proporcionan lo que realmente se espera de la web. El principal problema de interfaz en sitios web es la pérdida del sentido de orientación dentro de la organización local de la información, pero si los diagramas gráficos de identidad y las pantallas con mapas de conjunto o índices son claros y consistentes, provocarán en él usuario la confianza necesaria en encontrar, sin una excesiva pérdida de tiempo, lo que busca.

El usuario debe siempre poder retornar a la página principal y a otros puntos de navegación importantes de la web. Estos enlaces básicos que deberían estar presentes en cada una de las páginas se plasman generalmente en el uso de gráficos como botones que, al tiempo que proporcionan una navegación básica con sus enlaces, pueden ayudar a crear la imagen gráfica o corporativa que indique al usuario que se encuentra todavía dentro de los límites de los dominios.

El usuario no esperará mucho tiempo. Investigaciones acerca del factor humano demuestran que, para la mayor parte de las tareas con la computadora, el umbral de frustración está alrededor de los 10 segundos. Diseños Web que no están bien sintonizados con la velocidad de acceso a la web de un usuario tipo concreto, sólo le desilusionarán.

Para convencer al usuario de que lo que se le ofrece es fiable y adecuado, es preciso cuidar el diseño de la web igual que se haría en cualquier tipo de soporte; y utilizar los mismos niveles de calidad en el diseño y los contenidos editoriales. Una web de apariencia descuidada, con un diseño visual pobre y unos contenidos editoriales pobres no transmiten ningún tipo de seguridad.

La estabilidad funcional de una web, significa mantener los elementos interactivos en buena forma. Lo cual implica dos aspectos: hacer las cosas bien desde el principio, es decir en el proceso de diseño, y mantener en buen estado su funcionamiento a lo largo del tiempo. Un buen sitio web es intrínsecamente interactivo, con múltiples enlaces hacia páginas internas del sitio, y otros enlaces hacia páginas de otros sitios Web. Una vez que el sitio Web se publica, es necesario comprobar que todos los enlaces funcionan correctamente y que los contenidos a los que se accede siguen siendo pertinentes.

A todos nos gustaría que todo mundo navegara con la última versión de navegadores de las grandes empresas, que sus computadoras sean el último modelo que aparece en el mercado y que se utilizará una conexión rápida a Internet. Pero la realidad dista mucho del deseo. No es necesario diseñar la Web exclusivamente para el mínimo común denominador de la informática y tecnología, pero sí debe considerarse como se visualizará la Web si las condiciones no son ni el mejor equipo, ni las últimas versiones de software, ni una buena conexión a Internet, en pocas palabras no debemos diseñar para nuestra máquina, sino para un usuario medio.

Para cualquiera de nosotros, el uso de Internet es algo de lo más cotidiano, desde hace pocos años su uso se ha generalizado a todos los niveles, tan es así que a lo mejor no nos damos cuenta de la importancia que tiene, o de cómo se originó esta red de redes. Es debido a este capítulo que pude darme cuenta de esto y de los diferentes protocolos que lo rigen y lo componen. Y que gracias a él, la página o más bien el sitio que se creó va a poder ser conocido por las personas a las cuales va dirigido este Consorcio, claro esto se logrará con la correcta difusión y colocación en los buscadores más populares hoy en día, como lo es Google.

CAPÍTULO III. LAS IMÁGENES EN LA WEB



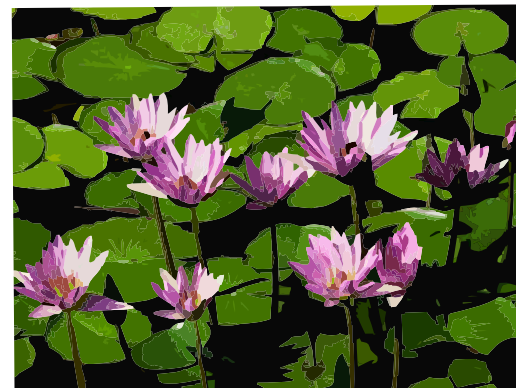
CAPÍTULO III. IMÁGENES EN LA WEB

3.1 Características de las Imágenes en la Web

Al crear imágenes para la Web hay que tener en cuenta las distintas resoluciones de los monitores donde se van a presentar, y que van desde los 640 x 480 x 256 colores en monitores de gama baja hasta los 1.280 x 1.024 x 16.8 millones de colores en los de gama alta. La mayoría de los monitores caen en la parte más baja de este rango, es por eso que debemos pensar en ellos al crear las imágenes si queremos que la página se visualice correctamente en un mayor número de computadoras.

3.2 Representación Digital de las Imágenes

Las imágenes de computadora pueden ser de dos tipos: vectoriales y de mapas de bits (bitmaps). Las imágenes vectoriales están formadas por objetos tales como líneas, curvas o círculos. Estos objetos se pueden manipular ya sea borrarlas, moverlas, añadirles algo, etc., ya que lo que se almacena en la imagen es una descripción matemática del objeto. Por esta razón las imágenes vectoriales se pueden representar a distintas escalas sin perder calidad y suelen tener tamaños de ficheros pequeños. Desafortunadamente, ninguno de los formatos de imágenes vectoriales es soportado por la Web.



Las imágenes de la Web son imágenes de mapas de bits. Un mapa de bits es una matriz bidimensional de puntos denominados píxeles. Cada píxel es un punto de la imagen y tiene un valor numérico que depende del valor de dicho punto. El mayor o menor número de píxeles de la matriz determina la **resolución** de la imagen. A mayor resolución, mayor calidad de la imagen, pero también mayor tamaño de fichero.

Las imágenes de mapas de bits se pueden obtener del mundo real mediante escaneado, captura mediante cámara fotográfica digital o cámara de video. También pueden ser generadas por computadora: son las imágenes sintetizadas.



Formatos de las Imágenes en la Web

Hoy en día, los seres humanos estamos rodeados de mensajes que nos llegan a través de imágenes que están relacionadas con nuestra vida diaria. La computadora es un ejemplo de esto, cada día es más asombroso trabajar con ella dado que los modernos sistemas están constituidos por un gran despliegue de información visual, que facilita su funcionamiento. Asimismo, surgen infinidad de aplicaciones para generar imágenes las cuales manejan una serie de características especiales. Esto provoca que aparezcan muchas formas de almacenamiento de imágenes. Existen docenas de diferentes formatos en uso de diferentes programas.

No todas las imágenes que vemos en la pantalla de un monitor son iguales, cada una presenta ciertos atributos determinados y se muestran de manera diferente. A estas características es a lo que se define como Formatos Gráficos, los cuales dependen también de una serie de circunstancias especiales que nos permiten manipularlas y visualizarlas en la pantalla del monitor.

Dentro de las circunstancias especiales que nos permiten manipular y visualizar imágenes en la pantalla del monitor, encontramos que depende en gran medida del Hardware con el que se este trabajando ya que éste nos permite generar y modificar gráficos.

Existen más de 20 diferentes formatos gráficos, pero los más utilizados, y también los más recomendables son los siguientes:

3.3.1 Archivos GIF

El formato GIF (Graphic Interchange Format: formato gráfico intercambiable) fue popularizado por el servicio de información de compuserve en los años ochenta como una forma eficaz de transportar imágenes a través de redes de datos. La inmensa mayoría de las imágenes que se encuentran en la red tienen formato GIF y de hecho, todos los navegadores web que pueden mostrar imágenes, pueden mostrar archivos GIF. Este tipo de archivos incorpora un esquema de compresión para reducir su tamaño al mínimo, y la paleta de color se limita a ocho bits (o 256 colores).

En la actualidad se han incorporado algunas características nuevas que permiten adjudicar transparencia a un color, o definir la forma en que se descargan a través del formato GIF entrelazado que ha popularizado Netscape Navigator. El formato de archivo GIF utiliza un sistema de compresión relativamente sencillo (Lempel Zev Welch o LZW) que elimina los datos no necesarios sin perder información o distorsionar la imagen. La compresión LZW funciona mucho mejor en imágenes con zonas de color homogéneo; es menos eficaz a la hora de comprimir imágenes complejas con muchos colores y texturas diferentes. Un archivo GIF no puede tener más de 256 colores pero, por supuesto, puede tener un número inferior, hasta llegar a tan sólo 2 colores (blanco y negro). Cuantos menos colores tenga una imagen, mejor funcionará el esquema de compresión LZW.

El formato GIF permite combinar múltiples imágenes en un único archivo para crear así una animación. De todas formas, su funcionalidad, presenta algunas desventajas.

El formato GIF no aplica ningún tipo de compresión entre los distintos fotogramas. Así, si combinas imágenes de 30 kb cada una en una única animación, acabarás teniendo que mandar a través del cable una imagen GIF de `120 kb. Otra desventaja de los GIF animados es que puede suponer una cierta distracción. Debido a que no existe ningún tipo de control por parte del usuario, este tipo de animaciones aparece, quieras o no, en movimiento; y si la opción de bucle está activada, la animación no se para nunca.

3.3.2 Formatos Gráficos JPEG

El otro formato de archivos gráficos más utilizado en la red para minimizar el tamaño de los archivos de imagen es el que utiliza un esquema de compresión JPEG (Joint Photographic Experts Group, estándar del grupo de expertos fotográficos). A diferencia de los gráficos GIF, las imágenes en JPEG son imágenes a todo color (de 24 bits o color verdadero). Este tipo de imágenes ha generado un gran interés entre fotógrafos, artistas, diseñadores gráficos, especialistas en imagen médica, historiadores del arte y otros profesionales para los cuales la calidad de la imagen es de suma importancia, y en donde la fidelidad del color no puede comprometerse aún fusionado del color hasta conseguir una imagen de 8 bits. Una nueva forma de archivo JPEG es la llamada “JPEG progresivo”, que proporciona al gráfico las mismas propiedades de descarga que un GIF entrelazado, es decir, que se descarga progresivamente en la pantalla. Al igual que estos, los JPEG progresivos tienen un tiempo de descarga mayor que los normales, que facilitan al lector una rápida visualización.

La compresión JPEG utiliza una sofisticada técnica matemática, denominada transformación discreta de cosenos, para producir una escala de compresión gráfica en varios niveles. Puede seleccionar el grado de compresión que deseas aplicar a una imagen, pero al hacerlo también estás definiendo la calidad de la imagen. Cuanto más comprimas la imagen en formato JPEG, menor es la calidad resultante. JPEG puede conseguir una sorprendente reducción del tamaño, llegando incluso a poder reducir el tamaño de una imagen 100 veces al tamaño del archivo original. Esto es posible debido a que el algoritmo JPEG descarga los datos no necesarios a medida que comprime la imagen. El algoritmo JPEG se ideó principalmente para optimizar la compresión de imágenes fotográficas y funciona bien también en ilustraciones complejas y realistas que aparentan fotografías.

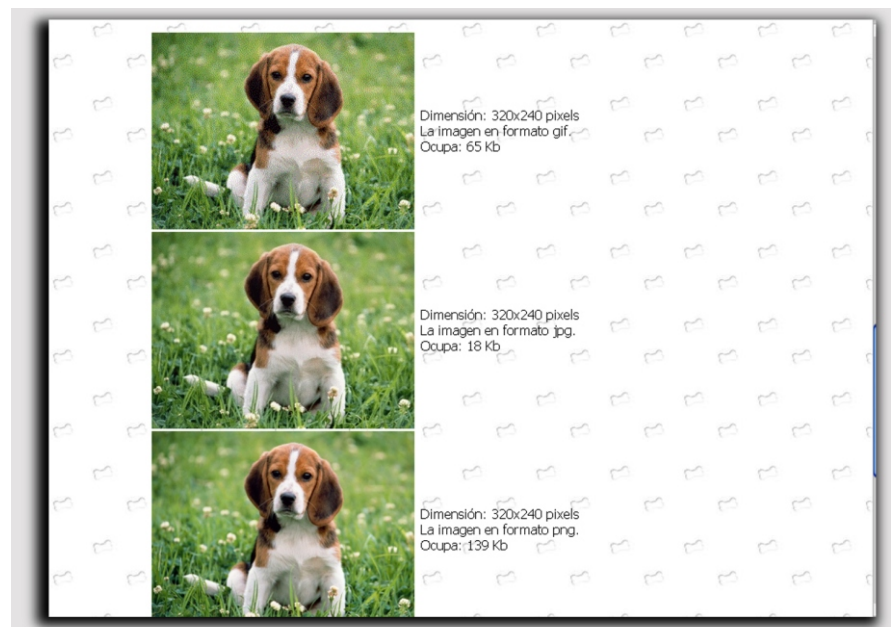
3..3.3 Formatos Gráficos PNG

Los gráficos PNG (Portable Network Graphic, gráficos portátiles en red), son un nuevo tipo de formato gráfico desarrollado por un consorcio de investigadores de software gráfico como una alternativa de carácter público al formato GIF tradicional. Como antes se ha mencionado, el formato GIF lo desarrollo compuserve, y utiliza un sistema de compresión privado. Los gráficos PNG se diseñaron especialmente para su uso en páginas Web y ofrecen una serie de atractivas características que, de seguro, convertirán a PNG en poco tiempo en el más popular de los formatos gráficos. Características como la gama completa de profundidad de color, apoyo a sofisticadas propiedades de transparencia, un entrelazado mejor resuelto y correcciones automáticas del factor gamma de las pantallas de las computadoras. En las imágenes PNG se puede incluir también una pequeña descripción del contenido de la imagen. De esta forma, puede beneficiarse de la tecnología actual de los motores de búsqueda en Internet, basados en estas descripciones cortas insertas en el archivo. Desgraciadamente, el uso del formato PNG todavía no es muy popular, y las actuales versiones de navegadores como Netscape Navigator e Internet Explorer todavía no aceptan todas las características que el formato PNG puede ofrecer. A pesar de esto, por sus múltiples posibilidades será un formato ampliamente utilizado en un futuro próximo.

Ejemplo de imagen gif

Ejemplo de imagen jpeg

Ejemplo de imagen png



3.4 Profundidad de Color

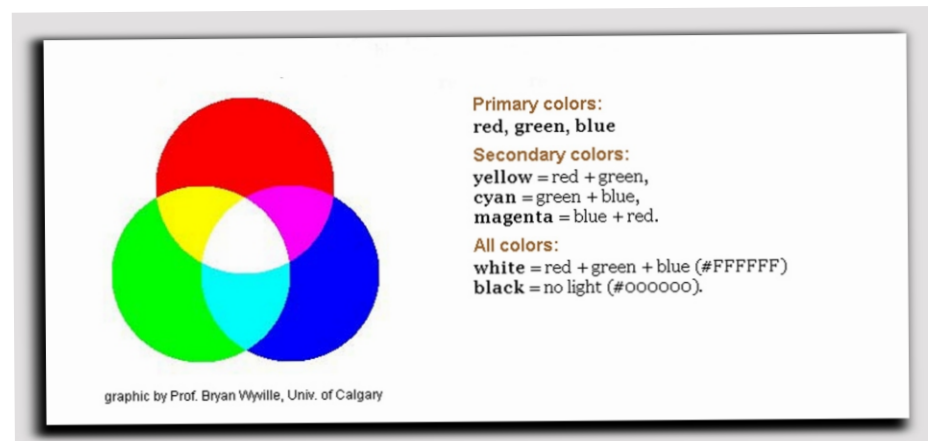
Una característica importante de las imágenes es el número de colores diferentes presentes en ellas, lo que se conoce como profundidad de color. Para una imagen en blanco y negro el color de un punto sólo puede tomar dos valores (blanco o negro), por lo que se puede almacenar en un bit de información (por ejemplo, 0=negro y 1=blanco). Si la imagen tiene cuatro colores, cada punto necesita dos bits de información (con dos bits se pueden codificar cuatro valores distintos: 00, 01, 10 y 11); si tiene ocho, tres bits (000 a 111), y así sucesivamente. En general, con N bits se pueden representar 2^N colores.

3.5 Color RGB y Color Indexado

El color se representa en la pantalla mediante el sistema RGB, que utiliza tres valores que indican la cantidad de rojo (Red), verde (Green) y azul (Blue) presentes en el color. Cada valor representa la intensidad del componente de color correspondiente y va desde cero (intensidad nula) hasta 255 (máxima intensidad). Con un byte (ocho bits) para cada valor se necesitan $3 \times 8 = 24$ bits para representar el color de un punto en pantalla.

Para mostrar imágenes con colores reales hacen falta, pues, 24 bits de memoria por cada punto (color real o color de 24 bits). La mayoría de las computadoras dispone de ocho bits por píxel, lo que permite representar únicamente 256 colores distintos, muy lejos de los 26.8 millones posibles con 24 bits.

Modelo de color RGB



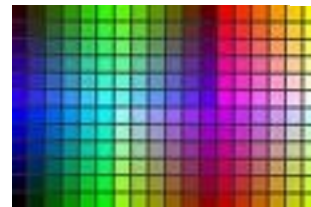
En estos casos se utiliza el sistema de color indexado. En este sistema la imagen tiene asociada una **paleta de colores**, que es una tabla que contiene todos los colores distintos que pueden aparecer en la imagen. El valor de cada píxel de la imagen es un índice que corresponde a una posición dentro de esta tabla. La paleta de colores se almacena en un fichero junto con la propia imagen.

Las imágenes se pueden crear directamente en modo indexado o bien en modo RGB y posteriormente convertirlas a modo de color indexado. Al hacerlo hay que indicar la paleta que se va a utilizar para realizar la conversión, que puede ser una paleta de colores predefinida o una paleta de colores adaptativa, que recoge los colores más utilizados en la imagen. Por ejemplo, una imagen del sol tendría una paleta llena de tonos amarillos, mientras que una imagen de un lago tendría una paleta de tonos azules.

Los navegadores utilizan una paleta de colores por defecto. Es la denominada paleta de colores Web. Esta paleta define 216 colores del total de 256 utilizando únicamente seis tonos distintos de rojo, verde y azul repartidos uniformemente. Los 40 colores restantes de la paleta se dejan libres.

Para evitar la desviación de color se puede utilizar la paleta de colores Web a la hora de crear la imagen, opción que suele estar disponible en la mayoría de los programas de dibujo. Esto garantiza que la imagen se vea igual en todos los navegadores, aunque limita su calidad. Otra alternativa es usar una paleta adaptativa, que se verá perfectamente en máquinas con color de 24 bits, y comprobar el resultado del tramado en máquinas con 256 colores. Si éste es aceptable, se tendrá lo mejor de ambos sistemas.

Paleta de colores Web



Las imágenes en la actualidad son de gran importancia para nosotros, gracias a ellas podemos hacer presente muchos momentos del pasado, recordar a las personas con las cuales pasamos un momento muy agradable, impactar con ellas a posibles clientes. Pero es justo en este sentido que debemos saber cómo utilizarlas para lograr justo ese efecto y no el contrario. Las imágenes en la Web no tienen el mismo uso que en nuestro hogar, esto se debe a que en la Web no podemos colocar cualquier imagen así como así sin darle un formato y una resolución adecuadas, si no lo hacemos éstas se verán poco nítidas y tardarán mucho tiempo en abrirse.

Gracias a este capítulo pudimos conocer los múltiples formatos que hay para las imágenes y la manera en la cual podemos comprimirlas. Su uso en los sitios Web es obligado porque sin ellas cualquiera de nosotros se aburriría y se iría a otra página. Será necesario no abusar de su uso, de hacerlo cualquier sitio tardará demasiado en abrirse y esto no será nada bueno, si queremos que nuestros clientes se queden a conocer nuestro trabajo. Los colores coadyuvan a hacer del diseño del sitio algo atractivo, su psicología ayudará a definir cuál será el adecuado para la empresa a la cual se le este haciendo el trabajo.

CAPÍTULO IV. MULTIMEDIA

CAPÍTULO IV. MULTIMEDIA

A lo largo del desarrollo de la vida del hombre, los medios de comunicación han constituido un papel importante dentro de éste. Estos han contribuido, desde un principio, a acercar más a la gente, en el sentido que se ha ido facilitando, cada vez más, la comunicación y la información. Lo anterior se puede ver reflejado desde el invento de la radio, teléfono, televisión, fax, teléfonos celulares, satélites, Internet, entre otros. Estos medios de comunicación al situarlos en una línea de tiempo, muestran una gran evolución tecnológica que ha permitido superar fronteras. Es por esto que la ENAP decidió, que lo mejor para los alumnos de nuevo ingreso, sería cubrir el perfil de competencia del mercado laboral, por esta razón se pensó en fusionar la Carrera de Diseño Gráfico con Comunicación Gráfica, dando origen a la actual licenciatura de Diseño y Comunicación Visual, y con ello 5 nuevas orientaciones que cito a continuación: Diseño Editorial, Ilustración y Simbología, Fotografía, Diseño en Soportes Tridimensionales y Audiovisual y Multimedia. Esta última tuvo un gran interés por parte de los alumnos dado que auguraba un gran futuro por ser actualmente las páginas un medio excelente para publicar y difundir el trabajo que se este haciendo, ya sea de diseño o de cualquier otro rubro. Son tantas las posibilidades que ofrece la Multimedia que no pude dejar de introducirme en esta area, es por esto que presento este trabajo. A continuación hablo más ampliamente sobre el tema.

4.1 La Multimedia

Tal vez el aspecto más fascinante de la tecnología informática es la capacidad de combinar texto, imágenes, sonido e imágenes en movimiento de formas muy variadas e interesantes. La promesa esperada de los multimedia ha sido lenta en alcanzarse debido a las limitaciones en el ancho de banda, pero cada día aporta nuevas soluciones. A pesar de que existen muchas formas de generar multimedia para la red.

Los diseñadores Web debemos tener siempre presente al usuario, el cual si queda satisfecho estará dispuesto a volver, pero si lo hacemos esperar para después ofrecerle algo irrelevante, es probable que se vaya a cualquier otro sitio. El gran inconveniente de los elementos multimedia es que vienen acompañados de un alto precio en tiempo de descarga, por lo tanto deben usarse con juicio y moderación. Las páginas de bienvenida o portadas web, son un lugar muy frecuente para insertar en ellas elementos multimedia.

4.2 Los “Media”

Las animaciones y el sonido pueden incitar la curiosidad del lector provocando que traspasen el umbral, pero no se recomienda su uso en el interior de la web. Todo elemento de la página que no sea importante para el contenido que se expone, supone una distracción en especial si se habla, parpadea o da vueltas.

Los elementos multimedia como contenido pueden enriquecer muchas presentaciones en formato web. Existen en la actualidad unas claras limitaciones en el reparto de contenidos audiovisuales vía web. Los videos de larga duración o videos que requieran la posibilidad de visualizarse en cámara lenta o con propiedades de lupa requieren de un ancho de banda muy grande y pueden sobrecargar la capacidad de reproducción de la máquina del usuario. Además si se quieren enviar a través de la red, requieren de un alto nivel de compresión.

Cuando se quieran introducir elementos multimedia en la web deberemos asegurarnos de que la tecnología encaja con las demandas del usuario potencial y de los propios contenidos. Lo último que se desea es que la gente pierda tiempo y energía intentando bajar archivos que, a causa de las limitaciones tecnológicas, no ilustran nada.

Constantemente aparecen nuevos plug-ins que permiten la visualización de cosas increíbles en el software de navegación favorito. Y en multimedia esto es muy frecuente; las opciones para enviar y decodificar opciones de audio y video son múltiples. A pesar de que los diseñadores web siempre pueden construir sus archivos basándose en la funcionalidad estándar que ofrecen los plug-ins que ya vienen con los navegadores, se debería tener en cuenta dos aspectos:

Primero, la molestia y posible estado de confusión del usuario que tiene que descargar un plug-in e instalarlo.

Segundo, no es prudente generar contenido en tipos de archivos que puedan quedar obsoletos con facilidad.

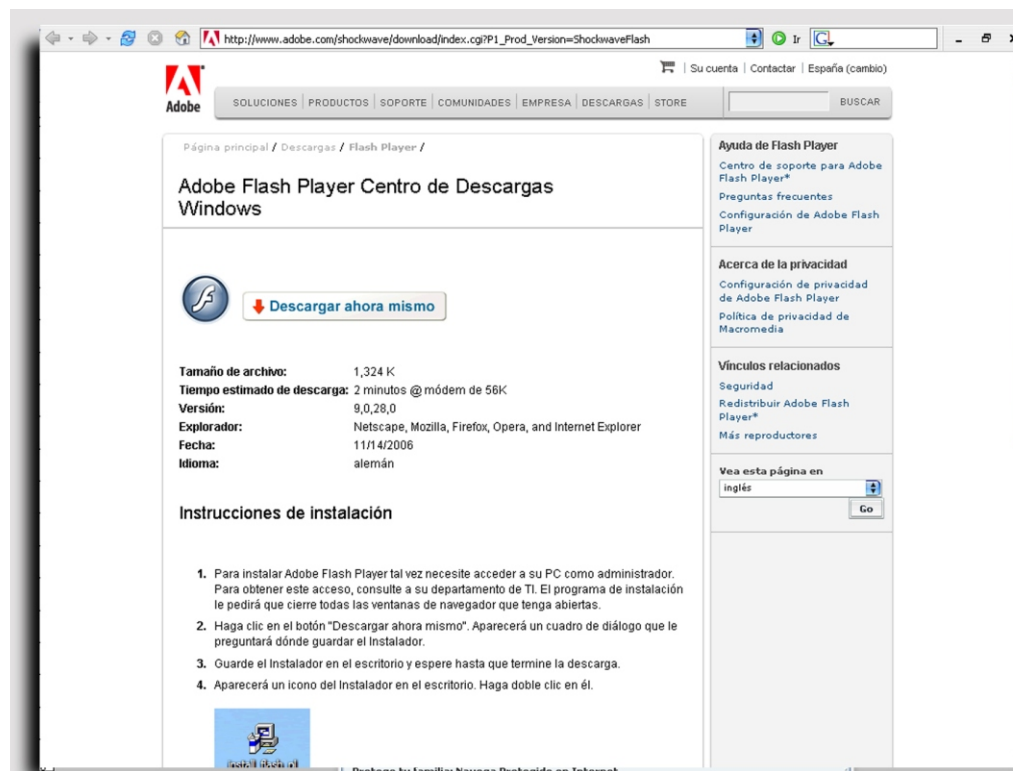
Es mucho más adecuado generar el contenido en los formatos estándar que permiten los navegadores y los sistemas operativos más comunes.

¹⁶ Es una aplicación informática que interactúa con otra aplicación para aportarle una función o utilidad específica, generalmente muy específica. Esta aplicación adicional es ejecutada por la aplicación principal. Los plug-ins típicos tienen la función de reproducir determinados formatos gráficos, reproducir datos multimedia, codificar/decodificar correos, filtrar imágenes de programas gráficos...

Se utilizan como una forma de expandir programas de forma modular, de manera que se puedan añadir nuevas funcionalidades sin afectar a las ya existentes ni complicar el desarrollo del programa principal.

La combinación de un ancho de banda escaso y las opciones de interfaz aún primitivas generan un gran reto a todos aquéllos creadores web que desean introducir elementos multimedia en sus páginas. Los diseñadores deberían dar a conocer al usuario tanto si entran en una zona que requiere de un ancho de banda alto como las herramientas necesarias para experimentarlo correctamente.

El usuario debe estar informado de que accede a una de estas zonas antes de que penetre en ellas. Informarlo acerca de que software de navegador y plug-ing son necesarios, para que no se tenga que enfrentar a desagradables ventanas de diálogos. Los materiales multimedia para la red requieren altas compresiones y escalados, lo que significa que la mayor parte del contenido para ser distribuido analógicamente no encaja en la red. La clave está en confeccionarlos y construirlos a medida para facilitar un buen reparto.



4.3 Formatos de Audio

Una página puede incluir sonidos como una manera de hacerla más atractiva los cuales pueden estar al momento de abrir la página o en los botones. Los formatos de sonido más habituales en la web son muy variados y un buen funcionamiento de los mismos dependerá en mucho del navegador que se este utilizando, además de las características del propio sistema. Los más conocidos son el **AU** Audio File Format tambien llamado Sun audio, el **WAV**, (Waveform Audio File Format o formato estándar para Windows, el **AIFF**, (Audio Interchange File Format o formato de fichero intercambiable de sonido, muy común en la plataforma Mac Os y el **RA**, Real Audio, sistema desarrollado por Progressive Networks que permite la difusión de sonido a través de Internet en tiempo real gracias a un elevado índice de compresión. Para su reproducción es necesario utilizar la aplicación Real Player.

En general, se puede hacer una clara diferencia entre dos tipos diferentes de archivos de audio. Los archivos de tipo **WAV**, **AU** o **AIFF** son una representación digital de una señal analógica, que algunas veces pueden incluir algún tipo de compresión, pero casi siempre almacenan toda la información del sonido original lo cual indica que la calidad del sonido será la adecuada, sólo que esto crea un archivo de gran tamaño y por lo mismo la descarga será lenta y tomará bastante tiempo el bajarla y poder así escucharla.

Y por otro lado tenemos al formato **MIDI** (Musical Instrument Digital Interface), que representa un concepto totalmente diferente, y lo es porque no almacena los sonidos como tal, sino una serie de comandos o instrucciones para interpretar sonidos diferentes mediante los instrumentos de un dispositivo MIDI que suele venir incluido en la mayoría de las tarjetas de sonido. Esto le proporciona una gran ventaja porque los ficheros tienen tamaños muy pequeños, por lo que se puede empaquetar una gran cantidad de música en poco espacio. Su principal inconveniente es que no dejan de tener un cierto aire festivo que en ocasiones resulta poco serio.

En el proceso de digitalización, los archivos de audio pueden perder amplitud y claridad. Para compensar esto, podemos utilizar un programa de edición de sonido para normalizar el archivo de audio. El programa busca el punto más alto de la onda acústica del archivo y luego lo amplifica para que ese punto álgido tenga un volumen de ciento por ciento. Esto asegura estar trabajando con la señal de audio que tiene el mayor volumen posible.

Otra forma de realzar los archivos de audio es utilizar la función del software de levantar ligeramente las frecuencias medias para lo cual se recomienda seguir los siguientes puntos:

1. Grabar el audio con la mejor calidad posible y con el mejor equipo que tengas a mano.
2. Digitalizar el audio a una calidad CD esto es, a 44.1 khz, 16 bits estéreo.
3. Utilizar un software de edición de audio, para la plataforma PC tenemos el WavePad, el Adobe Audition 1.5; para la plataforma Mac están el AvidXpress DV, Soundbooth que entrará en lugar del SoundAudition y para ambas está el Protools Powered 7.1 y el Macromedia SoundEdit 16, para editar y remezclar el sonido.
4. Usar una función de ecualizador para levantar ligeramente las frecuencias medias.
5. Cuando se haya acabado con la edición, normalizar el archivo.
6. Utilizar, bien un software de edición de audio o una herramienta del tipo Interactive's Media Cleaner Pro, para reducir y comprimir el tamaño del archivo resultante en formato Fast Star de Quick Time o los que mencioné anteriormente.

Los parámetros que afectan la velocidad de transmisión en el audio son:

Frecuencia: Al disminuirla, reduce los datos necesarios para la reproducción del material.

Profundidad: los archivos a 16 bits tienen una gama más dinámica de sonidos pero ocupan más espacio.

Bajar la profundidad a 8 bits disminuira el tamaño del archivo, sin embargo esto no siempre es posible, ya que muchos sistemas de compresión de audio funcionan únicamente con sonidos a 16 bits).

Canales: Es importante asegurarse de no utilizar las opciones de estéreo para archivos de sonido mono. Sí la fuente original de sonido no tiene propiedades estéreo es neceario cambiar a mono para reducir la velocidad de transmisión.

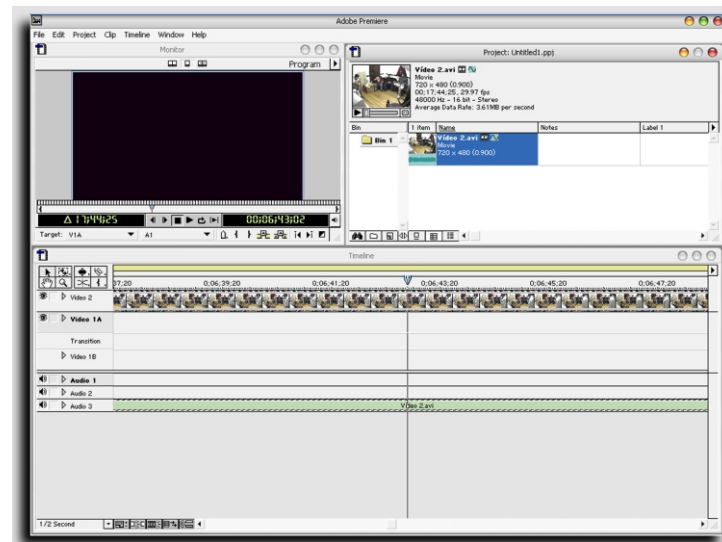
Codec: Aplicar compresión a una pista de audio permite conservar los archivos de sonido con propiedades de mejor calidad.

4.4 Formatos de Video

Entre los más utilizados en Internet están el **AVI** (de Microsoft), el **Quicktime** (de Apple) y el **MPEG** (Motion Picture Experts Group). Este último formato ofrece un alto grado de compresión, pero la descompresión es compleja y puede sobrecargar las máquinas lentas. Existe la posibilidad de realizarla por hardware mediante una tarjeta especial.

El más utilizado en el entorno Windows es el AVI y esto porque puede almacenar entre 8 y 24 bits de resolución de imágenes y de 8 a 16 bits de sonido. Por lo tanto sabemos que se trata de un formato comprimido de buena calidad y de tamaño pequeño lo que da como resultado que el tiempo de descarga sea corto. Y lo mejor es que Internet reconoce y reproduce de forma automática este formato de video para Windows.

Además de los formatos mencionados, el formato RealVideo desarrollado por Progressive Networks es un estándar optimizado para la reproducción de video en tiempo real en Internet. Es un formato con un elevado índice de compresión, por lo que la calidad del producto final no es buena del todo, pero en contraparte, el tamaño del archivo es pequeño con lo cual se reduce el tiempo de descarga. Para su reproducción es necesario que el explorador disponga de los plug-ins necesarios o instalar el reproductor Real Player en el equipo.



4.5 Animaciones

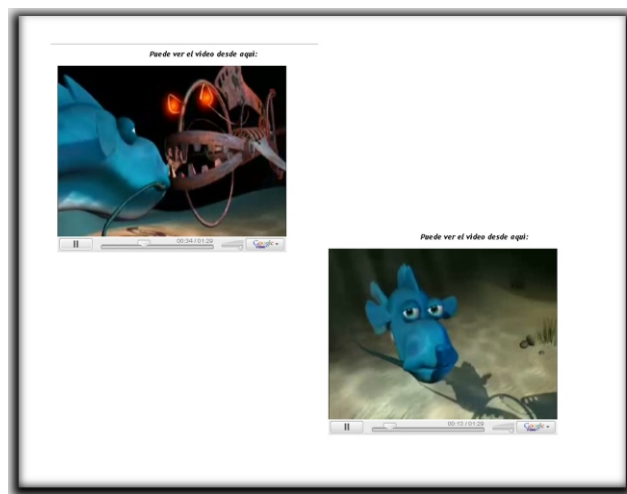
Una animación se define como “un cambio en el tiempo de la apariencia visual de un elemento gráfico”¹⁷. Ejemplos de animaciones se pueden citar:

- 1) la visualización del progreso de acciones (copia de ficheros en Windows, instalación de programas, etc.),
- 2) del estado de procesos (íconos de impresora),
- 3) acciones posibles sobre un objeto (cambios en el cursor al desplazar el ratón).

De este modo la animación puede ayudar a subrayar íconos importantes, mostrar el estado de un objeto particular o explicar su comportamiento.

En la web el uso de animaciones resulta en algunas ocasiones interesante sobretodo si uno está acostumbrado a ver rótulos animados que proporcionan información de manera atractiva. Hay que sopesar bien la necesidad de usar una animación para mostrar una información determinada, ya que suele hacer más lenta la carga de la página y en muchos casos no es realmente necesaria (por ejemplo, cuando tiene un carácter meramente decorativo). En casos concretos, no obstante, una animación puede ser un medio excelente para mostrar datos en la web.

Existen dos formas básicas de realizar animaciones para la web: las animaciones GIF y las animaciones vectoriales, sin dejar de lado que no son éstas las únicas, pero sí las más comunes. Veamos:



¹⁷ PARDO Niebla Miguel, Guía Visual de Creación y Diseño Web, Edición 2005, Ed. Anaya Multimedia, °España, p.p.113-115.

4.5.1 Animaciones GIF

Como lo comenté cuando hablé de las imágenes, el formato GIF posee una característica en virtud de la cual se pueden almacenar varias imágenes en un mismo fichero. Al cargar éste las imágenes se van sucediendo en la pantalla, pudiéndose controlar tanto el tiempo que cada una de las imágenes permanece en la misma como la forma en la que se superpone a la anterior (datos que también se encuentran en el fichero¹⁷). La última imagen se puede enlazar con la primera, produciéndose en tal caso una animación continua. De esta forma se pueden crear animaciones mediante ficheros GIF, llamados en tal caso GIF animados.

Al igual que sucede con el resto de las imágenes, el GIF animado se carga en la memoria de la máquina del usuario (la denominada caché de memoria), por lo cual a partir de la segunda vez que se reproduzca lo hará de forma más rápida.

4.5.2 Animaciones vectoriales

Las animaciones GIF son muy fáciles de crear y resultan adecuadas para muchos tipos de animaciones. Además existen bastantes programas, algunos de ellos de dominio público, que permiten construirlas con poco esfuerzo. Sin embargo, su capacidad es limitada y si se pretende conseguir unos efectos de animación sofisticados puede que no se consiga o que, de hacerlo, el fichero resultante tenga un tamaño excesivo.

Para resolver este problema surgieron las animaciones vectoriales, basadas en la tecnología shockwave desarrollada por la compañía Macromedia. Esta tecnología permite crear animaciones muy sofisticadas pero a la vez tienen un tamaño reducido, lo cual las convierte en ideales para la Web. Las animaciones shockwave tienen otras dos virtudes importantes. Por un lado, son escalables, es decir, se pueden visualizar a diferentes escalas sin perder calidad, cosa que no ocurre con las animaciones GIF. Por otro lado, utilizan una técnica conocida como *streaming* que permite que la animación comience a reproducirse antes de ser descargada por completo. De esta forma, mientras una parte de la animación se reproduce el resto se va cargando, obteniéndose grandes velocidades de reproducción aún con animaciones complejas.

¹⁷ En informática se denomina FICHERO a todo el conjunto de información (programas o datos) que la computadora almacena en un disco de manera diferenciada. Todos los ficheros se identifican, y así se diferencian los unos de los otros, por un NOMBRE y, opcionalmente, una EXTENSIÓN.

Por todas estas razones su popularidad es muy grande, y las últimas versiones de los navegadores ya incluyen el componente adecuado para visualizarlas, conocido como Shockwave Player.

Para crear una animación vectorial es preciso disponer de los programas Macromedia Flash, Macromedia Director o Macromedia Dreamweaver. Estos programas no son precisamente baratos, pero permiten dar un salto de calidad importante en el diseño web y son indispensables para los que se dedican profesionalmente a ello. Estos programas generan ficheros con las extensiones .swf (Flash) ,.dcr (Director), .html (Dreamweaver).



¹⁸ Es un plug in para navegadores web que permite la reproducción de contenidos interactivos como juegos, presentaciones, aplicaciones de formación, etc.

4.6 Mapas Sensibles

Un mapa sensible es una imagen en la que se definen una serie de regiones llamadas zonas activas tales que, al hacer clic con el ratón sobre ellas se activa un enlace a otro documento. Cuando se coloca el puntero del ratón sobre un punto de la imagen y se hace clic se procesan las coordenadas del punto para averiguar la región a la que pertenece y se activa el enlace correspondiente.

Existen dos tipos de mapas sensibles según donde se realiza el procesamiento de las coordenadas: los mapas sensibles del lado del servidor y los mapas sensibles del lado del cliente.

En del lado del servidor las coordenadas se envían al servidor web, que las procesa y determina que información debe enviar al navegador. El servidor debe disponer de una base de datos con la definición de las regiones de la imagen y el URL asociado a cada una de ellas.

En los del lado del cliente la definición de las regiones de la imagen se almacena en el propio documento HTML. Esto evita la necesidad de contactar con el servidor y acelera por tanto el proceso.

Los mapas del lado del servidor fueron los primeros en aparecer, pero actualmente son más utilizados los mapas del lado del cliente por su mayor rapidez de respuesta y facilidad de creación.

Es posible combinar ambos mapas de forma que el navegador accede al mapa local si lo entiende (al ser más reciente, los navegadores antiguos pueden no hacerlo), y al remoto, en caso contrario.

Todo lo explicado anteriormente nos sirve para saber en que medida es bueno colocar, ya sea en una página personal, o una por encargo, animaciones, mapas sensibles, formatos de audio y video para realizarla pero sin caer en las exageraciones. Es muy fácil caer en los excesos por querer impresionar al cliente en cuestión.

Así, siempre será mejor indagar, seamos o no, diseñadores o ingenieros, de las múltiples posibilidades u opciones que nos dan los programas para que el sitio sea coherente y más que nada prudente. El hecho de hacerlo solo nos traerá beneficios porque nuestro trabajo será conocido por nuestros amigos y familiares que ellos a su vez hablarán de nuestro trabajo de manera positiva con otras personas y éstas querrán conocernos y posiblemente contratarnos.

CAPITULO V. PROPUESTA FINAL



CAPITULO V. PROPUESTA DE DISEÑO DE UNA PÁGINA WEB PARA CONSORCIO ALTAMIRA

5.1 Metodología

Al momento de creación de una página Web será necesario seleccionar un método, el cual nos ayudará a realizar de manera ordenada y planificada un sitio, auxiliándonos del método científico en este trabajo elegimos el método Diana.

Este método nos propone en primer lugar obtener y organizar la información para realizar la propuesta de diseño correspondiente a la interfaz gráfica tomando en cuenta los conocimientos de diseño y los recursos tecnológicos para promover a la empresa objeto de esta investigación.

5.1.1 Delimitación del Problema

Se llevará a cabo el diseño de la página Web que permita la aplicación de la identidad empresarial, para que Consorcio Altamira tenga una mayor difusión y con el tiempo llegue a ser aceptada entre las mejores opciones del mercado al cual está dirigido.

5.1.2 Objetivos

-- Al utilizar los elementos formales del diseño y al aplicarlos en la creación de esta imagen, se pretende posicionar en el mercado donde se desarrolla este consorcio y lograr una aceptación al 80%.

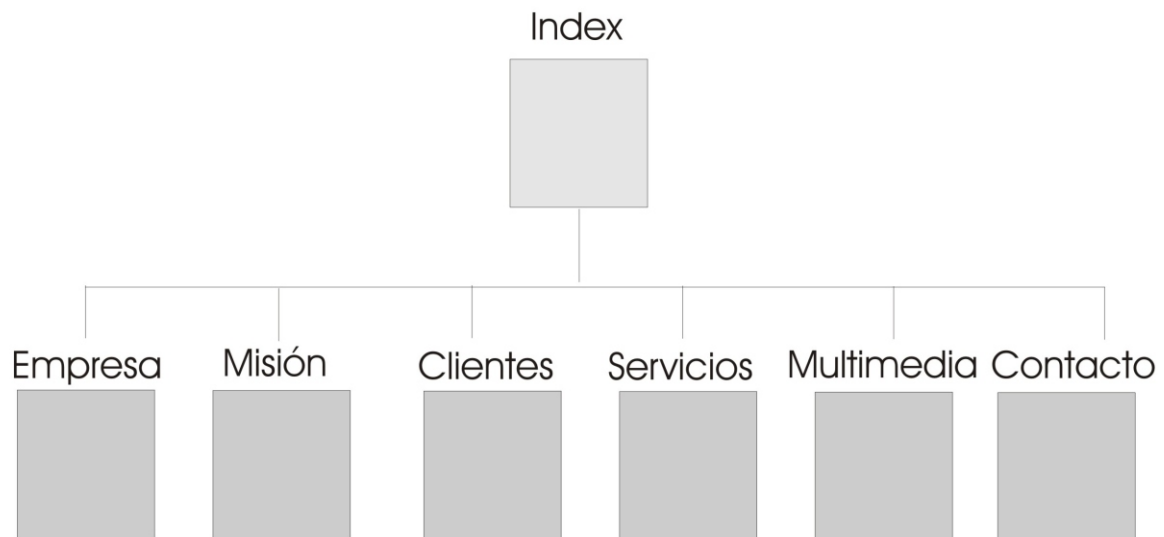
-- Probar que las imágenes al ser capturadas de manera inmediata en la mente del ser humano, generan un mayor impacto y son una buena herramienta para asegurar un espacio en el mundo de la competencia.

5.2 Diagrama de Navegación

Para esta propuesta de diseño de la interfaz gráfica se contempló introducir o acoplar la información por temas, buscando con ello agilizar la navegación por el sitio. De acuerdo a la información que la empresa requiere para su promoción, se organizo de la siguiente manera:

- 1.- **Empresa:** Explica a que se dedica la empresa.
- 2.- **Misión:** Se muestra la visión y alcance de la misma.
- 3.- **Clientes:** Lista de salones para las cuales se ha trabajado.
- 4.- **Servicios:** CA ofrecerá un servicio extra de diseño gráfico y de contabilidad.
- 5.- **Multimedia:** Se muestran algunos ejemplos de proyectos realizados.
6. **Contacto:** Se verán los correos electrónicos y los teléfonos.

Mapa de Sitio: Consorcio Altamira



5.3 Presentación de Bocetos y Composición del sitio

Los siguientes elementos que el método Diana nos recomienda consisten en generar la mayor cantidad de propuestas factibles de diseño para crear la página tomando en cuenta que la planeación y el bocetaje son elementos indispensables para el desarrollo de un trabajo de diseño. La información recolectada de la empresa junto con sus objetivos y metas serán los elementos que se requieren para ser tomados en cuenta en el momento de delinear los bocetos.

Con este esquema retomaremos los puntos principales para desarrollar el sitio Web, basado en los componentes para la creación del diseño de una interfaz básica de usuario.

- a) Usuario.
 - b) Tareas a realizar
 - c) Contexto
 - d) Diseño
 - e) Presentación de bocetos
 - f) Evaluación con los usuarios
 - g) Construcción
-
- a) **Usuario:** En nuestro caso se dirige fundamentalmente a dueños de salones que se interesen en promocionar sus locales entre los estudiantes que estén a punto de concluir sus estudios de cualquier nivel. Dado lo cual, la edad variará entre los 18 a 60 años. Lo que se busca es que además de los propietarios de los salones, los chavos se interesen en la opción de la multimedia y la contabilidad.
 - b) **Tareas a realizar:** El usuario deberá consultar nuestras páginas a través de una interfaz grafica vista en un monitor de computadora, va a interactuar con el uso de Internet, navegadores, botones, etc., para poder acceder a los temas que necesite consultar del sitio Web.
 - c) **Contexto:** Aquí se plantean los dispositivos que necesita la interfaz, es decir, los requerimientos técnicos, como computadoras, servidores de información Web, lenguajes de programación, programas, etc. Los requerimientos que necesitamos para ver y hacer la interfaz grafica de Internet son: computadora, conexión a Internet, visualizadores o navegadores, lenguaje HTML, Javascript, flash, gráficos y elementos de diseño gráfico.
 - d) **Diseño:** En el diseño se plantean las opciones de los recursos gráficos, botones, menús, elementos de navegación, imágenes, contenido visual y de información de la página Web, además de la composición de la interfaz del proyecto en general.

e) Presentación de Bocetos



Boceto 1

En este primer boceto, el logotipo de CA no estaba respetando los colores de la empresa, los botones no se veían y no se mostraba un título que nos indicara en donde estamos. La imagen que acompaña al texto es muy pequeña y no se integraba a la página. La dirección de la empresa esta en un tamaño muy pequeño y los colores eran mínimos.

Boceto 2

En la parte superior se colocó el logo de la empresa ya con los colores representativos. En la parte inferior de lado izquierdo se observan los 6 botones que hacen referencia a los servicios que ofrece CA. Se probó colocar la imagen al centro haciendo referencia a los graduados y de lado derecho la información. Pero una vez más, no se sabe en que tema estamos y la dirección de la empresa sigue a un tamaño muy pequeño.





Boceto 3

Esta vez, el logotipo de CA se colocó del lado superior izquierdo. Los botones están arriba del texto y la imagen a un lado. En este boceto se empiezan a mostrar más colores. Aun así los botones siguen estando muy pequeños.

Boceto 4

En este boceto, el logotipo se colocó al centro y el tamaño es mucho mayor. Los botones finalmente se colocaron arriba del todo y se ven más y abajo puse las imágenes que representan a cada botón. El texto de la dirección se cambió y se agrandó. Al final, se eligió este boceto ya que se consideró la más adecuada a los intereses de la empresa porque cumple con la funcionalidad de fácil acceso a los temas, por la utilización del color, imágenes y gráficos, además de la interacción multimedia de sus botones.



Av Universidad No 185 - 809
Col Oxtopulco Del Coyoacan CP 04320
México DF



f) Evaluación con los usuarios

Se realizó una encuesta con familiares, amigos y personas en general para que consultaran la página en cuestión, que probaran la interfaz y dieran su punto de vista.

El propósito es ver los errores que pueda presentar la página ya que muchas veces uno como diseñador no logra detectarlos, ya que pensamos que los usuarios van a dedicar bastante tiempo en ver una página y no es así, casi siempre van deprisa. Uno de los pocos hechos bien documentados sobre el uso de la Web es que las personas tienden a invertir poco tiempo en leer la mayoría de las páginas web, al contrario, sólo las hojean, las leen muy por encima.

Lo que se encontró fue que la aplicación de colores en la presentación de esta página les agradó bastante porque combina bastante bien, ya que no satura la vista y no distrae, se ve como una unidad, ya que luce minimalista y eso está de moda.

Además el hecho de no colocar muchos elementos da pie a que no se pierdan y puedan elegir directamente lo que les interesa sin confundirse.

Lo que no gustó del todo fue que se tuvieran dos ligas con la misma información, con esto se refirieron al conjunto inferior de fotos y a la franja superior. Y el home no les pareció muy fácil de identificar y les hubiera gustado que la página abarcara toda la pantalla.

A continuación se dispuso a tomar en cuenta las observaciones y a hacer los cambios necesarios.

) Construcción

Partiendo del diseño y aplicando los conocimientos, tanto los adquiridos a lo largo de la carrera, como los obtenidos en la investigación de este proyecto de tesis, enfocados al diseño de interfaces gráficas en páginas y sitios Web para Internet, podemos a continuación realizar la construcción específica del sitio Consorcio Altamira.

El formato se refiere al tamaño del monitor y resolución de este. En nuestro caso el tamaño fue dado desde el programa Flash, el cual fue de 994 x 570 píxeles para que pudiera ser contemplado en un formato general en resolución de 1024 x768 píxeles, que es una medida intermedia en la cual se pueden visualizar los elementos gráficos en una buena calidad y pueden ser vistos en todos los monitores estándares.

En el diseño de la página web de este Consorcio se contempló que el contenedor estuviera siempre al centro para que la información no rebasara la ventana de navegación, ya que se considera a la barra de desplazamiento, a los botones de navegación y demás elementos de suma importancia en el mismo, nuestra página no compite ni genera ruido con estos elementos, ya que se procura dar su lugar a todos por igual.

Asimismo, desde el programa Flash se hicieron los contenedores para que la información de: Empresa, Misión, Clientes, Multimedia y Contacto se cargue en cada uno de estos. Y evitar que se abra una nueva ventana cada vez que se quiera acceder a dichos botones. Al abrir en el mismo lugar, siempre están visibles los botones, así que no hay manera de perderse en el sitio o de que el cliente se vaya a otro sitio por lo tedioso que suele ser el esperar a que se terminen de abrir las otras ventanas.

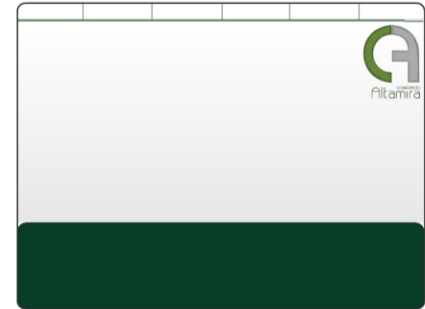
La empresa en cuestión quiso que se respetara en color empresarial, así que lo incluimos en el diseño de la página dándole una importancia mayor, el color se obtuvo de la siguiente combinación: Cian: 66 Magenta: 30 Amarillo: 100 y Negro: 14, el logotipo también presenta un realce al ser colocado al centro de la misma. Pero no siempre estuvo colocado en ese lugar, se hicieron varias pruebas colocándolo en distintas posiciones hasta decidir que el centro era la mejor opción.



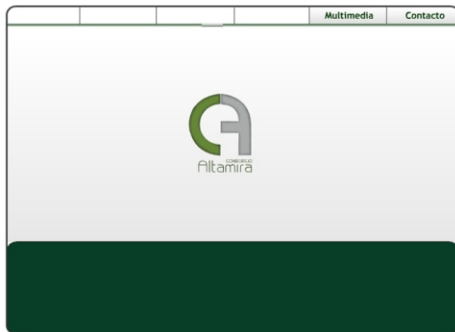
| Av Universidad No. 85 - 809 |
| Col. Ontopulco Del Cojacoacan CP. 0-1920 |
| Mexico DF |



| Av Universidad No. 85 - 809 |
| Col. Ontopulco Del Cojacoacan CP. 0-1920 |
| Mexico DF |



| Av Universidad No. 85 - 809 |
| Col. Ontopulco Del Cojacoacan CP. 0-1920 |
| Mexico DF |



| Av Universidad No. 85 - 809 |
| Col. Ontopulco Del Cojacoacan CP. 0-1920 |
| Mexico DF |



| Av Universidad No. 85 - 809 |
| Col. Ontopulco Del Cojacoacan CP. 0-1920 |
| Mexico DF |



| Av Universidad No. 85 - 809 |
| Col. Ontopulco Del Cojacoacan CP. 0-1920 |
| Mexico DF |

5.4 Elementos que componen al sitio

5.4.1 Las imágenes:

Una vez identificadas las imágenes que se van a utilizar, será importante clasificar cada una de ellas en base a su desempeño en el sitio, esto es, darles una jerarquía. Por ello algunas deberán necesitar de mayor resolución o calidad para poder ser apreciadas.

Los métodos de compresión son varios, estos cambiarán según el formato o extensión en el que se manipulen, algunos de estos son: png, gif o jpeg. En este caso, se utilizó en su gran mayoría el formato JPEG a 75 dpi de resolución, la cual es una resolución mínima necesaria para tener una buena calidad de imagen en monitor. Además, si se trabajan al tamaño que requiere el diseño, el nivel de compresión será mayor.

En el caso de trabajar imágenes grandes lo idóneo es fraccionarlas en partes para que al momento de abrir el sitio seá más rápido. A continuación presento las imágenes que se usaron en la pagina de Consorcio Altamira:





EMPRESA



MISION



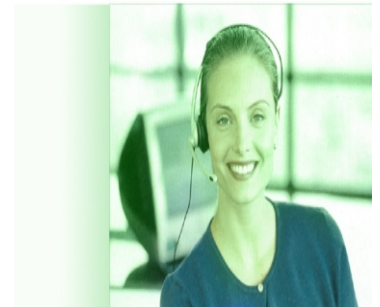
CLIENTES



SERVICIOS



MULTIMEDIA



CLIENTES

5.4.2 El texto

El texto que se utilizó en toda la página de CA fue Trebuchet MS, a 12 puntos, por considerarla legible y agradable a la vista de los usuarios. Los titulares fueron puestos a un puntaje mayor para lograr destacar y hacer una clara diferencia con la información que se encuentra en la página. Se buscó el contraste entre el verde, por eso el uso del color blanco; a continuación se muestran las variaciones de esta tipografía, en sus diferentes puntajes.

Texto

Texto

Texto

Texto

Texto

Texto

Texto

Texto

Texto

Texto

Texto

Texto

Texto

Texto

Texto

Texto

5.5 PRESENTACIÓN FINAL DE LA PÁGINA DE CA:



Av. Universidad No. 1815 - 80 9
 Col. Oxtopulco Del. Coyoacan C.P. 0 4320
 México D.F.

Home

on off

Empresa

Misión

Clientes

Servicios

Multimedia

Contacto

Empresa

Nuestra Empresa



Consortio Altamira nace con la finalidad de atender las necesidades de un segmento de la sociedad que busque un servicio de alta calidad. Nuestro Consortio ofrece sus servicios básicamente en tres campos, a saber:

a) Organización de eventos sociales,



Av. Universidad No. 1815 - 80 9
Col. Oxtopulco Del. Coyoacan C.P. 0 4320
México D.F.

Home

on off

Empresa

Misión

Clientes

Servicios

Multimedia

Contacto

Misión

Mision



- Crear un prestigio en función de la calidad de los servicios ofrecidos y mantenerlo.
- Promocionar una gama de salones que el destinatario pueda elegir en función de sus necesidades (tamaño, precio y calidad).
- 2.- Hacer paquetes para abaratar costos en función de necesidades específicas



Av. Universidad No. 1815 - 80 9
Col. Oxtopulco Del. Coyoacan C.P. 0 4320
México D.F.

Home on off

Empresa | Misión | Cientes | Servicios | Multimedia | Contacto

Clientes





Haz click

Consorcio

Altamira



Altamira



Altamira

Av. Universidad No. 1815 - 80 9
 Col. Oxtopulco Del. Coyoacan C.P. 0 4320
 México D.F.

Home on off

Empresa Misión Clientes Servicios Multimedia Contacto

Servicios

Servicios



Como servicio extra Consorcio Altamira ofrece:

- Asesoría Contable, fiscal, financiera y administrativa.
- Elaboración de estados financieros, cálculos de nómina, de pagos del IMSS, INFONAVIT, ISR, IVA e IMPAC.
- Soluciones Web para su empresa, como son: creación

Av. Universidad No. 1815 - 80 9
Col. Oxtopulco Del. Coyoacan C.P. 0 4320
México D.F.



Av. Universidad No. 1815 - 80 9
 Col. Oxtopulco Del. Coyoacan C.P. 0 4320
 México D.F.

Home on off

Empresa	Misión	Clientes	Servicios	Multimedia	Contacto
---------	--------	----------	-----------	------------	----------

Contacto

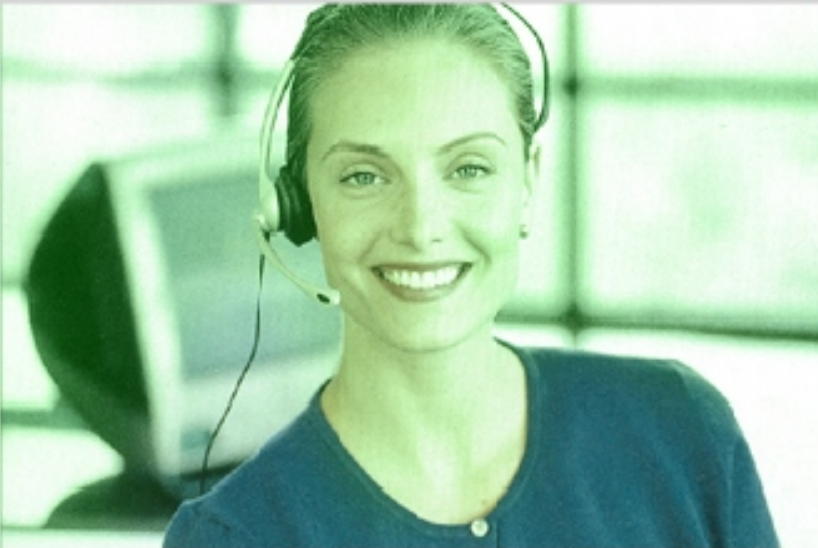
Si estas interesado en conocer mas a fondo nuestros servicios o tienes alguna duda ponte en contacto con nosotros

Manda tus comentarios a:

ilian@consorcioaltamira.com

mgarcia@consorcioaltamira.com

Tels: 56103556
5518113681



Av. Universidad No. 1815 - 80 9
Col. Oxtopulco Del. Coyoacan C.P. 0 4320
México D.F.

CAPITULO VI. CONCLUSIONES

6.1 Conclusiones

La elaboración de un trabajo como el que aquí se presenta me deja sobretodo una gran satisfacción por haber podido constatar que los conocimientos adquiridos en la licenciatura de diseño y comunicación pude utilizarlos para poner en funcionamiento un proyecto concreto que esta siendo exitoso actualmente, lo cual enaltece el nombre de la Universidad Nacional Autónoma de México en general y el de la ENAP en particular.

La utilización del diseño en la creación de una página Web mostró su utilidad para que una nueva empresa ganase poco a poco una posición en el mercado al obtener la aceptación del público al que va dirigido.

Asimismo se comprobó que el uso de la imagen es fundamental para ser recordada con mayor facilidad y de manera inmediata en la mente del ser humano, es decir que el dicho popular de “una imagen dice más que mil palabras” es totalmente cierto en este caso.

Por sus bondades, las imágenes se han vuelto una herramienta indispensable para las empresas en un mundo cada vez más competitivo.

El esfuerzo de diseñar la página Web para Consorcio Altamira, me significo además de una profundización de conocimientos, el logro de cierta destreza para ponerlos en práctica. Este ejercicio sin duda me prepara para crear otras páginas en proyectos futuros.

6.2 Bibliografía:

Capítulo 1:

CAMUS Márquez Guillermo de Jesús, (2001), Administración Integral en la empresa, Ed. Trillas, México, pp. 14-21.

GARCÍA Martínez José, (1991), Fundamentos de Administración, Ed. Trillas, México, pp. 41-57.

LABURU Ochoa Carlos, Economía y Organización de Empresas, Ed. Donostiarra, San Sebastián, España, pp.17-21 y 31-32.

Capítulo 2:

CARLSON Jeff, (1999), Diseño Gráfico: páginas web: navegación, México, Ed. G.G., 96 Págs.

CORDERO Valle J. Manuel, (2001), Diseño de Páginas Web, Iniciación y Referencia, España, Ed. McGraw Hill.

GLENWRIGHT Jerry, (2001), Cómo diseñar y componer sitios web, México, Ed. G.G., 192 Págs.

LYNCH Patrick, (2000), Principios de Diseño Básicos para la creación de sitios Web, México, Ed. G.G.

Capítulo 3:

DE GRANDIS Luigina, (1985), Teoría y Uso del Color, Madrid, Ediciones Cátedra.

WEINMAN Lynda, (2002), Diseño de Imágenes para la Web, Ediciones Anaya Multimedia, España , p.p. 77, 85-95, 122, 132 y 339-349.

Capítulo 4:

CONCEPTION Anne-Marie, (2001), Professional Website Design from Start to Finish, Cincinnati, Ohio, 160 pages.

FEILER Jesse, (2000), Managing the Web-Based Enterprise, Editorial Morgan Kaufmann, USA , pp. 24, 33-35, 81-90 y 119-125.

PARDO Niebla Miguel, (2005), Guía Visual de Creación y Diseño Web, Editorial Anaya Multimedia, España, p.p. 6-14, 32-35 y 43-47.

Capítulo 5:

BAENA Guillermina, Instrumentos de Investigación, Editores Mexicanos Unidos, México.

BERLO David, (1985), El proceso de la comunicación, Ed. El Ateneo, México.

MOORE Jhon G., The Flash web guide production handbook, 407 pages.

Direcciones Electrónicas:

Capítulo 1:

[Http://www.outsourcing-faq.com/html](http://www.outsourcing-faq.com/html)
[Http://www.monografias.com/trabajos10/outso/](http://www.monografias.com/trabajos10/outso/)
[Http://es.wikipedia.org/wiki/subcontrataci3n](http://es.wikipedia.org/wiki/subcontrataci3n)

Capítulo 2:

[Http://www.vitorvilela.com.br](http://www.vitorvilela.com.br)
[Http://www.conacyt.mx](http://www.conacyt.mx)
[Http://www.fingerindustries.co.uk](http://www.fingerindustries.co.uk)
[Http://tarjetasbubba.com](http://tarjetasbubba.com)
<http://www.jordanarchitecs.com>

Capítulo 3:

[Http://www.eprop.com.ar](http://www.eprop.com.ar)
http://es.wikipedia.org/wiki/Modelo_de_color_RGB

Capítulo 4:

[Http://dewey.uab.es/pmarques/glosario.htm](http://dewey.uab.es/pmarques/glosario.htm)
http://es.wikipedia.org/wiki/Adobe_Shockwave
[Http://es.wikipedia.org/wiki/shareware](http://es.wikipedia.org/wiki/shareware)
[Http://es.wikipedia.org/wiki/plugin](http://es.wikipedia.org/wiki/plugin)
[Http://www.bepositive.com](http://www.bepositive.com)