

TESINA

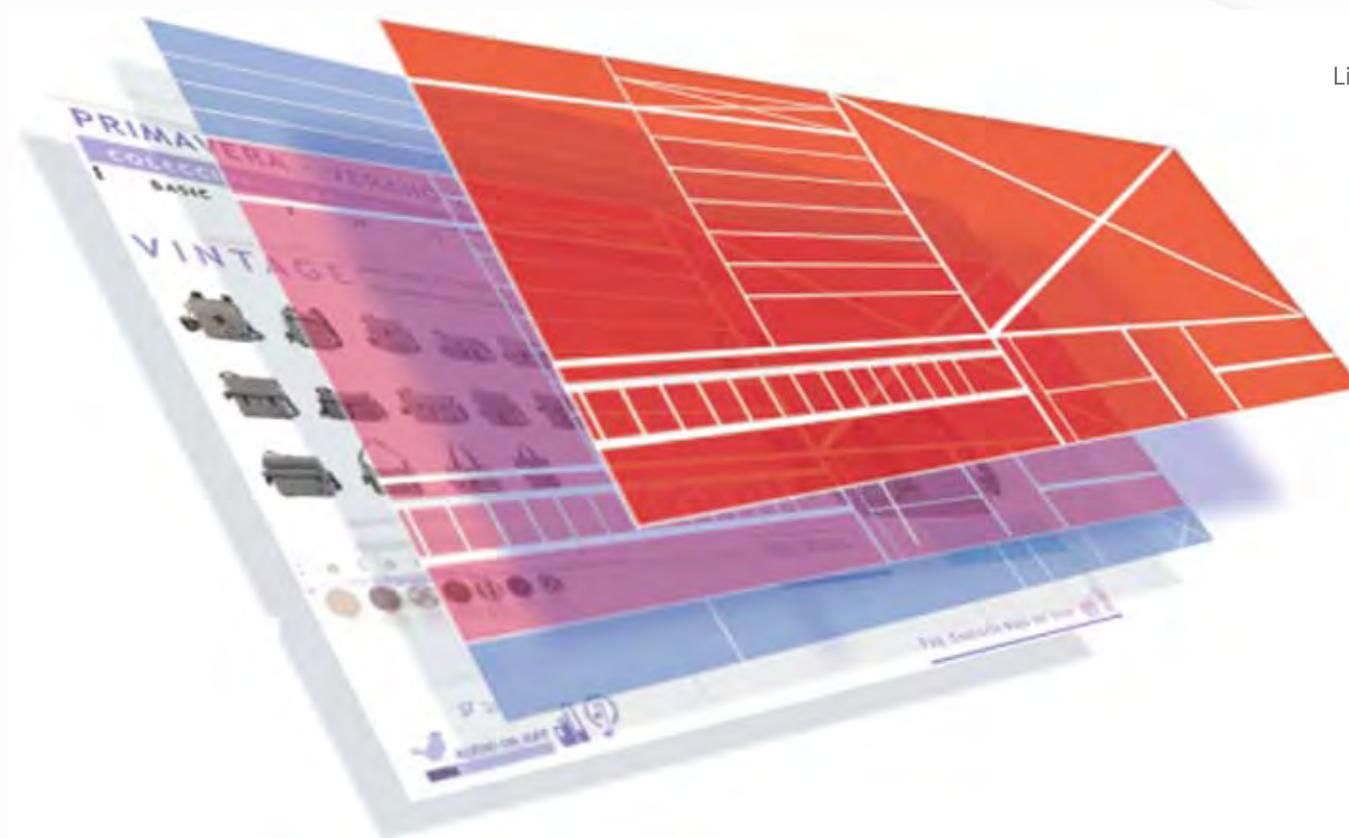
“Diseño del sitio web de la empresa Kipling México temporada primavera verano 2007”

Que para obtener el título de: Licenciado en Diseño y Comunicación Visual

Presenta:
Ulises Fernando López Montes de Oca

Director de Tesina
Licenciado Francisco Alarcón González

México D. F. 2010



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS



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.



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS

“Diseño del sitio web de la empresa Kipling México
temporada primavera verano 2007”

TESINA

Que para obtener el título de:
Licenciado en Diseño y Comunicación Visual.

Presenta
Ulises Fernando López Montes de Oca.

Director de Tesina
Licenciado Francisco Alarcón González.

México D. F. 2010

CAPÍTULO 1. DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL.

1.1. ¿Qué son el diseño y la comunicación visual?...	7
1.2. Multimedia.....	9
1.2.1. Internet.....	9
1.2.2. Sitio web.....	10
1.2.3. Dominio y Servidor.....	11
1.2.4. Hipertexto,	12
1.2.5. Interactividad.....	12
1.2.6. Usabilidad.....	12
1.2.7. Autonomía y control.....	13
1.2.8. CGI. Interfaz multimedia.....	14
1.2.8.1. Componentes formales.....	14
1.2.8.2. Componentes pictóricos.....	16
1.2.8.3. Componentes funcionales.....	22
1.2.9. HTML y FLASH.....	24

CAPÍTULO 2. KIPLING Y EL PROCESO DE PRODUCCIÓN DE LA PÁGINA WEB: KIPLING MEXICO TEMPORADA PRIMAVERA VERANO 2007

2.1. ¿Qué es Kipling?	28
2.1.1. Definición del usuario.....	29
2.1.2. Normatividad.	30
2.1.3. Antecedentes.....	30
2.1.4. Productos.....	30
2.2 Recopilación de contenidos.....	30
2.3 Planteamiento y proyecto de solución.	30
2.4 Tiempos de planeación y realización.....	31
2.5 Revisión de contenidos.....	32
2.6 Proceso de producción.....	32
2.6.1 Tabla de archivos media.....	33
2.6.2 Mapa de navegación gráfico.	34
2.6.3 Producción o armado.....	35
2.6.4 Revisión de contenidos y funcionalidad.....	46

CAPÍTULO 3. PÁGINA FINAL DE KIPLING

3.1 Pantallas de la pagina web.....	49
3.2 Revisión y pruebas de servidor.....	56
3.3 Formatos alternativos.	56
3.4 Entrega final.....	56
3.5 Costos finales.....	56
CONCLUSIONES.....	57
BIBLIOGRAFIA.....	58

Introducción

Con base en los conocimientos de diseño adquiridos en la Escuela Nacional de Artes Plásticas, se sentaron las normas para la realización de este proyecto multimedia, la asesoría de mis profesores y mi director de tesis, fueron la guía del camino a seguir, para crear la adecuada proyección de la metodología y maquetación de el sitio web de la empresa Kipling México, que es el motivo principal de la realización de esta tesis.

Demostraré que una metodología bien planeada y aplicada a la creación de sitios web, es fundamental para anticipar y resolver problemas de comunicación logrando así un sitio funcional e interactivo apto para la mayoría de los usuarios de estos servicios.

Todo este trabajo será para realizar un sitio web que contenga el catálogo en línea de la empresa Kipling México con la finalidad de incrementar sus ventas y plasmar una imagen como una empresa local con sus clientes en México, y así independizarse de el sitio internacional.

Objetivos generales

Realizar una página personalizada para los usuarios de Kipling en México, la cual será actualizada para diferentes temporadas en el año que se dividen en dos primavera-verano y otoño-invierno, mostrando su catálogo en línea con los productos de la marca existentes en México.

Objetivos específicos

Dentro de este proyecto, explicar el proceso de realización de la página Web de Kipling México con base a las normas y estructura de la empresa.

Ubicar a Kipling México en un nuevo mercado que es la Internet, poniendo en línea su catálogos de productos de la temporada actual, definiendo ubicaciones específicas de las tiendas en México para facilitar al usuario llegar a su tienda predilecta, logrando así ser una tienda más amigable y accesible para así incrementar ventas y ganar más usuarios de la marca.

Realizar una maquetación basada en estudios de usabilidad y otras áreas que complementan la creación de un sitio web de calidad y funcionalidad requerida para la marca Kipling.

CAPÍTULO 1. DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL.



1.1 ¿Qué es el diseño y la comunicación visual?

Diseño.

Las definiciones sobre diseño son tantas y tan variadas como las actividades que han dado pie a esta actividad, el diseño es una disciplina que soluciona problemas de comunicación mediante la aplicación de recursos visuales, para satisfacer una necesidad humana de comunicación.

“Diseñar es concebir un proyecto y éste se constituye de elementos tendientes a la objetividad. La lógica es un principio: si un problema se describe lógicamente, dará lugar a una lógica estructural, cuya materia será lógica y, por consecuencia lo será su forma.”[1]

Un diseño bien realizado resulta de la práctica del oficio de diseño, donde la belleza de lo diseñado es merito de la estructura coherente y de la exactitud en la solución de sus varios componentes, “lo bello, es consecuencia de lo justo y esto se lograra al dejar que el objeto se forme por sus propios medios.”[1]

Tomando esta opinión en cuenta, y sumandole que no existe una metodología especifica y comprobada para la realización del diseño, tomé varios conceptos y los uni a la metodología de la maquetacion digital para la web. Todo parte de una investigación donde me base en la usabilidad (“un atributo de calidad que mide lo fáciles de usar que son las interfaces web.”) [2] aplicada a la web, esta se refiere a la forma en que el usuario y la interfaz se relacionan, tomando en cuenta la necesidad de comunicar el mensaje del cliente por medio del producto en este caso interactivo.

Todo diseño se basa en la búsqueda de información relevante que resulte útil en la toma de decisiones para solucionar los problemas. Entender el diseño como proceso de decisiones implica la localización de criterios adecuados que permitan guiar al diseñador investigador en acciones más pertinentes.

Diseñar para un sitio web necesita partir de estructuras como son las retículas y estas mismas deben contener topologías aplicadas a la web, las cuales estan basadas en estudios de lectura interactiva, las cuales nos ayudan a tener una mejor comprensión de una interfaz grafica aplicada a la web. Diseñar debe tener un alcance racional para evitar un comportamiento errante no tener que dar explicaciones de por que un proyecto llevo a determinadas soluciones y no a otras, un buen diseño debe fundarse sobre argumentos.

El argumento visual para un proyecto interactivo que va a ser publicado en pantallas para la web, debe contener interactividad sin necesidad de botones o imagenes en movimiento, es decir: los contenidos, tanto imagenes como lineas, plastas, puntos y textos deben de proyectar un mensaje, un estilo de lectura y una significación al usuario que los ve en pantalla, sin dejar de tomar en cuenta la funcionalidad de la estructura visual.

Debemos entender el concepto de “proyectar como sinónimo de diseñar, donde lo importante es que las dos actividades tienden a el comportamiento de resolver problemas (problem-solving) en el que el resultado final de estos dos conceptos se manifiesta en productos.” [3]

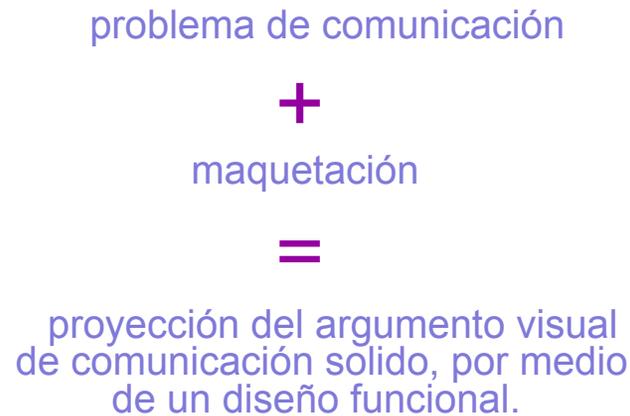
Formular un plan para satisfacer una necesidad humana es la base de todo diseño, nuestro plan se define como “Maquetación web”, esta maquetación es nuestra principal metodología, reúne los conceptos antes mencionados y tiene bases y fundamentos en otras disciplina que nos ayudan a entender el pensamiento humano, que es el principal receptor de nuestros mensajes de comunicación que seran proyectados por medio del diseño de nuestro sitio web.

1. VILCHIS, Luz del Carmen. Metodología del diseño 2da Ed. México: ENAP/UNAM, Centro Juan Acha A.C. 2000. P. 89

2. JAKOB Nielsen, Designing Web Usability (Paperback), New riders Publishing, Indianapolis, Diciembre 1999.

3. BONSIEPE, Gui. Diseño industrial, tecnología y dependencia. México: Edicol. 1978. 220P.

En resumen, a groso modo, sería:



Diseño y comunicación visual.

El diseño y la comunicación visual constituyen una pareja perfecta en la que uno y otra se fusionan y complementan solucionando los problemas comunicativos, como son los mensajes que se necesitan proyectar, los adecuados fundamentos de diseño y los argumentos de la comunicación visual, se transforman en un proyecto bien estructurado con bases especializadas en estudios de comunicación, mercadotecnia, técnicas de diseño e infinidad de áreas de estudio que le darán fuerza a la comunicación visual de nuestro diseño, para impactar al usuario final; el conjunto que realizan el diseño y la comunicación visual es fundamental para concebir proyectos que logren enviar el mensaje correcto por medio de lo visual.

Este conjunto, el diseño y la comunicación visual, consiste en la investigación de los sistemas de información para poder convertir los datos en mensajes visuales, para así lograr la creación de imágenes funcionales en una base coherente, formular un plan para satisfacer la necesidad requerida con fines netamente comunicacionales, usando la nueva tecnología para lograr un desarrollo más estructurado, del mensaje a comunicar.

El diseño y la comunicación visual se puede dividir en 5 disciplinas básicas que son: Editorial, ilustración, fotografía, soportes tridimensionales y multimedia, esta última es la disciplina en la que desempeñé mi especialidad de estudio y también es la base para dar pie a este proyecto multimedia.

1.2 Multimedia.

La multimedia es una disciplina que parte de la combinación de estructuras, texto, sonido, imágenes, video, metodologías y técnicas, que nos permite comunicar un mensaje al espectador. Se habla de multimedia interactiva cuando el usuario tiene control sobre la presentación del contenido.

La hipermmedia es una forma especial de multimedia interactiva que emplea estructuras de navegación más complejas que aumentan el control del usuario sobre el flujo de la información.

La multimedia hoy en día nos permite amplias y variadas formas de comunicación, como los dispositivos móviles, cd interactivos, chats, blogs, sitios web por nombrar algunos medios y es gracias a esta modalidad de la multimedia, que nació la necesidad de crear un producto comunicativo como lo es una página web, el cual se reproduce en un medio de comunicación masivo mejor conocido por internet.



1.2.1. Internet

La internet será el medio por el cual vamos a comunicar el mensaje, en nuestro caso el sitio web de Kipling; este medio tan solicitado en estos tiempos nace de la necesidad de comunicarnos en instantes a cortas o grandes distancias con muchas personas a la vez y esa será la razón de proyectar este producto multimedia llamado sitio web por este medio de comunicación masiva, el cual nos permitirá enviar y recibir información en diferentes formatos; la Internet basa su utilidad en cuatro servicios: World Wide Web (WWW), correo electrónico, servicio de noticias y transferencia de archivos. El WWW facilita a los usuarios el acceso a servidores de información, esta información es presentada en formatos multimedia, y puede tener textos, imágenes, sonidos, videos, animación, aplicaciones interactivas, formularios, etc. Son millones los servidores de información a los que nos podemos conectar. Adicionalmente, mediante la Web se puede acceder a múltiples servicios de todo tipo: programación de emisoras de radio tv, video conferencias, bancos para ver nuestros movimientos o hacer pagos o transferencias, comprar, vender, alquilar o subastar productos o servicios, etc. Y todo esto sin limitación geográfica. Prácticamente casi todas las empresas del mundo de tamaño medio o alto ofrecen sus servicios, de una u otra forma vía Internet, como lo son: nike, Liverpool, Mango y Sony.

Internet es un conjunto descentralizado de redes de comunicación interconectadas, que utilizan la familia de protocolos determinados como TCP/IP, garantizando que las redes físicas heterogéneas que la componen funcionen como una red lógica y única, de alcance mundial. Sus orígenes se remontan a 1969, cuando se estableció la primera conexión de computadoras, conocida como ARPANET, entre tres universidades en California y una en Utah, en los Estados Unidos de Norte América. Existen muchos otros servicios y protocolos en Internet, aparte de la Web: el envío de correo electrónico (SMTP), la transmisión de archivos (FTP y P2P), las conversaciones en línea (IRC), la mensajería instantánea, la transmisión de contenido y comunicación multimedia, telefonía (VoIP), televisión (IPTV), los boletines electrónicos (NNTP), el acceso remoto a otras máquinas (SSH y Telnet) o los juegos en línea.

Dejando atrás la breve historia de sus inicios, la internet será el medio masivo de proyección para el sitio de Kipling, como lo expondré más adelante, ya que su gran poder de difusión es el motor principal de su creación.

1.2.2. Sitio web

En primer lugar no debemos confundir sitio web con página web, ya que el conjunto de páginas web en un mismo dominio forman un sitio web. El sitio web es el conjunto de páginas web dentro de un servidor en línea. Una página web u hoja electrónica es una fuente de información adaptada para la WWW, accesible mediante un navegador de Internet. Esta información se presenta generalmente en formato HTML y puede contener hiperenlaces a otras páginas web, constituyendo la red enlazada de la WWW.

El sitio web es el medio por el cual comunicaremos nuestros mensajes al usuario, tiene los recursos de comunicación necesarios para nuestras expectativas.

El sitio web puede ser cargado de una computadora local o remota, llamada Servidor web, el cual servirá de HOST (alojamiento). El servidor web puede restringir las páginas a una red privada, por ejemplo, una intranet, o puede publicar las páginas en la World wide web. Las páginas web son solicitadas y transferidas de los servidores usando el Protocolo de Transferencia de Hipertexto (HTTP: Hypertext Transfer Protocol). La acción del Servidor HOST de guardar la página web, se denomina "HOSTING".

Las páginas web pueden consistir en archivos de texto estático, o se puede leer una serie de archivos con código que instruya al servidor cómo construir el HTML para cada página que es solicitada; a esto se le conoce como Página Web Dinámica.

Extensiones de archivos para páginas web.

Las páginas estáticas generalmente usan la extensión de archivo .htm o .html. Las páginas dinámicas usan extensiones que generalmente reflejan el lenguaje o tecnología que se utilizó para crear el código, como .php (PHP), .jsp (Java Server), etc. En estos casos, el servidor debe estar configurado para operar y entender estas tecnologías.

Las páginas web generalmente incluyen instrucciones para el tamaño y el color del texto y el fondo, así como hipervínculos a imágenes y algunas veces otro tipo de archivos multimedia.

La estructura tipográfica y el esquema de color son definidos por instrucciones

de Hojas de Estilo (CSS-Cascading Style Sheet), que pueden estar adjuntas al HTML o pueden estar en un archivo por separado, al que se hace referencia desde el HTML, aunque pueden ser estructurados de otra manera. Las imágenes son almacenadas en el servidor web como archivos separados.

Otros archivos multimedia como sonido o video pueden ser incluidos también en las páginas web, como parte de la página o mediante hipervínculos. Juegos y animaciones también pueden adjuntarse a la página mediante tecnologías como Adobe Flash y Java. Este tipo de material depende de la capacidad del navegador para manejarlo y permitirle al usuario su visualización.

Comportamiento dinámico

Códigos como Java Script o AJAX pueden incluirse adjuntos al HTML o por separado, ligados con el código específico en el HTML. Este tipo de códigos necesita correr en la computadora cliente si el usuario lo permite, y puede proveer un alto grado de interactividad entre el usuario y el sitio web.

Las páginas web dinámicas son aquellas que permiten acceder a bases de datos para extraer información que pueda ser presentada al visitante dependiendo de determinados criterios. Ejemplo de esto son páginas que tienen sistemas de administración de contenido o CMS. Estos sistemas permiten cambiar el contenido de la página web sin tener que utilizar un programa de ftp para subir los cambios. Existen diversos lenguajes de programación que permiten agregar dinamismo a una página web: AJAX, ASP, PHP, JSP, entre otros. En nuestra página usaremos PHP para programar el catálogo y el formulario de correo.

Navegadores

Un navegador web puede tener una interfaz gráfica de usuario como Internet Explorer, Opera, Netscape Navigator, Mozilla Firefox, etc.

Los usuarios con navegadores gráficos pueden deshabilitar la visualización de imágenes y otros contenidos multimedia, para ahorrar tiempo, ancho de banda o simplemente para simplificar su navegación. También se puede descartar la información de fuentes, tamaños, estilos y esquemas de colores de las páginas web y aplicar sus propias CSS estilizándolas a su gusto.

El Consorcio WWW y la Iniciativa de Accesibilidad Web (WAI) recomiendan que todas las páginas deban ser diseñadas tomando en cuenta todas estas consideraciones.

Elementos de una página web

Una página web tiene contenido que puede ser visto o escuchado por el usuario final. Estos elementos son realizados por el diseñador que en el caso de los textos, tiene, que revisar su ortografía, traducción, legibilidad en pantalla, acomodos y demás variantes que se puedan presentar, en ocasiones tenemos que improvisar textos para algunos clientes que solicitan ideas. Las imágenes para ser visualizadas en la web manejan tres formatos casi exclusivamente (GIF, JPG Y PNG) por su baja resolución, mas no es siempre el caso, ya que el cliente nos entrega sus imágenes en diferentes formatos, pesos y medidas y es en este caso cuando el diseñador aplica sus conocimientos y habilidades para resolver este problema y adapta las imágenes al tamaño, resolución y peso adecuado para el sitio web, en ocasiones se hacen la toma fotográfica y las ilustraciones en otros casos ya se entregan esos parámetros resueltos. La integración de audios, ya sean sonidos de los botones, voces o música generalmente se maneja en formato MIDI, WAV, Y MP3. Y, de nuevo entra el diseñador trabajando de editor de audio, creando los sonidos, grabando las voces, editando audios y fusionándolos con la página web y su interactividad, a veces creando reproductores de audio en programas como flash, y es el mismo caso para los videos con la diferencia de formatos donde el más actualizado es el video de flash que tiene el formato de FLV, también están los formatos MOV y MPG. El programa Flash nos permite conjuntar estos elementos para crear películas más interactivas que después se fusionarán con la página web del sitio. Por último, pero no menos importante tenemos los hipervínculos, vínculos y marcadores que nos sirven para hacer referencias, o búsquedas específicas ahorrándole tiempo al usuario en nuestro sitio.

La página web también puede traer contenido que es interpretado de forma diferente dependiendo del navegador y generalmente no es mostrado al usuario final, como son: los Scripts, Java Script, Meta tags y hojas de estilo (CSS).

1.2.3. Dominio y Servidor

Un dominio de Internet es un nombre base que agrupa a un conjunto de equipos o dispositivos que denominamos servidores, y que permite proporcionar nombres de equipo, más fáciles de recordar en lugar de una dirección IP numérica, (por ejemplo no es lo mismo recordar un nombre como: "*http://www.misalchicha.com*", que recordar "*http://110.0.233.0.201.1*"). Permite a cualquier servicio (de red) moverse a otro lugar diferente en la topología de Internet, que tendrá una dirección IP diferente. Técnicamente, es un recurso nemotécnico que se asocia a nodos de la red Internet con el objeto de facilitar su identificación, constituido por expresiones alfanuméricas concatenadas en varios niveles, organizados de forma jerárquica.

En concreto, es como la dirección de mi casa, la escuela, el hospital, tu casa, específica y única; así identificamos los diferentes sitios, solamente que aquí no son tan largos, por lo general siempre son así: *www.minombre.com*, y se le aumenta un mx si la pagina está ubicada en México, aunque hay quien solo se queda con el .com, y así hay muchas que representan tanto a países como a organizaciones, eso ya dependerá del usuario u organización que compre el dominio.

En informática un servidor es una computadora que formando parte de una red, provee servicios a otros denominados clientes.

También se suele denominar con la palabra servidor a:

Una aplicación informática o programa que realiza algunas tareas en beneficio de otras aplicaciones llamadas clientes. Algunos servicios habituales son los servicios de archivos, que permiten a los usuarios almacenar y acceder a los archivos de una computadora y los servicios de aplicaciones, que realizan tareas en beneficio directo del usuario final. Este es el significado original del término. Es posible que un ordenador cumpla simultáneamente las funciones de cliente y de servidor.

Una computadora en la que se ejecuta un programa que realiza alguna tarea en beneficio de otras aplicaciones llamadas clientes.

En conclusión, un servidor es donde alojaremos los archivos de nuestro sitio web, será la casa de la que dimos la dirección, nos mantendrá el sitio en línea, y a menos que sea casa propia se tendrá que pagar una renta.

1.2.4. Hipertexto

El hipertexto es una herramienta para manejar y organizar información, en el cual los datos se almacenan en una red de nodos conectados por enlaces. Los nodos contienen datos textuales pero no están limitados a solo textos, contienen además gráficos, imágenes, audio, animaciones y video, así como código ejecutable u otra forma de datos a los cuales se les da el nombre de hipermedio, es decir, una generalización de hipertexto.

El hipertexto en la página web, indica al usuario que tiene la posibilidad de crear, agregar, enlazar y compartir información de diversas fuentes, permitiéndole acceder a documentos de manera no secuencial, a diferencia de sistemas de información más tradicionales, en los cuales el acceso es naturalmente secuencial. De esta forma de navegación hablaremos más claramente adelante cuando entremos a la interfaz multimedia del proyecto. Esta flexibilidad de acceso genera las nociones de navegación, personalización de presentaciones y anotaciones.

1.2.5. Interactividad

La interactividad es la capacidad de tomar decisiones en nuestra navegación no es más que el modo en el que nos movemos dentro de un sitio web y nos permite presentar textos, imágenes y sonidos bajo la acción selectiva de nuestro espectador, seguir una secuencia no lineal, la interfaz de nuestro sitio web definirá la capacidad de interacción con nuestro usuario, es un punto clave en la creación de un programa interactivo, su éxito será equivalente a la calidad de su interfaz, en mi caso la interactividad comienza, desde el punto de decidir si quiero escuchar la música del sitio o no, que línea de bolsas quiero ver, modelo y color de mi agrado.

La interactividad en un sitio como el de Kipling debe estar muy bien fundamentada en la usabilidad para que la experiencia del usuario se dé completa autonomía y control del producto a elegir y no un fracaso de comunicación donde el usuario se pierda en la navegación.

Un multimedia interactivo propone una nueva lectura de las cosas, en definitiva el medio ha de adaptarse al contenido y no al revés.

Stephen Wilson, experto en interactividad, dice al respecto: “Los interactivos

multimedia permiten a las personas seguir los propios caminos asociacionistas; experimentar y construir sus propias estructuras cognitivas, y enlazar sus acciones con las necesidades emocionales y de identidad. En aplicaciones de aprendizaje y de información, las teorías sugieren que los materiales son recordados, utilizados e integrados mejor” continúa diciendo: “Extrapoladas estas teorías a los terrenos artístico o de entretenimiento, los espectáculos interactivos pueden ser más profundos y emocionantes que las experiencias no interactivas”[7]

Xavier Berenguer „Escribir programas interactivos, sitio web.

1.2.6. Usabilidad para el diseño web.

La usabilidad juega un papel fundamental en cualquier sitio web, ya que de esta depende el éxito de comunicación, la usabilidad indicara modos y caminos para navegar con cierta lógica en un sitio web, va a definir la estructura de nuestra maquetación fundamentándose en las necesidades y complicaciones del usuario. La web es un entorno donde el poder está en las manos del interactor, a un solo clic de quedarse en nuestro sitio o irse a cualquier otro.

La mayoría de los sitios web pasan por alto la usabilidad o imponen cosas por placer sin tomar en cuenta las necesidades de los usuarios. El diseño de la interfaz de nuestro sitio está basado en la usabilidad ya que por ser un sitio con un catálogo de ventas a nivel internacional tiene que ser dotado de una navegación atractiva, sencilla y funcional para no complicar al usuario.

La resolución de pantalla es un punto clave en nuestra navegación ya que define el tamaño de nuestro sitio visible en un monitor, para eso debemos mantener un estándar, definido por las pulgadas de los monitores de la mayoría de los usuarios. La mayoría de páginas web sólo funcionan bien en un monitor de 17 pulgadas que se ejecute a una resolución de al menos 1024 x 768 pixeles. Todo lo que puede por debajo no es válido, y los usuarios tendrán que desplazarse por la pantalla para ver todas las partes de la página. esto es solo la primera fase abra que definir los elementos de nuestro sitio como son : significación, modelo mental, carácter, forma, estructura, funcionalidad, taxonomía, publico, contenidos, marco temporal, innovación, valor por nombrar algunos ya que dependerá de muchas variables.

Bueno tan fácil como decir un sitio basado en la usabilidad será un sitio con mayores probabilidades de éxito ya que el usuario entenderá su entorno, se familiarizara y se moverá a placer con flexibilidad en el sitio web.

La Organización Internacional para la Estandarización (ISO) ofrece dos definiciones de usabilidad:

ISO/IEC 9126: "La usabilidad se refiere a la capacidad de un software de ser comprendido, aprendido, usado y ser atractivo para el usuario, en condiciones específicas de uso"

ISO/IEC 9241: "Usabilidad es la eficiencia y satisfacción con la que un producto permite alcanzar objetivos específicos a usuarios específicos en un contexto de uso específico"

Entre los principales beneficios de la usabilidad encontramos:

REDUCCIÓN DEL COSTO DE APRENDIZAJE .
DISMINUCIÓN DEL COSTO DE ASISTENCIA Y AYUDA AL USUARIO.
OPTIMIZACIÓN DEL COSTO DE DISEÑO, REDISEÑO Y MANTENIMIENTO.
AUMENTO EN LA TASA DE VISITANTES DE UN SITIO.
MEJORA LA IMAGEN Y EL PRESTIGIO.
MEJORA LA CALIDAD DE VIDA DE LO USUARIOS.

Todos estos beneficios implican una reducción y optimización general de los costos de producción, así como un aumento en la productividad. La usabilidad permite mayor rapidez en la realización de tareas y reduce las pérdidas de tiempo.

1.2.7. Autonomía y control

Es la capacidad de control que se le da al usuario dentro de un sitio web o aplicación multimedia, al grado que genera autonomía que le permita navegar por donde le plasca, que tenga capacidad de decisión.

La interactividad que se genera definirá la capacidad de autonomía y control, la interacción requerida es la que diferencia la calidad y capacidad de un interactivo un nivel bajo ofrece opciones reducidas y simples, a diferencia de una compleja que es cualitativamente alta se le llama contributoria. En este nivel el usuario puede añadir opciones por su cuenta y hasta podría ser capaz de modificar o crear programas por su cuenta (hi5).

La capacidad de autonomía en la página de Kipling es de un nivel medio, ya que no permite modificaciones en el programa pero si permite comunicación empresa cliente y mantiene un estándar de interactividad alta en argumentos.

La función principal en particular de este sitio web es vender, y nuestra herramienta es la interactividad que se genera, en este punto se define la trascendencia de los elementos que contendrán nuestro sitio para lograr generar identidad y pertenencia en los usuarios al interactuar con el proyecto multimedia. En primer lugar se encuentra la capacidad de poder acceder a un catálogo personalizado y otro con la imagen de las modelos utilizando los productos que existen, pero es la necesidad de identidad e iconicidad la cual se refiere al grado de referencia de una imagen con el objeto real, este término generó el selector de color en el catálogo personalizado, el cual permite al usuario configurar y ver el producto que más le gusta reafirmando la necesidad de obtenerlo y hacerlo parte de su estilo de vida, gracias a su alto nivel de iconicidad.

Los detalles que maneja el catálogo personalizado, la fusión con la interfaz del sitio y la función que cumple representan la trascendencia del diseño del sitio ya que las opciones del catálogo personalizado permitirá generar más ventas gracias a que genera identidad y pertenencia al adecuarse lo mas posible a los gustos del usuario hasta el punto donde lo permitan los productos y la fotografía de estos.

1.2.8. CGI. Interfaz multimedia.

Es aquí donde se conjuga toda nuestra investigación, la interfaz gráfica del usuario (GUI) se creó para proporcionar al público un control directo sobre sus computadoras personales, y la calidad de ese control dependerá de varios factores, aquí donde cobra importancia la investigación de las necesidades de su público potencial. Es imposible diseñar para una persona desconocida cuyas necesidades se ignoran; por ello, es preciso desarrollar ejemplos de marcos hipotéticos para distintos tipos de usuarios que busquen información en su web. Y regresamos al punto anterior creado por esta necesidad de la interfaz que es usabilidad y ahora hablaremos de los factores que debemos analizar para lograr una buena usabilidad y por ende una interfaz exitosa.

El diseño de la página principal, ¿ayudará o impacientará a un usuario con experiencia en la búsqueda de una parte específica de información? Un menú complejo, ¿intimidará a un principiante? Probar los diseños y observar las reacciones de usuarios concretos es la mejor manera de comprobar si los conceptos de diseño utilizados proporcionan lo que realmente esperan de la web (usabilidad).

Primero definamos que es para nosotros los diseñadores web la interfaz multimedia.

La interfaz Multimedia es la combinación de estructuras, texto, sonido, imágenes, video, metodologías y técnicas con el objetivo de comunicar un mensaje, cambiando también la forma en que el usuario interactúa con la computadora.

La interfaz se debe definir por el conjunto de componentes que la conforman en este caso serán básicamente: los formales, los pictóricos y los funcionales. Pero antes definamos el tipo de navegación que le dará estructura a nuestra maquetación web.

“Los interactivos multimedia permiten a las personas seguir los propios caminos asociativos; experimentar y construir sus propias estructuras cognitivas, y enlazar estas teorías a los terrenos artístico o de entretenimiento, los espectáculos interactivos pueden ser más profundos y emocionantes que las experiencias no interactivas”[9]

La navegación es la forma en la que el usuario explora la interfaz. La dinámica y la estructura con que se presentara ante el usuario dependerá del árbol de información que define la visualización del guión interactivo, nos muestra 8 tipos

de navegación o pautas de interacción para poder definir nuestra navegación, lo define como un guión del programa interactivo “la metáfora, la estructura y la dinámica del funcionamiento, constituye un universo que ha de ser, en términos generales, coherente conceptual y gráficamente.” [10]

9. Stephen Wilson, experto en interactividad, dice al respecto:

10. Xavier Berenguer en el documento que lleva por nombre :Escribir programas interactivos

1.2.8.1. Componentes formales

Elementos gráficos como el punto, la línea, la forma, la tipografía, más la suma del color, definen a la palabra formal, en nuestro sitio web ya que ellos son los componentes básicos que dan forma a una maquetación.

Los puntos, líneas y planos son empleados de cuatro formas distintas:

1. ESTRUCTURALMENTE:

Se utilizan para organizar el contenido de la maqueta, separándola por áreas y jerarquías.

2. ABSTRACTAMENTE:

Cuando se emplean para generar texturas.

3. VISUALMENTE:

Cuando se utilizan en figuras ilustrativas o explicativas.

4. FUNCIONALMENTE:

Cuando tienen una reacción después de que el usuario ejecuto una acción.

Los elementos formales tienen nombres diferentes cuando son aplicados a una plataforma de un monitor de computadora, por ejemplo el punto se convierte en pixel, la línea y el plano se convierten en vectores y platas, la utilización de estos elementos en la creación de un sitio web nos servirá para darle forma a todo nuestro diseño, desde la creación del fondo del sitio, la retícula que es a base de líneas, el relleno de espacios con platas de color o degradados en forma específicas dentro de un plano, la creación de botones que es a base de una forma contenida por líneas resaltada por un color y con capacidad de indicar opciones por medio de textos, esto nos habla de la flexibilidad e importancia de estos componentes para la creación de nuestro diseño.

Punto

El punto es la expresión mínima en pantalla, para nosotros en un monitor se le definiría como un pixel, el punto es un cuadrado que mediante una interpolación con sombras intermedias parece redondo, todo lo demás mostrado en pantalla está compuesto por puntos en este caso pixeles, los cuales nos puede servir para la creación de texturas en una forma abstracta, para la creación de ilustraciones en una forma representativa o de una forma estructural en el diseño de una maquetación.

Línea

La línea en pantalla está compuesta por una hilera de pixeles, es uno de los elementos gráficos más importante ya que la podemos usar de forma abstracta, estructural o visual. La línea sera parte del diseño estructural de la página además de que esta implícita en los botones y recuadros que delimita espacios en el sitio web.

Plano

El uso de planos o formas se centra sobre todo en los enlaces, botones, la asociación visual de los elementos y en menor medida a la ilustración o visualización. Las formas en este sitio estarán contenidas por líneas.

Las formas irregulares pueden llegar a adoptar un papel ilustrativo.

Color

Constituye un componente central de cualquier maquetación digital, aparte de clasificar y comunicar significados, los colores nunca son neutros; siempre nos evocan una asociación, en ningún lugar son tan directos como en los sitios web los estereotipos relacionados con los simbolismos del color, en el caso de Kipling nos enfocaremos en el rosa dirigiéndonos a un público femenino.

Ya que el color de los sitios web es para ser visto en monitores, es necesario entender el esquema de color que se maneja (RGB) y de los términos Website y ReallySafe. El WebSafe clasifica los colores combinando rojo, azul y verde (RGB) usando un número hexagesimal para cada color. De esta manera se obtiene una

paleta de 216 colores combinando: 00, 33, 66, 99, CC y FF. De los 256 colores resultantes, la paleta sólo contiene 216 ya que los 40 faltantes sufren variaciones entre plataformas (más específicamente entre PC y Mac) de esta manera se logra una paleta multiplataforma de otro modo, distintas plataformas podrían mostrar distintos colores que no están incluidos en esta paleta universal.

El ReallySafe es una paleta de color más restringida que consta solo de 22 colores (contenidos también en la tabla de WebSafe) que se verán siempre igual, sin variaciones, no importando la plataforma, navegador o profundidad de color. La paleta web no sólo es importante al definir los colores de textos y fondos, sino también cuando se optimizan las imágenes de un sitio.

Formas

En una maquetación digital las formas adquieren sobre todo una función estructural, además de darnos elementos de diseño muy interesantes ya que cubren de forma automática parte de la zona de maquetación y pueden llenarse simplemente con colores y texturas.

Tipografía

Los elementos tipográficos de una maquetación web, se dividen en dos tipos: tipografía de organización y tipografía de contenido.

La tipografía de organización nos va servir para organizar la interfaz como serían encabezados, elementos de navegación, etiquetas y demás elementos fijos en nuestro caso un ejemplo sería la tipografía del logotipo de Kipling y los textos de los botones de navegación.

La tipografía de contenido en nuestro sitio, nos sirve para comunicar el contenido de nuestra página web, debe ser un texto adaptable, flexible y dinámico.

1.2.8.2. Componentes pictóricos

Está compuesto por elementos de imagen como fotografías, imágenes, ilustraciones, símbolo e iconos, este tipo de contenidos facilita el envío de información de una forma sencilla y directa que puede entenderse de una manera fácil y rápida

Iconos

Son pequeños signos visuales que se entienden si complicaciones ni grandes explicaciones, al ser elementos pequeños nos permite optimizar la organización de la interfaz y sus contenidos ahorrándonos espacios dentro de ellos, se les clasifica en dos tipos de baja iconicidad, que son los más abstractos y no muy detallados y los de alta iconicidad que es todo lo contrario además de que en este termino de alta iconicidad nos ayuda mucho el uso de nuevos monitores con mejores resoluciones.

Iconos de representación abstracta muy simplificada los colores no representan relación con la realidad.

En nuestro sitio los iconos más representativos son los que se aplican al catálogo, donde representan a los modelos de bolsas que hay en existencia, estos iconos se convierten en botones que nos permiten decidir opciones dentro del sitio, los círculos de colores representan el icono que cambia el color de los modelos seleccionados permitiendo configurar la selección al gusto personal del usuario.



Logotipos

Los logotipos nos sirven para representar a una persona, empresa, institución o producto, son como la firma del autor nos identifica y diferencia de los demás del medio en que se manejen. La funcionalidad de un logotipo radica en su capacidad para comunicar el mensaje, por lo general los logotipos tienen una asociación relacionada con la empresa y lo que representan.

En una página web es imperativo definir la mejor ubicación para el logo ya que es lo que nos va identificar lo que nos representa, por eso es muy importante mantenerlo siempre visible en nuestra navegación y no moverlo de su sitio original. A veces en los sitios web hay más de un logotipo pero eso no quiere decir que representen a nuestra empresa, podrían ser patrocinadores socios o demás asociaciones que se puedan tener, en este caso pasa a un segundo término de prioridad y no es necesario que aparezcan por todos lados por lo general se colocan por debajo de toda la maquetación solo para hacer referencia.



Imagotipos

Un imagotipo es una imagen asociada al nombre y al logotipo de una empresa. Sirve para reforzar la identificación de la misma, buscando una fácil asociación, memorización y diferenciación de otras empresas.

Es un elemento iconográfico del logotipo que puede funcionar sólo, o apoyado por un texto característico (isotipo). Un logotipo puede estar formado solamente por un isotipo, o por un isotipo más un imagotipo.

En el caso de kipling su imagotipo sería la imagen del mono sola, su isotipo el texto de kipling usando su tipografía original y en conjunto forman el logotipo de la empresa.



Fotografías

Son una parte importante en la constitución de una maquetación ya que su manipulación no permite un sin fin de diversas formas de visualizar una fotografía. Negativos, aclarados, efectos de blur, las posibilidades en verdad son amplias. La fotografía puede dar diferentes resultados y significados en nuestra maquetación porque gracias a su flexibilidad y sin número de posibilidades pueden ser artísticas, representativas, informativas y así nos podríamos seguir hablando de sus posibilidades.

En el sitio de kipling las fotos tratan de mostrar el estilo de vida de la mujer que usa bolsas de Kipling, en diferentes escenarios del mundo, la imagen de Kipling se convierte en un icono para los usuarios de las bolsas. La parte del catálogo presenta sus productos de una forma clara y atractiva, la calidad fotográfica de este catálogo fue producto de una iluminación profesional en fondos blancos para resaltar al máximo los colores y diferentes texturas de las bolsas, así el usuario que visite nuestro sitio podrá diferenciar con claridad las diferencias entre un producto y otro, para elegir el más apropiado para él.

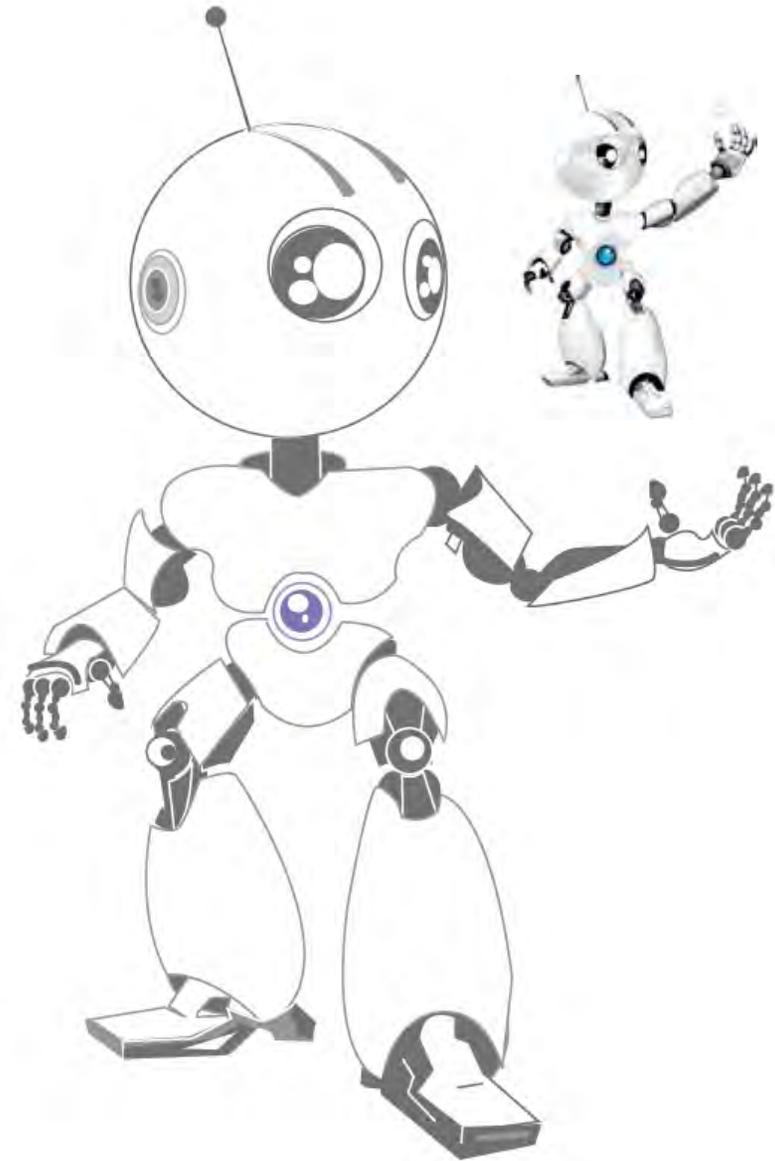
La fotografía en el sitio web fue un parteaguas para el diseño, ya que se realizó antes que el diseño web, la adaptación fue desde el formato hasta tamaños específicos e incluso recortes para acentuar detalles y mensajes que en conjunto; el diseño de la composición web y el fotográfico proyectan al usuario provocando la interactividad visual del argumento dentro de la pantalla que los contiene dentro del sitio web.



Ilustración

Es bueno saber para que nos sirven nuestras herramientas, El uso de ilustraciones en páginas web no tiene una metodología definida, sin embargo existen algunos tipos de ilustración que adquieren un papel fundamental cuando se aplican a medios digitales, es cuando la fotografía llega a sus límites, y la ilustración nos permite demostrar perspectivas que no serian posibles, nos muestran imágenes fascinantes que solo se podrían ver en los medios digitales. La abstracción de una ilustración su síntesis y complejidad nos habla de una herramienta muy flexible y con la capacidad de proyectar el mensaje definido que buscamos. La página de Kipling tiene un toque de este elemento a petición del cliente quería un detalle que representara la primavera y la feminidad y el resultado fue una ilustración que posteriormente fue animada para darle más movimiento a la interfaz.

Las ilustraciones nos permiten más interactividad en nuestra maquetación ya que podemos definir su orden y su comportamiento, como es el caso de los modelos 3d, modelos técnicos o explicaciones científicas.



Videos

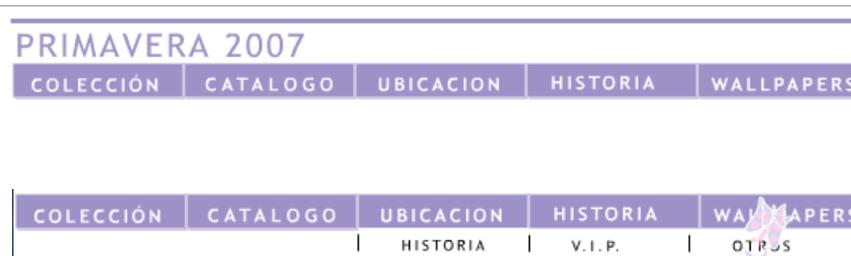
La introducción de video en nuestro medio digital nos ayudara de muchas maneras ya que un video puede conjuntar animaciones fotografías, ilustraciones y demás componentes antes mencionados, sin olvidar que sigue siendo solo un componente más de nuestra maquetación, en particular el beneficio del sitio web de Kipling es de mostrar la forma en que el equipo de de Kipling hace su trabajo para los usuarios mostrándonos el detrás de cámaras del catálogo visual de la temporada primavera verano reforzando nuestra interfaz gráfica.



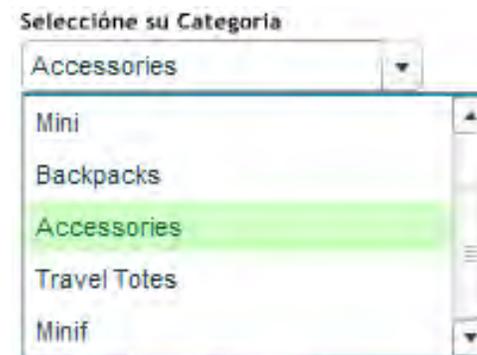
1.2.8.3. Componentes funcionales

Los elementos funcionales son los que convierten una maquetación digital en la interfaz de un medio digital, como son el menú, los botones, las barras, los slide y muchas opciones, permite poner en marcha acciones, objetos en que trabajar, navegar entre pantallas y textos además de muchas opciones más, no es necesario que estén todas estas opciones de componentes, eso dependerá de la planeación de la interfaz y el marco conceptual a mostrar, puede haber más o menos componentes funcionales. La hipertextualidad o relación de un texto con otro anterior y las hiperformas son clave en el acomodo de estos componentes en el sitio web ya que le dan continuidad y coherencia a la idea de la navegación web.

Menú principal tipo barra siempre está presente en nuestra navegación, lo cual nos permite tener acceso inmediato en cualquier momento a las opciones principales de nuestro menú, también tiene la opción de abrir submenús dentro de las opciones principales, esta coherencia nos permite entender que es un elemento constante que representa la navegación principal de nuestro sitio.



Menú tipo combo en este caso se utiliza como menú secundario en el catálogo del sitio kipling, es un botón sensible que al darle clic despliega opciones en forma de texto y al elegir una se contrae, en este tipo de menú se acentua la necesidad de los hipertextos para generar la relación y no esta de más aclarar que no es lo mismo un link que un hipertexto.

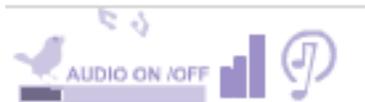




Menú de botones iconográficos, aquí nuestro icono es un círculo que representa el color en el que podemos elegir nuestro producto para visualizarlo en pantalla. Avéces viene acompañado de un breve texto que explica, algo así como “elegir color”. Se puede usar como menú principal o secundario esto queda definido por la usabilidad de la interfaz y el criterio del diseñador, en este ejemplo entra la hiperforma que nos relaciona los iconos representados por círculos de colores directamente con los iconos representados con imágenes de los bolso que abran la imágenes de los mismo en una opción más grande y de mejor apreciación.

Faq Contacto Mapa del Sitio

Menú textual secundario por lo general se pone en un lugar de nuestro sitio donde no llame mucho la atención pero no deja de ser visible y de fácil e inmediato acceso.



Botón de audio, nos permite encender y apagar el audio en nuestro sitio, a veces viene animado, esto con el fin de darle dinamismo y ritmo a nuestro mensaje en el sitio.

● Movies

- ER
- Felicity
- Fly 2K
- Friends
- Home Improvement
- Jessy

Menú con slide para visualizar texto e imágenes, nos da lo opción de movernos de arriba abajo y viceversa para poder ver un menú en forma de lista, en este ejemplo se puede apreciar muy bien la interacción del diseño dentro de un componente racional, contiene varios de los elementos formales como son el texto, la forma, el punto, la línea y el plano cumpliendo con una función interactiva y de diseño dentro del sitio.

1.2.9. HTML y FLASH

El lenguaje HTML puede ser creado y editado con cualquier editor de textos básico. Existen además, otros programas para la realización de sitios Web o edición de código HTML, como por ejemplo Microsoft FrontPage, Dreamweaver, siendo uno de los más utilizados en el ámbito de diseño y programación Web. Estos programas se les conoce como editores WYSIWYG o What You See Is What You Get (en español: "lo que ves es lo que obtienes").

HTML, siglas de Hypertext Markup Language (Lenguaje de Marcas de Hipertexto), es el lenguaje de marcado predominante para la construcción de páginas web. Es usado para describir la estructura y el contenido en forma de texto, así como para complementar el texto con objetos tales como imágenes. HTML se escribe en forma de "etiquetas", rodeadas por corchetes angulares (<,>). HTML también puede describir, hasta un cierto punto, la apariencia de un documento, y puede incluir un SCRIPT (por ejemplo Java script), el cual puede afectar el comportamiento de navegadores web y otros procesadores de HTML.

Por convención, los archivos de formato HTML usan la extensión .htm o .html.

HTML consiste de varios componentes vitales, incluyendo elementos y sus atributos, tipos de data, y la declaración de tipo de documento.

Elementos

Los elementos son la estructura básica de HTML. Los elementos tienen dos propiedades básicas: atributos y contenido. Cada atributo y contenido tiene ciertas restricciones para que se considere válido al documento HTML. Un elemento generalmente tiene una etiqueta de inicio (p.ej. <nombre-de-elemento>) y una etiqueta de cierre (p.ej. </nombre-de-elemento>). Los atributos del elemento están contenidos en la etiqueta de inicio y el contenido está ubicado entre las dos etiquetas (p.ej. <nombre-de-elemento atributo="valor">Contenido</nombre-de-elemento>). Algunos elementos, tales como
, no tienen contenido ni llevan una etiqueta de cierre.

Atributos

La mayoría de los atributos de un elemento son pares nombre-valor, separados por un signo de igual "=" y escritos en la etiqueta de comienzo de un elemento, después del nombre de éste. El valor puede estar rodeado por comillas dobles o simples, aunque ciertos tipos de valores pueden estar sin comillas en HTML (pero no en XHTML). De todas maneras, dejar los valores sin comillas es considerado poco seguro.



Es una aplicación en forma de estudio de animación que trabaja sobre “Fotogramas” destinado a la producción y entrega de contenido interactivo para diferentes audiencias alrededor del mundo sin importar la plataforma. Es actualmente escrito y distribuido por Adobe Systems, y utiliza gráficos vectoriales e imágenes ráster, video, código de programa, flujo de audio bidireccional (el flujo de subida sólo está disponible si se usa conjuntamente con Macromedia Flash Communication Server). En sentido estricto, Flash es el entorno y Flash Player es el programa de máquina virtual utilizado para ejecutar los archivos generados con Flash.



Los archivos de Flash, que tienen generalmente la extensión de archivo SWF, pueden aparecer en una página web para ser vista en un navegador, como en el caso del sitio de Kipling basado en Flash, o pueden ser reproducidos independientemente por un reproductor Flash. Los archivos de Flash aparecen muy a menudo como animaciones en páginas Web y sitios Web multimedia, y más recientemente utilizados en anuncios de la web.

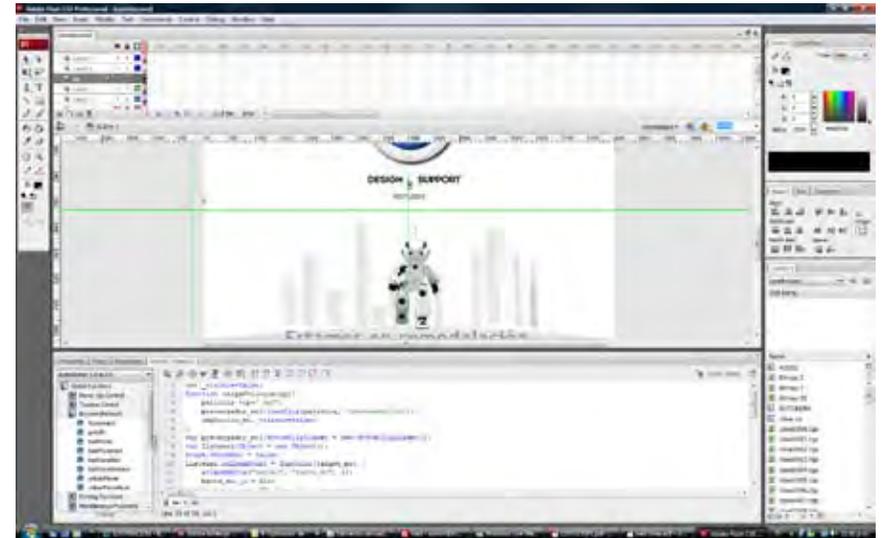
En versiones anteriores, Macromedia amplió a Flash más allá de las animaciones simples, convirtiéndolo en una herramienta de desarrollo completa, para crear principalmente elementos multimedia e interactivos para Internet.

Los componentes, son similares a los movie Clips, ya construidos que vienen de varios tipos, como los uiComponentes, o los componentes de interfaz, todos estos creados por el equipo de Macromedia, para simplificar y ahorrar tiempo.

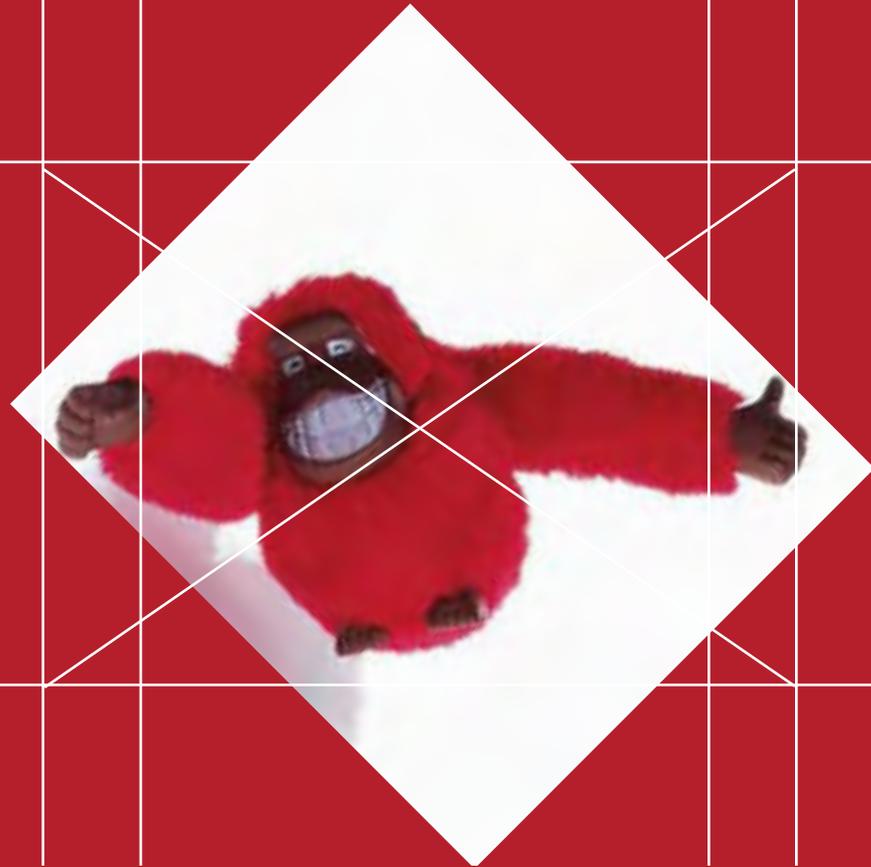
Una vez listo el archivo.fla, se procede a compilarlo, que es el proceso donde se junta, tanto la película como el código, para crear el ejecutable, o el.swf, o más si se quiere, ya que flash puede exportar la película final de varias maneras, desde sacar la página.html,

con el código para incrustar el swf, pasando por exportar png, jpg y gif (archivos de imagen) hasta exportar el swf o un exe o incluso a formato de video.avi

Es cierto que la interfaz de programación de Flash está basada en Java Script, pero con base en este lenguaje, fue creado ActionScript. Puede parecer a simple vista que Java Script y ActionScript son iguales, pero no lo son. Por una parte, Java Script es un lenguaje de programación estructurada (también llamada programación modular, debido a la característica de poder armar por partes el script) y además se utiliza principalmente para agregarle interactividad a páginas web. Por otra parte, ActionScript, desde su versión 2.0, pasa de ser de programación estructurada a programación orientada a objetos, que trata de ver el entorno de programación como el mundo real, donde cada objeto tiene propiedades como el color, la forma y su ubicación, y métodos (borrar un texto, parar la línea de tiempo, cargar variables u hojas de estilo), y además nos encontramos con un lenguaje más estricto y más amplio donde usted puede crear sus propias clases.



kipling 



CAPÍTULO 2: KIPLING Y EL PROCESO DE PRODUCCIÓN DE LA PÁGINA WEB:

“KIPLING MEXICO TEMPORADA PRIMAVERA VERANO 2007”

2.1. ¿Qué es Kipling?

Kipling es una empresa dedicada al diseño y venta de bolsos, se fundó en la ciudad de Antwerp en 1987 en Bélgica, Desde ese entonces, la empresa ha crecido hasta convertirse en una marca que representa un estilo de vida, con diseños extraordinarios en cada uno de sus productos. Su logotipo, el mono KIPLING se ha aventurado en todo el mundo, desde su ciudad de origen.

Las principales sucursales de KIPLING a nivel internacional, se basan en la tienda central, en la ciudad de Bornem. Kipling es parte de VF Corporation's Outdoor Coalition que incluye las marcas de fábrica más importantes como: Eastpack, Jansport, Napapijri, Nautica, Reef, The North Face Y Vans.

Su crecimiento en los últimos 21 años ha sido realmente remarkable. Hoy en día los productos de Kipling se comercializan en 55 países de Europa, América, Asia, África y Australia. Esta información y toda la que mencione de Kipling, fue otorgada por el cliente extraída de sus libros de datos, cds de publicidad y mercadeo interno.

¿De dónde viene el nombre de Kipling?

De la búsqueda de un nombre que todo el mundo pudiera pronunciar. Un nombre que no tuviera un extraño o inesperado significado en otro lenguaje. "Kipling" surgió del Autor de "El libro de la selva", Rudyard Kipling, y esto trae a la vista la mascota de Kipling ("The name Kipling came from Rudyard Kipling, the author of "The Jungle Book" which brings our monkey mascot into perspective").



¿Por qué hay un mono en todas las bolsas de Kipling?

Los Monos son símbolos de diversión y aventura, así que el mono se convirtió naturalmente en la mascota de la marca. Y no mucho tiempo después fue la clave dominante de la marca. Todo mono de Kipling en algún momento, es denominado en nombre de un colaborador de la empresa, de todo el mundo. Cada colección tiene a su mono único e irrepitible. El mono se ha convertido en un objeto de colección para todo aquel que goza de un corazón joven y alegre.



2.1.1. Definición del usuario (Kipling)

El principal objetivo de Kipling es la Mujer, en un rango de edad considerado de jóvenes y exploradoras de 16 a 24 años y jóvenes establecidas de 25 a 36 años, aunque se pueden encontrar productos diseñados para hombres.

La filosofía de Kipling nos dice que es una marca con actitud, dedicada a la creación de bolsas para las mujeres excepcionales. Es una marca de fábrica con una actitud juguetona y diseños creativos para las mujeres que viven en armonía en el mundo de hoy. Kipling es la moda con un toque único, de actitud pero no un capricho.

Kipling no es un gasto sino una inversión de tu dinero, Kipling se coloca en un medio alto en el rango de precios, motivado por:

- a) La búsqueda de un Producto superior de diseño y buen gusto



- b) Meticulosa alta calidad
c) Productos internacionalmente calificados
d) Acabados y detalles únicos
e) Es una de las mejores marcas en el mercado

2.1.2. Normatividad.

Es importante mencionar que Kipling México sigue las mismas especificaciones de "Corporate Guideline", para todas las tiendas a nivel internacional, como son el uso del logotipo, tamaños permitidos, pantone, tipografía, formatos (hojas membretadas, portadas de fax, sobres, tarjetas de presentación, etiquetas y etiquetas para CD). Cabe resaltar que no existe una normatividad para aplicaciones multimedia, solo para soportes impresos.

2.1.3. Antecedentes.

La primera franquicia en México data del 2004 y se ubicó en la Ciudad de México. En lo que se refiere a Web, la tienda no contaba con un sitio de internet, sino solo con el sitio a nivel internacional. Lo anterior generó la necesidad de crear un sitio propio, por la dificultad que implicaba el idioma inglés del sitio web internacional. De esta manera los clientes podrán consultar los productos y modelos nacionales disponibles, los costos en moneda nacional y la localización de las tiendas.

2.1.4. Productos.

Los productos que se comercian son las bolsas de mano, bolsas de hombro, bolsas para accesorios, mochilas, cinturones, relojes, monederos, carteras, llaveros y un sin número de accesorios más que se añaden o se quitan dependiendo de la temporada.

2.2. Recopilación de contenidos.

Los contenidos de este sitio ya tienen una estructura y están basados en las políticas empresariales de Kipling, un marco en el contexto de Kipling por así decirlo. La toma fotográfica que se maneja en la campaña internacional primavera verano 2007 se realizó en Europa, y es la misma imagen para todas las tiendas del mundo, con excepción de Brasil que va una temporada atrás por las diferencias en la llegada de las estaciones dada su ubicación geográfica. Los textos que hablan de Kipling son igualmente estructurados en diferentes idiomas para cada país.

La ubicación de las tiendas se especifica en mapas interactivos creados aquí en México.

Todas las imágenes del catálogo fueron bajadas del ftp: "ftveuropa", servidor perteneciente a Kipling Bélgica.

2.3. Planteamiento y proyecto de solución.

El sitio web de Kipling México necesitó tener personalidad, mantener los estándares ya antes mencionados de la marca, proyectar la calidez y frescura de la temporada primavera verano 2007, crear el catálogo en línea para incrementar sus ventas, publicidad de la empresa y productos. El producto comunicativo requería ser funcional para cumplir con la idea de dar al usuario el mensaje final de un sitio amigable donde podría buscar su producto preferido sin necesidad de salir de casa.

Otro elemento interesante era el tiempo de entrega en línea ya que todos los sitios de la marca Kipling deben ser estrenados el mismo día.

Para solucionar el problema de un diseño funcional, nos basamos en la usabilidad aplicada a la web, por medio del estudio de los posibles usuarios, se usó una topología estándar de sitios web, donde todos nuestros elementos se mantuvieron en una forma coherente que permitieran una rápida orientación, ya que el orden de estos elementos es decisivo para la maquetación digital; con esta base armamos la maquetación y desde la estructura de la retícula definimos las ubicaciones de los diferentes elementos.

La herramienta que se utilizó principalmente para crear el sitio web fue Adobe Flash apoyándonos en la plataforma HTML para la publicación de las páginas.

Se programó un catálogo personalizado para las necesidades de Kipling México, basado en la programación de action script y archivos XML.

Se compraron el dominio y el hosting para realizar las pruebas pertinentes antes de la entrega fechada, y por último se puso el sitio www.kiplingmexico.com en línea, el mismo día que los demás sitios de Kipling en el mundo.

2.4 Tiempos de planeación y realización. (Cronograma del proyecto.)

Se esquematizó el tiempo de producción a partir del momento en que fue recibido y analizado el material, para lograr tiempos específicos en la producción y revisión del sitio web.

SEPTIEMBRE DEL 2006	FECHA DE CONTACTO Y SOLICITUD DE COTIZACIÓN DE UNA PÁGINA WEB PARA LA EMPRESA KIPLING BASADA EN LOS ESTÁNDARES DE LA PÁGINA WEB DE KIPLING BÉLGICA.
SEPTIEMBRE 15	ENVÍO DE COTIZACIÓN: DISEÑO DE PÁGINA WEB EN FORMATO FLASH PARA VISUALIZACIÓN EN HTML. NÚMERO DE PANTALLAS A REALIZAR 10. CANTIDAD DE IMÁGENES INCLUIDAS DEFINIDAS POR EL CATÁLOGO DE PRODUCTO Y CATÁLOGO DE IMAGEN. AUDIO EN LÍNEA. PROGRAMACIÓN DE CATÁLOGO EN LÍNEA. PROGRAMACIÓN DE FORMULARIO DE CONTACTO. REALIZACIÓN DE MAPAS INTERACTIVOS PARA LA UBICACIÓN DE TIENDAS. COMPRA DEL DOMINIO WEB. HOSPEDAJE DEL SITIO POR UN AÑO. RETOQUE DE IMÁGENES.
OCTUBRE DEL 2006	RESPUESTA AFIRMATIVA PARA REALIZAR LA PÁGINA COTIZADA.
OCTUBRE 10	CITA PARA REALIZAR PROYECTO. AQUÍ SE ESTIPULAN LAS BASES DE DISEÑO, ESTRUCTURA Y SE PUNTUALIZAN DETALLES QUE SE REQUERIRÁN PARA LA PÁGINA WEB.
OCTUBRE 16	ENTREGA DE MATERIAL Y CONTENIDOS PARA REALIZACIÓN DEL SITIO.
NOVIEMBRE DEL 2006	ENTREGA DE PRIMERAS PROPUESTAS Y SELECCIÓN.
NOVIEMBRE 25	ENTREGA DE PROPUESTA GRÁFICA FINAL.
DICIEMBRE 2006 A ENERO 20 DEL 2007	ARMADO GENERAL DEL SITIO.
ENERO 21 A FEBRERO 5	PRUEBAS DE SERVIDOR Y REVISIÓN DE CONTENIDOS EN LÍNEA.
FEBRERO 14	ENTREGA FINAL DEL PRODUCTO.
FEBRERO 15	LANZAMIENTO EN LÍNEA DEL SITIO WEB KIPLING MÉXICO TEMPORADA PRIMAVERA VERANO 2007.

2.5. Revisión de contenidos.

Antes de empezar la producción, realicé un informe para saber si los contenidos estaban completos y en los formatos indicados para su producción.

El catálogo de bolsas textual no coincidió con el número de imágenes recibidas, lo cual nos retrasaría el tiempo de entrega o forzaría a acelerar la producción, esto dependería de la rapidez de respuesta de Kipling Bélgica. Los contenidos gráficos que daban vista al sitio estaban completos.

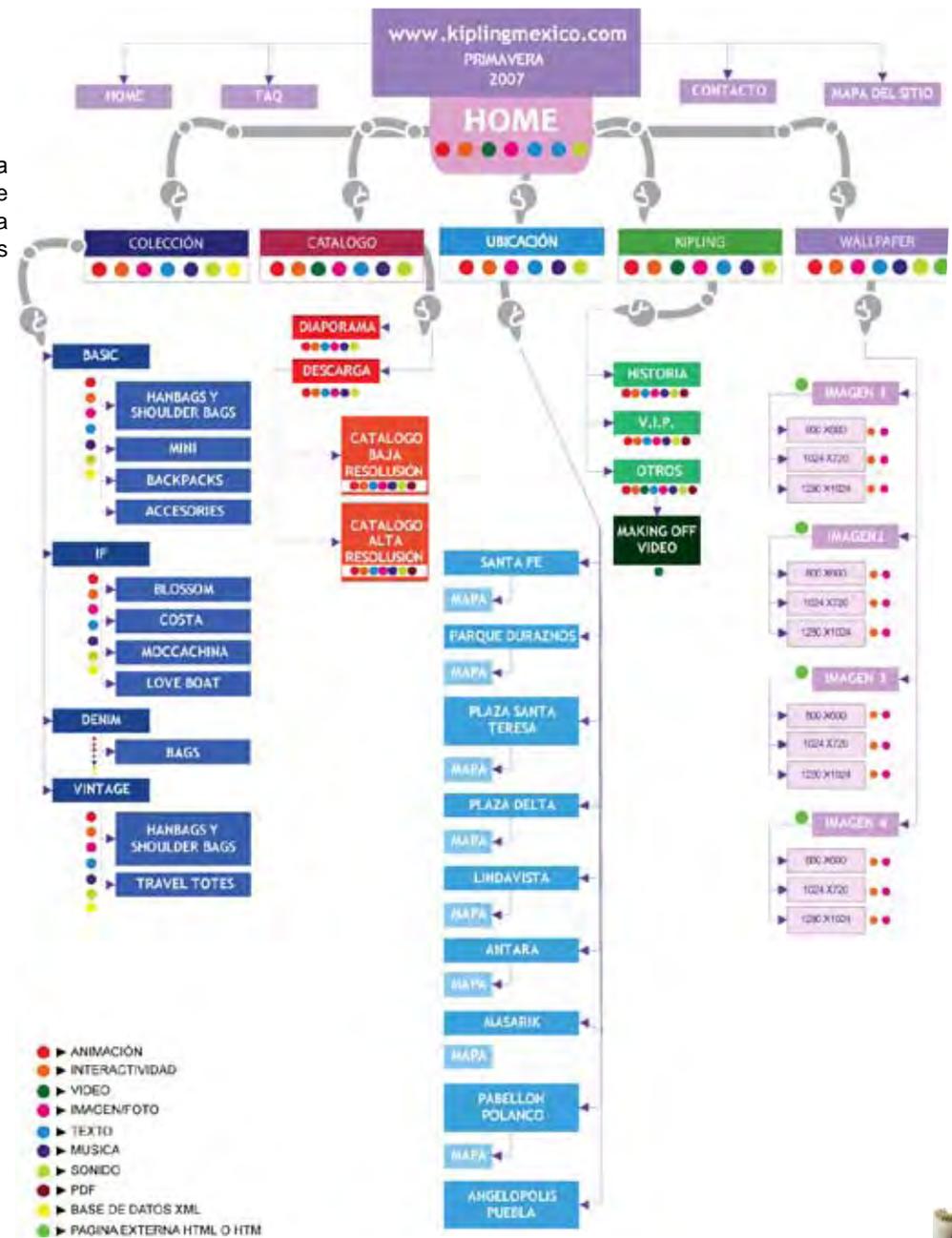
El texto de información del sitio tuvo problemas de traducción, ya que no se puede tomar el inglés literalmente cuando se traduce al español, por lo que se envió el texto a revisión.

2.6. Proceso de Producción de la página web Kipling México: “Temporada primavera verano 2007”.

En esta parte se estableció el proceso de la creación de la página web, diagramas de archivos y contenidos, retículas, topologías, colores, bocetos y demás detalles necesarios para armar el sitio web y así poder llegar al producto comunicativo final. Sin dejar de analizar los contenidos y la funcionalidad final del sitio web.

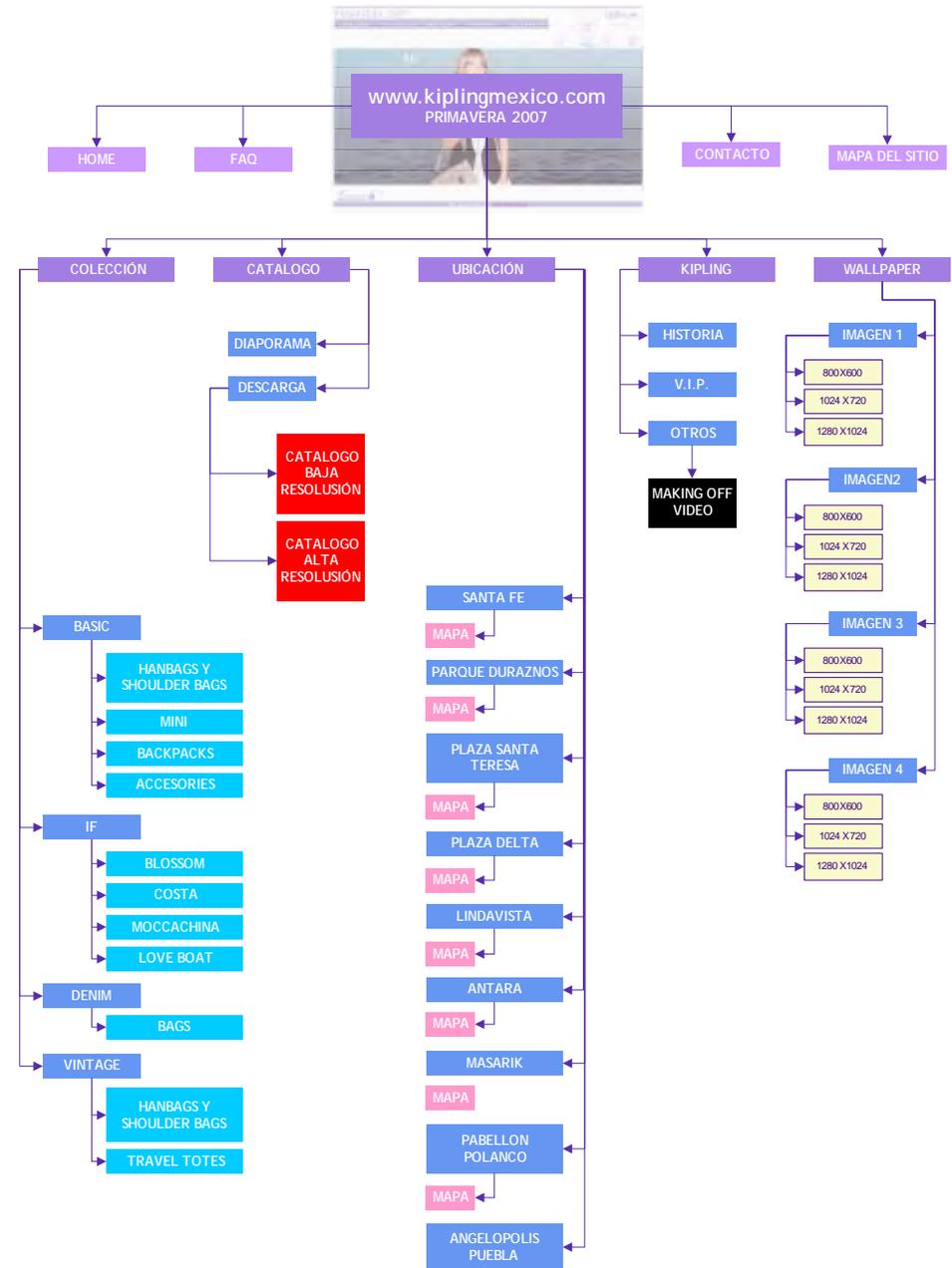
2.6.1 Tabla de archivos media.

Se definieron en un diagrama los contenidos de nuestro sitio. En la siguiente tabla se establecen la navegación y el tipo de archivos que tiene cada contenido y lo que abre cada link, ya sea desde una página HTML, un video, imagen, textos, archivos ejecutables y demás formatos que se aceptan en la web.



2.6.2 Mapa de navegación gráfico y semántica.

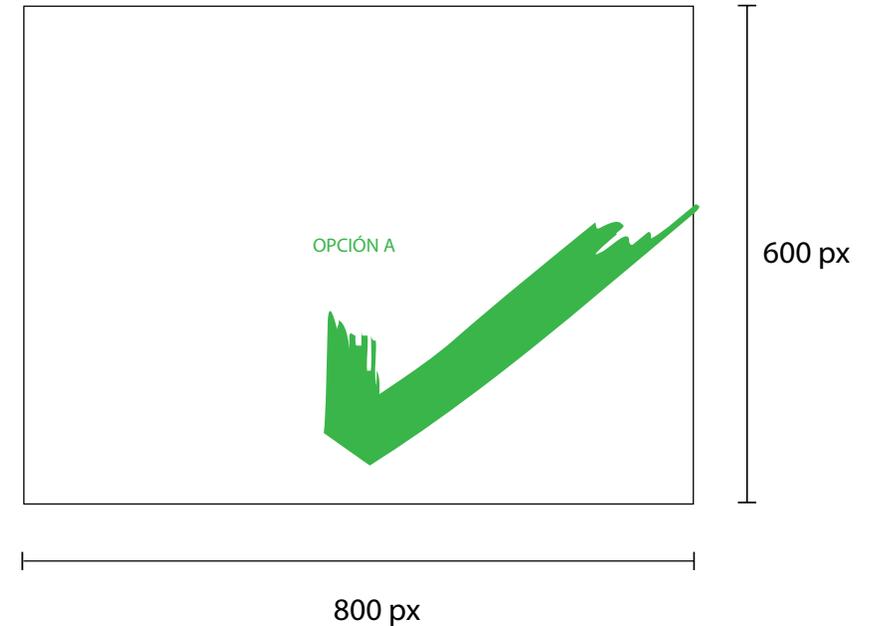
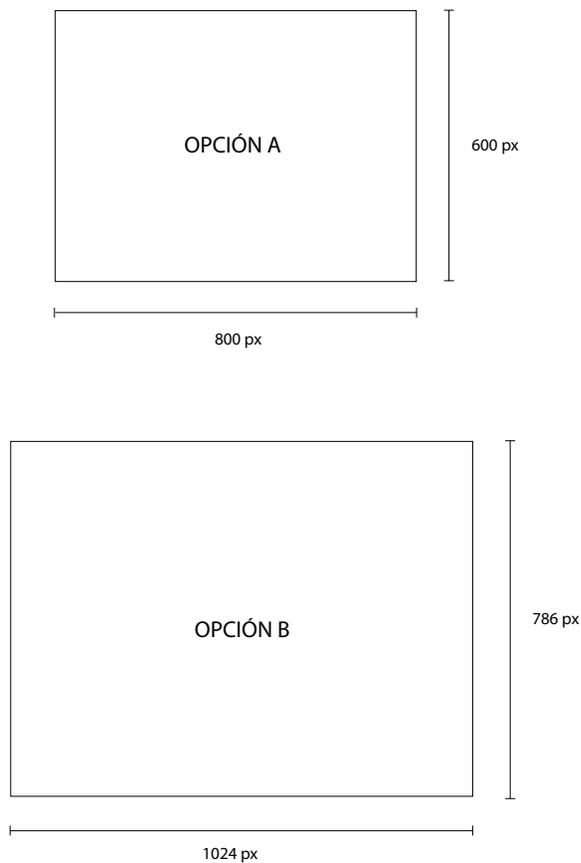
Aquí se definió el tipo de navegación del sitio; el sitio mantiene una lectura no lineal y siempre están presentes todas sus opciones, nunca cambia de página ni abre otras ventanas, el usuario puede elegir en cualquier momento donde ir o regresar sin complicación ya que la estructura así lo permite, con la excepción de los wallpapers que se abren en otra página externa para ser visualizados y bajados.



2.6.3 Producción o armado.

Pantalla

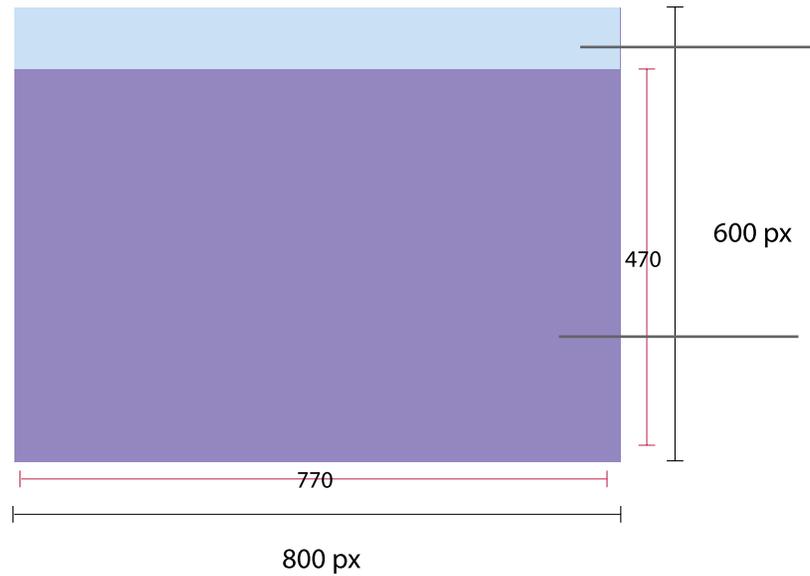
La producción comenzó definiendo el tamaño de nuestro sitio en resolución de pantalla, manejamos dos opciones que son de 800 x 600 pixeles y la de 1024 x 780, se estableció que el proyecto se adaptaba muy bien a la primera opción, ya que la mayoría de monitores tendrían una mejor apreciación del sitio. La idea de una resolución mayor no fue descartada sino postergada a la siguiente temporada.



El armado del sitio principió con la definición del tamaño de

la pantalla que fue de 800 x 600 píxeles.

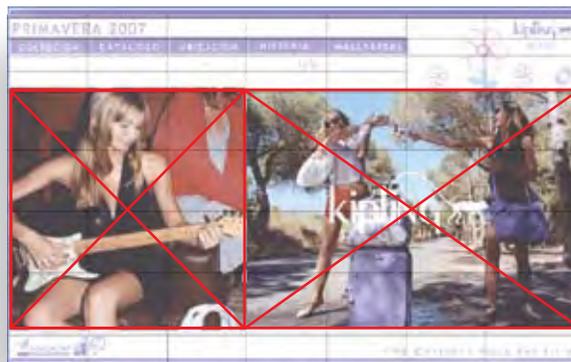
La definición exacta del tamaño del área de diseño fue de 770 x 470, para permitir a la pantalla del monitor visualizar el área de opciones del navegador y del sitio sin tener que mover el scroll del navegador, así en conjunto, nuestra área mínima aproximada de visión, en conjunto el diseño y el navegador sería de 800 x 600.



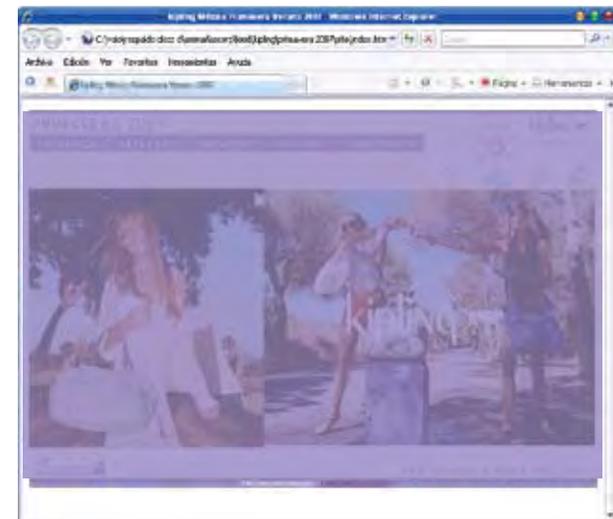
Área visible del navegador



Área real del diseño en pantalla



Pantalla de la página sola sin área de navegador



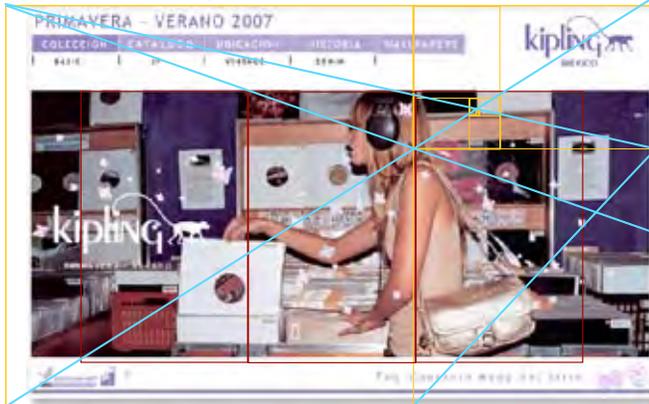
Vista real en pantalla de la página ya visualizada en un navegador

Retícula

La retícula definió las diferentes áreas y colocaciones en nuestro sitio, partió de un rectángulo de 770 x 470, lo que nos permitió darle orden y estructura. La retícula nos ayudó a situar los elementos en un área espacial dotada de regularidad, para hacerlos accesibles; los usuarios del sitio podrían navegar en el sitio con más facilidad, porque las uniones entre las divisiones verticales y las horizontales actúan como señales indicativas para su localización. Hay dos formas de aproximarse al diseño de la retícula.

EL MATEMÁTICO.

SE TOMA EL ANCHO DEL DOCUMENTO, Y SE CALCULA LA PROPORCIÓN ÁUREA PARA SACAR UNA RETÍCULA.



EL ORGÁNICO

LA APROXIMACIÓN MÁS NATURAL ES LA ORGÁNICA DONDE EL CONTENIDO NOS DA LAS PROPORCIONES QUE LUEGO PODEMOS SISTEMATIZAR EN FORMA DE RETÍCULA.

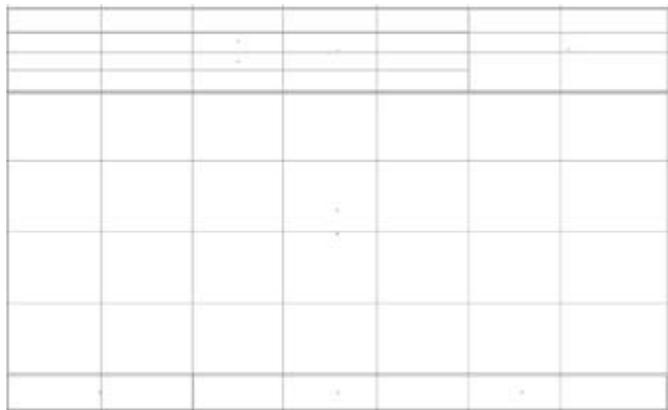


"La retícula es un sistema ortogonal de planificación que parcela la información en fragmentos manejables".

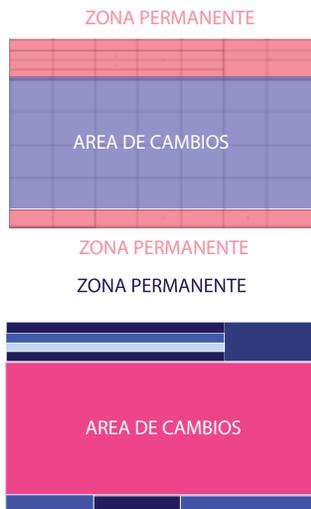
El contenido, jerarquías y objetivos del documento, se definio, así que solo faltaba darle un acomodo visual en nuestra retícula buscando la topología más adecuada.

En este caso se ajustó una retícula definida por bloques ya que el catálogo tenía demasiadas imágenes e información de las mismas. Si el usuario se ve expuesto a diferentes tipos de contenido bajo el mismo esquema, se puede perder. Es clave que una diferencia visual marque una diferencia editorial.

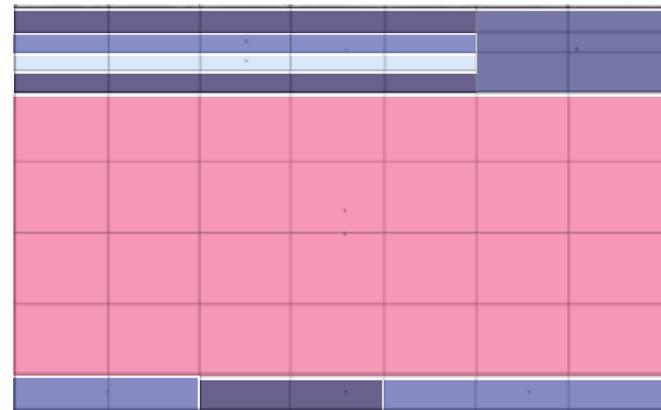
La retícula que se muestra a continuación es la retícula principal basada en tipo orgánico, es una retícula de bloques, en ella marco tres zonas principales que son: Área uno, que representa el área del menú principal, no hay cambios en esta zona en toda la navegación. El área dos es en la que se llevaron a cabo los cambios de las películas que muestran el contenido de las diversas áreas del sitio; y por último, el área 3 que representa un menú secundario, es en la que encontramos algunos links y el botón de encendido y apagado del audio.



RETÍCULA BASE



ZONA PERMANENTE



RETÍCULA YA DEFINIENDO LOS ESPACIOS PRINCIPALES



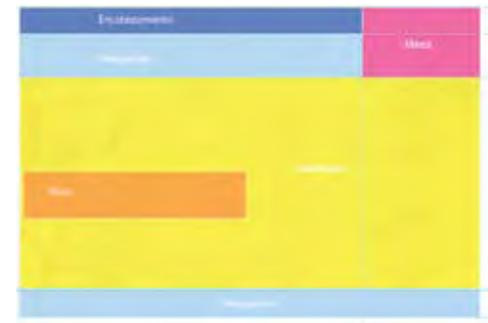
RETÍCULA APLICADA A LA PANTALLA PRICIPAL



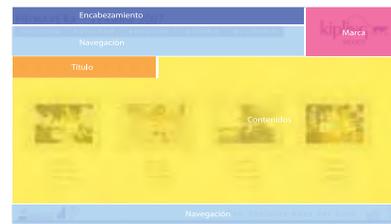
ZONA PERMANENTE

Topología web.

La topología en un sitio web consiste en describir la estructura por áreas de los diferentes componentes de la maqueta digital, los elementos descriptivos e interactivos son los componentes básicos en nuestra topología, cada uno de ellos es asignado a su propia área en la maqueta en una o varias páginas, creando uniformidad en la lectura visual para lograr un aspecto coherente diferenciando información de elementos interactivos, consiguiendo una fácil y veloz orientación. El menú principal quedó en forma horizontal para mantener la línea de la página internacional. Como quisimos comunicar el estilo de vida Kipling con las imágenes de esta temporada primavera verano 2007 y el catálogo en línea, se definió el área visual de las imágenes y textos en una retícula base para todo el sitio y se creó una retícula secundaria para el área del catálogo.



TOPOLOGÍA VARIANTE 1



TOPOLOGÍA VARIANTE 2



TOPOLOGÍA VARIANTE 3

Los colores

En este proceso se definió el color por la normatividad de Kipling México de enfocarse en la mujer, y fue decisión absoluta del cliente; cabe decir que el color original de Kipling es verde pero ellos mismos no utilizan su color institucional, al contrario cada temporada lo cambian para refrescar la imagen de Kipling y adaptarlo a la moda del momento.

Los colores que se usaron para la creación de este sitio, con excepción del original fueron:



C6C0DF
COLOR SECUNDARIO



FFFFFF
COLOR DE FONDO Y TIPOGRAFÍA MENÚ



000000
COLOR DE TIPOGRAFÍA INFORMATIVA



005953

COLOR ORIGINAL DE LA MARCA KIPLING, EN CASO DEL SITIO WEB MANEJAN EL CAMBIO DE COLORES POR TEMPORADA



9587C0

COLOR PRINCIPAL REPRESENTATIVO DE LA TEMPORADA, EL SITIO WEB SE BASA EN ESTE TONO.



El logotipo

Representó la identidad de la marca en sitio web de México, ya que al ser el principal icono gráfico de la empresa, nos proyecta pertenencia y nos arraiga a la esencia de estar en un territorio virtual propiedad de la firma. En este proceso, en nuestra maquetación quedó claro que la ubicación de este elemento es primordial para nuestra topología, ya que al ser un elemento siempre presente en todas las pantallas manteniendo su posición estática en nuestra retícula, siempre será visible dándonos coherencia y pertenencia, nos proyecta familiaridad y continuidad en nuestro sitio.

Las imágenes

La fotografía que se utilizó en esta maquetación, fue adaptada al formato de pantalla establecido para el sitio web anteriormente, estas imágenes son la herramienta para lanzar el mensaje de que Kipling es un estilo de vida y no solo bolsos, y se convirtieron en una más de nuestras herramientas y contenidos para nuestra presentación multimedia del sitio web, se usaron de distintas formas: en la creación de un diaporama donde nos muestra las diferentes líneas del catálogo programadas en secuencia con action script y archivos xml externos, imágenes estáticas, en protectores de pantalla que podrán bajar los usuarios para personalizar su computadoras y en un archivo PDF descargable donde viene el catálogo fotográfico de la temporada en alta y baja resolución.



Diseño final de botones.

Los botones del menú principal son sencillos, mantienen una animación de rollover que es el efecto de cambio de imagen que simula un botón al ser accionado, sirve para resaltar su sensibilidad y funcionamiento.

El menú combo que se encuentra en el área de catálogo es otra variedad de botones que funcionan bien cuando uno tiene un título con muchas opciones, como es el caso de las líneas de bolsas que incluye el catálogo, este tipo de menús dan la idea de un sitio más estructurado, gráficamente amigable sin perder coherencia y funcionalidad.

También contamos con botones iconográficos que representan a las bolsas y los colores de las bolsas, sirven para cambiar el modelo de bolsa y el color. Por último el botón de audio que nos permite apagar o encender el audio de fondo.



Video

Otro medio que ayudará a darle más interactividad al sitio web, es el video que nos muestra la grabación del detrás de cámaras de la toma fotográfica de la colección. Este video se editó en formato FLV para lograr unirlo a las películas SWF de Flash, lo cual nos benefició con velocidad y rápida visualización del video dentro de nuestro sitio web en línea.



El catálogo

La programación de este catálogo se realizó con action script y archivos XML y el programa armador de esta interfaz fue Flash, las imágenes de los bolsos que incluye el catálogo son llamadas de carpetas externas por medio de los archivos XML, estas carpetas son dos, una donde se crean las imágenes del tamaño grande y otras del pequeño.



Textos

Los textos incluidos en el sitio se manejan como texto estático, que son los textos que complementan las imágenes en pantalla con breves explicaciones, y el texto de entrada que es programado para ser traído a pantalla de archivos XML externos que sirven como base de datos para especificaciones de los productos.

PRIMAVERA 2007

HISTORIA

HISTORIA

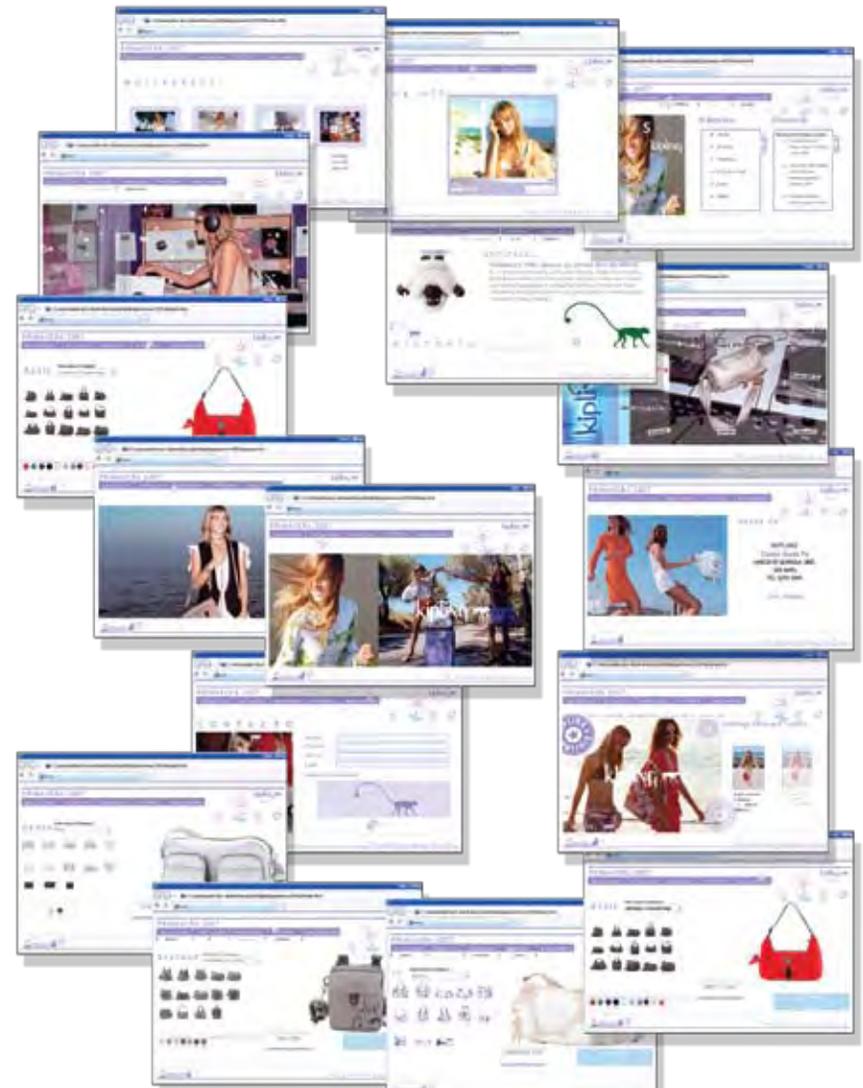
HISTORIA

Fundada en 1987, durante los últimos años del Milenio, el 13 probó ser de buena suerte para Kipling. Desde ese entonces, Kipling ha crecido en su idea original de crear la más alta calidad de mochilas agregando el sentido de aventura y diversión en la vida diaria de quienes gozan de los productos de la mundialmente reconocida marca Kipling.

Bocetos

Aquí se muestran los bocetos realizados sobre las bases antes mencionadas; no deja de ser importante mencionar que el bocetaje desde el papel del diseñador es fundamental, ya que una vez aceptado el formato por el cliente, de él partirán las pantallas reales que se mostrarán en el sitio web, con sus topologías y estructuras definidas.

En el bocetaje de las pantallas del sitio de Kipling ya tenemos una base que da estructura y cuerpo al diseño; en esta etapa más que nada se definirán el estilo de botones, las líneas, anchos y cortos de los gráficos etc. El acomodo visual de la interfaz dentro de nuestra retícula lo tenemos definido por la retícula y la topología antes establecidas, lo cual hace más fácil llegar al boceto correcto para iniciar nuestra interfaz multimedia del sitio web.



2.6.4 Revisión de contenidos y funcionalidad.

Como en un principio se realizó la revisión de los contenidos de el sitio, esto no sirvió para anticipar errores y aciertos en los contenidos. Para llegar a una estructura coherente, se realizó una retícula de bloques en la cual se manejó una topología estándar de la web, para el acomodo de la interfaz del sitio.

Las fotografías se adaptaron al tamaño adecuado de las pantallas, el video de la producción "MAKING OF" se optimizó en formato FLV para su mejor funcionalidad, los textos ya bien estructurados se anexaron a la maquetación para así conjugar el mensaje de la imagen y el texto en una pantalla.

En el catálogo se comprobó la funcionalidad del cambio de líneas, bolsos y colores por medio de la combinación de los diferentes menús y botones ya antes mencionados, ya que la idea de manejar los contenidos del catálogo por medio de imágenes sensibles, que al ser seleccionadas, abren la misma imagen en un tamaño mayor, y gracias al menú de botones iconograficos de color, se puede elegir el color que más agrada al usuario. Esta idea fue aceptada gratamente por el cliente y por los usuarios de prueba,

Los contenidos del sitio web en general están completos y preparados para insertarlos en la maquetación web; la definición del bocetaje fue solucionada con bases de diseño, lo cual nos facilitó la solución final.

CAPÍTULO 3:
PÁGINA FINAL DE KIPLING



3.1 Pantallas de la página web

La impresión de las pantallas aceptadas ya por el cliente para el sitio web de Kipling México son las siguientes:



ÁREA 1

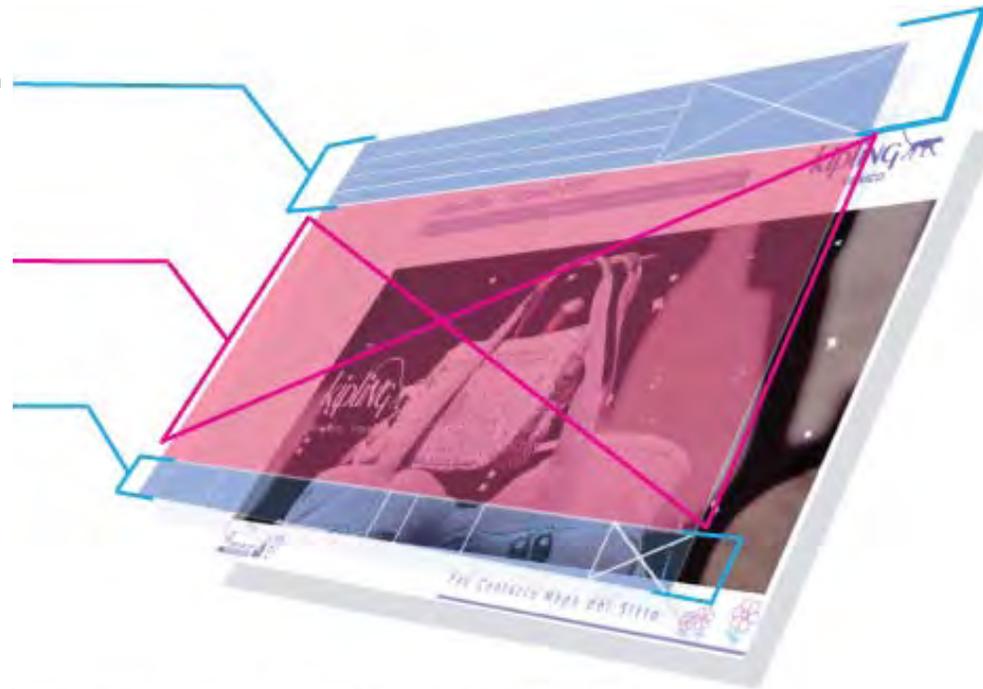
PERTENECE AL MENU PRINCIPAL DE NAVEGACIÓN Y PERMANECE CONSTANTE EN EL SITIO WEB.

ÁREA 2

ESTA ES LA ZONA CAMBIANTE EN NUESTRA MAQUETACIÓN, CONTIENE DIFERENTES RETÍCULAS.

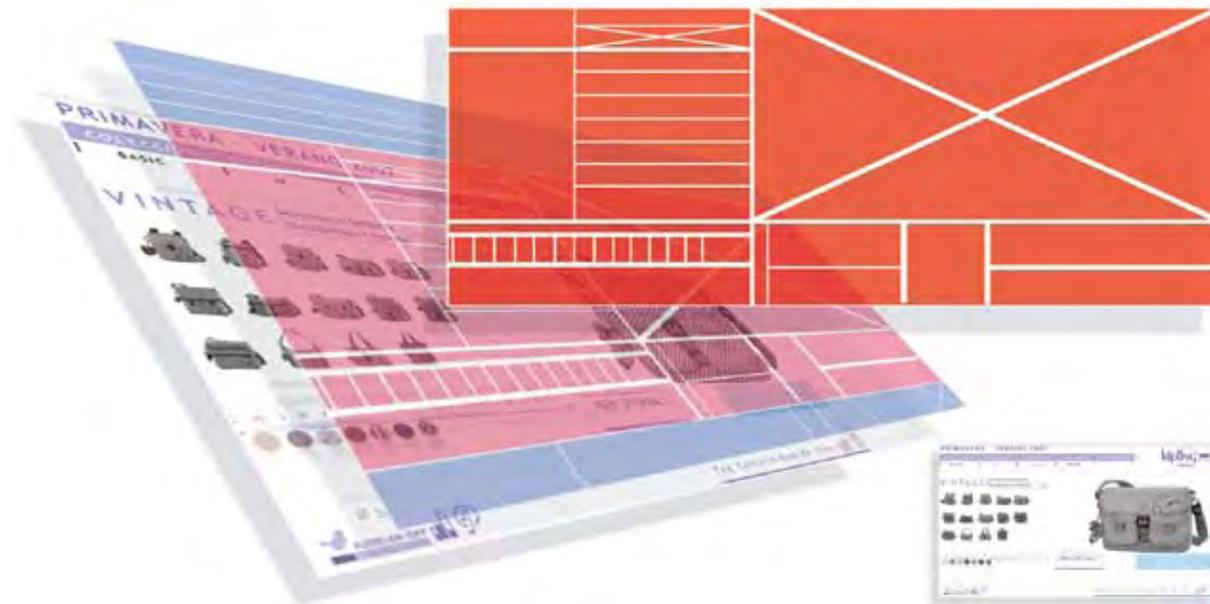
ÁREA 3

PERTENECE AL MENU SECUNDARIO DE NAVEGACIÓN Y PERMANECE CONSTANTE EN EN EL SITIO WEB.



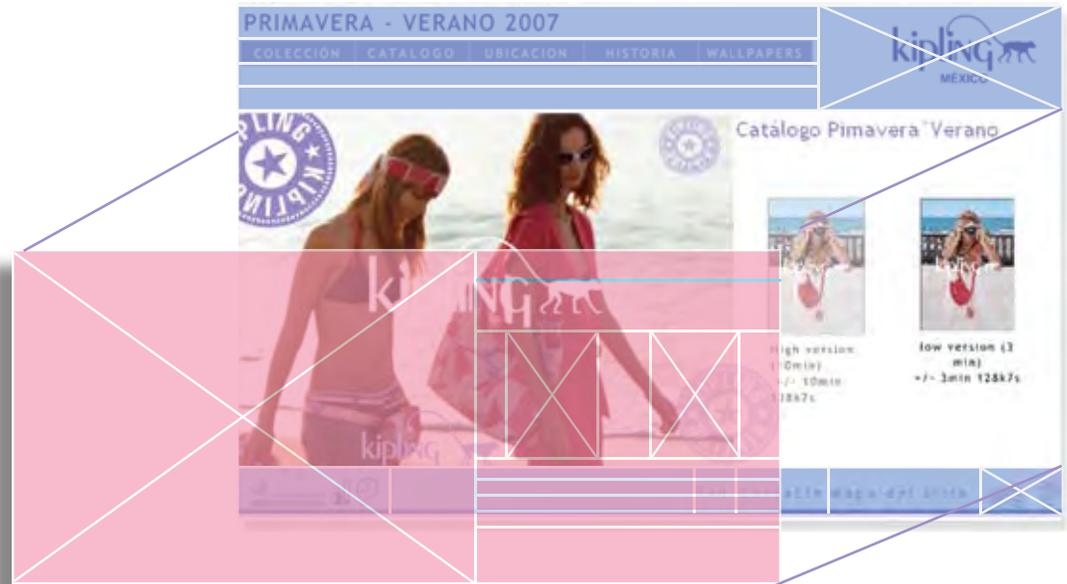
JE ES DE COLOR ROSADO ES DONDE VEREMOS EL JUEGO QUE TIENEN LAS DIFERENTES RETÍCULAS.

1: Pantalla de inicio, las imágenes se van mosrando en forma de collage siempre en constante cambio.



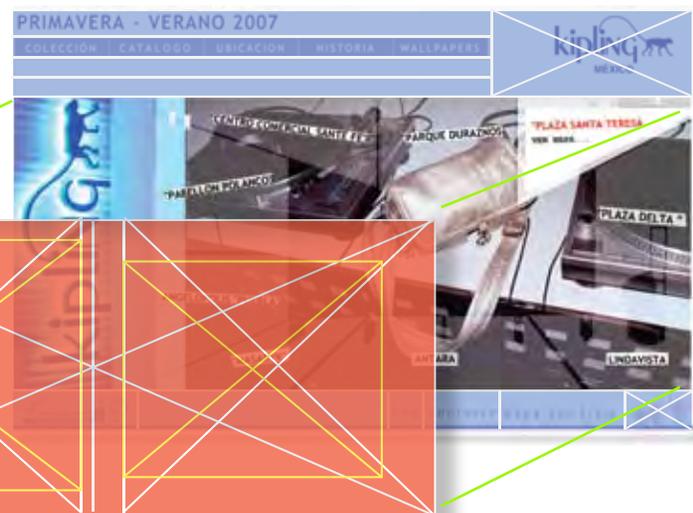
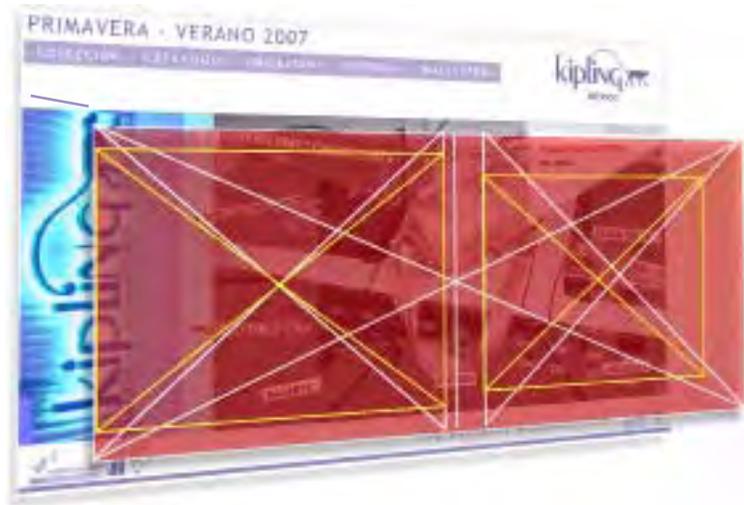
2: Pantallas de las diferentes secciones del catálogo, aquí se puede acceder a la configuración de los productos contenidos dentro del catálogo.



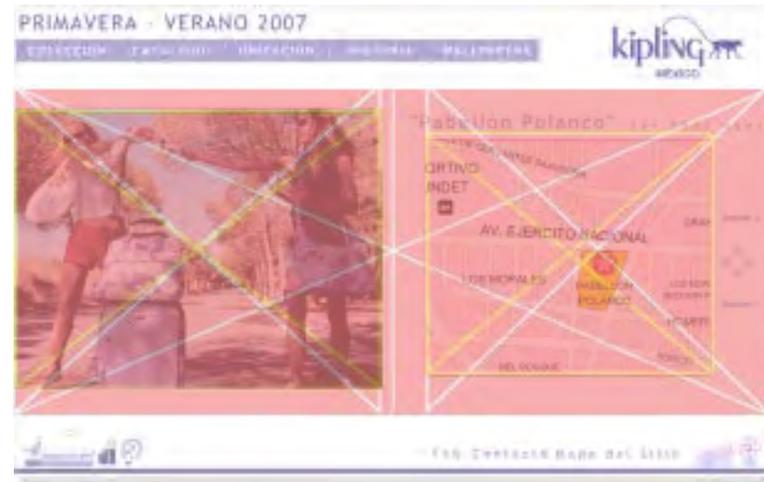


3: Pantallas que nos permite bajar el catálogo en formato pdf o verlo en una presentación de un diaporama.





4: Pantallas de ubicación, nos permite acceder a los mapas de ubicación de las tiendas, direcciones y teléfonos.





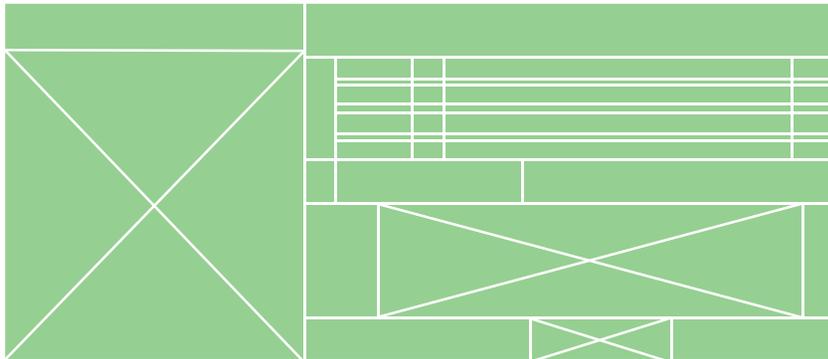
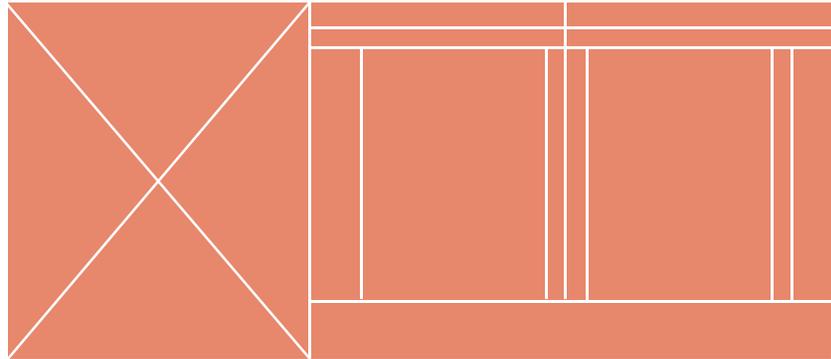
- 5: Pantallas de historia, muestra la breve historia de kipling al usuario, en la pantalla de
 6: Making off podemos ver un video con el resumen de la toma fotografica de la temporada.

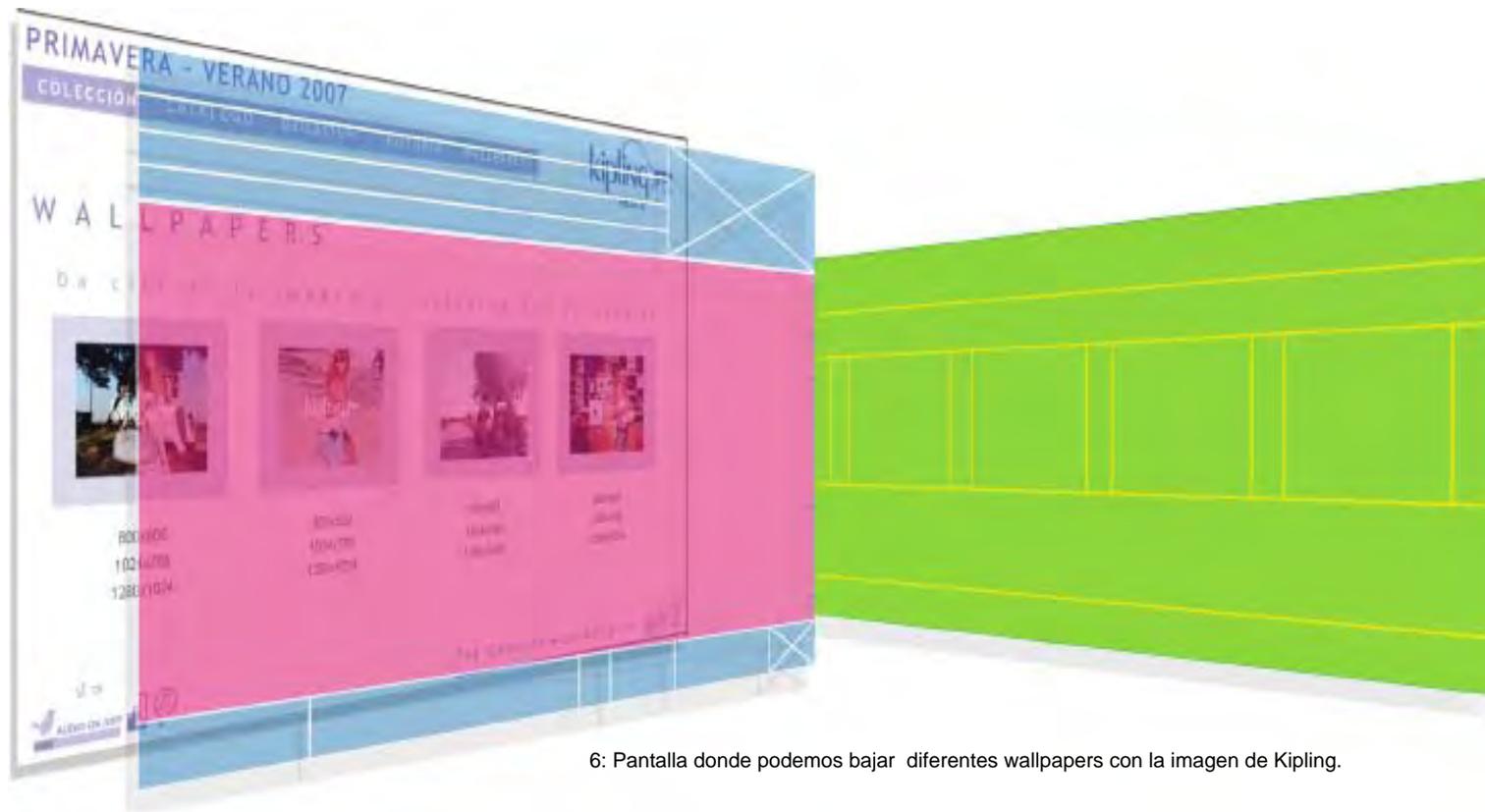




7: Además en la opción de VIP muestra nombres de algunas celebridades o películas en las que se uso la marca Kipling.

8: Pantalla para contactar al usuario con la empresa por medio de un formulario que se envía por mail, ya sean dudas o comentarios.





6: Pantalla donde podemos bajar diferentes wallpapers con la imagen de Kipling.



3.2. Revisión y pruebas de servidor.

La revisión se dividió en tres períodos o puntos básicos, estos puntos se definieron para simplificar el proceso, esto no define la imagen final del sitio, el contenido del catálogo en línea con el real que fueron para la entrega a tiempo y un examen de prueba y error.

Primera revisión, de aprobación de diseño y colores.

Segunda revisión contenidos, base de datos de precios, ver que no faltara ninguna bolsa en las líneas y tiempo de entrega en línea

Tercera revisión y última visualización en línea, revisión a fondo de todo.

3.3. Formatos alternativos.

Estos formatos fueron realizados después de la entrega final por petición del cliente para usos internos de la empresa y llevar un control de sus productos.

La propuesta de formatos alternativos fue la siguiente, analizando la flexibilidad del producto multimedia final y resultó accesible para los siguientes formatos:

Entrega del catálogo en un CD interactivo, entrega del catálogo en un DVD interactivo para visualización en reproductores de DVD, presentación del catálogo de productos en formato PDF y adaptación para PDA y teléfono móvil.

3.4. Entrega final.

La entrega final se realizó subiendo el sitio web en el servidor de Kipling México y una copia de respaldo en DVD de todo el contenido del sitio web, a la persona encargada, todo esto antes del 15 de febrero ya que el 16 febrero debía de estar en línea la nueva temporada de primavera 2007 en todas las páginas internacionales de Kipling.

Una vez aprobada la página se realizaron las últimas revisiones, ya que el catálogo es amplio en productos y no puede tener errores ni productos de más o faltantes ya que están contados en bodega y no se compran adicionales hasta la nueva temporada, lo que implica la adquisición de nuevos modelos.

Una vez entregada, aceptada y revisada la página, el cliente entrega el último pago y advierte que a mediados de la temporada se deberá realizar una actualización del catálogo de colores de las bolsas, ya que se divide en dos fases, Tal situación ya no forma parte de este proyecto que queda concluido con la entrega final. Los cambios y actualizaciones después de la entrega final fueron cotizados en el momento correspondiente.

3.5. Costos finales.

La remuneración de este proyecto se realizó en dos pagos, el primero antes de comenzar con la realización de la página y a la entrega de la cotización total, que correspondió al 60% de lo convenido para así iniciar el sitio web; el segundo pago se efectuó a la entrega del producto terminado y en línea. Una remuneración más alentadora fue el incremento de ventas para la empresa Kipling México gracias a su sitio web con catálogo en línea, lo cual confirmó que el producto interactivo multimedia cumplió con sus objetivos y expectativas de comunicación con los usuarios.

Conclusiones

Se logró diseñar una página personalizada para los usuarios de Kipling México, acorde con las normas, lineamientos y estructuras de la empresa.

Se ubico a Kipling México en el mercado de la internet, colocando sus catálogos en línea al alcance de los usuarios, facilitando el acceso de los mismos a información y ubicación de las diversas tiendas de la empresa en México.

Para el logro de estos objetivos fue necesario basarme en definiciones y aplicaciones de los recursos visuales aptos para la necesidades de los requerimientos de la compañía, sus usuarios, definiciones y características de diseño y comunicación visual, internet con sus herramientas, sitios web y su maquetación para los diferentes navegadores ubicando los componentes formales, componentes pictóricos y componentes formales dentro de la estructura creando una topología adecuada para un sitio de estas características específicas como es el principal concepto de poder mostrar sus productos en línea por medio de un catálogo y un sitio que identifique y represente a la marca de Kipling en México, la cual está basada en comportamientos dinámicos, interactividad, autonomía, usabilidad aplicada a la web para una óptima interfaz gráfica multimedia.

Fue necesario para complementar estos elementos determinar las características de los usuarios a los que la empresa dirige su producto, una vez recabados estos datos se diseñó un cronograma que enmarca las actividades necesarias para cumplir los objetivos generales y específicos señalados en un principio, logrando así con la suma de todos sus elementos, fundamentos y disciplinas aplicadas para la maquetación de este proyecto multimedia un sitio funcional y acorde a las expectativas planteadas en un principio,

Para concluir con el escrito quiero comentar que para el diseño del sitio web, se tuvo que implementar y confrontar diferentes situaciones que resultaron en errores y aciertos de diseño, tiempo y diferentes elementos que se les cataloga como fuera de nuestro control, a los cuales nos tuvimos que adaptar.

Por mi parte como diseñador quede complacido con la experiencia de aprender una metodología con bases suficientes para crear proyectos interactivos funcionales y con la capacidad de comunicar el objetivo específico a los usuarios predeterminados, esta metodología proyecta una maquetación digital y promete un producto multimedia que cumplirá con los estándares necesarios para proyectarlo en la internet u otros formatos multimedia donde sea requerido,

BIBLIOGRAFÍA

- 1.- BONSIPE, GUI, DISEÑO INDUSTRIAL, TECNOLOGÍA Y DEPENDENCIA. EDICOL. MÉXICO, 1978, 220 P
- 2.- BRANDT GRATERNOL LEOPOLDO, PAGINAS WEB: CONDICIONES POLÍTICAS Y TÉRMINOS LEGALES, LEGIS.
- 3.- DAVID SKOPEC: MAQUETAS DIGITALES PARA INTERNET Y OTROS MEDIOS, INDEX BOOK S.L. BARCELONA, ESPAÑA. 2003
- 4.- DONIS A. DONDIS, LA SINTAXIS DE LA IMAGEN: INTRODUCCIÓN AL ALFABETO VISUAL, GG DISEÑO.
- 5.- ERIC EATON, DISEÑO WEB ELEMENTOS DE INTERFAZ: UTILIZAR LOS ELEMENTOS DE INTERFAZ EN EL DESARROJO, ANAYA MULTIMEDIA.
- 6.- EULALIO FERRER, LOS LENGUAJES DEL COLOR, FONDO DE CULTURA ECONOMICA.
- 7.- FRANCISCO PASCUAL GONZALEZ, NAVEGAR EN INTERNET: FRONT PAGE 2000; DISEÑO Y CREACION DE PAGINAS WEB, RA-MA.
- 8.- GERDES CLAUDIA / JUTTA NATCHHEY: CIBERTIENDAS, G.G. MÉXICO
- 9.- HÉCTOR ADRIÁN LUEVANO TORRES, TESINA: "DISEÑO DEL SITIO WEB SEMINARIO DE MATERIAL DIDACTICO DEL COLEGIO DE CIENCIAS Y HUMANIDADES", ENAP/UNAM 2006.
- 10.- HUGO MIGUEL MORENO PEREZ, MANUAL DE IDENTIDAD INSTITUCIONAL DEL COLEGIO DE CIENCIAS Y HUMANIDADES, UNAM, 1999.
- 11.- JAKOB NIELSE, DESIGN WEB USABILITY (PAPERBACK), NEW RIDERS PUBLISHING, INDIANAPOLIS, DICIEMBRE 1999.
- 12.- JEFF CARLSON / TOBY MALINA/GLENN FLEISHMAN: NAVEGACIÓN DISEÑO GRAFICO PAGINAS WEB G.G
- 13.- JERRY GLENWRIGHT: WWW.LAYOUT COMO DISEÑAR Y COMPONER SITIOS WEB, 1ER EDICCIÓN, G.G.MÉXICO 2001
- 14.- J. PATRICK / HORTON SARAH: PRINCIPIOS DE DISEÑO BÁSICO PARA LA CREACIÓN DE SITIOS WEB, PRIMERA EDICIÓN, G.G. MÉXICO . 2000
- 15.- JOSEPH EDWARD SHIGLEY Y CHARLES R. MISHKE DISEÑO EN INGENIERÍA MECÁNICA, 4ta ED.MCGRAW HILL, USA 1983. 1056 P.
- 16.- LEOPOLDO BRANDT GRATERNOL, PAGINAS WEB: CONDICIONES POLITICAS Y TERMINOS LEGALES, LEGIS.
- 17.- LUZ DEL CARMEN VILCHIS "METODOLOGÍA DEL DISEÑO" FUNDAMENTOS TEORICOS 2DA EDICIÓN, ENAP/UNAM CENTRO JUAN ACHA A.C DE INVESTIGACIÓN SOCIOLOGICA EN ARTE LATINOAMERICANO MEXICO 2000
- 18.- LYNCH J. PATRICK / HORTON SARAH: MANUAL DE ESTILO WEB, SEGUNDA EDICIÓN, G.G. ESPAÑA 2004.
- 19.- MARY MILLHOLLON, CREACION DE PAGINAS WEB - AVANZADA MCGRAW HILL.
- 20.- MILLHOLLON MARY, CREACIÓN DE PAGINAS WEB MCGRAW HILL.
- 21.- PRING ROGER: WWW.COLOR 300 USOS DEL COLOR PARA SITIOS WEB., PRIMERA EDICIÓN G.G. MÉXICO 2001.
- 22.- STEVE CAPLIN, DISEÑO DE ICONOS: ICONOS GRAFICOS PARA EL DISEÑO DE INTERFACES, GUSTAVO GILL.
- 23.- XAVIER BERENQUER, ESCRIBIR PROGRAMAS INTERACTIVOS.ESCRITO DE INTERNET, [HTTP://WWW.IUA.UPF.ES/FORMATS/FORMATS1/A01ET.HTM](http://www.iua.upf.es/formats/formats1/a01et.htm)



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS

