



**UNIVERSIDAD
INSURGENTES**
PLANTEL XOLA

LICENCIATURA EN DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL CON
INCORPORACIÓN A LA UNAM CLAVE 3315-31

“DISEÑO UI/UX PARA LA EMPRESA IMVE”

T E S I N A

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL

P R E S E N T A

MORENO GARCÉS MARIANA

ASESOR: MTRA. VANESSA CAMACHO TAPIA



Universidad Nacional
Autónoma de México



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.



DISEÑO UI/UX PARA LA EMPRESA IMVE

Agradecimientos

A

mis padres quienes supieron guiarme en la vida y por siempre amaré.

En especial a mi madre, que a pesar de las adversidades ha estado siempre conmigo.

A mi ángel, gracias por regalarme 15 años de amor y cuidados, te llevo siempre en mi mente y en mi corazón.

A mi familia y amigos por sus consejos y brindarme siempre su apoyo.

A mi Coordinadora Claudia Vázquez, mi Asesora Vanessa Camacho y todos mis profesores que fueron parte importante de mi formación académica como diseñadora.

Índice

Introducción	4
Capítulo 1. Conceptos básicos de diseño para la realización de proyectos digitales	5
1.1 Diseño y Comunicación Visual	6
1.2 Diseño de sitio Web	8
1.3 Aspectos conceptuales para la producción de diseño de un sitio Web	10
Capítulo 2. Empresa IMVE	20
2.1 Instalación, mantenimiento y venta de equipo	21
2.2 Estaciones de servicio en el Distrito Federal y área metropolitana	24
2.3 Competencia	25
Capítulo 3. Realización de sitio Web	31
3.1 Proceso de diseño	32
3.2 Ruta crítica	33
3.3 Brief	34
3.4 Mood board	35
3.5 Mapa de navegación	36
3.6 Bocetaje	37
3.7 Story board	42
3.8 Paper prototype	49
3.9 Mock up	56
3.10 Diseño de interfaz	63
Conclusión	67
Fuentes	68

Introducción

H

oy día, existe una gran variedad de medios de comunicación, por ejemplo televisión, revistas, periódicos, espectaculares, radio e internet; a través este último miles de personas tienen acceso a información de manera rápida e inmediata de acontecimientos, lugares, productos y servicios, entre otros. Por ello, se puede decir que si una empresa no cuenta con un sitio, página Web y/o redes sociales, no existe para la sociedad.

IMVE, es una empresa involucrada en el servicio y mantenimiento a instalaciones de gasolineras que cuenta con más de 10 años de experiencia. Actualmente, no tiene un sitio Web para darse a conocer a través de internet, y por ello no todas las estaciones de servicio (gasolineras) logran ubicarlos. Es por eso, que el diplomado Diseño de interfaz (UI) y Experiencia de usuario (UX) para proyectos digitales, es de importancia para la realización del diseño de un sitio Web para dicha empresa.

Así, esta tesina se conforma de 3 capítulos. En el primero, se estudiarán los conceptos básicos de diseño para la realización del sitio, en el segundo se conocerá la historia, misión, visión y los servicios que ofrece la empresa IMVE, y por último, en el tercero se realizará el diseño de interfaz y experiencia de usuario para el sitio Web.

CAPÍTULO 1

*Conceptos básicos de diseño
para la realización
de proyectos digitales*

1.1 Diseño y Comunicación Visual

D

Desde la prehistoria el hombre siempre ha buscado la manera de comunicarse, ya sea por medio verbal o visual, por ejemplo mediante las pinturas rupestres. Esta forma de comunicación visual ha ido evolucionando hasta nuestros días, una persona paseando por las calles notara a su alrededor un sin fin de manifestaciones visuales que llamarán su atención, ya sea por su forma, color, letras, es decir por sus signos. Así, la producción de dichas manifestaciones actualmente requiere del trabajo profesional de un diseñador.

El Diseño y la Comunicación Visual

“... puede entenderse como el conjunto de estrategias, instrumentos, procedimientos, técnicas y recursos del saber humano para el diseño, producción y difusión de mensajes en los que interviene la percepción, fundamentalmente a través del sentido de la vista” (enap/unam, 1998: 4).

En otras palabras, es una disciplina integrada por conocimientos sobre los procesos para la creación de mensajes visuales, dichos mensajes tienen un fin determinado y están dirigidos a un público determinado para ejercer una influencia sobre él, por ejemplo adquirir un producto o servicio; es como el diseño esta insertado en la vida social.

El diseñador y comunicador visual, es el encargado de transmitir un mensaje de manera clara, concisa, precisa y contundente para que el receptor lo pueda captar y entender. Los mensajes son frecuentemente

vistos a través de una computadora, un celular, un dispositivo móvil o tablet, que son en gran medida los que permiten el acceso internet y por tanto a diversos productos y servicios de toda índole y de cualquier tipo de empresa, tanto a nivel local, nacional o internacional. De ahí, que también van adquiriendo mayor relevancia en el mundo de los negocios.

“Internet es un conjunto de hardware que está interconectado para crear una enorme red de ámbito mundial. El hardware de Internet abarca todos los componentes que una persona puede físicamente tocar, incluyendo las computadoras, encaminadores (componentes de transmisión entre redes) o enrutadores, cables, líneas de teléfono, circuitos de datos de alta velocidad, y otras partes físicas de la red.” (Millhollon, 2003: 4).

Por lo anterior, el diseñador se ha venido interesando en lo que se conoce como “User Interface” UI por sus siglas en inglés o Diseño de interfase y “User Experience” UX por sus siglas en inglés o Experiencia de Usuario. El diseño de la interfaz establece un espacio de diálogo entre el usuario y el dispositivo, y dependiendo de cómo esté diseñada puede generar experiencias enriquecedoras o muy frustrantes. El diseño de experiencia de usuario se encarga de que la percepción y sensación que deja en la mente de los usuarios el uso de un producto o servicio sean las óptimas bajo cualquier punto de vista.

1.2 Diseño de Sitio Web

La World Wide Web (www), consta de un software (programas, documentos y archivos) encargado de que la información viaje por el hardware de internet.

“Un sitio Web es una colección de páginas Web relacionadas, que normalmente incluye una página de inicio y subpáginas relacionadas” (Millhollon, 2003: 6).

Y necesita estar alojado en un servidor Web.

Una página Web puede ser considerada un documento de texto o archivo HyperText Markup Language (HTML), al mencionar documento de texto, se hace referencia exactamente a un archivo que contiene palabras, letras y números sin ningún formato. Para que ese documento de texto se pueda convertir en una página Web se le tienen que añadir órdenes en HTML y almacenar en extensión HTML.

El HTML, es el bloque de construcción básico de una página Web a través de etiquetas, que se escriben en signos “<” “>”, que deberá de ir marcado con un inicio y final. Ofrece muchas etiquetas para el marcado del contenido, y los navegadores están encargados de la interpretación de dichas etiquetas, y el formateo de su contenido.

No se debe confundir sitio Web con página Web, ya que la última es solo un archivo en HTML, que forma parte de un sitio Web. El sitio Web es el que brinda a un usuario el acceso rápido y eficaz a la información que desee ubicar mediante el diseño de la interfaz.

1.3 Aspectos Conceptuales para la producción de diseño de un sitio Web

E

l diseño de un sitio Web ha ido cambiando desde los inicios de la www, en la actualidad se ha convertido en obra de Diseño y Comunicación Visual, multimedia e informática. Por ello, son muchos los aspectos que hay que tomar en cuenta a la hora de crearlo. A continuación se explicarán los más importantes.

Tamaño

“La mejor forma de precisar los parámetros de un sitio Web es considerar las condiciones reales de la ventana del explorador en una computadora de denominador común con unas características mínimas. Es decir, necesita pensar en la cantidad de contenido visible a mostrar en la ventana del explorador de un usuario con las características mas limitadas de su explorador.” (Millholllon, 2003: 76).

Existen varios tamaños para un sitio Web los más utilizados son:

Computadora:

- 640 x 480 px
- 800 x 600 px
- 1024 x 768 px
- 1152 x 864 px
- 1280 x 1024 px

Tablet:

- Anchura mayor o igual a 768 px.

Móvil:

- Hasta 768 px de anchura.

Retícula

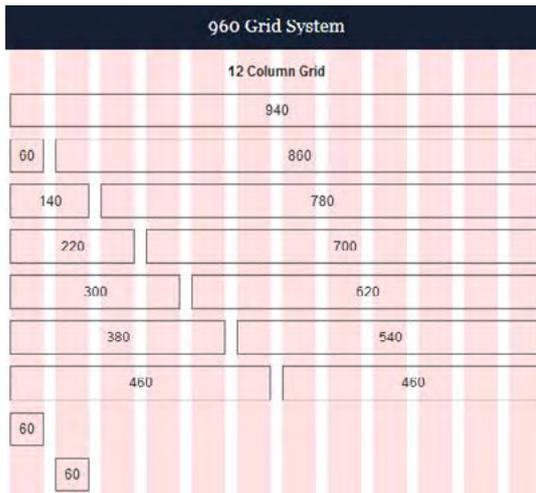
Una retícula es un conjunto de líneas relacionadas entre si que actúan como guías para la distribución de elementos.

“El empleo de la retícula como sistema de ordenación constituye la expresión de cierta actitud mental en que el diseñador concibe su trabajo de forma constructiva. Esto expresa una ética profesional: el trabajo del diseñador debe basarse en un pensamiento de carácter matemático, a la vez que debe ser claro, transparente, practico, funcional y estético.” (Müller: 1992:10).

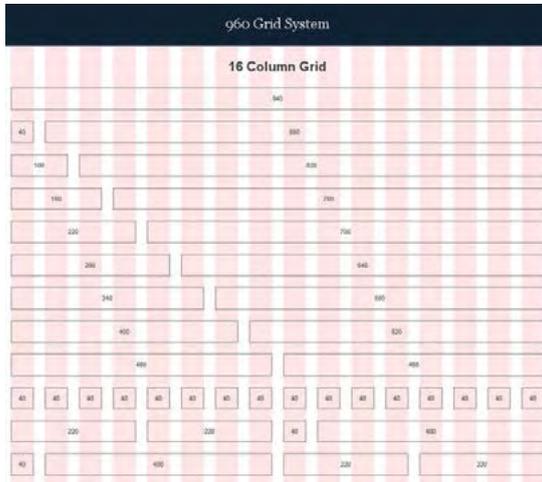
En otras palabras, la retícula le permite al diseñador organizar una composición.

Para los sitios Web uno de los sistemas reticulares más utilizados para realizar maquetaciones es la retícula 960 Grid System, que consiste en un sistema de grillas a 960 px.

Existen dos tipos de grillas, divididas en 12 y 16 columnas, y se puede utilizar en distintos programas tales como: Illustrator, Photoshop, Indesign, Dreamweaver, Muse.



Retícula 960 de 12 columnas



Retícula 960 de 16 columnas

Formato

El formato va de acuerdo con el dispositivo o plataforma con la que se desee trabajar. Los formatos se manejan de dos maneras: adaptativo y responsive.

El formato adaptativo utiliza tamaños de pantalla preestablecidos solo para computadora, mientras que el formato responsive, reestructura en la pantalla del dispositivo ya sea computadora, tablet o móvil, los elementos para la web y así ofrecer una excelente experiencia de usuario.



Sitio Web responsive

Tipografía

En el diseño de sitio Web, la tipografía es una de las elecciones más importantes dentro del diseño, debe tener leibilidad y legibilidad.

“El texto se utiliza como base para la navegación y como parte importante del material gráfico...” (Carlson, 1999: 6).

Existen dos tipos de tipografía, *Serif* y *Sans Serif*. La *Serif* tiene remates en sus extremos o terminaciones, mientras que la *Sans Serif* está conformada a base de líneas rectas y círculos unidos.

Para hacer un sitio Web MLG diseño aporta 8 recomendaciones:

- 1 Establecer una jerarquía ya sea mediante color, tamaño o negritas.
- 2 No hacer el texto demasiado pequeño. El tamaño mínimo para la tipografía en pagina Web es de 14 pts.
- 3 Escoger una tipografía adecuada para el cuerpo de texto. Los contenidos de un sitio Web deben de ser legibles.
- 4 No usar demasiadas tipografías en el sitio Web. Se recomienda el uso máximo de 3 tipografías, en caso contrario, distraería mucho el contenido del sitio Web.
- 5 Dejar un interlíneado que facilite la lectura de los contenidos.
- 6 No usar demasiadas letras capitales o mayúsculas. Si se ponen textos muy largos con tipografía en mayúscula, dificultara la lectura del usuario en la Web.
- 7 No exceder el uso de textos centrados. Para los usuarios no es cómodo leer textos centrados. Además de que son indicio de poca profesionalidad.
- 8 El contraste es vital para que un texto sea legible, es por ello que se debe hacer un adecuado uso de colores y tonos para que sea fácil la lectura.

Color

Es importante elegir colores adecuados para el sitio Web, a fin de hacerlo agradable para que el público meta lo pueda captar de una manera clara.

“Un esquema de color hace referencia a los elementos de la interfaz de su sitio (no necesariamente a los colores utilizados en las imágenes) tales como los gráficos del título, los botones, el fondo, el texto, etc. Debería limitar el número de colores utilizados en la interfaz de su sitio Web a tres o cuatro colores. La clave es utilizar contraste de colores, especialmente si se utiliza un color de fondo. [...] Además de utilizar colores para su interfaz, puede utilizar colores para llamar la atención sobre ciertos elementos del contenido de su sitio Web” (Millhollon, 2003: 84).

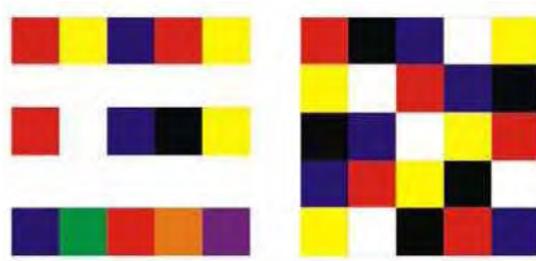
En el libro *El arte del color* Johannes Itten, menciona 7 contrastes de colores, surgidos a partir de un círculo cromático de 12 zonas el cual parte de los 3 colores primarios: amarillo, rojo y azul.



Círculo cromático en 12 zonas de Johannes Itten

Los **siete** contrastes de colores que Itten menciona son:

- 1 **Contraste del color en sí mismo**: se obtiene al combinar los colores puros y luminosos, su fuerza aumenta en la medida en que se acercan a los primarios, siendo los primarios su expresión más intensa.



Contraste del color en sí mismo

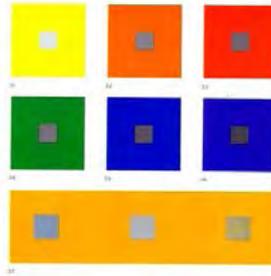
- 2 **Contraste claro-oscuro**: lo claro y lo oscuro, son contrastes polares, el más común en este contraste es el blanco y el negro pero entre la gradación blanco-negro se escala el gris. En el color que sea, es importante que la gradación de los tonos sea regularmente progresiva, los tonos deben tener una gama unida y regular.



Contraste claro-oscuro

5 **Contraste simultáneo:** se entiende por contraste simultáneo, el fenómeno por el cual nuestro ojo, para un color determinado, exige el color complementario y si no es dado, lo produce el mismo.

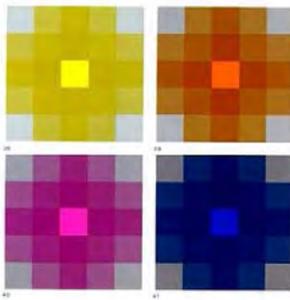
“El color complementario engendrado en el ojo del espectador es una impresión coloreada pero no existe en la realidad” (Itten, 2002:52).



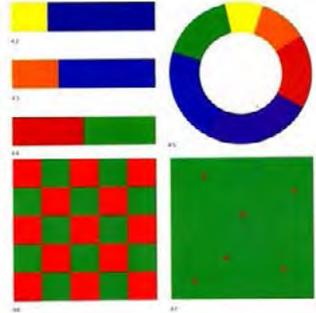
Contraste simultáneo

6 **Contraste cualitativo:** se da a través del grado de pureza o saturación del color. Es la oposición entre un color saturado y luminoso y de un color apagado y sin brillo.

7 **Contraste cuantitativo:** se da en la relación del tamaño de dos o tres colores. Se trata de un contraste mucho-poco o grande-pequeño. Dos factores determinan la fuerza de expresión de un color: su luminosidad y el tamaño de la mancha del color.



Contraste cualitativo



Contraste cuantitativo

Imagen

Ante todo, cada gráfico interactivo consiste en un montón de cuadros diminutos de color que trabajan de manera conjunta para dar forma a una imagen. [...] Las computadoras visualizan las imágenes utilizando una técnica similar al puntillismo, salvo que en lugar de puntos pintados, las computadoras dividen las imágenes en cuadros de color, denominados píxeles” (Millhollon, 2003: 38).

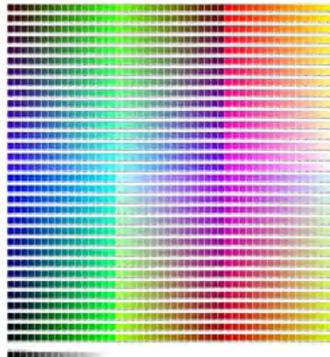
Cuando una imagen se amplia se pueden observar los píxeles de dicha imagen.

La resolución es el grado de calidad de una imagen digital ya sea escaneada, fotografiada o impresa. Este valor se expresa en ppp (píxeles por pulgada) o en inglés dpi (dots per inch). Cuantos más píxeles contenga una imagen por pulgada lineal, mayor calidad tendrá.



Píxeles en una imagen

Es en estos casos donde interviene la paleta de colores, que es la tabla de colores utilizada en una imagen.



Paleta de colores

Estilo Gráfico

Un estilo gráfico es un conjunto de atributos de apariencia. Son tendencias donde su contexto se relaciona con el diseño, tales como: Gótico, Renacentista, Barroco, Clasicismo, Futurismo, Dadaísmo, Expresionismo, Constructivismo, Art Decó, Pop Art, Vintage, Retro y Minimalista.

El minimalismo surgió en la década de los 60 es una corriente artística que busca solo elementos mínimos y básicos (sencillez). El término minimalismo también se utiliza para describir una tendencia en el diseño, donde la estructura se reduce a sus elementos necesarios, como se observa en el sitio Web Think.



Ejemplo de sitio Web minimalista

CAPÍTULO 2

Empresa IMVE

2.1 Instalación Mantenimiento y Venta de Equipo

A

lo largo de la República Mexicana, existen más de 10,000 franquicias de estaciones de servicio (gasolineras) 3,000 de ellas se encuentran ubicadas en el Distrito Federal y Área Metropolitana y con regularidad necesitan mantenimiento, por lo que recurriendo a personas y/o empresas certificadas para realizar dicho trabajo. Una de esas empresas involucradas en el servicio y mantenimiento a instalaciones de gasolineras es la empresa IMVE, que cuenta con mas de 10 años de experiencia.

IMVE, es una empresa que se dio de alta en el año 2004, la cual lleva más de 10 años ofreciendo su servicio de mantenimiento a los sistemas de recuperación de vapores, así como la venta de equipo y refacciones para dicho sistema, además de reparaciones mecánicas y eléctricas que se requieran.

Entre sus servicios ofrece:

Mantenimiento

- Mantenimiento residencial, institucional e industrial en general
- Mantenimiento en gasolineras, líneas de aire, agua y aspirado
- Impermeabilizaciones
- Cambio de: tanques, dispensarios y válvulas.
- Mantenimiento a pisos de concreto
- Herrería

Instalación

- Instalaciones hidráulicas y contra incendio
- Instalación de motobombas, líneas de succión, recuperación de vapores.
- Instalaciones de recuperación de vapor
- Instalaciones de control y monitoreo
- Instalaciones eléctricas

Venta de Equipo y refacciones

- Consolas y accesorios
- Control de inventario
- Dispensarios
- Equipo de llenado
- Pozos de monitoreo
- Señalamientos
- Sistema de descarga
- Sistema de iluminación
- Tuberías de conexiones

Trabajos mecánicos y eléctricos

- Instalaciones eléctricas media y baja tensión
- Instalaciones mecánicas



Sistema de iluminación



Sistema de descarga



Señalamientos



Pozos de monitoreo

Misión:

Ofrecer un servicio de calidad, en tiempo y forma de acuerdo a lo que requiera el cliente, basado en las normas requeridas por Pemex y Profeco hacia las estaciones de servicio dentro del Distrito Federal y Área Metropolitana.

Visión:

Buscar la expansión y llegar a ofrecer nuestro servicio hacia más clientes a nivel nacional, así como su adaptación de acuerdo a la innovación tecnológica presente en las gasolineras para el mejoramiento de su servicio.

Actualmente, uno de los problemas que presenta la empresa IMVE, es que no cuenta con un sitio Web para darse a conocer a través de internet y no todas las estaciones de servicio (gasolineras) logran ubicarlos. Es por eso que en este proyecto se propone el diseño de un sitio Web para la empresa IMVE y logre informar de sus servicios a un público más amplio en el Distrito Federal y Área Metropolitana, por medio del diseño de interfaz y experiencia de usuario.

2.2 Estaciones de servicio en el Distrito Federal y Área Metropolitana

Entre sus clientes IMVE cuenta con franquicias gasolineras pertenecientes a Petróleos Mexicanos (PEMEX) dentro del D.F. y área metropolitana, que es la zona de trabajo que abarca. PEMEX, es la mayor empresa petroquímica de México y una de las más grandes de América Latina, que desarrolla toda la cadena productiva de la industria, desde la exploración hasta la distribución y comercialización de productos finales.

PEMEX Gas, es subsidiaria de Petróleos Mexicanos que procesa, transporta y comercializa gas natural, hidrocarburos líquidos (como el gas licuado del petróleo o gas LP) y productos petroquímicos básicos, tales como etano, gasolinas naturales y azufre. Asimismo, PEMEX Gas ofrece a sus clientes industriales diversos servicios, entre los que se cuentan las coberturas de precios de gas natural. El principal propósito de PEMEX Gas es satisfacer de manera eficiente, segura y oportuna la demanda nacional de los productos mencionados, al tiempo que maximiza sus utilidades e incrementa su valor agregado.

2.3 Competencia

En este apartado se presenta el análisis visual de los sitios Web de la competencia indirecta de la empresa IMVE.

Grupo R. Fundado en la ciudad de Guadalajara en el año 1993, está conformado por diversas empresas mexicanas dedicadas a la planeación, gestión, desarrollo, construcción y administración de estaciones de servicio de combustible y sus espacios comerciales. A lo largo de su historia, Grupo R ha construido más de 400 gasolineras y cerca de 4,000 más, se han beneficiado con los servicios que ofrece.

Con respecto al análisis visual del sitio Web, se puede decir que lo primero que se observa es una fotografía en blanco y negro de una gasolinera, en el 2º punto de se encuentra el logotipo de la empresa y en el recorrido hacia el punto de 3er punto se encuentran los botones para navegar en el sitio Web, en el punto de 3er nivel visual se encuentran los botones de las redes sociales de la empresa y por último el punto de 4º punto un signo verbal que esta colocado en tipografía *Sans Serif* con el enunciado “líder constructor del ramo gasolinero”.

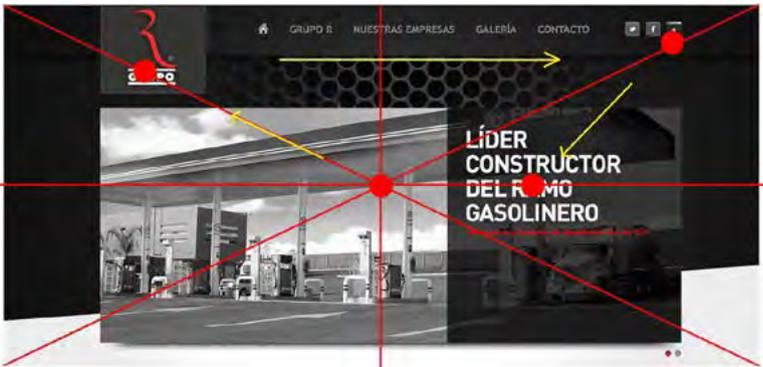
En el diseño del sitio, destacan los colores: negro, blanco, rojo y una escala de grises. El negro representa la elegancia y formalidad de Grupo R; el blanco sencillez, el rojo para resaltar el logotipo del fondo y la escala de grises en la fotografía, que es un tratamiento profesional que trata de una

escala acromática de colores compuesta por varias gradaciones de luminosidad que van del blanco al negro.

La tipografía en *Sans Serif* connota el prestigio de la empresa, asimismo es legible por el contraste claro-oscuro en que se presenta.

Dichos elementos gráficos en conjunto buscan que las personas que visitan el sitio Web, tomen la decisión de adquirir el servicio de Grupo R, de manera inmediata.

Sin embargo, el problema que presenta el sitio Web es que aún maneja un diseño Web adaptativo y a pesar de que dice a lo que se dedica Grupo R no deja en claro para el usuario/cliente, los tipos de herramientas, maquinaria en específico que maneja. Aún así, tiene un diseño limpio y formal que representa formalidad, responsabilidad y profesionalidad de la empresa.



Página principal del sitio Web de Grupo R.

Promoeco. Es una empresa mexicana debidamente formada y registrada; siendo miembro de AMPES desde marzo de 1997. Cuenta con servicios de construcción, mantenimientos y refacciones a estaciones de servicio.

Con respecto al análisis visual del sitio Web, se puede decir que lo primero que se observa es la fotografía de una estación de servicio, en el punto del 2º nivel de percepción el logotipo de la empresa, que es la llave de una herramienta y significa el mantenimiento que brinda la empresa; en el punto de 3er nivel visual se encuentran otras fotografías pequeñas de refacciones que maneja la empresa y por último el punto de 4º nivel visual los botones para navegar en el sitio Web, junto con un signo verbal en la parte superior colocado en tipografía *Sans Serif* con el enunciado “Líderes en servicio para su gasolinera/estación de servicio”.

En el diseño del sitio, destacan los colores: azul, verde y blanco. El azul de fondo del sitio Web, representa la responsabilidad de grupo R; el verde por ser una empresa ecológica, hace uso de este color representando su conexión con la naturaleza, se muestra en el logotipo y fondo de los botones; el blanco en logotipo, tipografía de los botones y fondo de las imágenes, representa simplicidad.

La tipografía *Sans Serif* connota el prestigio de la empresa, asimismo es legible por el contraste caliente-frío en que se presenta.

Esta empresa en su sitio Web, le especifica muy bien a su usuario/cliente las construcciones, tipos de mantenimiento, refacciones y proyectos que maneja. Sin embargo, el problema que presenta en su sitio es que su diseño Web es adaptativo y a nivel diseño, los colores utilizados y la distribución de sus elementos, no da la impresión de ser una empresa formal.



Página principal del sitio Web de Promoecco

ACO Integra. Establecido en el estado de Jalisco, a lo largo de más de 10 años de experiencia, se ha especializado en ofrecer servicios de calidad, puntualidad y formalidad a la imagen de estaciones de servicio Pemex, tales como: mantenimiento, construcción y remodelación.

Con respecto al análisis visual del sitio Web, se puede decir que lo primero que se observa es un signo verbal que esta colocado en tipografía *Sans Serif* con el enunciado “Los especialistas en imagen y estructuras” junto con el logotipo de ACO integra, en el punto de 2º nivel se encuentra una fotografía a color de una gasolinera PEMEX, en el punto de 3er nivel visual se encuentran los servicios que ofrece la empresa (mantenimiento, construcción, remodelación y ahorro de energía) y por último el punto de 4º nivel visual la bienvenida que el sitio Web de la empresa le da a sus usuarios.

En el diseño del sitio, destacan los colores: rojo y blanco. El rojo se observa en el logotipo y fondo del sitio Web, la utilización de este color es recomendable para hacer que las personas que visitan el sitio tomen la decisión de adquirir el servicio de la empresa de inmediato; y el blanco utilizado en la tipografía del logotipo y sitio Web que representa simplicidad.

La tipografía *Sans Serif* connota el prestigio de la empresa, asimismo es legible por el contraste complementario en que se presenta.

En su sitio Web, la empresa sólo nombra los trabajos de mantenimiento, construcción, remodelación y ahorro de energía que hace en su empresa, ejemplifica con fotografías sin texto, haciendo que el usuario no entienda específicamente que es lo que realiza la empresa. A nivel diseño uno de los problema que presenta, es que no tiene una distribución adecuada de sus elementos gráficos lo que lo hace carecer de alguna interpretación de responsabilidad y profesionalismo, así como el diseño adaptativo con el que cuenta el sitio Web.



Página principal del sitio Web de ACQ integra

CAPÍTULO 3

*Realización de
sitio Web*

3.1 Proceso de Diseño

El proceso de Diseño y Comunicación Visual, se vincula con la concepción de sistemas, componentes o procesos con el fin de satisfacer una necesidad, y define la forma de dar solución a dicha necesidad.

Para realizar un proyecto digital de diseño de interfaz y experiencia de usuario, es necesario emplear un proceso, o pasos a seguir de manera ordenada, adecuada y coherente. Aquí, se tomaron en cuenta y emplearon los siguientes:

1. Ruta crítica
2. Brief
3. Mood board
4. Mapa de navegación
5. Bocetaje
6. Story board
7. Paper prototype
8. Mock up
9. Diseño de interfaz

3.2 Ruta crítica

La ejecución de un proyecto de diseño es una tarea en la cual participan diferentes personas, así como agencias, entidades y factores, porque hay diversos elementos que se deben coordinar e incluso relacionar. Para resolver este problema se ha desarrollado una ruta crítica, es decir un proceso administrativo (planeación, organización, dirección y control) de todas y cada una de las actividades componentes del proyecto que debe desarrollarse durante un tiempo determinado.

La ruta crítica que se realizó para el desarrollo del sitio Web es la siguiente:

FECHA	ACTIVIDAD
14 al 18 de Julio	Recopilación de datos de la empresa IMVE <ul style="list-style-type: none"> * Cliente * Giro * Historia * Misión / Visión * Mercado meta * Competencia
19 al 21 de Julio	Realización de brief
23 al 25 de Julio	Análisis y jerarquización de datos
27 de Julio al 4 de Septiembre	Definición de la propuesta de diseño <ul style="list-style-type: none"> * Plataforma * Estilo gráfico * Formato * Retícula * Color * Tipografía * Recursos Multimedia
5 al 7 de Agosto	Realización de bocetaje - mood board
9 al 12 de Agosto	Realización de Story board y mapa de navegación
13 al 18 de Agosto	Realización de paper prototype
19 al 22 de Agosto	Realización de mock up
27 de Agosto	Presentación de mood board, mapa de navegación, bocetos, paper prototype, y mock up al cliente
28 al 31 de Agosto	Corrección de mock up
1 al 15 de Septiembre	Realización de la propuesta de sitio Web
18 de Septiembre	Pruebas UX y presentación del prototipo final
19 de Septiembre	Corrección de pruebas
3 de Octubre	Entrega final del sitio Web

Un brief de diseño, es un documento que reúne ciertos parámetros con los que el diseñador empezará a elaborar su pieza gráfica. Este documento fue muy importante en todo el proceso, porque brinda una idea clara y concisa de lo que se debía hacer.

Cuando el diseñador habla con su cliente, la información proporcionada es clave para la elaboración de su diseño, el diseñador debe estar atento y una de las herramientas que debe utilizar es el brief.

Objetivo del proyecto

Realizar un sitio Web para la empresa IMVE, que se dedica a la instalación, mantenimiento y venta de equipo a estaciones de servicio en el D.F. y Área Metropolitana, dentro de la realización del sitio Web se colocarán los datos de la empresa, tales como su historia, misión y visión, servicios, galería y contacto donde el cliente puede mandar un mensaje directo a la empresa.

Mercado meta

Estaciones de servicio, como lo es PEMEX e Hidrosina.

Mercado final

Los dueños de las franquicias de estaciones de servicio.

NSE

A, B, C+.

Giro

Mantenimiento, servicio y productos a gasolineras.

Competencia directa

- Grupo R
- Promoeco
- ACO Integra

3.4 Mood board

El mood board es una herramienta de comunicación muy común en el diseño, ya que ayuda a presentar de manera visual la propuesta de un concepto, una idea, un estilo, una tendencia, un proyecto, un encargo etc., puesto que representa especialmente la observación directa y la observación documental.

Es una manera de presentar la información en una especie de collage, que conlleva textos, bocetos, ilustraciones, fotografías, recortes de revistas, imágenes y muestras tridimensionales, y lo hace de manera simultanea.

El mood board utilizado para este proyecto es el siguiente, se busco el estilo minimalista, donde a pesar de tener poca información e imágenes, se logrará un diseño agradable, estético y funcional.



3.5 Mapa de navegación

Un mapa de navegación es una representación esquemática de cómo estará estructurado el hipertexto (HTML5), indicando los principales conceptos incluidos en el espacio de la información y las interrelaciones que existen entre ellos. Un mapa de navegación es una representación completa del sitio Web para orientar al usuario durante el recorrido en la página y facilitarle el acceso al lugar que le interese.

El mapa elaborado para el sitio Web, se definió de acuerdo a la información proporcionada por la empresa IMVE, de acuerdo con dicha información, se ordeno para su fácil navegación.



Mapa de navegación para la empresa IMVE

3.6 Bocetaje

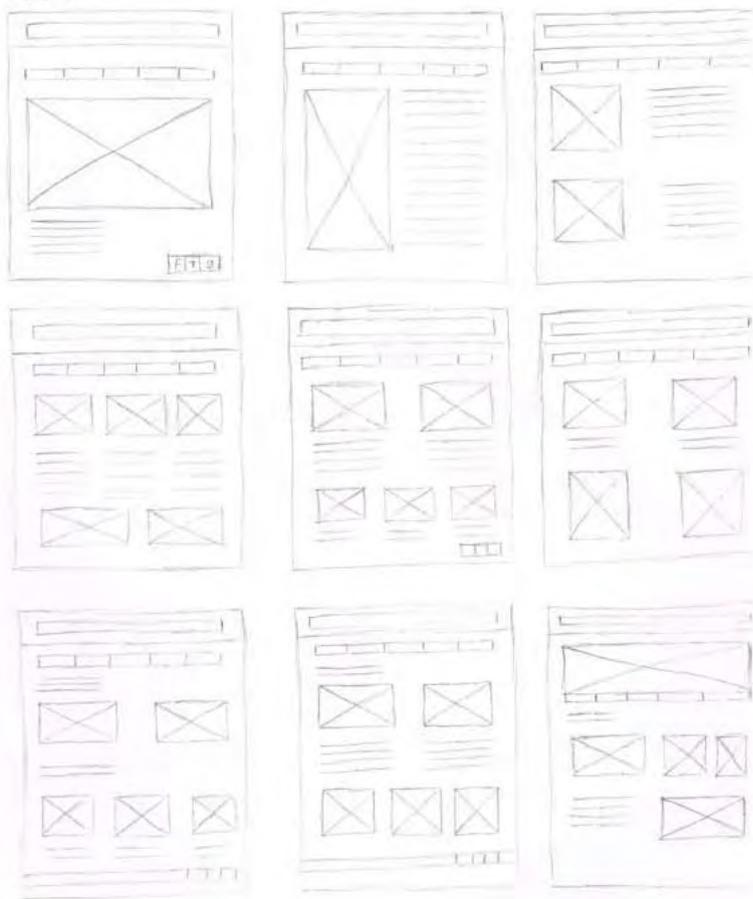
El boceto, es un dibujo o trazo, informal, rápido donde se presentan las características principales de un dibujo, ilustración, diseño etc. Usualmente se traza sobre papel y se usa lápiz o tinta para su elaboración.

Para la realización del sitio Web, se hizo un boceto previo a la elaboración del sitio, colocando la información que proporcione la empresa, de manera ordenada.

Se elaboraron bocetos, simulando el navegador de una computadora, organizando los elementos de acuerdo a la historia, servicios e imágenes proporcionadas por el cliente.

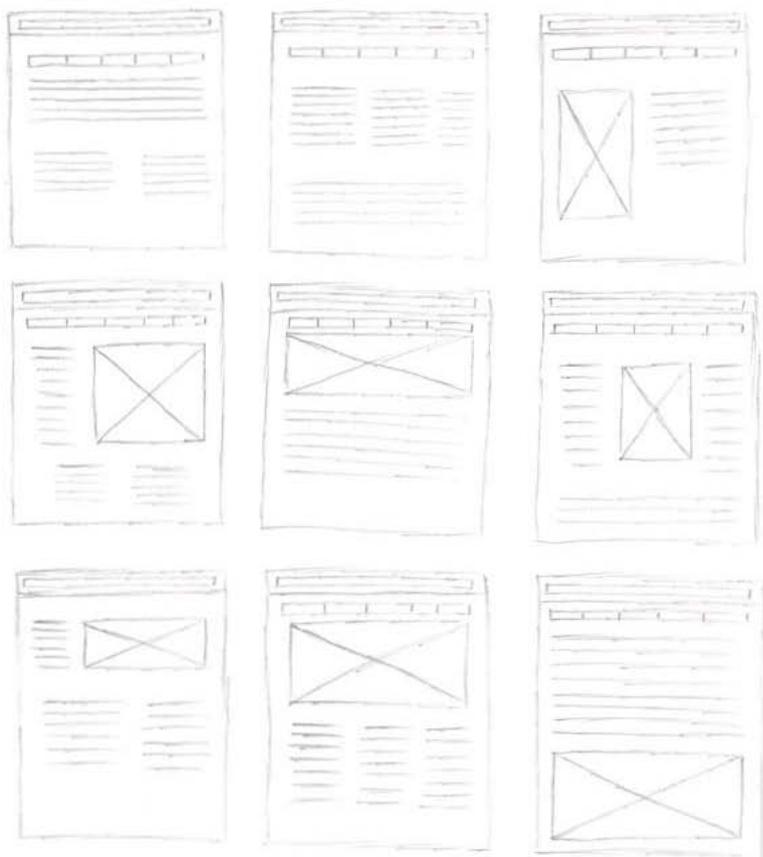
A continuación se muestran los bocetos elaborados:

Inicio



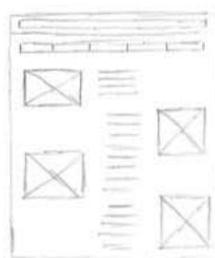
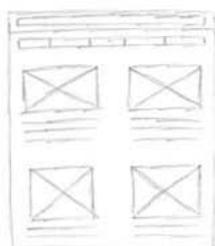
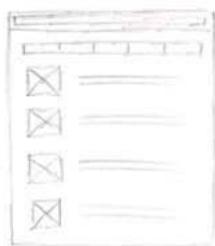
Boceto para página de inicio

Historia

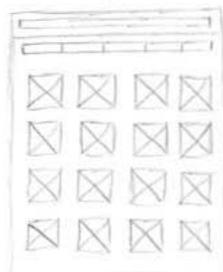
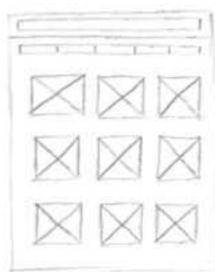
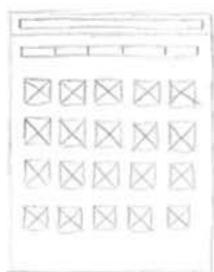


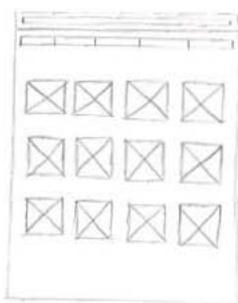
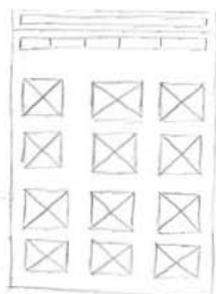
Boceto para página de historia

Servicios

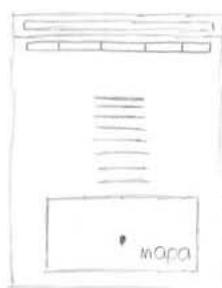
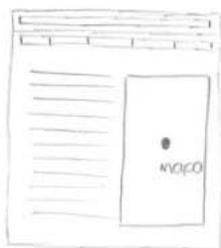
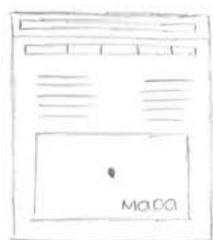


Galería





Contacto



3.7 Story board

El story board es un conjunto de ilustraciones mostradas en secuencia con el objetivo de servir de guía para entender una historia, interactivo, sitio Web, animación u otro medio, con la finalidad de que esté sea previsualizado antes de ser terminado.

En la realización del sitio web, el story board muestra como estarán organizados los elementos en las páginas. Permite su visualización antes de terminarlo.



Visualización de página de Inicio



Visualización de página de Historia



Visualización de página de Servicios



Visualización de página de Galería



Visualización en grande de una fotografía perteneciente a la Galería

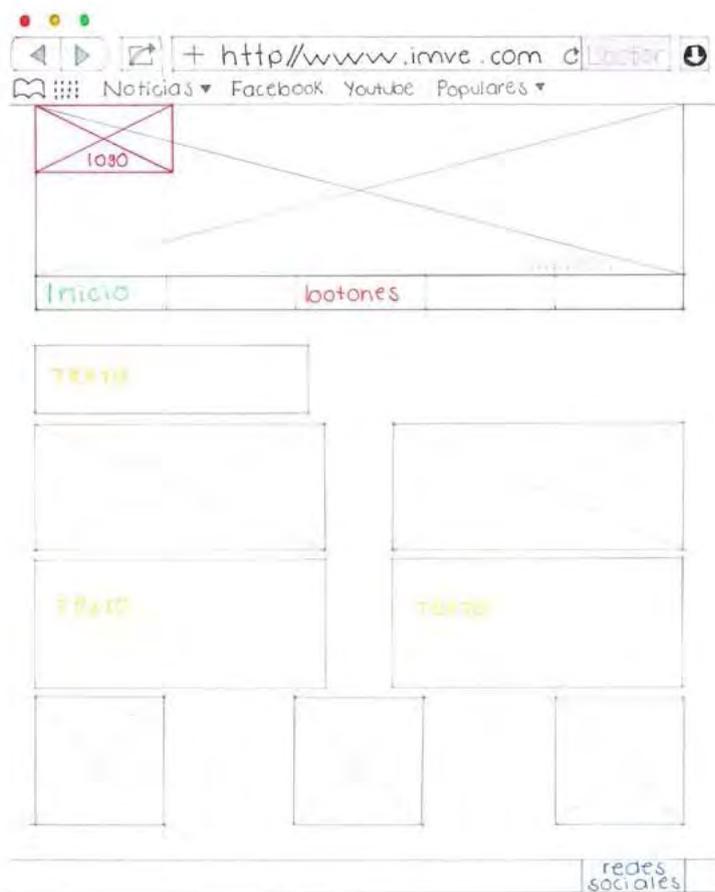


Visualización de página de Contacto

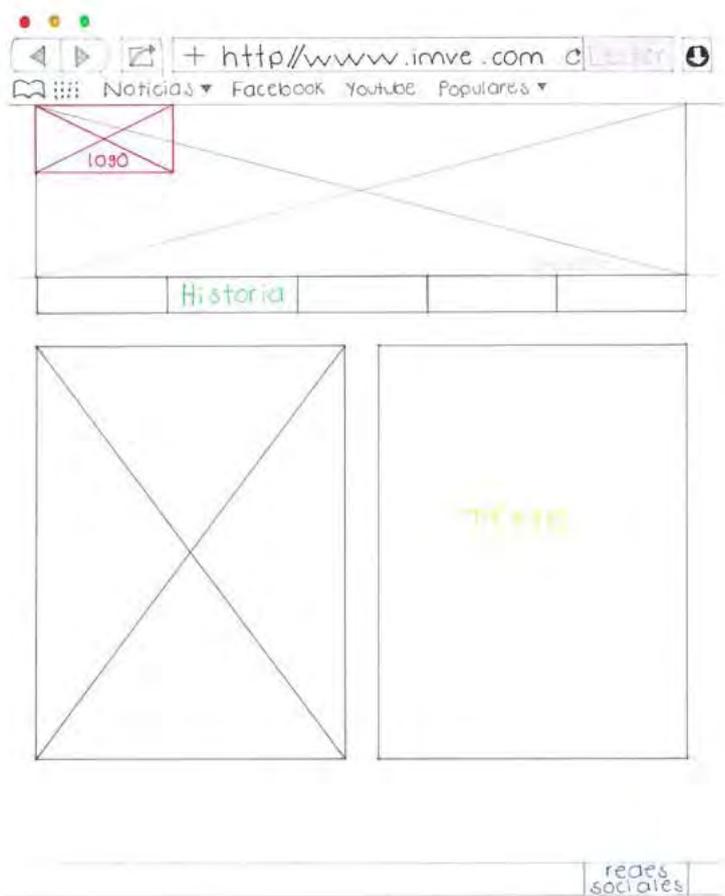
3.8 Paper prototype

El paper prototype es una representación visual, interactiva del proyecto manejada principalmente en papel, este da la interacción y visualización del espacio gráfico que se está creando, tiene como objetivo facilitar al usuario la interacción entre todos los elementos visuales.

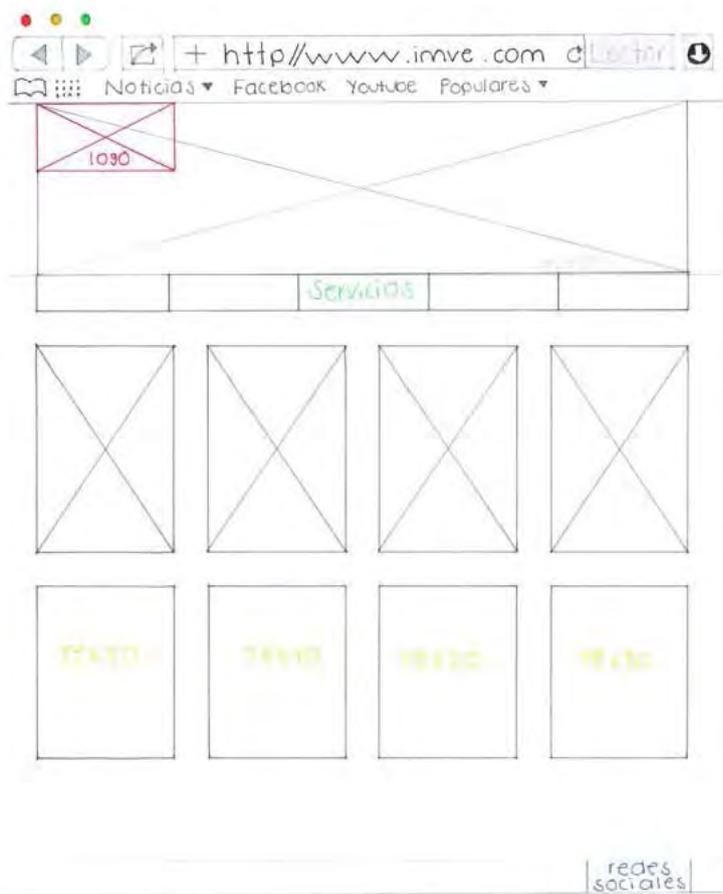
Se elaboro un paper prototype tamaño carta simulando el navegador de una computadora, para que se pudieran organizar los elementos proporcionados por el cliente y se percibiera de manera más clara como quedaría al momento de su elaboración en el monitor.



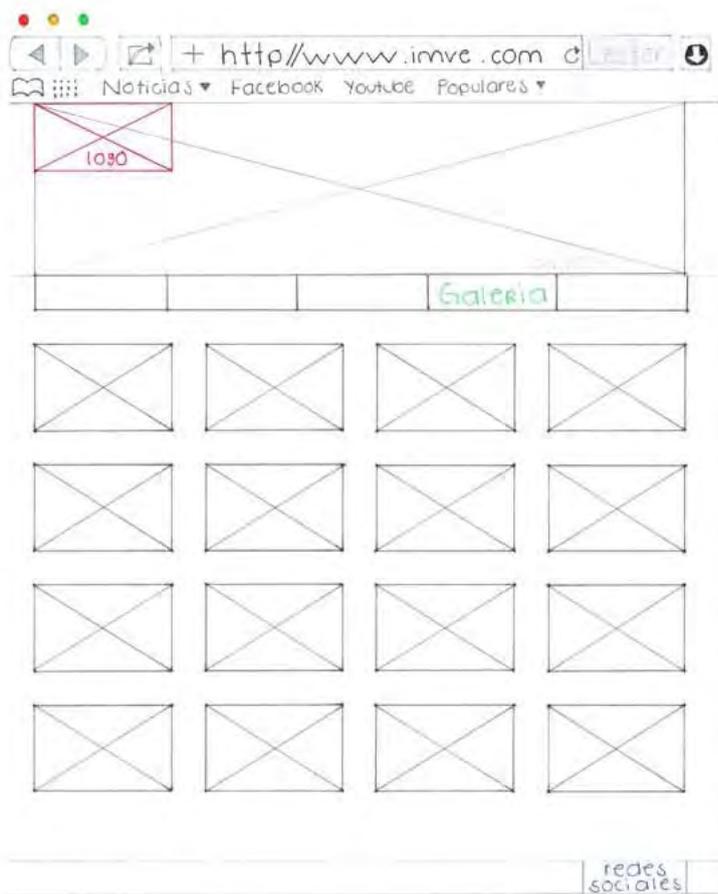
Paper prototype de la página de inicio



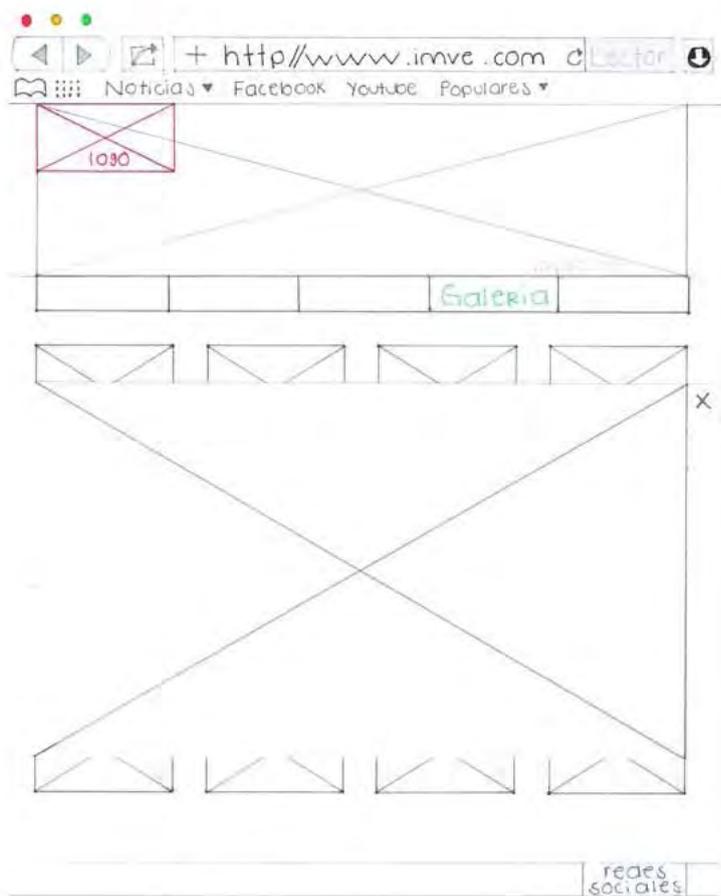
Paper prototype de la página de historia



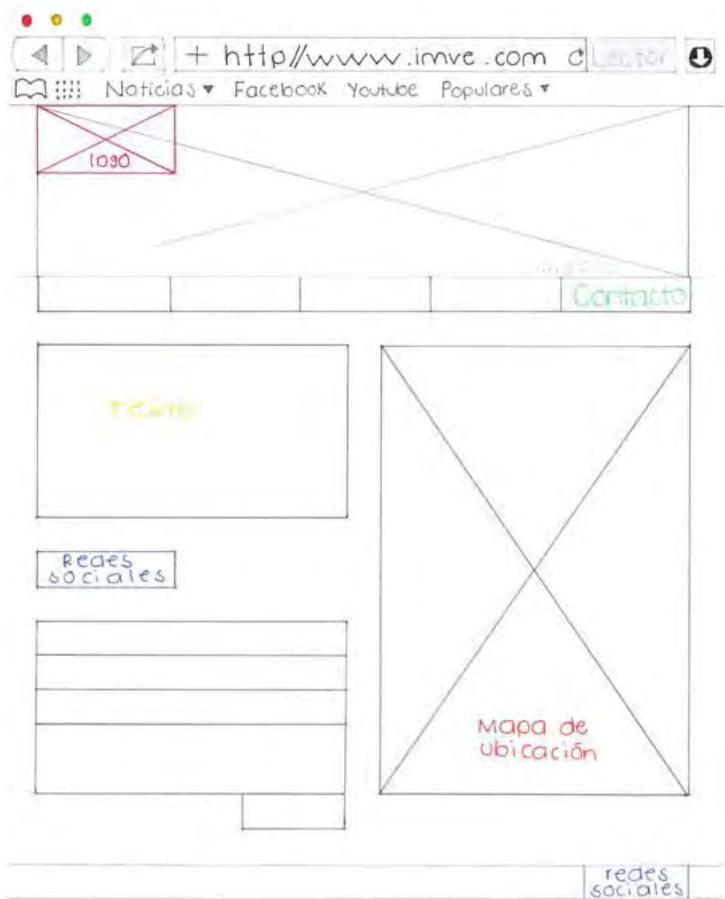
Paper prototype de la página de servicios



Paper prototype de la página de galería



Paper prototype de la visualización de una fotografía de galería

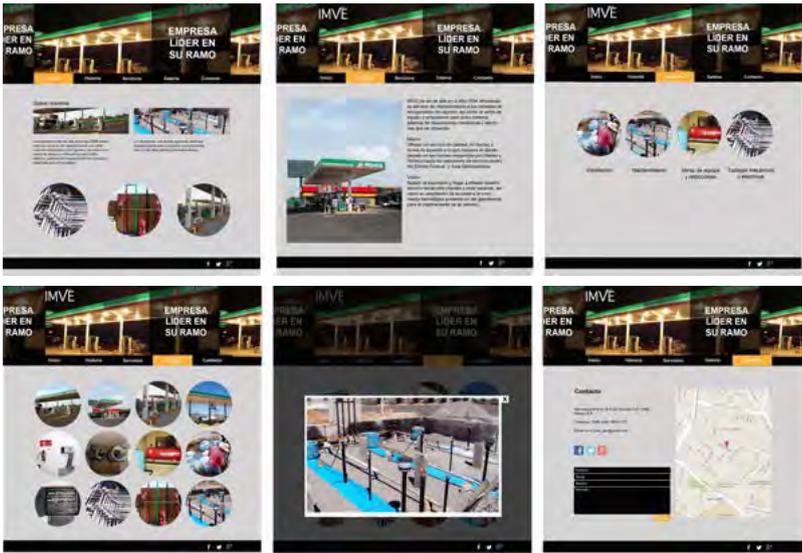


Paper prototype de la página de contacto

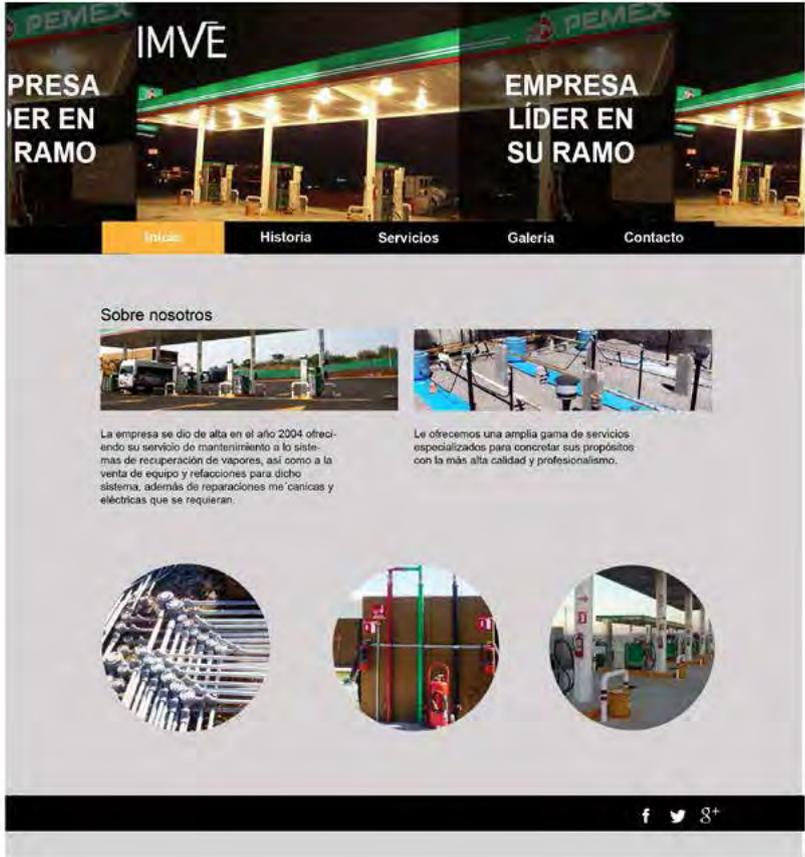
3.9 Mock up

El Mock Up, es la realización a tamaño real de un diseño o interfaz, para la demostración del diseño. Es el primer prototipo funcional de la interfaz. Gracias a el se puede evaluar la propuesta gráfica y hacer correcciones.

Para el proyecto, se realizó el siguiente mock up, el cual fue definiendo la propuesta final y permitió hacer las correcciones necesarias para el buen funcionamiento del sitio Web.



Mock up del sitio Web



Mock up Inicio



IMVE se dio de alta en el año 2004 ofreciendo su servicio de mantenimiento a los sistemas de recuperación de vapores, así como la venta de equipo y refacciones para dicho sistema, además de reparaciones mecánicas y eléctricas que se requieran.

Misión:

Ofrecer un servicio de calidad, en tiempo y forma de acuerdo a lo que requiera el cliente, basado en las normas requeridas por Pemex y Profeco hacia las estaciones de servicio dentro del Distrito Federal y Área Metropolitana.

Visión:

Buscar la expansión y llegar a ofrecer nuestro servicio hacia más clientes a nivel nacional, así como su adaptación de acuerdo a la innovación tecnológica presente en las gasolineras para el mejoramiento de su servicio.



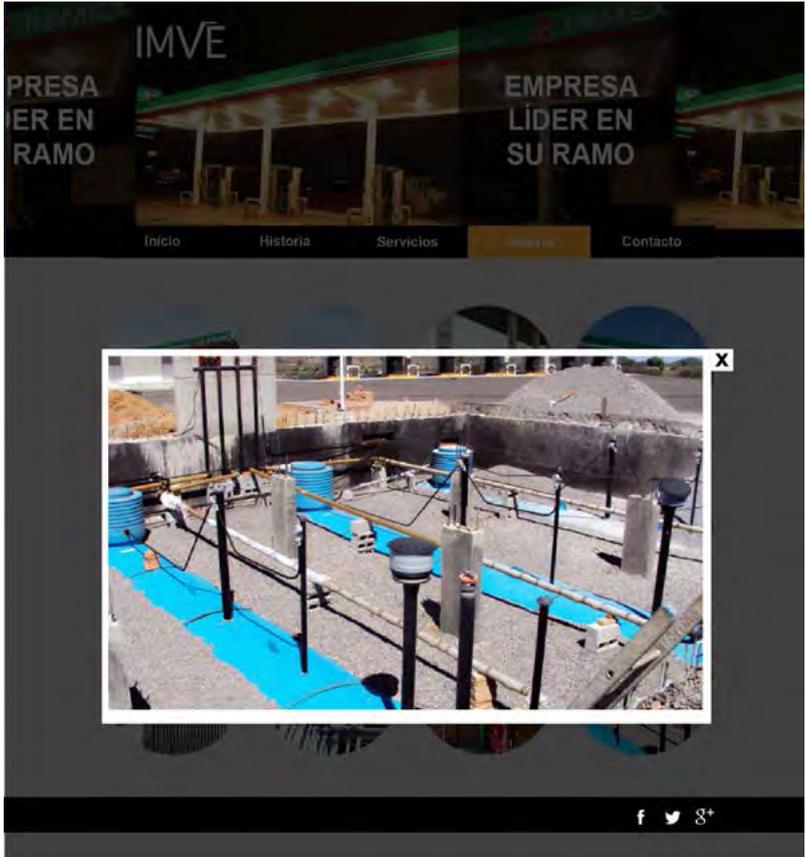
Mock up Historia



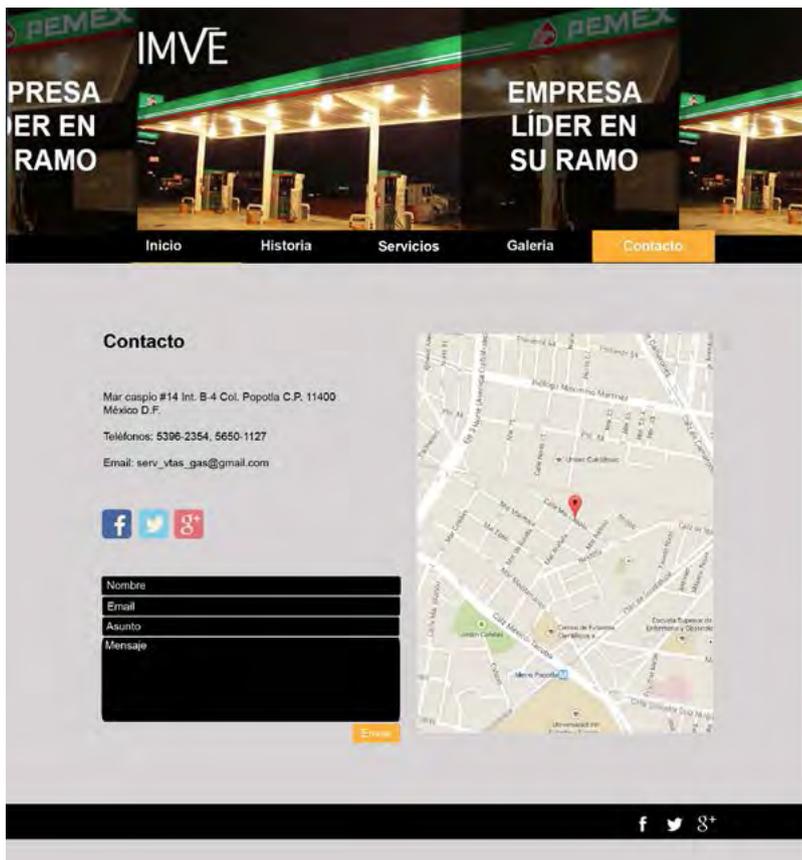
Mock up Servicios



Mock up Galería



Mock up imagen perteneciente a Galería



Mock up Contacto

3.10 Diseño de interfaz

A

ntes de realizar el proyecto, se tomo en cuenta el mercado meta, hacía quien iba dirigido y que intención se tenía al momento de transmitir el mensaje. En este caso, va dirigido a empresas importantes de estaciones de servicio, tales como PEMEX e Hidrosina.

El diseño fue elegante y limpio, con el fin de darle a la empresa una buena carta de presentación y que el mercado meta al que va dirigido le atraigan sus servicios.

Tamaño

Se eligió un tamaño de 1024 x 768 px para computadora, anchura mayor o igual a 768 px para tablet, y anchura menor de 768 px para móvil, ajustándose a la dimensión del dispositivo con el cuál será visualizado el sitio.

Retícula

La más apropiada para la realización del sitio Web, fue la 960 Grid System de 12 columnas, ya que permite un mejor acomodo de los elementos dentro de la composición del sitio Web.

Formato

Se eligió diseño Web responsive, con la finalidad de que la página sea compatible con cualquier dispositivo (computadora, tablet y móvil), ajustando su estructura para mostrar toda su información de una manera legible, con la finalidad de ofrecer al cliente una excelente experiencia de usuario (UX).

Tipografía

La tipografía utilizada en el sitio Web es Opens Sans. Es una tipografía *Sans Serif*, se eligió por su legibilidad, además de que da al texto elegancia y formalismo, para una empresa con mercado meta importante. Se utilizo en tamaño de 26 pts para títulos y 14 pts para texto.

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ
0123456789 (!@#\$%&.,?;:)

Penultimate

The spirit is willing but the flesh is weak

SCHADENFREUDE

3964 Elm Street and 1370 Rt. 21

The left hand does not know what the right hand is doing.

Color

Fueron 4 los colores predominantes en el sitio Web, los cuales son: negro, blanco, naranja y gris.

 Negro: Utilizado para la tipografía, botones, barra de redes sociales y mensaje directo a la empresa. Se hizo uso de este color, ya que representa elegancia y sofisticación, haciendo resaltar la imagen de portada del sitio Web.

R: 0 C: 0
G: 0 M: 0
B: 0 Y: 0
K: 100

 Blanco: Se utilizó en la tipografía de la portada, en los botones de redes sociales y los botones del sitio Web. Contrastados con el negro, da un estilo minimalista y formal.

R: 255 C: 0
G: 255 M: 0
B: 255 Y: 0
K: 0

 Naranja: El color naranja tiene una visibilidad muy alta, por lo que es muy útil para subrayar los aspectos más destacables de una página Web. Fue utilizado para seleccionar el botón de la página a la que se desea ir en el sitio Web. Se hizo uso de este color ya que hace buen contraste con el color negro, ubicando muy bien al usuario en la página donde se encuentra y no se pierda en la interfaz.

R: 252 C: 0
G: 175 M: 36
B: 61 Y: 86
K: 0

 Gris: Simboliza el éxito, conocimiento, seguridad y confianza. Utilizado para el fondo de la información del sitio Web, ya por su neutralidad no atrae la atención y no distrae al usuario de la información que se le brinda acerca de la empresa.

R: 213 C: 15
G: 211 M: 13
B: 212 Y: 12
K: 0

Diseño Final

A continuación se muestra el diseño Web final y su visualización en los diversos dispositivos.



Conclusión

A través de la realización de este proyecto se ha logrado cumplir con el objetivo inicial. En la fase inicial de la realización del proyecto, se tenían muchas dudas, acerca de cómo resolver el problema de diseño por medio del UI y UX, mismas que se fueron aclarando conforme se iba avanzando en el desarrollo de los capítulos.

El principal objetivo de esta tesina fue hacer un sitio Web responsive desde la proyección de la disciplina de diseño y comunicación visual, mediante el diseño de interfaz y experiencia de usuario para la empresa IMVE, que no contaba con un sitio Web para su empresa, y de esa manera, lograr atraer más público meta, tal como lo es la empresa más importante de estaciones de servicio, PEMEX.

La realización de este proyecto fue muy satisfactoria, ya que se logró el objetivo deseado.

Profesionalmente quedo muy satisfecha con el trabajo realizado, ya que aplique los conocimientos adquiridos a lo largo de estos 4 años, así como retarme al incursionar en la tecnología actual, tal como los sitios Web responsive, ofreciendole a mi cliente (IMVE) un trabajo de calidad.

Fuentes

Carlson J., (1999). Color: Diseño gráfico: Páginas Web. México, Gustavo Gili.

Carlson J., (2000a). Tipografía: Diseño gráfico: Páginas Web. México, Gustavo Gili.

Carlson J., (2000b). Navegación: Diseño gráfico: Páginas Web. Barcelona, Gustavo Gili.

Carter, R., (2002). Diseñando con color y tipografía 3. Barcelona-España, Interbooks.

EDUCAWEB, (2014) “Introducción al Diseño de Interfaces y de Experiencia de Usuario (UI/UX Design)” en EDUCAWEB. [En Línea]. México, disponible en: <http://www.educaweb.com/noticia/2014/06/09/introduccion-diseno-interfaces-experiencia-usuario-ui-ux-design-8275/> [Consultado el 17 de Julio del 2014]

Meggs, P., (1991). Historia del diseño gráfico. México, Trillas.

MLGDiseño, (2014) “Uso de la tipografía en diseño Web” en MLG Diseño, comunicación Web. [En Línea]. México, disponible en: <http://www.mlgdiseno.es/uso-de-la-tipografia-en-diseno-web/> [Consultado el 7 de Septiembre del 2014]

Millhollon, M., (2003). Avanza, creación de páginas web. España, MCGRAW HILL.

Müller, J., (1992). Sistemas reticulares. Mexico : Gustavo Gili.

Munari, B., (1977). Diseño y comunicación visual. España, Gustavo Gili.

Oros, J., (2007). Diseño de páginas WEB con XHTML, Java script y CSS. México, Rama.

Prieto, D., (1979). Vida cotidiana, diseño y comunicación. México, UAM Azcapotzalco.

Swan, A., (1993). El color en el diseño gráfico principios y usos del color. México, Gustavo Gili.

Tapia, A., (2004). El diseño gráfico en el espacio social. México, UAM-Xochimilco.

UNAM, (2013) “Diseño y Comunicación Visual” en Facultad de Artes y Diseño. [En Línea]. México, disponible en: <http://www.fad.unam.mx/acceso/> [Consultado el 17 de Julio del 20134]

Vázquez, P., (2006). Diseño creación de sitios web. Argentina, USERS.

*“El mundo necesita
gente que ame
lo que hace”*

