Diseño de sitio web para dar a conocer los servicios de hospedaje, alimentos y bebidas que ofrece Casa Vieja Hotel y Restaurante

Lidia Raquel Natareno Iglesias

Carné: 21005085

Facultad Ciencias de la Comunicación, Universidad Galileo

Para optar por el título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción

Proyecto de graduación

Diseño de sitio web para dar a conocer los servicios de hospedaje, alimentos y bebidas que ofrece Casa Vieja Hotel y Restaurante, El Progreso, Guatemala.

Lidia Raquel Natareno Iglesias

Universidad Galileo

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Autoridades

Rector

Dr. Eduardo Suger Cofiño

Vicerrectora

Dra Mayra de Ramírez

Vicerrector Administrativo

Lic. Jean Paul Suger Castillo

Secretario General

Dr. Jorge Retolaza

Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación,

Lic. Leizer Kachler

Vicedecano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación,

Lic. Rualdo Anzueto.

Guatemala 23 de abril de 2025

Licenciado
Leizer Kachler
Decano-Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado: **DISEÑO DE SITIO WEB PARA DAR A CONOCER LOS SERVICIOS DE HOSPEDAJE, ALIMENTOS Y BEBIDAS QUE OFRECE CASA VIEJA HOTEL Y RESTAURANTE.** Así mismo solicito que la Licda. Ana Gabriela Cabrera sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,

Lidia Raquel Natareno Iglesias
21005085

Licda. Ana Gabriela Cabrera
Asesora

FACOM
UNIVERSIDAD GALILEO
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Guatemala 19 de mayo de 2025

Señorita:
Lidia Raquel Natareno Iglesias
Presente

Estimada Señorita Natareno:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE SITIO WEB PARA DAR A CONOCER LOS SERVICIOS DE HOSPEDAJE, ALIMENTOS Y BEBIDAS QUE OFRECE CASA VIEJA HOTEL Y RESTAURANTE.** Así mismo, se aprueba a la Licda. Ana Gabriela Cabrera como asesora de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación

FACOM
UNIVERSIDAD GALILEO
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Guatemala, 05 de diciembre de 2025

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE SITIO WEB PARA DAR A CONOCER LOS SERVICIOS DE HOSPEDAJE, ALIMENTOS Y BEBIDAS QUE OFRECE CASA VIEJA HOTEL Y RESTAURANTE.** Presentado por la estudiante: *Lidia Raquel Natareno Iglesias,* con número de carné: *21005085* está concluido a mi entera satisfacción, por lo que se extiende la presente aprobación para continuar así el proceso de titulación profesional.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Licda. Ana Gabriela Cabrera
Asesora

Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias de la Comunicación

Guatemala, 06 de febrero de 2026

Señorita
Lidia Raquel Natareno Iglesias
Presente

Estimada Señorita Natareno:

Después de haber realizado su examen privado para optar al título de Licenciatura en Comunicación y Diseño de la **FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN** de la Universidad Galileo, me complace informarle que ha **APROBADO** dicho examen, motivo por el cual me permito felicitarle.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación

Guatemala, 23 de marzo de 2026.

Licenciado
Leizer Kachler
Decano FACOM
Universidad Galileo
Presente

Señor Decano:

Le informo que la tesis: **DISEÑO DE SITIO WEB PARA DAR A CONOCER LOS SERVICIOS DE HOSPEDAJE, ALIMENTOS Y BEBIDAS QUE OFRECE CASA VIEJA HOTEL Y RESTAURANTE,** de la estudiante Lidia Raquel Natareno Iglesias, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente,

Claudia Navas Dangel
Asesora Lingüística
Universidad Galileo

Claudia Navas Dangel
Licenciada en Ciencias de la Comunicación
Colegiada Activa 45983

Galileo UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias de la Comunicación

Guatemala, 08 de mayo de 2026

Señorita:
Lidia Raquel Natareno Iglesias
Presente

Estimada Señorita Natareno:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE SITIO WEB PARA DAR A CONOCER LOS SERVICIOS DE HOSPEDAJE, ALIMENTOS Y BEBIDAS QUE OFRECE CASA VIEJA HOTEL Y RESTAURANTE.** Presentado por la estudiante: Lidia Raquel Natareno Iglesias, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciada en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación

Dedicatoria

Desde pequeña descubrí en la creatividad un refugio. Me maravillaban los colores, las combinaciones y la posibilidad de transformar una simple idea en algo propio. Mi clase favorita era expresión artística, ese espacio donde mi imaginación podía tomar forma y donde, sin saberlo, comenzaba a encontrar mi identidad. Con los años, y casi por casualidad, conocí la carrera de Diseño Gráfico durante el bachillerato; aunque las clases eran limitadas, despertaron en mí una certeza: aquello era mi camino.

A mis 18 años, mientras buscaba universidades y enfrentaba los desafíos económicos que implicaba estudiar, tomé la decisión de trabajar para costear mis estudios. Mi empleo no era el ideal, pero cada clase se convertía en mi escape y en mi motor para seguir adelante. Hoy agradezco profundamente a mis padres por su apoyo incondicional, por confiar en mí incluso cuando yo dudaba, por ver en mí una chispa que aún estaba aprendiendo a reconocer.

Gracias por cada palabra de ánimo, por cada sacrificio silencioso y por recordarme, aun en mis momentos más difíciles, que era capaz de lograrlo. Este logro también es de ustedes: de su amor, su fortaleza y su fe en mí.

Sin ustedes, este camino habría sido mucho más difícil y menos luminoso. Sé que sacrifiqué tiempo valioso con mi familia; sé también que pasé noches completas trabajando, pero espero que cada esfuerzo se refleje en orgullo para ellos. Que ver a su hija menor convertirse en Licenciada en Comunicación y Diseño sea también un logro suyo

Extiendo esta dedicatoria a la Universidad Galileo, por construir una licenciatura que impulse a los estudiantes a dar propósito a sus ideas creativas, a liderar con pensamiento propio y a desarrollar una visión crítica que no solo se traduce en resultados profesionales, sino también en valores que permanecen en el corazón.

Deseo expresar un agradecimiento especial a Licda. Carmen Andrea, quien estuvo presente en mis inicios. Sus observaciones precisas, su mirada minuciosa y su exigencia cuidadosa marcaron un antes y un después en mi proceso. Gracias a ella aprendí la importancia de los detalles y la disciplina en cada decisión de diseño.

Licda. Ana Gabriela Cabrera Conde, gracias por su guía constante, por sus valiosas retroalimentaciones y por la seguridad que me brindó en cada etapa del proyecto. Su acompañamiento ha sido un respiro, un recordatorio de que el esfuerzo vale la pena y de que no he transitado este camino sola. Su apoyo ha significado más de lo que las palabras pueden expresar.

Resumen

A través del acercamiento con la empresa Casa Vieja Hotel y Restaurante se identificó que no cuenta con un sitio web que le permita brindar información relacionada a sus servicios de hospedaje y restaurante a turistas nacionales y de negocios.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo: diseñar un sitio web para dar a conocer los servicios de hospedaje, alimentos y bebidas que ofrece Casa Vieja Hotel y Restaurante.

El enfoque de la investigación es mixto, porque se utilizó el método cuantitativo y cualitativo. El primero para cuantificar los resultados de la muestra, y el segundo evalúa el nivel de percepción y utilidad del proyecto.

La herramienta de investigación se aplicó a un promedio de 25 personas entre grupo objetivo, cliente, y expertos en comunicación y diseño.

El principal hallazgo, entre otros, es que, se llevó a cabo el diseño de un sitio web para dar a conocer los servicios de hospedaje, alimentos y bebidas que ofrece Casa Vieja Hotel y Restaurante. Y se recomendó implementar un plan de mantenimiento continuo para el sitio web, que incluya actualizaciones y revisiones periódicas. Esto garantizará la adaptación a cambios tecnológicos y la mejora constante de la experiencia del usuario, manteniendo el sitio competitivo y funcional.

Para efectos legales únicamente la autora LIDIA RAQUEL NATARENO IGLESIAS es responsable del contenido de este proyecto y de su presentación audiovisual ya que es una investigación científica y puede ser motivo de consulta y utilidad por estudiantes y profesionales. La autora también se compromete a hacer el seguimiento respectivo de todo el proceso administrativo y cumplir con todos los requisitos de titulación y graduación para obtener así, el título de licenciado en Comunicación y Diseño.

Índice

Capítulo I: Introducción
Introducción..... 1
Capítulo II: Problemática
Contexto..... 2
Requerimiento de Comunicación y diseño..... 2
Justificación..... 3
Magnitud..... 3
Vulnerabilidad..... 4
Transcendencia..... 5
Factibilidad..... 5
Capítulo III: Objetivos del diseño
Objetivo general..... 7
Objetivos específicos..... 7
Capítulo IV: Marco de referencia
Información del cliente..... 8
Capítulo V: Definición grupo objetivo
Perfil geográfico..... 11
Perfil demográfico..... 12
Perfil psicográfico..... 12
Perfil conductual..... 13
Capítulo VI: Marco teórico
Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio..... 14
Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño..... 18
Conceptos fundamentales relacionados con el diseño..... 22
Ciencias auxiliares, artes, teorías, tendencias y tecnologías..... 25
Capítulo VII: Procesos de diseño y propuesta preliminar
Aplicación de la información obtenida en el marco teórico..... 35
Conceptualización..... 40
Bocetaje..... 44
Propuesta preliminar..... 80
Capítulo VIII: Validación técnica
Población y muestreo..... 83
Método e instrumentos..... 84
Resultados e interpretación de resultados..... 90
Cambios en base a los resultados..... 104
Capítulo IX: Propuesta gráfica final..... 113

Capítulo X: Producción, reproducción y distribución
Plan de costos de elaboración....119
Plan de costos de producción.... 120
Plan de costos de reproducción.... 122
Plan de costos de distribución.... 123
Cuadro con resumen general de costos.... 124
Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones
Conclusiones.... 125
Recomendaciones....125
Capitulo XII: Conocimiento general....127
Capítulo XIII: Referencias.... 130
Capítulo XIV: Anexos....138
Anexo 1: Gráfica de magnitud.... 138
Anexo 2: Brief del cliente.... 139
Anexo 3: Tabla de niveles socioeconómicos.... 143
Anexo 4: Esquema de proceso de comunicación....144
Anexo 5: Investigación de tendencias....145
Anexo 5: Tablero de tendencias.... 153
Anexo 6: Herramienta de validación en Google Forms....154
Anexo 7: Evidencia fotográfica.... 156

Capítulo I: Introducción

Capítulo I: Introducción

En el año 2019, Casa Vieja Hotel y Restaurante abrió sus puertas en el departamento de El Progreso, Guastatoya, ofreciendo servicios gastronómicos y de hospedaje. Aunque cuenta con clientes frecuentes, se ha identificado la necesidad de fortalecer su presencia en línea, ya que actualmente no dispone de un sitio web. La promoción del establecimiento se realiza únicamente a través de redes sociales, lo que limita su capacidad para atraer a nuevos clientes y dar a conocer sus servicios de manera efectiva.

El propósito del proyecto es crear un sitio web funcional que destaque los servicios de hospedaje, alimentos y bebidas que ofrece Casa Vieja Hotel y Restaurante. Para lograrlo, se empleará la técnica de *Brainswarming*, creada por Tony McCaffrey, que facilita la generación de ideas mediante un gráfico estructurado basado en el comportamiento colaborativo. Este método permitirá establecer una base sólida para el diseño y la organización de los elementos del sitio web.

Se prevé que el diseño del sitio web permite reflejar la identidad de Casa Vieja Hotel y Restaurante mediante una interfaz intuitiva y responsiva. A través de un *brief* proporcionado por el cliente, se recopiló información para presentar los servicios de manera atractiva. Asimismo, se investigarán tendencias y mejores prácticas en diseño web para garantizar una estructura visual coherente, optimizando la experiencia del usuario en cualquier dispositivo. Este proyecto buscará ayudar al establecimiento en el entorno digital, mejorando su visibilidad y atracción de clientes potenciales.

Capítulo II: Problemática

Capítulo II: Problemática

Casa Vieja Hotel y Restaurante no cuenta con un sitio web que le permita brindar información relacionada a sus servicios de hospedaje y restaurante a turistas nacionales y de negocios.

Contexto

En el año 2019, Casa Vieja Hotel y Restaurante abrió sus puertas en el departamento de El Progreso, Guastatoya. El Hotel y Restaurante ofrecía servicios gastronómicos y hospedaje. En ese momento, contaba con clientes frecuentes; sin embargo, la gerente expresó su intención de establecerse en el ámbito digital.

Después de realizar una investigación y revisar sus redes sociales, se analizó la información obtenida durante la conversación con la gerente, identificando que el establecimiento carecía de presencia en línea, ya que no disponía de un sitio web. El Hotel y Restaurante Casa Vieja solamente se promocionaba a través de redes sociales, donde se publicaban las actividades del día y eventos especiales.

Al no poseer un sitio web, se dificultaba la capacidad de atraer a clientes reales y potenciales. La ausencia de una plataforma en línea impedía que los interesados conocieran los servicios que ofrecía el hotel. Por ello, se debía tomar en cuenta que el sitio web debía brindar información relevante del establecimiento.

Requerimiento de Comunicación y Diseño

Casa Vieja Hotel y Restaurante no cuenta con un diseño de sitio web para dar a conocer los servicios de hospedaje y alimentos y bebidas que ofrece los servicios de hospedaje y alimentos y bebidas.

Justificación

Para sustentar de manera consistente las razones por las cuales se consideró importante el problema y la intervención del diseñador - comunicador, se justifica la propuesta a partir de cuatro variables: a) magnitud; b) trascendencia; c) vulnerabilidad; y d) factibilidad (se despejan todas y cada una de las variables).

Magnitud

En la República de Guatemala, con una población de 17,602,431 millones de habitantes (INE, 2023). Precisamente el departamento de El Progreso cuenta con 196,917 habitantes (INE,2023), el municipio de Guastatoya, cuenta con 27,608 habitantes (INE,2023), existe una competencia hotelera de 20 establecimientos entre los cuales se destaca Casa Vieja Hotel y Restaurante que cuenta con un establecimiento.

Actualmente Casa Vieja Hotel y Restaurante atiende a 500 clientes al mes, pero a través de este proyecto se busca incrementar a un 15% de clientes.

Magnitud

Figura 1. Realizado por Lidia Raquel Natareno Iglesias. En la gráfica se observa la gráfica de magnitud que va desde lo general a lo específico, representando la cantidad de habitantes de Guatemala hasta el municipio de Guastatoya, lugar en donde se desarrolla el proyecto.

Vulnerabilidad

De no hacerse un sitio web para Casa Vieja Hotel y Restaurante, resultará en la pérdida de oportunidades para atraer clientes reales y potenciales. Sin la plataforma en línea, los turistas nacionales o clientes empresariales no podrán ver los servicios de hospedaje, lo cual afectará su alcance y visibilidad. Además, la ausencia de una reputación

en línea podría afectar la imagen del establecimiento, haciéndolo parecer menos profesional o que las personas no sepan de su existencia.

Transcendencia

La creación de un sitio web para Casa Vieja Hotel y Restaurante permitió a las personas explorar el establecimiento en línea, mejorando así su visibilidad entre turistas nacionales y empresariales. Pudieron conocer los precios de las habitaciones, los tipos de alojamiento, y las comodidades disponibles. Esto posicionó a Casa Vieja Hotel y Restaurante de manera más sólida dentro del mercado hotelero y restaurantero.

Factibilidad

El proyecto de diseño de sitio web para Casa Vieja Hotel y Restaurante fue factible porque contó con los recursos necesarios para llevarlo a cabo.

Recursos Humanos . Casa Vieja Hotel y Restaurante contó con el capital humano adecuado que tuvo la capacidad, el conocimiento, la experiencia y las habilidades para el manejo de las funciones que se desempeñaban dentro de la organización, y talento humano disponible.

Recursos Organizacionales. Los ejecutivos de Casa Vieja Hotel y Restaurante autorizaron al personal para que estuvieran en disposición de brindar toda la información necesaria de la empresa para llevar a cabo este proyecto.

Recursos Económicos. Casa Vieja Hotel y Restaurante poseía en ese momento los recursos económicos necesarios que posibilitaron la realización de este proyecto.

Recursos Tecnológicos. Se contó con el equipo y las herramientas indispensables para elaborar y producir el resultado del proyecto de graduación.

Cámara Canon EOS Rebel T7 zoom lens 18-55mm ISO 100-6400, Firmware 1.1.0, 24.1 megapixeles.

DESKTOP-U60QE8S, Procesador AMD Ryzen 5 3600 6-Core Processor 3.95 GHz, RAM instalada 16.0GB, Sistema operativo de 64 bits, procesador basado en x64, Windows 10 pro, versión 22H2.

Tableta Gráfica Huion Kamvas pro 16 (2.5k) resolución QHD 2560x1440, alta densidad de píxeles de 186 ppi, gama de 16,7 millones de colores con amplia gama de sRGB de 145% contraste 1200:1

Notebook Asus Vivobook, Microsoft Windows 11 Home Single Language, tipo de sistema PC basado en x64, Ryzen 5 AMD, RAM 8 GB.

Unidad de estado sólido externo Kingston SXS 2000 1TB conexión USB-C.

Capítulo III: Objetivos del diseño

Capítulo III: Objetivos del diseño

Objetivo General

Diseñar un sitio web para dar a conocer los servicios de hospedaje, alimentos y bebidas que ofrece Casa Vieja Hotel y Restaurante.

Objetivos específicos

Recopilar información a través del *brief* proporcionado por el cliente para presentar de manera atractiva los servicios de hospedaje y restaurante ofrecidos por Casa Vieja Hotel y Restaurante.

Investigar las mejores prácticas y tendencias actuales en diseño web para aplicarlas en la optimización y funcionalidad del sitio web Casa Vieja Hotel y Restaurante

Diagramar la estructura y apariencia visual del sitio web para facilitar la navegación del usuario.

Crear una interfaz intuitiva a través de un diseño responsivo que refleje la identidad de la marca, para garantizar una experiencia del usuario fluida y consistente en todos los dispositivos.

Capítulo IV: Marco de referencia

Capítulo IV: Marco de referencia

Información del cliente

Nombre del cliente: Casa Vieja Hotel y restaurante

Dirección: Ruta Nacional 19, Kilómetro 69.5, Barrio El Porvenir, Guastatoya, El Progreso, Guatemala.

Tel: 77965573 / Contacto: 51696289

Misión

En Casa Vieja Hotel y Restaurante nos comprometemos a ofrecer una experiencia única a nuestros huéspedes, a través de nuestro servicio excepcional, ambiente acogedor y cocina de alta calidad, buscamos ser reconocido como el destino preferido para quienes buscan relajarse, disfrutar deliciosos platillos y crear recuerdos memorables, nos esforzamos por superar las expectativas de nuestros clientes en cada interacción, con un enfoque a la excelencia y satisfacción total.

Visión

En Casa Vieja Hotel y Restaurante nuestra visión es destacar como líder en la industria hotelera y gastronómica, reconocidos por nuestra calidad excepcional, buscamos convertirnos en el destino preferido para las familias, turistas y viajeros tanto nacionales como internacionales, nos esforzamos por innovar.

Constantemente, mantener los más altos estándares de servicios y convertirnos en un punto de referencia en hospitalidad, comodidad y gastronomía. Nuestro deber principal

es ofrecer un servicio admirable que supere las expectativas de nuestros huéspedes en cada visita.

FODA

Fortaleza	**Oportunidades**
Brinda servicio de alta calidad tanto en el hotel como en el restaurante. El hospedaje ofrece espacios amplios y confortables para garantizar una estancia placentera para los visitantes. Es uno de los hoteles con calificación alta y positiva con 4.5 estrellas dentro de Google maps.	Con una calificación positiva en Google maps, los clientes potenciales se sientan motivados a visitar el hotel. El hotel y restaurante se ubica estratégicamente cerca de la zona céntrica, lo que facilita el acceso a los visitantes que buscan explorar las ciudades y alrededores. Es un hotel con tres años de apertura que tiene el potencial para expandir su base de clientes reales y potenciales.
Debilidades	**Amenazas**
Casa Vieja Hotel y Restaurante, al no contar con una página web, está en desventaja frente a la competencia, lo que resulta en la pérdida de clientes reales y potenciales que prefieren establecimientos con presencia en línea. No cuenta con una plataforma digital para informar sobre sus nuevos eventos, ni para describir las características de los tipos de habitaciones disponibles. Al solo contar con redes sociales como vía de información de las amenidades del hotel y restaurante, se limita la búsqueda del usuario para descubrir y considerar el hospedaje para su estadía.	Casa Vieja Hotel y Restaurante tiene clientes frecuentes; sin embargo, sin una expansión digital, podría evitarse la posibilidad de un aumento a clientes reales y potenciales. La ausencia de una página web puede dar la impresión de que el hotel y restaurante no proporcionan información fácilmente accesible, lo que podría influir negativamente en la percepción de clientes reales y potenciales. Puede ser un riesgo no tener presencia en línea, ya que su reputación online puede estar influenciada negativamente por reseñas y comentarios en plataformas de terceros.

Figura 2. Realizada por Lidia Raquel Natareno Iglesias. Análisis FODA de Casa Vieja Hotel y Restaurante, que identifica sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas en el contexto del mercado guatemalteco.

Figura 3. Realizada por Lidia Natareno. Organigrama, que identifica cómo se distribuyen y coordinan las áreas como recepción, cocina, servicio, administración y limpieza**.**

Ver brief completo en Anexo 2.

Capítulo V: Definición Grupo Objetivo

Capítulo V: Definición Grupo Objetivo

Al observar al grupo objetivo para el diseño del sitio web, se encuentran hombres y mujeres de 30 a 50 años que buscan principalmente hoteles ya sea para viajes de negocios o vacaciones. Dentro de sus preferencias se encuentran las reservas en línea o por teléfono, valorando especialmente los hoteles con amenidades como piscinas, jacuzzis y aire acondicionado. Además, buscan información detallada sobre el hospedaje y restaurante a través del sitio web.

Perfil Geográfico

La República de Guatemala está situada en el Istmo Centroamericano, entre los 14º y los 18º de latitud norte y los 88º y 92º de longitud oeste. Tiene fronteras al norte con México (960 Km), al oeste con Belice (266 Km), al este con el Mar Caribe (148 Km) y Honduras (256 Km), al sudoeste con El Salvador (203 Km) y al sur con el Océano Pacífico (254 Km).

El departamento de El Progreso se localiza en la región nororiental de la República de Guatemala. Tiene una superficie aproximada de 1,992 km². Su cabecera departamental es Guastatoya. Se encuentra a 74 km de distancia de la ciudad capital. La densidad poblacional de El Progreso, según el Instituto Nacional de Estadística (INE) 2023, es de 196,917 habitantes.

El idioma oficial es el español dado a la colonización española se convirtió rápidamente en vía de paso mercantil entre el Caribe y España, por lo cual los antiguos pobladores fueron transculturizados y algunos idiomas desaparecieron y dialectos.

El clima es cálido, la región es nororiental y tiene ocho subdivisiones en municipios.

Perfil demográfico

Nivel Socioeconómico (NSE)

NSE C1,C2 y C3

El grupo objetivo está compuesto por hombres de 30 a 50 años de edad. Con un NSE C1, C2 y C3, y contempla las características expresadas en la tabla de NSE Multivex 2018.

El grupo objetivo está en una etapa activa y maduro de su vida personal y profesional. Se trata de hombres profesionales independientes, empleados, licenciados o con educación superior, que equilibran sus responsabilidades laborales, familiares y personales con interés en el buen servicio y confort personal.

Este rango incluye a hombres con ingresos medios y medios-altos, en cuanto a su nivel educativo, se trata de hombres con estudios universitarios, técnicos o formación continua en diversas áreas, lo que refleja su interés por mantenerse actualizados y capacitados.

Muchos de ellos tienen hijos, por lo que también cumplen un rol de decisión en el hogar, sobre todo cuando se trata de decisiones del hogar relacionadas con comodidad, servicios y necesidades familiares.

Ver tabla completa de NSE en Anexo 4.

Perfil psicográfico

Hábitos: Paseos por centro comerciales, viajar los fines de semana para conocer nuevos restaurantes, disfrutar de tiempo en familia participando en actividades compartidas, que hace que creen recuerdos. Valoran calidad de servicio, ambiente acogedor, exclusividad y personalización.

Hobbies: Socializar, explorar nuevos lugares, fotografiar la naturaleza y pasear por ella.

Actividades: Buscan hoteles donde hospedarse y relajarse, apasionados por la naturaleza, o quiere consumir alimentos y bebidas en el restaurante que está dentro del hotel donde se hospedan, buscan actividades recreativas y turismo.

Perfil Conductual

Los clientes de Casa Vieja Hotel y Restaurante, valoran la calidad y el precio, seleccionan el hotel y restaurante por la atención personalizada que reciben y la experiencia que ofrece, incluyendo amenidades como *wifi* gratuito, piscina, jacuzzi y diferentes tipos de habitaciones. Para los huéspedes diarios y los visitantes ocasionales del restaurante, el menú gourmet ofrece una variedad desde desayunos hasta cenas, incluyendo opciones para niños.

Capítulo VI: Marco Teórico

Capítulo VI: Marco Teórico

Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio

Hotel

Un hotel es un lugar diseñado para ofrecer alojamiento temporal a personas que están de viaje o necesitan hospedarse fuera de su hogar. Generalmente, cuenta con servicios básicos en sus habitaciones, como una cama, un armario y un baño privado. Además, es común que incluyan comodidades adicionales como televisión, un pequeño refrigerador y sillas. Algunos hoteles también disponen de instalaciones compartidas para todos los huéspedes, como piscina, gimnasio o restaurante, para hacer la estadía más cómoda y agradable.

Habitación individual

Está diseñada específicamente para una sola persona y, por lo general, incluye una cama individual. Sin embargo, en algunos casos, puede contar con una cama doble para mayor comodidad. Es común que los hoteles establezcan precios distintos para las habitaciones individuales con dos camas, ya que ofrecen un espacio más amplio, aunque ambas opciones están destinadas a un solo huésped. Esto permite al cliente elegir según sus necesidades y presupuesto.

Habitación doble

Está pensada para alojar a dos personas y puede tener una cama matrimonial o dos camas individuales. Es una opción práctica para amigos o colegas que viajan juntos y

desean compartir la misma habitación sin necesidad de dormir en la misma cama ni reservar habitaciones por separado, ofreciendo comodidad y flexibilidad.

Suite matrimonial

Diseñadas específicamente para parejas, suelen ofrecer un espacio más amplio y lujoso que las habitaciones estándar. Además del confort de una cama matrimonial, se pueden incluir servicios adicionales como una mini nevera, una cafetera y una zona de estar íntima para mayor comodidad. Para resaltar su atractivo, detalles como ropa de cama premium, almohadas de alta calidad y toallas suaves son esenciales. Estos elementos no solo mejoran la experiencia del huésped, sino que también refuerzan la sensación de exclusividad y cuidado en su estadía.

Amenidades

Son todos aquellos espacios e instalaciones diseñadas para brindar mayor comodidad y satisfacción a los huéspedes durante su estadía. Estas incluyen opciones que facilitan el esparcimiento, la relajación y la integración social dentro del establecimiento, sin necesidad de salir del mismo. Entre las más comunes se encuentran piscinas, gimnasios, *spas*, restaurantes y salones de eventos, los cuales están pensados para elevar la experiencia del cliente. Además, estas áreas permiten que el huésped disfrute de un ambiente acogedor y funcional, ideal para cubrir tanto necesidades de descanso como de entretenimiento (Tuachi, 2023).

Restaurante

Este tipo de negocio se dedica a ofrecer una variedad de alimentos y bebidas para que los clientes, conocidos como comensales, los disfruten dentro del lugar. El servicio

proporcionado es remunerado, ya que los comensales paganos por lo que consumen. Además de la comida, muchos restaurantes buscan crear una experiencia única a través de la ambientación, el servicio al cliente y la calidad de los platillos. Estos factores los convierten en puntos de encuentro social y cultural para los visitantes.

Estacionamiento

Estacionar un vehículo implica detenerlo y colocarlo en un lugar específico. Normalmente, esto significa que la persona se baja del automóvil, lo deja vacío y apaga el motor, permaneciendo en ese estado por un período determinado. Este proceso puede realizarse en zonas designadas como estacionamientos o en espacios permitidos en la vía pública, según las regulaciones locales (Porto & Gardey, 2021).

Piscina

Una piscina es una estructura artificial diseñada para contener agua y ofrecer diversos propósitos. Puede ser utilizado con fines recreativos, deportivos o incluso como elemento decorativo. Las personas suelen disfrutarla para refrescarse durante el verano, practicar natación o participar en juegos y actividades acuáticas. Además, las piscinas son espacios que fomentan la convivencia. (Concepto.de, sf).

Bar

Un bar es un establecimiento dedicado principalmente a la venta de bebidas alcohólicas, ya sean servidas por copa o en envases abiertos. Además, de manera complementaria, suele ofrecer alimentos preparados para que los clientes los disfruten dentro del lugar. Estos espacios están diseñados para promover la interacción social y el entretenimiento, creando un ambiente acogedor y relajado para sus visitantes.

Wifi

Wireless Fidelity (fidelidad inalámbrica), es una tecnología que facilita la conexión entre dispositivos electrónicos sin necesidad de cables. Utiliza frecuencias de radio para crear una red inalámbrica de área local (WLAN), lo que permite que equipos como teléfonos inteligentes, tabletas y computadoras portátiles se conecten a Internet o se comuniquen entre sí. A diferencia de las conexiones físicas mediante puertos Ethernet, el *Wi-Fi* proporciona una alternativa más flexible y práctica para acceder a redes digitales (Proofpoint, 2023).

Servicio

Se refieren a actividades económicas diseñadas para cubrir las necesidades de las personas y otros sectores de la economía. Aunque comparten el propósito de satisfacer demandas al igual que los bienes, los servicios se diferencian porque no son objetos físicos ni se pueden contabilizar de manera directa; en su lugar, se trata de acciones o procesos realizados para brindar valor o utilidad.

Limpieza

Se refiere a la acción de eliminar suciedad, residuos o elementos no deseados de un espacio, superficie u objeto para mantenerlo en óptimas condiciones. También puede aludir al grado de orden y pulcritud que distingue a un ambiente o área en particular, reflejando su estado de higiene y cuidado. Este proceso no solo contribuye a un entorno más agradable, sino que también ayuda a prevenir enfermedades y promover el bienestar de las personas que lo utilizan.

Salubridad

Comprende diversos aspectos, como la pureza del aire y el agua, la provisión de alimentos saludables, la existencia de espacios para actividades físicas y recreativas, y la ausencia de elementos que generan estrés físico o mental. Un entorno saludable fomenta hábitos positivos para la salud y minimiza la exposición a factores que pueden causar enfermedades (Clínica Universidad de Navarra, sf).

Hospitalidad

En términos generales, se refiere a crear un ambiente cómodo y acogedor, mostrando atención hacia los huéspedes y asegurando que se cubran sus necesidades. En un contexto más específico, está vinculada a la industria de servicios, donde se incluyen actividades como ofrecer alojamiento, alimentos y bebidas a visitantes, ya sea en hoteles, restaurantes, cafeterías o bares. Esta industria no solo cubre las necesidades básicas de los

viajeros, como alimentación y hospedaje, sino que también busca fomentar una experiencia positiva a través de un trato amable y cálido. Más allá de los servicios prácticos, la hospitalidad se enfoca en generar una cultura organizacional que promueva un entorno acogedor y que invite a los clientes a sentirse valorados y bienvenidos (Barten, 2023).

Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño

Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación

Comunicación. Es el proceso mediante el cual dos o más seres intercambian información, en el que uno transmite un mensaje y otro lo recibe e interpreta (Concepto.de, sf). Aunque todas las formas de vida utilizan algún medio para comunicarse —ya sean

sonidos, gestos o señales químicas—, el ser humano destaca por su habilidad de emplear un lenguaje complejo, basado en palabras y reglas, capaz de expresar ideas.

Comunicación de marca. La comunicación de marca representa el canal a través del cual una empresa establece conexión con su audiencia, ya sea externa o interna. Este proceso busca proyectar una imagen coherente con los valores y objetivos de la organización, fortaleciendo la relación entre la empresa y sus consumidores. Además, facilitar la recopilación y aprovechamiento de información sobre el público objetivo, promoviendo un intercambio constante y bidireccional que refuerza la interacción y el entendimiento mutuo (UP Spain, sf).

Comunicación visual. Es el proceso de transmisión y recepción de información a través de recursos visuales (Casarotto, 2023), Se encarga de emplear recursos visuales para expresar un mensaje en donde motive y llame la atención. Por lo cual destaca el diseño gráfico atractivo, fotografía de alta calidad, videos y recorridos virtuales.

Comunicación técnica. La comunicación técnica abarca las capacidades y limitaciones de las tecnologías empleadas en el desarrollo de una interfaz web, garantizando que el diseño sea viable, cumpla con las expectativas de los usuarios y responda a las necesidades del proyecto. Esto incluye la optimización para motores de búsqueda (SEO), la velocidad de carga y la compatibilidad con dispositivos móviles Garrett, JJ (2011).

Comunicación digital. Engloba el intercambio de mensajes, información y contenido mediante plataformas y canales en línea. Utiliza herramientas tecnológicas que permiten crear, compartir y acceder a información de forma inmediata y a escala global,

facilitando interacciones en tiempo real y sin barreras geográficas (Universidad Francisco de Vitoria, sf).

Comunicación persuasiva. La comunicación persuasiva se caracteriza por su intención de modificar, reforzar o influir en las respuestas de los demás. Su propósito principal es provocar un cambio de actitud que impacte el comportamiento del receptor del mensaje. Por ejemplo, transmitir mensajes de forma que generen respuestas y resultados favorables se clasifican dentro de este tipo de comunicación (Universidad Europea, sf).

Comunicación interactiva. Se caracteriza por permitir al receptor tomar decisiones y regular el flujo de información. Este proceso depende, en gran medida, de cómo se estructura la información presentada por el medio. En el ámbito de los medios digitales, especialmente aquellos basados en el hipertexto, la interactividad alcanza niveles significativos de desarrollo desde diversas perspectivas (Interactivauft, 2010).

Comunicación de retención. En *marketing* digital, la retención de visitantes se refiere a la capacidad de un sitio web para mantener a sus usuarios interesados y fomentar su regreso frecuente. Este indicador refleja la lealtad y satisfacción del cliente, además de evaluar la calidad del contenido, la experiencia del usuario y el valor ofrecido por la plataforma. Al mejorar las tasas de retención, las empresas pueden incrementar las conversiones, optimizar el valor de vida del cliente y fortalecer la promoción de su marca (Adogy, sf).

Esquema de Comunicación. Es un modelo que explica cómo una persona envía información y otra la recibe. Además, permite que varias tareas y datos se procesen al

mismo tiempo para que todo sea más rápido. Esto se logra organizando mejor la información y trabajando en paralelo (ScienceDirect, s. f.).

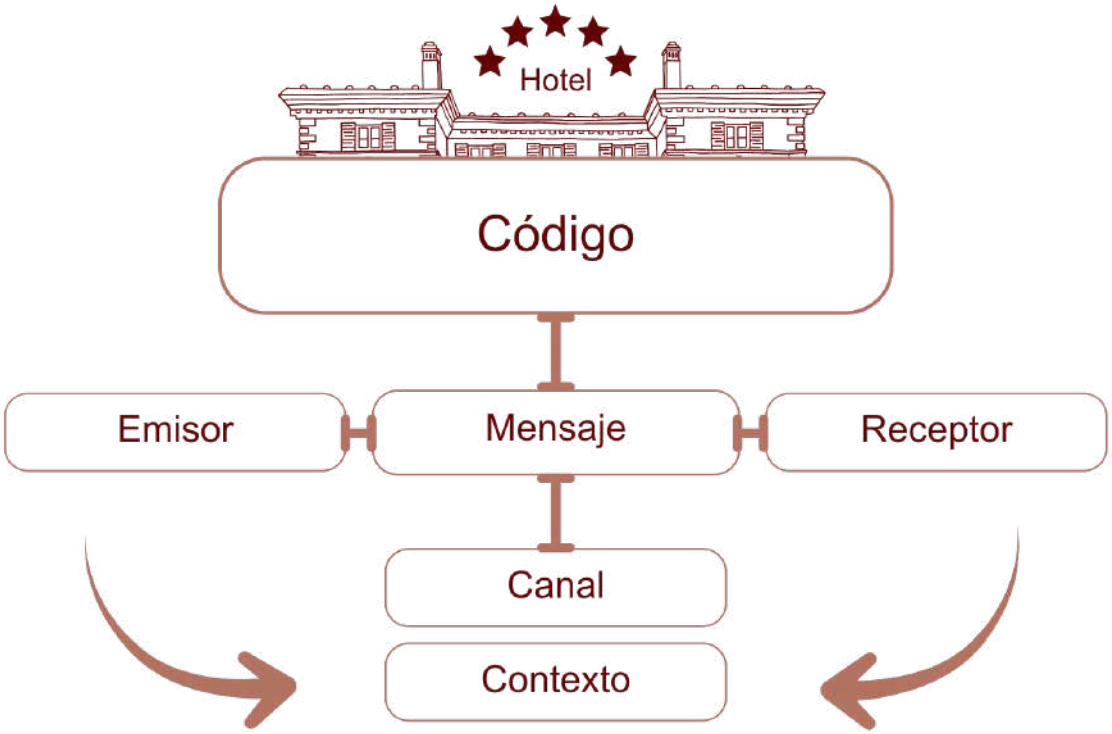


Figura 4. realizado por Lidia Raquel Natareno Iglesias. Esquema de comunicación.

Internet. Es una red global que conecta computadoras en todo el mundo, permitiendo el intercambio de información. Funciona a través de un lenguaje común que facilita la comunicación entre dispositivos. Además, Internet ofrece diversos servicios que permiten a los usuarios acceder, compartir y recibir información. Entre los más utilizados están el correo electrónico, las redes sociales, los chats y los sitios web, que conforman la web (Concepto De, sf).

Sitio web. Es un conjunto de páginas interconectadas, alojadas en un mismo servidor y vinculadas a un dominio común, a las cuales se accede mediante Internet. Estas

páginas, organizadas para proporcionar información, servicios, productos o contenidos multimedia, pueden ser visitadas a través de un navegador web ingresando una dirección URL específica.

Estas páginas suelen percibirse como secciones internas del sitio, pero mantienen una coherencia temática o funcional. Además, incluyen hipervínculos que permiten al usuario desplazarse tanto dentro del propio sitio como hacia otros espacios en línea, ampliando así el alcance de su experiencia en la red (Coppola, 2024).

Conceptos fundamentales relacionados con el diseño

Diseño Gráfico. El diseño gráfico consiste en combinar recursos visuales con el propósito de comunicar un mensaje, idea o emoción (HubSpot, sf). Esta disciplina aprovecha la comunicación visual, la gráfica y el lenguaje escrito para generar imágenes que cumplan objetivos específicos, ya sea informar, persuadir, emocionar, publicitar o expresar conceptos artísticos.

Además, el diseño gráfico se integra como un elemento clave dentro de una estrategia de comunicación, ya sea en entornos digitales o tradicionales. Su finalidad no se limita a producir imágenes atractivas, sino a crear recursos visuales útiles para cumplir metas concretas, en especial en el ámbito comercial (HubSpot, sf).

Diseño Interfaz de Usuario (UI). Se manifiesta desde el primer instante en que alguien emplea una aplicación o visita un sitio web. Esta disciplina abarca cómo se presentan los elementos visuales, cómo se facilita la interacción y la navegación, y de qué modo se siente el producto en su conjunto. La calidad de la interfaz puede marcar la diferencia entre una experiencia positiva o negativa, por lo que resulta fundamental que

empresas y profesionales dominen los principios y buenas prácticas de este ámbito. (Coursera, sf)

Experiencia de Usuario (UX). Hace referencia a cómo las personas perciben, sienten y reaccionan ante un producto, plataforma o servicio (HubSpot, sf). Esta percepción se ve influida por aspectos como la facilidad de uso, la accesibilidad y la conveniencia, elementos que determinan la calidad de la interacción entre la empresa y quienes utilizan su oferta.

Usabilidad. Mide qué tan fácil es para el usuario interactuar con un sitio en línea, accediendo a la información que necesita sin obstáculos y de manera intuitiva (UNIR, sf). Este concepto contempla factores como la accesibilidad, la simplicidad en la navegación, la eficiencia en la carga de contenidos y el correcto desempeño de funcionalidades clave, como las pasarelas de pago.

Cuando un sitio web cumple con estos criterios, el visitante tiende a permanecer más tiempo, a concretar una compra o a recomendar la página, convirtiendo la usabilidad en un elemento esencial para la experiencia del usuario y el éxito del sitio.

Consistencia visual. La consistencia visual implica mantener una aplicación uniforme de colores, tipografías, botones y otros recursos estéticos dentro de una interfaz (La Divina Proporción, sf). Gracias a esta coherencia visual, el usuario experimenta un entorno predecible y fácil de comprender, lo cual favorece un aprendizaje más rápido de la navegación y las interacciones. Este enfoque se traduce en una experiencia más intuitiva, ya que los usuarios reconocen patrones familiares que les permiten orientarse y realizar acciones con mayor facilidad.

Simplicidad. Un principio clave en el diseño y desarrollo de *software*, ya que favorece la calidad, el mantenimiento del código y la facilidad de uso (Into the Box, sf). Al optar por soluciones sencillas, los desarrolladores disminuyen la complejidad y hacen que el código sea más fácil de comprender, mejorando así la experiencia general del usuario.

Espacio. La forma en que se emplea el espacio en blanco dentro de un diseño web influye en su estética, legibilidad y experiencia general (LinkedIn, sf). Es recomendable analizar cuánta cantidad de espacio se usará, de qué tipo y en qué lugar. Un mayor espacio en blanco puede transmitir una impresión más minimalista y elegante, mientras que uno reducido genera un entorno más denso y activo. Asimismo, se distingue el macroespacio, que rodea las secciones principales, y el microespacio, que separa elementos más pequeños.

Ubicar estratégicamente estos espacios contribuye a guiar la atención del usuario, marcar ritmos visuales, delimitar áreas mediante márgenes o rellenos, y hasta crear formas negativas o ilusiones ópticas.

Alineación. Es un aspecto clave en el diseño web para lograr un aspecto ordenado y armónico en la página (LinkedIn, sf). Esto implica utilizar adecuadamente elementos como la cuadrícula, las reglas y las herramientas de alineación. Una cuadrícula divide el espacio en columnas, filas y módulos, lo que permite colocar los elementos de forma coherente y equilibrada.

Jerarquía visual. Implica organizar y presentar los distintos componentes de una composición de manera que conduzcan la mirada del espectador hacia los elementos más importantes (Factoría de Color, sf). En otras palabras, consiste en definir un orden de

relevancia, destacando los componentes clave para comunicar el mensaje de forma clara y efectiva.

Principio de diseño responsivo. busca que un sitio web o una aplicación se adapten de forma eficaz a distintos dispositivos y tamaños de pantalla, garantizando así una experiencia de usuario óptima (Adsmurai, sf). Con este enfoque, tanto la organización del contenido como la disposición gráfica pueden ajustarse automáticamente para ofrecer una navegación cómoda y coherente, ya sea desde computadoras de escritorio, tabletas o móviles.

Paletas de colores. Hace referencia a la selección de tonalidades que se emplean en diversas creaciones visuales, como pinturas, piezas gráficas, sitios web o incluso la decoración de un espacio (AD Magazine, 2021). Esta colección de matices puede abarcar una amplia gama de colores o basarse en tonos similares que armonicen entre sí.

Si bien no existe una norma estricta, es habitual que las paletas mantengan cierta coherencia cromática, ya que la combinación de colores afines favorece la unidad visual y una experiencia estética.

Ciencias auxiliares, artes, teorías, tendencias y tecnologías

Ciencias Auxiliares

Semiología. Se encarga del estudio de los signos, las ideas que se asocian en la mente con diferentes elementos en la realidad, los signos durante el proceso comunicativo, son utilizados por el emisor para transmitir un significado a un receptor.

Sociología. Se encarga de estudiar y analizar la conducta de la sociedad, su construcción, su cultura, orígenes, códigos, lenguaje, organización e instituciones.

(Universidad Areandina, 2025). Quiere decir que esta rama comprende cómo se moldea nuestro país a base de la estructura del poder,desigualdades, discriminación, de las que definen la vida dentro de la sociedad.

Antropología. Estudia a los humanos de forma integral, esta basa el potencial de producción de conocimiento esta facultad permite generar conocimiento de cómo se actúa, se relaciona y se construye en sociedad. (ASAEE, s. f.). La antropología es una ciencia social reflexiva ya que reconoce la habilidad interpretativa, es una ciencia basada en el diálogo sociocultural.

Cibernética. Ciencia que estudia cómo fluye la información, se procesa y regula el control de un comportamiento de un sistema, ya que asiste los sistemas de comunicación y control de organismos vivos máquinas y sociedades. Según el Colegio de Ciencias y Humanidades de la UNAM (s. f.), la cibernética "es la ciencia que estudia sistemas naturales, sociales … capaz de recibir, almacenar y transformar la información."

Psicología. Genera el conocimiento sobre la naturaleza y desarrollo de los pensamientos, emociones y comportamientos humanos tanto individual como colectivo, es una disciplina autónoma que se aplica a casi todos los aspectos de una experiencia ilimitada, se trabaja donde sea relativamente el funcionamiento humano ya que está profundiza la comprensión del comportamiento humano en contextos sociales, culturales y lingüísticos. (Colegio Oficial de la Psicología de Madrid, 2020).

Psicología de la comunicación. Se centra en analizar la influencia de los factores psicológicos relacionados con la cognición, con la emoción y la conducta. Analiza cómo las personas perciben, organizan e interpretan la información que reciben, y cómo esta

influencia se aplica en contextos sociales, como la interacción entre individuos o el impacto de los medios de comunicación en la conducta, las emociones y las decisiones.

Estudia cómo las personas intercambian información en distintos ámbitos social, personales y mediáticos. Analiza cómo los factores psicológicos influyen en la emisión e interpretación de los mensajes. Esto incluye el estudio de la comunicación verbal y no verbal, el papel de los medios, y la forma en que se construyen las relaciones interpersonales. UDIMA. (s. f.).

Psicología del color. Observa cómo el color afecta el comportamiento del ser humano, como las emociones que suscitan en las personas dichos tonos. Disciplina analiza cómo los colores pueden influir en el estado de ánimo, evocar sentimientos específicos y ser utilizados estratégicamente en campos como el marketing, el diseño y la publicidad.

Este campo analiza los efectos psicológicos que distintos tonos pueden despertar en las personas, desde sensaciones de calma hasta estimulación. Aunque hay variaciones según la cultura y la experiencia individual, existen principios comunes que explican esas respuestas emocionales.García-Allen, J. (s. f.).

Andragogía. Técnicas de enseñanza orientadas a educar a personas adultas, ya que se refiere al conocimiento de técnicas de aprendizaje o enseñanzas donde los aprendices son adultos con edades comprendidas de 16-65 años, ya que este intervalo amplio se constituye la edad adulta donde existe una edad de diferencias que se deben tomar en cuenta como en la impartición y planificación de actividades.(Andragogía con Mentes Creativas, 2022).

Lingüística. Es un estudio científico que involucra la comprensión, objetivo y sistemático analiza todos los aspectos del lenguaje. Esta disciplina gira principalmente acerca de la estructura natural del lenguaje enfocados tanto cognitivamente como aspectos sociales. Las teorías lingüísticas se enfocan principalmente en entender la naturaleza fundamental del lenguaje (Linguistics: the Definition, Meaning and Purpose Toolshero.(s. f.).

Deontología. Regula las conductas y obligaciones de los profesionales en el ámbito de su labor, orientado a cómo ejerce sus comportamientos moralmente aceptables y socialmente respetables, esta rama es fundamentalmente aplicada para la "consolidación de los valores, principios y normas que guían el desempeño profesional." según Rededuca. (s. f.). esto asegura las acciones de los individuos no solo en competencia técnica sino también en compromisos éticos que definen su función social.

Artes

Tipografía. Conjunto de caracteres que tiene común estética, elecciones de fuentes, tamaños y colores. Es una herramienta de comunicación que utiliza el estilo y la apariencia del texto para transmitir un mensaje. Una tipografía bien elegida puede hacer que la lectura sea más agradable y eficaz.

Iconografía. Son representaciones visuales que sintetizan objetos o conceptos, contribuyendo tanto a la identidad visual de una herramienta como a facilitar su uso (Microsoft, sf). Estas imágenes condensan información de manera que, con solo un vistazo, el usuario pueda entender su función o propósito, ofreciendo una comunicación clara e inmediata.

Escritura creativa y redacción de contenidos. Se caracteriza por emplear métodos diferentes a las convenciones literarias tradicionales, permitiendo al autor explorar estructuras narrativas flexibles en las que predominan emociones, sentimientos y una marca personal (UNIR, sf). Esta aproximación se encuentra compuesta en géneros literarios como novelas, poesía u obras de teatro, pero en la actualidad también se aplica en el campo publicitario, publicaciones en redes sociales, artículos de *blog* y otros formatos.

Arquitectura de la información. Comprende las tácticas utilizadas para analizar, procesar y ordenar datos, con el objetivo de presentarlos de manera coherente (HubSpot, sf). Esta estructuración facilita su uso interno en una organización y también mejora la experiencia del público al consultar información en espacios digitales.

Fotografía. La fotografía integra aspectos técnicos y creativos para imágenes a través de la luz que inciden sobre un soporte sensible, ya sea analógico o digital (Concepto.de obtener, sf). Este proceso permite plasmar y conservar escenas con finos artísticos, informativos o documentales.

Teorías

Teoría del color. Establece una serie de principios que guían la forma en que los colores se combinan, interactúan y se perciben, ofreciendo un marco conceptual para comprender sus propiedades (Concepto.de, sf). Estas directrices resultan fundamentales en áreas como el diseño gráfico, la pintura, la fotografía, la imprenta o la producción audiovisual.

Teoría de Gestalt. Es una perspectiva psicológica que suele despertar el interés de quienes estudian o se sienten atraídos por el comportamiento humano (Psicología y Mente,

sf). Actualmente se emplea en ámbitos como la psicoterapia y la resolución de problemas, y ha obtenido reconocimiento al proponer que la forma de ser, comportarse y sentir de una persona no puede limitarse únicamente a aquello que es directamente observable o medible.

Más bien, este enfoque busca comprender la experiencia humana como un conjunto integrado, más que como la suma de partes aisladas.

Teoría del diseño centrado en el usuario (UCD). Consiste en ajustar un producto o servicio a las capacidades, preferencias y necesidades de las personas que lo utilizan, en vez de esperar que estas cambien su comportamiento para adaptarse a la solución propuesta (RNO-ITS, SF). Este enfoque integra la investigación con usuarios desde las etapas iniciales, permitiendo iterar sobre prototipos basados en su retroalimentación.

Además, procura que cada decisión de diseño se fundamenta en la comprensión de la experiencia real del usuario, garantizando una mayor satisfacción y eficiencia en la interacción con el producto.

Teoría de la carga cognitiva. propuesta por John Sweller en 1988, sostiene que el aprendizaje resulta más eficaz cuando las condiciones de enseñanza se adaptan a la estructura cognitiva humana (Psicología y Mente, sf). Según este enfoque, el cerebro no puede al mismo tiempo obtener información nueva y enfrentar tareas mentalmente exigentes. Por ello, es recomendable incorporar el conocimiento gradualmente: primero familiarizarnos con los conceptos básicos, y luego, una vez asimilados, profundizar en su análisis.

Teoría de la comunicación visual. Consiste en transmitir información a través de estímulos percibidos por la vista, siendo una capacidad inherente a los seres humanos

(UNIR, sf). Desde el nacimiento, las personas comienzan a recibir señales visuales y darles un significado, desarrollando con el tiempo la habilidad de interpretar imágenes y símbolos en su entorno.

Teoría de la usabilidad de Jakob Nielsen. También denominados principios heurísticos, se definen como un conjunto de 10 directrices generales que orientan el diseño de productos centrados en las necesidades y conductas de los usuarios (SEMrush, sf). Estos lineamientos no establecen normas rígidas, sino pautas amplias que facilitan la creación de entornos digitales más intuitivos y acogidos por quienes los utilizan.

Tecnologías

Adobe Illustrator. Software de diseño gráfico basado en la creación de gráficos vectoriales se desarrolla por Adobe System. los gráficos vectoriales están compuestos por líneas y formas matemáticamente que pueden ser escaladas indefinidamente sin perder calidad, esto hace que sea una herramienta ideal para la creación de logotipos, ilustraciones, iconos y cualquier diseño que requiera una alta calidad y resolución (Marcos, N. 2024).

Adobe Photoshop. Programa de edición de imágenes desarrolladas por Adobe System Incorporated, siendo Photoshop una de las mejores herramientas de su categoría, siendo utilizada por profesionales de la imagen como fotógrafos, diseñadores web, diseñadores gráficos e ilustradores digitales. El programa tiene diferentes formatos de imagen como JPG, GIF, PNG, PDF, TIFF. (Black Beast, 2024).

Adobe XD. Evolucionó el diseño digital como son sus siglas Adobe Experience Design este fue creado como un editor de gráficos vectoriales en el que se puede diseñar y prototipar una página web o aplicación esté con el objetivo de optimizar y testear la experiencia de un usuario en cada interfaz, antes de llevar a cabo el diseño a programación. Latinoamérica, A. (2021, 20 octubre). Adobe XD y el diseñado UX/UI.

Adobe Fonts. Adobe proporciona una biblioteca con una amplia gama de fuentes profesionales con licencia para uso personal y comercial. ya que esta se incluye con creative cloud y permite sincronizar fuentes al instante en programas como adobe photoshop o ilustrador y también incluye usarlas en sitios web, ya que estas se activan fácilmente con un solo clic a través de la aplicación de escritorio de creative cloud sin necesidad de descargas individuales. Adobe Fonts. (s. f.

Open AI. Empresa de investigación y desarrollo de la Inteligencia Artificial (IA) con la misión de asegurar que Inteligencia Artificial beneficie a toda la humanidad, la empresa ha desarrollado modelos notables como la serie de GPT que son capaces de entender contexto, generar contenido y razonar textos e imágenes.

Tendencias

Diseño responsivo. Permite que el contenido se ajuste dinámicamente al tamaño de la pantalla utilizada, adaptando su presentación de manera automática (Kinsta, sf). A partir de una sola estructura, se emplean elementos flexibles capaces de reaccionar texto, imágenes y otros componentes para asegurar una visualización óptima sin importar el dispositivo.

Diseño adaptativo. Contenido ocurre según las características del dispositivo del usuario, estableciéndose de un modo anticipado (Kinsta, sf). En vez de disponer de un diseño único, se cuentan con distintas versiones preparadas para ajustarse a diversos tamaños de pantalla, orientaciones y otras variables. De esta manera, el diseñador decide de antemano cómo se presentará el contenido en función del tipo de dispositivo en uso.

Micro interacciones. Comprende como pequeñas animaciones que surgen cuando el diseño y el usuario establecen una relación dinámica (Sales Layer, sf). Estas ocurren tanto en páginas web, aplicaciones móviles, interfaces de software o incluso dispositivos físicos, contribuyendo a mejorar la experiencia general del usuario.

Iconografía plana. Se distingue por el uso de formas geométricas y tonalidades intensas, resultando muy atractiva a nivel visual (Torresburriel, sf). No obstante, esta falta de siluetas claramente definidas puede dificultar su interpretación, obligando al usuario a dedicar mayor atención para comprender su significado.

Tablero de tendencias

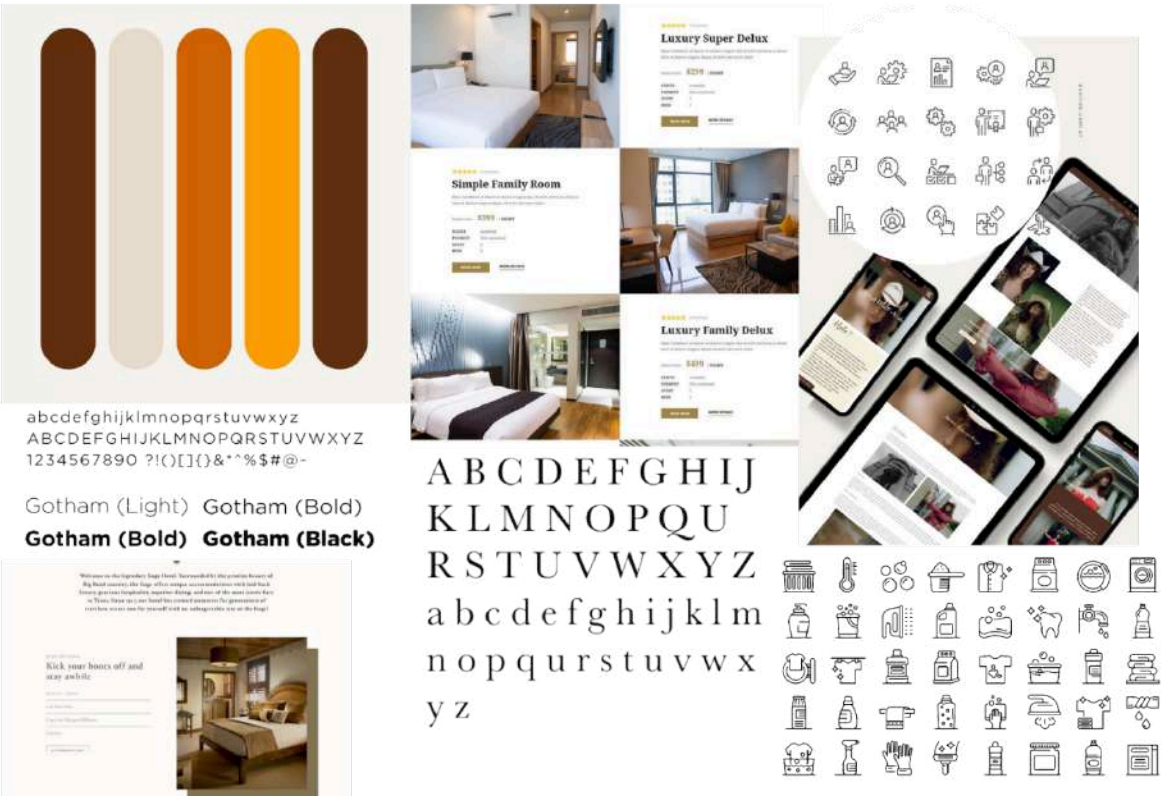


Figura 5. Realizada por Lidia Raquel Natareno Iglesias. Tablero de tendencias, Desglosa las tendencias de Diseño responsivo, adaptativo, iconografía plana y micro interacciones.

Capítulo VII: Procesos de diseño y propuesta preliminar

Capítulo VII: Procesos de diseño y propuesta preliminar

Aplicación de la información obtenida en el marco teórico

Comunicación

El sitio web permite transmitir de manera efectiva información, valores y mensajes a los usuarios. A través del lenguaje visual y textual, el sitio web actúa como un puente entre la organización y su audiencia, facilitando el intercambio de ideas.

Diseño

Área relevante para el sitio web porque garantiza que la organización visual del contenido sea coherente y atractiva. Al estructurar la información, elegir tipografías apropiadas, mantener una paleta de colores armónica y emplear imágenes y gráficos adecuados, el diseño gráfico hace que la navegación sea más intuitiva y agradable. Además, potencia la identidad visual de la marca.

Semiología

Esta disciplina se enfoca en cómo los signos utilizados en el sitio web, como imágenes, textos y colores, contribuyen a comunicar el contenido de manera efectiva. La semiología permite evaluar si los íconos y demás elementos visuales serán comprendidos intuitivamente por los usuarios al navegar por la web.

Psicología de la comunicación

Especialidad que ayuda a entender cómo los usuarios perciben, interpretan y responden al contenido, permitiendo crear interfaces y mensajes más efectivos y atractivos para mejorar la experiencia del usuario.

Psicología del color

Se utiliza para elegir paletas de colores que influyan positivamente en la experiencia del usuario, transmitiendo emociones y mensajes adecuados para mejorar la interacción y la percepción del contenido del sitio web.

Tecnología

Permite desarrollar y mejorar funcionalidades clave, como la presentación de información, la optimización de la comunicación y el rendimiento del sitio web. Además, facilita la creación de experiencias innovadoras para los usuarios, utilizando herramientas y métodos avanzados que aseguran sitios web eficientes y atractivos.

Tipografía

La tipografía desempeña un papel fundamental en el establecimiento del tono de la marca y su identidad visual. En el cual implementa una jerarquía visual clara que resalte los títulos y subtítulos en relación con el texto del cuerpo, lo que facilitará una experiencia de usuario más funcional y atractiva en el sitio web.

Iconografía

Al implementar iconografía al sitio web se mejora la navegación intuitiva, resaltando características importantes y guiando al usuario de manera accesible y eficiente.

Esto no solo fortalece la identidad visual del sitio, sino que también optimiza la usabilidad, asegurando una experiencia más fluida y satisfactoria para los usuarios al interactuar con los contenidos y secciones del sitio web.

Escritura creativa y redacción de contenidos

Disciplina que contribuye a que el sitio web cuente con una redacción clara, creativa y atractiva, captando la atención de los usuarios durante su navegación y motivándolos a explorar más contenido. Una redacción de calidad mejora la experiencia del usuario, favorece el SEO mediante contenido original y el uso adecuado de palabras clave, lo que optimiza el posicionamiento del sitio web en los motores de búsqueda y aumenta su visibilidad.

Arquitectura de la información

Área que sostiene la organización, estructura y etiqueta la información en el sitio web, para que los usuarios encuentren detalles que necesiten fácilmente y rápida, lo cual si se agrupa en secciones y se clasifica dentro del sitio web ayuda a crea categorías, y por ende menús que guíen a los usuarios.

Fotografía

La fotografía apoya al sitio web al hacerlo más atractivo y capturar la atención del usuario. Comunica información y emociones de manera más efectiva, rompe bloques de texto largos y mejora la experiencia de navegación, haciendo el sitio web más agradable y envolvente.

Teoría del color

Se centra en transmitir emociones, dentro del sitio web a reforzar la identidad de marca, manteniendo una coherencia visual y sea reconocible entre los usuarios, ayuda a resaltar elementos importantes dentro del sitio web como llamados a la acción, lo que crea experiencia visual que transmita armonía y profesionalismo.

Teoría de Gestalt

La teoría de Gestalt proporciona principios fundamentales para mejorar la percepción visual en el diseño web, como proximidad, similitud, continuidad, cierre, figura-fondo y simplicidad. Estos principios ayudan a agrupar elementos relacionados, como botones de navegación, y a utilizar colores y formas de manera coherente, esto no solo facilita la comprensión y la navegación del sitio, sino que también mejora la estética visual y la claridad del contenido, proporcionando una experiencia de usuario más intuitiva y agradable.

Teoría del diseño centrado en el usuario (UCD)

La Teoría del Diseño Centrado en el Usuario (UCD) permite enfocarse en comprender las necesidades del usuario, sus metas al visitar el sitio web, los desafíos que enfrentan y las oportunidades para destacarse entre otros sitios. El objetivo primordial es diseñar experiencias intuitivas, accesibles y personalizadas que sean útiles, efectivas y satisfactorias para los usuarios.

Teoría de la carga cognitiva

Teoría que respalda que, durante la navegación en un sitio web, los usuarios procesan y comprenden la información presentada, lo que implica tomar decisiones constantes sobre dónde hacer clic, qué leer y cómo interactuar con los elementos. Esta teoría se centra en el proceso de toma de decisiones del usuario, ayudando al sitio web a influir en su experiencia y satisfacción al explorar la interfaz digital.

Teoría de la comunicación visual

Funciona como un medio efectivo de transmitir un mensaje de forma rápida y comprensible a los usuarios al proporcionar indicaciones visuales acerca de dónde hacer clic y qué acciones realizar. También reforzar la marca con los elementos que se incorporan, como colores corporativos y estilo de imágenes.

Teoría de la usabilidad de Jakob Nielsen

Se enfoca que el diseño y la navegación sean intuitivos, eficientes y satisfactorios, se enfatiza la importancia de navegación clara y consistente, en la cual los usuarios encuentran la información sin confusiones, promueve la eficiencia en las tareas que los usuarios desean realizar, como realizar compras o completar formularios ya que minimiza los números de pasos necesarios y reduce la interacción para reducir la carga cognitiva.

Diseño responsivo

Permite que el contenido del sitio web se adapte automáticamente a diferentes tamaños de pantalla y dispositivos, asegurando una experiencia de usuario consistente y optimizada en cualquier contexto de navegación

Diseño adaptativo

Proporciona soporte al sitio web al ofrecer versiones únicas y específicas que se ajustan a distintos tamaños de pantalla. Esto permite orientar y adaptar la presentación del contenido según el tipo de dispositivo, garantizando que la interfaz sea funcional y optimizada en cada contexto de uso.

Micro interacciones

Especialidad que contribuye a que el sitio web integre efectos visuales que reaccionan a las acciones del usuario, logrando que la interfaz sea intuitiva y responda de manera agradable a interacciones como desplazamientos del cursor o clics, mejorando así la experiencia.

Iconografía plana

Material que refuerza el uso de íconos planos en el sitio web, destacando su diseño simplificado y claridad visual. Estos íconos son compatibles con una variedad de dispositivos y tamaños de pantalla, lo que asegura que sean fácilmente reconocibles y legibles en distintas resoluciones, mejorando la experiencia.

Conceptualización

Métodos

Brainswarming. Técnica creada por Tony McCaffrey que consiste en un método basado en la vida de las hormigas, llamado "enjambre de ideas", en el cual se contribuye a ideas a través de un gráfico estructurado.

Los pasos a seguir son:

1.Definir el objetivo: el objetivo es crear nuevas palabras compuestas que obtengan significado y relevancia.

2. Preparar un espacio visual: donde se utiliza una herramienta digital o un papel, se divide en dos bases: palabras bases y otros con posibles combinadores.

3. Iniciar con palabras base y combinadores:

Las palabras base son términos clave que sirven como fundamento para el desarrollo del contenido. Estos pueden incluir sustantivos, verbos o adjetivos que sean relevantes y centrales para el tema o contexto.

4. Se conectan las ideas de base con combinadores para formar palabras compuestas.

Aplicación del método

Figura 6. Realizada por Lidia Raquel Natareno Iglesias. Método de *Brainswarming* aplicado, en el cual se detalla la frase seleccionada para el concepto del proyecto.

Se utiliza la técnica creativa de *Brainswarming* para definir el concepto de diseño y establecer la frase que empleará en el sitio web de Casa Vieja Hotel y Restaurante.

Por medio de la técnica creativa de la *Brainswarming* se define el concepto que se llevará a cabo el sitio web.

- Casa Vieja Hotel y Restaurante es una experiencia acogedora.
- Casa Vieja Hotel y Restaurante es una aventura de diversión.

- Casa Vieja Hotel y Restaurante es una modesta escapada.
- Casa Vieja Hotel y Restaurante es la libertad de gozar.
- Casa Vieja Hotel y Restaurante es un paraíso seguro.

Definición de concepto

Se elige la frase conceptual **"Casa Vieja Hotel y Restaurante tu experiencia acogedora"** para enfatizar que el hotel es un lugar cómodo. Es una encantadora casa vieja donde las personas se sienten como en un rincón de paz. Aquí, pueden disfrutar del hotel y de los servicios que proporciona, que evoca recuerdos familiares y el calor humano que emana de cada rincón.

La frase "Casa Vieja Hotel y Restaurante: tu experiencia acogedora" se inspira en un diseño basado en una paleta de colores cálidos y hospitalarios, pensada para evocar sensaciones de tranquilidad y confort. Esta inspiración se traduce en una interfaz cuidadosamente armonizada, que guía al usuario con fluidez mientras comunica visualmente la esencia y los valores del hotel y restaurante.

Bocetaje

Tabla de requisitos.

Tabla de Requisitos

Elementos gráficos	Propósito	Técnica	Emoción/ sentimiento
Color	Identificar a la empresa como un lugar acogedor, un lugar modesto y familiar.	Por medio de color space, encontrar la paleta de color indicada, junto con los colores base elegidos	Calma, Calidez
Video	Presentar el hotel para brindar una visión general de sus instalaciones, destacando sus amenidades y opciones de habitaciones.	En Premiere se editara los planos, cortes y picados. En las cuales se muestra las amenidades y la esencia del hotel.	Asombro, tranquilidad.
Iconos	Representa la semejanza hacia un objeto, lo que establece una asociación, dentro de una interfaz gráfica.	Se crea por medio de ilustrador lo que son iconos y recursos visuales que se necesita en el sitio web.	Confianza, modernidad.
Tipografía	Estilo de letras Serifa, y sans serifa	Por medio de Adobe Fonts, se busca el estilo tipográfico, que va acorde a la identidad visual.	Tradicional, Estabilidad.
Fotografías	Presentar la hospitalidad que emana el hotel y la calidez que permite a cada huésped sentirse cómodo durante su estancia	Utilizando las herramientas de la cámara y aplicando ajustes en Photoshop y Lightroom, se selecciona un filtro que resalta la hospitalidad y el ambiente acogedor del	Hospitalidad, Cuidado.

Figura 7. Realizada por Lidia Raquel Natareno Iglesias.Tabla de Requisitos, en el cual se observan los requisitos para el bocetaje del sitio web.

Bocetaje

Con base en la frase “Casa Vieja Hotel y Restaurante tu experiencia acogedora” se procede a realizar el proceso de bocetaje, pasando por las siguientes variantes: Tabla de requisitos, bocetaje de diagramación o bocetaje inicial, bocetaje formal y digitalización de la propuesta.

Mapa de sitio

Es un diagrama que permite previsualizar la ubicación de cada elemento y sección dentro del sitio web, asegurando una organización clara y una estructura sólida para su implementación. En la interfaz, se incluyen secciones como "Inicio", donde se encuentran enlaces a redes sociales, información de ubicación y reservas; "Conócenos", que presenta la identidad de la marca con sus valores, promesa y compromiso; "Amenidades", con detalles sobre servicios como restaurante, piscina y *wifi*; y "Habitaciones", que ofrece información completa sobre las opciones de hospedaje. Este esquema facilita una navegación intuitiva y eficiente para los usuarios.

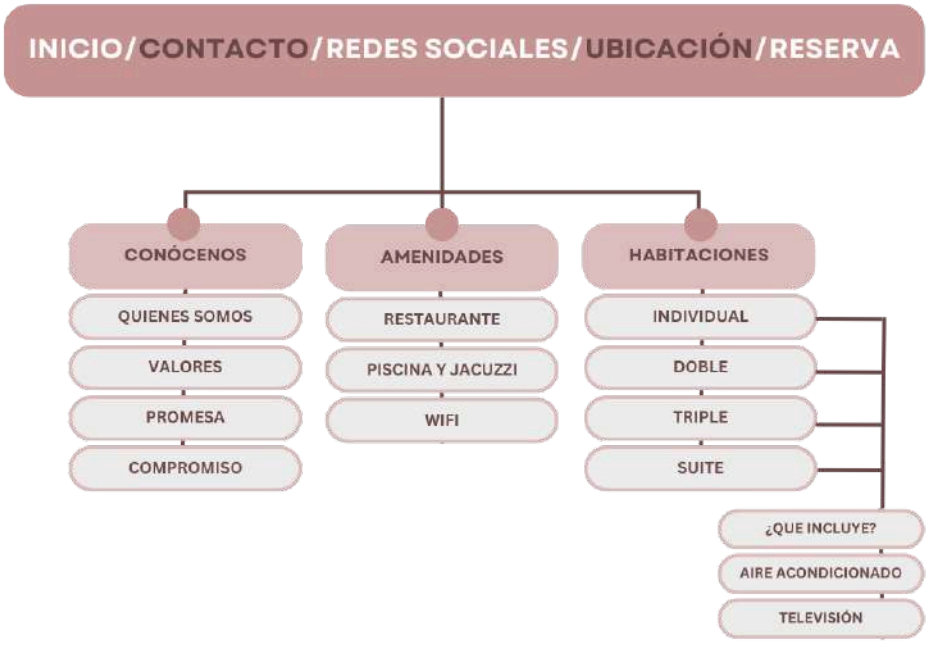


Figura 8. Realizada por Lidia Raquel Natareno Iglesias. Mapa del sitio, que muestra la identidad del hotel y restaurante y los servicios que ofrece.

Bocetaje inicial

Propuesta A.

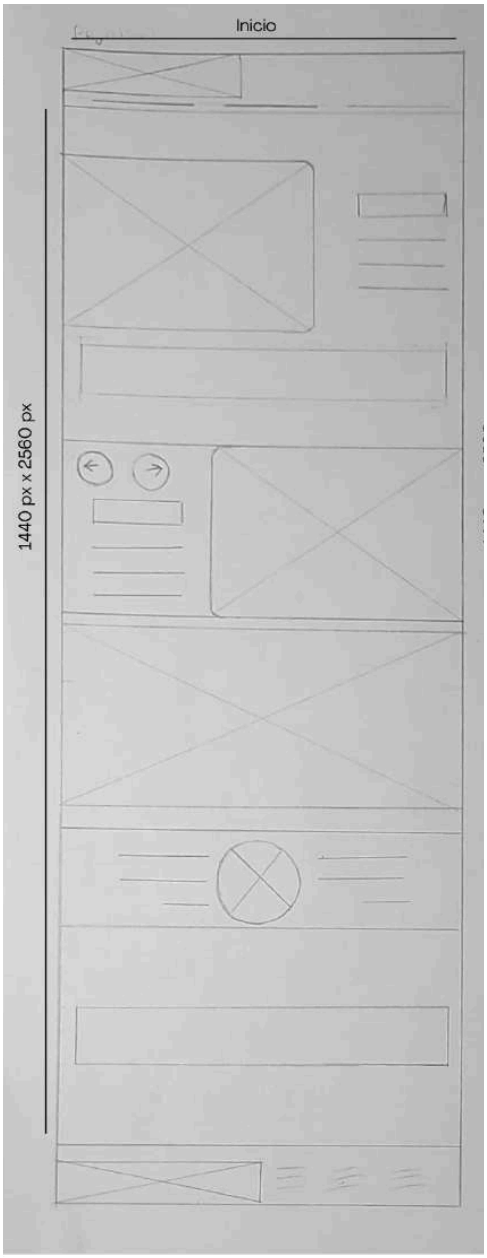


Figura 9. realizada por Lidia Raquel Natareno Iglesias. Bocetaje Inicial, en el cual se observa la estructura, botones e imágenes hacia amenidades, habitaciones y conocenos.

En el boceto inicial de la página de inicio, se estructura la disposición de cada elemento, como imágenes y botones, que se enlazan a las secciones de amenidades , habitaciones y conócenos. Para este diseño, se utiliza una medida de 1440 px x 2560px adecuada para un formato vertical grande en computadora. Esta medida permite visualizar previamente cómo se organizan todos los elementos en la página de inicio, y se aplica también en los bocetos posteriores.

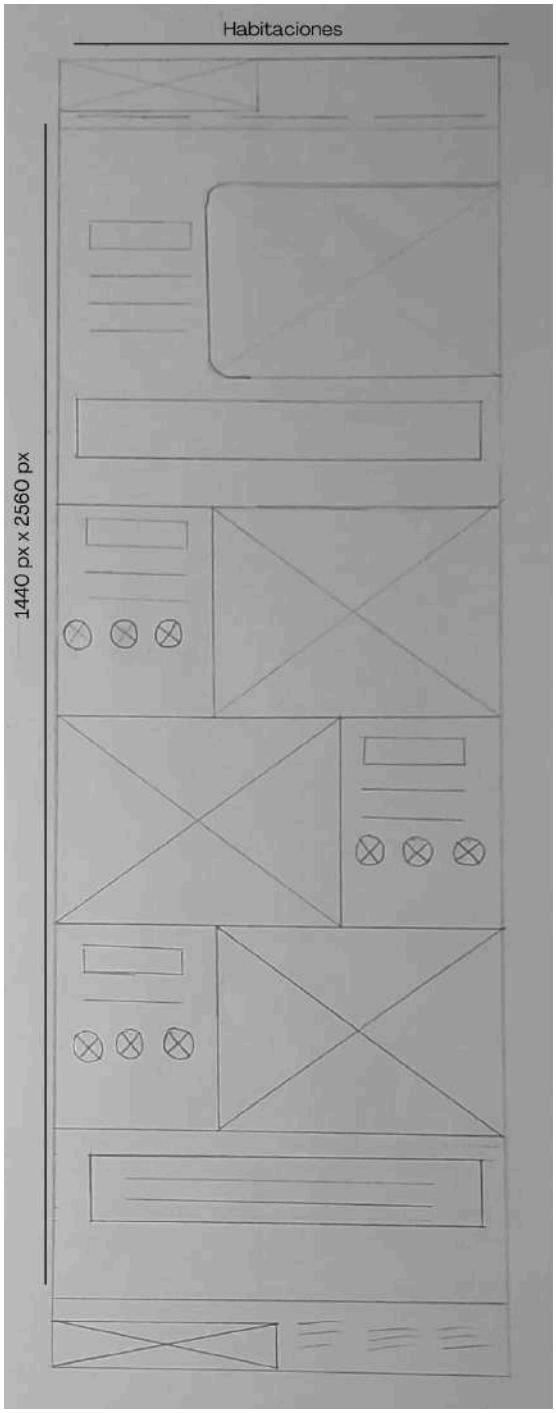


Figura 10. Realizada por Lidia Raquel Natareno Iglesias. Bocetaje Inicial,en el cual se muestra la distribución de los tres tipos de habitaciones.

En la página de habitaciones, está cuidadosamente la distribución de cada tipo de habitación que ofrece el hotel, asegurando una organización clara y atractiva. El hotel cuenta con tres tipos de habitaciones las cuales se presentan con sus respectivas características y servicios. En esta página, se incluyen los íconos representativos de las comodidades de cada habitación y los títulos que destacan la información clave. Además, se integran imágenes de alta calidad para cada tipo de habitación.

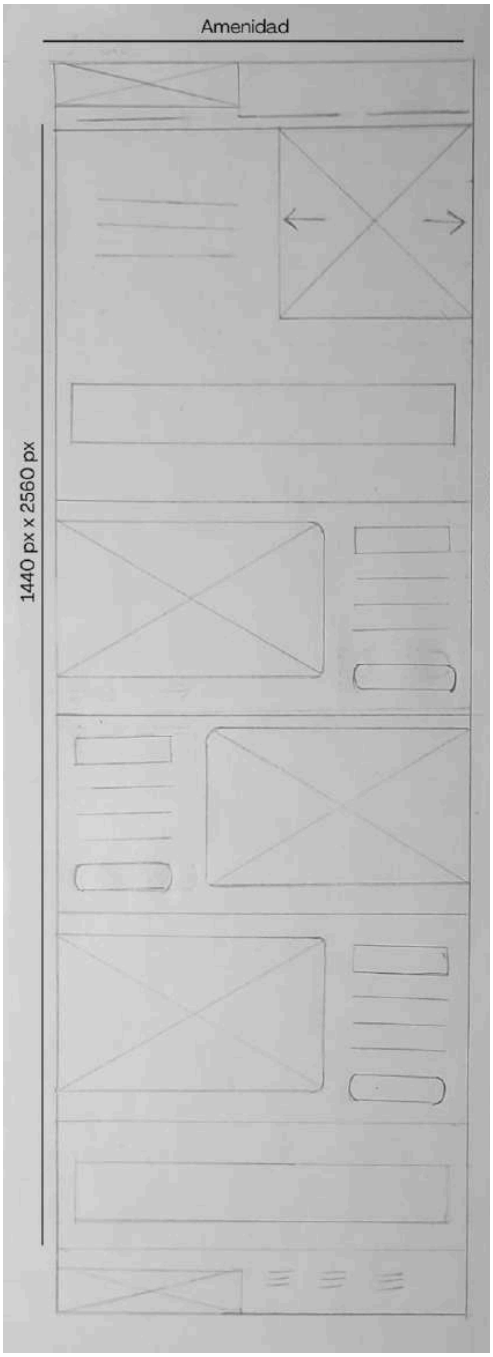


Figura 11. Realizada por Lidia Raquel Natareno Iglesias, Bocetaje inicial,en el cual se muestra los botones y distribución de imágenes en servicios como piscina, restaurante y bar.

En la página de amenidades, se organiza meticulosamente la presentación de los servicios esenciales que ofrece Casa Vieja, como piscina, restaurante, bar, estacionamiento y *wifi*. Estos servicios están acompañados por imágenes representativas que captan la atención del usuario, destacando la calidad y el ambiente acogedor del lugar. Además, se integran iconos visuales que refuerzan la claridad de la información y mejoran la experiencia del usuario. Esta combinación de contenido visual y textual de alta calidad busca despertar el interés de los visitantes y motivarlos a explorar más sobre lo que Casa Vieja tiene para ofrecer.

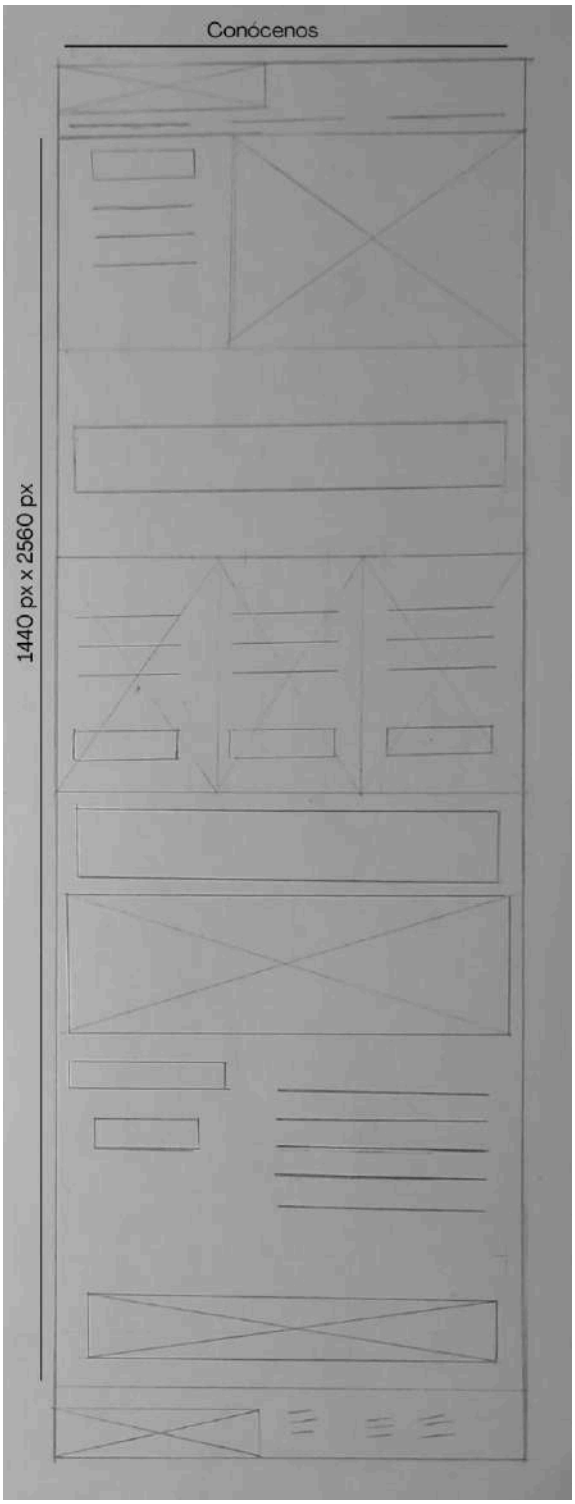


Figura 12. Realizada por Lidia Raquel Natareno Iglesias. Bocetaje Inicial. Se presenta la identidad del hotel,visión, misión y valores acompañado con descripciones.

La página de Conócenos está dedicada a presentar la identidad del hotel, ofreciendo información clave sobre su ubicación, valores, misión, visión y su historia. Esta sección permite que los visitantes conozcan más acerca de Casa Vieja y lo que representa. Para complementar el contenido, se incluyen iconos y vectores gráficos que refuerzan visualmente la información, proporcionando una descripción gráfica atractiva y alineada con la estética del sitio web. Esta combinación de texto e imágenes asegura una experiencia enriquecedora y coherente para los usuarios.

Bocetaje Formal

Wireframe Inicio -01

Figura 13. Realizada por Lidia Raquel Natareno Iglesias. Bocetaje Formal. En él se muestran las promociones, eventos y accesos a Conócenos, Amenidades y Habitaciones, acompañado de videos destacados.

En la página de inicio del sitio web, se presentan las opciones de reserva, las promociones y los eventos ofrecidos por el hotel. Esto permitirá que los usuarios, al explorar el sitio, conozcan mejor todo lo que el hotel ofrece. Además, la página de inicio incluirá secciones destacadas sobre las tres principales categorías del hotel: "Conócenos", "Amenidades" y "Habitaciones". Adicionalmente, se mostrarán videos cortos que resaltan las amenidades del hotel.

Wireframe conócenos – 02

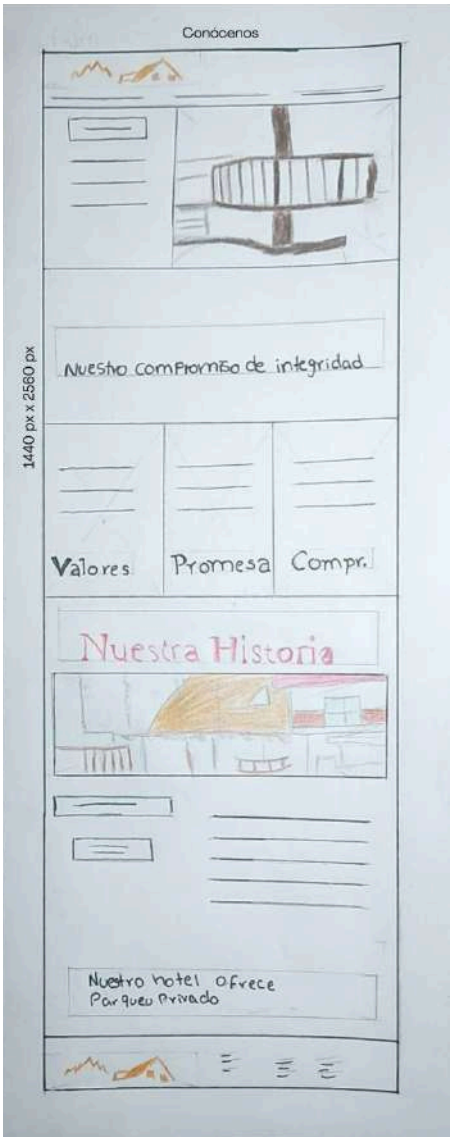


Figura 14. Realizada por Lidia Raquel Natareno Iglesias. Bocetaje formal, donde se presenta la identidad del hotel quiénes somos, valores, compromiso y promesa apoyada con iconos planos e imágenes para facilitar la comprensión.

En la página "Conócenos" se presenta la identidad de la empresa, incluye quiénes somos, nuestros valores, compromiso y promesa. Esta sección está diseñada para que los usuarios puedan conocer en detalle el hotel y cómo gestiona sus principios como empresa. El diseño emplea íconos planos que representan visualmente cada uno de los conceptos descritos, facilitando la comprensión y la navegación por la página.

Wireframe amenidades -03

Figura 15. Realizada por Lidia Raquel Natareno Iglesias. en cual se observa apartado de amenidades, con videos y textos que destacan espacios como el restaurante, la piscina.

En el apartado de amenidades se incluirán videos cortos que mostrarán el restaurante, la piscina y el jacuzzi, permitiendo al usuario explorar cada rincón del hotel a través de una experiencia narrativa. Cada amenidad estará acompañada de un texto persuasivo diseñado para captar la atención del usuario y resaltar las características únicas de cada espacio.

Wireframe habitaciones – 04

Figura 16. Realizada por Lidia Raquel Natareno Iglesias.Bocetaje formal. Se observa la sección de habitaciones, donde se muestran los tipos de habitaciones, sus comodidades mediante íconos.

En la sección de habitaciones se detallan los distintos tipos de habitaciones disponibles en el hotel, indicando con iconos planos las comodidades que ofrece cada una, como televisión, aire acondicionado y capacidad para el número de personas. En esta misma página, se incluye un apartado de reservas donde los usuarios pueden seleccionar las fechas de entrada y salida, así como consultar los precios correspondientes.

Proceso de digitalización de los bocetos

Realización de Vectores SVG.

Figura 17. Realizado por Lidia Raquel Natareno Iglesias. Screenshot proceso de elaboración de elementos gráficos en formato SVG en Illustrator.

Los materiales, como imágenes e iconos, fueron creados en Adobe Illustrator y exportados en formato SVG (Gráficos vectoriales escalables). Esto garantiza que mantendrán su calidad y coherencia en el sitio web, sin perder definición.

Creación de prototipo para sitio web

Figura 18.Realizado por Lidia Raquel Natareno Iglesias. Screenshot proceso de elaboración mesas de trabajo en adobe XD

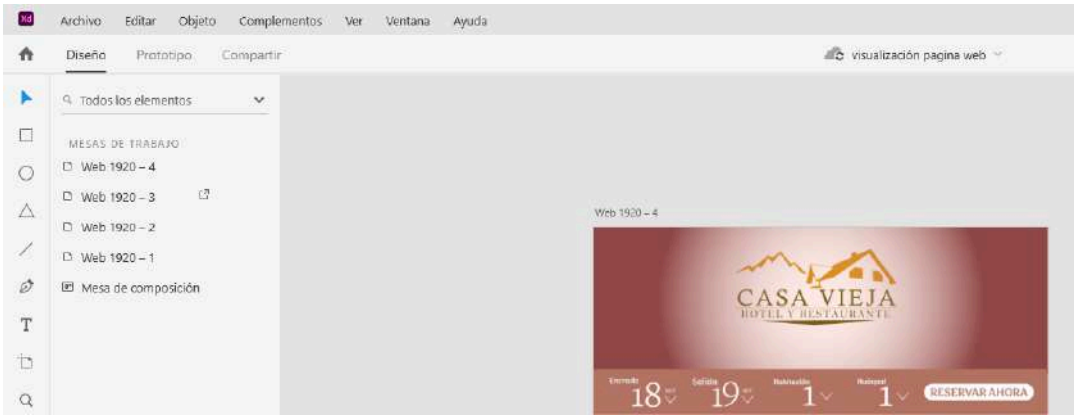


Figura 19.Realizado por Lidia Raquel Natareno Iglesias. Elaboración de encabezado en primera mesa de trabajo..

Se crea un nuevo prototipo para el sitio web. Posteriormente, se crean las mesas de trabajo que en total son cuatro páginas para el sitio web, en las cuales tienen medidas correspondiente al sitio web, de 1920 px x 1080px

Anteriormente, los materiales fueron exportados en formato SVG para preservar su resolución y definición, lo que permite utilizarlos ahora en el prototipo.

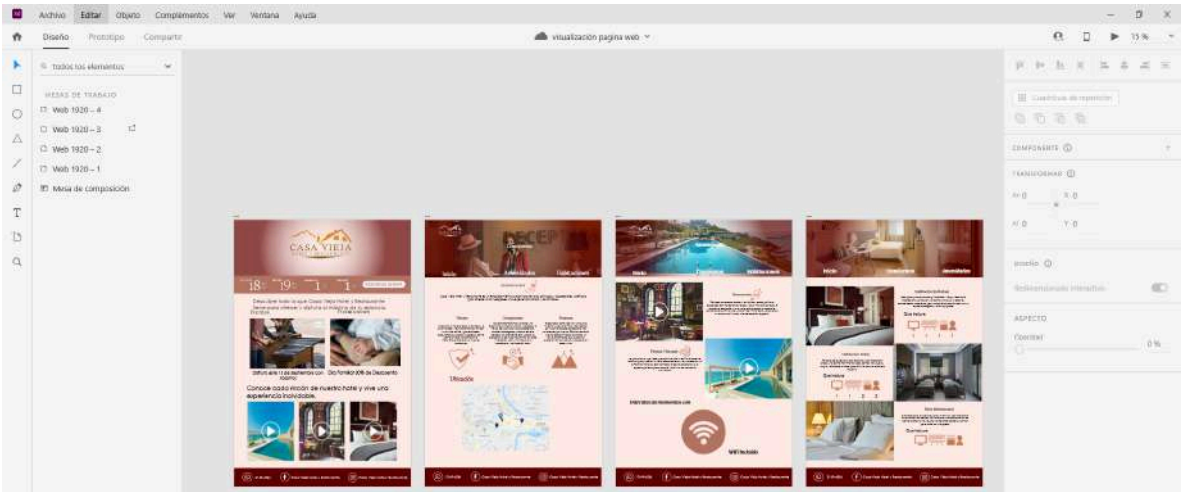


Figura 20.Realizado por Lidia Raquel Natareno Iglesias. Screenshot visualización de mesas de trabajo.

Página de inicio

Figura 21. Realizado por Lidia Raquel Natareno Iglesias. Screenshot proceso de elaboración de banner para página de inicio.

Los materiales exportados desde Adobe Illustrator se están utilizando ahora en Adobe XD, donde se implementan como banners para el hotel y restaurante. Estos elementos refuerzan la identidad de la marca y se integran estratégicamente en el encabezado del diseño. Con medidas 1920px x 1080px.

Luego, se organiza la ubicación de cada elemento y la estructura dentro del sitio web.

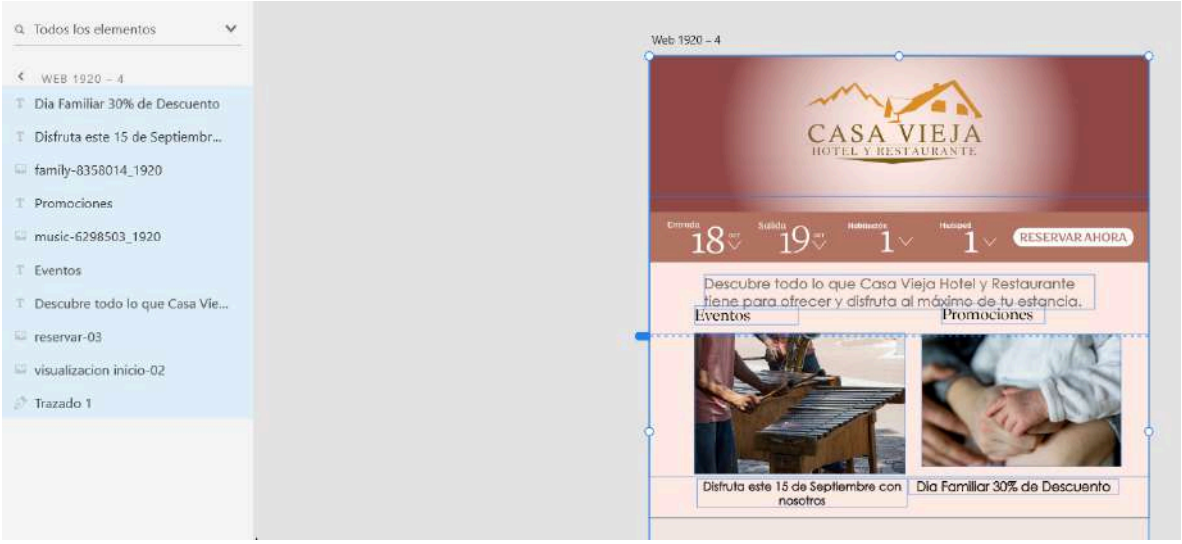


Figura 22. Realizado por Lidia Raquel Natareno Iglesias Screenshot Colocación de elementos a utilizar en el proyecto.

Dentro de las funciones, existe una herramienta que permite ajustar el tamaño de las mesas de trabajo al seleccionarlas. Esto facilita ampliar las mesas de trabajo para mejorar la visibilidad del diseño del sitio web. De esta manera, se organizan y distribuyen los elementos correspondientes, como imágenes, íconos e información, asegurando una presentación clara y estructurada.

Una vez estructurada la página del sitio web, es posible visualizar con mayor claridad y confianza cómo podría funcionar el prototipo. La interfaz está diseñada para que el usuario se sienta cómodo al navegar, facilitando el acceso a las secciones principales, como "Conócenos", "Amenidades" y "Habitaciones", logrando así una experiencia de navegación fluida y eficiente.

Una vez estructurada la página del sitio web, es posible visualizar con mayor claridad y confianza cómo podría funcionar el prototipo. La interfaz está diseñada para que el usuario se sienta cómodo al navegar, facilitando el acceso a las secciones principales,

como "Conócenos", "Amenidades" y "Habitaciones", logrando así una experiencia de navegación fluida y eficiente.

Figura 23. Realizado por Lidia Raquel Natareno Iglesias. Screenshot prototipo de página de inicio.

Página de conócenos

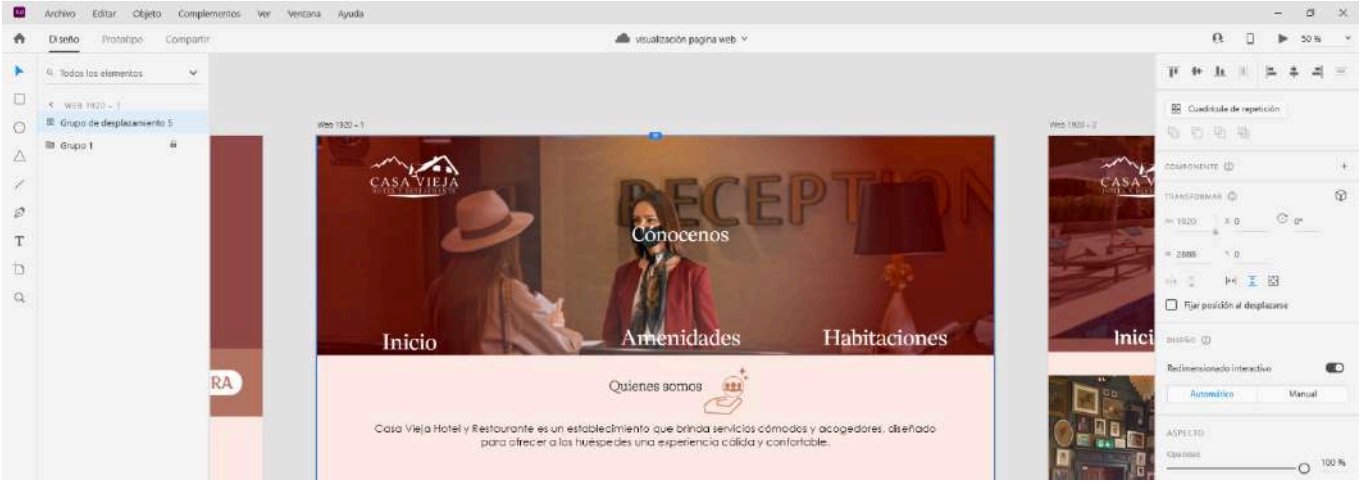


Figura 24. Realizado por Lidia Raquel Natareno Iglesias.Screenshot proceso de elaboración de banner Conócenos mostrando iconos y descripción a utilizar.

Por ello, se desarrolló el prototipo de la página "Conócenos", que incluye una imagen destacada en el encabezado junto con las secciones que representan la información clave del sitio web. Medida de 1920 px x 1080px.

En la página "Conócenos" se integran íconos escalables importados desde Adobe Illustrator. Estos íconos cumplen una función clave al proporcionar una representación visual y descriptiva que refuerza la identidad de la marca dentro del sitio web. así como información asociada a la identidad que contribuye a generar confianza hacia los usuarios.

Figura 25.elaborado por Lidia Raquel Natareno Iglesias. Screenshot proceso de exportar iconos en archivo SVG al prototipo del sitio web.

Después de incorporar la información en la página de conócenos, se agregaron íconos que refuerzan y complementan el contenido escrito, destacando aspectos clave como el compromiso, los valores y la promesa de la marca. Junto con la ubicación del hotel y restaurante y redes sociales.

Figura 26. elaborado por Lidia Raquel Natareno Iglesias. Screenshot de exportación de archivos SVG e imágenes para ubicación.

Finalmente, se realiza una previsualización de la página "Conócenos" dentro del sitio web, donde se puede observar cómo estaría estructurada y organizada. Esta previsualización permite evaluar la disposición y funcionalidad de la interfaz desde la perspectiva del usuario.

Figura 27. Realizado por Lidia Raquel Natareno Iglesias.Screenshot visualizacion paginza de conócenos.

Página de amenidades

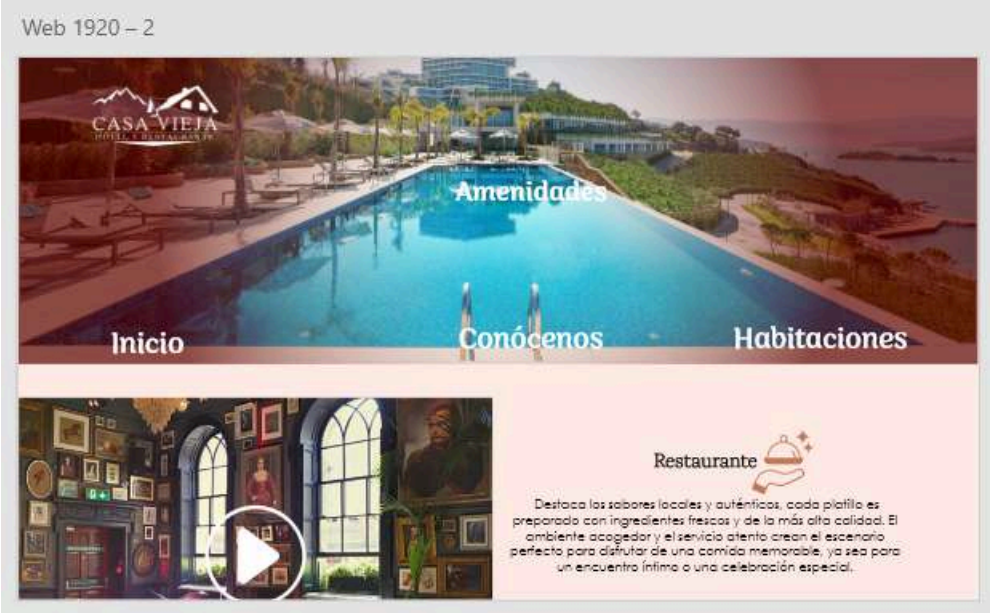


Figura 28. Realizado por Lidia Raquel Natareno Iglesias. Screenshot banner de amenidades mostrando los servicios que ofrece el hotel.

En esta página se buscó visualizar la estructuración de imágenes y videos, así como la organización del contenido que se presentará. Para ello, se comenzó con la creación del encabezado de la página, titulado "Amenidades", donde se incluyen secciones destacadas como restaurante, bar, piscinas y wifi. Su medida es de 1920px p 1080 px.

La diagramación es una parte fundamental de este proyecto, ya que permite definir cómo se estructurará la información junto con el contenido visual. En este proceso, se incorporan los íconos designados, asegurando una disposición organizada y coherente con el diseño general.

Por último, en la página se observa cómo ha quedado estructurada utilizando la herramienta previamente mencionada, la cual permite extender la longitud de la página para visualizar su diseño final y evaluar cómo se verá en su versión completa.

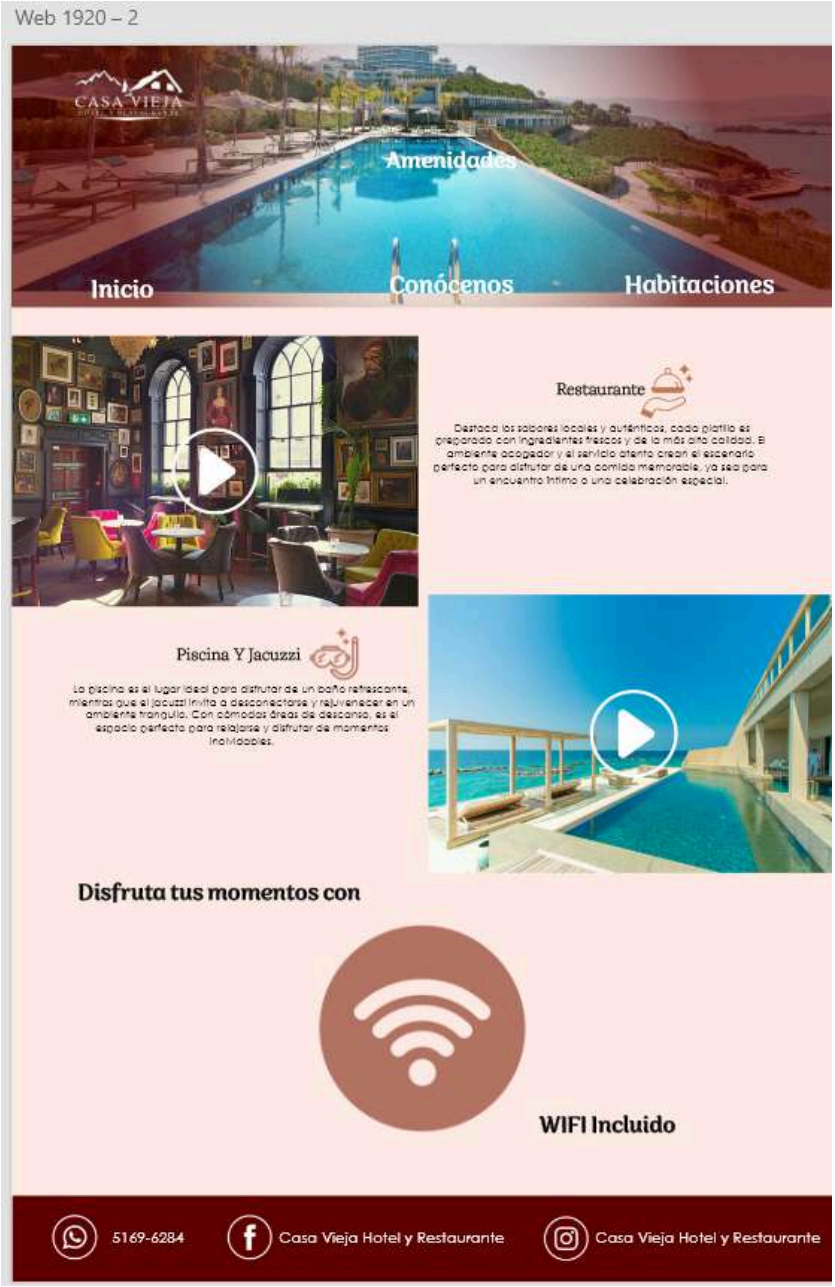


Figura 29. Realizado por Lidia Raquel Natareno Iglesias Screenshot proceso de adaptación de cada imagen e icono en las secciones correspondientes.

Página de habitaciones

Figura 30. Realizado por Lidia Raquel Natareno Iglesias. Screenshot proceso de realización de banner de habitaciones.

En la última página se incluye un encabezado acompañado de información detallada sobre las habitaciones, complementada con las secciones previamente mencionadas: Inicio, Conócenos y Amenidades, asegurando coherencia y continuidad en la navegación del sitio web. Con medidas de 1920px x 1080px.

Se estructura la página web con el objetivo de crear una interfaz amigable e intuitiva para el usuario. Además, se planifica cuidadosamente la ubicación e implementación de los íconos, junto con las imágenes y la información, para garantizar una experiencia de navegación fluida y atractiva.

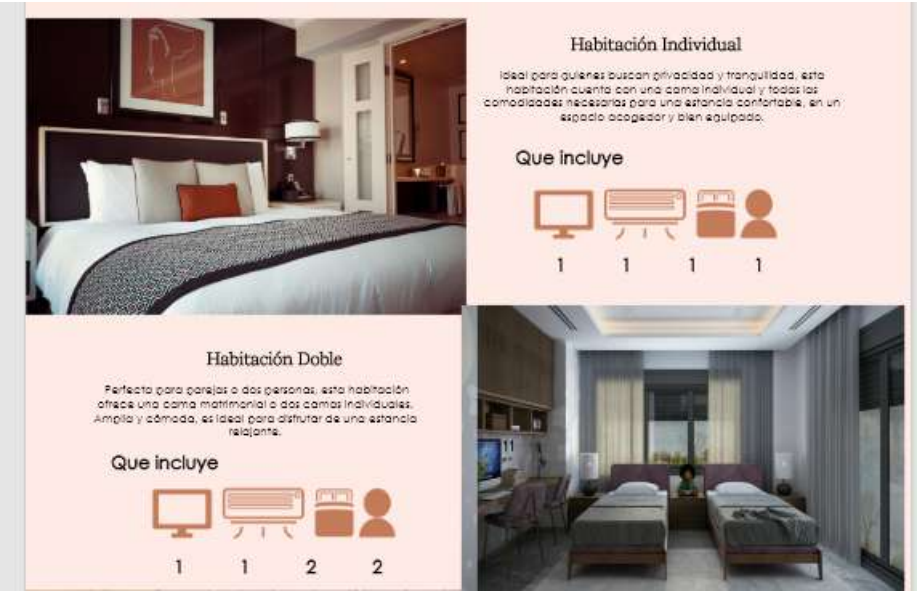


Figura 31. Realizado por Lidia Raquel Natareno Iglesias. Screenshot proceso de estructuración de cada habitación incluyendo las comodidades que ofrece.

Por último, se realiza una visualización completa de la página, permitiendo observar cómo luce el sitio web en su conjunto. Este proceso asegura que todos los elementos, como imágenes, iconos, textos y secciones, estén organizados de manera coherente y funcional. Además, se verifica que la experiencia de navegación sea fluida y que la estructura del sitio cumpla con los objetivos de diseño establecidos, brindando una interfaz amigable.

Figura 32. Realizado por Lidia Raquel Natareno Iglesias. Screenshot visualización del prototipo de página de habitaciones.

Página de alta fidelidad del sitio web

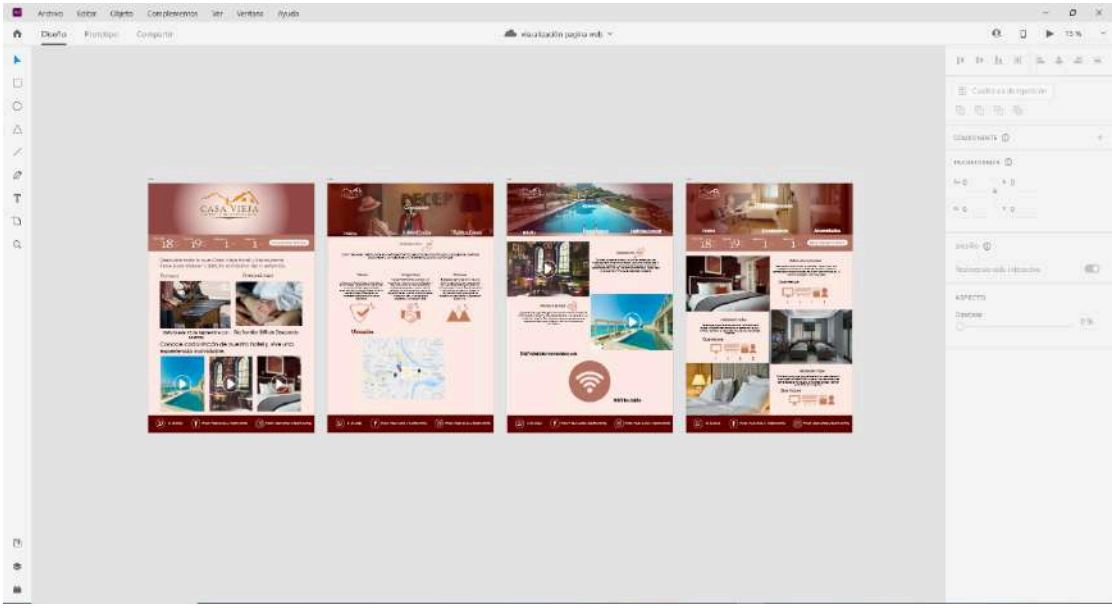


Figura 33. Realizado por Lidia Raquel Natareno Iglesias. Screenshot de previsualización clara de la interfaz y la experiencia del usuario.

Este wireframe de alta fidelidad presenta las cuatro páginas completas del sitio web, ofreciendo una visualización clara de la interfaz del usuario. Así, se puede ver lo que el usuario experimentará durante su navegación por el sitio web.

Figura 34. Realizado por Lidia Raquel Natareno Iglesias. Screenshot proceso de aplicación de tipografías para el sitio web.

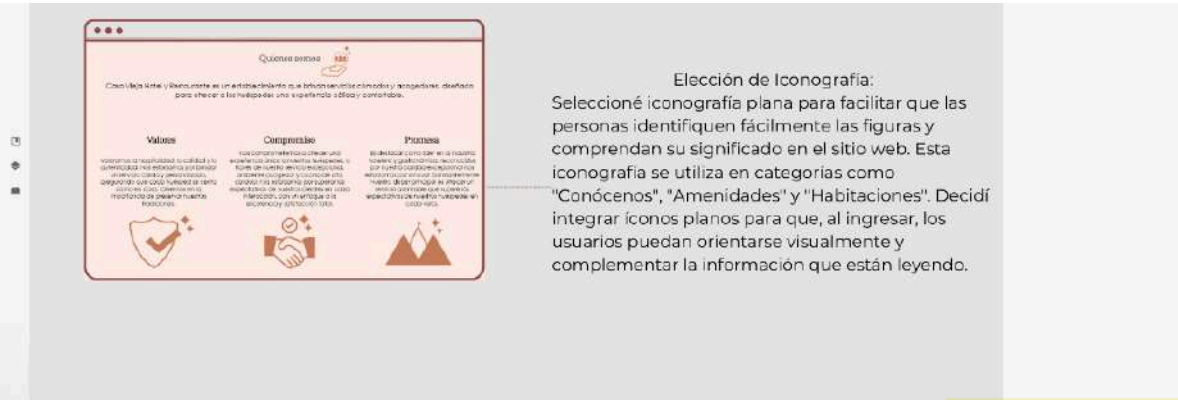


Figura 35. Realizado por Lidia Raquel Natareno Iglesias. Screenshot proceso de elección de iconografía para el sitio web.

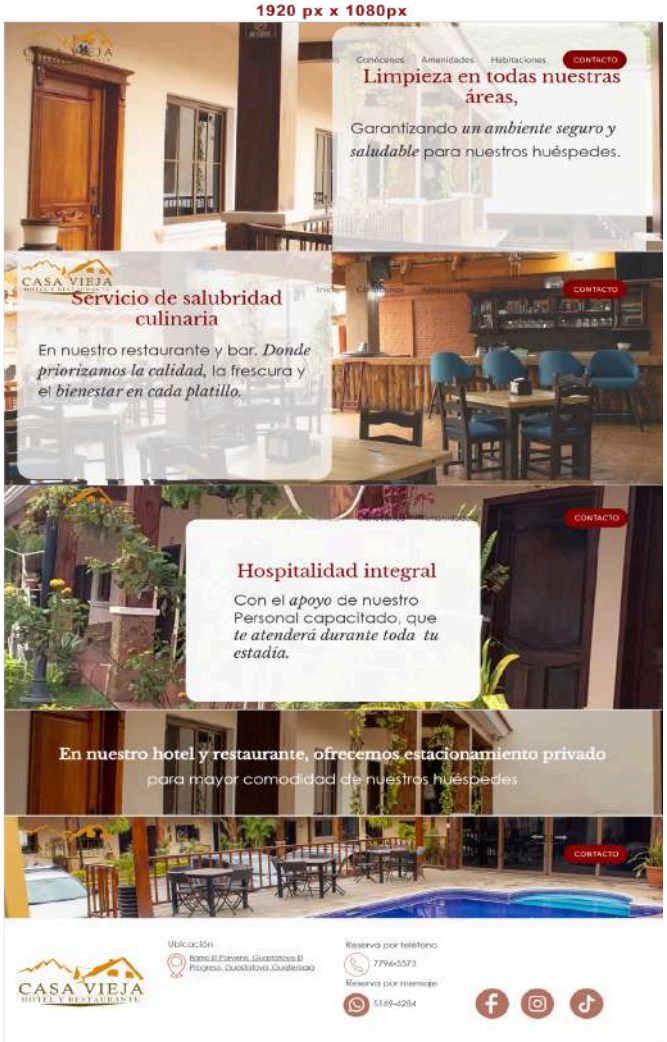
Figura 36. Realizado por Lidia Raquel Natareno Iglesias. Screenshot Elección de colores.

Figura 37. Realizado por Lidia Raquel Natareno Iglesias. Screenshot elección de fotografía y vídeos.

Propuesta preliminar

Pieza 1

Página de inicio. Tamaño 1920x1080 px



La página de inicio sirve como la primera impresión del sitio, diseñada para captar la atención de los visitantes desde el primer momento. Presenta una introducción visual atractiva y una navegación clara hacia las demás secciones, asegurando que los usuarios encuentren fácilmente lo que buscan. Además, destaca elementos clave como experiencias, valores del hotel.

Pieza 2

Página de conócenos. Tamaño 1920x 1080 px

Esta sección está pensada para transmitir la identidad del hotel, su historia, misión, visión y valores. Permite a los visitantes conectar emocionalmente con la esencia del lugar, creando un vínculo de confianza y autenticidad. También funciona como un espacio para destacar lo que diferencia al hotel de la competencia, reforzando su propuesta única.

Pieza 3

Página de amenidades. Tamaño 1920x1080 px

La página de amenidades resalta los servicios y facilidades que el hotel ofrece a sus huéspedes, como, piscina, restaurantes y bar, entre otros. Está diseñada para mostrar el valor añadido que los visitantes experimentarán durante su estancia, ayudándolos a visualizar una experiencia completa y satisfactoria.

Pieza 4

Página de habitaciones . Tamaño 1920x1080 pixeles

Esta sección proporciona detalles sobre las opciones de alojamiento disponibles, incluyendo imágenes de alta calidad, descripciones completas y características únicas de cada tipo de habitación. Facilita la comparación y elección del espacio ideal para cada cliente, asegurando que encuentren la opción perfecta que se ajuste a sus necesidades y expectativas.

Capítulo VIII: Validación técnico

Capítulo VIII: Validación técnica

Al finalizar la propuesta preliminar de Diseño de sitio web para dar a conocer los servicios de hospedaje, alimentos y bebidas que ofrece Casa Vieja Hotel y Restaurante, se dio inicio al proceso de validación técnica, mostrando el proyecto a clientes, expertos y grupo objetivo. El instrumento de validación fue la encuesta personal, en ellas se crearán preguntas cerradas y calificación basada en la escala de Likert.

Las encuestas se realizaron de forma virtual a través de Google Forms para clientes, grupo objetivo y expertos.

El enfoque del trabajo de investigación es mixto, por cuanto se utilizará el enfoque cuantitativo y cualitativo. El primero servirá para cuantificar los resultados de la encuesta aplicada a los sujetos y a través del enfoque cualitativo se intentará evaluar el nivel de percepción de los encuestados con respecto a la propuesta del diseño.

La herramienta a utilizar es una encuesta de respuesta múltiple que se aplicará al cliente, al número (25) número de personas, hombres y mujeres del grupo objetivo y a cinco (5) expertos en el área de comunicación y diseño.

Población y muestreo

Las encuestas se realizaron a una muestra de 25 personas divididas en tres grupos:

Cliente.

Marleny Lima.

Expertos

Profesionales en distintas áreas de la comunicación y el diseño, la publicidad y el área del diseño que aplica.

- Winston Méndez Profesión: Senior User Experience Designer
- Lic. Juan Orozco Profesión: Especialista en Medios de Comunicación
- Licda. Lourdes Lorena Donis Sanhueza Profesión: Docente y Licenciada en Comunicación
- Ing. Christian Rossell Profesión: Ingeniero en Sistemas
- Lic. Arnulfo Guzmán Profesión: Comunicólogo
- Licda. Aura Lissette Pérez Aguirre Profesión: Catedrática y Asesora

Grupo objetivo

Hombres y mujeres entre 25 y 50 años, seleccionadas según su perfil demográfico y hábitos digitales. Estas personas, como clientes potenciales del hotel, aportaron información clave sobre percepción y usabilidad, enriqueciendo el diseño del producto final.

Método e instrumentos

La herramienta que se usará es la encuesta. La encuesta consiste en un procedimiento a través del que se recopilan datos por medio de un cuestionario previamente diseñado. Dentro de la encuesta se usará el método de la escala tipo Likert. Esta escala consiste en una forma psicométrica usada comúnmente en cuestionarios. Se colocaron distintos grados o niveles en los que el encuestado estuvo de acuerdo o en desacuerdo con una declaración, pregunta o ítem y posteriormente se procesan los resultados obtenidos. Este es un método cualitativo y produce datos descriptivos.

Así mismo se hizo uso de preguntas dicotómicas en las que el encuestado respondió "sí" o "no", según considere.

Modelo de la encuesta

Facultad de Ciencias de la Comunicación

-FACOM-

Licenciatura en Comunicación y Diseño

Proyecto de graduación

Género F	☐	Experto	☐	Nombre	
M	☐	Cliente	☐	Profesión	
Edad	☐	Grupo Objetivo	☐	Puesto	

Encuesta de Validación del proyecto de:

Diseño de sitio web para dar a conocer los servicios de hospedaje, alimentos y bebidas que ofrece Casa Vieja Hotel y Restaurante

---

Antecedentes:

Casa Vieja Hotel y Restaurante fue creada el año 2018 por Sr. William Archila, y actualmente se dedica principalmente a la actividad de alojar huéspedes y ofrecer servicios de alimentación.

Al visitar la organización Casa Vieja Hotel y Restaurante se pudo observar que no cuenta con un sitio web que le permita brindar información relacionada a sus servicios de hospedaje y restaurante a turistas nacionales y de negocios.

Por lo que se planteó el objetivo de diseñar un sitio web para dar a conocer los servicios de hospedaje, alimentos y bebidas que ofrece Casa Vieja Hotel y Restaurante.

Instrucciones:

Con base a lo anterior, observe la propuesta de Diseño de un sitio web para Casa Vieja Hotel y Restaurante y según su criterio conteste las siguientes preguntas de validación, colocando una "X" en los espacios en blanco.

Parte Objetiva:

1. ¿Considera que es importante diseñar un sitio web para a dar a conocer los servicios de hospedaje, alimentos y bebidas que ofrece Casa Vieja Hotel y Restaurante?

1. SI
2. NO

2. ¿Cree que es necesario recopilar información a través del *brief* proporcionado por el cliente para presentar de manera atractiva los servicios de hospedaje y restaurante ofrecidos por Casa Vieja Hotel y Restaurante?

a) SI

b) NO

3. ¿Es esencial investigar las mejores prácticas y tendencias actuales en diseño web para aplicarlas en la optimización y funcionalidad del sitio web de Casa Vieja Restaurante?

    1. SI
    2. NO

4. ¿Opina que es útil diagramar la estructura y apariencia visual del sitio web para facilitar la navegación del usuario?

    1. SI
    2. NO

5. ¿Considera indispensable crear una interfaz intuitiva a través de un diseño responsivo que refleje la identidad de la marca, para garantizar una experiencia del usuario fluida y consistente en todos los dispositivos?
    - SI
    - NO

Parte Semiológica

6. ¿Cómo describiría el estilo visual del sitio web del hotel?

    - Moderno y elegante
    - Clásico y acogedor
    - Sencillo y funcional

7. ¿Qué percepción le genera el uso de los colores en el sitio web?

    - Tranquilidad
    - Frescura
    - Energía

8. ¿Qué sensación le transmite la tipografía utilizada en el sitio web?

1. Elegancia y sofisticación
2. Modernidad y simplicidad
3. Tradición y confianza

9. La información sobre los servicios de habitaciones y restaurante de Casa Vieja Hotel es fácil de entender

a) Totalmente de acuerdo
b) De acuerdo
c) Ni deacuerdo ni en desacuerdo
d) En desacuerdo
e) Totalmente en desacuerdo

Parte Operativa

10. ¿Qué tan fácil resulta navegar por las diferentes secciones el sitio web?

a) Muy difícil
b) Algo difícil
c) Normal
d) Bastante fácil
e) Muy Fácil

11. ¿Carga rápido el sitio web en tu dispositivo, como computadora, teléfono o tableta?

a) lento
b) moderado
c) rápido

12. La información en el sitio web está organizada de manera que facilita su búsqueda

a) muy difícil de encontrar

b) difícil de encontrar

c) ni fácil ni difícil

d) fácil de encontrar

e) muy fácil de encontrar

13. ¿El sitio web proporciona suficiente información sobre las habitaciones y servicios del hotel?

    a) Sí, la información es bastante completa

    b) Sí, pero podría ser más detallada

    c) No, falta información importante

14. ¿Cómo califica la calidad visual del sitio web (imágenes, diseño)?

    a) Excelente

    b) Buena

    c) Regular

    d) Mala

    e) Deficiente

Resultados e interpretación de resultados

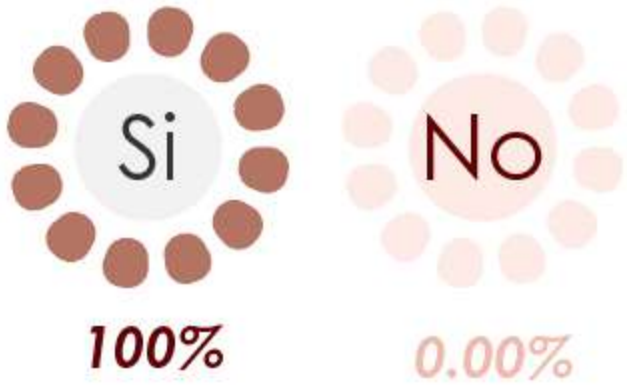
Parte Objetiva

1. ¿Considera que es importante diseñar un sitio web para dar a conocer los servicios de hospedaje, alimentos y bebidas que ofrece Casa Vieja Hotel y Restaurante?

Interpretación.El resultado del 100% de respuestas afirmativas a esta pregunta refleja que todos los participantes consideran indispensable diseñar un sitio web para dar a conocer los servicios de hospedaje, alimentos y bebidas que ofrece Casa Vieja Hotel y Restaurante. Esto destaca la importancia de contar con una plataforma digital como herramienta clave para promocionar los servicios, aumentar la visibilidad de la marca y atraer nuevos clientes, fortaleciendo así su presencia en el entorno digital.

Resultados e interpretación de resultados

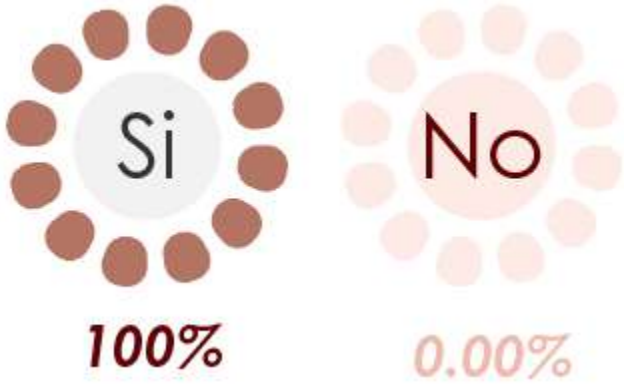
2. ¿Cree que es necesario recopilar información a través del brief proporcionado por el cliente para presentar de manera atractiva los servicios de hospedaje y restaurante ofrecidos por Casa Vieja Hotel y Restaurante?



Interpretación. El 100% de las personas encuestadas cree que si es necesario que todos los participantes consideran fundamental recopilar información a través del brief proporcionado por el cliente para presentar de manera atractiva los servicios de hospedaje y restaurante ofrecidos por Casa Vieja Hotel y Restaurante. Este consenso subraya la importancia de utilizar el resumen como una herramienta esencial para comprender las necesidades del cliente, estructurar los contenidos de manera efectiva y garantizar que el diseño final cumpla con las expectativas tanto de los usuarios.

Resultados e interpretación de resultados

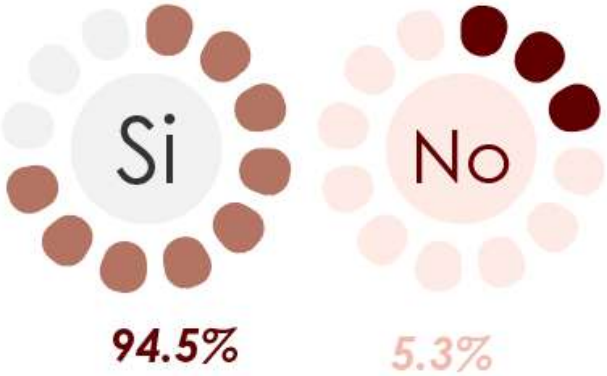
3. ¿Es esencial investigar las mejores prácticas y tendencias actuales en diseño web para aplicarlas en la optimización y funcionalidad del sitio web de Casa Vieja Restaurante?



Interpretación. El resultado del 100% de respuestas afirmativas a esta pregunta refleja que todos los participantes consideran esencial investigar las mejores prácticas y tendencias actuales en diseño web para aplicarlas en la optimización y funcionalidad del sitio web de Casa Vieja Restaurante. Esto subraya la importancia de mantenerse actualizado en el ámbito del diseño web para garantizar que el sitio sea competitivo, funcional y atractivo, mejorando así la experiencia del usuario y el posicionamiento de la marca.

Resultados e interpretación de resultados

4. ¿Opina que es útil diagramar la estructura y apariencia visual del sitio web para facilitar la navegación del usuario?

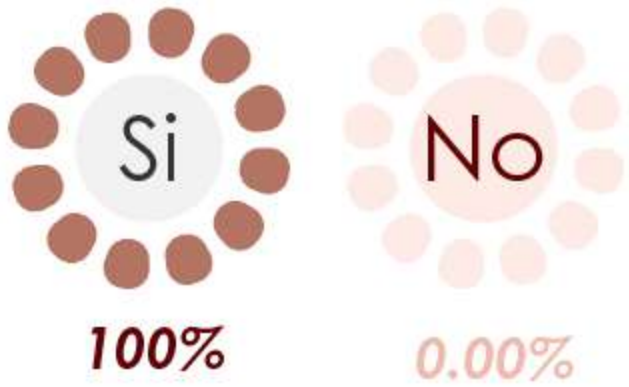


Interpretación. El resultado muestra que el 94.5% de los participantes considera útil diagramar la estructura y apariencia visual del sitio web para facilitar la navegación del usuario, mientras que el 5.3% no comparte esta opinión. Esto indica un consenso mayoritario sobre la importancia de la diagramación como herramienta clave para organizar y optimizar la experiencia del usuario.

Aunque existe una mínima discrepancia que podría deberse a diferencias en la percepción de su utilidad o relevancia. Sin embargo, el alto porcentaje de respuestas afirmativas refuerza la necesidad de priorizar esta práctica en el desarrollo del sitio web.

Resultados e interpretación de resultados

5. ¿Considera indispensable crear una interfaz intuitiva a través de un diseño responsivo que refleje la identidad de la marca, para garantizar una experiencia del usuario fluida y consistente en todos los dispositivos?



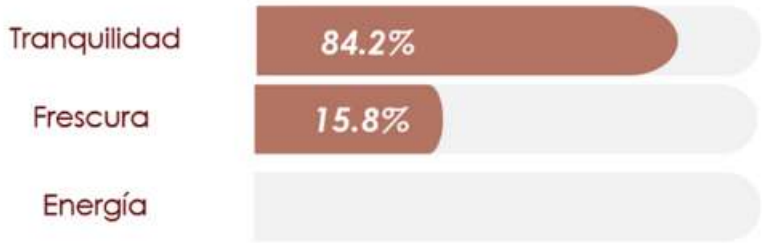
Interpretación. El resultado del 100% de respuestas afirmativas a esta pregunta indica que todos los participantes consideran indispensable crear una interfaz intuitiva mediante un diseño responsivo que refleje la identidad de la marca. Esto refuerza la importancia de garantizar una experiencia de usuario fluida y consistente en todos los dispositivos, destacando que un diseño adaptativo no solo mejora la usabilidad, sino que también consolida la percepción positiva de la marca en diferentes aspectos.

Parte Semiológica

6. ¿Cómo describiría el estilo visual del sitio web del hotel?

Interpretación. La mayoría de los participantes 52.6% asocia el sitio web con un estilo clásico y acogedor, lo que indica que el diseño logra transmitir calidez y familiaridad, alineándose probablemente con la identidad del hotel. Sin embargo, un porcentaje significativo también aprecia características modernas y elegantes 26.3% lo que sugiere que el diseño combina elementos tradicionales con toques contemporáneos. El 21.1% que considera el sitio web sencillo y funcional refuerza la idea de que el diseño prioriza la usabilidad y una experiencia intuitiva para los usuarios. Esto evidencia un equilibrio entre estilos que atraen diferentes percepciones, lo cual puede ser una fortaleza al llegar a diversos perfiles de usuarios.

7. ¿Qué percepción le genera el uso de los colores en el sitio web?



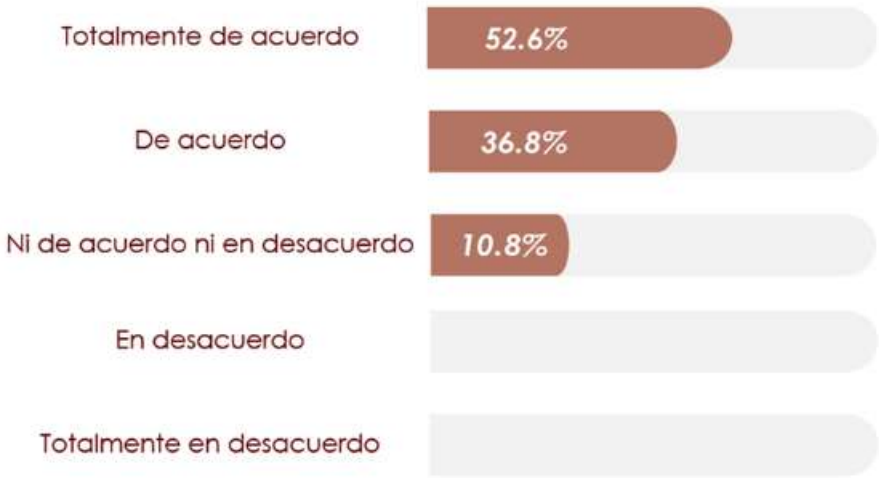
Interpretación. La mayoría de los participantes 84.2% siente que los colores del sitio web generan una atmósfera de tranquilidad, lo que indica que la paleta de colores elegida logra alinear con éxito el diseño visual con el propósito de transmitir serenidad y acogimiento, valores importantes para un hotel y restaurante. El 15,8% que percibe frescura sugiere que los

Los colores también aportan dinamismo y vitalidad al diseño. Este equilibrio entre tranquilidad y frescura refuerza una experiencia visual positiva que conecta emocionalmente con los usuarios y refuerza la identidad del sitio web.

8. ¿Qué sensación le transmite la tipografía utilizada en el sitio web?

Interpretación. La percepción de la tipografía muestra un equilibrio entre modernidad y tradición, con ambos estilos obteniendo el mayor porcentaje 36.8%. Esto indica que la tipografía logra combinar innovación y estabilidad, lo cual es atractivo para una audiencia diversa. El 26.3% que la describe como elegante y sofisticada refuerza esta percepción al aportar un toque de refinamiento. En conjunto, estos resultados demuestran que la selección tipográfica es versátil, coherente con los valores del sitio web y efectiva para transmitir confianza y estilo.

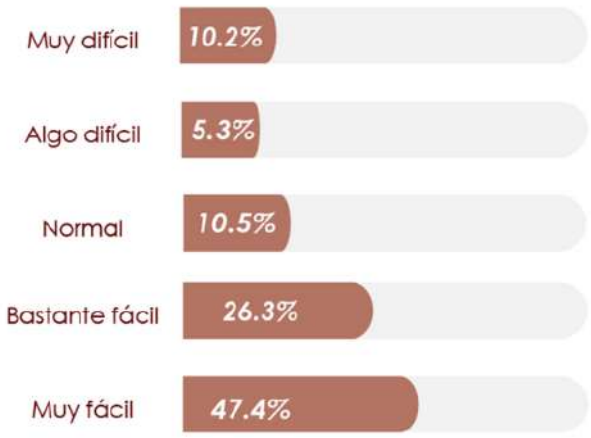
9. La información sobre los servicios de habitaciones y restaurante de Casa Vieja Hotel es fácil de entender



Interpretación. La mayoría de los participantes 52.6% combinando "totalmente de acuerdo" y 36.8% "de acuerdo" consideran que la información es comprensible, lo que indica que el contenido logra transmitir los servicios de manera clara y efectiva para la mayoría de los usuarios. Sin embargo, el 10.8% que no expresa una opinión clara podría señalar áreas de oportunidad para ajustar o reforzar ciertos aspectos de la presentación de la información, como el lenguaje o la estructura, para asegurar una comprensión total y eliminar cualquier posible ambigüedad. Este resultado respalda que el diseño cumple en gran medida con su objetivo comunicativo, pero puede beneficiar de refinamientos adicionales.

Parte Operativa

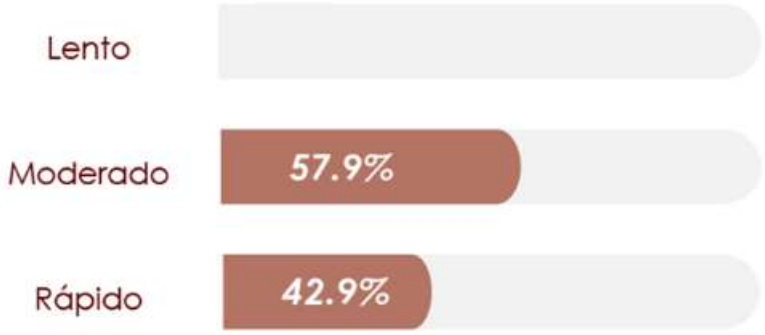
10.¿Qué tan fácil resulta navegar por las diferentes secciones el sitio web?



Interpretación. La mayoría de los participantes 73.7% combinando "muy fácil" y "bastante fácil" consideran que la navegación es fluida y sencilla, lo que indica que el diseño de la interfaz facilita la exploración del sitio web para la mayoría de los usuarios. Sin embargo, el 16% sumando "algo difícil" y "muy difícil" encuentra problemas de navegación, lo que señala áreas de mejora en términos de usabilidad, como simplificar el acceso a secciones o mejorar los indicadores visuales. Además, el 10.5% que calificó la navegación como "normal" sugiere que podría haber usuarios que aún experimenten cierta neutralidad o falta de fluidez.

En general, los resultados son positivos, pero es importante atender los comentarios de quienes perciben dificultades para garantizar una experiencia de navegación más consistente y accesible para todos los usuarios.

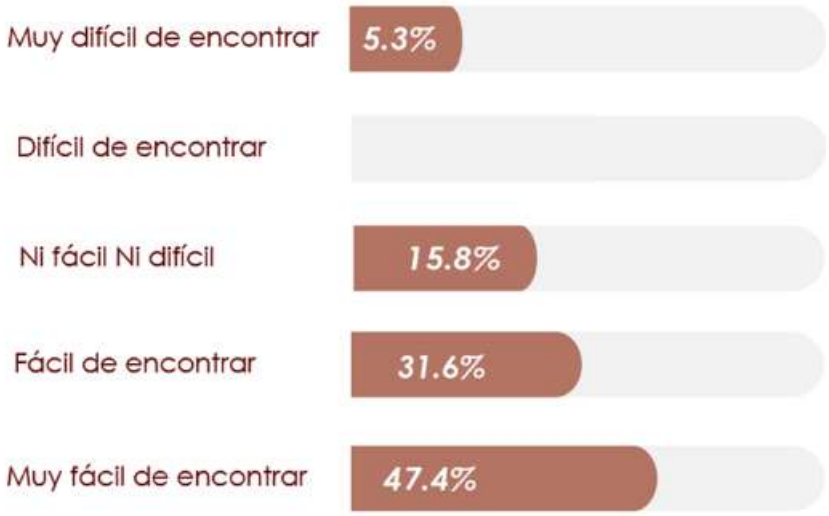
11. ¿Cargo rápido el sitio web en tu dispositivo, como computadora, teléfono o tableta?



Interpretación. El resultado muestra que una proporción significativa de los usuarios 42.1% percibe que el sitio web carga rápidamente, lo que es un indicador positivo en términos de rendimiento. Sin embargo, la mayoría 57.9% describe la velocidad de carga como moderada, lo que sugiere que existe un margen de mejora. Para optimizar la experiencia del usuario, sería recomendable analizar y ajustar aspectos técnicos del sitio,

como la optimización de imágenes, el uso de archivos comprimidos y la configuración del servidor, para garantizar una velocidad de carga más uniforme y mejorar la percepción general del rendimiento.

12. La información en el sitio web está organizada de manera que facilita su búsqueda.



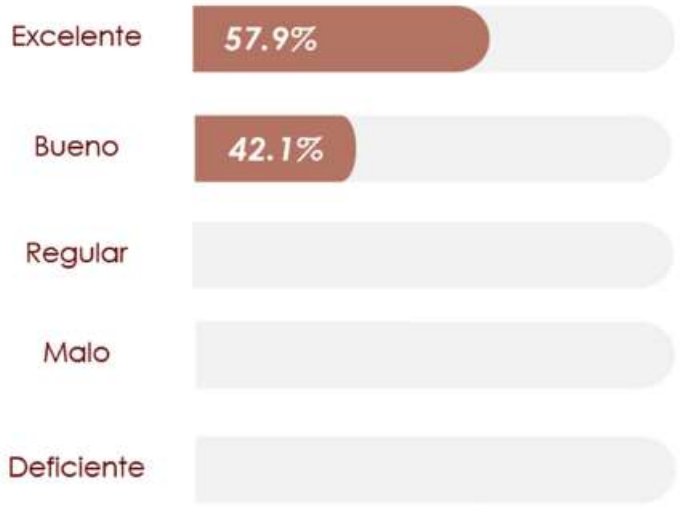
Interpretación. La mayoría de los participantes 79%, sumando "muy fácil" y "fácil" percibe que la información está organizada de manera clara y accesible, lo que indica un buen nivel de usabilidad en el sitio web. Sin embargo, el 15.8% que tiene una opinión neutral y el 5.3% que encuentra la búsqueda de información muy difícil destacan oportunidades para mejorar la estructura y presentación de los contenidos.

Esto podría implicar optimizar la navegación, utilizar etiquetas claras o implementar funciones de búsqueda más efectivas para garantizar que todos los usuarios puedan acceder fácilmente a la información que necesitan.

13. ¿El sitio web proporciona suficiente información sobre las habitaciones y servicios del hotel?

Interpretación.La mayoría de los participantes 57.9% percibe que el sitio web proporciona información detallada y completa sobre las habitaciones y servicios, lo que sugiere que cumple en gran medida con las expectativas informativas de los usuarios. Sin embargo, el 42.1% que opina que la información podría ser más detallada señala una oportunidad de mejora para enriquecer el contenido, incorporando detalles adicionales que puedan responder a preguntas frecuentes o necesidades específicas de los usuarios. Esto ayudaría a satisfacer las expectativas de un público más amplio y reforzará la confianza y el interés en los servicios ofrecidos.

14. ¿Cómo califica la calidad visual del sitio web (imágenes, diseño)?



Interpretación. La mayoría de los participantes 57.9% considera que la calidad visual del sitio web es excelente, lo que refleja una fuerte impresión positiva en términos de diseño y elementos visuales. El 42.1% que la calificación como buena también destaca un nivel satisfactorio, pero sugiere que hay margen para perfeccionar ciertos aspectos. Esto podría incluir mejorar la resolución de las imágenes, optimizar el diseño gráfico o incorporar elementos visuales más atractivos para garantizar que todos los usuarios perciban la calidad como sobresaliente.

Cambios en base a los resultados

Con base a los datos obtenidos en la fase de validación para la implementación del presente proyecto se refleja que:

- Los clientes sugieren que, en la **pantalla de inicio**, el mensaje principal podría transmitir un significado más profundo y evocador para los futuros huéspedes. En lugar de utilizar un saludo genérico como "Bienvenido", se propone emplear frases que destaquen la experiencia o los valores de la marca, con el fin de generar un mayor impacto emocional.
- En relación con la **presentación visual**, tanto en la versión de escritorio como en la versión móvil, se observan desajustes en la disposición del texto de bienvenida. Se recomienda considerar el uso del video como elemento principal de la sección inicial, reduciendo su tamaño y eliminando el fondo blanco superpuesto, de modo que el texto se ubique sobre un fondo claro que facilite su lectura.
- Respecto a la **tipografía y los títulos de las secciones**, se identifican diferencias en el estilo entre encabezados como "Limpieza en todas nuestras áreas", "Servicio de salubridad culinaria" y "Hospitalidad integral". Se sugiere unificar el formato y mantener la coherencia visual en todas las páginas para favorecer la consistencia del diseño.
- Asimismo, se señala el uso de **letra itálica** para resaltar fragmentos del texto. Desde una perspectiva de legibilidad y jerarquía visual, se recomienda sustituir este recurso por **negritas**, lo que contribuiría a una lectura más clara y uniforme.
- Finalmente, en la **versión móvil**, se observan superposiciones entre íconos y texto. También se sugiere corregir el término "*Suits*" por "*Suites*" en la sección

correspondiente, a fin de garantizar precisión lingüística y profesionalismo en la presentación.

Mejora del impacto comunicativo en la página de inicio

Antes

Después

Justificación

Según expertos en el área, se realizaron ajustes estratégicos en el diseño y contenido del sitio web para captar mejor la atención de los usuarios y fomentar una exploración más atractiva. Uno de los cambios más relevantes fue la modificación del título principal de "Bienvenido" a "Sumérgete en la experiencia". Este ajuste busca transmitir una invitación más dinámica y envolvente, despertando el interés del usuario desde el primer contacto con el sitio.

Además, entre las retroalimentaciones iniciales, se identificó la necesidad de ajustar el color del texto en la página principal, ya que este no concordaba con el diseño predominante en las demás secciones, donde predomina el color negro. Para garantizar una estética visual coherente y uniforme, se recomienda unificar el color del texto en todas las secciones del sitio web.

Otro punto clave señalado por los expertos fue la importancia de especificar claramente la ubicación del hotel. Se observará que algunos usuarios podrían asumir incorrectamente que se encuentra en la capital. Por ello, se ajustó el texto de bienvenida para incluir explícitamente la ubicación del hotel en el departamento de El Progreso, Guastatoya, asegurando que los usuarios comprendan de inmediata su localización exacta. Estos cambios buscan no solo mejorar la experiencia del usuario, sino también garantizar que la información clave sea clara y accesible.

Modificación de figura de fondo

Antes

Después

Justificación

En la versión móvil se identificó que el fondo detrás del texto no estaba acorde con el diseño general, lo que afectaba la estética y la coherencia visual del sitio. Se recomienda ajustar el fondo para alinearlo con el diseño principal, garantizando una presentación más

uniforme y atractiva en dispositivos móviles, lo cual mejora tanto la experiencia del usuario como la percepción profesional.

Ajustes de diseño en la página de inicio

Antes

Después

Justificación

En la página de inicio se realizaron cambios en las secciones que describen los servicios del hotel y restaurante. Los recuadros se redujeron de tamaño y se reubicaron en un solo lugar para lograr una presentación más estética y ordenada. Además, se ajustó la opacidad del fondo, haciéndolo completamente blanco, con el objetivo de mejorar la visibilidad y proporcionar un diseño más limpio.

Mejora de jerarquía tipográfica

Antes

Un Refugio de Tradición y Comodidad

Casa Vieja Hotel y Restaurante abrió sus puertas en el año 2019 con una visión clara: *ofrecer un espacio donde la tradición y el confort se entrelazaran* para brindar a cada huésped una experiencia inolvidable. Desde el primer día, el equipo de Casa Vieja *se ha comprometido en hacer sentir a sus visitantes como en casa, con un servicio cálido y personalizado.*
Inspirado en la belleza y la tranquilidad de su entorno, Casa Vieja combina la arquitectura tradicional con toques modernos, creando un ambiente acogedor y familiar. Hoy, sigue siendo el lugar *perfecto para quienes buscan relajarse, disfrutar* de la gastronomía local y sumergirse en un entorno que refleja el auténtico espíritu de hospitalidad.

Después

Un Refugio de Tradición y Comodidad

Casa Vieja Hotel y Restaurante abrió sus puertas en el año 2019 con una visión clara: **ofrecer un espacio donde la tradición y el confort se entrelazaran** para brindar a cada huésped una experiencia inolvidable. Desde el primer día, el equipo de Casa Vieja **se ha comprometido en hacer sentir a sus visitantes como en casa, con un servicio cálido y personalizado.**
Inspirado en la belleza y la tranquilidad de su entorno, Casa Vieja combina la arquitectura tradicional con toques modernos, creando un ambiente acogedor y familiar. Hoy, sigue siendo el lugar **perfecto para quienes buscan relajarse, disfrutar** de la gastronomía local y sumergirse en un entorno que refleja el auténtico espíritu de hospitalidad.

Justificación

Se identificó la necesidad de crear un contraste entre tipografías para mejorar la jerarquía visual del texto. Como solución, se recomienda mantener la misma tipografía utilizada, pero aplicarla en negrilla para resaltar palabras clave dentro de los párrafos, facilitando así la lectura y comprensión de la información más relevante.

Corrección de ortografía y estilo

Antes

Después

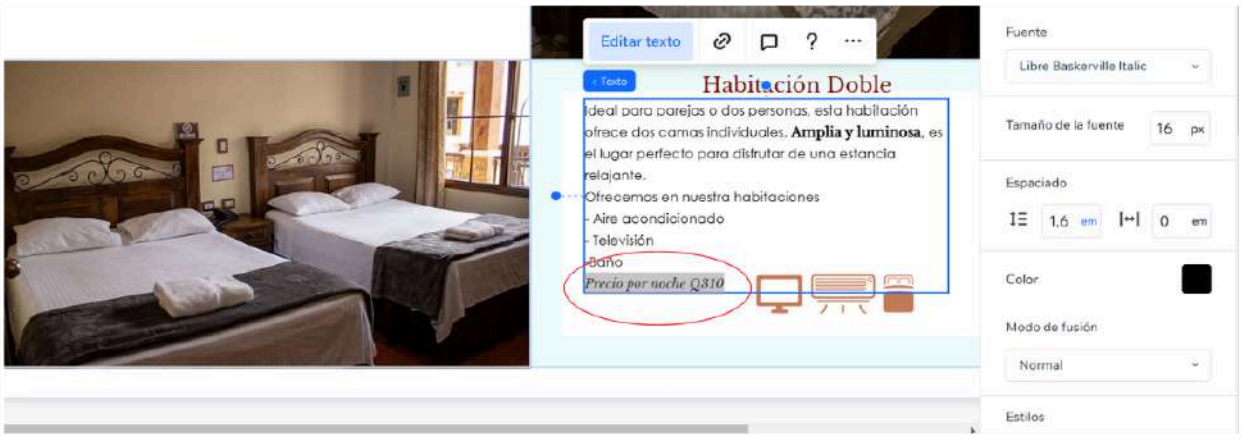
Justificación

Se corrigió el error en la palabra "*suits* matrimonial", reemplazándola por "*suite* matrimonial", que es el término adecuado para referirse a una habitación de hotel destinada a parejas recién casadas. Además, se realizaron ajustes en el párrafo correspondiente,

destacando las palabras clave en negrilla para mejorar la claridad y facilitar la identificación de la información.

Mejora de legibilidad y consistencia tipográfica

Antes



Después

-

Justificación

En este apartado del proyecto, se recomienda sustituir la tipografía itálica por una en estilo negrilla, con el propósito de mejorar tanto la estética como la coherencia visual del

diseño general. Este cambio busca reforzar la legibilidad del texto y transmitir un mensaje más sólido y profesional, alineándose con el resto de los elementos gráficos del sitio.

Además, esta modificación contribuye a unificar la identidad visual del proyecto, asegurando que todos los componentes tipográficos mantengan un equilibrio estético adecuado.

Capítulo IX: Propuesta gráfica final

Capítulo IX: Propuesta gráfica final

El sitio web de Casa Vieja Hotel y Restaurante presenta un diseño visual cálido y acogedor, una medida de 1920px x 1080px, con una estructura bien organizada que resalta la identidad del establecimiento; incluye secciones claves como, inicio, amenidades, conócenos, contacto. Y un diseño que combina tipografías elegantes con colores cálidos y funcionales, asegurando una navegación intuitiva y una experiencia visual coherente y atractiva.

Pieza 1

Página de inicio. Medidas 1920X1080 Pixeles

La página de inicio está dividida en ocho secciones donde invita al usuario a indagar más a fondo del hotel y restaurante, muestra en su inicio las amenidades y los servicios que ofrece.

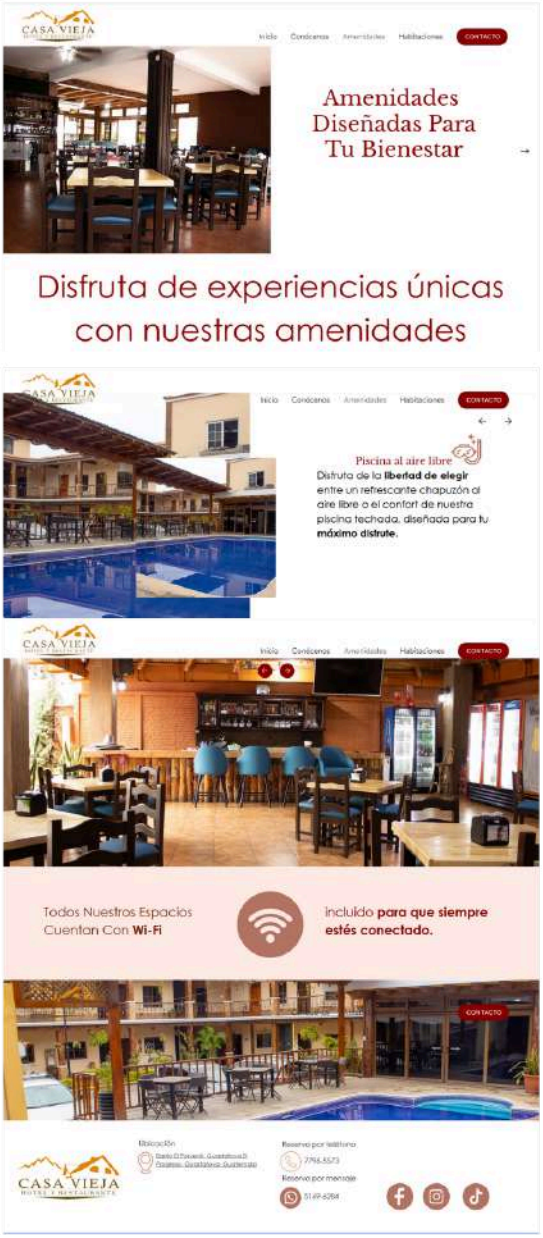
Pieza 2

Página de conócenos. Medidas 1920X1080 Pixeles

La página de inicio está dividida en seis secciones, en la primera parte cuenta a cerca del hotel y restaurante, en el segundo su compromiso de integridad los valores que tiene la empresa, compromiso y promesa y en la última sección la historia del hotel.

Pieza 3

Página de Amenidades. Medidas 1920X1080 Pixeles



La página de inicio está dividida en cinco secciones, muestra fotografías del restaurante, piscinas y bar, junto con descripciones amplias que mencionan los servicios que ofrecen.

Pieza 4

Página de Habitaciones . Medidas 1920X1080 Pixeles

La página de inicio está dividida en cuatro secciones que muestran los tipos de habitaciones que ofrece el hotel y lo que incluye las habitaciones, como televisión, aire acondicionado y para cuántas personas es cada habitación.

Link de propuesta final

https://casaviejaguastatoya.wixstudio.com/my-site-9

Capítulo X: Producción, reproducción y distribución

Capítulo X: Producción, reproducción y distribución

Como parte fundamental para el desarrollo del Diseño de sitio web para dar a conocer los servicios de hospedaje, alimentación y bebidas que ofrece Casa Vieja Hotel y Restaurante, es necesario implementarlo para que la empresa vea las utilidades obtenidas a partir del diseño propuesto.

- Plan de costos de elaboración
- Plan de costos de producción
- Plan de costos de reproducción
- Plan de costos de distribución

Plan de costos de elaboración

El plan de costos de elaboración incluye el desarrollo creativo y la conceptualización del diseño para el sitio web de Casa Vieja Hotel y Restaurante. En esta fase se trabaja en la elaboración del brief del cliente, creación de bocetos iniciales y formales, planificación y organización estructurada del contenido, con el fin de establecer una base sólida para el diseño final.

ELABORACIÓN	CONCEPTO	SEMANA	DÍAS	HORA	TOTAL DE HORAS	COSTO HORAS	COSTO
BRIEF, IDENTICACION DE PROBLEMA Y OBJETIVOS	Los objetivos se plantean para abordar el problema del cliente.	1	4	4	16 horas	Q25.00	Q400.00
MÉTODO Y CONCEPTUZALIZACIÓN	Se desarrolla el sitio web mediante un proceso de conceptualización y análisis, seleccionando tipografías, colores e íconos que definen su estilo.	1	3	4	12 horas	Q25.00	Q300.00
CREACION DE BOCETOS INICIALES Y FORMALES, WIREFRAME, ASSETS Y DIAGRAMA DE FLUJO DE NAVEGACIÓN	Se crea las gráficas del sitio web, junto con un diagrama estructurado que incluye un diagrama de flujo de navegación para optimizar.	1	4	4	16 horas	Q25.00	Q400.00
PLANIFICACIÓN DE CONTENIDO E INFORMACIÓN	Se organiza y estructura el contenido que representa al hotel, asegurando que los visitantes puedan conocer sus servicios y características a través de videos, imágenes e información detallada. Este contenido será planificado para ofrecer una experiencia completa en la web, destacando los valores y la esencia del hotel.	2	4	4	16 horas	Q25.00	Q400.00
					TOTAL DE COSTO		Q1,500.00

Plan de costos de producción

La producción del sitio web de Casa Vieja Hotel y Restaurante abarca todos los elementos técnicos y visuales necesarios para su creación. Esto incluye el diseño de la interfaz, el uso de herramientas de software como Adobe para la edición de imágenes, vídeos y otros recursos gráficos, y la personalización de la plataforma Wix.

Asimismo, contempla el proceso de digitalización, que incluye la optimización e integración de íconos, imágenes y demás elementos visuales en el entorno digital del sitio. Además, se consideran fases clave como la propuesta preliminar y la propuesta final, asegurando que cada recurso y etapa estén orientados a ofrecer una experiencia de usuario óptima y una representación visual atractiva y profesional del establecimiento.

PRODUCCIÓN	CONCEPTO	SEMANA	DÍAS	HORA	TOTAL DE HORAS	COSTO HORAS	COSTO
DISEÑO Y DESARROLLO INTERFAZ	-Creación de identidad visual e identidad gráfica. -Diseño de la interfaz y experiencia de usuario (UI/UX) -Diseño Responsivo en dispositivos	1	4	6	24 horas	Q25.00	Q600.00
PROPUESTA PRELIMINAR	Aquí se presenta un primer prototipo o maqueta del sitio web para evaluar el diseño de la interfaz y la estructura general.	1	5	6	30 horas	Q25.00	Q750.00
DESARROLLO DEL SITIO WEB	Construcción de la interfaz final, con adaptación a dispositivos móviles y efectos de interacción.	2	4	6	24 horas	Q25.00	Q600.00
DIGITALIZACIÓN DE CONTENIDOS	Se optimizan y preparan elementos visuales como imágenes, vídeos, iconos y gráficos personalizados para su integración al sitio web.	1	5	6	30 horas	Q25.00	Q750.00
PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS	Creación y ajuste de descripciones, palabras clave (SEO) y edición de fotos/videos que armonicen con el diseño.	1	4	6	24 horas	Q25.00	Q600.00

PRODUCCIÓN	CONCEPTO	SEMANA	DÍAS	HORA	TOTAL DE HORAS	COSTO HORAS	COSTO
PROPUESTA FINAL	Se presenta el producto terminado, con la estructura completa, los ajustes finales y pruebas de funcionalidad realizadas.	3	7	6	24 horas	Q25.00	Q600.00
LICENCIAS Y HERRAMIENTAS	Adquisición de software como Adobe Photoshop y Premiere, necesarios para la edición de recursos visuales y gráficos.	1	5	6	0	Q25.00	Q0.00
COSTO DE PLATAFORMAS Y ALOJAMIENTO	Configuración y pago del hosting, dominio y plataforma Wix para la publicación del sitio web.	1	5	6	30 horas	Q25.00	Q750.00
ACTIVOS PERSONALIZADOS	Diseño e integración de elementos gráficos específicos como iconos, ilustraciones y fotografías finales.	1	5	6	30 horas	Q25.00	Q750.00
					TOTAL DE COSTO		Q 5,400.00

Plan de costos de reproducción

Contempla todos los procesos necesarios para asegurar el funcionamiento óptimo y continuo del sitio web. Esto incluye el dominio web y el alojamiento (*hosting*) , que permiten que el sitio esté en línea y accesible. Además, se realizan pruebas de rendimiento y optimización para garantizar la velocidad y compatibilidad en distintos dispositivos. También se incluye la actualización de complementos y software para mantener el sitio funcional y seguro, así como el monitoreo de análisis web mediante herramientas que permiten medir el tráfico y comportamiento del usuario. Finalmente, el mantenimiento del sitio asegura actualizaciones periódicas y soporte técnico, lo cual es clave para una experiencia fluida y eficiente para los usuarios.

REPRODUCCIÓN	CONCEPTO	PLAZO	PRECIO	COSTO
DOMINIO WEB	Costo anual del dominio (www.casaviejahotel)	1 año	Gratis	Q0.00
ALOJAMIENTO WEB (HOSTING)	Costo donde el sitio web estará alojado	1mes	$12	Q96.00
PRUEBAS DE RENDIMIENTO Y OPTIMIZACIÓN	Realización de pruebas de carga, velocidad y compatibilidad del sitio web en distintos dispositivos y navegadores.	1 semana	Q250.00	Q250.00
ACTUALIZACIÓN DE COMPLEMENTOS Y SOFTWARE	Monitoreo y actualización de herramientas o complementos utilizados en el sitio web para asegurar su correcto funcionamiento.	1 año	Q200.00	Q200.00
MONITOREO DE ANALÍTICA WEB	Configuración y seguimiento de herramientas como Google Analytics para medir el tráfico, comportamiento del usuario y rendimiento del sitio.	1 año	Q200.00	Q300.00
MANTENIMIENTO DEL SITIO	Soporte técnico mensual y actualizaciones de contenido necesarias.	1 año	$144	Q1,152.00
			TOTAL DE COSTO	Q1,998.00

Plan de costos de distribución

El plan de distribución del sitio web define los canales estratégicos para maximizar su alcance, incluyendo redes sociales y motores de búsqueda. También contempla el uso de recursos clave, como campañas publicitarias, para aumentar la visibilidad y atraer más tráfico.

DISTRIBUCIÓN	CONCEPTO	PLAZO	PRECIO	COSTO
PUBLICIDAD EN GOOGLE ADS	Anuncios pagados para mejorar la visibilidad del sitio en motores de búsqueda.	3 meses	$150.00	Q1,200.00
CAMPAÑAS EN REDES SOCIALES	Publicidad en redes sociales (Facebook, Instagram, etc.) dirigida a atraer más visitantes al sitio.	3 meses	Q1500.00	Q4,500.00
PROMOCION EN PLATAFORMAS DE VIAJES	Publicación del sitio web en plataformas como Booking.com.	1promoción	Q250.00	Q250.00
PUBLICACION EN BLOG ESPECIALIZADO	Artículo promocional sobre el hotel en blogs de turismo o de interés local para captar nuevos visitantes.	1 blog	Q200.00	Q200.00
			TOTAL DE COSTO	Q6,150.00

Cuadro con resumen general de costos

CUADRO CON RESUMEN GENERAL DE COSTOS	COSTO
ELABORACIÓN	Q1,500.00
PRODUCCIÓN	Q5,400.00
REPRODUCCIÓN	Q1,998.00
DISTRIBUCIÓN	Q6,150.00
SUBTOTAL	Q15,048.00
MARGEN DE UTILIZAD 20% X0.20	Q3,009.60
SUBTOTAL	Q18,057.60
IVA 12% X0.12	Q2,166.91
GRAN TOTAL	Q20,224.51

Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones

Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones

En conclusión, se desarrolló el diseño de un sitio web con el propósito de dar a conocer los servicios de hospedaje, alimentos y bebidas que ofrece Casa Vieja Hotel y Restaurante. Para ello, se recopiló información a partir del *brief* proporcionado por el cliente, lo que permitió estructurar los contenidos y presentar los servicios de manera visualmente atractiva y comunicativamente efectiva.

Se investigaron las mejores prácticas y tendencias actuales en diseño web, las cuales se aplicaron con el fin de optimizar la funcionalidad del sitio y mejorar la experiencia visual del usuario. Asimismo, se elaboraron diagramaciones y composiciones que favorecen la navegación y la comprensión de la información.

Finalmente, se diseñó una interfaz intuitiva y responsiva que refleja la identidad visual de la marca, garantizando coherencia estética, fluidez en la interacción y una experiencia consistente en distintos dispositivos digitales.

Recomendaciones

Se recomienda implementar un plan de mantenimiento continuo para el sitio web, que contemple actualizaciones y revisiones regulares. Esta práctica permitirá garantizar la adaptación del sitio a los avances tecnológicos y propiciar una mejora constante de la experiencia del usuario, manteniendo la plataforma funcional y competitiva.

Asimismo, resulta fundamental optimizar el posicionamiento SEO de manera permanente, con el propósito de mejorar la visibilidad del sitio en los motores de búsqueda. Esta acción facilitará la adaptación de las estrategias digitales ante los cambios en los algoritmos y las tendencias del entorno, asegurando un posicionamiento eficaz y sostenido.

De igual manera, se sugiere monitorear de forma sistemática las métricas clave del sitio web, tales como la tasa de conversión, el tiempo de permanencia y la velocidad de carga. Para ello, es importante establecer indicadores claros y flexibles que orienten el análisis de datos y sustenten la toma de decisiones orientadas a la mejora continua.

También se propone evaluar la incorporación de nuevas tecnologías, como la inteligencia artificial o los asistentes virtuales, con el fin de optimizar la experiencia del usuario y la operatividad del sitio. Estos avances deben analizarse cuidadosamente para determinar su viabilidad y el impacto positivo que podrían aportar al desempeño general del proyecto digital.

Finalmente, se recomienda ampliar los canales de distribución y promoción mediante el aprovechamiento de redes sociales emergentes y otras plataformas digitales. Del mismo modo, resulta conveniente ajustar las estrategias de marketing digital para atraer nuevos segmentos de mercado y fortalecer la presencia en línea, maximizando el alcance y la efectividad de las campañas.

Capitulo XII: Conocimiento general

Demostración de conocimientos.

La integración multidisciplinaria de conocimientos aplicados al desarrollo del proyecto refleja el uso de herramientas claves y estrategias comunicativas para alcanzar los objetivos planteados. Cada apartado presentado destaca habilidades técnicas y creativas necesarias para la creación de un sitio web profesional y funcional.

En primer lugar, los conocimientos técnicos comprenden el manejo de software especializado, como Adobe Illustrator, Photoshop, Premiere y Adobe XD, los cuales permitieron la creación de recursos visuales y funcionales con alta calidad. Asimismo, el uso adecuado de la cámara y la configuración técnica del sitio web facilitarán la transmisión de la identidad del hotel y restaurante mediante imágenes y videos de alta resolución.

En segundo lugar, se incluyen aspectos relacionados con la comunicación visual y estratégica, como la lógica para el diseño, la comunicación audiovisual y corporativa, y la escritura creativa. Estos elementos garantizan la coherencia entre los valores de la marca y el mensaje transmitido al público objetivo, asegurando que los contenidos visuales y textuales sean atractivos y persuasivos.

Finalmente, la aplicación de fundamentos de diseño gráfico permitió estructurar el contenido de manera organizada, lo que contribuyó a una experiencia de usuario intuitiva y funcional. La planificación estratégica, basada en principios de diseño gráfico, aseguró un equilibrio entre la estética y la funcionalidad del sitio web.

Demostración de conocimiento

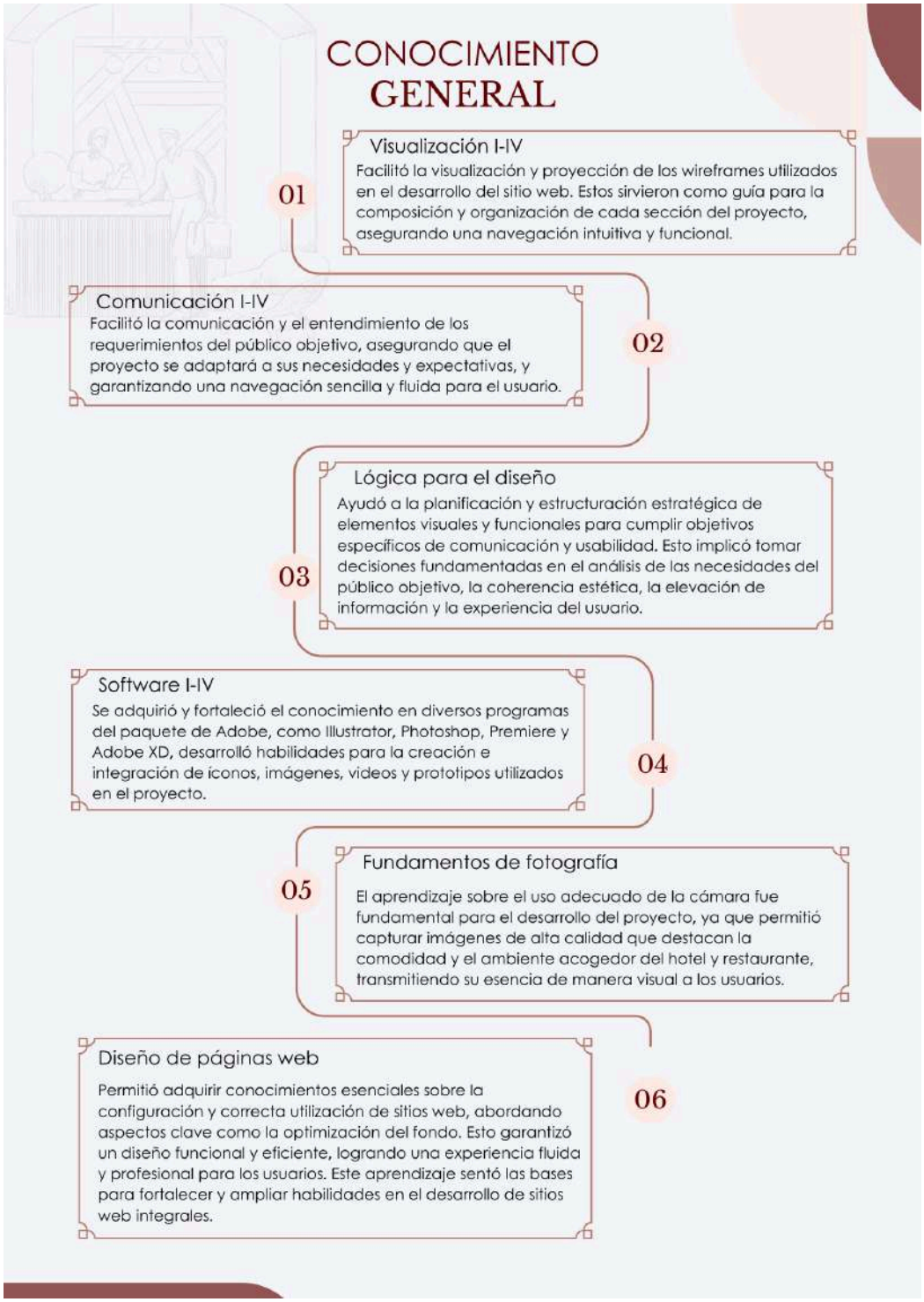


Figura 38. Realizada por Lidia Raquel Natareno Iglesias. Conocimiento General. Se demuestra todos los conocimientos adquiridos durante los cuatro años de carrera.

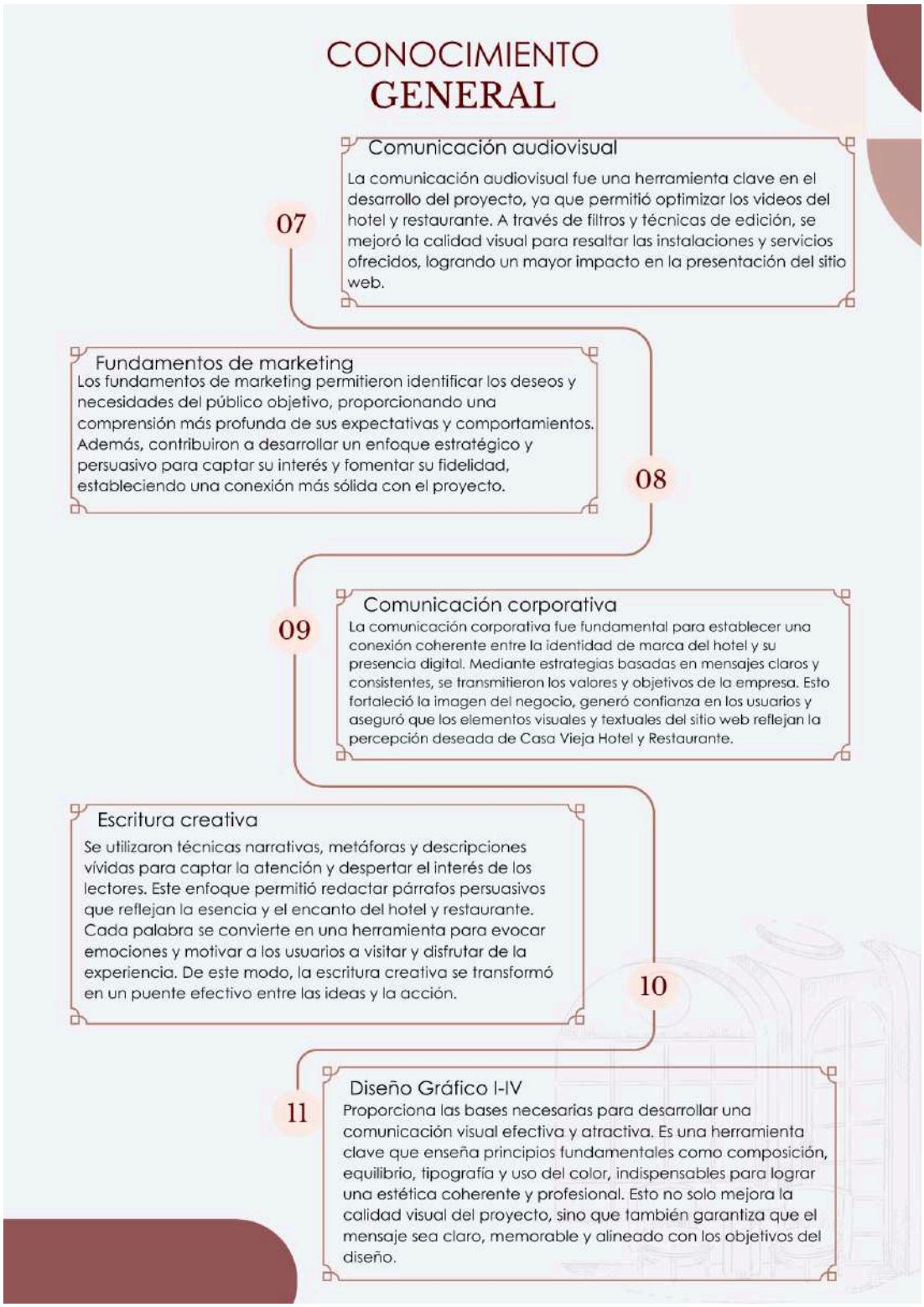


Figura 39. Realizada por Lidia Raquel Natareno Iglesias. Conocimiento General. Se demuestra todos los conocimientos adquiridos durante los cuatro años de carrera.

Capítulo XIII: Referencias

Capítulo XIII: Referencias

A

Adsmurai. (s. f.). ¿Qué es el diseño responsive? Recuperado el 8 de diciembre de 2024, de https://www.adsmurai.com/es/articulos/dise%C3%B1o-responsive-la-clave-para-una-experiencia-de-usuario-perfecta-en-todos-los-dispositivos

Amenitiz. (2023, 27 de abril). *Descubre los 7 tipos de habitaciones de un hotel: cómo maximizar su potencial.* https://amenitiz.com/es/blog/tipos-y-caracteristicas-de-habitaciones-de-hotel/

Arduser, L., & Arduser, G. (2005). *The encyclopedia of restaurant forms.* Atlantic Publishing. Arriba España. (s. f.). *Comunicación de marca.* https://www.up-spain.com/blog/comunicacion-marca/

Asociación de Antropología del Estado Español (ASAEE). (s. f.). *¿Qué es la antropología?*

https://asaee-antropologia.org/antropologia/que-es-la-antropologia/

B

Bono, E. de. (1970). El pensamiento lateral. Harper & Row.

Berger, J. (2008). Formas de ver. Penguin Books.

Barten, M. (2023, julio 8). *Significado de la hospitalidad: comprensión de la industria de la hospitalidad.* Revfine.com. https://www.revfine.com/es/hospitalidad-significado/

C

Castells, M. (2009). Comunicación y poder. Alianza Editorial.

Capa de Ventas. (s. f.). *La revolución de lo diminuto: microinteracciones en experiencia de usuario.* Recuperado el 8 de diciembre de 2024, de https://blog.saleslayer.com/es/la-revolucion-de-lo-diminuto-microinteracciones-en-experiencia-de-usuario

Coppola, M. (2024, diciembre 5). *Qué es un sitio web, para qué sirve y cuáles son sus elementos.* HubSpot.

https://blog.hubspot.es/website/que-es-sitio-web

Concepto.de. (s. f.). *Fotografía.* Recuperado el 8 de diciembre de 2024, de https://concepto.de/fotografia/

Concepto.de. (s. f.). *Limpieza.* Recuperado el 8 de diciembre de 2024, de https://concepto.de/limpieza/

Concepto.de. (s. f.). *Medios de comunicación.* Recuperado el 8 de diciembre de 2024, de

https://concepto.de/medios-de-comunicacion/

Concepto.de. (s. f.). *Servicio.* Recuperado el 8 de diciembre de 2024, de https://concepto.de/servicio/

Concepto.de. (s. f.). *Teoría del color.* Recuperado de https://concepto.de/teoria-del-color/

Coursera. (2023, octubre 24). ¿Qué es el diseño de interfaz de usuario? https://www.coursera.org/mx/articles/ui-design

D

Definición.de. (2021, enero 8). Estacionamiento. https://definicion.de/estacionamiento/

Definición.de. (2009, septiembre 18). Hotel. https://definicion.de/hotel/

Detail. (s. f.). El poder de la simplicidad en el desarrollo de software. Recuperado el 8 de diciembre de 2024, de https://latam.intothebox.org/into-the-box/sessions/detail?slug=sessions/el-poder-de-la-simplicidad-en-el-desarrollo-de-software

E

Eustat. (s. f.). Definición de habitación. Recuperado el 7 de diciembre de 2024, de https://www.eustat.eus/documentos/elem_1723/definicion.html

F

Frascara, J. (2006). Diseño gráfico y comunicación. Ediciones Infinito.

Farías, G. (s. f.). Medios de comunicación: Qué son, tipos y su importancia. Recuperado el 8 de diciembre de 2024, de https://concepto.de/medios-de-comunicacion/

Fogg, B. J. (2002). Persuasive technology: Using computers to change what we think and do. Morgan Kaufmann.

G

Garrett, J. J. (2011). Los elementos de la experiencia del usuario: Diseño centrado en el usuario para la web y más allá (2.ª ed.). New Riders.

Gómez, D. (2023, junio 27). Qué es el feedback, para qué sirve, tipos e implementación. HubSpot. https://blog.hubspot.es/service/que-es-feedback

Grachiano. (2024, septiembre 18). La importancia de la consistencia visual en el diseño de interfaces multiplataforma. La Divina Proporción. https://ladivinaproporcion.es/la-importancia-de-la-consistencia-visual-en-el-diseno-de-interfaces-multiplataforma/

Gutiérrez, A., & Gutiérrez, D. (2017). Manual de diseño web: Arquitectura, usabilidad y SEO. Ediciones U.

H

HubSpot. (s. f.). Arquitectura de la información. Recuperado el 8 de diciembre de 2024, de

https://blog.hubspot.es/

I

Internet - Qué es, características, historia y usos. (s. f.). Recuperado el 8 de diciembre de 2024, de

https://concepto.de/internet/

J

K

Kahneman, D. (2011). Pensar rápido, pensar despacio. Farrar, Straus and Giroux.

Kinsta. (s. f.). Diseño responsive vs adaptativo: ¿Cuál es el mejor para tu web? Recuperado el 8 de diciembre de 2024, de

https://kinsta.com/es/blog/responsive-vs-adaptive/

Kyrnin, J. (2019). HTML y CSS: Guía completa para el diseño web moderno. Pearson.

L

Lacalle, E. (2024, junio 19). 15 tipos de habitación que puedes encontrar en los hoteles. Mews.

https://www.mews.com/es/blog/distintos-tipos-de-habitacion

LinkedIn. (2023, septiembre 15). ¿Cómo puede mejorar la legibilidad y la estética del diseño web usando el espacio en blanco y la alineación?

https://www.linkedin.com/advice/

Lidwell, W., Holden, K., & Butler, J. (2010). Principios universales del diseño. Rockport Publishers.

M

Meggs, P. B., & Purvis, A. W. (2016). Historia del diseño gráfico (6.ª ed.). Wiley. ISBN 9781118772050

Modesto, J. (2018). Introducción al diseño UX. Anaya Multimedia.

Moloney, K. (2000). Re-thinking public relations: The spin and the substance. Routledge**.**

O

P

Panamerican LATAM. (s. f.). Andragogía con mentes creativas.

https://panamericanlatam.com/andragogia-con-mentes-creativas/

Psicología y Mente. (s. f.). Teoría de la Gestalt: Qué es y cuáles son sus principios básicos. Recuperado de

https://psicologiaymente.com/psicologia/teoria-gestalt

Psicología y Mente. (s. f.). Teoría de la carga cognitiva de John Sweller. Recuperado de

https://psicologiaymente.com/psicologia/teoria-carga-cognitiva-john-sweller

Proofpoint. (2023, junio 2). ¿Qué es el WiFi? https://www.proofpoint.com/es/threat-reference/wifi

Psicología del color: significado y curiosidades de los colores. Psicología y Mente. https://psicologiaymente.com/psicologia/psicologia-color-significado

Psicología de la Comunicación. https://www.udima.es/psicologia-comunicacion-periodismo

Q

R

RAE. (s. f.). Salubridad. Recuperado el 8 de diciembre de 2024, de https://dle.rae.es/salubridad

RNO-ITS. (s. f.). Diseño centrado en el usuario. https://rno-its.pia.org/es/sistemas-y-estandares/diseno-centrado-en-el-usuario

S

Scolari, C. A. (2015). Narrativas transmedia: Cuando todos los medios cuentan. Deusto. ISBN 9788423421277

Santos, D. (2023, junio 6). Qué es el diseño gráfico, para qué sirve y ejemplos. HubSpot.

https://blog.hubspot.es/marketing/diseno-grafico

SEMrush. (s. f.). Usabilidad web: Los principios de Jakob Nielsen. Recuperado el 8 de diciembre de 2024, de

https://es.semrush.com/blog/

Stickdorn, M., & Schneider, J. (2012). This is service design thinking. BIS Publishers.

T

Tito. (2024, febrero 29). Jerarquía visual: ¿qué es y cómo aplicarla bien? T-ink. https://factoriadecolor.es/jerarquia-visual/

Torresburriel. (s. f.). Iconografía en sistemas de diseño. Recuperado el 8 de diciembre de 2024, de

https://torresburriel.com/weblog/iconografia-en-sistemas-de-diseno/

U

UNIR. (s. f.). Comunicación visual. Recuperado de

https://www.unir.net/revista/

UNIR. (s. f.). Escritura creativa. Recuperado de

https://peru.unir.net/

Universidad Areandina. (2025, abril 3). Qué hace un sociólogo y cuál es su función en la sociedad.

https://www.areandina.edu.co/blogs/que-hace-un-sociologo

X

Xotels. (s. f.). Tipos de habitaciones en hoteles. Recuperado el 7 de diciembre de 2024, de

https://www.xotels.com/es/glosario/tipo-de-habitacion

Capítulo XIV: Anexos y Tablas

Capítulo XIV: Anexos

Anexo 1: Gráfica de magnitud

La *Tabla de Magnitud* organiza la información desde lo más general hasta lo más específico. En este caso, inicia con la población general de Guatemala, luego se reduce a la Guastatoya el Progreso y finalmente a la zona donde está ubicado Casa Vieja Hotel y Restaurante, para identificar con precisión el entorno y público objetivo real del negocio.

Anexo 2: Brief del cliente

Brief

Es un documento escrito que debe contener toda la información necesaria para el desarrollo del proyecto de graduación. Este instrumento sirve como plataforma para definir los objetivos de mercado y de comunicación que requiere la organización.

Datos del estudiante

Nombre del estudiante	Lidia Raquel Natareno Iglesias
No de Carné	21005085
Teléfono	49334175
E-mail	lidiaraquel.iglesias@galileo.edu
Proyecto	Diseño de sitio web para dar a conocer los servicios de hospedaje y alimentos y bebidas que ofrece Casa Vieja Hotel y Restaurante.

Datos del cliente

Empresa	Casa Vieja Hotel y Restaurante
Nombre del cliente	Marleny Lima
Teléfono	59125592
E-mail	hotel.restaurantecasavieja@gmail.com
Antecedentes	Casa Vieja Hotel y Restaurante fue fundado en el año 2019 en Guastatoya, El Progreso, con el propósito de ofrecer un espacio acogedor que combine tradición y modernidad. Desde su apertura, se ha distinguido por brindar servicios de calidad, habitaciones cómodas y una propuesta gastronómica que resalta los sabores locales. Su enfoque en la hospitalidad y la satisfacción del cliente lo ha consolidado como un destino preferido tanto para turistas como para locales en la región.
Oportunidad identificada	La oportunidad identificada para Casa Vieja Hotel y Restaurante radica en fortalecer su reputación en línea mediante la creación de un sitio web. Este permitirá consolidar su presencia digital, facilitando a los clientes el acceso a información clave sobre sus servicios de hospedaje y restaurante. Además, el sitio web funcionará como una herramienta estratégica para atraer nuevos clientes, mejorar la interacción con el público objetivo y destacar los valores y la calidad que caracterizan al establecimiento.

Datos de la empresa

Misión	En Casa Vieja Hotel y Restaurante nos comprometemos a ofrecer una experiencia única a nuestros huéspedes, a través de nuestro servicio excepcional, ambiente acogedor y cocina de alta calidad, buscamos ser reconocido como el destino preferido para quienes buscan relajarse, disfrutar deliciosos platillos y crear recuerdos memorables, nos esforzamos por superar las expectativas de nuestros clientes en cada interacción, con un enfoque a la excelencia y satisfacción total.
Visión	En Casa Vieja Hotel y Restaurante nuestra visión es destacar como líder en la industria hotelera y gastronómica, reconocidos por nuestra calidad excepcional, Buscamos convertirnos en el destino preferido para las familias, turistas y viajeros tanto nacionales como internacionales, Nos esforzamos por innovar constantemente, mantener los más altos estándares de servicios y convertirnos en un punto de referencia en hospitalidad, comodidad, gastronomía. Nuestro deber principal es ofrecer un servicio admirable que supere las expectativas de nuestros huéspedes en cada visita.
Delimitación geográfica	Guastatoya, El Progreso
Grupo objetivo	Personas 25-50 años,
Principal beneficio al Grupo Objetivo	Tener acceso a información clara, detallada y atractiva sobre los servicios ofrecidos por Casa Vieja Hotel y Restaurante, como opciones de hospedaje, gastronomía y amenidades. Esto les permite tomar decisiones informadas al planificar su estadía o visita, disfrutar de una experiencia personalizada y cómoda, y conectarse con un establecimiento que refleja calidez, confianza y profesionalismo, ya sea de forma presencial o a través de su sitio web.
Competencia	1. Hotel Israel 2. Hotel donde pilo 3. Hotel Santa Fe 4. Hotel Mi Casita n0 1 5. Hotel y Restaurante Villa Catalán 6. Hotel y Restaurante Santa Luisa
Posicionamiento	Se centra en ser un destino que combina tradición y modernidad, ofreciendo servicios de hospedaje y gastronomía de alta calidad en un ambiente cálido y acogedor. Su propuesta se distingue por brindar comodidad, hospitalidad y una experiencia personalizada para los huéspedes, posicionándose como una opción preferida tanto para turistas como para locales en Guastatoya, El Progreso.
Factores de diferenciación	Es la combinación de un ambiente tradicional y moderno que refleja la esencia local de Guastatoya, El Progreso, con servicios de calidad como una gastronomía que resalta sabores regionales y habitaciones diseñadas para brindar comodidad y calidez.
Objetivo de mercado	El objetivo es captar a personas que buscan comodidad, buena gastronomía y un lugar que combine tradición y modernidad en sus servicios de hospedaje y restaurante.
Objetivo de comunicación	La comunicación debe resaltar la calidez del servicio, los valores de la marca y la experiencia única que ofrece, utilizando canales digitales y tradicionales para llegar a su público objetivo.
Mensaje clave a comunicar	Casa Vieja Hotel y Restaurante , donde la comodidad, la hospitalidad y la gastronomía se unen para ofrecerte una experiencia inolvidable.

Estrategia de comunicación	Presencia digital sólida: Utilizar un sitio web atractivo y funcional como centro de la estrategia.
Reto del diseñador	Crear un diseño que refleje la esencia de Casa Vieja Hotel y Restaurante , transmitiendo al mismo tiempo calidez, confianza y profesionalismo. El sitio web debe ser visualmente atractivo, fácil de navegar y funcional en todos los dispositivos.
Trascendencia	La creación del sitio web y las estrategias de comunicación tendrán un impacto significativo al posicionar a Casa Vieja Hotel y Restaurante como un referente en la región. Esto fortalecerá su reputación, aumentará su alcance a nuevos clientes y contribuirá al crecimiento del turismo local en Guastatoya, El Progreso .
Materiales a realizar	Sitio web: Página optimizada con secciones clave como inicio, habitaciones, amenidades, contacto. Fotografías y vídeos: Contenido de alta calidad de las instalaciones y servicios para utilizar en todos los canales de comunicación. Material gráfico: Íconos, elementos visuales coherentes con la identidad del sitio web.
Presupuesto	----------

Datos de la imagen gráfica

Logotipo	CASA VIEJA HOTEL Y RESTAURANTE
Colores	Tonos cálidos como naranjas y cafés
Tipografía	Guilt es una fuente con serifas que combina características modernas y clásicas
Forma	Triángulos, cuadrados

Fecha: 31 de mayo 2024

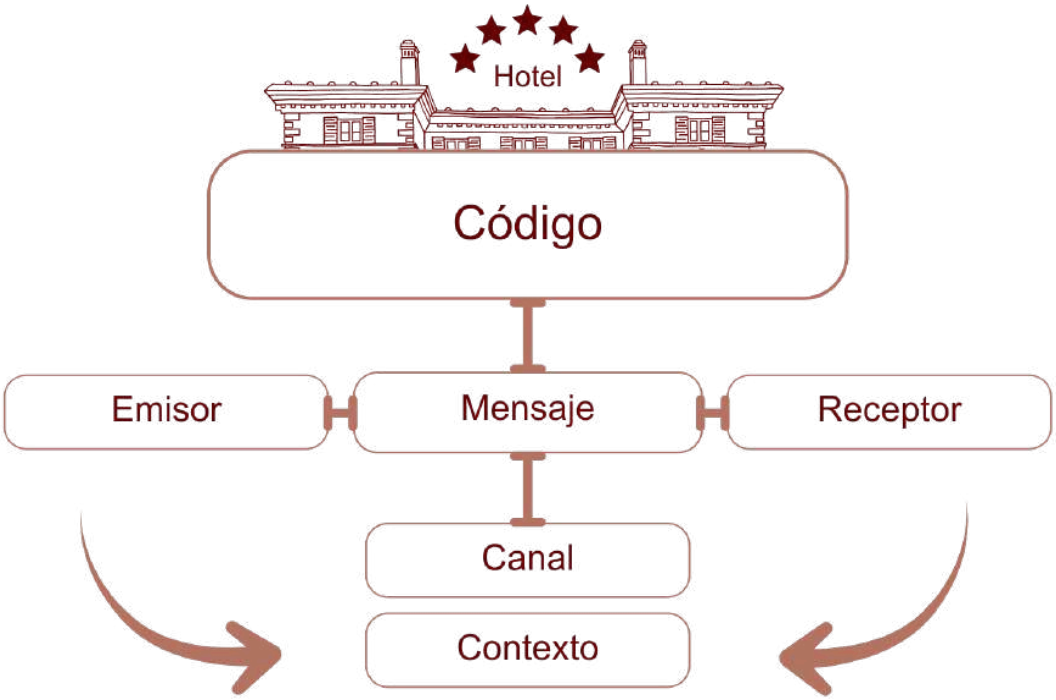
El brief presenta quién es la empresa o cliente y cuáles son sus requerimientos de comunicación y diseño. Ofrece una descripción breve pero significativa para el diseñador, incluyendo su misión, visión y los principales elementos de su identidad gráfica.

Anexo 3: Tabla de Niveles Socioeconómicos

CARACTERISTICAS	NIVEL A	NIVEL B	NIVEL C1	NIVEL C2	NIVEL C3	NIVEL D1	NIVEL D2	NIVEL E
Ingresos	+ de Q100,000.00	Q61,200.00	Q25,600.00	Q17,500.00	Q11,900.00	Q7,200.00	Q3,400.00	- de Q1,00.00
Educación padres	Superior, Licenciatura, Maestria, Doctorado	Superior, Licenciatura, Maestria, Doctorado	Superior, Licenciatura,	Superior, Licenciatura,	Licenciatura	Media completa	Primaria completa	Sin estudios
Educación hijos	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U del extranjero	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U local, post grado extranjero	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas y post grado extranjero con beca	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas o estatal	Hijos menores es cuelas, mayores en U estatal	Hijos en escuela	Hijos en escuela	Sin estudios
Desempeño	Propietario, Director Profesional exitoso	Empresario, Ejecutivos de alto nivel, Profesional, Comerciantes	Ejecutivo medio, comerciante, vendedor	Ejecutivo, comerciante, vendedor, dependiente	Comerciante, vendedor, dependiente	Obrero, dependiente	Obrero, dependiente	Dependiente o sujeto de caridad
Vivienda	Casa/departamento de lujo, en propiedad, 5-6 recámaras, 4 a 6 baños, 3-4 salas, pantry, alacena, estudios area de servicio separada, garage para 5-6 vehículos	Casa/departamento de lujo, en propiedad, financiado, 3-4 recámaras, 2-3 baños, 2 salas, pantry, alacena, 1 estudio area de servicio separada, garage para 2-4 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio area de servicio, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala,	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1 baños, sala	Casa/cuarto rentado, 1-2 recámaras, 1 baños, sala-comedor	Casa improvisada o sin hogar
Otras propiedades	Fincas, casas de descanzo en lagos, mar, Antigua, con comodidades	Sitios/terrenos condominios cerca de costas	Sitios/terrenos interior por herencias					
Personal de servicio	Personal de planta, en el hogar, limpieza, cocina, jardín, seguridad y chofer	1-2 personas de tiempo completo, chofer	Por día	Por día, eventual	Eventual			
Servicios financieros	3-4 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC intl, Seguros y ctas en US$	2-3 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC intl, Seguros y ctas en US$	1-2 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, 1-2 TC intl, Seguro colectivo salud	1 cta Q monetarios y ahorro, 1 TC local	1 cta Q ahorro, TC local	cta Q ahorro		
Posesiones	Autos del año, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, Lancha, moto acuatica, moto, helicoptero-avion-avioneta	Autos de 2-3 años, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, moto	Autos compactos de 3-5 años, asegurados por Financiera	Auto compacto de 4-5 años, sin seguro	Auto compacto de 8-10 años, sin seguro	moto, por trabajo		
Bienes de comodidad	3 tel minimo, cel cada miembro de la familia, Tv satelital, Internet de alta velocidad, 2 o + equipos de audio, 3-5 TV, maquinas de lavar y secar platos, ropa, computadoras/miembro, seguridad domiciliar, todos los electrodomesticos. Todos los servicios de Internet.	2 tel minimo, cel cada miembro de la familia, TV satelital, internet de alta velocidad, 2 equipos de audio, 3 TV, maquinas de lavar y secar platos ropa, computadora, internet porton eléctrico y todos los electrodomesticos. Todos los servicios de Internet.	1 teléfono, 1-2 celulares, cable, internet, equipo de audio, más de 2 TV, maquina de lavar ropa, computadora/miembro electrodomésticos básicos.	1 teléfono fijo, minimo, 1-2 cel, cable, radio, 2 TV, electrodomésticos básicos	1 teléfono fijo, celular cada miembro mayor, cable, equipo de audio, TV, electrodomésticos básicos	1 cel, cable, radio, TV, electrodomésticos básicos	1 cel, radio, TV, estufa	Radio, cocina de leña.
Diversión	Clubes privados, vacaciones en el exterior.	Clubes privados, vacaciones en el interior o exterior	Cine, CC, parques temáticos locales,	Cine, CC, parques temáticos locales,	Cine eventual, CC, parques, estadio	CC, parques, estadio	Parques	

Tabla de Niveles socioeconómicos NSE 2028.Tabla de clasificación que se utiliza para agrupar a la población guatemalteca basándose en sus ingresos, nivel educativo, condiciones de vivienda, bienes poseídos y forma de vida, fundamentado en los parámetros revisados en 2018.

Anexo 4: Esquema de proceso de comunicación



Esquema de Comunicación. Elaborado por Lidia Raquel Natareno Iglesias. Presenta de forma visual cómo se desarrolla el proceso comunicativo dentro del entorno hotelero, mostrando los elementos que intervienen como recepción, huéspedes, servicios y canales internos y cómo se relacionan entre sí para garantizar que la información fluya correctamente, permitiendo que cada mensaje sea transmitido, recibido y comprendido con claridad durante la experiencia del cliente.

Anexo 5: Investigación de tendencias

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Licda. Ana Gabriela Cabrera Conde

Investigación Tendencias de Diseño 2025

ELABORADO POR:

Lidia Raquel Natareno Iglesias

Carné: 21005085

Nueva Guatemala de la Asunción

Introducción

El análisis realizado sobre las tendencias de diseño web en 2025 permitió comprender de manera integral la evolución actual del entorno digital y las características que definen a los proyectos más relevantes de este año. A partir de la recopilación de información teórica y práctica, fue posible identificar los estilos, tecnologías y

enfoques que predominan en la industria, así como la importancia de entender qué es una tendencia y cómo esta influye en los procesos creativos. Además, la elaboración de un tablero visual facilitó la representación concreta de cada tendencia estudiada, fortaleciendo la comprensión y aplicación de estos recursos en futuros desarrollos. Las siguientes conclusiones sintetizan los hallazgos más relevantes obtenidos durante la investigación.

Objetivos

Objetivo General

Investigar las tendencias más relevantes del diseño web en 2025, identificando sus puntos fuertes, estilos y tecnologías más utilizadas.

Objetivos Específicos

1. Recopilar información acerca del concepto de tendencia y así proporcionar una base sólida para el desarrollo de la investigación.
2. Investigar las tendencias más populares del 2025 para conocer a profundidad los estilos más utilizados y saber cómo ponerlos en práctica.
3. Ilustrar cada una de las tendencias investigadas a través de un tablero de tendencias para proporcionar ejemplos visuales de éstas y así establecer una idea más clara de cómo ponerlas en práctica.

Diseño responsivo

Es un enfoque que permite que un sitio web se ajuste de forma automática al tamaño de cualquier pantalla, ya sea una computadora, una tablet o un teléfono. Su propósito es que el usuario tenga una experiencia cómoda y fluida sin importar el dispositivo que use. Para lograrlo, se emplean técnicas como rejillas flexibles e imágenes que se adaptan al espacio disponible.

Figura 1. Ejemplo de Tendencia: Diseño responsivo.

Diseño Adaptativo

El diseño adaptativo crea varias versiones de un sitio web, cada una pensada para un tipo de pantalla determinado, de modo que cuando un usuario accede, se le carga la versión más adecuada para su dispositivo, mejorando así su experiencia.

Figura 2. Ejemplo de Tendencia: Diseño adaptativo-

Microinteracciones

Las microinteracciones en una interfaz son pequeñas respuestas visuales o animaciones que aparecen cuando el usuario realiza una acción, como cuando un botón cambia de aspecto al tocarlo o un ícono se mueve al seleccionarlo. Sirven para dar retroalimentación inmediata, confirmar que una acción fue registrada, orientar al usuario y hacer la experiencia más agradable, fluida y fácil de entender.

https://es.pinterest.com/pin/2111131073173474/

Figura 3, ejemplo de tendencia: Microinteracciones

Iconografía Plana

La iconografía plana en interfaces de usuario usa íconos simples y estilizados, sin sombras ni efectos 3D ni decorativos. Esto permite una navegación clara en sitios o aplicaciones digitales. Gracias a su uso de colores sólidos y líneas definidas, estos íconos se interpretan con rapidez y facilidad, favoreciendo la usabilidad y una experiencia más intuitiva.

Tablero de tendencias

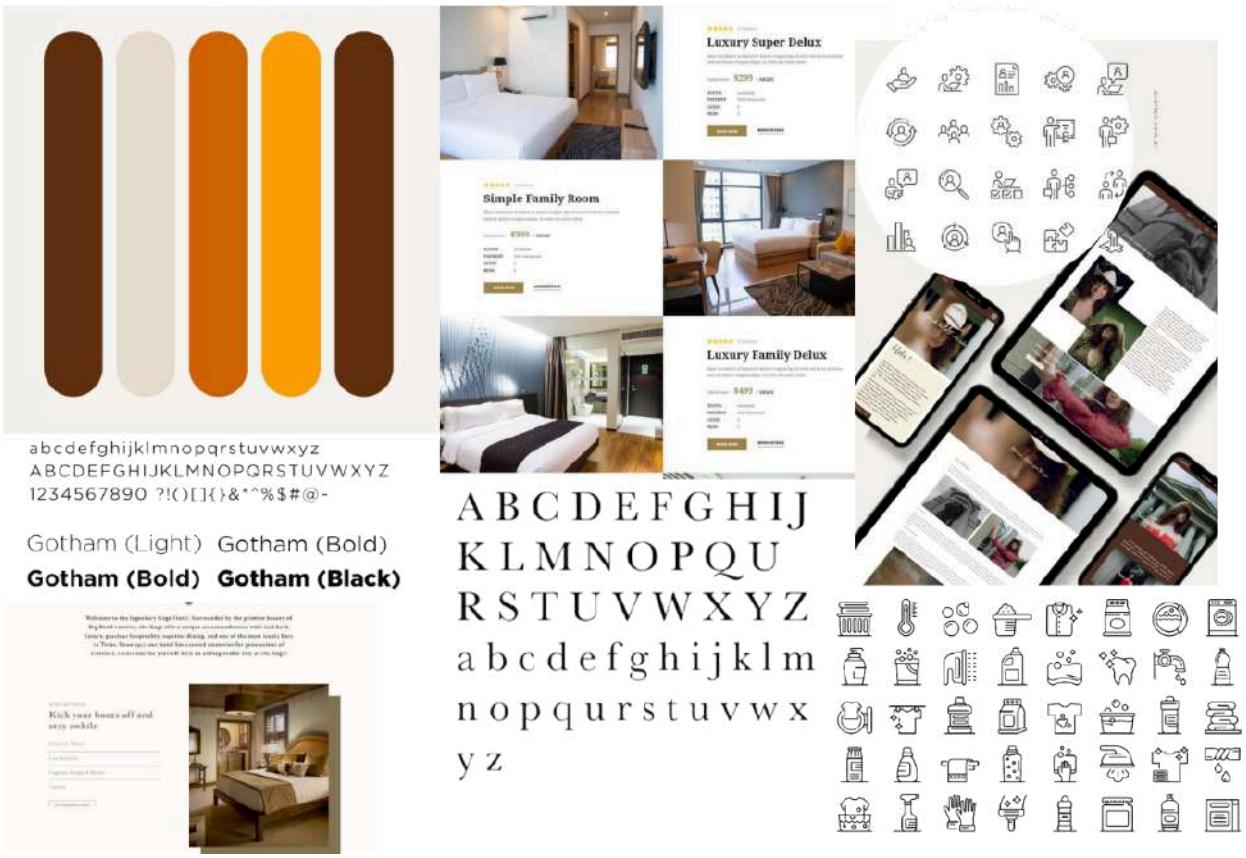


Figura 4. Tablero de tendencias. Se muestran ejemplos de las tendencias diseño web, que es intuitivo para los usuarios al entrar al sitio web.

Conclusiones

Las tendencias de diseño web en 2025 muestran una evolución hacia experiencias digitales más inmersivas, accesibles y centradas en el usuario. La investigación permitió identificar los estilos, tecnologías y enfoques más utilizados, ofreciendo una visión amplia de los elementos que actualmente están marcando el rumbo del diseño.

Comprender el concepto de tendencia fue fundamental para establecer una base teórica sólida, ya que permitió diferenciar entre modas pasajeras y prácticas con verdadero impacto en la experiencia web. Esta claridad facilitó analizar cada tendencia de forma crítica y contextualizada.

Explorar las tendencias más populares del 2025 permitió profundizar en sus características y aplicaciones prácticas, lo que contribuye a que el diseño web pueda implementarse de manera estratégica y no solo estética. Este análisis facilita reconocer qué tendencias se alinean mejor con diferentes necesidades de proyectos.

El tablero de tendencias funcionó como una herramienta visual eficaz para representar cada una de las tendencias estudiadas, ofreciendo ejemplos concretos que permiten visualizar cómo se aplican en contextos reales. Esto ayudó a reforzar la comprensión y a establecer una guía clara para su implementación en futuros diseños.

Referencias

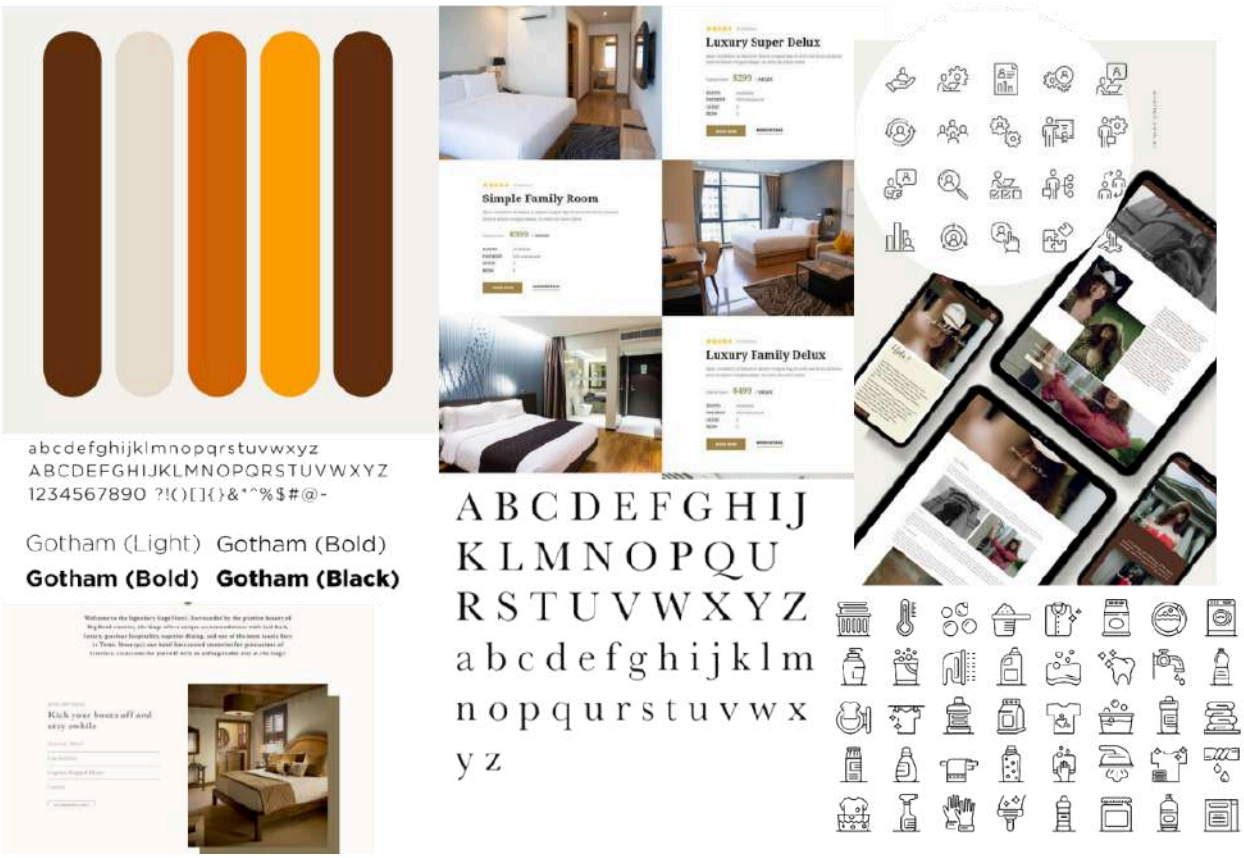
BrowserStack. (s. f.). Adaptive vs Responsive Design: Which one to choose https://www.browserstack.com/guide/adaptive-design-vs-responsive-design

Izard, C. (2023, 26 de octubre). *Características y elementos fundamentales del diseño web responsive.* Marketeros Agenciahttps://www.marketerosagencia.com/blog/diseno-web/caracteristicas-diseno-web-responsive/

Justinmind. (s. f.). *¿Qué es diseño plano y por qué aplicarlo en web?* Justinmind. https://www.justinmind.com/es/ui-diseno/sitio-web-plano

Sube Agencia Digital. (s. f.). *Microinteracciones en UI: potencia la experiencia de usuario en tu sitio web.* https://www.subeagenciadigital.com/microinteracciones-en-ui-potencia-la-experiencia-de-usuario-en-tu-sitio-web/

Anexo 5: Tablero de tendencias



El tablero de tendencias funciona como una herramienta visual de inspiración basada en las tendencias que se desean seguir. Permite reunir referencias, estilos, colores y elementos clave que guían la dirección estética del proyecto. Además, ayuda a clarificar la intención visual y mantener coherencia durante el proceso creativo.

Anexo 6: Herramienta de validación en Google Forms

Sección 1 de 3

Encuesta de Validación de Proyecto de Graduación

Universidad Galileo

Facultad ciencias de la comunicación

-FACOM-

Proyecto de graduación

Lidia Raquel Natareno Iglesias

Nombre y apellido *

Texto de respuesta corta

Género *

Texto de respuesta corta

Edad *

Texto de respuesta corta

Puesto/Profesión

Texto de respuesta corta

¿De que grupo forma parte? *

- Experto(profesionales en el área de comunicación o diseño)
- Grupo Objetivo
- Cliente (colaboradores de Casa Vieja Hotel y Restaurante)

Sección 2 de 3

Antecedentes

Casa Vieja Hotel y Restaurante es una empresa hotelera que inició operaciones en 2019, comprometida desde sus inicios con la calidad en el servicio a sus clientes. Ofrece una combinación de hospedaje confortable, una variada gastronómica en su restaurante, y la posibilidad de disfrutar de piscinas refrescantes, brindando una experiencia completa de relajación y confort. Ubicado en el departamento del Progreso en el municipio de Guastatoya.

Sin embargo, Casa Vieja Hotel y Restaurante necesita un sitio web que refleje esta calidad de manera efectiva y que proyecte de una identidad clara y coherente hacia los usuarios.

Instrucciones:

Observe el sitio web de Casa Vieja Hotel y Restaurante en el siguiente enlace https://casasviejaguastatoya.wixstudio.io/my-site-9/blank

y según su criterio conteste las siguientes preguntas de validación.

1. ¿Considera que es importante diseñar un sitio web para a dar a conocer los servicios de hospedaje, alimentos y bebidas que ofrece Casa Vieja Hotel y Restaurante? *
   - Si
   - No

2. ¿Cree que es necesario recopilar información a través del brief proporcionado por el cliente para presentar de manera atractiva los servicios de hospedaje y restaurante ofrecidos por Casa Vieja Hotel y Restaurante? *
   - Si
   - No

3. ¿Es esencial investigar las mejores prácticas y tendencias actuales en diseño web para aplicarlas en la optimización y funcionalidad del sitio web de Casa Vieja Restaurante? *
   - Si
   - No

4. ¿Opina que es útil diagramar la estructura y apariencia visual del sitio web para facilitar la navegación de usuario? *
   - Si
   - No

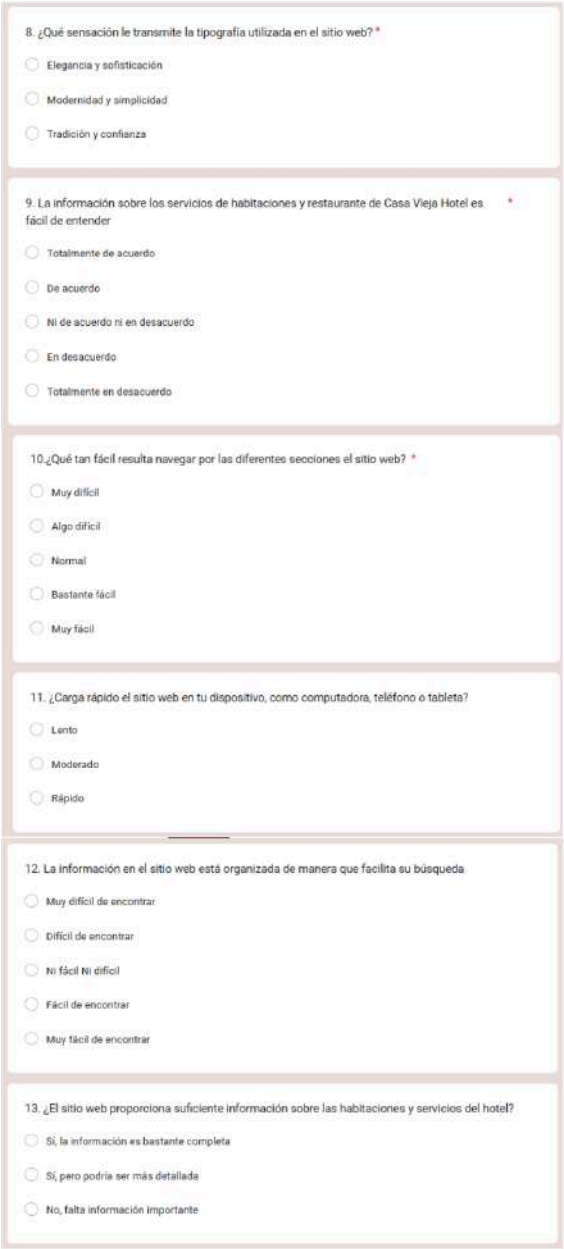
5. ¿Considera indispensable crear una interfaz intuitiva a través de un diseño responsivo que refleje la identidad de la marca, para garantizar una experiencia del usuario fluida y consistente en todos los dispositivos? *
   - Si
   - No

6. ¿Cómo describiría el estilo visual del sitio web del hotel? *
   - Moderno y elegante
   - Clásico y acogedor
   - Sencillo y funcional

7. ¿Qué percepción le genera el uso de los colores en el sitio web? *
   - Tranquilidad
   - Frescura
   - Energía

Encuesta de validación. Primera parte de la encuesta realizada al grupo objetivo, expertos en el área de diseño gráfico y al cliente para poder obtener retroalimentación en cuanto a la propuesta preliminar del sitio web para Casa Vieja Hotel y Restaurante.

Anexo 6: Herramienta de validación en Google Forms



8. ¿Qué sensación le transmite la tipografía utilizada en el sitio web? *

- Elegancia y sofisticación
- Modernidad y simplicidad
- Tradición y confianza

9. La información sobre los servicios de habitaciones y restaurante de Casa Vieja Hotel es fácil de entender *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

10.¿Qué tan fácil resulta navegar por las diferentes secciones el sitio web? *

- Muy difícil
- Algo difícil
- Normal
- Bastante fácil
- Muy fácil

11. ¿Carga rápido el sitio web en tu dispositivo, como computadora, teléfono o tableta?

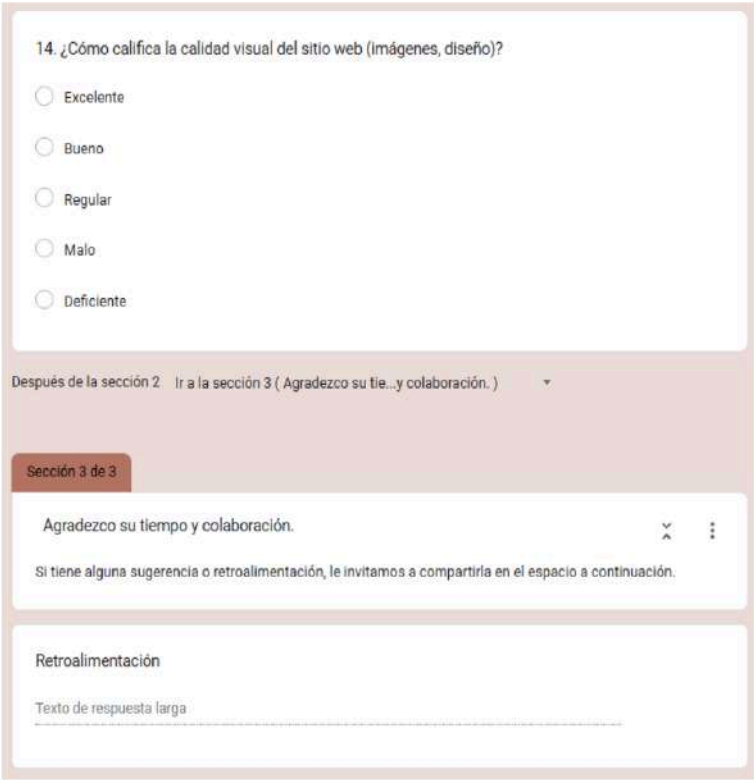
- Lento
- Moderado
- Rápido

12. La información en el sitio web está organizada de manera que facilita su búsqueda

- Muy difícil de encontrar
- Difícil de encontrar
- Ni fácil Ni difícil
- Fácil de encontrar
- Muy fácil de encontrar

13. ¿El sitio web proporciona suficiente información sobre las habitaciones y servicios del hotel?

- Sí, la información es bastante completa
- Sí, pero podría ser más detallada
- No, falta información importante



14. ¿Cómo califica la calidad visual del sitio web (imágenes, diseño)?

- Excelente
- Bueno
- Regular
- Malo
- Deficiente

Después de la sección 2 Ir a la sección 3 (Agradezco su tie...y colaboración.)

Sección 3 de 3

Agradezco su tiempo y colaboración.

Si tiene alguna sugerencia o retroalimentación, le invitamos a compartirla en el espacio a continuación.

Retroalimentación

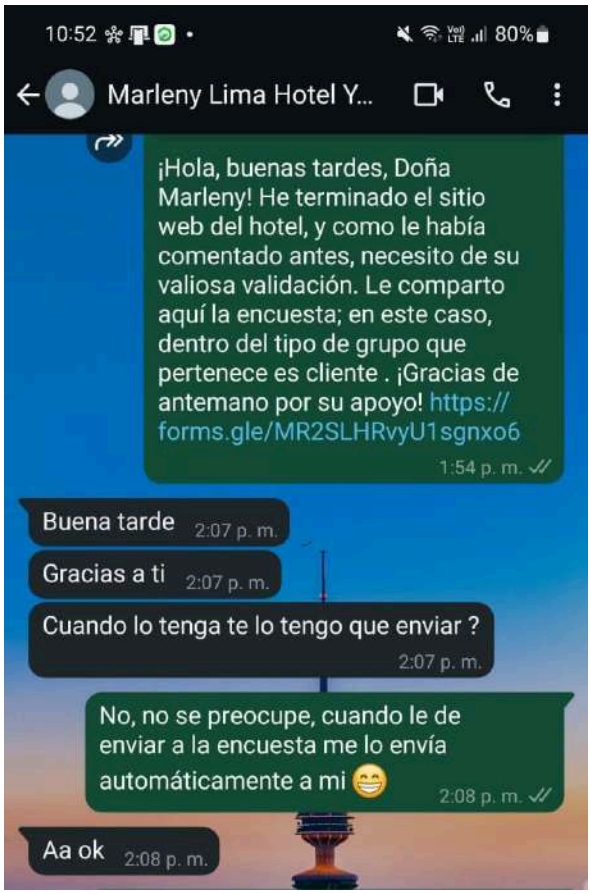
Texto de respuesta larga

Encuesta de validación. Segunda parte de la encuesta realizada al grupo objetivo, expertos en el área de diseño gráfico y al cliente para poder obtener retroalimentación en cuanto a la propuesta preliminar del sitio web para Casa Vieja Hotel y Restaurante.

Anexo 7: Evidencia fotográfica

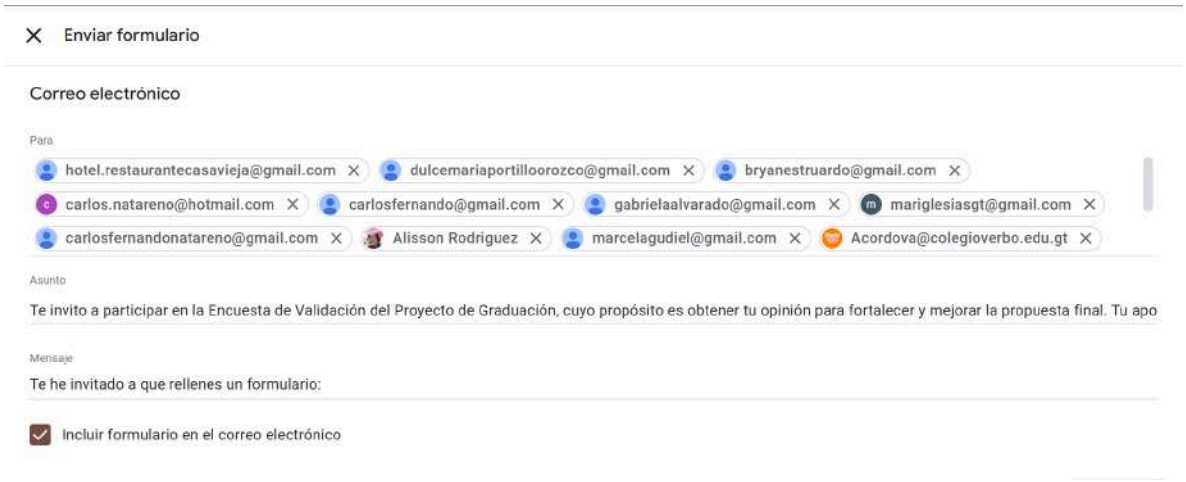
Cliente.

Marleny Lima, Licda. en administración



Marleny Lima, cliente y solicitante del proyecto, jugó un papel fundamental al proporcionar información clave sobre los objetivos y necesidades del sitio web. Su retroalimentación constante ayudó a garantizar que el diseño y el contenido reflejen adecuadamente la identidad de Casa Vieja Hotel y Restaurante.

Grupo Objetivo

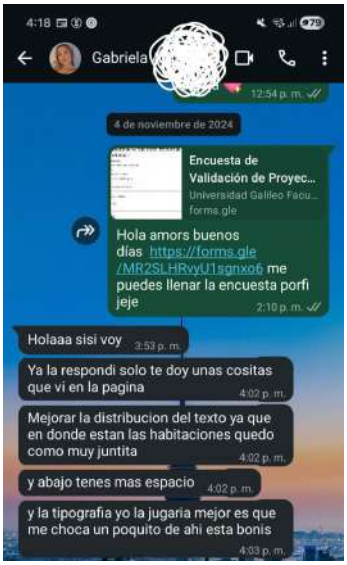


A través de Google Forms se solicitó al grupo objetivo completar la validación del Proyecto de Graduación. Esta acción tuvo como finalidad recopilar sus opiniones, identificar áreas de mejora y obtener retroalimentación significativa que contribuya al fortalecimiento y correcta dirección del proyecto.

Dulce María Portillo Orozco, grupo objetivo

Screenshot de mensaje de Whatsapp, de respuesta de la solicitud del proceso de validación.

Gabriela Sofía Alvarado Durante , grupo objetivo



Screenshot de mensaje de Whatsapp, de respuesta de la solicitud del proceso de validación.

Carlos Rene Granera Aguilar, grupo objetivo

Screenshot de mensaje de Whatsapp, de respuesta de la solicitud del proceso de validación.

Alisson Dayan Rodriguez y Nathalie Marcela Gudiel, grupo objetivo

Respuesta Grupo Objetivo de Casa Vieja Hotel y Restaurante se comunica por correo electrónico y Whatsapp haciendo saber su verificación de respuestas.

Expertos

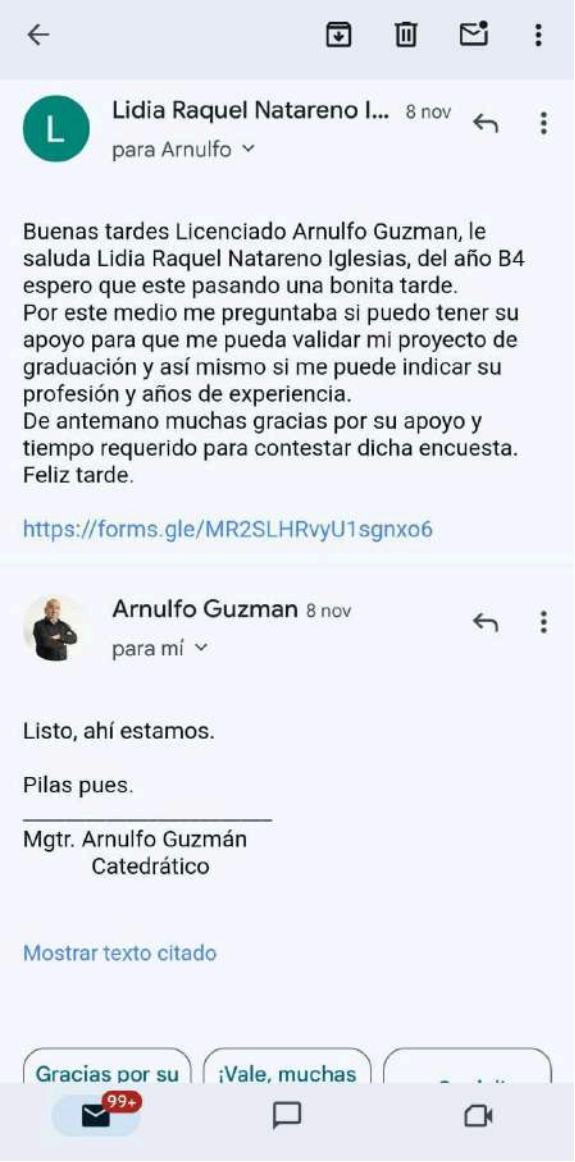
Christian Rossell, Ingeniero en Sistemas

Ing. Christian Rossell, Ingeniero en Sistemas con experiencia en el desarrollo y optimización tecnológica, evaluó la funcionalidad técnica del sitio web, asegurando su rendimiento y compatibilidad en diferentes dispositivos y plataformas.

Aura Lissette Perez Aguire, Catedrática/Asesora

Licda. Aura Lissette Pérez Aguirre, Catedrática y Asesora, especializada en diseño y evaluación de proyectos, ofreció una visión crítica y constructiva, asegurando que el sitio web cumpliera con estándares académicos y profesionales de alta calidad.

Arnulfo Guzman, Comunicólogo

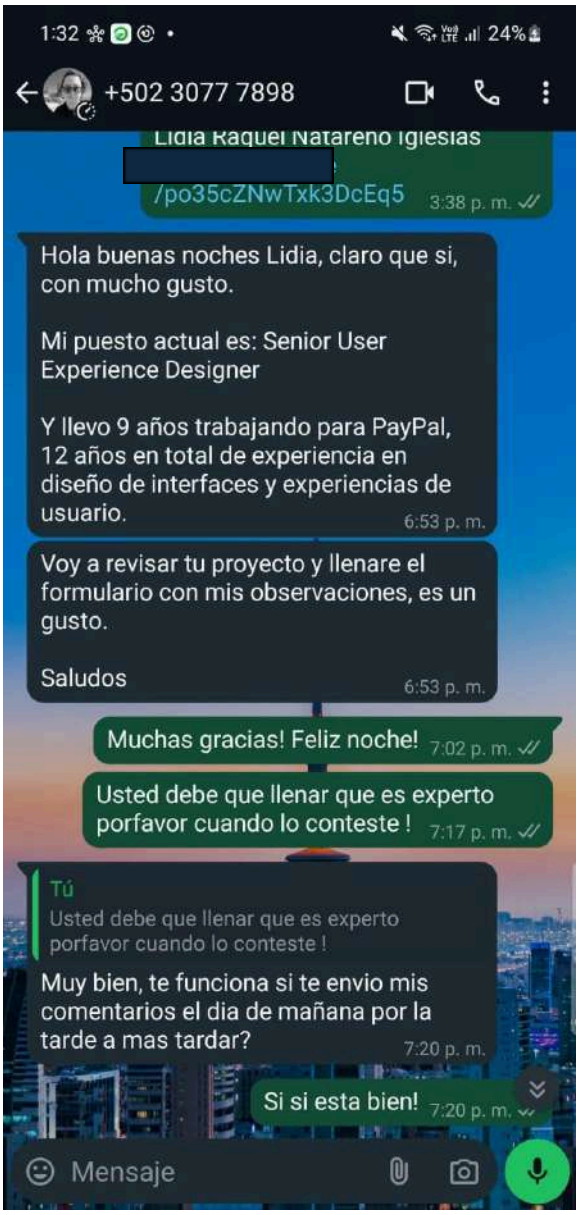


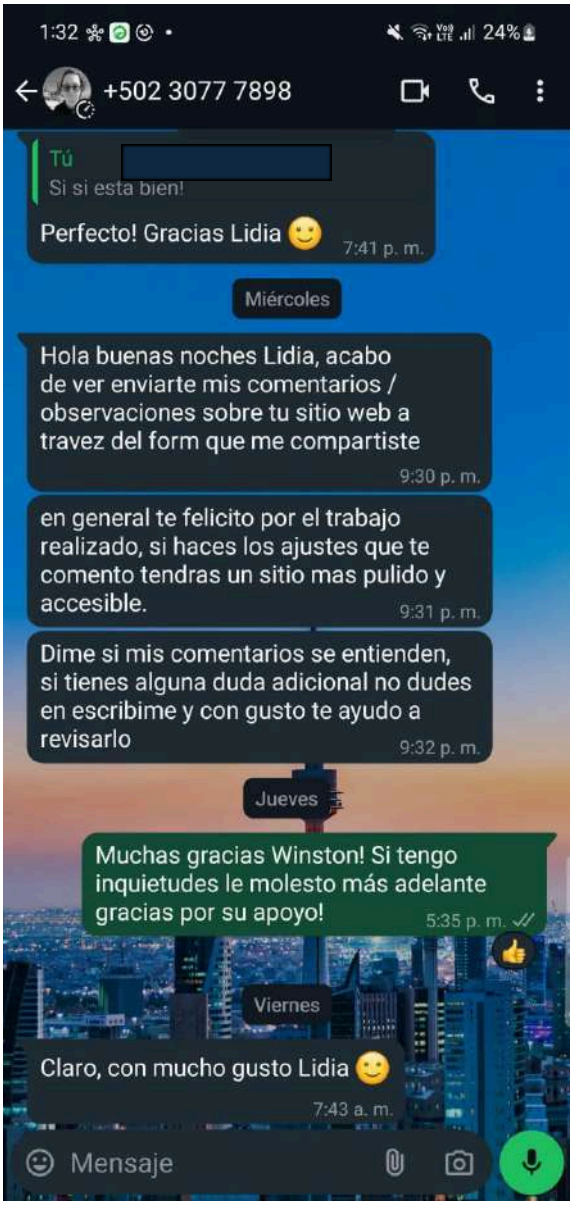
Lic. Arnulfo Guzmán, Comunicólogo con amplia trayectoria en estrategias de comunicación, brindó orientación sobre cómo conectar de manera efectiva con el público objetivo, maximizando el impacto del contenido.

Lourdes Donis, Licda. en Comunicación

Licda. Lourdes Lorena Donis Sanhueza, Docente y Licenciada en Comunicación, brindó asesoría en la estructuración del mensaje y en la alineación de los contenidos con los valores y objetivos del proyecto, asegurando una narrativa clara y coherente.

Winston Mendez, Senior User Experience Designer





Winston Méndez, Diseñador senior de experiencia de usuario con experiencia en la creación de interfaces intuitivas y centradas en el usuario. Su enfoque en diseño de experiencia digital garantizó que la navegación del sitio web fuera funcional, atractiva y fácil de usar.

Juan Orozco, Lic. en medios de comunicación

Lic. Juan Orozco, Especialista en Medios de Comunicación, proporcionó recomendaciones específicas sobre cómo mejorar el sitio web y optimizar su interfaz para transmitir un mensaje claro y efectivo. Su enfoque estuvo orientado a simplificar la navegación, estructurar la información de manera estratégica y garantizar que los elementos visuales y textuales comunicarán de forma coherente los valores y servicios de Casa Vieja Hotel y Restaurante.