



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE INFORMÁTICA Y ELECTRÓNICA
CARRERA DISEÑO GRÁFICO

CREACIÓN DE MARCA Y PÁGINA *WEB* DESTINADA AL
ALQUILER DE INMUEBLES PARA ESTUDIANTES
UNIVERSITARIOS

Trabajo de Integración Curricular

Tipo: Proyecto Técnico

Presentado para optar al grado académico de:
INGENIERO EN DISEÑO GRÁFICO

AUTOR:
JORGE LUIS SANDOVAL MENDOZA

Riobamba - Ecuador

2022



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE INFORMÁTICA Y ELECTRÓNICA
CARRERA DISEÑO GRÁFICO

CREACIÓN DE MARCA Y PÁGINA *WEB* DESTINADA AL
ALQUILER DE INMUEBLES PARA ESTUDIANTES
UNIVERSITARIOS

Trabajo de Integración Curricular

Tipo: Proyecto Técnico

Presentado para optar al grado académico de:

INGENIERO EN DISEÑO GRÁFICO

AUTOR: JORGE LUIS SANDOVAL MENDOZA

DIRECTORA: Dis. MARÍA ALEXANDRA LÓPEZ CHIRIBOGA Mgs.

Riobamba - Ecuador

2022

©2022, Jorge Luis Sandoval Mendoza

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Yo, JORGE LUIS SANDOVAL MENDOZA, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autor asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación; el patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo

Riobamba, 20 de junio del 2022

Jorge Luis Sandoval Mendoza

050356939-4

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE INFORMÁTICA Y ELECTRÓNICA
CARRERA DISEÑO GRÁFICO

El Tribunal de Trabajo de Integración Curricular certifica que: El Trabajo de Integración Curricular, tipo: Proyecto Técnico: **CREACIÓN DE MARCA Y PÁGINA *WEB* DESTINADA AL ALQUILER DE INMUEBLES PARA ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS**, realizado por el señor **JORGE LUIS SANDOVAL MENDOZA**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal de Integración Curricular, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal autoriza su presentación.

FIRMA

FECHA

Ing.

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

Dis. María Alexandra López Chiriboga Mgs.

**DIRECTORA DEL TRABAJO DE
INTEGRACIÓN CURRICULAR**

Ing. María Lorena Villacrés Pumagualle Mg.

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

DEDICATORIA

Me gustaría dedicar este trabajo a toda mi familia. Para mis padres Julio, Paty y a mis abuelitos, por su comprensión y ayuda en momentos malos y menos malos. Me han enseñado a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento. Me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi perseverancia y mi empeño, y todo ello con una gran dosis de amor y sin pedir nunca nada a cambio. Finalmente quiero dedicar esta tesis a todos mis amigos y en especial a Edwin, por apoyarme cuando más los necesite, por extender su mano en momentos difíciles y por el amor brindado cada día, de verdad mil gracias hermanitos, siempre los llevo en mi corazón y a ti, Oncesita que sin ti nada de esto fuera posible.

Luis

AGRADECIMIENTO

Finalmente agradezco a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, por ser quien me brindo una oportunidad de cumplir este sueño, a los docentes que en este transcurso han impartido sus conocimientos y anécdotas a quienes les debemos nuestra formación.

Luis

TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE FIGURAS.....	ix
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xi
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xii
RESUMEN.....	xiii
SUMMARY	xiv
INTRODUCCIÓN	1

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO Y DEFINICIÓN DEL PROBLEMA.....	2
1.1. Antecedentes.....	2
1.2. Identificación del Problema	3
1.3. Sistematización de problema	5
1.4. Prognosis.....	5
1.5. Justificación.....	6
1.6. Objetivos.....	7
1.6.1. <i>Objetivo general</i>	7
1.6.2. <i>Objetivos específicos</i>	7

CAPÍTULO II

2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	8
2.1. Estudiantes universitarios.....	8
2.2. Factores emocionales.....	8
2.3. Factores económicos	9
2.4. Factores intelectuales	10
2.5. Factores físicos	11
2.6. Factores inclusivos.....	12
2.6.1. <i>Discapacidad</i>	12
2.7. Tipos de migración	12
2.7.1. <i>Emigración</i>	13
2.7.2. <i>Inmigración</i>	13
2.7.3. <i>Migración permanente</i>	13

2.7.4.	<i>Migración temporal</i>	13
2.7.5.	<i>Migración Estudiantil</i>	13
2.8.	Word Wide Web	14
2.9.	Alojamiento Web	15
2.9.1.	<i>Tipo de alojamiento web</i>	15
2.10.	Dominios	16
2.11.	Páginas Web	16
2.12.	Creación de Marca	17
2.12.1.	<i>Características de una marca digital</i>	18
2.12.2.	Marketing de contenidos	18
2.12.2.1.	<i>Redes sociales</i>	19

CAPÍTULO III..... 20

3.	MARCO METODOLÓGICO	20
3.1.	Metodología	20
3.2.	Metodología de Dely Maybel Gil Álvarez	20
3.2.1.	<i>Fase de análisis</i>	20
3.2.1.1.	<i>Selección de usuario</i>	21
3.2.2.	<i>Fase de planificación</i>	21
3.2.2.1.	<i>Selección del software</i>	21
3.2.2.2.	<i>Selección de hardware</i>	21
3.2.2.3.	<i>Costo de inversión</i>	21
3.2.2.4.	<i>Beneficios por obtener</i>	22
3.2.3.	<i>Fase de contenido</i>	22
3.2.4.	<i>Fase de diseño</i>	22
3.2.4.1.	<i>Naming</i>	22
3.2.4.2.	<i>Usabilidad</i>	22
3.2.4.3.	<i>Accesibilidad</i>	22
3.2.5.	<i>Fase de testeo</i>	23
3.2.6.	<i>Fase de mercadeo y publicidad</i>	23

CAPÍTULO IV

4.	MARCO DE RESULTADOS	24
4.1.	Fase de análisis	24

4.1.1.	<i>Conocer y definir los requerimientos de los estudiantes foráneos al escoger un departamento</i>	24
4.1.2.	<i>Reunir información</i>	25
4.1.3.	<i>Análisis de sectores</i>	25
4.1.4.	<i>Análisis de la información requerida</i>	25
4.1.5.	<i>Tabulación de las encuestas estudiantes nivelación</i>	25
4.2.	Manual de marca	31
4.2.1.	<i>Diseño de interfaz</i>	31
4.2.2.	<i>Características generales</i>	31
4.2.2.1.	<i>Tamaño de la interfaz</i>	31
4.2.2.2.	<i>Presentación</i>	38
4.2.3.	<i>Análisis web</i>	45
4.2.3.1.	<i>Accesibilidad</i>	45
4.2.3.2.	<i>Usabilidad</i>	46
4.2.3.3.	<i>Interactividad</i>	48
4.2.3.4.	<i>Legibilidad de lectura</i>	48
4.3.	Presentaciones	49
4.3.1.	<i>General</i>	49
4.3.1.1.	<i>Gama cromática del interfaz web</i>	49
4.3.2.	<i>Tipografía de la interfaz</i>	49
4.3.2.1.	<i>Montserrat</i>	49
4.3.2.2.	<i>Arial</i>	50
4.3.2.3.	<i>Elementos usados en la página web</i>	51
	CONCLUSIONES	54
	RECOMENDACIONES	55
	GLOSARIO	
	BIBLIOGRAFÍA	
	ANEXOS	

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1-1:	Árbol de problemas.....	5
Figura 1-4:	Pantalla principal de la página	32
Figura 2-4:	Visualización monitores de PC. Interfaz 1200 x 700 píxeles	33
Figura 3-4:	Visualización monitores de PC: Interfaz de 1000 x 700 píxeles.....	34
Figura 4-4:	Visualización monitores de PC: Interfaz de 768 x 700 píxeles.....	35
Figura 5-4:	Visualización monitores de PC: Interfaz de 768 x 700 píxeles.....	36
Figura 6-4:	Visualización monitores de PC: Interfaz de 560 x 700 píxeles.....	37
Figura 7-4:	Visualización monitores de PC: Interfaz de 410 x 700 píxeles.....	38
Figura 8-4:	Zona de arriendo ESPOCH.....	39
Figura 9-4:	Zona de arriendo UNACH Campus Norte	39
Figura 10-4:	Zona de arriendo UNACH Campus Centro	39
Figura 11-4:	Zona de arriendo UNACH Campus la Dolorosa.....	39
Figura 12-4:	Zona de arriendo Plaza Alfaro	40
Figura 13-4:	Zona de arriendo Bellavista	40
Figura 17-4:	Pantalla de visualización ¿Cómo funciona?.....	41
Figura 18-4:	Menú principal Primerdepar.com	42
Figura 19-4:	Pantalla de Nuestra Empresa	42
Figura 20-4:	Pantalla de información de contacto	43
Figura 21-4:	Pantalla inferior de datos	43
Figura 22-4:	Pantalla de información primerdepar.com	44
Figura 23-4:	Pantalla de contacto con dueños	45
Figura 24-4:	Pantalla de departamentos accesibles para personas con discapacidad	46
Figura 25-4:	Pantalla de facilidades de uso	46
Figura 26-4:	Pantalla de datos del dueño del inmueble	47
Figura 27-4:	Pantalla de navegación para regresar al inicio.....	47
Figura 28-4:	Pantalla de modelo de interactividad de los usuarios.....	48
Figura 29-4:	Pantalla de legibilidad de lectura	48
Figura 30-4:	Gama cromática del interfaz web.....	49
Figura 31-4:	Tipografía de la interfaz Montserrat	50
Figura 32-4:	Tipografía de la interfaz Arial.....	50
Figura 33-4:	Íconos de enlaces a páginas web.....	51
Figura 34-4:	Modelo de lenguaje visual sin mucho texto.....	51
Figura 35-4:	Descanso visual, espacios que previenen la saturación	52
Figura 36-4:	Fotografías de los departamentos disponibles.....	52

Figura 37-4: Mapa de ubicación de los departamentos disponibles 53

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1-4:	Grado de satisfacción de los estudiantes	26
Gráfico 2-4:	Facilidad para conseguir departamento	26
Gráfico 3-4:	Temas de seguridad del lugar de residencia	27
Gráfico 4-4:	Comunicación con los propietarios	28
Gráfico 5-4:	Satisfacción de necesidades.....	28
Gráfico 6-4:	Ubicación de lugar de residencia.....	29
Gráfico 7-4:	Firma de contrato.....	29
Gráfico 8-4:	Uso de plataforma digital para encontrar un departamento.....	30
Gráfico 9-4:	Conocimiento de plataformas digitales	30

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A: MANUAL DE MARCA

ANEXO B: CUESTIONARIO DIRIGIDO A ESTUDIANTES

ANEXO C: ENCUESTA DIRIGIDA A ESTUDIANTES

ANEXO D: ENCUESTA DIRIGIDA A PROPIETARIOS

RESUMEN

El objetivo de este proyecto fue desarrollar una marca y una página *web* destinada al alquiler de inmuebles para estudiantes universitarios, a través de plataformas virtuales. De esta manera, se maquetó, diseñó y creó una página *web* para la oferta de departamentos y bienes inmuebles que cumplieron con ciertos requisitos, sobre todo considerando las necesidades especiales de personas que requieren lugares apropiados y de fácil acceso. Se utilizó como referencia el método creado por la ingeniera Dely Maybel Gil Álvarez, que consiste en el desarrollo de seis fases: análisis, que determina la selección de usuarios; planificación, que contempla la selección del software, la selección del hardware, el costo de inversión y los beneficios por obtener; contenido, que toma en consideración el tipo de usuarios al que se dirige; diseño, donde se establecen el naming, la usabilidad y la accesibilidad; testeo, donde se realizan pruebas para perfeccionar la experiencia del usuario; y, finalmente, la fase de mercadeo y publicidad, en la que se oferta el servicio. Como resultado, se creó la página *web* Primerdepar.com, en la cual se encuentran y seleccionan diferentes mapas de ubicación, tales como: ESPOCH, UNACH campus norte, UNACH campus centro, UNACH campus La Dolorosa, Plaza Alfaro (ex estación de tren), con fotos reales de los departamentos, sus servicios y el contacto directo con los arrendatarios. Por tal razón Primerdepar.com es una página con un enfoque exclusivo a estudiantes foráneos que busca solventar las necesidades y problemas que no han sido tomados en cuenta anteriormente. Se concluye que esta metodología amplía el campo de acción de los usuarios. Se recomienda la identificación permanente de las necesidades de los estudiantes para ofertar este tipo de servicio.

Palabras clave: <DISEÑO>, <CREACIÓN>, <MARCA>, <PÁGINAS>, <WEB>, <BÚSQUEDA>, <DEPARTAMENTOS>.

ABSTRACT

The objective of this project was to develop a brand and a website housing rental to university students, through virtual platforms. In this way, a web page was designed, designed, and created to offer apartments and real estate that met certain requirements, especially considering special needs of people who require appropriate and easily accessible places. The method created by the engineer Dely Maybel Gil Alvarez was used as a reference, which consists of the development of six phases: analysis, which determines the selection of users; planning contemplates the selection of software, hardware and the cost of investment and the benefits to be achieved; content that takes into consideration the type of users it is targeting; the design naming, usability, and accessibility are established; testing where tests are performed to improve the user experience; and finally the marketing and advertising phase in which the service is offered. As a result, Primerdepar.com website was created with location maps are found and selected, such as ESPOCH, UNACH north campus, UNACH center campus, UNACH, La Dolorosa campus, Plaza Alfaro (train station), with real photos of the apartments, their services and direct contact with the lessee. For this reason, Primerdepar.com is a page with an exclusive focus on foreign students that seeks to solve the needs and problems that have not been taken into account previously. It concluded that this methodology broadens the field of action of users. The permanent identification of students needs is recommended to offer this type of service.

Key Words: <GRAPHIC DESIGN> <BRAND CREATION> <WEB PAGE>
<HOUSING RENTAL> <VIRTUAL PLATFORMS>.

Lic. Maritza Lucia Larrea Vejar
0603370784

INTRODUCCIÓN

Por varios años Riobamba ha sido considerada como la ciudad de transición entre la costa y la sierra ecuatoriana; debido a su ubicación transcendental es el puente que une a dos regiones del país razón por la cual ha llegado a desarrollarse como una ciudad comercial, es así como dentro de la misma se han desarrollado grandes industrias como son del tipo agrícola y textil entre las más relevantes. Es por esto por lo que la misma posee un gran número de culturas que han llegado a radicarse aquí (LOES, 2010).

Desde el año 2011 Riobamba ha sido considerada una Ciudad Universitaria, politécnica y Tecnológica por excelencia debido a que ha acogido a una gran cantidad de estudiantes denominados foráneos los mismos que son provenientes de diversas provincias de Ecuador, de acuerdo a una investigación realizada en el año 2017 Riobamba acoge alrededor de unos 34000 estudiantes en los dos centros de estudios, los mismos que no cuentan con un lugar fijo y seguro en el cual residir desde el primer momento que llegan (Jara, 2019).

En la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo los estudiantes se han organizado creando grupos denominados colonias; los mismos que tienen como objetivo reunir a los estudiantes de cada provincia y ser un soporte tanto para los que ya forman parte como para los alumnos nuevos que van llegando semestre a semestre. Los alumnos más antiguos al tener más conocimiento sobre la zona y como son las cosas en el sector son los encargados de direccionar a los nuevos alumnos el momento de conseguir un departamento de arriendo.

Por otro lado el interés de los dueños de los inmuebles por dar a conocer sus bienes y encontrar personas responsables que cumplan con las reglas establecidas en cada uno de ellos así como dar a conocer cada uno de los servicios que estos poseen, generando interés en los estudiantes y permitiendo mediante nuestra plataforma conocer cada uno de los detalles previamente mencionados, y permitir que tanto estudiantes como los dueños de los inmuebles se sientan seguros mediante la firma de un contrato y convenio que cumpla con las necesidades y requerimiento de cada uno de ellos.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO Y DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

1.1. Antecedentes

La ciudad de Riobamba el 13 de abril del año 2011 por medio de la Asamblea Nacional de la República del Ecuador, con 83 votos a favor, fue denominada Ciudad Universitaria, politécnica y tecnológica; al albergar en promedio a 34000 estudiantes de las 24 provincias del país.

La Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (ESPOCH), tiene su comienzo en el Instituto Tecnológico Superior de Chimborazo, creado mediante Ley No.6090, emitida por el Congreso Nacional, el 18 de abril de 1969. Durante estos 50 años de vida institucional; los estudiantes se han encontrado con una ciudad conveniente para vivir, en la misma que; se ofertan arriendos de todo tipo desde los más económicos hasta los más sofisticados todos dependiendo claramente de los servicios que estos oferten.

En la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo los estudiantes se han organizado creando grupos denominados colonias; los mismos que tienen como objetivo reunir a los estudiantes de cada provincia y ser un soporte tanto para los que ya forman parte, como para los alumnos nuevos que van llegando semestre a semestre. Los alumnos más antiguos al tener más conocimiento sobre la zona y de aspectos del sector son los encargados de direccionar a los nuevos alumnos el momento de conseguir un departamento de arriendo (LOES, 2010, p. 32).

Claramente, al haber abordado el problema como estudiante se conoce las necesidades que se crean por cada uno de ellos, en el momento de seleccionar un lugar adecuado, el mismo que se convertirá en su segundo hogar. Se requiere de investigación y conocimiento de causa para localizar un departamento que cumpla con nuestros requerimientos, la mayoría de los estudiantes se basan en recomendaciones de amigos o conocidos, ya que dentro de la comunidad Politécnica y Universitaria son los mismos alumnos quienes se encargan de difundir una recomendación positiva o negativa hacia las diferentes viviendas que han llegado a habitar (Aruj, 2008, p. 99).

Dentro de las comunidades estudiantiles se conoce de organizaciones y el uso de las redes sociales que informan las distintas oportunidades de arriendo que puedan presentarse dentro de los sectores conocidos por los estudiantes, los mismos que no cumplen con todos los lineamientos de seguridad que las personas necesitan. Es así como se han presentado casos de estafas o inseguridad (Jara, 2019, p. 25).

Es común escuchar casos de estudiantes que durante el periodo de vacaciones o el receso académico han sido víctimas de robo, sin ser avisados oportunamente por parte de los propietarios de las casas o encargados de las mismas, así como al regresar de sus actividades diarias en su centro de estudio se han encontrado con esta amarga realidad, es por eso que se propone la

creación de dicha plataforma en la cual las personas que han ocupado estos espacios puedan dar sus comentarios, sugerencias y vivencias dentro de estos lugares; de esta manera la persona interesada en un lugar en específico podrá conocer las opiniones de otros estudiantes; y valorar tanto los aspectos en cuanto a servicios como las vivencias de personas (Aruj, 2008, p. 99).

Según la investigación realizada en la ciudad de Riobamba por Nathalie Santamaría y Joselyn Miranda tuvo como objetivo conocer las características y escenarios de la vivienda estudiantil y sus respectivos espacios adicionales en la ciudad de Riobamba, dentro del marco de la declaratoria como ciudad universitaria. Por lo cual se aplicaron encuestas a estudiantes inmigrantes de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo y la Universidad Nacional de Chimborazo, con la finalidad de analizar técnicamente plantas arquitectónicas y los lugares en donde estas se georeferencian las viviendas indicando su estado.

Entre los principales resultados del análisis psicosocial físico-espacial, y técnico-funcional, se advierte que no se cumple con superficies mínimas, ventilación e iluminación de espacios arrendados a estudiantes foráneos por el avance de las edificaciones, lo cual implica en la calidad habitacional, al igual la escasez de equipamiento urbano para acompañar las necesidades de los estudiantes. A manera de conclusiones, existe una falta de control y organización municipal urbano-arquitectónica para cubrir la declaratoria como ciudad universitaria, pues no hay una adecuada provisión de vivienda en el mercado privado que cumpla con normativa mínima de construcción y garantice a los jóvenes universitarios una buena calidad de albergue (Jara, 2019, p. 26).

Es de vital importancia la transparencia de la información y la comunicación inmediata de parte del propietario como del arrendatario en caso de emergencia, para así solventar cualquier desperfecto, avería o inconsistencia dentro del inmueble. Es así como surge la idea de desarrollar una página *web* con la visión de cubrir cada una de las necesidades de los estudiantes que están por emprender una nueva etapa dentro de esta ciudad.

1.2. Identificación del Problema

El factor predominante es la dificultad y desorientación de los estudiantes foráneos al alquilar una vivienda en la ciudad de Riobamba, al no tener una comunicación directa con el dueño, lo que implica tiempo insuficiente para elegir adecuadamente un departamento, sin considerar la falta del conocimiento completo respecto a las características, ubicación y precio.

Los estudiantes por la desorientación e inmadurez en ciertos casos hacen que coloquen como prioridades cosas que no son realmente importantes al momento de elegir un lugar en el que van a vivir, sí bien es cierto el factor económico es uno de los más relevantes al momento de encontrar un departamento, también existen factores que son igual de importantes, pero que muchas personas no toman en cuenta como es la seguridad, debido a que en diversas ocasiones se ha

llegado a escuchar de departamentos que han sido robados, dejando en tela de duda la seguridad a cambio del valor económico que los estudiantes pagan por dichos lugares; el acceso a internet es otro factor que hoy por hoy es muy importante, pues es parte elemental de su desarrollo en el área académica (Jara, 2019, p. 26).

La soledad es otro de los factores primordiales al momento de encontrar un lugar, ya que sí bien se arriesgan a vivir solos corren el riesgo de deprimirse y no se sienten a gusto en el lugar seleccionado, es por esta razón que muchos deciden convivir con amigos que les hagan compañía y puedan sentirse seguros de alguna manera. La mayoría de los estudiantes tienden a buscar sitios en los que tengan amigos o conocidos cerca para poder distraerse y tener a quienes recurrir en momentos de emergencia.

Pero qué sucede cuando se refiere a un estudiante que no posee facilidad de convivencia y prefiere vivir solo enfrentando momentos de frustración por no sentirse cómodo y no encontrar el lugar adecuado, lo que le puede orillar a la deserción, es por tal motivo que un porcentaje de estudiantes foráneos al no lograr adaptarse se ven en la penosa decisión de abandonar sus sueños y retirarse de la universidad, regresando a vivir en las comodidades de su hogar de origen en un ambiente agradable para ellos (Aruj, 2008, p. 99).

La deserción como se habló previamente es otro de los inconvenientes con los que los estudiantes llegan a enfrentarse; al no sentirse integrados o cómodos en el sitio en el que residen, buscan la manera de encontrar el lugar adecuado que cumpla con todos sus requerimientos y sobre todo las necesidades que estos desean al encontrarse en un lugar fuera de su zona de confort o a lo que ellos están acostumbrados dentro de sus hogares. Si el estudiante encuentra todo esto y logra adaptarse, le esperan de 5 a 6 años de convivencia con gente de muchos rincones del país y se encontrarán con una diversidad de culturas, pensamientos y actitudes a las cuales ira acoplándose (Jara, 2019, p. 26).

Mediante la creación de una marca y página *web* se busca brindar la información necesaria para que los estudiantes de nuevo ingreso como los estudiantes antiguos puedan encontrar la vivienda adecuada que cumpla con sus requerimientos y necesidades, así como la seguridad a los dueños de que se cumplan con sus normas (Orozco, 2010, p. 26).

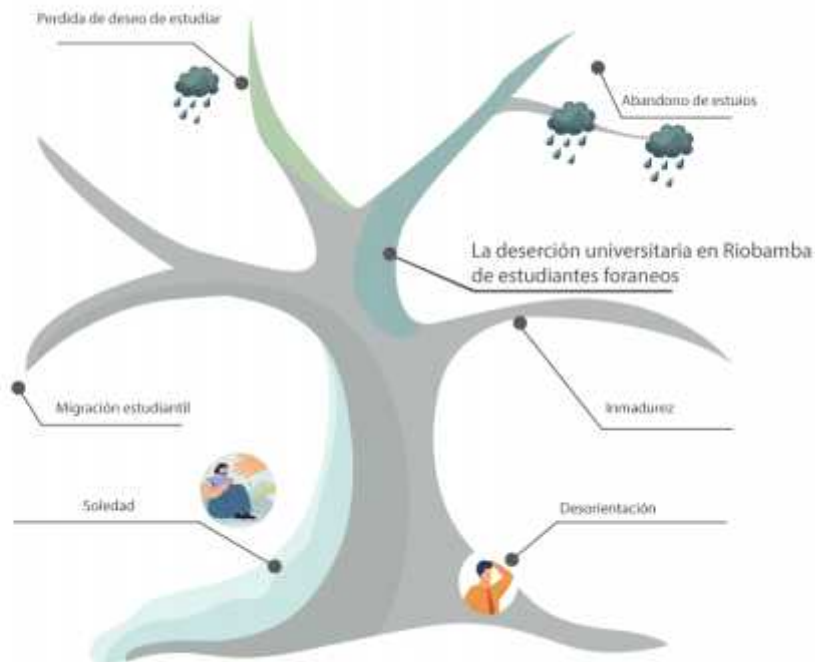


Figura 1-1: Árbol de problemas

Realizado por: Sandoval, Luis, 2021.

1.3. Sistematización de problema

- ¿De qué manera los estudiantes garantizan su estadía dentro de un departamento?
- ¿Cómo influye las condiciones ambientales de una vivienda en las actividades diarias de los estudiantes?
- ¿Qué tipo de detalles le gustaría que se encuentren dentro de la plataforma?
- ¿Qué es lo que más llama la atención dentro de las propuestas ofertadas para la creación de una página *web*?
- ¿Puede una plataforma virtual ser la solución en la búsqueda de bienes inmuebles para estudiantes en la ciudad de Riobamba?

1.4. Prognosis

Al no existir una plataforma que contenga toda la información detallada de los departamentos que se encuentran en arriendo cerca de los sectores universitarios en la ciudad de Riobamba dificultará a los estudiantes conocer todos los servicios que estos ofrecen, exponiéndose a una búsqueda continúa sin resultados positivos. Por otra parte, a largo plazo la inseguridad y desconfianza de los arrendadores pueden orillar a las personas a perder potenciales clientes, así como a los

estudiantes la dificultad de conseguir un departamento que cumpla con sus requerimientos y necesidades.

1.5. Justificación

Riobamba desde muchos años atrás se ha convertido en una ciudad universitaria, debido a la alta demanda de estudiantes que llegan de todas las partes del Ecuador en busca de un futuro mejor, los mismos que buscan un sitio en el cual vivir, que se adapte a ciertos parámetros y requerimientos, así como sus necesidades, la presencia de la Universidad Nacional de Chimborazo y la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, en la ciudad de Riobamba, ha promovido que gran parte de la juventud ecuatoriana se traslade a residir en esta ciudad, algunos únicamente por el periodo de estudio y otras personas han hecho de esta ciudad su segundo hogar, buscando la manera de prolongar su estancia en la misma (Jara, 2019, p. 26).

Ana Tapia, psicóloga educativa, añade que la mala decisión de los jóvenes al momento de elegir una carrera es otra de las causas que acorralan a los estudiantes a la deserción. En cambio, José Valdivieso, representante de la Federación de Estudiantes Universitarios del Ecuador (FEUE), apunta que la causa de abandono de carrera es por inestabilidad emocional que sufren al cambio de ciudad, lo que obliga a muchos jóvenes a arrendar y escoger un departamento que no es de su agrado, ante la desesperación de quedarse sin arriendo por la demanda de nuevos estudiantes eligen uno de los primeros departamentos.

Lo cierto, es que ésta gran demanda no deja espacio para encontrar buenas ofertas de arriendo o al menos hace que sea muy difícil, por lo que los estudiantes foráneos terminan optando por departamentos de elevados precios en el desespero de encontrar un lugar de manera rápida, y quizá urgente (Aruj, 2008, p. 99).

Para los estudiantes universitarios un factor fundamental al momento de elegir un lugar en donde vivir es un sitio en el que se pueda garantizar su estabilidad, tanto física como emocional, ya que al contar con todos los requerimientos y sobre todo seguridad los estudiantes garantizan su permanencia en ese lugar y su estabilidad emocional.

Por lo tanto, el estudiante foráneo obtendrá en un sitio *web* todos los arriendos disponibles, detalladamente y así poder elegir su inmueble sin la necesidad de estar recorriendo toda la ciudad. Al conocer las necesidades de los estudiantes foráneos y al haber sido parte de este grupo se busca la manera de ayudar y aportar, a través del desarrollo de una página *web*, en la cual se encontrarán inmuebles que están disponibles, así como su ubicación y todos los servicios (seguridad, *wifi*, luz, agua caliente, garaje), con la que cuentan cada uno de ellos. La interacción directa con los dueños para solventar dudas y llegar a un acuerdo seguro y garantizado (Aruj, 2008, p. 99).

De esta manera se podrá facilitar a los estudiantes foráneos, que nunca han visitado la ciudad de Riobamba, a obtener una información adecuada de un sitio confiable, y a un precio justo de acuerdo con sus posibilidades, lo cual lo podrá observar mediante la plataforma propuesta.

La página *web* es el medio más usado por los jóvenes en la actualidad para salir de dudas, cuando se tiene alguna incógnita, generalmente se acude en primera instancia al internet en búsqueda de solución, por este motivo esta posible solución en la selección de inmuebles facilitará a los jóvenes foráneos de una manera fácil y segura, sin temor a ser estafados por los arrendatarios.

1.6. Objetivos

1.6.1. Objetivo general

Desarrollar una marca y una página *web* destinada al alquiler de inmuebles para estudiantes universitarios, a través de plataformas virtuales.

1.6.2. Objetivos específicos

- Identificar por que los estudiantes universitarios foráneos escogen mal su inmueble.
- Categorizar el sustento teórico de las variables que integran la resolución de la problemática.
- Compilar información para la creación de una marca y página *web* para dar a conocer a los estudiantes foráneos los arriendos en los alrededores universitarios.
- Crear una página *web* donde se expondrá los arriendos de manera detallada con fotografías del inmueble a arrendar y los servicios que incluye el mismo para que el estudiante foráneo.

CAPÍTULO II

2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. Estudiantes universitarios

La palabra estudiante tiende a ser usada como sinónimo de alumno. Este concepto hace mención a aquellas personas que asimilan de otros individuos. El término alumno procede del latín *alumnus*, que a su vez desciende de *alere* (alimentar). Una vez determinado el significado de la palabra estudiante; podemos decir que un estudiante universitario es aquella persona dentro de un rango de 18 a 25 años; se dice que alrededor del 40% de los jóvenes quienes han decidido continuar con sus estudios una vez terminada la etapa de preparatoria o bachillerato como se lo denomina en algunos países (Márquez, 2012, p. 51).

Pero no se debe confundir la devoción con la que un verdadero estudiante destina horas de su día al aprendizaje de sus temas favoritos con la naturalidad de quien «picotea» datos con los que se atraviesa de manera repentina en su día a día. Ninguna de las dos actitudes es buena o mala, sino que ejemplifican perfiles diferentes, y sólo uno de ellos es el del estudiante, mientras que el otro podría calificarse de “curioso” (Orozco, 2010, p. 26).

Las grandes cifras obtenidas en relación con la universidad y la permanencia de los universitarios en la misma; han permitido detectar fenómenos tales como la saturación, el fracaso escolar, el retraso en los estudios e incluso la tendencia al abandono antes de finalizar su carrera universitaria. Investigaciones existentes ponen de manifiesto la influencia sobre el rendimiento académico, trabajando sobre todo aquellos aspectos relacionados con los aspectos que rodean al estudiante antes de su ingreso a la universidad tales como nivel socioeconómico, centro educativo de procedencia entre otros atributos que van a resultar de vital inferencia en el desarrollo personal de dicha estudiante a lo largo de su carrera universitaria (LOES, 2010, p. 33).

2.2. Factores emocionales

La educación emocional es estimada por (Bisquerra, 2000, p. 51) como “un proceso educativo, continuo e intacto, que pretende incrementar el desarrollo emocional como complemento imprescindible del progreso cognitivo, instaurando ambos, cognitivo y emocional, los elementos fundamentales del perfeccionamiento de la personalidad integral "De esta definición se deriva que la educación emocional tiene como objetivo corregir las capacidades emocionales de los estudiantes, es decir, a identificar y regular sus emociones e introducirlas como una herramienta que influye en su aprendizaje (Jara, 2019, p. 27).

En tal sentido, la educación no es indiferente a esta situación y, en realidad, las emociones en el ámbito educativo inciden de manera directa en el proceso enseñanza-aprendizaje. Tal como lo asevera (Rojas, 2019, p. 5): “las emociones son importantes durante el aprendizaje. Por lo tanto, el conocer cómo se emplean y qué beneficios tienen en los métodos de educación es fundamental.” De este modo, en el entorno educativo es importante tomar en cuenta la incidencia de las emociones para los fines de los objetivos educativos, como lo es el logro de acuerdo al aprendizaje significativos, cónsonos con la educación que requiere la sociedad actual (Orozco, 2010, p. 27).

En relación con esto, (Carballeira, González, Marrero, 2015, p. 200), mencionan que los individuos que poseen mayores niveles de felicidad llegan a un mayor desarrollo social, siendo más efectivas las relaciones familiares, sociales y económicas a través de la autorrealización con el trabajo. Por el contrario, los cambios emocionales nocivos en los niños y adolescente, producto de una contexto de estrés, como deseo de una mayor autonomía, la presión para amoldarse a los compañeros, la indagación de la identidad sexual y un superior acceso y uso de la tecnología, la eficacia de vida familiar, violencia (en particular el abuso, acoso y la intimidación) y los inconvenientes socio-económicos, pueden acarrear de acuerdo con la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2019) depresión, ansiedad, los adolescentes también pueden percibir reacciones excesivas de irritabilidad, frustración o enojo. En relación con lo anterior, este mismo organismo indica que “los trastornos emocionales pueden afectar profundamente al rendimiento académico y la asistencia escolar” (Aruj, 2008, p. 99).

2.3. Factores económicos

Según la indagación realizada por (Delors, 1994, p. 67), la formación es un proceso social, cultural y patrimonial de representación complejo, que ha desarrollado e influenciado en las civilizaciones de todos los tiempos, debido a los cambios y a las circunstancias del entorno y de la época (León, 2007, p. 55). Las sociedades han considerado a la educación como un instrumento que los ayuda, y los motiva a progresar; progreso calificado como indispensable, mediante el paso de los años y desarrolló la humanidad ha adquirido conocimientos, habilidades, destrezas que son empleados para cumplir las necesidades, expectativas, pensamientos e ideales que desencadenan en la libertad, la paz, la equidad, y la justicia social (Orozco, 2010, p. 27).

Este elemento es uno de los cuales posee mayor impacto sobre el desempeño del alumno, puesto que las condiciones económicas van a influir en su desempeño, como menciona (Castro, 1998, p. 34) sobre las variantes económicas “estas influyen en el alumno en cuanto a su condición mental y en el aprovechamiento escolar, pues un niño que nace en un ambiente económicamente pobre pasa situaciones distintas en su desarrollo”.

De tal forma el elemento económico igual va a influir en los factores sociales, biológicos, psicológicos, puesto que un niño con insuficientes recursos no va a tener una alimentación óptima perjudicando su rendimiento escolar. Sin embargo, este factor no siempre repercutirá de forma negativa en el aprovechamiento del estudiante, puesto que muchas veces se ven sumidos otros factores como lo es la motivación, ya que muchos estudiantes en situación de déficit económico suelen empeñarse más por obtener mejores calificaciones (Orozco, 2010, p. 28).

Entre los ámbitos explorados en la vida de los estudiantes hay que tomar en cuenta factores importantes como lo son las relaciones familiares, su nivel de educación y sobre todo el factor económico que a lo largo del tiempo ha demostrado que es una de las razones preponderantes por las cuales los jóvenes dejan de lado sus estudios para dedicarse a actividades que generen ganancias y de alguna manera poder sustentar sus necesidades y las de sus familias (Aruj, 2008, p. 100).

La importancia de desarrollar un estudio que ayudan a determinar como el factor económico ha ayudado en muchos casos a los jóvenes estudiantes a cumplir con sus metas, así como muchos otros se han visto en la necesidad de desertar de sus estudios, sean estos por una falta de apoyo o problemas económicos; una gran parte de estudiantes que han tenido varias limitaciones al momento de desarrollar sus estudios han buscado la manera de trabajar y estudiar con la finalidad de cumplir cada uno de sus objetivos, cabe recalcar que los estudiantes universitarios buscan la obtención de un título universitario con la finalidad de obtener un mejor estilo de vida o brindar una mejor vida a sus familias (Aruj, 2008, p. 100).

2.4. Factores intelectuales

La razón analítica (componencial) detalla los mecanismos mentales responsables de la planificación, realización y evaluación de la actuación inteligente frente a problemas comparativamente familiares o que requieren de abstracción, parecidas a las tareas académicas (Orozco, 2010, p. 27). Comprende tres elementos: meta componentes, los mecanismos de ejecución y los mecanismos de adquisición (Henry, 2010, p. 33). La inteligencia creativa (experiencial) constituye la habilidad para enfrentar nuevos desafíos; implica un proceso continuo que va desde una situación nueva a otra completamente automatizada para el estudiante (Aruj, 2008, p. 100) incluye tres procesos: la codificación selectiva, la combinación selectiva y la automatización. Y la inteligencia práctica (contextual) es la capacidad del sujeto para resolver problemas que a diario se presentan en la universidad o en su hogar; incluye tres procesos: la adaptación, la transformación ambiental y la selección del ambiente (Gaffney, 2003, p. 54).

Sin embargo, (Sternberg, 2006, p. 326) considera que esta capacidad no es suficiente para el éxito universitario, sobre todo para los alumnos desfavorecidos. Encontró que la inteligencia práctica minimizó las brechas raciales y étnicas con respecto a las pruebas tradicionales de habilidades

tales como el SAT. Adicional, los estudiantes latinos, negros y nativos americanos se favorecieron más debido a que se redujeron las diferencias de grupo en la mayoría de las pruebas triárquicas, aunque las diferencias sustanciales parecen mantenerse en las habilidades prácticas.

Otra razón asociada al rendimiento académico y que forma parte del presente estudio, es la habilidad que el estudiante emplea para procesar la información. Las estrategias de aprendizaje corresponden un proceso de decisión consciente e intencional por parte del estudiante, formado por una secuencia ordenada de operaciones mentales que realiza con el objetivo de organizar y repasar la indagación en su estructura cognitiva de tal manera que logre aprender, y a su vez, le permita planificar, organizar, ejecutar y valorar sus actividades de aprendizaje. Admite, por tanto, un procedimiento ejecutivo que discrimina elige, activa, combina, coordina y establece diversas habilidades al mismo tiempo que puede cambiar para ajustarse a distintos contextos.

2.5. Factores físicos

(Orozco, 2010, p. 27) hace referencia a un estudio del Banco Mundial en 1995, donde se demostró que entre un 40% y 50% de los resultados académicos está fuertemente asociado al impacto de las características del contexto socioeconómico y familiar. También indica aspectos relacionados con la infraestructura física de la vivienda, destacando características de residencia. Por su parte (Aruj, 2008) hace referencia a lo habitual que es encontrar indagaciones que apoyan la tesis de que en la medida que se incrementa en la escala social (nivel económico), los resultados académicos son mejores. Estudio realizado por (Orozco, 2010, p. 28) con alumnos universitarios en la Universidad de Costa Rica indica que un resultado generalmente aceptable es la existencia de una asociación significativa entre el nivel socioeconómico del estudiante y su rendimiento académico.

A su vez, hacen notar la complicada realidad de que una institución educativa pueda influenciar para cambiar la condición socioeconómica del estudiante de bajos niveles socioeconómicos; sin embargo, estudios de este tipo son significativos desde el punto de vista científico, que brindan un modelo explicativo del fenómeno. Ahora bien, el estudio exclusivamente realizado por (Montero y Villalobos, 2004, p. 17) Por cada punto que aumenta la clasificación socioeconómica, el promedio ponderado decrece. Sin embargo, advierten las mismas investigadoras que no es posible generar una hipótesis interpretativa al respecto, pues habría que estudiar a profundidad otras posibles hipótesis, por el momento se deja la inquietud de que los sistemas de soporte a los estudiantes de niveles socioeconómicos están dando excelentes resultados.

2.6. Factores inclusivos

2.6.1. Discapacidad

Este concepto se mueve en un terreno complejo donde confluyen multiplicidad de términos vinculados a concepciones médicas, sociales, psicológicas o educativas. Los primeros estudios en torno a este tema de acuerdo a lo mencionado por (Romero, 2001, p. 165) comenzaron en los años 60 en los Estados Unidos entre los que recalcan las indagaciones han puesto de manifiesto que los investigadores han batallado para encontrar enunciados operativos de discapacidad que sean “completas”, “globales” o “estables en el tiempo”, pero el problema de la discapacidad como un concepto, al igual que ocurre con muchos otros conceptos en las ciencias sociales, radica en sus circunstancias (Aspinall, 1997, p. 690).

Dentro de los elementos que facilitan la inserción de estudiantes con discapacidad en educación superior; se encuentran los escenarios positivos hacia la introducción y el respeto hacia las discrepancias por parte de todos los actores educativos. (Romero, 2001, p. 165) indica que “las actitudes hacia las personas con discapacidad influyen y determinan los diferentes grados de inclusión educativa, laboral y social”. Otro de los aspectos facilitadores son los procesos personales, el soporte social y el apoyo familiar (Romero, 2001, p. 165). Existe evidencia de que el soporte social es un elemento crucial que influye en la manera en que las personas asumen la discapacidad y en cómo enfrentan las barreras. Las estrategias personales que los estudiantes utilizan en el proceso de ingreso y permanencia en la universidad se convierten en un elemento aún más relevante y complejo en personas con discapacidad y que, entre otras cosas, les convierte en personas resilientes en condiciones no siempre favorables. Más si se hace referencia a las condiciones en las que estos estudiantes viven, debido a que se habla de un grupo muy pequeño el mismo que no consta con todas las medidas que requieren dentro de los lugares en los que residen por esta razón se considera uno de los factores limitantes el momento de elegir un sitio en el cual se va a vivir.

2.7. Tipos de migración

La migración en la actualidad es una realidad que no es ajena a ninguna sociedad, debido al momento que se está viviendo sean estas por razones: sociales, políticas o económicas las personas buscan siempre un mejor estilo de vida y es por esta razón que muchos dejan la comodidad de sus hogares para poder encontrar el futuro brillante para su familia. Cabe recalcar que como país en Ecuador en el año 1998 existió una ola de migración hacia Estados Unidos, España, Italia entre los más comunes; la gente partió en busca de mejores oportunidades

económicas para poder ofrecer mejores oportunidades a sus seres queridos. En este caso en particular tocamos el tema de la Movilización o Migración interna la misma que detalla el movimiento de los estudiantes de ciudades pequeñas hacia las grandes ciudades en las que se encuentran los centros de estudio; con el afán de alcanzar su título universitario o denominado también título de tercer nivel (Aruj, 2008, p. 101).

2.7.1. Emigración

Se da cuando existe la salida de la población de un país.

2.7.2. Inmigración

Al contrario del anterior, este tipo de migración se da cuando existe un ingreso o llegada de personas a un país que no es el suyo.

2.7.3. Migración permanente

Se entiende cuando una persona va a residir en ese país de manera permanente o de por vida, lo cual representa que se convertirá en residente y tendrá todos los derechos y obligaciones como un ciudadano nacido en dicho lugar.

2.7.4. Migración temporal

Se habla de una migración temporal cuando la persona está de paso por dicho país y no tiene intenciones de quedarse a residir en ese lugar (Orozco, 2010, p. 29).

2.7.5. Migración Estudiantil

La palabra migración hace referencia a todo desplazamiento de individuos de un lugar a otro, el traslado de un grupo de seres humanos desde su lugar de origen en busca de un lugar con mejores oportunidades, estilos de vida y calidad de vida (Jara, 2019, p. 33).

Al analizar durante siglos la evolución del ser humano se conoce que fueron nómadas y se trasladaban de un lugar a otro, en busca de mejores presas, alimentos y supervivencia frente a los cambios drásticos de la naturaleza. De acuerdo con diversos estudios que se han realizado a lo largo de los años se ha llegado a determinar que unos de los factores principales que motivan a la gente a tomar este tipo de decisión es mejorar el estilo de vida (LOES, 2010, p. 35).

De acuerdo con lo detallado en el Diccionario Crítico de Migración y Desarrollo de (Márquez, 2012, p. 51) señala a la migración como el desplazamiento de una población que se produce desde un lugar de origen o de partida hacia otro de destino; el mismo que implica consigo un cambio de hábitat. Se conoce que existen varios tipos de migración, los cuales se detallan a continuación.

2.8. Word Wide Web

El diseño de páginas *web* es muy independiente de una ejecución técnica correcta. Si una página posee errores, los visitantes se perderán el contenido o la funcionalidad del sitio (Mariño, 2005, p. 43). Según explica la W3C (World Wide Web Consortium), la World Wide Web son recursos puestos en red. Se fundamenta en tres mecanismos para hacer viables estos recursos a la audiencia:

- La URL: una manera semejante de localizar recursos en la *web*.
- Protocolos para permitir a los recursos, por ejemplo: *http*, *ftp*, *mailto*.
- El hipertexto, utilizado para la navegación entre cursos (Mariño, 2005, p. 43).

Cada procedimiento en Internet es un documento HTML, una imagen, un vídeo, un programa, etc. posee una dirección que se puede reunir en una URL. Una URL típica consiste en:

`http://elnombredenuestronegocio.com/recursos/nombredelrecurso.html`

Protocolo / máquina donde está el recurso / recurso / nombre del recurso

El procedimiento sirve para indicarle al servidor qué servicio queremos usar. Puede ser: *file*, *ftp*, *mailto*, *gopher*, (cada uno con sus características). Cuando se muestra que se trata de *http://* o *https://*, se marca que se desea que devuelva la página *web* (Mariño, 2005, p. 43).

Cada ordenador que se enlaza a Internet tiene concedido un nombre único: es lo que se conoce por IP. La IP es una serie de números única para cada ordenador conectado, y está formada por cuatro números entre el 0 y el 225, separados por puntos (.), por ejemplo: 217.156.112.023 (Mariño, 2005, p. 43).

Para hacer más fáciles algunas direcciones, se pueden acordar direcciones *web* como “ideaspropias.com” o “tiendadejuguetes.es”, que se conocen como dominios. Estas direcciones sirven para destinar el tráfico a una determinada IP (Mariño, 2005, p. 43).

Al relacionarse de páginas *web* públicas no se limita el acceso a nadie y, por tanto, no hay contraseñas. Sí, la URL estaría determinada de la siguiente manera:

`//<usuario>:<contraseña>@<host>:<puerto>/<ruta>`

Cabe recalcar que la *web* está implementada como un sistema cliente-servidor sobre una extensa red pública llamada Internet (Mariño, 2005, p. 43).

2.9. Alojamiento Web

El hospedaje *web* (Hosting) es fundamental para subir a Internet todos los archivos que se han establecido para la página, junto con las imágenes y carpetas (Mariño, 2005, p. 23).

Cuando se acuerde el alojamiento *web*, se deberá subir todos los archivos establecidos al espacio *web* que suministrará la empresa de Hosting, por lo que se debe precautelar cuando se constituya la *web* de usar enlaces relativos en lugar de absolutos para que funcionen correctamente al subirlos a tu espacio *web*. Si se organizan bien los archivos del sitio *web* carpetas y se enlaza por medio de enlaces relativos no habrá problemas. Existen muchas empresas de alojamiento *web*, razón por la cual es pertinente revisar cada una y analizar a fondo qué es lo que ofrecen, tomando en cuentas las opiniones emitidas sobre las mismas, así como detalles de soporte técnico, rapidez de servidores, fallas y respuestas ante posibles eventualidades (Osorio, 2015, p. 83).

El *Hosting* es la asistencia que suministra a los usuarios de internet un procedimiento para poder almacenar información, imágenes, vídeo o diversos tipos de contenido accesible vía *Web*. Los *Web Host* son empresas que suministran espacio de un servidor a sus clientes. (Mariño, 2005, p. 23).

2.9.1. Tipo de alojamiento web

A la hora de seleccionar el servicio de *Hosting* o alojamiento *web*, se presenta una gran cantidad de parámetros para tener en cuenta, pero uno de los más importantes y que se utilizan para medir las propiedades del servicio es la tasa de transferencia. El alojamiento *web* se divide en seis tipos, los mismos que se detallan a continuación (Mariño, 2005, p. 23).

- *Alojamiento Gratuito*: El alojamiento gratuito es extremadamente limitado, cuando se lo compara con el alojamiento pago. Estos servicios generalmente agregan publicidad en los sitios y tienen un espacio y tráfico limitado (Sáez, Mediano, Elizagarate, 2018, p. 126).
- *Alojamiento compartido*: también llamado *Shared Hosting*, en este tipo de servicios se alojan clientes de varios sitios en un mismo servidor, gracias a la configuración del programa servidor *web*. Resulta una alternativa muy buena para pequeños y medianos clientes, es un servicio económico y tiene buen rendimiento (Sáez, Mediano, Elizagarate, 2018, p. 126).
- *Alojamiento de imágenes*: este tipo de alojamiento se ofrece para guardar tus imágenes en internet, la gran parte de estos servicios son de uso gratuito y las páginas se valen de la publicidad ubicadas en su página al subir la imagen (Sáez, Mediano, Elizagarate, 2018, p. 127).
- *Alojamiento revendedor (Reseller)*: esta prestación de alojamiento está bosquejada para grandes usuarios o personas que venden la asistencia de *Hosting* a otras personas. Estos servicios cuentan con gran cantidad de espacio y de dominios útiles para cada cuenta (Sáez, Mediano, Elizagarate, 2018, p. 127).

- *Servidores virtuales (VPS; Virtual Private Server)*: mediante el uso de un artefacto virtual, la empresa brinda el control de un ordenador supuestamente no compartido. De esta manera se aprueba gestionar varios dominios de forma fácil y económica, además de elegir los programas que se establecen en el servidor. Por ello, es el tipo de producto recomendado para empresas de diseño y programación *web* (Sáez, Mediano, Elizagarate, 2018, p. 127).
- *Servidores dedicados*: El término servidor dedicado hace referencia a una forma avanzada de alojamiento *web*, en el cual el cliente alquila o compra un ordenador por completo, y por tal motivo tiene el control completo y la responsabilidad de gestionarlo. El cuidado físico de la máquina y de la conectividad a Internet es tarea de la empresa de alojamiento, que suele tenerlo en un centro de datos (Sáez, Mediano, Elizagarate, 2018, p. 127).
- *Colocación (o Housing)*: Este servicio consiste básicamente en vender o alquilar un espacio físico de una central de datos para que el cliente coloque ahí su propio ordenador. La compañía le da la corriente y la conexión a internet, pero el computador servidor elige completamente el usuario (hasta el *hardware*). (Sáez, Mediano, Elizagarate, 2018, p. 128).

2.10. Dominios

Dominios son las denominaciones de los sitios *web* que visitamos. En lugar de usar las direcciones IP para ingresar a los sitios *web*, usaremos los nombres de dominio, ya que es más fácil recordar el nombre de un sitio que su dirección IP. Se pueden dividir en dos tipos:

- *Internacionales o genéricos*: hacen referencia al tipo de organización que es propietaria del dominio. Algunos ejemplos son: .com (compañías comerciales), .org (organizaciones), .net (redes y servicios de internet), .edu (Instituciones educativas), gob (organizaciones gubernamentales) (Torres, 2005, p. 2).
- *Dominios territoriales o dominios país*: identifican a un país y están a cargo del estado de cada nación. Por ejemplo; .ec (Ecuador), .uk (Reino Unido), .fr (Francia), .ar (Argentina), .de (Alemania) (Torres, 2005, p. 2).

Coexisten muchos sitios *web* desde los que podemos reconocer un dominio y normalmente, antes de registrarlo, podemos comprobar si está o no disponible (Torres, 2005, p. 2). Se puede decir que dominio, es el sitio *web* al que se quiere acceder. Se ingresa en la barra de direcciones del navegador para buscar la información que se desea (Torres, 2005, p. 2).

2.11. Páginas Web

El diseño *web* es una acción multidisciplinaria que va de la mano con el internet. Se promueve desde principios como el diseño de interfaces y las artes visuales, la programación de aplicaciones informáticas, el diseño gráfico y la constitución de contenidos, la animación tradicional, el

marketing, la publicidad, y muchas otras carreras que se ven congruentes directamente (Mariño, 2005, p. 67).

La *Web* fue implantada en 1989 por Tim Berners Lee. Fundamenta en una forma de organizar la información usando como medio físico de comunicación la red internet y el protocolo HTTP, HTTP (*Hypertext Transference Protocol*) es el protocolo de intercambio de hipertexto que los navegadores utilizan para efectuar peticiones a los servidores *web* y para absorber las réplicas de ellos. Es el procedimiento que se utiliza para ver páginas *web* (Ramos Martín & Ramos Martín, 2011, p. 53).

Desde el punto de vista técnico, una página *web* es un instrumento HTML (es un lenguaje que consiste en implantar etiquetas entro los contenidos. Estas etiquetas no se muestran, pero le dan indicaciones al navegador *web* sobre los diferentes elementos y sobre cómo debe mostrarlos). Además, este lenguaje permite enlazar documentos por medio de hipervínculos, lo que, a su vez, permite la interacción del usuario de una forma nueva, sin antecedentes en los documentos impresos. El uso de enlaces supone el paso de estructuras lineales de comunicación a estructuras interactivas más complejas (Torres, 2005, p. 78). Las tres acciones fundamentales al visitar una página *web* son:

- Ver imágenes,
- Leer textos,
- Interactuar con la interfaz.

La informática tiene una obligación muy importante en la instauración y la gestión de sitios *web*. En ella interceden varias tecnologías, tanto aquellas relacionadas a la transferencia de la información (servidores, procedimientos, etc.), como las que se relaciona la restauración y la gestión de datos (base de datos, programación del lado servidor), y a la manifestación en pantalla (programación del lado cliente) (Mariño, 2005, p. 5).

Para la instauración de sitios *web* completos normalmente se fragmentan las tareas entre diseñadores y programadores. Inclusive en estos casos a los diseñadores les toca un tipo de programación que se encarga de cosas tales como cuando pasas sobre un botón y éste cambia de color y se reproduce un sonido (Torres, 2005, p. 78).

2.12. Creación de Marca

Marca es un nombre, un término, una señal, un símbolo, un diseño o una combinación de alguno de estos elementos antes mencionados con los cuales se va a identificar un bien o servicio que va a servir para diferenciarlos de los competidores con los que se pueden encontrar en el mercado. Según (Anholt, 1998, p. 92) señala que existen dos tipos de marcas: marcas de dominio privado y marcas de dominio público. Las empresas en su gran mayoría están dirigidas por una junta o un consejo de administración, las mismas que poseen marcas privadas, mientras que las marcas de

dominio público no pertenecen a ninguna persona en concreto, dado que las marcas de dominio público son parte de la tradición popular y cultural, así como, por ejemplo: los nombres de ciudades, regiones y países (Anholt, 1998, p. 92).

La marca (*Branding*) y los principios de creación y gestión de la marca en la actualidad ya no solo son aplicables para empresas, bienes o servicios sino también a regiones, países y ciudades. Las marcas dominantes producen consigo una garantía de calidad. Pero una marca es un símbolo mucho más complejo, el mismo que lleva consigo hasta seis significados: (Karferer, 1992, p. 280)

- *Atributos*: una marca recuerda determinadas cualidades y propiedades.
- *Beneficios*: los atributos deben poder traducirse a experiencias funcionales o emocionales.
- *Valor*: la marca habla también de los valores de quien los produce.
- *Cultura*: Una de las cualidades más significativas para poder proyectar valores importantes de la cultura a la que está representará.
- *Personalidad*: proyección de rasgos y cualidades que lo distinguen del resto.
- *Consumidor*: representación y referencia al consumidor de dicho producto (Sáez, Mediano, Elizagarate, 2018, p. 150).

2.12.1. Características de una marca digital

La marca digital radica en instaurar la historia y la presencia de su marca en la zona digital. Para establecer una conexión característica con su público objetivo, la marca digital es la clave. Se trata de usar su propuesta única para diferenciarse a sí mismo y sus ofertas de la competencia (Secuaz Branding, 2020, pp. 10-20).

La marca digital debe ser diferente de todas las ideas tradicionales de branding. Una marca estrictamente no puede decirnos lo que simboliza y después esperar que lo creamos. Una marca necesita existir con sus valores y luego comunicarnos a través de la marca digital. Existen dos potentes medios utilizados para lograr construir su identidad digital: el marketing de contenido y las redes sociales (Secuaz Branding, 2020, p. 10-20).

2.12.2. Marketing de contenidos

Cuando le indagan sobre su educación, qué lo motiva o cómo logró ciertas metas, es factible que se halle contando una historia. Una historia acerca de los desafíos que tuvo que afrontar y los inconvenientes que logró superar. Lo más importante aquí, es cómo esos desafíos afectan a las ofertas que usted brinda, o productos o servicios que ha desarrollado. El marketing de contenido es principalmente utilizado para proporcionar contenido relevante adecuado para las diversas etapas del viaje de un usuario que transmiten, a través de una serie estratégica de contenido, su producto o servicio es una solución. Es relevante que tenga en cuenta que suministrar valor más

allá de lo que está ofreciendo, es la mejor manera de empezar a construir su identidad. Aplicar nuevamente su propuesta de valor o definir por qué es mejor que la competencia, es la mejor forma de seguir interrelacionarse con su audiencia (Secuaz Branding, 2020, pp. 10-20). A continuación, se detalla el uso de las redes sociales para construir su identidad digital.

2.12.2.1. Redes sociales

Sus participaciones en redes sociales comunican la voz de su marca. Transmiten la voz de la marca desde tus actualizaciones de estado hasta la forma en que respondes a los comentarios. Un gran creador de conciencia es su actividad en redes sociales y puede utilizarse para dar forma a su identidad. La marca digital es la identidad, visibilidad y credibilidad de un negocio entre los consumidores que descubren, se relacionan e interactúan con el negocio en línea (Secuaz Branding, 2020, pp. 10-20).

Dado que el consumidor de hoy en día maneja plataformas en línea (es decir, búsqueda en línea, redes sociales, aplicaciones móviles, etc.) para resguardar sus decisiones de compra, el establecimiento de una marca digital fuerte aumentará la ganancia de sus clientes, la generación de clientes potenciales, el consumo de contenido y el conocimiento de la marca. Como propietarios de empresas, vendedores o personas que buscan construir una audiencia, todos deben centrarse en la construcción de una marca digital fuerte porque, al final del día, el negocio depende de ello (Secuaz Branding, 2020, p. 10-20).

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Metodología

Los estudiantes foráneos están en una etapa de decisión en su formación académica al elegir la universidad, su carrera, y su vivienda. La mayoría de los estudiantes que desistieron de sus estudios fue por encontrar un inmueble, acorde a sus necesidades y requerimientos.

Las condiciones de seguridad en la actualidad es uno de los factores fundamentales al momento de elegir un sitio en el cual el estudiante desea vivir, si bien es cierto se busca algo acorde a la economía del universitario no se puede dejar de lado la seguridad del inmueble en el que va a habitar. Es por eso por lo que se considera característica primordial al momento de tomar una decisión.

Por lo tanto, en este proyecto se pretende desarrollar página *web* de fácil acceso para las personas interesadas, con información detallada de cada uno de los inmuebles, contratos seguros y comunicación directa con los propietarios o arrendadores; es así que se usa la metodología de la ingeniera Venezolana Dely Maybel Gil Álvarez, la misma que propone un metodología para la instauración de un sitio *web* que vislumbra las fases de análisis, planificación, contenido, programación, testeo, mercadeo y publicidad (Montero & Martin, 2003, p. 17).

3.2. Metodología de Dely Maybel Gil Álvarez

3.2.1. Fase de análisis

Al comenzar se debe dar respuesta a unas interrogantes que definirán la factibilidad de la página *web*.

- 1 ¿Se necesita realmente la página *web*?
- 2 ¿Qué buscarán los usuarios en la página *web*?
- 3 ¿Qué imagen se quiere proyectar a los usuarios?
- 4 ¿Con qué recursos cuenta para el desarrollo de la página *web*?
- 5 ¿Qué impacto causará el sitio *web* en los usuarios?

3.2.1.1. Selección de usuario

La investigación será ejecutada en la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo con los estudiantes de nuevo ingreso UAN (unidad académica de nivelación) que “el modelado de usuario se fundamenta en definir clases o perfiles de los usuarios, y así poder diseñar con el objetivo de compensar las necesidades propias de cada grupo de usuarios” (Montero & Martin, 2003, p. 17).

Población: muestra Silvia Andrade Álvarez.

3.2.2. Fase de planificación

Se define cuáles son los requerimientos técnicos para este fin, quienes serán los miembros del equipo, seleccionar la estructura, planear un estudio bien organizado, y realizar estudios de mercadeo competitivo (Montero & Martin, 2003, p. 29).

3.2.2.1. Selección del software

En esta etapa se busca determinar los requerimientos en cuanto al software que se utilizará para el desarrollo de la página *web* es decir el sistema operativo, servidores, editores de diseño, animaciones esto dependerá de la existencia de licencias de software (Montero & Martin, 2003, p. 29).

3.2.2.2. Selección de hardware

Al comenzar a desarrollar la página *web* se debe verificar que el nombre del dominio esté disponible y reservarlo inmediatamente (Montero & Martin, 2003, p. 32).

3.2.2.3. Costo de inversión

A la hora de planificar un sitio *web* se debe realizar el estudio de viabilidad que es el costo financiero para invertir que abarca

- Tiempo personal
- Hospedaje *web*
- Dominios
- Licencias
- Servicios de mantenimiento

3.2.2.4. Beneficios por obtener

Antes de establecer el desarrollo *web* se debe estimar el tiempo de recuperación de la inversión esta puede ser tangible con dinero o intangible como las mejoras de las relaciones intrapersonales de la organización (Green, Chilcott & Flick, 2003, p. 110).

3.2.3. Fase de contenido

El éxito de una página *web* va acorde a su contenido con los objetivos planeados y la información que se posee dirigido a un público objetivo adecuado (Green, Chilcott & Flick, 2003, p. 110).

3.2.4. Fase de diseño

El diseño supone un trabajo extenso y detallado ya que abarca una integración lógica con la página *web* para que el usuario no se distraiga y encuentre con facilidad lo que está buscando (Green, Chilcott & Flick, 2003, p. 110).

El diseño de sitios *web* debe ser evaluado como una estructura informacional y no como un simple espacio artístico, es más una organización comunicacional para cumplir las necesidades e inquietudes del público objetivo (Green, Chilcott & Flick, 2003, p. 110).

3.2.4.1. Naming

Al momento de crear la marca se debe usar algo que pueda hacer referencia al servicio que estamos ofertando. Cuando se indaga un nombre para una empresa o para un producto o servicio, tomamos una decisión relevante que afectará a lo que será la experiencia de la marca (Green, Chilcott & Flick, 2003, p. 110).

3.2.4.2. Usabilidad

El tiempo que requiere el visitante para adaptarse, los pasos necesarios para lograr una determinada acción dentro de la página *web* y el nivel de conocimiento que requieren los usuarios para el uso de la página *web* (Green, Chilcott & Flick, 2003, p. 111).

3.2.4.3. Accesibilidad

Un sitio *web* se desarrolla con la intención de que sea visto por el mayor número de usuarios posible, pero hay que tener en cuenta que cada usuario accede de diferentes equipos y navegadores

es por eso por lo que la página se realiza responsiva esto quiere decir que sea visualmente atractiva de la mayoría de los dispositivos (Green, Chilcott & Flick, 2003, p. 111).

3.2.5. Fase de testeo

Se ejecutan pruebas exhaustivas para evitar desperfectos de botones redirecciones y asegurar el perfecto funcionamiento de la página *web*. Como por ejemplo revisión de posibles fallos, textos incompletos, fotografías completas, o fallos que puedan alterar la experiencia del usuario en una página *web* (Green, Chilcott & Flick, 2003, p. 111).

3.2.6. Fase de mercadeo y publicidad

Es la última fase y una de las más importantes es la encargada de informar y persuadir a los usuarios a dirigirse a la página *web* para que conozcan el servicio que se oferta (Green, Chilcott & Flick, 2003, p. 111).

CAPÍTULO IV

4. MARCO DE RESULTADOS

La presencia de estudiantes en los últimos años en la urbe de Riobamba ha incrementado considerablemente, generando que se la denomine Ciudad Universitaria la misma que aloja cerca de 34000 alumnos de las 24 provincias del Ecuador. Razón por la cual se ha desarrollado una página basada en la metodología de la Ing. Dely Maybel Gil Álvarez que mediante la aplicación de diversas fases que ayudan a determinar los requerimientos y mejorar la experiencia dentro de una plataforma *web* para usuarios, con el fin de contribuir a los alumnos foráneos a descubrir un lugar de arriendo seguro, a gusto y evitar la deserción en su vida universitaria por una posible mala experiencia en su nuevo hogar.

4.1. Fase de análisis

Dentro de la investigación desarrollada se determinó que uno de los problemas más comunes dentro de la comunidad estudiantil es el encontrar un lugar seguro y conveniente en el cual poder residir. Por tal motivo se inició con una entrevista a varios estudiantes de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, con la finalidad de determinar los factores a tomar en cuenta al momento de buscar un lugar para vivir, así como sus experiencias dentro de sus hogares. Una vez conocida las necesidades y requerimientos de los estudiantes se procede a realizar un bosquejo tomando en cuenta cada una de las necesidades indicadas por las personas entrevistadas.

4.1.1. Conocer y definir los requerimientos de los estudiantes foráneos al escoger un departamento

Dentro de los requerimientos que los estudiantes definieron como importantes al momento de seleccionar un lugar para vivir se detallan: un sitio seguro, de fácil acceso, cercanía a las instalaciones universitarias, servicios básicos incluidos, buena red de internet, convenios contractuales. En vista de que este tipo de información no se ha encontrado al alcance de los estudiantes en diversas plataformas se ha decidido crear: Primerdepar.com. La misma que busca brindar a los estudiantes foráneos una experiencia diferente y completa; con imágenes reales de los departamentos disponibles en la ciudad de Riobamba, ayudándolos a conseguir no solo un lugar donde vivir sino un departamento adecuado a sus necesidades. De esta manera promover a que se sientan cómodos y poder desempeñar su vida académica con mayor facilidad acompañada

de los servicios básicos, internet, agua caliente, garaje y sin olvidar a las personas que tengan alguna discapacidad en movilidad.

4.1.2. Reunir información

La perspectiva de esta investigación es de carácter cualitativo, puesto que la población a investigar es limitada, ya que está enfocada exclusivamente a estudiantes foráneos, lo que interesa es que el inquilino encuentre un departamento de una forma rápida y eficaz en Riobamba sin haber visitado o conocido la ciudad. Cabe recalcar que la información que se recolectó surgió de los presidentes barriales de los sectores aledaños a las instituciones, quienes durante años son quienes conocen de la realidad. Además, se indagó a los involucrados directos en la problemática, es decir a los estudiantes universitarios foráneos.

4.1.3. Análisis de sectores

Siguiendo el proceso de análisis e interpretación de la obtención de la información conseguida, se llegó a establecer el listado de sectores estudiantiles principales para la distribución:

- ESPOCH
- UNACH Campus vía Guano
- UNACH Campus Centro
- UNACH Campus La Dolorosa
- Plaza Alfaro (Ex estación del tren)
- Bellavista

4.1.4. Análisis de la información requerida

Para obtener una muestra significativa se trabajó con los estudiantes de 5 paralelos de la Unidad Académica de Nivelación de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo; con un total de 163 alumnos, de los cuales 112 son foráneos.

4.1.5. Tabulación de las encuestas estudiantes nivelación

Se realizó una encuesta a 112 alumnos a través de Google Forms debido a la situación que se encuentra atravesando el mundo; de los cuales únicamente 98 estudiantes respondieron de forma completa a las encuestas realizadas, por lo cual este último número será el considerado.

Instrucción: Del 1 al 10 exprese su grado de satisfacción siendo 1 el menor y 10 el mayor grado.

1. ¿Cuán satisfactorio fue su primer arriendo en la ciudad de Riobamba?

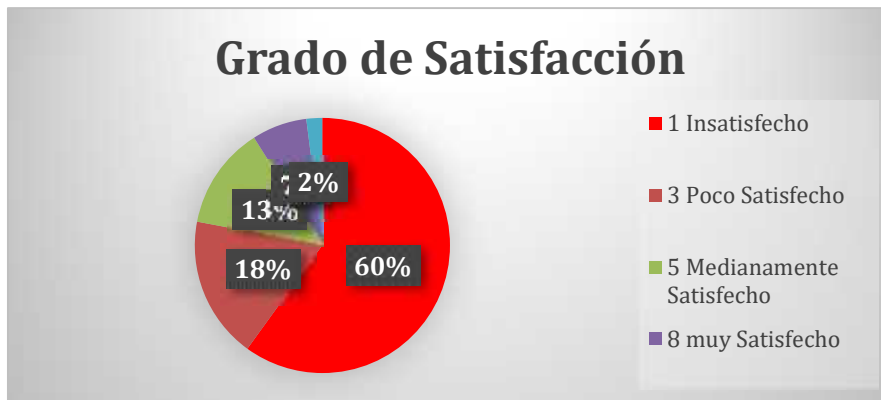


Gráfico 1-4: Grado de satisfacción de los estudiantes

Realizado por: Sandoval, Luis, 2021.

Análisis: De acuerdo con las encuestas realizadas se llegó a determinar que el 60% de los estudiantes tienen malos recuerdos de su primer arriendo. Dentro de estas molestias se encontró que una vez que se ha dado fin a los acuerdos verbales de arrendamiento no se les fue devuelto el valor de la garantía, la misma que fue requisito primordial al momento de alquilar un lugar; la falta de inseguridad seguridad ya que en algunos casos los estudiantes fueron víctimas de robo sin que alguien en específico se haga responsable de los objetos sustraídos y finalmente se determinó que en otros casos tuvieron que lidiar con un cobro excesivo de servicios básicos.

2. ¿Qué tan fácil resultó conseguir un departamento por primera vez? 1 muy difícil, 10 muy fácil

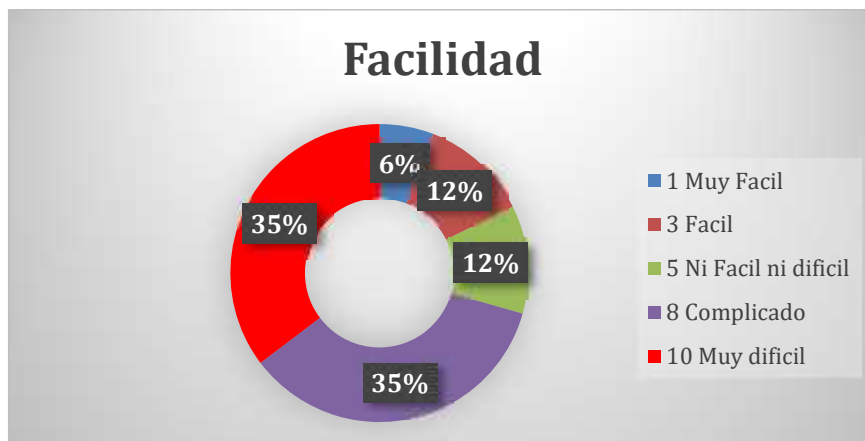


Gráfico 2-4: Facilidad para conseguir departamento

Realizado por: Sandoval, Luis, 2021.

Análisis: En cuanto a las experiencias vividas por los estudiantes la primera vez que estos buscaron un departamento, se logró identificar que a el 6% de los encuestados les resultó muy fácil conseguir un sitio de arriendo debido a que tuvieron ayuda de amigos o familiares, los mismos que residían en la ciudad de Riobamba; conociendo los sectores de mayor afluencia. Mientras que por otro lado nos encontramos con un 35% de encuestados a los que les resultó muy complicado sea porque desconocían la ciudad o se dejaron llevar por comentarios externos que, al contrario de ayudar, tuvieron una influencia negativa en la decisión de los estudiantes.

3. *¿Qué tan seguro considera su lugar de residencia? 1 inseguro, 10 extremadamente seguros*

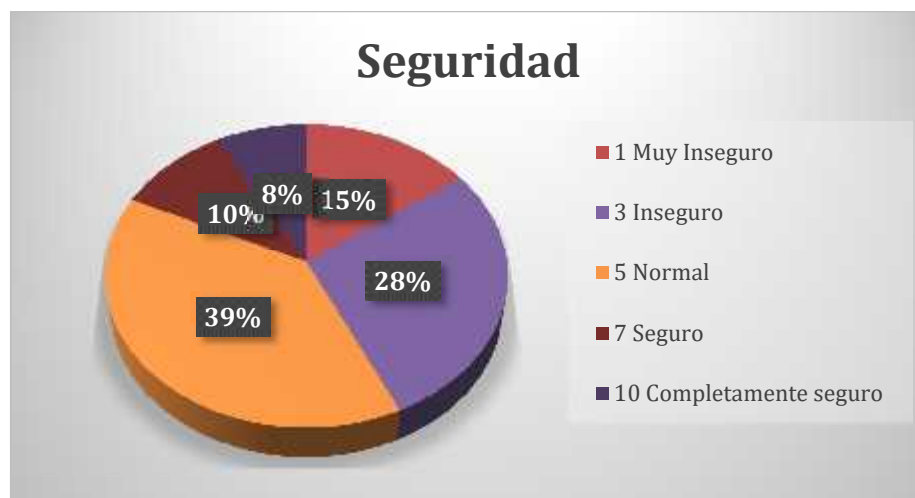


Gráfico 3-4: Temas de seguridad del lugar de residencia

Realizado por: Sandoval, Luis, 2021.

Análisis: Se determina que el 15% de los encuestados tuvieron que desocupar los inmuebles en los que vivían por falta de seguridad, sea en ventanas o puertas; de una u otra manera no sentían seguridad y no contaban con las garantías necesarias como para continuar en esos lugares. En cambio, el 8% de los estudiantes afirmaban residir en departamentos seguros los cuales contaban con vigilancia mediante cámaras de seguridad y adicional algunos dueños habitaban en el mismo lugar, estando pendiente de todo lo que ocurría.

4. ¿Qué tan buena considera usted su comunicación con el dueño del inmueble? 1 mala comunicación, 10 excelente comunicación.

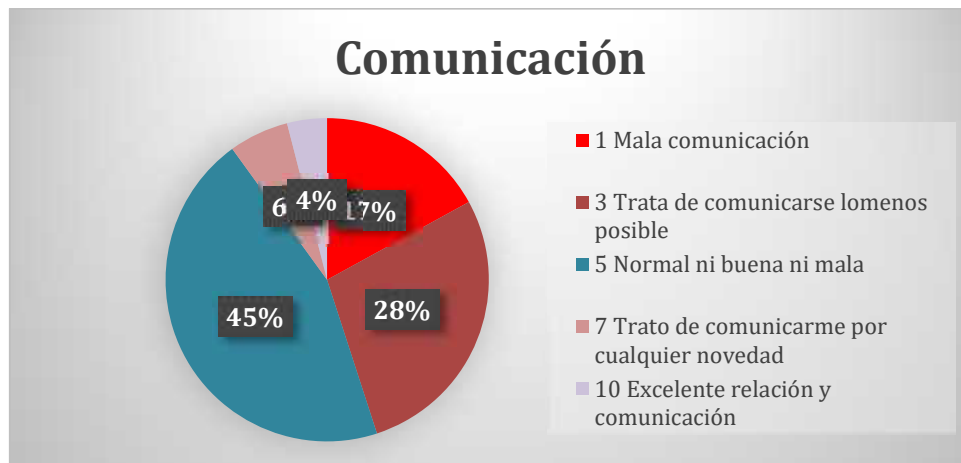


Gráfico 4-4: Comunicación con los propietarios

Realizado por: Sandoval, Luis, 2021.

Análisis: El 17% de los encuestados asegura haber tenido inconvenientes por que el dueño solo llegaba a cobrar el arriendo y hacía caso omiso a las peticiones el 45% personas la comunicación con el dueño del inmueble no era irrelevante el 4% tienen excelente relación con los dueños y dos personas aseguran que no se cambiarán hasta culminar su carrera universitaria.

5. ¿Considera que su último lugar de residencia satisface todas sus necesidades? 1 insatisfecho, 10 completamente satisfecho

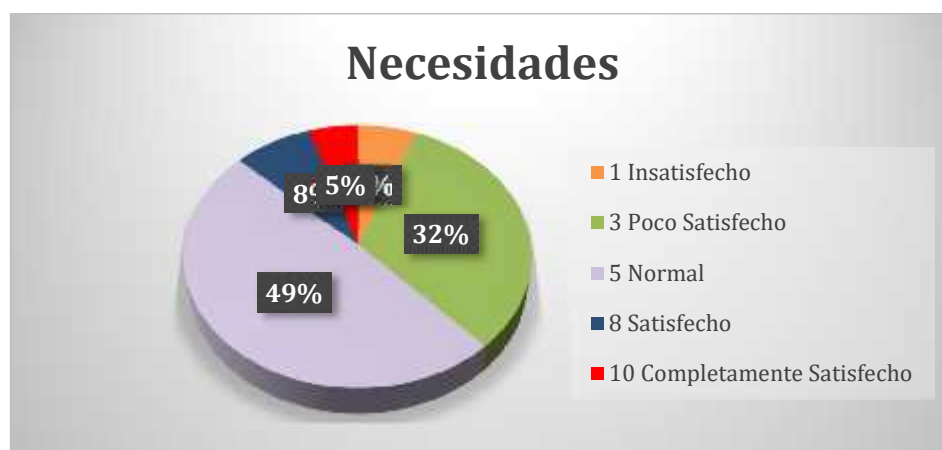


Gráfico 5-4: Satisfacción de necesidades

Realizado por: Sandoval, Luis, 2021.

Análisis: El 50% de los encuestados aseguran tener luz, agua e internet el 32% está poco satisfecho por la lentitud del internet

6. ¿El lugar de residencia se encuentra ubicado en el lugar que usted deseaba? 1 en absoluto, 10 definitivamente era el lugar que buscaba.

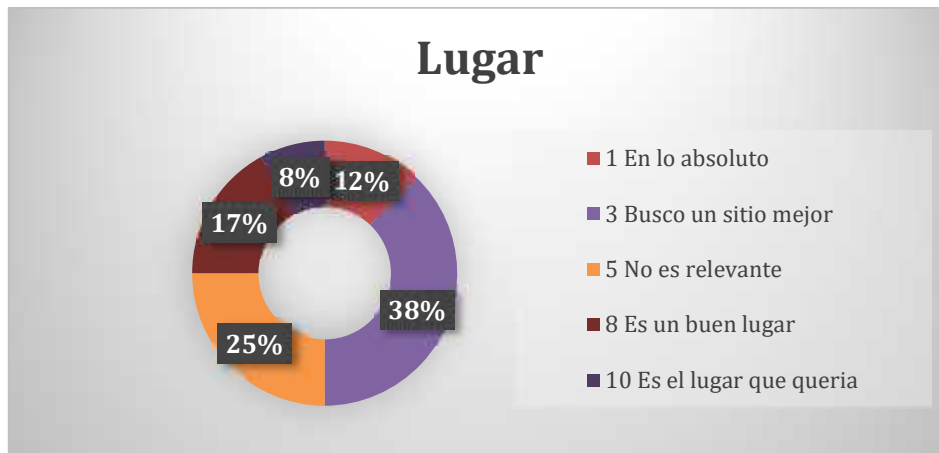


Gráfico 6-4: Ubicación de lugar de residencia

Realizado por: Sandoval, Luis, 2021.

Análisis: El 38% de los encuestados en su regreso a Riobamba esperan conseguir un departamento mejor y si es amoblado y agua caliente sería lo ideal también 17% desearía vivir en el centro de la ciudad.

7. ¿Poseía un contrato que asegure su permanencia en su departamento? 1 no posee contrato, 10 ha leído y firmado un contrato.



Gráfico 7-4: Firma de contrato

Realizado por: Sandoval, Luis, 2021.

Análisis: El 45% de los encuestados asegura nunca firmaron un contrato y apenas el 5% poseían un contrato legalizado

8. ¿Utilizará una plataforma digital que le ayude a conseguir un lugar de residencia que cumpla con todos sus requerimientos y necesidades? 1 no la usaría para nada, 10 definitivamente sí la usaría.

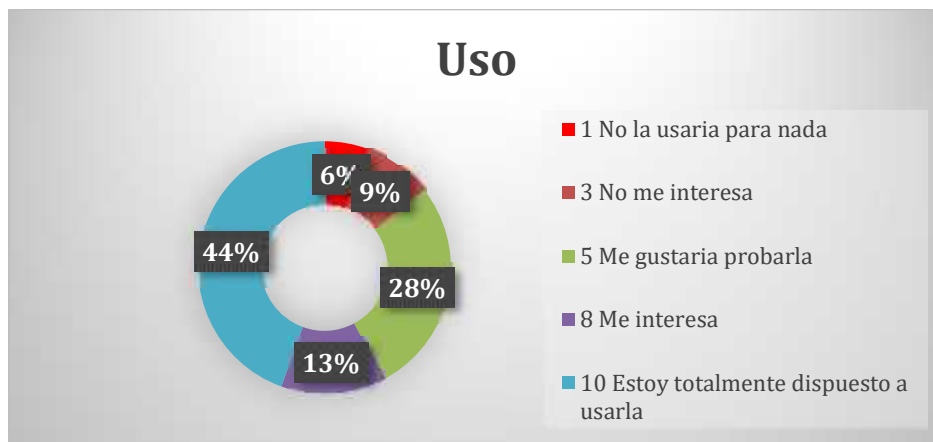


Gráfico 8-4: Uso de plataforma digital para encontrar un departamento

Realizado por: Sandoval, Luis, 2021.

Análisis: El 44% de los encuestados desearía una página *web* inmediata para observar todas las posibilidades 6% no usaría ningún método online y anhelan culminar sus estudios online por la pandemia.

9. ¿Conoce alguna plataforma que le brinde todas estas posibilidades? 1 no conozco ninguna, 10 sí conozco y escriba sus nombres.

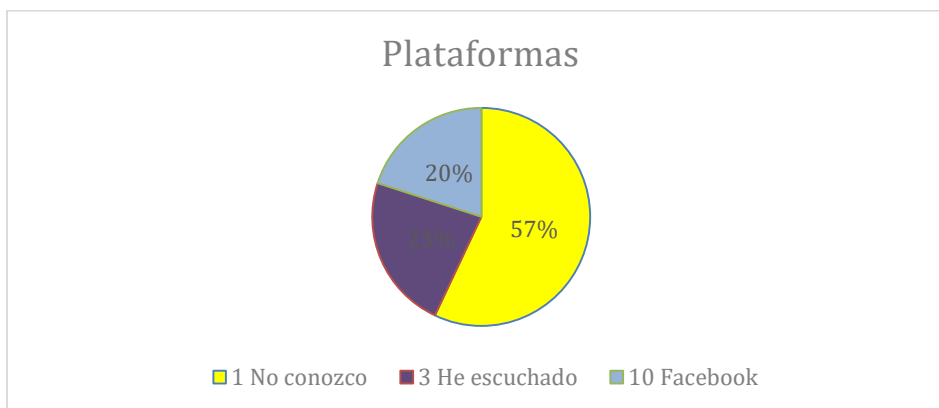


Gráfico 9-4: Conocimiento de plataformas digitales

Realizado por: Sandoval, Luis, 2021.

Análisis: Como resultado se identificó que el 20% asegura haber encontrado su arriendo en páginas de Facebook, mientras que el otro 57% de los estudiantes desconoce de alguna plataforma o página *web* que les ayude a conocer detalles de los lugares que se ofertan en el medio. Razón por la cual se propone la creación de una página *web* enfocada exclusivamente en los estudiantes

foráneos, la misma que busca solventar problemas con los que estos puedan encontrarse al momento de seleccionar un sitio para habitar.

4.2. Manual de marca

4.2.1. Diseño de interfaz

En diseño gráfico se basan los conocimientos en el funcionamiento del desarrollo de páginas *web*. Las herramientas principales que utilizan son recursos como la gráfica, ilustraciones fotografías y símbolos, sin afectar el funcionamiento técnico eficiente de las mismas. Primerdepar.com es un sitio *web* académico enfocado a los estudiantes foráneos, con información detallada del departamento que ayuda a los jóvenes a encontrar un lugar de arriendo en los sectores universitarios.

4.2.2. Características generales

Dentro de las características más importantes a tomar en cuenta, para mejorar la experiencia del usuario se tiene:

- Simpleza, la misma que permite al usuario poder usar la página de manera fácil, y fluida.
- Evitar errores en la configuración de las acciones, asegurando que el sistema funcione de acuerdo con las necesidades de los usuarios.
- Claridad, definir los contenidos los mismos que deben ser concisos y precisos.
- Contexto de acción, evitar los cambios bruscos dentro de la página, permitiendo que todas las herramientas puedan ser localizadas.
- Diseño ergonómico, un sitio *web* familiar, el mismo que pueda ser de fácil acceso tanto en páginas como aplicaciones móviles.
- Herramientas de ayuda y consulta, las mismas que son de vital importancia para solventar dudas y gestionar soluciones a los usuarios.
- Efectos inmediatos, acciones útiles en cuestiones de cambios en el diseño de la interfaz que se desee realizar.
- Rapidez, claridad y simplicidad que permitan una experiencia positiva al usuario.

4.2.2.1. Tamaño de la interfaz

La página *web* es responsiva para que la visualización sea la correcta tanto en computadoras como en celulares. A continuación, se muestran cada una de las resoluciones y tamaños de las pantallas a utilizar.

Visualización monitores de PC: Interfaz de 1400x700 pixeles, diseñado para monitores de gama alta.



Figura 1-4: Pantalla principal de la página

Realizado por: Sandoval, Luis, 2021.

Visualización monitores de PC: Interfaz de 1200 x 700 píxeles, diseñado para monitores de gama media.



Figura 2-4: Visualización monitores de PC. Interfaz 1200 x 700 píxeles

Realizado por: Sandoval, Luis, 2021.

Visualización monitores de PC: Interfaz de 1000 x 700 píxeles, diseñado para monitores de gama baja.



Figura 3-4: Visualización monitores de PC: Interfaz de 1000 x 700 píxeles

Realizado por: Sandoval, Luis, 2021.

Visualización monitores de PC: Interfaz de 768 x 700 píxeles, diseñado para tabletas.



Figura 4-4: Visualización monitores de PC: Interfaz de 768 x 700 píxeles
Realizado por: Sandoval, Luis, 2021.

Visualización monitores de PC: Interfaz de 768 x 700 píxeles, diseñado para tabletas.



Figura 5-4: Visualización monitores de PC: Interfaz de 768 x 700 píxeles

Realizado por: Sandoval, Luis, 2021.

Visualización monitores de PC: Interfaz de 560 x 700 píxeles, diseñado para tabletas pequeñas.



Figura 6-4: Visualización monitores de PC: Interfaz de 560 x 700 píxeles

Realizado por: Sandoval, Luis, 2021.

Visualización monitores de PC: Interfaz de 410 x 700 píxeles, diseñado para celulares.



Figura 7-4: Visualización monitores de PC: Interfaz de 410 x 700 píxeles

Realizado por: Sandoval, Luis, 2021.

4.2.2.2. *Presentación*

La página *web* consta con menús, iconos, abstracciones, elementos gráficos cromáticos y armonía que al momento de ser visitada por los usuarios se lleva un recorrido limpio sin distracciones.

Íconos de las zonas de arriendo

ESPOCH Escuela Superior Politécnica de Chimborazo



Figura 8-4: Zona de arriendo ESPOCH

Realizado por: Sandoval, Luis, 2021.

UNACH Campus Norte Universidad Nacional de Chimborazo vía a Guano



Figura 9-4: Zona de arriendo UNACH Campus Norte

Realizado por: Sandoval, Luis, 2021.

UNACH Campus Centro Universidad Nacional de Chimborazo sector parque infantil



Figura 10-4: Zona de arriendo UNACH Campus Centro

Realizado por: Sandoval, Luis, 2021.

UNACH Campus la Dolorosa Universidad Nacional de Chimborazo sector la Dolorosa



Figura 11-4: Zona de arriendo UNACH Campus la Dolorosa

Realizado por: Sandoval, Luis, 2021.

Plaza Alfaro (Ex estación del Tren)



Figura 12-4: Zona de arriendo Plaza Alfaro

Realizado por: Sandoval, Luis, 2021.

Bellavista



Figura 13-4: Zona de arriendo Bellavista

Realizado por: Sandoval, Luis, 2021.

Menú principal



Figura 15-4: Menú principal de Primerdepar.com

Realizado por: Sandoval, Luis, 2021.

Al momento de dar clic, ya sea en la flecha o en arrendar se desplegará los sectores disponibles de arriendo.



Figura 16-4: Pantalla de sectores de arriendo

Realizado por: Sandoval, Luis, 2021.

Al momento de dar clic en el botón ¿cómo funciona? se desplegará la información del funcionamiento de la página web.



Figura 17-4: Pantalla de visualización ¿Cómo funciona?

Realizado por: Sandoval, Luis, 2021.

Si desea regresar al menú principal, debe darle clic en el logotipo primerdepar.com este va a estar de manera estática siempre en la parte superior izquierda.



Figura 18-4: Menú principal Primerdepar.com

Realizado por: Sandoval, Luis, 2021.

Si se da clic en Conócenos se desplegará la información corta de la página *web*



Figura 19-4: Pantalla de Nuestra Empresa

Realizado por: Sandoval, Luis, 2021.

Al dar clic en Contáctanos, aparecerá los número de la empresa, correo electrónico y un formulario.



Figura 20-4: Pantalla de información de contacto

Realizado por: Sandoval, Luis, 2021.

En la parte inferior de la página *web* estará siempre de manera estática las zonas disponibles por arrendar.



Figura 21-4: Pantalla inferior de datos

Realizado por: Sandoval, Luis, 2021.

Al seleccionar zona de despliega el sector escogido con los tipos de vivienda y un mapa del sector elegido.

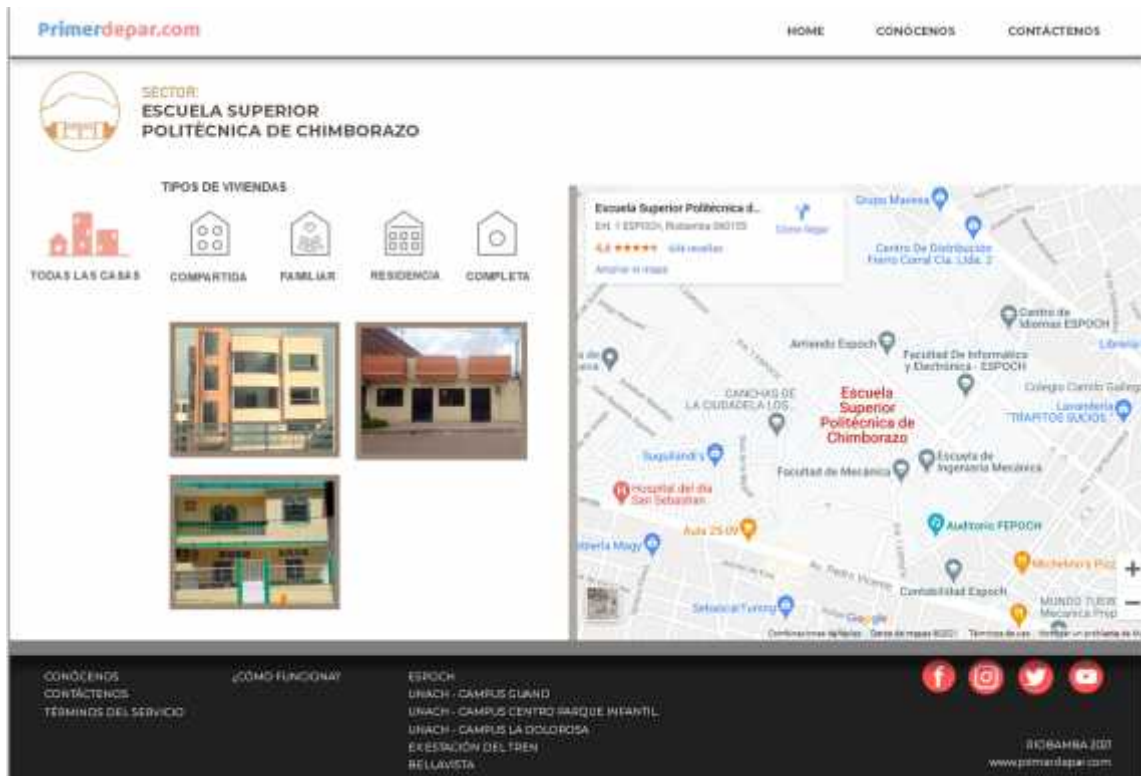


Figura 22-4: Pantalla de información primerdepar.com

Realizado por: Sandoval, Luis, 2021.

Al seleccionar la fotografía de la casa se proporciona la información total del departamento adicional con el número de celular y enlace de Facebook del arrendatario con las condiciones de arrendamiento.

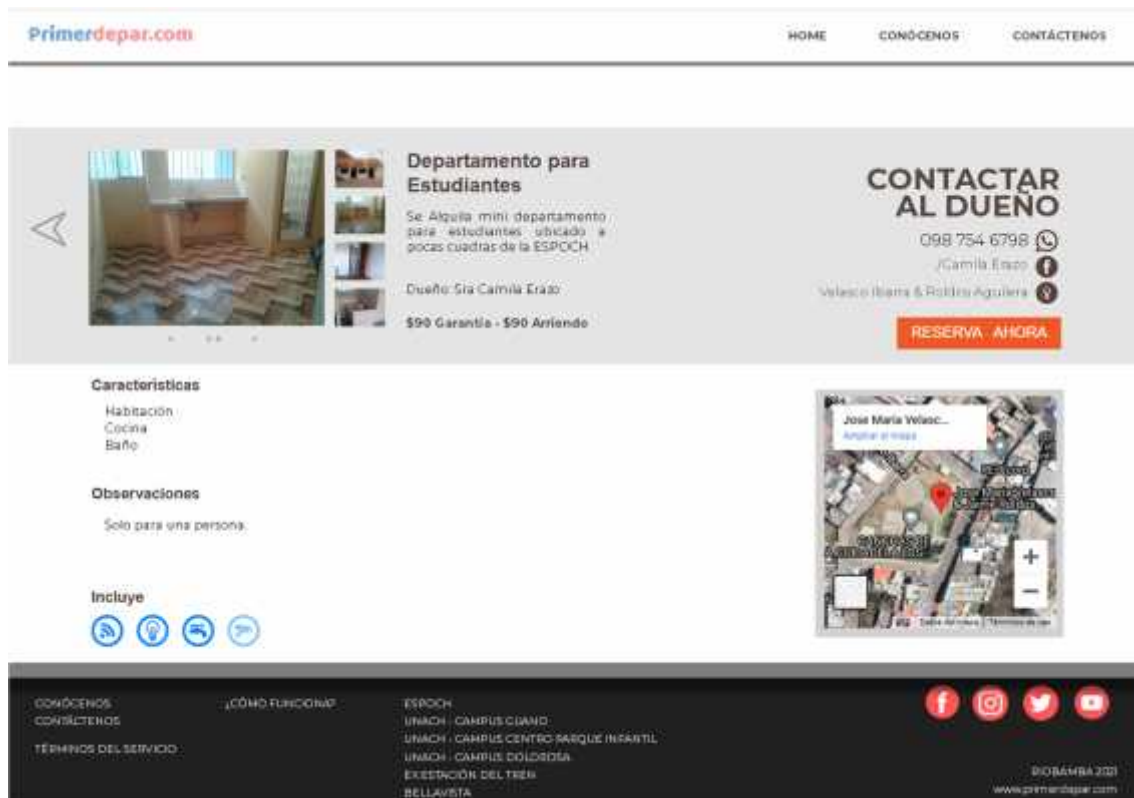


Figura 23-4: Pantalla de contacto con dueños

Realizado por: Sandoval, Luis, 2021.

4.2.3. Análisis web

Se revisó de manera minuciosa la posibilidad de que existan enlaces rotos, texto no acorde a las imágenes e ilustraciones y estabilidad del host de posibles caídas de servicio y no visibilizar la página web.

4.2.3.1. Accesibilidad

Al momento de seleccionar tenemos la opción para personas que tengan discapacidades de movilidad, se tiene departamentos de fácil acceso o que no tienen desniveles en su interior.

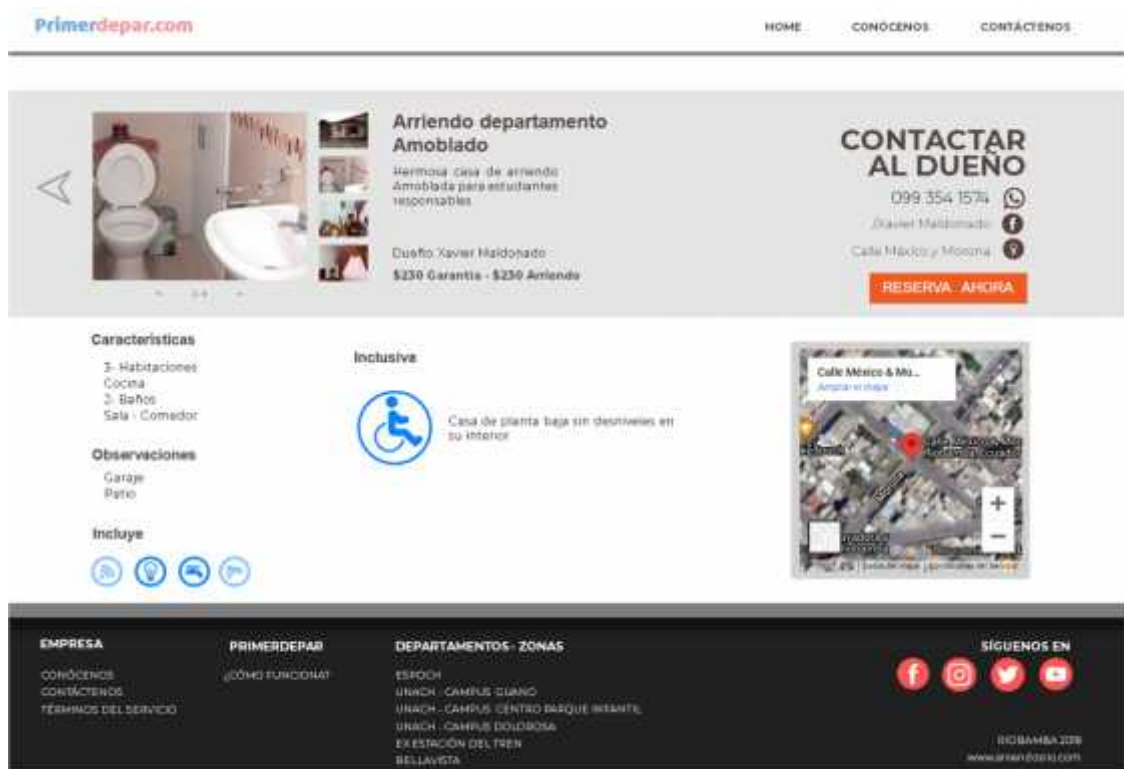


Figura 24-4: Pantalla de departamentos accesibles para personas con discapacidad

Realizado por: Sandoval, Luis, 2021.

4.2.3.2. Usabilidad

Se presenta en cinco componentes

1.- Facilidad de uso

Al primer momento que se encuentra con la interfaz el poder entender que va a realizar, si tiene dudas le dará clic a cómo funciona, y si está listo para ver los sectores disponibles le dará clic a encuentra tu lugar ideal, pero si el usuario aun así tiene dudas y da clic en la fotografía le llevará automáticamente a una introducción de cómo funciona la página web.



Figura 25-4: Pantalla de facilidades de uso

Realizado por: Sandoval, Luis, 2021.

2.- Eficiencia

Una vez que el usuario conoce el diseño de la interfaz pueda seguir realizando sus tareas como llegar en pocos pasos a contactarse con el arrendador.



Figura 26-4: Pantalla de datos del dueño del inmueble

Realizado por: Sandoval, Luis, 2021.

3.- Memorabilidad

Que el usuario sepa reconocer componentes y lo realice de una manera rápida y la pueda repetir con facilidad.

4.- Errores de cliqueo

Que el usuario de por error un clic involuntario y no sepa cómo regresar al inicio o moverse de un solo clic al menú o a zonas estas estarán de manera estática en todo el tiempo de la navegación de la página *web*.



Figura 27-4: Pantalla de navegación para regresar al inicio

Realizado por: Sandoval, Luis, 2021.

5.- Satisfacción

Se realizó una encuesta a doce personas que usaron la página *web* si volverían a visitarla y recomendarla, dando como resultado que nueve personas la recomendarían y once personas si necesitaran un nuevo arriendo, esta sería su primera opción.

4.2.3.3. Interactividad

Las posibilidades de expresión y comunicación de manera instantánea para solventar las dudas del posible lugar arrendar se encuentra al lado inferior derecho

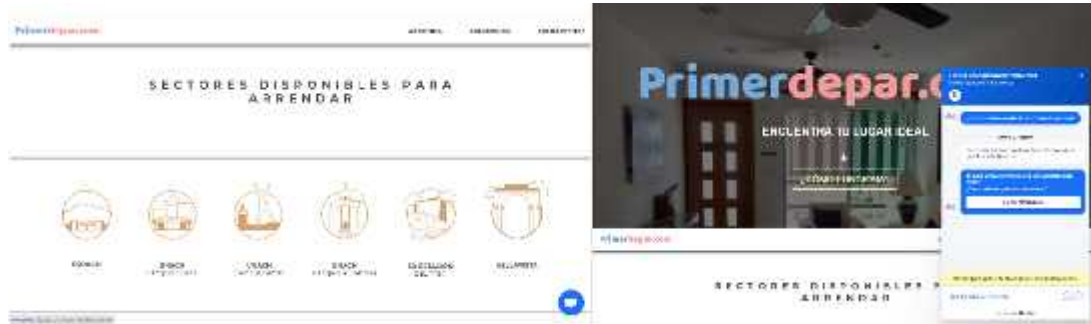


Figura 28-4: Pantalla de modelo de interactividad de los usuarios

Realizado por: Sandoval, Luis, 2021.

4.2.3.4. Legibilidad de lectura

Es la función de tener imágenes adecuadas de alta calidad acorde con una tipografía que permita distinguir visualmente una sección de otra

Características

Lehitación
Cocina
Baño
Lavandería (compartida)

Observaciones

No se permiten mascotas

Incluye



Figura 29-4: Pantalla de legibilidad de lectura

Realizado por: Sandoval, Luis, 2021.

4.3. Presentaciones

4.3.1. General

El logotipo estará visible siempre en la parte superior izquierda de la interfaz y también será el botón de inicio de página sin importar en que sección este al momento de hacerle clic regresa a la página principal.

4.3.1.1. Gama cromática del interfaz web






	C=57 R=117 #75a9da	M=24 G=169	Y=2 B=218	K=0
	C=0 R=243 #f39a9e	M=51 G=154	Y=28 B=158	K=0
	C=24 R=202 #cac9c9	M=18 G=201	Y=19 B=201	K=1
	C=15 R=215 #d7a066	M=40 G=260	Y=64 B=102	K=4
	C=75 R=32 #202020	M=55 G=32	Y=60 B=32	K=77

Figura 30-4: Gama cromática del interfaz web

Realizado por: Sandoval, Luis, 2021.

4.3.2. Tipografía de la interfaz

4.3.2.1. Montserrat

Se seleccionó esta tipografía en el menú principal y submenús por su característica gruesa de palo seco que hace que tenga una buena visibilidad.

**abcdefghijklmn
ñopqrstuvwxyz**

**ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ**

Figura 31-4: Tipografía de la interfaz Montserrat

Realizado por: Sandoval, Luis, 2021.

4.3.2.2. *Arial*

Esta tipografía se usó con negrilla en las descripciones de los servicios de los departamentos para crear diferencia entre títulos, subtítulos y servicios.

**abcdefghijklmn
ñopqrstuvwxyz**

**ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ**

Figura 32-4: Tipografía de la interfaz Arial

Realizado por: Sandoval, Luis, 2021.

4.3.2.3. Elementos usados en la página web

Íconos. - son símbolos de imágenes que ayuda activar enlaces.

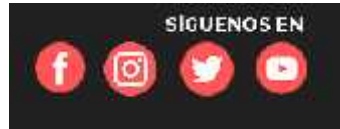


Figura 33-4: Íconos de enlaces a páginas web

Realizado por: Sandoval, Luis, 2021.

Imágenes.- captan con mayor facilidad al usuario brindando un lenguaje visual sin tener que agregar mucho texto.

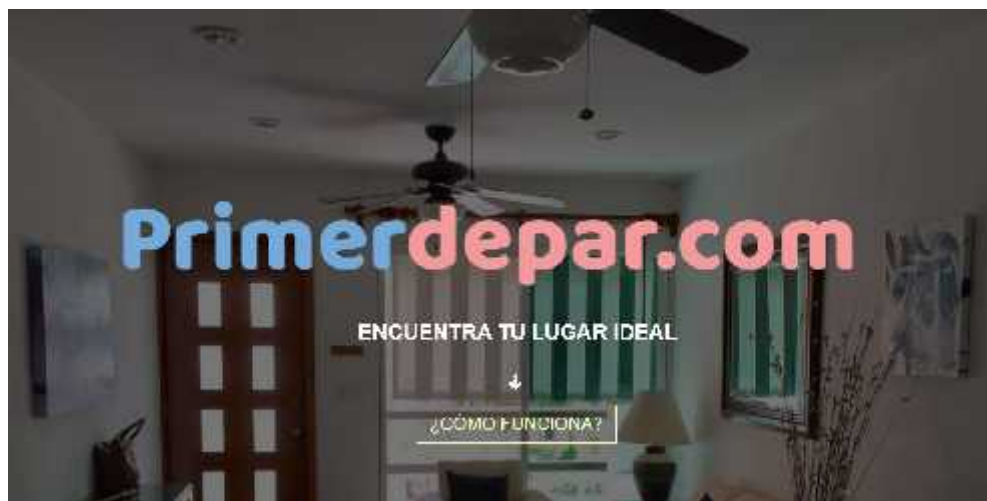


Figura 34-4: Modelo de lenguaje visual sin mucho texto

Realizado por: Sandoval, Luis, 2021.

Descanso visual.- se refiere a los espacios que previenen la saturación de la página web en su mayoría son de color blanco.



Figura 35-4: Descanso visual, espacios que previenen la saturación
 Realizado por: Sandoval, Luis, 2021.

Fotografía.- se implementa para dar veracidad para que el usuario asimile de forma directa como es el lugar que está arrendando.

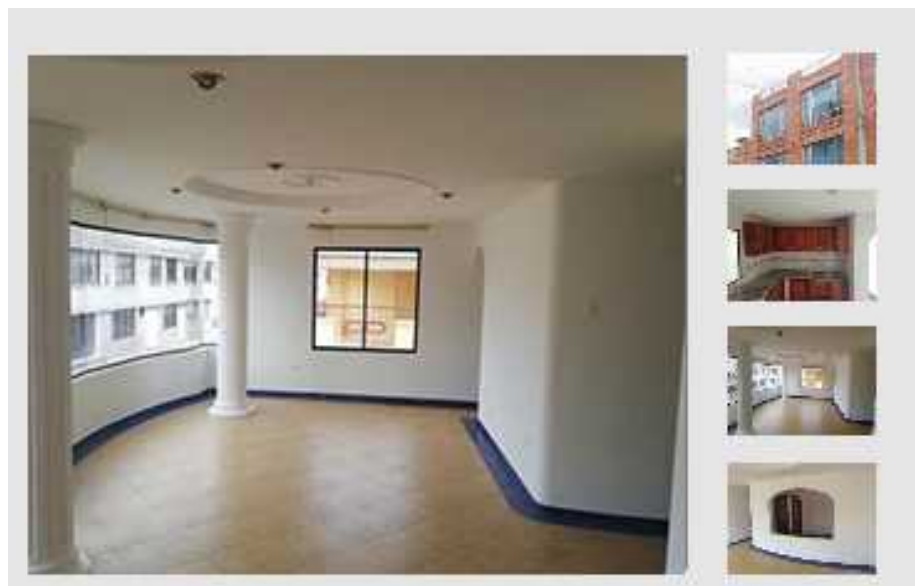


Figura 36-4: Fotografías de los departamentos disponibles
 Fuente: Propietarios.

Mapa de ubicación.- información exacta del inmueble que se va a arrendar.



Figura 37-4: Mapa de ubicación de los departamentos disponibles

Fuente: Google Maps.

CONCLUSIONES

- A partir de un análisis realizado a las encuestas de varios estudiantes de las universidades de la ciudad de Riobamba podemos concluir que la mala selección de los inmuebles por parte de los estudiantes foráneos se debe a un factor que atañe a los mismos que es la falta de una plataforma digital en la que se encuentre la información específica y veraz de los sitios ofertados.
- Tras un profundo estudio se llegó a categorizar cada una de las variables teóricas que se tomaron en cuenta al momento de crear la página *web* como son: tipos de inmuebles, necesidades de estudiantes, viviendas inclusivas enfocadas en estudiantes con algún tipo de capacidad diferente que requieran de sitios adecuados de fácil acceso y cómodos; en relación con el tipo de página *web*, se tomaron en cuenta: las características de las plataformas virtuales, es así que se definió cada una de ellas en función de resolver la aplicación técnica del proyecto presentado en busca de un futuro inclusivo para las personas que lo requieran.
- De la investigación realizada se compiló todos datos a través de encuestas y entrevistas realizadas a varios estudiantes, directivos estudiantiles, directivos barriales y arrendatarios lo que permitió consolidar la información de los problemas más comunes, los requerimientos y experiencias, las mismas que se tomaron en cuenta para la realización del presente proyecto. Se utilizaron los métodos, técnicas y herramientas adecuadas para diseñar, bocetar y crear tanto la marca como una página *web* que contenga la información necesaria para dar a conocer a los estudiantes foráneos acerca de bienes inmuebles o departamentos de arriendo en los alrededores universitarios, la misma que lleva por nombre Primerdepa.com.
- Al terminar cada una de las etapas concluimos con la creación de la página *web*; la que fue plasmada en función a la metodología de Dely Maybel Gil Álvarez, la misma que permitió crear una página *web* accesible, entendible que tiene toda la información necesaria tal como: mapa de ubicación, tipo de inmueble, accesibilidad, servicios básicos, comunicación directa con los dueños de inmuebles o encargados, detalle de accesibilidad para quienes lo requieran y ubicación para que las personas interesadas tengan una experiencia diferente, única y agradable mediante la interacción con la misma.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda el uso de este tipo de metodología el mismo que permite el uso accesible de una página *web*, y mejorar la interacción de las personas o usuarios permitiendo un mejor uso y el aprovechamiento al máximo de la información que se comparte en la misma.
- Conocer las necesidades y expectativas de los arrendatarios universitarios, y ubicar la información necesaria que se busca cumplir.

GLOSARIO

Alojamiento: Es el servicio que provee a los usuarios de Internet un sistema para poder almacenar información, imágenes, vídeo, o cualquier contenido accesible vía *web*.

Arrendamiento: Es una relación entre dos partes contractuales mediante la cual se produce una cesión por un tiempo determinado de un bien.

Estudiante foráneo: adjetivo que hace referencia a un estudiante extranjero.

Host: es cualquier computadora o máquina conectada a una red a través de un dominio y un número de IP definidos que almacena información.

Inmueble: Edificio o casa destinados a vivienda u otro fin y que son propiedad de alguien.

Interfaz: Una estructura formada por una serie de elementos gráficos que permiten a los usuarios acceder a los contenidos de un sitio *web*.

Migración: Movimiento de población que consiste en dejar el lugar de residencia para establecerse en otro país o región, generalmente por causas económicas o sociales.

Píxel: es la unidad más pequeña y diminuta de una imagen digital y está presente en un inmensurable número para formar una imagen completa.

Primicia: Que ocurre por primera vez.

Responsive: Significa que está desarrollado para adaptarse a los equipos móviles, como Smartphones y tabletas.

BIBLIOGRAFÍA

ANHOLT, Simón. “Marcas país del siglo XXI”. Revista de gestión de marcas – “The Journal of Brand Management”. “Nation- brands of the twenty-first century” [en línea]. 1998, 5, pp. 395-406. [Consulta: 25 febrero 2022]. Disponible en: <https://link.springer.com/article/10.1057/bm.1998.30#citeas>

ARUJ, Roberto. (2008). “Causas, consecuencias, efectos e impacto de las migraciones en Latinoamérica”. Revista Papele de Población [en línea]. 2008, (Argentina). [Consulta: 28 febrero 2022]. Disponible en: <http://www.scielo.org.mx/pdf/pp/v14n55/v14n55a5.pdf>

DELGADO, Hugo. *Metodología para la creación y desarrollo de Sitios Web* [blog]. 08 junio 2021. [Consulta: 10 febrero 2022]. Disponible en: <https://disenowebakus.net/metodologia-para-la-creacion-de-sitios-web.php>

EGEA GARCÍA, Carlos & SARABIA SÁNCHEZ, Alicia. *Diseño Accesible de Páginas Web* [en línea]. Murcia – España: Imprenta Regional, 2000. [Consulta: 04 enero 2022]. Disponible en: <http://www.telecentros.info/pdfs/LibroDisWeb.pdf>

GAFFNEY, Gerry. *What is a Scenario?* [blog]. 2000. [Consulta: 14 enero 2022]. Disponible en: <https://infodesign.com.au/assets/Scenarios.pdf>

GOODWIN, K. (Agosto de 2001). *Cooper Newsletter*. Obtenido de Perfecting your Personas: http://www.cooper.com/newsletters/2001_07/perfecting_your_personas.html

JARA ESCOBAR, Jéssica María. Migración estudiantil. Un análisis exploratorio sobre el impacto en la adaptación de los estudiantes de la carrera de Licenciatura en Gestión y desarrollo Turístico de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, Ecuador (Trabajo de tesis) (Maestría) [en línea]. Universidad Nacional de la Plata, Facultad de Ciencias Económicas, Maestría en Dirección de Empresas. La Plata – Argentina, 2019, pp. 27. [Consulta: 12 diciembre 2021]. Disponible en: http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/83423/Documento_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

KAPFERER, Jean-Noël. *Strategic Brand Management: New approaches to creating and evaluating brand equity*. Nueva York – Estados Unidos: Les Editions d’Organisation, 1992. ISBN 0-02-917045-1, pp. 32.

LAW, Chris., BARNICLE, Kitch. & LAWTON, Shawn. *Técnicas de detección de usabilidad: evaluación para una gama más amplia de entornos, circunstancias y habilidades* [blog]. Conferencia Anual de la Asociación de Profesionales de Usabilidad, 2000. [Consulta: 14 diciembre 2021]. Disponible en: <http://www.uiaccess.com/upa2000a.html>

LEY ORGÁNICA DE EDUCACIÓN SUPERIOR. *Ley Orgánica de Educación Superior, LOES. Registro Oficial Suplemento 298 de 12-oct-2010* [en línea]. Quito – Ecuador, 2010, pp. 32-33. [Consulta: 14 diciembre 2021]. Disponible en: <https://www.ces.gob.ec/documentos/Normativa/LOES.pdf>

MARIÑO CAMPOS, Ramón. *Diseño de Páginas Web y Diseño Gráfico*. Vigo – España: Ideaspropias Editorial, 2005, ISBN 978-84-934547-1-5, pp. 45-55.

MÁRQUEZ COVARRUBIAS, Humberto. *Diccionario crítico de migración y desarrollo*. México: Miguel Ángel Porrúa. ISBN 978-607-401-599-7, pp. 51-55.

NIELSEN, Jakob. *Interfaces alternativas para la accesibilidad* [blog]. Grupo Nielsen Norman, 06 de abril de 2003. [Consulta: 10 diciembre 2021]. Disponible en: <https://www.nngroup.com/articles/alternative-interfaces-for-accessibility/>

OROZCO SILVA, Luis Enrique. “Calidad académica y relevancia social de la educación superior en América Latina”. *Revista Iberoamericana de Educación Superior* [en línea]. 2010, (México), 1 (1), pp. 15-20. [Consulta: 14 diciembre 2021]. Disponible en: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-28722010000100003

ROMERO, Rafael. *Metodología práctica de revisión de la accesibilidad de sitios web* [en línea] Disponible en: <http://www.sidar.org/acti/cursos/once/revisaces/index.htm>

SAÉZ VEGAS, Lucía; MEDIANO SERRANO, Lucía; & DE ELIZAGARATE GUTIÉRREZ, Victoria. “Creación y desarrollo de marca ciudad. Análisis de los registros de marca de las principales ciudades españolas”. *Revista de Dirección y Administración de Empresas* [en línea], 2011, 18, pp. 125-156. [Consulta: 10 diciembre 2021]. Disponible en: <https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/9562/125.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

TORRES BARZABAL, Luisa. “Elementos que deben contener las páginas web”. *Pixel-bit. Revista de Medios y Educación III* [en línea], 2005, (Sevilla – España), (25), pp. 75-83. [Consulta: 05 diciembre 2021]. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/368/36802508.pdf>

ANEXOS

ANEXO A: MANUAL DE MARCA

Pd

**MANUAL
DE MARCA**

Primerdepar.com

INTRODUCCIÓN

El siguiente manual describe la correcta funcionalidad de un sitio que ofrece de manera rápida la observación de alquiler de departamentos de arriendo para estudiantes foranes en la ciudad de Riobamba, en dónde predomina la tendencia no generando un ambiente de paz y tranquilidad.

En la ciudad de Riobamba, los estudiantes tienen problemas de encontrar un departamento ya que por ser su primera vez en la Sultana de los Andes tienen una desorientación y eligen un departamento inadecuado y a valores excesivos, uno de sus grandes inconvenientes adicional es que al elegir un mal departamento los estudiantes deciden la deserción de su carrera universitaria.

Los estudiantes foraneos están desatendidos, es por ello que nuestro servicio de plataforma de página web se convierte en un medio accesible, rápido y dando la facilidad que nuestros arrendatarios tengan variedad al escoger su departamento ideal.

TIPO DE PÚBLICO

Bachiller recién graduado hombre o mujer edad entre 17 a 23 años y necesita un departamento en la ciudad de Riobamba.

Decidido a emigrar para iniciar su carrera universitaria.
Necesidad de superación e independencia.

Hábitos personales: Estudiar, leer, cocinar, explorar.

Decepciones: No encontrar un buen departamento cerca de la universidad que a la vez sea atractivo.

Hobbies: Nuevas aventuras, crear nuevas amistades, ver películas.

Hábitos de compra: Racional muy enfocado en las ventajas de su compra.

Medios que usa: Plataformas online.

Quién los influencia: Así mismo para la superación y obtención de un título.

Su medio de información es el internet por medio de la tecnología donde hace búsqueda de información que considera para decidir la adquisición de servicios o comprar productos.

TENDENCIA NO

Es una tendencia que simplifica al máximo la distribución con el distanciamiento, el color blanco prevalece.

FACTOR INSPIRACIONAL

Concepto: satisfacción.

Factor inspiracional: Migración.

Motivo gestor: Bienestar.

DECLARACIÓN DE MARCA

Como **Primerdepar.com**, cuando nuestro cliente entre a nuestra página web sentirá tranquilidad al observar de manera ordenada los sectores de disponibilidad de un arriendo adecuado, con una nueva experiencia on line al momento de elegir su departamento ideal acompañado de precio, sector número de celular del arrendatario y que servicios vienen incluidos como es agua, luz, teléfono, internet y seguridad por video vigilancia

Ofreciendo la experiencia de sentir como si estuviera en el departamento de manera segura sin salir de su hogar y conocer mas departamentos en menor tiempo

PROCESO DE NAMING



El fonotipo **primerdepar.com**, hace referencia de dos palabras primer – ciudad de las primicias, depar abreviación usada por los jóvenes foráneos al referirse a su lugar de vivienda y .com para que fonéticamente el naming de la página sea de fácil recordar e inmediatamente puedan buscarle online()

Primerdepar.com

CROMÁTICA

Los colores deben ser respetados de lo contrario se alteraría la conceptualización y el significado.

Estos son los colores principales de la marca, además el color blanco estará generando paz, limpieza y tranquilidad en la comunicación, el color turquesa y el azul nos refleja la frescura bienestar y salud.

	C=57 R=117 #75a9da	M=24 G=169	Y=2 B=218	K=0
	C=0 R=243 #f39a9e	M=51 G=154	Y=28 B=158	K=0

TIPOGRAFÍA

Para la creación del logoipo se utilizó la tipografía Baloo Regular

A B C D E F G H I J K L M N

O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t

u v w x y z

USO CORRECTO

De ser posible se recomienda el uso del imatipo en cuatricromía y de no ser posible se usará en monocromático.

Cuatricromía
Primerdepar.com

Monocromático

B/N

Primerdepar.com

Negativo

Primerdepar.com

FONDO SUGERIDO

Primerdepar.com

Primerdepar.com

Primerdepar.com

FONDO QUE NO SE DEBE USAR

Primerdepar.com

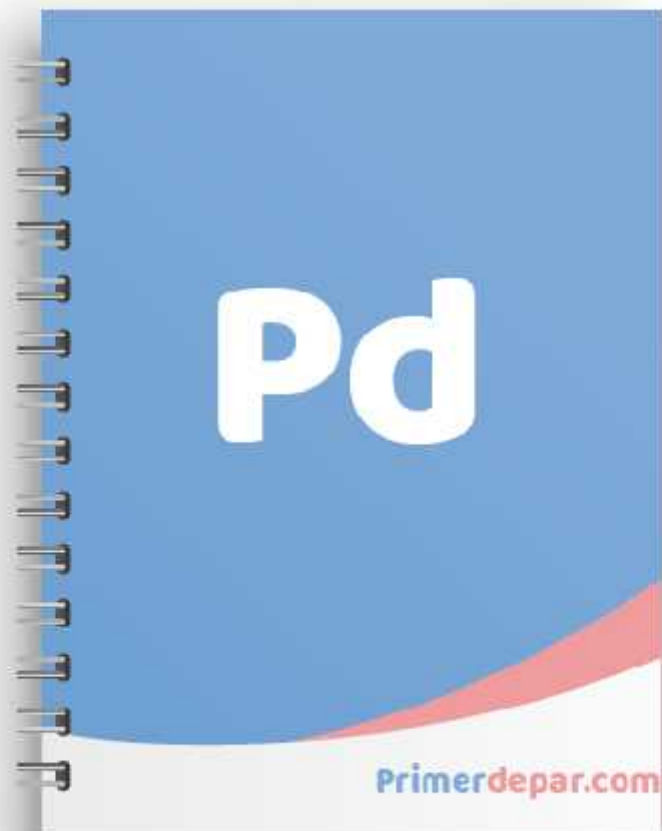
Primerdepar.com

Primerdepar.com

Primerdepar.com

APLICATIVOS

Enfocados en los estudiantes, material para publicidad impreso





ANEXO B: CUESTIONARIO DIRIGIDO A ESTUDIANTES



"Saber para ser"
ESPOCH
ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE INFORMÁTICA Y ELECTRÓNICA
ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO
ENCUESTA

OBJETIVO: Conocer la satisfacción de necesidades de los estudiantes de Prepo de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo al buscar un sitio para vivir.

INSTRUCCIONES:

-) Leer detenidamente cada pregunta.
-) Justifique sus respuestas
-) Recuerde que toda la información proporcionada es de uso educativo.

PREGUNTAS DE IDENTIFICACIÓN:

Nombre:

Edad:

Del 1 al 10 exprese su grado de satisfacción siendo 1 el menor y 10 el mayor grado.

1. ¿Cuán satisfactorio fue su primer arriendo en la ciudad de Riobamba?

- Insatisfecho Poco satisfecho Medianamente satisfecho
 Muy satisfecho

2. ¿Qué tan fácil resultó conseguir un departamento por primera vez?

- Muy fácil Fácil Ni fácil ni difícil Complicado Muy difícil

3. ¿Qué tan seguro considera su lugar de residencia?

- Muy inseguro Inseguro Normal Seguro Completamente seguro

4. **¿Qué tan buena considera usted su comunicación con el dueño del inmueble?**

Mala Lo menos posible Normal

Trato de comunicarme Excelente

5. **¿Considera que su lugar de residencia satisface todas sus necesidades?**

Insatisfecho Poco satisfecho Medianamente satisfecho Muy satisfecho

6. **¿El lugar de residencia se encuentra ubicado en el lugar que usted deseaba?**

En lo absoluto Busco un sitio mejor No es relevante Es un buen lugar

Es el lugar que quería

7. **¿Posee un contrato que asegure su permanencia en su departamento?**

Sin contrato No tengo interés en firmar Desearía contrato

Hablamos pero nunca se firmó He leído y firmé contrato

8. **¿Utilizaría una plataforma digital que le ayude a conseguir un lugar de residencia que cumpla con todos sus requerimientos y necesidades?**

No la usaría No me interesa Me gustaría probarla

Me interesa La usaría

9. **¿Conoce alguna plataforma que le brinde todas estas posibilidades?**

No conozco He escuchado Sí la conozco

Nombre: _____

En caso de requerir información déjanos tu correo o un número al que podamos contactarte

Gracias por su Colaboración

ANEXO C: ENCUESTA DIRIGIDA A ESTUDIANTES



ANEXO D: ENCUESTA DIRIGIDA A PROPIETARIOS

