

UNIVERSIDAD POLITECNICA DE VALENCIA

ESCUELA POLITECNICA SUPERIOR DE GANDIA

Licenciado en Comunicación Audiovisual



UNIVERSIDAD
POLITECNICA
DE VALENCIA



ESCUELA POLITECNICA
SUPERIOR DE GANDIA

**“Diseño de la marca comercial
"VIRTUALLBOX" para su
lanzamiento en la red”**

**TRABAJO FINAL DE
CARRERA**

Autor/es:
Darío Satorres Gandía

Director/es:
Francisco De Zulueta Dorado

GANDIA, 2015

1	DISEÑO DE LA IMAGEN DE MARCA DE VIRTUALLBOX	3
1.1	DEFINICIÓN DE IMAGEN DE MARCA	3
1.2	¿QUÉ ES VIRTUALLBOX?	3
1.2.1	LA EMPRESA	3
1.2.2	VALORES DE LA EMPRESA	4
1.2.3	TARGET / PÚBLICO OBJETIVO	4
1.2.4	CONCLUSIONES / BASES PARA EL DISEÑO	5
1.3	DISEÑO DE LA IMAGEN	5
1.3.1	ELEMENTOS DE LA MARCA	6
1.3.2	EL NOMBRE	6
1.3.3	EL LOGOTIPO	6
1.3.4	EL SÍMBOLO O IMAGOTIPO	7
1.3.5	LOS COLORES	10
1.3.6	LA TIPOGRAFÍA	10
1.3.7	LA MARCA	12
1.4	CONCLUSIONES	13
1.4.1	MANUAL DE USO DE LA IMAGEN CORPORATIVA	13
2	APLICACIÓN DE LA MARCA A DIFERENTES SOPORTES	14
2.1	PAPELERÍA CORPORATIVA	14
2.2	SOPORTE FÍSICO – PAPELERÍA CORPORATIVA	15
2.2.1	TARJETAS DE VISITA	15
2.2.2	PAPEL CON MEMBRETE – PAPEL CORPORATIVO A4	16
2.2.3	FACTURA	17
2.2.4	SOBRES	18
2.2.5	CARPETAS	19
2.2.6	SELLO	20
2.2.7	DVDs DE PROYECTOS	20
2.3	SOPORTE ELECTRÓNICO – PAPELERÍA CORPORATIVA	21
2.3.1	FIRMA DE CORREO ELECTRÓNICO	21
2.3.2	BACKGROUNDS	24
2.3.3	ANIMACIONES	25
2.3.4	VIDEO CORPORATIVO	26
2.4	CONCLUSIONES	27
2.4.1	MANUAL DE USO DE LA IMAGEN CORPORATIVA	27
3	APLICACIÓN DE LA MARCA AL MERCHANDISING ELECTRÓNICO	28
3.1	SERVICIOS DE LA EMPRESA	28

3.1.1	DISEÑO GRÁFICO.....	28
3.1.2	DESARROLLO WEB.....	29
3.1.3	MARKETING ONLINE.....	30
4	DISEÑO Y PROGRAMACIÓN DE LA WEB CORPORATIVA	31
4.1	DISEÑO GRÁFICO DE LA WEB	31
4.1.1	LA PORTADA	32
4.1.1.1	ELEMENTOS GRÁFICOS.....	33
4.1.1.2	LA CABECERA O HEADER	33
4.1.1.3	EL SLIDE	33
4.1.1.4	EL CONTENIDO PRINCIPAL.....	33
4.1.1.5	TEXTOS	34
4.1.1.6	ÚLTIMAS ENTRADAS DEL BLOG.....	35
4.1.1.7	ÚLTIMOS TWITTS.....	35
4.1.1.8	EL FOOTER	35
4.1.2	LAS SECCIONES	37
4.1.2.1	ESTRUCTURA DE LOS SERVICIOS	37
4.1.2.2	TEXTOS	38
4.1.3	CONCLUSIONES	40
4.2	PROGRAMACIÓN WEB	41
4.2.1	ESTRUCTURA HTML DE LA PORTADA.....	41
4.2.2	ESTRUCUTRA HTML DE LAS SECCIONES DE SERVICIOS.....	43
4.2.3	LAS IMÁGENES.....	45
5	POSICIONAMIENTO WEB	46
5.1	¿QUÉ ES EL POSICIONAMIENTO WEB O SEO?.....	46
5.2	PUNTOS TRATADOS EN LA WEB Y SU ENTORNO PARA MEJORAR EL POSICIONAMIENTO	46
5.2.1	PALABRAS CLAVE.....	46
5.2.2	BÁSICOS E IMPRESCINDIBLES SEO.....	47
5.2.3	LAS IMÁGENES.....	48
5.2.4	ENLACES	49
5.2.5	CONTENIDO DUPLICADO.....	49
5.2.6	PENALIZACIONES GOOGLE	50
5.2.7	TIEMPO DE CARGA DE LA PÁGINA	50
6	BIBLIOGRAFÍA.....	51
6.1	LIBROS	51
6.2	PÁGINAS WEBS.....	51

1 DISEÑO DE LA IMAGEN DE MARCA DE VIRTUALLBOX

1.1 DEFINICIÓN DE IMAGEN DE MARCA

Cuando hablamos de *branding* o imagen de marca no sólo nos referimos al logo, que constituye el elemento verbal, sino también al diseño gráfico y al componente psicológico que crea el vínculo emocional con el cliente a través de valores culturales compartidos. Si tan sólo la aclaración de su definición nos lleva a una más que justificada necesidad por cuidar la estrategia de marketing de contenidos, la nueva era de la sobreexposición publicitaria hace esta labor aún más importante y meticulosa.

Es tal la importancia que debe dársele a la estrategia de *branding*, que sin establecerla de manera coherente podríamos estar perjudicando al desarrollo de una compañía. Cuando hablamos de estrategia coherente nos referimos a la coherencia emocional que transmite el componente psicológico de una marca, es decir, el sentimiento que le produce al cliente esa primera impresión visual debe estar relacionado con el sentimiento que la empresa quiere expresar.

1.2 ¿QUÉ ES VIRTUALLBOX?

1.2.1 LA EMPRESA

Para poder empezar a trabajar sobre la imagen de la marca de una empresa, primero hay que entender y analizarla con todas sus funciones. Primero, la definiremos, la situaremos dentro del sector donde trabaja y empezaremos a construir una imagen mental que englobe toda esta información.

VIRTUALLBOX, es una empresa que se dedica al diseño, desarrollo y consolidación de negocios online. Sus tres campos donde desempeña sus funciones son: el **diseño gráfico**, el **desarrollo web** y el **marketing online**. La empresa se define como una empresa joven, pero con deseos de expansión.

Las nuevas tecnologías son las que marcan su horizonte y las que les obligan a estar en constante aprendizaje. Se mueven en un entorno online, es lo que se le llama en la nube. Es una empresa virtual, ya que sus recursos y herramientas son intangibles.

Es una empresa que intenta acercar las nuevas tecnologías a sectores que se resisten a dar el paso y formar parte del mundo online, renovar imagen, abrir nuevos nichos de mercado, etc...

1.2.2 VALORES DE LA EMPRESA

Cuando una empresa no transmite sus valores a través de su imagen de marca está perdiendo clientes potenciales. Una marca inconsistente, que no puede asociarse con unos valores concretos, lleva a una falta de empatía con los consumidores y dificulta (o incluso imposibilita) la fidelización de clientes. Si analizamos el caso Apple, es tal la fuerza de su imagen de marca y el posicionamiento que esta posee en nuestra mente, que si viéramos un portátil de similares características y al acercarnos descubriéramos la falta de su característico logo, nos sentiríamos engañados y seguramente decidiríamos no comprarlo.

Los valores de VIRTUALLBOX siempre van cogidos de la mano de la tecnología, por esta razón son coherentes los siguientes valores:

-Formación continua: las nuevas tecnologías marcan los nuevos retos, obligan a estar al día. Aprovechar al máximo las ventajas que nos ofrece la ciencia.

-Implicación: es una empresa que se implica en todo lo que hace, les apasionan los retos en proyectos externos, dándolo todo para que el proyecto triunfe como si fuera propio.

-Expansión y *coworking*: no está cerrada a formar grupos de trabajo con otras empresas, generando sinergias que favorecen el desarrollo de proyectos creativos.

-Valor tecnológico: el uso y entendimiento de las nuevas tecnologías como estandarte de la organización. Pilar básico donde reside el desempeño de las funciones de la empresa.

1.2.3 TARGET / PÚBLICO OBJETIVO

El público al que se le desea ofrecer el servicio de VIRTUALLBOX, principalmente es de varios tipos:

-Empresas con necesidad de modernización de alguno de sus departamentos.

-Emprendedores con la necesidad de hacer realidad una idea.

-Empresas de sectores reacios a las nuevas tecnologías que deciden probar suerte en el mundo de la red.

La mayor parte de este target, son o serán empresas, por lo que el asesoramiento profesional es fundamental en el proceso. Las empresas necesitan ver una imagen de marca que represente todo aquello que ofrece. Modernidad, seriedad, conectado, crecimiento...

1.2.4 CONCLUSIONES / BASES PARA EL DISEÑO

Después de analizar todos los puntos más relevantes de la empresa para el diseño de la marca, podemos sacar las primeras conclusiones, que nos permitirán crear las primeras imágenes e ideas sobre la marca.

La imagen tiene que ser moderna, minimalista, pero que al mismo tiempo represente amplitud, expansión. Por esta razón para la marca, sería conveniente usar letras mayúsculas y sin *serifa*, una Arial o Helvética podría ser una buena solución.

Con respecto al tema de los colores, se deberían usar colores fríos, siempre relacionados con el mundo de internet y las nuevas tecnologías. No olvidemos que el mundo tecnológico siempre va ligado a una percepción de un mundo frío, matemático y geométrico. Por esta razón buscaremos de combinar colores fríos con algún azul, y este será el color principal.

A la hora de buscar un símbolo que represente todo lo anteriormente mencionado, tendremos en cuenta varios matices, el primero, debe ser una forma geométrica, seguramente algo relacionado con la simetría, muy matemático. De esta manera lo relacionaremos con la ciencia, la eficacia, el control. También buscaremos detalles que creen profundidad en el símbolo, que representen diferentes atributos, como conexión, estabilidad, equilibrio, pero siempre todo muy geométrico, respetando proporciones y las líneas de diseño. Este tipo de diseño puede crear diferentes líneas imaginarias que completen una imagen mental relacionada con la red, el infinito, la *World Wide Web*.

Como el mismo nombre de la empresa indica, se intentará representar como símbolo, alguna figura relacionada con el cubo y la palabra virtual.

1.3 DISEÑO DE LA IMAGEN

La identidad corporativa de una empresa o marca se define como un conjunto de atributos y valores que toda empresa o cualquier individuo, posee: su personalidad, su razón de ser, su espíritu o alma... La imagen que refleje la empresa a través de la personalidad, la hará identificarse de las demás, y colocarse en mayor o menor escala. La propia empresa se dará a conocer a través de sus propias normas y comportamientos, la cultura de la empresa.

1.3.1 ELEMENTOS DE LA MARCA

La identidad de la empresa constituye un sistema de mensajes que puede manifestarse en todos y cada uno de los componentes de la institución, desde los creados y utilizados específicamente para identificarla, hasta aquellos elementos no esencialmente sígnicos, pero que connotan rasgos y valores de la entidad.

Dentro del conjunto de elementos que forman la marca visual, podemos diferenciar los tres más importantes, el nombre, el logotipo y el imagotipo o símbolo.

1.3.2 EL NOMBRE

En caso de que el proyecto implique, además de la creatividad gráfica, la propuesta de opciones de posibles nombres para una empresa, organización o marca, tendríamos que llevar a cabo una investigación acerca de lo que se requiere comunicar, así como toda la información pertinente e importante para todo el proyecto.

Posteriormente se desarrollaría un brainstorming (tormenta de ideas), proceso en el cual se generan tantas opciones de solución de nombre, por un equipo de varias personas; y de la totalidad de conceptos generados a raíz de palabras conocidas, así como términos nuevos (inventados, contruidos a partir de lo registrado en la tormenta de ideas), el trabajo debe contemplar un filtraje de las soluciones de nombre que mejor satisfagan los requerimientos de comunicación. Presentando una lista de entre 10 y 20 opciones de nombre, para seleccionar los cinco óptimos y someterlos posteriormente al trámite de registro de nombre como marca o nombre comercial.

Durante el proceso de búsqueda del nombre de VIRTUALLBOX, existieron algunas ideas que se rechazaron posteriormente, como VIRALLBOX. Aunque siempre con un nexo común, el cubo.

En este caso, el nombre ya está definido. Por esta razón, nos dedicaremos exclusivamente al apartado gráfico y visual de la marca.

1.3.3 EL LOGOTIPO

El logotipo es la capacidad identificadora del nombre como signo puramente verbal, su versión visual – básicamente gráfica – agrega nuevas capas de significación. Esas capas refuerzan la individualidad del nombre al incorporar atributos de la identidad

institucional. Mediante este mecanismo, la **denominación** comienza a asociarse a la **identificación** en sentido estricto.

El logotipo aparece así como un segundo plano de individualización corporativa, análoga a lo que en la empresa es la firma autógrafa respecto de su nombre. El logotipo puede definirse entonces como la versión gráfica estable del nombre de marca.

En el caso de VIRTUALLBOX, después de diferentes pruebas y bocetos, la fuente elegida es la Helvética, es una tipografía sin *serifa*, clara y directa. Es una familia tipográfica muy limpia y familiar, ya que es una de las primeras fuentes estandarizadas en el mundo del diseño web. Para conseguir un efecto más compacto, se han eliminado los espacios entre caracteres y usado la versión *bold* (700) de la fuente.

Una vez está definida la fuente y las modificaciones en el tamaño, espacios, etc..., podemos realizar diferentes modificaciones en el logotipo para conseguir los efectos deseados, en este caso, comprimiremos la palabra BOX y la mostraremos con sólo el contorno, resaltándola así del resto.

Aquí podemos observar el proceso de creación del logotipo en b/n:



VIRTUALLBOX
VIRTUALLBOX
VIRTUALLBOX

1.3.4 EL SÍMBOLO O IMAGOTIPO

Al nombre y su forma gráfica –logotipo– suele sumarse con frecuencia un signo no verbal que posee la función de mejorar las condiciones de identificación al ampliar los medios. Se trata de imágenes estables y muy pregnantes que permiten una identificación que no requiera la lectura, en el sentido estrictamente verbal del término.

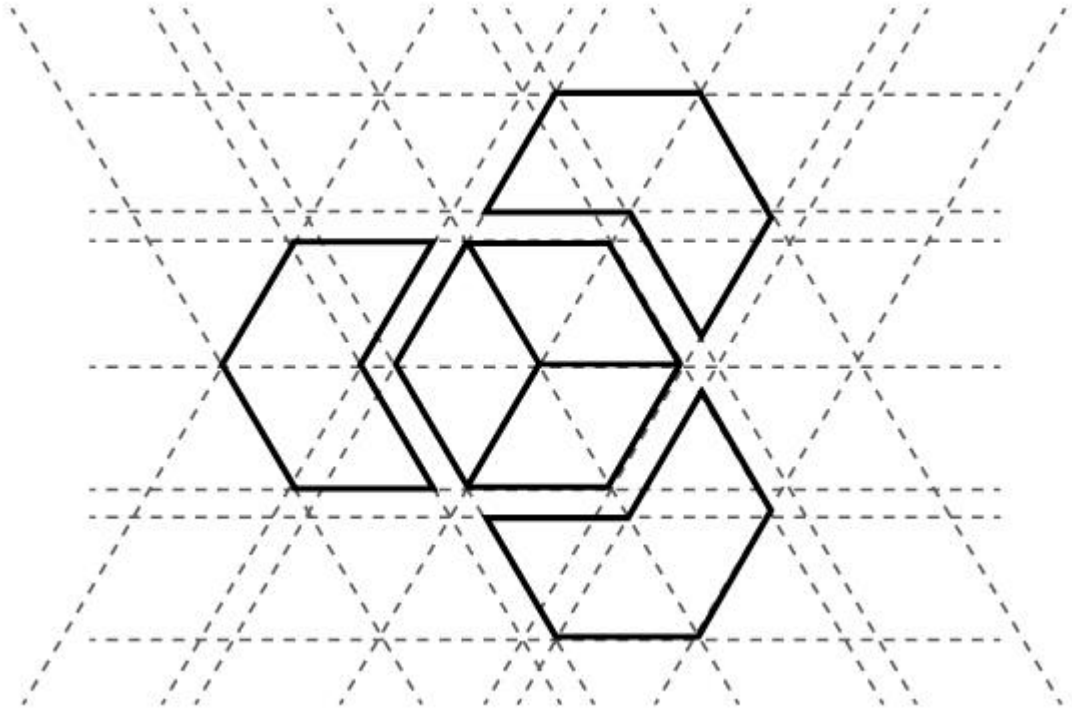
Estas imágenes –imagentipos– pueden adoptar características muy diversas, pues su único requisito genérico es su memorabilidad y capacidad de diferenciación respecto del resto: anagramas o deformaciones personalizadas del logotipo, íconos o reproducciones más o menos realistas de hechos reconocibles, mascotas o figuras características de personajes u objetos, figuras abstractas o composiciones arbitrarias sin significación o referencias explícitas, etc.

Basándonos en las conclusiones citadas en el punto 1, buscaremos una trama geométrica para empezar a dar forma a nuestro símbolo, nos apoyaremos en formas que representen las matemáticas, la simetría, la ciencia. Utilizando el cubo como elemento central, crearemos una malla, estirando los lados, formando una red, donde buscaremos las paralelas para crearla.

La decisión de centrar el cubo como elemento principal, viene por parte del nombre también. Esta representación, apoyado sobre uno de sus lados, denota movimiento, equilibrio. La tecnología, la modernización, todos estos conceptos llevan consigo una inevitable sensación de paso del tiempo. Así mismo también se pretende expresar solidez, racionalidad. Estos conceptos que a primera vista pueden parecer antagónicos, se complementan en esta representación del cubo.

La intención de los elementos secundarios al cubo, deben expresar expansión, conexión, movilidad. Para ello hemos optado por crear a modo de flechas, una extensión de las áreas complementarias de los lados del cubo. Siempre, siguiendo las líneas marcadas en la malla. Representando la salida de elementos desde el cubo.

La representación de la multidireccionalidad es esencial en el diseño, es la intencionalidad a la hora de representar las diferentes salidas y en diferentes direcciones desde el cubo la que nos llevan a este diseño. El concepto de red, de comunicación, de trayecto, dirección; todos estos conceptos van de la mano del mundo virtual que es internet.



Una vez tenemos diseñados los elementos, concretaremos el formato de éstos, su representación gráfica final. Empezando por el cubo, la intención de representarlo simplemente con su contorno, y en el centro, es la de expresar transparencia, núcleo, estabilidad y equilibrio. El centro de donde sale todo, el nexo de unión con el exterior.

Y al contrario, en los elementos secundarios, las flechas, hemos optado por un formato de color sólido. Con esta decisión, conseguimos diferenciar dos grupos de elementos, uno que representa el elemento físico (el cubo) y la acción (las flechas). Reforzando así la movilidad de la imagen.



1.3.5 LOS COLORES

El color puede instrumentarse como signo de identificación de la empresa; pues, de hecho, constituye una de las señales visuales más potentes; no obstante, ello no significa que toda entidad deba recurrir a él. El uso del color como identificador será, para unas entidades, indispensable; para otras, decididamente contraproducente; y, para unas terceras, indiferente. Hay organizaciones “de color”, organizaciones “en blanco y negro” y organizaciones cromáticamente aleatorias. En nuestro caso, vamos a intentar crear una paleta de colores que refuercen todos los valores y la intención de la empresa hacia el exterior.

Como hemos hablado en las conclusiones del punto uno, el color azul es el color que mayormente relacionamos con la tecnología. Por esta razón, buscaremos como color principal, el azul, el secundario un gris, y como apoyo, el blanco.

-El azul:

PANTONE 632 C
R56 G143 B175
CMYK 91 26 29 0
HEX #389ac7

Hemos elegido un azul claro, casi pastel, para que no destaque demasiado por su saturación. Un azul suave que usaremos para remarcar en las comunicaciones de la empresa.

-El gris:

PANTONE 447 C
R58 G60 B56
CMYK 80 74 71 39
HEX #3d3c3f

Un gris oscuro pero con un toque azulado casi imperceptible. Este será el color principal para los textos, fondos, etc. Sobre este color se diseñará la versión negativa del logo. La versión negativa será usada para marcar diferentes partes de la papelería corporativa.

-El blanco:

Simplemente se usará el color blanco como separador de los dos colores principales, para diferenciar algún concepto, o elemento gráfico que necesite cierto equilibrio de color.

1.3.6 LA TIPOGRAFÍA

La tipografía es el elemento principal de la comunicación escrita. Transmitir la propia imagen a través de la comunicación empresarial es un gran reto para cada uno. En estos tiempos de medios digitales y de Internet, la escritura sigue siendo el transmisor de información más

importante, y por lo tanto también el medio más importante para la creación de la imagen de la empresa. No es una cuestión ni de tamaño ni de actividad de empresa. Cada día son más las empresas y organizaciones de todo tipo que tienen una normativa sobre identidad corporativa. Todos tenemos claro que a través del diseño corporativo pretendemos alcanzar máxima notoriedad y diferenciación en el mercado.

El objetivo de la tipografía corporativa es aplicar las mismas normas de diseño tipográfico y la creación de texto en toda la comunicación escrita de la empresa. Debe aplicarse en la comunicación exterior y también en la ofimática: cartas, albaranes, facturas, presupuestos, presentaciones PowerPoint... Con la correcta integración de la tipografía corporativa y las plantillas correspondientes en cada puesto de trabajo, conseguiremos una correcta gestión de la imagen corporativa además de un ahorro en costes y una mayor eficiencia evitando pérdidas de tiempo en creaciones de presentaciones Power-Point, cartas, faxes...

Como tipografía corporativa para VIRTUALLBOX, hemos optado sin lugar a dudas, por una tipografía *sin serifa*, es decir, básica, minimalista, sin detalles ornamentales.

La tipografía elegida para los textos comunes, es la **Arial**. La fuente Arial es una fuente estandarizada en el mundo de la web. Es de fácil lectura, limpia y fácilmente reconocible. En su defecto podremos usar también la fuente **Helvética**.

Para los títulos, infografías, y otros usos más específicos, usaremos la fuente **Calibri**. Esta fuente tiene las líneas un poco más finas que la Arial, cosa que nos permite tener grandes títulos y un detalle más fino de cada letra. Tiene algunos detalles mínimos que la hacen un poco más orgánica que la Arial pero mantienen el aspecto minimalista que necesitamos.

ARIAL

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZÀ
ÅÉÎÕabcdefghijklmn
opqrstuvwxyzàå&1234567890(\$£€.,!?)

CALIBRI

ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZÀÅÉÎÕø
abcdefghijklmnopqrst
vwxyzàå&123456789
01234567890(\$£€.,!?)

45

Aquí podemos observar un uso práctico de las fuentes:



DISEÑO GRÁFICO

Un cuidado diseño gráfico es esencial en un mercado con unos usuarios cada vez más exigentes, siempre al tanto de las nuevas tendencias. Tu empresa precisa de una imagen de marca robusta que proporcione una fuerte identidad corporativa a tu negocio para destacarse de sus competidores.



DESARROLLO WEB

El portal web de tu empresa es tu carta de presentación al mundo. Necesitas una página con contenidos atractivos, intuitiva y dinámica, fácilmente navegable y que cuide la identidad corporativa de tu empresa para que el cliente se sienta identificado con sus valores.



MARKETING ONLINE

El marketing online es la manera más sencilla de aumentar tu presencia en la red y ganar reputación online. Con una buena estrategia en marketing por internet orientada a buscadores, conseguirás aumentar el número de visitas de tu sitio web y ser encontrado con facilidad.

1.3.7 LA MARCA

La marca corporativa es el conjunto de elementos que integran la identidad visual de una organización: logotipo, imago tipo, colores y fuentes. En un sentido más amplio, comprende además todos los mecanismos llevados a cabo para proporcionar la citada identidad (anuncios publicitarios, presentación de productos, prestación de servicios, uniformes, etc.). Es el resultado de la estrategia de la organización para crear una imagen y actitud propias, que se extiendan asociativamente a sus productos, actividades e instituciones. En el sector privado, sirve también para distinguir los productos de una compañía de los de sus competidores, así como para crear una imagen de lo que representa la compañía en la mente de los consumidores y de los propios trabajadores.

Una vez desarrollados todos estos procesos, solo nos queda finalizar la imagen de la marca.

Al unir todas las ideas anteriores en una sola imagen, llegamos a la siguiente representación. Si volvemos remarcar la prolongación de las líneas de cada uno de los lados del imago tipo y los lados de la **X**, punto de unión de los dos elementos, podemos observar las figuras geométricas que se forman y cómo dibujan construcciones simétricas. Esta imagen refuerza nuestra idea de conseguir un símbolo muy matemático, estable, equilibrado.



El próximo paso es incorporar los colores corporativos a la marca. El nombre de la empresa está formado por tres términos, **virtual**, **all** y **box**. Para remarcar este juego de palabras, diferenciaremos cada uno con un color diferente, buscando el equilibrio en el resultado final. Usamos el gris, que tiene más peso para marcar el principio y el final. Como palabra clave y nexa para todo el desarrollo de la marca, el cubo (BOX) que será representada, a diferencia de los otros términos, solamente con el contorno, al igual que en el símbolo. Este detalle creará cierta unión visual con los dos elementos (la palabra BOX y el cubo del símbolo), dándoles la importancia que les pertenece.



Una vez tenemos el logo final. Podemos preparar las diferentes versiones del logo, con los colores corporativos, la versión negativa, etc...



1.4 CONCLUSIONES

1.4.1 MANUAL DE USO DE LA IMAGEN CORPORATIVA

El “**manual de uso de la imagen corporativa**” es el resultado de las exigencias de normalización de la imagen gráfica. Este manual –de uso extendido en la gestión de la imagen de la empresa– cumple varias funciones además de la de guía para la reproducción fiel de los signos: capacitación de los equipos internos en gestión de imagen, capitalización en imagen del operativo de diseño de la gráfica institucional, etc.

Todas estas nociones sobre la marca y su uso se recogen en lo que se llama “**Manual de identidad corporativa y libro de estilo**”.

*Ver en la carpeta “Ficheros anexos”, “**Identidad Corporativa VIRTUALLBOX.pdf**”*

2 APLICACIÓN DE LA MARCA A DIFERENTES SOPORTES

A la hora de adaptar nuestra imagen a cualquier soporte, tenemos que tener en cuenta los mismos factores que cuando se diseñó la marca. Podemos diferenciar dos tipos de soporte según naturaleza. El primero, el soporte físico, tangible, es todo aquel que se plasme en cualquier objeto físico, ya sea un papel o una camiseta, etc. Y el soporte electrónico o virtual, que será todo aquel que sea intangible, como un correo electrónico, un fondo de pantalla, etc.

Hoy en día, con el uso electrónico de casi todos los procesos de muchas de las empresas, hay muchos formatos de documentos que comparten los dos soportes, para la realización de esta parte, nos hemos basado en los clásicos, sabiendo que algunos podrían pertenecer perfectamente a los dos soportes (por ejemplo una factura). Y englobaremos los dos dentro de la papelería corporativa de la empresa.

2.1 PAPELERÍA CORPORATIVA

La papelería corporativa puede englobar multitud de elementos, desde una tarjeta de visita hasta el diseño del uniforme de trabajo de la empresa. Algunos elementos básicos de la papelería corporativa son:

Tarjetas de visita: La tarjeta de visita es un clásico en el mundo empresarial y es uno de los primeros elementos de contacto con tu empresa. El diseño debe transmitir el posicionamiento que queremos darle a nuestra empresa. Un diseño cuidado y de calidad dará una buena impresión de tu empresa.

Papel con membrete: El uso de papel corporativo da uniformidad e identidad a la empresa haciendo visible su *branding* en todo momento.

Carpetas: El presentar un proyecto o información en una carpeta con diseño cuidado da un plus de calidad, seriedad y solidez a un negocio. Además nos permite presentar nuestra empresa en las oficinas de clientes y ayuda a darnos aún más notoriedad.

2.2 SOPORTE FÍSICO – PAPELERÍA CORPORATIVA

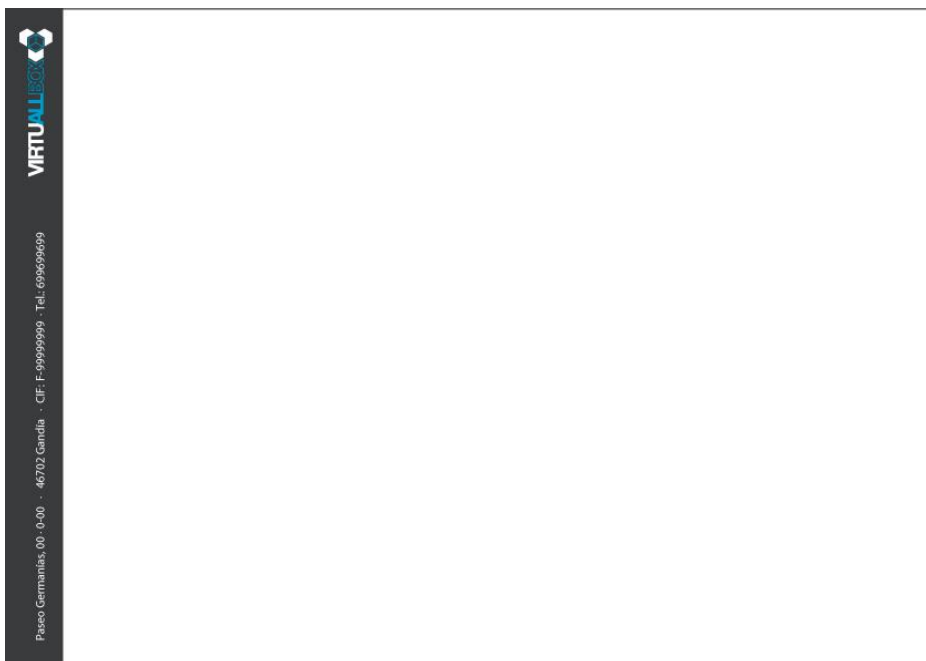
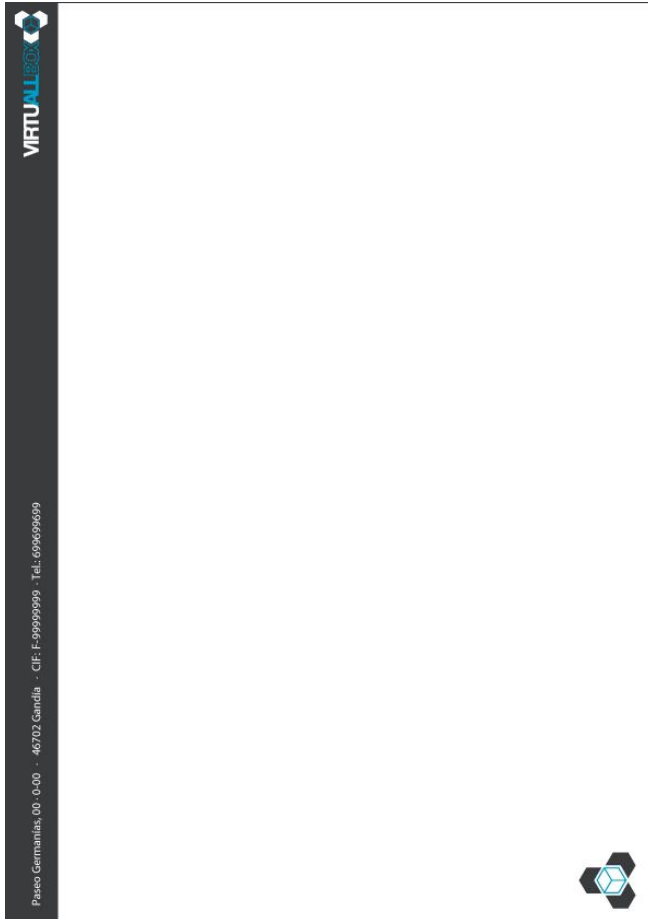
2.2.1 TARJETAS DE VISITA

Usaremos un diseño diferenciando ambos lados con los colores de fondo, en un lado será la versión negativa del logo con texto en blanco, y del otro lado al contrario, fondo blanco con textos grises. Remarcando con el azul los detalles más importantes.




2.2.2 PAPEL CON MEMBRETE – PAPEL CORPORATIVO A4

Crearemos una línea a la izquierda del folio, usando el margen izquierdo, para indicar la razón social, toda la información necesaria de la empresa y en la parte superior, el logo.



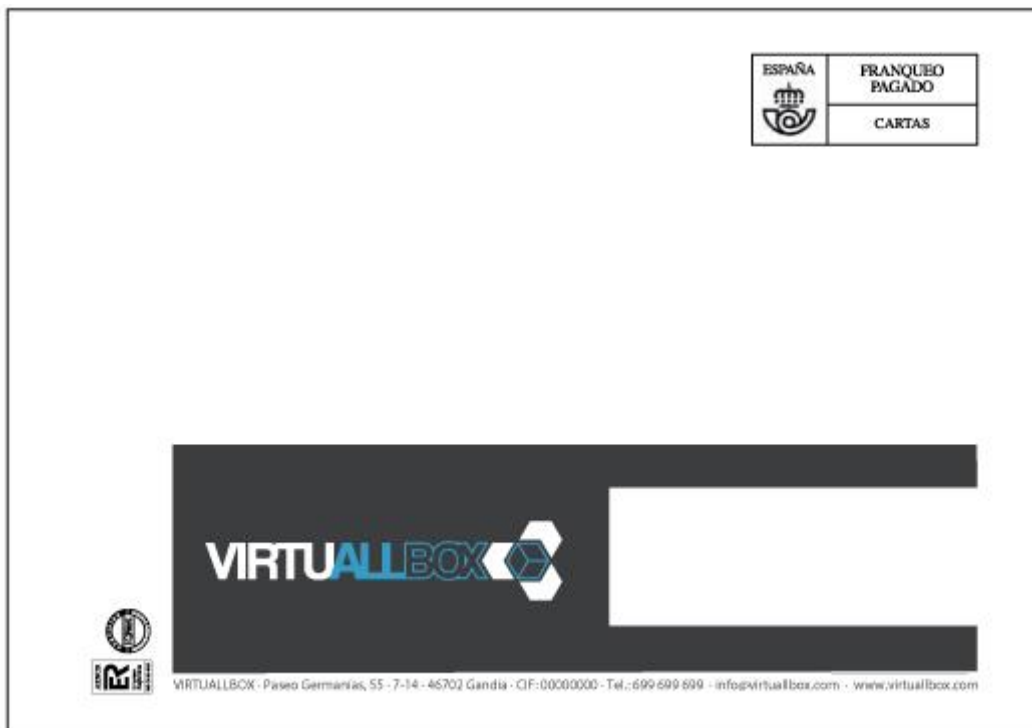
2.2.3 FACTURA

La factura de una empresa es uno de los elementos más importantes de la papelería corporativa de una organización. Deben de ser claras, concisas y transmitir fielmente los valores de la empresa. Las facturas son un documento que van a estar en las manos de todos nuestros clientes, por esta razón debemos cuidar bien su diseño y estructura.

		FACTURA	
Paseo Germanías, 00 - 0-00 46702 Gandia CIF: F-99999999 Tel: 669669669 info@virtuallbox.com www.virtuallbox.com		Nº de Factura	0055
		Fecha	7 - 10 - 2015
		Asesor	Dario Satorres
DATOS DEL CLIENTE:			
Compañía:		CIF:	
Dirección:		Población:	
E-mail:		C.P:	
		Tel:	
		Contacto:	
CONCEPTO	DESCRIPCIÓN	TOTAL	
OBSERVACIONES		SUBTOTAL	
		I.V.A.	
		TOTAL I.V.A.	
		TOTAL	

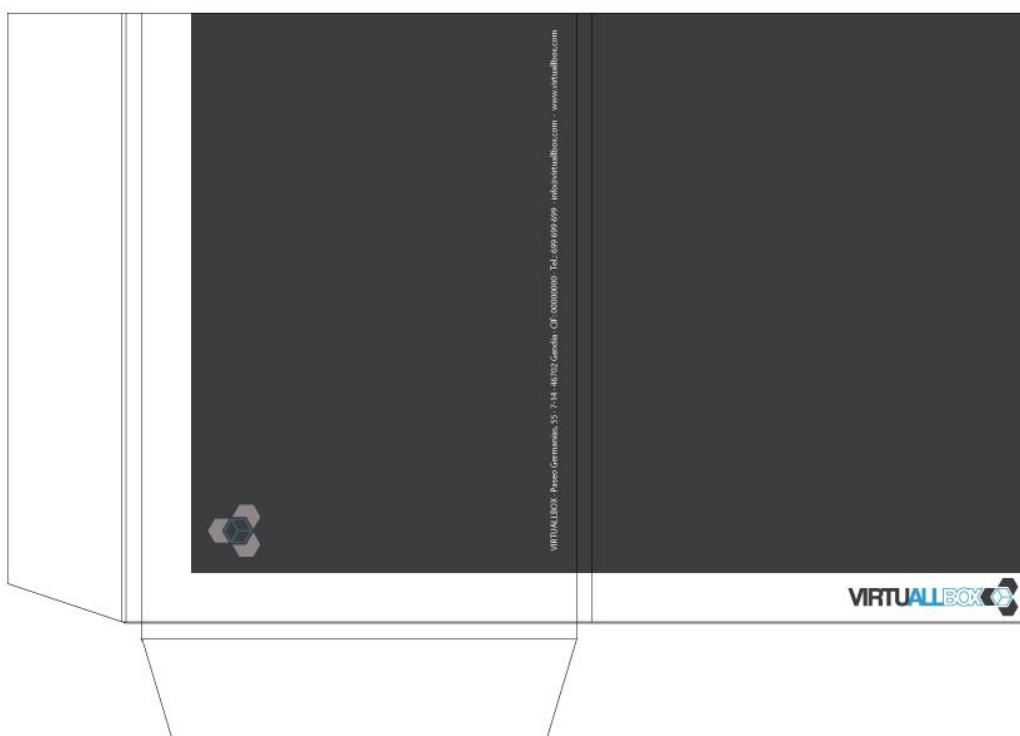
2.2.4 SOBRES

Los sobres son parte de la comunicación externa e interna de la empresa. Una buena combinación de los elementos de diseño en éstos, puede favorecer la imagen de la empresa cara a los clientes y los propios trabajadores. Cuidar estos detalles proporciona una sensación de profesionalidad extra a la empresa.



2.2.5 CARPETAS

La comunicación interna, el cuidado de la imagen corporativa dentro de la institución, es fundamental para crear una sensación corporativa. Formar parte de una empresa, de un grupo, la motivación extra que proporciona esta sensación y que multiplica el valor de la marca. Todo esto se consigue cuidando los detalles en elementos de uso interno, como por ejemplo las carpetas. Este tipo de elementos favorecen el sentimiento de equipo, de grupo dentro de los propios trabajadores de la empresa.



2.2.6 SELLO

Es la firma, la que valida cualquier documento por la empresa. Se usa para infinidad de situaciones, recepción de documentos, aceptación de solicitudes, comunicación de datos de la empresa, etc. Debe ser sencillo y tener la marca fácilmente reconocible.



2.2.7 DVDs DE PROYECTOS

Para VIRTUALLBOX, es necesario tener un soporte físico para el envío de proyectos digitales, para ello han optado por el DVD. Hemos creado dos tipos de diseños para los DVD.



2.3 SOPORTE ELECTRÓNICO – PAPELERÍA CORPORATIVA

Para entender bien a lo que nos referimos cuando hablamos del soporte electrónico, adjuntaré las siguientes definiciones

Definición técnica: “Un documento electrónico es un documento cuyo soporte material es algún tipo de dispositivo electrónico y en el que el contenido está codificado mediante algún tipo de código digital que puede ser leído o reproducido”

Definición legal: “Información de cualquier naturaleza en forma electrónica, archivada en un soporte electrónico según un formato determinado y susceptible de identificación y tratamiento diferenciado”

Para aplicar la marca al soporte electrónico, iremos definiendo algunos de los elementos más importantes para VIRTUALLBOX. Desde un simple correo electrónico, hasta elementos de la web, o banners.

2.3.1 FIRMA DE CORREO ELECTRÓNICO

La firma de los correos electrónicos debe mantener estrictamente la imagen de la empresa. Debe combinar la imagen de la marca junta con los elementos de texto de la información del usuario propietario del correo electrónico. Es imprescindible que se adapte a diferentes dispositivos, por esta razón, crearemos una firma en html, que sea responsive.



Dario Satorres Gandia
Dept. Desarrollo Web
Tel: 959 530 049
dario@virtuallbox.com

c/Paraninfo, 1 - Centro de Emprendedores - UPV
46730 - Grao de Gandia
info@virtuallbox.com
www.virtuallbox.com

Este correo electrónico y en su caso, cualquier archivo anexo al mismo, contiene información de carácter confidencial exclusivamente dirigida a su destinatario o destinatarios. Queda prohibida su divulgación, copia o distribución a terceros sin la previa autorización escrita de Desenvolupament Creatiu Sostenible S. Coop. Val.

En caso de no ser usted la persona a la que fuera dirigido este mensaje y a pesar de esto continúa leyendo, ponemos en su conocimiento que está cometiendo un acto ilícito en virtud de la legislación vigente en la actualidad, por lo que deberá dejarse de leer automáticamente.

Desenvolupament Creatiu Sostenible S. Coop. Val. no es responsable de su integridad, exactitud, o de lo que acontezca cuando el correo electrónico circula por las infraestructuras de comunicaciones electrónicas públicas. En el caso de haber recibido este correo electrónico por error, se ruega notificar inmediatamente esta circunstancia mediante correo electrónico a la dirección electrónica del remitente.

El correo electrónico vía Internet no permite asegurar la confidencialidad de los mensajes que se transmiten ni su integridad o correcta recepción, por lo que Desenvolupament Creatiu Sostenible S. Coop. Val. no asume ninguna responsabilidad que pueda derivarse de este hecho.

No imprima este correo si no es necesario. Ahorrar papel protege el medio ambiente.

HTML

```
<!DOCTYPE HTML>
<html>
<head>
<meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=utf-8">
<style>
body {
```

```

        font-family: 'Arial';
    }
    #logo {
        margin: 20px 50px;
        max-width: 300px;
    }
    #logo img {
        width: 100%;
    }
    #info {
        margin-left: 50px;
        width: 235px;
    }
    #info p {
        text-align: right;
    }
    p.nombre {
        margin: 0px;
        color: #3C383D;
        font-size: 16px;
    }
    p.dept {
        margin: 0px;
        color: #009AC5;
        font-size: 13px;
    }
    p.mail {
        color: #3C383D;
        margin: 0px 0px 20px;
        font-size: 11px;
    }
    p.direccion {
        color: #3C383D;
        font-size: 10px;
        margin: 0;
    }
    p.tel {
        margin: 0;
        color: #009AC5;
        font-size: 11px;
    }
    .aviso {
        margin: 30px 50px;
    }
    .aviso p {
        color: #3C383D;
        font-size: 8px;
    }
</style>
</head>
<body>
<div id="logo">  </div>
<div id="info">
    <p class="nombre">Darío Satorres Gandía</p>
    <p class="dept">Dept. Desarrollo Web</p>
    <p class="tel">Tel: 690 930 049</p>
    <p class="mail">dario@virtuallbox.com</p>
    <p class="direccion">c/Paranimf, 1 - Centro de Emprendedores - UPV </p>
    <p class="direccion">46730 - Grao de Gandía</p>
    <p class="direccion">info@virtuallbox.com</p>
    <p class="direccion">www.virtuallbox.com</p>
</div>
<div class="aviso">

```

<p>Este correo electrónico y, en su caso, cualquier fichero anexo al mismo, contiene información de carácter confidencial exclusivamente dirigida a su destinatario o destinatarios. Queda prohibida su divulgación, copia o distribución a terceros sin la previa autorización escrita de Desenvolupament Creatiu Sostenible S. Coop. Val.</p>

<p>En caso de no ser usted la persona a la que fuera dirigido este mensaje y a pesar de ello continúa leyéndolo, ponemos en su conocimiento que está cometiendo un acto ilícito en virtud de la legislación vigente en la actualidad, por lo que deberá dejarlo de leer automáticamente.</p>

<p>Desvolupament Creatiu Sostenible S. Coop. Val. no es responsable de su integridad, exactitud, o de lo que acontezca cuando el correo electrónico circula por las infraestructuras de comunicaciones electrónicas públicas. En el caso de haber recibido este correo electrónico por error, se ruega notificar inmediatamente esta circunstancia mediante reenvío a la dirección electrónica del remitente.</p>

<p>El correo electrónico vía Internet no permite asegurar la confidencialidad de los mensajes que se transmiten ni su integridad o correcta recepción, por lo que Desenvolupament Creatiu Sostenible S. Coop. Val. no asume ninguna responsabilidad que pueda derivarse de este hecho.</p>

<p>No imprima este correo si no es necesario. Ahorrar papel protege el medio ambiente.</p>

</div>

</body>

</html>

2.3.2 BACKGROUNDS

El uso de equipos informáticos en las oficinas, nos ofrece la posibilidad de personalizar estos equipos adaptando detalles corporativos en ellos. Un ejemplo del uso corporativo de los equipos informáticos son los backgrounds o fondos de pantalla usados en los diferentes ordenadores. Hemos diseñado dos tipos de imágenes, una oscura y otra clara para que el mismo empleado pueda elegir la que más le agrade.



2.3.3 ANIMACIONES

Un detalle que puede marcar la diferencia entre una empresa y sus competidoras, es la creación de diferentes elementos animados que pueden ser usados para infinidad de situaciones. Por ejemplo, en la página de mantenimiento web, en la de error, simplemente en la portada, etc.

La animación elegida es un cubo rotando en bucle, una secuencia infinita. Hemos elegido el cubo porque es el elemento principal de la marca. El diseño de una animación 3D es perfecta para expresar la identidad corporativa de VIRTUALLBOX, los efectos 3D siempre denotan modernidad, y el cubo es el máximo exponente de la representación 3D, y es usado en infinitas ocasiones por el software de diseño para representar las diferentes vistas de un proyecto.

Para la realización de esta animación, hemos usado primeramente el programa *3D studio Max*, donde hemos modelado el cubo y le hemos dado movimiento. Se ha elegido una estética *cartoon*, combinada con una iluminación realista para generar unas sombras lo más naturales posibles y una textura plana de los elementos para crear un efecto minimalista sobre el objeto, dándole toda la importancia a la forma.

Como queremos una versión para la web, debemos conseguir un archivo lo más ligero posible, para ello, lo convertiremos en un *swf*. Así que, una vez animada la escena, la exportamos por fotogramas en una secuencia de archivos *png*. Una vez separada por fotogramas importamos a la línea de tiempo de *Adobe Flash Pro*, y finalmente publicamos el proyecto en *swf*.

Podemos observar aquí una captura de la animación:



Ver animación completa en la carpeta “*Ficheros anexos*”:

“Animación VIRTUALLBOX.swf.flv”

2.3.4 VIDEO CORPORATIVO

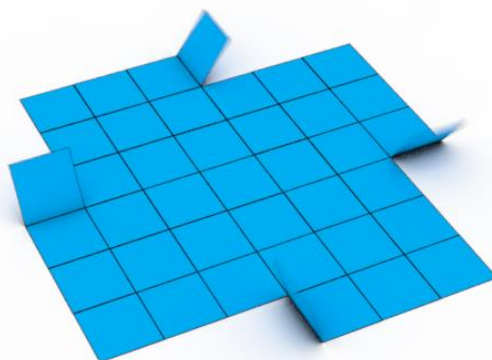
Hoy en día es necesario para las empresas tener una biblioteca de material audiovisual corporativo. Esta biblioteca, enriquece la relación de comunicación entre la empresa y su target. Ya sean elementos publicitarios, promocionales, simplemente explicativos, tutoriales, etc. Para ello es necesario tener diferentes tipos de material audiovisual. Uno de los más necesarios es una cabecera para vídeos.

Hemos desarrollado a modo de boceto algunas ideas conceptuales para una cabecera de vídeo.

Al igual que en la animación anterior, hemos seguido las mismas pautas para desarrollar y diseñar por primera vez la animación. Usando primeramente el *3D Studio Max*, con el cual hemos diseñado cada una de las escenas. La única diferencia con respecto a la animación anterior ha sido que en este caso hemos realizado movimientos de cámara y la exportación ha sido a vídeo sin pérdida. Esta exportación, nos crea unos archivos muy pesados pero que mantienen la calidad intacta, es así como podemos después elegir diferentes configuraciones de exportación para según qué destino tenga el vídeo.

En este caso vamos a exportar para web. El software elegido para editar la escena es *Adobe Premiere*. Una vez editada la escena la exportaremos usando la codificación *H.264* en formato *mp4*. Este formato de video es capaz de generar vídeos muy ligeros y de muy buena calidad, siendo actualmente el formato de vídeos más óptimo para la red. Nuestro vídeo debe ser reproducido como máximo en un ancho de 1024px, a partir de esta medida el vídeo perderá mucha calidad.

Aquí podemos ver una captura del vídeo:



Ver vídeo-boceto completo en la carpeta “*Ficheros anexos*”:

“*Video-boceto.mp4*”

2.4 CONCLUSIONES

2.4.1 MANUAL DE USO DE LA IMAGEN CORPORATIVA

Algunos de los elementos de este punto también están dentro del manual de estilo.

Todas estas nociones sobre la marca y su uso se recogen en lo que se llama **“Manual de identidad corporativa y libro de estilo”**.

Ver en la carpeta “Ficheros anexos”, “Identidad Corporativa VIRTUALLBOX.pdf”

3 APLICACIÓN DE LA MARCA AL MERCHANDASING ELECTRÓNICO

VIRTUALLBOX, es una empresa de servicios, y sus servicios están todos relacionados con el mundo electrónico. Por esta razón, sus productos o servicios, los vamos a tratar como *merchandasing* electrónico. Estos productos están representados por cada una de las secciones de la web.

Para estos productos, es necesario el diseño e implantación de iconos, infografías y textos corporativos, que al final formarán cada uno de los productos que ofrece la empresa.

Todos estos productos seguirán una misma base visual, que se repetirá en cada uno de ellos, diseñando para cada uno de ellos diferentes iconos y detalles relacionados con el servicio que representan.

3.1 SERVICIOS DE LA EMPRESA

3.1.1 DISEÑO GRÁFICO

VIRTUALLBOX ofrece servicios de diseño gráfico, tanto para soporte virtual como para soporte físico. Es te es un servicio que describirá en su web, para ello podemos empezar a diseñar los diferentes elementos que tendrá esta sección.

ICONOS GRÁFICOS

ICONO PRINCIPAL



IMAGEN CORPORATIVA



DISEÑO WEB

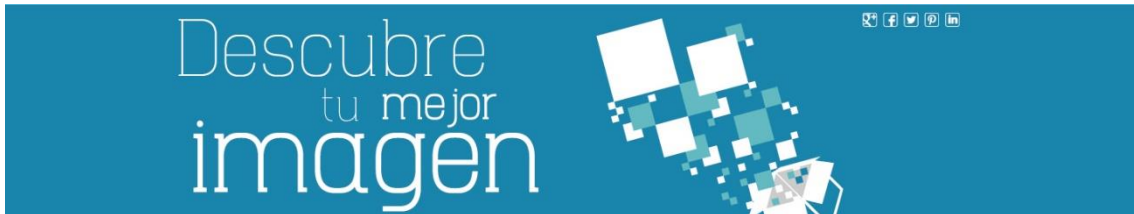


CONTENIDOS GRÁFICOS



SLIDE

La imagen de cabecera para la sección de diseño gráfico, estará formada por el eslogan “Descubre tu mejor imagen”. La apoyaremos con una imagen de una caja de la que salen cuadrados de diferentes tamaños. Continuamos usando el cubo y el cuadrado como nexo de unión entre elementos de diseño.



3.1.2 DESARROLLO WEB

El desarrollo web, es uno de los servicios principales de VIRTUALLBOX, especializada en la creación de negocios online. Como los otros servicios, se divide en tres sectores, para los cuales también diseñaremos un icono para cada uno.

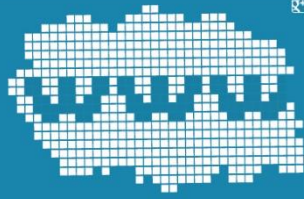
ICONOS GRÁFICOS



SLIDE

Volvemos a recurrir al elemento gráfico del cuadrado para formar una imagen donde se lee WWW. “Proyectos personalizados punto a punto”, el eslogan habla de la creación de proyectos a medida cuidando hasta el mínimo detalle.

Proyectos
personalizados
punto a punto



3.1.3 MARKETING ONLINE

La empresa VIRTUALLBOX, también se dedica a aumentar la visibilidad de cualquier negocio online. El posicionamiento web ha ido copando el mundo del marketing, abriendo nuevos tipos de negocio. Hoy en día los porcentajes de búsqueda en internet sobrepasan infinitamente a los tradicionales, generando así competencias virtuales que al final, se batirán en duelo mediante métodos de posicionamiento o SEO.

ICONOS GRÁFICOS



SLIDE

Para este slide igual que para el icono principal, la imagen elegida es el cohete ascendente. Ya que este servicio, en resumen, trata de subir posiciones en los resultados de búsqueda de los principales buscadores, aumentar la relevancia, crear reputación online, etc.

Empieza
nuevos
caminos



4 DISEÑO Y PROGRAMACIÓN DE LA WEB CORPORATIVA

Vamos a separar en dos partes el proceso de diseño de la web. Estas dos partes son realmente el orden en que se ha realizado el proyecto web. Primero la parte gráfica, diseño de bocetos e ideas que nos llevan hasta el diseño final, y por último, la programación web.

Ver en la carpeta "Ficheros anexos", "**Espacio Web VIRTUALLBOX.pdf**"

4.1 DISEÑO GRÁFICO DE LA WEB

El diseño gráfico de la web es una imagen visual, previa a la programación. De este modo, diseñaremos diferentes ideas de portadas, distintas distribuciones de elementos, botones, iconos, etc. Formando al final, una idea clara de cómo será la web.

En nuestro caso, hemos diseñado una web con una portada con una primera parte a tres columnas y otra inferior a dos. Manteniendo *la cabecera* y el *footer* igual para todas las secciones.

4.1.1 LA PORTADA

The image shows the homepage of VirtualBox, a website for online business creation. The page is annotated with red boxes and numbers 1 through 5, highlighting specific design and content elements.

1 Header navigation bar containing the logo 'VIRTUALLBOX' and menu items: 'DISEÑO GRÁFICO', 'DESARROLLO WEB', and 'MARKETING ONLINE'. On the right, there are links for 'INFO', 'BLOG', and 'CONTACTO', along with social media icons for Facebook, Twitter, and LinkedIn.

2 Main hero section with the headline 'Creación de negocios online' in large white text on a blue background. To the right of the text is a decorative graphic of a grid of 3D cubes, with one cube in the center highlighted in a lighter blue.

3 Three service cards arranged horizontally. Each card has a blue icon at the top, a title, a short paragraph of text, and a 'SABER MÁS' button at the bottom.

- DISEÑO GRÁFICO:** Icon of a pencil and paper. Text: 'Un cuidado diseño gráfico es esencial en un mercado con unos usuarios cada vez más exigentes, siempre al tanto de las nuevas tendencias. Tu empresa precisa de una imagen de marca robusta que proporcione una fuerte identidad corporativa a tu negocio para demarcarte de sus competidores.'
- DESARROLLO WEB:** Icon of two interlocking gears. Text: 'El portal web de tu empresa es tu carta de presentación al mundo. Necesitas una página con contenidos atractivos, intuitiva y dinámica, fácilmente navegable y que oculte la identidad corporativa de tu empresa para que el cliente se sienta identificado con sus valores.'
- MARKETING ONLINE:** Icon of a rocket. Text: 'El marketing online es la manera más sencilla de aumentar tu presencia en la red y ganar reputación online. Con una buena estrategia en marketing por internet orientada a buscadores, conseguirás aumentar el número de visitas de tu sitio web y ser encontrado con facilidad.'

4 A blog entry preview titled 'FORMULARIOS EN DRUPAL I' under the heading 'DESARROLLO WEB'. It includes a sub-heading 'VIRTUALLBLOG ÚLTIMA ENTRADA' and a 'LEER MÁS' button.

5 A social media feed snippet showing three tweets from the account 'VirtualBox'. The tweets mention '¡Gracias!', 'Safor Web Design cambia de nombre a VirtualBox', and 'entrenamos web via'. There is a 'SIGUENOS' button at the bottom.

6 Footer section with a blue background. It features the VirtualBox logo, social media icons, and logos for 'Departament d'Innovació i Recerca', 'UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA CAMPUS DE GANDIA', and 'FEVECTA'. Copyright information is provided at the bottom: '© 2013 VIRTUALLBOX. C/Alameda 1, 46100 Sagunto (Valencia). Contacto: info@virtualbox.com'.

4.1.1.1 ELEMENTOS GRÁFICOS

La portada, al igual que todas las demás secciones, viene estructurada por bloques de información, cada uno de ellos mantendrá la imagen corporativa e irá acompañado de un icono gráfico que refuerce de un vistazo rápido lo que se intenta transmitir.

4.1.1.2 LA CABECERA O HEADER

Usaremos un fondo degradado, simulando profundidad.

Los elementos de este bloque serán simplemente elementos de navegación, el logo, los tres servicios de la empresa, los enlaces a la portada, el blog o contacto, y el menú de los idiomas.

Siempre los enlaces principales que estén sobre fondo claro, serán representados del color azul corporativo.



4.1.1.3 EL SLIDE

Este elemento se repetirá en todas las secciones pero en cada una cambiará el diseño. En este caso, volvemos a encontrar como elemento principal el cubo, un grupo de cubos con uno diferente. Esta infografía junto con el eslogan "Creación de negocios online", intenta transmitir el mensaje de que debes diferenciarte a la hora de lanzar un negocio online, ser diferente.



4.1.1.4 EL CONTENIDO PRINCIPAL

En esta parte se explican los diferentes tipos de servicios que ofrece la empresa, un texto corto donde se resumen los objetivos de cada uno, e intenta generar necesidad.



4.1.1.5 TEXTOS

DISEÑO GRÁFICO

Un cuidado diseño gráfico es esencial en un mercado con unos usuarios cada vez más exigentes, siempre al tanto de las nuevas tendencias. Tu empresa precisa de una imagen de marca robusta que proporcione una fuerte identidad corporativa a tu negocio para destacarse de sus competidores.

DESARROLLO WEB

El portal web de tu empresa es tu carta de presentación al mundo. Necesitas una página con contenidos atractivos, intuitiva y dinámica, fácilmente navegable y que cuide la identidad corporativa de tu empresa para que el cliente se sienta identificado con sus valores.

MARKETING ONLINE

El marketing online es la manera más sencilla de aumentar tu presencia en la red y ganar reputación online. Con una buena estrategia en marketing por internet orientada a buscadores, conseguirás aumentar el número de visitas de tu sitio web y ser encontrado con facilidad.

4.1.1.6 ÚLTIMAS ENTRADAS DEL BLOG

En este bloque, se muestra la última entrada del blog. Es un blog sobre tecnología, mantenimiento web y novedades técnicas. Es normal encontrar muchos tutoriales en esta sección.



4.1.1.7 ÚLTIMOS TWITTS

Simplemente es la sección donde se muestran los últimos twitts, pero adaptada a la imagen corporativa del sitio.



4.1.1.8 EL FOOTER

En esta parte debe de estar toda la información necesaria para localizar, y situar la empresa. En este bloque situaremos todos los que se llaman marcas de confianza, que son los logos de las asociaciones, organizaciones y instituciones a las que pertenecen. Situaremos también un enlace a cada una de las redes sociales. La distribución de los logos debe ser homogénea y ninguno destacar más que otro.

Como elemento central continuamos usando el cubo, siendo coherentes con la imagen de la empresa.



4.1.2 LAS SECCIONES

En todas las secciones vamos a mantener algunos elementos comunes, como es el caso de la cabecera y el footer, así como la parte del Slide que cambiará según la sección, pero que ya hemos comentado y diseñado en el punto anterior. Por esta razón, nos dedicaremos diseñar los puntos diferenciados de cada una de las secciones, su contenido.

4.1.2.1 ESTRUCTURA DE LOS SERVICIOS

Hemos diseñado una estructura a tres columnas donde se expondrán en un primer bloque, la descripción y explicación de los objetivos de cada uno de los servicios. El segundo bloque, contendrá los tres puntos fuertes de cada una de las secciones, la explicación de cada uno de ellos.



4.1.2.2 TEXTOS

DISEÑO GRÁFICO

¿Quieres mejorar el diseño gráfico de tu portal web y no sabes cómo? ¿Necesitas una imagen de marca que proporcione una identidad corporativa a tu empresa?

Poseemos un experto equipo de diseño gráfico, siempre al tanto de las nuevas tendencias del mercado, que sabrá dirigir los esfuerzos en función de las demandas de unos usuarios cada vez más exigentes. Lograremos que tu empresa se desmarque de sus múltiples competidores con una cuidada estrategia de comunicación visual.

La estrategia creativa de nuestro equipo de diseño gráfico proporcionará a tu empresa no sólo una imagen de marca ocupándonos del diseño del logotipo, la imagen corporativa, rotulación y catálogos, sino que también logrará plasmar la filosofía de tu empresa y sus valores. Conseguiremos que tus potenciales clientes confíen en tu empresa como líder en el sector.

¿Deseas que tu empresa cuente con una página web innovadora?. Conseguiremos que tu página web sea el mejor de los escaparates para mostrar al mundo tu empresa.

El diseño gráfico de tu página es un aspecto de gran importancia que merece ser cuidado. Nuestro equipo de profesionales conseguirá llamar la atención de los nuevos usuarios mediante un lenguaje visual atractivo y vanguardista que captará su interés. La primera impresión que el potencial cliente tenga de tu sitio web será responsable en gran medida, de que éste decida quedarse a navegar por tu página y se convierta así en consumidor de tu producto o servicio.

IMAGEN CORPORATIVA

La imagen de tu empresa en la red debe ser cuidada con mimo. Más allá de crear el logo para tus negocios, conseguiremos que tu empresa transmita una identidad corporativa atractiva y moderna para el usuario.

DISEÑO WEB

Mejora el aspecto de tu página web a través de plantillas personalizadas de los principales CMS (Joomla!, Wordpress o Drupal). Diseñamos para tu empresa banners atrayentes y damos estilo a la página web de tu negocio mediante la maquetación en CSS3 y HTML5.

CONTENIDOS GRÁFICOS

Presenta tu empresa con la publicidad gráfica más atractiva para captar la atención de tus potenciales clientes. Ilustra tu sitio web con una infografía pensada exclusivamente para los contenidos de tu empresa, y diferénciate de tus competidores con innovadores flyers que diseñamos para ti.

DESARROLLO WEB

¡Nos encargamos del desarrollo web de tu página! A día de hoy toda empresa necesita un portal web para darse a conocer y nosotros disponemos de un equipo especializado y cualificado que te ayudará en el desarrollo web de tu portal en internet. Creamos tu página web, cuidando hasta el más mínimo detalle, para que dispongas de un diseño web innovador para tu negocio online. Porque los pequeños detalles son los que marcan la diferencia.

Nuestro equipo de desarrollo web diseñará para tu empresa una página con contenidos atractivos, intuitiva y dinámica, fácilmente navegable, que será tu mejor carta de presentación. Cuidará la identidad corporativa de tu empresa para que el cliente se sienta identificado con sus valores. Podrás presentar servicios o productos, dar a conocer nuevas noticias, tendencias o señalar en google maps donde se encuentra tu negocio.

Trabajamos contigo codo con codo desde el principio para ofrecerte el desarrollo web que mejor se ajusta a las necesidades de tu empresa.

Sabemos que el desarrollo web ha de ser un trabajo continuo que permita aumentar la competitividad de tu portal en la red y sacar el máximo partido a tu presencia online. Dedicando un esfuerzo diario conseguiremos que tu página continúe en la vanguardia de los sitios web y se distinga de otras empresas del sector.

PROGRAMACIÓN A MEDIDA

Tu sitio web en la red debe ser único y ha de tener un desarrollo web específico acorde a las necesidades de tu empresa. Te presentamos un proyecto personalizado y te proporcionamos el desarrollo web a medida que mejor se ajusta a los requisitos de tu negocio.

ECOMMERCE

Actualiza tu sitio web mediante un diseño inteligente adaptable a todo tipo de dispositivos. Te ofrecemos un diseño diferente para cada tipo de dispositivo, y así facilitar la navegación por tu sitio web, sin importar el entorno del usuario.

RESPONSIVE DESIGN

Nos ocupamos de la extensión web de tu negocio para que sea accesible a un mayor número de usuarios y comunidades virtuales: tiendas online, inmobiliarias online, portal de anuncios, webs de ofertas, descuentos, puntos, tickets o reservas... sea cual sea el contenido de tu web.

MARKETING ONLINE

El Marketing Online es de vital importancia en cualquier empresa que quiera tener relevancia en el mercado. Las posibilidades que presenta la red son tantas, que es impensable a día de hoy crear una estrategia de ventas sin tener en cuenta la red. Es por ello que toda agencia necesita una táctica de Marketing Online adaptada a sus necesidades en función de los recursos disponibles.

Como estudio de Marketing Online ofrecemos la estrategia de Marketing que más se adecúa a las exigencias de tu empresa. Particularizamos cada proyecto en función de tus requisitos y presupuesto, y creamos una estrategia acorde y efectiva para cada cliente. Con una buena campaña de Marketing en internet conseguiremos aumentar tu reputación online para que tu empresa se desmarque de sus competidores.

Encárganos tu SEM ("Marketing en Buscadores") para promover tu sitio web y sacar todo el potencial de la red. Disponemos de un equipo de profesionales siempre al día en las nuevas tendencias del mercado en Marketing Online, que sabrá elegir en qué sitios web anunciar tu empresa, qué palabras elegir y qué segmentación utilizar, para aumentar tu presencia online y ser encontrado con facilidad. Conseguiremos promover tu sitio web aumentando tu visibilidad en los buscadores y lograr así que tu empresa sea conocida por millones de usuarios.

Nos ocupamos de tu E-mail Marketing. La promoción vía e-mail es una de las herramientas más eficaces en lo que a Marketing por internet se refiere. A diario recibimos gran cantidad de correos publicitarios y "spam", por ello es importante poseer una gran pericia a la hora de hacer publicidad por e-mail. Deja en nuestras manos tu E-mail Marketing y lograremos aumentar la cantidad de tráfico en tu sitio web para que saques el máximo beneficio a tu presencia en la red.

Contacta con nuestra Consultoría Web y tendrás el mejor asesoramiento posible para hacer de tu sitio web la clave para crecer como empresa. Nuestro equipo de profesionales te asesorará sobre cuales son las mejores herramientas en Marketing Online para hacer de tu portal el escaparate perfecto para promocionarte. Ponemos a tu alcance los mejores expertos en Auditoria Web cuyos valiosos consejos conseguirán hacer de la página de tu empresa, una ventana al mundo que logrará captar nuevos clientes y fidelizar a los que ya te conocen.

SEO

Realizamos el posicionamiento web de tu empresa, a través de un completo estudio SEO enfocado a la optimización en buscadores que hará que tu negocio aparezca entre los primeros resultados de google.

REDES SOCIALES

Acercamos tu empresa a su comunidad online a través de las redes sociales. Ideamos la comunicación corporativa óptima que permita esa cercanía necesaria con los clientes o usuarios para que conozcan tu empresa, sus servicios o productos y la valoren positivamente.

ANÁLISIS WEB

Realizamos el más exhaustivo análisis web de tu portal. Medimos el tráfico de visitas y objetivos, y realizamos un análisis de la competencia para evaluar el éxito empresarial de tu negocio y cuantificar sus beneficios a través de las métricas más relevantes (KPIs).

4.1.3 CONCLUSIONES

Ver en la carpeta "Ficheros anexos", "Espacio Web VIRTUALLBOX.pdf"

4.2 PROGRAMACIÓN WEB

A continuación, nos adentramos en la parte técnica del desarrollo de la web, la parte de la programación. Para ello, vamos a utilizar todas las ventajas que nos ofrece *HTML5* y *CSS3*. Vamos a utilizar estructuras de etiquetas óptimas para conseguir una web semántica y empezar ya con la *optimización onpage* desde su construcción.

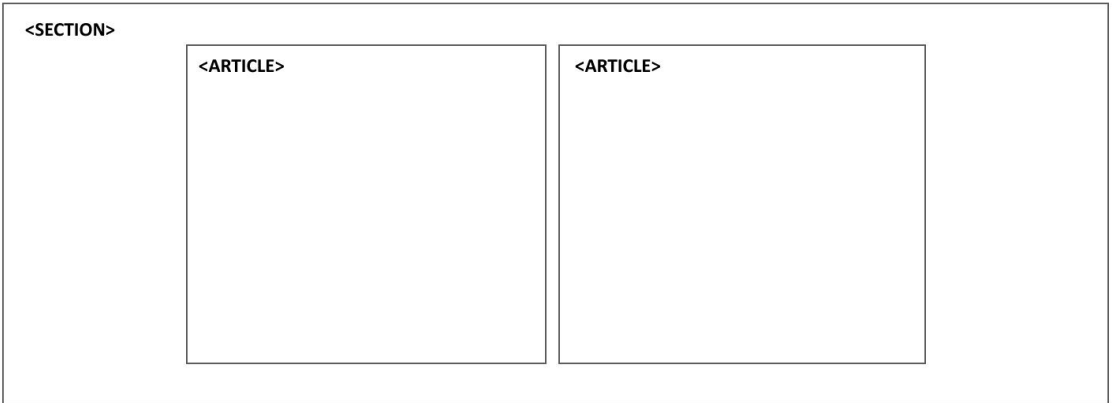
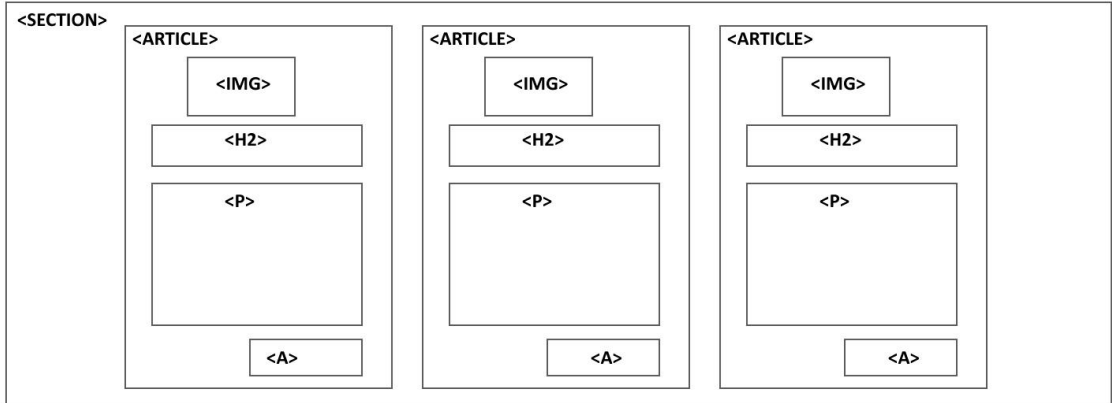
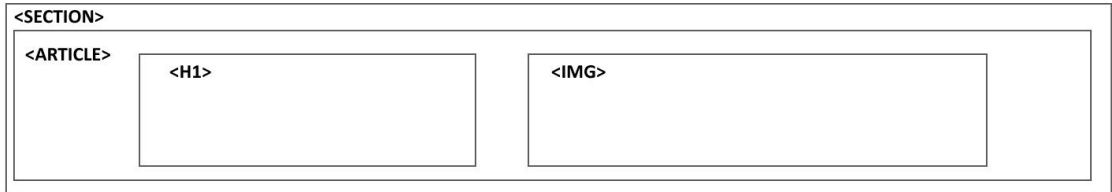
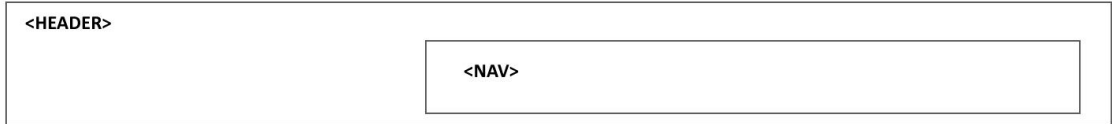
4.2.1 ESTRUCTURA HTML DE LA PORTADA

Para crear una web utilizando las etiquetas que ofrece HTML5, estructuraremos los bloques de información etiquetándolos semánticamente según el tipo de contenido que contenga y la importancia de éste en relación al resto. Marcaremos siempre un **H1**, que será la frase más importante de la página. Luego los **H2** que englobarán ideas secundarios o más específicas.

La **cabecera** y el **footer** son fácilmente localizables y fáciles de etiquetar, ya que ambas tienen una etiqueta específica para cada una de ellas.

Para estructurar la información o contenidos de la página, utilizaremos la etiqueta `<section>`, esta etiqueta nos sirve para diferenciar los diferentes bloques, distintos entre sí, que tiene una misma página. Y dentro de ellos organizaremos el contenido con las etiquetas `<article>`. Esta etiqueta marca varios conjuntos de contenidos, similares entre sí pero con elementos diferentes, es decir, como observamos en este caso, cada uno de los servicios será un `<article>`, con su título (**H2**), su imagen, su texto y sus enlaces.

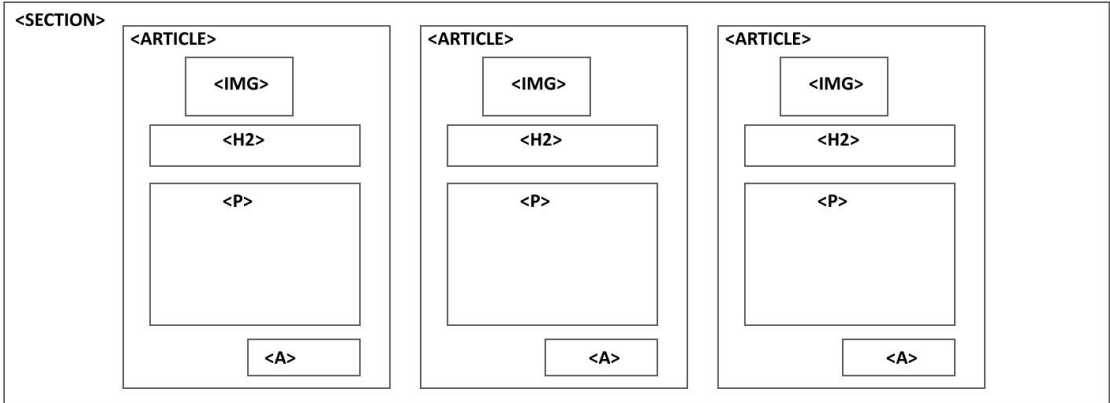
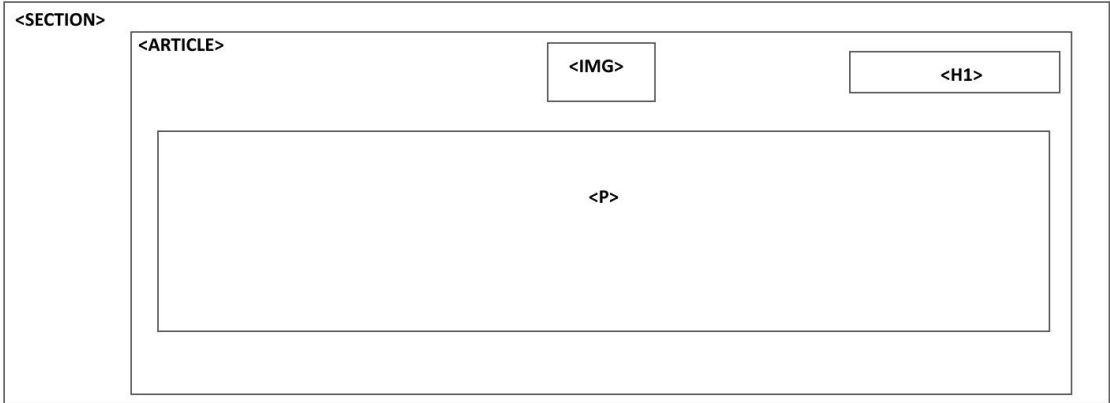
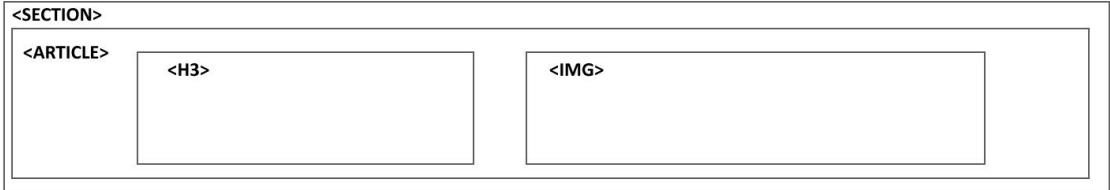
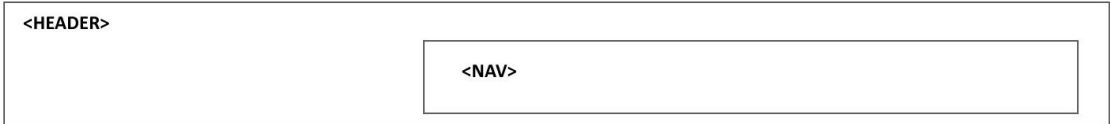
Este etiquetado de los elementos de la web, crean lo que se llama web semántica. Facilitando a los buscadores a localizar el contenido relevante de cada sitio. Por esta razón debemos conocer perfectamente el significado de cada etiqueta para poder sacar el máximo partido a estos elementos, y así optimizar nuestro sitio al máximo.



4.2.2 ESTRUCTURA HTML DE LAS SECCIONES DE SERVICIOS

Para las secciones de cada servicio, cambiaremos alguna de las etiquetas referentes a los títulos, ya que la estructura es diferente y los eslóganes de los slides son más conceptuales. Es importante saber cómo utilizar los títulos, con qué lenguaje hay que expresarse y cómo hay que situarlos.

En este caso el cambio más significativo es que el H1 ya no estará en el slide, que pasará a ser un H3, ahora en cada una de las secciones, el H1 será el título de la sección (Diseño gráfico, Desarrollo Web, Marketing Online, Contacto, Blog, etc.) y los puntos de cada una de las secciones serán los H2.



4.2.3 LAS IMÁGENES

Es importante que cada uno de los puntos que queramos destacar, ya sea cada uno de los servicios o los elementos de éstos, tengan una imagen que los represente. Es importante porque es la estructura óptima para los buscadores. Todas las imágenes deben llevar sus metadatos bien rellenos, sobre todo e importantísimo, el *Título Alternativo*.

5 POSICIONAMIENTO WEB

5.1 ¿QUÉ ES EL POSICIONAMIENTO WEB O SEO?

SEO (Search Engine Optimization) es la práctica de utilizar un rango de técnicas, incluidas la reescritura del código html, la edición de contenidos, la navegación en el *site*, campañas de enlaces y más acciones, con el fin de mejorar la posición de un *website* en los resultados de los buscadores para unos términos de búsqueda concretos.

Estas técnicas, y su relevancia para mejorar el posicionamiento, son diversas y cambiantes en función de la evolución continua de los buscadores.

5.2 PUNTOS TRATADOS EN LA WEB Y SU ENTORNO PARA MEJORAR EL POSICIONAMIENTO

5.2.1 PALABRAS CLAVE

Elegir las palabras clave: definimos para qué búsquedas que hace la gente vamos a intentar posicionar. Vamos a tener en cuenta el número de búsquedas de cada término para encontrar nuestras mejores palabras clave. Usamos Google Trends para definir la estrategia de posicionamiento natural en Google.

Para VIRTUALLBOX hemos elegido las siguientes palabras clave:

Creación de **negocios online**, diseño gráfico, imagen corporativa, diseño web, contenidos gráficos, desarrollo web, programación a medida, responsive design, ecommerce, seo, posicionamiento web, análisis web y redes sociales.

Comprobamos la competencia: Observamos las acciones que están realizando nuestros competidores e intentamos mejorarlas. Espiamos su estructura, el uso de las imágenes, etiquetas, todo lo que pueda influir positivamente en su posicionamiento. Y luego, intentamos mejorarlo. No olvidemos que el posicionamiento es como una competición, el que está delante es porque tiene algo que tú no tienes, consíguelo!.

Medimos la densidad de las palabras: Analizamos nuestra página usando la herramienta *Internet Ninja* y descubrimos qué palabras estamos utilizando más. Intentamos repetir más aquellas que queremos posicionar bien.

Como ejemplo, podemos observar la explicación del servicio “Marketing Online”, como repetimos cada ciertas líneas la palabra “Marketing”.

Uso de las palabras clave: Las utilizamos en nuestros textos. Las 200 primeras palabras de cada página tienen más valor, así que es buena idea hacer la entrada resumiendo el servicio. A la vez de incentivar al resto de la lectura, aprovechamos para posicionar nuestras palabras.

Palabras clave en títulos y negritas: Utilizamos las palabras clave para crear títulos y de paso nos basamos en ellas para crear nuestros contenidos. Destacamos algunas negritas en cada sección.

Medimos y analizamos nuestro posicionamiento natural para distintas palabras clave: Consultamos nuestra clasificación en los buscadores para todas tus palabras clave. Podemos usar herramientas gratuitas para instalar en nuestro ordenador como CuteRank o Google Monitor. Nos dirá el número de página en el que salimos en Google para cada búsqueda.

5.2.2 BÁSICOS E IMPRESCINDIBLES SEO

Meta description y title: Definimos para cada página de la web una descripción y un título en las etiquetas Meta de cada encabezado <head>. Estos serán los títulos y descripciones que se vean en Google y con los que pretendemos atraer la atención.

Para VIRTUALLBOX, serán los siguientes:

PORTADA

Meta título: Creación de negocios Online

Meta descripción: Empresa destinada a diseñar soluciones para empresas online, diseño gráfico, desarrollo web, posicionamiento web.

DISEÑO GRÁFICO

Meta título: Diseño de contenidos gráficos

Meta descripción: ¿Quieres mejorar el diseño gráfico de tu portal web y no sabes cómo? ¿Necesitas una imagen de marca que proporcione una identidad corporativa a tu empresa?

DESARROLLO WEB

Meta título: Diseño web corporativo, tiendas online

Meta descripción: ¡Nos encargamos del desarrollo web de tu página! A día de hoy toda empresa necesita un portal web para darse a conocer.

MARKETING ONLINE

Meta título: Posicionamiento web, optimización

Meta descripción: El Marketing Online es de vital importancia en cualquier empresa que quiera tener relevancia en el mercado.

Url amigables y editadas: Utilizamos un sistema de escritura de URL para que sean como nuestros títulos. Los hemos acertado y editado para que contengan el mayor número de palabras clave.

Para VIRTUALLBOX:

DISEÑO GRÁFICO

www.virtuallbox.com/disenografico-web

DESARROLLO WEB

www.virtuallbox.com/desarrollo-web-programacion

MARKETING ONLINE

www.virtuallbox.com/marketing-online-seo-posicionamiento

Creamos y enviamos el sitemap a los buscadores: Los sitemaps ayudan a los buscadores a indexar nuestro sitio y tenerlos actualizados en su cache. Google y Bing tienen sus propias páginas para que les envíemos nuestros archivos.

Transcribimos nuestro contenido audiovisual: El contenido de nuestras presentaciones no es indexado por Google así que es buena idea hacer una transcripción en texto.

Favicon: El favicon es el pequeño logo que sale en cada pestaña y en favoritos e identifica a cada web. Creamos el de VIRTUALLBOX y lo subimos:



Utilizamos rel="author": Y así configuramos la autoría de nuestras publicaciones y mostramos la imagen del autor en los buscadores. Ayudará a llamar la atención de nuestros artículos y a darles personalidad en Google.

5.2.3 LAS IMÁGENES

Título y descripción: Incluimos en todas las imágenes las etiquetas ALT y TITLE. Si no los buscadores no sabrán lo que son y no podrá indexarlas.

Especificamos su tamaño: Definimos cual es el tamaño de la imagen, en Html con sus etiquetas width y heigh. Si no el explorador cambiará la página de tamaño al rellenarse la imagen y no se verá toda bien hasta que cargue por completo. Google quiere que desde el primer momento nuestra página se vean los tamaños como van a ser, no vayan creciendo.

Optimización de imágenes para la web: Guardamos para la Web en *Photoshop* o *Illustrator*. No es necesaria la máxima calidad de imagen para la web y las imágenes ocupan gran parte de datos de descarga. Queremos que la página cargue lo antes posible.

5.2.4 ENLACES

Anchor text diversificados: Estos son las palabras en las que pueden hacer click para visitar tu web. Debemos tratar de que nos enlacen de manera descriptiva, usando palabras clave y no siempre igual, sino variándolas, haciéndolas parecer como recomendaciones naturales. Hemos usado *Backlink Anchor Text Analysis*.

Comprobamos los links rotos: Google nos odia si le hacemos visitar enlaces que no funcionan. Debemos evitarlo, para ello, hemos comprobado todos nuestros enlaces. Hemos usado la siguiente herramienta online: *InternetMarketingNinjas*.

Buscamos donde enlazan a nuestra competencia: Aprendemos de la estrategia de nuestros competidores a la vez que encontramos nuevas maneras de conseguir enlaces y mejorar el posicionamiento.

Utilizamos enlaces internos: Buscamos donde destacar otras partes de nuestra web y enlazamos de manera natural nuestras secciones entre sí. Formando así, una red de enlaces internos.

5.2.5 CONTENIDO DUPLICADO

Textos originales: Comprobamos que todos nuestros textos son originales. Si no es así Google será el primero en saberlo y puntuará negativamente tu página. Usamos *Copyscape*.

No-index a nuestro contenido duplicado: Añadimos la etiqueta no-index en nuestras páginas en las que sale repetido nuestro contenido: landingpages, etc.

Página inicial con sólo muestra: No incluimos el texto completo de las secciones/servicios en la página inicial de nuestra web, sólo una parte de muestra y un enlace de Leer Más. Sino Google va a tener duplicado los mismos textos y la sección por si sola ya no va a tener contenido exclusivo.

Descripción y Título Meta sin repetir: En las descripciones para los buscadores tampoco podemos tener ninguna repetida porque crearía otro conflicto a los buscadores.

URL Canónica: Comprobamos que nuestra dirección web es canónica: <http://virtuallbox.com> y <http://www.virtuallbox.com>

Un mismo diseño para web y móvil: Usamos un diseño adaptable o Responsive que nos permite tener el mismo diseño para todos los dispositivos. Si tenemos dos versiones distintas, los buscadores encontrarán contenido duplicado y tendrán que tener dos copias paralelas del sitio.

5.2.6 PENALIZACIONES GOOGLE

A la hora de la optimización de la web cara al posicionamiento, hemos tenido en cuenta varios factores importantes para evitar cualquier penalización de Google:

No poner palabras clave fuera de contexto: No utilizar una técnica de poner palabras clave masivamente en texto sin ningún sentido para aumentar la densidad o recibir visitas.

No poner texto escondido: Google penaliza fuertemente la técnica de escribir texto que el lector no ve, debajo de imágenes, vídeos u otras capas, con el fin de posicionar ciertos términos.

Evitamos los errores de código: Los buscadores prefieren aquellas páginas con un código que cumple los estándares y se verá correcto para la mayoría de situaciones. La mejor manera que tenemos de saber cómo de correcto es nuestro código, es usar la herramienta de *W3C Markup Validator*.

5.2.7 TIEMPO DE CARGA DE LA PÁGINA

Medimos y mejoramos la velocidad de nuestra página: Es otro de los factores más importantes para un buen posicionamiento y podemos usar varias herramientas para medirlo. Con *Google Page Speed* nos dirá muchos puntos donde podemos mejorar nuestra velocidad.

No abusar de los códigos en javascript: Revisamos cuantos javascript utilizaba nuestra página y tratamos de ahorrar en los que no eran muy necesarios. Nos gusta meterle muchas funciones y efectos a las webs, sin tener en cuenta del peso que eso conlleva.

Hemos puesto el javascript al final del código: Tratamos de ubicar la carga de javascript lo más atrás del código posible. Si tiene que estar en la cabecera, que sea al final. Si puede estar en el cuerpo, al final también. Así evitaremos que la página espere a mostrar los contenidos hasta que haya cargado el java.

Minimizamos nuestros CSS y Java-Script: Usamos la herramienta de *Minify* en nuestra página web para combinar y reducir tus archivos CSS y Java-Script.

CSS externo y no estilos en el código. Es muy común aplicar los estilos directamente en la página y no en un archivo CSS externo. Hemos usado un solo archivo externo con todos los estilos de la web. Así ahorramos tiempo de carga y eficacia para hacer cambios.

Java script externo y no dentro del código. También acostumbramos a ver mucho código html y php con javascript dentro. También aquí hemos usado un solo archivo javascript externo con todo el código de la web.

Comprobamos los tiempos de carga de cada página: Analizamos los tiempos de carga y su rebote, y prueba y medimos distintas alternativas para mejorar la usabilidad. Hemos usado GtMetrix.

6 BIBLIOGRAFÍA

6.1 LIBROS

- Abelardo Rodríguez González (2005). Logo ¿Qué?: Análisis teórico formal de los elementos que conforman el universo de la imagen corporativa. México. Siglo XXI de España Editores, S.A.
- Norberto Chaves, Raul Belluccia (2003). La Marca Corporativa: Gestión y Diseño de Símbolos y Logotipos. Buenos Aires. Paidós Ibérica.
- Scott McCracken (2011). Curso de Programación Web. Barcelona: Inforbook's, S.L.

6.2 PÁGINAS WEBS

- Rand Fishkin. Blog de Rand. <<http://moz.com/rand/>> "SEOMOZ"
- Seomoz Community. <<http://moz.com/community>>
- State of Search. Portal de actualidad SEO. <<http://www.stateofsearch.com/>>
- Will Critchlow. Blog Will Critchlow. <<http://www.distilled.net/blog/author/will-critchlow/>>
- Aleyda Solis. Blog de Aleyda, <<http://www.aleydasolis.com/seo/>>