

**FACULTAD DE CIENCIAS
DE LA COMUNICACIÓN**

Diseño de un sitio web para promocionar los productos y servicios para impresión y encuadernado que ofrece impresos Marysol a clientes actuales y potenciales.
Guatemala, Guatemala 2015

PROYECTO DE GRADUACIÓN

Presentado a la Facultad de Ciencias de la Comunicación
Guatemala, C.A

ELABORADO POR:

José Erick Martínez Morales
11002977

Para optar el título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO
Nueva Guatemala de la Asunción, abril 2015

Guatemala 05 de junio de 2014

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


Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado:
**DISEÑO DE UN SITIO WEB PARA PROMOCIONAR LOS PRODUCTOS Y
SERVICIOS PARA IMPRESIÓN Y ENCUADERNADO QUE OFRECE
IMPRESOS MARYSOL A CLIENTES ACTUALES Y POTENCIALES.
GUATEMALA, GUATEMALA 2015.** Así mismo solicito que el Lic. Arnulfo
Guzmán, sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



José Erick Martínez Morales
11002977



Lic. Arnulfo Guzmán
Asesor



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 09 de julio de 2014

Señor
José Erick Martínez Morales
Presente

Estimado Señor Martínez:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE UN SITIO WEB PARA PROMOCIONAR LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS PARA IMPRESIÓN Y ENCUADERNADO QUE OFRECE IMPRESOS MARYSOL A CLIENTES ACTUALES Y POTENCIALES. GUATEMALA, GUATEMALA 2015.** Así mismo, se aprueba al Lic. Rualdo Anzueto, como asesor de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación



Guatemala, 10 de enero de 2015


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

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE UN SITIO WEB PARA PROMOCIONAR LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS PARA IMPRESIÓN Y ENCUADERNADO QUE OFRECE IMPRESOS MARYSOL A CLIENTES ACTUALES Y POTENCIALES. GUATEMALA, GUATEMALA 2015.** Presentado por el estudiante: José Erick Martínez Morales, con número de carné: 11002977, está concluido a mi entera satisfacción, por lo que se extiende la presente aprobación para continuar así el proceso de titulación profesional.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,



Lic. Arnulfo Guzmán
Asesor



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 08 de julio de 2015

Señor
José Erick Martínez Morales
Presente

Estimado Señor Martínez:

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

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación

Ciudad de Guatemala, 29 de julio de 2015.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

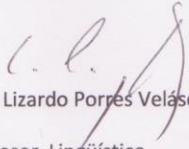
Universidad Galileo

Presente

Señor Decano:

Le informo que la tesis: ***DISEÑO DE UN SITIO WEB PARA PROMOCIONAR LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS PARA IMPRESIÓN Y ENCUADERNADO QUE OFRECE IMPRESOS MARYSOL A CLIENTES ACTUALES Y POTENCIALES. GUATEMALA, GUATEMALA 2015***, del estudiante José Erick Martínez Morales, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente.



Lic. Edgar Lizardo Porrés Velásquez

Asesor Lingüístico

Universidad Galileo



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 11 de agosto de 2015

Señor
José Erick Martínez Morales
Presente

Estimado Señor Martínez:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE UN SITIO WEB PARA PROMOCIONAR LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS PARA IMPRESIÓN Y ENCUADERNADO QUE OFRECE IMPRESOS MARYSOL A CLIENTES ACTUALES Y POTENCIALES. GUATEMALA, GUATEMALA 2015.** Presentado por el estudiante: José Erick Martínez Morales, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciado en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación

UNIVERSIDAD GALILEO
Facultad de Ciencias de la Comunicación

**Diseño de un sitio web para promocionar los productos y servicios para impresión y encuadernado que ofrece impresos Marysol a clientes actuales y potenciales.
Guatemala, Guatemala 2015**

Elaborado por:
José Erick Martínez Morales
No. Carné 11002977

Guatemala, abril 2015

Autoridades

Rector

Dr. Eduardo Suger Cofiño

Vicerrectora

Dra. Mayra de Ramírez

Vicerrector Administrativo

Lic. Jean Paul Suger Castillo

Secretario general

Lic. Jorge Retolaza

Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Lic. Leizer Kachler

Vicedecano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Lic. Ms.C. Rualdo Anzueto

Resumen

Impresos Marysol no cuenta con el diseño de un sitio web para promocionar los productos y servicios que ofrece a clientes actuales y potenciales. Por ser una empresa dedicada a productos tecnológicos y su mantenimiento es imperativo que esta posea los productos actualizados, ya que estos cambian constantemente y cada vez, es de mayor utilidad o con mejores formas de explotar el producto las maquinas con mejor tecnología. Por lo que se planteó el siguiente objetivo Diseñar un sitio web para promocionar los productos y servicios que ofrece la empresa Impresos Marysol, dirigido a clientes actuales y potenciales.

Se realizó una herramienta de validación para conocer la percepción del grupo objetivo conformado por: oficinas de abogados, almacenes, hospitales, constructoras, personas individuales, identidades gubernativas, maquiladoras, empresas productoras, oficinas, librerías, colegios, porque se rentan las fotocopiadoras según la necesidad del cliente. Y expertos en el área de comunicación y diseño.

El resultado obtenido fue que el sitio web cumplió las expectativas de dar a conocer los productos y servicios para impresión y encuadernado que ofrece la empresa Impresos Marysol, esto se pudo concluir de acuerdo a los resultados de las encuestas presentadas a personas individuales y expertos en la materia. Y se recomendó mantener actualizado de los productos que ingresan a las tiendas de Impresos Marysol, para que el cliente pueda estar informado acerca de lo que la empresa le puede ofrecer.

Para efectos legales únicamente el autor es responsable del contenido de este proyecto

INDICE

	Página
Carta de solicitud de tema	
Carta de aprobación de tema y asesor	
Carta de asesor entera satisfacción del proyecto	
Carta de información de examen privado	
Carta de corrector de estilo	
Carta de publicación del proyecto	
Autoridades de la Universidad	
Resumen	
Hoja de autoría	
Capítulo I	1
Introducción	2
Capitulo II: Problemática	3
2.1 Contexto	4
2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño	4
2.3 Justificación	4
2.3.1 Magnitud	5
2.3.2 Vulnerabilidad	5
2.3.3 Trascendencia	5
2.3.4 Factibilidad	5-6
2.3.4.1 Recursos Humanos	6
2.3.4.2 Recursos Organizacionales	6
2.3.4.3 Recursos Económicos	6

2.3.4.4 Recursos Tecnológicos	6-7
Capítulo III: Objetivos de diseño	8
3.1 Objetivo General	9
3.2 Objetivos específicos	9
Capítulo IV: Marco de referencia	10
4.1 Información general del cliente	11
4.2 Misión y Visión	11
4.3 Competencia	11
4.4 FODA	12
Capítulo V: Definición del grupo objetivo	13
5.1 Perfil geográfico	14
5.2 Perfil demográfico	14
5.3 Perfil psicográfico	14-15
5.4 Perfil conductual	15
Capítulo VI: Marco Teórico	16
6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio	17
6.1.1 Insumo	17
6.1.1.2 Fotocopiadora	17
6.1.1.3 Encuadernadora	17
6.1.1.4 Reparación	17
6.1.1.5 Mantenimiento	17
6.1.2 Empresa	18
6.1.2.1 Servicios	18

6.1.2.2 Venta	18
6.1.2.3 Arrendar	18
6.1.2.4 Clientes	18
6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño	18
6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación	18
6.2.1.1 Comunicación	18-20
6.2.1.1.1 Tipos de comunicación	20-21
6.2.1.2 Internet	21-22
6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño	22
6.2.2.1 Diseño	22
6.2.2.1.1 Diseño gráfico	23
6.2.2.1.2 Diseño web	23
6.2.2.2 Briefing	23
6.2.2.3 Bocetaje	23
6.2.2.4 Diagramación	24
6.2.2.5 Retícula	24
6.2.2.6 Vector	24
6.2.2.7 Software	24-25
6.2.2.8 Color	25
6.2.2.9 Sitio web	25
6.3 Ciencias, artes, tendencias y teorías	25
6.3.1 Ciencias	25
6.3.1.1 Semiología	26
6.3.1.2 Semántica	26

6.3.1.3 Semiología de la imagen	26
6.3.1.4 Sociología	26
6.3.1.5 Antropología	27
6.3.1.6 Andragogía	27
6.3.1.7 Pedagogía	27
6.3.1.8 Matemática	27
6.3.1.9 Geometría	27
6.3.1.10 Psicología	27
6.3.2 Artes	28
6.3.2.1 Artes tipográficas	28
6.3.2.2 Fotografía	28
6.3.3 Teorías	28
6.3.3.1 Gestalt	28
6.3.3.2 Teoría del color	28
6.3.4 Tendencias	29
6.3.4.1 Minimalismo	29
6.3.4.2 Modernismo	29
6.3.4.3 Posmodernismo	29
6.3.4.4 A mano alzada	29
6.3.4.5 Vintage	29
6.3.4.6 Vectorial	29
Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar	30
7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico	31
7.1.1 Comunicación	31

7.1.2 Diseño	31
7.1.3 Semiología	31
7.1.4 Psicología del color	31-32
7.1.5 Tendencias	32
7.1.6 Sociología	32
7.2 Conceptualización	32
7.2.1 Método	32-34
7.3 Bocetaje	34-35
7.3.1 Bocetos a base de dibujo natural	35
7.3.1.1 Inicio	35
7.3.1.2 Quienes somos	35
7.3.1.3 Venta/renta	35
7.3.1.4 Mantenimiento	35
7.3.1.5 Productos	35
7.3.1.6 Contacto	35
7.3.2 Proceso de bocetaje formal en base a las diagramaciones de dibujo técnico	37-42
7.3.3 digitalización del bocetaje	43-45
7.3.4 Propuesta preliminar	46-53
Capítulo VII: Validación técnica	54
8.1 Poblacion y muestreo	55
8.2 Método e instrumentos	55-58
8.3 Interpretación de resultados	59
8.3.1 Resultado de expertos	59-64

8.3.2 Resultado de clientes	65-70
8.3.3 Resultado de grupo objetivo	71-76
8.4 Cambios en base a los resultados	77
8.4.1 Razonamiento o justificación	77-81
Capitulo IX: Propuesta gráfica final	82
9.1 Propuesta gráfica final	83-88
Capitulo X: Produccion, reproducción y distribución	89
10.1 Producción	90
10.2 Reproducción	91
10.3 Distribución	91
Capitulo XI: Conclusiones y recomendaciones	92
11.1 Conclusiones	93
11.2 Recomendaciones	94
Capitulo XII: Conocimiento General	95
12.1 Conocimiento general	96
Capitulo XIII: Referencias	97
13.1 Referencias bibliográficas	98
13.2 Referencias web	98-99
Capitulo XIV: Anexos	100

Capítulo

I

Introducción

Capítulo I: Introducción

La utilización de medios visuales en la web ayudan al consumidor a tener la información de manera inmediata. Es por esto que las empresas, hoy en día, buscan la manera de publicitarse por medio de la web.

Impresos Marysol es una empresa dedicada a la venta y reparación de máquinas para fotocopiar, y encuadernar ya que cuenta con clientes satisfechos alrededor de Guatemala. Los productos que ofrecen son tecnológicos y debido a esto se encuentran en cambio constante, ya que cada día la tecnología avanza y nuevos dispositivos son empleados en las diferentes máquinas. Por esto que se plantea la utilización de un sitio web donde serán presentados los productos que poseen actualmente y los que puede adquirir el usuario. De igual manera se dará a conocer información vital de la empresa para que el usuario se sienta cómodo.

Capítulo

II

Problemática

Capítulo II: Problemática

2.1 Contexto:

Impresos Marysol es una empresa que se dedica a la venta y renta de equipo para fotocopiado, así también al servicio de mantenimiento y repuestos de estos. Actualmente esta empresa posee un sitio web en la que despliega la información básica de los productos y servicios que ofrece.

La problemática detectada es la falta de actualización del contenido, que repercute en la información que obtiene el consumidor.

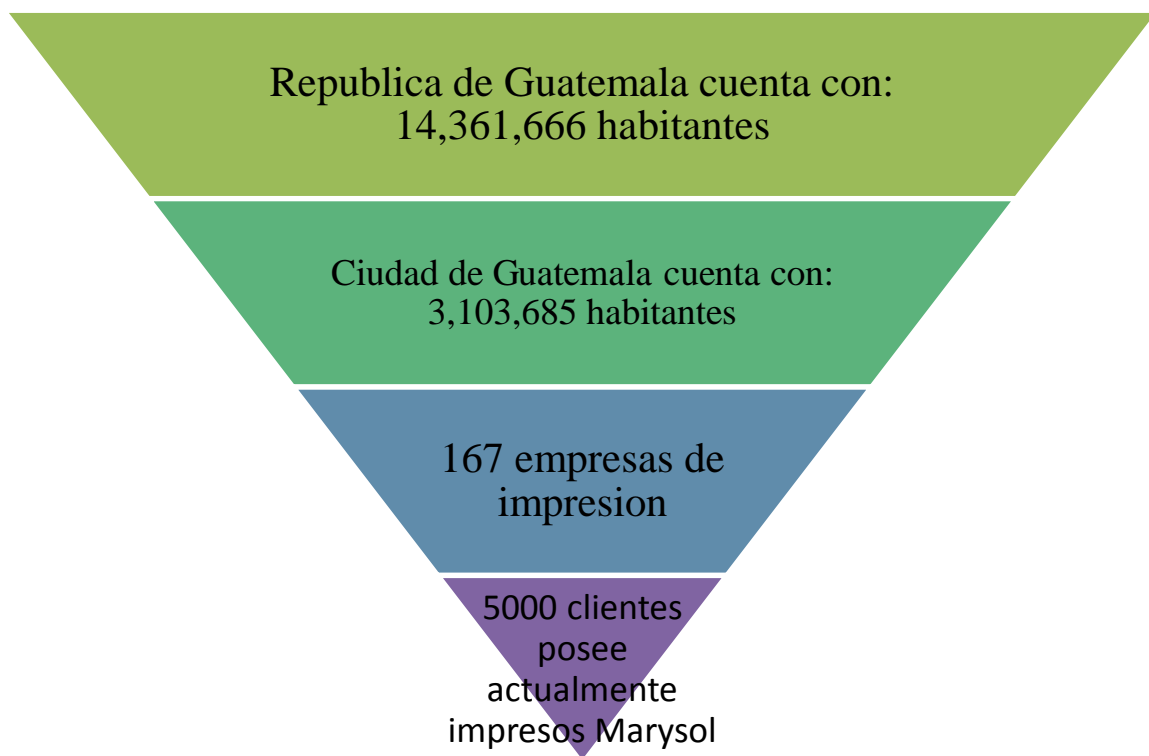
2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño

Impresos Marysol no cuenta con el diseño de un sitio web para promocionar los productos y servicios para impresión y encuadernado que ofrece a clientes actuales y potenciales. Por ser una empresa dedicada a productos tecnológicos y su mantenimiento, es imperativo que esta posea los productos actualizados, ya que cambian constantemente y cada vez es de mayor utilidad o con mejores formas de explotar el producto las máquinas con mejor tecnología.

2.3 Justificación

Para sustentar las razones por las que se consideró importante el problema y la intervención del diseñador-comunicador se justifica la propuesta de cuatro variables: a) magnitud; b) trascendencia; c) vulnerabilidad y d) factibilidad.

2.3.1 Magnitud¹



2.3.2 Vulnerabilidad

Sin la actualización del sitio web, la empresa perderá clientes potenciales, que pueden contratar los servicios o productos que estos ofrecen.

2.3.3 Trascendencia

Con la creación de un sitio web, se busca que se pueda llegar a las 200,000 empresas registradas que utilicen máquinas fotocopadoras en su quehacer diario, ya sea con fines de utilización interna o comercial. Por este medio los clientes podrán informarse de los productos y servicios que ofrece.

2.3.4 Factibilidad

Actualmente la empresa cuenta con dominio y hosting para la página de internet, también proveerá de recursos humanos que pondrán al alcance del público la

información necesaria para la página web, por esto la realización del sitio web es factible.

2.3.4.1 Recursos Humanos

La empresa proveerá los recursos humanos necesarios para la realización del sitio web.

Gerencia: Proveerá al diseñador/comunicador la información necesaria para la realización del proyecto.

Personal de mantenimiento: Éste será fotografiado en el desempeño de sus labores.

Comunicador/diseñador: Estará encargado de la diagramación y diseño de la página web, según los requisitos necesarios.

2.3.4.2 Recursos Organizacionales

La ingeniera a cargo, Marysol González, ha puesto a disposición el personal, recursos e instalaciones para la realización del proyecto.

2.3.4.3 Recursos Económicos

Impresos Marysol proveerá de los recursos necesarios para la realización del proyecto a desarrollar.

2.3.4.4 Recursos Tecnológicos

La empresa cuenta con los recursos equipo y herramientas necesarias básicas para el desarrollo del proyecto.

- El software a utilizar es Adobe Master Collection que contiene diferentes programas de diseño para realizar la página web.

- Computadora de última tecnología adecuada para soportar los programas que se utilizarán.

Capítulo

III

Objetivos del diseño

Capítulo III: Objetivos del diseño

3.1 El objetivo general

Diseñar un sitio web para promocionar los productos y servicios para impresión y encuadernado que ofrece la empresa Impresos Marysol, dirigido a clientes actuales y potenciales.

3.2 Los objetivos específicos

- Investigar las tendencias actuales en cuanto a diseño de páginas web nacional e internacional para desarrollar de manera efectiva y competitiva un sitio.
- Recopilar información de los servicios y productos que presta la empresa, para comunicar de manera efectiva el funcionamiento o los requerimientos del cliente.
- Diagramar la estructura del sitio web de una forma clara con el usuario para facilitar la comprensión y acceso al mismo.
- Determinar la tipografía adecuada para transmitir de manera eficaz el mensaje.

Capítulo

IV

Marco de referencia

Capítulo IV: Marco de referencia

4.1 Información general del cliente

Empresa: Impresos Marysol

Dirección: Calzada San Juan 33-48 zona 7, Guatemala, Guatemala

Contacto: Ing. Marysol González

Teléfono: (502) 2439 - 7119, (502) 2439 – 6051, (502) 2434 – 7167

Historia: Impresos Marysol es una compañía con una visión de servicio al cliente.

Nuestros esfuerzos y recursos están encaminados para satisfacer todas las necesidades de la gestión de documentos (copiado, impresión y encuadernado).

Nuestro proyecto de negocios contempla el servicio de copiado, venta y renta de copiadoras analógicas y digitales, y todos los demás que una operación administrativa necesite.

4.2 Misión y Visión

Misión: Satisfacer las necesidades de nuestros clientes, brindándole un servicio de excelencia, ofrecer calidad en nuestro servicio y precios competitivos. Queremos ser una empresa líder que aporte bienestar a nuestros clientes, empleados y accionistas.

Visión: Brindar buen servicio a nuestros clientes para mantener e incrementar nuestra participación en los diferentes segmentos de mercados donde participamos.

4.3 Competencia

Directa: Canella, Nevix, Printer, F Mansilla

Indirecta: Office Depot, Wall Mart, Max

4.4 FODA

F

Fortalezas

- Respuesta eficiente a sus clientes
- Atención al cliente

O

Oportunidades

- Desarrollarse como empresa líder en la venta y renta de equipo de impresión y fotocopiado
- Crecimiento exponencial gracias al crecimiento del mercado Guatemalteco.

D

Debilidades

- No cuenta con un sitio web actualizado para que los clientes puedan ver los productos recientes.
- Actualmente no posee organigrama establecido

A

Amenazas

- Competencia fuerte por parte de varias empresas
- Baja inversión en publicidad.

Capítulo

V

Definición del grupo

objetivo

Capítulo V: Definición del grupo objetivo

El grupo objetivo está destinado a personas que trabajan en: oficinas de abogados, almacenes, hospitales, constructoras, personas individuales, identidades gubernativas, maquiladoras, empresas productoras, oficinas, librerías, colegios, por lo que se rentan las fotocopiadoras según la necesidad del cliente.

5.1 Perfil geográfico

El territorio de Guatemala cuenta con 108.889 km² de extensión territorial.² Su clima es templado dividido en época lluviosa y época seca, y posee una población de 14,361,666 aproximadamente.³

5.2 Perfil demográfico

Los servicios de la empresa están dirigidos a hombres y mujeres entre las edades de 18 y 50 años, casados o solteros, que residan en la República de Guatemala. Su nivel socioeconómico comprendido entre las clasificaciones A y D. En tal sentido, se entiende que el nivel académico podría variar desde estudios primarios hasta un grado académico universitario.⁴

Ver tabla multivex 2009 en Anexo 1 y tabla de niveles socioeconomicos de Guatemala 2010 ver anexo 2.

5.3 Perfil psicográfico

Personas que se dediquen a: oficinas de abogados, almacenes, hospitales, constructoras, personas individuales, identidades gubernativas, maquiladoras, empresas productoras, oficinas, librerías, colegios.

Las características, hábitos, hobbies y costumbres se describen a continuación:

- Personas que necesiten reproducir documentos, ya sea a menor o mayor escala, así como aquellos que deseen brindar este servicio a quienes se lo requieran.

- Todos aquellos que deseen iniciar un negocio propio brindando servicios de fotocopiado, encuadernación y empastado.

5.4 Perfil conductual

Clientes con acceso a internet, que busquen facilitarse la búsqueda de empresas que aporten este tipo de servicio. Además busquen un servicio eficiente y de confianza que aporte las soluciones necesarias para el día a día de los negocios que desarrollan y satisfacer a toda aquella persona que muestre en algún momento la necesidad de reproducción de algún tipo de material impreso.

Capítulo

VI

Marco teórico

Capítulo VI: Marco Teórico

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio

6.1.1 Insumo

Según el diccionario de la Real Academia Española, insumo es el “conjunto de bienes empleados en la producción de otros bienes”.⁵

6.1.1.2 Fotocopiadora

Instrumento utilizado para reproducir copias de documentos por medios ópticos y fotosensibles

6.1.1.3 Encuadernadora

Según la Real Academia Española, encuadernar es: “juntar, unir, coser varios pliegos o cuadernos y ponerles cubiertas.”⁶ Por ende entendemos que una encuadernadora es una maquina utilizada para realizar este tipo de trabajos.

6.1.1.4 Reparación

Según la Real Academia Española, reparación es: “accion y efecto de reparar cosas materiales mal hechas o estropeadas”⁷

6.1.1.5 Mantenimiento

Según la Real Academia Española, Mantenimiento es: “conjunto de operaciones y cuidados necesarios para que instalaciones, edificios, industrias, etc., puedan seguir funcionando adecuadamente.”⁸

6.1.2 Empresa

Según el sitio web <http://www.e-conomic.es/programa/glosario/definicion-empresa> es un grupo de personas organizadas con el objetivo de producir algo o prestar algún tipo de servicio para así satisfacer una demanda del consumidor y con esto conseguir un beneficio.

6.1.2.1 Servicios

Un servicio es el conjunto de actividades realizadas con el fin de responder las demandas de los clientes requieren de una empresa

6.1.2.2 Venta

Según el sitio web <http://definicion.de/venta/> es el intercambio de bienes de una persona a otra por el pago de este

6.1.2.3 Arrendar

Según el diccionario de la Real Academia Española, arrendar es “Ceder o adquirir por precio el goce o aprovechamiento temporal de cosas, obras o servicios.”⁹

6.1.2.4 Clientes

Según el diccionario de la Real Academia Española, cliente es “Persona que utiliza con frecuencia los servicios de un profesional o empresa.”¹⁰

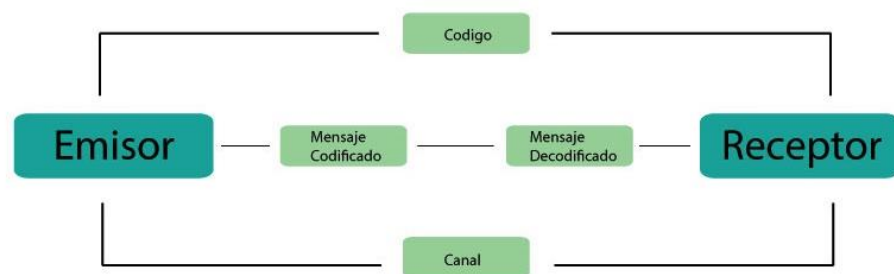
6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y diseño

6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicacion

6.2.1.1 Comunicación

Es el proceso social mediante el cual los seres vivos transmiten ideas, sentimientos cualquier otro tipo de informacion por medio del habla, la escritura u otro tipo de señales. Para realizar esto se requieren varios

elementos necesarios como un emisor, que es el encargado de enviar el mensaje, un receptor, que es al que está destinado el mensaje y un mensaje que viaja por medio de un canal y va codificado para que pueda ser decodificado por el receptor esto sirve para crear una comunicación efectiva. Según la Real Academia Española es “Transmision de señales mediante un codigo común al emisor y al receptor”



Cuadro de proceso de la comunicación, ilustración por: Erick Martinez, año 2014

En la comunicación existen factores que influyen en que ésta no se logre desempeñar de manera adecuada, estos son:

- a) Ruido: Según wikipedia es: “En comunicación, se denomina ruido a toda señal no deseada que se mezcla con la señal útil que se quiere transmitir”, estos factores intervienen en la comunicación a la hora de no lograr transmitir de manera adecuada el mensaje, o exista una interferencia en el canal.
- b) Comunicación Regional: La Real Academia Española define región como: “ Porción de terrttorio determinada por caracteres étnicos o circunstancias especiales de clima, producción, topografía, administración o gobierno.”

Esto quiere decir que la comunicación regional se da entre un grupo determinado de personas de la misma etnia, país o habla desean comunicar un mensaje el que solo es decodificado de la misma manera para estos.

6.2.1.1.1 Tipos de comunicación

Para entenderse los seres humanos se comunican mediante distintos procesos de comunicación es por esto que ésta se subdivide en: verbal, no verbal y gráfica:

a) Comunicación verbal

Es aquella que utiliza el tono de voz para comunicar una idea mediante sonidos emitidos, este tipo de comunicación es la que mayor utilizamos para comunicar nuestras ideas. Algo que debemos tener en cuenta, que la comunicación verbal también depende de cómo las personas codifican y decodifican el mensaje, ya que existe la comunicación regional

b) Comunicación no verbal

Se da al momento de lograr comunicar una idea por medio de gestos, expresiones, símbolos o escritura. Este tipo de comunicación es vista en varios aspectos de la vida cotidiana, por ejemplo se puede ver en la forma de vestir de una persona que puede denotar su estatus social o al agitar la mano para saludar, el ser humano decodifica esto como saludo.

c) Comunicación gráfica

Se da cuando se desea comunicar un mensaje de manera visual, para esto se utilizan todos los medios visuales, como por ejemplo las ilustraciones, fotografías o representaciones gráficas.

La mayor parte de las empresas que existen en el mundo utilizan este tipo de comunicación para llegar a sus consumidores de manera efectiva, esto lo podemos ver en los logotipos que son imágenes gráficas que pueden ser identificadas con un producto en específico, es por esto que la comunicación gráfica es de gran ayuda para que se pueda comunicar de manera más eficiente entre distintos idiomas, etnias o países.

d) Comunicación escrita

En un principio, la escritura comenzó como una comunicación gráfica, ya que existía la escritura pictográfica en donde el ser humano buscaba representar objetos por medio de dibujos, esta escritura se remonta a la época del neolítico. Con el pasar de los años estos fueron convirtiéndose a símbolos, hasta llegar a la actual forma de escritura que existe en el mundo. Hoy en día la comunicación escrita se da para transmitir mensajes con letras o símbolos adecuados para que la persona que lea el documento logre entender lo que desea comunicar el autor.

6.2.1.2 Internet

Según la Real Academia Española, el internet es: “Red informática mundial, descentralizada, formada por la conexión directa entre

computadoras mediante un protocolo especial de comunicación.” Esta herramienta nace por la necesidad de conectar información entre varias personas para eficientar el trabajo. Hoy en día el internet es una herramienta de comunicación masiva a la que gran parte del planeta está conectada y esta ayuda al intercambio de informacion mas eficiente y rápida. El internet ayuda a estar conectado con personas de diferentes partes del mundo, es por eso que las empresas utilizan el internet como una herramienta de la que pueden comunicarse con sus consumidores de manera inmediata y de este modo recibir un feedback de éste.

6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño

6.2.2.1 Diseño

“la palabra diseño se refiera a un boceto, bosquejo o esquema que se realiza, ya sea mentalmente o en un soporte material, antes de concretar la producción de algo. El término también se emplea para referirse a la apariencia de ciertos productos en cuanto a sus líneas, forma y funcionalidades.

El concepto de diseño suele utilizarse en el contexto de las artes, la arquitectura la ingeniería y otras disciplinas. El momento del diseño implica una representacion mental y la posterior plasmación de dicha idea en algun formato gráfico para exhibir cómo será la obra que se planea realizar. El diseño, por lo tanto puede incluir un dibujo o trazado que anticipe las características de la obra.”¹¹

6.2.2.1.1 Diseño gráfico

Es una profesión que se encarga de comunicar un mensaje específico a un grupo determinado, por medio de artes visuales. Esto ayuda a que el mensaje que se desee comunicar ya sea por una empresa o persona pueda ser interpretado o decodificado de manera correcta por el lector. Éste nació por la necesidad de poder transmitir de manera adecuada un mensaje complejo de explicar por medio de la escritura, esto ayudó a que el lector pueda entender mejor el mensaje con el apoyo visual. Hoy en día el diseño gráfico se apoya con herramientas digitales.

6.2.2.1.2 Diseño Web

Este tipo de diseño se utiliza para planificar, estructurar, diseñar e implementar los elementos gráficos en un sitio web, para así expresar la identidad visual de una compañía u organización.

6.2.2.2 Briefing

El Briefing consiste en la recopilación de datos del cliente, para el desarrollo de manera adecuada de un diseño que pueda comunicar de manera eficiente sus ideas hacia un público objetivo.

6.2.2.3 Bocetaje

Es un proceso mental que ayuda al diseñador a plasmar sus ideas en papel, esto sirve para materializar las ideas y lograr de manera efectiva la colocación de los diferentes elementos que esta conlleva. El bocetaje sirve para que el cliente pueda entender de qué manera se realizará el diseño.

6.2.2.4 Diagramación

Este proceso se encarga de organizar y distribuir de manera eficiente el espacio determinado que cada elemento llevará, como los textos y las imágenes. A este proceso también se le conoce como maquetación.

6.2.2.5 Retícula

Es una plantilla o guía que se utiliza para posicionar y organizar los elementos de un diseño, para que éste tenga un atractivo visual. También ayuda al diseñador a aprovechar de manera creativa los diferentes espacios que existen en la página.

6.2.2.6 Vector

Los vectores son líneas o formas que nos sirven para la creación de elementos gráficos en el diseño, en este caso los vectores no son regidos por la resolución, por lo tanto no importa su tamaño.

6.2.2.7 Software

Según la Real Academia Española, software es: “conjunto de programas, instrucciones y reglas informáticas para ejecutar ciertas tareas en una computadora.”

a) Photoshop

Es un software utilizado en la edición y manipulación de imágenes, en su definición al español “taller de fotos”

b) Illustrator

Este programa es utilizado para la creación de gráficos con vectores, es utilizado para la ilustración.

c) Muse

Este programa sirve para la construcción, diseño y edición de sitios web.

6.2.2.8 Color

Según la Real Academia Española, color es: “Sensación producida por los rayos luminosos que impresionan a los órganos visuales y que depende de la longitud de onda.

a) **Círculo cromático**

Es utilizado para clasificar los colores dependiendo su color. Los principales colores en el círculo cromático son: amarillo, rojo, magenta, azul, cian y verde. La mezcla de estos colores llevan a la creación de millones de colores.

6.2.2.9 Sitio Web

“Es un lugar que sirve para algo o un espacio ocupado. La noción de web, por su parte hace referencia a internet, una red de redes que permite la interconexión de computadoras.”¹¹ Por ende entendemos que un sitio web es un conjunto de páginas alojadas en un dominio que sirve para que la persona, empresa o entidad pueda comunicar con sus clientes, usuarios o colaboradores, información de importancia vía remota. Estos sitios pueden contener imágenes, sonidos, videos, animaciones y cualquier otro tipo de contenido que puede compartirse en línea.

6.3 Ciencias, Artes, Tendencias y Teorías

6.3.1 Ciencias

Según la Real Academia Española, ciencia es: “conjunto de conocimientos obtenidos mediante la observación y el razonamiento, sistemático estructurados y de los que se deducen principios y leyes generales.”¹³

6.3.1.1 Semiología

Es la ciencia que estudia la comunicación a través del signo en la vida social y su rama mas importante es la lingüística. “el estadounidense Charles Pierce (1839-1894), definió al signo como una entidad de tres caras, con un significante (el soporte material), un significado (la imagen mental) y un referente (el objeto real o imaginario al que hace alusión el signo)”.¹⁴

6.3.1.2 Semántica

La semántica es la ciencia que estudia el significado, sentido o interpretación de los signos lingüísticos. Existen distintos tipos de semántica como: la semántica lógica y la semántica cognitiva, la semántica lógica estudia la relación entre el signo y su efecto o entre el signo y el objeto. La semántica cognitiva estudia los signos según como una persona lo atribuye.

6.3.1.3 Semiología de la imagen

La semiología es aquella que se encarga de estudiar los símbolos y su interpretación de acuerdo a la perspectiva de la persona que lo ve, es por esto que la semiología de la imagen es aquella que estudia la percepción de las personas ante una imagen, estudiando su significado, lo que es y un significante, lo que representa para cierta persona.

a) Imagen

Según la Real Academia Española, imagen es: “Figura, representación, semejanza y apariencia de algo.”¹⁵

6.3.1.4 Sociología

Según la Real Academia Española, sociología es: “Ciencia que trata de la estructura y funcionamiento de las sociedades humanas”¹⁶

6.3.1.5 Antropología

Según la Real Academia Española, antropología es “Ciencia que trata de los aspectos biológicos y sociales del hombre”.¹⁷

6.3.1.6 Andragogía

La andragogía es “la ciencia y el arte de educar a los adultos”.¹⁸

6.3.1.7 Pedagogía

Según la Real Academia Española, pedagogía es “Ciencia que se ocupa de la educación y la enseñanza”.¹⁹

6.3.1.8 Matemática

Según la Real Academia Española, matemática es “ciencia deductiva que estudia las propiedades de los entes abstractos como números, figuras geométricas o símbolos y sus relaciones”.²⁰

6.3.1.9 Geometría

Según la Real Academia Española, geometría es “estudio de las propiedades y de las medidas de las figuras en el plano o en el espacio”.²¹

6.3.1.10 Psicología

Según la Real Academia Española, psicología es “ciencia que estudia los procesos mentales en las personas y en animales”.²²

a) Psicología del color

La psicología del color busca analizar el efecto que tiene el color en la percepción humana

b) Psicología del consumidor

Este tipo de psicología busca entender por medio de los procesos mentales de las personas el comportamiento que tiene el consumidor.

6.3.2 Artes

6.3.2.1 Artes tipográficas

Este arte busca expresar de manera gráfica el lenguaje, la tipografía son las letras, números y símbolos de un texto impreso.

6.3.2.2 Fotografía

Según la Real Academia Española, fotografía es: “Arte de fijar y reproducir por medio de reacciones químicas, en superficies convenientemente preparadas, las imágenes recogidas en el fondo de una cámara oscura”.²³

6.3.3 Teorías

6.3.3.1 Gestalt

La palabra gestalt proviene del alemán y traducida es forma, figura, configuración, estructura o creación. Esto quiere decir cómo el cerebro relaciona las formas que percibe por los diferentes sentidos y de su organización mental. “Dicho de otro modo, la teoría de la Gestalt sostiene que la psiquis del individuo siempre les otorga algún orden a los objetos que percibe. Por eso, sus impulsores acuñan la famosa frase “el mundo es mas que la suma de sus partes”.²⁴

6.3.3.2 Teoría del color

Esta teoría trata de las reglas básicas en cuanto a la mezcla de colores para lograr conseguir un pigmento. El color lo logramos percibir de los objetos cuando hay luz, ya que los objetos devuelven la luz que no absorbe de su entorno, estos varían según su longitud de onda.

6.3.4 Tendencias

6.3.4.1 Minimalismo

El minimalismo en el diseño se refiere a la reducción de elementos que se necesitan para componer un diseño.

6.3.4.2 Modernismo

El modernismo en el diseño es aquel que busca algo nuevo alejado del pasado, de ahí su nombre, ya que llega a ser joven y moderno.

6.3.4.3 Posmodernismo

Esta tendencia busca rescatar elementos desechados por su antecesor, el modernismo y tiene como fin evolucionar y diferenciarse de éste.

6.3.4.4 A mano alzada

Como bien su nombre lo describe, esta tendencia busca transmitir ideas a partir de dibujos realizados por artistas en sus diferentes técnicas como: el carboncillo, gráfico, la acuarela y el collage.

6.3.4.5 Vintage

Esta tendencia nos remonta a lo antiguo, utilizando formas y estrategias del pasado.

6.3.4.6 Vectorial

Los programas utilizados por el diseño ayudan a la creación de imágenes en vectores, esta tendencia ayuda al diseñador a no perder resolución a la hora de ampliar sus imágenes o ilustraciones, por lo regular los colores utilizados en los vectores son planos.

Capítulo

VII

Proceso de diseño y propuesta preliminar

Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar

7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico

Para la realización del siguiente proyecto se tomaron diferentes teorías, artes y ciencias para respaldar los elementos utilizados en el sitio web de Impresos Marysol.

7.1.1 Comunicación

La comunicación es el proceso mediante el que los seres vivos transmiten ideas, sentimientos o cualquier otro tipo de información por medio del habla, la escritura u otro tipo de señales.

Impresos Marysol cuenta con una cartera de clientes bastante amplia, que es importante desarrollar la información de manera clara y precisa para que el usuario se sienta a gusto con los temas y quede claro su deseo.

7.1.2 Diseño

El diseño de un sitio web ayuda a mantener una armonía en los colores y orden de los elementos, cabe destacar que esto ayuda a que el cliente lleve un orden a la hora de lectura y con destacar los puntos importantes que desea la empresa transmitir.

7.1.3 Semiología

El conocimiento del lenguaje y los símbolos ayudarán a distribuir de manera correcta los elementos dentro del sitio web, para que se vea de manera ordenada.

7.1.4 Psicología del color

Estudia el color y cómo el ser humano reacciona ante estos y las emociones que despiertan al verlos. Esto ayuda al sitio web a mantener una armonía en el color y también a que el usuario reaccione a los diferentes colores utilizados.

7.1.5 Tendencias

Las tendencias ayudarán a definir bajo que concepto se creara el sitio web para crear una página creativa en base a la moda actual para el sitio web de Impresos Marysol.

7.1.6 Sociología

La sociología ayuda a entender la forma de pensar de las personas en sociedad, con esto podremos entender a nuestro grupo objetivo y su manera de pensar, para desarrollar un sitio adecuado.

7.2 Conceptualización

7.2.1 Método

Método a utilizar: Ideart

“Es una técnica de generacion de ideas (dentro del ambito del pensamiento provocativo) que utiliza estímulos visuales, habitualmente pinturas.

¿cómo funciona?

Ante un determinado foco creativo, se escoge de manera intuitiva una lámina que pueda generar analogías y asociaciones. En primer lugar (tanto si la técnica se utiliza de forma individual como en equipo) se trata de describir la lámina y “jugar” con los conceptos que de ella pueden derivarse (construir historias, detectar aspectos ocultos, fabular, hacer comparaciones, etc.). Posteriormente, y como paso fundamental en la técnica, se tratará de “forzar” conexiones entre el foco creativo y la lámina. En ese momento juega un papel muy importante la capacidad analógica de los usuarios de la técnica, quienes deberán utilizar frases y movimientos creativos del tipo:

Esto se parece a nuestro problema en que...

Este aspecto de la lámina o dibujo está relacionado con...

¿y si hicieramos como...?

Nuestro nuevo producto es como... porque...”²⁵



Torre alta, robusta	Los productos ofrecidos son creados para un trabajo continuo.
Colores definidos	Los colores obtenidos en la impresión son de alta calidad
Estilo	Los productos vienen en varios estilos según necesidad
7 Los diferentes edificios conforman un contraluz	La unión de computadora con impresora facilita el trabajo

7.2.2 Definición del Concepto

“Ayudamos a tu negocio a crecer”

La creación de un sitio web con colores impactantes sera vital para el correcto desarrollo y creación del concepto, con éstos se logrará captar la atención adecuada y a los lugares donde se desee para que el usuario pueda conocer los servicios y productos de la

empresa. El sitio deberá mostrar los diferentes productos actualizados que contienen para que el usuario pueda visualizarlos.

7.3 Bocetaje

Elemento Gráfico	Propósito	Técnica	Emoción
Tipografía	Crear un sitio web organizado que se pueda distinguir las jerarquías por las variaciones en la tipografía.	Se utilizó el programa de Adobe Muse para el manejo de textos. Tipografías: Helvetica Helvetica Bold	Orden
Colores	Crear un sitio web con armonía y utilizándolos para dirigir la mirada del usuario a los lugares donde se desea.	Se utilizó Photoshop para la creación de las diferentes texturas que contiene el sitio web y sus diferentes opacidades	Armonia
Imagen	Transmitirán los productos que ofrece la empresa.	Photoshop para determinar las opacidades y el	Interés

7.3.1 Bocetos a base de dibujo natural

Para la etapa del bocetaje se tomaron en cuenta los requerimientos del cliente, y la utilización de este sitio web, es por esto que se determinó que el sitio contendría seis páginas, estas son: Inicio, Quienes somos, Venta/Renta, Mantenimiento y Contacto, con las que el usuario podrá navegar en el sitio sin ningún problema para encontrar la información necesaria, entre esta información estará: la misión, la visión, los servicios, los productos y el contacto de la empresa.

7.3.1.1 Inicio

En esta página se presentará una serie de imágenes para que el cliente pueda sentirse identificado con lo que ofrece la empresa.

7.3.1.2 Quienes Somos

En esta se darán a conocer la misión y la visión de la empresa, para que el cliente pueda conocer más a fondo lo que desea transmitir ésta.

7.3.1.3 Venta/Renta

Los servicios de venta y renta serán detallados de cómo se puede obtener y que es lo necesario para obtener estos productos.

7.3.1.4 Mantenimiento

La empresa también ofrece el mantenimiento del equipo, aquí se plasmarán qué tipo de mantenimiento les pueden dar a las máquinas para que estas funcionen en su totalidad.

7.3.1.5 Productos

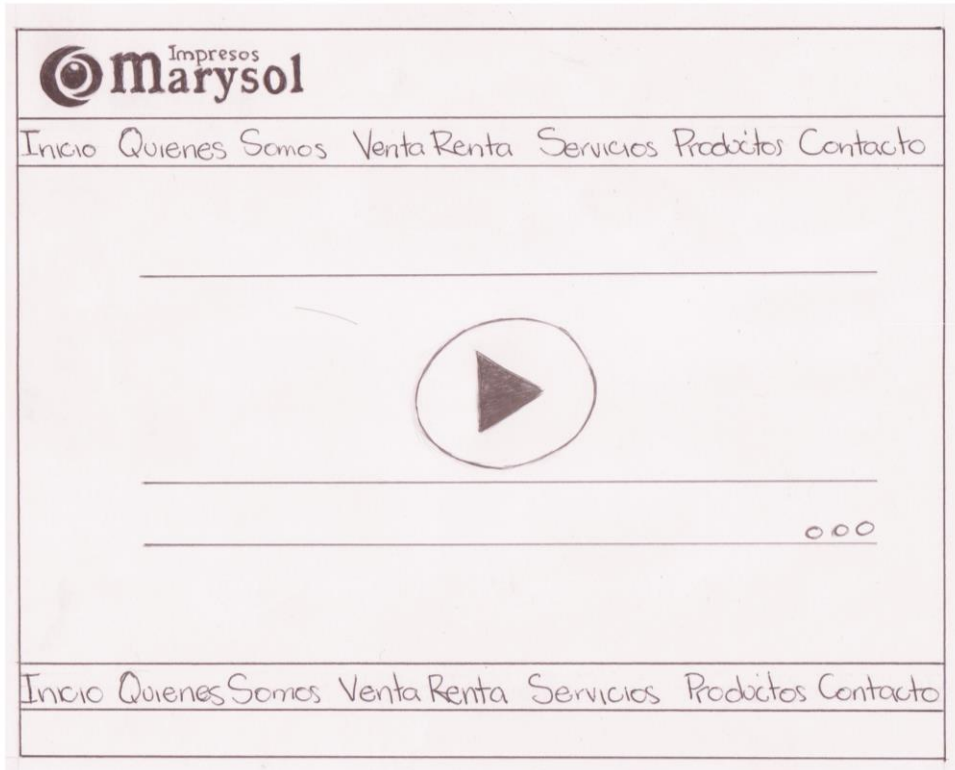
Una galería de fotos mostrará el producto detallado de cómo es y qué especificaciones técnicas poseen.

7.3.1.6 Contacto

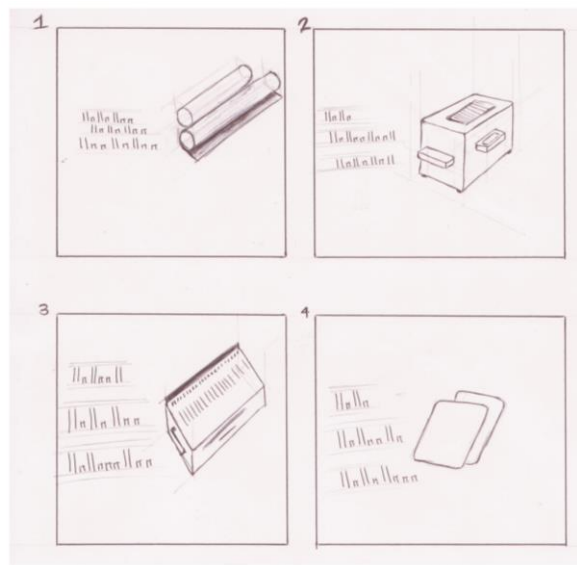
En esta página se plasmarán las direcciones, teléfonos, así como el correo para que el cliente pueda comunicarse de forma directa con la empresa.

7.3.2 Proceso de bocetaje formal en base a la diagramacion de dibujo técnico

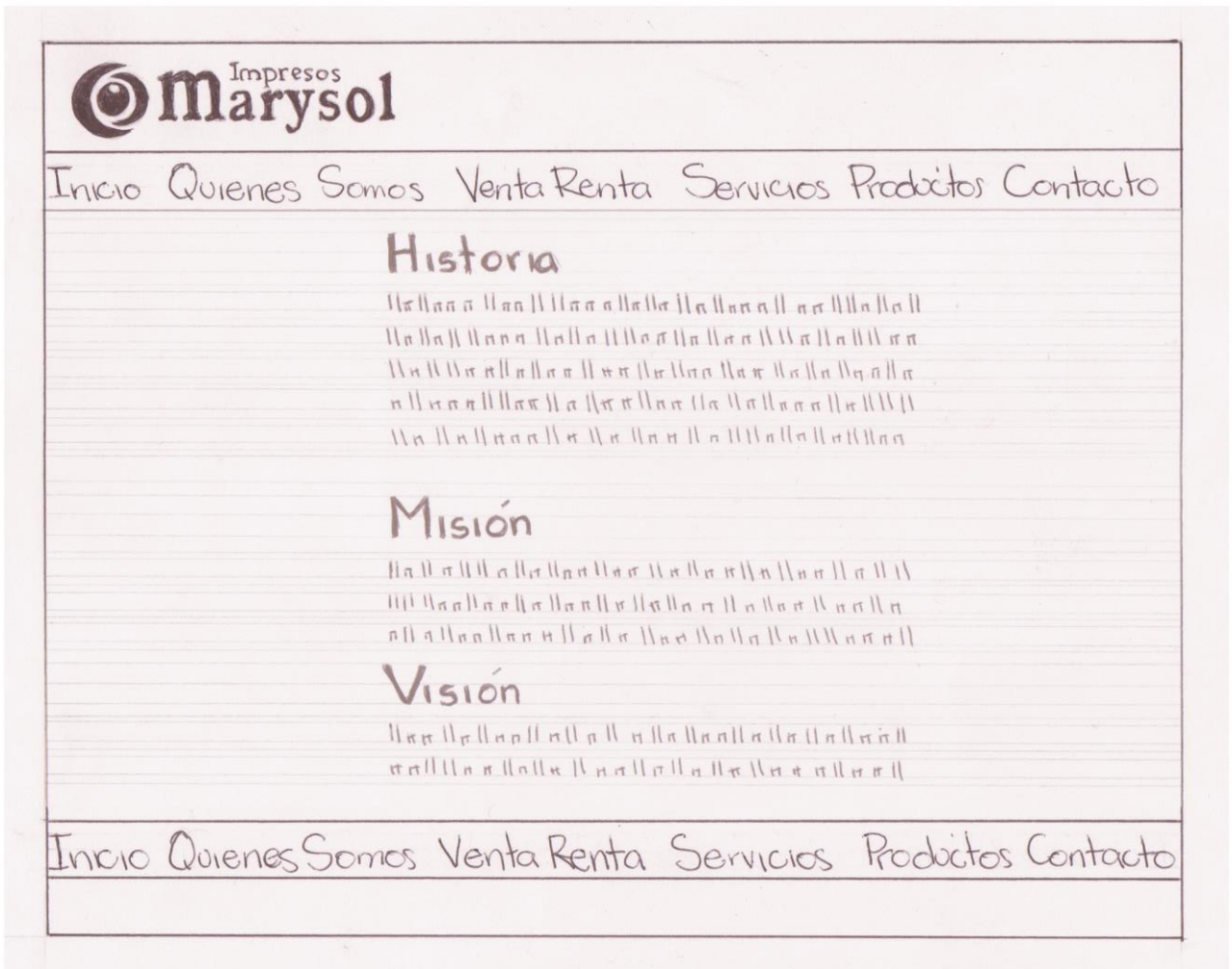
Página de inicio



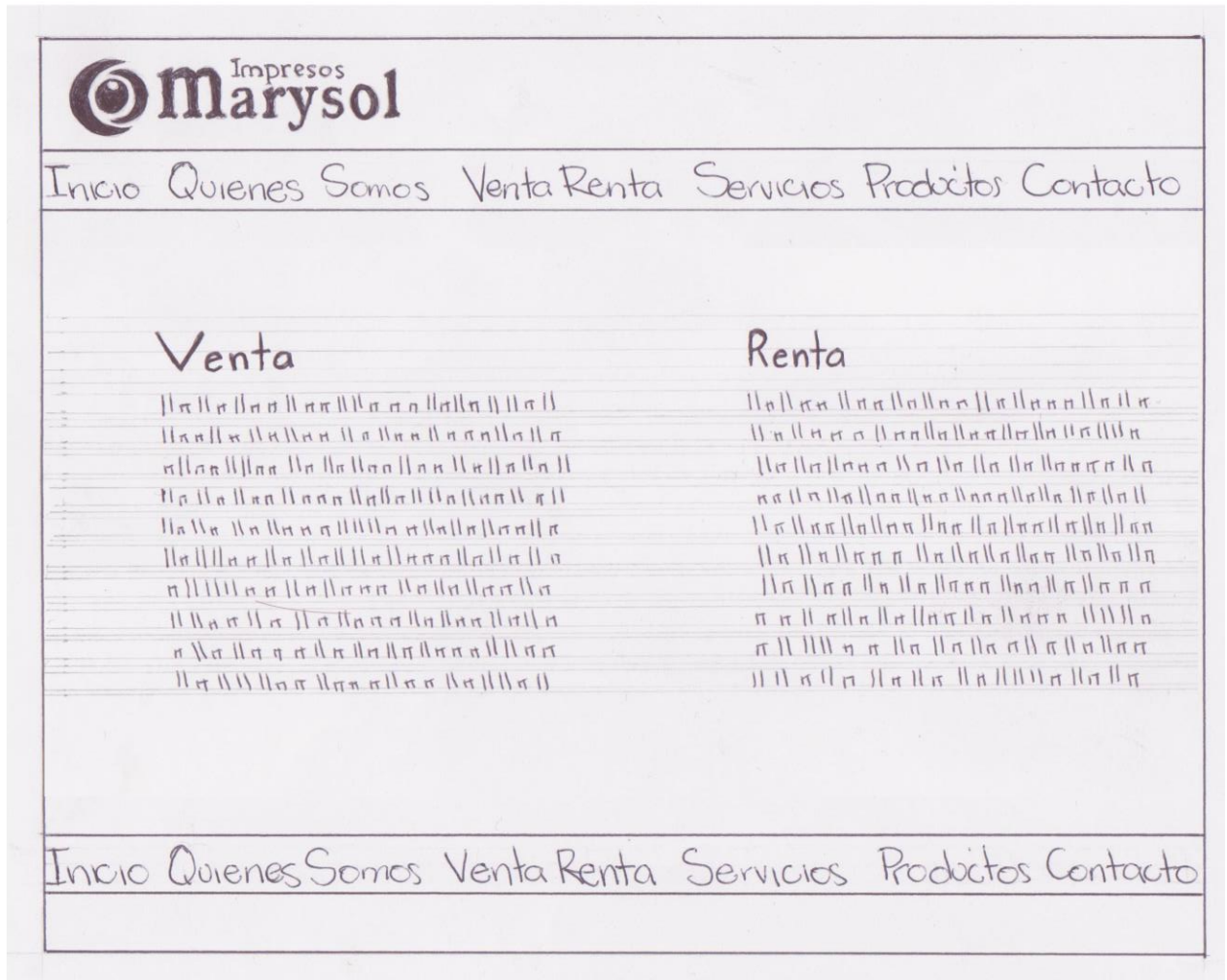
Diapositiva de imágenes mostrando los productos que ofrece la empresa



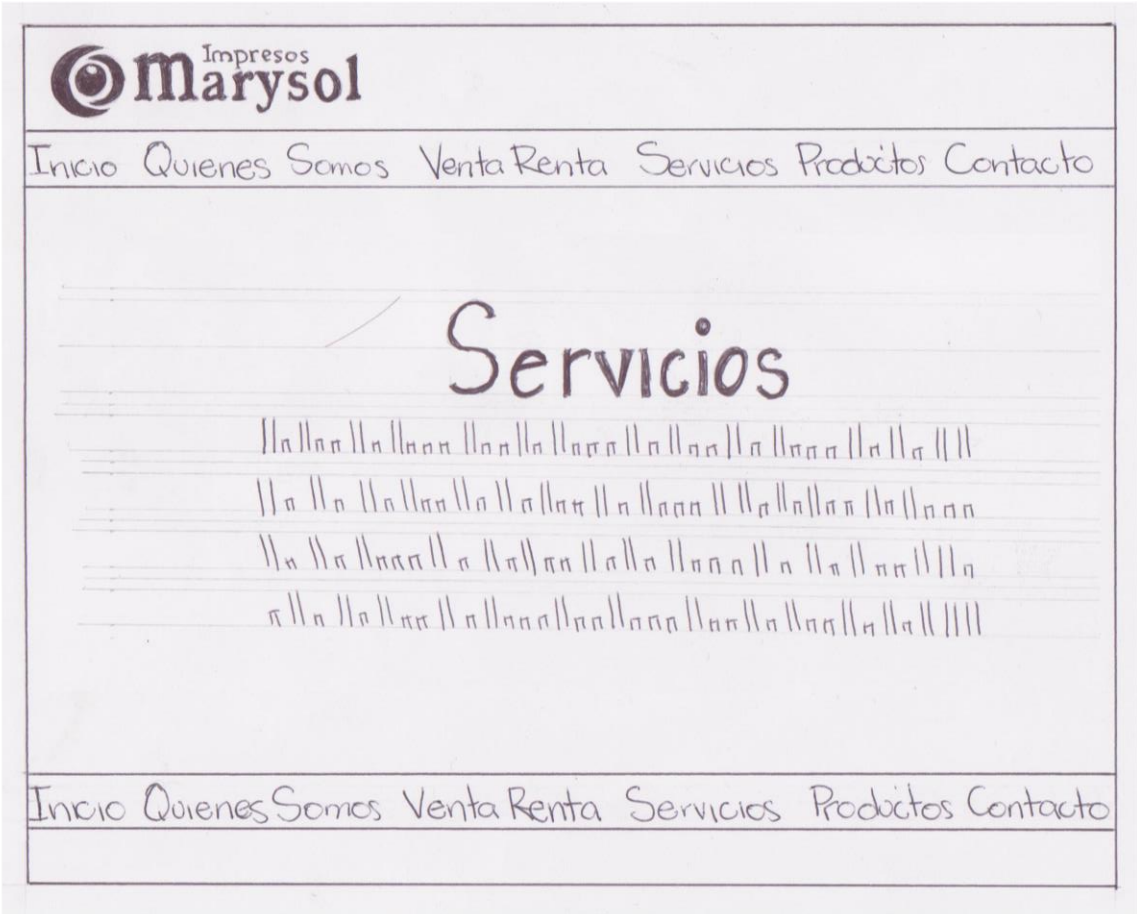
4 imágenes que se utilizarán para mostrar los productos más vendidos por Impresos Marysol



En esta página se localizará la información de la empresa: Historia, Misión y Visión, esto ayudará al lector a conocer más acerca de la empresa y su trayectoria, también llevará un banner del lado izquierdo y una fotografía de producto en la parte posterior en forma de marca de agua.

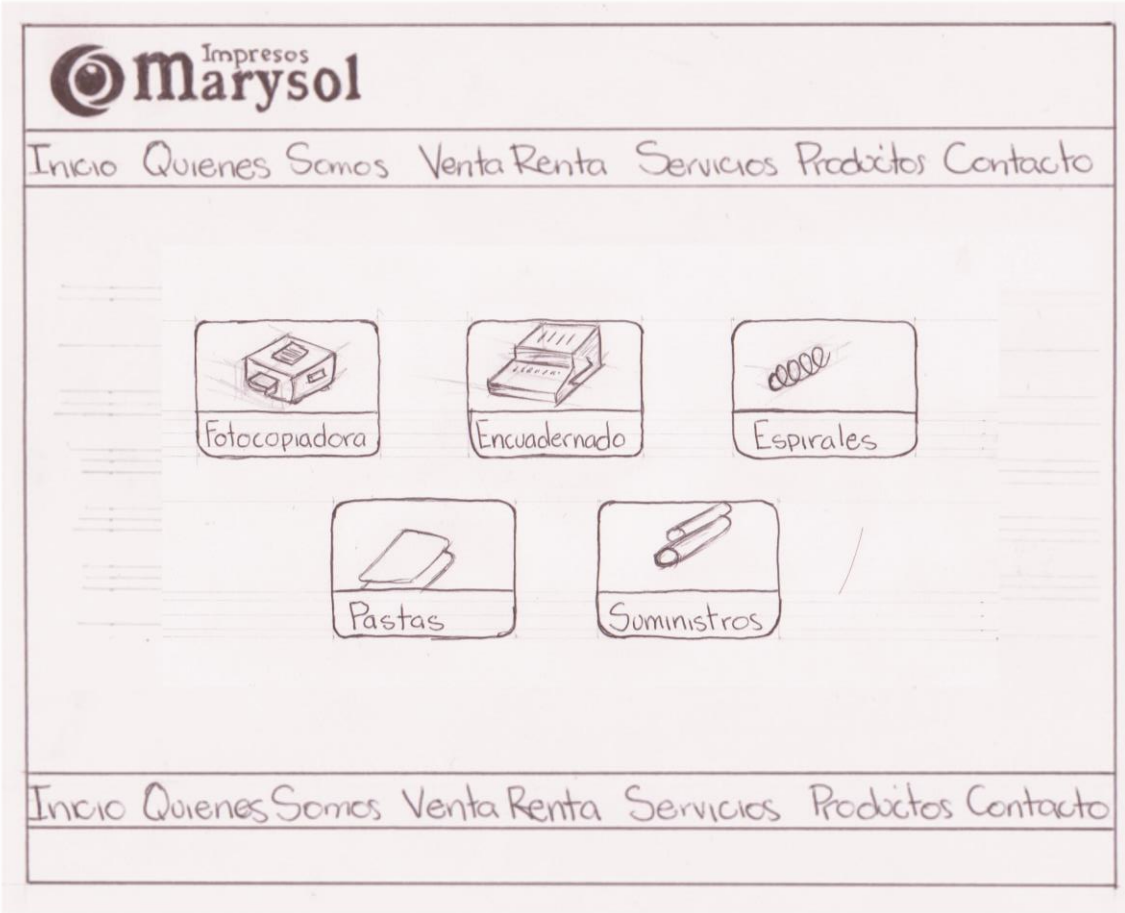


La empresa Impresos Marysol ofrece dos tipos de servicios, estos son: Venta y Renta. En ésta página se mostrarán la descripción de cada uno y los servicios que pueden optar al recurrir a ellos.



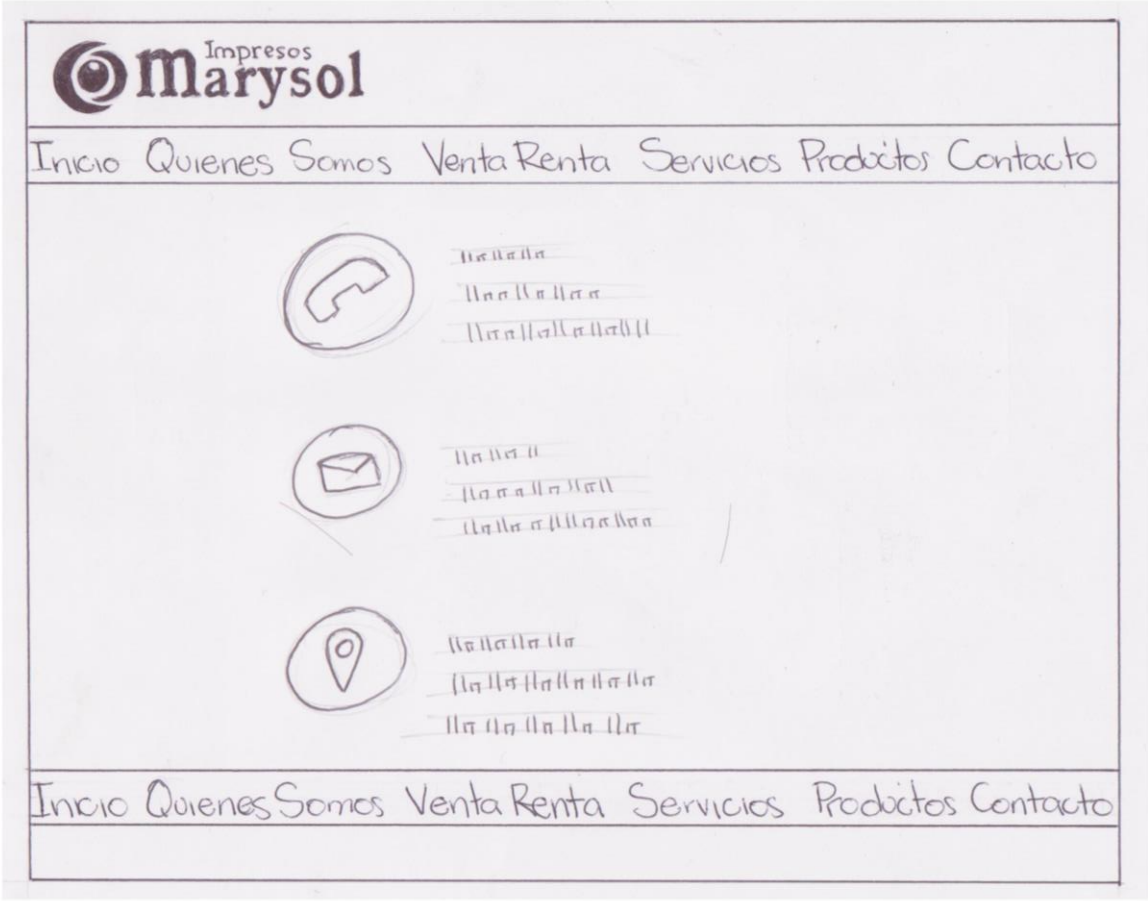
Se desplegará la información de los diferentes servicios que esta empresa ofrece al público en general.

Página de Productos



En la página de productos se desplegarán 5 viñetas indicando los diferentes productos en general que ofrece Impresos Marysol como: Fotocopiadora, encuadernadoras, espirales, pastas y suministros. Los cuales lo direccionarán a los productos que tiene cada categoría.

Página de Contacto

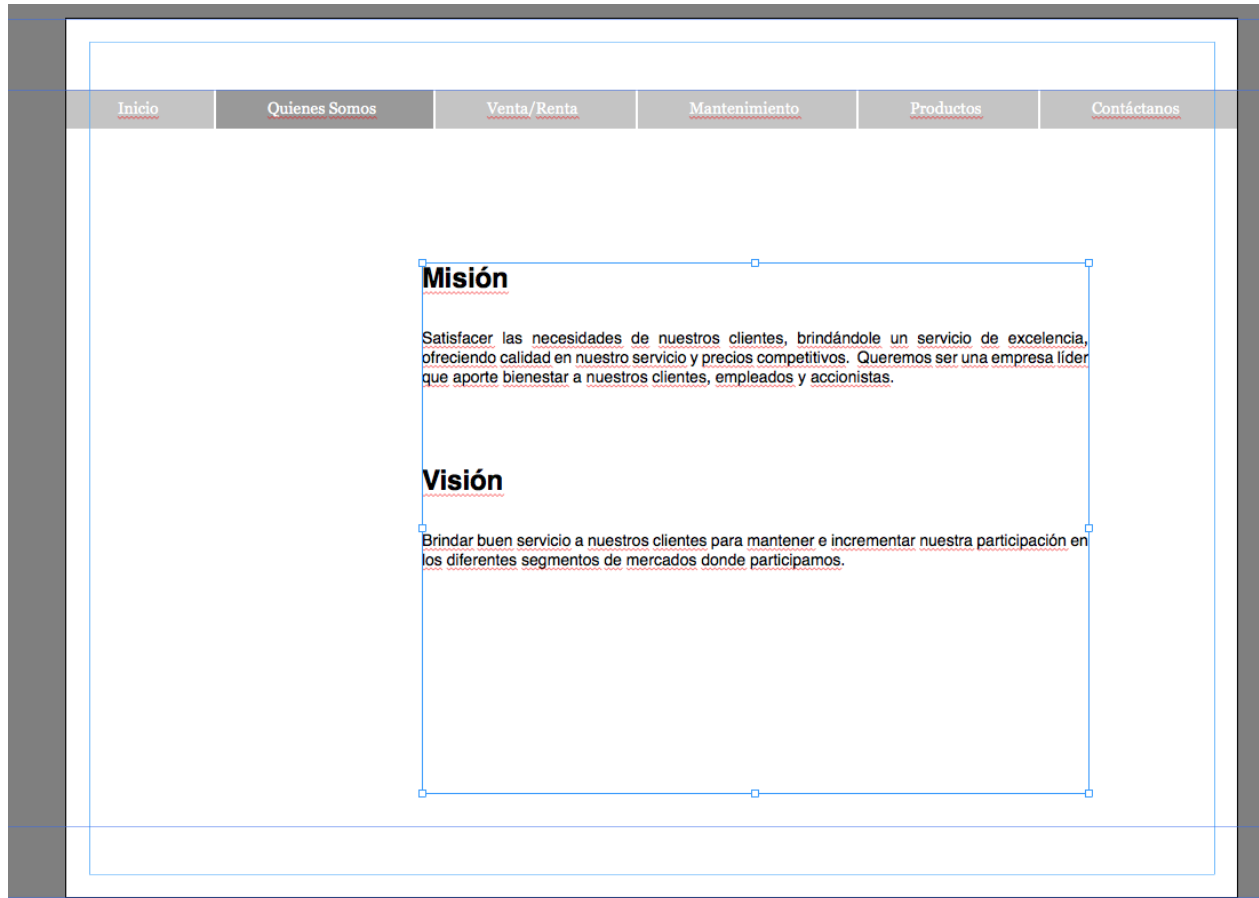


Aquí se podrá encontrar la información de contacto de las empresas, así como su dirección, teléfono y correo respectivo. También encontrará un mapa interactivo de google maps para localizar de manera efectiva las tiendas.

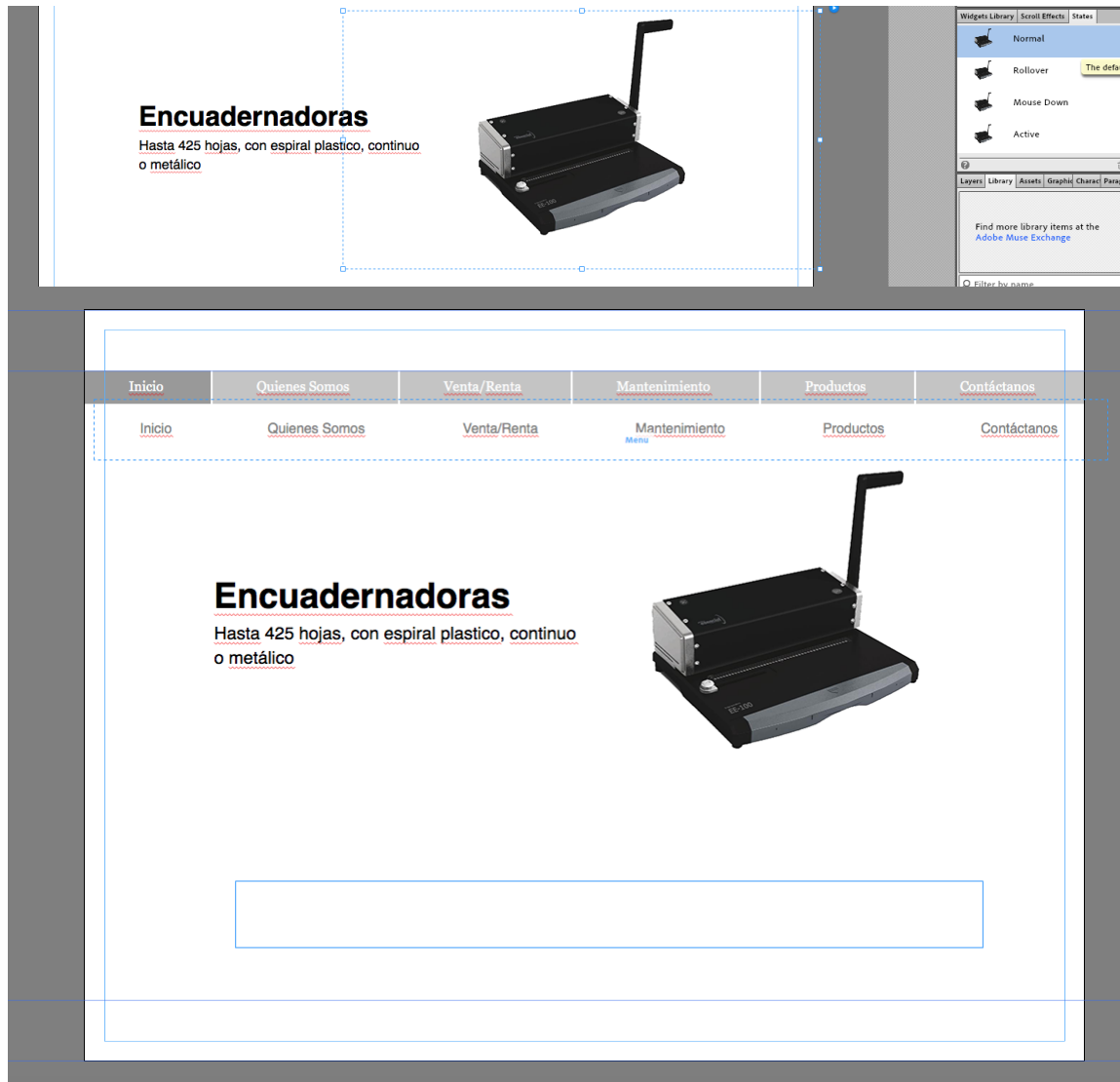
7.3.3 Digitalización del bocetaje

Proceso de digitalización a partir de boceto

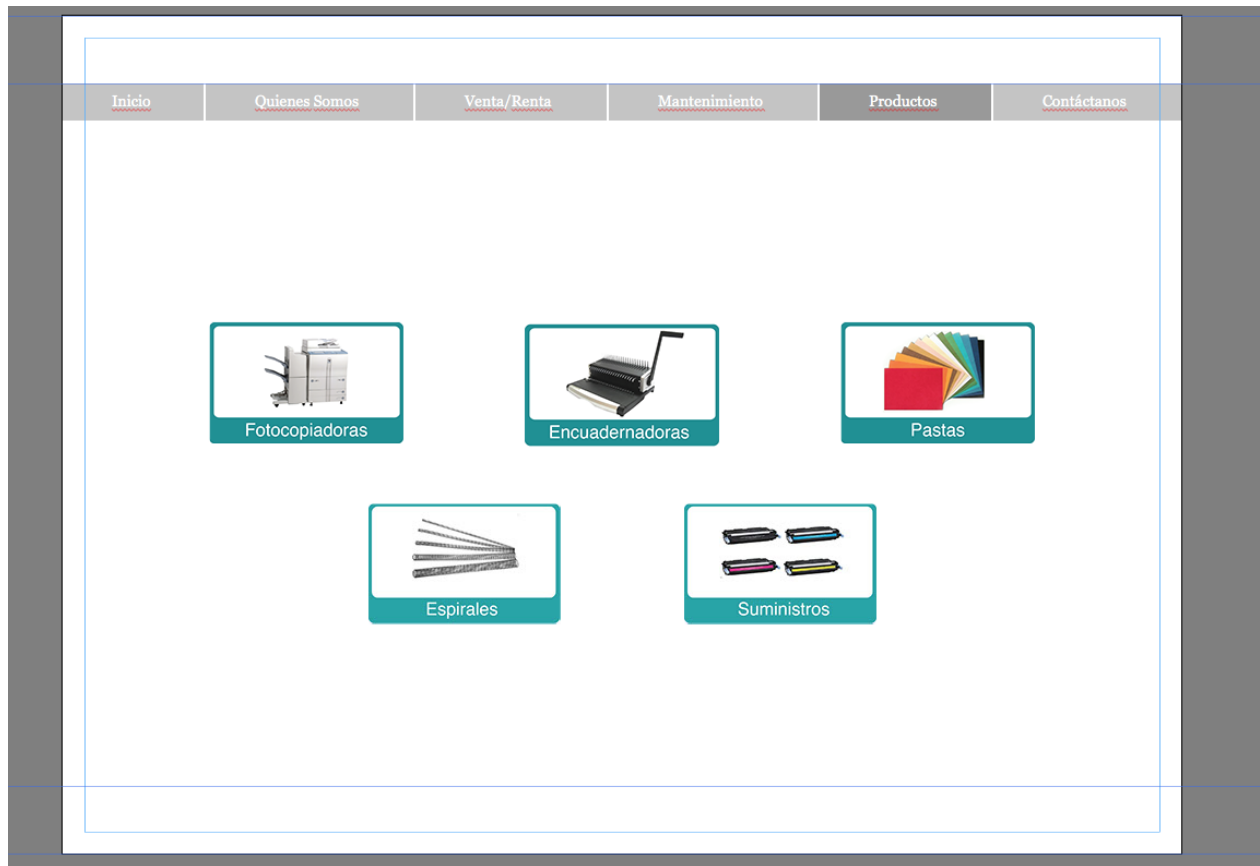
En esta etapa se mostrarán imágenes de cómo se realizó la digitalización a partir del boceto hecho a mano.



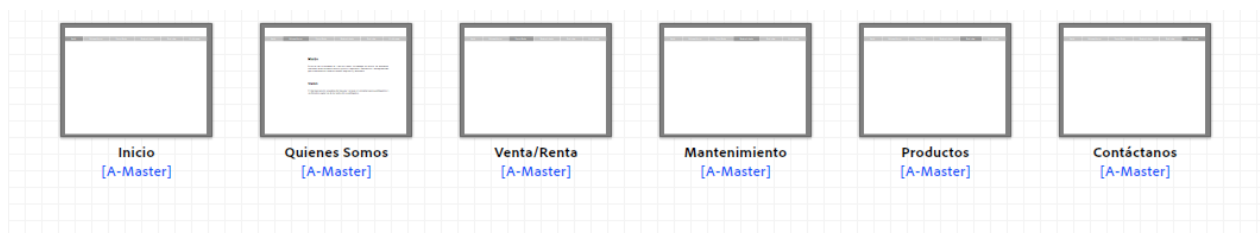
En esta imagen se puede visualizar cómo se fue designando la diagramación de los elementos que existentes.



En estas imágenes podemos visualizar cómo se hizo el proceso de cambio de imágenes y qué pasaría al momento de colocar el puntero por encima de los elementos, ya que realizará una acción al momento de visualizarse.



En esta imagen se muestra cómo se despliegan los elementos que llevarán a los diferentes links de los productos que ofrece Impresos Marysol.



Podemos visualizar de una manera amplia cuáles serán las secciones del sitio web, y cómo se desplegarán en las diferentes páginas

7.3.4 Propuesta preliminar

7.3.4.1 Justificación de la propuesta preliminar

A continuación se presenta la propuesta preliminar, pues aún no se ha validado. Las medidas que posee la página son de 1024 x 768 pixeles, y el sitio web está dividido en 6 páginas. En todas las páginas fueron utilizados los colores verde y anaranjado para crear armonía entre éstas. Los títulos fueron puestos en letra mas gruesa y de color verde para diferenciar estos del resto de la información.

Inicio:

En la primera página se muestra una serie de imágenes de los productos que ofrece Impresos Marysol, con un fondo atractivo de color verde y anaranjado, esto ayuda al consumidor a visualizar a primera vista los productos que contiene la página.

Quiénes somos:

Aquí podrá encontrar información acerca de la empresa como su historia, misión y visión, para que el cliente pueda conocer la trayectoria y con esto sentirse a gusto. Para darle armonía y continuidad al sitio web se siguieron utilizando los colores anaranjado y verde.

Venta/Renta:

Se muestran los diferentes servicios que puede optar el cliente, ya que la empresa se dedica a la venta y al alquiler de dichos aparatos dependiendo de la necesidad del cliente.

Servicios:

Aquí se detallan los servicios extras que posee Impresos Marysol, como su centro de copiado y servicios diversos que puede obtener el cliente.

Productos:

El cliente podrá encontrar de manera fácil los productos de mayor venta que posee Impresos Marysol, en esta página estarán desde un inicio links para llevar al cliente al producto que le interese donde se mostrarán imágenes de éstos y su título con un fondo anaranjado.

Contacto:

Se mostrará la información de contacto de la empresa como sus números, dirección y correo electrónico, irán resaltados de color verde como títulos para que sea mas facil la lectura de éste, así como también contendrá links a google maps, para que pueda observar qué camino utilizar para llegar a las diferentes tiendas.

Inicio

785 px

Impresos Marysol

Inicio Quienes Somos Venta/Renta Servicios Productos Contacto

Contamos con **Suministros** para máquinas fotocopiadoras

Ayudamos a tu negocio a crecer
Compra o renta tu fotocopiadora

Inicio Quienes Somos Historia Misión Visión Venta/Renta Servicios Productos Fotocopiadoras Encuadernadoras Pastas Espirales Suministros Contacto Teléfono Correo Dirección

1024 px

Quiénes somos

768 px

Impresos Marysol

Inicio Quienes Somos Venta/Renta Servicios Productos Contacto

Historia
Impresos Marysol es una compañía con una visión de servicio al cliente. Nuestros esfuerzos y recursos están encaminados para satisfacer todas las necesidades de la gestión de documentos (copiado, impresión y encuadernado). Nuestro proyecto de negocios contempla el servicio de copiado, venta y renta de copiadoras analógicas y digitales, y todos los demás que una operación administrativa necesite.

Misión
Satisfacer las necesidades de nuestros clientes, brindándole un servicio de excelencia, ofreciendo calidad en nuestro servicio y precios competitivos. Queremos ser una empresa líder que aporte bienestar a nuestros clientes, empleados y accionistas.

Visión
Brindar buen servicio a nuestros clientes para mantener e incrementar nuestra participación en los diferentes segmentos de mercados donde participamos.

Optimiza tú **Negocio** con **Equipo** de Vanguardia

Inicio Quienes Somos Historia Misión Visión Venta/Renta Servicios Productos Fotocopiadoras Encuadernadoras Pastas Espirales Suministros Contacto Teléfono Correo Dirección

1024 px



Inicio

Quienes Somos

Venta/Renta

Servicios

Productos

Contacto



VENTA

Contamos con equipo a la venta, para satisfacer las necesidades del cliente tenemos a la disposición:

- Fotocopiadoras nuevas y reacondicionadas
- Repuestos
- Toner
- Encuadernadoras Manuales y Eléctricas
- Pastas plásticas y duras
- Espirales plásticas y de metal
- Facilidades de pago para la compra de fotocopiadoras.

* Modelos con requerimientos especiales los traemos contra pedido

Renta

Para su comodidad contamos con renta de equipo, este servicio incluye.

- Fotocopiadoras para oficinas y centros de copiado.
- Cobramos por copia elaborada
- Incluye suministros y mantenimiento mensual

Inicio

Quienes Somos

Historia
Misión
Visión

Venta/Renta

Servicios

Productos
Fotocopiadoras
Encuadernadoras
Pastas
Espirales
Suministros

Contacto

Teléfono
Correo
Dirección

768 px

1024 px

Servicios



Inicio

Quienes Somos

Venta/Renta

Servicios

Productos

Contacto

Servicios

- Contamos con un centro de copiado en oficinas centrales de zona 1
- Encuadernamos sus documentos
- Atención de copiado en eventos especiales, seminarios, congresos, etc. Llevamos la fotocopidora, opcionalmente puede conectarla en red y contratar un operador
- Ofrecemos diagnóstico, mantenimiento y soporte técnico en todo el país. Fuera de la ciudad de Guatemala cobramos por el tiempo de mantenimiento y viáticos. Instalación de repuestos. Los repuestos se cotizan por separado.

Inicio

Quienes Somos

Venta/Renta

Servicios

Productos

Contacto

Historia
Misión
Visión

Fotocopiadoras
Encuadernadoras
Pastas
Espirales
Suministros

Teléfono
Correo
Dirección

768 px

1024 px

Productos



Inicio

Quienes Somos

Venta/Renta

Servicios

Productos

Contacto



Fotocopiadoras



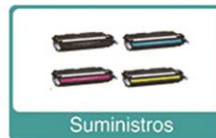
Encuadradoras



Pastas



Espirales



Suministros

3632 px

1024 px

Contacto



- Inicio
- Quienes Somos
- Venta/Renta
- Servicios
- Productos
- Contacto



Teléfono
Oficinas centrales zona 1
2253 - 5034 y 2253 - 5035

Centro de servicio técnico
2439 - 7119 y 2439 - 6051



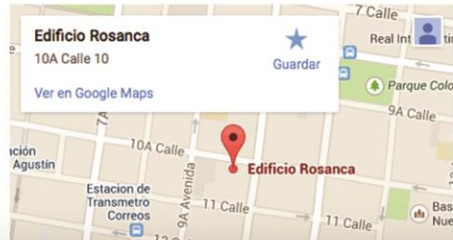
Correo
impmary@c.net.gt



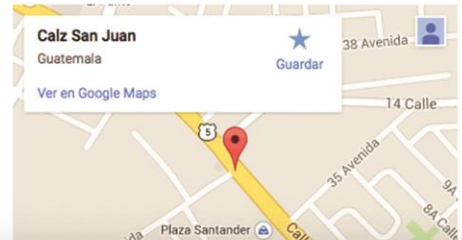
Dirección
Oficinas centrales
10 calle 9-68, zona 1 edificio Rosanca

Servicio Técnico
Calzada San Juan 33-48, zona 7

Oficinas Centrales



Servicio Técnico



768 px

1024 px

Capítulo

VIII

Validación técnica

Capítulo: VIII: Validación técnica

8.1 Población y muestreo

Para la validación del presente proyecto se determinó que es necesario la validación de tres grupos, a los cuales se les realizará una encuesta para determinar si éste cumple los objetivos.

El primer grupo será dirigido al cliente Impresos Marysol, a su representante Marysol Gonzales.

El siguiente grupo de validación estará conformado por 5 expertos en la rama de diseño gráfico web, catedráticos de la Universidad Galileo. Este grupo lo conforman:

No.	Catedrático
1	Licda. Wendy Franco
2	Licda. Lourdes Donis
3	Lic. Alejandro Moreno
4	Lic. Marlon Borrayo
5	Lic. Manuel Monrroy

El último grupo para la validación estará conformado por personas que comprendan las edades de 20 a 50 años de edad, que residan en la ciudad de Guatemala.

8.2 Método e instrumentos

Para la realización de este estudio se utilizará la encuesta. Según la Real Academia Española, encuesta es: “El conjunto de preguntas tipificadas dirigidas a una muestra representativa, para averiguar estados de opinión o diversas cuestiones de hecho”. Existen tres tipos de encuestas, estas son: según sus objetivos, según las preguntas y según el

medio de captura. En este caso en particular se utilizará según el medio de captura que serán encuestas personales, es decir que se realizará una encuesta y ésta será contestada de persona a persona, ya sea en el trabajo u hogar del entrevistado.

Herramienta de validación, hoja No. 1



Universidad Galileo
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Licenciatura en Diseño Gráfico y Comunicación

Nombre: _____ Experto:
Profesión: _____ Cliente:
Empresa: _____ G.O.: Edad: _____

Encuesta de Validación

Impresos Marysol es una empresa que se dedica a la venta y alquiler de equipo de fotocopiado, asimismo distribuye suministros para éstos y equipo para encuadernado. Su principal objetivo es la atención al cliente, es por ello ofrece servicios acomodados al presupuesto de cada individuo o empresa. Impresos Marysol actualmente carece de un sitio web en donde muestre sus productos actualizados. Para lograr determinar la validez del siguiente trabajo se le solicita al entrevistado la colaboración contestando las siguientes preguntas de manera sincera.

Instrucciones:

A continuación se presentan una serie de preguntas, lea detenidamente y evalúe el material gráfico proporcionado para después CIRCULAR la respuesta utilizando su criterio. De antemano se le agradece su colaboración.

Parte Objetivos

1. ¿Considera necesario que Impresos Marysol posea un sitio web actualizado para dar a conocer y promover los productos que ofrecen?

Si No

2. ¿Cree usted que fué necesario recopilar información en relación a los servicios y productos de la empresa para incluirlos en el sitio web?

Si No

3. ¿El orden en que aparece la información del sitio web, facilita al usuario a conocer de manera efectiva acerca de la empresa Impresos Marysol?

Si No

Herramienta de validación, hoja No.2

Parte Semiológica

1. ¿Según su opinión los colores utilizados son los adecuados al grupo objetivo?

Mucho Poco Nada

2. ¿Considera funcional el diseño del sitio web?

Mucho Poco Nada

3. ¿Cree que la tipografía utilizada es legible y fácil de entender?

Mucho Poco Nada

4. ¿Las imágenes utilizadas describen de manera eficiente el producto?

Mucho Poco Nada

5. La información desplegada en el sitio web, da a conocer de manera efectiva y promueve los productos que ofrece Impresos Marysol?

Mucho Poco Nada

Parte Operacional

1. ¿Los elementos desplegados en el sitio web, son de un tamaño adecuado?

Si No

2. ¿Considera que la navegación a través del sitio web es?

Facil Intermedio Difícil

3. ¿Los links a las diferentes páginas dentro del sitio web funcionan con?

Ningun error Pocos errores Muchos errores

4. ¿Los colores utilizados cumplen la función de?

Armonia Poca armonia Disonante

Observaciones: _____

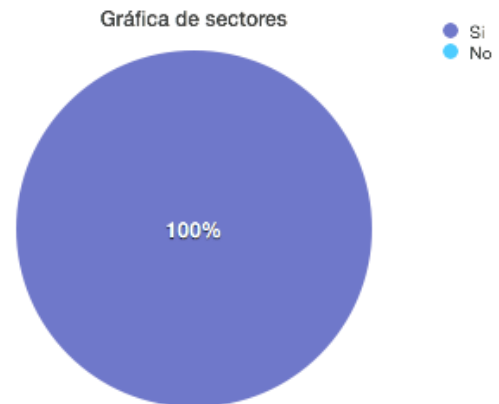
8.3 Interpretación de resultados

8.3.1 Resultado de expertos

Pregunta # 1: Objetivos

¿Considera necesario que impresos Marysol posea un sitio web actualizado para dar a conocer y promover los productos que ofrece?

El 100% considera necesario que contenga una web actualizada, es por esto que se actualizará el sitio web de Impresos Marisol para que los usuarios puedan conocer los diferentes productos.



Pregunta # 2: Objetivos

¿Cree usted que fue necesario recopilar información en relación a los servicios y productos de la empresa para incluirlos en el sitio web?

El 100% opina que es necesario que la información de los productos sea adecuada para una buena comunicación con el cliente es por esto que se recopilaron los datos importantes acerca de los productos y servicios ofrecidos por Impresos Marysol.

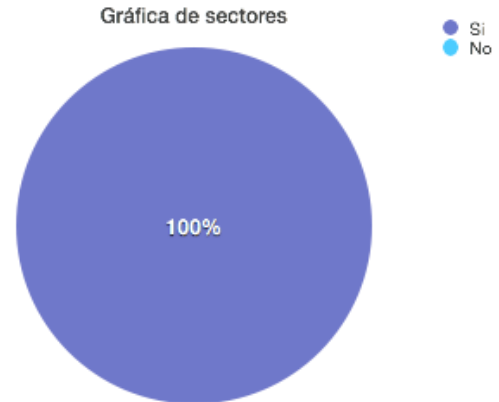


Interpretación de resultados

Pregunta # 3: Objetivos

¿Considera que la distribución de la información facilita al usuario a conocer de manera mas efectiva la empresa Impresos Marysol?

Según los encuestados el 100% opina que la correcta distribución de la información facilita al usuario a la navegación es por esto que se agregarán elementos visuales para facilitar la navegación.



Pregunta # 1: Semiología

¿Según su opinion los colores utilizados son atractivos para el usuario?

Los colores utilizados en el sitio web son adecuados, ya que llaman la atención del usuario y facilitan la navegación.

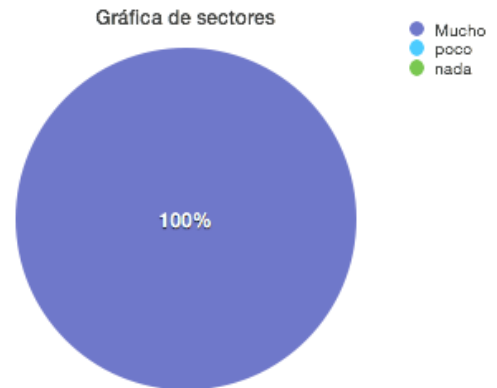


Interpretación de resultados

Pregunta # 2: Semiología

¿Considera funcional el diseño del sitio web?

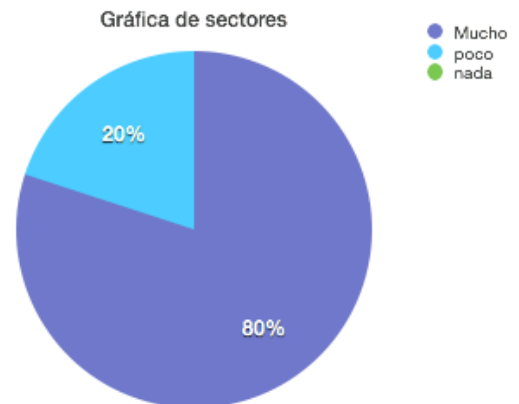
Se considera que los elementos se encuentran correctamente distribuidos, ya que el 100% de los usuarios experimentaron una experiencia agradable al navegar a través del sitio web



Pregunta # 3: Semiología

¿Cree que la tipografía utilizada es legible y fácil de entender?

se consideró que la tipografía utilizada es entendible para el usuario , ya que tan solo el 20% de los encuestados opinó lo contrario, es por esto que no se modificará

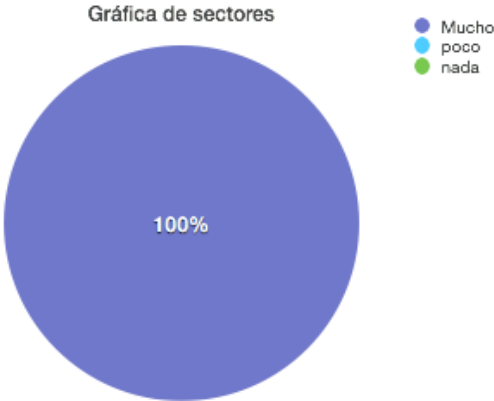


Interpretación de resultados

Pregunta # 4: Semiología

¿Las imágenes utilizadas describen de manera eficiente el producto?

Las imágenes utilizadas describen de manera correcta el producto, ya que muestran cómo es el producto



Pregunta # 5: Semiología

¿La información desplegada en el sitio web da a conocer de manera efectiva y promueve los productos que ofrece Impresos Marysol?

La información utilizada promueve de manera corta y efectiva los productos de Impresos Marysol.

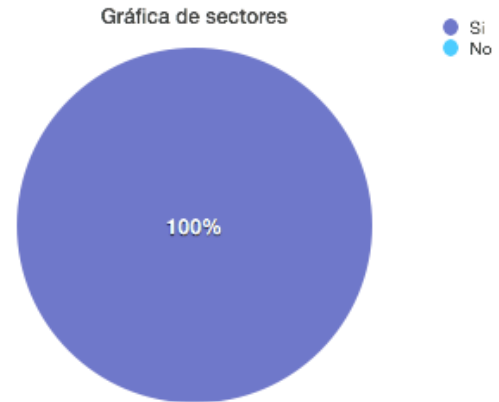


Interpretación de resultados

Pregunta # 1: Operacional

¿Los elementos desplegados en el sitio web, son de un tamaño adecuado?

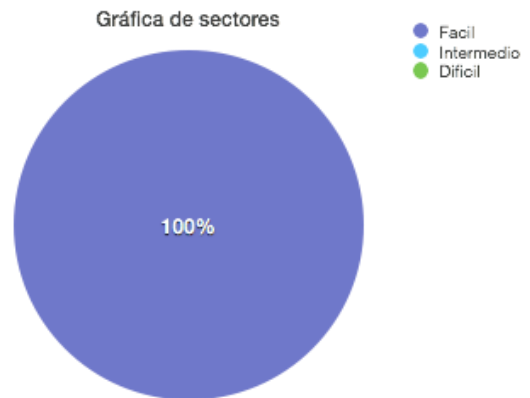
Si se promueve de manera efectiva los productos, ya que cuentan con un tamaño adecuado de acuerdo al espacio que existe en el sitio web.



Pregunta # 2: Operacional

¿Considera que la navegación a través del sitio web es?

El 100% de las encuestas realizadas determinaron que el sitio web posee una navegación fácil para el usuario.

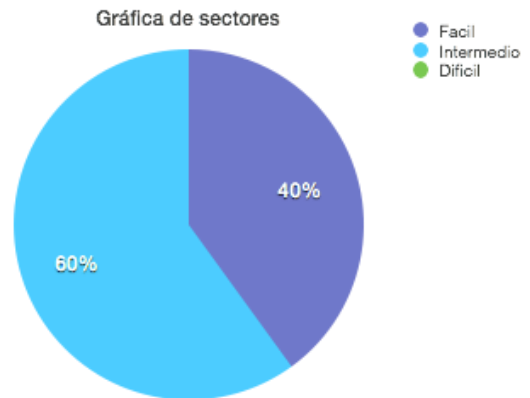


Interpretación de resultados

Pregunta # 3: Operacional

¿Considera que la navegación a través del sitio web es?

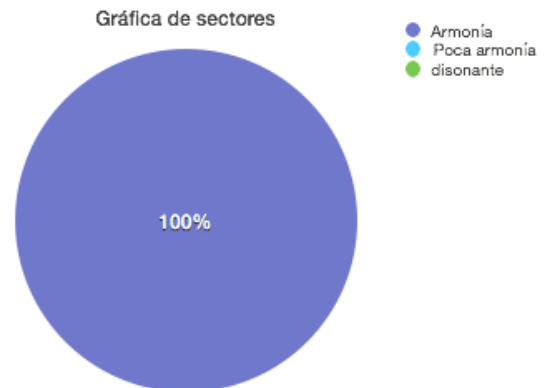
Los links utilizados presentan ciertas complicaciones al momento de dirigir al usuario al lugar que corresponde según el 60% de los encuestados, es por esto que se verificaron los links para componerlos y que no tengan ningún error.



Pregunta # 4: Operacional

¿Los colores utilizados dentro del sitio web cumplen con la función de?

Los colores utilizados poseen armonía entre ellos, ya que son complementarios, es por esto que se agregará una mayor cantidad de elementos con estos colores en ciertas páginas siguiendo con la paleta de colores, según el 100% de los encuestados.



8.3.2 Resultado de Clientes

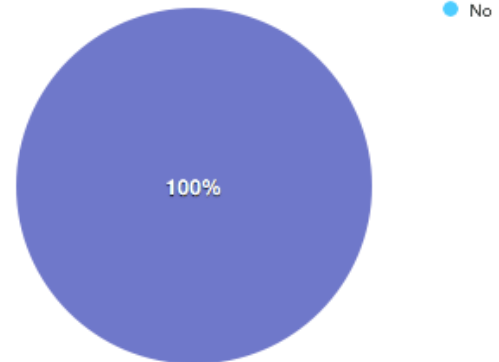
Interpretacion de resultados

Pregunta #1: Objetivos

¿Considera necesario que impresos Marysol posea un sitio web actualizado para dar a conocer y promover los productos que ofrece?

El 100% considera necesario que contenga una web actualizada, es por esto que se actualizará el sitio web de Impresos Marisol para que los usuarios puedan conocer los diferentes productos.

Gráfica de sectores



Pregunta #2: Objetivos

¿Cree usted que fue necesario recopilar información en relación a los servicios y productos de la empresa para incluirlos en el sitio web?

El 100% de los encuestados opina que es necesario que la información de los productos sea adecuada para una buena comunicación con el cliente, es por esto que se recopilaron los datos importantes acerca de los productos y servicios ofrecidos por Impresos Marysol.

Gráfica de sectores



Interpretación de resultados

Pregunta #3:objetivos

¿Considera que la distribución de la información facilita al usuario a conocer de manera mas efectiva la empresa Impresos Marysol?

Según los encuestados, el 100% opina que la correcta distribución de la información facilita al usuario a la navegación, es por esto que se agregarán elementos visuales para facilitar la navegación.



Pregunta #1: Semiología

¿Según su opinion los colores utilizados son atractivos para el usuario?

Los colores utilizados en el sitio web son adecuados, ya que llaman la atención del usuario y facilitan la navegación.

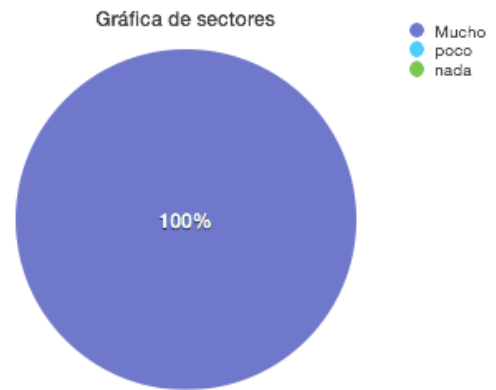


Interpretación de resultados

Pregunta #2: Semiología

¿Considera funcional el diseño del sitio web?

Se considera que los elementos se encuentran correctamente distribuidos, ya que el usuario experimentó una experiencia agradable al navegar a través del sitio web.



Pregunta #3: Semiología

¿Cree que la tipografía utilizada es legible y fácil de entender?

Se consideró que la tipografía utilizada es entendible para el usuario, ya que el 100% de los encuestados opinó que es legible y entendible, es por esto que no se modificará

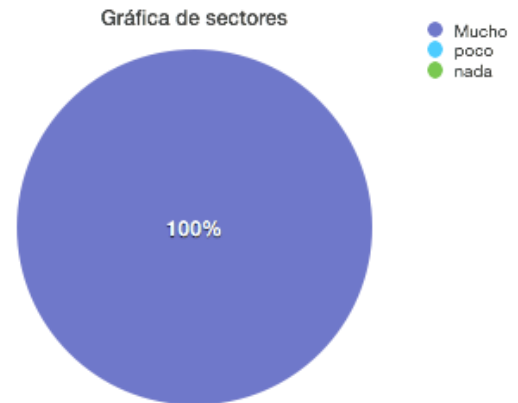


Interpretación de resultados

Pregunta #4: Semiología

¿Las imágenes utilizadas describen de manera eficiente el producto?

Las imágenes utilizadas describen de manera correcta el producto, ya que muestran como es el producto.



Pregunta #5: Semiologia

¿La información desplegada en el sitio web da a conocer de manera efectiva y promueve los productos que ofrece Impresos Marysol?

Las imágenes utilizadas describen de manera correcta el producto, ya que muestran cómo es el producto.

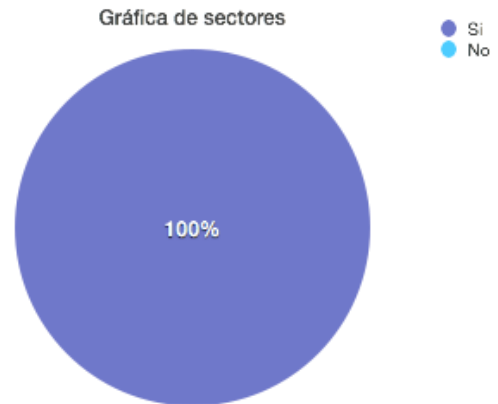


Interpretación de resultados

Pregunta #1: Operacional

¿Los elementos desplegados en el sitio web, son de un tamaño adecuado?

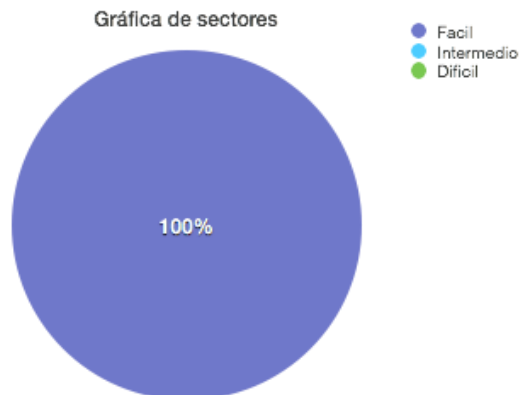
Si se promueve de manera efectiva los productos, ya que cuentan con un tamaño adecuado de acuerdo al espacio que existe en el sitio web.



Pregunta #2: Operacional

¿Considera que la navegación a través del sitio web es?

El 100% de las encuestas realizadas determinaron que el sitio web posee una navegación fácil para el usuario.



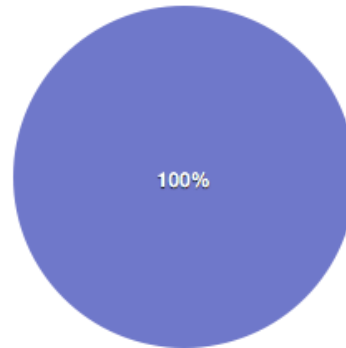
Interpretación de resultados

Pregunta #3: Operacional

¿Considera que la distribución de la información facilita al usuario a conocer de manera más efectiva la empresa Impresos Marysol?

El 100% de los encuestados opina que no encontraron ningún error en la navegación del sitio web y que cada uno cumple con su función.

Gráfica de sectores



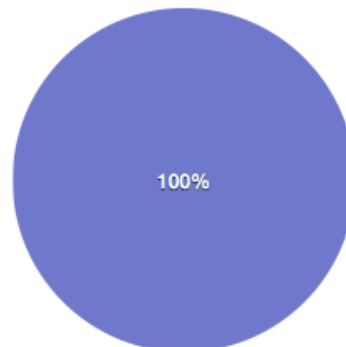
● Armonía
● Poca armonía
● disonante

Pregunta #4: Operacional

¿Los colores utilizados dentro del sitio web cumplen con la función de?

Los colores utilizados poseen armonía entre ellos, ya que son complementarios, es por esto que se agregará una mayor cantidad de elementos con estos colores en ciertas páginas siguiendo con la paleta de colores, según el 100% de los encuestados.

Gráfica de sectores



● Armonía
● Poca armonía
● disonante

8.2.3 Resultado de grupo objetivo

Interpretacion de resultados

Pregunta #1: Objetivos

¿Considera necesario que impresos Marysol posea un sitio web actualizado para dar a conocer y promover los productos que ofrece?

El 100% considera necesario que contenga una web actualizada, es por esto que se actualizará el sitio web de Impresos Marisol para que los usuarios puedan conocer los diferentes productos.



Pregunta #2: Objetivos

¿Cree usted que fue necesario recopilar información en relación a los servicios y productos de la empresa para incluirlos en el sitio web?

El 100% de los encuestados opina que es necesario que la información de los productos sea adecuada para una buena comunicación con el cliente, es por esto que se recopilaron los datos importantes acerca de los productos y servicios ofrecidos por Impresos Marysol.



Interpretación de resultados

Pregunta #3: Objetivos

¿Considera que la distribución de la información facilita al usuario a conocer de manera mas efectiva la empresa Impresos Marysol?

El 100% considera que la correcta distribución de la información facilita al usuario a la navegación, es por esto que se agregarán elementos visuales para facilitar la navegación.



Pregunta #1: Semiología

¿Según su opinion los colores utilizados son atractivos para el usuario?

El 100% opina que los colores utilizados en el sitio web son adecuados, ya que llaman la atención del usuario y facilitan la navegación.

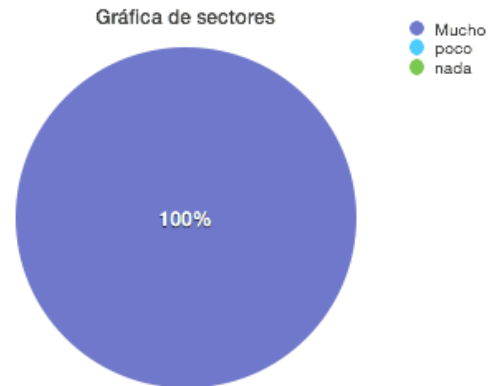


Interpretación de resultados

Pregunta #2 Semiología

¿Considera funcional el diseño del sitio web?

Se considera que los elementos se encuentran correctamente distribuidos, ya que el usuario experimentó una experiencia agradable al navegar a través del sitio web, ya que el 100% de los encuestados respondió que era funcional



Pregunta #3: Semiología

¿Cree que la tipografía utilizada es legible y fácil de entender?

Se consideró que la tipografía utilizada es entendible para el usuario, es por esto que sólo se modificará el tamaño de la tipografía en los títulos para que tenga mayor legibilidad

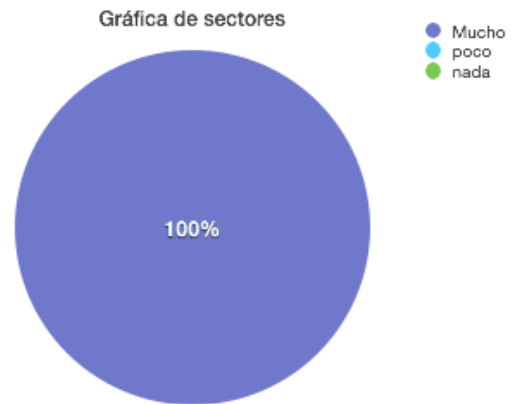


Interpretación de resultados

Pregunta #4: Semiología

¿Las imágenes utilizadas describen de manera eficiente el producto?

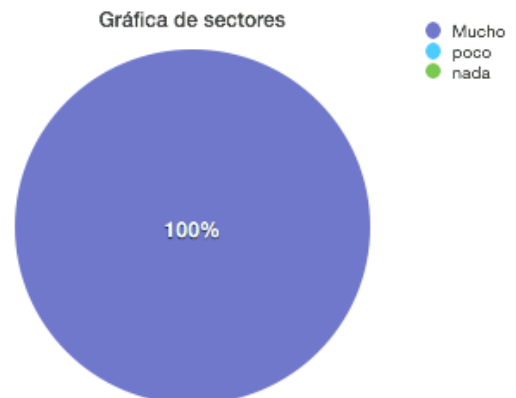
Las imágenes utilizadas describen de manera correcta el producto, ya que muestran cómo es el producto, según el 100% de los encuestados.



Pregunta #5: Semiología

¿La información desplegada en el sitio web da a conocer de manera efectiva y promueve los productos que ofrece Impresos Marysol?

El 100% de los encuestados está de acuerdo de cómo la información está desplegada en el sitio web.

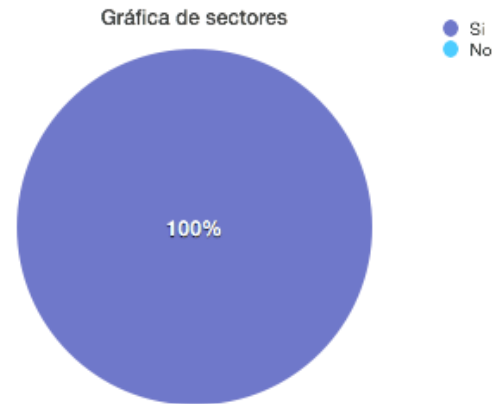


Interpretación de resultados

Pregunta #1: Operacional

¿Los elementos desplegados en el sitio web, son de un tamaño adecuado?

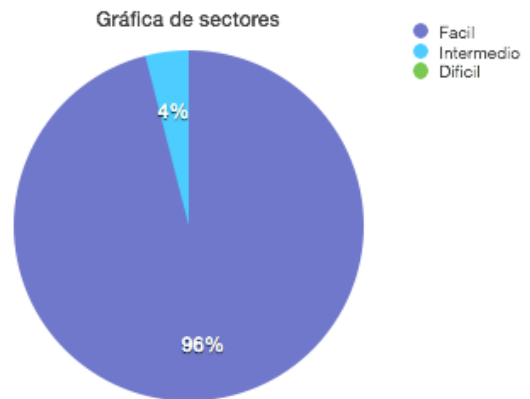
Si se promueve de manera efectiva los productos, ya que cuentan con un tamaño adecuado de acuerdo al espacio que existe en el sitio web.



Pregunta #2: Operacional

¿Considera que la navegación a través del sitio web es?

Por las encuestas realizadas se determinó que el sitio web posee una navegación fácil para el usuario, pero posee unos links con error es por esto que se arreglarán, ya que solo el 4% encontró una dificultad media al momento de navegar a través de este.

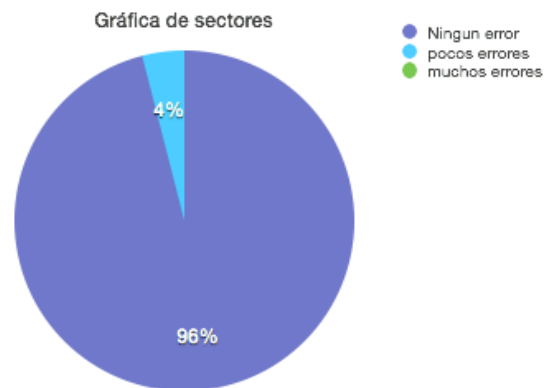


Interpretación de resultados

Pregunta #3: Operacional

¿Los links a las diferentes páginas dentro del sitio web funcionan?

El 96% de los encuestados está conforme con los resultados obtenidos al momento de presionar un link.



Pregunta #4: Operacional

¿Los colores utilizados dentro del sitio web cumplen con la función de?

Según la encuesta realizada el 96% de los encuestados les agradan los colores utilizados, es por esto que se utilizarán para el sitio web.



8.4 Cambios en base a los resultados:

8.4.1 Razonamiento o Justificación

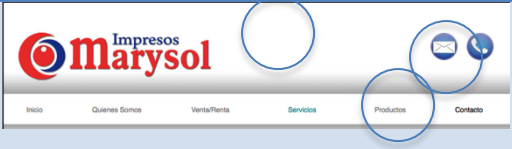

Luego de la realización de la encuesta para conocer la forma de pensar de nuestro grupo objetivo, llevaron a los siguientes cambios para mejor interactividad con el cliente, mejor desempeño y una interfáz mas atractiva. El orden de este sitio web ayuda al lector a encontrar la informacion de manera fácil, es por esto que el menú está creado según las necesidades del cliente y en todas las páginas está localizado el logotipo de la parte superior derecha para que el cliente identifique de manera positiva a Impresos Marysol.



El sitio original contenía una imagen plana, es por esto que se optaron los siguientes cambios:

En la parte superior se agregó una textura detrás del logotipo de Impresos Marysol para darle mayor énfasis al logotipo. Asimismo, en la parte inferior se quitó el menú que se desplegaba y se utilizó el color negro en sus diferentes tonos para realzar distintas frases y la información de la

empresa. Otro de los cambios realizados al esquema general del sitio web fue una sombra del lado inferior del menú, para separar a éste del contenido de la página. En las demás páginas se utilizó un fondo abstracto a base de triángulos para crear sensación de textura en las páginas. A la página de inicio se le suprimieron los iconos de mail y teléfono y fueron colocados al tope de cada una de las páginas para mejorar el flujo de la información y la lectura del lector. En el pie de página se quitó el menú inferior y se agregó la frase “Ayudamos a tu negocio a crecer”, también se agregaron las direcciones actuales de las dos sucursales que posee la empresa. Al finalizar se realizaron los cambios a los links respectivos que poseían algún problema y fueron direccionados de manera correcta a la información que se deseaba y agregaron los derechos de autor para que no existieran problemas con la mala utilización de la información o fotografías.

Antes	Despues
	 <p data-bbox="808 409 1432 955">Los cambios realizados en el menú se ven en las sombras que ayudan a ver el contraste del fondo con el menú y también se le agregó textura al fondo para enfatizar a que se dedica la empresa. De igual manera se quitaron los iconos de correo y teléfono para que las personas ingresen a la página de contacto y vean toda la información</p>

<p data-bbox="186 1066 267 1102">Antes</p> 
<p data-bbox="186 1312 300 1348">Despues</p>  <p data-bbox="186 1543 1404 1732">Aquí podemos ver los cambios que se realizaron en el menú inferior, que cambió drásticamente al quitar los links de las páginas y se cambió por un slogan y las direcciones disponibles del la empresa.</p>

Antes

Despues



Los cambios realizados en la página de “Quienes Somos” fueron el fondo de la página se le quitó la imagen de una impresora y se sustituyo por un diseño abstracto basado en triangulos para crear la sensacion de textura



En la página de “Venta/Renta” se puede observar que se añadieron unas viñetas de color naranja para diferenciar entre cada tema. De igual manera en “Servicios”

Impresos Marysol

Inicio Quiénes Somos Venta/Renta **Servicios** Productos Contacto

Servicios

- Contamos con un centro de copiado en oficinas centrales de zona 1
- Encuadernamos sus documentos
- Atención de copiado en eventos especiales, seminarios, congresos, etc.
- Llevamos la fotocopiadora, opcionalmente puede conectarla en red y contratar un operador
- Ofrecemos diagnóstico, mantenimiento y soporte técnico en todo el país. Fuera de la ciudad de Guatemala cobramos por el tiempo de mantenimiento y viáticos.
- Instalación de repuestos. Los repuestos se cotizan por separado.

Inicio Quiénes Somos Venta/Renta **Servicios** Productos Contacto

Historia Misión Visión

Productos
Fotocopadoras
Encuadernadoras
Placas
Especial
Suministros

Contacto
Teléfono
Correo
Dirección

Impresos Marysol

Inicio Quiénes Somos Venta/Renta **Servicios** Productos Contacto

Servicios

- ▶ Contamos con un centro de copiado en oficinas centrales de zona 1
- ▶ Encuadernamos sus documentos
- ▶ Atención de copiado en eventos especiales, seminarios, congresos, etc.
- ▶ Llevamos la fotocopiadora, opcionalmente puede conectarla en red y contratar un operador
- ▶ Ofrecemos diagnóstico, mantenimiento y soporte técnico en todo el país. Fuera de la ciudad de Guatemala cobramos por el tiempo de mantenimiento y viáticos.
- ▶ Instalación de repuestos. Los repuestos se cotizan por separado.

Ayudamos a tu negocio a crecer
Compra o renta tu fotocopiadora

Capítulo

IX

Propuesta gráfica final

Capítulo IX: Propuesta gráfica final

9.1 Propuesta gráfica final

Página de inicio

785 px



1024 px

Quiénes Somos

Impresos Marysol

Inicio Quienes Somos Venta/Renta Servicios Productos Contacto

Impresos Marysol
Optimiza tu **Negocio** con **Equipo** de Vanguardia

Historia

Impresos Marysol es una compañía con una visión de servicio al cliente. Nuestros esfuerzos y recursos están encaminados para satisfacer todas las necesidades de la gestión de documentos (copiado, impresión y encuadernado).

Nuestro proyecto de negocios contempla el servicio de copiado, venta y renta de copiadoras analógicas y digitales, y todos los demás que una operación administrativa necesite.

Misión

Satisfacer las necesidades de nuestros clientes, brindándole un servicio de excelencia, ofreciendo calidad en nuestro servicio y precios competitivos. Queremos ser una empresa líder que aporte bienestar a nuestros clientes, empleados y accionistas.

Visión

Brindar buen servicio a nuestros clientes para mantener e incrementar nuestra participación en los diferentes segmentos de mercados donde participamos.

Ayudamos a tu negocio a crecer
Compra o renta tu fotocopiadora

Oficinas Centrales: 10 calle 9-68, zona 1 edificio Rosanca Servicio Técnico: Calzada San Juan 33-48, zona 7

768 px

1024 px

768 px



The banner features the 'Impresos Marysol' logo at the top left, with 'Impresos' in blue and 'Marysol' in red. Below the logo is a navigation menu with links: 'Inicio', 'Quienes Somos', 'Venta/Renta', 'Servicios', 'Productos', and 'Contacto'. The background of the banner is a crumpled paper texture. In the center, there is a photograph of a Canon printer. Below the printer, the banner is divided into two columns: 'Venta' on the left and 'Renta' on the right. The 'Venta' column lists various services and products available for purchase, while the 'Renta' column describes the rental service and its inclusions. At the bottom left, there is a small asterisked note about special requirements.

Impresos Marysol

Inicio Quienes Somos **Venta/Renta** Servicios Productos Contacto

Venta

Contamos con equipo a la venta, para satisfacer las necesidades del cliente, tenemos a la disposición:

- Fotocopiadoras nuevas y reacondicionadas
- Repuestos
- Toner
- Encuadernadoras Manuales y Eléctricas
- Pastas plásticas y duras
- Espirales plásticos, metálicos y continuos.
- Facilidades de pago en la compra de fotocopiadoras.

Renta

Para su comodidad contamos con renta de equipo, éste servicio incluye.

- Fotocopiadoras para oficinas y centros de copiado.
- Cobramos por copia elaborada
- Incluye suministros y mantenimiento mensual

* Modelos con requerimientos especiales los traemos contra pedido

1024 px

Servicios

768 px

Impresos Marysol

Inicio Quienes Somos Venta/Renta **Servicios** Productos Contacto

Servicios

- Contamos con un centro de copiado en oficinas centrales de zona 1
- Encuadernamos sus documentos
- Atención de copiado en eventos especiales, seminarios, congresos, etc.
- Llevamos la fotocopidora, opcionalmente puede conectarla en red y contratar un operador
- Ofrecemos diagnóstico, mantenimiento y soporte técnico en todo el país. Fuera de la ciudad de Guatemala cobramos por el tiempo de mantenimiento y viáticos.
- Instalación de repuestos. Los repuestos se cotizan por separado.

Ayudamos a tu negocio a crecer
Compra o renta tu fotocopidora

1024 px

Productos

3632 px

The screenshot shows the 'Productos' page of the Impresos Marysol website. The header features the company logo and a navigation menu with the following items: Inicio, Quienes Somos, Venta/Renta, Servicios, **Productos**, and Contacto. The main content area displays five product categories, each with an icon and a label: Fotocopiadoras (copiers), Encuadernadoras (binders), Pastas (folders), Espirales (spiral binders), and Suministros (supplies).

1024 px

Contacto

3632 px

Impresos Marysol

Inicio Quienes Somos Venta/Renta Servicios Productos **Contacto**

Teléfono
Oficinas centrales zona 1
2253 - 5034 y 2253 - 5035
Centro de servicio técnico
2439 - 7119 y 2439 - 6051

Correo
impmary@c.net.gt

Dirección
Oficinas centrales
10 calle 9-68, zona 1 edificio Rosanca
Servicio Técnico
Calzada San Juan 33-48, zona 7

Oficinas Centrales
Edificio Rosanca
10A Calle 10
Ver en Google Maps

Servicio Técnico

1024 px

Capítulo

X

Producción, reproducción y distribución

Capítulo X: Producción, reproducción y distribución

10.1 Producción

Etapa de investigación

Total de horas por día	24
Total de días trabajados	5
Precio por hora	Q25.00
Costo de elaboración	Q600.00

Etapa de producción

Para la realización del proyecto se llevaron cuarenta y ocho horas de trabajo para realizar todo el contenido web, así también diagramar y generar artes.

Costo de producción

	Costo	Cantidad	Total
Total de horas trabajadas	Q25.00	80	Q2000.00
Semanas trabajadas		2	
Costo de equipos	Q5.20	80	Q416.00
Total			Q2,416.00

10.2 Reproducción

Debido a que es un sitio web, no se necesitaron costos de reproducción ya que no lleva ningún tipo de material impreso.

Para la realización del proyecto se utilizaron

10.3 Distribución

Costo de Distribución

Hosting (Incluye hasta 50 cuentas de correo electrónico. el	\$225.00 (cambio Q7.73 al día 05/12/14)
costo del dominio si fuera necesario es de:	Q1739.25
\$25.00 anuales.	

Cuadro de resumen

Cuadro de resumen	
Costos de elaboración	Q600.00
Costos de producción	Q2,416.00
Costo de reproducción	Q0.00
Costos de distribución	Q1,739.00
Total	Q4,755.00

Capítulo

XI

Conclusiones y recomendaciones

Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones

11.1 Conclusiones

- El material elaborado cumplió con las expectativas de promocionar los productos y servicios para impresión y encuadernado que ofrece Impresos Marysol. Esto se da gracias a las encuestas presentadas y las observaciones que dan los encuestados. Se proyecta que el sitio web pueda llegar al grupo objetivo que plantea la empresa y con esto obtendrá un incremento en sus clientes actuales. El beneficio que obtendrá la empresa es proporcional a la inversión que se llevará a cabo, ya que podrá mejorar la relación entre el cliente y la empresa, así como viceversa.
- La recopilación de información acerca de tendencias cumplió su objetivo, ya que después de realizada la encuesta se demostró que el grupo objetivo tuvo afinidad con el sitio web planteado. adecuada el producto es vital para que el cliente pueda visualizarlo.
- La recopilación de los datos acerca de los productos y servicios de que ofrece Impresos Marysol ayudó a buscar elementos relacionados con el producto. Asimismo, a diagramar de manera efectiva el recorrido del cliente a través del sitio web sea amigable con el usuario y facilitar el acceso a la información buscada.
- La tipografía utilizada en el sitio web ayudó a la fácil comprensión de este y para que el usuario no le cueste leer el mensaje y/o texto.

11.2 Recomendaciones

- Actualizar los productos constantemente para que el usuario pueda localizar los nuevos productos que tienen y de esta manera obtenerlos sin tener que ir a la tienda o llamar.
- Realizar un manejo de redes sociales para crear un feedback en el sitio web, para al ver las necesidades del cliente y con esto poder brindar un mejor servicio ofrecer al consumidor mejor producto acorde a su grupo objetivo.
- Un sitio web funciona de ambas vías, para comunicar y para que los clientes potenciales se comuniquen con la empresa, es por esto que se recomienda el constante chequeo de los canales de comunicación, como el correo electrónico para así facilitar al usuario la información necesaria.
- Recopilar información relacionada con los productos alternos para impresiones, para incluirla en el sitio web.
- Investigar qué otras utilidades se pueden producir con los productos que ofrece Impresos Marysol, para darle más aportaciones al producto y con esto verse mas atractivo al cliente.

Capítulo

XII

Conocimiento General

Capítulo XII: Conocimiento General



Capítulo

XIII

Referencias

Capítulo XIII: Referencias

13.1 Referencias bibliográficas

- Ambrose, Gavin (2009) Fundamentos del diseño gráfico. Barcelona, España (pág. 38) Primera edición
- Wiedemann, Julius (Ed.) (2005). Advertising now online, Cologne, Germany: Editorial Taschen
- Lynch, P., (2002) *Principios de diseño básicos para la creación de sitios web*, Barcelona, España
- Lugones, F., (2002) *Modelos de negocios en Internet*, Mexico, Editorial Mc Graw Hill
- Phillips, B. (1990) *Historia del diseño gráfico*, Madrid, España. Trillas.
- Quintana, R., *Introducción al estudio de la comunicación*, Londres, Inglaterra. Universidad de Londres.
- Fernandez, C., (2001), *La comunicación humana: en el mundo contemporáneo*, Mexico: Editorial Mc Graw Hill
- Wimmer, R., (2000) *Introducción a la investigación de medios masivos de comunicación*, Mexico: Editorial Thomson Editores.
- Martin, J. (1994) *Aprender a bocetar*. Barcelona, España: Editorial Blume

13.2 Referencias web

1. Gobierno de Guatemala, Demografía de Guatemala , Guatemala recuperada de: <http://uim.mineco.gob.gt/web/invest-in-guatemala/demografia>
2. Agencia Guatemalteca de noticias, Reportan en Guatemala 200000 empresas registradas, recuperado de: <http://www.agn.com.gt/index.php/world/business/item/9995-reportan-en-guatemala-200000-empresas-registradas>
3. Guatemala (s.f) En Wikipedia, recuperada el 16/06/2014 de: <http://es.wikipedia.org/wiki/Guatemala#Geograf.C3.ADA>
4. Ministerio de economía, demografía de Guatemala, recuperado de: <http://uim.mineco.gob.gt/web/invest-in-guatemala/demografia> consultada el 16/06/14
5. Real Academia Española, “insumo” en rae.es recuperado de: <http://lema.rae.es/drae/?val=insumo> consultada el 20/07/14
6. Real Academia Española, “reparación” en rae.es recuperado de: <http://lema.rae.es/drae/?val=reparacion> consultada el 3/10/2014
7. Real Academia Española, “Reparación” en rae.es recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=reparacion> consultada el 3/10/2014
8. Real Academia Española, “renta” en rae.es recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=renta> consultada el 29/07/2014

9. Real Academia Española, “reparación” en rae.es recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=renta> consultada el 29/07/14
10. Definicion, “definición de diseño” en definicion.de recuperado de: <http://definicion.de/disenio/> consultada el: 18/08/14
11. Definicion, “definición de sitio web” en definicion.de recuperado de: <http://definicion.de/sitio-web/> consultada el: 3/09/2014
12. Real Academia Española, “Ciencia” en rae.es recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=ciencia> consultada el: 3/10/2014
13. Definicion, “definición de semiología” en definicion.de recuperado de: <http://definicion.de/semiologia/> consultada el: 3/10/2014
14. Real Academia Española, “imagen” en rae.es recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=imagen> Consultada el: 3/10/2014
15. Real Academia Española, “Sociología” en rae.es recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=sociologia> consultada el: 4/09/2014
16. Real Academia Española, “Sociología” en rae.es recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=sociologia> consultada el: 4/09/2014
17. Mora, Julio, “Etimología de Andragogía” en dechile.net recuperado de <http://etimologias.dechile.net/?andragogi.a> consultada el 4/09/2014
18. Real Academia Española, “Pedagogía” en rae.es recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=pedagogia> consultada el 4/09/2014
19. Real Academia Española, “Matemática” en rae.es recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=matematica> consultada el 4/09/2014
20. Real Academia Española, “Geometría” en rae.es recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=geometria> consultada el 4/09/2014
21. Real Academia Española, “Psicología” en rae.es recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=psicologia> consultada el 4/09/2014
22. Real Academia Española, “Fotografía” en rae.es recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=fotografia> consultada el 9/09/2014
23. Diccionario de los movimientos del siglo XX, “concepto de la teoría de la gestalt” en portalplanetasedna.com.ar recuperado de: http://www.portalplanetasedna.com.ar/conceptos_siglo12.htm consultada el 9/09/2014
24. Neuronilla, “Ideart” en neuronilla.com recuperado de: <http://neuronilla.com/desarrolla-tu-creatividad/tecnicas-de-creatividad/100-ideart> consultada el 10/9/2014

Capítulo

XIV

Anexos

Capítulo XIV: Anexos

Nivel Socioeconomico

	Nivel Alto AB (4.2%)	Nivel Medio-Alto C1 (5.5%)	Nivel Medio-Bajo C2 (32.5%)	Nivel Bajo D (38.3%)	Nivel Popular E (19.5%)
Aparatos eléctricos	Disponen todos los bienes de confort (lavadora de ropa, estufa, refrigeradora, radio, televisión a color, aparatos eléctricos, cable o antena parabólica.	Disponen de la mayoría de los bienes de confort (estufas, refrigeradoras, radio, TV, aparatos eléctricos, etc.)	Poseen muebles y electrodomésticos populares, comprados a veces a plazos, tales como: estufa, refrigeradora, radio, televisión y otros.	Poseen artículos como CD, equipo de sonido, radio grabadora y refrigeradoras de marca y modelo económico.	Prácticamente no poseen artículos de confort, salvo televisor y radio.
Servicio domestico	2 o más. Servicio domestico	1 mínimo. Servicio domestico	1 o no tiene servicio domestico	No	No
Vehículos	Poseen más de 2 automóviles de alto precio y de modelo reciente, pagados al contado (BMW, Mercedes Benz, etc.)	Poseen uno o dos vehículos de modelos no necesariamente reciente	Poseen vehículo de modelo no reciente.	Usualmente no tienen automóvil y si lo tienen seguramente lo compraron usados y de modelo muy anterior	No
Educación Hijos	Sus hijos en edad escolar o universitaria son educados en el extranjero en los mejores colegios y universidades del país.	La educación de sus hijos es muy importante y por eso realizan esfuerzos para que vayan a los mejores colegios y universidades del país.	Sus hijos se educan en colegios y universidades del país.	Sus hijos estudian en las escuelas públicas.	No alcanzan a cubrir sus necesidades mínimas.
Viajes al Exterior	Frecuentemente viajan al extranjero.	Viajan al exterior por lo menos una vez al año y frecuentemente al interior del país a lugares de descanso.	Viajan frecuentemente dentro del país y sus viajes al exterior son circunstanciales.	Cuando viajan lo hacen al interior del país.	No
	Nivel Alto AB (1.0%)	Nivel Medio-Alto C1 (2.0%)	Nivel Medio-Bajo C2 (27.0%)	Nivel Bajo D (43%)	Nivel Popular E (27%)
Ingresos mensuales	Ingresos superiores a los a Q49.600 al mes	Ingresos familiares oscilan en un promedio de Q23, 500 al mes	Ingreso familiar oscila en un promedio de Q10, 500 al mes.	Su ingreso promedio mensual está comprendido alrededor de los Q2,500	Su ingreso promedio Mensual menor a los Q 1,100
Educación	La mayoría son graduados universitarios, mucho de ellos con grados avanzados	Su nivel educacional supera los estudios secundarios completos y universitarios.	Su nivel educacional se encuentra en estudios primarios y secundarios completos.	Secundaria incompleta o Primaria completa.	Su nivel educacional es Escaso y en muchos casos no cursado ningún estudio.
Ocupación	Propietarios de sus fuentes de ingresos, dueños de comercios, industriales, fincas, agrícolas, ganaderas, empleados administrativos de alto nivel, etc.	Tienen un nivel de vida bastante holgado. Son ejecutivos de empresas privadas o públicas también pueden ser dueños de negocios medianos.	Por lo general son profesionales, Comerciantes, pequeños industriales, ejecutivos de mandos medios.	El jefe de familia puede ser obrero, dependiente, auxiliar de actividades especializadas, obreros sin especialización alguna como conserjes mensajeros, etc. Varios miembros de la familia contribuyen al ingreso familiar.	El jefe de familia realiza tareas que no Requieren ningún conocimiento, usualmente no tiene trabajo fijo, sino que en trabajos de oportunidad.
Vivienda	Vivienda propia y lujosa con mas de 6 habitaciones y jardín amplio en zonas y colonias residenciales	Viven en sectores residenciales o en colonias. Las casas poseen al menos 4 habitaciones. Pueden ser hechas a sus especificaciones.	Habitan en casas modestas, no de lujo pero confortables. Generalmente con 3 habitaciones en colonias de casas iguales.	Viviendas modestas localizadas en barrios y colonias populares, edificios multifamiliares etc. (casi siempre alquiladas).	Poseen viviendas precarias en zonas marginales.
	Nivel Alto AB (4.2%)	Nivel Medio-Alto C1 (5.5%)	Nivel Medio-Bajo C2 (32.5%)	Nivel Bajo D (38.3%)	Nivel Popular E (19.5%)
Ingresos mensuales	Ingresos superiores a los a Q49.600 al mes	Ingresos familiares oscilan en un promedio de Q23, 500 al mes	Ingreso familiar oscila en un promedio de Q10, 500 al mes.	Su ingreso promedio mensual está comprendido alrededor de los Q2,500	Su ingreso promedio Mensual menor a los Q 1,100
Educación	La mayoría son graduados universitarios, mucho de ellos con grados avanzados	Su nivel educacional supera los estudios secundarios completos y universitarios.	Su nivel educacional se encuentra en estudios primarios y secundarios completos.	Secundaria incompleta o Primaria completa.	Su nivel educacional es Escaso y en muchos casos no cursado ningún estudio.
Ocupación	Propietarios de sus fuentes de ingresos, dueños de comercios, industriales, fincas, agrícolas, ganaderas, empleados administrativos de alto nivel, etc.	Tienen un nivel de vida bastante holgado. Son ejecutivos de empresas privadas o públicas también pueden ser dueños de negocios medianos.	Por lo general son profesionales, Comerciantes, pequeños industriales, ejecutivos de mandos medios.	El jefe de familia puede ser obrero, dependiente, auxiliar de actividades especializadas, obreros sin especialización alguna como conserjes mensajeros, etc. Varios miembros de la familia contribuyen al ingreso familiar.	El jefe de familia realiza tareas que no Requieren ningún conocimiento, usualmente no tiene trabajo fijo, sino que en trabajos de oportunidad.
Vivienda	Vivienda propia y lujosa con mas de 6 habitaciones y jardín amplio en zonas y colonias residenciales	Viven en sectores residenciales o en colonias. Las casas poseen al menos 4 habitaciones. Pueden ser hechas a sus especificaciones.	Habitan en casas modestas, no de lujo pero confortables. Generalmente con 3 habitaciones en colonias de casas iguales.	Viviendas modestas localizadas en barrios y colonias populares, edificios multifamiliares etc. (casi siempre alquiladas).	Poseen viviendas precarias en zonas marginales.

	Nivel Alto AB (1.0%)	Nivel Medio-Alto C1 (2.0%)	Nivel Medio-Bajo C2 (27.0%)	Nivel Bajo D (43%)	Nivel Popular E (27%)
Aparatos eléctricos	Disponen todos los bienes de confort (lavadora de ropa, estufa, refrigeradora, radio, televisión a color, aparatos eléctricos, cable o antena parabólica.	Disponen de la mayoría de los bienes de confort (estufas, refrigeradoras, radio, TV, aparatos eléctricos, etc.)	Poseen muebles y electrodomésticos populares, comprados a veces a plazos, tales como: estufa, refrigeradora, radio, televisión y otros.	Poseen artículos como CD, equipo de sonido, radio-grabadora y refrigeradoras de marca y modelo económico.	Prácticamente no poseen artículos de confort, salvo televisor y radio.
Servicio domestico	2 o más. Servicio domestico	1 mínimo. Servicio domestico	1 o no tiene servicio domestico	No	No
Vehículos	Poseen más de 2 automóviles de alto precio y de modelo reciente, pagados al contado (BMW, Mercedes Benz, etc.)	Poseen uno o dos vehículos de modelos no necesariamente reciente	Poseen vehículo de modelo no reciente.	Usualmente no tienen automóvil y si lo tienen seguramente lo compraron usados y de modelo muy anterior	No
Educación Hijos	Sus hijos en edad escolar o universitaria son educados en el extranjero en los mejores colegios y universidades del país.	La educación de sus hijos es muy importante y por eso realizan esfuerzos para que vayan a los mejores colegios y universidades del país.	Sus hijos se educan en colegios y universidades del país.	Sus hijos estudian en las escuelas públicas.	No alcanzan a cubrir sus necesidades mínimas.
Viajes al Exterior	Frecuentemente viajan al extranjero.	Viajan al exterior por lo menos una vez al año y frecuentemente al interior del país a lugares de descanso.	Viajan frecuentemente dentro del país y sus viajes al exterior son circunstanciales.	Cuando viajan lo hacen al interior del país.	No

Perfil socioeconómico de Guatemala

Los datos se refieren al año 2010, salvo en los casos que se indica lo contrario.

Cifras oficiales.

Población

- Población total: 14,468,094 habitantes.
- Densidad poblacional: 133 habitantes por kilómetro cuadrado.

Empleo

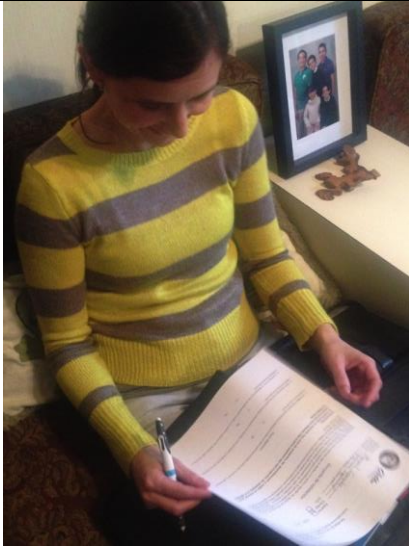
- Población económicamente activa (PEA): 5,769,262.
- Tasa de desempleo abierto: 3.5%. Personas en edad de trabajar que no realizaron ningún tipo de actividad económica, ni siquiera actividades agrícolas o de silvicultura en el hogar.
- Tasa de subempleo: 59.6% de la PEA. Conjunto de personas que pertenecen a la población económicamente activa y que trabajan involuntariamente menos de la jornada normal y desearían trabajar más.
- Porcentaje de informalidad: 77.1% (2006). Personas de la población ocupada que no cuentan con seguridad social o no son beneficiarias del mismo.
- Porcentaje de población ocupada no remunerada: 18.8% (2006). Población que trabaja pero no recibe ningún salario, en su mayoría en actividades familiares, agricultura de subsistencia y pequeños comercios.
- Salario promedio en el sector público: Q 2,973.12.
- Salario promedio en el sector privado: Q 1,526.

Tabla 2
Niveles socioeconómicos en Guatemala

Nivel	Características	¿Quiénes son?
Nivel Alto (A)	Está formado por personas que poseen ingresos elevados, vivienda propia, más de tres automóviles y frecuentemente viajan al exterior. Ingreso familiar mensual promedio: Q65,500 a Q125,000	Terratenientes, industriales, capitalistas, banqueros, propietarios de grandes empresas, herederos de grandes fortunas y grandes políticos.
Nivel Alto, Bajo (B)	Está representado por aquellas personas que tienen un ingreso elevado. Ingreso familiar mensual promedio: Q38,600	Profesionales y agroindustriales de éxito, gerentes generales de las empresas e industrias más grandes del país.
Nivel Medio Alto (C1)	Tienen un nivel de vida bastante holgada y pueden darse lujos en menor escala que los del nivel AB. En su mayoría son graduados universitarios, quienes participan en actividades comunes con los del nivel AB, tanto en el ámbito profesional como social. Ingreso familiar mensual promedio: Q23,500	Ejecutivos de grandes empresas o propietarios de empresas medianas, supervisores, directores de departamentos, técnicos especializados, profesionales, vendedores.
Nivel Medio (C2)	Se compone de trabajadores y empleados de oficina con un salario promedio, viven en la mejor parte de la ciudad. Estas personas tienen todas sus necesidades cubiertas y disfrutan de ciertos lujos y holgura dentro de su disponibilidad de ingresos y tienen capacidad de ahorro. Ingreso familiar mensual promedio: Q10,500	Supervisores/jefes, técnicos especializados, trabajadores administrativos, profesionales, vendedores, maestros.
Nivel Medio, Bajo (C3)	Está conformado por la clase trabajadora, generalmente poseen casa propia y vehículo. Sus estudios llegan a nivel medio o con estudios superiores incompletos. No poseen capacidad de ahorro, pero cubren sus necesidades básicas. Ingreso familiar mensual promedio: Q8,100	Secretarias, enfermeras, contadores, cajeros, vendedores, oficinistas, técnicos, maestros.
Nivel Bajo (D1)	Los miembros de este nivel son trabajadores que poseen un estándar de vida que apenas está por encima de la pobreza. Tienen cubiertas sus necesidades más elementales como techo, vestimenta y alimentación, pero de forma limitada. Se transportan en vehículos públicos, motos y, un porcentaje bajo de casos, en autos de modelos antiguos. Ingreso familiar mensual promedio: Q2,500	Contadores, dependientes, técnicos –no siempre especializados–, funcionarios de Estado de segunda clase a menos, maestros de escuelas públicas, miembros de las fuerzas del Estado.
Nivel Bajo, Bajo (D2)	Los miembros de este nivel por lo general no tienen trabajo formal. Ingreso familiar mensual promedio: Q1,100	Trabajadores del sector informal

Fuente: Prodatos, S. A. Niveles Socioeconómicos en Guatemala. Estudio realizado a nivel capital mayo-junio 2003

Validaciones



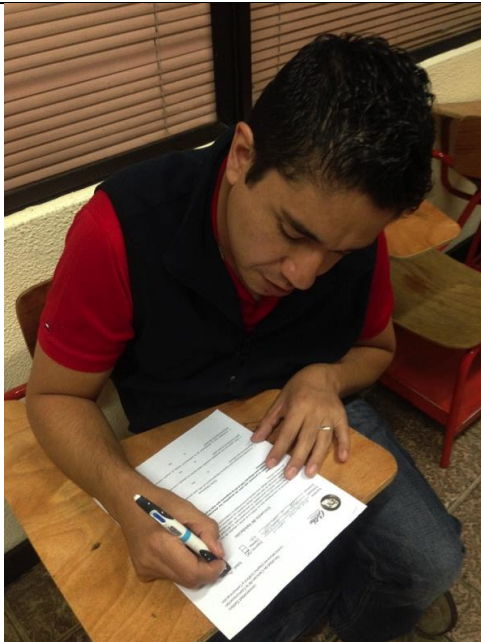
Ing. Marysol Gonzalez

Impresos Marysol



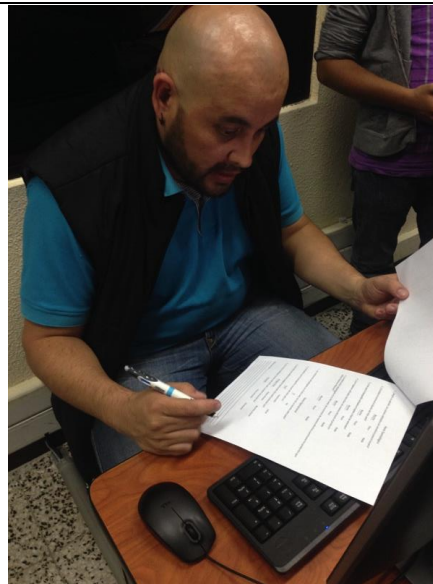
Licda. Wendy Franco

Docente de la Universidad Galileo



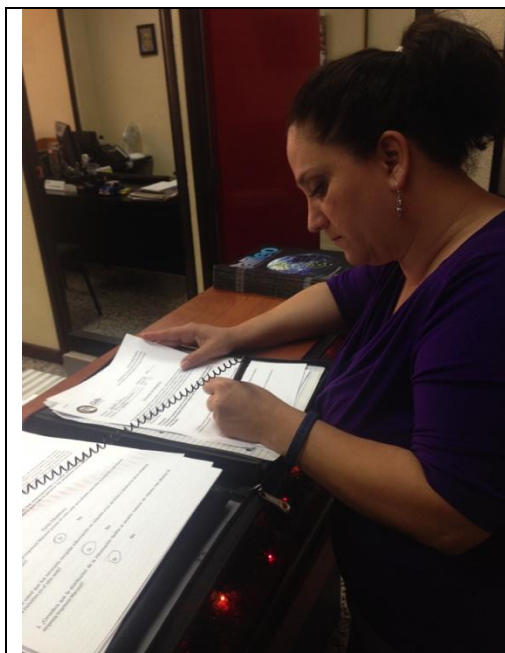
Lic. Alejandro Moreno

Docente de la Universidad Galileo



Lic. Marlon Borrayo

Docente de la Universidad Galileo



Licda. Lourdes Donis

Docente de la Universidad Galileo



Lic. Manuel Morroy

Docente de la Universidad Galileo

Cotizacion



La Agencia Viral, S.A.
 NIT: 7236914-0
 Carretera Pavón, 1a. Avenida, Casa 3,
 Lote 6, Bloque B, Km. 16.6 Llanos de
 Arrazola, Zona 3 Fraijanes, Guatemala
 Teléfono: 2337-4670

Proyecto Erick Martinez
 para: Guatemala
 Estimado: EST:593
 Fecha: 05/Dec/2014
 Cantidad: \$ 1,680.00

Producto / Servicio	Descripción	Costo Unitario	Cantidad	Descuento	Precio
Desarrollo Website Primario	Desarrollo de sitio web con productos, imágenes, descripción y título	1,300.00	1.00	0.00	1,300.00
Hosting	Incluye hasta 50 cuentas de correo electrónico. el costo del dominio si fuera necesario es de: \$26.00 anuales.	200.00	1.00	0.00	200.00
Sub-Total:					1,500.00
IVA (12.00%)					180.00
Estimado Total:					1,680.00
Costo (\$):					1,680.00

www.bluehost.com/managed-wordpress-hosting

	blogger most popular	professional	business	enterprise
	normally \$24.99 \$12.49* first month	normally \$24.99 \$37.50* first month	normally \$49.99 \$60.00* first month	normally \$149.99 \$85.00* first month
	select	select	select	select
visits/month	100 Million	300 Million	600 Million	Unlimited
storage	30GB	60GB	120GB	240GB
backup	30GB	60GB	120GB	240GB
RAM	2GB	4GB	6GB	8GB
Manage/WP sites	5	10	20	30
Included domains	1	1	1	1
ip addresses	1	1	1	1
promise	money-back guarantee	money-back guarantee	money-back guarantee	money-back guarantee
support	24/7	24/7	24/7	24/7
cPanel	enhanced	enhanced	enhanced	enhanced
CDN	SiteLock CDN	SiteLock CDN/WAF Pro	SiteLock CDN/WAF Pro	SiteLock CDN/WAF Pro
security	SiteLock Pro	SiteLock Pro	SiteLock Premium	SiteLock Enterprise
backup	-	Site Backup Pro	Site Backup Pro	Site Backup Pro
SSL certificate	-	-	Positive SSL	Positive Wildcard SSL
	select	select	select	select

Hospedaje web premium para desarrolladores profesionales

Los sitios web que generan un ingreso significativo no pueden permitirse minutos de inactividad o cargas de páginas lentas. Cada vez que el usuario experimenta problemas, es una oportunidad que se pierde con un impacto a largo plazo.

Por eso diseñamos Cloud Sites para que los sitios web con tráfico alto funcionen de forma óptima; todo el tiempo.

Usted está en buenas manos. Brindamos servicio al noveno volumen más grande de tráfico en Internet y hospedamos a más de **400,000 sitios web** que reciben más de **500 MIL MILLONES de visitas por año**. Eso incluye muchos sitios grandes, como los de Teen Choice Awards y Big Ass Fans. También trabajamos con agencias tales como Bright Blue Day y Parscale para hospedar sus carteras de clientes.

DESDE

US\$150/mes

Diseñe nuevos sitios y bases de datos cuando lo necesite