



## **FACULTAD CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

Diseño de un sitio web para dar a conocer a clientes reales y potenciales los productos y servicios de tornillería que ofrece la empresa -Central de Tornillos- S.A. Guatemala, Guatemala  
2021.

## **PROYECTO DE GRADUACIÓN**

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

### **ELABORADO POR:**

Mayjory Carolina Castro Vasquez

17001338

Para optar el título de:

## **LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO**

Nueva Guatemala de la asunción, febrero 2021.

Diseño de un sitio web para dar a conocer a clientes reales y potenciales los productos y servicios de tornillería que ofrece la empresa -Central de Tornillos- S.A. Guatemala, Guatemala  
2021.

Mayjory Carolina Castro Vasquez

Carné No. 17001338

Universidad Galileo

Facultad de Ciencias de la Comunicación.

Nueva Guatemala de la asunción, febrero 2021.

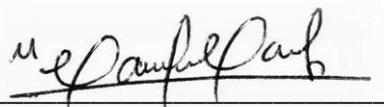
Guatemala 13 de abril de 2020

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 DAR A CONOCER A CLIENTES REALES Y POTENCIALES LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE TORNILLERÍA QUE OFRECE LA EMPRESA –CENTRAL DE TORNILLOS- S.A.** Así mismo solicito que la Licda. Carmen Andrea Aguilar Flores sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



**Mayjory Carolina Castro Vasquez**  
**17001338**



**Licda. Carmen Andrea Aguilar Flores**  
**Asesora**



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala 18 de mayo de 2020

**Señorita:**  
**Mayjory Carolina Castro Vasquez**  
**Presente**

Estimada Señorita Castro:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE UN SITIO WEB PARA DAR A CONOCER A CLIENTES REALES Y POTENCIALES LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE TORNILLERÍA QUE OFRECE LA EMPRESA –CENTRAL DE TORNILLOS-S.A.** Así mismo, se aprueba a la Licda. Carmen Andrea Aguilar Flores, como asesora de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

---

**Lic. Leizer Kachler**

**Decano**

**Facultad de Ciencias de la Comunicación**



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 21 de enero de 2021

**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 DAR A CONOCER A CLIENTES REALES Y POTENCIALES LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE TORNILLERÍA QUE OFRECE LA EMPRESA –CENTRAL DE TORNILLOS- S.A. GUATEMALA, GUATEMALA 2021.** Presentado por la estudiante: Mayjory Carolina Castro Vasquez, con número de carné: 17001338, 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,

ANDREAAGUILARF.

**Licda. Carmen Andrea Aguilar Flores**  
**Asesora**



*Galileo*  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 20 de mayo de 2021

**Señorita**  
**Mayjory Carolina Castro Vasquez**  
**Presente**

Estimada Señorita Castro:

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, 24 de junio de 2021.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis DISEÑO DE UN SITIO WEB PARA DAR A CONOCER A CLIENTES REALES Y POTENCIALES LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE TORNILLERÍA QUE OFRECE LA EMPRESA -CENTRAL DE TORNILLOS- S.A. GUATEMALA, GUATEMALA 2021, de la estudiante Mayjory Carolina Castro Vasquez, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

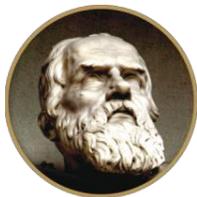
Atentamente.



Lic. Edgar Lizardo Por es Velásquez

Asesor Lingüístico

Universidad Galileo



*Galileo*  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 17 de julio de 2021

**Señorita:**  
**Mayjory Carolina Castro Vasquez**  
**Presente**

Estimada Señorita Castro:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE UN SITIO WEB PARA DAR A CONOCER A CLIENTES REALES Y POTENCIALES LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE TORNILLERÍA QUE OFRECE LA EMPRESA –CENTRAL DE TORNILLOS-S.A. GUATEMALA, GUATEMALA 2021.** Presentado por la estudiante: Mayjory Carolina Castro Vasquez, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciada en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

**Lic. Leizer Kachler**

**Decano**

**Facultad de Ciencias de la Comunicación**

## **Autoridades**

### **Rector**

Dr. Eduardo Suger Cofiño

### **Vicerrectora General**

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. Rualdo Anzueto, M.Sc.

## **Dedicatoria**

Agradezco a Dios por permitirme culminar un punto importante en mi vida, haber llegado hasta este momento es una fase muy importante para mi formación profesional. A mi madre, por ser el pilar más importante, por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional, este es un momento tan especial para mí como lo es para ella, ambas celebramos este triunfo.

Es un momento lleno de satisfacción y orgullo personal, ya que significa haber alcanzado una meta después de haber atravesado obstáculos durante los años en que estuve estudiando mi carrera, mirar hacia atrás con los ojos húmedos llenos de nostalgia, con una gran sonrisa de orgullo y decir... No fue fácil, pero lo logré.

Por último, quisiera agradecer al Dr. Eduardo Suger Cofiño y al Lic. Julio Santeliz por confiar en mí, apoyarme y darme la oportunidad de culminar mis estudios de manera exitosa. Además, agradecer a mis mentores y ejemplo de superación, a los licenciados que siempre se preocuparon por enseñarme a través de su experiencia la mejor forma de solucionar problemas, que por su apoyo y tiempo puedo pensar profesionalmente en mi carrera.

"Todos los triunfos nacen cuando nos atrevemos a comenzar"

**Eugene Fitch Ware**

## **Resumen**

A través del acercamiento con la empresa -Central de Tornillos- S.A. se identificó que no cuenta con sitio web para dar a conocer clientes reales y potenciales los productos y servicios de tornillería que ofrece.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo: Diseñar un sitio web para dar a conocer a clientes reales y potenciales los productos y servicios de tornillería que ofrece la empresa -Central de Tornillos- S.A.

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

La herramienta de investigación se aplicó a un promedio de 20 personas, entre cliente, grupo objetivo y expertos en comunicación y diseño.

El primer hallazgo, entre otros, es que se puede afirmar que se logró Diseñar un sitio web para dar a conocer a clientes reales y potenciales los productos y servicios de tornillería que ofrece la empresa -Central de Tornillos- S.A. Se sugiere la actualización del sitio web cada mes, para incluir los productos y servicios más recientes que pueden requerir los clientes reales y potenciales de la empresa CENTORSA.

Para efectos legales únicamente la autora, MAYJORY CAROLINA CASTRO VASQUEZ, es responsable del contenido de este proyecto, ya que es una investigación científica y puede ser motivo de consulta por estudiantes y profesionales.

# Índice

## **Capítulo I: Introducción**

1.1 Introducción.....	1
-----------------------	---

## **Capítulo II: Problemática**

2.1 Contexto.....	2
-------------------	---

2.2 Requerimientos de comunicación y diseño .....	2
---	---

2.3 Justificación .....	3
-------------------------	---

2.3.1 Magnitud .....	3
----------------------	---

2.3.2 Vulnerabilidad.....	3
---------------------------	---

2.3.3 Trascendencia.....	4
--------------------------	---

2.3.4 Factibilidad.....	4
-------------------------	---

## **Capítulo III: Objetivos de diseño**

3.1 Objetivo general .....	5
----------------------------	---

3.2 Objetivos específicos .....	5
---------------------------------	---

## **Capítulo IV: Marco de referencia.**

4.1 Información general del cliente.....	6-10
--	------

## **Capítulo V: Definición del grupo objetivo**

5.1 Perfil geográfico.....	11
----------------------------	----

5.2 Perfil demográfico.....	11-12
-----------------------------	-------

5.3 Perfil psicográfico.....	12
------------------------------	----

5.4 Perfil conductual. ....	12
-----------------------------	----

## **Capítulo VI: Marco teórico.**

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio.....	13-16
--	-------

6.2	Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño.....	16-22
6.3	Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias.....	23-28

**Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar**

7.1	Aplicación y razonamiento de la Información obtenida en el Marco Teórico.....	29-32
7.2	Conceptualización.....	32-35
7.3	Bocetaje. ....	35-62
7.4	Propuesta preliminar.....	63-73

**Capítulo VIII: Validación técnica**

8.1	Población y muestreo.....	74-75
8.2	Método e Instrumentos.....	75-76
8.3	Resultados e Interpretación de resultados.....	77-90
8.4	Cambios en base a los resultados.....	91-93

**Capítulo IX: Propuesta gráfica final**

9.1	Propuesta grafica final.....	94-98
-----	------------------------------	-------

**Capítulo X: Producción, reproducción y distribución**

10.1	Plan de costos de elaboración.....	99
10.2	Plan de costos de producción.....	100
10.3	Plan de costos de reproducción.....	101
10.4	Plan de costos de distribución. ....	102
10.5	Margen de utilidad.....	103
10.6	IVA.....	103
10.7	Cuadro resumen.....	104

**Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones**

11.1 Conclusiones.....105

11.2 Recomendaciones.....106

**Capítulo XII: Conocimiento general**

12.1 Conocimiento general .....107

**Capítulo XIII: Referencias**

13.1 Referencias de libros.....108-111

13.2 Referencias digitales.....112 -115

**Capítulo XIV: Anexos..... 116-142**

## **Capítulo I: Introducción**

## **Capítulo I: Introducción**

Central de Tornillos S.A. - CENTORSA-, es una empresa guatemalteca que fue fundada en el mes de febrero del año 2016. Actualmente la empresa se dedica al servicio y venta de productos relacionados a la tornillería.

La empresa Central de Tornillos S.A, no ha desarrollado el diseño de un sitio web para dar a conocer a clientes reales y potenciales los productos y servicios de tornillería que ofrece la empresa -Central de Tornillos- S.A.

Los elementos que conforman el diseño del sitio web de CENTORSA pasan por el proceso de bocetaje natural, luego bocetaje formal en donde se emplea el color y detalles, por último, se digitalizan las piezas para determinar las proporciones exactas y presentar la propuesta preliminar del diseño del sitio web.

Para lograr los objetivos del proyecto, se utiliza como instrumento la encuesta, que permite verificar la eficacia del contenido y elementos en el diseño del proyecto, así como la percepción de las personas a encuestar. Se concluye que este proyecto respalda los objetivos inicialmente planteados que son determinantes para el desarrollo adecuado del sitio web de la Central de Tornillos S.A. - CENTORSA-.

## **Capítulo II: Problemática**

## Capítulo II: Problemática

Se detecta que la empresa -Central de Tornillos- S.A. no cuenta con sitio web para dar a conocer clientes reales y potenciales los productos y servicios de tornillería que ofrece.

### 2.1 Contexto

Central de Tornillos S. A, es una empresa de venta de todo tipo de tornillos y de diferentes tamaños, además de ofrecer diferentes tipos de herramientas que se relacionan con su principal producto y servicio. También con todo lo relacionado a la compra y venta de tornillería en general, elementos roscados, entre otros. Inicia operaciones en el mes de febrero del año 2016 inmediatamente por razones de estrategia la empresa se instala en la 14 Av. 13-80 zona 12 Col. La Reformita, y es donde está actualmente ubicada. Pero la empresa solamente se ha dado a conocer a través de boca en boca, por lo que surge la necesidad de implementar un sitio web en donde se pueda dar a conocer sus productos y servicios (tornillos para construcción, servicio de roscado, pernos, galvanizado en frío, entre otros) para llegar a más clientes reales y potenciales por medio de internet. CENTORSA maneja 500 clientes aproximadamente, esto antes de la pandemia de Covid-19.

### 2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño

La empresa Central de Tornillos. S.A. no cuenta con un sitio web para dar conocer a sus clientes reales y potenciales los productos y servicios de tornillería que ofrece.

### 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 a partir de cuatro variables:

**2.3.1 Magnitud.** Según el Instituto Nacional de Estadística, habitan 14,901,286 millones de personas en la República de Guatemala. En el departamento de Guatemala habitan

3,015,081 millones de personas. Dentro del perímetro de la ciudad capital habitan 923,392 millones de personas (2018). En el área de la zona 12 de la ciudad capitalina hay 6 negocios de tornillería y un solo 1 Centro de Tornillos S.A. CENTORSA que maneja una cartera de aproximadamente 500 clientes frecuentes. Con el diseño del sitio web se desea proyectar un alcance de 2,000 clientes potenciales o más al año. Para mejor descripción sobre la tabla de proyección datos estadísticos poblacional (Ver anexo A).



**2.3.2 Vulnerabilidad.** La carencia de un sitio web que brinde información sobre los productos y servicios, hace que se pierdan muchas oportunidades de captar la atención de los clientes reales y potenciales. Hoy en día la mayoría de búsquedas de información y de productos son por medio de la tecnología y el internet, lo cual no es muy conveniente para la empresa porque no cuenta con un sitio web en donde pueda brindar información de forma directa y accesible para los usuarios, que buscan respuestas rápidas a sus necesidades sobre los productos y servicios que brinda la empresa CENTORSA.

**2.3.3 Trascendencia.** Al implementar este proyecto, los clientes reales y potenciales pueden ingresar a la información del negocio las 24 horas de los 7 días de la semana. Además, pueden encontrar con facilidad la información de contacto y de los productos, lo cual permite a los usuarios invertir menos tiempo al consultar en el sitio web sobre la disponibilidad de los productos, sin necesidad de dirigirse al lugar de venta.

**2.3.4 Factibilidad.** El proyecto puede llevarse a cabo debido a que se dispone de los siguientes recursos.

**2.3.4.1 Recursos Humanos.** La empresa tiene el capital humano adecuado, tiene la capacidad, conocimiento, la experiencia y las habilidades para el manejo de las funciones que se desempeñan dentro de la empresa, además de contratar a alguien que se encargue del manejo del sitio web.

**2.3.4.2 Recursos Organizacionales.** Los dueños del negocio autorizan al personal para que esté en disposición de brindar toda la información necesaria de la empresa para llevar a cabo este proyecto.

**2.3.4.3 Recursos Económicos.** La empresa actualmente cuenta con los recursos económicos necesarios para realizar el sitio web y que posibilitan la elaboración de este proyecto.

**2.3.4.4 Recursos Tecnológicos.** El estudiante obtiene el equipo y las herramientas indispensables para elaborar y producir el resultado del proyecto de graduación, como: computadora, programas de diseño, cámara e internet.

## **Capítulo III: Objetivos de diseño**

## **Capítulo III: Objetivos de diseño**

### **3.1 Objetivo general**

Diseñar un sitio web para dar a conocer a clientes reales y potenciales los productos y servicios de tornillería que ofrece la empresa -Central de Tornillos- S.A.

### **3.2 Objetivos específicos**

1. Recopilar información de los productos y servicios que la empresa CENTORSA ofrece para definir el contenido del diseño del diseño web.
2. Investigar información relacionada a la elaboración de sitios webs, tendencias de diseño y color, para respaldar la propuesta de diseño.
3. Fotografiar los productos y servicios como parte del sitio web de CENTORSA para que las personas tengan una muestra visual de los productos y otros servicios principales que brinda la Central de Tornillos S. A
4. Diagramar los elementos gráficos bajo jerarquías visuales para que los usuarios puedan navegar de manera dinámica e intuitiva en el sitio web.

## **Capítulo IV: Marco de referencia**

## Capítulo IV: Marco de referencia

### 4.1 Información general del cliente

**Nombre del cliente:** Central de Tornillos S. A. (CENTORSA).

**Dirección:** 14 av. 13-80 zona 12, col. La Reformita.

**Email:** ventascentrosa@gmail.com

**Contacto:** Rosalinda Sandoval y Mario Carrillo.

**Celular:** 5511-3704

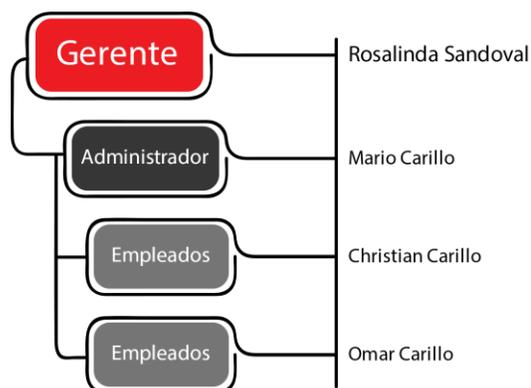
**4.1.1 Antecedentes.** Rosalinda Sandoval, fundadora de la empresa -Central de Tornillos- S.A. tiene 25 años de experiencia en el negocio de la tornillería, decide en agosto de 2016 abrir y patentar su propia empresa con el objetivo de brindar productos y servicios de tornillería.

**4.1.2 Oportunidad identificada.** Aumentar el alcance de la empresa en internet a través de un sitio web que sea funcional, informativo y dinámico.

**4.1.3 Misión.** Crear un centro de ventas de tornillos para brindar un buen servicio integral de forma óptima para la población con necesidades de nuestros productos y que acuden a nosotros por una mejor calidad y precio. Ofrecer garantía de nuestro trabajo, productos y satisfacer a nuestros clientes es nuestro principal objetivo.

**4.1.4 Visión.** Atender las necesidades de nuestros clientes dando por garantizado lo mejor de nuestros productos y servicios, haciéndonos destacar entre la competencia logrando posicionarnos cada vez más como los mejores en el negocio de tornillería.

#### 4.1.5 Organigrama.



#### 4.1.6 FODA.

##### **Fortalezas:**

- Variedad de productos.
- Calidad de los productos y servicios.
- Experiencia.
- Conocimiento.

##### **Oportunidades:**

- Actualizarse en el mercado informático y digital.
- Desarrollo de nuevas técnicas de venta.
- Desarrollo y expansión de sus productos y servicios.

##### **Debilidades:**

- Falta de manejo de inventario,
- Una sola sede.
- No tienen actualización de información en los medios de comunicación y publicidad modernos.

**Amenazas:**

- Mercado saturado.
- Falta de actualización de marketing.
- Situación económica del país.

**4.1.7 Grupo objetivo.** Personas que necesiten los servicios y productos de tornillería, además que buscan calidad en los productos y servicios dentro del perímetro de la ciudad capital y municipios.

**4.1.8 Principal beneficio al grupo objetivo.** Precios accesibles y calidad.

**4.1.9 Competencia.**

- Multimateriales
- Ferretornillos
- Tornillos Pinto
- Tornillos Fijares
- La casa del Tornillo
- Metodegua

**4.1.10 Posicionamiento.** Brindan servicios y productos de alta calidad, también ofrecen garantía sobre los mismos, esto hace que los clientes se encuentren seguros de su compra.

**4.1.11 Factores de diferenciación.** Satisfacer a los clientes y sus diferentes tipos de necesidades a través de productos, servicios personalizados de calidad y atención al cliente.

**4.1.12 Objetivos de mercado.** Por medio de un sitio web informar y mostrar los productos y servicios que ofrece la empresa CENTORSA.

**4.1.13 Objetivo de comunicación.** Por medio de un sitio web ofrecer información sobre los productos y servicios que se ofrecen y encuentran disponibles; a través del diseño junto a fotografías que ilustran los productos y con una breve descripción.

**4.1.14 Mensajes claves a comunicar.** Comunicar por medio de sitio web los servicios y productos, también dar a conocer su historia, misión, visión y contacto de forma más fácil. Ayudar a la empresa con su marca en internet y dar a conocer los productos y servicios que ellos ofrecen, además de satisfacer las necesidades de sus clientes por medio del sitio web.

**4.1.15 Estrategia de comunicación.** El objetivo principal es realizar un sitio web funcional que ayude a CENTORSA a mejorar su calidad de servicio para sus clientes reales y potenciales. Asimismo, brindar la oportunidad de actualizar su empresa por medio de un sitio web.

**4.1.16 Reto del diseño y trascendencia.** A través de un diseño estratégico de comunicación y diseño web, desarrollar el sitio web de forma que muestre los productos por medio de imágenes y descripción de los mismos, junto con pestañas de información relacionadas al diseño del sitio web debe basarse en las tendencias que vayan acorde para que sea agradable a la vista de los usuarios, es decir, que sea funcional, intuitiva, informativa y atractiva.

**4.1.17 Materiales a realizar.** Diseño del sitio web.

**4.1.18 Presupuesto.** Q20,000.

**4.1.19 Datos del logotipo.**

**Tipografía:** Calibri Bold y Light.

**Forma:** De X y texto en línea horizontal.

**Colores:****Logotipo:**

## **Capítulo V: Definición del grupo objetivo**

## Capítulo V: Definición del grupo objetivo

El grupo objetivo de la empresa -Central de Tornillos- S. A. son jóvenes y adultos de 35 a 45 años. Empresarios, comerciantes, profesionales, pequeños industriales, ejecutivos de mandos medios que están relacionados a la construcción, que requieran de productos y servicios de tornillería brindados por CENTORSA.

### 5.1 Perfil geográfico

Según el INE (2018), Guatemala cuenta con una población de 14,901,286 millones de habitantes. Su capital es la Ciudad de Guatemala y su superficie es de 2.126 km<sup>2</sup>. Tiene 17 municipios. En la ciudad de Guatemala habitan 923,392 millones de habitantes en el área metropolitana. Su idioma es el español. Guatemala es también conocida como “El País de la Eterna Primavera” por su increíble clima durante todo el año, pues a pesar de la variedad de clima que se encuentra en todo el país, siempre podrán disfrutar de los rayos del sol durante el día (Guate GO, 2019).

### 5.2 Perfil demográfico

La empresa atiende a personas del género masculino y femenino entre las edades de 35 a 45 años. Personas que tienen un nivel educativo diversificado y universitario que les permiten laborar en negocios y empresas. Para mejor descripción ver tabla de niveles socioeconómicos (Ver anexo B).

**5.2.1 Nivel C1.** Manejan un ingreso alrededor de Q25,600.00, tienen un desempeño laboral como: ejecutivo medio, comerciante y vendedor. Habitan en una vivienda: casa/departamento, rentada o financiada. Utilizan servicios financieros como: 1-2 cuentas monetarias y de ahorro, plazo fijo 1-2 CT intl, seguro colectivo. Posesiones: autos compactos de 3-5 años, asegurados por financiera.

**5.2.2 Nivel C2.** Manejan un ingreso alrededor de Q17,500.00, tienen un desempeño laboral como: ejecutivo, comerciante, vendedor dependiente. Habitan en una vivienda: casa/departamento, rentada o financiada. Utilizan servicios financieros como: 1 cuenta monetaria y de ahorro, 1 TC local. Posesiones: auto compacto de 4-5 años, sin seguro. (Multivex, 2015).

### **5.3 Perfil psicográfico**

Personas trabajadoras, con actividades, hobbies, con costumbres tradicionales como: celebración de semana santa, celebración de vuelo de barriletes, posadas, cenas o almuerzos familiares, celebración de Navidad, celebración de Año Nuevo, entre otros, pueden ser personas religiosas o que no practican ninguna religión.

### **5.4 Perfil conductual**

Personas que frecuentan el negocio unas 2 a 4 veces por semana para realizar alguna compra de materiales relacionados a la tornillería o servicios de la misma, además son clientes que tienen un nivel alto de lealtad hacia el negocio, debido a que los precios son accesibles y los productos son de alta calidad.

## **Capítulo VI: Marco teórico**

## Capítulo VI: Marco teórico

### 6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio

**6.1.1 Empresa.** Asensio y Vásquez (2013) explican que una empresa implica identificar una oportunidad de negocio, organizar los recursos necesarios para su puesta en marcha y hacerla realidad (p. 2).

Por lo tanto, el manejo de la palabra empresa se considera como la actividad que tiene como fin obtener un beneficio económico. A través de la venta de productos y materiales que benefician a los clientes reales y potenciales por medio servicios o productos.

**6.1.2 Tornillos.** Son una pieza fundamental de las uniones atornilladas. De su resistencia y tamaño, tipo rosca, material empleado en su fabricación, tipo de cabeza, par de apriete dependen de la estabilidad y de la duración de las uniones que emplean (Dominguez y Ferrer, s,f, p. 208).

Es una herramienta importante para la unión de piezas dentro de una construcción. Existen diferentes tipos de tornillos los cuales tienen diferentes funciones y se pueden encontrar en diferentes materiales para construcción.

#### 6.1.3 Tipos de tornillos de construcción.

**6.1.3.1 Tornillos de acero inoxidable.** La mayoría de los metales se oxidan, originalmente el acero se cambia a rojo. Este tornillo se utiliza para montajes que requieren una resistencia a la humedad.

**6.1.3.2 Tornillos de acero cromado.** El Cr3 son menos contaminantes que los tornillos convencionales. También se encuentran los bicromatos o Cr6 estos son más tóxicos para el medio ambiente.

**6.1.3.3 Tornillos de plástico.** Estos usualmente no se encuentran en exteriores porque no resisten presión en construcciones masivas. Comúnmente utilizados para fontanería porque no fácilmente se oxidan.

**6.1.3.4 Tornillos de acero latonado.** Se encuentran en uno de los más utilizados en exteriores e interiores. Estos se pueden dejar a la vista porque son utilizados para decoraciones.

**6.1.3.5 Tornillos de latón.** Estos son muy utilizados por decoradores y carpinteros ya que les permite realizar un trabajo limpio. Muchos lo utilizan para trabajos sobre madera y montajes decorativos. (Tuercas y tornillos, s /f)

#### **6.1.4 Tipos de cabezas de tornillos.**

**6.1.4.1 Cabeza hexagonal.** Los tornillos hexagonales de cabeza pesada principalmente son destinados a la construcción y la industria en general.

**6.1.4.2 Cabeza redondeada.** Se usa para fijar piezas demasiado delgadas como para permitir que el tornillo se hunda en ellas; también para unir partes que requerirán arandelas. En general se emplean para funciones similares a los de cabeza oval, pero en agujeros sin avellanar. Este tipo de tornillo resulta muy fácil de remover.

**6.1.4.3 Cabeza avellanada o plana.** Se usa en carpintería, en general, en donde es necesario dejar la cabeza del tornillo sumergida o a ras con la superficie.

**6.1.4.4 Cabeza Cilíndrica.** Estos tornillos se utilizan cuando se precisan superficies lisas. Sus fuerzas de apriete son bajas y para colocarlos se recurre a una llave Allen, esta se encaja en el orificio de forma hexagonal que contiene la cabeza.

**6.1.4.5 Cabeza Phillips.** Tienen ranuras en forma de cruz para minimizar la posibilidad de que el destornillador se deslice.

**6.1.4.6 Cabeza Torx.** Con un hueco en la cabeza en forma de estrella de diseño exclusivo Torx. Las características que definen a los tornillos de madera son: Tipo de cabeza, material constituyente, diámetro de la caña y longitud.

**6.1.4.7 Cabeza Seguridad.** Se utiliza en productos de precisión.

**6.1.4.8 Cabeza tipo Allen.** Con un hueco hexagonal, para encajar una llave Allen. (Protor, 2019).

### **6.1.5 Partes de un tornillo.**

**6.1.5.1 Rosca.** Esta parte es la que se enrosca la tuerca. Se llama paso de la rosca o de la tuerca a la distancia medida, paralelamente al eje, entre dos filetes o hilos consecutivos.

**6.1.5.2 Cabeza de tornillo.** La cabeza del tornillo es la parte superior, y por lo general es más ancha que el resto del cuerpo del tornillo. La cabeza permite sujetar el tornillo o imprimirle el movimiento giratorio con la ayuda de útiles adecuados, como el destornillador.

**6.1.5.3 Cuello o caña.** Es la parte de abajo de la cabeza y está sin roscar. Su longitud es muy variable dependiendo del tornillo. Esta parte quedará fuera de la parte a unir. (Tecnología, s /f).

**6.1.6 Atornillada.** Es el método más utilizado en la unión de piezas y conjuntos entre materiales, ya que garantiza una unión resistente entre materiales de igual o distinta naturaleza y permite un fácil montaje y desmontaje sin destruir el sistema de unión. Las uniones atornilladas sujetan o unen piezas a través del roscado de tuercas y tornillos normales o de construcción. (Domínguez y Ferrer, s, f, p. 07).

Se llama así a la acción que se realiza con un tornillo y herramientas. Todo está relacionado con los tornillos, es decir, la unión del material y del tornillo, su sistema se

basa en el enroscado que se encuentra cuerpo del tornillo así mismo la herramienta dependerá de la cabeza que tenga el mismo y la fuerza que se ejerce dependerá de la punta del tornillo.

## **6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y diseño.**

### **6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación.**

**6.2.1.1 Comunicación.** Molestina (1970) explica que la comunicación es un atributo del ser humano (entendiendo por esto la comunicación de: ideas, conceptos, actitudes valores, etc), y que el hombre de una forma u otra, siempre se encuentra envuelto en una o varias formas del proceso de comunicarse con sus semejantes y el medio que lo rodea (p. 1).

“La comunicación es tan antigua como la vida misma y para todo nosotros nos es familiar, pues pertenece a lo más básico de la vida humana.” (Novoa, 1980, p. 2).

Esta no puede faltar en la vida cotidiana ya que es parte del diario vivir. Se expresa en muchas diferentes formas que son prácticas, la comunicación se puede ver reflejada en las plantas, animales, seres humanos, etc. a través de señas, colores o formas.

**6.2.1.1.1 Comunicación visual.** Es todo aquello que no se puede comunicar con sonidos o hablado con palabras. Rollie y Branda (2004) afirman que es el producto de diferentes modalidades de representación que requieren de la conjunción de competencias expresivas distintas: fotografía, gráfica, ilustración, tipografía, etc. teniendo en cuenta sus especialidades de codificación y complejidades técnicas (p. 27).

**6.2.1.1.2 Comunicación escrita.** Es cualquier tipo de interacción que haga uso del código escrito. Por otra parte, la comunicación escrita es la más usual de las formas de comunicación formal entre los seres humanos, y desempeña funciones sociales de diversa índole (Castillo, 2019).

### **6.2.1.2 Elementos de la comunicación.**

**6.2.1.2.1 Emisor.** Es el sujeto que desencadena el proceso comunicativo al exponer una información que puede ser interpretada por otros sujetos. Por otro lado, muchas veces establecer quién es el emisor es algo muy relativo, porque no siempre resulta fácil saber con seguridad qué sujeto inició la comunicación.

**6.2.1.2.2 Receptor.** Es el sujeto que, de manera voluntaria o involuntaria, recibe la información emitida por el emisor y la interpreta. Ya sea utilizando para ello un sistema de símbolos que establece equivalencias entre significantes y significados, o sin sistema de símbolos, obedeciendo a las sensaciones que produce lo que llega a través de los sentidos.

**6.2.1.2.3 Mensaje.** Mensaje no equivale a significado, sino que es el fenómeno a descifrar para obtener, a partir de su interpretación, un significado. En la práctica, el mensaje es indesligable del resto de los elementos de la comunicación, porque nunca podremos llegar a conocerlo y a analizarlo sin un receptor, un emisor, un canal, etc.

**6.2.1.2.4 Ruido.** Es literalmente cualquier fenómeno que interfiera uno de los elementos de la comunicación más diversos. Porque existen maneras muy variadas por las que un mensaje se puede ver alterado con el proceso comunicativo y modifique el mensaje en alguno de sus aspectos.

**6.2.1.2.5 Código.** Es el conjunto estructurado de normas y signos que posibilitan expresar y emitir mensajes complejos. Existen diferentes sistemas de códigos, y pueden ser aplicados en el habla o en la escritura.

**6.2.1.2.6 Canal.** Es el medio a través del cual viaja el mensaje, pasando de un lugar a otro. Entre los canales más frecuentes que forman parte de la cotidianidad de este elemento de

la comunicación están el aire, el papel, los correos electrónicos, los sistemas de telefonía, y las ondas de luz emitidas por pantallas.

*6.2.1.2.7 Contexto.* contexto es el entorno espaciotemporal en el que tiene lugar la comunicación. Alrededor de los sujetos que se comunican, siempre hay un entorno más general que condiciona todo el proceso.

*6.2.1.2.8 Feedback.* El feedback, o retroalimentación, es la respuesta que da el receptor al haber interpretado el mensaje mandado por el emisor. Por ello, puede ser considerado también otro de los elementos de la comunicación: el mensaje dado como emisor, dado que puede ser visto como aquello que se dice para iniciar otro proceso comunicativo (Torres, 2020).

***6.2.1.3 Comunicación publicitaria.*** Rama de las ciencias de la comunicación que se dirige a transmitir información de una entidad a otra. Por lo general de una empresa a un objetivo, meta o un receptor, esta pretende actuar de forma directa sobre las personas de distintas características, la finalidad de la publicidad es la comercialización de un producto o servicio esta es dirigida en los distintos medios de difusión ya sea la prensa, radio, televisión, internet, BTL, entre otros (Subcutaneo Creative, s,f).

En este mundo tecnológico, visual y audiovisual, no puede hacer falta la comunicación publicitaria que ayuda a informar o vender productos o servicios de empresa o negocio. Es fundamental para nuestra comunicación debe tomarse en cuenta el mensaje que se quiere dar a conocer, los colores, tipografía, etc. para poder obtener una respuesta esperada por parte del público objetivo.

**6.2.1.4 Comunicación web.** Carmona y Rodríguez (2009) hablan sobre que la web trabaja por medio de un sistema de comunicación que está diseñado tanto para información en online, como para apoyo a la presencialidad (p. 140).

La comunicación web se ha hecho tan importante para varias empresas y negocios. El manejo de las plataformas webs y de redes sociales ha incrementado durante los últimos años creando nuevas oportunidades de comunicación web y visual, ayudando a abrir puertas de mejor atención en negocios y empresas.

Influye en las decisiones de las personas especialmente en los compradores. Su principal objetivo es llamar la atención o persuadir al grupo objetivo para realizar una compra o llamar la atención para hacer entrar a las personas a ver el producto que se está mostrando o se está publicitando, se debe manejar con mucha agilidad el anuncio, colores, palabras, tipografía, etc.

**6.2.1.5 Comunicación persuasiva.** Ricante (1998) afirma que cualquier persona que se acerque al campo de la comunicación publicitaria necesitará, en primer lugar, examinar la creatividad tal, como es entendida y aplicada en el campo de la comunicación persuasiva (p. 51).

Es parecida a la comunicación publicitaria, porque se genera una influencia de compra o de atención hacia los clientes. Todo esto va de la mano al momento de querer llamar la atención de los compradores o posibles compradores, debe realizarse una publicidad con un aire de tentación sobre el producto o servicio que se está ofreciendo.

## **6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño.**

**6.2.2.1 Diseño.** “Además de ser un elemento específico de una actividad científica, puede ser una faceta de una práctica profesional y es, así mismo, un componente clave de la tecnología” (González, 2007, p. 3).

Compuesta por varias ciencias o estudios que van de la mano con el análisis de la psicología del color y consumidor. Antes de crear un diseño debe tenerse en cuenta recaudar información esencial para la creación o elaboración de cualquier diseño.

**6.2.2.2 Diseño gráfico.** Ricupero (2007) detalla que todo trabajo de diseño persigue un impacto operativo: afectar el conocimiento, las actitudes o las conductas de la gente en una forma dada. Pero, además, todo objeto colocado en el espacio público sea éste comunicacional o físico, ejerce un impacto cultural (p. 10).

Es el estudio del manejo de la creatividad, imaginación, análisis, entre otros, plasma las ideas mentales sobre papel, de forma digital o cualquier superficie que dé la oportunidad de realizar cualquier diseño. Hoy en día el diseño gráfico se ha convertido en una herramienta fundamental para comunicar de forma visual con o sin palabras, todo a través de una imagen.

**6.2.2.3 Diseño de página web.** El diseño web es un área enfocada en el desarrollo de interfaces digitales, como el diseño de sitios y aplicaciones para web. Para ello, los diseñadores web crean las páginas utilizando lenguajes de marcado como HTML (Blog, 2019).

Todo aquel que entre a cualquier sitio web ha observado hasta el más mínimo detalle del diseño de una página web, ya sea en color, la letra, las imágenes, la forma, entre

otros. El diseño de una página web comienza desde codificar o simplemente realizar cambios en plantillas hasta la ubicación de los iconos de búsqueda.

#### **6.2.2.4 Diseño de partes de una página web.**

**6.2.2.4.1 Cabecera.** También llamado header, se debe colocar el logo o nombre de la empresa y el menú de navegación. El menú de navegación indica al usuario a que sección de la página web dirigirse, para ello se debe el menú contenga un buscador para que el usuario pueda encontrar rápidamente un contenido si la web es muy extensa.

También es habitual encontrar sliders en la cabecera que viene a ser un pase de fotos de buena calidad y que representen y transmitan la actividad de la empresa, ya que será lo primero que se vea en la página web.

**6.2.2.4.2 Cuerpo.** Se conoce como main content, sería el contenido principal de la web.

El cuerpo puede estar estructurado a una o varias columnas. Según mejor nos encaje en función de nuestro contenido. A veces vemos el cuerpo dividido en dos columnas. En esta zona encontramos espacios para publicidad, Redes Sociales... Este tipo de distribución de columnas es muy habitual en blogs.

**6.2.2.4.3 Pie.** También conocido como footer es la zona que cierra nuestras páginas y donde encontramos generalmente la información legal (política de privacidad, cookies y condiciones de uso), información de contacto: teléfonos, dirección de la empresa, vínculos a Redes Sociales, entre otros.

#### **6.2.2.5 Diseño de esquema de una página web.**

**6.2.2.5.1 Inicio o Home.** Es una de las secciones más importantes, ya que suele ser la página donde suelen aterrizar la mayor parte de nuestras visitas. Una buena página de inicio puede determinar que el usuario permanezca más o menos tiempo o que la abandone de inmediato.

Hay estudios que señalan que un usuario permanece unos pocos segundos en una web y si no ve nada interesante en ese periodo de tiempo abandonará la página. De ahí la importancia de este elemento.

*6.2.2.5.2 Productos y servicios.* El contenido principal de la web suele centrarse a modo de catálogo en productos clasificados por categorías, familias, entre otros y a veces contar con una tienda online, que nos permite adquirir los productos al momento.

Al igual que los servicios, que se suele desglosar con una clasificación que facilite el entendimiento al cliente potencial para dirigir su atención a la sección que más le interese.

*6.2.2.5.3 Blog.* Su misión es tener informado a nuestros usuarios con contenidos relacionados con la empresa y a la vez, poder captar un tráfico de Long Tail.

Además, sirve de vínculo entre nuestra web y las redes sociales, para poder atraer visitas desde esos medios.

*6.2.2.5.4 Contacto.* Unos de los objetivos que suele perseguir la web de una empresa, es conseguir nuevos clientes, por ello es importante que el usuario que entra a nuestra página web pueda contactar con nosotros fácilmente.

La página de contacto debe contener un formulario sencillo en el que el usuario rellene sólo los campos necesarios e imprescindibles (Pentaweb, s,f).

## **6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias.**

### **6.3.1 Ciencias.**

**6.3.1.1 Semiología.** Guiraud (1972) explica que es la ciencia que estudia los sistemas de signos: lenguas, códigos, señalizaciones, etc. De acuerdo con esta definición, la lengua sería parte de la semiología, también aclara que “la semiología fue concebida por Ferdinand de Saussure como: “la ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de la vida social” (p. 7).

Es la guía en la cual se puede basar para la realización de formas, signos, imágenes y símbolos. La semiología se ve expuesta en todos los rincones en donde se exprese diseño.

**6.3.1.2 Semiología de la imagen.** Trata sobre la interpretación de las imágenes u objetos para comprender qué es lo que se está viendo, ya sea una pintura, una escultura, una expresión facial o una fotografía. La semiótica visual es de vital importancia para comprender el sentido de una imagen que, aun cuando no se da cuenta a primera vista, está llena de signos y elementos (Huerta, 2014).

Ayuda a analizar una imagen como tal para poder darle sentido al mensaje que se quiere dar a conocer. Simplemente su función es interpretar desde una pintura hasta una expresión facial llevando un mensaje al receptor.

**6.3.1.3 Sociología.** Osborne y Van Loon (2005) ejemplifican que “iniciarse en la psicología es como aprender a montar bicicleta” (p. 2). En pocas palabras consiste en explicar algo que parece obvio (cómo funciona dentro de la sociedad) a personas que creen que es sencillo que no entienden que es complicado en realidad analizar las bases de comportamiento de datos de cada grupo de individuos (p. 3).

La ciencia de la sociología se basa en el estudio de las personas y su comportamiento dentro de una sociedad. Su punto parte desde la interacción que tiene un individuo con un grupo de personas y así mismo estas con otras personas.

**6.3.1.4 Psicología del consumidor.** Es el estudio del comportamiento y estructuras mentales de los consumidores, a fin de poder conocer sus actitudes, motivaciones, creencias y valores. La información de estos elementos sobre los procesos mentales del consumidor es de mucha utilidad para la toma de decisiones (Desnudando el marketing, 2018).

Su comportamiento como antes visto “se basa en el comportamiento y estructuras mentales de los consumidores”, el marketing se analiza psicológicamente en base al consumidor, esto con el fin de saber más sobre las necesidades o exigencias de los clientes. Cuando ya se tiene al grupo objetivo claro es más fácil persuadir la mente del consumidor, se basa en los gustos o atracción que se les da a los productos.

**6.3.1.5 Psicología del color.** Ricupero (2007) asegura que “es un elemento básico a la hora de elaborar un mensaje visual”. Muchas veces el color no es un simple atributo que recubre la forma de las cosas en busca de la fidelidad producida” (p. 13).

En la psicología del color se analiza cada color porque cada uno tiene su propio significado. Al momento de saber qué significados dan los colores como diseñadores se puede persuadir la mente del consumidor o del grupo objetivo ya sea la publicidad de ciertos productos o el significado que se le quiere dar al mensaje.

## **6.3.2 Artes.**

**6.3.2.1 Fotografía.** Se llama fotografía a una técnica y a una forma de arte que consisten en capturar imágenes empleando para ello la luz, proyectándola y fijándose en forma de imágenes sobre un medio sensible (físico o digital). “Las imágenes obtenidas así también

se denominan fotografías o fotos, y son el resultado de décadas de perfeccionamiento de la técnica y de los materiales fotosensibles, hasta lograr la calidad óptica de las cámaras modernas” (Concepto.de, s,f).

Se plasma en papel o pixeles los recuerdos de algo que se quiere comunicar, en diseño gráfico comunica muchas cosas como un mensaje, historia, sentimientos, momentos, deseos, entre otros, acompañado de una publicidad, mensaje, dibujos y entre otros. Da la oportunidad de poder manipular los sentimientos y el mensaje que recibe el público objetivo siempre cuando se capture la esencia de lo que se quiere transmitir causando un buen impacto.

### **6.3.3 Teorías.**

**6.3.3.1 Teoría del color.** Se podría decir que todo el color que se ve no existe. Es una percepción. Los objetos poseen la característica de absorber determinadas partes del espectro lumínico. La luz que no es absorbida se remite y transmite diferentes estímulos de color al de la ambientación general. Al llegar estos estímulos hasta el órgano de la vista, produce una sensación de color (Anayta, s,f).

Comienza con la base de colores primarios, pero también existen otras bases como: colores luz (son todos los colores digitales que se encuentran en formato RGB) y los colores pigmentos (son aquellos colores que se utilizan en impresiones y en formato CMYK).

Básicamente habla que la teoría del color se basa en diferentes formatos de colores como el círculo cromático (son los colores que se producen al estar de un color más claro y más oscuro como el negro) que se utilizan en diferentes situaciones los cuales están compuestos por otras reglas de uso, en donde se ve expresado en los diferentes diseños y portales o conductores del arte como tal.

**6.3.3.2 Teoría del Diseño.** Es una denominación colectiva para todo el conocimiento permanente que se piensa asistir al diseño de varios productos nuevos. Esta información ha sido reunida en su mayor parte por un gran número de proyectos de investigación (Routio, 2007).

Estudio descriptivo del diseño y sus componentes. Es un ciclo continuo de diseño y productos o servicios, es decir, debe de existir primero una teoría descriptiva de lo que se quiere diseñar para después continuar con la teoría del diseño, se continúa con el diseño como tal sobre el producto en base a las necesidades, exigencias, teorías, valores, creencias y demás.

**6.3.3.3 Teoría del Gestald.** Cerezo (2005) se interesó fundamentalmente por la cuestión de cómo la experiencia previa puede influir negativamente en las capacidades de resolver nuevos problemas de forma creativa y comprensiva. La teoría ha postulado que la experiencia pasada puede conducir a la construcción de representaciones poco convenientes de los problemas que enfrentamos, y dificultad de este modo su solución (p. 190).

Se basa en la creatividad su principal objetivo es analizar desde una perspectiva diferente el diseño o mensaje creativo que se quiere dar a conocer. Según Cerezo habla de que la Gestalt debe analizarse de forma que no sea tediosa por a una mala o buena experiencia previa.

**6.3.3.4 Tecnología.** Cada fin puede tener una idea tecnológica, una herramienta o una función que se ocupe de conseguirlo. Esto lleva a que, la tecnología se clasifique dependiendo del parámetro en un amplio grupo de formas (VIU, 2018).

La tecnología no se rige por solo una cosa o tiempo, porque continuamente se actualiza. Tampoco se detiene en un solo objetivo porque depende de muchas cosas y cambios ideológicos, es decir, la tecnología no queda estática en materiales electrónicos, sino que también en la sociedad y de lo que deriva.

#### **6.3.4 Tendencias.**

**6.3.4.1 Imagen y enmascaramiento de texto.** El enmascaramiento de imágenes y texto no es una técnica nueva para el mundo del diseño, pero aún se ve bastante moderno. Como deja una gran parte de la imagen sin revelar, ayuda a lograr un aspecto misterioso y minimalista.

Es una tendencia que ya ha estado antes, pero sigue cobrando fuerza dentro del mundo del diseño. Se actualiza con algunas modificaciones en el diseño, pero sigue estando presente para crear tendencia y marcar paso en el diseño gráfico.

**6.3.4.2 Semitransparente.** Secciones de palabras superpuestas entre sí, tipografía doble con la segunda copia siendo transparente, o simplemente tipografía semitransparente sobre fotos y otros elementos de la composición del diseño.

Es una técnica simple pero que deja un excelente acabado a la imagen. Su principal objetivo es que las palabras formen parte de la imagen sin que esta tome demasiado protagonismo y apagando el mensaje de la imagen que se encontrará detrás del texto.

**6.3.4.3 Fuentes de contorno.** Encontrará esta tendencia principalmente en el área de héroe de las páginas web para la copia principal. Si bien los usos varían un poco, hay algunos elementos que encontrará casi siempre: tipo de letra sans serif, texto de mayúsculas para letras de contorno, emparejado con letras llenas y elementos de texto de gran tamaño.

Al momento de utilizar este tipo de estilo de fuente debe tomarse en cuenta el tipo de letra ya que no se puede utilizar una tipografía delgada para crear el estilo de fuentes de contorno porque se distorsiona la palabra a resaltar.

**6.3.4.4 Gradientes sutiles.** Los gradientes sutiles como acento en la tipografía son la próxima evolución de esta tendencia, lo bueno de la tendencia es que los gradientes son tan sutiles que es posible que ni siquiera los veas al principio. Solo hay una ligera variación en el color que ayuda a atraer la atención a través de las letras, los degradados se usan mejor con tipos de letra más gruesos y para acentuar palabras o frases específicas (Creativo News, 2020).

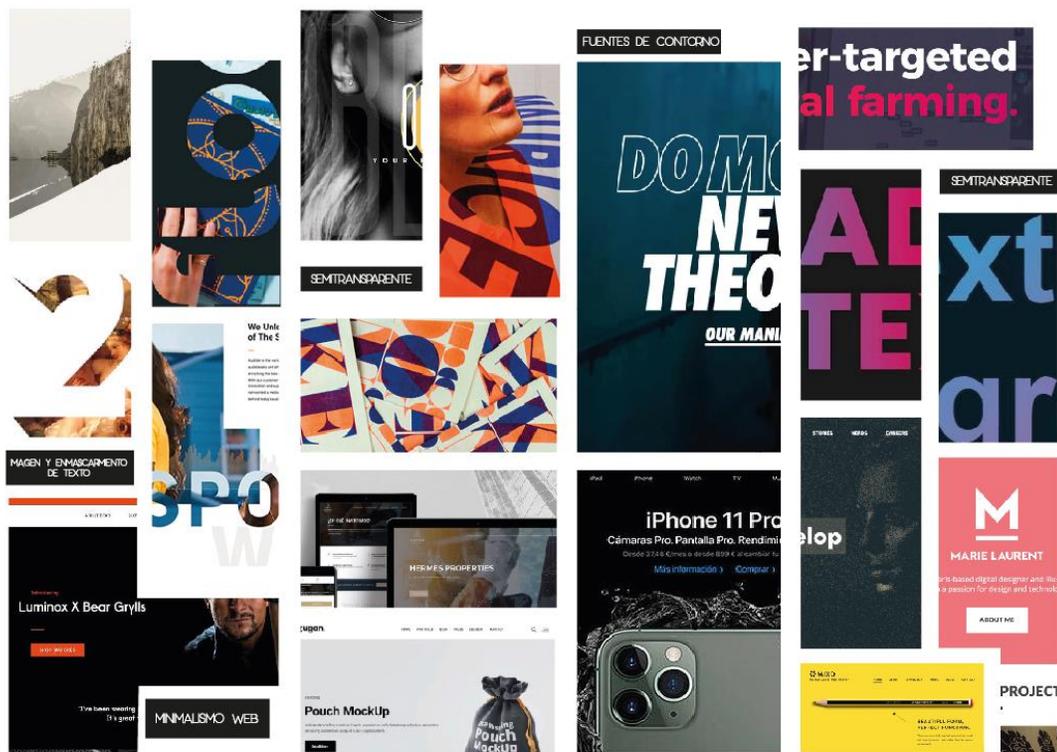
Al usar esta tendencia se debe tener en cuenta que de no exagerar demasiado el cambio de color de un lado a otro. Debe mantenerse un contraste perfecto para que el estilo sea exitoso todo esto para que sea agradable a la vista de quien lo esté leyendo.

**6.3.4.5 Minimalismo web.** Las páginas sencillas y limpias no solo son más atractivas a la vista, sino que suelen convertirse mejor, ya que es más fácil captar la atención del usuario cuando estamos ante un diseño más lineal que en uno lleno de elementos (Romero, 2020).

Al momento de utilizar elementos simples y básicos dentro de una página web le da un toque de esencia de reflexión, al principio puede simple, pero poder crear el estilo minimalista es una gran habilidad.

### 6.3.5 Tablero de tendencias.

## T A B L E R O D E T E N D E N C I A S



Tablero gráfico de las tendencias tipográficas y de diseños del 2020.

## **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

A continuación, se presenta la aplicación de las ciencias, artes, teorías y tendencias empleadas para la realización del diseño del sitio web para la empresa -Central de Tornillos- S. A.

#### 7.1.1 Ciencias auxiliares.

**7.1.1.1 Semiología.** Se aplica al proyecto porque permite representar gráficamente la forma en que se quiere comunicar el mensaje visual y textual del diseño del sitio web.

Ayuda a analizar signos y símbolos, con el fin de dar a conocer el desarrollo del contenido que se quiere dar a conocer al público objetivo.

**7.1.1.2 Semiología de la imagen.** Se emplean imágenes en el proyecto como forma de ejemplificación de los productos y servicios dentro del sitio web. Por medio de fotografías que muestran los diferentes tipos de tornillos de construcción y servicios, para hacer más fácil comunicar los servicios y productos que se ofrecen en la empresa CENTORSA dentro del sitio web.

**7.1.1.3 Sociología.** Este proyecto debe ser enfocado en las personas que hacen uso del internet para una búsqueda inmediata de los productos o servicios de su interés. Esta ciencia permite analizar al grupo objetivo del proyecto, para saber más sobre cómo piensan, lo que ayuda a que el diseño del sitio web esté enfocado en satisfacer sus necesidades, les atraiga y sea fácil de utilizar.

**7.1.1.4 Psicología del consumidor.** Permite profundizar y conocer los hábitos de uso o consumo del grupo objetivo para orientarlo más a lo que se quiere transmitir por medio del proyecto, es decir, conocer el comportamiento, gustos de los individuos en general, de esta

manera se pueda influir de forma positiva para aumentar las posibilidades de compra de los productos y servicios de la empresa CENTORSA, mediante el diseño del sitio web.

**7.1.1.5 Psicología del color.** Se obtiene el conocimiento del efecto que causan los colores para aplicarlos de forma adecuada en el proyecto, lo que permite transmitir un mensaje adecuado al grupo objetivo, al tomar en cuenta la percepción que tiene cada color, por lo que el diseño del sitio web aporta una experiencia positiva al usuario y que sea un recurso de ayuda a motivar la compra de productos o adquirir servicios que ofrece la empresa CENTORSA.

### **7.1.2 Artes.**

**7.1.2.1 Fotografía.** La fotografía ayuda a informar por medio de las imágenes del producto o servicio que el usuario busque, y que está relacionado a lo que necesita, sin tener que ir directamente a la tienda de forma presencial, así mismo disminuye el tiempo a los usuarios en su búsqueda.

### **7.1.3 Teorías.**

**7.1.3.1 Teoría del color.** Por medio de los colores se destaca el diseño del sitio web de CENTORSA (encabezado, videos, fotografías, iconos, títulos, entre otros), en el entorno del color y la estética visual, armonía, las frecuencias de colores, las identidades y la constitución del color. Ofrece un diseño limpio y sin saturación de colores para que el usuario navegue sin ningún problema y así mismo evitar que este abandone el sitio web.

**7.1.3.2 Teoría del diseño.** Se expresa por medio de la validación dentro del diseño del sitio web, de manera que hace que este sea estético y funcional, esto es de suma importancia en el proyecto ya que ayuda a determinar elementos de diagramación y diseño tales como: imágenes, texto, iconos, entre otros.

**7.1.3.3 Teoría de la Gestalt.** Se centra en los detalles del diseño web, es decir, el aspecto general que va a tener el sitio web se enfoca en los trazos, las sombras, los filtros, fuentes, entre otros. Permite identificar el orden y las partes del sitio web como: el encabezado, navegación, contenido, botones, etiquetas entre otros.

**7.1.3.4 Tecnología.** Se emplea el uso de internet, laptop, cámara y programas de diseño para diseñar el sitio web. El uso de estas herramientas básicas de diseño y tecnológicas ayudan a abarcar la diagramación, imágenes fotográficas de los productos, menú, pie de página y entre otros para el sitio web de CENTORSA.

#### **7.1.4 Tendencias.**

**7.1.4.1 Imagen y enmascaramiento de texto.** Se utiliza dentro del proyecto como una tendencia creativa para enmarcar imágenes dentro de un texto titular, al dejar a un lado la monotonía de publicitar una foto o imagen la cual se quiere resaltar. De manera que ayuda a llamar la atención sobre el título de cada página que se encuentra dentro del sitio web de CENTORSA.

**7.1.4.2 Fuentes de contorno.** Se usa para títulos cortos, permite legibilidad de los titulares que se encuentra dentro del sitio web o enmarcación de una palabra para resaltar entre un párrafo de tipografía regular o delgada.

**7.1.4.3 Gradientes sutiles.** Se aplica creativamente dentro del área de la página de usuarios del sitio web de CENTORSA, que no necesita demasiado énfasis o concentración en la portada de la página de usuario que acompaña la fotografía y el nombre del usuario.

**7.1.4.4 Minimalismo web.** Se expresa en cada espacio del sitio web. La esencia de los detalles de esta técnica se ven de mejor forma en la cabecera ya que trabaja junto con el menú y el pie de página, sin dejar a un lado el diseño de fondo del sitio web y fotografías.

## 7.2 Conceptualización

**7.2.1 Método.** El método utilizado para el proceso creativo para la elaboración del diseño del sitio web, es el de mapa mental el cual ayuda de forma lógica y creativa a tomar notas para expresar ideas o reflexiones sobre un tema en específico.

Un mapa mental se describe como el método que obtiene y se desarrolla alrededor de una palabra o texto, situado en el centro para luego derivar ideas, palabras y conceptos, mediante líneas que se trazan hacia alrededor del título, es un recurso muy efectivo para evaluar la relación entre distintas variables de diferentes subtemas.

**7.2.1.1 Elaboración de mapa mental.** Para crear un mapa mental se debe partir desde una palabra o texto, se encuentra situado en el centro para luego derivar ideas, palabras y conceptos, mediante líneas que se trazan hacia alrededor del título. Este es un recurso factible y efectivo que ayuda a evaluar la relación entre distintas variables para el diseño del sitio web.

Esta técnica se desplaza por medio de usos múltiples, este es un proceso creativo que permite explorar el problema central desglosando ideas, pensamientos y demás. En la elaboración de un mapa mental se necesita seguir los siguientes pasos:

- Definir el problema con titulación al centro o ilustración.
- Por medio de líneas, flechas o ramificaciones hacia afuera del tema principal en donde van los subtemas.
- De los subtemas parten las ilustraciones para ejemplificar los conceptos.
- Los subtemas o conceptos deben ser cortos y precisos (una palabra o frase corta).

**7.2.1.2 Aplicación del mapa mental.** Para realizar el mapa mental se inicia con establecer el tema principal que es CENTORSA, luego se desglosan seis subtemas que se relacionan



- Tornillos de construcción y más.
- Tornillería y servicios.
- Venta de tornillos de construcción.
- Calidad de tornillos de construcción.
- Venta y calidad de tornillos.

**7.2.2 Definición de concepto.** La frase que se elige para describir los productos y servicios que conforman el diseño del sitio web fueron: “Tornillos y servicios efectivos”.

Dicha frase se refiere a la comercialización que realiza la empresa - Central de Tornillos-S. A, quienes ofrecen principalmente tornillos especializados en la construcción de todo tipo, además de herramientas y servicios relacionados que están dirigidos a los clientes reales y potenciales que habitan dentro de la ciudad de Guatemala. Esta es una empresa incentivada a mejorar, por la competitividad y calidad de la producción de tornillos de otros negocios cercanos a la localidad de CENTORSA. Esto permite que los productos puedan ser adquiridos por su precio competitivo, valor, material, calidad y manejo de diseño.

Por esa razón se emplea la frase “Tornillos y servicios efectivos” para transmitir seguridad y confiabilidad, además de proporcionar gráficamente una imagen dinámica, minimalista y moderna al diseño del sitio web de CENTORSA. A través del manejo de proporciones, uso de tipografía, empleo de fotografía, los colores, diagramación y tendencias, entre otros. Para que sea agradable visualmente para el usuario, se realiza un tablero de inspiración que permite elegir de mejor manera los elementos gráficos y se tramita la frase conceptual elegida en el sitio web (Ver anexo C).

### **7.3 Bocetaje**

Las primeras ideas del concepto establecido para el diseño del sitio web anteriormente son plasmadas en papel y lápiz, después se delinear con bolígrafo negro, para ejemplificar con claridad la información de los productos y servicios de manera que también se busca que los bocetos sean agradables para la vista de los usuarios. Cada uno de los bocetos que se presentan son escaneados para elegir la propuesta preliminar.

## 7.3.1 Proceso de bocetaje.

### 7.3.1.1 Propuesta de página de inicio.



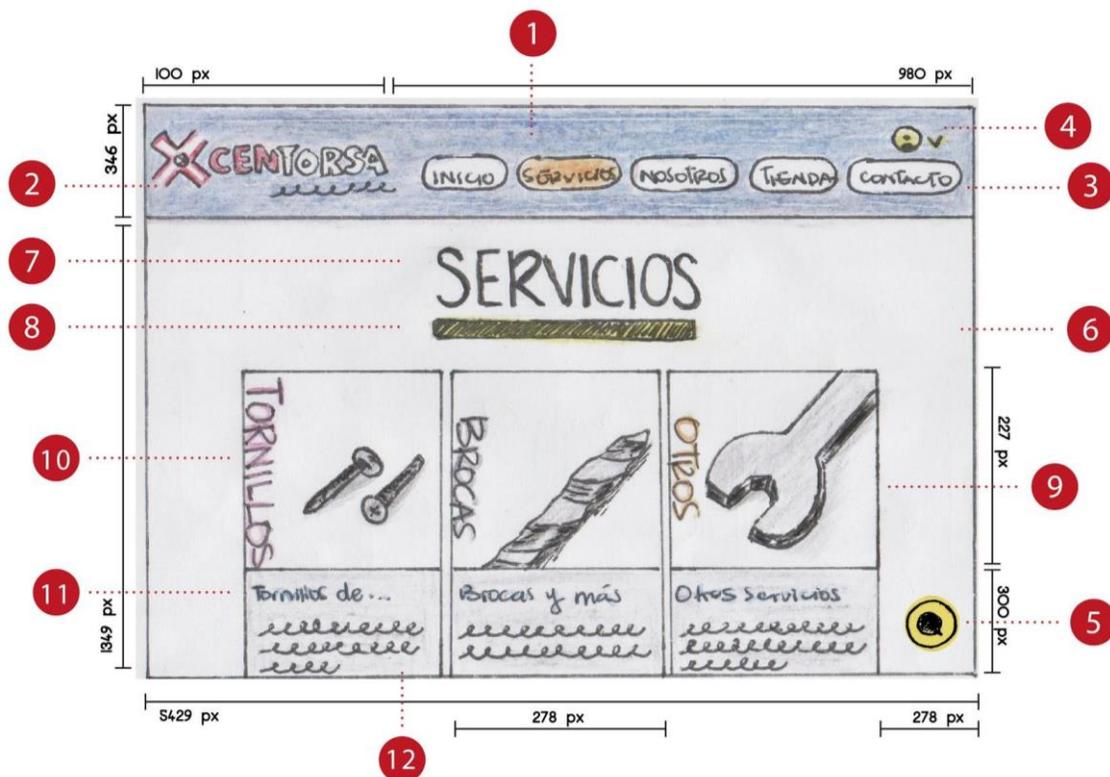
### Interpretación.

- |  |  |
|--|--|
| 1. Encabezado.   | 5. Icono de atención al cliente.             |
| 2. Imagotipo de CENTORSA.  | 6. Icono de desplazamiento.                  |
| 3. Botones del menú (inicio, servicios, nosotros, tienda, contacto). | 7. Fondo (video).                            |
| 4. Icono de usuario.   | 8. Título (tornillos de construcción y más). |

**Descripción.** Se propone un diseño dinámico y funcional para la página de inicio del sitio web de CENTORSA S. A. En la parte superior del encabezado del lado izquierdo se encuentra el imagotipo del negocio, del lado derecho superior se encuentra el menú de botones (inicio, productos o servicios, nosotros y contacto) que se puede visualizar en todas las páginas del sitio web, ya que es un encabezado inmóvil. Se diseña de esta manera para que el usuario tenga mejor comodidad al momento de utilizar el menú, como punto focal en el fondo se encuentra un video de 10 segundos (el cual se vuelve a reproducir cuando se regresa a la misma página principal) junto a una pequeña frase memorable al principio del video. Además, en la parte inferior del lado derecho se encuentra un pequeño icono de ayuda a atención al cliente de forma circular.

El imagotipo tiene el color original pero con un fondo de color negro, en el menú la franja del encabezado es de color azul profundo. Las letras que describen el menú son de color blanco, para el elemento focal del centro se encuentra el video, que contiene colores suaves que hacen énfasis en los movimientos de los materiales que se presentan. La frase memorable tiene un estilo de tendencia tipográfica de fuentes de contorno, la cual hace resaltar a la misma como mensaje principal y el icono de servicio al cliente tiene color negro y amarillo.

### 7.3.1.2 Propuesta de página de servicios.



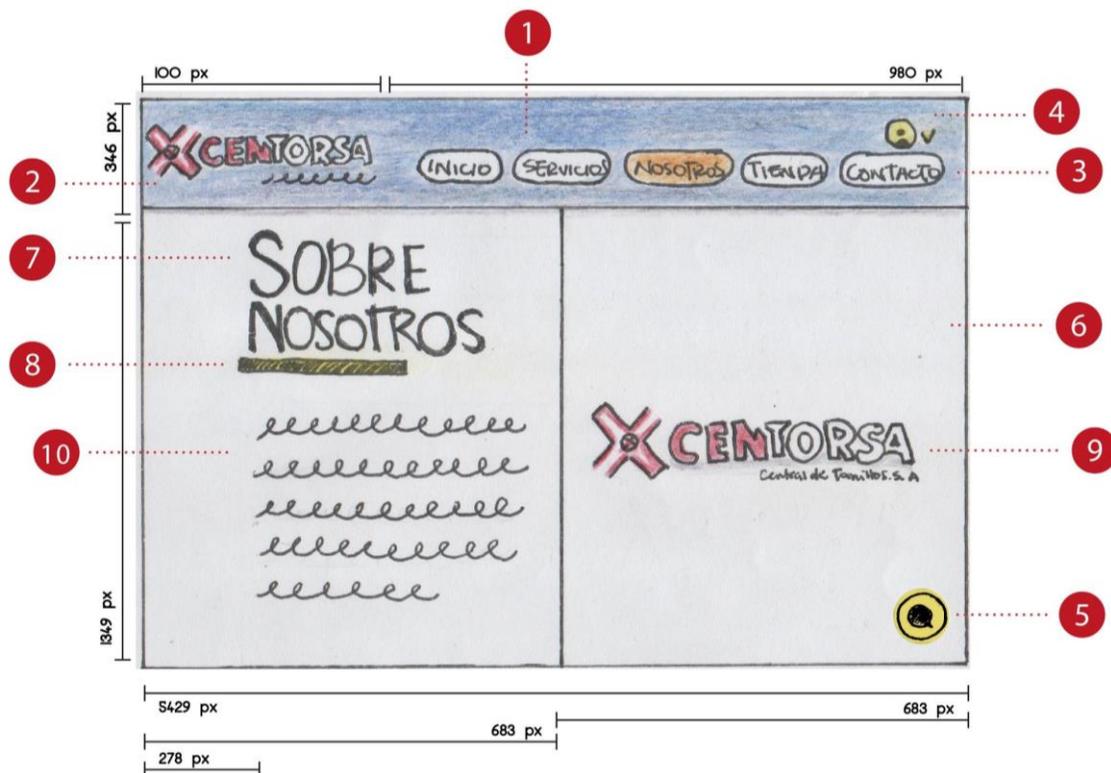
#### Interpretación.

- |    |   |     |                            |
|----|---|-----|----------------------------|
| 1. | Encabezado.   | 6.  | Fondo (blanco).            |
| 2. | Imagotipo de CENTORSA.  | 7.  | Título (servicios).        |
| 3. | Botones del menú (inicio, servicios, nosotros, tienda, contacto). | 8.  | Pleca.                     |
| 4. | Icono de usuario.   | 9.  | Fotografía del producto.   |
| 5. | Icono de atención al cliente.                                     | 10. | Título corto del producto. |
|    |   | 11. | Título del producto.       |
|    |   | 12. | Descripción del servicio.  |

**Descripción.** En el diseño de la página de servicios se decide realizar un estilo minimalista asimismo con las otras páginas del sitio web de CENTORSA. El estilo se conserva a lo largo del sitio web, dentro del espacio central se encuentran tres cajas de información, con una breve descripción y fotografías que ejemplifican cada título.

Esta página es creada para informar al usuario sobre los productos y servicios que brinda la empresa CENTORSA de forma resumida, quiere decir, que las imágenes y las cajas de texto no llevan a ningún enlace extra.

### 7.3.1.3 Propuesta de página de nosotros.

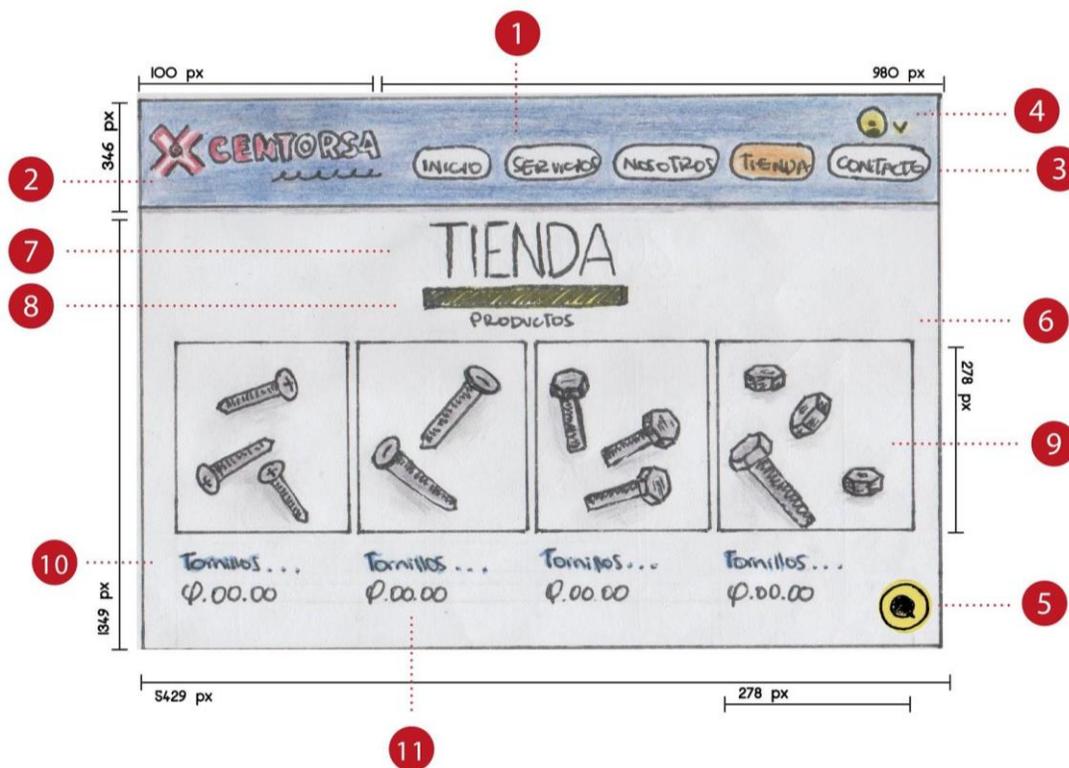


#### Interpretación.

- |    |   |     |                          |
|----|---|-----|--------------------------|
| 1. | Encabezado.   | 6.  | Fondo (blanco e imagen). |
| 2. | Imagotipo de CENTORSA.  | 7.  | Título (sobre nosotros). |
| 3. | Botones del menú (inicio, servicios, nosotros, tienda, contacto). | 8.  | Pleca.                   |
| 4. | Icono de usuario.   | 9.  | Imagotipo de CENTORSA.   |
| 5. | Icono de atención al cliente.                                     | 10. | Texto descriptivo.       |

**Descripción.** Dentro de la propuesta de la página de nosotros, en el centro del lado izquierdo, se encuentra un poco sobre la historia y de los valores de la empresa CENTORSA, del lado derecho se coloca el imagotipo y una fotografía de unos de los productos que brinda el negocio. Esta página tiene el propósito de dar a conocer a los usuarios sobre la historia, valores, misión y visión del negocio, de esta forma CENTORSA se acerca más y crea confianza con el grupo objetivo (esta página no dirige a ningún sitio o link).

### 7.3.1.4 Propuesta de página de tienda.

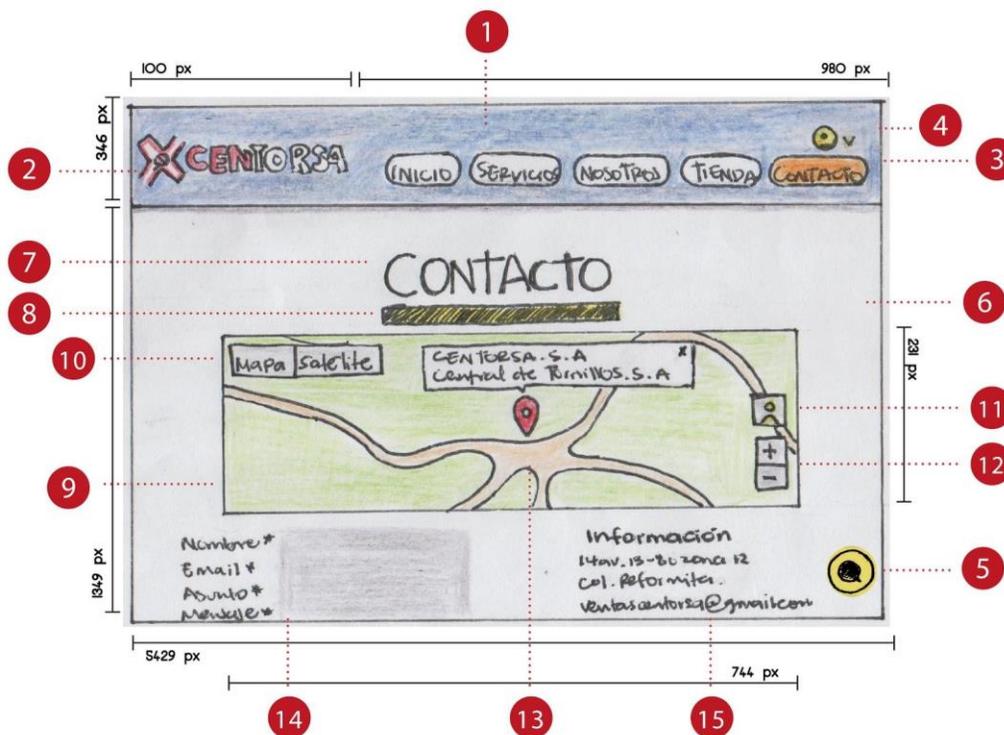


#### Interpretación.

- |    |   |     |                           |
|----|---|-----|---------------------------|
| 1. | Encabezado.   | 6.  | Fondo (blanco).           |
| 2. | Imagotipo de CENTORSA.  | 7.  | Título (tienda).          |
| 3. | Botones del menú (inicio, servicios, nosotros, tienda, contacto). | 8.  | Pleca.                    |
| 4. | Icono de usuario.   | 9.  | Fotografía del producto.  |
| 5. | Icono de atención al cliente.                                     | 10. | Título del producto.      |
|    |   | 11. | Descripción del producto. |

**Descripción.** Dentro del diseño de la página de productos, en el centro se encuentra en formato pequeño la galería de los diferentes productos que maneja CENTORSA, junto con una caja de texto con el título del producto. Al pasar el mouse encima de la imagen de forma rápida permite ver otra imagen relacionada al producto (esto da a entender que al hacer clic sobre la imagen da la opción para más información y ver más imágenes del producto de interés). El estilo minimalista de la página y las imágenes permiten al usuario navegar sin ningún problema por todo el sitio web.

### 7.3.1.5 Propuesta de página de contacto.

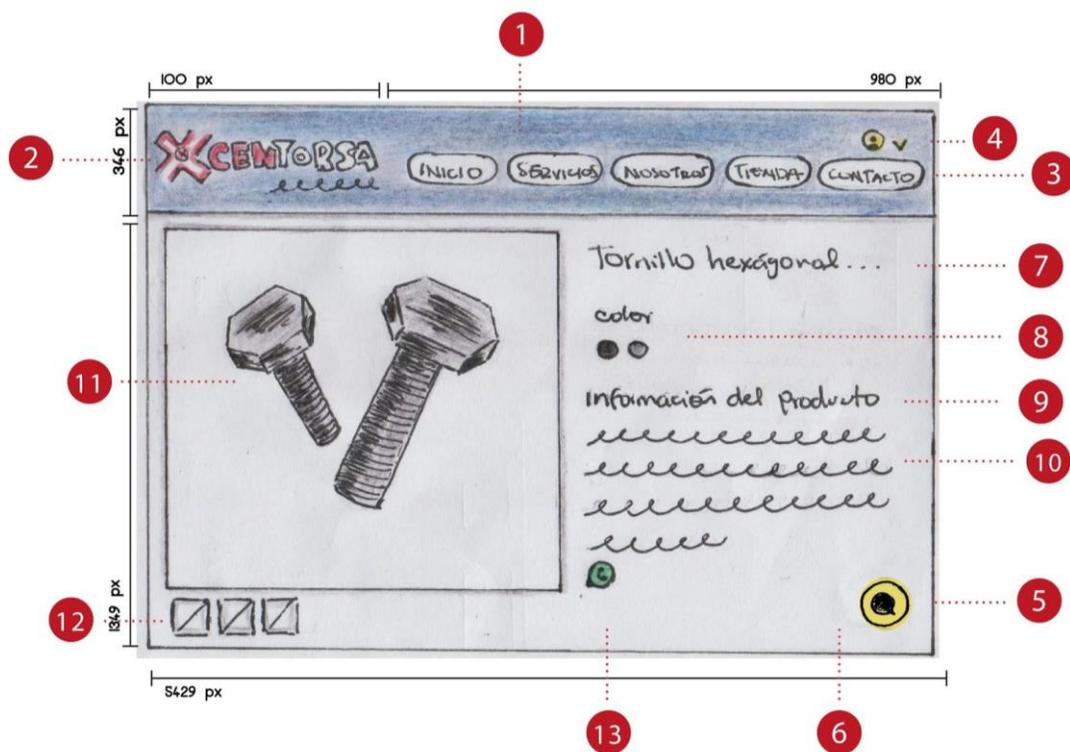


#### Interpretación.

- |    |   |     |   |
|----|---|-----|---|
| 1. | Encabezado.   | 10. | Mapa / Satelite.  |
| 2. | Imagotipo de CENTORSA.  | 11. | Visualizador.   |
| 3. | Botones del menú (inicio, servicios, nosotros, tienda, contacto). | 12. | Acercar y alejar.   |
| 4. | Icono de usuario.   | 13. | Ubicación de CENTORSA.  |
| 5. | Icono de atención al cliente.                                     | 14. | Formulario de correo (para los clientes que necesitan información sin trasladarse a otra página). |
| 6. | Fondo (blanco).   | 15. | Información escrita (dirección, correo, número telefónico).                                       |
| 7. | Título (tienda).  |     |   |
| 8. | Pleca.  |     |   |
| 9. | Gráficos del mapa.  |     |   |

**Descripción.** En la página de contacto, en el centro se encuentra un mapa de ubicación de la empresa CENTORSA, el cual está vinculado a Google Maps para facilitar la ubicación a los usuarios, en el lado inferior izquierdo se encuentra la sección de formulario de ingreso de correo para que los clientes escriban desde la página de CENTORSA, para solicitar información o escribir sobre alguna duda sin dirigirse a otra página o link. En el lado inferior derecho se encuentra la información precisa de contacto del negocio (dirección exacta, número telefónico, correo y demás información).

### 7.3.1.6 Propuesta de página de visualización del producto.

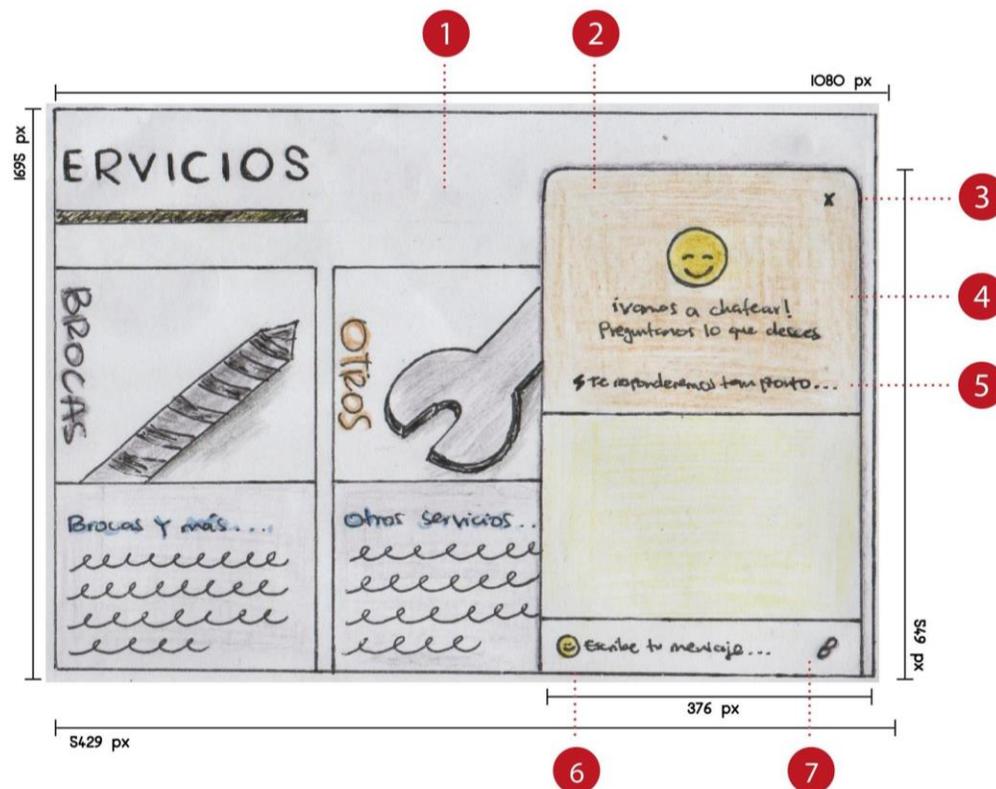


#### Interpretación.

- |  |                                    |
|--|------------------------------------|
| 1. Encabezado.   | 7. Título del producto.            |
| 2. Imagotipo de CENTORSA.  | 8. Color.                          |
| 3. Botones del menú (inicio, servicios, nosotros, tienda, contacto). | 9. Información del producto.       |
| 4. Icono de usuario.   | 10. Descripción del producto.      |
| 5. Icono de atención al cliente.                                     | 11. Fotografía del producto.       |
| 6. Fondo (blanco).   | 12. Más fotos en diferente ángulo. |
|  | 13. Icono de WhatsApp.             |

**Descripción.** En la página de visualización de producto (se encuentra al momento de darle clic sobre la imagen del producto de interés, esto dentro de la página de la tienda). En el lado izquierdo, en el centro, aparece la foto principal destacada del producto, debajo de la foto principal se encuentra una serie de fotografías en miniatura de diferentes ángulos del producto para que los usuarios tengan más opciones de visualización. Del lado derecho en el centro está el título del producto, el color del material, descripción del producto y el icono de WhatsApp (para dirigirse al contacto de CENTORSA de forma más rápida).

### 7.3.1.7 Propuesta del botón de chat.



#### Interpretación.

- |  |                                     |
|--|-------------------------------------|
| 1. Página web.                         | 5. Mensaje de respuesta automática. |
| 2. Caja de chat.                       | 6. Frase (escribe tu mensaje).      |
| 3. Icono de salida de la caja de chat. | 7. Icono de archivos.               |
| 4. Mensaje de atención al cliente.     |                                     |

**Descripción.** En la propuesta del botón de chat (se encuentra al momento de darle clic al icono que está fijo del lado inferior derecho del sitio web). Su diseño es llamativo y amigable con el usuario, contiene un mensaje automático que le va a informar al usuario que se le responderá tan pronto como sea posible.

### 7.3.1.8 Propuesta visualización de icono de usuario.



#### Interpretación.

1. Fondo (página web).
2. Ventana usuario (mi cuenta, log out o salir).

**Descripción.** En la propuesta de visualización del icono de usuario (se encuentra al momento de darle clic al icono que está fijo junto al menú del lado superior derecho del sitio web), se despliega una pequeña pestaña la cual muestra dos opciones para el usuario (mi cuenta y log out) la función de la primera es redireccionar al usuario a su cuenta (en donde se puede modificar la información del usuario) y la otra opción es salir del modo usuario.

### 7.3.1.9 Propuesta de página de usuario.



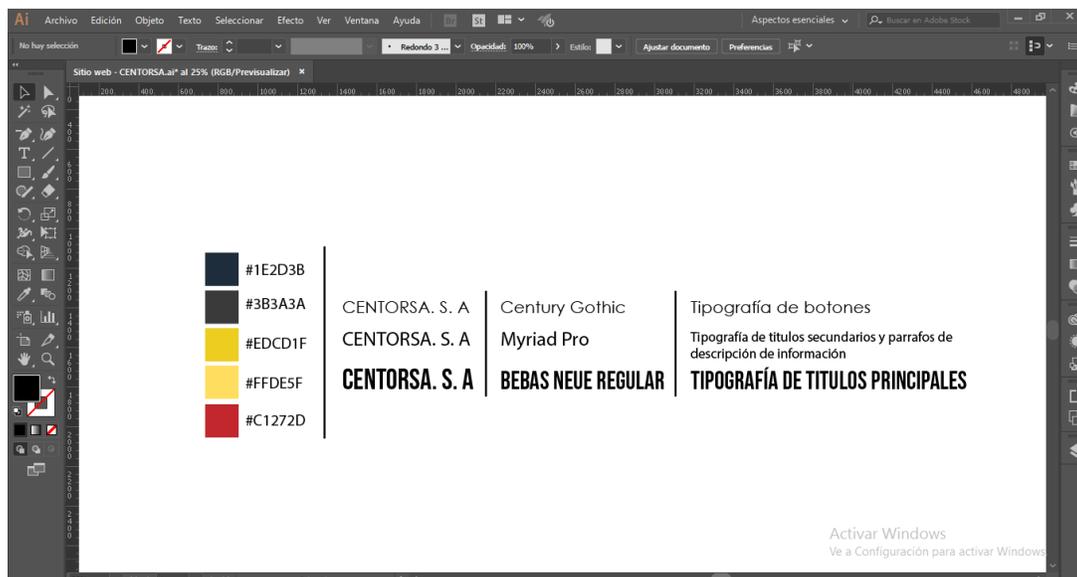
#### Interpretación.

- |  |                                  |
|--|----------------------------------|
| 1. Encabezado.   | 6. Más opciones (editar perfil). |
| 2. Imagotipo de CENTORSA.  | 7. Foto y nombre de usuario.     |
| 3. Botones del menú (inicio, servicios, nosotros, tienda, contacto). | 8. Pleca.                        |
| 4. Icono de usuario.   | 9. Información.                  |
| 5. Icono de atención al cliente.                                     | 10. Cuenta de email.             |
|  | 11. Espacio para el nombre       |
|  | 12. Espacio para el apellido.    |

**Descripción.** En la propuesta de página de usuario, se encuentra al momento de darle clic a la pestaña desplegable (en la opción de mi cuenta), en donde el usuario puede personalizar este espacio para guardar información de los productos, entre otros. Tiene la opción de cambiar fotografía de perfil y de portada, además de colocar su nombre de usuario y su correo electrónico.

## 7.3.2 Proceso de digitalización de bocetos.

### 7.3.2.1 Guía de colores y fuentes tipográficas para el diseño del sitio web de CENTORSA.

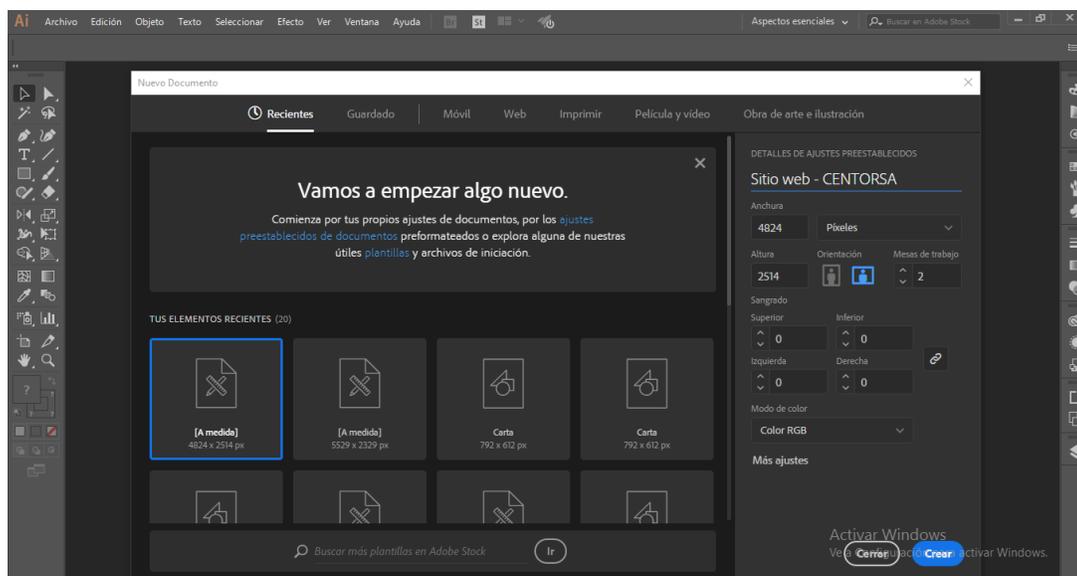


Para crear el sitio web se debe tomar en cuenta la guía de los colores y las tipografías que se utilizan dentro del diseño del sitio web de CENTORSA para emplearlos correctamente.

Se programa una sesión de fotografías de los productos y servicios para la empresa, previo a la digitalización del sitio web (Ver anexo D).

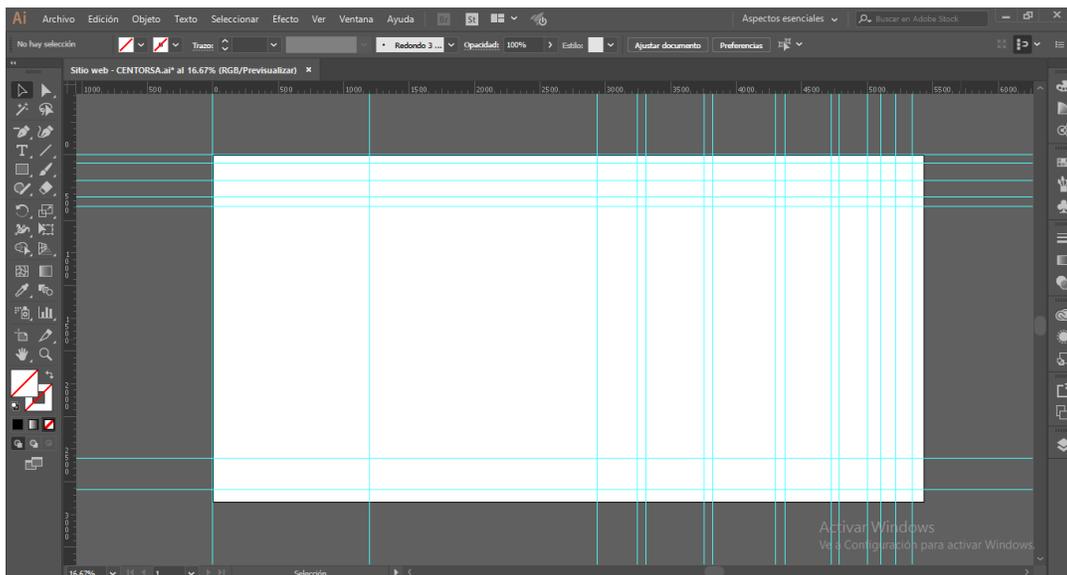
### 7.3.2.2 Creación de documento para el diseño del sitio web de CENTORSA.

#### Paso 1.



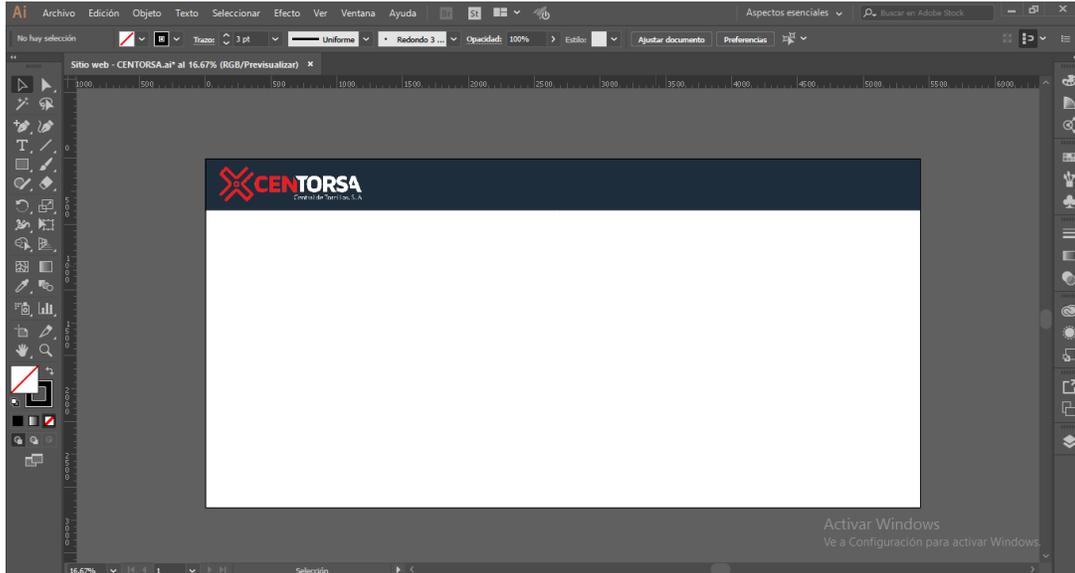
Para crear un nuevo documento se emplea la combinación de teclas  $\text{ctrl} + n$  en el que se genera un cuadro de diálogo para introducir los datos deseados para el documento. Se utiliza como base un lienzo web “4824 px x 2514 px” como tamaño de unidad en RGB.

## Paso 2.



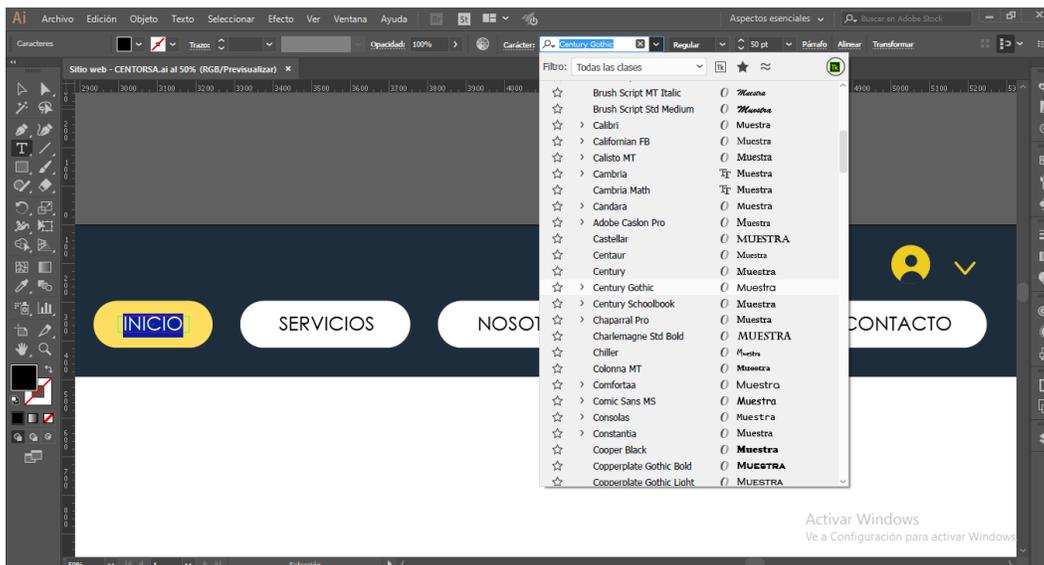
Antes de empezar a diseñar, se crean líneas guías en donde se emplea la combinación de teclas  $\text{ctrl} + \text{r}$ , se generan reglas a los lados del documento de esta forma se pueden lograr resultados de proporción más simétricos en la edición de elementos vectoriales, asimismo se colocan dentro de una nueva capa cada regla. Estas guías son bases para realizar la plantilla del encabezado y botón de chat fijos del sitio web de CENTORSA.

### Paso 3.



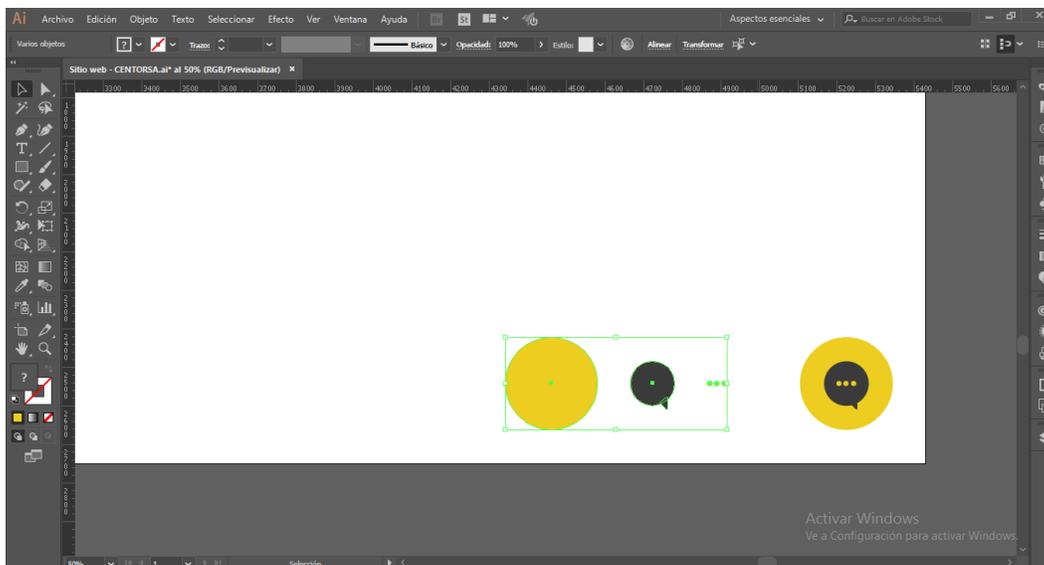
El encabezado contiene: menú (home o inicio, productos o servicios, nosotros, contacto) y el icono del servicio al cliente que se encuentra en la parte inferior derecha del sitio web. Pero antes se debe realizar un rectángulo de 4824 px x 394 px con el código de color #1E2D3B, para luego colocar el imotipo en png del lado superior izquierdo del sitio web.

#### Paso 4.



Se colocan los respectivos nombres de cada botón (inicio, servicios, nosotros, tienda, contacto), en donde se utiliza la tipografía de Century Gothic (regular).

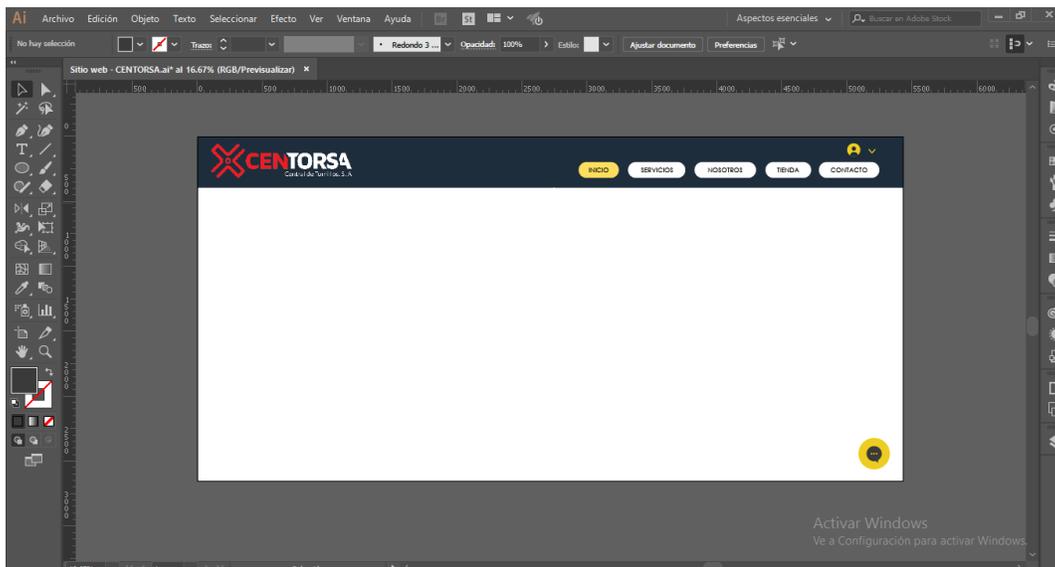
#### Paso 5.



En la creación del icono del servicio al cliente se realizan 2 círculos uno grande con código de color #EDCD1F y otro pequeño con código de color #3B3A3A (en su

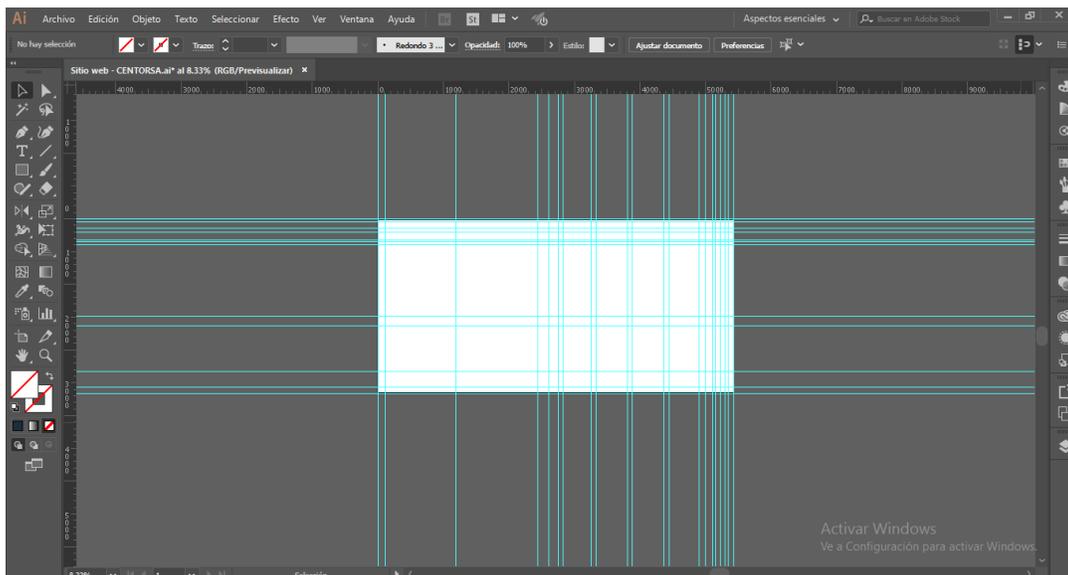
interior se encuentran 3 círculos con el mismo color que el círculo grande, para finalmente agrupar todo.

### *Paso 6.*



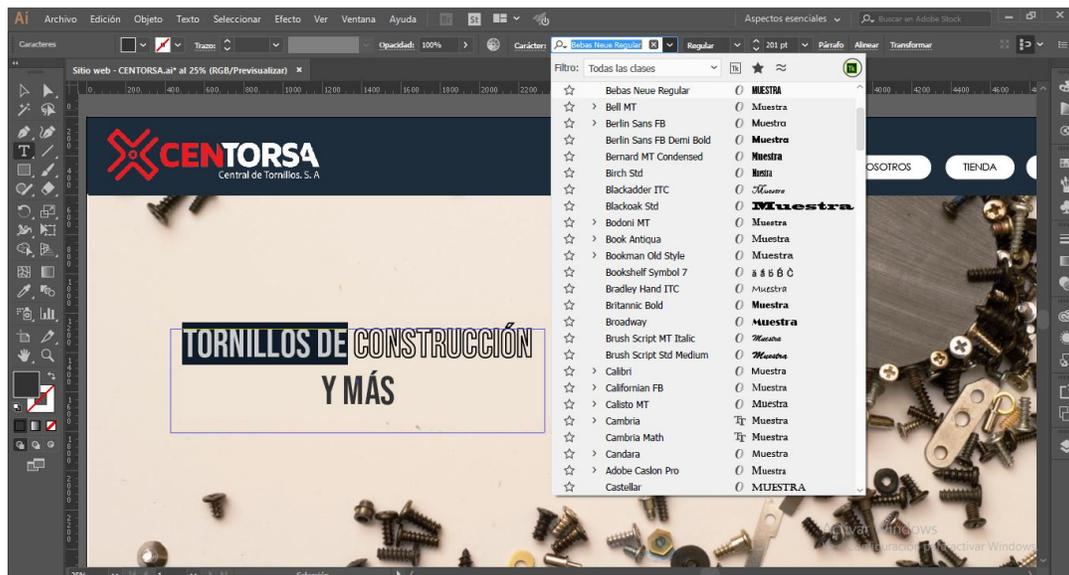
La plantilla de encabezado y botón de servicio al cliente debe ir implementado en todas las páginas del sitio web de CENTORSA, quiere decir que este permanece inmóvil, estable y sin ninguna modificación excepto el cambio de color de botón al pasar de una página web a otra.

## Paso 7.



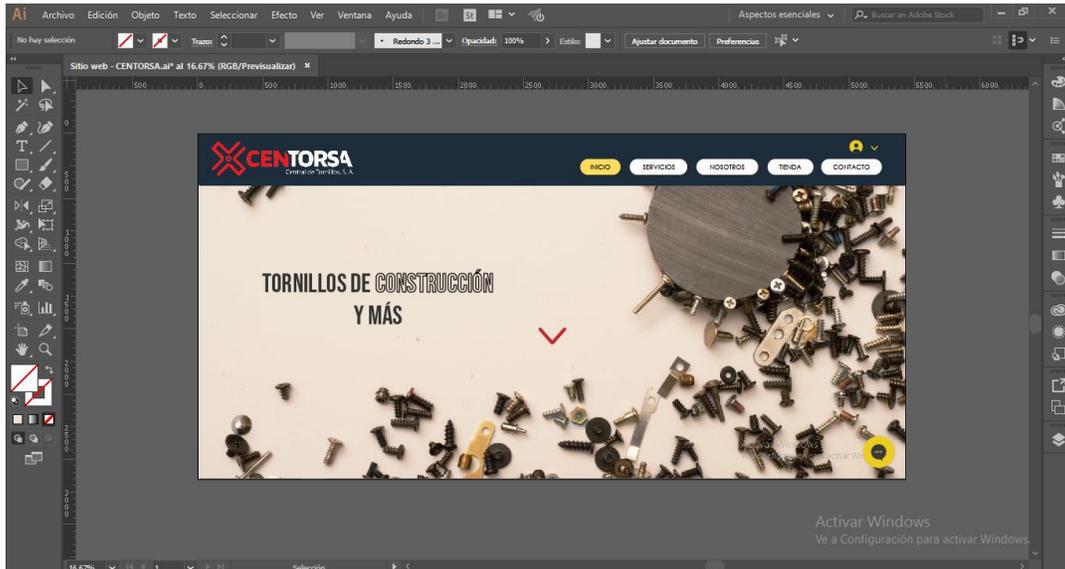
Se crean nuevas guías para la diagramación de la página de inicio, las cuales se combinan con las guías de la plantilla del encabezado y botón de servicio al cliente.

## Paso 8.



En la página de inicio, en el fondo se coloca la imagen estática del video que se reproduce al momento de entrar a la página de inicio. El texto publicitario se ve reflejado casi al final del video, este se trabaja con tipografía Bebas Neue Regular, junto con la técnica de fuentes de contorno.

### Paso 9.



En el centro de la pantalla se coloca un icono de flecha hacia abajo, tiene como función conducir a la siguiente página deslizando la vista del usuario hacia abajo para continuar navegando por el sitio web.

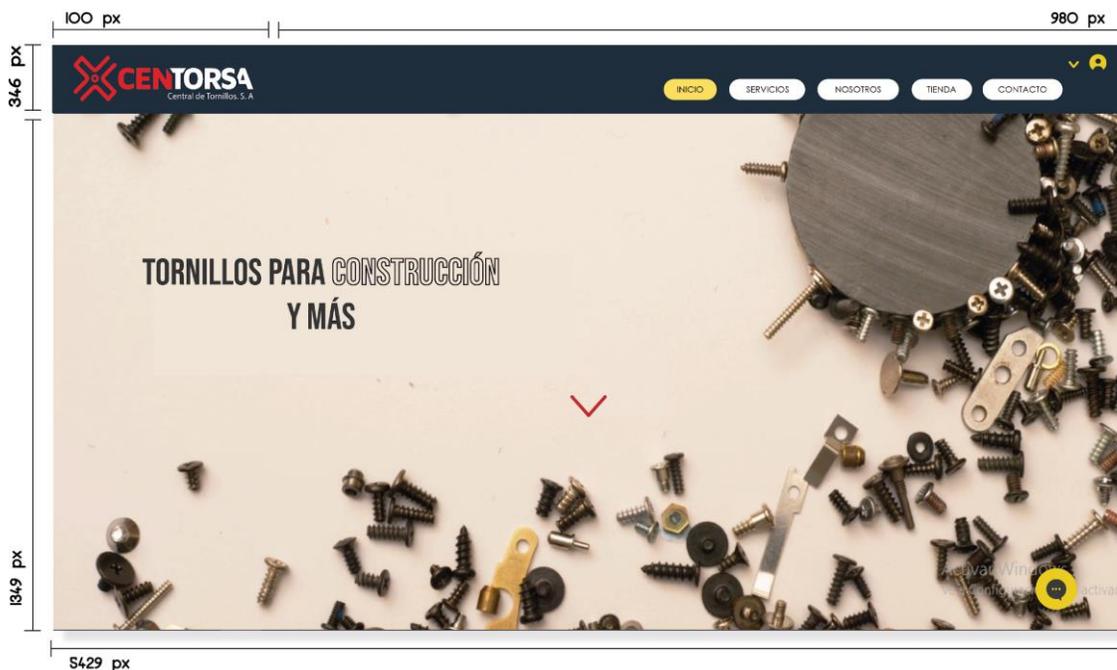
## 7.4 Propuesta preliminar

### 7.4.1 Diagrama de páginas del sitio web de CENTORSA.



Para mejor comprensión del sitio web se realiza un diagrama de navegación en donde se detalla el orden de las páginas del sitio web de CENTORSA.

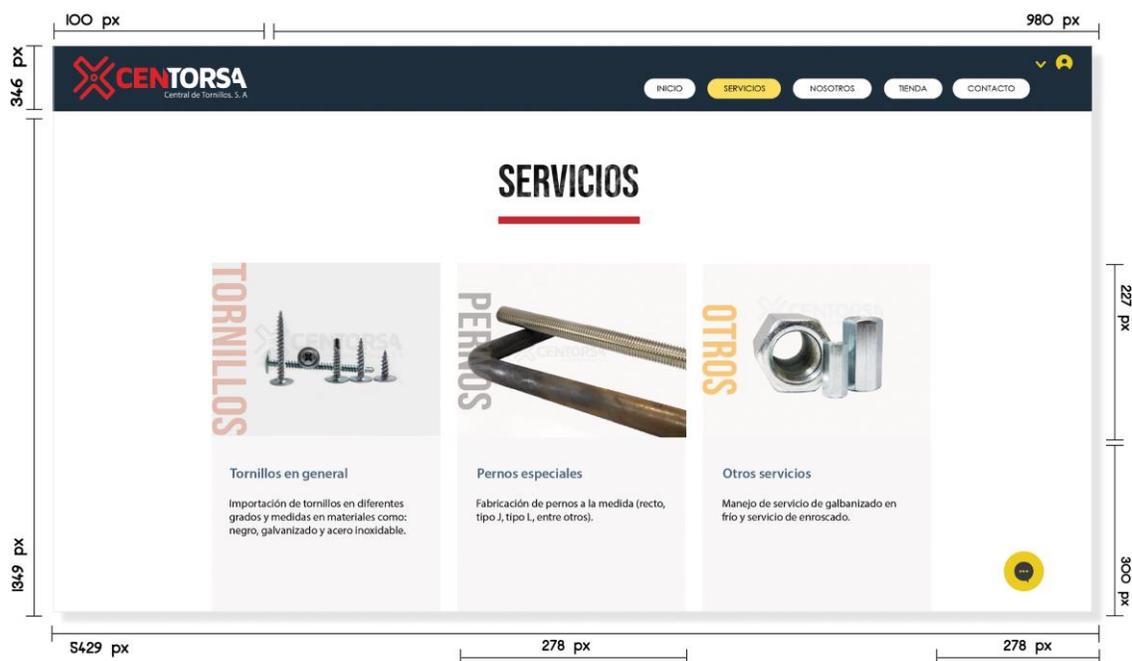
## 7.4.2 Propuesta preliminar de página de inicio.



En la página de inicio del sitio web de CENTORSA, se encuentra el encabezado que contiene el imagotipo del negocio, botones de navegación (que cambian de color para guiar o indicar donde se encuentra el usuario) e icono de usuario en color amarillo al igual que el botón de chat del lado inferior derecho. En el centro se visualiza un video con un fondo de color suave que hace contraste y enfoque a los movimientos del imán y diferentes tipos de tornillos en distintos colores, en donde también se destaca un mensaje en color gris oscuro al final (el cual se repite junto con el video automáticamente al regresar a inicio), se utiliza la técnica de fuentes de contorno para el mensaje corto que aparece durante el video.

En la parte del centro inferior se encuentra una flecha hacia abajo de color rojo que guía al usuario al siguiente botón (servicios), esto para que los usuarios que visiten el sitio web puedan navegar con fluidez y en orden.

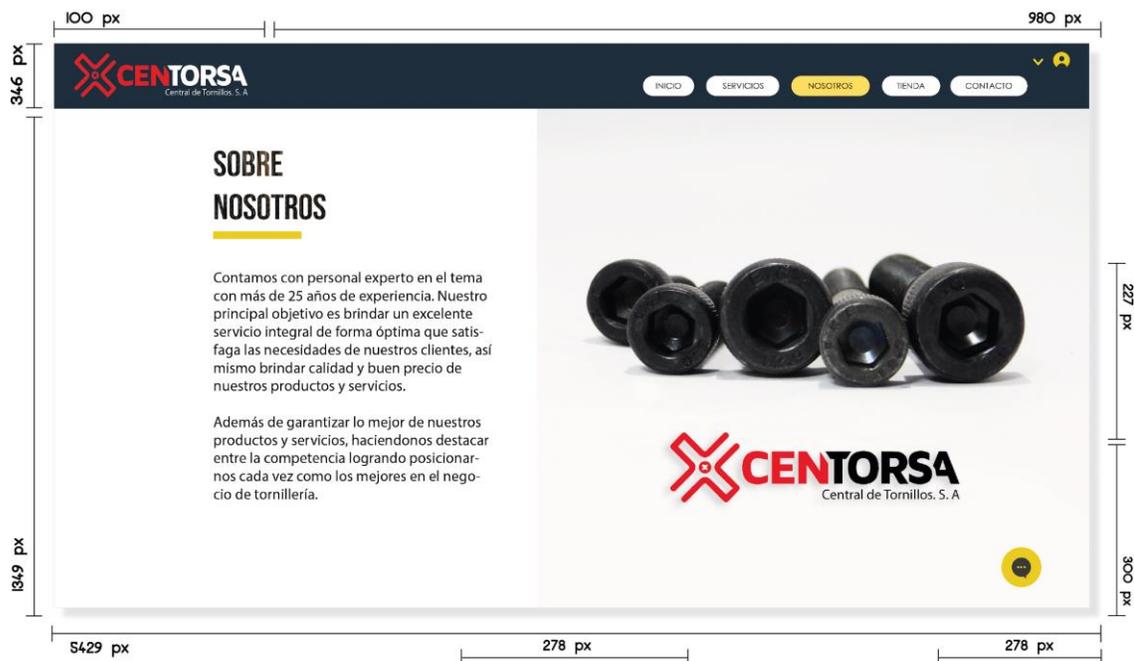
### 7.4.3 Propuesta preliminar de página de servicios.



En la página de servicios del sitio web de CENTORSA, en el centro en la parte superior se encuentra el título servicios con la técnica de enmascaramiento de texto y una pleca de color rojo, en el centro se visualizan tres columnas que abarcan la mayor parte del espacio, dentro de estas tres columnas se informa sobre los servicios de tornillería que ofrece la empresa Central de Tornillos S.A. El diseño de los servicios se basa en la fotografía minimalista del producto o servicio a mencionar que contiene una marca de agua de color gris semitransparente del imagotipo de CENTORSA (para estipular que las fotografías utilizadas dentro del sitio web son exclusivamente para la empresa), junto a un título semitransparente que ayuda a identificar cada imagen de forma creativa.

Dentro de la caja de descripción del producto o servicio se encuentra un título más completo en color azul, junto a una breve descripción del producto o servicio en color negro, esto para introducir e informar al usuario.

#### 7.4.4 Propuesta preliminar de página de nosotros.



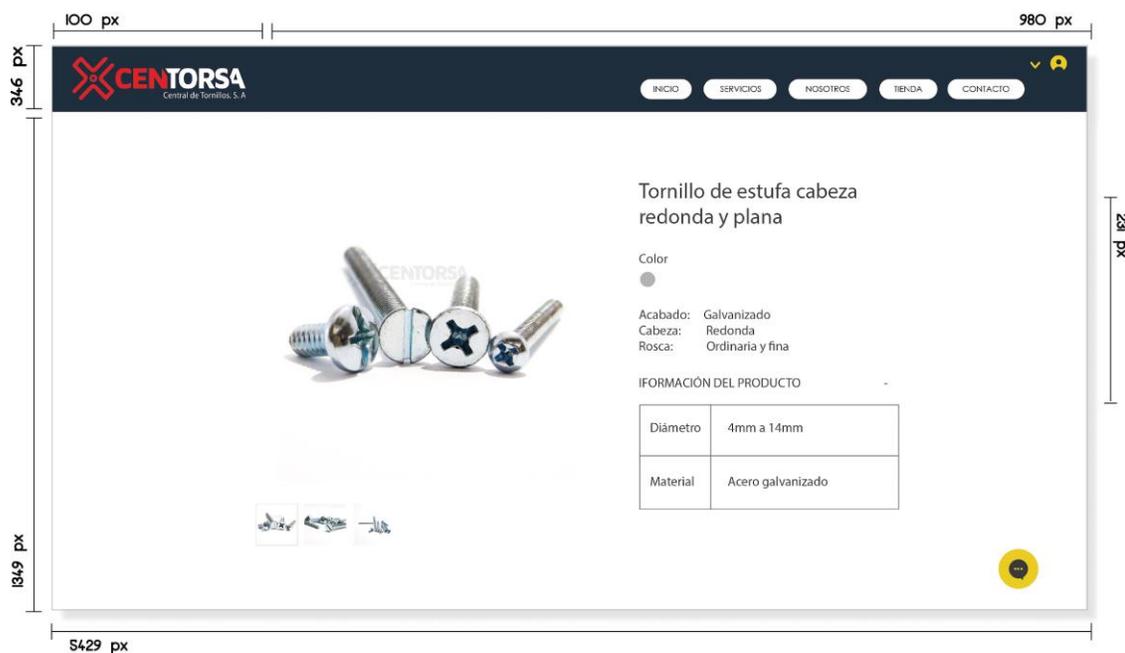
En la página de nosotros del sitio web de CENTORSA, en el lado izquierdo se encuentra el título de sobre nosotros con la técnica de enmascaramiento de texto y una plecta de color amarillo, junto a la breve información (experiencia, misión y visión) de la empresa Central de Tornillos S.A. Del lado derecho se visualiza una fotografía que abarca todo el espacio junto al imogotipo de CENTORSA que se encuentra ubicado en el centro con una leve sombra para dar profundidad a la imagen, la fotografía representa uno de los tornillos más solicitados en donde se aprecian diferentes tamaños y grosores para el área de construcción.

### 7.4.5 Propuesta preliminar de página de tienda.



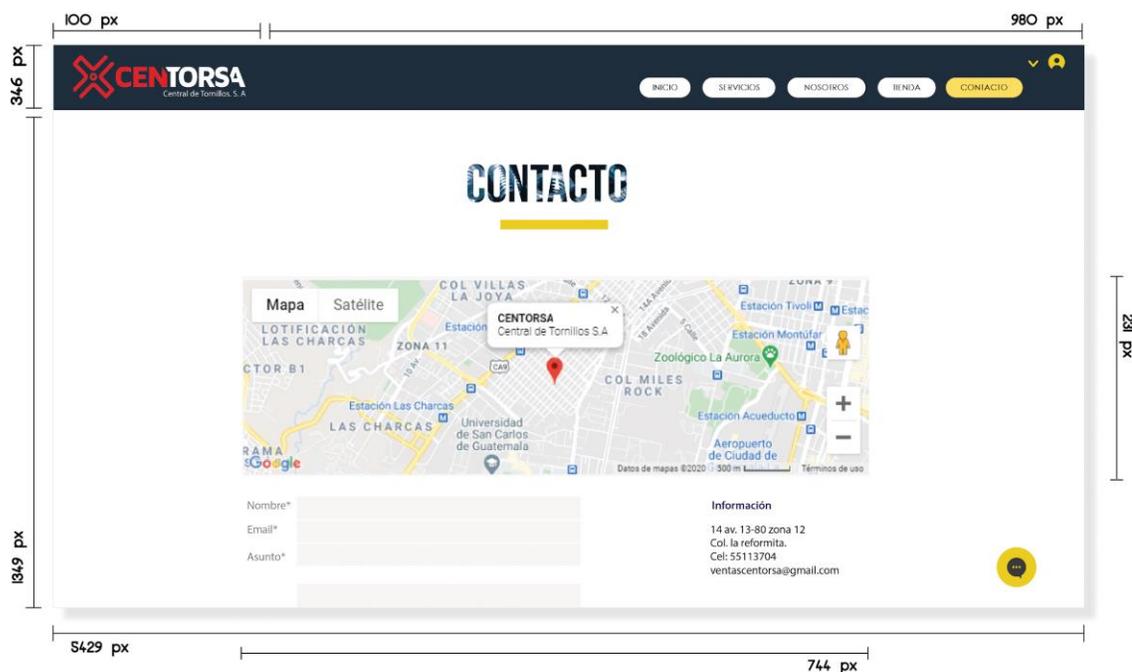
En la página de tienda del sitio web de CENTORSA, en la parte superior del centro se encuentra el título de tienda con la técnica de enmascaramiento de texto y debajo una pleca de color rojo, en el centro se encuentra el diseño de cuatro columnas en las cuales se visualizan los productos de Central de Tornillos S.A. En estas se aprecia el título o nombre de cada tornillo en color azul. Las fotografías minimalistas contienen una marca de agua de color gris semitransparente del imatipo de CENTORSA (para estipular que las fotografías utilizadas dentro del sitio web son exclusivamente para la empresa). Las fotografías de los productos se toman con los requerimientos necesarios para que sean de óptima utilización y resolución, tienen fondo de color blanco y sombras que resaltan la textura, los pequeños detalles y colores del producto, así mismo se cuida la calidad de la imagen para que resalte y el sitio web pueda diferenciarse de la competencia (Ver anexo E).

### 7.4.6 Propuesta preliminar de página de visualización del producto.



En la página de visualización del producto del sitio web de CENTORSA, (aparece al hacer clic sobre la imagen del producto en la página de la tienda), en la parte superior del lado derecho se encuentra el título o el nombre del tornillo, el color, la información y una caja descriptiva del producto. Del lado derecho se visualiza en grande la primera imagen del producto seleccionado, debajo se encuentran en miniatura más fotos del mismo producto en diferentes ángulos para que el usuario tenga más opciones de visualización del producto, además de apreciar detalles, color y forma del producto de interés.

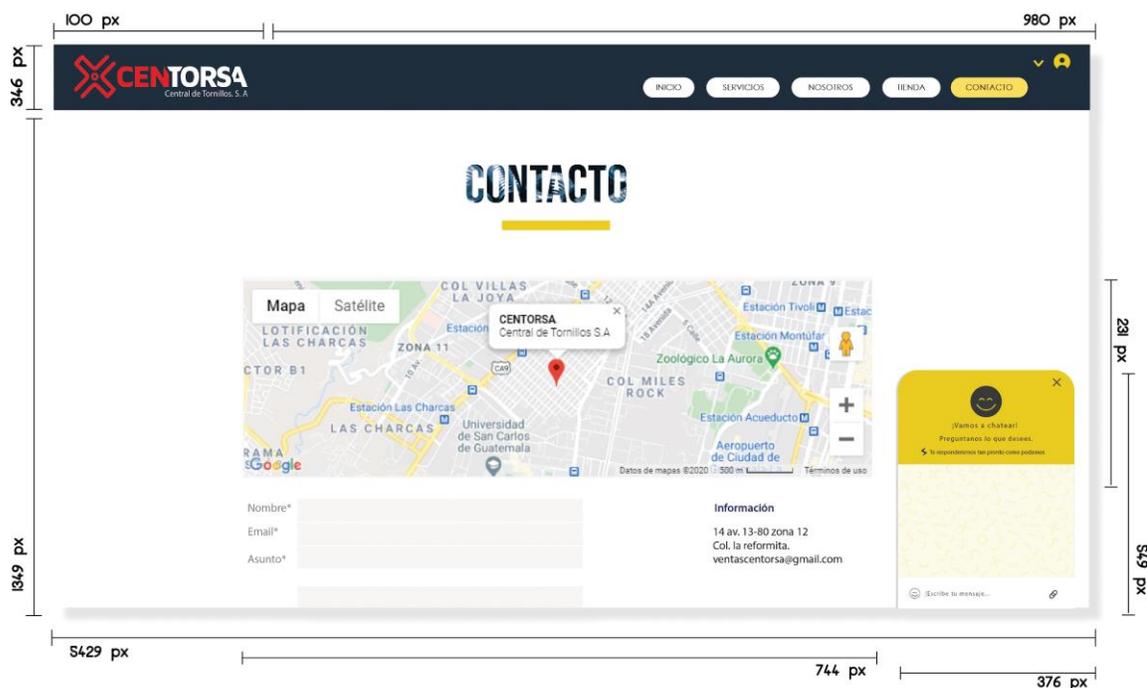
### 7.4.7 Propuesta preliminar de página de contacto.



En la página de contacto del sitio web de CENTORSA, en la parte superior del centro se encuentra el título de contacto con la técnica de enmascaramiento de texto y una pleca de color amarillo, en el centro se visualiza un mapa de la ubicación exacta del sitio web de la Central de Tornillos S.A. dentro del mapa se encuentran herramientas como acercar, alejar y visualizar. Debajo del mapa se encuentra un espacio (nombre, email, asunto y un formulario de correo), para que el usuario escriba al correo de CENTORSA desde la misma página de contacto sin dirigirse a otra página externa, del lado derecho en el centro también se encuentra información de CENTORSA (dirección exacta, número y correo electrónico).

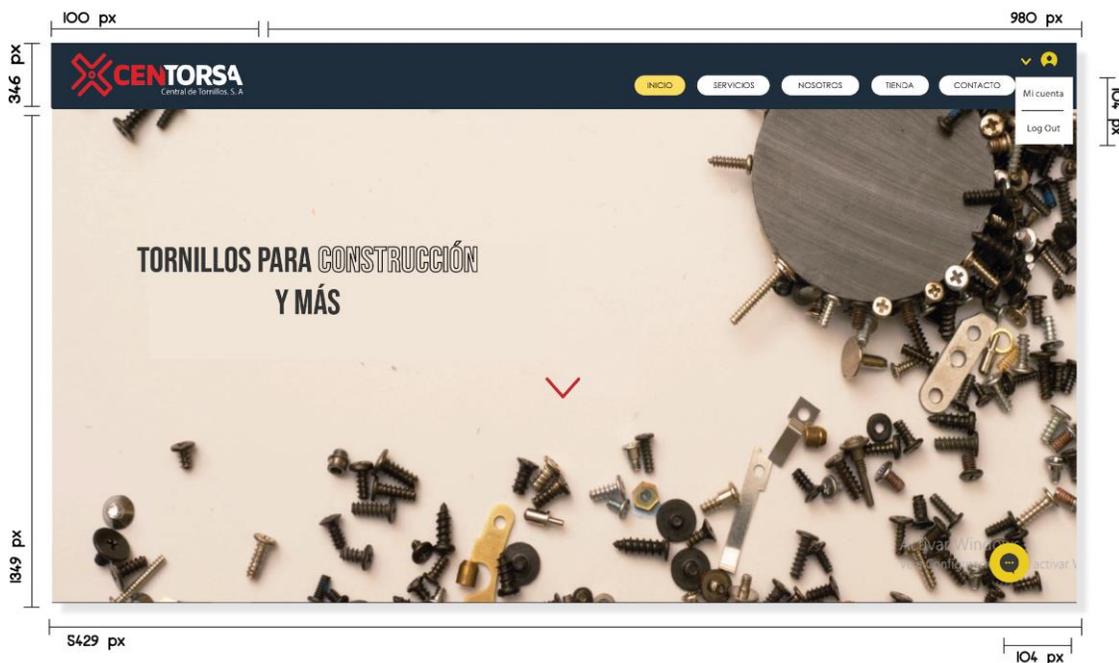
El icono de punto de CENTORSA se encuentra en color rojo, arriba aparece el nombre del negocio en abreviatura junto con el nombre completo del negocio, el botón de visualizar contiene un pequeño icono de representación en color amarillo y los botones de alejar y acercar con un diseño minimalista.

### 7.4.8 Propuesta preliminar de visualización del botón de chat.



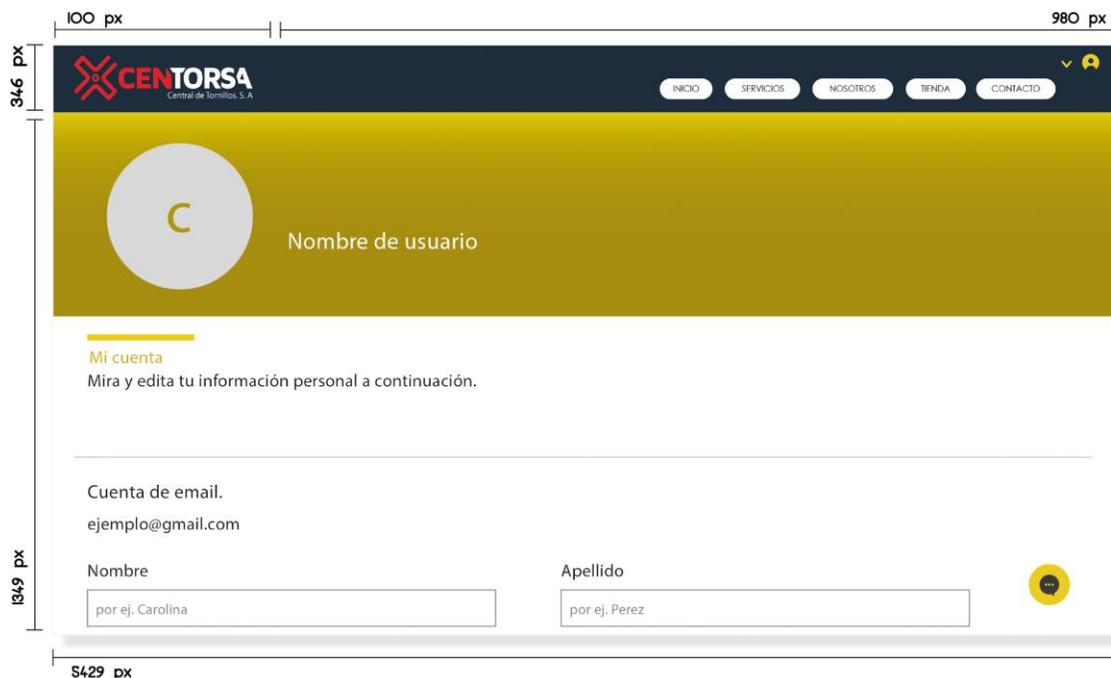
En la visualización del botón de chat del sitio web de CENTORSA, (aparece al hacer click sobre el botón de chat que se encuentra fijo del lado derecho inferior del sitio web). El diseño es llamativo para el usuario, contiene un mensaje automático que le informa al usuario que se le responderá tan pronto como sea posible. La caja que aparece es de color amarillo con un mensaje (vamos a chatear, pregúntanos lo que desees y te responderemos tan pronto como podamos), el cual tiene un fondo dinámico y simétrico con un amarillo tenue. Abajo aparece una caja de texto (escribe tu mensaje) junto a esto aparece una pequeña cara que representa la opción emojis y el símbolo que se encuentra del lado derecho es para que los usuarios adjunten documentos o fotografías.

### 7.4.9 Propuesta preliminar de visualización del icono de usuario.



En la visualización del icono del sitio web de CENTORSA, (aparece al hacer clic sobre icono de usuario). En donde aparece una pequeña pestaña desplegable que contiene dos opciones para el usuario (mi cuenta y log out o salida). Esta caja desplegada es de color blanco con división para los botones de mi cuenta. El botón de usuario se dirige a la página de usuario en donde el usuario puede editar su información y entre otros. En cambio, el botón de salida sirve para que el usuario abandone el modo de usuario dentro del sitio web de CENTORSA.

### 7.4.10 Propuesta preliminar de página de mi cuenta.



En la página de mi cuenta del sitio web de CENTORSA, (aparece al hacer clic sobre opción de mi cuenta). El usuario puede personalizar este espacio para guardar información sobre los productos que se manejan dentro del sitio web de CENTORSA, entre otros. Tiene la opción de cambiar de fotografía de perfil y portada, además de colocar su nombre de usuario y su correo electrónico. Dentro del espacio de la página de usuario, se encuentra un círculo (antes de colocar una fotografía del usuario) aparece un espacio con la inicial del usuario adjunto se encuentra el espacio para colocar el nombre, en la portada (antes de colocar una fotografía) se encuentra una caja en degradé de color amarillo, en la descripción se encuentra el correo electrónico del usuario, en caso de querer cambiar información abajo se ubica un espacio para los datos del usuario.

#### 7.4.11 Visualización de todas las páginas del sitio web de CENTORSA.



Visión en picada de todas las páginas del sitio web de CENTORSA. Sitio web de la Central de Tornillos S.A: <https://centorsagt.wixsite.com/centorsa>

## **Capítulo VIII: Validación técnica**

## Capítulo VIII: Validación técnica

Luego de elaborar la propuesta preliminar de diseño para el sitio web para la empresa Central de Tornillos S.A - CENTORSA-. se procedió a realizar la validación técnica en función a los requerimientos del cliente, los objetivos del proyecto y su funcionalidad.

### 8.1 Población y muestreo

Al diseñar el sitio web de CENTORSA, se consideró implementar un proceso de validación mediante una herramienta que se adapte a fin de evaluar aspectos de comunicación y diseño necesarios para el proyecto.

La población utilizada para la validación del sitio web de CENTORSA fue un total de veintiún personas del género femenino y masculino entre edades de 35 a 45 años de nivel socioeconómico C1 y C2. Se toman en cuenta 3 grupos que evalúan y validan el sitio web de CENTORSA, los cuales son:

- El cliente.
- El grupo objetivo.
- Los especialistas en comunicación y Diseño.

**8.1.1 Grupo Objetivo.** El grupo objetivo son veinte personas que validan el proyecto, quienes son profesionales dentro del sector de ventas, financiero, comercial, marketing, entre otros. Con edades de 35 a 45 años que trabajan en el área de construcción, que necesitan la compra de los productos y servicios para utilizarlos dentro de sus proyectos.

**8.1.2 Especialistas en comunicación y Diseño.** La validación del proyecto se realizó con cinco expertos en las áreas de comunicación y diseño:

1. Ingrid Ordoñez, Mercadóloga.
2. Guillermo Letona, Licenciado en publicidad.

3. Carlos Franco, Comunicador.
4. Lourdes Donis, Comunicadora y fotógrafa.
5. Wendy franco, Licenciada en comunicación y diseño.

**8.1.3 Cliente.** Por parte del cliente, la persona que validó este proyecto es la Sra. Rosalinda Sandoval, dueña del negocio Central de Tornillos S. A.

## **8.2 Método e instrumentos**

Para validar la propuesta de diseño se usó como instrumento una encuesta, para obtener resultados objetivos y facilitarle a los encuestados responder a las preguntas planteadas acerca de la propuesta gráfica. Al cliente y grupo objetivo se les entrega impresa la encuesta, por lo que la validación fue de manera presencial (Ver anexo F). La encuesta para los expertos en el área de comunicación y diseño fue enviada digitalmente, para más detalles del formulario electrónico (Ver anexo G).

La encuesta se basa en recopilar información sobre el contenido de diseño del proyecto. En dicha encuesta se hizo un acercamiento con el cliente, el grupo objetivo y los expertos a quienes se les presentó la propuesta de diseño del proyecto para la obtención de resultados que conforman la validación técnica.

Se establece con anterioridad los tres grupos para determinar la metodología de investigación e instrumento que se utilizó para validar y obtener los resultados que permiten dar avance al diseño del sitio web para dar a conocer los productos y servicios que brinda la empresa CENTORSA, de esta forma se verifica el cumplimiento de los objetivos planteados.

**8.2.1 Encuesta.** La encuesta comprende trece preguntas que se dividen en tres partes:

**8.2.1.1 Parte Objetiva.** Responde a los objetivos del proyecto. Está compuesta por cinco preguntas cerradas dicotómicas, que permiten conocer con brevedad las respuestas con un sí o no.

**8.2.1.2 Parte Semiológica.** Responde si los elementos gráficos como el diseño, las fotografías, la diagramación se interpretan correctamente. Está compuesta por cinco preguntas, en esta parte se utiliza la escala de Likert a fin de medir las actitudes.

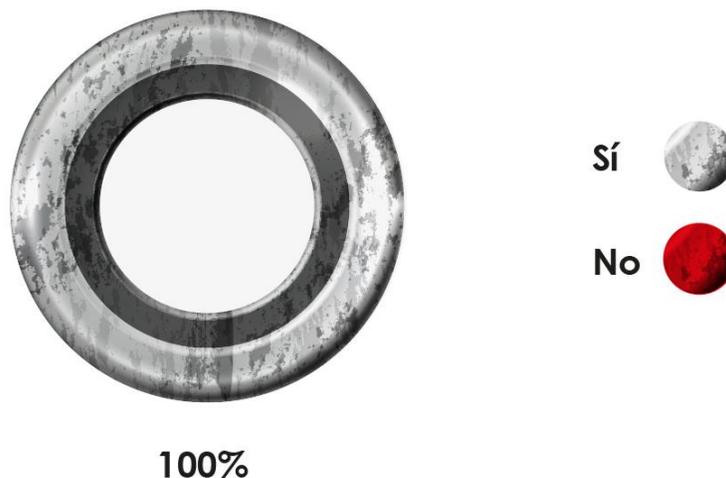
**8.2.1.3 Parte Operativa.** Responde si el proyecto es funcional o no. Para esta parte se hace uso de cuatro preguntas dicotómicas, como también la escala de Likert. De esta forma se analizó de mejor manera la perspectiva de respuesta de los encuestados.

Para evidenciar el proceso de validación y comprobar la veracidad de dicho proceso se tomaron fotografías a los encuestados (Ver anexo H).

### 8.3 Resultados e interpretación de resultados

#### Parte objetiva

- 1 ¿Cree que es necesario diseñar un sitio web para dar a conocer a clientes reales y potenciales los productos y servicios de tornillería que ofrece a clientes reales y potenciales la empresa -Central de Tornillos- S.A?



#### Interpretación:

El 100% de los encuestados cree que es necesario diseñar un sitio web para dar a conocer a clientes reales y potenciales los productos y servicios de tornillería que ofrece a clientes reales y potenciales la empresa CENTORSA. Por lo tanto, se cumple con el primer objetivo específico planteado en este proyecto.

2. A su criterio ¿considera que se debe recopilar información relacionada acerca de los productos y servicios que la empresa CENTORSA ofrece para definir el contenido del material del diseño web?



100%

Sí 

No 

**Interpretación:**

El 100% de los encuestados considera que se debe recopilar información relacionada acerca de los productos y servicios que la empresa CENTORSA ofrece para ayudar a definir de mejor forma el contenido del material del diseño web. Por lo tanto, se cumple con el segundo objetivo específico planteado en este proyecto.

3. **¿Considera que se debe investigar información relacionada a la elaboración de sitios webs, tendencias de diseño y color, para respaldar la propuesta de diseño?**



**100%**

**Sí** 

**No** 

**Interpretación:**

El 100% de los encuestados considera que se debe investigar información relacionada a la elaboración de sitios webs, tendencias de diseño y color, para respaldar la propuesta de diseño para el diseño del sitio web. Por lo tanto, se cumple con el tercer objetivo específico planteado en este proyecto.

4. ¿Cree que se necesita fotografiar los productos y servicios como parte del sitio web de CENTORSA para que las personas tengan una muestra visual de los productos y otros servicios principales que brinda la Central de Tornillos S.A?



Sí 

No 

100%

**Interpretación:**

El 100% de los encuestados cree que es necesario fotografiar los productos y servicios como parte del sitio web de CENTORSA para que las personas tengan una muestra visual de los productos y otros servicios principales que brinda el negocio. Por lo tanto, se cumple con el cuarto objetivo específico planteado en este proyecto.

5. **¿Está de acuerdo con que se proponga diagramar los elementos gráficos bajo jerarquías visuales para que los usuarios puedan navegar de manera dinámica e intuitiva en el sitio web?**



**100%**

**Sí** 

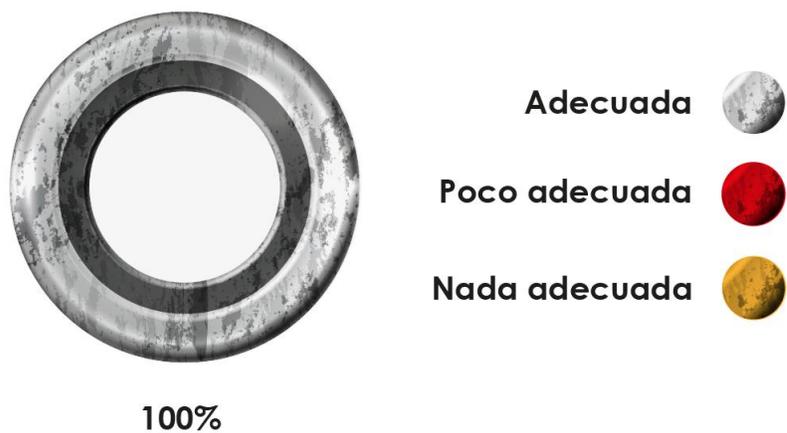
**No** 

**Interpretación:**

El 100% de los encuestados está de acuerdo con que se proponga diagramar los elementos gráficos bajo jerarquías visuales para que los usuarios puedan navegar de manera dinámica e intuitiva en el sitio web. Por lo tanto, se cumple con el quinto objetivo específico planteado en este proyecto.

### Parte semiológica

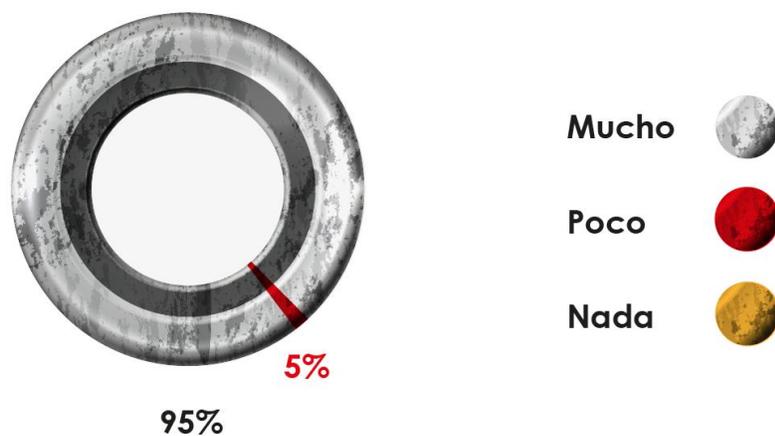
6. ¿Considera que la paleta colores empleada en el menú fijo del sitio web es adecuada para la imagen de la empresa CENTORSA?



### Interpretación:

El 100% de los encuestados considera que la paleta colores empleada en el menú fijo del sitio web es adecuada para la imagen de la empresa CENTORSA.

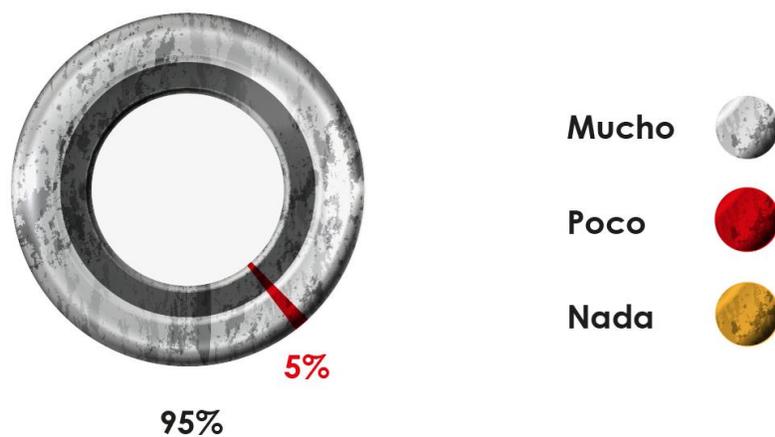
7. ¿Considera que el diseño de los títulos que se encuentra en la mayoría de las páginas del sitio web de CENTORSA son comprensibles al leer?



**Interpretación:**

El 95% de los encuestados considera que el diseño de los títulos que se encuentra en la mayoría de las páginas del sitio web de CENTORSA son muy comprensibles al leer, el otro 5% restante de los encuestados considera que son pocos comprensibles, por lo tanto, se les dificulta leer algunos títulos principales que se encuentran en el sitio web.

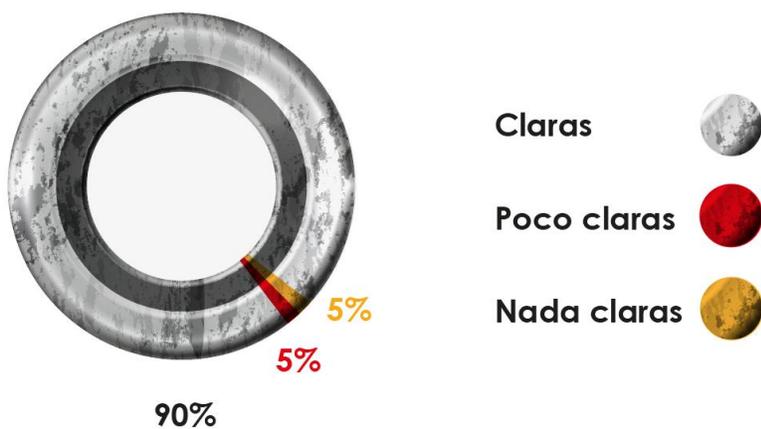
8. ¿Cree que el botón de chat tiene un diseño llamativo y amigable con el usuario?



**Interpretación:**

El 95% de los encuestados cree que el botón de chat tiene un diseño muy llamativo y amigable con el usuario, el otro 5% restante de los encuestados cree que el icono del chat es poco llamativo.

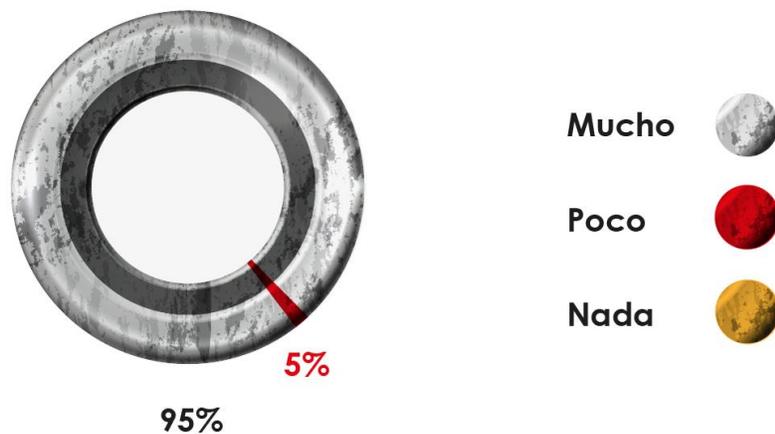
9. Considera que las características de los productos en las fotografías son:



**Interpretación:**

El 95% de los encuestados considera que las características de los productos en las fotografías son claras, 5% de los encuestados considera que las fotografías son poco claras. Otro 5% creen que las características de los productos no son nada claras.

**10. ¿Considera que las imágenes utilizadas dentro del sitio web se relacionan perfectamente con los servicios y productos que ofrece el negocio CENTORSA?**

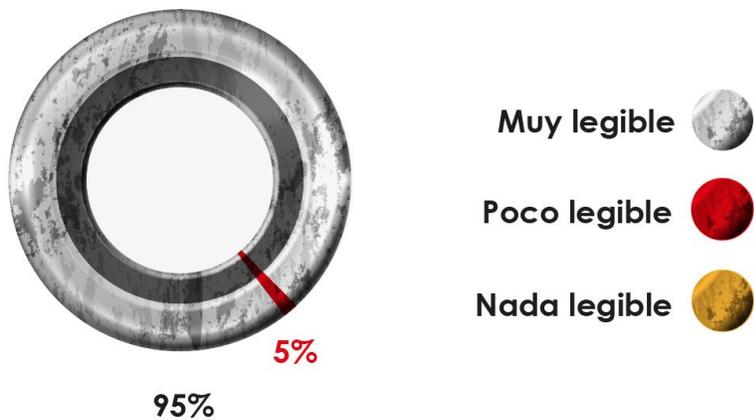


**Interpretación:**

El 95% de los encuestados considera que las imágenes utilizadas dentro del sitio web se relacionan mucho con los servicios y productos que ofrece el negocio CENTORSA, el otro 5% de los encuestados restantes piensa que las imágenes utilizadas dentro del sitio web se relacionan poco con los servicios y productos que ofrece el negocio.

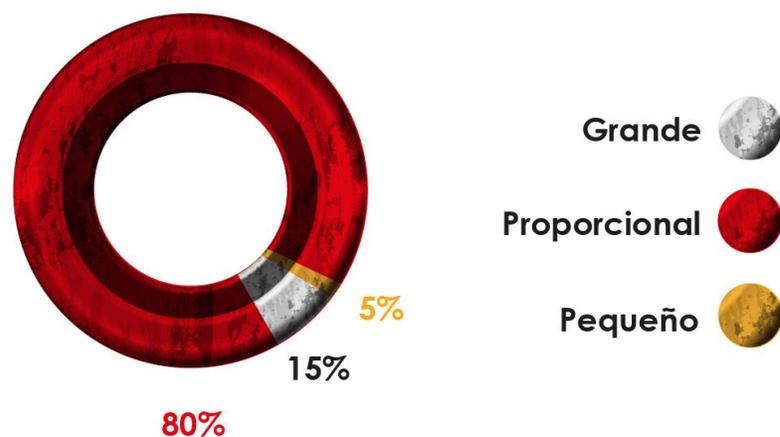
**Parte operativa**

11. ¿Cree que la tipografía que se utiliza en los textos del sitio web es?

**Interpretación:**

El 95% de los encuestados cree que la tipografía que se utiliza en los textos del sitio web es muy legible, el otro 5% restante de los encuestados cree que la tipografía que se utiliza en los textos del sitio web es poco legible.

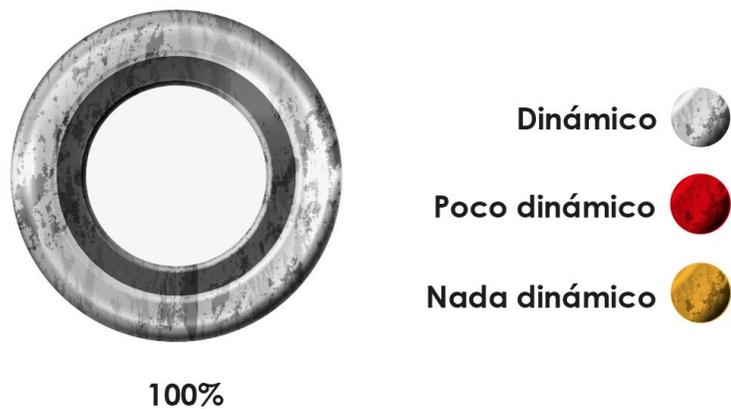
## 12. ¿Cómo considera el tamaño de las fotografías de los productos y servicios?



### Interpretación:

El 15% de los encuestados considera el tamaño de las fotografías de los productos y servicios tienen un tamaño grande. El 80% de los encuestados cree que el tamaño de las fotografías de los productos y servicios tienen un tamaño proporcional, el otro 5% de los encuestados restantes piensa que el tamaño de las fotografías de los productos y servicios tiene un tamaño pequeño.

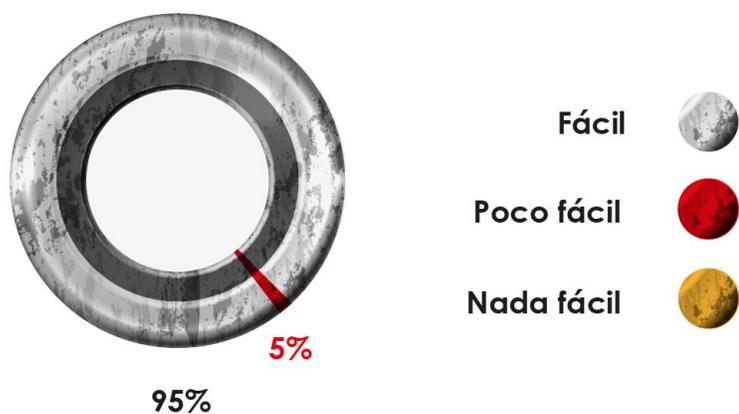
13. ¿Considera que al momento de navegar por todo el sitio web este se presenta como?



**Interpretación:**

El 100% de los encuestados considera que al momento de navegar por todo el sitio web este se presenta como dinámico.

**14. ¿Cree que navegar por el sitio web de CENTORSA y encontrar la información de su interés es?**



**Interpretación:**

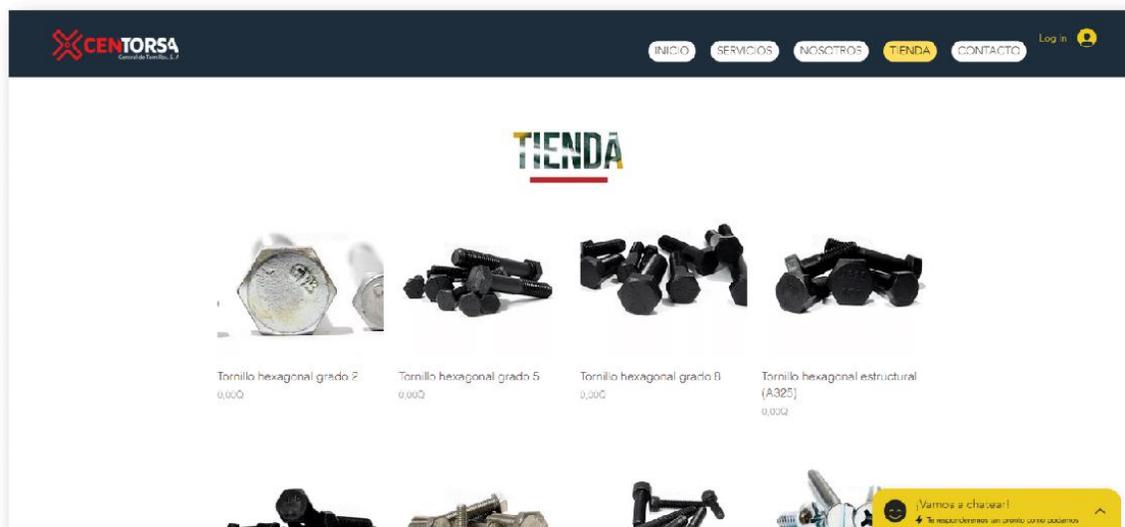
El 95% de los encuestados opina que navegar por el sitio web de CENTORSA y encontrar la información de su interés es fácil, el otro 5% de los encuestados restantes piensa que navegar por el sitio web del negocio y encontrar la información de su interés es poco fácil.

**Hallazgos:**

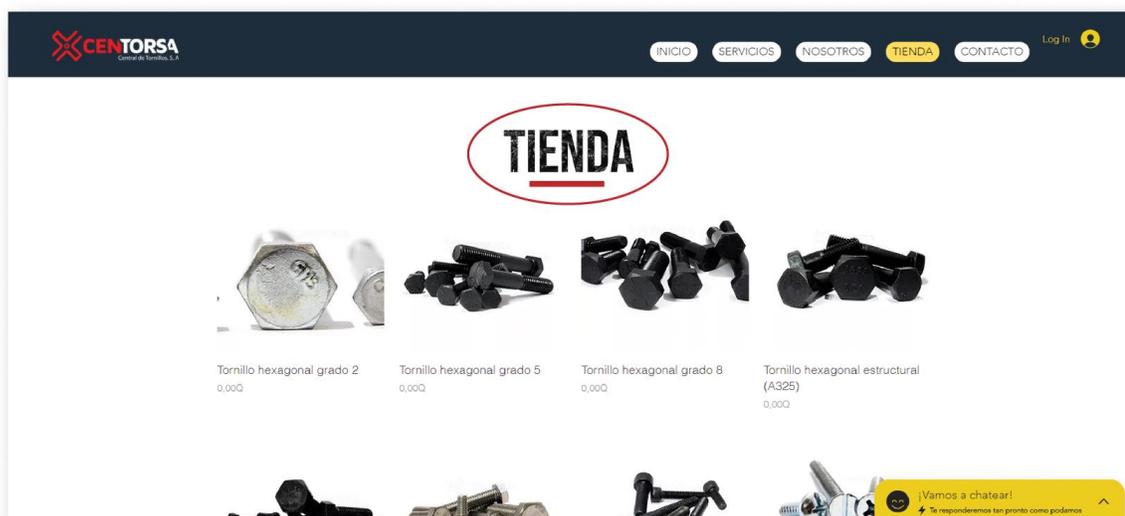
- Se debe mejorar la legibilidad de los textos de Tienda y Contacto.
- El icono de chat debe ser más visible o más grande.

## 8.4 Cambios con base a los resultados

### 8.4.1 Antes.

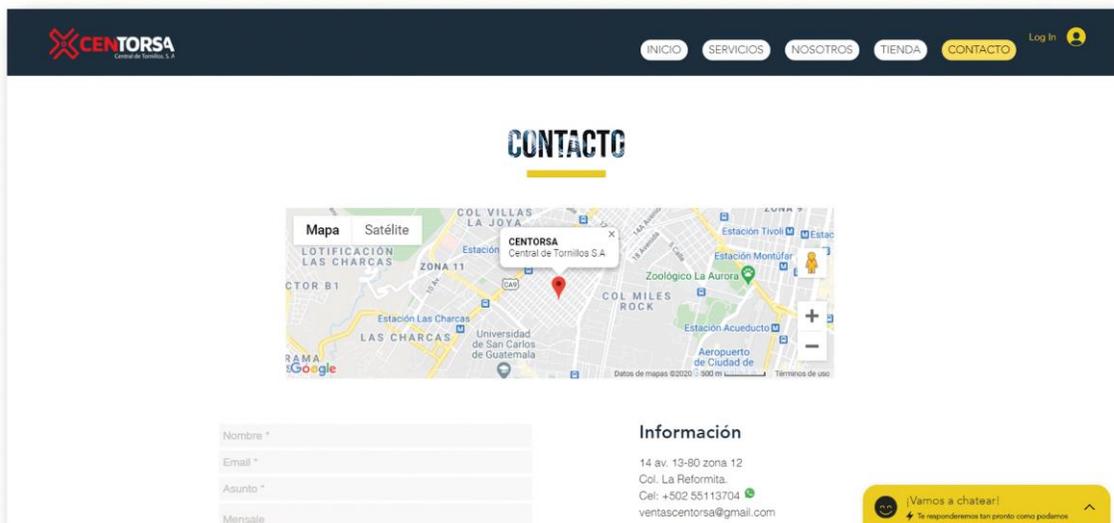


### 8.4.2 Después.

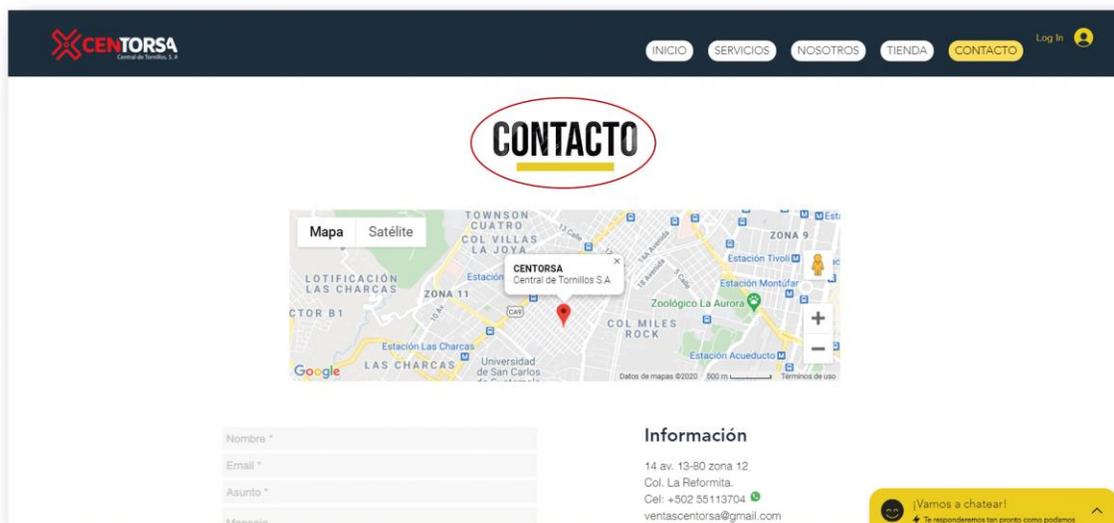


**8.4.3. Justificación.** Después de la validación, se determinó cambiar el diseño del título de la página de tienda haciendo que sea más legible y entendible para los usuarios.

#### 8.4.4. Antes.



#### 8.4.5 Después.



**8.4.6. Justificación.** Después de la validación, se determinó cambiar el diseño del título de la página de contacto para que sea más legible y entendible los usuarios.

#### 8.4.7. Antes



#### 8.4.8. Después.



**8.4.9. Justificación.** Después de la validación, se determinó cambiar el diseño del icono del botón de chat para que sea más llamativo y grande.

## **Capítulo IX: Propuesta gráfica final**

## Capítulo IX: Propuesta gráfica final

Enlace del sitio web CENTORSA: <https://centorsagt.wixsite.com/centorsa>

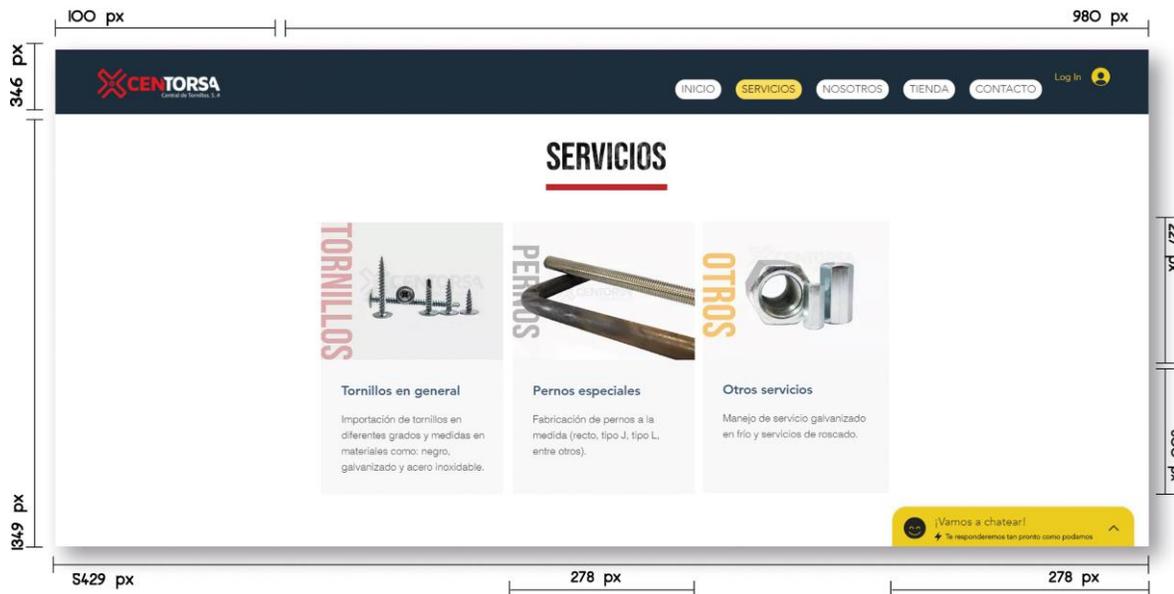
### 9.1 Colores y tipografía del sitio web CENTORSA

	#1E2D3B			
	#3B3A3A	CENTORSA. S. A	Century Gothic	Tipografía de botones
	#EDCD1F	CENTORSA. S. A	Myriad Pro	Tipografía de títulos secundarios y párrafos de descripción de información
	#FFDE5F	<b>CENTORSA. S. A</b>	<b>BEBAS NEUE REGULAR</b>	<b>TIPOGRAFÍA DE TITULOS PRINCIPALES</b>
	#C1272D			

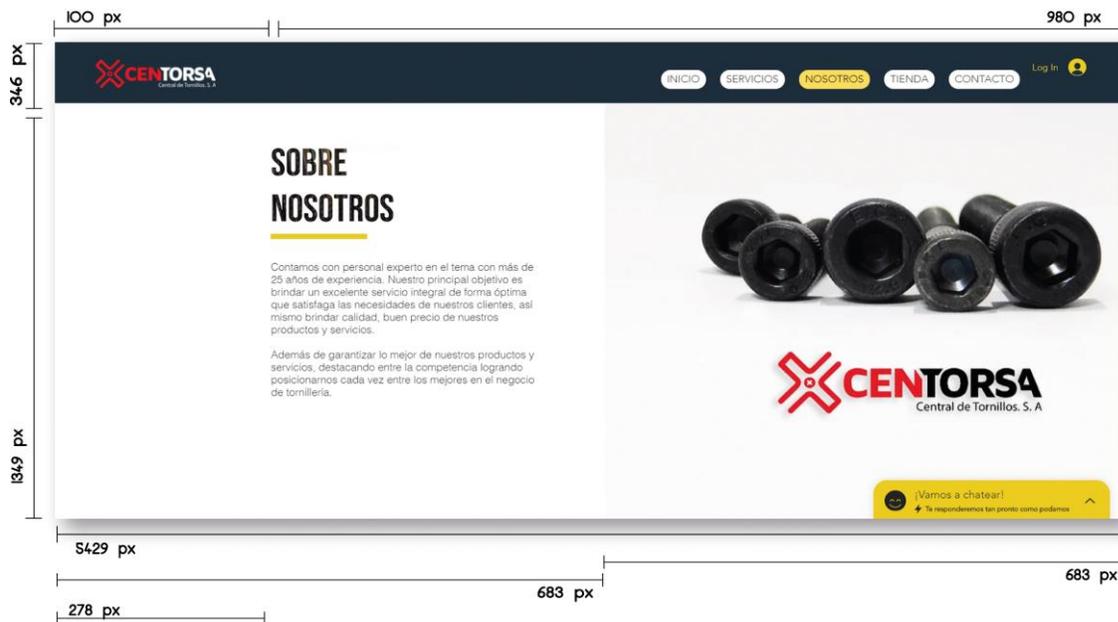
### 9.2 Página de inicio



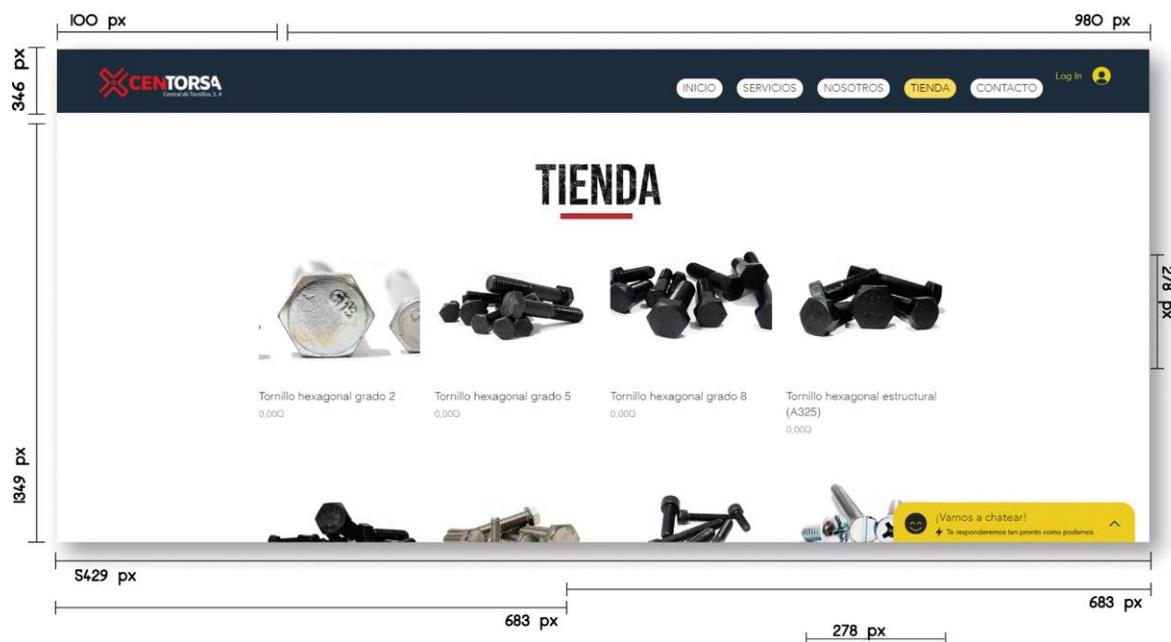
### 9.3 Página de servicios



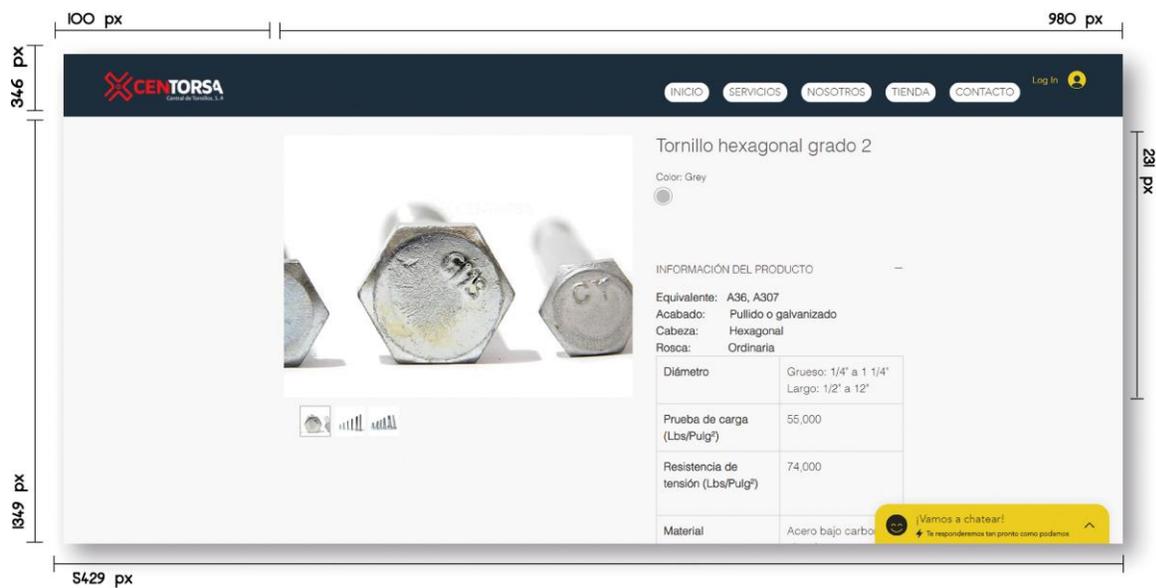
### 9.4 Página de nosotros



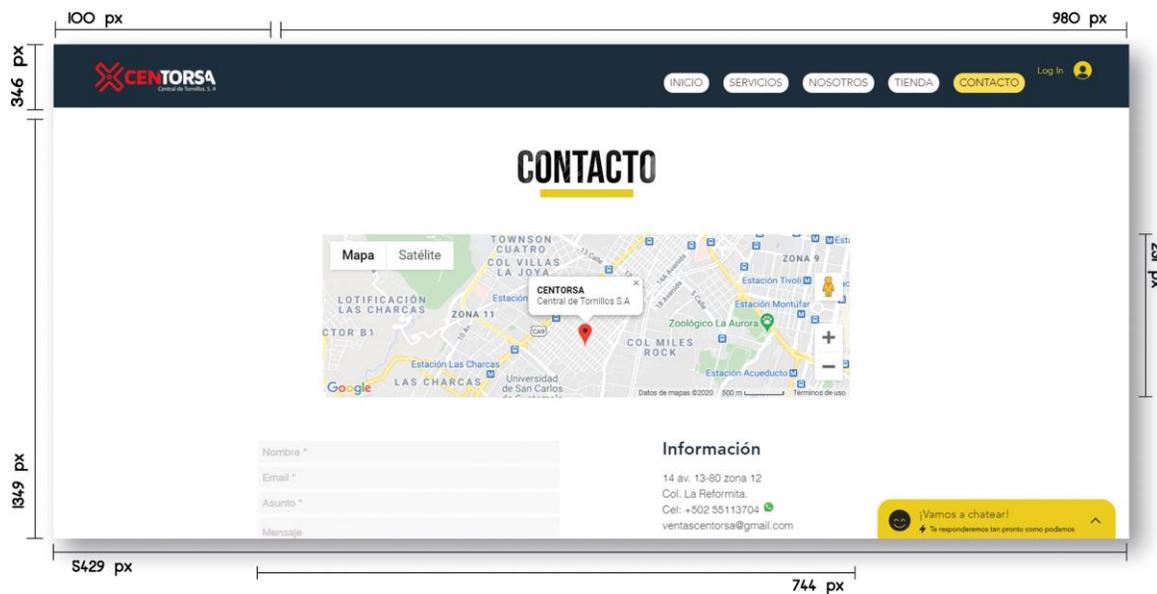
## 9.5 Página de tienda



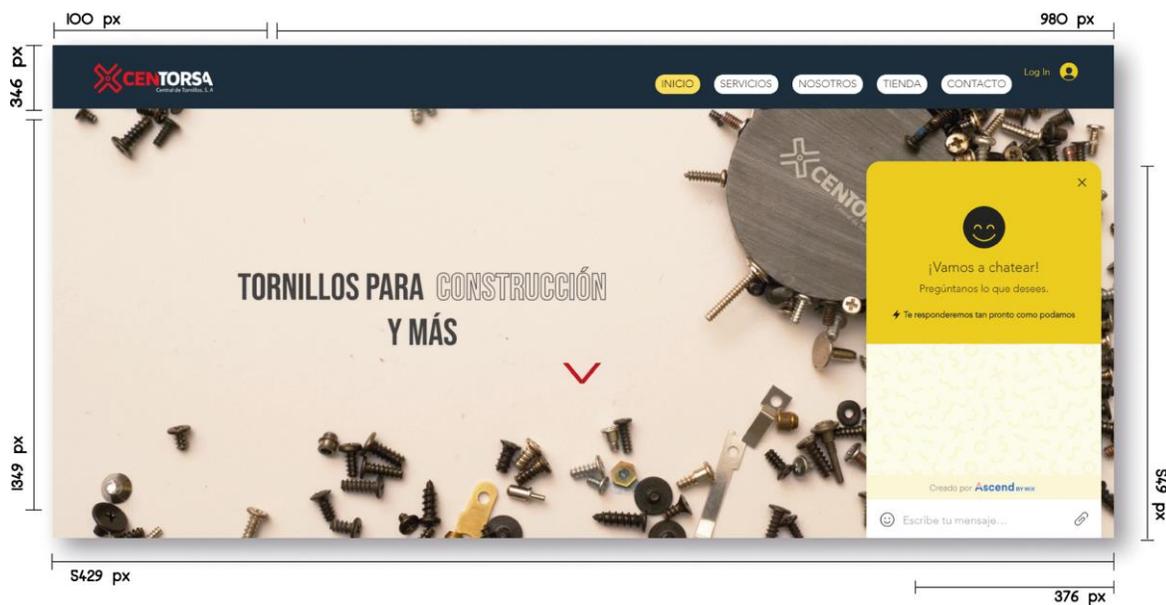
## 9.6 Página de visualización del producto



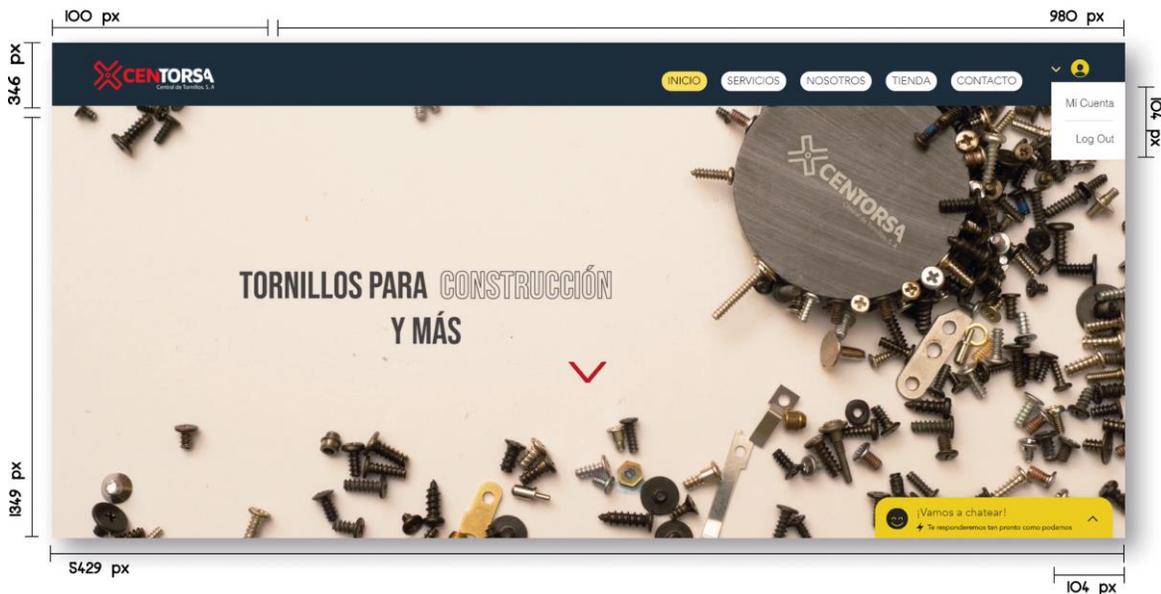
## 9.7 Página de Contacto



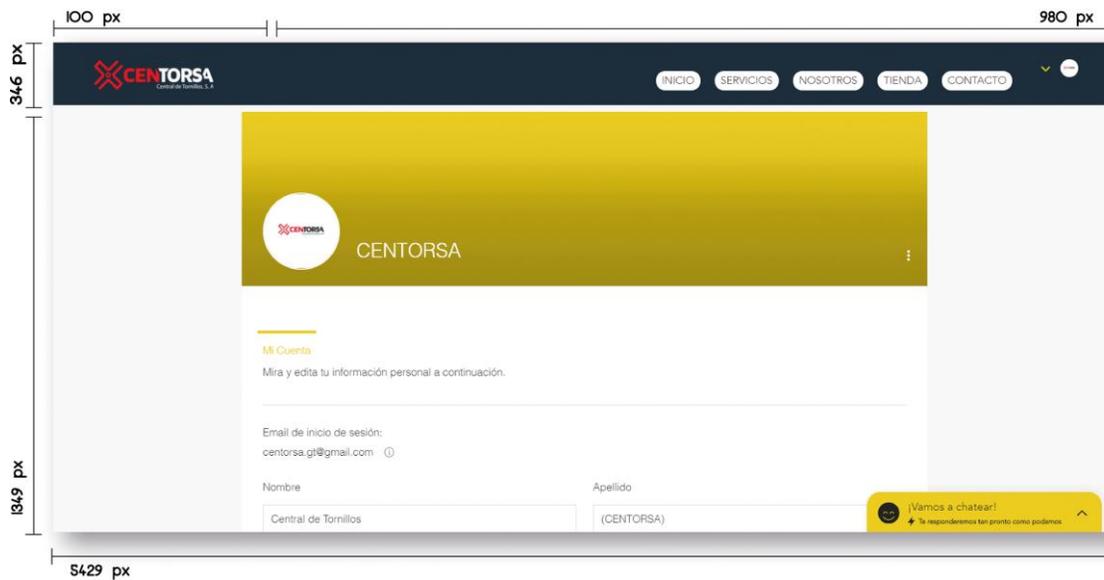
## 9.8 Visualización del icono del botón de chat



### 9.9 Visualización de icono de usuario



### 9.10 Página de mi cuenta



## **Capítulo X: Producción, reproducción y distribución**

## Capítulo X: Producción, reproducción y distribución

Es necesario realizar una inversión a mediano plazo para proceder a efectuar un presupuesto que proporciona un conjunto de instrumentos funcionales para el desarrollo del proyecto.

### 10.1 Plan de costos de elaboración

La labor realizada en el plan de costos por elaboración corresponde por la creatividad, visita al cliente la realización de las propuestas iniciales de bocetaje y montaje en la web presentadas al cliente para definir el diseño del sitio de CENTORSA.

El sueldo base de un diseñador dentro de una agencia de publicidad es de Q5,000.00, son Q25.00 por hora trabajada. Se elaboraron 4 semanas (28 días) los cuales se multiplican por 8 horas de trabajo de cada día hábil (28 días x 8 horas = 224 horas). Esas 224 horas se multiplican por Q25.00 por hora laborada (224 hrs x Q25.00 = Q5,600). El costo total de la elaboración del diseño del sitio web de CENTORSA equivale a Q5,600.00.



COSTOS POR ELABORACIÓN	
Total de semanas laboradas	4 semanas
Total de horas trabajadas por día	8 horas
Total de días empleados (días hábiles)	28 días
Precio por hora	Q25.00
Total de horas trabajadas	224 horas
<b>Total</b>	<b>Q5,600.00</b>

## 10.2 Plan de costos de producción

La labor realizada en el plan de costos por producción corresponde a digitalización, propuesta preliminar, sesión de fotos, edición fotográfica y propuesta final del diseño del sitio de CENTORSA.

El sueldo base de un diseñador dentro de una agencia de publicidad es de Q5,000.00, son Q25.00 por hora trabajada. Se elaboraron 5 semanas (35 días) los cuales se multiplican por 8 horas de trabajo de cada día hábil (35 días x 8 horas = 280 horas). Esas 280 horas se multiplican por Q25.00 por hora laborada (280 hrs x Q25.00 = Q7,000). El costo total de la elaboración del diseño del sitio web de CENTORSA equivale a Q7,000.00.



COSTOS POR PRODUCCIÓN	
Total de semanas laboradas	5 semanas
Total de horas trabajadas por día	8 horas
Total de días empleados (días hábiles)	35 días
Precio por hora	Q25.00
Total de horas trabajadas	280 horas
<b>Total</b>	<b>Q7,000.00</b>

### 10.3 Plan de costos de reproducción

La compra de medios, distribución y entrega de materiales, publicación en medios de comunicación masivos, alternativos y virtuales no se incluyen estos costos estimados por los proveedores en este proyecto, ya que se entrega al cliente de forma digital porque se va a utilizar en cualquier ordenador y las imágenes empleadas son entregadas en la memoria USB del negocio.



<b>Total</b>	<b>Q0.00</b>
--------------	--------------

#### 10.4 Plan de costos de distribución

Cotización del hospedaje y uso de herramientas del sitio de páginas web Wix.com. Las siguientes cantidades son referencias a los precios de los paquetes más accesibles y favorecedores que hay que pagar al mes por el sitio web de CENTORSA para permanecer publicado en Wix.com, tener su propio dominio, sin anuncios, con herramientas esenciales e ilimitadas. Para más información sobre la cotización del plan del sitio web y herramientas (Ver anexo I).



Plan Business Básico (atención prioritaria)	Q130.90 (\$17)
Plan Básico de Ascend (herramientas imprescindibles)	Q77.00 (\$10)
<b>Total</b>	<b>Q207.90</b>

### 10.5 Margen de utilidad

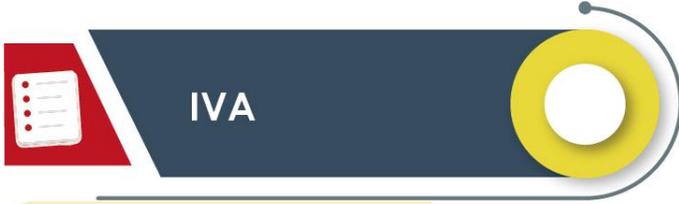
El porcentaje de margen de utilidad es de 20% multiplicado por el subtotal del proyecto.



<b>Subtotal</b>	Q12,807.90
<b>Margen de utilidad</b>	Q2,561.58
<b>Total</b>	<b>Q15,369.48</b>

### 10.6 IVA

El monto del impuesto sobre la renta se obtiene del 12% del plan de costos de elaboración, producción y distribución.



<b>Subtotal</b>	Q15,369.48
<b>IVA</b>	Q1,844.34
<b>Total</b>	<b>Q17,213.82</b>

### 10.7 Cuadro con resumen general de costos

Se detalla el resumen general de costos, que incluye costos de elaboración, producción, reproducción, distribución y margen de utilidad e IVA.



CUADRO DE RESUMEN DE DATOS	
Plan de costo por elaboración	Q5,600.00
Plan de costos de producción	Q7,000.00
Plan de costos de reproducción	Q0.00
Plan de costos de distribución	Q207.90
<i>Subtotal</i>	Q12,807.90
Margen de utilidad 20%	Q2,561.58
<i>Subtotal</i>	Q15,369.48
IVA	Q1,844.34
<b>Gran total</b>	<b>Q17,213.82</b>

## **Capítulo XI: Conclusión y recomendaciones**

## **Capítulo XI: Conclusión y recomendaciones**

### **11.1 Conclusiones**

En conclusión, se puede afirmar que se logró diseñar un sitio web para dar a conocer a clientes reales y potenciales los productos y servicios de tornillería que ofrece la empresa - Central de Tornillos- S.A.

Se recopiló información relacionada acerca de los productos y servicios que la empresa CENTORSA ofrece lo que permitió definir el contenido del material del diseño web.

Se investigó información relacionada a la elaboración de sitios webs, tendencias de diseño y color, lo que respalda la propuesta de diseño.

Se fotografiaron los productos y servicios como parte del sitio web de CENTORSA para que las personas tengan una muestra visual de los productos y otros servicios principales que brinda la empresa -Central de Tornillos- S.A

Se logró diagramar los elementos gráficos bajo jerarquías visuales, lo que va a permitir que los usuarios puedan navegar de manera dinámica e intuitiva en el sitio web.

## 11.2 Recomendaciones

Se sugiere la actualización del sitio web cada mes, para incluir los productos y servicios más recientes que pueden requerir los clientes reales y potenciales de la empresa -Central Tornillos- S. A.

Se debe mantener toda la información establecida en el sitio web, en los productos no se debe omitir información de cada uno de ellos.

Las fotografías de los productos nuevos deben mantener una calidad estándar para no perder la resolución de las imágenes y que los productos se puedan ver con claridad.

El encabezado, pie de página y botón de chat no deben cambiar los colores y las formas porque están sincronizadas, no se debe alterar los diseños propuestos por la diseñadora gráfica y comunicadora.

## **Capítulo XII: Conocimiento general**

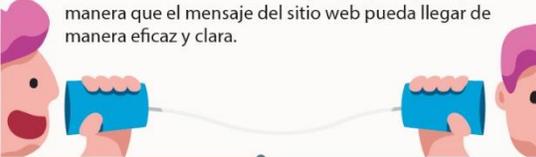
## Capítulo XII: Conocimiento general

### 12.1 Conocimiento general

# CONOCIMIENTO GENERAL

#### COMUNICACIÓN I, II, III y IV

El conocimiento adquirido en los cursos de comunicación, permitieron intervenir como diseñadora y comunicadora en el proceso de comunicación entre el cliente y el grupo objetivo, de manera que el mensaje del sitio web pueda llegar de manera eficaz y clara.



#### FOTOGRAFÍA BÁSICA Y DIGITAL

En este curso se aprendieron las diferentes técnicas fotográficas que permitieron realizar las fotografías de los productos y servicios. Desde ambientar con una caja de luz, el ángulo, diafragma, entre otros, que permitieron lograr imágenes que cumplieran con los estándares de calidad y estética.



#### DISEÑO PUBLICITARIO

Se aprendió a utilizar herramientas que van de la mano con la semiología, psicología del color y consumidor que fueron de ayuda para el análisis del contenido del sitio web como: el color, la diagramación, las formas, las necesidades del cliente, tendencias, entre otros.



#### DISEÑO DE PÁGINAS WEB



Se aprendió a diseñar y crear sitios web lo cual fue parte fundamental y base para poner en práctica como: colores RGB, formatos web, diagramación, tipografía, entre otros que se utilizaron durante toda la creación del proyecto del diseño del sitio web.

#### DISEÑO GRÁFICO I, II, III Y IV



Se aprendió las bases básicas del diseño, edición y del color, a utilizar las herramientas de los programas, que formatos existe en diseño, entre otros, que se utilizaron para poder elaborar la propuesta digital del sitio web de CENTORSA.

#### VISUALIZACION GRÁFICA I, II, III Y IV



Conocimiento adquirido durante la carrera para crear propuestas de bocetaje de las páginas y todo lo que conforma el sitio web por medio de bases y reglas de ilustración.

#### TALLER I, II, III Y IV



Durante este curso se aprendió a como grabar un video, la edición del mismo, formatos y tamaños, utilizar los programas de edición y fue de ayuda para realizar un Gif para la página principal del sitio web.

## **Capítulo XIII: Referencias**

## Capítulo XIII: Referencias

### 13.1 Referencias de libros

#### A

Asencio, E. Vásquez, B. (2013). *Simulación empresarial*. Ediciones Paraninfo S.A.

<https://books.google.com.gt/books?id=EqZQAqAAQBAJ&pg=PA42&dq=objetivo+de+una+empresa&hl=es->

[419&sa=X&ved=2ahUKEwiSorSj287uAhWCTDABHVCHDh8Q6AEwAXoECAQQA#v=onepage&q=objetivo%20de%20una%20empresa&f=false](https://books.google.com.gt/books?id=EqZQAqAAQBAJ&pg=PA42&dq=objetivo+de+una+empresa&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwiSorSj287uAhWCTDABHVCHDh8Q6AEwAXoECAQQA#v=onepage&q=objetivo%20de%20una%20empresa&f=false)

#### C

Carmona, E. Rodríguez, S. (2009). *Tecnologías de la información y la comunicación*

*ambientes web para la calidad educativa*. Ediciones Elizcom.

<https://books.google.com.gt/books?id=TvPnYMT79FcC&pg=PA140&dq=comunicaci%C3%B3n+web&hl=es->

[419&sa=X&ved=0ahUKEwi10aLdv\\_DpAhXOmOAKHW\\_0CnAQ6AEILzAB#v=onepage&q=comunicaci%C3%B3n%20web&f=false](https://books.google.com.gt/books?id=TvPnYMT79FcC&pg=PA140&dq=comunicaci%C3%B3n+web&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwi10aLdv_DpAhXOmOAKHW_0CnAQ6AEILzAB#v=onepage&q=comunicaci%C3%B3n%20web&f=false)

#### D

Domínguez, E. Ferrer, J. (s,f). *Tornillería, roscas y técnicas de roscado (Mecanizado básico)*.

Editorial Editex.

<https://books.google.com.gt/books?id=g4ApDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=tornilleria&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwie5MLL68LpAhVIT98KH4KD->

[AQ6AEIJjAA#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.gt/books?id=g4ApDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=tornilleria&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwie5MLL68LpAhVIT98KH4KD-AQ6AEIJjAA#v=onepage&q&f=false)

**G**

Gabucio, Fernando. (Abril de 2005). *Psicología del pensamiento*. Editorial

UOC.[https://books.google.com.gt/books?id=oEtpcfqnQ\\_4C&pg=PA190&dq=que+es+teoria+de+la+gestalt&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjn3JbruOLqAhUBTd8KHT-iAYoQ6AEwA3oECAIQA#v=onepage&q=que%20es%20teoria%20de%20la%20gestalt&f=false](https://books.google.com.gt/books?id=oEtpcfqnQ_4C&pg=PA190&dq=que+es+teoria+de+la+gestalt&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjn3JbruOLqAhUBTd8KHT-iAYoQ6AEwA3oECAIQA#v=onepage&q=que%20es%20teoria%20de%20la%20gestalt&f=false)

González, W. (2009). *Las ciencias de diseño: racionalidad limitada, predicción y prescripción*. Editorial Netbiblo.

[https://books.google.com.gt/books?id=E6UDMQsPru4C&pg=PA3&dq=que+es+el+dise%C3%B1o&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjyqO6SrfbpAhXwRjABHQ8\\_C9YQ6AEIUjAG#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.gt/books?id=E6UDMQsPru4C&pg=PA3&dq=que+es+el+dise%C3%B1o&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjyqO6SrfbpAhXwRjABHQ8_C9YQ6AEIUjAG#v=onepage&q&f=false)

Guiraud, P. (2004). *La semiología*. Siglo veintiuno editores.

[https://books.google.com.gt/books?id=ONOKa-\\_mbAEC&pg=PA7&dq=que+es+semiologia&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwiy5-ant\\_qAhUEU98KHZyHCBkQ6AEwAHoECAAQA#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.gt/books?id=ONOKa-_mbAEC&pg=PA7&dq=que+es+semiologia&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwiy5-ant_qAhUEU98KHZyHCBkQ6AEwAHoECAAQA#v=onepage&q&f=false)

**M**

Molestina, E. (Febrero de 1970). *Algunos Conceptos Sobre Comunicación Y Crecimiento Demográfico*. IICA. Zona norte Guatemala , C. A.

<https://books.google.com.gt/books?id=6eFkAAAIAAJ&pg=PA1&dq=que+es+comunicaci%C3%B3n&hl=es->

419&sa=X&ved=0ahUKEwiQ5r3aiurpAhVplXIEHZofCZwQ6AEIJjAA#v=onepage&q=q  
ue%20es%20comunicaci%C3%B3n&f=false

## N

Novoa, A. (Septiembre de 1980). *Conceptos básicos sobre comunicación*. CATIE.

[https://books.google.com.gt/books?id=d2sOAQAIAAJ&pg=PA1&dq=que+es+comunica  
ci%C3%B3n&hl=es-](https://books.google.com.gt/books?id=d2sOAQAIAAJ&pg=PA1&dq=que+es+comunica<br/>ci%C3%B3n&hl=es-)

419&sa=X&ved=0ahUKEwjXh4q6puvpAhXpguAKHbTRCdIQ6AEIPDAD#v=onepage&  
q=que%20es%20comunicaci%C3%B3n&f=false

## O

Osborne, R. Loon, Borin V. (2005). *Sociología para todos*. Ediciones Paidós Ibérica. S. A.

[https://books.google.com.gt/books?id=bhnwwAR5bSUC&printsec=frontcover&dq=que+es  
+sociologia&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwio4sfai-](https://books.google.com.gt/books?id=bhnwwAR5bSUC&printsec=frontcover&dq=que+es<br/>+sociologia&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwio4sfai-)

DqAhWqT98KHfZjDbUQ6AEwCXoECAgQAg#v=onepage&q&f=false

## R

Ricarte, J. (Diciembre de 1999). *Creatividad y comunicación persuasiva*. Editorial Aldea  
Global.

[https://books.google.com.gt/books?id=kenvqsiK6SEC&printsec=frontcover&dq=comunica  
ci%C3%B3n+persuasiva&hl=es-](https://books.google.com.gt/books?id=kenvqsiK6SEC&printsec=frontcover&dq=comunica<br/>ci%C3%B3n+persuasiva&hl=es-)

419&sa=X&ved=0ahUKEwiMiqiFmfbpAhWzRzABHdGWC7cQ6AEIPzAD#v=onepage  
&q=comunicaci%C3%B3n%20persuasiva&f=false

Ricupero, S. (2007). *Diseño gráfico en el aula*. Editorial Nobuko.

[https://books.google.com.gt/books?id=\\_COd0A-](https://books.google.com.gt/books?id=_COd0A-)

85lcC&printsec=frontcover&dq=que+es+el+dise%C3%B1o+grafico&hl=es-  
 419&sa=X&ved=0ahUKEwiTxaWCt\_bpAhVnQzABHa5EBV4Q6AEINDAC#v=onepage  
 &q=que%20es%20el%20dise%C3%B1o%20grafico&f=false

Rollie, R. Branda. M. (Noviembre 2004). *La enseñanza del diseño en comunicación visual*.

Editorial NobuKo.

<https://books.google.com.gt/books?id=wYebvJ7QVK0C&printsec=frontcover&dq=que+es+comunicaci%C3%B3n+visual&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjMi9CZ2O7pAhUJneAKHV5HDB0Q6AEINjAC#v=onepage&q&f=false>

## 13.2 Referencias de sitios web

### A

Anayta. (S, f). *Teoría del color: Guía básica del color*. Recuperado de:

<https://unayta.es/teoria-del-color/>

Área tecnología (S, f). *Tuercas y Tornillos*. Recuperado de:

<https://www.areatecnologia.com/herramientas/tuercas-y-tornillos.html>

### B

Blog. (23 de julio de 2019). *Aprende qué es el diseño web y lo que hace un profesional de esta*

*área*. Recuperado de: <https://rockcontent.com/es/blog/disenio-web/>

Buscapalabra. (S, f). *Definición de tornillería*. Recuperado de:

<https://www.buscapalabra.com/definiciones.html?palabra=torniller%C3%ADa>

### C

Castillo. I. (2019). *Comunicación escrita: características, tipos, elementos*. Liferder.com.

<https://www.liferder.com/comunicacion-escrita/>

Concepto.de. (S, f). *Concepto de fotografía*. Recuperado de:

<https://concepto.de/fotografia/#ixzz6StrkS9zT>

Creativo News. (23 de noviembre de 2019). *Las 13 principales tendencias de diseño gráfico para 2020*. Idea Creativa. <https://ideakreativa.net/las-13-principales-tendencias-de-diseno-grafico-para-2020/>

Creativo News. (2 de enero de 2020). *Más de 15 tendencias de tipografías en 2020*. Idea Creativa. <https://ideakreativa.net/mas-de-15-tendencias-de-tipografias-en->



**P**

Pentaweb. (s,f). *Partes de una página web*. Recuperado de: <https://www.pentaweb.es/partes-de-una-pagina-web/>

**R**

Romero, Bego. (9 de abril de 2019). *11 tendencias de diseño web para 2020*. InboundCycle. <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/tendencias-diseno-web-para-2020>

Routio, Pentti. (3 de agosto de 2007). *Teoría del diseño*. (S, n).

<http://www2.uiah.fi/projects/metodi/223.htm#:~:text=Teor%C3%ADa%20del%20dise%C3%B1o%20es%20una,n%C3%BAmero%20de%20proyectos%20de%20investigaci%C3%B3n.&text=est%C3%A1ndares%20para%20propiedades%20y%20calidades,patentes>

**S**

Sara Lasso. (1 de noviembre de 2019). *Clasificación de las artes*. Recuperado de:

<https://www.aboutspanol.com/tipos-de-arte-clasificacion-de-las-artes-180288>

Subcutaneo Creative. (2017). *La Comunicación Publicitaria*. Recuperado de:

<https://www.subcutaneocreative.com/2013/03/concepto-la-comunicacion-publicitaria.html>

**T**

Protor. (23 de junio de 2014). *Tipos de cabeza de los tornillos*. Recuperado de:

<http://www.tornillosprotor.com/tipos-de-cabeza-de-los-tornillos/>

Torres, A. (2020). *Los 8 elementos de la comunicación: características y ejemplos*. Psicología y mente. <https://psicologiaymente.com/cultura/elementos-de-comunicacion>

V

VIU. (21 de marzo de 2018). *Los tipos de tecnología más representativos que debes conocer*.

Recuperado de: <https://www.universidadviu.com/los-tipos-tecnologia-mas-representativos-debes-conocer/>

## **Capítulo XIV: Anexos**

## Capítulo XIV: Anexos

### Anexo A. Tabla de estadística poblacional de Guatemala, departamento y municipio de Guatemala

Cuadro A1.1		Características generales de la población, Censo 2018										1 de 1
		Población censada por sexo y grupos de edad, según departamento										
Código	Departamento	Población total	Sexo		0 - 4	5 - 9	10 - 14	15 - 29	30 - 64	65 - 84	85 o más	
			Hombres	Mujeres								
	<b>Total nacional</b>	<b>14,901,286</b>	<b>7,223,096</b>	<b>7,678,190</b>	<b>1,681,890</b>	<b>1,676,761</b>	<b>1,614,074</b>	<b>4,413,566</b>	<b>4,677,715</b>	<b>752,404</b>	<b>84,876</b>	
1	Guatemala	3,015,081	1,449,203	1,565,878	264,759	269,556	272,564	878,774	1,131,200	177,995	20,233	
2	El Progreso	176,632	87,172	89,460	17,878	18,510	17,541	50,643	59,761	10,847	1,452	
3	Sacatepéquez	330,469	161,691	168,778	30,494	31,852	32,748	100,178	115,299	17,770	2,128	
4	Chimaltenango	615,776	297,154	318,622	69,673	70,091	69,679	189,006	186,870	27,386	3,071	
5	Escuintla	733,181	365,507	367,674	78,201	76,969	74,108	221,090	242,842	36,138	3,833	
6	Santa Rosa	396,607	195,584	201,023	42,164	42,645	41,632	116,174	128,229	22,892	2,871	
7	Sololá	421,583	201,265	220,318	44,590	45,768	48,890	130,066	130,730	19,510	2,029	
8	Totonicapán	418,569	196,293	222,276	48,076	47,526	48,720	128,265	122,441	21,134	2,407	
9	Quetzaltenango	799,101	377,782	421,319	83,506	84,815	81,912	239,778	258,979	44,501	5,610	
10	Suchitepéquez	554,695	272,317	282,378	64,572	63,528	61,834	165,602	168,711	27,518	2,930	
11	Retalhuleu	326,828	159,745	167,083	37,249	36,781	34,868	97,839	100,620	17,445	2,026	
12	San Marcos	1,032,277	501,142	531,135	130,902	128,937	123,463	290,916	297,356	53,721	6,982	
13	Huehuetenango	1,170,669	557,086	613,583	159,796	154,123	139,264	336,334	321,656	53,194	6,302	
14	Quiché	949,261	455,347	493,914	124,298	125,496	119,096	284,661	253,115	38,651	3,944	
15	Baja Verapaz	299,476	144,925	154,551	36,814	35,157	33,418	88,881	88,499	15,075	1,632	
16	Alta Verapaz	1,215,038	602,878	612,160	164,785	161,275	146,089	361,194	333,276	44,601	3,818	
17	Petén	545,600	272,863	272,737	67,852	68,250	62,082	170,838	153,593	20,860	2,125	
18	Izabal	408,688	201,859	206,829	46,714	47,095	44,741	122,925	125,411	19,788	2,014	
19	Zacapa	245,374	120,239	125,135	25,431	25,968	24,965	71,811	80,398	15,080	1,721	
20	Chiquimula	415,063	199,910	215,153	50,771	48,755	46,548	122,030	122,831	21,677	2,451	
21	Jalapa	342,923	165,871	177,052	42,275	41,087	39,412	103,552	98,815	16,052	1,730	
22	Jutiapa	488,395	237,263	251,132	51,090	52,577	50,500	143,009	157,083	30,569	3,567	

Fuente: Censo 2018.

Fuente: CENSO 2018, página 85.

## Anexo A. Tabla de estadística poblacional de Guatemala, departamento y municipio de Guatemala

Departamento	1994		2002		2018		Tasa de crecimiento intercensal 2002 - 2018
	Cantidad	Distribución en %	Cantidad	Distribución en %	Cantidad	Distribución en %	
<b>Total</b>	<b>8,331,874</b>	<b>100.0</b>	<b>11,237,196</b>	<b>100.0</b>	<b>14,901,286</b>	<b>100.0</b>	<b>1.8</b>
Guatemala	1,813,825	21.8	2,541,581	22.6	3,015,081	20.2	1.1
El Progreso	108,400	1.3	139,490	1.2	176,632	1.2	1.5
Sacatepéquez	180,647	2.2	248,019	2.2	330,469	2.2	1.8
Chimaltenango	314,813	3.8	446,133	4.0	615,776	4.1	2.1
Escuintla	386,534	4.6	538,746	4.8	733,181	4.9	2.0
Santa Rosa	246,698	3.0	301,370	2.7	396,607	2.7	1.8
Sololá	222,094	2.7	307,661	2.7	421,583	2.8	2.0
Totonicapán	272,094	3.3	339,254	3.0	418,569	2.8	1.3
Quetzaltenango	503,857	6.0	624,716	5.6	799,101	5.4	1.6
Suchitepéquez	307,187	3.7	403,945	3.6	554,695	3.7	2.0
Retalhuleu	188,764	2.3	241,411	2.1	326,828	2.2	1.9
San Marcos	645,418	7.7	794,951	7.1	1,032,277	6.9	1.7
Huehuetenango	634,374	7.6	846,544	7.5	1,170,669	7.9	2.1
Quiché	437,669	5.3	655,510	5.8	949,261	6.4	2.4
Baja Verapaz	155,480	1.9	215,915	1.9	299,476	2.0	2.1
Alta Verapaz	543,777	6.5	776,246	6.9	1,215,038	8.2	2.9
Petén	224,884	2.7	366,735	3.3	545,600	3.7	2.5
Izabal	253,153	3.0	314,306	2.8	408,688	2.7	1.7
Zacapa	157,008	1.9	200,167	1.8	245,374	1.6	1.3
Chiquimula	230,767	2.8	302,485	2.7	415,063	2.8	2.0
Jalapa	196,940	2.4	242,926	2.2	342,923	2.3	2.2
Jutiapa	307,491	3.7	389,085	3.5	488,395	3.3	1.5

Fuente: censos 1994, 2002 y 2018.

Fuente: CENSO 2018, página 19.

## Anexo B. Tabla de niveles socioeconómicos.

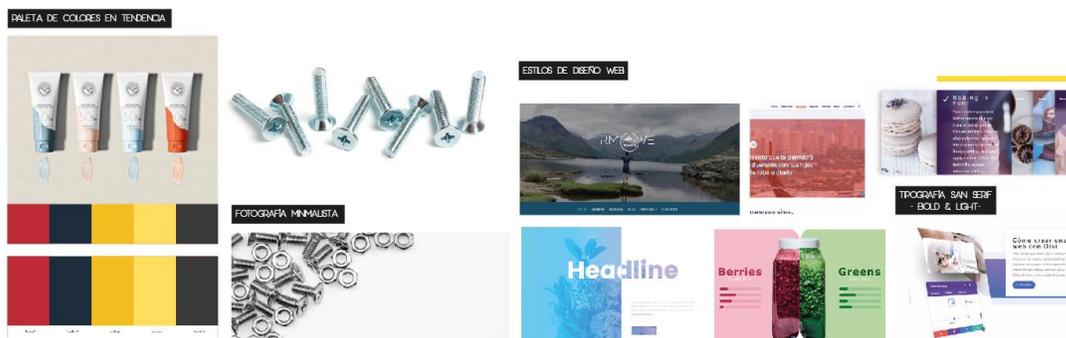
CARACTERÍSTICAS	NIVEL A	NIVEL B	NIVEL C1	NIVEL C2	NIVEL C3	NIVEL D1	NIVEL D2	NIVEL E
Ingresos	+ de Q100,000.00	Q61,200.00	Q25,600.00	Q17,500.00	Q11,900.00	Q7,200.00	Q3,400.00	- de Q1,00.00
Educación padres	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior,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

Fuente: Multivex, 2015.

Otras referencias útiles: <http://desarrollohumano.org.gt/>, <http://www.ine.gob.gt/np/>

## Anexo C. Tablero de inspiración

# TABLERO DE GUIA DE DISEÑO



**Anexo D. Programación sesión fotográfica de los productos y servicios de la Central de Tornillos. S. A**



Mayjory Castro

**Comunicóloga y Diseñadora**

## Anexo E. Ficha técnica para juegos de fotografías de productos de CENTORSA

### Tornillo hexagonal grado 2



**Nombre del proyecto:** Sitio web CENTORSA

**Autor:** MayCastro

**Cámara:** Nikon Coolpix B500

**Localización:** Ciudad de Guatemala

**Tipología:** Fotografía de producto

**Angulo:** Normal

**Iso:** 800

**Velocidad:** 1/3

**Apertura:** F5.6

**Disparo:** Automático



### Tornillo hexagonal grado 5



**Nombre del proyecto:** Sitio web CENTORSA

**Autor:** MayCastro

**Cámara:** Nikon Coolpix B500

**Localización:** Ciudad de Guatemala

**Tipología:** Fotografía de producto

**Angulo:** Normal

**Iso:** 500

**Velocidad:** 1/8

**Apertura:** F3.5

**Disparo:** Automático



## Anexo E. Ficha técnica para juegos de fotografías de productos de CENTORSA

### Tornillo hexagonal grado 8



**Nombre del proyecto:** Sitio web CENTORSA

**Autor:** MayCastro

**Cámara:** Nikon Coolpix B500

**Localización:** Ciudad de Guatemala

**Tipología:** Fotografía de producto

**Angulo:** Normal

**Iso:** 720

**Velocidad:** 1/8

**Apertura:** F3.8

**Disparo:** Automático

### Tornillo hexagonal estructural (A325)



**Nombre del proyecto:** Sitio web CENTORSA

**Autor:** MayCastro

**Cámara:** Nikon Coolpix B500

**Localización:** Ciudad de Guatemala

**Tipología:** Fotografía de producto

**Angulo:** Normal

**Iso:** 640

**Velocidad:** 1/8

**Apertura:** F3.5

**Disparo:** Automático

## Anexo E. Ficha técnica para juegos de fotografías de productos de CENTORSA

### Tornillo hexagonal milimétrico



**Nombre del proyecto:** Sitio web CENTORSA

**Autor:** MayCastro

**Cámara:** Nikon Coolpix B500

**Localización:** Ciudad de Guatemala

**Tipología:** Fotografía de producto

**Angulo:** Normal

**Iso:** 640

**Velocidad:** 1/8

**Apertura:** F4.0

**Disparo:** Automático

### Tornillo hexagonal inoxidable



**Nombre del proyecto:** Sitio web CENTORSA

**Autor:** MayCastro

**Cámara:** Nikon Coolpix B500

**Localización:** Ciudad de Guatemala

**Tipología:** Fotografía de producto

**Angulo:** Normal

**Iso:** 500

**Velocidad:** 1/8

**Apertura:** F4.3

**Disparo:** Automático

### Tornillo tipo allen cabeza cilíndrica



**Nombre del proyecto:** Sitio web CENTORSA

**Autor:** MayCastro

**Cámara:** Nikon Coolpix B500

**Localización:** Ciudad de Guatemala

**Tipología:** Fotografía de producto

**Angulo:** Normal

**Iso:** 800

**Velocidad:** 1/6

**Apertura:** F5.3

**Disparo:** Automático

## Anexo E. Ficha técnica para juegos de fotografías de productos de CENTORSA

### Tornillo estufa cabeza redonda y plana



**Nombre del proyecto:** Sitio web CENTORSA

**Autor:** MayCastro

**Cámara:** Nikon Coolpix B500

**Localización:** Ciudad de Guatemala

**Tipología:** Fotografía de producto

**Angulo:** Normal

**Iso:** 400

**Velocidad:** 1/10

**Apertura:** F4.0

**Disparo:** Automático

### Tornillo para carrocería



**Nombre del proyecto:** Sitio web CENTORSA

**Autor:** MayCastro

**Cámara:** Nikon Coolpix B500

**Localización:** Ciudad de Guatemala

**Tipología:** Fotografía de producto

**Angulo:** Normal

**Iso:** 400

**Velocidad:** 1/10

**Apertura:** F4.0

**Disparo:** Automático

### Tornillo tipo polser



**Nombre del proyecto:** Sitio web CENTORSA

**Autor:** MayCastro

**Cámara:** Nikon Coolpix B500

**Localización:** Ciudad de Guatemala

**Tipología:** Fotografía de producto

**Angulo:** Normal

**Iso:** 500

**Velocidad:** 1/8

**Apertura:** F3.5

**Disparo:** Automático

## Anexo E. Ficha técnica para juegos de fotografías de productos de CENTORSA

### Tornillo tipo polser punta de broca



**Nombre del proyecto:** Sitio web CENTORSA

**Autor:** MayCastro

**Cámara:** Nikon Coolpix B500

**Localización:** Ciudad de Guatemala

**Tipología:** Fotografía de producto

**Angulo:** Normal

**Iso:** 500

**Velocidad:** 1/8

**Apertura:** F3.5

**Disparo:** Automático

### Tornillo tiburazón



**Nombre del proyecto:** Sitio web CENTORSA

**Autor:** MayCastro

**Cámara:** Nikon Coolpix B500

**Localización:** Ciudad de Guatemala

**Tipología:** Fotografía de producto

**Angulo:** Normal

**Iso:** 400

**Velocidad:** 1/10

**Apertura:** F4.0

**Disparo:** Automático

### Tornillo para lámina



**Nombre del proyecto:** Sitio web CENTORSA

**Autor:** MayCastro

**Cámara:** Nikon Coolpix B500

**Localización:** Ciudad de Guatemala

**Tipología:** Fotografía de producto

**Angulo:** Normal

**Iso:** 400

**Velocidad:** 1/10

**Apertura:** F4.0

**Disparo:** Automático

## Anexo E. Ficha técnica para juegos de fotografías de productos de CENTORSA

### Tornillos para tabla yeso



**Nombre del proyecto:** Sitio web CENTORSA  
**Autor:** MayCastro  
**Cámara:** Nikon Coolpix B500  
**Localización:** Ciudad de Guatemala  
**Tipología:** Fotografía de producto  
**Angulo:** Normal  
**Iso:** 400  
**Velocidad:** 1/10  
**Apertura:** F4.0  
**Disparo:** Automático

### Tornillos spax



**Nombre del proyecto:** Sitio web CENTORSA  
**Autor:** MayCastro  
**Cámara:** Nikon Coolpix B500  
**Localización:** Ciudad de Guatemala  
**Tipología:** Fotografía de producto  
**Angulo:** Normal  
**Iso:** 400  
**Velocidad:** 1/10  
**Apertura:** F4.0  
**Disparo:** Automático

### Tornillo truss de punta normal o de broca



**Nombre del proyecto:** Sitio web CENTORSA  
**Autor:** MayCastro  
**Cámara:** Nikon Coolpix B500  
**Localización:** Ciudad de Guatemala  
**Tipología:** Fotografía de producto  
**Angulo:** Normal  
**Iso:** 400  
**Velocidad:** 1/10  
**Apertura:** F4.0  
**Disparo:** Automático

## Anexo E. Ficha técnica para juegos de fotografías de productos de CENTORSA

### Remache POP



**Nombre del proyecto:** Sitio web CENTORSA

**Autor:** MayCastro

**Cámara:** Nikon Coolpix B500

**Localización:** Ciudad de Guatemala

**Tipología:** Fotografía de producto

**Angulo:** Normal

**Iso:** 400

**Velocidad:** 1/10

**Apertura:** F4.0

**Disparo:** Automático

### Perno de anclaje tipo hilti



**Nombre del proyecto:** Sitio web CENTORSA

**Autor:** MayCastro

**Cámara:** Nikon Coolpix B500

**Localización:** Ciudad de Guatemala

**Tipología:** Fotografía de producto

**Angulo:** Normal

**Iso:** 400

**Velocidad:** 1/10

**Apertura:** F4.0

**Disparo:** Automático

### Tarugo HDI o anclaje de drop - in



**Nombre del proyecto:** Sitio web CENTORSA

**Autor:** MayCastro

**Cámara:** Nikon Coolpix B500

**Localización:** Ciudad de Guatemala

**Tipología:** Fotografía de producto

**Angulo:** Normal

**Iso:** 400

**Velocidad:** 1/10

**Apertura:** F4.0

**Disparo:** Automático

## Anexo E. Ficha técnica para juegos de fotografías de productos de CENTORSA

### Guasas de presión



**Nombre del proyecto:** Sitio web CENTORSA

**Autor:** MayCastro

**Cámara:** Nikon Coolpix B500

**Localización:** Ciudad de Guatemala

**Tipología:** Fotografía de producto

**Angulo:** Normal

**Iso:** 400

**Velocidad:** 1/10

**Apertura:** F4.0

**Disparo:** Automático

### Roldana plana



**Nombre del proyecto:** Sitio web CENTORSA

**Autor:** MayCastro

**Cámara:** Nikon Coolpix B500

**Localización:** Ciudad de Guatemala

**Tipología:** Fotografía de producto

**Angulo:** Normal

**Iso:** 400

**Velocidad:** 1/10

**Apertura:** F4.0

**Disparo:** Automático

## Anexo E. Ficha técnica para juegos de fotografías de productos de CENTORSA

### Barras galvanizadas métricas e inoxidables



Nombre del proyecto: Sitio web CENTORSA

Autor: MayCastro

Cámara: Nikon Coolpix B500

Localización: Ciudad de Guatemala

Tipología: Fotografía de producto

Angulo: Normal

Iso: 400

Velocidad: 1/10

Apertura: F4.0

Disparo: Automático

### Tuerca grado 2



Nombre del proyecto: Sitio web CENTORSA

Autor: MayCastro

Cámara: Nikon Coolpix B500

Localización: Ciudad de Guatemala

Tipología: Fotografía de producto

Angulo: Normal

Iso: 400

Velocidad: 1/10

Apertura: F4.0

Disparo: Automático

### Tuerca grado 5



Nombre del proyecto: Sitio web CENTORSA

Autor: MayCastro

Cámara: Nikon Coolpix B500

Localización: Ciudad de Guatemala

Tipología: Fotografía de producto

Angulo: Normal

Iso: 400

Velocidad: 1/10

Apertura: F4.0

Disparo: Automático

## Anexo E. Ficha técnica para juegos de fotografías de productos de CENTORSA

### Tuerca hexagonal 2H



**Nombre del proyecto:** Sitio web CENTORSA

**Autor:** MayCastro

**Cámara:** Nikon Coolpix B500

**Localización:** Ciudad de Guatemala

**Tipología:** Fotografía de producto

**Angulo:** Normal

**Iso:** 400

**Velocidad:** 1/10

**Apertura:** F4.0

**Disparo:** Automático

### Tuerca métrica



**Nombre del proyecto:** Sitio web CENTORSA

**Autor:** MayCastro

**Cámara:** Nikon Coolpix B500

**Localización:** Ciudad de Guatemala

**Tipología:** Fotografía de producto

**Angulo:** Normal

**Iso:** 400

**Velocidad:** 1/10

**Apertura:** F4.0

**Disparo:** Automático

### Tuerca alta o para laña



**Nombre del proyecto:** Sitio web CENTORSA

**Autor:** MayCastro

**Cámara:** Nikon Coolpix B500

**Localización:** Ciudad de Guatemala

**Tipología:** Fotografía de producto

**Angulo:** Normal

**Iso:** 400

**Velocidad:** 1/10

**Apertura:** F4.0

**Disparo:** Automático

## Anexo E. Ficha técnica para juegos de fotografías de productos de CENTORSA

### Tuerca de seguridad



**Nombre del proyecto:** Sitio web CENTORSA

**Autor:** MayCastro

**Cámara:** Nikon Coolpix B500

**Localización:** Ciudad de Guatemala

**Tipología:** Fotografía de producto

**Angulo:** Normal

**Iso:** 400

**Velocidad:** 1/10

**Apertura:** F4.0

**Disparo:** Automático

## Anexo F. Encuesta de validación

### Encuesta a cliente y grupo objetivo



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

FACOM  
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO  
PROYECTO DE TESIS

Género: F  M  Experto:  Cliente:  Grupo objetivo:  Nombre:   
Profesión:   
Puesto:   
Edad:  Años de experiencia en el mercado:

#### Encuesta de validación del proyecto

DISEÑO DE UN SITIO WEB PARA DAR A CONOCER A CLIENTES REALES Y POTENCIALES LA EMPRESA  
-CENTRAL DE TORNILLOS- S.A. GUATEMALA, GUATEMALA, 2021

---

#### Antecedentes

La empresa CENTORSA, inicia operaciones en el mes de febrero de 2016, con la intención de brindar servicios de tornillería, con precios accesibles, brindando buena calidad de materiales por sobre todo en la ciudad capital de Guatemala y cercanías.

Central de Tornillos S.A. no ha desarrollado un sitio web que de a conocer sus productos y servicios, con el fin de llegar a más clientes reales y potenciales por medio del sitio web. Por ello se detectó la necesidad de diseñar un sitio web que sea dinámico y funcional para dar a conocer los productos y servicios de CENTORSA.

#### Instrucciones:

Con base a la información anterior, observe las piezas digitales y según a su criterio profesional conteste las siguientes preguntas de validación.

## Anexo F. Encuesta de validación

### Encuesta a cliente y grupo objetivo

#### Parte objetiva:

1. ¿Cree que es necesario diseñar un sitio web para dar a conocer a clientes reales y potenciales los productos y servicios de tornillería que ofrece a clientes reales y potenciales la empresa -Central de Tornillos- S.A?

Sí  No

2. A su criterio ¿considera que se debe recopilar información relacionada acerca de los productos y servicios que el negocio CENTORSA ofrece para definir el contenido del material del diseño web?

Sí  No

3. ¿Considera que se debe investigar información relacionada a la elaboración de sitios webs, tendencias de diseño y color, para respaldar la propuesta de diseño?

Sí  No

4. ¿Cree que se necesita fotografiar los productos y servicios como parte del sitio web de CENTORSA para que las personas tengan una muestra visual de los productos y otros servicios principales que brinda la Central de Tornillos S.A?

Sí  No

5. ¿Está de acuerdo con que se proponga diagramar los elementos gráficos bajo jerarquías visuales para que los usuarios puedan navegar de manera dinámica e intuitiva en el sitio web?

Sí  No

#### Parte semiológica:

6. ¿Considera que la paleta colores empleada en el menú fijo del sitio web es adecuada para la imagen de la empresa CENTORSA?

Adecuada  Poco adecuada  Inadecuada

7. ¿Considera que el diseño de los títulos que se encuentra en la mayoría de las páginas del sitio web de CENTORSA son comprensibles al leer?

Mucho  Poco  Nada

8. ¿Cree que el botón de chat tiene un diseño llamativo y amigable con el usuario?

Mucho  Poco  Nada

9. Considera que las características de los productos en las fotografías son:

Mucho  Poco  Nada

## Anexo F. Encuesta de validación

### Encuesta a cliente y grupo objetivo

#### Parte operativa:

10. ¿Considera que las imágenes utilizadas dentro del sitio web se relacionan perfectamente con los servicios y productos que ofrece la empresa CENTORSA?

Mucho  Poco  Nada

11. ¿Cree que la tipografía que se utiliza en los textos del sitio web es?

Muy legible  Poco legible  Nada legible

12. ¿Cómo considera el tamaño de las fotografías de los productos y servicios?

Grande  Proporcional  Pequeño

13. ¿Considera que al momento de navegar por todo el sitio web este se presenta como?

Dinámico  Poco dinámico  Nada dinámico

14. ¿Cree que navegar por el sitio web de CENTORSA y encontrar la información de su interés es?

Fácil  Poco fácil  Nada fácil

#### Observaciones:

---

---

---

---

---

---

**¡Gracias por completar la encuesta!**

## Anexo G. Encuesta de validación a través de un formulario electrónico

### Encuesta a expertos



**Encuesta de validación del proyecto de diseño del sitio web de Central de Tornillos S. A.**

DISEÑO DE UN SITIO WEB PARA DAR A CONOCER A CLIENTES REALES Y POTENCIALES LA EMPRESA - CENTRAL DE TORNILLOS S.A. GUATEMALA, GUATEMALA, 2021.

**Antecedentes:**  
La empresa CENTORSA inicia operaciones en el mes de febrero de 2016, con la intención de brindar servicios de tornillería, con precios accesibles, brindando buena calidad de materiales por sobre todo en la ciudad capital de Guatemala y cercanías.

Central de Tornillos S. A. no ha desarrollado un sitio web que de a conocer sus productos y servicios, con el fin de llegar a más clientes reales y potenciales por medio del sitio web. Por ello se detectó la necesidad de diseñar un sitio web que sea dinámico y funcional para dar a conocer los productos y servicios de CENTORSA.

**Instrucciones:**  
Con base a la información anterior, observe las piezas digitales y según a su criterio profesional conteste las siguientes preguntas de validación.

Sitio web de CENTORSA:  
<https://centorsagti.wixsite.com/centorsa>

A quién se valida \*

Experto  
 Cliente  
 Grupo objetivo

Edad \*

44

Nombre \*

regid ortóñez

Profesión \*

Mercaderista

Puesto \*

Directora

Años de experiencia en el mercado laboral \*

20

Género \*

Femenino  
 Masculino

A quién se valida \*

Experto  
 Cliente  
 Grupo objetivo

Edad \*

59

Nombre \*

CARLOS E FRANCO R

Profesión \*

COMUNICADOR

Género \*

Femenino  
 Masculino

A quién se valida \*

Experto  
 Cliente  
 Grupo objetivo

Edad \*

46

Nombre \*

Guillermo Garcia

Profesión \*

Lic. en publicidad

Género \*

Femenino  
 Masculino

A quién se valida \*

Experto  
 Cliente  
 Grupo objetivo

Edad \*

49

Nombre \*

Lourdes Donis

Profesión \*

Licda. en Comunicación

Género \*

Femenino  
 Masculino

A quién se valida \*

Experto  
 Cliente  
 Grupo objetivo

Edad \*

49

Nombre \*

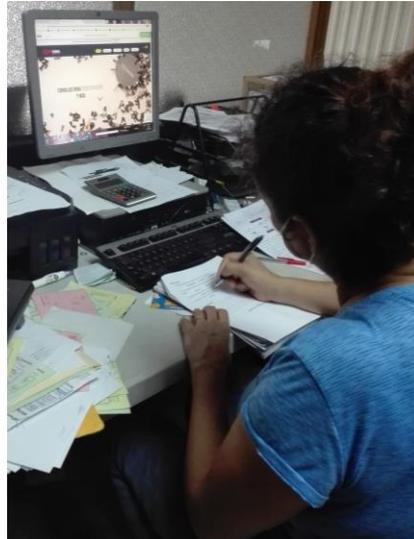
Wendy Franco

Profesión \*

Licda. en Comunicación y Diseño

**Anexo H. Fotografías del proceso de validación del cliente, grupo objetivo y expertos**

**Cliente**



Rosalinda Sandoval

**Grupo objetivo**



Milton Márquez



Eduardo López

**Anexo H. Fotografías del proceso de validación del cliente, grupo objetivo y expertos**

**Grupo objetivo**



Sergio Meléndez



Samuel Morales



Roberto Figueroa



Cesar Aguilar

## Anexo H. Fotografías del proceso de validación del cliente, grupo objetivo y expertos

### Expertos



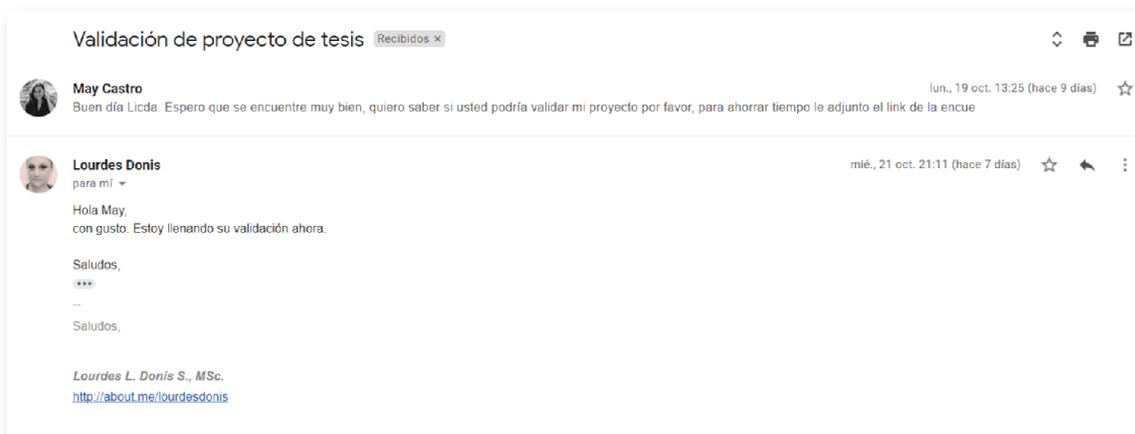
Licda. Ingrid Ordoñez

Lic. Carlos Franco

### Lic. Guillermo Letona



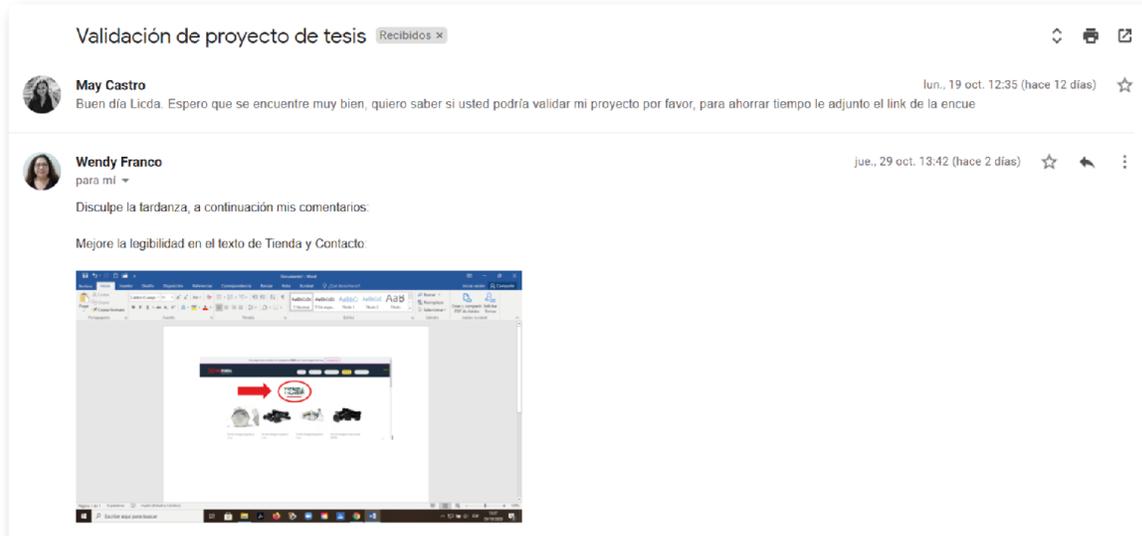
### Licda. Lourdes Donis



## Anexo H. Fotografías del proceso de validación del cliente, grupo objetivo y expertos

### Expertos

Licda. Wendy Franco



## Anexo I. Cotización del plan de hospedaje y usos de herramientas en el sitio web

wix.com

Sitio web    **Business y eCommerce**

MÁS POPULAR

Business VIP	Business Ilimitado	Business Básico
Paquete profesional completo	Lleva a tu negocio al siguiente nivel	Empieza a vender online
US\$ <b>35</b> /mes	US\$ <b>25</b> /mes	US\$ <b>17</b> /mes
<a href="#" style="border: 1px solid #663399; border-radius: 15px; padding: 5px 20px; color: #663399;">Elegir</a>	<a href="#" style="background-color: #663399; border-radius: 15px; padding: 5px 20px; color: white;">Elegir</a>	<a href="#" style="border: 1px solid #663399; border-radius: 15px; padding: 5px 20px; color: #663399;">Elegir</a>
<p><b>Acepta pagos online</b></p> <p>Ancho de banda <b>ILIMITADO</b></p> <p>Almacenamiento de <b>50GB</b></p> <p>Conecta tu dominio</p> <p>Elimina los anuncios de Wix</p> <p>Horas ilimitadas de video</p> <p>Análisis e informes de ventas</p> <p>Dominio gratis por 1 año</p> <p>App Site Booster - Valor US\$60</p> <p>App Visitor Analytics - Valor US\$60</p> <p>Logo profesional - Valor US\$50</p> <p>Funciones profesionales de eCommerce</p> <p>Respuesta prioritaria</p> <p>Ayuda prioritaria</p>	<p><b>Acepta pagos online</b></p> <p>Ancho de banda <b>ILIMITADO</b></p> <p>Almacenamiento de <b>35GB</b></p> <p>Conecta tu dominio</p> <p>Elimina los anuncios de Wix</p> <p>10 horas de video</p> <p>Análisis e informes de ventas</p> <p>Dominio gratis por 1 año</p> <p>App Site Booster - Valor US\$60</p> <p>App Visitor Analytics - Valor US\$60</p> <p>Logo profesional - Valor US\$50</p> <p>Funciones profesionales de eCommerce</p>	<p><b>Acepta pagos online</b></p> <p>Ancho de banda <b>ILIMITADO</b></p> <p>Almacenamiento de <b>20GB</b></p> <p>Conecta tu dominio</p> <p>Elimina los anuncios de Wix</p> <p>5 horas de video</p> <p>Análisis e informes de ventas</p> <p>Dominio gratis por 1 año</p> <p>App Site Booster - Valor US\$60</p> <p>App Visitor Analytics - Valor US\$60</p>

## Anexo I. Cotización del plan de hospedaje y usos de herramientas en el sitio web

wix.com

Elige el plan de Ascend adecuado para ti, incrementa el tráfico y el "engagement" y fideliza a tus clientes.

14 días de reembolso garantizado

	MÁS POPULAR		
<p><b>Ilimitado</b></p> <p>La solución avanzada para tu negocio o empresa.</p> <p><b>US\$ 49</b> por mes</p> <p><a href="#">Seleccionar</a></p> <p><b>INCLUYE:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Envío <b>ILIMITADO</b> de emails ①</li> <li>✓ Formularios <b>ILIMITADOS</b> ①</li> <li>✓ Caja de chat personalizada ①</li> <li>✓ Automatizaciones <b>ILIMITADAS</b></li> <li>✓ <b>ILIMITADAS</b> publicaciones sociales</li> <li>✓ 15 anuncios de video PRO</li> <li>✓ Crea planes para pagos recurrentes con facturas <b>ILIMITADOS</b></li> <li>✓ Asigna contactos y tareas a colaboradores <b>ILIMITADOS</b></li> <li>✓ Herramientas personalizadas sin el logo de Ascend</li> <li>✓ Emails y publicaciones sociales programados</li> <li>✓ Acepta pagos y formularios en el chat</li> <li>✓ Disfruta asistencia VIP</li> </ul> <p><a href="#">Y más</a></p> <p><a href="#">Ver menos</a></p>	<p><b>Profesional</b></p> <p>Poderosas funciones para el crecimiento de tu negocio.</p> <p><b>US\$ 24</b> por mes</p> <p><a href="#">Seleccionar</a></p> <p><b>INCLUYE:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Envío de 20 campañas de mail por mes ①</li> <li>✓ 20 formularios con campos <b>ILIMITADO</b> ①</li> <li>✓ Caja de chat personalizada ①</li> <li>✓ Hasta 20 automatizaciones</li> <li>✓ 20 publicaciones sociales por mes</li> <li>✓ 10 anuncios de video PRO</li> <li>✓ Crea planes para pagos recurrentes con facturas <b>ILIMITADOS</b></li> <li>✓ Asigna contactos y tareas a 5 colaboradores del sitio</li> <li>✓ Herramientas personalizadas sin el logo de Ascend</li> <li>✓ Emails y publicaciones sociales programados</li> <li>✓ Acepta pagos y formularios en el chat</li> </ul> <p><a href="#">Y más</a></p> <p><a href="#">Ver menos</a></p>	<p><b>Básico</b></p> <p>Herramientas imprescindibles.</p> <p><b>US\$ 10</b> por mes</p> <p><a href="#">Seleccionar</a></p> <p><b>INCLUYE:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Envío de 5 campañas de mail por mes ①</li> <li>✓ 10 formularios con campos <b>ILIMITADO</b> ①</li> <li>✓ Caja de chat personalizada ①</li> <li>✓ Hasta 7 automatizaciones</li> <li>✓ 5 publicaciones sociales por mes</li> <li>✓ 5 anuncios de video PRO</li> <li>✓ Crea 5 planes de pagos recurrentes con facturas</li> <li>✓ Herramientas personalizadas sin el logo de Ascend</li> <li>✓ Emails y publicaciones sociales programados</li> <li>✓ Acepta pagos y formularios en el chat</li> </ul> <p><a href="#">Y más</a></p> <p><a href="#">Ver menos</a></p>	<p><b>Limitado</b></p> <p>Acceso limitado a todas las herramientas.</p> <p><b>Gratis</b></p> <p>- Pre instalado -</p> <p>Haz un Upgrade ara eliminar los logos de Ascend, establecer tus horas de chat y mucho más. Activar permisos Ve a Configuración para activar Wi</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Envía 3 campañas con el logo Ascend por mes</li> <li>✓ Agrega 5 formularios con funciones limitadas</li> <li>✓ Obtén <b>una</b> caja de chata con el logo de Ascend</li> <li>✓ 2 automatizaciones</li> <li>✓ 3 entradas sociales al mes</li> <li>✓ 4 anuncios de video profesionales</li> <li>✓ Crea 5 planes de pagos recurrentes con facturas</li> </ul> <p><a href="#">Ver menos</a></p>