



INSTITUTO TECNOLÓGICO
“CORDILLERA”

CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

**CREACIÓN DE UN CATÁLOGO MULTIMEDIA PARA CONSEGUIR UN
INGRESO POSITIVO DE VENTAS DE LA EMPRESA MAKROPRINT
DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE MAQUINARIA Y
PRODUCTOS DE IMPRESIÓN Y PUBLICIDAD EXTERIOR, UBICADA
EN EL SECTOR DE COTOCOLLAO NORTE DE LA CIUDAD DE
QUITO.**

Proyecto de trabajo de graduación para obtener
el título de tecnólogo en Diseño Gráfico

Autor: Wilmer Javier Quisaguano Fierro

Tutor: Ing. Kety Cañar

Quito, 27 de Octubre del 2014

DECLARACIÓN DE AUTORIA DEL ESTUDIANTE

Declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

Quisaguano Fierro Wilmer Javier

C.I. 1721539425

CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL

Comparecen a la celebración del presente contrato de cesión y transferencia de derechos de propiedad intelectual, por una parte, el estudiante Wilmer Javier Quisaguano Fierro, por sus propios y personales derechos, a quien en lo posterior se le denominará el “CEDENTE”; y, por otra parte, el INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO CORDILLERA, representado por su Rector el Ingeniero Ernesto Flores Córdova, a quien en lo posterior se lo denominará el “CESIONARIO”. Los comparecientes son mayores de edad, domiciliados en esta ciudad de Quito Distrito Metropolitano, hábiles y capaces para contraer derechos y obligaciones, quienes acuerdan al tenor de las siguientes cláusulas:

PRIMERA: ANTECEDENTE.- a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de análisis de sistemas que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo en Diseño Gráfico, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado “Creación de un catálogo multimedia para conseguir un ingreso positivo de ventas de la empresa Makroprint dedicada a la comercialización de maquinaria y productos de impresión y publicidad exterior, ubicada en el sector de Cotocollao norte de la ciudad de Quito”, el cual incluye la creación y desarrollo del programa de ordenador o software, para lo cual ha implementado los conocimientos adquiridos en su calidad de alumno. **b)** Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se desarrolla la creación del programa de ordenador, motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de los derechos de autor que

CREACIÓN DE UN CATÁLOGO MULTIMEDIA PARA CONSEGUIR UN INGRESO POSITIVO DE VENTAS DE LA EMPRESA MAKROPRINT DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE MAQUINARIA Y PRODUCTOS DE IMPRESIÓN Y PUBLICIDAD EXTERIOR, UBICADA EN EL SECTOR DE COTOCOLLAO NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.

genera la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.

SEGUNDA: CESIÓN Y TRANSFERENCIA.- Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales del Catálogo Multimedia descrito en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial (código fuente, código objeto, diagramas de flujo, planos, manuales de uso, etc.).

El Cesionario podrá explotar el catálogo multimedia por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual, esto es, realizar, autorizar o prohibir, entre otros: a) La reproducción del catálogo multimedia por cualquier forma o procedimiento; b) La comunicación pública del software; c) La distribución pública de ejemplares o copias, la comercialización, arrendamiento o alquiler del catálogo multimedia; d) Cualquier transformación o modificación del catálogo multimedia; e) La protección y registro en el IEPI el catálogo multimedia a nombre del Cesionario; f) Ejercer la protección jurídica del catálogo multimedia; g) Los demás derechos establecidos en la Ley de Propiedad Intelectual y otros cuerpos legales que normen sobre la cesión de derechos de autor y derechos patrimoniales.

TERCERA: OBLIGACIÓN DEL CEDENTE.- El cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, secuencia y organización del catálogo multimedia que es objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad del catálogo multimedia a favor del Cesionario.

CREACIÓN DE UN CATÁLOGO MULTIMEDIA PARA CONSEGUIR UN INGRESO POSITIVO DE VENTAS DE LA EMPRESA MAKROPRINT DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE MAQUINARIA Y PRODUCTOS DE IMPRESIÓN Y PUBLICIDAD EXTERIOR, UBICADA EN EL SECTOR DE COTOCOLLAO NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.

CUARTA: CUANTIA.- La cesión objeto del presente contrato, se realiza a título gratuito y por ende el Cesionario ni sus administradores deben cancelar valor alguno o regalías por este contrato y por los derechos que se derivan del mismo.

QUINTA: PLAZO.- La vigencia del presente contrato es indefinida.

SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.- Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia derivada de éste, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un Mediador del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, al Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de comercio de Quito, y a las siguientes normas: a) El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación; b) Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral; c) Para la ejecución de medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; d) El procedimiento será confidencial y en derecho; e) El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quito; f) El idioma del arbitraje será el español; y, g) La

CREACIÓN DE UN CATÁLOGO MULTIMEDIA PARA CONSEGUIR UN INGRESO POSITIVO DE VENTAS DE LA EMPRESA MAKROPRINT DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE MAQUINARIA Y PRODUCTOS DE IMPRESIÓN Y PUBLICIDAD EXTERIOR, UBICADA EN EL SECTOR DE COTOCOLLAO NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.

reconvención, caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

SÉPTIMA: ACEPTACIÓN.- Las partes contratantes aceptan el contenido del presente contrato, por ser hecho en seguridad de sus respectivos intereses.

En aceptación firman a los 23 días del mes de Septiembre del dos mil trece.

f) _____

C.C. N°

Cordillera

CEDENTE

f) _____

Instituto Superior Tecnológico

CESIONARIO

Agradecimiento

*Le agradezco a Dios por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera,
por ser mi fortaleza en los momentos de debilidad y por brindarme una vida llena
de aprendizajes y experiencias.*

*Le doy gracias a mis padres Luis y Mercedes por apoyarme en todo momento, por
los valores que me han inculcado, y por haberme dado la oportunidad de tener
una excelente educación en el transcurso de mi vida.*

*A mis hermanos por ser parte importante en mi vida y representar la unidad
familiar.*

*Les agradezco la confianza, apoyo y dedicación de tiempo a mis profesores. Por
haber compartido conmigo sus conocimientos y sobre todo su amistad.*

Dedicatoria

Principalmente quiero dedicar este trabajo a Dios, por haberme regalado el don de la vida, por ser mi fortaleza en mis momentos de debilidad y por brindarme una vida llena de mucho aprendizaje, experiencia, felicidad y permitirme haber llegado a este momento tan importante de mi formación profesional.

También la dedico a mis padres quienes me han apoyado para poder llegar a esta instancia de mis estudios, ya que ellos siempre han estado presentes para apoyarme moralmente.

Índice general

DECLARACIÓN DE AUTORIA DEL ESTUDIANTE	II
CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL	III
Agradecimiento	VII
Dedicatoria	VIII
Índice general	VII
Índice de figuras	XII
Resumen ejecutivo	XIV
Abstract	XV
Introducción	XVII
CAPÍTULO I.....	1
ANTECEDENTES.....	1
1.1 Contexto	1
1.1.1 Misión	2
1.1.2 Visión	2
1.2 Justificación.....	2
1.3 Definición del problema central (matriz T)	3
CAPÍTULO II	4

Análisis de involucrados	4
2.1 Mapeo de Involucrados	4
2.2 Matriz de análisis y Selección con los involucrados	5
CAPÍTULO III	7
Problemas y objetivos	7
3.1 Árbol de problemas	7
3.2 Árbol de objetivo	8
CAPÍTULO IV	9
Análisis de alternativas	9
4.1 Matriz de análisis de alternativas e identificación de acciones	9
4.1.1 Tamaño del Proyecto	10
4.1.2 Localización del Proyecto	10
4.1.3 Análisis Ambiental	11
4.2 Matriz de análisis de impacto de los objetivos	12
4.3 Diagrama de estrategias	13
4.4 Construcción de la matriz marco lógico	14
4.4.1 Revisión de los criterios para los indicadores	14
4.4.3 Selección de indicadores	17
4.4.3 Medios de Verificación	20
4.4.4 Supuestos	24

4.4.5 Matriz marco lógico	27
CAPÍTULO V	31
La propuesta	31
5.1 Antecedente de la herramienta del perfil de la propuesta Publicitaria.....	31
5.1.1 ¿Qué Es Multimedia?	31
5.1.2 Multimedia Interactiva	31
5.1.3 Hipermedia	32
5.1.4 Herramientas de Desarrollo de Multimedia	32
5.1.5 CD-ROM Y Multimedia.-	33
5.1.6 ¿Dónde Se Utiliza Multimedia?.....	34
5.1.7 ¿Qué es un catálogo multimedia?	35
5.2 Descripción de la Herramienta	36
5.3 Formulación de Proceso de aplicación.....	37
Planificación.....	37
5.3.1 Propósito	37
5.3.2 Usuario	37
5.3.3 Herramientas	38
5.3.4 Desarrollo	39
5.3.5 Contenido	41
5.3.6 Mapa de contenido	44

5.4 Diseño de Interfaz	45
5.4.1 Imagen corporativa.....	45
5.4.2 Colores	46
5.4.3 Tipografía.....	50
5.4.4 Botones.....	52
5.4.5 Retículas.....	54
5.4.6 Producción	58
5.4.7 Programación	61
5.4.8 Navegación e Interactividad.....	63
5.4.9 Servicios.....	63
5.4.10 Imágenes	64
5.4.11 Marketing y difusión.....	65
CAPÍTULO VI.....	67
ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	67
6.1 Recursos	67
6.1.1 Recursos técnicos:.....	67
6.1.2 Recursos humanos.....	68
6.1.3 Económico.....	69
6.2 Presupuesto	69
6.2.1 Gastos operativos	69

Tabla 9: gastos operativos	69
6.2.2 Aplicación del Proyecto	70
6.3 Cronograma.....	70
CAPÍTULO VII	72
7.1 Conclusiones	72
7.2 Recomendaciones.....	73
Anexos	74
Índice de tablas	
Tabla 1: Definición del problema central.....	3
Tabla 2: matriz de análisis y selección con involucrados	5
Tabla 3: matriz de análisis de impacto de objetivos	12
Tabla 4: revisión de los criterios	17
Tabla 5: selección de indicadores	20
Tabla 6: medios de verificación	23
Tabla 7: supuestos	26
Tabla 8: Matriz marco lógico.....	30
Tabla 9: gastos operativos.....	69
Tabla 10: cronograma	71

Índice de figuras

Figura 1: Identificación de involucrados.....	4
Figura 2: Árbol de problemas	7
Figura 3: Árbol de objetivos	8
Figura 4: Acciones e identificaciones de alternativas	9
Figura 5: localización del proyecto	11
Figura 6: localización del proyecto	11
Figura 7: diagrama de estrategias.....	13
Figura 8: mapa de contenido	44
Figura 9: imagen de logotipo	45
Figura 10: imagen de Isotipo	45
Figura 11: imagen de tipografía	46
Figura 12: retícula pagina inicio	55
Figura 13: retícula somos	55
Figura 14: retícula productos	56
Figura 15: retícula servicios	56
Figura 16: retícula contactos	57
Figura 17: Intro	58
Figura 18: página inicio	58
Figura 19: somos	59
Figura 20: productos	59
Figura 21: servicios	60
Figura 22: contactos	60
Figura 23: imágenes	64

Figura 24: Afiche	65
Figura 25: Facebook.....	66
figura 26: Roll up	66

Resumen ejecutivo

La presente tesis consiste en el desarrollo de un material digital informativo para los productos que comercializa la empresa MAKROPRINT. El objetivo central es entregar información de los productos a nuestro grupo objetivo y con esto conseguir un ingreso positivo en las ventas de la empresa.

La empresa Makroprint esta ubicada en Cotacollao, sector norte del distrito metropolitano de Quito. Comercializa maquinaria de impresión, corte, laminadoras de material impreso, también realiza la distribución de insumos para impresión como son tintas, solventes, lonas opaca y translúcida, vinilos y materiales para publicidad exterior estructura para roll up, x banner, pop up, etc.

La creación de nuestro material digital podrá entregar la suficiente información para que el cliente pueda conocer sobre los insumos de la empresa, con una idea novedosa y fácil de manejar en cualquier computadora podrá revisar colores, tamaños, texturas, etc.

La misión de la empresa, Makroprint fue creada para satisfacer y solucionar los problemas gráficos, ofreciendo un servicio de alta calidad con la mejor tecnología y técnicas novedosas en el diseño publicitario, logramos el éxito en cada trabajo que desarrollamos con el profesionalismo y seriedad precisa en el uso de nuestros materiales y con esto brindar soluciones comunicacionales de excelente calidad para nuestro grupo objetivo.

La visión Makroprint busca el posicionamiento, llegar a ser líder en el mercado publicitario y comunicacional siempre cumpliendo con los más altos parámetros de calidad aplicándolos en el desarrollo y crecimiento a nivel nacional e internacional.

Uno de nuestro mayor objetivo primordial es informar y actualizar la información que se entrega a nuestro grupo objetivo y obtener un margen positivo de ventas en la empresa.

Nuestro proyecto tendrá un impacto ambiental bajo por lo que no se utilizará en acceso el material impreso y la entrega de CD será en una medida controlada por la empresa.

Una de las conclusiones del trabajo fue haber contado con el apoyo de la empresa al brindar toda la información necesaria para el desarrollo de nuestro producto y conseguir la culminación del presente proyecto.

Abstract

The present research is the development of digital material information for products sold by the company MAKROPRINT. The main objective is to deliver product information to our target group and thereby get a positive income on sales of the company.

The company is located in Cotacollao, northern part of the Metropolitan District of Quito. It sells equipment printing, cutting, laminating of printed material, also makes the distribution of inputs such as printing inks, solvents, opaque and

translucent canvas, vinyl and materials for outdoor advertising structure to roll up, x banner, pop up, etc.

The creation of our digital material can provide sufficient information for the customer to know about the inputs of the company, with a novel idea and easy to handle on any computer may review colors, sizes, textures, etc.

The mission of the company, Makroprint was created to meet and solve graphics problems, providing a high quality service with the best technology and innovative in the advertising design techniques, we achieve success in every work we do with the professionalism and seriousness accurate using our materials and thereby provide high quality communications solutions for our target group.

The vision seeks Makroprint positioning, become a leader in the advertising and media market while meeting the highest quality standards, applying them to the development and growth at national and international level.

One of our main goal and primary is to inform and update the information that is delivered to our target group and get a positive margin sale in the company.

Our project will have a low environmental impact so not used to access printed material and CD delivery will be controlled by the company as.

One of the conclusions of the work was to have had the support of the company to provide all information necessary for the development of our product and get the culmination of this project.

Introducción

El presente trabajo de investigación tiene como principal propósito de estudio la comunicación con nuestro grupo objetivo. En concreto, la investigación que se presenta se acoge con la finalidad de establecer una propuesta informativa que esta especialmente concebida para los clientes de la empresa.

Capítulo I

Aquí se presenta los antecedentes de la empresa como una breve reseña histórica de cómo se formó, sus aspiraciones y sin olvidar su misión y visión en lo que esta fundamentada y sus ideales a cumplir. También encontramos la justificación del proyecto que da énfasis de porque realizamos el trabajo de investigación y que necesitamos deducir o compensar, definimos el problema central con su situación empeorada, situación actual y mejorada.

Capítulo II

Encontraremos el análisis y mapeo de involucrados que giran en torno a nuestro tema de proyecto y quién va a participar en el desarrollo de mismo, en la matriz y selección de involucrados se describe como participarán cada uno de ellos en el proyecto.

Capítulo III

En el presente capítulo determinaremos primero nuestro problema central con sus causas, sub causas y los efectos que producen cada una de ellas, después, el árbol de objetivos que contrario a al antes mencionado tiene la solución, objetivos y fines del proyecto.

CREACIÓN DE UN CATÁLOGO MULTIMEDIA PARA CONSEGUIR UN INGRESO POSITIVO DE VENTAS DE LA EMPRESA MAKROPRINT DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE MAQUINARIA Y PRODUCTOS DE IMPRESIÓN Y PUBLICIDAD EXTERIOR, UBICADA EN EL SECTOR DE COTOCOLLAO NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.

Capítulo IV

El análisis de alternativas e identificación de acciones es el trabajo que realizaremos nuestro proyecto para llegar a nuestros fines y conseguir la aceptación de nuestro trabajo.

Encontramos el tamaño del proyecto que es reconocer cual es nuestro grupo objetivo y determinar nuestros clientes actuales y potenciales, en la localización del proyecto esta la ubicación exacta donde se va a desarrollar el trabajo y el análisis ambiental es el impacto que causará nuestro proyecto.

La matriz de análisis de impacto de los objetivo no es mas que medir la factibilidad de nuestro proyecto.

Capítulo V

La propuesta de nuestro proyecto, como también dar una definición de lo que es nuestro trabajo en lo que está basado y para que sirve, la descripción de las herramientas que se va utilizar para el desarrollo de la misma la formulación del proceso de aplicación como es la planificación de nuestro proyecto, un mapa de contenido donde está estructurado nuestro proyecto, la interfaz, tipografías, botones, colores y al final imágenes de como queda nuestro proyecto.

CAPÍTULO I

ANTECEDENTES

1.1 Contexto

Makroprint es una empresa creada hace siete años, en sus inicios la empresa realizaba trabajos gráficos y de rotulación obteniendo una buena cartera de clientes, gracias a sus trabajos de calidad consiguió un ingreso positivo de ventas; pero con el incremento de nuevas compañías que ofrecían los mismos servicios decide ingresar al mercado publicitario por otra puerta sin alejarse de sus ideales como empresa y lo hace mediante la comercialización de materiales para efectuar trabajos publicitarios, consiguiendo un excelente nivel de ventas gracias a la distribución de materiales de producción gráfica. En la actualidad la empresa Makroprint pretende demostrar el nivel de competitividad que propone en dicho sector como es el de la publicidad exterior, su cultura organizacional y mantenerse en el mercado proponiendo alternativas e impulsando estrategias competitivas, en el campo tecnológico la empresa va a la par del siglo XXI renovando su infraestructura como son programas, software, y más. El poseer un talento humano capaz también aporta para tener su buena cartera de clientes.

Y con esto la empresa busca ser en un tiempo no muy lejano líder en el mercado comercial de materiales para la elaboración de publicidad exterior y consolidarse como una marca a nivel nacional.

CREACIÓN DE UN CATÁLOGO MULTIMEDIA PARA CONSEGUIR UN INGRESO POSITIVO DE VENTAS DE LA EMPRESA MAKROPRINT DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE MAQUINARIA Y PRODUCTOS DE IMPRESIÓN Y PUBLICIDAD EXTERIOR, UBICADA EN EL SECTOR DE COTOCOLLAO NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.

1.1.1 Misión

Makroprint fue creada para satisfacer y solucionar los problemas gráficos, ofreciendo un servicio de alta calidad con la mejor tecnología y técnicas novedosas en el diseño publicitario, logramos el éxito en cada trabajo que desarrollamos con el profesionalismo y seriedad precisa en el uso de nuestros materiales y con esto brindar soluciones comunicacionales de excelente calidad para nuestro grupo objetivo.

1.1.2 Visión

Makroprint busca el posicionamiento, llegar a ser líder en el mercado publicitario y comunicacional siempre cumpliendo con los más altos parámetros de calidad aplicándolos en el desarrollo y crecimiento a nivel nacional e internacional.

1.2 Justificación

La empresa Makroprint ha desaprovechado la oportunidad de incrementar su cartera de clientela y aumentar sus ventas debido a que no posee un buen manejo en la actualización de información de sus productos. Debido al alto nivel de competencia que en los últimos años ha crecido en el DMQ. Y es por esto necesario crear un catálogo multimedia como una solución comunicacional de la empresa hacia sus clientes, ofreciendo un recurso tecnológico muy utilizado en estos tiempos. La tendencia es ofrecer el máximo de información en un mínimo

de tiempo, de forma atractiva y eficaz, y con las máximas garantías de que el receptor va a poder comprender, examinar y guardar dicha información.

1.3 Definición del problema central (matriz T)

Tabla 1: Definición del problema central

ANÁLISIS DE FUERZAS T					
Situación Empeorada	Situación Actual				Situación Mejorada
Perdida de clientes y posible cierre de la empresa	Obsoleta información de los insumos que ofrece la empresa "Makroprint"				Mejoramiento en la cartera de clientes por el buen manejo de actualización de información
Fuerzas Impulsadoras	I	PC	I	PC	Fuerzas Bloqueadoras
Creación del catálogo multimedia de productos y servicios de la empresa Makroprint	4	5	4	2	No recibir la suficiente información de productos por parte de los proveedores
Actualización de información de productos y servicios de la empresa	5	5	4	1	Mantener la información obsoleta de insumos y servicios
Realizar un manejo muy llamativo en la imagen del catálogo multimedia	3	5	5	2	Imagen del catálogo multimedia poco llamativa para los clientes
Lograr que el catálogo multimedia tenga un gran impacto visual en los clientes o consumidores	4	5	5	1	Impacto visual de catálogo multimedia bajo en clientes o usuarios

CREACIÓN DE UN CATÁLOGO MULTIMEDIA PARA CONSEGUIR UN INGRESO POSITIVO DE VENTAS DE LA EMPRESA MAKROPRINT DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE MAQUINARIA Y PRODUCTOS DE IMPRESIÓN Y PUBLICIDAD EXTERIOR, UBICADA EN EL SECTOR DE COTOCOLLAO NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.

CAPÍTULO II

Análisis de involucrados

2.1 Mapeo de Involucrados

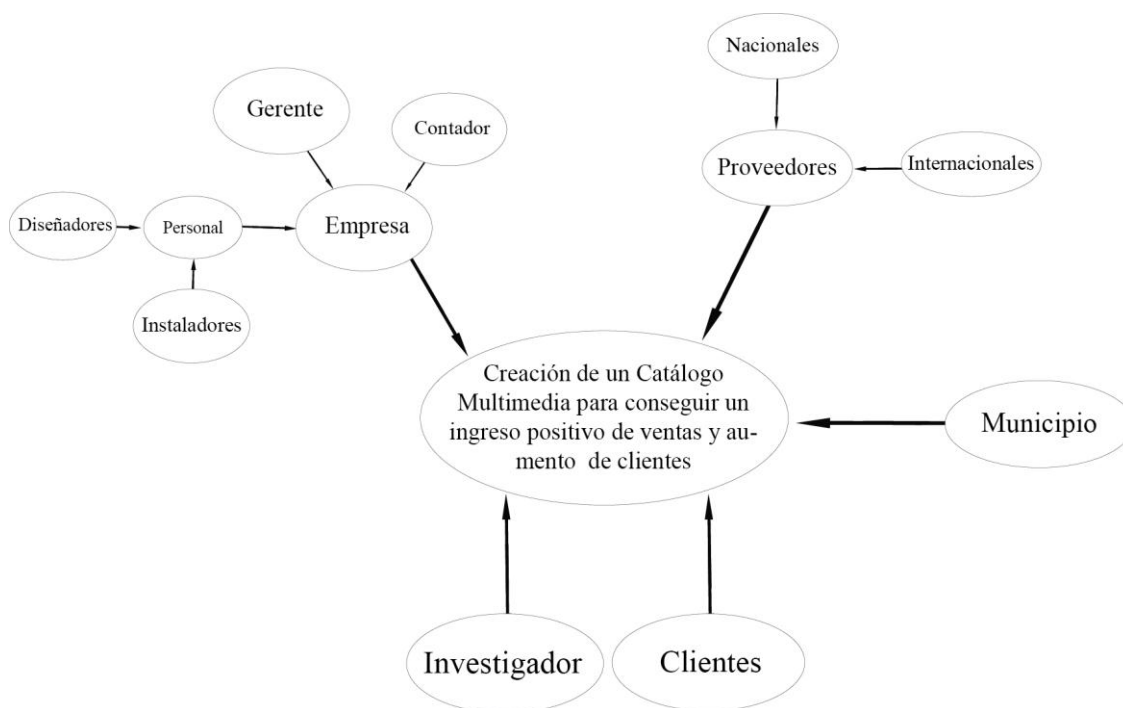


Figura 1: Identificación de involucrados

2.2 Matriz de análisis y Selección con los involucrados

Tabla 2: matriz de análisis y selección con involucrados

Actores involucrados	Interés sobre el problema	Problemas Percibidos	Recursos mandatos y capacidades	Interés sobre el proyecto	Conflictos potenciales
EMPRESA Makroprint	Frenar la obsoleta información de productos de la empresa	Costo por la actualización de la información de productos	económicos ecológicos tecnológicos	incrementar la información de los productos en la empresa con otros medios	Que los nuevos usuarios no conozcan a fondo sobre materiales o el servicio que brinda la empresa
INVESTIGADOR Javier Quisaguano	Ofrecer un diseño multimedia innovador con el que se pueda mejorar la comunicación de la empresa	Insuficiente recolección de la información e inadecuado diseño	económicos Tecnológicos Ley de comunicación intelectuales	Crear un catálogo multimedia interactivo y adecuado	El no poder obtener el impacto deseado con el catálogo multimedia
PROVEEDORES	Entregar información renovada de los productos	Que la empresa no valore la renovación de información de los productos	tecnológicos económicas	Mantener actualizada la información de productos	Por la cantidad de datos actualizados se filtre mal la información de productos
CLIENTES	Solicitar información actualizada de los materiales	No entender la información de los productos gráficos	económicas	Incrementar conocimientos de computación para el buen manejo del catálogo	No entender la función del catálogo multimedia

CREACIÓN DE UN CATÁLOGO MULTIMEDIA PARA CONSEGUIR UN INGRESO POSITIVO DE VENTAS DE LA EMPRESA MAKROPRINT DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE MAQUINARIA Y PRODUCTOS DE IMPRESIÓN Y PUBLICIDAD EXTERIOR, UBICADA EN EL SECTOR DE COTOCOLLAO NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.

MUNICIPIO	Exigir el manejo de información actualizada	La empresa hace caso omiso al requerimient o de actualización de sus materiales	Ley de comunicación	Exigir la actualización de información	Creación de ordenanzas en contra de la publicidad exterior
-----------	--	--	------------------------	---	--

CREACIÓN DE UN CATÁLOGO MULTIMEDIA PARA CONSEGUIR UN INGRESO POSITIVO DE VENTAS DE LA EMPRESA MAKROPRINT DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE MAQUINARIA Y PRODUCTOS DE IMPRESIÓN Y PUBLICIDAD EXTERIOR, UBICADA EN EL SECTOR DE COTOCOLLAO NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.

CAPÍTULO III

Problemas y objetivos

3.1 Árbol de problemas

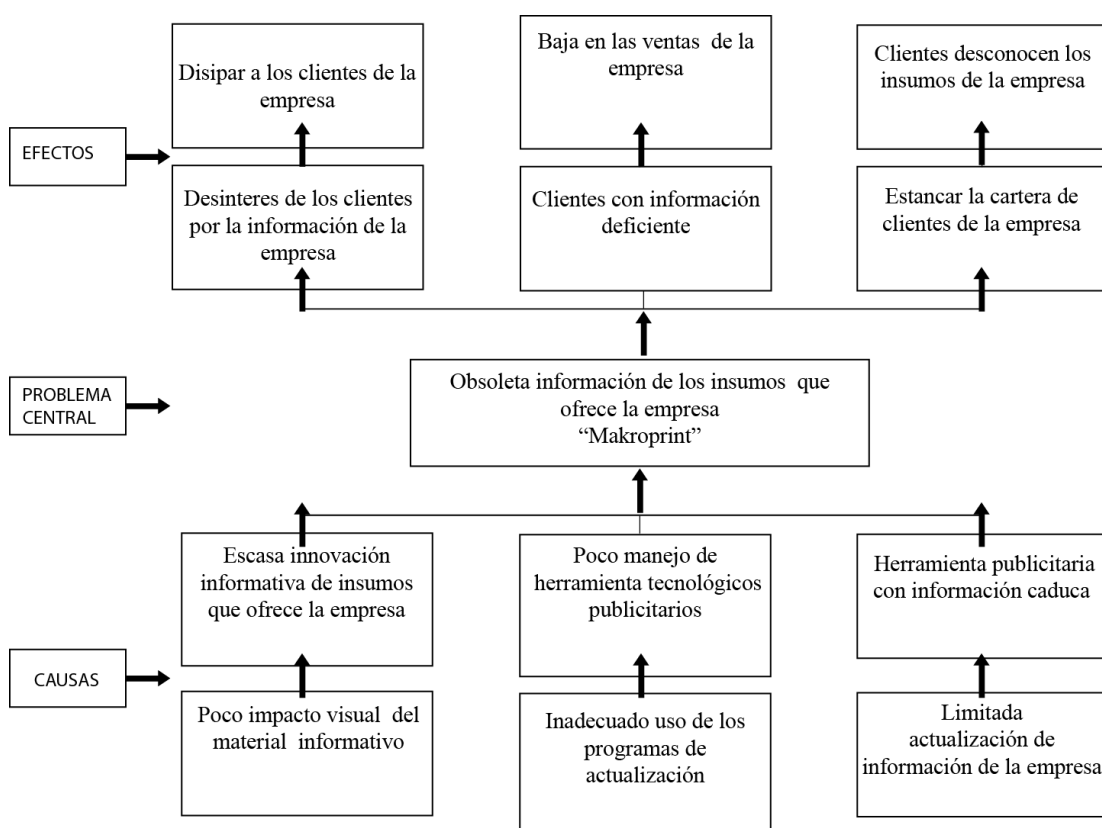


Figura 2: Árbol de problemas

CREACIÓN DE UN CATÁLOGO MULTIMEDIA PARA CONSEGUIR UN INGRESO POSITIVO DE VENTAS DE LA EMPRESA MAKROPRINT DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE MAQUINARIA Y PRODUCTOS DE IMPRESIÓN Y PUBLICIDAD EXTERIOR, UBICADA EN EL SECTOR DE COTOCOLLAO NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.

3.2 Árbol de objetivo

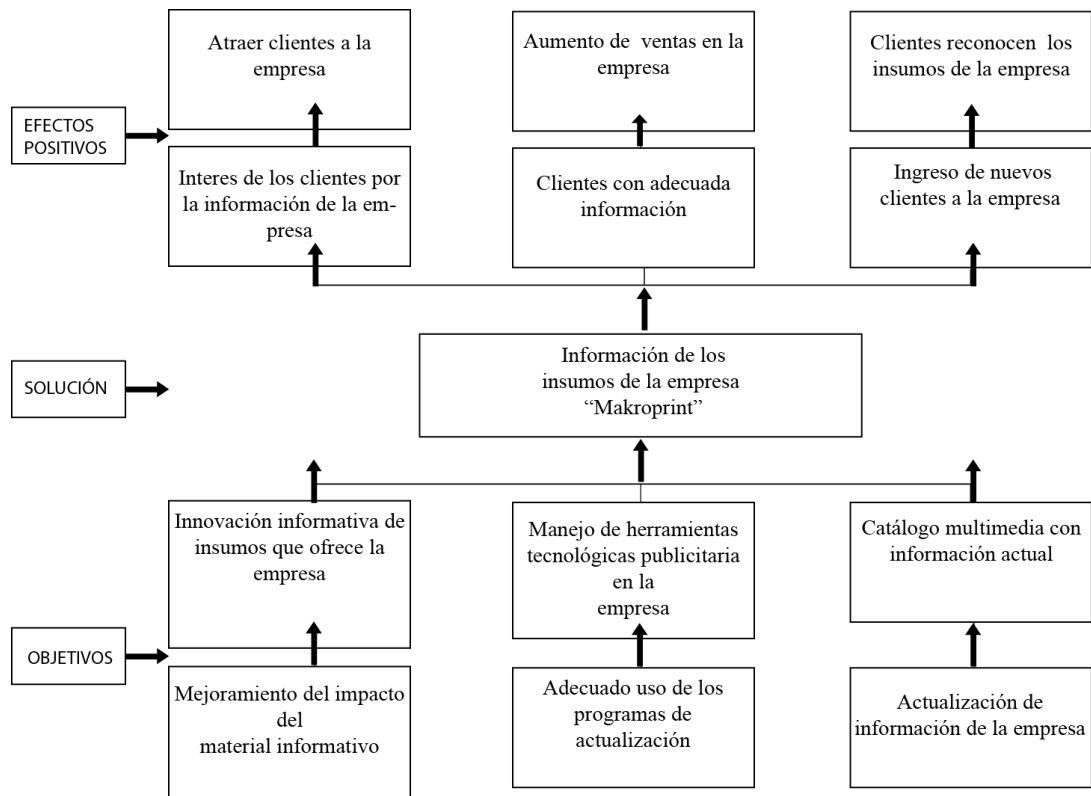


Figura 3: Árbol de objetivos

CREACIÓN DE UN CATÁLOGO MULTIMEDIA PARA CONSEGUIR UN INGRESO POSITIVO DE VENTAS DE LA EMPRESA MAKROPRINT DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE MAQUINARIA Y PRODUCTOS DE IMPRESIÓN Y PUBLICIDAD EXTERIOR, UBICADA EN EL SECTOR DE COTOCOLLAO NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.

CAPÍTULO IV

Análisis de alternativas

4.1 Matriz de análisis de alternativas e identificación de acciones

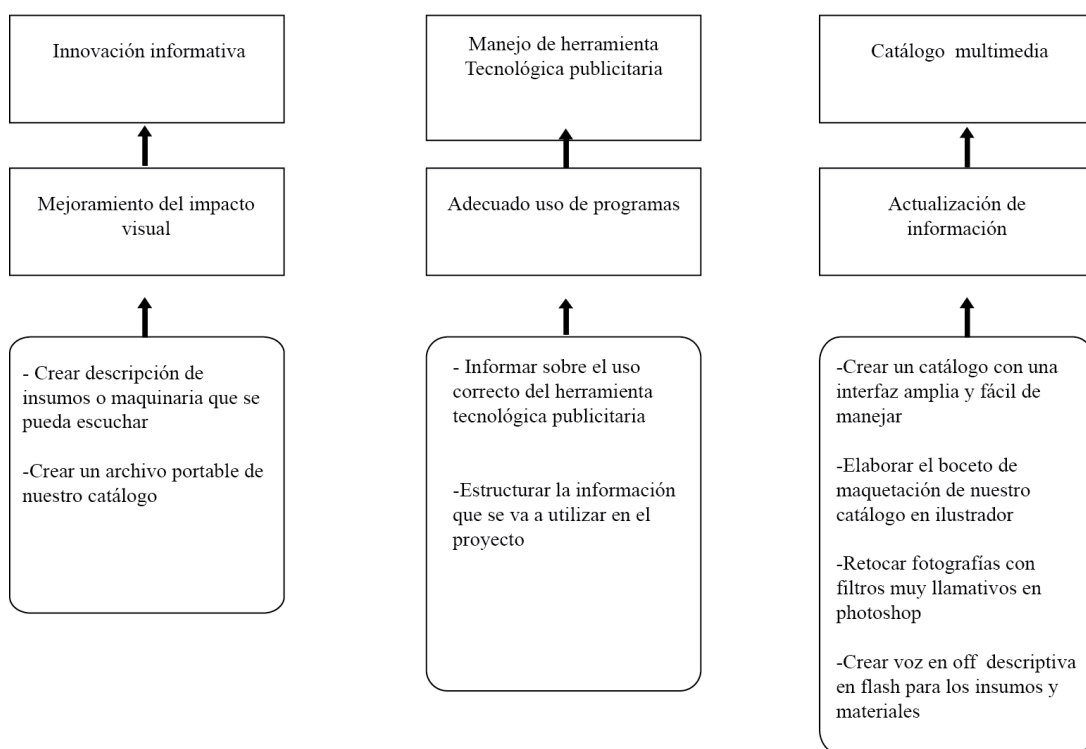


Figura 4: Acciones e identificaciones de alternativas

4.1.1 Tamaño del Proyecto

Makroprint es una empresa que se encuentra establecida en el mercado laboral brindando el servicio de rotulación, creación de roll up, publicidad en autos para distintas marcas, el diseño personalizado para grandes y pequeñas empresas de Quito, se ofrece también el servicio de impresión y corte en distintos materiales, También se dedica a la venta y distribución de maquinaria e insumos de impresión, plotter de corte, materiales como lona opaca, translúcida, vinilos, photo paper, lona mesh o malla, etc.

El proyecto está enfocado a un grupo objetivo conformado por microempresas de rotulación y gigantografías, en el Distrito Metropolitano de Quito, sector de Cotocollao, de un 100% microempresas de gigantografías, Makroprint comercializa sus materiales e insumos de publicidad a un 25%.

También un grupo objetivo importante son las empresas alimenticias, farmacéuticas, textiles, de manufactura y sin olvidar a las personas, hombres y mujeres las cuales debido a su profesión o ritmo de trabajo adquieren los servicios que son indispensables para ejercer su trabajo.

4.1.2 Localización del Proyecto

La implementación del proyecto se realizará en Ecuador, Provincia de Pichincha, ciudad de Quito, Parroquia de Cotocollao, Av. Diego de Vásquez N64-04 y Nazacota Puento.



Figura 5: localización del proyecto

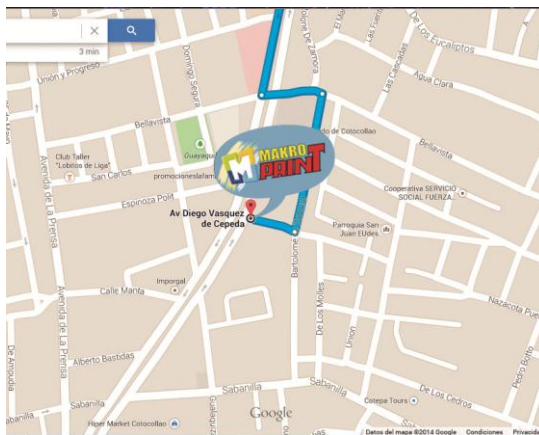


Figura 6: localización del proyecto

4.1.3 Análisis Ambiental

El impacto ambiental del proyecto será mínimo, debido a que se va a utilizar equipos digitales para su elaboración y su distribución será controlada, siendo la luz eléctrica el recurso que más se utilizaría, disminuyendo así la contaminación ambiental, contribuyendo con el cuidado del mismo.

Si un cliente no posee un medio digital, la empresa imprimirá el material informativo en papel, para que el cliente pueda conocer sobre la actualización de insumos y servicios que brinda la empresa, de esta manera se estaría utilizando los recursos no renovables en mínima proporción, ya que la idea es de promocionarse por el medio digital.

CREACIÓN DE UN CATÁLOGO MULTIMEDIA PARA CONSEGUIR UN INGRESO POSITIVO DE VENTAS DE LA EMPRESA MAKROPRINT DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE MAQUINARIA Y PRODUCTOS DE IMPRESIÓN Y PUBLICIDAD EXTERIOR, UBICADA EN EL SECTOR DE COTOCOLLAO NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.

4.2 Matriz de análisis de impacto de los objetivos

Tabla 3: matriz de análisis de impacto de objetivos

Objetivos	Impacto sobre el propósito	Factibilidad técnica	Factibilidad financiera	Factibilidad social	Factibilidad política	TOTAL	CATEGORÍA
Innovación informativa de insumos que ofrece la empresa	4	5	4	5	5	23	ALTA
Manejo de herramientas tecnológicas publicitaria en la empresa	5	5	4	5	5	24	ALTA
Catálogo multimedia con información actual	5	4	4	5	5	23	ALTA

CREACIÓN DE UN CATÁLOGO MULTIMEDIA PARA CONSEGUIR UN INGRESO POSITIVO DE VENTAS DE LA EMPRESA MAKROPRINT DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE MAQUINARIA Y PRODUCTOS DE IMPRESIÓN Y PUBLICIDAD EXTERIOR, UBICADA EN EL SECTOR DE COTOCOLLAO NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.

4.3 Diagrama de estrategias

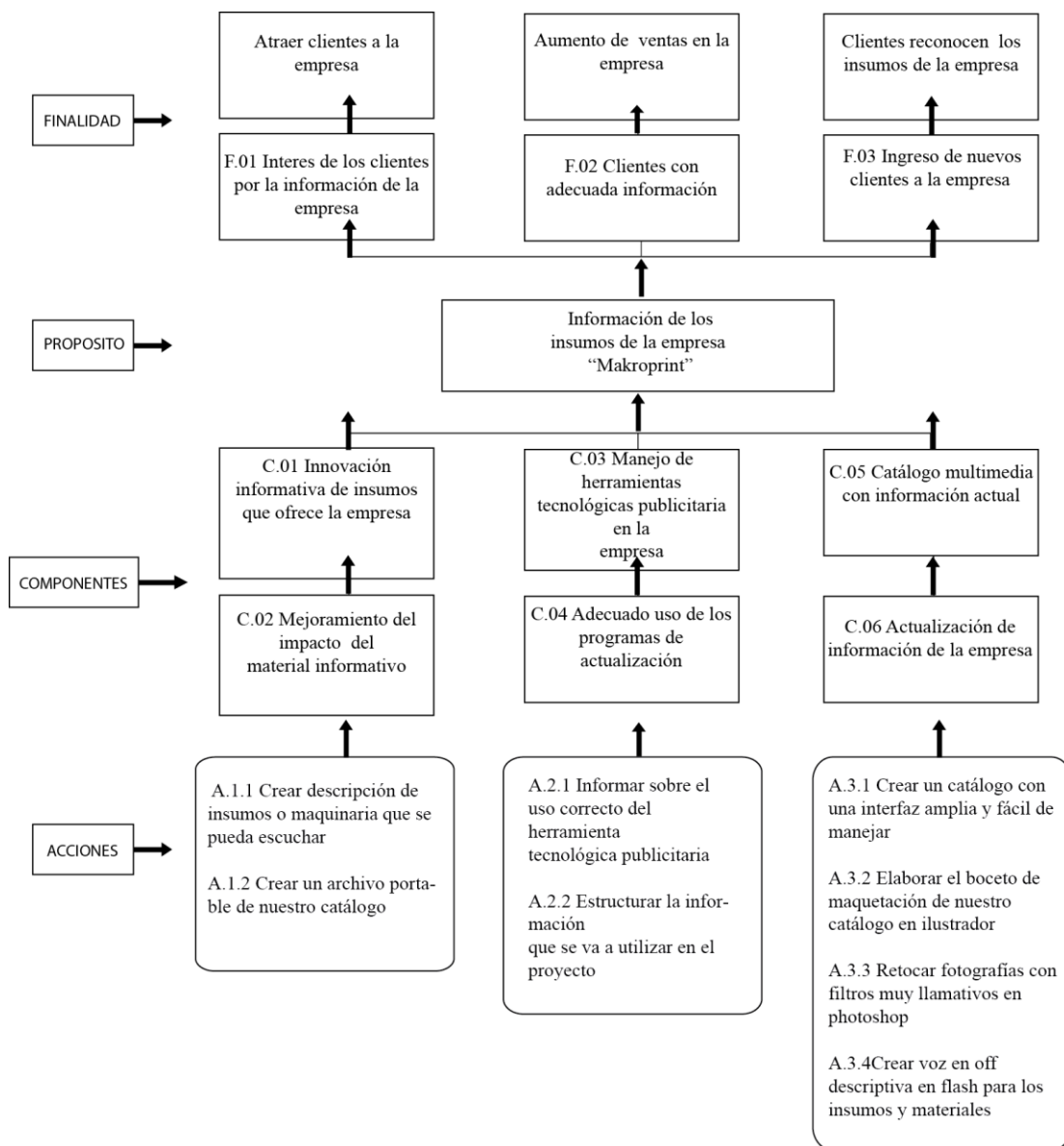


Figura 7: diagrama de estrategias

CREACIÓN DE UN CATÁLOGO MULTIMEDIA PARA CONSEGUIR UN INGRESO POSITIVO DE VENTAS DE LA EMPRESA MAKROPRINT DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE MAQUINARIA Y PRODUCTOS DE IMPRESIÓN Y PUBLICIDAD EXTERIOR, UBICADA EN EL SECTOR DE COTOCOLLAO NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.

4.4 Construcción de la matriz marco lógico

4.4.1 Revisión de los criterios para los indicadores.

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	META				
			CANTIDAD	CALIDAD	TIEMPO	LUGAR	GRUPO SOCIAL
F1	F.01 Interés de los clientes por la información de la empresa.	I. 1: Existe el 73% de interés	58 personas	Optima	Actual	Cotacollao	Clientes
F2	F.02 Clientes con adecuada información	I.2: 96% de clientes con información	76 personas	Optima	Actual	Cotacollao	Clientes
F3	F.03 Ingreso de nuevos clientes a la empresa	I.3: 84% de clientes nuevos	67 personas	Optima	Actual	Cotacollao	Clientes
Propósito	Información de los insumos de la empresa "Makroprint"	I.: Actualización de la información	3 personas	Optima	Semestra 1	Cotacollao	Autor del proyecto
C1	C.01 Innovación informativa de insumos	I.1: Innovación informativa	3 personas	Optima	Semestra 1	Cotacollao	Autor del proyecto

CREACIÓN DE UN CATÁLOGO MULTIMEDIA PARA CONSEGUIR UN INGRESO POSITIVO DE VENTAS DE LA EMPRESA MAKROPRINT DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE MAQUINARIA Y PRODUCTOS DE IMPRESIÓN Y PUBLICIDAD EXTERIOR, UBICADA EN EL SECTOR DE COTACOLLAO NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.

	que ofrece la empresa						
C2	C.02 Mejoramiento del impacto del material informativo	I.2: Mejoramiento de material	1 persona	Optima	Semestra 1	Cotacollao	Autor del proyecto
C3	C.03 Manejo de herramientas tecnológicas publicitaria en la empresa	I.3: Manejo de herramientas por parte del personal	3 personas	Optima	Semestral	Cotacollao	Autor del proyecto
C4	C.04 Adecuado uso de los programas de actualización	I.4: Uso adecuado	3 personas	Optima	Semestral	Cotacollao	Autor del proyecto
C5	C.05 Catálogo multimedia con información actual	I.5: Creación del Catálogo	1 persona	Optima	Semestral	Cotacollao	Autor del proyecto
C6	C.06 Actualización de información de la empresa	I.6: Actualización de información	3 personas	Optima	Semestral	Cotacollao	Autor del proyecto
A1.1	A.1.1 Crear descripción de insumos y maquinaria que se pueda	I.1: Descripción de los insumos	1 persona	Optima	En cada actualización de catálogo	Cotacollao	Autor del proyecto

CREACIÓN DE UN CATÁLOGO MULTIMEDIA PARA CONSEGUIR UN INGRESO POSITIVO DE VENTAS DE LA EMPRESA MAKROPRINT DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE MAQUINARIA Y PRODUCTOS DE IMPRESIÓN Y PUBLICIDAD EXTERIOR, UBICADA EN EL SECTOR DE COTACOLLAO NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.

	escuchar						
A1.2	A.1.2 Crear un archivo portable de nuestro catálogo	I.2:creación de archivo	1 persona	Optima	Después de cada actualización	Cotocollao	Autor del proyecto
A2.1	A.2.1 Informar sobre el uso correcto del herramienta tecnológica publicitaria	I.3:Uso correcto de herramientas	1 persona	Optima	Mensual	Cotocollao	Autor del proyecto
A2.2	A.2.2 Estructurar la información que se va a utilizar en el proyecto	I.4:Organización por parte del personal	3 personas	Optima	Semestral	Cotocollao	Autor del proyecto
A3.1	A.3.1 Crear un catálogo con una interfaz amplia y fácil de manejar	I.5:Creación de catálogo	1 persona	Optima	Mensual	Cotocollao	Autor del proyecto
A3.2	A.3.2 Elaborar el boceto de maquetación de nuestro catálogo en ilustrador	I.6:Creación de boceto	1 persona	Optima	Cuando se realice la actualización del catálogo	Cotocollao	Autor del proyecto
A3.3	A.3.3 Retocar fotografías con filtros muy	I.7: retoque de cada de imágenes	3 personas	Optima	Cuando se realice la actualización del	Cotocollao	Autor del proyecto

CREACIÓN DE UN CATÁLOGO MULTIMEDIA PARA CONSEGUIR UN INGRESO POSITIVO DE VENTAS DE LA EMPRESA MAKROPRINT DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE MAQUINARIA Y PRODUCTOS DE IMPRESIÓN Y PUBLICIDAD EXTERIOR, UBICADA EN EL SECTOR DE COTOCOLLAO NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.

	llamativos en photoshop				catálogo		
A3.4	A.3.4 Crear voz en off descriptiva en flash para los insumos y materiales	I.8: creación de descripción	3 personas	Optima	Cuando se realice la actualización del catálogo	Cotocollao	Autor del proyecto

Tabla 4: revisión de los criterios

4.4.3 Selección de indicadores

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	CLASIFICADOR DE INDICADORES					PUNTAJE	SELECCIÓN
			A	B	C	D	E		
F1	F.01 Interés de los clientes por la información de la empresa.	I. 1: Existe el 73% de interés	X	X	X	X	X	5	ALTO
F2	F.02 Clientes con adecuada información	I.2: 96% de clientes con información	X	X		X	X	4	ALTO
F3	F.03 Ingreso de nuevos clientes a la empresa	I.3: 84% de clientes nuevos	X	X	X	X	X	5	ALTO
Propósito	Información de los insumos de la empresa	I.: Actualización de la	X	X	X	X	X	5	ALTO

CREACIÓN DE UN CATÁLOGO MULTIMEDIA PARA CONSEGUIR UN INGRESO POSITIVO DE VENTAS DE LA EMPRESA MAKROPRINT DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE MAQUINARIA Y PRODUCTOS DE IMPRESIÓN Y PUBLICIDAD EXTERIOR, UBICADA EN EL SECTOR DE COTOCOLLAO NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.

	"Makroprint"	información							
C1	C.01 Innovación informativa de insumos que ofrece la empresa	I.1: Innovación informativa	X	X			X	3	MEDIO
C2	C.02 Mejoramiento del impacto del material informativo	I.2: Mejoramiento de material	X		X	X		3	MEDIO
C3	C.03 Manejo de herramientas tecnológicas publicitaria en la empresa	I.3: Manejo de herramientas por parte del personal		X		X	X	3	MEDIO
C4	C.04 Adecuado uso de los programas de actualización	I.4: Uso adecuado		X		X	X	3	MEDIO
C5	C.05 Catálogo multimedia con información actual	I.5: Creación del Catálogo	X	X	X	X	X	5	ALTO
C6	C.06 Actualización de información	I.6: Actualización de información	X	X	X	X	X	5	ALTO

CREACIÓN DE UN CATÁLOGO MULTIMEDIA PARA CONSEGUIR UN INGRESO POSITIVO DE VENTAS DE LA EMPRESA MAKROPRINT DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE MAQUINARIA Y PRODUCTOS DE IMPRESIÓN Y PUBLICIDAD EXTERIOR, UBICADA EN EL SECTOR DE COTOCOLLAO NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.

	de la empresa								
A1.1	A.1.1 Crear descripción de insumos o maquinaria que se pueda escuchar	I.1: Descripción de los insumos	X	X		X	X	4	ALTO
A1.2	A.1.2 Crear un archivo portable de nuestro catálogo	I.2: creación de archivo	X	X		X		3	MEDIO
A2.1	A.2.1 Informar sobre el uso correcto de la herramienta tecnológica publicitaria	I.3: Uso correcto de herramientas	X	X		X	X	4	ALTO
A2.2	A.2.2 Estructurar la información que se va a utilizar en el proyecto	I.4: Organización por parte del personal	X	X		X		3	MEDIO
A3.1	A.3.1 Crear un catálogo con una interfaz amplia y fácil de manejar	I.5: Creación de catálogo	X	X	X	X	X	5	ALTO
A3.2	A.3.2 Elaborar el boceto de maquetación de nuestro catálogo en ilustrador	I.6: Creación de boceto	X	X		X		3	MEDIO

CREACIÓN DE UN CATÁLOGO MULTIMEDIA PARA CONSEGUIR UN INGRESO POSITIVO DE VENTAS DE LA EMPRESA MAKROPRINT DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE MAQUINARIA Y PRODUCTOS DE IMPRESIÓN Y PUBLICIDAD EXTERIOR, UBICADA EN EL SECTOR DE COTOCOLLAO NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.

A3.3	A.3.3 Retocar fotografías con filtros muy llamativos en photoshop	I.7: retoque de cada de imágenes	X	X		X		3	MEDIO
A3.4	A.3.4 Crear voz en off descriptiva en flash para los insumos y materiales	I.8: creación de descripción	X	X		X		3	MEDIO

Tabla 5: selección de indicadores

A: Es claro

D: La tarea de recolectar datos al alcance y no requiere expertos

B: Existe información disponible

E: Es representativo

C: Es tangible y se puede observar

4.4.3 Medios de Verificación

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	Métodos de verificación				
			Fuentes de verificación	Método de recolección	Método de análisis	Frecuencia de recopilación	Responsable
F1	F.01 Interés de los clientes por la información de la empresa.	I. 1: Existe el 73% de interés	Primaria	Encuesta	Cuantitativo	Mensual	Investigador
F2	F.02 Clientes con adecuada información	I.2: 96% de clientes con información	Secundaria	Observación	Cualitativo	Mensual	Investigador
F3	F.03 Ingreso de nuevos	I.3: 84% de		Encuestas		Mensual	Investigador

CREACIÓN DE UN CATÁLOGO MULTIMEDIA PARA CONSEGUIR UN INGRESO POSITIVO DE VENTAS DE LA EMPRESA MAKROPRINT DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE MAQUINARIA Y PRODUCTOS DE IMPRESIÓN Y PUBLICIDAD EXTERIOR, UBICADA EN EL SECTOR DE COTOCOLLAO NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.

	clientes a la empresa	clientes nuevos	Primaria		Cuantitativo		
Propósito	Información de los insumos de la empresa "Makroprint"	I.: Actualización de la información	Primaria y secundaria	Recopilación información y observación	Cuantitativo y cualitativo	Mensual	Investigador
C1	C.01 Innovación informativa de insumos que ofrece la empresa	I.1: Innovación informativa	Primaria	Recopilación de información	Cualitativo	Semestral	Investigador
C2	C.02 Mejoramiento del impacto del material informativo	I.2: Mejoramiento de material	Secundaria	Observación	Cualitativo	Semestral	Investigador
C3	C.03 Manejo de herramientas tecnológicas publicitaria en la empresa	I.3: Manejo de herramientas por parte del personal	Secundaria	Observación	Cualitativo	Mensual	Investigador
C4	C.04 Adecuado uso de los programas de actualización	I.4: Uso adecuado	Secundaria	Observación	Cualitativo	Mensual	Investigador
C5	C.05 Catálogo multimedia con	I.5: Creación del Catálogo	Secundaria	Recopilación de información	Cualitativo	Semestral	Investigador

CREACIÓN DE UN CATÁLOGO MULTIMEDIA PARA CONSEGUIR UN INGRESO POSITIVO DE VENTAS DE LA EMPRESA MAKROPRINT DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE MAQUINARIA Y PRODUCTOS DE IMPRESIÓN Y PUBLICIDAD EXTERIOR, UBICADA EN EL SECTOR DE COTOCOLLAO NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.

	información actual						
C6	C.06 Actualización de información de la empresa	I.6: Actualización de información	Secundaria	Entrevista con el propietario	Cualitativo	Mensual	Propietario
A1.1	A.1.1 Crear descripción de insumos o maquinaria que se pueda escuchar	I.1: Descripción de los insumos	Secundaria	Recopilación de información	Cualitativo	Semestral	Investigador
A1.2	A.1.2 Crear un archivo portable de nuestro catálogo	I.2: creación de archivo	Secundaria	Recopilación de información	Cualitativo	Cada vez que se actualice el catálogo	Investigador
A2.1	A.2.1 Informar sobre el uso correcto de la herramienta tecnológica publicitaria	I.3: Uso correcto de herramientas	Secundaria	Observación	Cualitativo	Mensual	Investigador
A2.2	A.2.2 Estructurar la información que se va a utilizar en el proyecto	I.4: Organización por parte del personal	Secundaria	Recopilación de información	Cualitativo	Semestral	Investigador
A3.1	A.3.1 Crear un catálogo con una interfaz amplia y	I.5: Creación de catálogo	Secundaria	Recopilación de información	Cualitativo	Semestral	Investigador

CREACIÓN DE UN CATÁLOGO MULTIMEDIA PARA CONSEGUIR UN INGRESO POSITIVO DE VENTAS DE LA EMPRESA MAKROPRINT DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE MAQUINARIA Y PRODUCTOS DE IMPRESIÓN Y PUBLICIDAD EXTERIOR, UBICADA EN EL SECTOR DE COTOCOLLAO NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.

	fácil de manejar						
A3.2	A.3.2 Elaborar el boceto de maquetación de nuestro catálogo en ilustrador	I.6: Creación de boceto	Secundaria	Recopilación de información	Cualitativo	Cada vez que se actualice el catálogo	Investigador
A3.3	A.3.3 Retocar fotografías con filtros muy llamativos en photoshop	I.7: retoque de cada de imágenes	Secundaria	Recopilación de información	Cualitativo	Cada vez que se actualice el catálogo	Investigador
A3.4	A.3.4 Crear voz en off descriptiva en flash para los insumos y materiales	I.8: creación de descripción	Secundaria	Recopilación de información	Cualitativo	Cada vez que se actualice el catálogo	Investigador

Tabla 6: medios de verificación

4.4.4 Supuestos

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	SUPUESTOS	FACTORES DE RIESGO				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
F1	F.01 Interés de los clientes por la información de la empresa.	Crecimiento en la competencia	Precios bajos de la competencia		Desinterés de clientes por la empresa	Tormentas Temblores	
F2	F.02 Clientes con adecuada información	Desinterés de los clientes por información			Desinterés de clientes por la empresa		
F3	F.03 Ingreso de nuevos clientes a la empresa	Crecimiento en la competencia	Precios bajos de la competencia		Desinterés de clientes por la empresa	Tormentas Temblores	
Propósito	Información de los insumos de la empresa "Makroprint"	Proveedores no poseen información de insumos	Cobrar por dar información de insumos		La información no interese al cliente		Demandas por manejo de mala información
C1	C.01 Innovación informativa de insumos que ofrece la empresa	Copia de la estrategia de la innovación de la empresa por la competencia			Desinterés de la innovación de la empresa		Demanda por copiar innovación
C2	C.02 Mejoramiento del impacto en el material informativo	Copia de la estrategia de la innovación de la empresa por			Desinterés por material informativo		

CREACIÓN DE UN CATÁLOGO MULTIMEDIA PARA CONSEGUIR UN INGRESO POSITIVO DE VENTAS DE LA EMPRESA MAKROPRINT DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE MAQUINARIA Y PRODUCTOS DE IMPRESIÓN Y PUBLICIDAD EXTERIOR, UBICADA EN EL SECTOR DE COTOCOLLAO NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.

		la competencia					
C3	C.03 Manejo de herramientas tecnológicas publicitaria en la empresa	Caducidad en el uso de herramientas tecnológicas publicitarias	Costo elevado por herramienta tecnológica		Desinterés por herramienta tecnológica		Licencias de uso herramientas tecnológicas
C4	C.04 Adecuado uso de los programas de actualización	Caducidad en el uso de programas de actualización	Costo elevado por programas				Licencias de uso de programas de actualización
C5	C.05 Catálogo multimedia con información actual	Desinterés por su acogida			Desinterés por el material multimedia		
C6	C.06 Actualización de información de la empresa	Desinterés por grupo objetivo			Desinterés por la actualización		
A1.1	A.1.1 Crear descripción de insumos o maquinaria que se pueda escuchar	Plagio de idea por la competencia			Desinterés por la descripción de insumos		
A1.2	A.1.2 Crear un archivo portable del catálogo	Dejar de utilizar este tipo de manejo información			Desinterés por archivo portable		
A2.1	A.2.1 Informar sobre el uso correcto del herramienta tecnológica	Competencia informa sobre herramientas publicitarias			Desinterés por la información		

CREACIÓN DE UN CATÁLOGO MULTIMEDIA PARA CONSEGUIR UN INGRESO POSITIVO DE VENTAS DE LA EMPRESA MAKROPRINT DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE MAQUINARIA Y PRODUCTOS DE IMPRESIÓN Y PUBLICIDAD EXTERIOR, UBICADA EN EL SECTOR DE COTOCOLLAO NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.

	publicitaria						
A2.2	A.2.2 Estructurar la información que se va a utilizar en el proyecto	Proveedores sin suficiente información de los insumos				Daño de maquinas por tormenta eléctrica	
A3.1	A.3.1 Crear un catálogo con una interfaz amplia y fácil de manejar	Plagio de idea por la competencia	Software para creación de catálogo costoso		Desinterés de clientes por el catálogo	Daño de maquinas por tormenta eléctrica	Licencias de software
A3.2	A.3.2 Elaborar el boceto de maquetación de nuestro catálogo en ilustrador	Plagio de idea por la competencia	Software para creación de catálogo costoso			Daño de maquinas por tormenta eléctrica	Licencias de software
A3.3	A.3.3 Retocar fotografías con filtros muy llamativos en photoshop	Plagio de idea por la competencia	Software para creación de catálogo costoso			Daño de maquinas por tormenta eléctrica	Licencias de software
A3.4	A.3.4 Crear voz en off descriptiva en flash para los insumos y materiales	Plagio de idea por la competencia	Software para creación de catálogo costoso			Daño de maquinas por tormenta eléctrica	Licencias de software

Tabla 7: supuestos

CREACIÓN DE UN CATÁLOGO MULTIMEDIA PARA CONSEGUIR UN INGRESO POSITIVO DE VENTAS DE LA EMPRESA MAKROPRINT DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE MAQUINARIA Y PRODUCTOS DE IMPRESIÓN Y PUBLICIDAD EXTERIOR, UBICADA EN EL SECTOR DE COTOCOLLAO NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.

4.4.5 Matriz marco lógico

Resumen Narrativo	Indicadores	Medios de Verificación					Supuestos
		Fuentes de información	Método de recolección	Método de análisis	Frecuencia de recolección	Responsable	
FINES							
Interés de los clientes por la información de la empresa.	I. 1: Existe el 73% de interés	Primaria	Encuesta	Cuantitativo	Mensual	Investigador	Crecimiento en la competencia
Cientes con adecuada información	I.2: 96% de clientes con información	Secundaria	Observación	Cualitativo	Mensual	Investigador	Desinterés de los clientes por información
Ingreso de nuevos clientes a la empresa	I.3: 84% de clientes nuevos	Primaria	Encuestas	Cuantitativo	Mensual	Investigador	Crecimiento en la competencia
PROPÓSITO							
Información de los insumos de la empresa "Makroprint"	I.: Actualización de la información	Primaria y secundaria	Recopilación información y observación	Cuantitativo y cualitativo	Mensual	Investigador	Proveedores no poseen información de insumos
COMPONENTES							
Innovación informativa de	I.1: Innovación		Recopilación de información				Copia de la estrategia de la innovación

CREACIÓN DE UN CATÁLOGO MULTIMEDIA PARA CONSEGUIR UN INGRESO POSITIVO DE VENTAS DE LA EMPRESA MAKROPRINT DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE MAQUINARIA Y PRODUCTOS DE IMPRESIÓN Y PUBLICIDAD EXTERIOR, UBICADA EN EL SECTOR DE COTOCOLLAO NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.

insumos que ofrece la empresa	informativa	Primaria		Cualitativo	Semestral	Investigador	de la empresa por la competencia
Mejoramiento del impacto del Material informativo	I.2: Mejoramiento de material	Secundaria	Observación	Cualitativo	Semestral	Investigador	Copia de la estrategia de la innovación de la empresa por la competencia
Manejo de herramientas tecnológicas publicitaria en la empresa	I.3: Manejo de herramientas por parte del personal	Secundaria	Observación	Cualitativo	Mensual	Investigador	Caducidad en el uso de herramientas tecnológicas publicitarias
C.04 Adecuado uso de los programas de actualización	I.4: Uso adecuado	Secundaria	Observación	Cualitativo	Mensual	Investigador	Caducidad en el uso de programas de actualización
C.05 Catálogo multimedia con información actual	I.5: Creación del Catálogo	Secundaria	Recopilación de información	Cualitativo	Semestral	Investigador	Desinterés por su acogida
C.06 Actualización de información de la empresa	I.6: Actualización de información	Secundaria	Entrevista con el propietario	Cualitativo	Mensual	Propietario	Desinterés por grupo objetivo
ACTIVIDADES							

CREACIÓN DE UN CATÁLOGO MULTIMEDIA PARA CONSEGUIR UN INGRESO POSITIVO DE VENTAS DE LA EMPRESA MAKROPRINT DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE MAQUINARIA Y PRODUCTOS DE IMPRESIÓN Y PUBLICIDAD EXTERIOR, UBICADA EN EL SECTOR DE COTOCOLLAO NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.

Crear descripción de insumos o maquinaria que se pueda escuchar	I.1: Descripción de los insumos	Secundaria	Recopilación de información	Cualitativo	Semestral	Investigador	Plagio de idea por la competencia
Crear un archivo portable de nuestro catálogo	I.2: creación de archivo	Secundaria	Recopilación de información	Cualitativo	Cada vez que se actualice el catálogo	Investigador	Dejar de utilizar este tipo de manejo información
Informar sobre el uso correcto del herramienta tecnológica publicitaria	I.3: Uso correcto de herramientas	Secundaria	Observación	Cualitativo	Mensual	Investigador	Competencia informa sobre herramientas publicitarias
Estructurar la información que se va a utilizar en el proyecto	I.4: Organización por parte del personal	Secundaria	Recopilación de información	Cualitativo	Semestral	Investigador	Proveedores sin suficiente información de los insumos
Crear un catálogo con una interfaz amplia y fácil de manejar	I.5: Creación de catálogo	Secundaria	Recopilación de información	Cualitativo	Semestral	Investigador	Plagio de idea por la competencia
Elaborar el boceto de maquetación de nuestro catálogo en	I.6: Creación de boceto	Secundaria	Recopilación de información	Cualitativo	Cada vez que se actualice el catálogo	Investigador	Plagio de idea por la competencia

CREACIÓN DE UN CATÁLOGO MULTIMEDIA PARA CONSEGUIR UN INGRESO POSITIVO DE VENTAS DE LA EMPRESA MAKROPRINT DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE MAQUINARIA Y PRODUCTOS DE IMPRESIÓN Y PUBLICIDAD EXTERIOR, UBICADA EN EL SECTOR DE COTOCOLLAO NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.

ilustrador							
Retocar fotografías con filtros muy llamativos en photoshop	I.7: retoque de cada de imágenes	Secundaria	Recopilación de información	Cualitativo	Cada vez que se actualice el catálogo	Investigador	Plagio de idea por la competencia
Crear voz en off descriptiva en flash para los insumos y materiales	I.8: creación de descripción	Secundaria	Recopilación de información	Cualitativo	Cada vez que se actualice el catálogo	Investigador	Plagio de idea por la competencia

Tabla 8: Matriz marco lógico

CAPÍTULO V

La propuesta

5.1 Antecedente de la herramienta del perfil de la propuesta Publicitaria

5.1.1 ¿Qué Es Multimedia?

Es cualquier combinación de texto, arte gráfico, sonido, animación y vídeo que llega a nosotros por computadora u otros medios electrónicos. Es un tema presentado con lujos de detalles. Cuando conjuga los elementos de multimedia - fotografías y animación deslumbrantes, mezclando sonido, vídeo clips y textos informativos - puede electrizar a su auditorio; y si además le da control interactivo del proceso, quedarán encantados.

Multimedia estimula los ojos, oídos, yemas de los dedos y, lo más importante, la cabeza.

Multimedia se compone, como ya describió, de combinaciones entrelazadas de elementos de texto, arte gráfico, sonido, animación y vídeo.

5.1.2 Multimedia Interactiva

Es cuando se le permite al usuario final el observador de un proyecto multimedia controlar ciertos elementos de cuándo deben presentarse.

5.1.3 Hipermedia

Es cuando se proporciona una estructura ligada a través de la cual el usuario puede navegar, entonces, multimedia interactiva se convierte en Hipermedia.

Aunque la definición de multimedia es sencilla, hacer que trabaje puede ser complicado. No sólo se debe comprender cómo hacer que cada elemento se levante y baile, sino también se necesita saber cómo utilizar las herramientas computacionales y las tecnologías de multimedia para que trabajen en conjunto.

Las personas que tejen los hilos de multimedia para hacer una alfombra esplendorosa son desarrolladores de multimedia.

Un proyecto de multimedia no tiene que ser interactivo para llamarse multimedia: los usuarios pueden reclinarse en el asiento y verlo como lo hacen en el cine o frente al televisor. En tales casos un proyecto es lineal, pues empieza y corre hasta el final, cuando se da el control de navegación a los usuarios para que exploren a voluntad el contenido, multimedia se convierte en no - lineal e interactiva, y es un puente personal muy poderoso hacia la información.

5.1.4 Herramientas de Desarrollo de Multimedia

Estas herramientas de programación están diseñadas para administrar los elementos de multimedia individualmente y permiten interactuar con los usuarios. Además de proporcionar un método para que los usuarios interactúen con el proyecto, la mayoría de las herramientas de desarrollo de multimedia ofrecen además facilidades para crear y editar texto e imágenes, y tienen extensiones para controlar los reproductores de vídeo disco, vídeo y otros periféricos relacionados.

El conjunto de lo que se produce y la forma de presentarlo al observador es la

interfaces junto de lo que se reproduce y la forma de presentarlo al observador es la interface humana. Esta interfaces puede definirse tanto por las reglas de lo que debe suceder con los datos introducidos por el usuario como por los gráficos que aparecen en la pantalla. El equipo y los programas que rigen los límites de lo que puede ocurrir es la plataforma o ambiente multimedia.

5.1.5 CD-ROM Y Multimedia.-

Multimedia requiere grandes cantidades de memoria digital cuando se almacena en una biblioteca de usuario final, o de un gran ancho de banda cuando se distribuye por cables o fibra óptica en una red.

Durante los últimos años el CD - ROM (*compact dist - read - only memory* , o memoria de solo lectura es disco compacto), surge como el remedio de distribución más económico para proyectos de multimedia: un disco CD - ROM puede producirse en masa por menos de un dólar y puede contener hasta 72 minutos de vídeo de pantalla completa de excelente calidad, o puede contener mezclas únicas de imágenes, sonidos, textos, vídeo y animación controladas por un programa de autor para proporcionar interacción ilimitada a los usuarios.

Se ha estimado que para 1.997 más de 20 millones de reproductores de CD - ROM estarán en computadoras y conectadas a equipos de televisión, como Sega, 3DO y sistemas de CD

A largo plazo, varios expertos ven al CD - ROM como tecnología de almacenamiento en memoria provisional que se remplazará por nuevos dispositivos que no requieran partes móviles, como la memoria. Ellos también

creen que a medida que la autopista de datos que se describe en seguida se difunda más y más, los medios de distribución de multimedia que prevalecerán serán el alambre de cobre, la fibra óptica y las tecnologías radio/celular.

5.1.6 ¿Dónde Se Utiliza Multimedia?-

Es conveniente utilizar multimedia cuando las personas necesitan tener acceso a información electrónica de cualquier tipo. Multimedia mejora las interfaces tradicionales basada solo en texto y proporciona beneficios importantes que atraen y mantienen la atención y el interés. Multimedia mejora la retención de la información presentada, cuando está bien diseñada puede ser enormemente divertida.

También proporciona una vía para llegar a personas que tienen computadoras, ya que presenta la información en diferentes formas a la que están acostumbrados.

La mayoría de los programas de presentación permiten agregar clips de audio y vídeo a las presentaciones de "diapositivas" pantalla por pantalla (slide shows) de gráficas y textos.

Multimedia se ha vuelto muy popular en la capacitación. El sobre cargas de aviación aprender a manejar situaciones de terrorismo internacional y seguridad a través de la simulación. Los mecánicos aprendes a reparar motores, los vendedores aprenden acerca de las líneas de productos y ofrecen a sus clientes programas de capacitación. Los pilotos de combate practican ejercicios de asalto antes de arriesgarse a una situación real.

Multimedia se ha vuelto muy común en la oficina. La Flex Can de Video Labs, un aditamento económico para agregar una cámara de video y un micrófono estéreo. Este equipo de captura de imagen puede utilizarse para construir bases de datos de identificación de empleados. A medida que las compañías se actualizan en multimedia, y el costo de instalación y el costo de capacidad de multimedia disminuye, se desarrollan más aplicaciones dentro de las mismas empresa y por terceros para hacer que los negocios se administren más fácil y efectivamente.

i

ⁱ VAUGHAN, Tay. Todo el poder de la Multimedia. Segunda Edición. Editorial Mc Graw Hill. México. 1994

5.1.7 ¿Qué es un catálogo multimedia?

Como su nombre indica, el multimedia es la combinación de múltiples medios. Entendemos por multimedia las aplicaciones que pueden combinar audio, video, imágenes y animaciones. Si además dotamos estas aplicaciones de elementos donde el usuario puede interactuar, obtendremos unas aplicaciones multimedia interactivas.

Cabe destacar la importancia que tiene un catálogo a la hora de presentar nuestros productos o servicios. Un catálogo elegante y vistoso facilitará la venta de nuestros productos. Un catálogo multimedia es la creación de un catálogo en formato digital. ¿Se imagina las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías a la hora de presentar sus productos? Aproveche los medios disponibles, animaciones, sonidos, todo ello bajo demanda del usuario.

5.2 Descripción de la Herramienta

La creación del catálogo multimedia presenta una base de datos informativos, manejando submenús que cumplen con la navegación en el catálogo, también requiere cuestiones tales como interactividad.

La creación de un buen diseño, con bien elaborados contenidos aumenta la eficiencia del catálogo como transmisión de información, y brinda posibilidades de contacto entre la empresa y el cliente, es por eso que motivo a la empresa Makroprint a crear su propio medio Digital.

Adobe ilustrador CS6

Se utilizará el programa para el buen manejo de colores y formas corporativas que no se pueden alterar ni cambiar y mantener la unidad gráfica en el proyecto, también lo utilizaremos para realizar la maquetación de nuestro catálogo.

Adobe photoshop CS6

Se utilizará para maquetar una propuesta similar a flash pero sin animación, se podrá corregir tipografías, color, imagen, etc. Antes de su exportación a flash, servirá también para trabajar en las fotografías que se tomara de la empresa y de los insumos que comercializa y realizar las respectivas correcciones.

Flash Cs6

Se trata de una aplicación de creación y manipulación de gráficos vectoriales con posibilidades de manejo de código mediante un lenguaje de scripting, utilizaremos

este programa para realizar la animación del catálogo en lo que son las imágenes, texto, botones, ventanas, etc.

Adobe audition

Utilizaremos este programa para la edición de sonido mp3 como son los intros y pistas de las páginas del catálogo y para crear la pista descripción, esto será el audio en off que será el plus de nuestro catálogo

Dreanweaver

Utilizaremos este programa para re direccionar al archivo PHP script los datos del formulario hacia el correo de la empresa.

5.3 Formulación de Proceso de aplicación

Planificación

5.3.1 Propósito

Diseño de Interfaz como medio de comunicación interactiva para promocionar y fortalecer la venta de insumos de la empresa Makroprint, ubicada en el norte de la ciudad de Quito.

5.3.2 Usuario

El proyecto esta enfocado a un grupo objetivo que son las empresas de impresión y rotulación que están interesadas en sus insumos y materiales, los cuales están familiarizados con la tecnología y podrán utilizar nuestro medio digital.

5.3.3 Herramientas

Computador

El computador es indispensable para realizar este proyecto por lo que se va a utilizar uno con las siguientes características:

Laptop Hp G42-465LA notebook PC

Procesador Intel core I3

RAM 3GB

Software

Adobe ilustrador CS6

Se utilizará el programa para el buen manejo de colores y formas corporativas que no se pueden alterar ni cambiar y mantener la unidad gráfica en el proyecto, también lo utilizaremos para realizar la maquetación de nuestro catálogo.

Adobe photoshop CS6

Se utilizará para maquetar una propuesta similar a flash pero sin animación, se podrá corregir tipografías, color, imagen, etc. Antes de su exportación a flash, servirá también para trabajar en las fotografías que se tomara de la empresa y de los insumos que comercializa y realizar las respectivas correcciones.

Flash Cs6

Se trata de una aplicación de creación y manipulación de gráficos vectoriales con posibilidades de manejo de código mediante un lenguaje de scripting, utilizaremos

este programa para realizar la animación del catálogo en lo que son las imágenes, texto, botones, ventanas, etc.

Adobe audition

Utilizaremos este programa para la edición de sonido mp3 como son los intros y pistas de las páginas del catálogo y para crear la pista descripción, esto será el audio en off que será el plus de nuestro catálogo

Dreanweaver

Utilizaremos este programa para re direccionar al archivo PHP script los datos del formulario hacia el correo de la empresa.

5.3.4 Desarrollo

El proyecto inicia con el planteamiento de la propuesta tanto a la dirección de escuela del Instituto Tecnológico Superior Cordillera, como al propietario de la empresa Makroprint quien será él que respalde el proyecto para su posterior ejecución, una vez llegado a un acuerdo entre el Instituto y el propietario se procedió a realizar el siguiente proceso:

Recopilación de información

La información recopilada de la empresa se realizó en base a una entrevista al dueño de la empresa Makroprint, quién facilitó los datos necesarios para que el proyecto se lleve a cabo.

Estructura

La estructura de nuestro Catálogo multimedia consta de cuatro enlaces: inicio, somos, productos, servicios, contactos.

Diseño

Una vez recopilada la información y estructurado nuestro catálogo multimedia, en el diseño se procederá a dar forma, tipografía y color, retocar las imágenes que vamos a utilizar, con un diseño acorde a nuestra propuesta, logrando así un impacto positivo para los clientes que revisen el catálogo.

Maquetación

En esta etapa se procederá a maquetar correctamente nuestro diseño para que se visualice de una forma correcta.

Animación y Programación

En esta etapa importaremos los bocetos que se realizó en ilustrador y photoshop respectivamente y empezaremos con la animación y programación de cada una de las ventanas que va a contener nuestro catálogo.

5.3.5 Contenido

El proyecto del sitio web va a tener los siguientes contenidos:

Página de inicio

Menú

El menú donde ira el logotipo de la empresa Makroprint y los botones principales como son inicio, somos, productos, contactos, donde nos direccionaran a las diferentes páginas de nuestro catálogo multimedia.

Banner

En el banner va ir una animación de un plotter de impresión trabajando mecánicamente expulsando trabajos publicitarios.

Contenido

El contenido se va a distribuir en diferentes partes o segmentos en donde empezamos como primer título:

¿Quienes somos?

Aquí se va a dar un breve recuento de la misión y visión de la empresa Makroprint.

Misión

Makroprint fue creada para satisfacer y solucionar los problemas gráficos, ofreciendo un servicio de alta calidad con la mejor tecnología y técnicas novedosas en el diseño publicitario, logramos el éxito en cada trabajo que

desarrollamos con el profesionalismo y seriedad precisa en el uso de nuestros materiales y con esto brindar soluciones comunicacionales de excelente calidad para nuestro grupo objetivo.

Visión

Makroprint busca el posicionamiento, llegar a ser líder en el mercado publicitario y comunicacional siempre cumpliendo con los más altos parámetros de calidad aplicándolos en el desarrollo y crecimiento a nivel nacional e internacional.

Productos

Aquí nos direccionara a la ventana productos que esta dividido en maquinaria, insumos y materiales cada una tendrá las imágenes eh información pertinente.

Maquinaria

Aquí va a estar detallado todas las maquinas que se comercializa en la empresa con su descripción e información actualizada y también los repuestos.

Insumos

Aquí va estar de igual manera los productos como son tintas para las distintas máquinas, solventes (solvente- eco solvente), lonas opaca, traslucida, mesh, microperforado y los distintos vinilos (reflectivo-arenado-mate-brillante), laminas transparentes, lamina 3D, sintra, photopaper (mate-brillante) cada uno con su información.

En esta ventana va a contener lo que son la estructura de roll up, x banner, ojaleras, cintas doble faz, roll up giratorios, soportes, mesas degustadoras, pop-up, herramientas para wrapping.

Servicios

En esta ventana estará redactada información breve de los servicios que presta también la empresa Makroprint.

Contactos

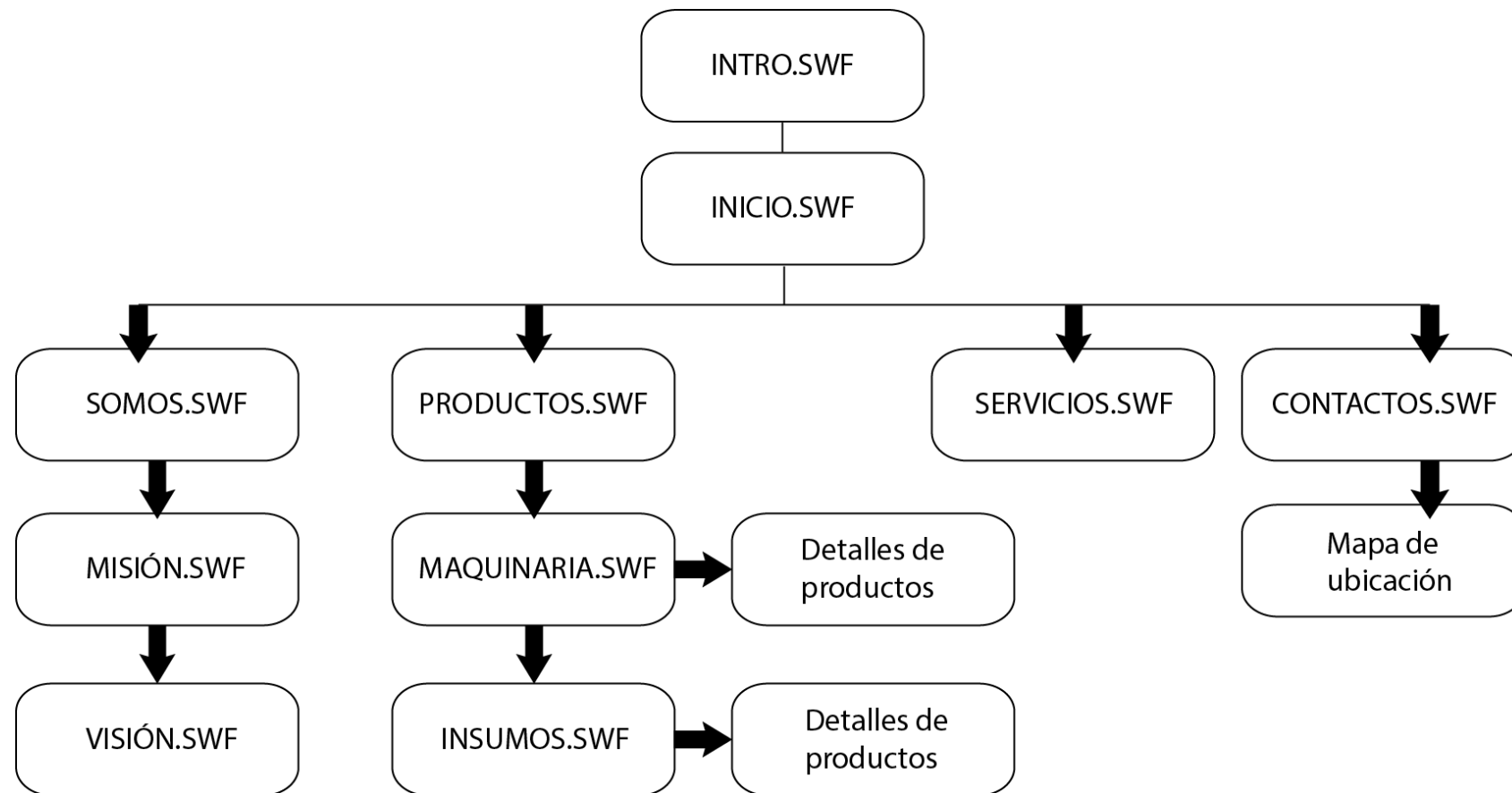
Aquí se detallara información como números telefónicos (2595-120 /2597-923 / 2297-112 / 0984576955), correo electrónico (megaprin_gigantografias@hotmail.com), página web (www.makro-print.com) y un mapa de la ubicación exacta de la empresa Makroprint.

Footer (pie del catálogo)

Aquí estará el link de la página web que nos direcciona a la misma, también el icono de Facebook que servirá como botón para direccionar al cliente a un fan page de la empres

5.3.6 Mapa de contenido

Figura 8: mapa de contenido



5.4 Diseño de Interfaz

5.4.1 Imagen corporativa

Logotipo

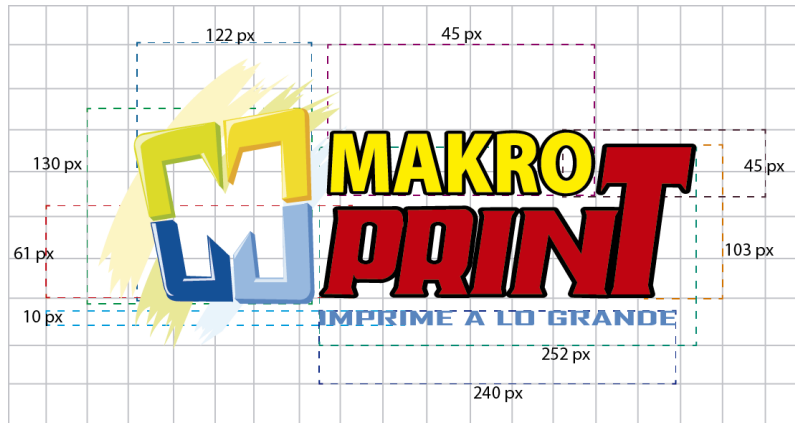


Figura 9: imagen de logotipo

Isotipo

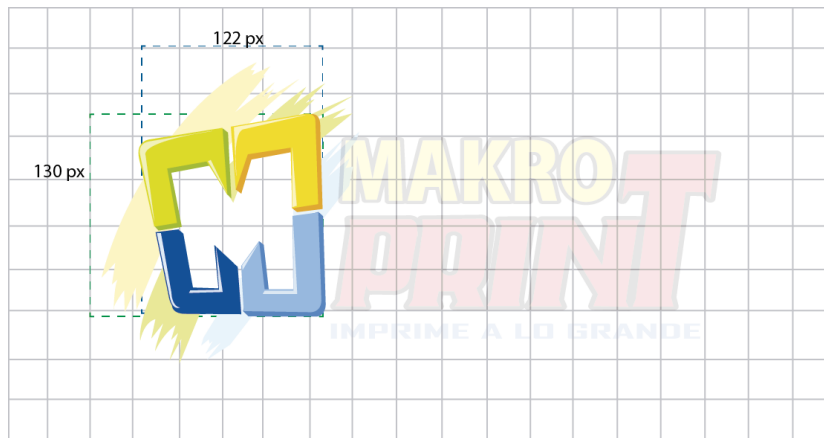


Figura 10: imagen de Isotipo

CREACIÓN DE UN CATÁLOGO MULTIMEDIA PARA CONSEGUIR UN INGRESO POSITIVO DE VENTAS DE LA EMPRESA MAKROPRINT DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE MAQUINARIA Y PRODUCTOS DE IMPRESIÓN Y PUBLICIDAD EXTERIOR, UBICADA EN EL SECTOR DE COTOCOLLAO NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.

Tipografía

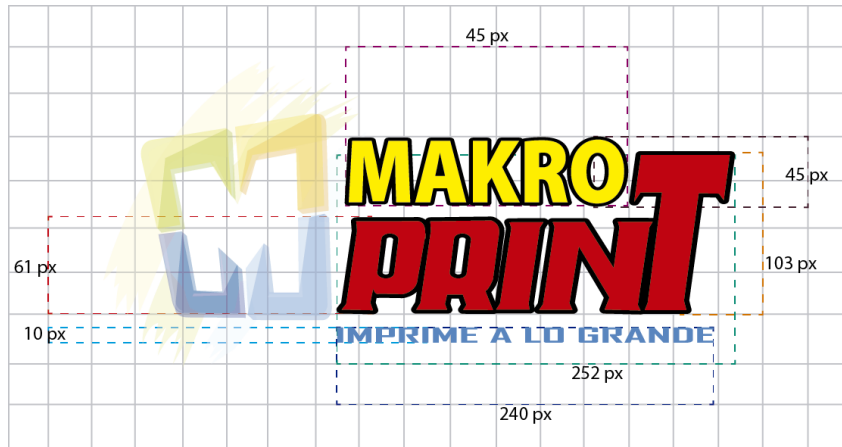


Figura 11: imagen de tipografía

5.4.2 Colores

Logotipo

Los colores principales de logotipo son:

Amarillo:



C: 0 R: 254 #: feee00

M: 0 G: 238

Y: 100 B:

K: 0

Rojo:

CREACIÓN DE UN CATÁLOGO MULTIMEDIA PARA CONSEGUIR UN INGRESO POSITIVO DE VENTAS DE LA EMPRESA MAKROPRINT DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE MAQUINARIA Y PRODUCTOS DE IMPRESIÓN Y PUBLICIDAD EXTERIOR, UBICADA EN EL SECTOR DE COTOCOLLAO NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.



C: 0 R: 191 #: bf0411

M: 100 G: 4

Y: 100 B: 17

K: 0

Celeste:



C: 79,61 R: 90 #: 5a86bf

M: 37,25 G: 134

Y: 2,35 B: 191

K: 0

Verde limón:



C: 19,61 R: 221 #: dddb2f

M: 2,75 G: 219

Y: 96,86 B: 47

K: 0

Naranja:



C: 4,31 R: 241 #: f1dc39

M: 11,76 G: 220

Y: 92,94 B: 57

K: 0

Azul:



C: 96,08 R: 31 #: 1f5096

M: 74,12 G: 80

Y: 4,71 B: 150

K: 0

Celeste cielo:



C: 52,16 R: 151 #: 97b8df

M: 16,47 G: 184

Y: 1,18 B: 223

K: 0

Colores catálogo multimedia

Se van a utilizar los siguientes colores dos básicos y uno para mantener la identidad corporativa como es el azul.

Azul:

Este color se va a utilizar en los títulos de nuestro catálogo



C: 96,08 R: 31 #: 1f5096

M: 74,12 G: 80

Y: 4,71 B: 150

K: 0

Negro:

Este color se lo va utilizar en los textos de información de nuestro catálogo.

CREACIÓN DE UN CATÁLOGO MULTIMEDIA PARA CONSEGUIR UN INGRESO POSITIVO DE VENTAS DE LA EMPRESA MAKROPRINT DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE MAQUINARIA Y PRODUCTOS DE IMPRESIÓN Y PUBLICIDAD EXTERIOR, UBICADA EN EL SECTOR DE COTOCOLLAO NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.



C: 0 R: 0 #: 000000

M: 0 G: 0

Y: 0 B: 0

K: 100

Blanco:

Este color se va a utilizar en los botones de nuestro catálogo multimedia.



C: 0 R: 255 #: ffffff

M: 0 G: 255

Y: 0 B: 255

K: 0

5.4.3 Tipografía

Logotipo

En nuestro logotipo se utiliza dos tipografías para la palabra Makro se utiliza la fuente Tw Cent MT condensed regular y para Print y el copy se utiliza la fuente Serpentine d regular y bold.

CREACIÓN DE UN CATÁLOGO MULTIMEDIA PARA CONSEGUIR UN INGRESO POSITIVO DE VENTAS DE LA EMPRESA MAKROPRINT DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE MAQUINARIA Y PRODUCTOS DE IMPRESIÓN Y PUBLICIDAD EXTERIOR, UBICADA EN EL SECTOR DE COTOCOLLAO NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.

Catálogo multimedia

Las tipografías que se van a utilizar en el catálogo son las siguientes:

Chinger

Utilizaremos esta tipografía en los botones de nuestro catálogo multimedia por ser recta, futurista muy acorde para nuestro catálogo.

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

¡ " @ # / & - + = / () ¿

Helvética Neue/ helvética Lt sdt

Utilizaremos esta tipografía para los títulos y sub títulos y el texto informativo de nuestro catálogo, se la utiliza frecuentemente para web por su forma acorde con nuestra herramienta tecnológica futurista.

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

¡ " @ # % & - + = / () ¿

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

¡ " @ # % & - + = / () ¿

5.4.4 Botones

Siendo los botones parte principal de nuestro proyecto ya que mediante los botones tendremos una interactividad y nos ayudará a poder navegar de una mejor manera en el catálogo multimedia. A continuación describiremos los siguientes botones:

Página de inicio



Este botón proporciona al cliente interacción con la página principal de nuestro catálogo

Tamaño: 110 px ancho 95 px alto

Color: blanco #: ffffff



Este botón no direcciona a la ventana con la información de la empresa como es misión y visión

Tamaño: 118 px ancho 95 px de alto

CREACIÓN DE UN CATÁLOGO MULTIMEDIA PARA CONSEGUIR UN INGRESO POSITIVO DE VENTAS DE LA EMPRESA MAKROPRINT DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE MAQUINARIA Y PRODUCTOS DE IMPRESIÓN Y PUBLICIDAD EXTERIOR, UBICADA EN EL SECTOR DE COTOCOLLAO NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.

Color: blanco #: ffffff



Este botón nos direcciona a la página de insumos, maquinaria y materiales de la empresa

Tamaño: 165 px ancho 95 px de alto

Color: blanco #: ffffff



Este botón nos direcciona a la página de a una información breve de los servicios de la empresa

Tamaño: 151 px ancho 95 px de alto

Color: blanco #: ffffff



Este botón nos direcciona a la página que contiene los teléfonos, correo electrónico, página web y un mapa de ubicación.

Tamaño: 167 px ancho 95 px de alto

Color: blanco #: ffffff

Al direccionarnos con el botón de somos iremos directamente a la ventana donde se encontrara una animación con la misión y visión de la empresa.

Este botón se encuentra en la página productos y nos va guiar a una instancia donde se encuentra las imágenes de toda la maquinaria que comercializa la empresa.

Este botón nos direcciona a la página de los insumos y materiales, aquí encontraremos la descripción de cada uno de ellos como son medidas, colores, y gramaje que se utiliza para el proceso de impresión.

También encontraremos imágenes de material publicitario como son roll up, x banner y más productos que aquí se detallara.



El botón de Facebook nos direccionará hacia el fan page de la empresa donde podrá encontrar más información de la empresa.

5.4.5 Retículas

La retícula, es una herramienta muy útil que nos puede asegurar mayor equilibrio en nuestra composición al momento de diseñar.

Es una estructura en dos dimensiones hecha de líneas verticales y horizontales utilizada para estructurar el contenido, sirve como una armazón para organizar textos, imágenes o videos de una forma racional y fácil de visualizar.

Nuestra página está estructurada con las siguientes retículas:

Página inicio

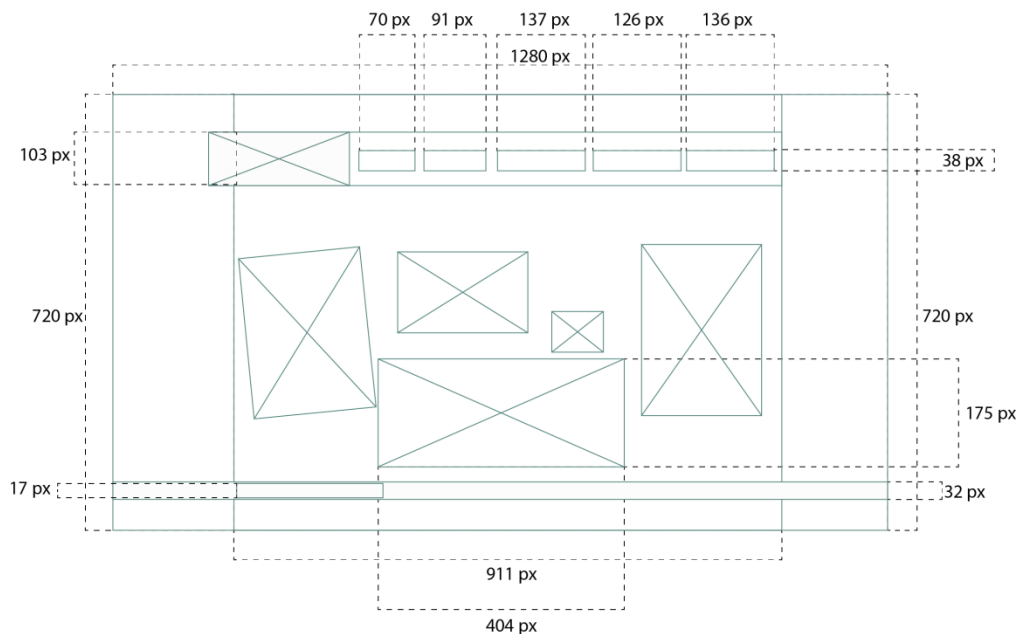


Figura 12: retícula pagina inicio

Somos

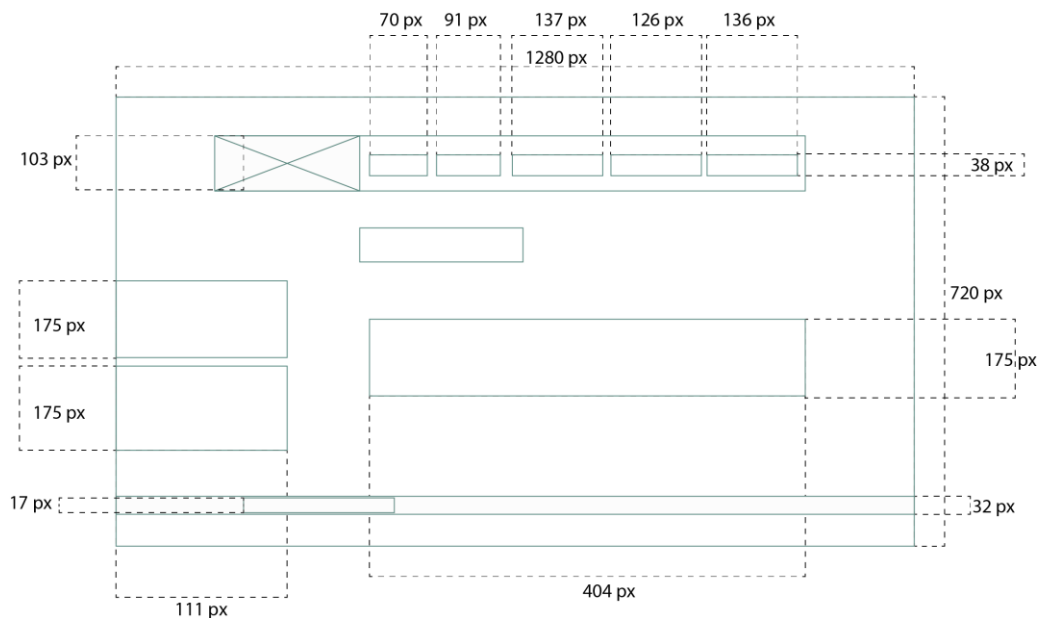


Figura 13: retícula somos

CREACIÓN DE UN CATÁLOGO MULTIMEDIA PARA CONSEGUIR UN INGRESO POSITIVO DE VENTAS DE LA EMPRESA MAKROPRINT DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE MAQUINARIA Y PRODUCTOS DE IMPRESIÓN Y PUBLICIDAD EXTERIOR, UBICADA EN EL SECTOR DE COTOCOLLAO NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.

Productos

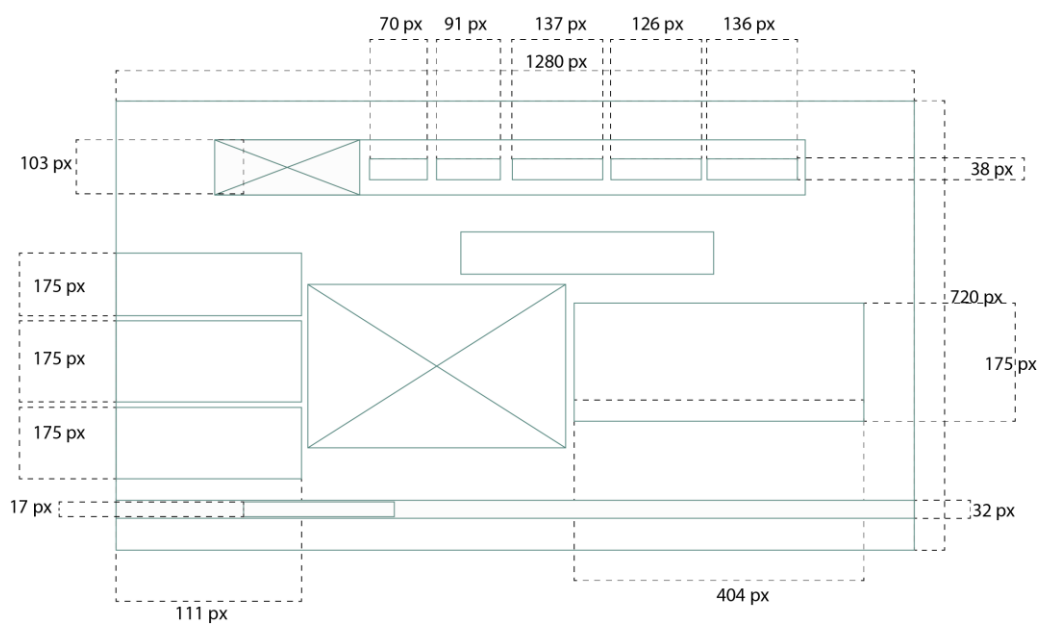


Figura 14: retícula productos

Servicios

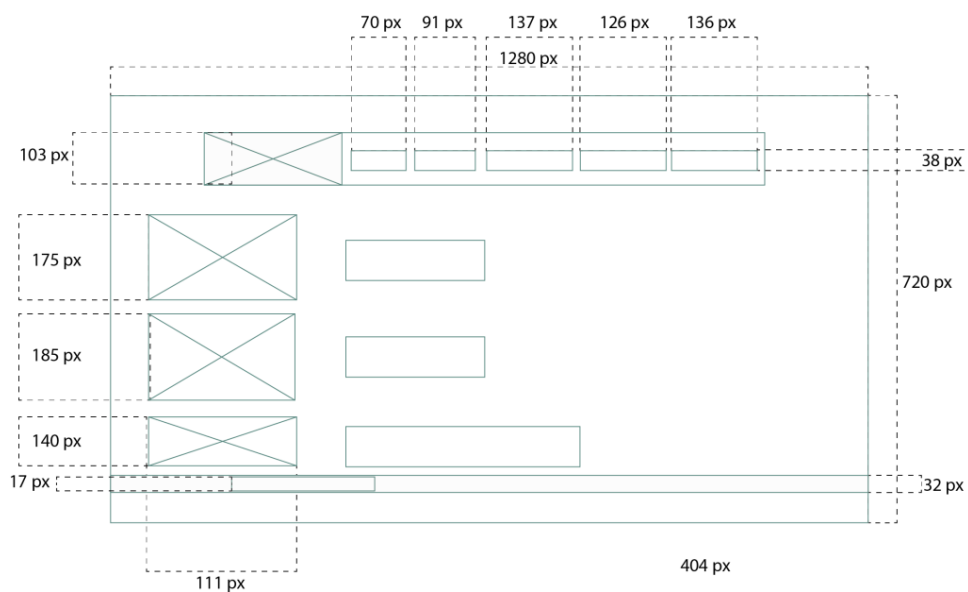


Figura 15: retícula servicios

CREACIÓN DE UN CATÁLOGO MULTIMEDIA PARA CONSEGUIR UN INGRESO POSITIVO DE VENTAS DE LA EMPRESA MAKROPRINT DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE MAQUINARIA Y PRODUCTOS DE IMPRESIÓN Y PUBLICIDAD EXTERIOR, UBICADA EN EL SECTOR DE COTOCOLLAO NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.

Contactos

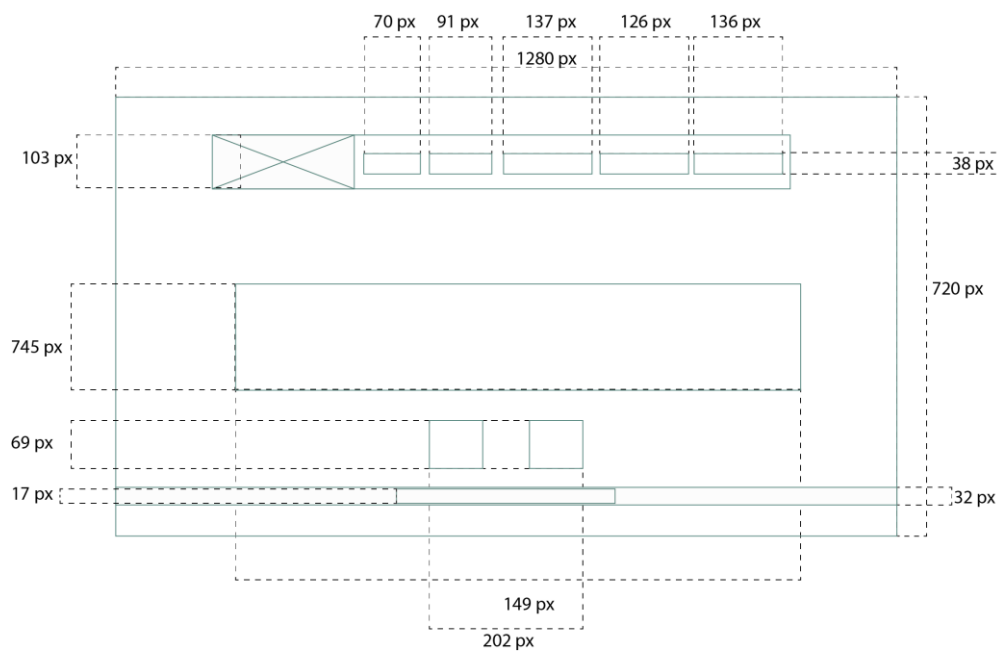


Figura 16: retícula contactos

CREACIÓN DE UN CATÁLOGO MULTIMEDIA PARA CONSEGUIR UN INGRESO POSITIVO DE VENTAS DE LA EMPRESA MAKROPRINT DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE MAQUINARIA Y PRODUCTOS DE IMPRESIÓN Y PUBLICIDAD EXTERIOR, UBICADA EN EL SECTOR DE COTOCOLLAO NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.

5.4.6 Producción

Intro



Figura 17: Intro

Página inicio



Figura 18: página inicio

CREACIÓN DE UN CATÁLOGO MULTIMEDIA PARA CONSEGUIR UN INGRESO POSITIVO DE VENTAS DE LA EMPRESA MAKROPRINT DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE MAQUINARIA Y PRODUCTOS DE IMPRESIÓN Y PUBLICIDAD EXTERIOR, UBICADA EN EL SECTOR DE COTOCOLLAO NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.

Somos



Figura 19: somos

Productos

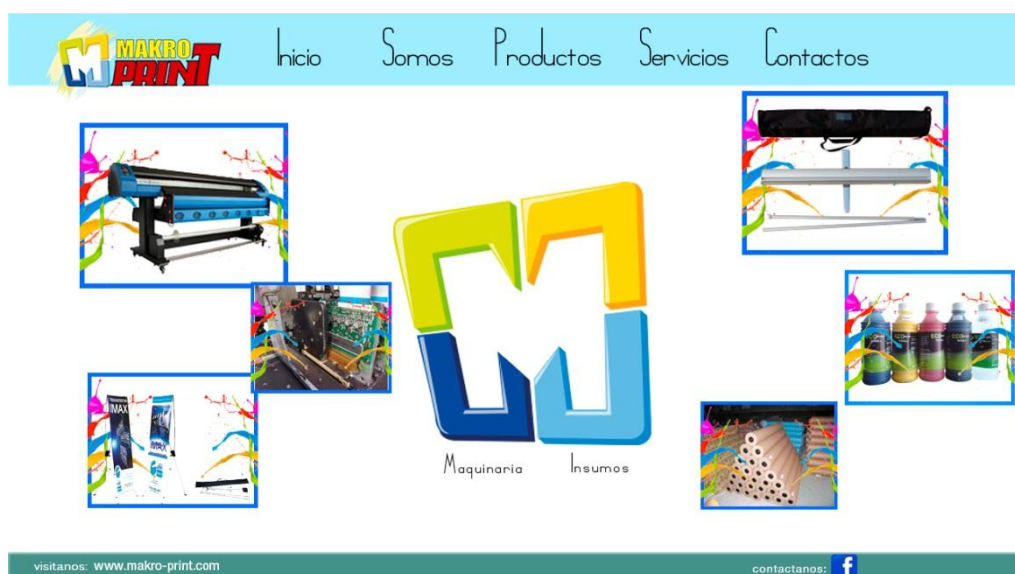


Figura 20: productos

CREACIÓN DE UN CATÁLOGO MULTIMEDIA PARA CONSEGUIR UN INGRESO POSITIVO DE VENTAS DE LA EMPRESA MAKROPRINT DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE MAQUINARIA Y PRODUCTOS DE IMPRESIÓN Y PUBLICIDAD EXTERIOR, UBICADA EN EL SECTOR DE COTOCOLLAO NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.

Servicios



Figura 21: servicios

Contactos



Figura 22: contactos

CREACIÓN DE UN CATÁLOGO MULTIMEDIA PARA CONSEGUIR UN INGRESO POSITIVO DE VENTAS DE LA EMPRESA MAKROPRINT DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE MAQUINARIA Y PRODUCTOS DE IMPRESIÓN Y PUBLICIDAD EXTERIOR, UBICADA EN EL SECTOR DE COTOCOLLAO NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.

5.4.7 Programación

Se utilizara Action Script 3.0 que facilitará la creación de la animación principal de nuestro catálogo. También se utilizara lenguaje HTML para re direccionar las paginas de nuestro catálogo esto lo utilizaremos en los botones.

Ejemplo:

```
btn_inicio.addEventListener(MouseEvent.CLICK,  
fl_ClickToGoToAndStopAtFrame_2);  
  
function fl_ClickToGoToAndStopAtFrame_2 (event:MouseEvent):void  
{  
  
    gotoAndStop("inicio");  
  
}  
  
btn_somos.addEventListener(MouseEvent.CLICK,  
fl_ClickToGoToAndStopAtFrame_3);  
  
function fl_ClickToGoToAndStopAtFrame_3(event:MouseEvent):void  
{  
  
    gotoAndStop("somos");  
  
}
```

```
btn_servicios.addEventListener(MouseEvent.CLICK,  
  
fl_ClickToGoToAndStopAtFrame_4);  
  
function fl_ClickToGoToAndStopAtFrame_4(event:MouseEvent):void  
  
{  
  
    gotoAndStop("servicios");  
  
}  
  
btn_contactos.addEventListener(MouseEvent.CLICK,  
  
fl_ClickToGoToAndStopAtFrame_5);  
  
function fl_ClickToGoToAndStopAtFrame_5(event:MouseEvent):void  
  
{  
  
    gotoAndStop("contactos");  
  
}  
  
btn_productos.addEventListener(MouseEvent.CLICK,  
  
fl_ClickToGoToAndStopAtFrame_6);  
  
function fl_ClickToGoToAndStopAtFrame_6(event:MouseEvent):void  
  
{  
  
    gotoAndStop("productos");
```

}

5.4.8 Navegación e Interactividad

La navegación en nuestro catálogo proporcionará la facilidad al cliente que puede desplazarse por todas las páginas que componen el catálogo, ya que la navegación del catálogo multimedia es clara y sencilla para los clientes.

Para lograr este objetivo, el catálogo multimedia cuenta con varias páginas, donde podrá conocer los insumos que ofrece la empresa Makroprint.

5.4.9 Servicios

Nuestro catálogo va a tener un botón que direccionara directamente al Facebook de la empresa.

Ya que hoy en día las redes sociales son los principales medios digitales que ayudan como herramienta para dar a conocer un producto, servicios, o ya sea una empresa.

Es por eso que la empresa Makroprint se ha visto en la necesidad de proporcionar el catálogo y así tener mayor demanda de insumos.

5.4.10 Imágenes

Maquinaria, insumos y materiales para publicidad		
		
Terminator jet Dx7	Plotter de corte	SPT Seiko Full
		
Termoselladora	Repuestos	Tintas Sk4
		
Tintas Eco-solvente	Tintas Seiko	Roll uo 200x80 m

Figura 23: imágenes

CREACIÓN DE UN CATÁLOGO MULTIMEDIA PARA CONSEGUIR UN INGRESO POSITIVO DE VENTAS DE LA EMPRESA MAKROPRINT DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE MAQUINARIA Y PRODUCTOS DE IMPRESIÓN Y PUBLICIDAD EXTERIOR, UBICADA EN EL SECTOR DE COTOCOLLAO NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.

5.4.11 Marketing y difusión

La difusión de nuestro catálogo multimedia se lo entregara en conjunto con la información de la maquinaria que se comercializa, a los clientes a los que se comercializa los insumos y materiales o también se lo podrá descargar directamente en el Facebook de la empresa.

El catálogo se lo va a promocionar en la matriz de la empresa y en las sucursales, mediante x banner, afiches, roll up y también en el Facebook y con esto conseguir el impacto positivo de nuestra clientela.

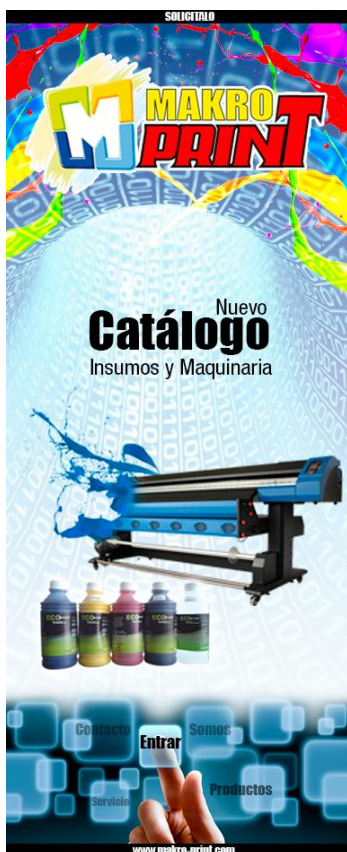


Figura 24: Afiche

CREACIÓN DE UN CATÁLOGO MULTIMEDIA PARA CONSEGUIR UN INGRESO POSITIVO DE VENTAS DE LA EMPRESA MAKROPRINT DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE MAQUINARIA Y PRODUCTOS DE IMPRESIÓN Y PUBLICIDAD EXTERIOR, UBICADA EN EL SECTOR DE COTOCOLLAO NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.



Figura 25: Facebook



figura 26: Roll up

CREACIÓN DE UN CATÁLOGO MULTIMEDIA PARA CONSEGUIR UN INGRESO POSITIVO DE VENTAS DE LA EMPRESA MAKROPRINT DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE MAQUINARIA Y PRODUCTOS DE IMPRESIÓN Y PUBLICIDAD EXTERIOR, UBICADA EN EL SECTOR DE COTOCOLLAO NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.

CAPÍTULO VI

ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.1 Recursos

6.1.1 Recursos técnicos:

HARDWARE

Computador

El computador es indispensable para realizar este proyecto por lo que se va a utilizar uno con las siguientes características:

Laptop Hp G42-465LA notebook PC

Procesador Intel core I3

RAM 3GB

Software

Adobe ilustrador CS6

Se utilizará el programa para el buen manejo de colores y formas corporativas que no se pueden alterar ni cambiar y mantener la unidad gráfica en el proyecto, también lo utilizaremos para realizar la maquetación de nuestro catálogo.

Adobe photoshop CS6

Se utilizará para maquetar la propuesta de flash pero sin animación, se podrá corregir tipografías, color, imagen, etc. Antes de su exportación a flash, servirá

CREACIÓN DE UN CATÁLOGO MULTIMEDIA PARA CONSEGUIR UN INGRESO POSITIVO DE VENTAS DE LA EMPRESA MAKROPRINT DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE MAQUINARIA Y PRODUCTOS DE IMPRESIÓN Y PUBLICIDAD EXTERIOR, UBICADA EN EL SECTOR DE COTOCOLLAO NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.

también para trabajar en las fotografías que se tomará de la empresa y de los insumos que comercializa y realizar las respectivas correcciones.

Flash Cs6

Se trata de una aplicación de creación y manipulación de gráficos vectoriales con posibilidades de manejo de código mediante un lenguaje de scripting, utilizaremos este programa para realizar la animación del catálogo en lo que son las imágenes, texto, botones, ventanas, etc.

Adobe audition

Utilizaremos este programa para la edición de sonido mp3 como son los intros y pistas de las páginas del catálogo y para crear la pista descripción, esto será el audio en off que será el plus de nuestro catálogo

Dreanweaver

Utilizaremos este programa para re direccionar al archivo PHP script los datos del formulario hacia el correo de la empresa.

6.1.2 Recursos humanos

Wilmer Javier Quisaguano

Elaboración del catálogo multimedia

Creación de la interfaz del catálogo

Recopilación de información

Animación

CREACIÓN DE UN CATÁLOGO MULTIMEDIA PARA CONSEGUIR UN INGRESO POSITIVO DE VENTAS DE LA EMPRESA MAKROPRINT DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE MAQUINARIA Y PRODUCTOS DE IMPRESIÓN Y PUBLICIDAD EXTERIOR, UBICADA EN EL SECTOR DE COTOCOLLAO NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.

6.1.3 Económico

Los recursos económicos de los que se dispone para la realización del proyecto corren por cuenta del autor del proyecto, en lo que se refiere a los equipos utilizados, hardware y software.

6.2 Presupuesto

6.2.1 Gastos operativos

Cantidad	Descripción	Detalle	V/U	Valor	Financiamiento
10	Transporte	Movilización	0.25	20	Autor
20	Viáticos	Alimentación	2	40	Autor
120	Impresiones	Borrador de proyecto	0.2	30	Autor
2	Servicios básicos	Electricidad	50	100	Autor
1	Software: paquete de diseño adobe	Flash, illustrator, photoshop, audition, Dreamweaver		70	Autor
	Internet /punto net	Contactarse con empresa, revisión de tutoriales	18	108	Autor
			TOTAL \$	368	

Tabla 9: gastos operativos

6.2.2 Aplicación del Proyecto

6.3 Cronograma

№	Actividad	Resultados esperados	Tiempo					Responsable
			Mes	Semana				
				1	2	3	4	
1	Presentación de tema de proyecto	Aprobación del tema de proyecto	Abril		x	x		Autor del proyecto
2	Recopilación de información	Reunir toda la información	Mayo	x	x	x	x	Autor del proyecto
3	Entrega del capítulo I	Aprobación del capítulo	Mayo		x			Autor del proyecto
4	Elaboración de la página de inicio	Desarrollo adecuado	Junio	x	x	x	x	Autor del proyecto
5	Entrega del capítulo II	Aprobación del capítulo	Junio			x		Autor del proyecto
6	Elaboración de la página de quienes somos	Desarrollo adecuado	Julio	x				Autor del proyecto
7	Entrega del capítulo III	Aprobación del capítulo	Julio		x			Autor del proyecto

8	Elaboración de la página de servicios y productos	Desarrollo adecuado	Agosto		x	x		Autor del proyecto
10	Entrega del capítulo IV	Aprobación del capítulo	Agosto			x		Autor del proyecto
11	Elaboración de la página de Contactos	Desarrollo adecuado	Agosto	x				Autor del proyecto
12	Entrega del capítulo V y VI	Aprobación del capítulo	Agosto		x			Autor del proyecto
13	Entrega del proyecto final	Aprobación del producto	Septiembre		x			Autor del proyecto

Tabla 10: cronograma

CAPÍTULO VII

7.1 Conclusiones

- A lo largo de la presente investigación se logro demostrar el apoyo de los propietarios y proveedores al entregar la información necesaria para la realización del proyecto.
- Se observo cuales serian las mejores herramientas para lograr mayor ingreso de clientes a la empresa.
- Que los clientes no conocen respecto a la empresa ni los insumos que comercializa la empresa en medios digitales.
- La empresa no tiene un manejo adecuado de herramientas tecnológicas publicitarias.
- La empresa se ha mantenido en un estancamiento por no recurrir a otros medios de informativos y mantenerse en los tradicionales.

7.2 Recomendaciones

- Continuar con la actualización de la información semestralmente o mensualmente
- Capacitar a los trabajadores de la empresa para elaborar material informativo digital
- Manejar información actual y aprovechar su contenido
- Solicitar a los propietarios se cree un área de actualización de información en la empresa
- Lograr que proveedores y personal de actualización de información trabajen semestralmente.

Anexos

Encuesta

1.-Conoce usted sobre la empresa Makroprint.

Si () No ()

2.- Conoce los insumos y materiales de impresión que se utiliza para la publicidad exterior.

Si () No ()

3.-Utiliza con frecuencia los insumos y materiales de impresión.

Si () No ()

4.- Cree que se debería dar a conocer más la información de los insumos y materiales que comercializa la empresa Makroprint.

Si () No ()

5.- Considera que la creación de una herramienta digital publicitaria ayudaría en las ventas de una empresa.

Si () No ()

6.- Sabe lo que es un catálogo multimedia.

Si () No ()

7.- Utilizaría un catálogo multimedia.

Si () No ()

8.- Considera que un catálogo digital promocionaría con éxito los insumos y materiales de la empresa Makroprint.

Si () No ()

9.- Compraría insumos de impresión a través de un catálogo multimedia.

Si () No ()

10.- Utiliza con frecuencia los recursos tecnológicos como son redes sociales, you tube, etc.

Si () No ()

.