



**FACULTAD DE CIENCIAS  
DE LA COMUNICACIÓN**

DIAGRAMACIÓN DE GUÍA IMPRESA PARA ESTABLECER  
PROCEDIMIENTOS LABORALES RELACIONADOS CON EL SOPORTE  
TÉCNICO. DEPARTAMENTO DE INFORMÁTICA, UNO GUATEMALA, S.A.  
GUATEMALA, GUATEMALA 2014

**PROYECTO DE GRADUACIÓN**

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

**ELABORADO POR**

Emilio Rene Morales Soto  
Carné 09000159

Para optar al título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción, Junio 2,014

Guatemala 26 de mayo de 2013

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

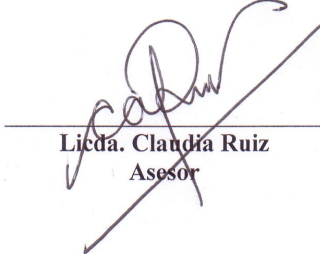
Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado:  
**DIAGRAMACIÓN DE GUÍA IMPRESA PARA ESTABLECER  
PROCEDIMIENTOS LABORALES RELACIONADOS CON EL SOPORTE  
TÉCNICO. DEPARTAMENTO DE INFORMÁTICA, UNO GUATEMALA, S.A.  
GUATEMALA, GUATEMALA 2014.** Así mismo solicito que la Licda. Claudia  
Ruiz, sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

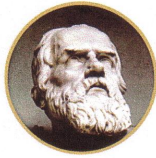
Atentamente,



Emilio René Morales Soto  
09000159



Licda. Claudia Ruiz  
Asesor



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala 09 de julio de 2013

**Señor  
Emilio René Morales Soto  
Presente**

Estimado Señor Morales:

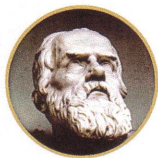
De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DIAGRAMACIÓN DE GUÍA IMPRESA PARA ESTABLECER PROCEDIMIENTOS LABORALES RELACIONADOS CON EL SOPORTE TÉCNICO. DEPARTAMENTO DE INFORMÁTICA, UNO GUATEMALA, S.A. GUATEMALA, GUATEMALA 2014.** Así mismo, se aprueba a la Licda. Claudia Ruiz, como asesor 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, 11 de enero de 2014

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

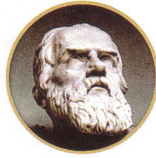
Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DIAGRAMACIÓN DE GUÍA IMPRESA PARA ESTABLECER PROCEDIMIENTOS LABORALES RELACIONADOS CON EL SOPORTE TÉCNICO. DEPARTAMENTO DE INFORMÁTICA, UNO GUATEMALA, S.A. GUATEMALA, GUATEMALA 2014.** Presentado por el estudiante: Emilio René Morales Soto, con número de carné: 09000159, 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,

  
\_\_\_\_\_  
**Licda. Claudia Ruiz**  
Asesor



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

**Guatemala, 31 de mayo de 2014**

**Señor  
Emilio René Morales Soto  
Presente**

Estimado Señor Morales:

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 septiembre de 2014.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

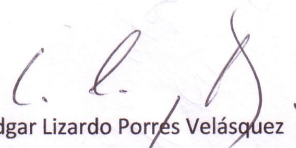
Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: **DIAGRAMACIÓN DE GUÍA IMPRESA PARA ESTABLECER PROCEDIMIENTOS LABORALES RELACIONADOS CON EL SOPORTE TÉCNICO. DEPARTAMENTO DE INFORMÁTICA, UNO GUATEMALA, S.A. GUATEMALA, GUATEMALA, 2014**, del estudiante Emilio René Morales Soto, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

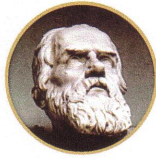
Atentamente.



Lic. Edgar Lizardo Porrés Velásquez

Asesor Lingüístico

Universidad Galileo



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 02 de octubre de 2014

**Señor**  
**Emilio René Morales Soto**  
**Presente**

Estimado Señor Morales:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DIAGRAMACIÓN DE GUÍA IMPRESA PARA ESTABLECER PROCEDIMIENTOS LABORALES RELACIONADOS CON EL SOPORTE TÉCNICO. DEPARTAMENTO DE INFORMÁTICA, UNO GUATEMALA, S.A. GUATEMALA, GUATEMALA 2014.** Presentado por el estudiante: Emilio René Morales Soto, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciado en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

**Lic. Leizer Kachler**  
**Decano**

**Facultad de Ciencias de la Comunicación**

**DIAGRAMACIÓN DE GUÍA IMPRESA PARA ESTABLECER  
PROCEDIMIENTOS LABORALES RELACIONADOS CON EL SOPORTE  
TÉCNICO. DEPARTAMENTO DE INFORMÁTICA, UNO GUATEMALA, S.A.  
GUATEMALA, GUATEMALA 2014**

EMILIO RENE MORALES SOTO  
UNIVERSIDAD GALILEO  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
JUNIO, 2014



## **NOMINA DE AUTORIDADES**

### **RECTOR**

Dr. Eduardo Suger Cofiño

### **VICERRECTORA**

Dra. Mayra Roldán de Ramírez

### **VICERRECTOR ADMINISTRATIVO**

Lic. Jaun 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

## **RESUMEN**

La rama de Soporte Técnico del departamento de Informática de la empresa UNO Guatemala, S.A., no cuenta con una guía impresa que establezca la información necesaria para la solución de problemas frecuentes, en cuanto al manejo de software y hardware.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo:

Diagramar una guía impresa para establecer procedimientos laborales relacionados con el soporte técnico del departamento de informática, UNO Guatemala, S.A. Se realizó una herramienta de validación para conocer la percepción del grupo objetivo conformado por personas de un nivel socio-económico C1, C2 y AB (medio-alto, medio-bajo y alto) quienes poseen un nivel de educación básicos y superiores. Estos comprenden edades de entre los 32 y 26 años, expertos en las áreas de comunicación y diseño.

El resultado obtenido fue la diagramación de una guía impresa para establecer procedimientos laborales relacionados con el soporte técnico del departamento de informática, UNO Guatemala, S.A. Con la que se agilizará y unificará la labor de los técnicos mediante la documentación de sus procesos con un orden lógico. Se recomendó conservar constancia en cuanto a la diagramación y elaboración de guías de soporte, con el fin de mantener a los técnicos, informados y capacitados sobre los actuales y futuros procedimientos que esta guía impresa ya no pudo incluir.

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

<b>Índice</b>	<b>Página</b>
<b>Capítulo I: Introducción</b>	
1.1 Introducción	1
<b>Capítulo II: Problemática</b>	<b>3</b>
2.1 Contexto	4
2.2 Requerimiento de comunicación y diseño	5
2.3 Justificación	6
2.3.1 Magnitud	6
2.3.2 Vulnerabilidad	6
2.3.3 Trascendencia	7
2.3.4 Factibilidad	7
2.3.4.1 Recursos Humanos	7
2.3.4.2 Recursos Organizacionales	8
2.3.4.3 Recursos Económicos	8
2.3.4.4 Recursos Tecnológicos	8
<b>Capítulo III: Objetivos de Diseño</b>	<b>9</b>
3.1 Objetivo general	9
3.2 Objetivos específicos	9
<b>Capítulo IV: Marco de Referencia</b>	<b>10</b>
4.1 Información general del cliente	10
<b>Capítulo V: Definición del Grupo Objetivo</b>	<b>14</b>
5.1 Perfil Geográfico	14
5.2 Perfil Demográfico	14
5.3 Perfil Psicográfico	16
5.4 Perfil Conductual	17
<b>Capítulo VI: Marco Teórico</b>	<b>20</b>
6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o Servicio	20
6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño	61
6.3 Ciencias auxiliares, teorías y tendencias	81
<b>Capítulo VII: Procesos de Diseño y Propuesta Preliminar</b>	<b>93</b>
7.1 Aplicación de la información obtenida con el producto o servicio	93
7.2 Conceptualización	99
7.2.1 Método	99
7.2.2 Definición del concepto	102
7.3 Bocetaje	103
7.3.1 Bocetos a base de dibujo natural	109
7.3.2 Proceso de digitalización de bocetos	117

	<b>Página</b>
7.4 Propuesta preliminar	122
<b>Capítulo VIII: Validación Técnica</b>	<b>138</b>
8.1 Población y muestreo	138
8.2 Método e instrumentos	140
8.3 Resultados e interpretación de resultados	142
8.4 Cambios en base a resultados	151
<b>Capítulo IX: Propuesta Gráfica Final</b>	<b>160</b>
<b>Capítulo X: Producción, Reproducción y Distribución</b>	<b>193</b>
10.1 Plan de costos de elaboración	193
10.2 Plan de costos de producción	194
10.3 Plan de costos de reproducción	194
10.4 Plan de costos de distribución	195
10.5 Cuadro resumen	195
<b>Capítulo XI: Conclusiones y Recomendaciones</b>	<b>196</b>
11.1 Conclusiones	196
11.2 Recomendaciones	197
<b>Capítulo XII: Conocimiento General</b>	<b>200</b>
<b>Capítulo XIII: Referencias</b>	<b>202</b>
<b>Capítulo XIV: Anexos</b>	<b>210</b>

# **CAPÍTULO I**

Introducción

## **CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN**

El presente proyecto de graduación nace a partir de la necesidad detectada en la empresa, UNO Guatemala, S.A. en el área de soporte técnico del departamento de informática, en el que no se cuenta con una guía impresa que ayude a los técnicos de soporte, recopilar los pasos a seguir de los procedimientos más comunes de sus labores diarias.

A partir de esta necesidad se llevó a cabo el planteamiento del tema:

**DIAGRAMACIÓN DE GUÍA IMPRESA PARA ESTABLECER PROCEDIMIENTOS LABORALES RELACIONADOS CON EL SOPORTE TÉCNICO. DEPARTAMENTO DE INFORMÁTICA, UNO GUATEMALA, S.A.**

Esto con el fin de solucionar la problemática detectada, a partir de la documentación y diagramación de los procedimientos más usuales entre las labores del técnico de soporte. Asimismo, se pretende unificar los procedimientos de todos los técnicos que actualmente laboran en el departamento de informática. Igualmente, la guía impresa, podrá ser utilizada como una adecuada introducción a los futuros colaboradores que ingresen a la empresa.

Para llevar a cabo esta labor fue necesario realizar una investigación exhaustiva de la empresa, el grupo objetivo y la guía a elaborar. También se

construyó un marco teórico en el que se redactaron todos los conceptos que permitirían fundamentar las bases teóricas y científicas del proyecto.

Previo a la investigación se llevaron a cabo los procesos de bocetaje del diseño y diagramación de la guía impresa, para luego digitalizar la propuesta con la información, fotografías y capturas de pantalla finales que llevaría dicha guía. Esta propuesta digital fue reproducida en físico para validarla con el grupo objetivo, los clientes y expertos en las áreas de la comunicación y diseño, haciendo uso de los materiales correspondientes a la observación realizada.

En base a los comentarios y sugerencias obtenidos a partir del instrumento de validación, se realizaron las respectivas modificaciones en el proyecto, para presentar una guía con todo el contenido solicitado y con un diseño y diagramación eficiente para el lector.

Por último, el proyecto presenta las diversas conclusiones entre las que podemos mencionar la respuesta a la problemática de una carencia de material impreso para establecer procedimientos laborales de soporte técnico y la recomendación hacia la empresa. También mantener constante actualización y uso de las guías de soporte como medio de documentación de procesos así como para conservar unificadas las actividades de los empleados.



# **CAPÍTULO II**

## Problemática

## **CAPÍTULO II: PROBLEMÁTICA**

Inaugurada en el año 2,002, en Honduras, bajo la primera estación de servicios “UNO”, la empresa comenzó sus actividades que la llevarían a su rápido crecimiento. En el año 2,009 adquiere las operaciones de Shell en Guatemala, Honduras, Nicaragua y El Salvador, con lo que se posicionó en el mercado centroamericano de la venta de combustibles.

Después de observar a la rama de Soporte Técnico del área de informática en la empresa UNO Guatemala, S.A. se ha podido delimitar que estos carecen de material impreso para establecer procedimientos laborales con el que se apoye a sus técnicos de soporte en la solución de problemas.

Al investigar y observar las operaciones que realizan los técnicos de soporte, existe gran rama de conocimientos y conceptos que deben manejar para llevar a cabo su labor. El soporte puede darse en diferentes áreas como son:

- Soporte de hardware y software
- Soporte a aplicaciones específicas
- Soporte de la planta telefónica
- Asistencia al usuario con información básica

Para el presente proyecto, se le dará más énfasis al área de hardware y software en el contenido de la guía impresa, ya que en esta área existen errores, problemas y situaciones similares que se pueden llegar a reproducir en lo más de 100 empleados con los que cuenta la compañía. Muchas de las veces, las soluciones a estos problemas consiste en el seguimiento de simples pasos que los técnicos realizan mediante memorización, debido a que carecen de un medio en donde se documente toda esta información.

Debido a la demanda de soporte que existe dentro de la empresa, los técnicos debe mantener ritmo acelerado de trabajo, apoyando y solucionando los problemas de sus compañeros de manera presencial o virtual a distancia. No contar con una herramienta que recopile la solución de problemas, puede llegar a entorpecer el trabajo de estos, si no tienen la suficiente experiencia en el área donde estén realizando la atención.

Para ello, se plantea la creación de una guía impresa para establecer procedimientos laborales relacionados al soporte técnico, al diagramar toda la información de manera funcional.

## **2.1 Contexto:**

UNO Guatemala, S.A. es una empresa petrolera que cuenta con 2 marcas: SHELL (Bajo Licencia) y su propia marca "UNO" con las que ha

desarrollado su propia línea de estaciones de servicio en Guatemala, Honduras, El Salvador, Nicaragua, Costa Rica y Belice. Como toda empresa, cuenta con un área de informática que administra los procesos de soporte técnico a todos sus usuarios.

Para ello, se llegó a la conclusión con el cliente, que es necesario una guía que logre establecer procedimientos laborales para agilizar la labor del técnico recopilando la información necesaria para la solución de problemas frecuentes.

## **2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño:**

La rama de Soporte Técnico del departamento de Informática, no cuenta con una guía impresa que establezca la información necesaria para la solución de problemas frecuentes, en cuanto al manejo de software y hardware, dentro de la empresa UNO, Guatemala, S.A.

Con esto, se pretende apoyar al técnico de soporte con el conocimiento necesario, para la solución de problemas frecuentes, y de esta manera logre consumir menos tiempo, esfuerzo y recursos en atender las necesidades de los usuarios.

## 2.3 Justificación:

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

### 2.3.1 Magnitud:



### 2.3.2 Vulnerabilidad:

Al no contar con una guía impresa se sugiere al técnico que mantenga presente en su mente el conocimiento de todos los procesos posibles. Esto conlleva a que el empleado sobrecargue sus labores, pierda tiempo y confunda dichos procesos.

### **2.3.3 Trascendencia:**

La guía impresa busca establecer procedimientos laborales para disminuir el tiempo, esfuerzo y recursos que el empleado de soporte emplea para la atención de usuarios y requerimientos. Se agilizarán los procesos que rodean a los problemas más frecuentes dentro de la compañía, con el fin de no sobrecargar con demasiada información a los empleados.

Por lo anterior, la realización de este proyecto beneficiará a la empresa UNO Guatemala, S.A. al documentar y agilizar los procesos de uno de sus departamentos.

### **2.3.4 Factibilidad:**

La diagramación de la guía para establecer procedimientos laborales para la empresa UNO Guatemala, S.A. es factible, por contar con los siguientes recursos:

#### **2.3.4.1 Recursos Humanos:**

UNO Guatemala, S.A. cuenta con el recurso humano necesario para la difusión e implementación de este manual, vía impresa o digital.

#### **2.3.4.2 Recursos Organizacionales:**

Para la realización de esta guía impresa, los jefes del área de informática están en disposición de brindar toda la información que se requiera para la elaboración de este proyecto.

#### **2.3.4.3 Recursos Económicos:**

Existe la posibilidad por parte de la organización, que se destine un presupuesto para la reproducción del material a elaborar.

#### **2.3.4.4 Recursos Tecnológicos:**

Actualmente, la organización cuenta con la tecnología necesaria, así como los canales de comunicación necesarios para la distribución del material a elaborar.

# **CAPÍTULO III**

Objetivos de Diseño



## **CAPÍTULO III: OBJETIVOS DE DISEÑO**

### **3.1. Objetivo General:**

Diagramar una guía impresa para establecer procedimientos laborales relacionados con el soporte técnico del departamento de informática, UNO Guatemala, S.A.

### **3.2. Objetivos Específicos:**

- Investigar información elemental acerca del contenido de guías y materiales impresos relacionados a procedimientos laborales, para definir la utilización del proyecto a realizar.
- Recopilar la información del departamento de soporte técnico del área de hardware y software, necesaria para la elaboración del contenido de la guía impresa.
- Visualizar la información, brindada por el departamento de informática, a utilizar en la guía impresa.

# **CAPÍTULO IV**

Marco de Referencia

## **CAPÍTULO IV: MARCO DE REFERENCIA**

**4.1. Información General del Cliente:** A continuación se presenta toda la información relevante por parte del cliente y la rama específica de estudio.

**Nombre del Cliente:** UNO Guatemala, S.A.

**Dirección:** 2ª calle 8-01, Zona 14, Edificio “Las Conchas”

**Tel:** (502) 2285-1400

**Contacto:** Tomás Nativi Pineda

**Celular:** (502) 5865-8191

**Antecedentes:** La empresa UNO abre su primer estación de servicio “UNO” en el año 2,002 en Honduras, estación con la que comenzó sus operaciones que poco a poco comenzarían a expandirse. Para el año 2,008, UNO adquiere una compañía distribuidora de combustible con una red de estaciones bajo la marca Copena, en Honduras.

Luego, en el año 2,009 adquiere las operaciones de Shell en Guatemala, Honduras, Nicaragua y El Salvador. Y como más reciente movimiento, en 2,011, UNO adquiere a Rubís Corp., activos de Chevron en Belice, Costa Rica y Nicaragua, con lo que logra expandir la visión de la compañía en toda Centro América.

Las operaciones de UNO, Guatemala, están divididas en las diferentes áreas laborales que se conforman en cada empresa. Entre estas encontramos el

área de informática, que se encarga de velar por todo lo que involucre sistemas de cómputo, comunicaciones, software y redes de informática.

Esta área se encarga de atender, a través de la rama de Soporte Técnico, las necesidades de todos los usuarios con el uso del equipo electrónico para garantizar el correcto funcionamiento y flujo laboral dentro de todas las operaciones de la empresa.

**Oportunidad Identificada:** Se tiene un contacto directo dentro de la empresa con amplio conocimiento de las labores dentro del área de Soporte Técnico en el departamento de informática, con lo que se pudo identificar la problemática del carecimiento de una guía impresa que establezca procedimientos laborales.

Se pretende darle solución a este problema con la implementación de la guía impresa.

**Misión:** "Lograr crecimiento y desarrollo continuo a través de energía, petróleo, químicos y otros servicios para satisfacer con excelencia a nuestros clientes al crear riquezas y mejorar la calidad de vida y del ambiente."

**Visión:** "Ser líder en cada negocio que emprendamos a nivel nacional y regional, crear oportunidades en un ambiente sostenible y mejorar la calidad de vida de nuestros colaboradores y de la comunidad."

**Valores:** Compromiso, honestidad, respeto, lealtad, confianza, creatividad, satisfacción al cliente, responsabilidad, mejora continua y trabajo en equipo.

**Principal beneficio al grupo objetivo:** Que el técnico de soporte logre comprender el contenido de la guía impresa para aplicar ese conocimiento en sus labores diarias, y así reducir tiempo y esfuerzo en la atención de casos.

**Competencia:** Gasolineras PUMA y Pacific Oil.

#### **DATOS DEL LOGOTIPO:**

**Colores:** El logo de UNO usa dos colores, dependiendo de donde se esté plasmando el logotipo: El blanco y el azul. En la rotulación de sus estaciones hacen uso del color amarillo como color secundario, y de apoyo a la composición del logo. En otras ramas y productos de la empresa, hacen uso de franjas verdes.

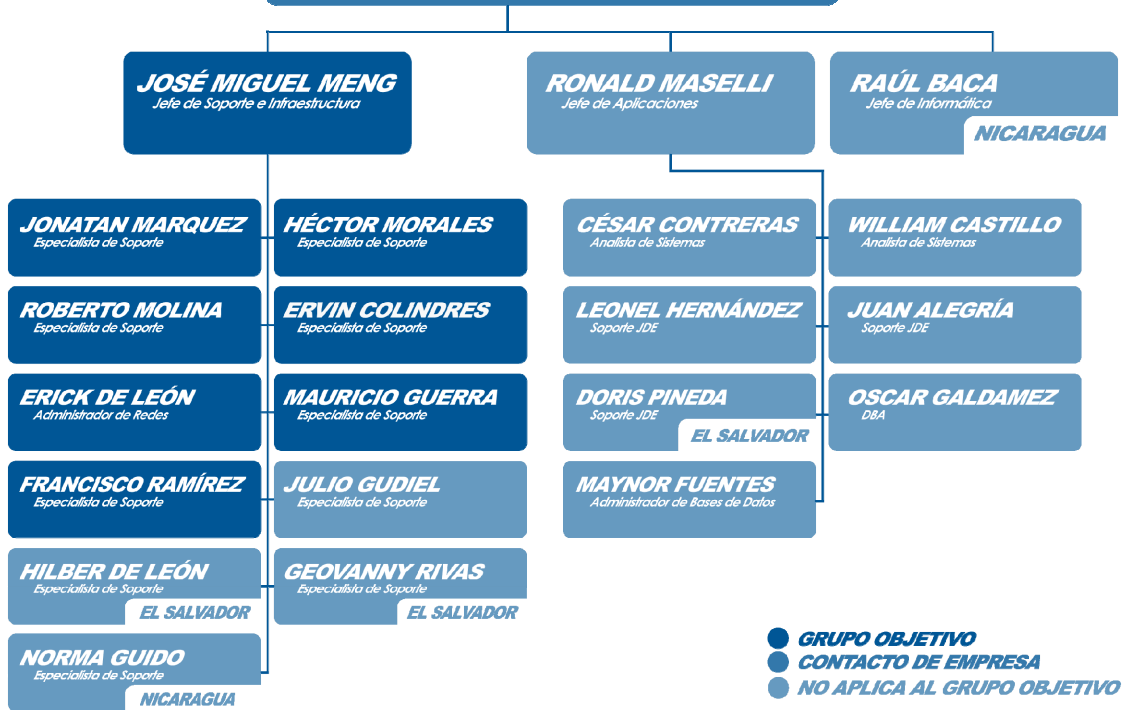
**Tipografía:** Es una personalización de tipografías tipo San Serif que posee cierta igualdad a tipografías como Arial y Arial Black.

**Forma:** Dependiendo de su utilización, el logotipo de UNO puede estar conformado solo por tipografía o hacer uso del isotipo del número “1”.

#### **LOGOTIPO:**



## TOMÁS NATIVI Gerente de Tecnología de Información



- GRUPO OBJETIVO
- CONTACTO DE EMPRESA
- NO APLICA AL GRUPO OBJETIVO

## FORTALEZAS

- Centro de servidores localizado en Guatemala. Soporte más eficiente y con mucho más control.
- Los altos mandos del soporte técnico se encuentran en oficinas de Guatemala.
- Capacidad de atención vía remota.
- Capacidad para la configuración y creación de nuevos perfiles de colaboradores.
- Tiempos de atención inmediatos.

## OPORTUNIDADES

- Constante capacitación.
- Desarrollo de aplicaciones.
- Identificación de los problemas más frecuentes que afectan a los usuarios.
- Acceso a estadísticas de control de casos y flujo de atención.

## DEBILIDADES

- Volumen de trabajo elevado para la cantidad de técnicos de soporte disponible.
- Alto número de restricciones en los permisos laborales de los técnicos de soporte.
- El flujo de trabajo puede verse interrumpido por los casos que se atienden sin ticket de requerimiento.

## AMENAZAS

- Constante crecimiento en el número de empleados dentro y fuera del país lo cual conlleva a la demanda de más soporte.
- Irrespeto de las herramientas de control de casos por parte de los usuarios lo que hace que existan labores sin documentar y desorden en la atención.

# **CAPÍTULO V**

Definición del Grupo Objetivo

## **CAPÍTULO V: DEFINICIÓN DEL GRUPO OBJETIVO**

El grupo objetivo al que va dirigido este proyecto está conformado por personas que forman parte del equipo de técnicos de soporte del área de informática de la empresa UNO Guatemala, S.A.

Es a este grupo de personas a quienes estará dirigida la guía impresa, para establecer procedimientos laborales relacionados con el soporte técnico. Se estará definiendo a continuación en sus diferentes perfiles:

### **5.1 Perfil Geográfico:**

El proyecto se llevará a cabo en una empresa de origen Hondureño, que se sitúa en la región de Guatemala, que cuenta con una superficie de 2,253 km<sup>2</sup> y su cabecera departamental, la ciudad de Guatemala, es la capital de la República y se ubica aproximadamente a 1,502 metros sobre el nivel del mar. A lo largo de su municipio cuenta con un aproximado de 3 millones de personas que conforman el 22% de la población y la ciudad capital tiene una densidad poblacional de 1,377.6 habitantes/km<sup>2</sup>.

### **5.2 Perfil Demográfico:**

El grupo de personas que conforman el departamento de Soporte Técnico pueden catalogarse en los perfiles socioeconómicos Medio-alto (C1) y Bajo (D), ya que sus ingresos oscilan entre los Q.7,500.00 y los Q.23,500.00 mensuales.



Todos comparten el mismo género masculino y sus edades se encuentran entre los 23 y 36 años. Algunos de ellos son casados pero en su mayoría son hombres solteros.

Algunos de los niveles educacionales en los que se encuentran son de Nivel Alto (AB) al contar con grados avanzados de maestrías, mientras que otros se ubican en niveles medios (C1) al contar con títulos de licenciaturas, otros también están en niveles Medio-Bajo (C2) con tan solo contar con estudios primarios y secundarios completos, ya que actualmente están realizando estudios superiores.

Para su movilización, la mayoría cuenta con un vehículo personal, mientras que algunos poseen al menos 2 vehículos de modelos recientes. Sus lugares de vivienda van desde sectores residenciales hasta viviendas modestas. Todos, a diferencia de uno, carecen de personal para servicios domésticos.

Para quienes poseen hijos, el nivel educacional de estos es Medio-Alto (C1) al contar con educación de los mejores colegios y universidades del país. Mientras tanto, el resto no aplican para este apartado por ser personas solteras.

Estos datos pudieron ser clasificados a partir del cuadro realizado por Multivex Sigma Dos de Guatemala, S.A. 2009 (ver anexos).

### **5.3 Perfil Psicográfico**

El comportamiento del grupo objetivo varía de persona entre persona, ya que algunos de ellos, en sus tiempo libres, tiene el hábito de permanecer en sus hogares, disfrutando de la televisión, videojuegos, películas en familia, deportes, la lectura y eventos entre amigos y familiares. Algunos suelen pensar mas en su situación laboral y económica, otros asisten a la iglesia a practicar su fe.

Los estudios son parte fundamental de algunos de los miembros del grupo objetivo, ya sea en forma de estudios universitarios como en cursos libres de aprendizaje personal. Algunos de los que ya poseen títulos universitarios, aprovechan su tiempo libre para descansar o para realizar actividades de ocio como asistir a fiestas o a clubes.

Debido a la actividad laboral que realizan, su tiempo libre consta de algunas horas fuera del horario laboral, ya que puede darse el caso en el que estos deban realizar trabajos a distancia desde sus hogares debido a emergencias. Los fines de semana cuentan como tiempo libre, ya que la mayoría cumple con horario laboral de lunes a viernes.

Algunos de ellos aprovechan para dedicarle tiempo a sus automóviles, por tener el gusto y hobby de modificarlos. En otros casos aprovechan para realizar trabajos y tener un ingreso extra. Otros suelen invertir sus tiempos libres

en mantener una agrupación musical haciendo giras para dar conciertos en diferentes países.

Los hijos, en los miembros que poseen, son también parte vital para el grupo objetivo. Estos suelen pasar sus tiempos libres con ellos, salir a restaurantes o a realizar paseos en familia.

El manejo de computadoras y de aparatos electrónicos está presente en todos los miembros debido a la labor que desempeñan. El gusto, la afición y la facilidad para manejar cualquier aparato tecnológico está presente en todos los miembros.

### **5.3 Perfil Conductual:**

Existe ambiente agradable y amigable entre el área donde se desempeña el grupo objetivo. Aunque todos llegan a realizar actividades muy diferentes, siempre se busca apoyarse entre ellos, ya que todos llegan a conocer y manejar todo lo que involucre el soporte técnico. Todos manejan un ambiente de camaradería muy notable el cual les ayuda para sobrepasar los problemas como equipo. El trato entre ellos es amigable, respetuoso y bromista, cuando la situación lo amerita.

La mayor parte de los integrantes se encuentra a gusto y conforme con su trabajo y el desempeño en sus actividades. De vez en cuando, los usuarios a

quienes brindan el soporte se hacen saber (inclusive manejan una herramienta dedicada a la atención en donde se califica el desempeño de todos). Desafortunadamente, pueden darse las situaciones en las que los miembros perciban poco apoyo entre ellos mismos, o que los mismos usuarios vean su trabajo como "fácil" al verlos sentados en sus lugares, la mayor parte del tiempo.

Aunque los integrantes del grupo busquen siempre hacer el ambiente de trabajo muy amigable, existen situaciones en las que el estrés y la presión incrementan velozmente. En estas situaciones puede existir un poco de falta de atención o de apoyo entre ellos para solucionar los problemas. Esto en especial con la carencia de la guía impresa de procedimientos laborales, ya que todos actúan y resuelven sus problemas por instinto, cargándose poco a poco con estrés al tratar de tener todo el conocimiento presente todo el tiempo.

Ya que el área de soporte técnico debe tratar con usuarios, estos se dan a la tarea de dar su mejor atención hacia ellos. Buscando siempre tratar a todos con amabilidad, cortesía e interés, aunque en algunas oportunidades esto no pueda ser posible debido al cansancio o estrés del momento. Razón por la cual, a veces, prefieren realizar la atención a distancia conectándose a la computadora del usuario para resolver el problema que se presente.

Muchos cuentan con una actitud positiva hacia sus labores, con objetivos y metas claras, también se ve mucho la responsabilidad de todos como

departamento, buscando siempre la manera de presentar compromiso y puntualidad para realizar sus labores.

# **CAPÍTULO VI**

Marco Teórico

## **CAPÍTULO VI: MARCO TEÓRICO**

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

#### **6.1.1 Empresa:**

Entidad de carácter social y económico en la que se reúnen a personas para aplicar conocimientos, consumir recursos materiales y financieros esto con el fin de generar productos y servicios para un mercado definido y constantemente cambiante, a través de diversas ofertas propuestas a partir de la demanda detectada y la razón de existencia de dicha entidad.

Para Sosa (1995), la empresa es la unidad económico-social, en la que se invierten recursos financieros, materiales y humanos, los cuales se coordinan con el fin de producir bienes y proporcionar servicios, que satisfagan los requerimientos del mercado al cual dirige su esfuerzo productivo, generando con ello beneficios.

El ambiente interno es todo lo que conforma a la empresa, desde los dueños, los empleados, los socios y la mezcla de las 4 P's de la mercadotecnia. Estos pueden ser alterados de manera directa y por decisión propia de la empresa.

Mientras tanto, en el ambiente externo se encuentran todas aquellas entidades o personas que alterarán de alguna manera, la actividad de la

empresa. En este ambiente encontramos los distribuidores, clientes, proveedores, leyes de sector industrial, dependencias gubernamentales, ofertas de mano de obra, instituciones financieras y la competencia.

#### **6.1.1.1 Empresa Petrolera:**

Entidad de carácter social y económico que se especializa y centraliza en la exploración y producción de productos derivados del petróleo crudo.

Los objetivos de una compañía petrolera dependerán de su tamaño, la naturaleza de su propiedad (estatal o privada), su historia y sobre todo, su filosofía, así como los puntos de vista de sus directivos y empleados (Van, 1982).

En este tipo de empresas se manejan las transacciones y acuerdos a nivel gobierno/compañía en las que esta entidad deberá de velar por que las regulaciones por parte del gobierno sean constantes y favorables, es decir que exista estabilidad política a largo plazo.

Lo anterior debido a que el gobierno es una de las entidades que más se verán involucradas en cuanto al manejo, costo y regulación del petróleo crudo y gases naturales, porque es una de las fuentes de ingresos más cotizadas. Si una empresa petrolera desea sobrevivir a largo plazo, es necesario que respete



los contratos, las licencias, las concesiones y otros arreglos legales que varían de país en país.

### **6.1.2 Organización:**

Estructura que define el ordenamiento de las actividades dentro de una empresa. La organización es también, el conjunto de personas reunidas con objetivos definidos e intereses en común.

La organización aparece como el conjunto de relaciones de autoridad, de coordinación y de comunicación que forman la actividad del grupo humano entre sí y con el exterior. Esta estructura organizativa es definida por el empresario (Marín, 2006).

Para el empleado, la organización representa un panorama de la empresa, ya que en esta se verán detallados todas las cadenas de mando y los diversos puestos que corresponden a todas las diferentes actividades que puedan estar presentes en una empresa. El organigrama es la herramienta que ayuda a tener una representación gráfica y concisa sobre la organización.

### **6.1.2.1 Departamento de Informática:**

Conjunto de personas que poseen conocimiento y habilidades en común y que se agrupan dentro de una empresa u organización, con el fin de cubrir las necesidades de un proceso en específico.

Jones y George (2006) definen al departamento como un grupo de personas que colaboran y poseen habilidades semejantes o que aplican la misma clase de conocimientos, herramientas o técnicas para desempeñar su trabajo.

Estas personas son agrupadas a partir de la organización de la empresa, paso importante durante la planeación organizacional la cual es una de las funciones gerenciales de los gerentes de una empresa.

### **6.1.2.2 Soporte Técnico:**

Rama laboral que se encarga de velar por el rendimiento y funcionamiento de todo el sistema de cómputo y dispositivos electrónicos dentro de una o varias empresas. Este puede llevarse a cabo de manera presencial o a distancia. Cada empresa decide si es necesario tener un departamento propio o subcontratar una empresa dedicada de soporte mediante el "outsourcing".

El soporte técnico puede darse en cualquier área de la informática, desde atención vía teléfono para solución de problemas sencillos, hasta el soporte y mantenimiento de computadoras, servidores y plantas telefónicas.

A diferencia de un Call Center, el Help Desk o Soporte Técnico debe tener un amplio conocimiento en informática y no centrarse en la funcionalidad de un producto o servicio "x" como suele suceder en los Call Center. El técnico de soporte debe de tener mucho conocimiento de varios temas con los cuales buscará ayudar al usuario quien puede presentar un problema en cualquier tema. A pesar de esto, es necesario que la empresa o rama de soporte delimite adecuadamente los temas en los que puede dar atención. (Montes, Hornos, Abad & Hurtado, 2008)

Montes, et al. Describen algunos factores que deben ser tomados en cuenta para alcanzar el éxito en la rama de soporte técnico:

- Inversión de tecnologías inteligentes: Es necesario que la empresa cuente con herramientas de comunicación remota con la que puedan, los técnicos de soporte, apoyar al usuario a través de una conexión a distancia. Esto con el fin de evitar el desplazamiento de personal cuando los problemas son sencillos de solucionar.

- Sobrecarga del técnico: Debido a la cantidad de llamadas, se recomienda que un técnico mantenga 65% de atención, para dedicarlo 35% en capacitaciones a su persona, debido a que necesita estar al día con el conocimiento más actual para brindar el soporte.
- Ubicación: De ser posible, ubicar el equipo de soporte dentro de las propias instalaciones. Esto con el fin de acortar distancias y tiempo en caso sea necesario movilizar al técnico con el usuario.

#### **6.1.2.2.1 Hardware:**

Toda pieza palpable que conforma el funcionamiento de una computadora se le conoce como Hardware. Son todas las partes físicas desde el monitor hasta la tarjeta madre o motherboard. Estas piezas pueden estar integradas dentro de la computadora o ser independientes de la misma.

Para Gispert (2000), el hardware son todos los componentes materiales de una computadora o de un sistema computacional: pantalla, impresora, chips de memoria, disco duro, placa de video, etc. Todo lo que resulta palpable en un sistema computacional y que permite que, mediante una serie de instrucciones o programas (software), sea posible realizar toda suerte de tareas.

#### **6.1.2.2.1.1 Computadora:**

Sistema capaz de procesar operaciones lógicas y matemáticas a través de una serie de instrucciones y algoritmos. Esta se compone de hardware (todas las piezas físicas, palpables y que determinan la forma del ordenador) y software (todo el paquete de programas y aplicaciones que le permite al ordenador poner en funcionamiento todas sus piezas). Estas poseen un lenguaje único de comunicación.

Para Paniagua (2012), computadora es una máquina electrónica, analógica o digital, dotada de memoria de gran capacidad y de métodos de tratamiento de la información, capaz de resolver problemas matemáticos y lógicos mediante la utilización automática de programas informáticos. Dependiendo del aspecto físico de la computadora y su movilidad, esta puede ser de dos tipos:

#### **6.1.2.2.1.2 Desktop:**

Computadora de escritorio que necesita de todos los dispositivos de entrada como teclado, mouse y monitor. Estas a su vez requieren de conexión eléctrica para funcionar.

#### **6.1.2.2.1.3 Laptop:**

Computadora portátil que posee todos los dispositivos de entrada integrados en una sola pieza. Este tipo de computadores pueden movilizarse de un lado a otro y funcionar sin necesidad de una conexión eléctrica ya que poseen baterías recargables.

#### **6.1.2.2.1.4 Servidor:**

Computadora o dispositivo configurado para "servir" a las demás computadoras dentro de un grupo de trabajo. Esta comparte recursos, permite la comunicación entre varias computadoras, puede brindar servicios de acceso entre el grupo de trabajo y distribución de datos. A todas aquellas computadoras que requieren comunicación con el servidor se les conoce como cliente.

Jamrich & Oja (2008) definen a un servidor como un hardware de computadora, a un tipo específico de software o a una combinación de hardware y software con el propósito de servir a computadoras en una red en el abastecimiento de datos.

#### **6.1.2.2.1.5 Monitor:**

Pantalla que se conecta al CPU de la computadora para desplegar los procesos que el ordenador está realizando, para que de esta manera el usuario pueda interactuar con ella en tiempo real.

El monitor es el que se encarga de mostrar lo que el CPU está procesando en tiempo real. Entre los tipos de monitores comunes tenemos: LCD, que significa Liquid Crystal Display (Pantalla de Cristal Líquido), con su pantalla delgada y plana, mientras que el monitor CRT, que significa Cathodic Ray Tube (Tubo de Rayos Catódicos) se identifica por el tubo que resalta en su parte trasera. (Paniagua, 2012)

#### **6.1.2.2.1.6 CPU:**

Conocida por sus siglas CPU, que significan "Central Processing Unit" (Unidad Central de Proceso), es la parte de la computadora a donde van conectadas todos sus demás aditamentos, ya sean internos o externos y cumple la función de procesar todas las instrucciones y algoritmos que esta requería.

El cerebro de toda la computadora, todos los dispositivos que conforman la computadora los lleva directamente conectados al CPU. (Paniagua 2012).

#### **6.1.2.2.1.7 Disco Duro:**

Dispositivo que almacena la información que necesita y genera la computadora. Estos poseen diversas capacidades y los hay de diversos tipos y su funcionamiento se lleva a cabo a través de placas electromagnéticas y pequeñas cabezas lectoras que acceden a la información.

Los discos duros emplean diversos métodos de conexión al ordenador entre los cuales podemos mencionar: IDE, SCSI, SATA y SAS.

#### **6.1.2.2.1.8 Memoria RAM:**

Memoria de acceso aleatoria que emplea la computadora para almacenar la información de los procesos que esté llevando a cabo. Esta memoria se vacía una vez que la computadora deja de usar ciertas aplicaciones o al momento de ser apagada por completo. Si la memoria RAM se satura, el ordenador almacenará información temporal en el disco duro.

La RAM (Random Access Memory) es la memoria de trabajo de la computadora, es decir, la memoria en la que se graban las partes de los programas que se están utilizando y los datos con los que se debe operar. Esta memoria está compuesta de circuitos electrónicos capaces de almacenar cada



uno un bit. El CPU, es capaz de leer dichos bits y de modificarlos al escribir encima de ellos. (Paniagua 2012)

#### **6.1.2.2.1.9 MotherBoard:**

Conocido también como "Placa Madre", es la pieza en donde se encuentran todos los circuitos integrados, buses, puertos, ranuras de expansión y demás aditamentos para conectar todos los dispositivos del ordenador.

Para Cottino (2010) resulta ser en definitiva, el componente más importante de la PC, ya que, a partir de él, se determinan las características del resto de los dispositivos, como por ejemplo, la tecnología del procesador, las características de la memoria RAM, el rendimiento del dispositivo de video, la capacidad de la fuente de alimentación y la capacidad de expansión del resto de los componentes.

Todos los dispositivos se conectan al motherboard a través de buses. Canales de comunicación entre las distintas unidades funcionales del sistema. Las computadoras disponen de ranuras de expansión o slots que están conectados al bus. De este modo, al instalar una tarjeta de expansión de cualquier tipo, ésta queda automáticamente conectada al bus de control. (Gispert, 2000)

#### **6.1.2.2.1.10 Tarjeta Gráfica:**

También conocida como tarjeta de video. Este dispositivo es el que permite que la computadora logre desplegar y trabajar con varios elementos gráficos en pantalla, así como de permitir la emulación de texturas, efectos y demás.

La función del slot de video es actuar como interfaz entre el motherboard y lo que se conoce como tarjeta de video, para diferenciarse del dispositivo de video que viene integrado en el motherboard. (Cottino, 2010) En la actualidad se hacen uso de dos diferentes tipos de slot para las tarjetas gráficas: AGP y PCI Express, que se diferencian radicalmente por su aspecto físico.

#### **6.1.2.2.1.11 ROM BIOS:**

Tipo de memoria no volátil en la que se almacenan pequeñas instrucciones relacionadas al funcionamiento y ubicación del ordenador. Dentro de estas se encuentra el BIOS, el POST y el SETUP. Conjunto de instrucciones que llevan a cabo tareas de habilitar los servicios de la PC.

El BIOS significa Basic Input Output System (Sistema Básico de Entradas y Salidas), junto a este hay una rutina de órdenes conocida con el nombre de

POST; Power ON Self Test (Prueba Automática de Encendido). Y por último el SETUP, que es un pequeño programa que aloja los parámetros básicos de configuración del hardware, es decir, del motherboard y de gran parte de los dispositivos que se agregan a la placa base. (Cottino, 2010)

Entre las tareas que realiza el POST podemos encontrar:

- Chequeo de Procesador
- Chequeo de RAM inicial
- Inicializado de video y teclado
- Chequeo de RAM extendida
- Inicializado de controladores

El POST es el encargado de realizar la prueba previa de todos los servicios críticos del ordenador. Si por alguna razón este detectara errores, alertará al usuario con una serie de sonidos (beeps) que tienen un significado en especial, por ejemplo 1 pitido largo, seguido de uno corto, significa que existe un error con la placa base.

#### **6.1.2.2.1.12 Fuente de Poder:**

La fuente de poder o fuente de alimentación, es la parte que utiliza la PC para alimentar de energía a toda su estructura. Cada pieza, desde la tarjeta de

video, la RAM, el procesador, etc. Requieren de una cantidad determinada de energía, que debe ser suplida por la fuente de poder.

Estas se clasifican en función a la capacidad de alimentación que ofrecen, es decir, a su potencia. Por un lado se encuentran las fuentes genéricas, ideales para las computadoras de escritorio que no requieren grandes prestaciones y que su potencia se encuentra entre los 350 y 450 watts. Y las fuentes de marca que poseen una capacidad aproximada de 460 y 850 watts; que son utilizadas en computadoras de alta gama que realizan tareas más específicas y pesadas. (Cottino, 2010)

#### **6.1.2.2.1.13 Procesador:**

Parte esencial para el funcionamiento del ordenador. El procesador o microprocesador es el dispositivo encargado en "procesar" todas las instrucciones y operaciones para generar, de una entrada, una salida. Este a su vez puede contener y soportar más de un CPU.

El microprocesador es básicamente un circuito integrado, conformado por millones de micro transistores contenidos en una pastilla de un material llamado silicio. Su función es interpretar instrucciones y procesar datos. (Cottino, 2010).

Este realiza operaciones aritméticas y lógicas simples, las lógicas binarias y accesos a memoria. Dentro del motherboard, el microprocesador posee un apartado especial o soquet, en el que se coloca de manera única para su correcto uso. Posee también sistemas de ventilación y de control de calor como disipadores y pastas térmicas

#### **6.1.2.2.1.14 Ventilador y Disipador:**

Como parte de la ventilación o sistema de enfriamiento del microprocesador, cuenta con ventiladores o coolers que ayudan a enfriarlo debido a que genera calor al correr el voltaje a través de este. Una vez que se detecta un incremento de temperatura, los ventiladores comienzan a funcionar para enfriar la placa. El disipador a su vez, una placa de aluminio o cobre, se encarga de recibir la temperatura del procesador para luego ser enfriado por el ventilador.

Entre el procesador y el disipador hay un elemento conductor de calor que permite que la temperatura del procesador busque su punto de fuga hacia el disipador. El disipador, a su vez, es refrigerado por el aire que genera el cooler. De este modo, el procesador mantiene su temperatura dentro de los parámetros convencionales de funcionamiento. (Cottino, 2010)

#### **6.1.2.2.2 Software:**

Conforma todo el paquete de programas, intangibles, que se instalan en los ordenadores para su funcionamiento o para el uso de ciertas aplicaciones, que le permiten al usuario hacer gran gama de tareas dependiendo de su funcionamiento.

Falgueras (2003) define el software como producto de consumo utilitario y masivo. Para una empresa o trabajador autónomo, el software es medio auxiliar que interviene de manera más o menos indirecta, pero a menudo imprescindible, en su gestión y cada vez más en su proceso productivo.

La funcionalidad del software nunca expira, ya que siempre deberá funcionar de la misma manera que fue concebido. El reemplazo del software se lleva a cabo cuando aparecen nuevas versiones o nuevas tecnologías que hacen obsoleto el uso de determinado programa. El ciclo de vida del software está constituido por el conjunto de todas las etapas de programación. Los métodos y técnicas de la ingeniería del software se inscriben dentro del marco delimitado por el ciclo de vida del software, y, más concretamente, por las diferentes etapas que se distinguen. (Falgueras, 2003)

#### **6.1.2.2.2.1 Sistema Operativo:**

Es el paquete de software que permite dotar a una computadora de un entorno virtual y gráfico en el que se pueda hacer uso de sus recursos y expandirlos a través de la interacción del usuario. A través de este se puede gestionar la unidad central de proceso, gestionar la memoria, gestionar programas y manejar archivos.

Gispert (2010) enlista las funciones del sistema operativo:

- Gestión de unidad de proceso
- Gestión de memoria
- Manejo de Archivos
- Manejo de discos
- Control de periféricos
- Instalación de hardware y software

#### **6.1.2.2.2.2 Windows:**

Sistema Operativo propiedad de Microsoft que fue creado con el fin de darle al MS-DOS un ambiente gráfico, que era gran demanda en el momento. Este sistema operativo fue, por mucho tiempo, el sistema por excelencia para muchos usuarios en línea. Cuenta con varias versiones, actualizaciones y

mejoras que lo han llevado a cambios mínimos y drásticos en la estructura y presentación gráfica a lo largo del tiempo.

La seguridad del sistema operativo Windows, ha sido una de sus principales críticas debido a las incontables vulnerabilidades que posee el sistema. Esto radica a la lentitud que ha mostrado Microsoft con apoyar en la solución de problemas.

A pesar de esto, Windows ha sido uno de los sistemas operativos más amigables en cuanto a su uso y el sistema operativo por excelencia para la enseñanza de computación en escuelas y hogares. En la actualidad existen otros sistemas como competencia tales como Linux, Unix, Solaris, Ubuntu y la competencia directa el Mac OS. A lo largo de su tiempo de vida, Windows ha tenido cerca de 18 versiones distintas.

Para Carrasco (2011), Microsoft Windows es el nombre de una serie de sistemas operativos desarrollador por Microsoft desde 1981, año en que el proyecto se denominaba "Interface Manager".

#### **6.1.2.2.2.3 Correo Electrónico:**

Programa simple de intercambio de información entre una computadora y otra o una persona y otra. El correo electrónico es una herramienta de



comunicación, distancia que permite enviar mensajería virtual al otro lado del mundo en cuestión de segundos.

Vértice (2008) define el correo electrónico como el recurso básico para enviar y recibir mensajes a través de un ordenador. Su funcionamiento resulta verdaderamente simple, ya que se trata de un sencillo programa similar al de un procesador de textos donde escribimos el mensaje, indicamos la dirección y destinatario y ordenamos el envío con un clic. Dicho mensaje se almacena en otro ordenador hasta que el destinatario decide leerlo. Por lo tanto, se trata de un sistema de mensajería de un ordenador a otro a través de líneas telefónicas o de otro tipo.

#### **6.1.2.2.4 Antivirus:**

Programa dedicado a la protección del equipo de cómputo a través de instrucciones que le permiten comparar, detectar y eliminar archivos infectados con virus o codificación maliciosa.

Para Roger (2004), un virus representa una de las peores amenazas para la seguridad de las empresas, ya que es un programa informático como cualquier otro, sólo que se instala a escondidas del propietario de la máquina y lleva a cabo acciones nocivas.

De igual manera, Roger (2004) define al antivirus como programas capaces de diferenciar en todos los casos un programa normal lícito de un programa virus malicioso. Y enlista las principales vías de infección por las que un virus puede afectar a un ordenador:

- El correo electrónico.
- Descargas de archivos desde la web.
- Transferencia de archivos mediante FTP
- Intercambio de archivos mediante programas P2P (Peer to Peer)
- Transferencia de archivos mediante dispositivos de almacenamiento secundario.
- Equipos infectados.
- Implementación de una red inalámbrica Wi-Fi.

#### **6.1.2.2.2.5 Driver:**

Pequeño programa o serie de instrucciones que le permiten a la computadora reconocer un dispositivo y al mismo tiempo le ayuda al usuario el manejo de este.

Para Gispert (2000), el driver es un controlador asignado por el sistema operativo que le permite a este la comunicación entre la computadora y el dispositivo periférico.

### **6.1.2.2.3 Red:**

Configuración que permite conectar varios ordenadores entre sí a través de distintos medios como cable, ondas, fibra óptica, etc. Con el fin de compartir datos, recursos y servicios.

Carrascto (2011) enlista los diferentes tipos de redes:

- Intranet
- Red Pública
- Red Privada
- Red de Área Personal (PAN)
- Red de Área Local (LAN)
- Red de Área Local Virtual (VLAN)
- Red del Área del Campus (CAN)
- Red de Área Metropolitana (MAN)
- Red de Área Amplia (WAN)
- Red de Área de Almacenamiento (SAN)

### **6.1.3 Sociedad:**

Agrupación o conjunto de personas con objetivos e intereses afines y que buscan prevalecer unidos para alcanzarlos. Dentro de esta, se maneja cierto

grado de comunicación y cooperación para la sobrevivencia de dicha sociedad a través de las relaciones sociales.

Para Fairchild (1987), sociedad es un grupo de seres humanos que cooperan en la realización de varios de sus intereses principales, entre los que figuran, de modo invariable, su propio mantenimiento y preservación. La continuidad, la existencia de relaciones sociales complejas y una composición que contiene representantes de los tipos humanos fundamentales, especialmente hombres, mujeres y niños. Es un grupo humano básico y en gran escala.

#### **6.1.4 Producto:**

Es todo aquel bien manufacturado que es dotado de características específicas para ser colocado a la venta en el mercado y que supone suplir y satisfacer las necesidades de un consumidor. En la práctica común, los productos nacen debido a una necesidad identificada dentro del mercado, las que son descubiertas a través de estudios de mercadeo.

Según Kotler y Keller (2006), el producto es todo aquello susceptible de ser ofrecido para satisfacer una necesidad o deseo. Los fabricantes deben de prestar atención, tanto en el aspecto físico como en la funcionalidad del producto.

Dentro de las actividades del marketing, es necesario tener en cuenta los conceptos de valor, coste y satisfacción, ya que un consumidor tendrá a su disposición una enorme gama de productos que satisfagan su necesidad, con la diferencia de que unos costarán más que otros, algunos requerirán de más esfuerzo para usarlos y cada uno satisfacer sus necesidades de diferentes maneras. Por lo que el "valor" del producto es lo que representará la oferta adecuada para que determinado consumidor adquiera determinado producto.

#### **6.1.5 Cliente:**

Toda aquella persona que realizará la acción de compra ante un producto, para satisfacer su necesidad. El cliente es aquel que tiene la última palabra de compra, a pesar de que los especialistas de marketing y vendedores realicen infinidad de pasos para promocionar el producto y hacer creer al cliente que es necesario para él.

El cliente o comprador, que es a quien se factura, quien compra, quien asegura el flujo de la empresa a través de la cifra de negocio (Trenzano, Robinat & Arana, 2007)

### **6.1.6 Proveedores:**

Persona o entidad encargada de suministrar de materia prima, materiales o cualquier otro insumo a una empresa, compañía u organización. Estos cumplen con el papel de atender la necesidad posterior a la elaboración del producto o servicio que una determinada empresa presta ante el mercado; Sin ellos, las empresas necesitarían de un departamento especializado en el suministro de insumos.

Proveedor especializado es aquel que se encarga de proveerle a la empresa con la materia prima necesaria y de la calidad que necesite. Por esta razón, las empresas solicitan rigurosas medidas de atención por parte de los proveedores para que estén seguros de que siempre contarán con la calidad y en el tiempo que necesiten.

Las adquisiciones a terceros no sólo involucra la gestión de abastecimiento de materias primas y materiales para el proceso de transformación: los proveedores pueden proporcionar variedad de servicios tales como estudio de mercado, diseño de productos, publicidad y promociones, contratación de personal, liquidación de haberes, servicios de consultoría, asesoramiento legal, gestión contable, servicios de comercio exterior, servicios informáticos, almacenamiento, distribución de productos, entre otros (Monterroso, 2002).

### **6.1.7 Distribuidores:**

Persona o entidad encargada de movilizar, o agilizar la venta de un producto o servicio. Los distribuidores son los encargados de hacer llegar un determinado producto en varias partes o localidades, con el fin de abarcar todo el mercado posible y proporcionarle al consumidor suficientes alternativas de compra, así como generar accesibilidad al producto o servicio.

Para Kotler y Keller (2006), los distribuidores son empresas que ayudan a la compañía a encontrar clientes o a realizar ventas. Puede distinguirse entre agentes y comercios. La tarea de los agentes consiste en encontrar clientes o negociar contratos, sin adquirir la propiedad de la mercancía.

### **6.1.8 Consumidores:**

Todo aquel usuario final que se encargará de utilizar el producto o el servicio que adquiera de la empresa, que realizará un pago estipulado para adquirirlo. Los consumidores son a quienes busca dirigirse la empresa y de las necesidades de quienes necesita la empresa responder.

Para Schiffman y Lazar (2010), el comportamiento del consumidor es el comportamiento que las personas exhiben al buscar, comprar, utilizar, evaluar y desechar productos y servicios que ellos esperan que satisfagan sus

necesidades. El comportamiento se enfoca en la manera en que los consumidores y las familias toman decisiones para gastar sus recursos disponibles (tiempo, dinero, esfuerzo) en artículos relacionados al consumo.

Schiffman y Lazar (2010) enlistan dos categorías de consumidor dependiendo de su comportamiento:

- Consumidor Personal
- Consumidor Organizacional

El comportamiento del consumidor es, en cierta medida, lo que la mezcla de marketing necesita para generar la oferta adecuada para el consumidor. Schiffman (2010) describe la mezcla de marketing como la oferta de un servicio y/o producto de una compañía a los consumidores, así como en los métodos y herramientas que aquélla elige para realizar el intercambio.

#### **6.1.9 Colaborador:**

Término empleado para referirse a todo aquel que forma parte de una empresa de trabajo. Este término busca ser más "amigable" que el de trabajador u obrero, ya que le da a la persona, el lugar que se merece al brindar su conocimiento y labor a la empresa.



Para Vecino (2011), el colaborador trasciende la frontera de lo individual e incorpora a los otros en la labor, entiende que el resultado no es producto de esfuerzos aislados y que la única manera de ser productivo y mejorar los desempeños tienen que ser mediante el reconocimiento de que los otros pueden entregar también al resultado su aporte.

#### **6.1.9.1 Gerente:**

Persona que posee dotes gerenciales y que es capaz de dirigir a un equipo de trabajo, supervisándolo y examinándolo en razón de las metas y objetivos de una empresa u organización. El gerente es aquel en el que recae la responsabilidad de uno o varios departamentos y que a su vez deba responder a niveles gerenciales superiores.

Jones y George (2006) describen y clasifican a los gerentes en tres tipos de niveles, dependiendo de su rol dentro de la empresa u organización:

**Gerentes de primera línea:** Administrador responsable de la supervisión diaria de empleados que no son administradores. Supervisan a un grupo de personas que conforman un departamento.

**Gerentes medios:** Gerente que supervisa a los gerentes de primera línea y es responsable de encontrar la mejor manera de supervisar los recursos para alcanzar las metas de la organización.

**Gerentes altos:** Administrador que fija las metas de la organización, decide cómo deben relacionarse los departamentos y vigila el desempeño de los gerentes medios.

#### **6.1.9.2 Vendedores:**

Profesional encargado de mover un determinado producto. Debe tener conocimiento sobre la empresa, el producto o servicio a vender, su grupo objetivo, la competencia, el proceso de venta y demás.

Sánchez (1999) define al vendedor como un asesor del cliente, dado que satisface sus necesidades de la forma más beneficiosa para ambos.

Estos hacen uso de la persuasión, una técnica de comunicación que consiste en convencer a una persona, con fundamentos, para que actúe en el sentido esperado satisfaciendo sus propias necesidades. (Sánchez, 1999) El vendedor como tal genera entusiasmo, aporta valor y satisfacción, genera la confianza del cliente, genera seguridad, permite contrarrestar objeciones más

objetivamente y posee amplio conocimiento del cliente en su totalidad, ya que es su tarea poder analizarlo para persuadirlo.

### **6.1.9.3 Agente:**

Persona u operador que labora en un Call Center, recibiendo o haciendo llamadas para la atención de clientes internos o externos, socios comerciales, compañías asociadas u otros.

Los agentes hacen uso del sistema de llamadas que proporciona el Call Center para atender todas las llamadas en espera. Estas plantas telefónicas poseen configuraciones que les permite direccionar las llamadas en espera, asignar un cierto tipo de llamada a un agente en especial, administrar varias líneas telefónicas y realizar reportes con métricas para observar los indicadores de las operaciones, entre otros.

Para Estrella, Bustos & Muñoz (2013), el concepto de colaborador está asociado a una persona que puede utilizar distintas extensiones. Puede ocupar diferentes estaciones de trabajo/extensiones, pero posee un número para ser identificado.

#### **6.1.10 Estación de Servicio:**

Punto de venta y despacho de combustible que representa una tienda que por lo general suelen ser asociaciones de grandes empresas distribuidoras de combustible. Estas reciben el nombre de gasolineras o servicentro. En estas estaciones se despachan combustibles como la gasolina, keroseno, biodiesel, etanol y demás.

Toda estación de servicio cuenta con estanques subterráneos en donde se deposita y almacena la gasolina para su posterior venta al público. Es llenada a través de camiones tipo cisterna o pipa los cuales transportan grandes cantidades de combustible. Estos estanques deben ser diseñados y construidos de acuerdo a prácticas reconocidas de ingeniería, utilizándose materiales compatibles con el combustible almacenado; y deben cumplir con las normas nacionales, o a falta de ellas con normas extranjeras reconocidas. (Comisión Nacional del Medio Ambiente, 1999)

Para la Comisión Nacional del Medio Ambiente (1999), la mayor fuente de emisiones evaporarias sucede en el llenado de los estanques subterráneos de las estaciones de servicio.

### **6.1.10.1 Agente de Pista:**

Persona encargada de llevar a cabo varias labores dentro de una estación de servicio. Su función más común de, es la atención de los clientes a través de la despacho de la gasolina. De igual manera se encarga de verificar los niveles de carburante restante en los tanques de la estación.

Rosell (2011) enlista las diferentes tareas del agente de pista en las que podemos mencionar:

- Atención a clientes.
- Limpieza de la pista
- Orden en almacén y tienda.
- Uso y manejo de equipos informáticos.
- Atender la descarga de carburantes con la ayuda del conductor de cisterna.
- Cambio de precios en monolito.
- Manejo y mantenimiento de extintores.
- Varillar el tanque para determinar el volumen de carburante restante.
- Despachar gasolina y atender a los clientes que visitan la estación.

De igual manera, el agente de pista es el encargado de velar porque las normas de conducta se lleven a cabo. Esto debido a que los químicos y gases

con los que se trabaja, son altamente peligrosos, razón por la que existen protocolos de acción inmediata en caso de derrames de combustible.

#### **6.1.10.2 Dispensadores de Combustible:**

También conocidos con el nombre de Unidades de Suministro de Combustibles, estas piezas permiten el despacho de combustible proveniente del estanque subterráneo de la estación, a los carros de los clientes quienes a través de un pago determinado adquieren la gasolina.

La Comisión Nacional del Medio Ambiente (1999) describe los dispensadores de combustible como el conjunto de elementos que permiten el expendio de combustibles al público, formado en general, por la pistola, mangueras, totalizador, medidor, bomba y motor, separador y eliminador de gases.

#### **6.1.10.3 Tiendas de Conveniencia:**

Conocidas también como minimarket. Estos pequeños comercios ponen a la disposición artículos de consumo a la venta, como comida y bebidas, así como también un pequeño lugar para pasar el tiempo.

### **6.1.11 Insumo:**

Todos aquellos bienes empleados en la producción de otros bienes. En el ámbito de las estaciones de servicio, son todo lo que la misma estación ofrece al público como un producto o servicio.

La Comisión Nacional del Medio Ambiente (1999) reconoce los siguientes insumos dentro de una estación de servicio:

- Diferentes tipos de combustibles.
- Lubricantes y aceites para motores.
- Solventes.
- Agentes desengrasantes, detergentes, ceras, etc.
- Agua para el lavado de automóviles.
- Aire comprimido.
- Productos de Aseo Personal.
- Energía.

De igual manera, los insumos pueden ser los bienes, como la materia prima empleada para la elaboración de un producto final.

### **6.1.12 Materia Prima:**

Todo aquel material en estado natural que se emplea para la elaboración de un producto, a partir del manejo de la materia prima y/o la fusión de esta con otras materias primas o materiales. Este debe ser perfectamente identificable dentro de un producto para estimar el costo de producción y medir los porcentajes de cada materia prima que se emplea en la elaboración de un producto.

También se conoce como materias primas a los materiales extraídos de la naturaleza que nos sirven para transformar la misma y construir bienes de consumo. Se clasifican, según su origen: vegetal, animal y mineral. Ejemplos de materias primas son la madera, el hierro y el granito. Las materias primas que ya han sido manufacturadas pero todavía no constituyen definitivamente un bien de consumo, se denominan productos semielaborados o semiacabados (Cáceres, 2009).

Una de las materias primas de origen fósil muy valioso es el petróleo, del que se obtienen combustibles, alquitranes y plásticos.



### **6.1.12.1 Petróleo:**

Líquido viscoso de color verde, amarillo, marrón o negro que se compone de diferentes hidrocarburos (átomos de hidrógeno y carbono en cantidades variables) que tiene su origen en la descomposición de los minúsculos organismos acuáticos que datan de millones de años atrás. Hoy en día el petróleo es la principal fuente de energía y que constituye parte vital del desarrollo de la sociedad actual. Proviene del latín *petra oleum*; términos que significan piedra y aceite, respectivamente.

El petróleo es, actualmente, la principal fuente de energía, y la materia prima más importante objeto de comercio entre los países. Más de la mitad de la energía que mantiene en actividad a nuestra civilización proviene de esta fuente energética no renovable. Se trata, entonces, de un recurso estratégico cuya carencia provocaría el declive de la economía mundial (Jimeno, 2002).

### **6.1.9.12.2 Lubricantes:**

Delgada capa de fluido, de espesor a veces inferior a una micra, que se interpone entre dos superficies sólidas para evitar su contacto directo, una disminución en el desgaste de estas, disminución de la energía que se pierde por fricción y mejor eliminación del calor producido por las piezas al rozar. La palabra proviene del latín "*lubricum*", que significa resbaladizo y veloz.

Para Martínez (2011), la grasa lubricante se define como material sólido, o semi-fluido, construido por un agente espesante disperso en un líquido lubricante, donde pueden ser incluidos otros ingredientes o aditivos, en pequeñas cantidades, que mejoran ciertas propiedades específicas tales como su estabilidad mecánica, resistencia a la corrosión u oxidación, consistencia, color, resistencia al calor, etc.

La lubricación puede ser de dos tipos (Martínez, 2011):

1. Lubricación Mixta
2. Lubricación Hidronímica

#### **6.1.13 Identidad Corporativa:**

Son toda la mezcla de elementos visuales y de comunicación que una empresa, entidad, organización, etc. adopta para identificarse en un mercado competente. Desde elementos como el logotipo, los colores, la vestimenta, la tipografía y hasta el tipo de diagramación en sus publicaciones, son parte de la identidad corporativa y es la que le permitirá al cliente o consumidor recordar y diferenciar a una empresa de otra.

La Identidad Corporativa de una organización tiene influencia decisiva en todos los aspectos de la gestión de una organización, ya que orienta las decisiones, políticas, estrategias y acciones de la organización, y refleja los

principios, valores y creencias fundamentales de la organización (Capriotti 2009).

Capriotti (2009) comenta que dentro de la Identidad Corporativa se pueden reconocer 2 grandes concepciones: El Enfoque del Diseño y El Enfoque Organizacional.

**Enfoque de Diseño:** Define a la identidad corporativa como la representación icónica de una organización, que manifiesta sus características y particularidades.

Esto conforma todo lo que es perceptible por el público y que dota a la empresa de un aspecto único. Es a su vez, la manera "artística" en como se manifiesta la empresa.

**Enfoque Organizacional:** Tiene una perspectiva más amplia y profunda que la Identidad Corporativa, planteando que es el conjunto de aspectos que definen el carácter o personalidad de una organización.

#### **6.1.14 Atención al Cliente:**

Conjunto de prácticas, políticas y actitudes con orientación al servicio del cliente por parte de la empresa y el producto o servicio que promociona. El

Servicio al cliente es la actividad que el consumidor espera de la empresa y con el que la empresa se enriquecerá de retroalimentación. Es el conjunto de relaciones que tienen como resultado una fuente de beneficios.

Pérez (2006) define la atención al cliente como el conjunto de prestaciones que el cliente espera como consecuencia de la imagen, el precio y la reputación del producto o servicio que recibe.

La atención al cliente puede verse como toda una cultura de servicio que necesita de actitud, compromiso y comportamiento con las diversas personas con las que se entrará en contacto. La solución de problemas y la capacidad de poder escuchar y comprender los problemas, inquietudes y solicitudes del cliente. Esto conlleva a darle al cliente un nivel de satisfacción con el que se espera pueda volver a consumir con la empresa.

#### **6.1.14.1 Call Center:**

Centro de atención al cliente en el que se reúne a un grupo de personas con el fin de atender a los clientes y consumidores de una empresa para la solución de problemas, el ofrecimiento de servicios o la atención de quejas. Por lo general, estas ramas de atención provienen de empresas extranjeras que tienen la necesidad de desplazar estas actividades productivas o de prestación de servicios hacia economías que demandan menores costos.

Un call center es el conjunto tecnológico y administrativo que permite unificar la inteligencia y potencia de procesamiento de los sistemas informáticos y las facilidades de la conmutación de llamadas telefónicas, para suministrar información a quienes llaman, en un ambiente de intimidad personal. Es el punto de contacto entre un cliente y la empresa por medio del hilo telefónico (Morris, Ancajima, Chiri, Galindo, Guido & Mejía, 2009)

#### **6.1.14.2 Asistencia Remota:**

Capacidad que proveen los sistemas informáticos para la solución de problemas a distancia a través de una conexión a Internet, enlazando dos o más computadoras a la vez, con el fin de permitir el control del dicho equipo a manos de un experto de soporte.

Medio práctico para conectarse al ordenador de un amigo, vía internet, con el fin de ayudarlo a encontrar la solución a su problema. Una vez conectado al ordenador de su amigo, podrá visualizar su pantalla y conversar en línea sobre lo que ambos estén observando. Si su amigo se lo permite, podrá utilizar hasta su ratón y teclado con el fin de trabajar en el equipo de éste, aunque lo haga desde el suyo propio (Holt 2003).

### **6.1.15 Filosofía Corporativa:**

La filosofía corporativa es todo aquello definido previo a la creación física de una empresa o corporación, que definirá las líneas a seguir y los objetivos a alcanzar.

Para Echeverría (1994), filosofía corporativa es el resultado de una visión valorativa de la evolución de valores de una sociedad, que descansa sobre dos pilares: 1) Todo diseño de una corporación debe basarse en una realidad; y 2) Debe disponerse de una capacidad de utopía, de visión, de nuevas formas de configurar combinaciones de factores que le permita adelantarse en el futuro a sus competidores.

#### **6.1.15.1 Misión:**

La misión de una empresa, compañía u organización es la razón del por qué existe dicha entidad. Esta es la base con la que se respaldará la existencia de dicho sitio y con la que se trazarán los objetivos y metas organizacionales.

Basurto (2005) define la misión como la razón de ser, el propósito o motivo por el que existe una empresa, y por lo tanto, da sentido a las actividades de la empresa. Esta debe contener y manifestar características que le permitan permanecer en el tiempo.

Según criterios de Alcázar (2001) la misión debe contar con ciertos requisitos para alcanzar su funcionalidad y validez. Esta debe de ser amplia, motivadora y congruente.

De igual manera, Alcazar (2001) menciona que toda Misión debe contestar 3 simples preguntas: ¿Qué? necesidad satisface la empresa (Valor hacia el cliente); ¿A través de qué medio satisface las necesidades detectadas (Valor hacia la empresa); y ¿Qué ganamos? como equipo humano mediante el cumplimiento de la necesidad del cliente (Valor hacia la persona).

#### **6.1.15.2 Visión:**

Esta proporciona un estimado de lo que se busca ejercer con la empresa u organización en determinado tiempo. Es tratar de plasmar la imagen de la empresa a futuro y cómo espera se encuentre, con el fin de tener un objetivo al cual llegar.

La visión de la empresa o negocio está relacionada con la posición estratégica que desea tenerse en determinado tiempo. La visión debe plantearse en términos realista, medible y además debe ser clara y precisa (Centro de Exportaciones e Inversiones, 2010).

La declaración de visión debe ser: breve, fácil de captar y recordar, inspiradora, planteando retos para su logro, creíble y consistente con los valores estratégico y la misión, clara respecto a lo que debe llegar a ser la entidad.

Esta a su vez debe plantear retos y trazar objetivos, ser inspiradora para quienes se encuentran dentro de la empresa y lo suficientemente realista para designar el sitio a donde queremos llegar.

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

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

#### **6.2.1.1 Comunicación:**

Acción mediante la que un ser vivo transmite un mensaje a un emisor determinado, ya sea de manera consiente o inconsciente, voluntaria o involuntariamente, con el fin de obtener respuesta de regreso.

Para Hybels (1976) la comunicación es un poder que discute las posibilidades que tenemos de emplear la persuasión y la sugestión y cómo estamos influenciados por ellas.

La comunicación es algo más que una conversación, un discurso o un lenguaje de señas. La comunicación va más allá del propio lenguaje corporal,



que puede llegar a comunicar sin darnos cuenta. La comunicación es la herramienta que el ser humano ha utilizado a lo largo de la vida como medio de transporte de sus ideas, emociones, sentimientos y demás.

#### **6.2.1.1.1 Proceso de Comunicación:**

Proceso a través del que se lleva a cabo la comunicación entre uno o varios entes que hacen uso de un canal para llevar un mensaje codificado a un receptor de quien esperarán una respuesta.

Para que este proceso puede cumplirse se necesita de: Un emisor que codifique un mensaje para enviarlo a través de un canal que llegará a un receptor, quien decodificará el mensaje para luego realimentar al receptor con esta comunicación. Todo dentro de un mismo contexto y con la presencia de ruido que pueda afectar el mensaje en sí.

Hybels describe los diversos elementos que se encuentran dentro del proceso de comunicación:

**Emisor o Fuente:** Persona o personas que originan el mensaje.

**Mensaje:** Es la comunicación que el emisor o fuente está enviando.

**Canal:** Medio por el que la comunicación es enviada; palabras dichas, gestos, expresiones faciales, palabras escritas, ondas, etc.

**Realimentación:** Proceso doble, ya que es la respuesta que el receptor facilita al emisor y la respuesta que el emisor devuelve al receptor. Si la realimentación es positiva, es muy probable que el emisor continúe con el mensaje de la misma forma. Sin embargo, si la realimentación es negativa y el receptor pierde parte del interés o no se siente complacido, la fuente deberá revisar el mensaje para que éste vuelva a despertar el interés y la atención.

**Ruido:** Presencia de estímulos perturbadores no deseados, puede ser del tipo físico o psicológico.

#### **6.2.1.2 Comunicación Organizacional:**

Proceso de comunicación que se lleva a cabo dentro de una organización o empresa, teniendo en cuenta las diferentes jerarquías que se manejen dentro de la misma y respetando los mandos de dirección a los que una persona deba obedecer. Podemos ver a la comunicación organizacional como el conjunto de "reglas" y "etiquetas" a utilizar dentro de un ámbito laboral, que pueda estar conformado por diversos canales de comunicación.

Para Andrade (2005), la comunicación organizacional es un campo del conocimiento humano que estudia la forma en que se da el proceso de la comunicación dentro de las organizaciones y entre éstas y su medio. Asimismo, como un conjunto de técnicas y actividades generados a través de la

investigación del proceso comunicativo de la organización a través de la agilización del flujo de mensajes que se dan entre sus miembros.

#### **6.2.1.2.1 Tipos de Comunicación:**

Este tipo de comunicación puede diferenciarse en dos diferentes tipos:

**Comunicación Interna:** Esta es la comunicación que se da entre los mismos miembros de la organización a través de diferentes canales, que cumpla el fin de mantenerlo informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de objetivos organizacionales.

**Comunicación Externa:** Esta es la comunicación que se emite de la organización a sus diversos públicos externos a través de diferentes canales, con el fin de mejorar relaciones o proyectar una imagen favorable del producto o servicio que la organización ofrece.

#### **6.2.1.2.2 Flujos de Comunicación:**

La comunicación dentro de una organización cumple con seguir un flujo determinado por los diferentes puestos y departamentos en la que está compuesta. Esto con el fin de respetar los niveles jerárquicos de la misma. Andrade (2005) las describe como:

**Comunicación Vertical:** Comunicación que se da entre los diferentes niveles jerárquicos de una organización. Ascendente cuando va de niveles inferiores a superiores y descendente cuando viaja en sentido opuesto.

**Comunicación Horizontal:** La comunicación que se da entre miembros de un mismo nivel jerárquico.

**Comunicación Diagonal:** La comunicación que se da entre miembros de distintos niveles jerárquicos y que recientemente se emplea mucho en las empresas como herramienta para eliminar barreras jerárquicas.

#### **6.2.1.3 Señalética:**

Disciplina que trata de regir el comportamiento y acción del ser humano a través de imágenes simplificadas y de conocimiento universal que suponen una toma de acción o una advertencia por ejemplo.

Costa (2003) describe a la señalética como una disciplina de la comunicación ambiental y de la información, que tiene por objeto orientar las decisiones y las acciones de los individuos en lugares donde se prestan servicios.

### **6.2.1.3.1 Señalización en Estaciones de Servicio:**

Para transmitir los mensajes adecuados, es necesario hacer uso de la señalética dentro de las estaciones de servicios, las que deben contar con toda la señalización adecuada en las diversas zonas en las que se divide la estación:

**Zona exterior:** Abarca todo lo que se ve a la distancia a medida que se llega a la estación, esta debe contar con:

- Marquesina Principal: Se refuerza la identidad de la marca con uno de los elementos más visibles de toda la estación.
- Monolito: Cartel con información variada que despliega los precios actuales del combustible en venta.
- Señalización Vial: Señales de tránsito que ayudan a orientar al cliente a ingresar de manera ordenada a la estación.

**Zona de isletas:** Zona donde se encuentran los dispensadores de combustible y que debe contar con:

- Identificación de posición de suministro: Numeración que designa cada dispensador por separado y que lo identifica del resto.
- Información legal: Avisos de seguridad para el cliente sobre prohibiciones de uso de teléfonos móviles, mantener encendido el motor del carro, fumar o cualquier otra actividad peligrosa.

- Instrucciones de Uso y Pago: Avisos sobre cómo utilizar los dispensores, así como notificaciones de cómo cancelar lo consumido.
- Rótulo indicativo de carburantes: Identificación de los diferentes carburantes que ofrece el dispensador.
- Modo de servicio: Se anuncia si el dispensador se encuentra en autoservicio o es un operario quien lo atiende.
- Gráfica de productos: Etiquetas que muestran el tipo de producto que ofrece cada dispensador.

**Zona de Servicio:** Elementos de señalización a usarse en la zona del minimarket.

- Rótulo Central: Identificación de la tienda.
- Señalización adhesiva: Para identificar la entrada de la salida y la dirección de apertura.
- Información sobre pagos: Condiciones de pago que acepta la estación de servicio
- Rótulo de servicios: Todos los servicios que ofrece la tienda de conveniencia.
- Elementos de seguridad: Indicativo para señalar la presencia de cámaras, sitio de extintores y advertencias de seguridad.
- Caja nocturna: Caja funcional de noche.
- Restricciones: Señales que advierten al cliente de los aparatos eléctricos y demás objetos que son prohibidos dentro de la estación.

#### **6.2.1.4 Política:**

Las políticas son instrucciones estipuladas con el fin de mantener a una persona, empresa o entidad bajo una misma dirección de acción y cumplimiento de objetivos. Estas se aplican a un grupo de personas que deben comprender su enunciado, razón por la que una política debe ser fácil de comprender y poner en práctica.

Estas pueden ser de diversos tipos y cada una cumple con objetivos diferentes. Pacific Tel, S.A. (2006) enlista y define los diferentes tipos de políticas (descritas aquí las más relevantes para el estudio) en:

**Políticas de Desarrollo Organizacional:** Su propósito es mantener un proceso de actualización y mejoramiento permanente de la organización, que permitan alcanzar los objetivos estratégicos de la empresa.

**Políticas de Regulación Interna:** Su propósito es ordenar y difundir el marco normativo interno de la compañía.

Estas sugieren un "plan de acción" para que el integrante de una compañía sepa qué hacer ante una determinada situación. Cabe mencionar que la política es una orientación, mas no una regla que se debe acatar. Por esto

mismo, el empleado puede valerse de sus criterios personales para usar la política como base de su actuar.

**Política Salarial:** Su propósito es crear un sistema de remuneración ordenado, equitativo para la organización y para los empleados, que motive eficazmente el trabajo productivo y el cumplimiento de los objetivos y metas de la compañía.

**Política de Selección y Contratación de Personal:** Su propósito es establecer las normas aplicables a las actividades de selección y contratación del recurso humano que permitan escoger personas idóneas, que se ajusten a los requerimientos de la Compañía y a los perfiles establecidos para alcanzar sus objetivos estratégicos y asegurar su futuro desarrollo.

**Política de Capacitación:** Su propósito es establecer directrices para desarrollar competencias laborales en los trabajadores, que contribuyan a conseguir los objetivos organizacionales y la satisfacción de los clientes.

**Políticas de Relaciones Públicas:** Su propósito es mejorar la imagen corporativa ante nuestros clientes y la ciudadanía en general.

Asimismo existe otro tipo de políticas aplicables en otras áreas y ramas como la tecnología, la información, la seguridad, las operaciones y demás. Las



empresas se verán en la necesidad de implementarlas a medida que vayan creando los distintos departamentos que le darían uso.

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

### **6.2.2.1 Diseño:**

#### **6.2.2.1.1 Diseño Gráfico:**

Práctica que utiliza a la ciencia de la comunicación como canal para enviar un mensaje a través del uso de grafismos, colores, fotografías, ilustraciones, textos, líneas y demás elementos que conforman el ambiente gráfico, así como la creatividad propia de quien realiza el proceso de diseño.

Blume (1984) llama diseño gráfico a la transformación de ideas y conceptos en una forma de orden estructural y visual. Es el arte de hacer libros, revistas, anuncios, envases o folletos.

**Bocetaje:** Proceso a través del que, un diseñador puede plasmar todas las ideas tempranas que tenga en la mente sobre un determinado trabajo, de manera rápida y sin preocuparse por los detalles a gran escala.

El bocetaje es una de las etapas más importantes del diseño, ya que es la etapa en la que se dejan fluir todas las ideas posibles para que, previo a una selección y mejora, se llegue al arte final. La inversión más grande en este

proceso es el tiempo, por lo que una persona no se debe preocupar por gastar recursos en el bocetaje, ya que todo lo que se plasma aquí puede modificarse cuantas veces sea necesario sin perder materiales costosos. A diferencia de tener que realizar cambios durante una etapa más avanzada.

Esbozos rápidos y sin mayor detalle son el resultado del bocetaje con lo que se tendrá una idea preliminar del diseño a realizar. Una vez que se está a gusto con el boceto, se procede a llevar esa idea al medio que se esté trabajando, como medio digital, por ejemplo.

El diseño requiere que se haga un estudio o se tenga un conocimiento previo y profundo sobre lo que se está trabajando, ya que lo que se busca es comunicar e informar y si mal informamos a los observadores, no estaremos cumpliendo con el objetivo principal.

#### **6.2.2.1.2 Diseño Editorial:**

Área del diseño gráfico que se encarga de la diagramación de elementos para medios impresos y digitales, los que deben incorporarse dentro de un espacio definido, aplicando los conceptos generales del diseño gráfico en sus composiciones.

Zanón (2007) define el diseño editorial como el área del diseño gráfico especializada en la maquetación y composición de diferentes publicaciones tales como revistas, periódicos, libros, catálogos y folletos.

**La Retícula:** Forma de presentar juntos todos los elementos a incorporar en una pieza editorial, con la que se pretende dar orden, diferenciación, precisión y facilidad de comprensión. (Zanón, 2007)

Dependiendo del soporte en donde se esté diseñando, la retícula puede variar y acoplarse de manera ordenada y creativa, según los requerimientos del cliente.

Para plasmar la composición, el diseñador usa líneas, colores, formas, caracteres, tramas y proporciones; apoyándose en técnicas visuales como el equilibrio, la armonía, la tensión, la simetría, la regularidad, la actividad, la neutralidad, etc.

### **6.2.2.1.2.1 Material Impreso:**

Todo aquel material, de índole editorial, que se reproduce a través de medios como la imprenta, la litografía, la impresión digital y que sugiere como resultado una recopilación física de hojas unidas por una pasta.

**6.2.2.1.2.1.1 Guía Impresa:** Parecido al manual y al instructivo, el objetivo de la guía impresa es recopilar una serie de conocimientos para poder ser aplicados paso a paso. Esta, por lo general, posee un número reducido de páginas.

**6.2.2.1.2.1.2 Libro:** Publicaciones más extensas de más de 25 hojas que se encuentran unidas por un lado y protegidas con tapas.

**6.2.2.1.2.1.3 Revista:** Publicaciones de aparición periódica, a intervalos mayores a un día. Ofrecen una exhaustiva revisión de los sucesos noticiosos, y debido a que se centran en temas, su contenido es más especializado y profundo.

**6.2.2.1.2.1.4 Periódico:** Publicaciones diarias sobre las noticias de la actualidad que poseen un número determinado de páginas. En estas se incluyen diversos géneros periodísticos como la noticia, el editorial, la columna de opinión, la caricatura, el reportaje, etc.

**6.2.2.1.2.1.5 Cartel:** Lámina de papel, cartón u otro material que se utiliza para difundir un mensaje a través del uso de textos, imágenes y todo tipo de recursos gráficos. La impresión de este se realiza únicamente en el lado visible, ya que el otro queda contra la pared a donde se adhiere.

**6.2.2.1.2.1.6 Folleto:** Instrumento divulgativo que recopila un número reducido de hojas para presentar la información más importante de algún tema en especial.

**6.2.2.1.2.1.7 Manual:** Documento que recopila todo lo necesario para entender y operar un producto. Estos pueden ser tan extensos como sea necesario.

### **6.2.2.1.3 Diseño Web:**

Aplicación de conocimientos del diseño gráfico en plataformas virtuales o sitios web en la red. Esta actividad conlleva a la creación de sitios atractivos, navegables y que sean eficientes y despliegue de información para el lector. En este tipo de diseño se emplea la multimedia.

Existen diferentes lenguajes de programación para la creación de sitios web como lo son el HTML, el CSS, Javascript y el SWF por citar un ejemplo.

Cada uno presenta diferentes formas de diseñar y de interactuar con el contenido del sitio.

Publicaciones Vértice (2010) define a las páginas web como una fuente de información adaptada para la World Wide Web que se visualiza a través de un navegador de Internet o cliente web. Está compuesta por multitud de archivos que pueden ser de imagen, de video por supuesto los archivos del código fuente. Debe estar escrito como mínimo en lenguaje HTML e indicar en su código dónde colocar cada elemento, texto, imagen o video, es decir, la estructura de la página.

Existen dos tipos de páginas, según Publicaciones vértice (2010):

- Páginas Estáticas
- Páginas Dinámicas

En la actualidad, el diseño web ha tenido mucho protagonismo debido a que muchas de las ventas, transacciones y negocios se llevan a cabo a través de la red y qué mejor manera que promover un producto o servicio en muchos países, a la vez que en Internet. Esto, anidado a las crecientes redes sociales, las personas y negocios, cada vez más hacen uso de los sitios web para acercarse a su grupo objetivo y tener interacción más personalizada.

#### **6.2.2.1.4 Diseño Corporativo:**

Diseño que se enfoca en la presentación e imagen de una corporación, empresa, entidad, etc. con el fin de contar con una línea gráfica que identifique a la empresa y resalte los valores y objetivos de esta.

Representación física del concepto, la idea y el conjunto de unidad. El diseño gráfico es el que se encarga de transmitir la visión de una empresa a través de sus productos e imagen corporativa. (Fotonostra, 2013)

Dentro del diseño corporativo podemos encontrar la papelería de una empresa, como la hoja membretada, la tarjeta de presentación, la firma electrónica y demás.

#### **6.2.2.4 Diagramación:**

Proceso a través del que se distribuyen y organizan elementos visuales y textuales dentro de un espacio limitado para su cómoda lectura, entendimiento y originalidad.

González (2002) define a la diagramación como distribuir, organizar los elementos del mensaje bimedia (texto e imagen) en el espacio bidimensional (el papel) mediante criterios de jerarquización (importancia) buscando funcionalidad

del mensaje (fácil lectura), bajo una apariencia estética agradable (aplicación adecuada de tipografías y colores).

#### **6.2.2.5 Ilustración:**

Conjunto de técnicas gráficas a través de las que se plasman objetos provenientes del imaginario del artista.

Para Dalley (1992), el objetivo de todo arte visual es la producción de imágenes. Cuando estas imágenes se emplean para comunicar una información concreta, el arte suele llamarse ilustración. Sin embargo, arte e ilustración nunca pueden separarse por completo; la ilustración se basa en las técnicas artísticas tradicionales. Generalmente, se considera que la ilustración es arte en un contexto comercial y por lo tanto, las demandas sociales y económicas determinan la forma y el contenido de la ilustración.

#### **6.2.2.7 Impresión:**

Proceso a través del que se lleva a cabo el grabado, plasmado o reproducción de algo sobre una superficie plana, comúnmente a través del uso de tintes especiales, materiales y técnicas.



Para Dawson (1996), la impresión es un caso especial entre medios artísticos, que usa gran variedad de materiales y técnicas en la que intervienen dos superficies; una que lleva la imagen y otro sobre la que se imprime. La superficie que lleva la imagen puede ser de muy diversos materiales: arcilla, madera, piedra, metal o tejido.

#### **6.2.2.7.1 Impresión Litográfica:**

Para Gatter (2008), la impresión litográfica es un proceso en el que un molde relleno de caracteres de metal se untaba con tinta y luego se presionaba con él sobre una hoja de papel, con la que la imagen se transfería a dicho medio. Luego, a principios de la década de 1830, se inventó la fotografía, lo que abonó el terreno para todo tipo de cambios, incluyendo nuevos métodos para crear las imágenes utilizadas en la impresión tipográfica y, tiempo después, en la litografía offset.

De igual manera, existen otros métodos de impresión enlistados por Gatter (2008), en los que se encuentran:

**Flexografía:** Método empleado principalmente para los empaques, que utiliza planchas de compuesto de goma para hacer los moldes. Estas se tienden a ablandar un poco bajo la presión de la transferencia de tinta a la página y puede imprimirse sobre superficies no absorbentes como plásticos o metal.

**Serigrafía:** Lienzo tensado en un marco de madera situado boca abajo sobre una mesa.

**Huecograbado:** Método de impresión que consigue que los billetes sean difíciles de falsificar. En esta se hacen uso de planchas de cobre grabada con diamante o una plancha de resina de polímero grabada con láser. En las planchas, en lugar que la tinta se adhiera a las porciones de la plancha que quedan elevadas, las planchas de huecograbado se basan en el uso de una tinta mucho más fina que llena las "celdas" grabadas.

#### **6.2.2.7.2 Impresión Digital:**

Proceso a través del que se imprimen archivos digitales a través del uso de plotters de impresión (de gran tamaño) o impresoras láser con tóner, las que imprimen sobre un sustrato el archivo en tiempos más cortos.

Para Russell (2005), la impresión digital es una rama de la tecnología offset, que comenzó en 1993 con la prensa Índigo y con la que no se utilizan películas ni placas. La información se transfiere a cilindros electrofotográficos, en lugar de las placas, y estos cilindros emplean tóner para imprimir color de proceso, en lugar de tinta de impresión. Otras prensas digitalizan las páginas en placas espaciales, y se destinan para pequeños tirajes de impresión.

Es a través de la impresión digital que mucha de la publicidad que se encuentra en las calles se lleva a cabo. Debido a que estos plotters son capaces de imprimir grandes formatos y en una gama extensa de sustratos y materiales de acabados finales.

### **6.3 Ciencias Auxiliares, artes, teorías y tendencias**

#### **6.3.1 Ciencias:**

##### **6.3.1.1 Semiótica:**

Ciencia que estudia el significado de los signos, desde su composición hasta su significado y cómo esto se ve afectado por el contexto de quien interpreta un signo.

Para Serrano (2001), la semiótica es una ciencia que estudia las diferentes clases de signos, así como las reglas que gobiernan su generación y producción, transmisión e intercambio, recepción e interpretación. Es decir, que la semiótica está vinculada a la comunicación y a la significación y, en última instancia, de forma que las incluye a las dos, a la acción humana.

#### **6.3.1.1.1 Símbolo:**

El símbolo posee el significado de un objeto. Para Paláu (2002) el símbolo es la forma por la que el hombre expresa los significados. La referencia, es la idea, el concepto que se forma en la mente del emisor y del receptor en la práctica de la comunicación y el referente, es el objeto, la realidad física, funciones, propiedades y atributos a los que hace referencia el signo.

#### **6.3.1.1.2 Signo:**

Beuchot (2004) recauda la definición de signo como algo que se presenta a la conciencia de manera inmediata, y todavía no se dice nada de su existencia, sólo se presenta a la conciencia como una cualidad. Es el carácter de resistencia o de imposición que ejerció algo frente a la conciencia y, por último, es una relación triádica, saber: entre tres elementos, y tiene carácter de ley, de legalidad, de algo que puede ser puesto como ley de naturaleza o de lógica.

Este a su vez se divide en índice (el signo inmediato, casi natural que representa de modo directo); ícono (signo intermedio, que tiene algo de natural y algo de artificial) y el símbolo (totalmente arbitrario).

### **6.3.1.1.3 Ícono:**

Representación de algo que contiene simbolismo y contenido dentro de sí mismo. El ícono connota algo que es determinado por su contexto y los referentes que lo rodean.

Klinkenberg (2006) define al ícono como un estatus semiótico, un estatus conferido a un objeto por determinado uso.

### **6.3.1.2 Semiología:**

Es la ciencia que estudia el significado de signos. Es el estudio del lenguaje a partir de un significado y un significante. La semiología busca el estudio del signo y lo que representa y significa para el hombre en términos comunicativos y de entendimiento. El signo a su vez resulta ser una representación de conceptos de la imagen.

Para Guiraud (1972), la semiología es la ciencia que estudia los sistemas de signos: lenguas, códigos, señalizaciones, etc.

#### **6.3.1.2.1 Semiología de la Imagen:**

Estudio de la imagen y las diversas connotaciones de significados que puedan poseer. Consiste, de igual manera, en el desciframiento de los mensajes icónicos de comunicación.

Para Martín (1987), la semiología de la imagen establece que toda lectura icónica exige un código de carácter específico. La imagen soporta con facilidad diversas connotaciones que desempeñan un papel esencial a nivel de significación. La imagen se inserta en un proceso de información en donde el emisor posee un poder sobre el receptor, hallándose centuplicada su potencia por los medios de comunicación de masas.

#### **6.3.1.3 Sociología:**

Ciencia que estudia el comportamiento del ser humano dentro de una sociedad, así como el comportamiento y la interacción del ser humano entre sí mismo.

Para Giner (2010), el objetivo primordial de la sociología es el estudio de la sociedad humana, y más concretamente, las diversas colectividades, asociaciones, grupos e instituciones que los humanos forman, así como las relaciones que éstos mantienen entre sí. Como cualquier otro ser vivo, el

hombre sólo puede existir cuando está inmerso en su propia especie, en y a través de ella. La sociología estudia también al ser humano en la medida en que su condición debe ser explicada socialmente, así como los resultados sociales de sus intenciones y comportamiento.

#### **6.3.1.4 Psicología:**

Ciencia que estudia el comportamiento, conducta y procesos mentales del ser humano. La psicología busca ir más allá del simple actuar y pensar del ser humano, sino que busca llegar hasta la psique humana, la conciencia del ser vivo.

Para los psicólogos humanistas, el hombre es psicológicamente distinto de los animales. Es naturalmente bueno, y algo en sí mismo. Cada hombre, además de la naturaleza específica, común a la de los hombres, posee una naturaleza individual, que es única e irrepetible. El ambiente no es quien le hace, como afirmaron los conductistas, sino algo que le impide, lo permite, en mayor o menor grado, desarrollar sus capacidades a tenor de la naturaleza específica e individual que cada uno posee. Por ser cada hombre distinto de los demás, como tal debe ser tratado y estudiado. (García, 2003)

#### **6.3.1.4.1 Psicología de la Comunicación:**

Estudio en el que se plantea que en un proceso de comunicación existen habilidades que puedan o no ser aplicadas conscientemente por el hombre para transmitir un mensaje. El uso de ciertos lenguajes, fuera del oral y escrito, es prueba de que el hombre aplica sentimientos y gestos que hacen que el lenguaje se convierta como un mediador de la actividad humana, para representar y hacer algo.

Para Martínez (2012), la psicología de la comunicación es utilizada como herramienta de comprensión de fenómenos comunicativos, y se encuentra latente en la actividad comunicativa, en tanto que transmisión-recepción de información pueden identificarse elementos, funciones y procesos; que requieren un análisis estructural y procesal.

La investigación básica en psicología de la comunicación adquiere sentido, no sólo por los avances en la comprensión de los fenómenos comunicativos, también cuando este saber puede aplicarse a problemas reales y proporcionar herramientas para el trabajo del psicólogo en el ámbito clínico, educativo o social. (Martínez, 2012)



#### **6.3.1.4.2 Psicología del Consumidor:**

Estudio a través del que se busca delimitar todos aquellos aspectos que influyen en la decisión de compra del consumidor como su necesidades, sus metas y sus gustos, así como también un estudio que permita delimitar las corrientes de acción de determinado grupo hacia determinado estímulo de compra.

Individuos con necesidades diferentes, en ocasiones buscan la satisfacción de éstas eligiendo las mismas metas; personas con las mismas necesidades podrían intentar satisfacerlas a través de metas diferentes. Aunque algunos psicólogos sugieren que los individuos tienen prioridades diferentes en cuanto a sus necesidades, otros creen que la mayoría de los seres humanos experimentan las mismas necesidades básicas, a las que asignan una clasificación similar en términos de prioridad. (Schiffman & Lazar, 2010)

#### **6.3.1.4.3 Psicología del Color:**

##### **6.3.1.4.3.1 Color:**

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 reproducida. El color puede llegar a ser la traducción visual de nuestros sentidos, o despertar estos mediante la gama de colores utilizados. (Ricuper, 2007)

La psicología del color se refiere a todo lo que se encuentra implícito a través del uso de colores y lo que cada uno de estos puede provocar en el actuar y pensar de una persona que los aprecia. La psicología del color busca definir los fundamentos de cada color para que las personas posean conocimiento sobre lo que estos pigmentos pueden ocasionar en un consumidor, como el ejemplo de la venta de un producto.

Son las diferentes impresiones que emanan del ambiente creado por el color, que puede ser de calma, de recogimiento, de plenitud, de alegría, opresión, violencia, etc. (Ricuper, 2007)

Ricuper (2007) enlista las diferentes propiedades para algunos de los colores como:

**Amarillo:** Color de la plenitud, el más luminoso, más cálido, ardiente y expansivo. Es el color de la juventud y de los niños, es activo. Puede interpretarse como animado, jovial, excitante, afectivo e impulsivo. Pero también es el símbolo del engaño y de la pérdida.

Puede connotar: Egoísmo, celos, envidia, odio, adolescencia, risa y placer.

Este color también significa un alivio de lo fatigoso, de lo agobiante y de lo inhibitorio. Este empuja hacia adelante, hacia lo nuevo, lo moderno y el futuro. Junto a otras tonalidades, el amarillo se adjudicó a una especie de síndrome impulsivo de motivación, rendimiento y atención externa.

**Rojo:** Significa vitalidad, es el color de la sangre, la pasión, la fuerza bruta y el fuego. Se le asocia al principio de la vida y la pasión ardiente y desbordada, de la sexualidad y el erotismo. Puede ser percibido como osado, sociable, excitante, potente y protector. De igual manera representa cólera y agresividad.

Puede connotar: Pasión, emoción, acción, agresividad y peligro.

Este color es la expresión de la fuerza vital. El rojo eleva el pulso, la presión sanguínea y la frecuencia respiratoria. Se utiliza para impulsar el éxito, causar efectos y para codiciar con ansias lo que brindan la intensidad y la abundancia de vivencias. La voluntad vital de conquista y las tendencias neuróticas.

**Azul:** Tranquilo y de profundidad solemne. Símbolo de la profundidad, lo inmaterial y lo frío. Es un color reservado que expresa armonía, amistad, fidelidad, serenidad, sosiego y posee la virtud de crear la ilusión óptica de retroceder. Se asocia con el cielo, el mar y el aire.

Este puede connotar: Confianza, reserva, armonía, afecto, amistad, fidelidad y amor.

Regula la presión sanguínea, la frecuencia respiratoria y las funciones del estado de vigilia se reducen. El azul oscuro representa la calma del cuerpo hacia un estado de paz, satisfacción y el gobierno de emociones.

**Naranja:** Color hipnótico y calorífico, de fuerza activa, radiante y expansiva. De carácter acogedor, cálido y estimulante. Es el color del fuego flameante y es utilizado como señal de precaución.

Puede connotar: Regocijo, fiesta, placer, aurora y presencia del sol.

**Violeta:** Expresa misterio y majestuosidad. Color de la templanza, la lucidez y la reflexión. Místico, melancólico y la introversión. Evoca la infancia añorada de la fantasía y la magia al convertirse en morado o lila.

Puede connotar: Calma, aristocracia, violencia y engaño.

**Verde:** Color de tranquilidad y calma indiferente Evoca la vegetación y lo fresco de la naturaleza. Mantiene propiedades de vida renovada. Si se mezcla en el amarillo, cobra fuerza activa y soleada mientras que si se mezcla con el azul, resulta más sobrio y sofisticado.

Este puede connotar: Esperanza, naturaleza, juventud, deseo, descanso y equilibrio.

**Blanco:** Expresa paz, felicidad, pureza e inocencia. Crea una impresión luminosa del vacío del infinito. En algunos países orientales, el blanco significa muerte.

Puede connotar: Inocencia, paz, infancia, divinidad, estabilidad absoluta, calma y armonía.

**Negro:** Símbolo del silencio, del misterio que puede significar lo impuro y lo maligno. Confiere nobleza y elegancia cuando es brillante.

Puede connotar: Muerte, asesinato, noche, nobleza y pesar.

Se considera que el negro bloquea y rechaza los sentimientos afectivos. Este expresa la idea de la nada, el punto donde cesa la vida significando elegancia, tragedia y luto.

**Gris:** Símbolo de la indecisión y la ausencia de energía, expresando duda y melancolía. Frialdad metálica y sensación de brillantez, lujo y elegancia por su asociación a los metales preciosos.

### **6.3.1.5 Tecnología:**

Conjunto de conocimientos que permiten el diseño y creación de bienes y servicios que facilitan la labor del ser humano. La tecnología busca saciar los deseos del ser humano por mejorar y por dar pasos agigantados en su desarrollo.

Ferraro (1997) recopila varias definiciones de tecnología, como: Conjunto ordenado de todos los conocimientos usados en la producción, distribución y uso de bienes y servicios. Las tecnologías amplían nuestras habilidades para cambiar el mundo: para cortar, modelar y unir materiales; para mover cosas de un lugar a otro; para llegar más lejos con nuestras manos, voces y sentidos. Usamos tecnologías para tratar de cambiar al mundo, para que se adapte mejor a nuestras necesidades. También es el conocimiento que permite satisfacer algunas necesidades o deseos humanos, en una forma detallable o reproducible. La tecnología no consiste en artefactos, sino en el conocimiento que ellos llevan incorporados y en la forma en que la sociedad pueda usarlos.

### **6.3.1.6 Informática:**

Ciencia que se encarga de recaudar conocimientos, procesos y técnicas para su procesamiento digital y aplicación con el entorno donde se aplique.

Guzmán, Alatorre y Alatorre (2006) definen a la informática como la ciencia de la información. Cuyo tecnicismo tiene origen en la combinación de los vocablos “información” y “automática”, y se usa para designar el conjunto de conocimientos que permite el tratamiento automático de la información e involucra todo el proceso del manejo de datos mediante computadoras.

### **6.3.2 Artes:**

#### **6.3.2.1 Fotografía:**

Proceso a través del que se captura la luz a través de un dispositivo fotográfico (cámara), que plasma sobre una superficie dando como resultado la impresión de un momento dado.

Para Glynn (2007) la palabra fotografía, que se deriva de los vocablos griegos photos (luz) y graphien (grabar), designa un proceso técnico por medio del que una imagen se fija en una superficie emulsionada con materiales fotosensibles que reciben la acción de la luz.

# **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:**

#### **7.1.1 Empresa Petrolera:**

Es necesario contar con el conocimiento básico sobre el funcionamiento y propósito de una empresa petrolera, debido a que el actual estudio, aunque se centra en el área de informática, trata sobre una empresa petrolera. Esta información ayudará a entender la labor, en gran escala, sobre UNO Guatemala, S.A.

#### **7.1.2 Departamento de Informática:**

Todos los procesos y procedimientos que conlleva un departamento de informática serán necesarios para respaldar el contenido a crearse en la guía impresa a desarrollar. Cabe mencionar que será el departamento de informática al que está orientado este trabajo y saber sobre si su funcionamiento respaldará dicha guía impresa.

#### **7.1.3 Soporte Técnico:**

La guía impresa a desarrollarse tiene como grupo objetivo a los técnicos de la rama de Soporte Técnico del departamento de informática de UNO Guatemala, S.A. Este conocimiento ayudará a entender la labor del técnico y permitirá establecer una guía adecuada para su entendimiento.

#### **7.1.4 Comunicación:**

Concepto de vital importancia para el trabajo, debido a que su fin primordial será comunicar algo a través de un medio impreso. El concepto de comunicación será ampliamente aplicado en el adecuado uso del proceso comunicativo a través de un medio impreso.

#### **7.1.5 Señalética:**

Todo el conocimiento de señalética será empleado en la guía a través de iconografía que pueda ser fácilmente entendida por el grupo objetivo y que ayude a facilitar el proceso de comunicación y entendimiento, así como también permitirá compactar información en señales.

#### **7.1.6 Diseño Gráfico:**

Conocimiento necesario para la elaboración total de la guía impresa. El diseño gráfico será el medio, a través del que se pueda plasmar una comunicación adecuada y atractiva para el grupo objetivo. Se seguirán los procesos de bocetaje, crítica y reproducción final/digital.

#### **7.1.7 Diseño Editorial:**

El conocimiento del diseño editorial será de vital importancia para la adecuada reproducción del material a producir. Así también fundará las bases para el adecuado uso del diseño gráfico y la comunicación.

#### **7.1.8.1 Retícula:**

Herramienta propia del diseño editorial con la que se buscará implementar un orden lógico a la guía impresa. Basándonos en la línea gráfica que maneja la empresa para que exista unidad en el material a implementar.

#### **7.1.8.2 Material Impreso:**

Conocimiento necesario para catalogar la guía como material impreso. También servirá como medio para la implementación final del trabajo.

#### **7.1.8.3 Guía Impresa:**

Se necesita respaldar la elaboración del proyecto con el concepto de una guía impresa que defina la línea gráfica y editorial a seguir a lo largo del proceso de bocetaje y realización de arte final. La guía impresa será un medio a través del que viaje la información necesaria para que el cliente haga uso de ella.

#### **7.1.9 Diseño Web:**

Se pretende crear una guía impresa que pueda ser aplicada de manera presencial entre los técnicos de soporte. Se aplicarán conocimientos de diseño web para la futura implementación de la guía a través del sitio web o cualquier herramienta de comunicación, por Internet, que posea la empresa.

#### **7.1.10 Diseño Corporativo:**

La línea gráfica a utilizarse deberá seguir los lineamientos ya establecidos en la marca del cliente. El conocimiento del diseño corporativo ayudará a respetar los actuales grafismos que utilice la empresa en sus piezas gráfico comunicativas.

#### **7.1.11 Diagramación:**

Será empleada a lo largo de toda la elaboración de la guía impresa, con el fin de mantener orden lógico y estética adecuada para su fácil implementación.

#### **7.1.12 Ilustración:**

Conocimiento básico que será implementado en la elaboración de cualquier elemento gráfico que ayude al técnico a asociar conocimientos con procesos (a través también de la señalética).

#### **7.1.13 Impresión:**

Debido a que se busca implementar la guía impresa como material físico, el conocimiento de impresión es de vital importancia para establecer los parámetros necesarios dentro del documento digital que le permitan su adecuada impresión y reproducción.

#### **7.1.13.1 Impresión Litográfica:**

Debido a que será una impresión de material editorial, la impresión litográfica será el medio a través del que se reproducirá el trabajo a elaborar. De igual manera se aplicarán los conocimientos sobre los requisitos de impresión litográfica en la guía impresa.

#### **7.1.14 Semiótica:**

Debido a que se va a implementar señalética dentro de la guía impresa, la semiótica buscará llevar el significado de los signos para que el lector pueda comprenderlo dentro de su contexto habitual.

#### **7.1.15 Semiología:**

Aplicación del contexto lingüístico a manejarse dentro de todo el proceso del proyecto, desde los acuerdos con el cliente, hasta la elaboración del material designado.

##### **7.1.15.1 Semiología de la Imagen:**

Gracias a la semiología de la imagen, nos valdremos de todo el entorno al que está expuesto el técnico de soporte, para la implementación de símbolos que lleven dentro de sí, significaciones completas y que a través de una imagen se pueda explicar todo un concepto.

### **7.1.16 Psicología:**

La psicología será utilizada en sus diversos ámbitos para plasmar algo que sea acorde a la labor del técnico de soporte. Se emplearán diversas técnicas gráficas y de comunicación con las que se pueda implementar el adecuado mensaje.

#### **7.1.16.1 Psicología de la Comunicación:**

Como se mencionó anteriormente, se hará uso de la psicología de la comunicación para conocer la mejor manera de abordar el conocimiento a plasmar en la guía impresa.

#### **7.1.16.2 Psicología del Consumidor:**

Como un futuro consumidor de la guía impresa, se deberá conocer el perfil del técnico de soporte y es a partir del conocimiento adquirido sobre psicología del consumidor, la que nos dará las bases para plantear algo que sea de fácil entendimiento.

#### **7.1.16.3 Psicología del Color:**

Serie de conocimientos que se utilizarán en la aplicación final de la guía impresa y que permitirán evocar sentimientos dentro del lector. La psicología del color será utilizada basándonos en el conocimiento del técnico, así como apoyándonos en la línea gráfica de la empresa.

### **7.1.17 Tecnología:**

Partiendo del conocimiento de tecnología, se hará uso como base del conocimiento previo de la utilización de las diversas tecnologías físicas a emplear a lo largo del proyecto.

### **7.1.18 Informática:**

Toda la labor del técnico tiene que ver o está ligada a la informática, y todo los conocimientos que se plasmen en la guía impresa partirán de este mismo concepto de informática.

## **7.2 Conceptualización:**

### **7.2.1 Método:**

Durante la diagramación de la guía impresa, para establecer procedimientos laborales relacionados con el soporte técnico del departamento de informática de la empresa UNO Guatemala, S.A., es necesario la creación de un concepto con el que sea posible fundamentar el mensaje gráfico a plasmar. Para ello, se empleará una técnica creativa que nos permitirá generar dicho concepto.

### **7.2.1.1 Técnica de Mapas mentales:**

La técnica a utilizar en la diagramación de la guía impresa será la de mapas mentales, que fue popularizada por el presidente de la Brain Foundation, Tony Buzan y que permite acceder al potencial del cerebro con el ordenamiento lógico de las ideas que pueden generarse a partir de un tema central.

### **7.2.1.2 ¿En qué consiste?**

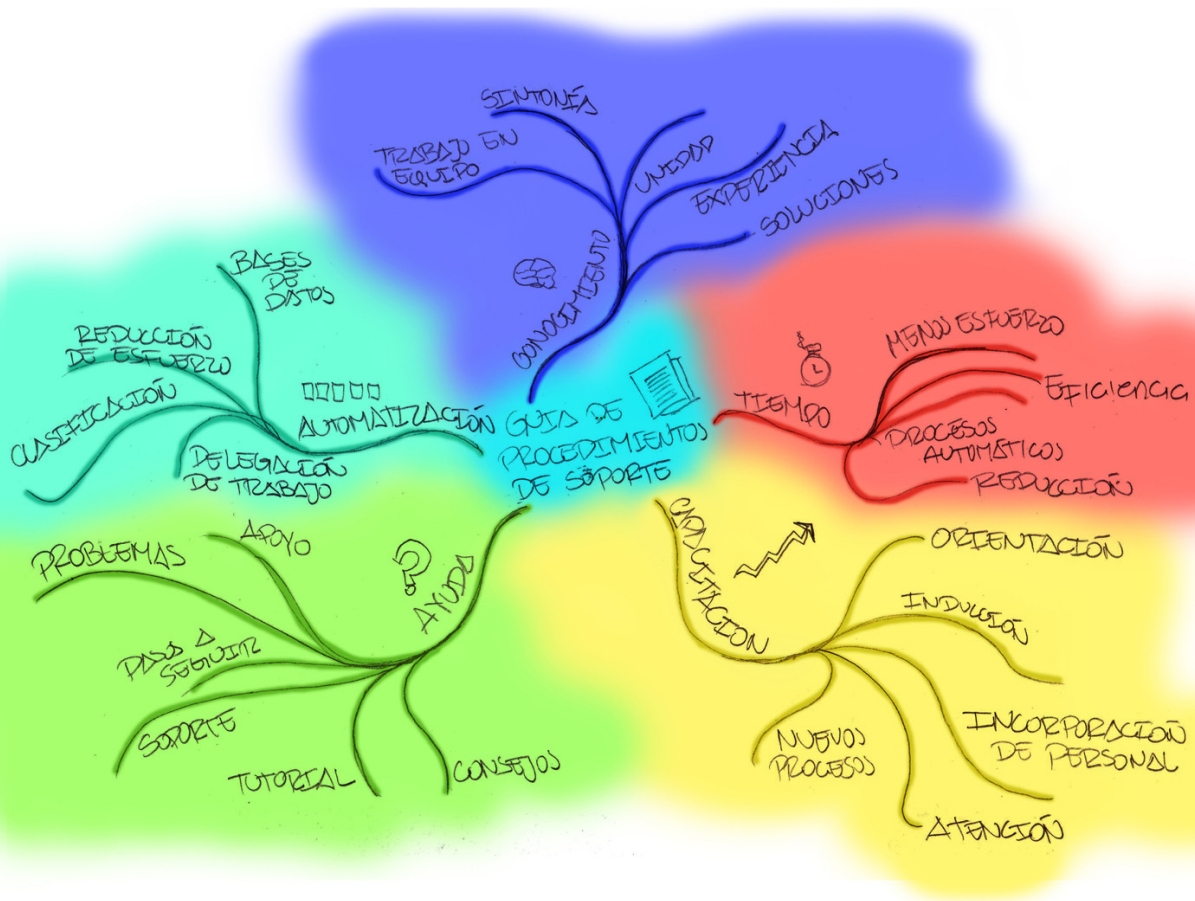
La técnica de mapas mentales consiste en la ramificación de conceptos a partir de una idea o problema central. Colocando la idea central o más importante, en medio de una hoja, con la que luego se van colocando todas las ideas o temas relacionados a la idea central, que pueden ser imágenes o palabras claves.

Todo el esquema que nace a partir de la idea o tema central va siendo conectado con líneas para crear una estructura nodal de la ramificación de la palabra central.

Se puede valer de colores, imágenes, códigos y dimensiones para dotar al mapa mental de belleza, individualidad e interés.



### 7.2.1.3 Aplicación del mapa mental:



### 7.2.1.4 Frases Conceptuales:

- Guía de Automatización de Procesos
- Guía Técnica de Unidad de Procesos
- Automatización Laboral
- Guía de Problemas Frecuentes
- Guía Unificadora de Procesos
- Guía Técnica de Sintonización
- Sintonización de Soporte
- Unidad Laboral de Procesos
- Guía Técnica de Eficiencia Laboral

- Guía Unificadora de Conocimientos
- Guía de Soluciones Eficientes
- Guía Técnica de Soluciones Eficientes
- Soporte Eficiente y Unificado
- Guía de Soporte Eficiente y Unificado
- Guía de Soporte Técnico Eficiente y Unificado
- Guía Unificada de Procedimientos Eficientes
- Guía de Soporte Eficiente y Procedimientos Unificados

### **7.2.2 Definición del Concepto**

Después de haber aplicado la técnica del mapa mental, se llegó a un concepto a través del que se basará el desarrollo de la guía impresa de soporte técnico. El concepto final es:

*“Guía de soporte eficiente y procedimientos unificados”*

La descripción detrás de este concepto se encuentra en la labor que debe realizar un técnico de soporte, que necesita atender los requerimientos de sus colegas y proveerlo de soluciones eficientes, rápidas y constantes. Para ello, se necesita capacitar y ayudar al técnico con esta guía que recopilará todo el conocimiento para atender a los usuarios de manera adecuada y constante.

Ser eficiente significa conseguir objetivos con el mínimo consumo de recursos, es decir que se espera que un técnico logre atender alto volumen de casos con el menor esfuerzo posible. Esto puede llevarse a cabo si tiene una guía en donde apoyar su conocimiento.

La Unificación de Procedimientos se refiere a que exista unidad en cómo los procedimientos se llevan a cabo entre todos los técnicos de soporte, para que no existan pasos duplicados ni pasos de más en la solución de problemas. Con esto se espera que cualquier persona de soporte pueda afrontar un problema y solucionarlo con tan solo seguir los pasos indicados.

Todo este conocimiento estará atado con el concepto de "guía" que, según la Real Academia Española, es un tratado en que se dan preceptos para encaminar o dirigir en cosas. Es decir, sugiere una base para la persona que la recibe y esta a su vez la puede expandir con nuevos y futuros conocimientos.

### **7.3 Bocetaje:**

A continuación se muestran las diferentes tablas de requisitos para cada una de las distintas retículas a utilizar en las páginas de la guía de soporte técnico:

Tabla de Requisitos:

<b>Portada</b>			
<b>Elementos Gráficos</b>	<b>Propósito</b>	<b>Técnica</b>	<b>Emoción</b>
Fotografía	Mostrar una relación directa del trabajo del equipo de IT con la empresa con la que se está trabajando.	Técnicas fotográficas: Para capturar la escena. PhotoShop: Edición fotográfica.	Pertenencia
Tipografía: Impact de tamaños variables	Plasmar el título de la guía impresa en la portada de la misma.	Illustrator: Para crear un efecto personalizado en la tipografía a colocar.	Seriedad

<b>Índice</b>			
<b>Elementos Gráficos</b>	<b>Propósito</b>	<b>Técnica</b>	<b>Emoción</b>
Tipografía	Mostrar jerarquía entre los distintos temas que se encuentran en la guía impresa.	InDesign: Para la diagramación y colocación adecuada del contenido.	Diferenciación
Bloques de Color	Separar los distintos capítulos de la guía impresa.	InDesign: Para la colocación de los bloques necesarios.	Orden

## Páginas Separadoras de Temas

Elementos Gráficos	Propósito	Técnica	Emoción
Fotografía	Mostar una relación gráfica con el tema y contenido a tratar en el capítulo actual.	Fotografías de stock gratuito: Selección de las fotografías adecuadas. PhotoShop: Edición fotográfica.	Entendimiento
Bloques y Cintillos de Color Azul	Separar la fotografía del contenido del capítulo, de una manera atractiva y hacer uso del color institucional de la empresa, junto con el color designado al capítulo.	InDesign: Colocación de los bloques de color con los colores necesarios.	Unicidad
Tipografía: Arial Black, con inclinación de 15° hacia la derecha y 40pts de tamaño – Titulares	Llamar la atención del lector para que sepa en qué parte, específica del texto, se encuentra	InDesign: Diagramación de los titulares en los lugares designados.	Diferenciación
Tipografía: Century Ghotic, Regular, con 11 pts de tamaño y un kerning de -15.	Tipografía legible que no cansa e incita la lectura del texto.	InDesign: Utilización de la fuente adecuada con las especificaciones adecuadas.	Legibilidad
Logotipo	Mantener la relación de la guía con la empresa a quien pertenece.	Illustrator: Redibujo del logo para hacer uso de un elemento vectorial que pueda utilizarse en diferentes tamaños.	Pertenencia

## Páginas de Contenido Informático

Elementos Gráficos	Propósito	Técnica	Emoción
Bloques de Color Azul	Mantener el color azul institucional, de la empresa, presente en todo momento.	InDesign: Colocación de los bloques de color con los colores necesarios.	Legibilidad
Tipografía: Arial Black, con inclinación de 15° hacia la derecha y 40pts de tamaño – Titulares	Darle a entender al lector cuál es el titular que rige determinada página	InDesign: Diagramación de los titulares en los lugares designados.	Locación
Tipografía: Century Ghotic, Bold, con 15 pts de tamaño y un kerning de -15.	Tipografía que delimita los subtítulos de la página	InDesign: Utilización de la fuente adecuada con las especificaciones adecuadas.	Jerarquía
Logotipo	Mantener la relación de la guía con la empresa a quien pertenece.	Illustrator: Redibujo del logo para hacer uso de un elemento vectorial que pueda utilizarse en diferentes tamaños.	Pertenencia
Fotografía	Relacionar la labor del técnico de soporte con una fotografía.	Técnicas fotográficas: Para capturar la escena. PhotoShop: Edición fotográfica	Identidad

## Página de Guía de Soporte Técnico

Elementos Gráficos	Propósito	Técnica	Emoción
Tipografía	Muestra el nombre de la guía como el inicio de la misma.	InDesign: Para la diagramación y colocación adecuada del contenido.	Identidad
Fondo Azul	Colocar una pieza totalmente diferente en cuanto a diseño y uso de color en toda la página para mostrar el inicio del contenido más importante del texto	InDesign: Colocación del color institucional de la empresa	Identidad
Cintillos de Color	Muestra la diferente codificación de color a utilizar en las 4 diferentes áreas de la guía	InDesign: Colocación y designación de colores. Psicología del color: Estudio correspondiente a los colores a utilizar	Orden
Tipografía: Century Ghotic, Bold, con 15 pts de tamaño y un kerning de -15.	Tipografía que delimita los subtítulos de la página	InDesign: Utilización de la fuente adecuada con las especificaciones adecuadas.	Jerarquía
Tipografía: Century Ghotic, Regular, con 15 pts de tamaño y un kerning de -15.	Mantener la relación de la guía con la empresa a quien pertenece.	Illustrator: Redibujo del logo para hacer uso de un elemento vectorial que pueda utilizarse en diferentes tamaños.	Legibilidad

## Páginas de Procedimientos

Elementos Gráficos	Propósito	Técnica	Emoción
Tipografía: Arial Black, con inclinación de 15° hacia la derecha y 40pts de tamaño – Titulares	Llamar la atención del lector para que sepa en qué parte, específica del texto, se encuentra	InDesign: Diagramación de los titulares en los lugares designados.	Locación
Tipografía: Century Ghotic, Bold, con 15 pts de tamaño y un kerning de -15.	Tipografía que delimita los subtítulos de la página	InDesign: Utilización de la fuente adecuada con las especificaciones adecuadas.	Jerarquía
Tipografía: Century Ghotic, Regular, con 15 pts de tamaño y un kerning de -15.	Mantener la relación de la guía con la empresa a quien pertenece.	Illustrator: Redibujo del logo para hacer uso de un elemento vectorial que pueda utilizarse en diferentes tamaños.	Legibilidad
Fotografía	Mantener una relación gráfica de los pasos explicado a lo largo de los diferentes temas a tratar dentro de la guía de soporte técnico.	PhotoShop: Para la edición de fotos. Snagglit: para la captura de pantallas durante los procesos de soporte.	Ejemplificación
Bloques de color con numeración	Identificar el número de pasos para cada procedimiento.	InDesign: Colocación de los bloques correctamente diagramados	Orden
Cuadro de Texto	Identificar aspectos técnicos de cada tema.	InDesign: Colocación de los cuadros de texto a la par de los titulares.	Información
Logotipo	Mantener la relación de la guía con la empresa a quien pertenece.	Illustrator: Redibujo del logo para hacer uso de un elemento vectorial que pueda utilizarse en diferentes tamaños.	Pertenencia

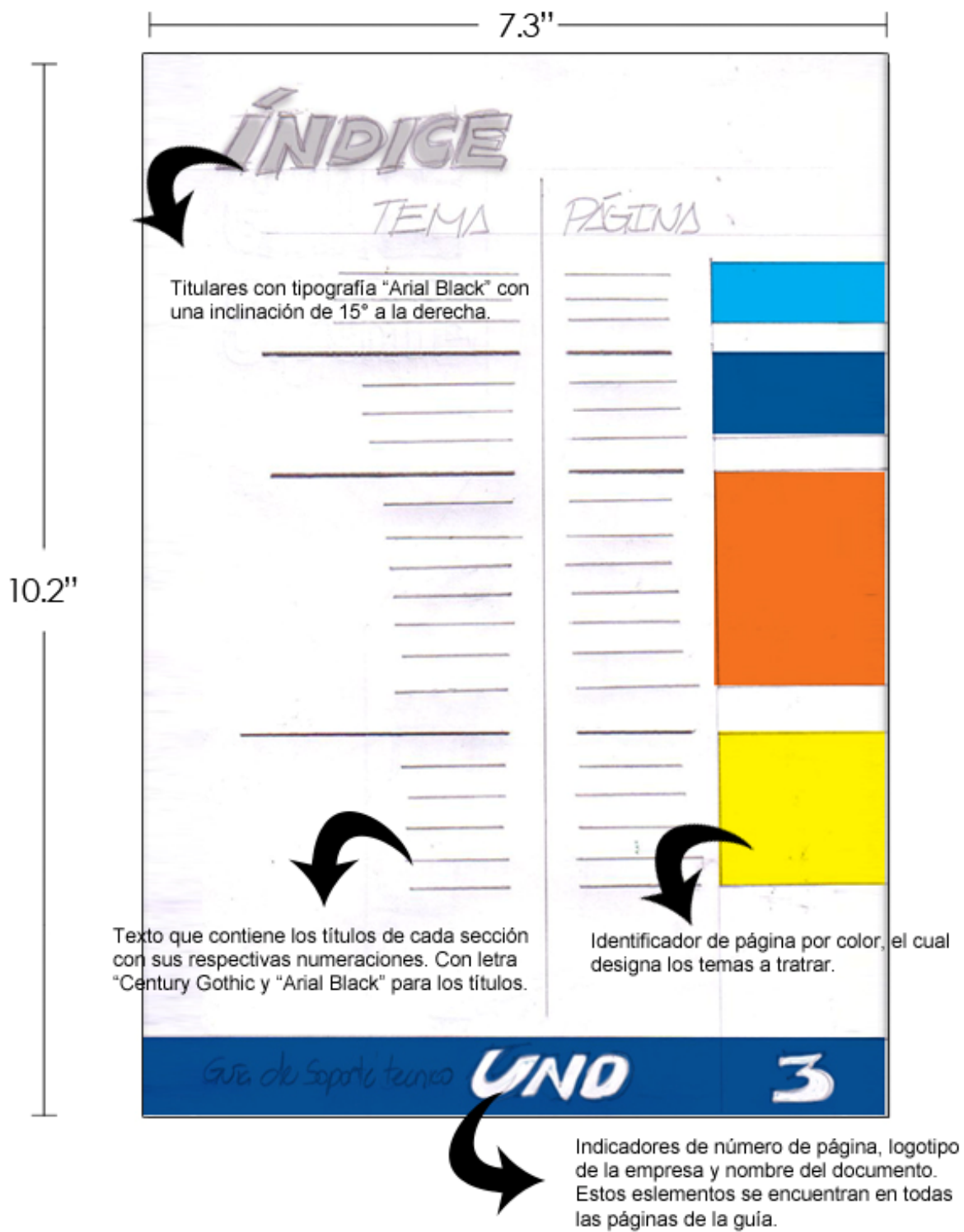


### 7.3.1 Bocetos a base de dibujo natural

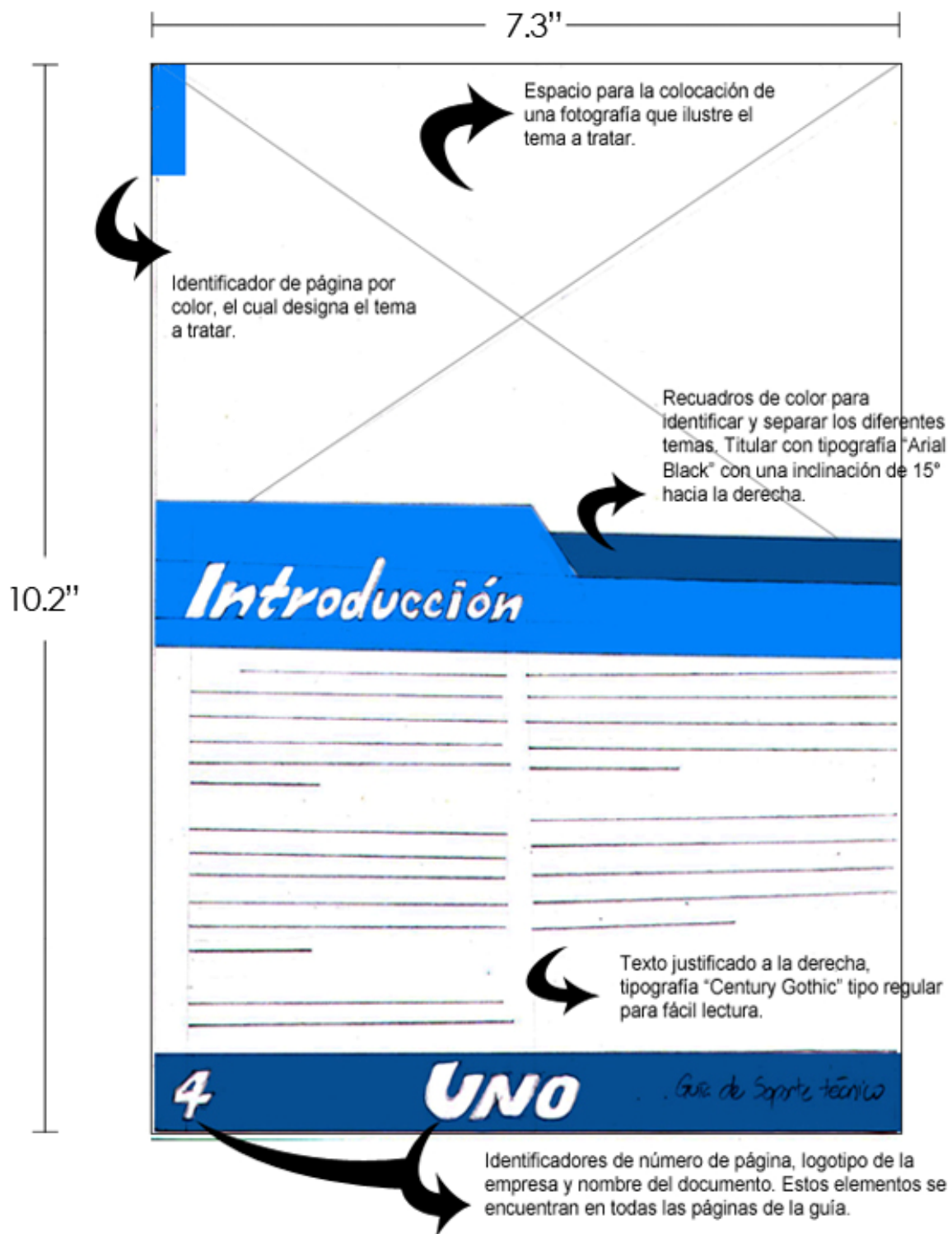
Página Portada

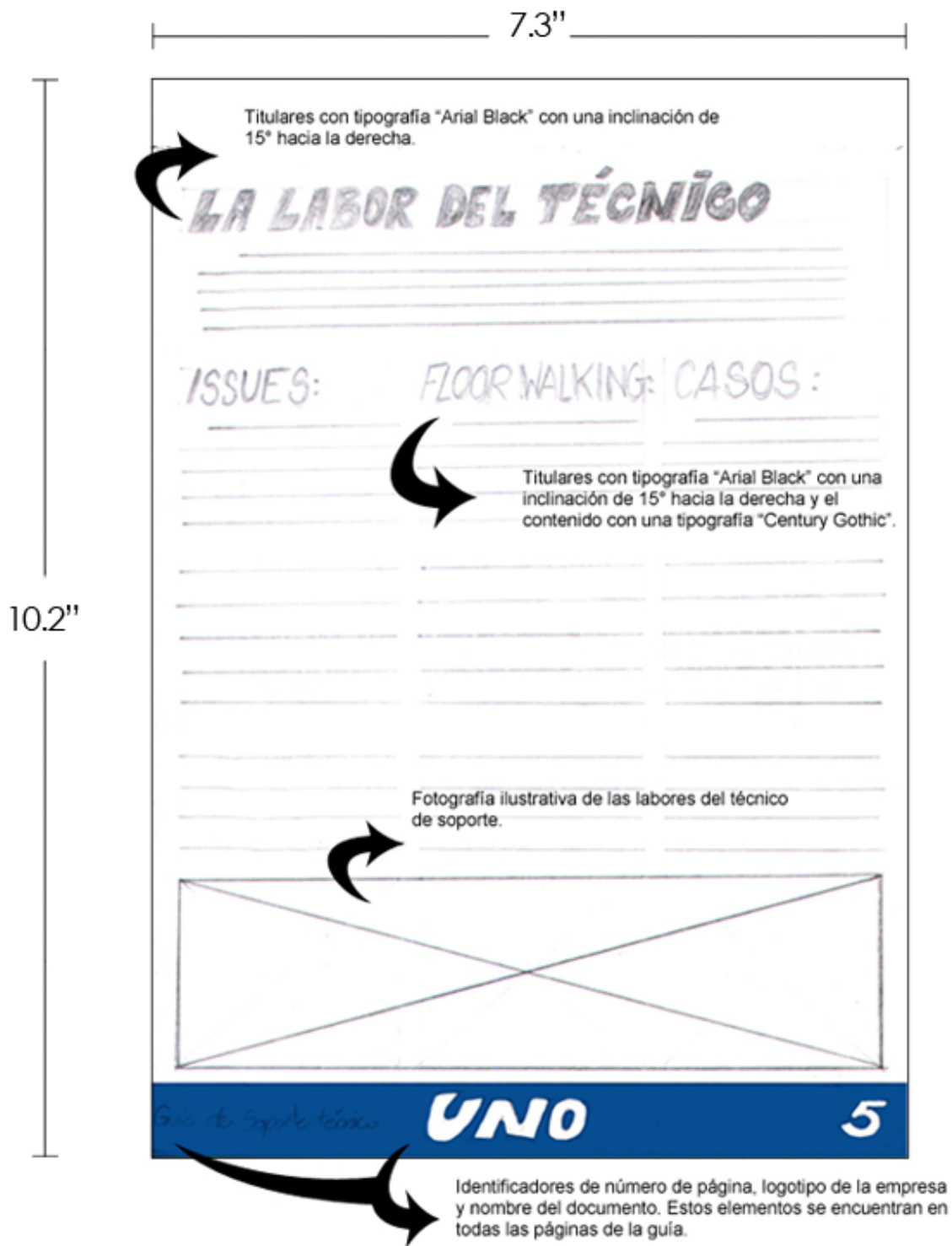


Página Índice



Página Separadora de Temas





Página de Guía de Soporte Técnico

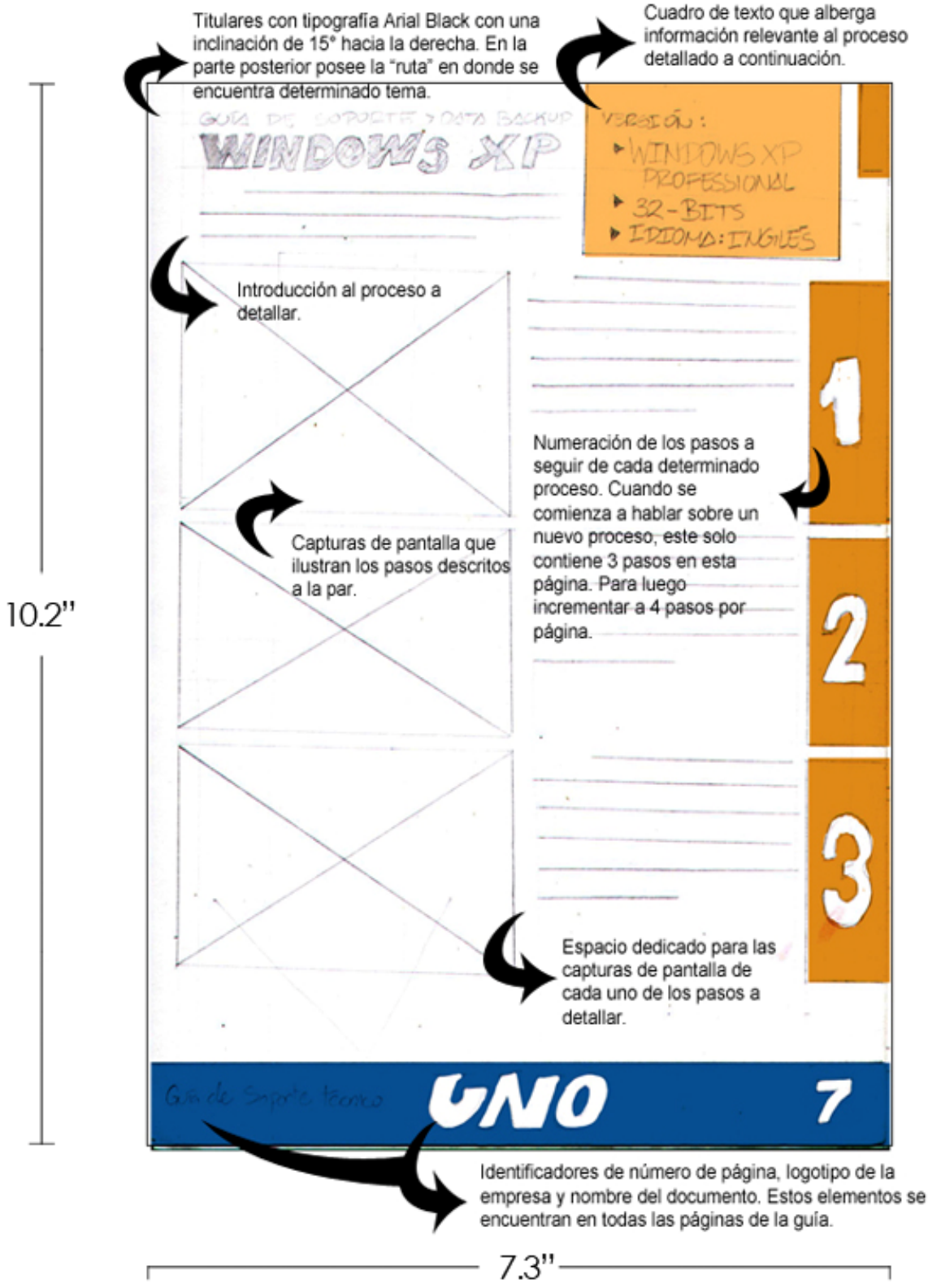
Fondo de color azul institucional de la empresa UNO, con el que se pretende separar el contenido netamente de procesos, de las páginas introductorias.

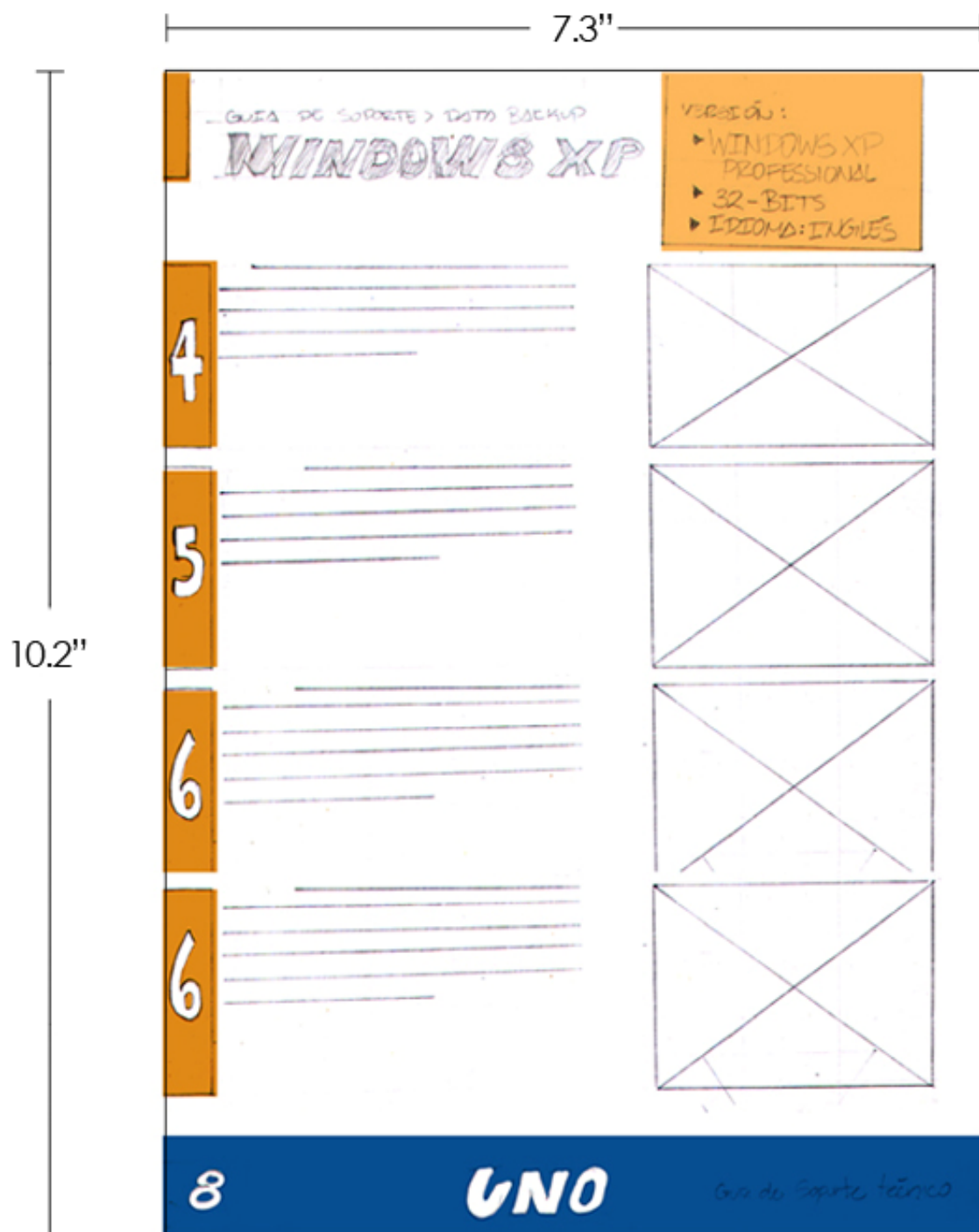


Descripción y listado de los 4 temas principales en los que se divide la guía. Estos poseen una codificación de color en los que podemos encontrar:

Anaranjado: Debido a que es con fines de "resguardar información" se escogió el color anaranjado como medio de "precaución" para atención en este proceso.  
Amarillo: Una re-imagen sugiere un "nuevo comienzo" con determinado equipo, por lo que el amarillo busca generar un proceso animado y excitante.  
Verde: Ya que es la sección con más contenido en la guía, se busca que el color verde logre manejar un nivel de tranquilidad en la mente del lector.  
Rojo: Los "issues" hacen referencia a los problemas frecuentes dentro de los procesos habituales del técnico. El color rojo hace la semejanza a los diferentes "peligros" dentro de los procesos.

Página de Procedimientos








Cuadros de color para identificar el tema a tratar, así como la tipografía Arial Black con inclinación de 15° hacia la derecha para los titulares.

## Re-Imagen

Introducción al tema, así como la utilización de tablas informáticas que ayuden al técnico a clasificar cierto tipo de información.

### LISTA DE USUARIOS:

Sistema Operativo			
Windows XP	X	X	
Windows 7			X

10

UNO

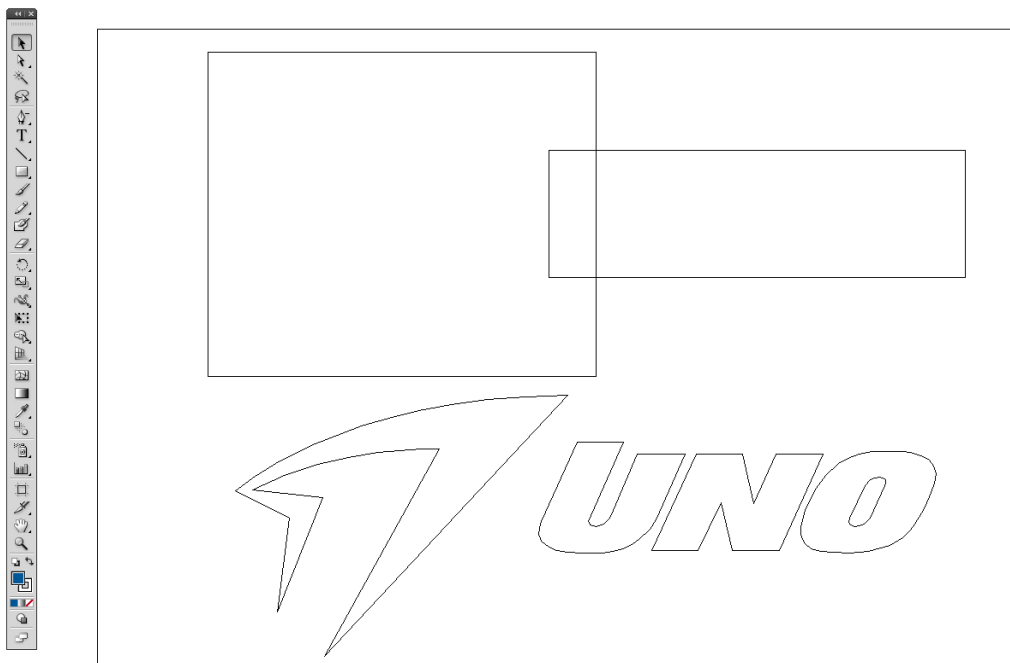
Guía de soporte técnico

Identificadores de número de página, logotipo de la empresa y nombre del documento. Estos elementos se encuentran en todas las páginas de la guía.

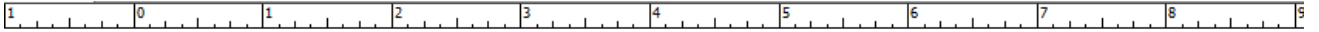


### 7.3.2 Proceso de Digitalización de Bocetos

En base a la diagramación planteada en la fase de bocetaje, se realizó el proceso de digitalización de todo el contenido.



*Utilización de logotipo de la empresa de forma vectorizada para sus diferentes aplicaciones en la guía impresa. **Software:** Adobe Illustrator CS5*

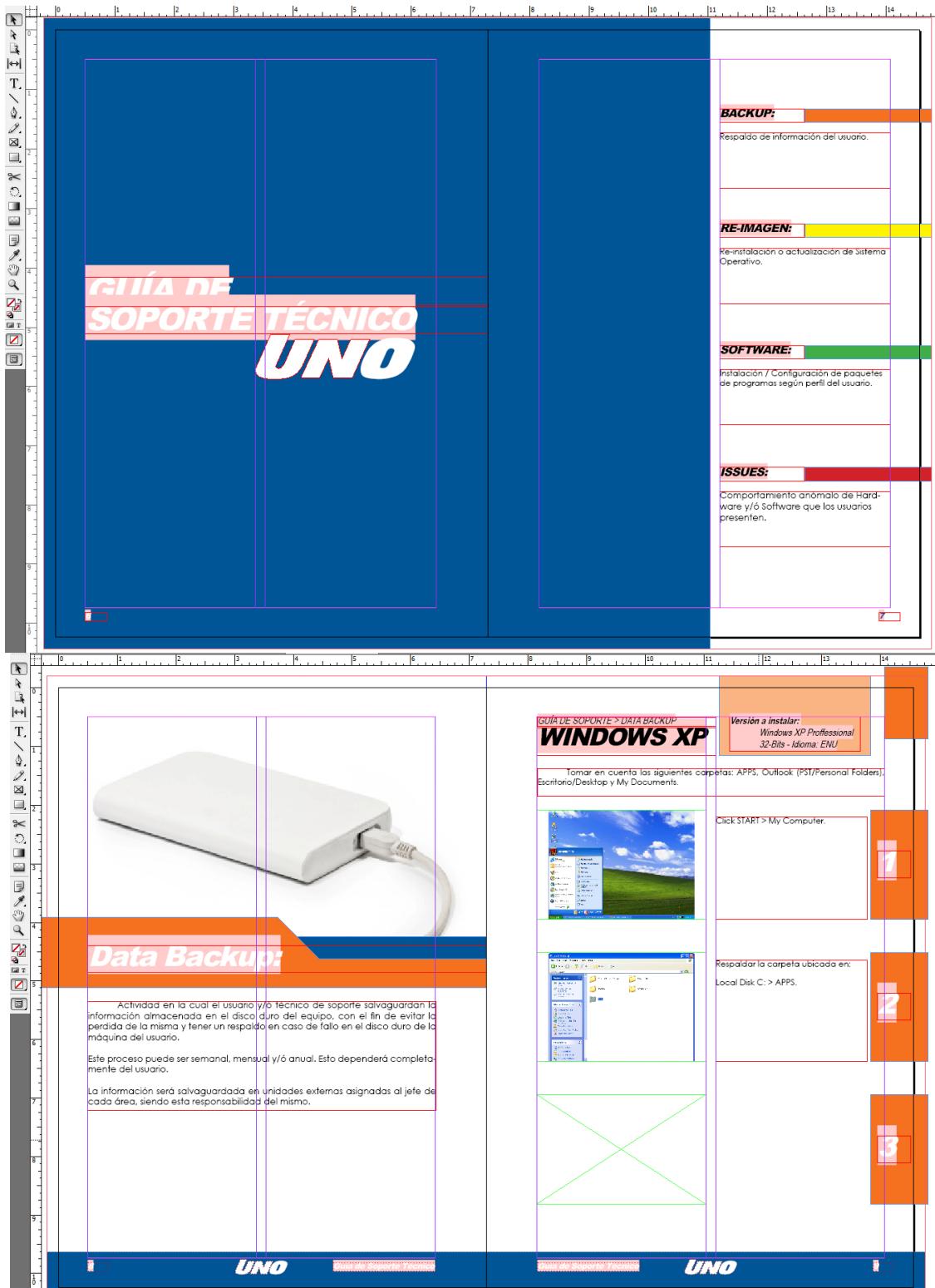


*Diagramación de portada con los elementos necesarios para su identificación.  
Software: Adobe InDesign CS5 y Adobe Photoshop CS5*

<b>ÍNDICE:</b>		
<b>TEMA</b>	<b>PÁGINA</b>	
Introducción	4	[Blue]
La Labor del Técnico	5	
<b>Guía de Soporte Técnico UNO</b>	<b>6</b>	[Dark Blue]
<b>Data Backup</b>	<b>8</b>	[Orange]
Windows XP	9	
Windows 7	11	
Notas	13	
<b>Re-Imagen</b>	<b>14</b>	[Yellow]
Windows XP	15	
Windows XP - Dominio	18	
Windows 7	19	
Windows 7 - Dominio	22	
Notas	23	
<b>Software</b>	<b>24</b>	[Green]
Antivirus Trend Micro	25	
SCV Phones	26	
Messenger Spark	28	
ISA Server	29	
Vantive Client	30	
Real VCM	32	
Internet Explorer 8	35	
Microsoft Office 2010	37	
Correo Electrónico	39	
JDE AS400	42	
Notas	47	
<b>Issues</b>	<b>48</b>	[Red]
Outlook	49	
JDE AS400	52	
MS Office	54	
Notas	55	

<b>LA LABOR DEL TÉCNICO:</b>		
<p>Consta en apoyar a los usuarios con la realización de backups, reinstalaciones / instalaciones de sistema operativo, instalación / configuración de software via tickets aperforados por los usuarios en un portal web.</p>		
<b>ISSUES:</b>	<b>FLOOR WALKING:</b>	<b>VOLUMEN DE CASOS:</b>
<p>Todo aquel comportamiento anómalo de Hardware y/o Software que los usuarios presenten.</p> <p>Estos serán atendidos / resueltos por niveles de impacto al usuario.</p>	<p>Se le llama a la entrega de equipo nuevo o equipo al cual se le reinstaló el sistema operativo a un usuario, haciendo énfasis en los cambios que este equipo presente después de la entrega.</p>	<p>Digase al número de tickets asignados al usuario via la herramienta web.</p> <p>Los casos serán atendidos dependiendo del impacto que estos tengan sobre las operaciones de la empresa. Dando prioridad a casos que entorpezcan o detengan la producción de la misma.</p>
		

Diagramación de índice y separadores de tema. Agregando su respectiva codificación de color. **Software:** Adobe InDesign CS5 y Adobe Photoshop CS5



Diagramación de la "Guía de Soporte Técnico" y procedimientos con sus respectivas capturas de pantalla. **Software:** Adobe InDesign CS5 y Snagglt

**Re-Imagen:**

Instalación / Re-instalación de sistema operativo en la máquina del usuario, sea para corregir un error o para realizar un upgrade. Dependiendo del área, así será el sistema operativo a utilizar.

**LISTA DE SISTEMAS OPERATIVOS POR USUARIO:**

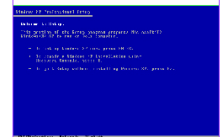
SISTEMA OPERATIVO	PÁGINA	COMUN	CSC	CROSS
Windows XP Professional	13		x	x
Windows 7 Professional	18	x		

**UNO**

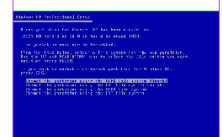
GUÍA DE SOPORTE > RE-IMAGEN  
**WINDOWS XP**

**Versión a instalar:**  
Windows XP Professional  
32-Bits - Idioma: ENU

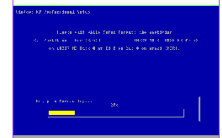
El S.O Windows XP Professional será utilizado para los perfiles de: Agentes de Call Center (CSC) y Coordinadores de Flota (CROSS).



1  
Avanzar desde el CD de instalación e indicar que requerimos una nueva instalación de Windows XP.  
Si el usuario ya contaba con Windows XP, eliminar todas las particiones e instalar una copia fresca.



2  
Seleccionamos el formato NTFS (Quick) para la instalación del sistema operativo.



3  
Esperar a la conclusión del proceso automático.  
En caso de falla ó mensaje de error, volver al paso #1 o verificar el estado del disco de instalación (rayones, grumos y/o daño físico) y la unidad de CD/DVD instalada en la máquina.

**UNO**

**UNO**

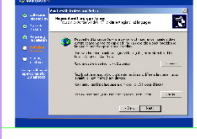
GUÍA DE SOPORTE > RE-IMAGEN  
**WINDOWS XP**

**Versión a instalar:**  
Windows XP Professional  
32-Bits - Idioma: ENU

4  
El equipo se re-iniciará una vez y levantará la ventana a continuación.

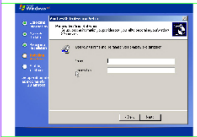


5  
En el apartado "Customize" seleccionaremos lo siguiente:  
• Language: Spanish (Guatemala)  
• Location: Guatemala

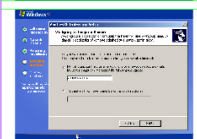


En el apartado "Details" seleccionaremos lo siguiente:  
• Keyboard: Spanish (Guatemala)

6  
Dar click en NEXT.  
Colocar en los siguientes campos:  
• Name: GTM-D/L-????  
• D: Si el equipo es de escritorio (Desktop).  
• L: Si el equipo es portátil (Laptop).  
• ????: Serie lógica brindada por personal de IT.  
• Organization: UNO



7  
Luego de dar click en NEXT, se preguntará el tipo de conexión al dominio, dejamos indicado que será un WORKGROUP.



Esto, si el equipo lo requiere. En su mayoría este paso es omitido por el propio Windows.

GUÍA DE SOPORTE > RE-IMAGEN  
**WINDOWS XP**

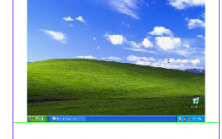
**Versión a instalar:**  
Windows XP Professional  
32-Bits - Idioma: ENU



8  
El equipo se re-iniciará por segunda vez. Luego de unos minutos, aparecerá esta pantalla.  
Dar click en NEXT.



9  
seleccionar:  
Help protect my PC by turning on Automatic Updates now.  
Click en NEXT.



Diagramación de procedimientos con sus respectivas capturas de pantalla y numeración. **Software:** Adobe InDesign CS5 y Snaggl

# **CAPÍTULO VIII**

Validación Técnica

## **CAPÍTULO VIII: VALIDACIÓN TÉCNICA**

El enfoque del trabajo de investigación es mixto, por cuanto se utilizará el enfoque cuantitativo y cualitativo. El primero servirá para cuantificar los resultados de la encuesta aplicada a los sujetos, a través del enfoque cualitativo se intentará evaluar el nivel de percepción de los encuestados respecto de la propuesta del diseño.

La herramienta a utilizar es una encuesta de respuesta múltiple, que se aplicará al cliente, 8 hombres del grupo objetivo y 5 expertos en el área de comunicación y diseño.

### **8.1 Población y muestreo:**

A continuación el desglose de las personas que se encargarán de validar el proyecto anteriormente estipulado:

**Especialistas:** 7 licenciados:

Los especialistas poseen el conocimiento y la crítica necesaria para analizar el diseño y diagramación de la Guía de Soporte. A partir de los comentarios y observaciones de estos, se analizarán los posibles cambios a realizar en el proyecto. Esto debido a que poseen especializaciones en diferentes ramas del diseño gráfico y la comunicación.

Sus edades oscilan entre los 36 y los 52 años. Todos son profesionales en las áreas de Comunicación y Diseño y al mismo tiempo son catedráticos universitarios.

- Nombre: Lic. Mario Alejandro Moreno  
Profesión: Licenciado en Diseñador Gráfico
- Nombre: Lic. Carlos Franco Roldán  
Profesión Licenciado en Diseñador Gráfico / Comunicador
- Nombre: Lic. Marlon Borrayo  
Profesión: Publicista
- Nombre: Licda. Elsie Sierra B.  
Profesión: Máster Realidad Internacional y Diplomacia
- Nombre: Licda. Wendy Franco  
Profesión: Licenciada en Comunicación para la Educación
- Nombre: Licda. Lissette Pérez  
Profesión: Licda. Ciencias de la Comunicación
- Nombre: Lic. Rolando Barahona  
Profesión: Licenciado en Diseño Gráfico

**Cliente:** 2 personas

Los clientes están conformados por las personas con las que se planteó el proyecto. Estos poseen cargos importantes dentro del departamento de informática, administrando las tareas y procesos del área de soporte técnico.

Sus edades oscilan entre los 32 y 36 años y son especialistas en las diferentes ramas del departamento de informática. Cuentan con actitud positiva hacia sus labores, con objetivos y metas claras así como demuestran responsabilidad como un departamento, busca siempre la manera de mostrar compromiso y puntualidad para realizar sus labores.



### **Grupo Objetivo:** 6 personas

El grupo objetivo de este proyecto son las personas que conforman el equipo de soporte técnico, a quienes se les está trabajando la Guía de Soporte. Poseen el conocimiento para validar el contenido y la organización del mismo dentro de la Guía de Soporte.

Sus edades oscilan entre los 22 y 30 años y poseen diferentes especializaciones en el área de informática. Este es el grupo de personas que se encuentra en constante contacto con los usuarios a quienes deben brindarles el soporte que se necesite.

## **8.2 Método e instrumento:**

### **8.2.1 Método de investigación:**

Para la validación de este proyecto es necesario un instrumento de investigación que permita dotar al mismo de un panorama claro en cuanto a su funcionalidad dentro del grupo objetivo. Para ello, se utilizará la encuesta, que para Grasso (2006), es un procedimiento que permite explorar cuestiones que hacen a la subjetividad y permiten obtener información de un número considerable de personas, quienes brindan datos de manera sistemática para un registro y análisis detallado de los mismos.

### **8.2.2. Método Cualitativo y Cuantitativo:**

Para el sitio Web, Fistera.com (2005), la investigación cualitativa es aquella en la que se evita la cuantificación y se hace uso del método inductivo. Este método trata de identificar la naturaleza profunda de las realidades, su sistema de relaciones, su estructura dinámica. Mientras que el método cuantitativo es el que recoge y analizan datos cuantitativos sobre variables, haciendo uso del método deductivo. Trata de determinar la fuerza de asociación o correlación entre variables, la generalización y objetivación de los resultados a través de una muestra para hacer inferencia a una población de la que toda muestra procede.

### **8.2.3 Escala de Likert:**

Método a través del que se le asigna un valor numérico a cada una de las posibles respuestas de una encuesta, dando como resultado un valor cuantificable, que permite delimitar el nivel de agrado o interés hacia determinado ítem.

Para Esteban y Fernández (2009) la Escala de Likert es la medida de una variable, que consiste en formular proposiciones relativas a una serie de atributos de un objeto y que el entrevistado exprese su agrado de acuerdo o desacuerdo en una escala de varias categorías que pueden ser: 3,5,7,9 u 11. Cada categoría se puntúa con un número que se le asigna.

## El instrumento utilizado para la encuesta es el siguiente:


**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN (FACOM)**  
**LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO**  
**PROYECTO DE TESIS**

**Genero:**  Femenino  Masculino **Edad:**

**Nombre:**

**Profesión:**

**Puesto:**

**Años de experiencia en el mercado:**

**Perfil:**  Experto  Cliente  Grupo Objetivo

### Encuesta de Validación del proyecto

DIAGRAMACIÓN DE GUÍA IMPRESA PARA ESTABLECER PROCEDIMIENTOS LABORALES RELACIONADOS CON EL SOPORTE TÉCNICO. DEPARTAMENTO DE INFORMÁTICA, UNO GUATEMALA, S.A. GUATEMALA, GUATEMALA 2014.

#### Antecedentes:

UNO Guatemala, S.A. es una empresa petrolera que cuenta con 2 marcas: SHELL (Bajo Licencia) y su propia marca "UNO" con las que ha desarrollado su propia línea de estaciones de servicio en Guatemala, Honduras, El Salvador, Nicaragua, Costa Rica y Belice. Como toda empresa, cuenta con un área de informática la cual administra los procesos de soporte técnico a todos sus usuarios.

Para ello, se llegó a la conclusión con el cliente, que es necesario una guía que logre establecer procedimientos laborales para agilizar la labor del técnico recopilando la información necesaria para la solución de problemas frecuentes.

La rama de Soporte Técnico del departamento de informática, no cuenta con una guía impresa que establezca la información necesaria para la solución de problemas frecuentes en cuanto al manejo de software y hardware, dentro de la empresa UNO Guatemala, S.A.

Con esto, se pretende apoyar al técnico de soporte con el conocimiento necesario, para la solución de problemas frecuentes, para que de esta manera logre consumir menos tiempo, esfuerzo y recursos en atender las necesidades de los usuarios.

#### Instrucciones:

Con base a la información anterior, observe la propuesta de la guía impresa y según su criterio profesional conteste las siguientes preguntas de validación, colocando una "x" en los espacios designados.

8) ¿Considera usted que las fotografías colocadas dentro de todos los pasos de cada procedimiento descrito en la guía de soporte

Ejemplifican el texto  Confunden el texto  No explican nada

9) ¿Según su criterio, los colores utilizados en la guía de soporte son?

Muy Adecuado  Adecuado  Poco Adecuados

10) ¿Considera que la codificación de color brindada a cada uno de los temas tratados en la guía de soporte, transmite?

Mucho Orden  Orden  Poco Orden

#### Parte Operativa:

11) Según su criterio, ¿La diagramación utilizada para la elaboración de la guía de soporte es?

Muy Adecuada  Adecuada  Poco Adecuada

12) Teniendo en cuenta la diagramación utilizada, ¿Considera que el flujo de lectura de la guía es?

Muy intuitivo  Intuitivo  Poco intuitivo

13) Como un posible futuro usuario de la guía de soporte, ¿Considera el apartado de "Notas" como?

Muy Útil  Útil  Poco Útil

14) Teniendo en cuenta la labor del técnico de soporte, la cual requiere estar en constante movimiento, ¿Considera usted que el tamaño físico de la guía la hace?

Muy Eficiente  Eficiente  Poco Eficiente

15) Teniendo en cuenta el tamaño físico de la guía, ¿Considera que los tamaños de las tipografías empleadas en ella son?

Muy grandes  Adecuados  Muy pequeños

#### Parte Objetiva:

1) ¿Considera usted necesaria la diagramación de una guía impresa para establecer procedimientos laborales relacionados con el soporte técnico del departamento de informática, de la empresa UNO, Guatemala, S.A.?

Si  No

2) ¿Considera usted que es importante investigar información elemental sobre el contenido de guías y material impreso, para así definir la diagramación apropiada para el contenido del proyecto a realizar?

Si  No

3) ¿Considera usted que sea importante el recopilar la información, a utilizar en la guía, con la ayuda de un empleado de soporte técnico?

Si  No

4) ¿Considera que sea necesario el ordenamiento y clasificación de la información a utilizar en la guía, para que el empleado de soporte técnico encuentre lo que necesita en el menor tiempo posible?

Si  No

#### Parte Semiológica:

5) ¿Considera usted que la tipografía utilizada en los titulares de la guía transmite?

Mucha Seriedad  Seriedad  Poca Seriedad

6) ¿Considera usted que la tipografía utilizada en el cuerpo de la guía es?

Muy Legible  Legible  Poco Legible

7) ¿Considera usted que la utilización del logotipo, en cuanto a cantidad de veces usado y colocación da un sentimiento de?

Mucha Pertenencia  Pertenencia  Poca Pertenencia

8) ¿Considera que las fotografías utilizadas al comienzo de cada tema, se relacionan con estos mismos?

Mucho  Poco  Nada

16) ¿Considera usted que el utilizar un fondo de color blanco en la guía, hace que esta sea?

Muy Legible  Legible  Poco Legible

De antemano se agradece la atención y el tiempo brindado para contestar esta encuesta. Si en dado caso usted tiene alguna sugerencia, comentario o crítica personal puede hacerlo en el siguiente espacio:

---



---



---



---



---



---



---



---

Gracias por contribuir al proyecto de tesis "DIAGRAMACIÓN DE GUÍA IMPRESA PARA ESTABLECER PROCEDIMIENTOS LABORALES RELACIONADOS CON EL SOPORTE TÉCNICO. DEPARTAMENTO DE INFORMÁTICA, UNO GUATEMALA, S.A. GUATEMALA, GUATEMALA 2014." su opinión será tomada en cuenta para la realización de cambios en dicho proyecto.

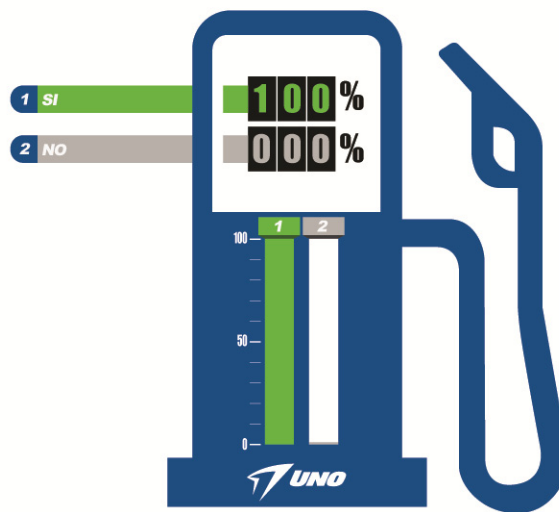
(Ver anexo, pag. 216)

## 8.3 Resultados e interpretación de encuestas:

A continuación se presentan las gráficas de los resultados de cada una de las preguntas realizadas en la anterior encuesta.

## PREGUNTA 1

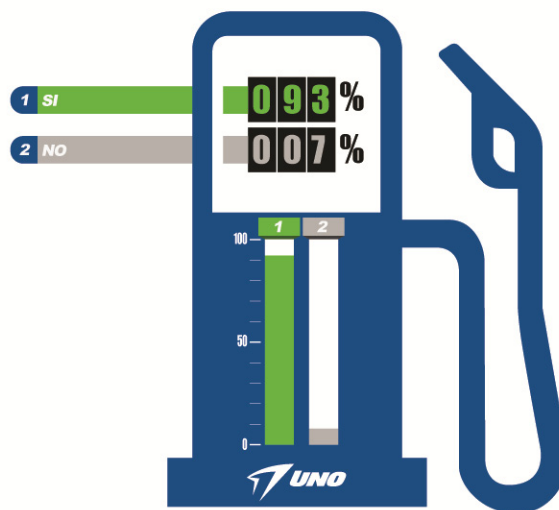
¿Considera usted necesaria la diagramación de una guía impresa para establecer procedimientos laborales relacionados con el soporte técnico del departamento de informática de la empresa UNO, Guatemala, S.A.?



*El 100% de los encuestados considera necesaria la diagramación de una guía de procedimientos laborales para la empresa UNO, Guatemala, S.A. Por lo que se cumple el objetivo general del proyecto..*

## PREGUNTA 2

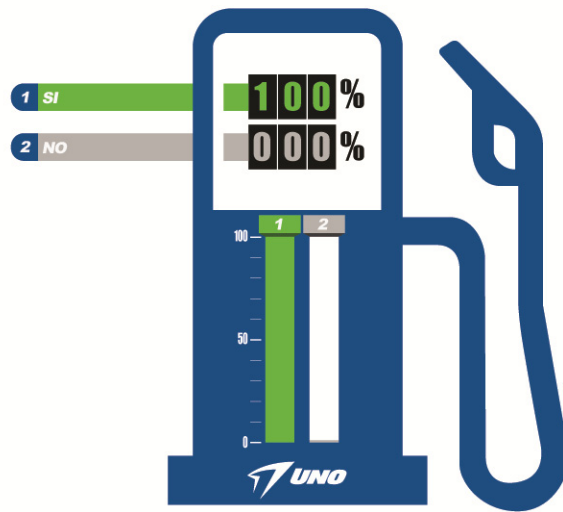
¿Considera usted que es importante investigar información elemental sobre el contenido de guías y material impreso, para así definir la diagramación apropiada para el contenido del proyecto a realizar?



*El 93% de los encuestados considera necesaria la investigación de otras guías y materiales impresos, para así definir la diagramación adecuada que le permita al usuario de soporte, encontrar la información de una manera ordenada y limpia. Mientras que 7% no lo considera importante. Con este porcentaje se cumple el primer objetivo específico del proyecto.*

### PREGUNTA 3

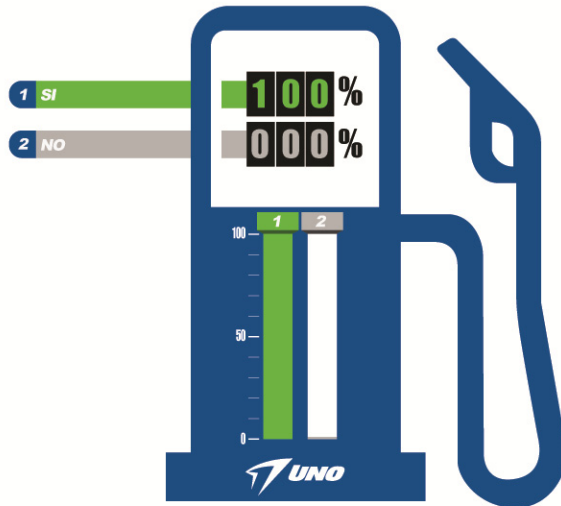
¿Considera usted que sea importante el recopilar la información, a utilizar en la guía, con ayuda de un empleado de soporte técnico?



*El 100% de los encuestados considera que es importante investigar información vital para la guía de soporte. Con esto se cumple el segundo objetivo específico y se aporta, al mismo tiempo, la razón de sustentar la guía con contenido verídico y aplicable a los procesos de la empresa, con ayuda de un técnico de soporte.*

### PREGUNTA 4

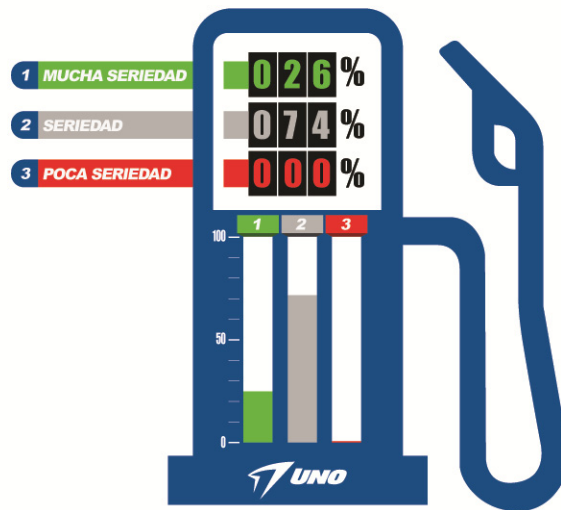
¿Considera que sea necesario el ordenamiento y clasificación de la información a utilizar en la guía, para que el empleado de soporte técnico encuentre lo que necesita en el menor tiempo posible?



*El 100% de los encuestados está de acuerdo que la información de la guía de soporte, debe ser clasificada y ordenada previo a realizar la diagramación de dicha guía, con el fin de que todo mantenga un orden lógico que facilite la labor del técnico de soporte. Se confirma el tercer objetivo específico del proyecto.*

## PREGUNTA 5

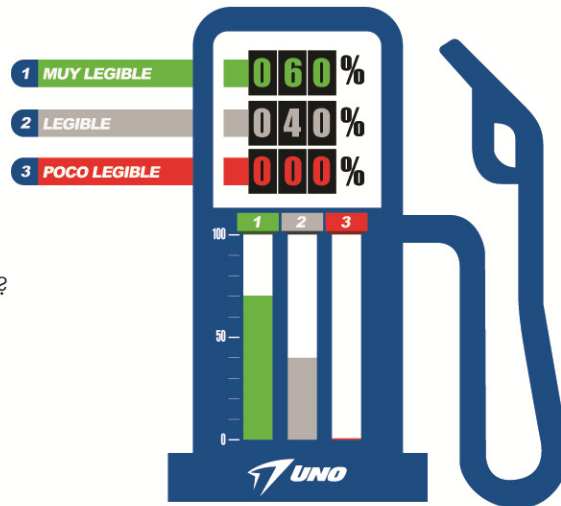
¿Considera usted que la tipografía utilizada en los titulares de la guía transmite?



*De los encuestados, 74% considera que la tipografía empleada en los titulares transmite seriedad a la temática de la guía. El 26% restante considera que transmite mucha seriedad. Con esto se demuestra que la tipografía utilizada es la adecuada para transmitir lo que se ha planteado.*

## PREGUNTA 6

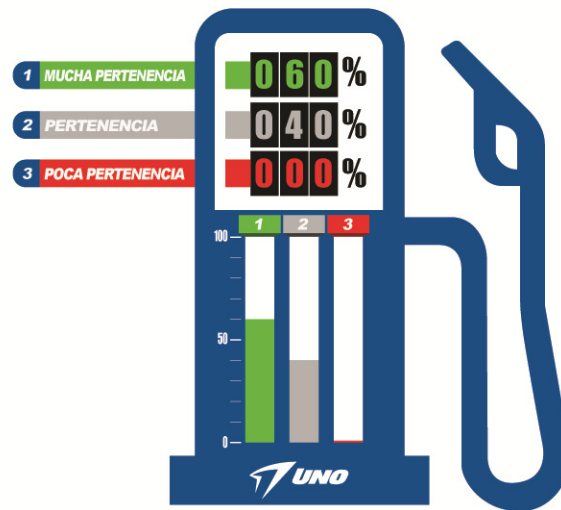
¿Considera usted que la tipografía utilizada en el cuerpo de la guía es?



*El 60% de los encuestados encuentra la tipografía del cuerpo de la guía de soporte como “Muy Legible”, mientras que el 40% la encuentra “Legible”, con lo que se puede confirmar que se realizó la adecuada selección de tipografía para su fácil lectura.*

## PREGUNTA 7

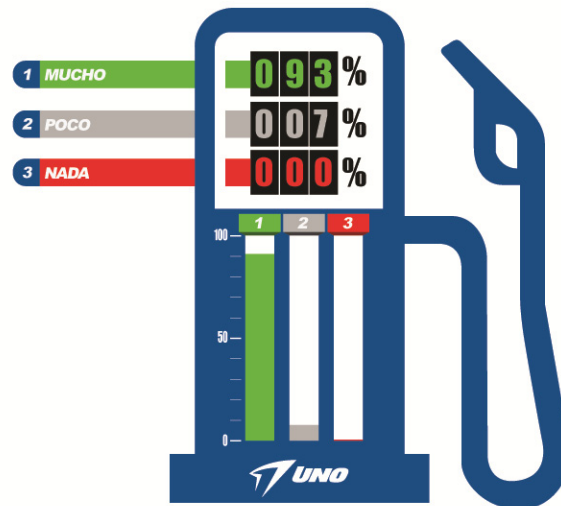
¿Considera usted que la utilización del logotipo, en cuanto a cantidad de veces usado y colocación, da un sentimiento de?



60% de los encuestados encuentra Mucha Pertenenencia hacia la empresa por parte de la guía, en cuanto al uso del logotipo en la parte inferior de las hojas, mientras que el 40% le transmite Pertenenencia. Gracias a estos altos porcentajes, el uso constante que se le dio al logotipo permitió mantener un enlace con la empresa al que va dirigido.

## PREGUNTA 8

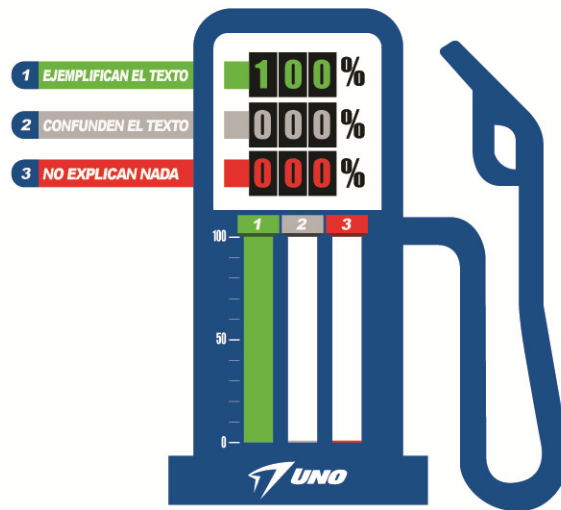
¿Considera que las fotografías utilizadas al comienzo de cada tema, se relacionan con estos mismos?



La relación que existe entre las fotografías empleadas al principio de cada tema con el contenido del mismo, mantienen alta relación, gracias al 93% de los encuestados quienes están de acuerdo que se mantiene mucha relación entre ambas cosas. De igual manera, existe 7% que encuentra poca relación con las fotografías hacia los temas de la guía.

## PREGUNTA 9

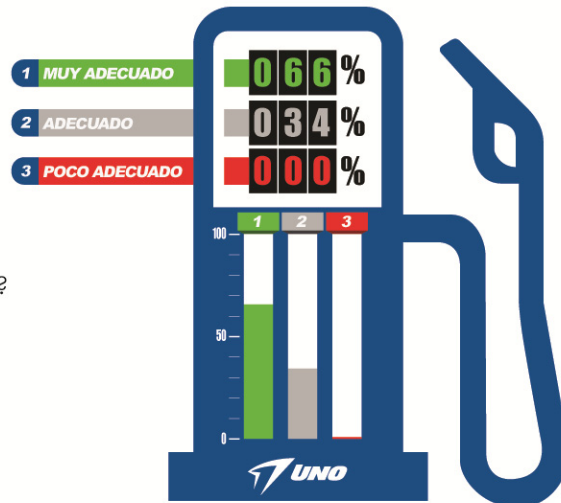
¿Considera usted que las fotografías colocadas dentro de todos los pasos de cada procedimiento descrito en la guía de soporte?



Para el 100% de los encuestados, las imágenes empleadas en cada uno de los pasos de la guía de soporte, ejemplifican el texto. Esto ayuda a que el lector tenga dos maneras de entender el manual, la gráfica a través de las diferentes capturas de pantalla y el texto cuando necesite entrar en detalle. Gracias a esto, el lector puede invertir menos tiempo, si se guía por las imágenes.

## PREGUNTA 10

¿Según su criterio, los colores utilizados en la guía de soporte son?

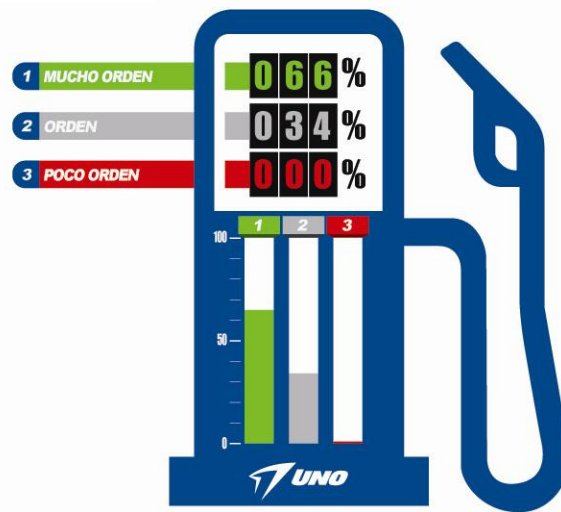


Según el criterio de los encuestados, el 66% de estos considera muy adecuados los colores empleados en la guía de soporte, mientras que el 34% los encuentra adecuados, por diversas razones, como la comodidad de lectura y la identidad con la empresa.



## PREGUNTA 11

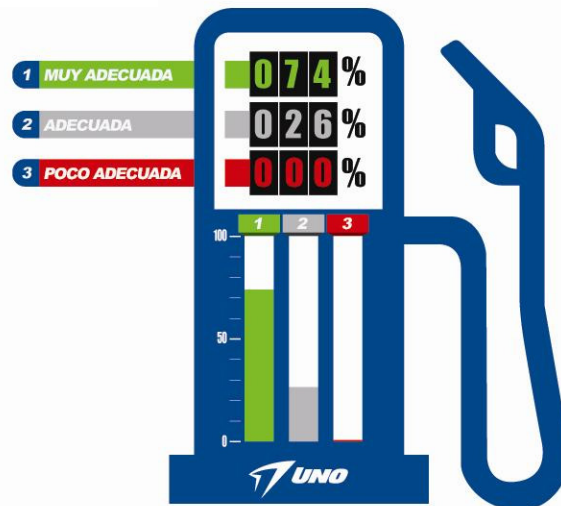
¿Considera que la codificación de color brindada a cada uno de los temas tratados en la guía de soporte, transmite?



Para el 66% de los encuestados, la codificación de color implementada para cada uno de los diferentes temas, aporta mucho orden a la organización del mismo, mientras que el 34% del resto de encuestados le transmite orden. Teniendo en cuenta que son varios los temas que la guía trata, esta codificación ayuda a clasificar cada apartado por temas para su fácil acceso.

## PREGUNTA 12

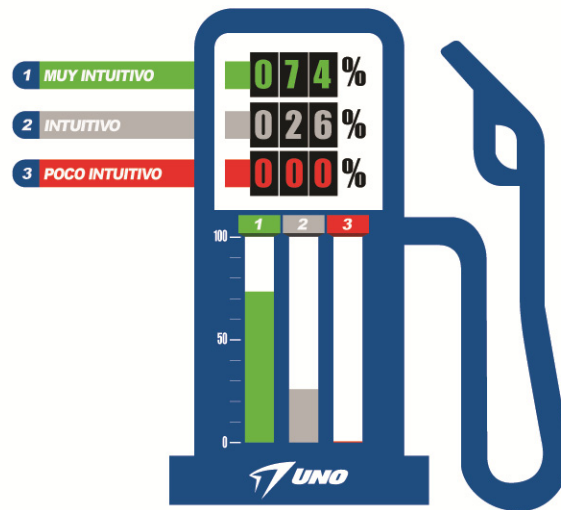
Según su criterio, ¿La diagramación utilizada para la elaboración de la guía de soporte es?



Según el criterio de los encuestados, el 74% coincide que la diagramación empleada es muy adecuada para el tema que trata, mientras que el 26% la encuentra simplemente adecuada. El fin primordial de la guía es que tenga un orden de lectura lógico, cómodo y sencillo para que el técnico de soporte encuentre lo que necesita en el menor tiempo posible.

### PREGUNTA 13

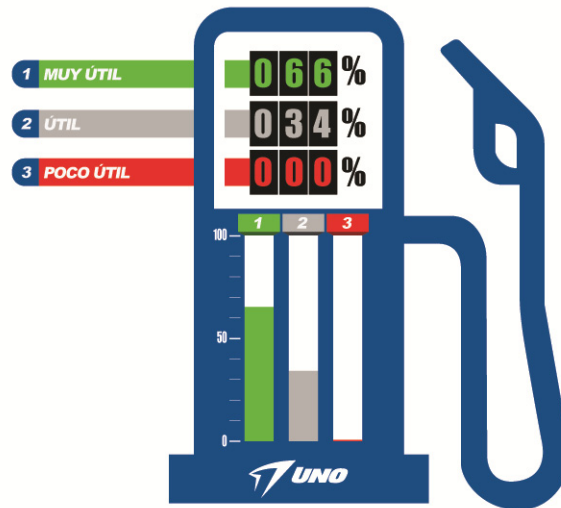
Teniendo en cuenta la diagramación utilizada, ¿Considera que el flujo de la guía de soporte es?



El 74% de los encuestados catalogó a la guía de soporte como Muy Intuitiva en cuanto al flujo de lectura que esta presenta, mientras que el 26% de los encuestados cree que es Intuitiva su diagramación. Esto le permite a cualquier persona, que lea la guía de soporte, contar con un flujo adecuado de lectura entre las imágenes y el texto de la misma.

### PREGUNTA 14

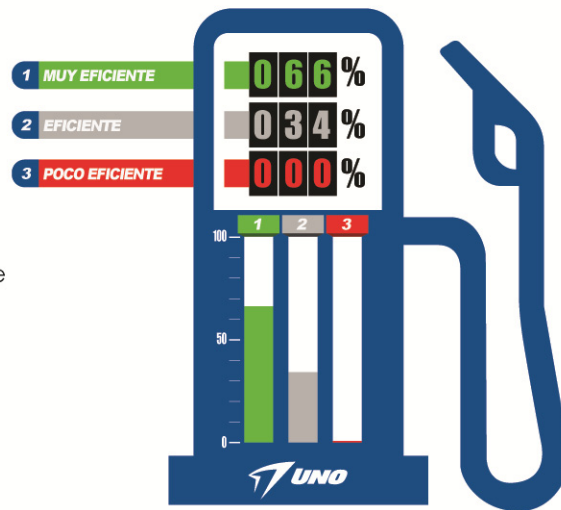
Como un posible futuro usuario de la guía de soporte, ¿Considera el apartado de "Notas" como?



Para el 66% de los encuestados el apartado de "Notas" es muy útil, mientras que para el 34% restante es útil. Con esto se espera que el empleado de soporte pueda realizar anotaciones en cada uno de los temas tratados en la guía y de esta manera hacen que cada guía sea personal.

## PREGUNTA 15

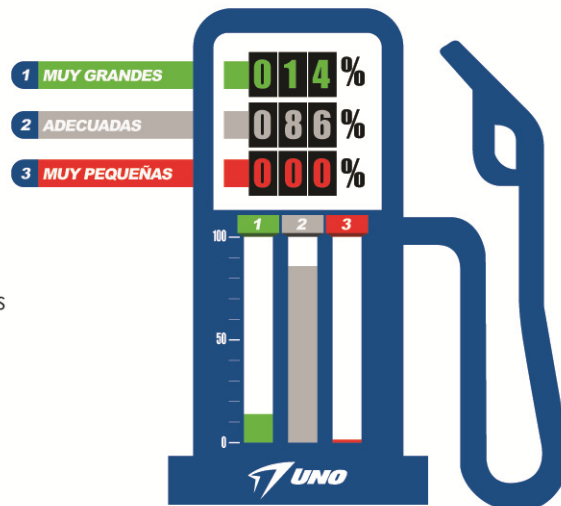
Teniendo en cuenta la labor del técnico de soporte, la cual requiere estar en constante movimiento, ¿Considera usted que el tamaño físico de la guía la hace?



*El 66% de los encuestados considera que el tamaño de la guía de soporte es Muy Eficiente, mientras que el 34% restante lo ve como Eficiente. Teniendo en cuenta que el técnico se ve en constante movimiento, el tamaño de la guía le permite su fácil transporte y almacenaje para su posterior lectura o consulta.*

## PREGUNTA 16

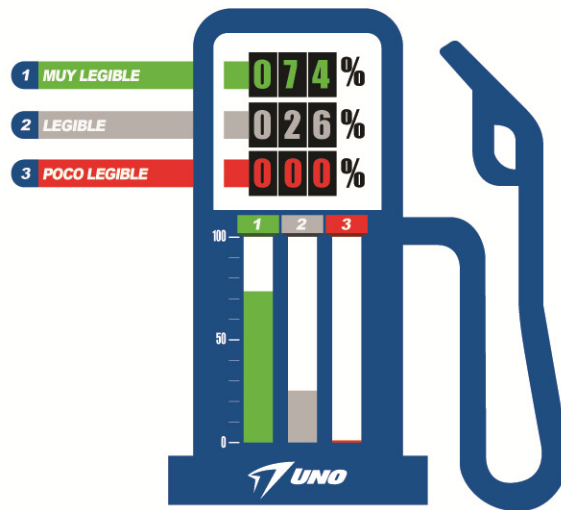
¿Teniendo en cuenta el tamaño físico de la guía, ¿Considera que los tamaños de las tipografías empleadas en ella son?



*Una vez evaluado el tamaño físico de la guía, el 86% de los encuestados considera que el tamaño de la tipografía empleada en la misma son los adecuados, mientras que el 14% ve estas mismas tipografías muy grandes. Esto permite que el lector de la guía no tenga que esforzar su vista para leerla.*

## PREGUNTA 17

¿Considera que el utilizar un fondo de color blanco en la guía, hace que esta sea?



*Para el 74% de los encuestados, el fondo empleado en la guía de soporte, que es de color blanco, hace que esta sea muy legible, mientras que el restante 26% lo considera legible. Teniendo en cuenta de que la guía posee mucho contenido, el color blanco del fondo permite que todo el contenido luzca ordenado y limpio, así como no permite que la vista del lector se canse tan rápido.*

### 8.4 Cambio en base a los resultados:

Una vez analizados los resultados y las observaciones brindadas por los distintos expertos de diseño gráfico y clientes, se procedió con los cambios al proyecto, que consisten en cambios a la diagramación y diseño de algunas de las páginas del proyecto:

## 8.4.1 Cambio #1:



Se añadieron 2 hojas previas al índice de la guía de soporte. Estas poseen la finalidad de ser las hojas de cortesía para que el lector encuentre formalidad en el proyecto y que no esté expuesto a la información tan pronto como se abre la guía. Estas poseen:

1. El nombre de la guía
2. Una portada en blanco y negro (en caso se extravíe o deteriore la portada en pasta dura)
3. Créditos del autor y advertencias del uso de la guía.

Más que un cambio, fue una adición al contenido anteriormente presentado.

**Numeración de la página modificada: 2 - 6**

## 8.4.2 Cambio #2:

ANTES

DESPUÉS

**ÍNDICE:**

**ÍNDICE:**

TEMA	PÁGINA
Introducción	4
La Labor del Técnico	5
<b>Guía de Soporte Técnico UNO</b>	<b>6</b>
<b>Data Backup</b>	<b>8</b>
Windows XP	9
Windows 7	11
Notas	13
<b>Re-Imagen</b>	<b>14</b>
Windows XP	15
Windows XP - Dominio	18
Windows 7	19
Windows 7 - Dominio	22
Notas	23
<b>Software</b>	<b>24</b>
Antivirus Trend Micro	25
SCX Phonix	26
Messenger Spark	28
ISA Server	29
Vantive Client	30
Real VCN	32
Internet Explorer 8	35
Microsoft Office 2010	37
Correo Electrónico	39
Julie AS400	42
Notas	47
<b>Issues</b>	<b>48</b>
Outlook	49
Julie AS400	52
MS Office	54
Notas	55

TEMA	PÁGINA
Introducción	8
La Labor del Técnico	9
<b>Guía de Soporte Técnico UNO</b>	<b>11</b>
<b>Data Backup</b>	<b>12</b>
Windows XP	13
Windows 7	15
Notas	17
<b>Re-Imagen</b>	<b>18</b>
Windows XP	19
Windows XP - Dominio	22
Windows 7	23
Windows 7 - Dominio	26
Notas	27
<b>Software</b>	<b>28</b>
Antivirus Trend Micro	29
SCX Phonix	30
Messenger Spark	32
ISA Server	33
Vantive Client	34
Real VCN	36
Internet Explorer 8	39
Microsoft Office 2010	41
Correo Electrónico	43
Julie AS400	46
Notas	51
<b>Issues</b>	<b>52</b>
Outlook	53
Julie AS400	56
MS Office	58
Notas	59



Modificación de numeración en el índice de la guía

Debido a que se añadieron las hojas de cortesía, todo el contenido de la guía se vio afectado a través de la numeración de hojas. El índice fue el segundo cambio que se realizó en la guía, con el fin de ubicar todo el contenido con la numeración correspondiente.

**Numeración de la página modificada: ANTES: 3 | DESPUÉS: 7**

### 8.4.3 Cambio #3:

ANTES	DESPUÉS
<b>LA LABOR DEL TÉCNICO:</b>	<i>GUÍA DE SOPORTE - INTRODUCCIÓN</i> <b>LA LABOR DEL TÉCNICO</b>
<p>Consta en apoyar a los usuarios con la realización de backups, re-instalaciones / instalaciones de sistema operativo, instalación / configuración de software vía tickets abiertos por los usuarios en un portal web.</p>	<p>Consta en apoyar a los usuarios con la realización de backups, re-instalaciones / instalaciones de sistema operativo, instalación / configuración de software vía tickets abiertos por los usuarios en un portal web.</p>
<b>ISSUES:</b>	<b>ISSUES:</b>
<p>Todo aquel comportamiento anómalo de Hardware y/o Software que los usuarios presenten.</p> <p>Estos serán atendidos / resueltos por niveles de impacto al usuario.</p>	<p>Todo aquel comportamiento anómalo de Hardware y/o Software que los usuarios presenten.</p> <p>Estos serán atendidos / resueltos por niveles de impacto al usuario.</p>
<b>FLOOR WALKING:</b>	<b>FLOOR WALKING:</b>
<p>Se le llama a la entrega de equipo nuevo o equipo al cual se le realizó el sistema operativo a un usuario, haciendo énfasis en los cambios que este equipo presenta después de la entrega.</p>	<p>Se le llama a la entrega de equipo nuevo o equipo al cual se le realizó el sistema operativo a un usuario, haciendo énfasis en los cambios que este equipo presenta después de la entrega.</p>
<b>VOLUMEN DE CASOS:</b>	<b>VOLUMEN DE CASOS:</b>
<p>Se sigue el número de tickets asignados al usuario vía la herramienta web.</p> <p>Los casos serán atendidos dependiendo del impacto que estos tengan sobre las operaciones de la empresa. Dando prioridad a casos que entorpezcan o prolongan la producción de la misma.</p>	<p>Se sigue el número de tickets asignados al usuario vía la herramienta web.</p> <p>Los casos serán atendidos dependiendo del impacto que estos tengan sobre las operaciones de la empresa. Dando prioridad a casos que entorpezcan o prolongan la producción de la misma.</p>
	
<p>Guía de Soporte Técnico <b>UNO</b> 5</p>	<p>Guía de Soporte Técnico <b>UNO</b> 9</p>

Modificación en la diagramación de la sección "La Labor del Técnico"

El tercer cambio en la guía de soporte consistió en la diagramación de la sección "La Labor del Técnico" que, a criterio de expertos, poseía una diagramación distinta al resto del proyecto.

1) La fotografía fue eliminada por los "cortes" tan bruscos que poseía, además que no guardaba mucha relación con el contenido expuesto en esta sección.

**Numeración de la página modificada:** ANTES: 5 | DESPUÉS: 9

#### 8.4.4 Cambio #4:

ANTES



**Data Backup:**

Actividad en la cual el usuario y/o técnico de soporte salvaguardan la información almacenada en el disco duro del equipo, con el fin de evitar la pérdida de la misma y tener un respaldo en caso de fallo en el disco duro de la máquina del usuario.

Este proceso puede ser semanal, mensual y/o anual. Esto dependerá completamente del usuario.

La información será salvaguardada en unidades externas asignadas al jefe de cada área, siendo esta responsabilidad del mismo.

8

UNO

Guía de Soporte Técnico

DESPUÉS



**Data Backup:**

Actividad en la cual el usuario y/o técnico de soporte salvaguardan la información almacenada en el disco duro del equipo, con el fin de evitar la pérdida de la misma y tener un respaldo en caso de fallo en el disco duro de la máquina del usuario.

Este proceso puede ser semanal, mensual y/o anual. Esto dependerá completamente del usuario.

La información será salvaguardada en unidades externas asignadas al jefe de cada área, siendo esta responsabilidad del mismo.

12

UNO

Guía de Soporte Técnico

Cambio de fotografías debido a baja resolución.

1) Las imágenes utilizadas al principio de cada sección de la guía de soporte, no contaban con suficiente resolución para una adecuada impresión. Por esta razón, se utilizaron fotografías con mejor calidad; manteniendo siempre el sentido que se había plasmado al principio.

**Numeración de la página modificada:** ANTES: 8 | DESPUÉS: 12



## 8.4.5 Cambio #5:

ANTES	DESPUÉS																														
																															
<div style="background-color: yellow; padding: 5px; display: flex; align-items: center; justify-content: center;"> <span style="font-size: 24px; font-weight: bold; margin-right: 10px;">1</span> <div style="background-color: white; padding: 5px; border: 1px solid black;"> <p style="margin: 0;"><b>Re-Imagen:</b></p> <p style="font-size: 8px; margin: 0;">Instalación / Re-instalación de sistema operativo en la máquina del usuario, sea para corregir un error o para realizar un upgrade. Dependiendo del área, así será el sistema operativo a utilizar.</p> </div> </div>	<div style="background-color: yellow; padding: 5px; display: flex; align-items: center; justify-content: center;"> <span style="font-size: 24px; font-weight: bold; margin-right: 10px;">1</span> <div style="background-color: white; padding: 5px; border: 1px solid black;"> <p style="margin: 0;"><b>Re-Imagen:</b></p> <p style="font-size: 8px; margin: 0;">Instalación / Re-instalación de sistema operativo en la máquina del usuario, sea para corregir un error o para realizar un upgrade. Dependiendo del área, así será el sistema operativo a utilizar.</p> </div> </div>																														
<div style="background-color: yellow; padding: 5px; display: flex; align-items: center; justify-content: center;"> <span style="font-size: 24px; font-weight: bold; margin-right: 10px;">2</span> <div style="background-color: white; padding: 5px; border: 1px solid black;"> <p style="margin: 0; font-size: 8px;"><b>LISTA DE SISTEMAS OPERATIVOS POR USUARIO:</b></p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; font-size: 8px;"> <thead> <tr> <th>SISTEMA OPERATIVO</th> <th>PÁGINA</th> <th>COMUN</th> <th>CSC</th> <th>CROSS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Windows XP Professional</td> <td>13</td> <td></td> <td>x</td> <td>x</td> </tr> <tr> <td>Windows 7 Professional</td> <td>18</td> <td>x</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table> </div> </div>	SISTEMA OPERATIVO	PÁGINA	COMUN	CSC	CROSS	Windows XP Professional	13		x	x	Windows 7 Professional	18	x			<div style="background-color: yellow; padding: 5px; display: flex; align-items: center; justify-content: center;"> <span style="font-size: 24px; font-weight: bold; margin-right: 10px;">2</span> <div style="background-color: white; padding: 5px; border: 1px solid black;"> <p style="margin: 0; font-size: 8px;"><b>LISTA DE SISTEMAS OPERATIVOS POR USUARIO:</b></p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; font-size: 8px;"> <thead> <tr> <th>SISTEMA OPERATIVO</th> <th>PÁGINA</th> <th>COMUN</th> <th>CSC</th> <th>CROSS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Windows XP Professional</td> <td>19</td> <td></td> <td>x</td> <td>x</td> </tr> <tr> <td>Windows 7 Professional</td> <td>23</td> <td>x</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table> </div> </div>	SISTEMA OPERATIVO	PÁGINA	COMUN	CSC	CROSS	Windows XP Professional	19		x	x	Windows 7 Professional	23	x		
SISTEMA OPERATIVO	PÁGINA	COMUN	CSC	CROSS																											
Windows XP Professional	13		x	x																											
Windows 7 Professional	18	x																													
SISTEMA OPERATIVO	PÁGINA	COMUN	CSC	CROSS																											
Windows XP Professional	19		x	x																											
Windows 7 Professional	23	x																													
<div style="background-color: yellow; padding: 5px; display: flex; align-items: center; justify-content: center;"> <span style="font-size: 24px; font-weight: bold; margin-right: 10px;">3</span> <div style="background-color: white; padding: 5px; border: 1px solid black;"> <p style="margin: 0; font-size: 8px;">14</p> <p style="margin: 0; font-weight: bold; font-size: 12px;">UNO</p> <p style="margin: 0; font-size: 8px;">Guía de Soporte Técnico</p> </div> </div>	<div style="background-color: yellow; padding: 5px; display: flex; align-items: center; justify-content: center;"> <span style="font-size: 24px; font-weight: bold; margin-right: 10px;">3</span> <div style="background-color: white; padding: 5px; border: 1px solid black;"> <p style="margin: 0; font-size: 8px;">18</p> <p style="margin: 0; font-weight: bold; font-size: 12px;">UNO</p> <p style="margin: 0; font-size: 8px;">Guía de Soporte Técnico</p> </div> </div>																														

Cambio de fotografías debido a baja resolución, cambio de color en textos y numeración, y modificación en la numeración del pequeño índice.

1) Las imágenes utilizadas al principio de cada sección de la guía de soporte, no contaban con suficiente resolución para adecuada impresión. Por esta razón, se utilizaron fotografías con mejor calidad; manteniendo siempre el sentido que se había plasmado al principio.

2) De igual manera, el color blanco del texto sobre las planchas de color amarillo, fue cambiado a color negro para su fácil visualización y lectura.

Por último, debido a las adiciones de hojas a la guía, se modificó la numeración de las páginas colocadas en el mini índice de la sección.

**Numeración de la página modificada: ANTES: 14 - 22 | DESPUÉS: 18 - 26**

## 8.4.6 Cambio #6:

ANTES



**Software:**

Herramientas / Aplicaciones que se utilizan día a día para llevar a cabo las actividades de la empresa. Este será instalado dependiendo del área del usuario. Cualquier otro software fuera de listado deberá ser respaldado y autorizado por el jefe inmediato de la persona que lo requiere.

**LISTA DE SOFTWARE POR USUARIO:**

SOFTWARE	PÁGINA	COMUN	CSC	CROSS
Antivirus Trend Micro	22	x	x	x
Microsoft Office	24		x	
Instant Messenger Spark	26	x		x
ISA Server	27	x	x	x
Yunlive Client	28		x	x
Real VCN	30	x	x	x
Internet Explorer 8	33	x	x	x
Microsoft Office 2010	35	x	x	x
Configuración Correo Electrónico	37	x	x	x
JDE A3400	40	x	x	x

DESPUÉS



**Software:**

Herramientas / Aplicaciones que se utilizan día a día para llevar a cabo las actividades de la empresa. Este será instalado dependiendo del área del usuario. Cualquier otro software fuera del listado deberá ser respaldado y autorizado por el jefe inmediato de la persona que lo requiere.

**LISTA DE SOFTWARE POR USUARIO:**

SOFTWARE	PÁGINA	COMUN	CSC	CROSS
Antivirus Trend Micro	29	x	x	x
Microsoft Office	31		x	
Instant Messenger Spark	32	x		x
ISA Server	33	x	x	x
Yunlive Client	34		x	x
Real VCN	36	x	x	x
Internet Explorer 8	39	x	x	x
Microsoft Office 2010	41	x	x	x
Configuración Correo Electrónico	43	x	x	x
JDE A3400	46	x	x	x

24

UNO

Guía de Soporte Técnico

28

UNO

Guía de Soporte Técnico

Cambio de fotografías debido a baja resolución y modificación en la numeración del pequeño índice.

1) Las imágenes utilizadas al principio de cada sección de la guía de soporte, no contaban con suficiente resolución para adecuada impresión. Por esta razón, se utilizaron fotografías con mejor calidad; manteniendo siempre el sentido que se había plasmado al principio.

Asimismo, debido a las adiciones de hojas a la guía, se modificó la numeración de las páginas colocadas en el mini índice de la sección.

**Numeración de la página modificada: ANTES: 24 | DESPUÉS: 28**

## 8.4.7 Cambio #7:

ANTES



**Issues:**

Como una de las principales labores del técnico de soporte, se encuentra la capacidad de respuesta ante cualquier tipo de problema. El técnico debe de poseer todo el conocimiento posible para dar solución a problemas de nivel hardware o software, por lo que este apartado supone recolectar algunos de los problemas más frecuentes de modo que estos puedan ser solucionados de una misma manera y en el menor tiempo posible.

DESPUÉS



**Issues:**

Como una de las principales labores del técnico de soporte, se encuentra la capacidad de respuesta ante cualquier tipo de problema. El técnico debe de poseer todo el conocimiento posible para dar solución a problemas de nivel hardware o software, por lo que este apartado supone recolectar algunos de los problemas más frecuentes de modo que estos puedan ser solucionados de una misma manera y en el menor tiempo posible.

48

UNO

Guía de Soporte Técnico

52

UNO

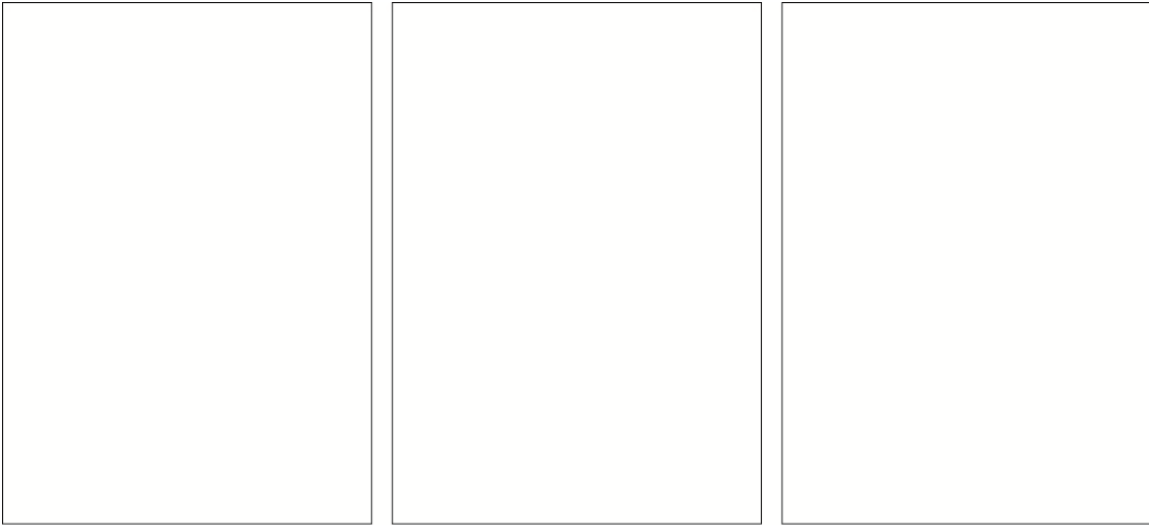
Guía de Soporte Técnico

Cambio de fotografías debido a baja resolución.

Las imágenes utilizadas al principio de cada sección de la guía de soporte, no contaban con suficiente resolución para adecuada impresión. Por esta razón, se utilizaron fotografías con mejor calidad; manteniendo siempre el sentido que se había plasmado al principio.

**Numeración de la página modificada:** ANTES: 48 | DESPUÉS: 52

#### 8.4.8 Cambio #8:



En base a la adición de las hojas extra para las páginas de cortesía, al finalizar la guía se añadieron las mismas hojas en blanco para no terminar la guía de manera repentina y brusca.

Más que un cambio, fue una adición al contenido anteriormente presentado.

**Numeración de la página modificada:** 61 - 63

# **CAPÍTULO IX**

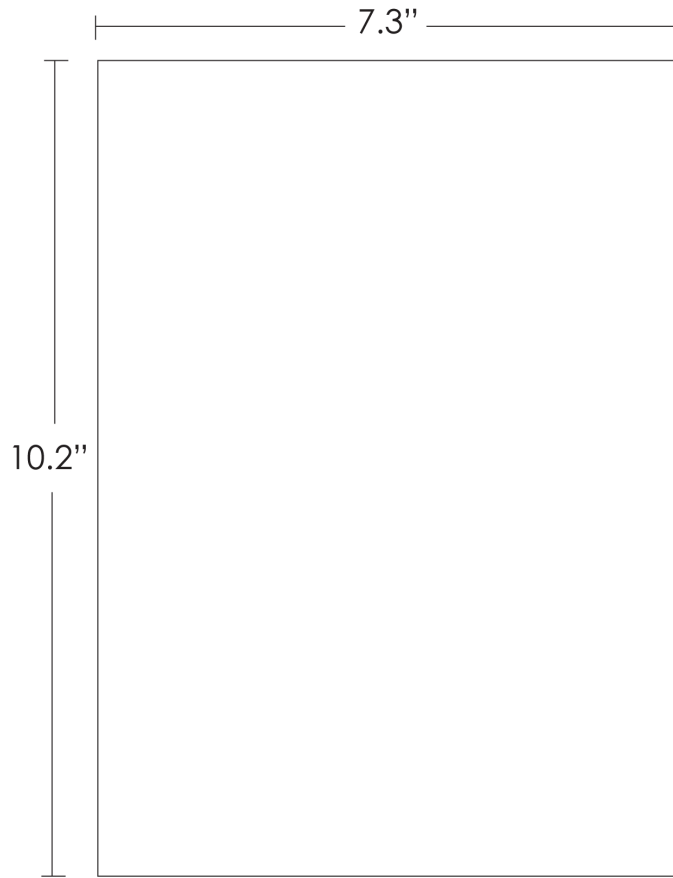
Propuesta Gráfica Final

## CAPÍTULO IX: PROPUESTA GRÁFICA FINAL

Habiendo justificado los cambios y observaciones realizadas por los diferentes integrantes de cada grupo, se procedió a colocar todas las páginas que componen la guía de soporte:



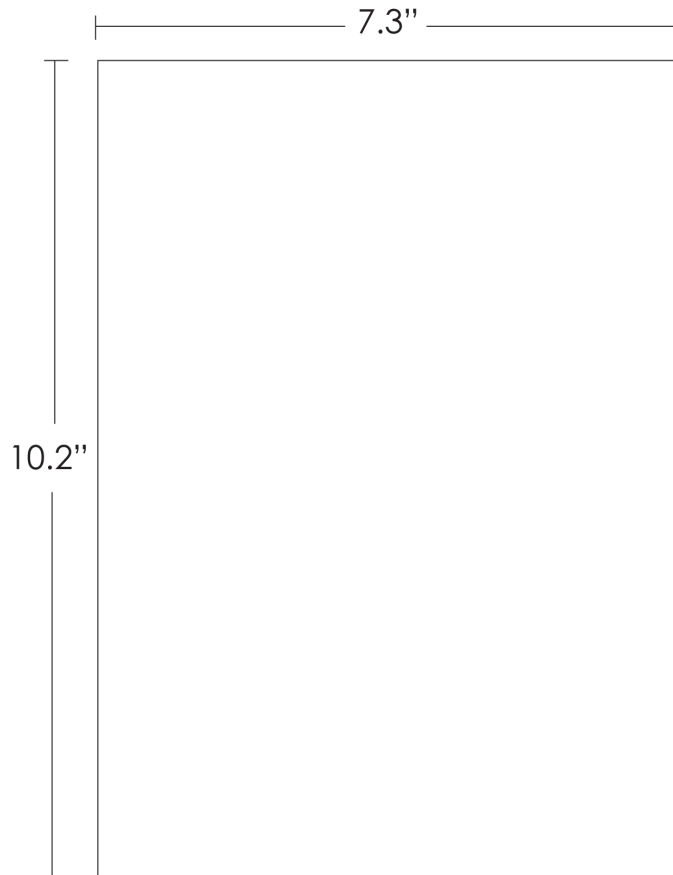
- Material impreso a Full Color
- Portada y contraportada con PVC de 1mm para efecto de portada dura.
- Hojas unidas con espiral.
- Medidas 7.3"x10.2"



**Página 02**  
En blanco - Portada



**Página 03**  
Página de cortesía



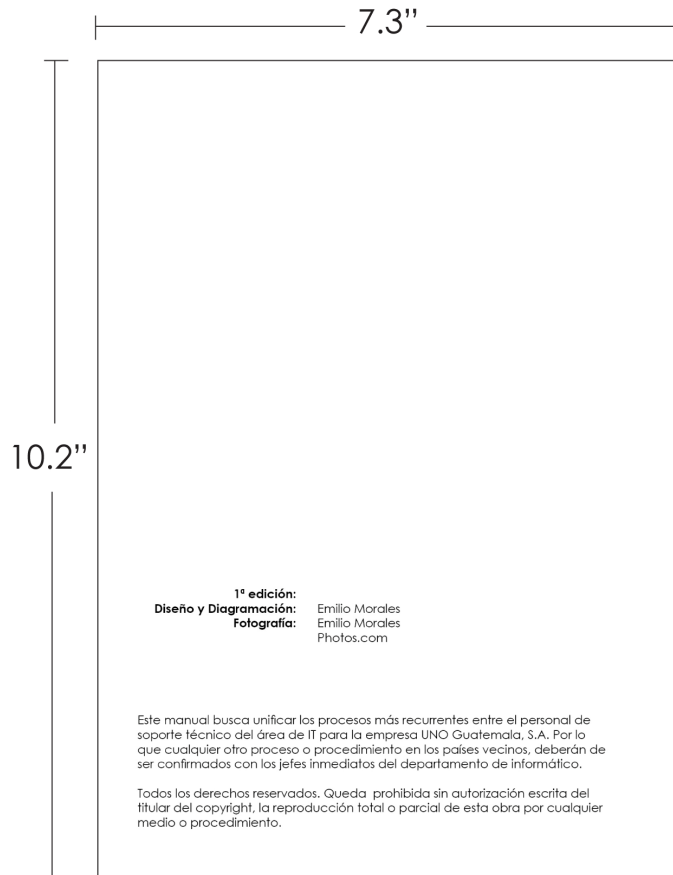
**Página 04**  
En blanco de cortesía



**Página 05**  
Portada B/N







7.3"

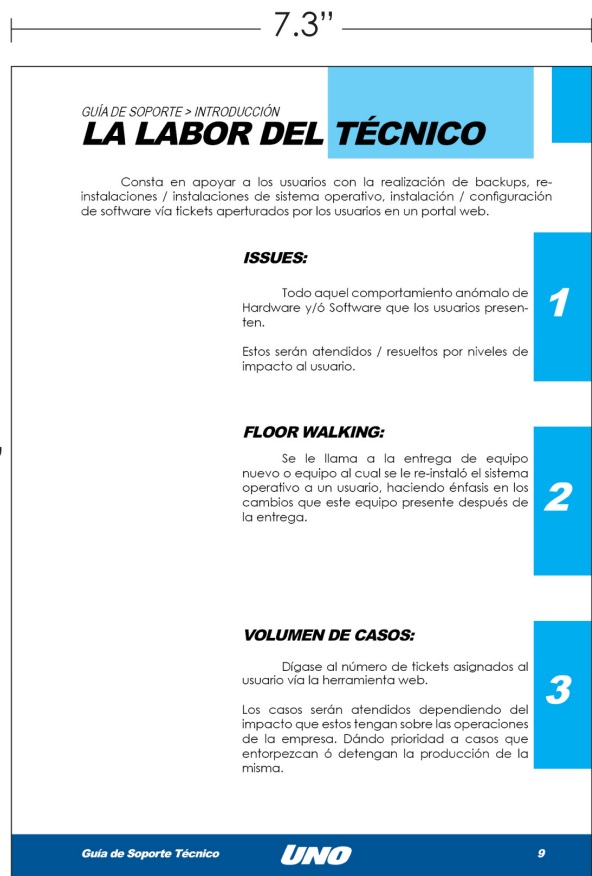
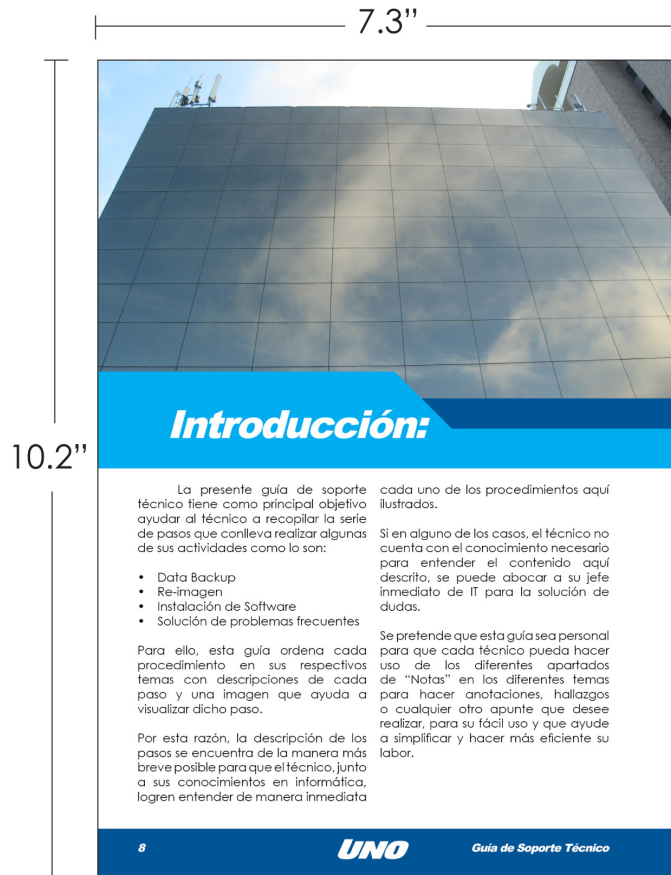
**ÍNDICE:**

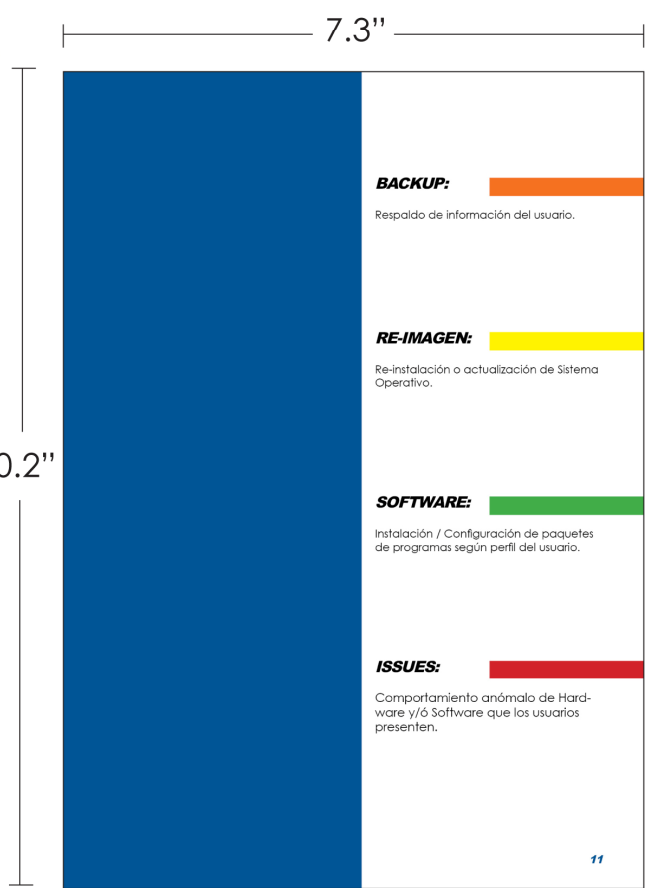
<b>TEMA</b>	<b>PÁGINA</b>
Introducción	8
La Labor del Técnico	9
<b>Guía de Soporte Técnico UNO</b>	<b>10</b>
<b>Data Backup</b>	<b>12</b>
Windows XP	13
Windows 7	15
Notas	17
<b>Re-Imagen</b>	<b>18</b>
Windows XP	19
Windows XP - Dominio	22
Windows 7	23
Windows 7 - Dominio	26
Notas	27
<b>Software</b>	<b>28</b>
Antivirus Trend Micro	29
SCX Phone6	30
Messenger Spark	32
ISA Server	33
Vanlive Client	34
Real VCN	36
Internet Explorer 8	39
Microsoft Office 2010	41
Correo Electrónico	43
JDE AS400	46
Notas	51
<b>Issues</b>	<b>52</b>
Outlook	53
JDE AS400	56
MS Office	58
Notas	59

10.2"

7.3"

*Guía de Soporte Técnico* **UNO** 7





7.3"



10.2"

## Data Backup:

Actividad en la cual el usuario y/o técnico de soporte salvaguardan la información almacenada en el disco duro del equipo, con el fin de evitar la pérdida de la misma y tener un respaldo en caso de fallo en el disco duro de la máquina del usuario.

Este proceso puede ser semanal, mensual y/o anual. Esto dependerá completamente del usuario.

La información será salvaguardada en unidades externas asignadas al jefe de cada área, siendo esta responsabilidad del mismo.

12 **UNO** Guía de Soporte Técnico

**Página 12**

**Sección - Data Backup**

**Página 13**

**Sección - Data Backup**

10.2"

7.3"

GUÍA DE SOPORTE > DATA BACKUP

**WINDOWS XP**

**Versión a instalar:**  
Windows XP Professional  
32-Bits - Idioma: ENU

Tomar en cuenta las siguientes carpetas: APPS, Outlook (PST/Personal Folders), Escritorio/Desktop y My Documents.



Click START > My Computer.

**1**



Respalda la carpeta ubicada en:  
Local Disk C: > APPS.

**2**



Respalda las carpetas ubicadas en:  
Local Disk C: > Document and Settings > Carpeta con nombre de usuario > Desktop & My Documents.

**3**

Guía de Soporte Técnico **UNO** 13


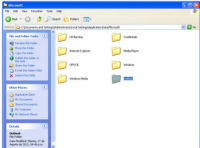
7.3"

GUÍA DE SOPORTE > DATA BACKUP  
**WINDOWS XP**

*Versión a instalar:*  
Windows XP Professional  
32-Bits - Idioma: ENU

**4** Para la búsqueda de los Personal Folders (PSTs) habilitar la búsqueda de carpetas ocultas y dirijirse a:  
Local Disk C: > Document and Settings > Carpeta con nombre de usuario > Local Settings > Application Data > Microsoft.

**5** Respalidar la carpeta con el nombre "Outlook" (Cersiorarse que la carpeta contenga archivos con extensión .pst).

10.2"

**14** **UNO** Guía de Soporte Técnico

**Página 14**

**Sección - Data Backup**

**Página 15**

**Sección - Data Backup**

10.2"

7.3"

GUÍA DE SOPORTE > DATA BACKUP  
**WINDOWS 7**

*Versión a instalar:*  
Windows 7 Professional  
32 a 64-Bits - Idioma: ESP

Tomar en cuenta las siguientes carpetas: APPS, Outlook (PST/Personal Folders), Escritorio/Desktop y My Documents.

Click START > Equipo. **1**

Respalidar la carpeta ubicada en:  
Disco Local C: > APPS **2**

Respalidar las carpetas ubicadas en:  
Disco Local C: > Usuarios > Carpeta con nombre del usuario > escritorio & Mis Documentos. **3**





10.2"

**15** **UNO** Guía de Soporte Técnico



7.3"



**Re-Imagen:**

Instalación / Re-instalación de sistema operativo en la máquina del usuario, sea para corregir un error o para realizar un upgrade. Dependiendo del área, así será el sistema operativo a utilizar.

**LISTA DE SISTEMAS OPERATIVOS POR USUARIO:**

SISTEMA OPERATIVO	PÁGINA	COMUN	CSC	CROSS
Windows XP Professional	19		x	x
Windows 7 Professional	23	x		

10.2"

**18** **UNO** Guía de Soporte Técnico

**Página 18**

**Sección - Re-Imagen**

**Página 19**

**Sección - Re-Imagen**

10.2"

7.3"

**GUÍA DE SOPORTE > RE-IMAGEN**  
**WINDOWS XP**

**Versión a instalar:**  
Windows XP Professional  
32-Bits - Idioma: ENU

El S.O Windows XP Professional será utilizado para los perfiles de: Agentes de Call Center (CSC) y Coordinadores de Flota (CROSS).

**Windows XP Professional Setup**

Windows XP Setup.  
This section of the Setup process prepares Windows XP.  
Click on the next button to continue.

- To set up Windows XP from scratch (NEW).
- To upgrade Windows XP (installation only).
- To set up Windows XP on a computer that has Windows XP already installed.

Click on the next button to continue.

**Windows XP Professional Setup**

A new partition for Windows XP has been created on drive C: and is now ready to be formatted.  
This partition will now be formatted.  
Click on the next button to continue. For more information, see the help file (F1) or the online help (F1).

Click on the next button to continue.

**Windows XP Professional Setup**

Please wait while Setup formats the partition.  
C: Partition (New) (32-bit) (ENU) (XP Pro)  
© 2005 Microsoft Corporation. All rights reserved.

Setup is Formatting...

Arrancar desde el CD de instalación e indicar que requerimos una nueva instalación de Windows XP.

Si el usuario ya contaba con Windows XP, eliminar todas las particiones e instalar una copia fresca.

**1**

Seleccionamos el formato NTFS (Quick) para la instalación del sistema operativo.

**2**

Esperar a la conclusión del proceso automático.

En caso de falla o mensaje de error, volver al paso #1 o verificar el estado del disco de instalación (rayones, grumos y/o daño físico) y la unidad de CD/DVD instalada en la máquina.

**3**


**19** **UNO** Guía de Soporte Técnico

7.3"

GUÍA DE SOPORTE > RE-IMAGEN  
**WINDOWS XP**

**Versión a instalar:**  
Windows XP Professional  
32-Bits - Idioma: ENU

**4** El equipo se re-iniciará una vez y levantará la ventana a continuación:



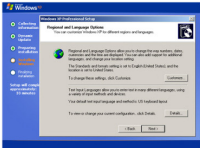
**5** En el apartado "Customize" seleccionaremos lo siguiente:

- **Language:** Spanish (Guatemala)
- **Location:** Guatemala

En el apartado "Details" seleccionaremos lo siguiente:

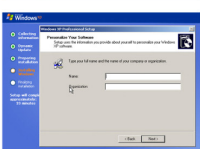
- **Keyboard:** Spanish (Guatemala)

Dar click en NEXT.




**6** Colocar en los siguientes campos:

- **Name:** GTM-D/L-????
- **D:** Si el equipo es de escritorio (Desktop).
- **L:** Si el equipo es portátil (Laptop).
- **????:** Serie lógica brindada por personal de IT.
- **Organization:** UNO



**7** Luego de dar click en NEXT, se preguntará el tipo de conexión al dominio, dejamos indicado que será un **WORKGROUP**.

Esto, si el equipo lo requiere. En su mayoría este paso es omitido por el propio Windows.



20 **UNO** Guía de Soporte Técnico

**Página 20**

**Sección - Re-Imagen**

**Página 21**

**Sección - Re-Imagen**


10.2"

7.3"

GUÍA DE SOPORTE > RE-IMAGEN  
**WINDOWS XP**

**Versión a instalar:**  
Windows XP Professional  
32-Bits - Idioma: ENU

**8** El equipo se re-iniciará por segunda vez. Luego de unos minutos, aparecerá esta pantalla:

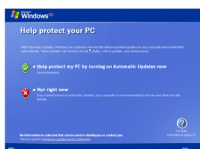


Dar click en NEXT.

**9** Seleccionar:

**Help protect my PC by turning on Automatic Updates now.**


Click en NEXT.



**10** Colocar en los siguientes campos:

- **Your Name:** YOUREYESONLY


Dar click en NEXT.



**11** Windows XP Professional se ha instalado exitosamente.

Proceder a la instalación de drivers/controladores según modelo.

Remover el CD de instalación del S.O de la unidad CD/DVD.



Guía de Soporte Técnico **UNO** 21



7.3"

GUÍA DE SOPORTE > RE-IMAGEN  
**WINDOWS XP** **DOMINIO**

**1** Click START > My Computer > Click derecho > Properties.

**2** Seleccionar la viñeta "Computer Name" y dar click en el botón "Change".

**3** Colocar en el siguiente campo:  
• **Domain:** UNOTERRA.COM  
Dar click en MORE.

**4** Colocar en los siguientes campos:  
• **Primary DNS suffix of this computer:** UNOTERRA.COM  
Habilitar la opción "Change primary DNS suffix when domain membership changes".  
Aceptar cambios realizados.

22 **UNO** Guía de Soporte Técnico

**Página 22**

**Sección - Re-Imagen**

**Página 23**

**Sección - Re-Imagen**

7.3"

GUÍA DE SOPORTE > RE-IMAGEN  
**WINDOWS 7** **Versión a instalar:**  
Windows 7 Professional  
32 a 64-Bits - Idioma: ESP

El S.O Windows 7 Professional será utilizado para perfiles de usuario común, excluyendo a los usuarios del Call Center (CSC) y Coordinadores de Flota (CROSS).

**1** Arrancar desde el CD de instalación.

**2** Colocar en los siguientes campos:  
• **Idioma que va a instalar:** Español  
• **Formato de hora y moneda:** Español (Guatemala)  
• **Teclado o método de entrada:** Español (Guatemala)

**3** Seleccionar la partición donde se instalará el S.O.  
Dar click en SIGUIENTE.

23 **UNO** Guía de Soporte Técnico

7.3"

Versión a instalar:  
Windows 7 Professional  
32 a 64-Bits - Idioma: ESP

**GUÍA DE SOPORTE > RE-IMAGEN**  
**WINDOWS 7**

**4** Esperar a la conclusión del proceso automático.  
En caso de falla ó mensaje de error, volver al paso #1 o verificar el estado del disco de instalación (rayones, grumos y/ó daño físico) y la unidad de CD/DVD instalada en la máquina.

**5** El equipo se re-iniciará una vez y levantará la ventana a continuación:

**6** Rellenar en los siguientes campos:  
• **Nombre de Usuario:** YOUREYESONLY  
• **Nombre de Equipo:** GTM-D/L-????  
D: Si el equipo es de escritorio (Desktop).  
L: Si el equipo es portátil (Laptop).  
????: Serie lógica brindada por personal de IT.

La contraseña a colocar será YOUREYESONLY-A

**7** Dar click en SIGUIENTE.

24 **UNO** Guía de Soporte Técnico

**Página 24**

**Sección - Re-Imagen**

**Página 25**

**Sección - Re-Imagen**

7.3"

Versión a instalar:  
Windows 7 Professional  
32 a 64-Bits - Idioma: ESP

**GUÍA DE SOPORTE > RE-IMAGEN**  
**WINDOWS 7**

Seleccionar de la lista:  
• **Zona horaria:** Centro América

Dar click en SIGUIENTE.

**8**

El tipo de red a utilizar será una "Red de Trabajo".

**9**

Permitir que Windows concluya con la instalación automática.

**10**

Windows 7 Professional se ha instalado exitosamente.

Proceder a la instalación de drivers/controladores según modelo.

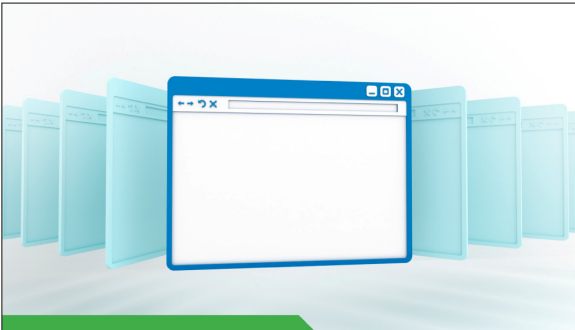
**11**

Remover el CD de instalación del S.O de la unidad CD/DVD.

25 **UNO** Guía de Soporte Técnico



7.3"



**Software:**

Herramientas / Aplicaciones que se utilizan día a día para llevar a cabo las actividades de la empresa. Este será instalado dependiendo del área del usuario. Cualquier otro software fuera del listado deberá ser respaldado y autorizado por el jefe inmediato de la persona que lo requiera.

**LISTA DE SOFTWARE POR USUARIO:**

SOFTWARE	PÁGINA	COMUN	CSC	CROSS
Antivirus Trend Micro	29	x	x	x
3CX Phone6	30		x	
Instant Messenger Spark	32	x		x
ISA Server	33	x	x	x
Vantive Client	34		x	x
Real VCN	36	x	x	x
Internet Explorer 8	39	x	x	x
Microsoft Office 2010	41	x	x	x
Configuración Correo Electrónico	43	x	x	x
JDE AS400	46	x	x	x

29 **UNO** Guía de Soporte Técnico

10.2"

**Página 28**

**Sección - Software**

**Página 29**

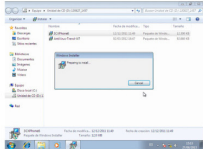
**Sección - Software**

10.2"

7.3"

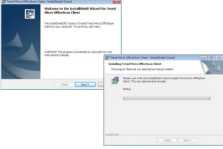
GUÍA DE SOPORTE > SOFTWARE **ANTIVIRUS TREND MICRO**

Software de protección de equipo contra virus informático.



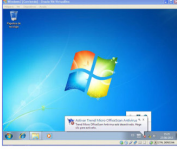
Doble click al instalador de Trend Micro y esperar a la carga del software.

1



Seguir el Wizard de instalación.

2



Serriorarse que se despliegue el icono de Trend Micro en la barra de tareas.

3

Guía de Soporte Técnico **UNO** 29

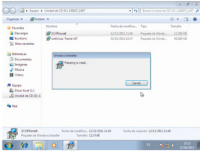
7.3"

3CX

**GUÍA DE SOPORTE > SOFTWARE**  
**INSTALACIÓN PHONE6**

Software para telefonía IP, utilizado por los agentes del Call Center (CSC).

**1** Doble click al instalador de 3CX Phone6 y esperar a la carga del software.



**2** Seguir el Wizard de instalación.



**3** Dar click en FINISH y proceder a la configuración de la extensión del teléfono.



30 **UNO** Guía de Soporte Técnico

10.2"

**Página 30**

**Sección - Software**

**Página 31**

**Sección - Software**


10.2"

7.3"

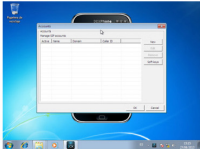
3CX

**GUÍA DE SOPORTE > SOFTWARE**  
**INSTALACIÓN PHONE6**

**4** Dar click en Create Profile.

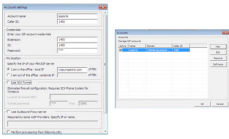


**5** Dar click en NEW para la creación de la extensión del agente.



**6** Rellenar los siguientes campos:

- **Account name:** Nombre del agente.
- **Caller ID:** Extensión del agente.
- **Extension:** Extensión del agente.
- **ID:** Extensión del agente.
- **Password:** Contraseña para la validación de la cuenta en la planta telefónica.
- **Im in the office - local IP:** voipunopetrol.com



31 **UNO** Guía de Soporte Técnico

7.3"

10.2"

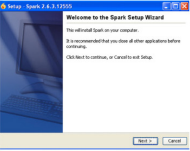
GUÍA DE SOPORTE > SOFTWARE
INSTANT MESSENGER

## INSTALACIÓN SPARK


Herramienta utilizada para la comunicación interna de la empresa, substituyendo la necesidad de herramientas como Skype.

- 1

Doble click al instalador de Spark y esperar a la carga del software.  
Seguir el Wizard de instalación.


- 2


Verificar que el icono de Spark aparezca en el escritorio del usuario.


- 3

Rellenar los siguientes campos:

  - **Username:** Nombre de usuario
  - **Password:** Contraseña de sesión
  - **Server:** unopetrol.com

Hacer click en la opción "login".



32
**UNO**
Guía de Soporte Técnico

## Página 32

### Sección - Software

## Página 33

### Sección - Software

7.3"

10.2"

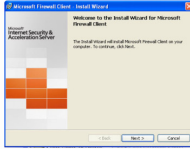
GUÍA DE SOPORTE > SOFTWARE
ISA

## INSTALACIÓN SERVER

Software encargado de la conexión y regulación del uso del Internet.

- 1

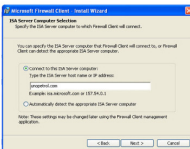
Doble click al instalador de ISA Server y esperar a la carga del software.  
Seguir el Wizard de instalación.


- 2

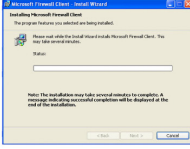
Rellenar los siguientes campos:

  - **Connect to this ISA Server computer:** unopetrol.com

Dar click en NEXT.


- 3

Dejar que el Wizard concluya la instalación automática.  
Verificar que el siguiente icono se encuentre en la barra de tareas:



Guía de Soporte Técnico
**UNO**
33

7.3"

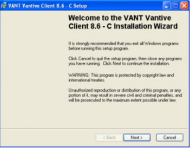
10.2"

**GUÍA DE SOPORTE > SOFTWARE** **VANTIVE**  
**INSTALACIÓN CLIENT**

Software encargado del seguimiento de casos abiertos por agentes del Call Center (CSC).

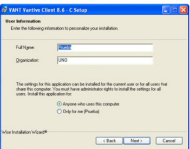
**1**

Doble click al instalador de VANT Vantive Client 8.6 y esperar a la carga del software.  
Seguir el Wizard de instalación.



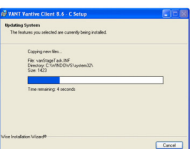
**2**

Continuar la instalación sin hacer cambios en ningún campo.  
Dar click en NEXT.



**3**

Dejar que concluya la instalación automática del software.



34 **UNO** Guía de Soporte Técnico

Página 34

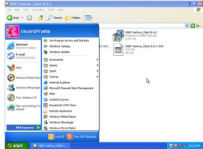
Sección - Software

Página 35

Sección - Software

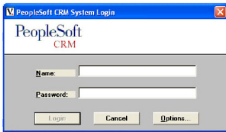
7.3"

**GUÍA DE SOPORTE > SOFTWARE** **VANTIVE**  
**INSTALACIÓN CLIENT**



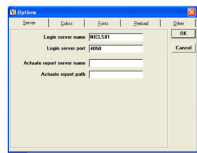
**4**

Una vez concluida la instalación. Vamos a:  
Click START > All Programs > PeopleSoft CRM Client



**5**

Dar click en botón OPTIONS.



**6**

Rellenar los siguientes campos:

- Login server name: NICLS01
- Login server port: 4050

Dar click en OK e indicar al agente que proceda a iniciar su sesión.

35 **UNO** Guía de Soporte Técnico

7.3"

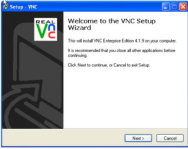
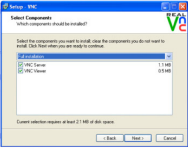
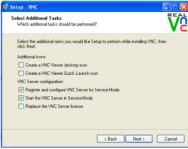
36

**UNO** Guía de Soporte Técnico

GUÍA DE SOPORTE > SOFTWARE **REAL VCN**

Software que permite la conexión remota a equipos de la red UNOTERRA.COM con el fin de brindar soporte a distancia.

- 1 Doble click al instalador de Real VCN y esperar a la carga del software.  
Seguir el Wizard de instalación.
- 2 Continuar la instalación sin hacer cambios en ningún campo.  
Dar click en NEXT.
- 3 Continuar la instalación sin hacer cambios en ningún campo y asegurarse que estas dos opciones estén marcadas:  
Dar click en NEXT.

10.2"

**Página 36**

**Sección - Software**

**Página 37**

**Sección - Software**

10.2"

7.3"

37

**UNO** Guía de Soporte Técnico

GUÍA DE SOPORTE > SOFTWARE **REAL VCN**

- 4 Dar click en botón CONFIGURE y proceder a colocar la contraseña con la cual usted tomará control de la máquina.  
Dar click en OK.
- 5 Permitir que concluya la instalación y en caso de la aparición de este mensaje, dar click en YES.
- 6 Proceder a dar permiso a la aplicación del Real VCN.  
Click START > Control Panel > Windows Security Center.
- 7 Seleccionar la opción Windows Firewall.







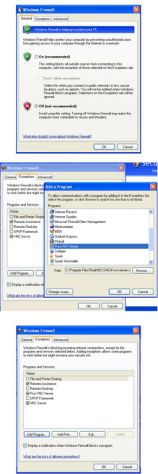

7.3"

GUÍA DE SOPORTE > SOFTWARE **REAL VCN**

**8** En la pestaña "General" colocaremos en estatus **Off (not Recommended)** el Firewall de Windows.  
Dar click en viñeta EXCEPTIONS.

**9** Click en Add Program > Real VNC Viewer.  
Dar click en OK.

**10** Serciorarse que aparezca en el listado, el software de **Run VNC Viewer**.  
Dar click en OK.



39 **UNO** Guía de Soporte Técnico

**Página 38**

**Sección - Software**

**Página 39**

**Sección - Software**

10.2"

7.3"

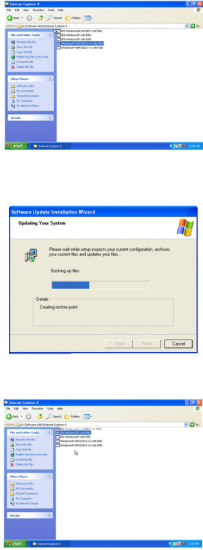
GUÍA DE SOPORTE > SOFTWARE **INTERNET EXPLORER 8**

Herramienta utilizada para el acceso a Internet y uso de herramientas como: **GuateFacturas & E1**. Esta instalación se llevará a cabo en equipo con S.O Windows XP Professional.

**1** Doble click en el parche de actualización de Windows XP

**2** Permitir que concluya la instalación del parche y re-iniciar el equipo una ves terminado.

**3** Con el parche instalado, proceder a la instalación del software.



Guía de Soporte Técnico **UNO** 39

7.3"

10.2"

**GUÍA DE SOPORTE > SOFTWARE**  
**INSTALACIÓN**

**INTERNET EXPLORER 8**

- 4

Seleccionar la opción "I do not want to participate right now".  
Dar click en NEXT.


- 5

Dar click en NEXT.


- 6

Permitir la instalación automática del software y reiniciar el equipo una vez esta concluya.



40
**UNO**
Guía de Soporte Técnico

Página 40

Sección - Software

Página 41

Sección - Software

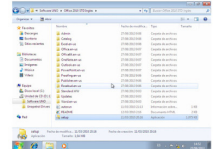
10.2"

7.3"

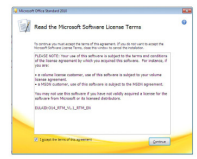
**GUÍA DE SOPORTE > SOFTWARE**  
**INSTALACIÓN**

**MICROSOFT OFFICE 2010**

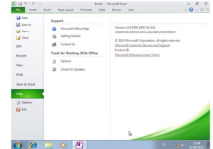
Paquete de software necesario para las labores diarias. Cuenta con Outlook, Excel, Word y Power Point.

- 

Doble click al instalador de Setup de Microsoft Office 2010 y esperar a la carga del software.  
Seguir el Wizard de instalación.

1
- 

Dar click en Continue y permitir que el software se instale de manera automática en la máquina.

2
- 

Una vez instalado el software, procederemos a abrir cualquier paquete y damos click en START > Help.

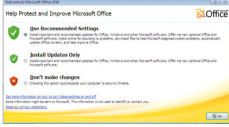
3

Guía de Soporte Técnico
**UNO**
41

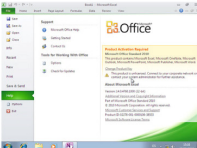
7.3"

GUÍA DE SOPORTE > SOFTWARE  
**INSTALACIÓN**      MICROSOFT  
**OFFICE 2010**

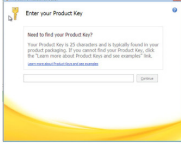
**4** Esperamos a que la siguiente pantalla aparezca. Y click en OK manteniendo la opción "Use Recommended Settings".  
Click en OK.



**5** Procedemos a dar click en "Change Product Key".



**6** Colocar la licencia del producto.



**7** Permitir que la licencia del producto sea hablada por Microsoft via el Internet.

42      **UNO**      Guía de Soporte Técnico

10.2"

**Página 42**

**Sección - Software**

**Página 43**

**Sección - Software**

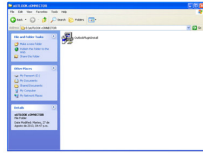
10.2"

7.3"

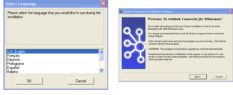
GUÍA DE SOPORTE > SOFTWARE      CORREO  
**CONFIGURACIÓN**      **ELECTRÓNICO**

Pasos a seguir para la configuración y uso del paquete Outlook de Microsoft Office 2010.

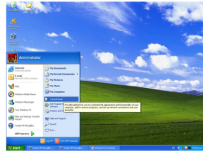
**1** Teniendo instalado MS Office 2010, doble click al instalador de Outlook Plugin Install y esperar a la carga del software.  
Seguir el Wizard de instalación.



**2** Seleccionamos el idioma U.S. English y dar click en OK.



**3** Una vez concluida la instalación:  
Click START > Control Panel > Mail.



Guía de Soporte Técnico      **UNO**      43

7.3"

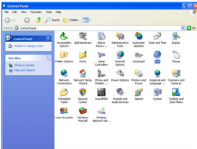
10.2"

GUÍA DE SOPORTE > SOFTWARE  
**CONFIGURACIÓN**


CORREO  
**ELECTRÓNICO**

- 4

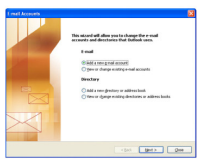
Doble click en ícono "Mail".


- 5

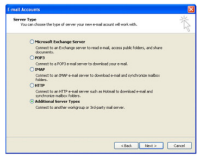
Click en botón "ADD".


- 6

Seleccionar la opción "Add a new e-mail account".  
Dar click en NEXT.


- 7

Seleccionar la opción "Additional Server Types".  
Dar click en NEXT.



44
**UNO**
Guía de Soporte Técnico

Página 44

Sección - Software

Página 45

Sección - Software

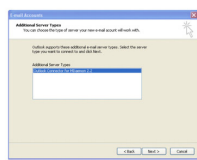
10.2"

7.3"

GUÍA DE SOPORTE > SOFTWARE  
**CONFIGURACIÓN**

CORREO  
**ELECTRÓNICO**

- 8



Marcamos la opción "Outlook Connector for MDAemon 2.2".  
Dar click en NEXT.
- 9



Rellenar los campos con los datos del usuario.  
Dar click en ACEPTAR.
- 10



Seccionarse que la cuenta haya sido creada y dar click en OK.
- 11



Para iniciar la sesión de correo electrónico Click START > E-mail.

Guía de Soporte Técnico
**UNO**
45

7.3"


GUÍA DE SOPORTE > SOFTWARE **JDE**  
**INSTALACIÓN AS400**

Software para llevar control contable de la empresa.

**1** Doble click al instalador de Setup de AS400 y esperar a la carga del software.  
Seguir el Wizard de instalación.



**2** Click en NEXT.



**3** Seleccionar la versión FULL.



46 **UNO** Guía de Soporte Técnico

**Página 46**

**Sección - Software**

**Página 47**


**Sección - Software**

10.2"

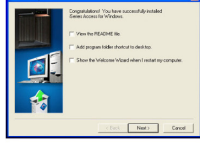
7.3"

GUÍA DE SOPORTE > SOFTWARE **JDE**  
**INSTALACIÓN AS400**

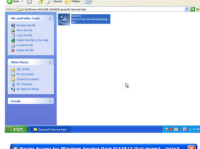
**4** Esperar a la instalación automática del software.



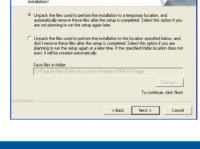
**5** Desmarcar todas las casillas y dar click en NEXT.



**6** Una vez instalado AS400 proceder a la instalación del Service Pack.



**7** Doble click al instalador de Express Service Pack 54 y esperar a la carga del software.  
Seguir el Wizard de instalación.



Guía de Soporte Técnico **UNO** 47

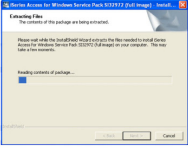
7.3"

10.2"

GUÍA DE SOPORTE > SOFTWARE
**INSTALACIÓN AS400**

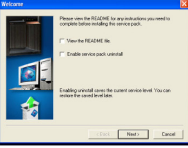
8

Permitir la instalación automática del software.



9

Desmarcar todas las casillas y dar click en NEXT.



10


Permitir la instalación automática del software.



11

Proceder a verificar la instalación y crear un acceso a la herramienta.

Click START > All Programs > IBM Series Access for Windows > Emulator > Start or Configure Session.



49
**UNO**
Guía de Soporte Técnico

Página 48

←
Sección - Software

Página 49

→
Sección - Software

7.3"

10.2"

GUÍA DE SOPORTE > SOFTWARE
**INSTALACIÓN AS400**

12

Click en botón START.



13

Click File > New.



14

Proceder a indicar la IP del servidor donde se encuentra instalada la aplicación del AS400.

Dar click en OK.



15

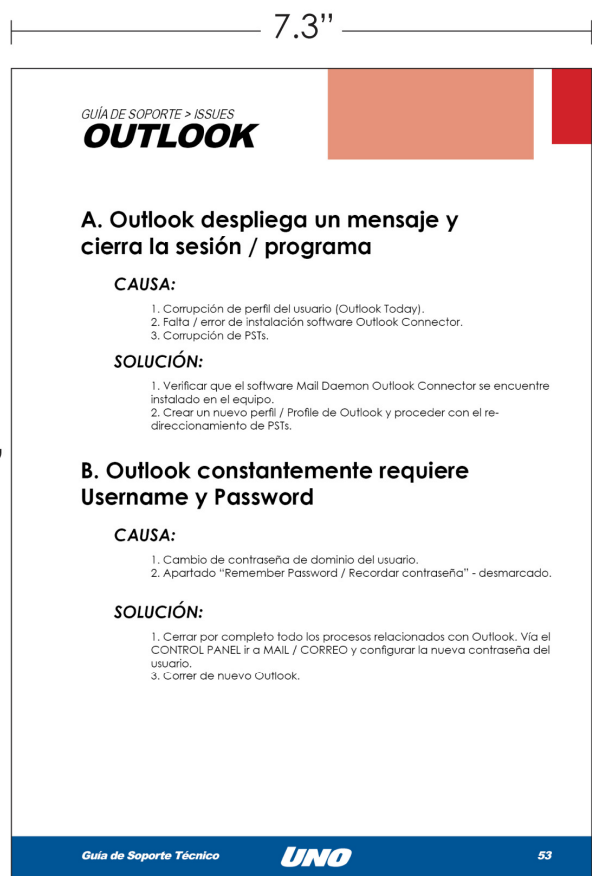
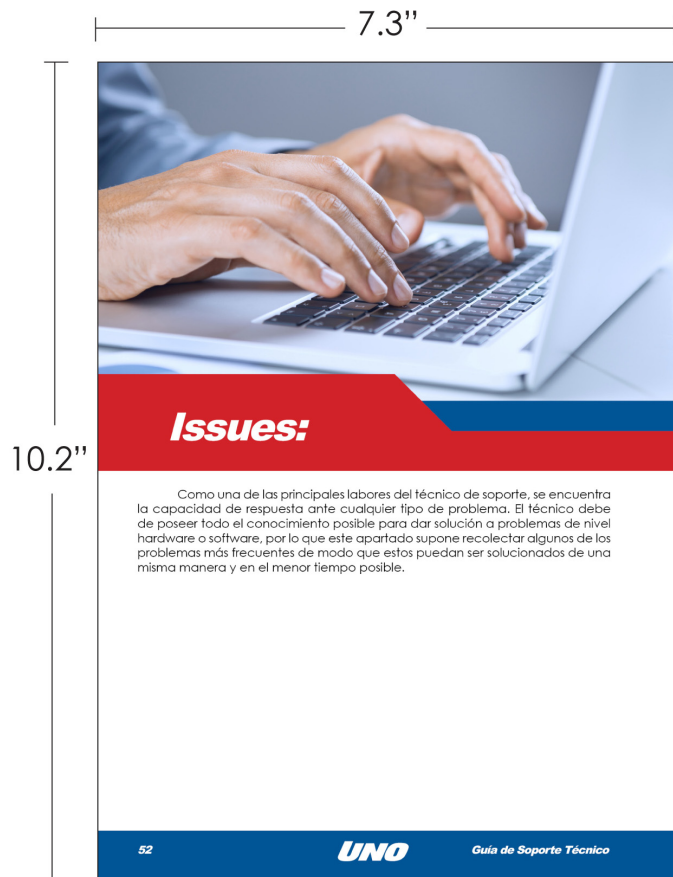
Marcar la opción "Prompt Every Time".

Dar click en OK.

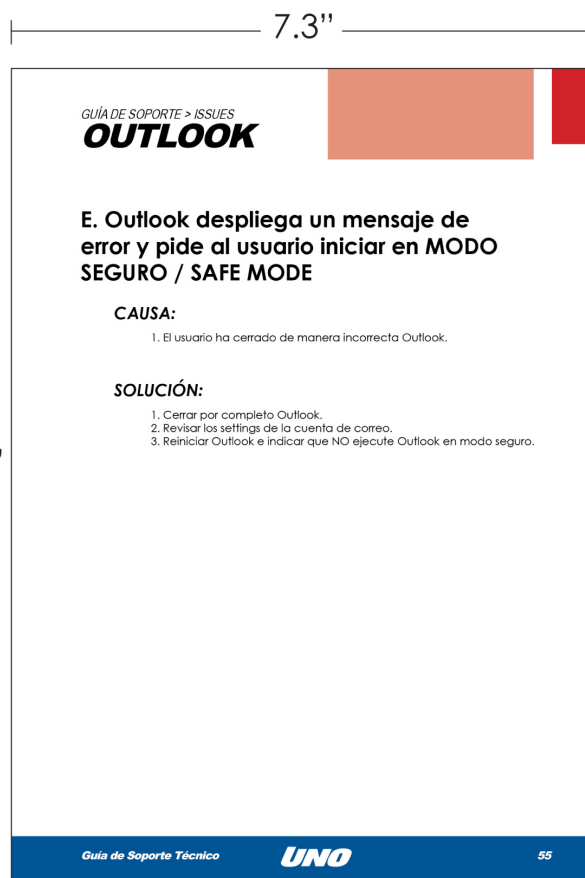
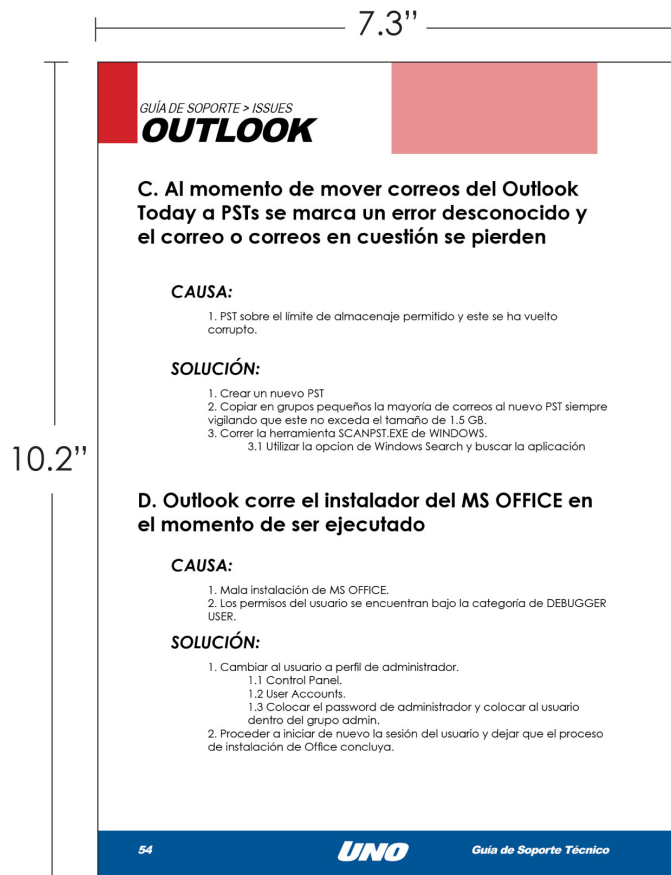


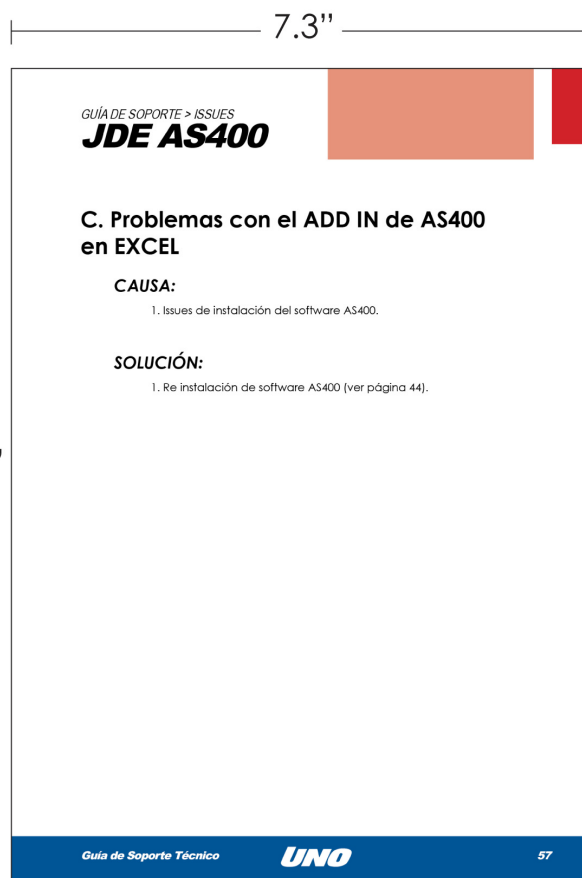
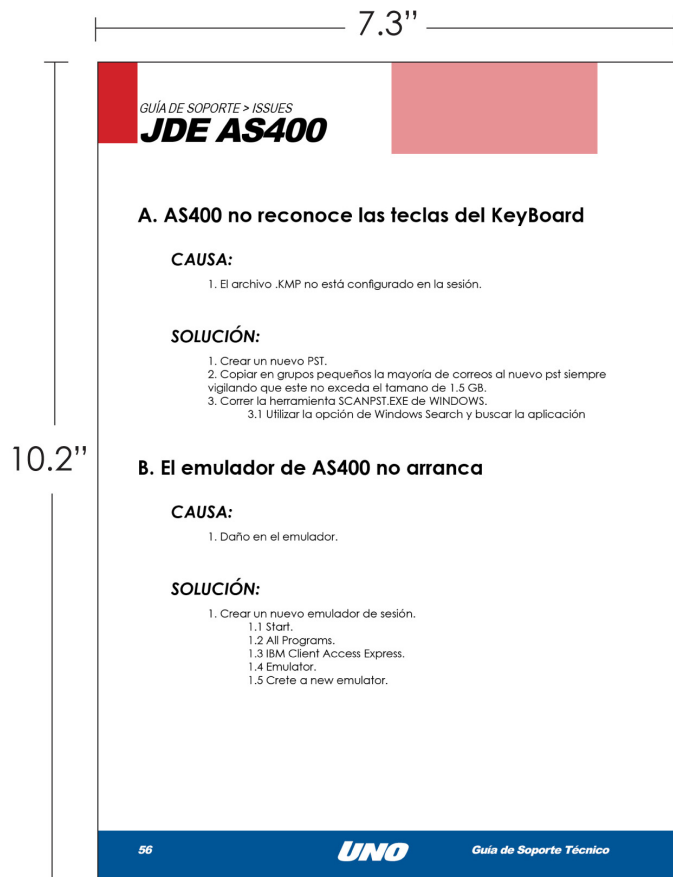
Guía de Soporte Técnico
**UNO**
49

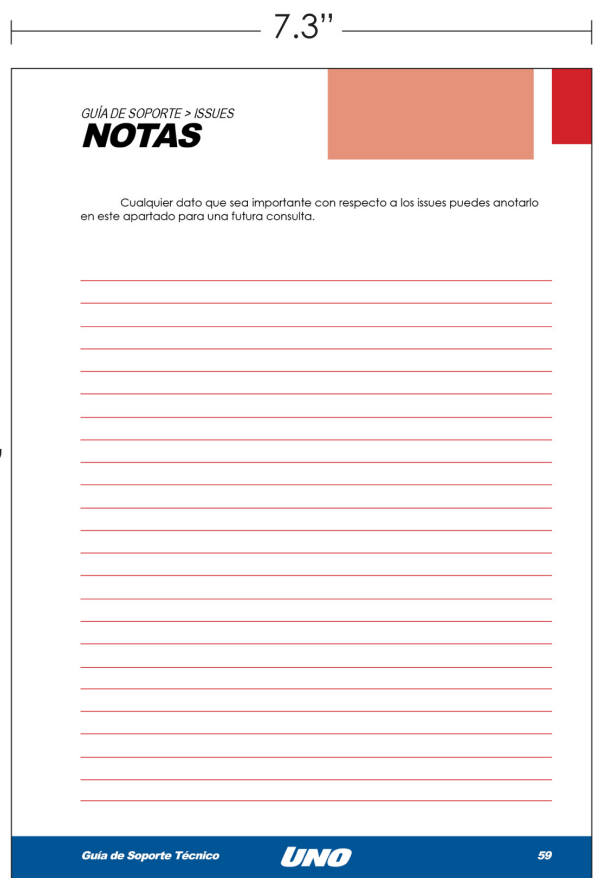
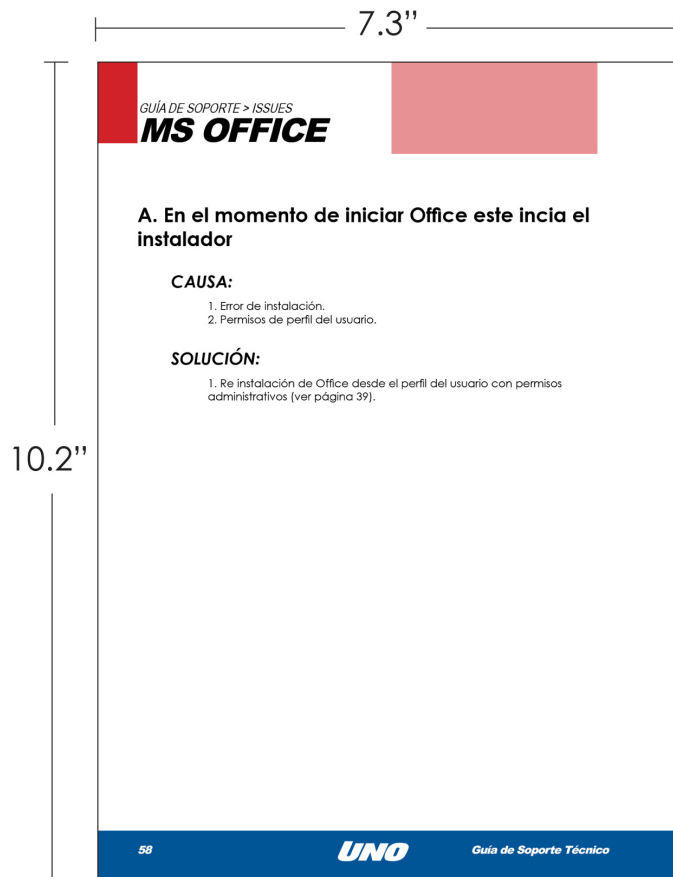


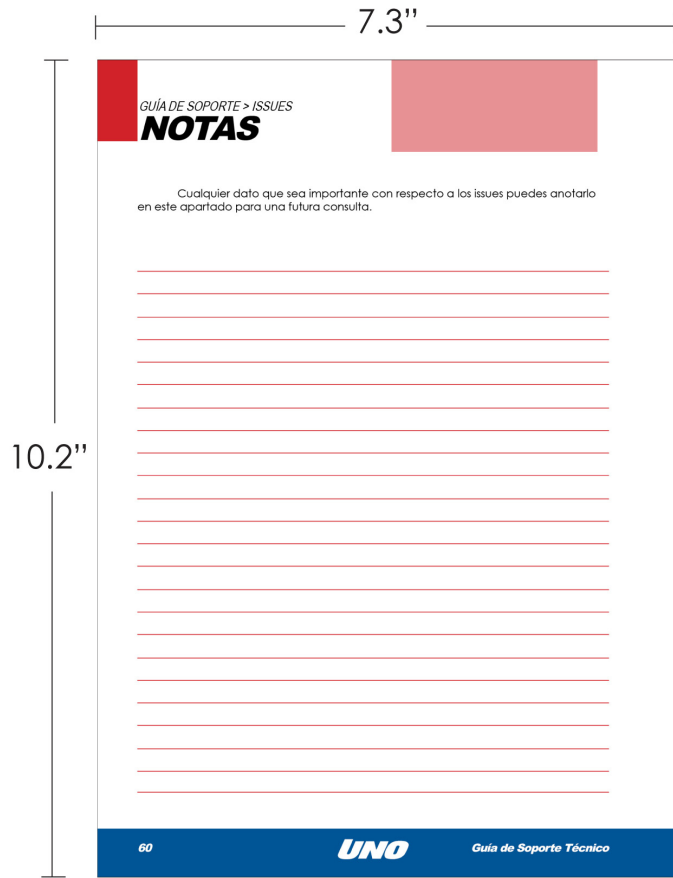






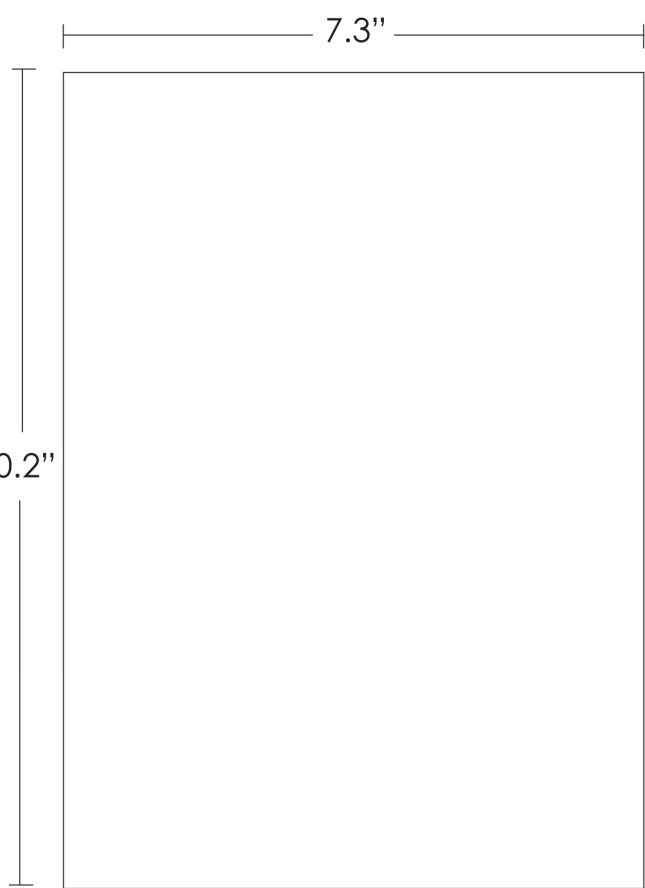


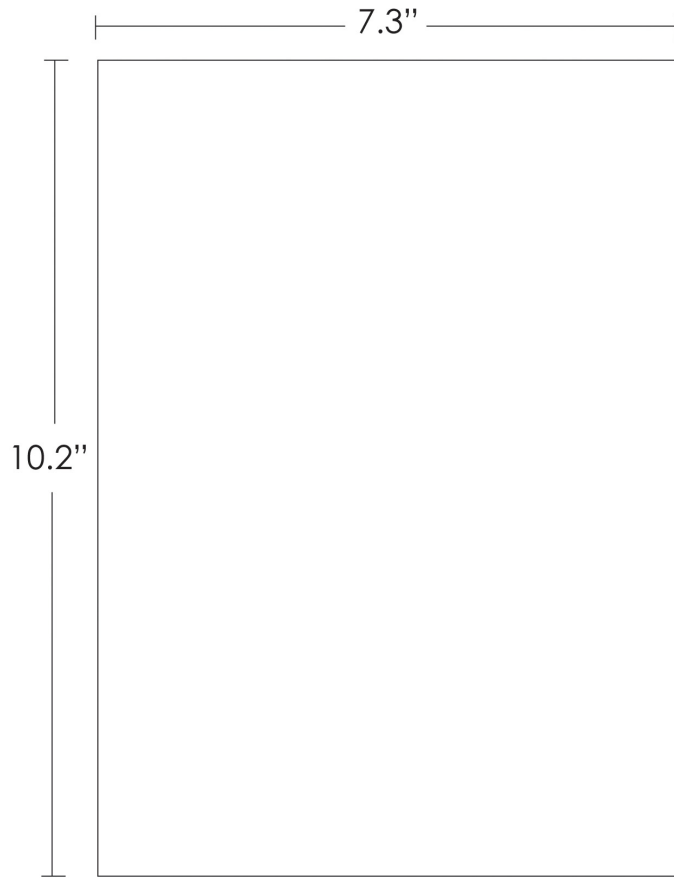




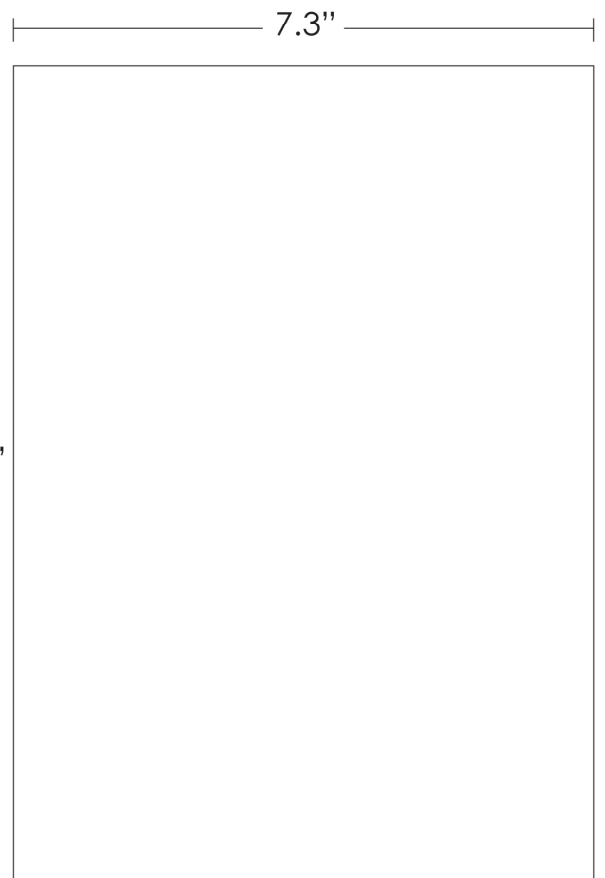
**Página 60**  
**Sección - Issues**

**Página 61**  
**En blanco**

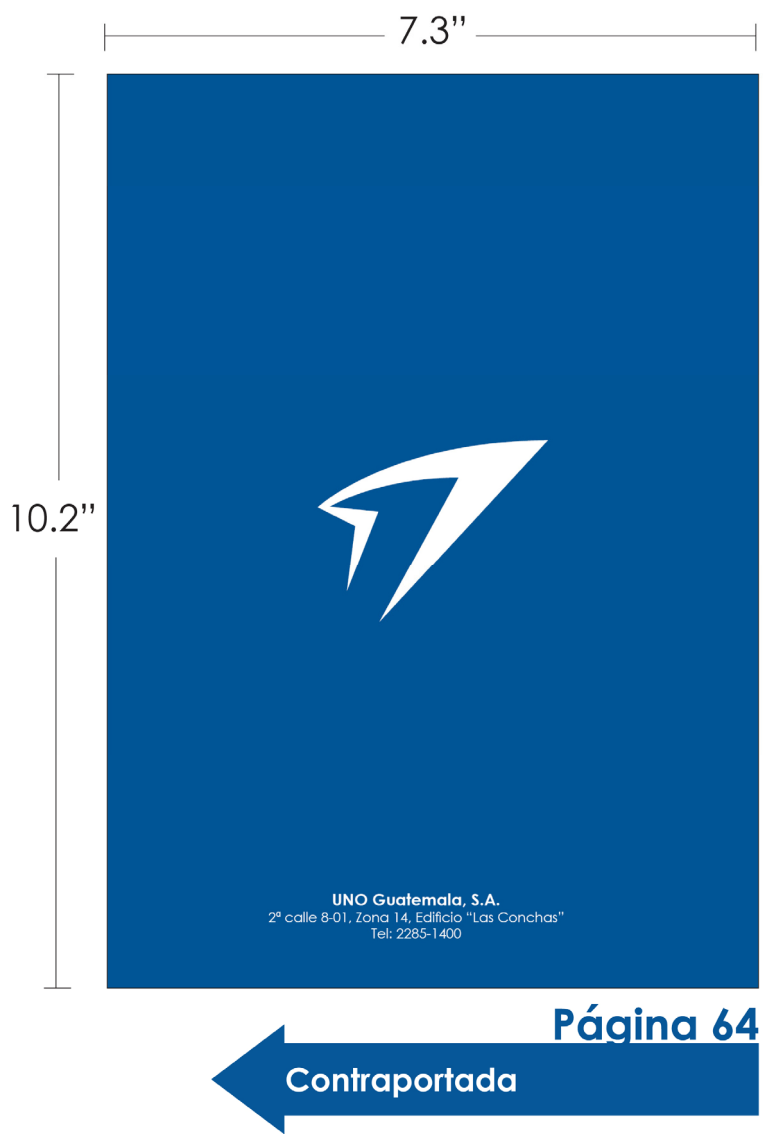




**Página 62**  
**En blanco**



**Página 63**  
**En blanco - Contraportada**



7.3"

10.2"

UNO Guatemala, S.A.  
2ª calle 8-01, Zona 14, Edificio "Las Conchas"  
Tel: 2285-1400

**Página 64**

**Contraportada**

# **CAPÍTULO X**

Producción, reproducción y  
distribución

## CAPÍTULO X: PRODUCCIÓN, REPRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

A continuación se detallarán todos los diferentes costos de producción de la guía de soporte, la reproducción y distribución de la misma:

### 10.1 Plan de costos de elaboración:

Para estimar el tiempo de elaboración de la Guía de Soporte, fue necesario exponer algunos puntos:

#### Plan de Costos de Elaboración

<b>Proceso creativo, elaboración de propuesta, recopilación de información, así como fotografías de la empresa:</b>	<b>De Abril a Septiembre</b>
Total de meses empleados en la realización de la Guía de Soporte Técnico	6 meses
Total de semanas empleadas en la realización de la Guía de Soporte Técnico	24 semanas
Total de días trabajados	120 días (5 días por semana)
Total de horas trabajadas	480 horas (4 horas diarias)
	Tomando en cuenta que un diseñador gráfico promedio tiene salario mensual de Q.6,000.00 según Agencias de Publicidad y empresas privadas que tienen su departamento de diseño gráfico, el pago del día de trabajo es de Q.200.00 y la hora tiene valor de Q. 25.00.
Precio por hora	Q.25.00
El costo de elaboración de la Guía de Soporte Técnico es de:	<b>480 horas trabajadas x Q.25.00 = Q.12,000.00</b>



## 10.2 Plan de costos de producción:

El proceso de producción incluye las siguientes actividades:

### Plan de Costos de Producción:

El proceso consistió en la digitalización de bocetos de artes finales, validación de la propuesta y realización de cambio para la propuesta final:	De Octubre, Noviembre y 2 semanas de Diciembre
Total de semanas trabajadas:	10 semanas trabajadas
Total de días trabajados:	50 días (5 días por semana)
Total de horas trabajadas:	250 horas (5 horas diarias)
El valor de la hora trabajada es de:	Q.25.00
El costo total de producción de la Guía de Soporte Técnico es de:	<b>250 horas trabajadas x Q.25.00 = Q.6,250.00</b>

## 10.3 Plan de costos de reproducción:

El proceso de reproducción incluye los siguientes materiales e impresiones:

### Plan de Costos de Reproducción:

CANTIDAD	MATERIAL	COSTO UNITARIO	TOTAL
2	Piezas de PVC de 1mm para uso de portada y contraportada.	Q.1.97	Q.3.95
27	Hojas bond 120grs. con impresión a full color, tiro y retiro.	Q.12.00	Q.324.00
2	Hojas adhesivas con impresión a full color para la portada y contraportada.	Q.8.00	Q.16.00
1	Encuadernado con espiral metálico.	Q.35.00	Q.35.00
<b>TOTAL</b>		<b>Q.56.97</b>	<b>Q.378.95</b>

El costo de distribución de la Guía de Soporte que tendría la empresa es de reproducción de cada guía es de Q.56.97

#### **10.4 Plan de costos de distribución:**

El costo de distribución está limitado al costo de reproducción debido a que los gerentes del área de IT estarían a cargo de entregar las guías a los técnicos de soporte conforme las vayan necesitando o los colaboradores vayan siendo contratados por el departamento.

#### **10.5 Cuadro con resumen general de costos:**

A continuación el resumen de costos:

### **Resumen de Costos:**

---

<b>PROCESO</b>	<b>COSTO</b>
ELABORACIÓN	Q.12,000.00
PRODUCCIÓN	Q.6,250.00
REPRODUCCIÓN	Q.378.95
DISTRIBUCIÓN	Q.56.97
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>Q.18,685.92</b>

# **CAPÍTULO XI**

Conclusiones y Recomendaciones

## **CAPÍTULO XI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **11.1 Conclusiones:**

1. Se logró diagramar exitosamente una guía impresa para establecer procedimientos laborales relacionados con el soporte técnico del departamento de informática, UNO Guatemala, S.A. con la que se pretende agilizar y unificar la labor de los técnicos mediante la documentación de sus procesos con orden lógico.
2. Se llevó a cabo una investigación sobre el uso de diferentes guías y manuales relacionados a procedimientos laborales, para así diseñar y diagramar una propuesta eficiente.
3. Se logró recopilar toda la información necesaria del departamento de soporte técnico en cuestiones de hardware y software, para sustentar el contenido de la guía impresa.
4. Se clasificó toda la información brindada por el experto de soporte técnico para plasmar ordenamiento lógico de los procesos y así hacer de la guía impresa, algo fácil de utilizar.
5. Gracias a la elaboración de un Dummy de la guía impresa, se pudo validar el proyecto para verificar posibles cambios en la guía impresa. Para esto también, se llevó a cabo un instrumento de medición que permitiría verificar la posición, de las diferentes personas encuestadas, hacia la guía impresa.
6. Se llevó a cabo una exhaustiva observación de las labores físicas del técnico de soporte, para decidir la adecuada combinación de materiales

7. Se decidió crear apartados de “Notas” en las distintas secciones de la guía impresa, con el fin de hacer de la guía algo más característico de cada persona y que, al mismo tiempo, permitiera personalización en cuanto a futuros hallazgos por parte del técnico.
8. Se decidió incluir imágenes en cada uno de los pasos descritos en la guía impresa, con el fin de no perder o confundir al lector entre paso y paso.

### **11.2 Recomendaciones:**

1. Se sugiere mantener constancia en cuanto a la diagramación y elaboración de guías de soporte, con el fin de mantener a los técnicos, informados y capacitados sobre los actuales y futuros procedimientos que esta guía impresa ya no pudo incluir.
2. Para la elaboración de futuras guías impresas, se sugiera mantener la misma línea gráfica planteada en este proyecto con el fin de mantener unidad en cuanto a la codificación de color y diagramación ya establecida.
3. Se sugiere mantener constante investigación y observación en cuanto a otras guías y manuales, con el fin de implementar todo aquello que sea para mejorar el actual rendimiento de la guía de soporte.

4. Se sugiere mantener una retroalimentación constante con los técnicos de soporte para realizar futuras modificaciones en cuanto al uso y diagramación de la guía de soporte.
5. Todo el contenido anotado por los técnicos de soporte en los distintos apartados de “Notas” deberá servir de base para la futura recopilación de información. Ya que se busca que los procedimientos se vayan actualizando a razón de los hallazgos y futuros conocimientos del personal que la utiliza.
6. Se sugiere analizar el contenido nuevo a añadir a la guía con el fin de mantener el mismo orden lógico ya establecido en la guía de soporte.
7. La elaboración de un Dummy, previo al lanzamiento de un nuevo tiraje de guías (que incluyan información actualizada), deberá ser llevada a cabo para evaluar que el nuevo contenido es compatible con los procesos de todos los técnicos de soporte.
8. Se sugiere que el material empleado para la guía de soporte, se mantenga bajo constante observación para delimitar el tiempo útil de vida de cada guía, con el fin de investigar posibles materiales sustitutos que cumplan con las necesidades de los técnicos.
9. Debido a que se espera que cada técnico posea una guía impresa y que al mismo tiempo realice anotaciones en ella, se sugiere mantener estricta identificación de cada una.

10. Se sugiere mantener el uso de capturas de pantallas para cada uno de los pasos de los procedimientos descritos en la guía, para aquellas personas que se apoyen más en los elementos gráficos que en los textos.

# **CAPÍTULO XII**

Conocimiento General



## CAPÍTULO XII: CONOCIMIENTO GENERAL

Como toda buena idea, este proyecto comenzó como un pequeño esbozo en papel. La idea principal fue plasmada y trabajada en papel, desde lluvias de ideas hasta el bocetaje de la guía de soporte, tanto personal como con el cliente y el grupo objetivo. La visualización ayudó como un proceso previo para que el contenido de la guía impresa tuviera consistencia y al mismo tiempo fuera el contenido que el cliente necesitaba. Bocetando y visualizando todo lo que se buscaba implementar como parte del diseño y la diagramación de la guía de soporte.

Debido a que la guía posee un alto contenido de gráficos en las capturas de pantalla de cada uno de los procesos que describe, la visualización fue utilizada para plasmar las ideas centrales que se requerían en el apartado de capturas de pantalla.

### Visualización Gráfica

# Diseño Gráfico

Para llevar a cabo una atractiva propuesta del material impreso, el diseño fue implementado en sus distintas categorías como lo fue el diseño editorial y el diseño gráfico en sí.

#### Diseño Editorial

El diseño editorial ayudó a implementar un concepto y una lógica en la maquetación del contenido de la guía impresa, con el fin de crear algo que fuera eficiente para el lector, pero que al mismo tiempo cumpliera con un aspecto atractivo y amigable para que el usuario final de la guía pudiera encontrar lo que necesitaba en poco tiempo. Así mismo, con el diseño editorial se implementaron todos los principios básicos de pre-prensa que conllevaron a la elaboración de archivos adecuados para impresión.

#### Diseño Gráfico

El diseño gráfico fue utilizado como el medio de transporte para llevar la comunicación a los usuarios de la guía. Fue también el medio a través del cual se pudo implementar una línea gráfica adecuada a la empresa, haciendo uso de líneas, formas, colores y tipografías con las que se plasmaron los mensajes que se buscaban transmitir. Por último, el diseño gráfico es lo que permitió explotar la creatividad.

#### Lenguaje, Gramática y Redacción

Todo el contenido descrito en la guía de soporte conllevó el uso de técnicas de redacción, así como también tuvo una gran importancia el manejo del lenguaje y la gramática. Esto debido a que una guía debe de contar con una redacción y un lenguaje adecuado para poder ser entendido por cualquier persona que la lea. Las ideas y la forma de dirigirse a los lectores es crucial y debe de mantenerse constante a lo largo de todo el contenido para que no exista variación alguna que confunda al lector.

# Cultura

# Comunicación

Como toda actividad, el proceso de comunicación siempre estará presente y en este proyecto fue utilizado en diferentes vías. Desde el entablar la comunicación adecuada con los clientes hasta la redacción implementada en el material impreso. Todo el conocimiento aprendido en los distintos cursos de comunicación, permitieron implementar una comunicación informativa en el proyecto.

## Comunicación Corporativa:

Para este proyecto, fue necesario también, manejar un cierto grado de comunicación corporativa al tener que incluir procesos que requieran de la interacción interna del personal de la empresa. De igual manera, para la adecuada articulación de los mensajes al grupo objetivo de dicha empresa dentro del contenido del material impreso.

## Medios Tecnológicos

### Software:

Para llevar a cabo la idea plasmada en papel, fue necesaria la intervención de software que permitiera el manejo de los distintos elementos para su manipulación digital. Esto fue gracias a que se implementaron los distintos conocimientos en los paquetes de Adobe Photoshop, Adobe Illustrator y Adobe InDesign.

Ps

**Adobe Photoshop:** permitió la adecuada manipulación, recorte y encuadre de todas las imágenes, capturas y fotografías implementadas en la guía de soporte.

Ai

**Adobe Illustrator:** se llevaron a cabo la manipulación de los logotipos de la empresa, así como el diseño del nombre de la guía.

ID

**Adobe InDesign:** se utilizó para la maquetación del contenido y la reproducción del archivo adecuado para impresión.

## Ciencias Auxiliares

### Psicología:

con el adecuado manejo de colores a través de la psicología del color. La semiología de la imagen

### Semiología de la Imagen:

para la observación del entorno del técnico de soporte que finalizó con la implementación de símbolos con conceptos.

### Estadística:

para determinar los resultados finales que se arrojaron con la implementación del instrumento de validación.

# **CAPÍTULO XIII**

Referencias

## CAPÍTULO XIII: BIBLIOGRAFÍA

### -A-

1. Alcazar, R.E. (2001). El Emprendedor de Éxito: Guía de planes de negocio. México: McGraw-Hill Interamericana
2. Andrade, H. (2005) Comunicación Organizacional Interna: Proceso, Disciplina y Técnica. España: Netbiblio, S.L.

### -B-

3. Basurto, A. (2005). Sistema Empresa Inteligente. México: Empresa Inteligente.
4. Beuchot, M. (2004). La Semiótica, Teorías del signo y el lenguaje en la historia. México: FCE
5. Blume, H. (1984) Haga Ud. Mismo Diseño Gráfico. España:Herman Blume Central de Distribuciones, S.A.

### -C-

6. Cáceres, E. (2009) La Materia Prima (Ed.), Administración de Empresas y Contabilidad. Recuperado de <http://www.scribd.com/doc/14998597/Concepto-y-definicion-de-materia-prima>
7. Capriotti, P. (2009). Branding corporativo, Fundamentos para la gestión estratégica de la Identidad Corporativa, Chile: Colección de Libros de la Empresa.
8. Carrasco, A. (2011). Manual para la formación de Soporte Técnico en TIC, Introducción Técnica a los sistemas informáticos y de

- comunicaciones. Recuperado de:  
<http://www.scribd.com/doc/46606063/Manual-de-Soporte-Tecnico-1era-Edicion>
9. Centro de Exportaciones e Inversiones, CEI (2010). Manual Básico para Elaborar Plan de Negocios para PYMEs. Nicaragua. Recuperado de:  
[http://www.cei.org.ni/images/file/manual\\_Plan\\_negoc.pdf](http://www.cei.org.ni/images/file/manual_Plan_negoc.pdf)
10. Comisión Nacional del Medio Ambiente (1999). Guía para el Control y Prevención de la Contaminación Industrial, Estaciones de Servicio. Recuperado de
11. Costa, J. (2003) Diseñar para los ojos. Bolivia: Grupo Editorial Design
12. Cottino, D. (2010). Hardware desde Cero. Buenos Aires: Banfield

**-D-**

13. Dalley, T. (1992). Guía Completa de Ilustración y Diseño, técnicas y materiales. Madrid: Herman Blume Ediciones
14. Dawson, J. (1996). Guía Completa de Grabado e Impresión. España: H. Blume Ediciones.

**-E-**

15. Echeverría, S. (1994) Introducción a la Economía de la Empresa, Madrid: Ediciones Díaz de Santos
16. Enz, A., Fantin, R. & Laharrague, I. (2006) Comunicar para el Cambio Social. Argentina: La Crujía Ediciones
17. Esteban, I.G., Fernández, E.A. (2009). Fundamentos y técnicas de investigación comercial. España: ESIC Editorial.

18. Estrella, P., Bustos, J.P & Muñoz, A. (2013) Implementando Call Center Con Elastix. Recuperado de <http://www.fenixsolutions.com.ar/wp-content/uploads/2013/03/ICCE-Pestrella-standard.pdf>

**-F-**

19. Fairchild, P.H. (1987) Diccionario de Sociología. Fondo de la Inversión Económica, México

20. Falgueras, B.C. (2003). Ingeniería del Software. Barcelona: Editorial UOC

21. Ferraro, R.A. (1997). ¿Qué es qué en tecnología? Argentina: Ediciones Gránica S.A.

22. Fistera (27 de Mayo de 2002). Investigación cualitativa y cuantitativa. Recuperado el 11 de Septiembre de 2013 de [http://www.fistera.com/mbe/investiga/cuanti\\_cuali/cuanti\\_cuali.asp](http://www.fistera.com/mbe/investiga/cuanti_cuali/cuanti_cuali.asp)

23. Fotonostra (2013) Clases de diseño publicitario. Recuperado de <http://www.fotonostra.com/grafico/clasespublicitario.htm>

**-G-**

24. García, L. (2003). Breve historia de la psicología. México: Siglo XXI editores, S.A.

25. Gatter, M. (2008). Listos para imprenta. España: Index Book, S.L.

26. Giner, S. (2010). Sociología. Barcelona: Ediciones Península

27. Gispert, C. (2000). Enciclopedia Práctica de la Pequeña y Mediana Empresa. España: Editorial Océano

28. Glynn, G.L. (2007). Fotografía, Manual de procesos alternativos. México: Escuela Nacional de Artes Plásticas.

29. González, L.A. (2002). Fundamentos de Diagramación -Revistas-. Lima: Fondo Editorial de la UNMSM
30. Grasso, L. (2006). Encuestas: elementos para su diseño y análisis. Argentina: Encuentro Grupo Editor.
31. Guiraud, P. (1972) La Semiología. México: Siglo XXI editores, S.A.
32. Guzmán, M.A., Alatorre, M.L. & Alatorre, J.C. (2006) Informática Uno. México: International Thomson Editores S.A.

**-H-**

33. Hedgecoe, J. (2004) Manual de Técnica Fotográfica. Madrid: Tursen Hermann Blume Ediciones.
34. Holt, J. (2003). Windows XP, Guía de Usuario. Robert Gordon University
35. Hybels, S. (1976) La Comunicación. México: Litton Education Publishing

**-J-**

36. Jamrich, J. & Oja, D. (2008). Conceptos de Computación, Nuevas Perspectivas. México: Cengage Learning
37. Jimeno, C. (2002). El Petróleo, El Recorrido de la Energía (Ed.), Recuperado de <http://www.fenercom.com/pdf/aula/recorrido-de-la-energia-el-petroleo.pdf>
38. Jones, G. & George, J. (2006). Administración Contemporánea. México: Mcgraw-Hill Interamericana

**-K-**

39. Klinkenberg, J.M. (2006). Manual de Semiótica General. Bogotá: Fundación Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano

40. Kotler, P. & Keller, K. (2006). Dirección de Marketing. México: Pearson Educación.

**-M-**

41. Marín, E. (2006). La Empresa: Concepto, Elementos, Funciones y Clases (Ed). Recuperado de <http://www.uhu.es/eyda.marin/apuntes/gesempre/tema1GE.pdf>

42. Martín, M. (1987). Semiología de la Imagen y Pedagogía. Madrid: Narcea, S.A. de Ediciones

43. Martínez, M. (2012). Psicología de la Comunicación. Recuperado de [http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/30802/7/PsicologiaComunicaci%C3%B3nMMartinez\\_M.pdf](http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/30802/7/PsicologiaComunicaci%C3%B3nMMartinez_M.pdf)

44. Martínez, R. (2011). Formulación y procesado de oleogel para el desarrollo de nuevas grasas lubricantes biodegradables (Tesis inédita de doctorado). Universidad de Huelva, España.

45. Monterroso, E. (2002). La Gestión de Abastecimiento. Recuperado de: <http://www.unlu.edu.ar/~ope20156/pdf/abastecimiento.pdf>

46. Montes, R., Hornos, M., Abad, M. & Hurtado, M (2008) Help Desk: Soporte Técnico para la Empresa del Siglo XXI

47. Morris, E., Ancajima, A., Chiri, C., Galindo, J., Guido, C. & Mejia, E. (2009). Servicios de contact center basados en offshore outsourcing. Lima: Universidad ESAN.

48. Muñoz, B. (2005). Cultura y Comunicación. Introducción a las teorías contemporáneas. España: Fundamentos



**-N-**

49. Nacional Financiera (2006). Qué tipo de Sociedad Mercantil me conviene según mi actividad. Recuperado de [www.nafin.com/portalfn/get?file=/pdf/otros/SOCIEDAD-MERCANTIL.pdf](http://www.nafin.com/portalfn/get?file=/pdf/otros/SOCIEDAD-MERCANTIL.pdf)
50. Nueronilla, (2011) Mapas Mentales. Recuperado el 11 de Septiembre de 2013 de <http://www.neuronilla.com/desarrolla-tu-creatividad/tecnicas-de-creatividad/55-mapas>

**-P-**

51. PacificTel, S.A. (2006) Manual de Políticas Generales. Recuperado de: [http://www.uv.mx/personal/fcastaneda/files/2010/10/manual\\_politicas\\_pacifictel.pdf](http://www.uv.mx/personal/fcastaneda/files/2010/10/manual_politicas_pacifictel.pdf)
52. Paláu, M.T. (2002). Introducción a la Semiótica de la Arquitectura. México: Universidad Autónoma de San Luis Potosí.
53. Paniagua, M. (2012). Manual de Informática Básica. España: Fundación del Valle
54. Pérez, V.C. (2006). Calidad Total en la Atención al Cliente. España: Ideaspropias Editorial.

**-R-**

55. Respol (2013). La señalización en una estación de servicio. Recuperado de: [http://www.repsol.com/es\\_es/productos-servicios/estaciones-de-servicio/laestacion/senyalizacion/Default.aspx?JScript=1](http://www.repsol.com/es_es/productos-servicios/estaciones-de-servicio/laestacion/senyalizacion/Default.aspx?JScript=1)
56. Ricuper, S.A. (2007). Diseño Gráfico en el Aula. Buenos Aires: Nobuko

57. Roger, J.M. (2004). Seguridad en la Informática de Empresa, Riesgos, amenazas, prevención y soluciones. Barcelona: Ediciones ENI

58. Rosell, G. (2011). Riesgos higiénicos de los trabajadores de estaciones de servicios. Recuperado de: <http://www.insht.es/InshtWeb/Contenidos/Documentacion/FichasTecnicas/NTP/Ficheros/752a783/ntp%20775.pdf>

59. Russell, J.T. (2005). Publicidad. México: Pearson Educación

**-S-**

60. Sánchez, J.L. (1999). Marketing: Manual del Vendedor. Argentina: TECSIMA, S.A.

61. Schiffman, L. & Lazar, L. (2010). Comportamiento del Consumidor. México: Pearson Ecuación

62. Serrano, S. (2001). La Semiótica. España: Montesinos Editor.

63. Sosa Mendoza, F.M. (1995). Administración I, Guatemala: Universidad Rafael Landivar.

**-T-**

64. Trenzano, J. Robinat, J. & Arana, G. (2007). Enciclopedia de Marketing y Ventas. España: Editorial Océano.

**-V-**

65. Van Meurs, A.P.H. (1982). Economía Petrolera Moderna. Canadá: Van Meurs & Associates Limited

66. Vecino, J.M. (2011, 15 de Julio). De obrero a colaborador una transición aún incompleta. de Gerencia.com. Recuperado de

<http://www.degerencia.com/articulo/de-obrero-a-colaborador-una-transicion-aun-incompleta>

67. Vértice (2008). El Correo Electrónico Como Herramienta de Venta.

España: Publicaciones Vértice.

68. Vértice, P. (2010). Técnicas Avanzadas de Diseño Web. España:

Publicaciones Vértice S.L.

**-Z-**

69. Zanón, D. (2007) Introducción al Diseño Editorial. España: Visión Net

# **CAPÍTULO XIV**

Anexos

## CAPÍTULO XIV: ANEXOS


A continuación se presenta toda la información relevante a la elaboración del proyecto:

### 14.1 Proceso de Validación:

#### 14.1.1 Clientes:

Jose Meng



 FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN (FACOM)  
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO  
PROYECTO DE TESIS

Genero:  Femenino  Masculino Edad:

Nombre:

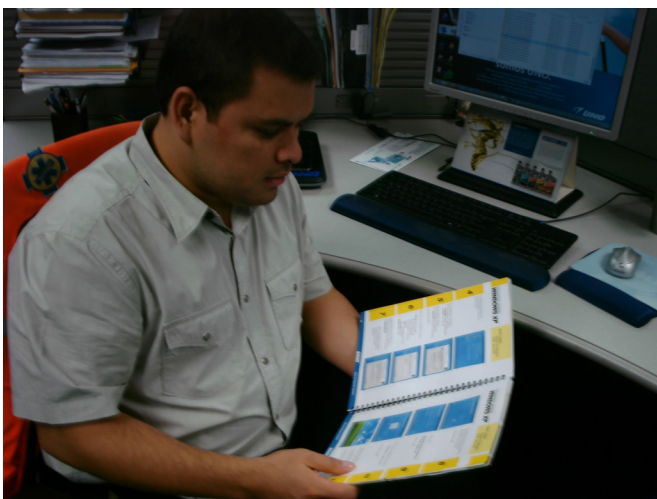
Profesión:


Puesto:

Años de experiencia en el mercado:

Perfil:  Experto  Cliente  Grupo Objetivo

Erick de León



 FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN (FACOM)  
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO  
PROYECTO DE TESIS

Genero:  Femenino  Masculino Edad:

Nombre:

Profesión:

Puesto:

Años de experiencia en el mercado:

Perfil:  Experto  Cliente  Grupo Objetivo


### 14.1.2 Grupo Objetivo:

Francisco Ramírez



Ext: 1409

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
(FACOM)  
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO  
PROYECTO DE TESIS

 UNIVERSIDAD GALILEO  
La Revolución en la Educación

Genero:  Femenino  Masculino Edad:

Nombre:

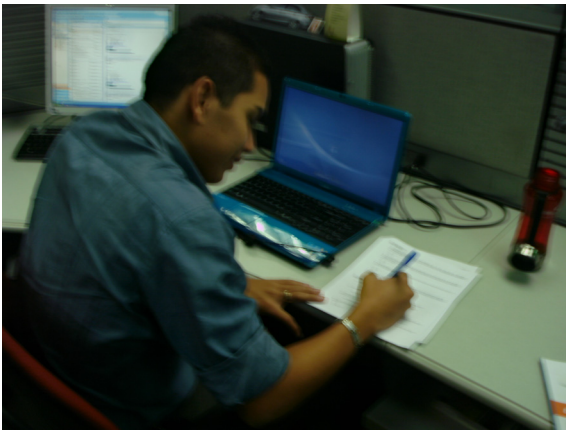
Profesión:

Puesto:

Años de experiencia en el mercado:


Perfil:  Experto  Cliente  Grupo Objetivo

Mauricio Guerra



Ext. 7608

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
(FACOM)  
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO  
PROYECTO DE TESIS

 UNIVERSIDAD GALILEO  
La Revolución en la Educación

Genero:  Femenino  Masculino Edad:

Nombre:

Profesión:

Puesto:


Años de experiencia en el mercado:

Perfil:  Experto  Cliente  Grupo Objetivo

Jonatan Marquez



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
(FACOM)  
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO  
PROYECTO DE TESIS

 UNIVERSIDAD GALILEO  
La Revolución en la Educación

Genero:  Femenino  Masculino Edad:

Nombre:

Profesión:

Puesto:

Años de experiencia en el mercado:

Perfil:  Experto  Cliente  Grupo Objetivo

Ervin Colindres



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
(FACOM)  
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO  
PROYECTO DE TESIS

Genero:  Femenino  Masculino Edad:

Nombre:

Profesión:

Puesto:

Años de experiencia en el mercado:

Perfil:  Experto  Cliente  Grupo Objetivo

Héctor Morales



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
(FACOM)  
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO  
PROYECTO DE TESIS

Genero:  Femenino  Masculino Edad:

Nombre:

Profesión:

Puesto:

Años de experiencia en el mercado:

Perfil:  Experto  Cliente  Grupo Objetivo

Roberto Molina



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
(FACOM)  
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO  
PROYECTO DE TESIS

Genero:  Femenino  Masculino Edad:

Nombre:

Profesión:

Puesto:


Años de experiencia en el mercado:

Perfil:  Experto  Cliente  Grupo Objetivo

### 14.2.3: Expertos:

Rolando Barahona




**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN (FACOM)**  
**LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO**  
**PROYECTO DE TESIS**

Género:  Femenino  Masculino    Edad:

Nombre:

Profesión:


Puesto:

Años de experiencia en el mercado:

Perfil:  Experto     Cliente     Grupo Objetivo

Lissette Pérez




**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN (FACOM)**  
**LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO**  
**PROYECTO DE TESIS**

Género:  Femenino     Masculino    Edad:

Nombre:

Profesión:


Puesto:

Años de experiencia en el mercado:

Perfil:  Experto     Cliente     Grupo Objetivo

Wendy Franco




**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN (FACOM)**  
**LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO**  
**PROYECTO DE TESIS**

Género:  Femenino     Masculino    Edad:

Nombre:

Profesión:

Puesto:

Años de experiencia en el mercado:

Perfil:  Experto     Cliente     Grupo Objetivo



Elsie Sierra



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN (FACOM)  
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO  
PROYECTO DE TESIS

Genero:  Femenino  Masculino Edad:

Nombre:

Profesión:

Puesto:

Años de experiencia en el mercado:

Perfil:  Experto  Cliente  Grupo Objetivo

766923

Marlon Borraro



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN (FACOM)  
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO  
PROYECTO DE TESIS

Genero:  Femenino  Masculino Edad:

Nombre:

Profesión:

Puesto:

Años de experiencia en el mercado:

Perfil:  Experto  Cliente  Grupo Objetivo

Carlos Franco



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN (FACOM)  
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO  
PROYECTO DE TESIS

Genero:  Femenino  Masculino Edad:

Nombre:

Profesión:

Puesto:


Años de experiencia en el mercado:

Perfil:  Experto  Cliente  Grupo Objetivo

Alejandro Moreno



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
(FACOM)  
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO  
PROYECTO DE TESIS

 **Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

Genero:  Femenino  Masculino Edad: 36 años

Nombre: MARIO ALEJANDRO MORENO

Profesión: DISEÑADOR GRAFICO

Puesto: DISEÑADOR y DIAGRAMADOR

Años de experiencia en el mercado: 7 años

Perfil:  Experto  Cliente  Grupo Objetivo

## 14.2 Tabla de Niveles Socioeconómicos, Multivex S.A. 2009

CARACTERÍSTICAS	NIVEL A	NIVEL B	NIVEL C+	NIVEL C	NIVEL C-	NIVEL D	NIVEL E
<b>EDUCACIÓN</b>	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura,	Superior, Licenciatura,	Superior, Licenciatura,	Media completa	Primaria completa	Primaria incompleta
<b>DESEMPEÑO</b>	Propietario, Director Profesional exitoso	Empresario, Ejecutivos de alto nivel, Profesional, Comerciante	Ejecutivo medio, comerciante, vendedor	Ejecutivo, comerciante, vendedor, dependiente	Comerciante, vendedor, dependiente	Obrero, dependiente	Obrero, dependiente
<b>INGRESO</b>	Piso Q70 mil	Piso Q45 mil	Piso Q20 mil	Q12 mil	Q8 mil	Q4 mil	Q1.4 mil
<b>VIVIENDA</b>	Casa/departamento de lujo, en propiedad, 5-6 recámaras, 4 a 6 baños, 3-4 salas, pantry, alacena, estudios area 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 area de servicio separada, garage para 2-4 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio area 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 baños, sala	Casa/cuarto rentado, 1-2 recámaras, 1 baños, sala-comedor
<b>OTRAS PROPIEDADES</b>	Finca, casas de descanso en lagos, mar, Antigua, con	Sitios/terrenos condominios cerca de costas	Sitios/terrenos interior por herencias				
<b>PERSONAL DE SERVICIOS</b>	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		
<b>EDUCACIÓN GRUPO</b>	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 estatal	Hijos menores escuelas, mayores en U estatal	Hijos en escuela	Hijos en escuela
<b>POSESIONES</b>	Autos del año, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, Lancha, moto acuatica, moto, helicoptero-avion-	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	
<b>BIENES DE COMODIDAD</b>	3 tel, minimo, cel cada miembro de la familia, Direct TV, cable, internet dedicada, 2 o + equipos de audio, 3-5 TV, varias planas o plasma, maquinas de lavar secar, platos ropa, computadoras/miembro, internet porton eléctrico, todos los electrodomesticos	2 tel, minimo, cel cada miembro de la familia, Direct TV, internet dedicada, cable, 2 equipos de audio, 3 TV, 1 planas o plasma, maquinas de lavar secar, platos ropa, computadora, internet porton eléctrico y todos los electrodomesticos	1 tel, minimo, 1-2 cel, cable, internet dedicada, equipo de audio, 2 TV, maquina de lavar ropa, computadora/familia electrodomesticos básicos	1 tel, minimo, 1-2 cel, cable, radio, 2 TV, electrodomesticos básicos	1 tel, 1 cel, cable, equipo de audio, TV, electrodomesticos básicos	1 cel, cable, radio, TV, electrodomesticos básicos	1 cel, radio, TV, estufa
<b>DIVERSIÓN</b>	Clubes privados, vacaciones en el exterior	Clubes privados, vacaciones en el interior o exterior	Cine, CC, parques temáticos locales,	Cine, CC, parques temáticos locales,	CC, parques, estadio	CC, parques, estadio	Parques
<b>SERVICIOS BANCARIOS FINANCIEROS</b>	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	1 cta Q monetarios y ahorro, 1 TC local	1 cta Q ahorro, TC local	cta Q ahorro	

### 14.3 Instrumento de Validación



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
(FACOM)  
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO  
PROYECTO DE TESIS

**Genero:**  Femenino  Masculino **Edad:**

**Nombre:**

**Profesión:**

**Puesto:**

**Años de experiencia en el mercado:**

**Perfil:**  Experto  Cliente  Grupo Objetivo

#### Encuesta de Validación del proyecto

DIAGRAMACIÓN DE GUÍA IMPRESA PARA ESTABLECER PROCEDIMIENTOS LABORALES RELACIONADOS CON EL SOPORTE TÉCNICO. DEPARTAMENTO DE INFORMÁTICA, UNO GUATEMALA, S.A. GUATEMALA, GUATEMALA 2014.

#### Antecedentes:

UNO Guatemala, S.A. es una empresa petrolera que cuenta con 2 marcas: SHELL (Bajo Licencia) y su propia marca "UNO" con las que ha desarrollado su propia línea de estaciones de servicio en Guatemala, Honduras, El Salvador, Nicaragua, Costa Rica y Belice. Como toda empresa, cuenta con un área de informática la cual administra los procesos de soporte técnico a todos sus usuarios.

Para ello, se llegó a la conclusión con el cliente, que es necesario una guía que logre establecer procedimientos laborales para agilizar la labor del técnico recopilando la información necesaria para la solución de problemas frecuentes.

La rama de Soporte Técnico del departamento de Informática, no cuenta con una guía impresa que establezca la información necesaria para la solución de problemas frecuentes en cuanto al manejo de software y hardware, dentro de la empresa UNO Guatemala, S.A.

Con esto, se pretende apoyar al técnico de soporte con el conocimiento necesario, para la solución de problemas frecuentes, para que de esta manera logre consumir menos tiempo, esfuerzo y recursos en atender las necesidades de los usuarios.

#### Instrucciones:

Con base a la información anterior, observe la propuesta de la guía impresa y según su criterio profesional conteste las siguientes preguntas de validación, colocando una "x" en los espacios designados.

### **Parte Objetiva:**

1) ¿Considera usted necesaria la diagramación de una guía impresa para establecer procedimientos laborales relacionados con el soporte técnico del departamento de informática, de la empresa UNO, Guatemala, S.A.?

Sí       No

2) ¿Considera usted que es importante investigar información elemental sobre el contenido de guías y material impreso, para así definir la diagramación apropiada para el contenido del proyecto a realizar?

Sí       No

3) ¿Considera usted que sea importante el recopilar la información, a utilizar en la guía, con la ayuda de un empleado de soporte técnico?

Sí       No

4) ¿Considera que sea necesario el ordenamiento y clasificación de la información a utilizar en la guía, para que el empleado de soporte técnico encuentre lo que necesita en el menor tiempo posible?

Sí       No

### **Parte Semiológica:**

5) ¿Considera usted que la tipografía utilizada en los titulares de la guía transmite?

Mucha Seriedad       Seriedad       Poca Seriedad

6) ¿Considera usted que la tipografía utilizada en el cuerpo de la guía es?

Muy Legible       Legible       Poca Legible

7) ¿Considera usted que la utilización del logotipo, en cuanto a cantidad de veces usado y colocación da un sentimiento de?

Mucha Pertenencia       Pertenencia       Poca Pertenencia

8) ¿Considera que las fotografías utilizadas al comienzo de cada tema, se relacionan con estos mismos?

Mucho       Poco       Nada

8) ¿Considera usted que las fotografías colocadas dentro de todos los pasos de cada procedimiento descrito en la guía de soporte

Ejemplifican el texto       Confunden el texto       No explican nada

9) ¿Según su criterio, los colores utilizados en la guía de soporte son?

Muy Adecuado       Adecuado       Poco Adecuados

10) ¿Considera que la codificación de color brindada a cada uno de los temas tratados en la guía de soporte, transmite?

Mucho Orden       Orden       Poco Orden

### **Parte Operativa:**

11) Según su criterio, ¿La diagramación utilizada para la elaboración de la guía de soporte es?

Muy Adecuada       Adecuada       Poco Adecuada

12) Teniendo en cuenta la diagramación utilizada, ¿Considera que el flujo de lectura de la guía es?

Muy intuitivo       Intuitivo       Poco Intuitivo

13) Como un posible futuro usuario de la guía de soporte, ¿Considera el apartado de “Notas” como?

Muy Útil       Útil       Poco Útil

14) Teniendo en cuenta la labor del técnico de soporte, la cual requiere estar en constante movimiento, ¿Considera usted que el tamaño físico de la guía la hace?

Muy Eficiente       Eficiente       Poco Eficiente

15) Teniendo en cuenta el tamaño físico de la guía, ¿Considera que los tamaños de las tipografías empleadas en ella son?

Muy grandes       Adecuados       Muy pequeños

