 Universidad Europea
--	--	--

TRABAJO FINAL CFGS MARKETING Y PUBLICIDAD

FRANCISCO TOS SEVERÍ

TUTOR: LUIS MONREAL GONZÁLEZ

EMPRESA: MAPUBLI



		1
--	--	---

Índice:

1.	ANTECEDENTES Y CONTEXTUALIZACIÓN DE LA EMPRESA.....	3
1.1	Actividad de la empresa y ubicación en el sector.....	3
1.2	Estructura y organización empresarial del sector.....	4
1.3	Misión, Visión y Valores.....	4
1.4	La cultura de la empresa.....	5
2.	ANÁLISIS DEL ENTORNO GENERAL Y ESPECÍFICO. ANÁLISIS DAFO.....	6
3.	PLAN DE RECURSOS HUMANOS.....	9
3.1	Organigrama de la empresa. Relación funcional entre departamentos.....	9
3.2	Identificación de las funciones de los puestos de trabajo.....	9
3.3	Procedimiento de trabajo en el ámbito de la empresa. Sistemas y métodos de trabajo.....	12
4.	PLAN DE MARKETING.....	12
4.1	Estrategia de marketing.....	13
4.2	Herramientas de marketing operativo.....	13
4.3	La relación con el cliente.....	14
5.	MARKETING Y DISEÑO DIGITAL.....	15
5.1	Presencia online de la empresa, análisis y valoración.....	15
5.2	Elabora un plan de mejora online con las acciones a llevar a cabo en función del análisis y la valoración.....	15
5.3	Realiza una propuesta de logo y justifícalo.....	15
5.4.	Realiza un plan para ganar presencia en redes sociales y captar nuevos seguidores.....	15
6.	DEFINICIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO.....	16
7.	CONCLUSIÓN Y REFLEXIÓN FINAL.....	16

Resumen:

El objetivo del proyecto final de marketing y publicidad es mostrar lo que me ha enseñado mi paso por las prácticas realizadas en la empresa mapubli. Una empresa líder en la innovación visual y la comunicación que realiza todo tipo de proyectos en sus instalaciones. Mapubli es una empresa con más de 100 trabajadores la cual trabajan para marcas de gran prestigio.

Palabras clave:

- Flexibilidad
- Profesionalidad
- Innovaciones tecnológicas
- Dinamismo
- Ingenio
- Rapidez
- Creatividad
- Innovación
- Producción 360
- Orientación al cliente

1. ANTECEDENTES Y CONTEXTUALIZACIÓN DE LA EMPRESA

1.1 Actividad de la empresa y ubicación en el sector

Mapubli fue constituida en 2003, de la mano de Jose Miguel Monteagudo, con gran experiencia en el negocio de las artes gráficas, y sus dos hijos, Jose Miguel y Álex.

En 2007 se decide apostar por la impresión digital y se realizan las primeras inversiones enfocadas a la producción de gran formato y pequeño formato digital. Partiendo de un pequeño despacho comercial en el centro de Valencia y tras pasar por una nave en Náquera (Valencia), desde 2016 Mapubli está

instalada en el polígono Fuente del Jarro de Paterna (Valencia), donde tiene su cuartel general.

En Mapubli, diseñamos, desarrollamos y fabricamos elementos de comunicación visual. Elementos que enviamos, e incluso implantamos, donde el cliente nos diga. Apostamos por la mejora continua y la incorporación de la última tecnología en software y maquinaria de impresión y acabados. Tenemos una clarísima orientación al cliente ofreciéndole soluciones y un servicio integral a medida.

1.2 Estructura y organización empresarial del sector

Mapubli es una de las empresas líderes en la comunicación visual ya que dentro de la empresa te ofrecen un servicio global cosa que ninguna empresa en España, un servicio 360°. La principal competencia que tiene Mapubli en España es Promopubli una empresa situada en Castellón la cual ofrece un servicio similar a Mapubli, por esa razón es la competencia más directa.

1.3 Misión, Visión y Valores

Misión y Visión:

En Mapubli diseñamos, desarrollamos y fabricamos elementos de comunicación visual. Elementos que enviamos, e incluso implantamos, donde el cliente nos diga. Apostamos por la mejora continua y la incorporación de la última tecnología en software y maquinaria de impresión y acabados. Tenemos una clarísima orientación al cliente ofreciéndole soluciones y un servicio integral a medida.

Nuestro objetivo es posicionarnos en el mercado como “proveedor total” de comunicación visual en el sector retail (retailers y marcas).

Valores:

SERVICIO 360. Queremos ser tu equipo de confianza.

Hacemos realidad tus ideas de comunicación con un servicio global a medida, fiable y de rápida respuesta. Queremos ser tu equipo de confianza, garantizando un valor añadido único incluso en fase de postventa. El mundo avanza deprisa, nosotros te ayudamos a ganar la carrera.

Aplicamos la INNOVACIÓN como principio.

Nuestra identidad está marcada por la búsqueda constante de nuevas formas de comunicar, entendiendo que esta es la clave para anticiparnos al mañana. La excelencia de nuestros productos es el resultado de una sólida experiencia en las artes gráficas y el impulso de la innovación constante.

FLEXIBILIDAD y EFICIENCIA aplicada a cada proyecto.

En nuestros productos nada es casual. La elección de la técnica y los materiales con los que desarrollamos cada elemento son la base para un acabado perfecto, capaz de transmitir el mensaje fundamental de cada proyecto.

Retamos los límites de la comunicación inventando y reinventando las 2 y 3 dimensiones, los materiales, los acabados, los procesos, la implantación...


El cuidado de los detalles, propio de la mejor artesanía.

La comunicación visual es tan antigua como el ser humano y una de las bases de nuestra sociedad. Es natural e imprescindible.

En Mapubli aportamos a la comunicación la dedicación y el cuidado de cada detalle, como es propio de la mejor artesanía. Utilizamos gran variedad de materiales y siempre de la mejor calidad, imprimiendo el carácter de cada marca en sus trabajos gráficos y de branding.

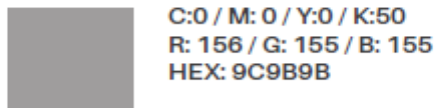
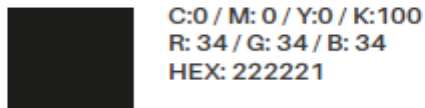
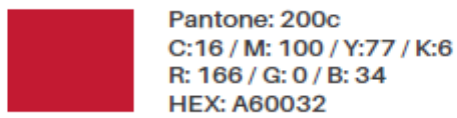
1.4 La cultura de la empresa

Mapubli es una empresa muy ambiciosa, una empresa que busca mejorar cada día, con el objetivo de hacerse con el sector de la comunicación visual offline. Mapubli es una empresa en la que todos los departamentos están conectados

		 Universidad Europea
--	--	--

y en constante comunicación para que nada falle y salga todo como el cliente desea.

Colores corporativos:



Fuente: Material corporativo de la empresa.

Fondos:

		6
--	--	---



2. ANÁLISIS DEL ENTORNO GENERAL Y ESPECÍFICO. ANÁLISIS DAFO

Análisis DAFO:

<p><u>Debilidades</u></p> <ul style="list-style-type: none"> -Coste de producción. -Falta de calidad en algunas ocasiones. -Lenta adaptación a la publicidad digital. 	<p><u>Amenazas</u></p> <ul style="list-style-type: none"> -Gran competencia. -Publicidad online. -Precios bajos.
--	---

Fortalezas

- Maquinaria de última generación.
- Abarca todos los campos.
- Amplia gama de materiales eco.
- Producción rápida y eficaz.

Oportunidades

- Introducirse en el ámbito digital.
- Gran reputación en el sector.
- Ampliar el número de máquinas.
- Recuperación de clientes perdidos.

5 Fuerzas de Porter:

1. Rivalidad entre competidores actuales:
 - Nivel de competencia: La industria publicitaria es muy competitiva, con muchas agencias luchando por los mismos clientes. Las empresas buscan destacarse a través de la creatividad, precios competitivos y calidad de servicio.
 - Cantidad de competidores: Existen grandes agencias internacionales y también muchas pequeñas y medianas empresas locales.
 - Crecimiento del mercado: La demanda de servicios publicitarios puede cambiar según la economía y las tendencias del mercado, lo que afecta la intensidad de la competencia.
2. Amenaza de nuevos entrantes:
 - Obstáculos para entrar al mercado: Iniciar una agencia de publicidad no requiere una gran inversión inicial debido a la tecnología, pero construir una buena reputación y una cartera de clientes puede ser difícil.
 - Ventajas de las grandes agencias: Las agencias grandes pueden tener ventajas en costos y acceso a recursos que los nuevos competidores no tienen.
 - Diferenciación de servicios: La capacidad de ofrecer campañas publicitarias únicas y efectivas puede ser una barrera para los nuevos competidores.
3. Poder de negociación de los proveedores:
 - Número de proveedores: Los proveedores incluyen medios de comunicación, tecnología y talento creativo. Si hay pocos proveedores clave, ellos tienen más poder de negociación.

- **Importancia del volumen:** Si una agencia es un cliente importante para un proveedor, el poder de negociación del proveedor disminuye.

Análisis PESTEL:

. Político:

- **Normas gubernamentales:** La publicidad está regulada por leyes que varían según el país o región, y es importante que Mapubli cumpla con estas leyes para evitar problemas legales.
- **Estabilidad política:** La estabilidad de los gobiernos en las áreas donde Mapubli opera puede influir en el negocio. Cambios en políticas gubernamentales o inestabilidad pueden afectar la demanda de servicios publicitarios.
- **Políticas fiscales:** Cambios en impuestos y aranceles pueden impactar los costos operativos y la rentabilidad de la empresa.

2. Económico:

- **Ciclo económico:** La demanda de servicios publicitarios puede aumentar o disminuir según la situación económica. Durante recesiones, las empresas suelen reducir sus gastos en publicidad.
- **Tasas de interés y acceso a financiación:** Tasas de interés bajas pueden facilitar la obtención de financiamiento para invertir en nuevas tecnologías y servicios.
- **Inflación:** Una alta inflación puede aumentar los costos operativos, como salarios y suministros, afectando las ganancias.

3. Social:

- **Cambios demográficos:** Variaciones en la composición de la población, como el envejecimiento o el crecimiento de jóvenes, afectan las estrategias publicitarias y los canales utilizados.
- **Preferencias del consumidor:** Las preferencias de los consumidores por diferentes tipos de contenido y plataformas influyen en las estrategias de

Mapubli. Por ejemplo, el aumento en el uso de redes sociales requiere adaptaciones en las campañas.

- Responsabilidad social: Los consumidores valoran cada vez más las prácticas responsables y sostenibles, lo cual Mapubli debe considerar en sus operaciones y estrategias.

4. Tecnológico:

- Innovaciones tecnológicas: La rápida evolución de la tecnología, como la inteligencia artificial y el análisis de datos, ofrece oportunidades para mejorar la eficiencia y efectividad de las campañas publicitarias.
- Digitalización: El creciente uso de internet ha transformado el panorama publicitario, haciendo que las estrategias digitales sean cruciales.
- Seguridad y privacidad: Con el aumento de las regulaciones sobre protección de datos, Mapubli debe cumplir con leyes como el GDPR para proteger la información de sus clientes y usuarios.

5. Ecológico:

- Sostenibilidad: Hay una presión creciente para adoptar prácticas sostenibles. Mapubli puede beneficiarse al promover productos ecológicos y prácticas responsables en sus campañas.
- Impacto ambiental: La producción de materiales publicitarios puede tener efectos negativos en el medio ambiente. Buscar alternativas más sostenibles y reducir la huella de carbono es importante.
- Cambio climático: Los cambios en el clima pueden afectar eventos y actividades al aire libre, lo que impacta ciertos tipos de campañas publicitarias.

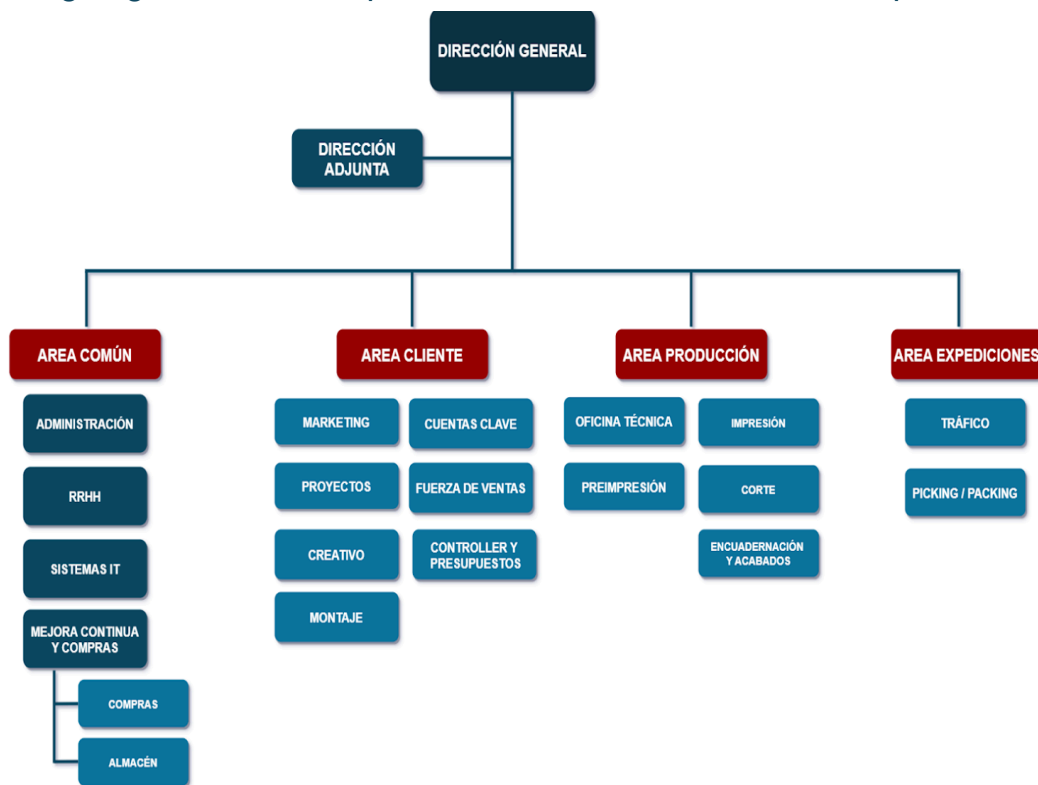
6. Legal:

- Leyes de publicidad: Las leyes que regulan el contenido publicitario, como las restricciones en publicidad de productos para niños, tabaco y alcohol, varían por región y deben ser respetadas.
- Derechos de autor y propiedad intelectual: Mapubli debe asegurar que cumple con las leyes de derechos de autor y propiedad intelectual en la creación y uso de contenido.

- Regulaciones de privacidad: Cumplir con las leyes de privacidad y protección de datos es crucial, especialmente con regulaciones como el GDPR y la CCPA que afectan cómo se manejan los datos de los consumidores.

3. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

3.1 Organigrama de la empresa. Relación funcional entre departamentos



3.2 Identificación de las funciones de los puestos de trabajo

ÁREA COMÚN

Departamento de Administración: El encargado de realizar las funciones administrativas de la empresa. Puede decirse que su objetivo es administrar de un modo correcto los recursos financieros de la compañía. Por lo tanto, su ámbito de actuación es muy amplio y se relaciona con un gran abanico de

tareas: gestión y liquidación de impuestos, recepción y emisión de las facturas, gestión general de los pagos y cobros.

Departamento de recursos humanos: El departamento de recursos humanos es clave para ofrecer futuro y continuidad a la empresa. La labor de reclutamiento es la más conocida y, debe asegurar que las personas que se reclutan tengan las habilidades y la experiencia adecuadas en función de lo que la empresa necesita. Además de la contratación y la dotación de personal, RRHH, también está a cargo de las principales áreas como compensación y beneficios, capacitación y aprendizaje, relaciones laborales y de empleados, y desarrollo de la organización.

Departamento de IT y sistemas: Es el departamento encargado de la administración de los recursos tecnológicos. Se encargan de la instalación y mantenimiento de los componentes de hardware, circuitos, red y todos aquellos elementos necesarios para el funcionamiento informático de la empresa. También, desarrollan y dan mantenimiento a aplicaciones y software necesarios para el funcionamiento operativo de la compañía. Además, se encargan de asegurar y dar almacenamiento a los datos de la organización.

Departamento de mejora continua y compras: El departamento de compras se encarga de adquirir las materias primas, productos semiacabados y servicios necesarios para el funcionamiento de la empresa. El objetivo primordial de este departamento es asegurar que el suministro de las materias primas, los productos que se subcontratan, los repuestos, etcétera, tengan una continuidad evitando, así, posibles roturas de stock.

Un proceso de mejora continua es la actividad de analizar los procesos que se usan dentro de una organización o administración, revisarlos y realizar adecuaciones para minimizar los errores de forma permanente, continuada y sostenible. Por tanto, el departamento de mejora continua se encarga de mantener la competitividad de la empresa, reducir costes, reducir desperdicios y aumentar la productividad.

ÁREA CLIENTE:

Departamento de marketing: El departamento de marketing es el área que se encarga del desarrollo de estrategias de ventas que ayudan a posicionar la marca Mapubli, dándose a conocer, mejorar la oferta, aumentar las ventas, optimizar recursos y, sobre todo, hacer que los clientes sean fieles a nuestros productos/servicios, siempre de acuerdo con la política comercial de la empresa.

Departamento de proyectos: Desde el departamento de proyectos se desarrolla cualquier propuesta que solicita el departamento comercial (fuerza de ventas principalmente), desde expositores, cajas, rótulos con neón, de composite...hasta espacios para eventos, córner, etc. Además, en Mapubli ofrecemos la opción de que el cliente no tenga una propuesta definida y seamos nosotros los que les demos una solución para su posterior desarrollo, fabricación e instalación. En proyectos de mayor envergadura que requieren de diseño gráfico, además de diseño y desarrollo de elementos, este departamento colabora con el departamento creativo para conseguir, entre todos, obtener la propuesta que más se ajuste a las necesidades de cada cliente.

Departamento creativo: El departamento creativo se encarga de crear, diseñar, planificar, coordinar y supervisar el desarrollo eficiente y viable de la parte gráfica, imágenes, y contenidos visuales y/o audiovisuales de los trabajos encomendados para satisfacer las necesidades de los clientes internos y externos.

Departamento de cuentas clave: En el departamento de cuentas clave se encargan de gestionar las cuentas clave de Mapubli, es decir, aquellas que suponen un nivel de facturación elevado y aportan un flujo de ingresos constante. Su principal objetivo consiste en mantener la relación entre esos clientes y la empresa a largo plazo.

Departamento de fuerza de ventas: El departamento de fuerza de ventas se encarga del trato directo con los clientes, tanto en búsqueda de nuevos clientes como en el proceso de venta de nuestros productos. Ellos son los responsables de orientar y aconsejar a los clientes sobre las mejores soluciones adaptadas a su negocio.

Controller y presupuestos: se encarga de la realización de presupuestos, dar de alta en el sistema a clientes y controlar que todos los precios de los materiales sean correctos. Periódicamente, participa en la reunión de control de costes de producción.

Montaje: Los montadores profesionales que forman este departamento son especialistas en instalaciones para la comunicación incluyendo trabajos en altura, arquitectura efímera, rotulación interior y exterior, sistemas iluminados y cualquier solución global. Además, también realizan el mantenimiento, desmontaje y cambios de campaña en los diferentes puntos de venta.

ÁREA PRODUCCIÓN:

Oficina técnica: Es el departamento encargado de la apertura de los partes de trabajo. Ellos son los que registran en el programa OPTIMUS todo lo relacionado con el pedido como es el caso de materiales, cantidades, selección de las máquinas de impresión y corte, así como acabados.

Preimpresión: Son los que reciben los partes de trabajo y se ocupan de revisar que las artes finales recibidas por los clientes son correctas. También son los responsables de preparar los archivos para imprimir.

Impresión: Como su propio nombre indica se ocupan de la impresión de los archivos. En esta sección se imprime tanto en pequeño formato, gran formato, textil e incluso añadir acabados especiales (Scodix) si lo tuviera.

Corte: En este departamento cuentan con varias máquinas de corte según el trabajo a realizar. Puede ser corte en digital donde se pueden hacer cortes,

semi cortes, fresados y hendidos. Troquelado analógico para tiradas mayores y corte láser que permite grabar, marcar y cortar.

Encuadernación y manipulados: Se ocupan de acabados específicos para libros, catálogos o cuadernos. Como es el caso de grapado, encuadernación pur o wire-. Se encargan de todo el trabajo manual que pueda llevar un pedido.

EXPEDICIONES:

Departamento de tráfico: Se encargan de toda la gestión final de la cadena de trabajo de Mapubli. Contactan con las agencias de transporte para el envío de mercancía, elaboración de albaranes de expediciones, etc.

Picking/Packing: Preparan el embalaje del producto para que este llegue en las condiciones óptimas.

3.3 Procedimiento de trabajo en el ámbito de la empresa. Sistemas y métodos de trabajo.

En Mapubli todos los departamentos están conectados a un servidor llamado Optimus, donde toda la información está organizada por carpetas. Toda la información pasa de forma estratégica y organizada para que no falle nada en la realización del pedido.

4.PLAN DE MARKETING

4.1 Estrategia de marketing

El público objetivo de Mapubli son grandes empresas las cuales necesitan que una empresa externa les ayude a plasmar sus ideas y sus proyectos de manera offline.

La estrategia de marketing que utilizan es mostrar la gran parte de sus proyectos en su catálogo, su página web y sus redes sociales que actualmente no están actualizadas ya que desde hace dos años no cuentan con departamento de marketing. Mapubli al ser una empresa grande tiene a grandes clientes fidelizados y gracias al “boca a boca “y al trabajo de los comerciales consiguen nuevos clientes.

4.2 Herramientas de marketing operativo

En Mapubli, son especialistas en materializar la comunicación visual aplicada al retail, branding, packaging y eventos. Para algunos productos de retail los clientes tienen el servicio (B2B) donde el cliente tiene una web personalizada donde tiene sus productos y los puede pedir más fácilmente

Retail

Desarrollamos proyectos globales de retail, acompañamos al cliente desde el punto de partida hasta su completa ejecución para ofrecer un servicio completo.

Son expertos en campañas de comunicación visual y publicidad en el punto de venta, diseñan espacios y soluciones únicas con las que consiguen una relación sólida entre cliente y marca a través de una experiencia innovadora y satisfactoria. Nuestro equipo multidisciplinar trabaja de forma conjunta para llevar a cabo la idea planteada, darle forma y transformarla en una campaña de éxito.

Elementos de comunicación visual:

PLV y displays

Expositores

Cartelería y señalética

Tematización de escaparates

Brands

Crear experiencias auténticas y únicas que queden en la memoria del cliente es el objetivo de Mapubli a la hora de desarrollar cualquier trabajo. Pueden plasmar los valores y filosofía de una marca en muchos elementos visuales.

Elementos de comunicación visual:

-Imagen corporativa

-Rotulación

-Publicidad impresa

-Revistas y catálogos

-Libros

Packaging

Adaptamos el diseño a cualquier necesidad y tipología de producto. Diseñamos desde cero para conseguir un producto 100% personalizado. Aconsejamos sobre materiales y acabados especiales.

Elementos de comunicación visual:

- Estuchería.
- Acabados especiales.
- Desarrollos a medida.
- Troqueles.

Events

Son disruptivos con nuestras propuestas y formamos parte del proyecto desde el planteamiento hasta la ejecución. Piensan en los espacios, las gráficas y la temática global para fortalecer el branding de la marca y que la experiencia sea total en el desarrollo del evento.

Respecto al precio Mapubli no tiene un precio estandarizado ya que el precio es muy variable ya que puede depender del perímetro de impresión, el material, el grosor del material, el color de la tinta ya que depende de si es tinta blanca o de color, si hay que realizar cortes o hay que troquelar...

4.3 La relación con el cliente

Mapubli es una empresa la cual trabaja con cientos de clientes cada día. Los departamentos de comercial y grandes ventas son los que se encargan personalmente de tratar con los clientes, una de sus principales funciones es asesorar al cliente sobre todos los materiales que hay para sacarle el máximo potencial al pedido y que el cliente quede satisfecho por otra parte, la empresa también ofrece un servicio B2B (Business to Business) donde el cliente tiene una web personalizada para el dónde puede realizar su pedido. A este servicio suelen recurrir los clientes que hacen pedidos con mucha frecuencia. La relación de mapubli con el cliente es fundamental para el crecimiento de la empresa.

5. MARKETING Y DISEÑO DIGITAL

5.1 Presencia online de la empresa, análisis y valoración

La presencia online de mapubli es escasa ya que desde hace dos años no hay nadie encargado del departamento de marketing por lo que tiene su perfil online está muy desactualizado. Cuentas con perfiles en las grandes redes sociales como son Instagram, YouTube y LinkedIn, en las que actualmente no se publica contenido de manera constante y no crece en seguidores. Cuenta con una página web con un diseño acorde a los valores de la empresa, donde te informan claramente los servicios que ofrecen y todo lo que necesitas saber sobre la empresa.

5.2 Elabora un plan de mejora online con las acciones a realizar según el análisis y la valoración.

En primer lugar, analizando la página web de Mapubli se añadiría un catálogo digital, el cual situaría en la portada de la página web donde se subiría los proyectos realizados más relevantes, actualizándolos semanalmente.

En segundo lugar, se crearía una cuenta en todas las redes sociales la cuales la empresa no tiene perfil como por ejemplo tik tok para generar un contenido de marketing de “guerrillas”.

5.3 Realiza una propuesta de logo y justifícalo



- **Diseño Minimalista:** La estética general es minimalista, evitando la sobrecarga visual y centrándose en mensajes claros y directos. Esto asegura que el logo y los mensajes de marca sean el punto focal. El logo tiene una estructura moderna. Consiste en una tipografía estilizada de la palabra "Mapubli" acompañada de un icono distintivo utilizando los colores corporativos de la empresa.

5.4. Realiza un plan para ganar presencia en redes sociales y captar nuevos seguidores

Mapubli es una gran empresa líder en la comunicación visual. Una empresa con gran potencial para crear contenido para las redes sociales.

En primer lugar, el público objetivo de Mapubli son grandes empresas las cuales la red social más funcional para captar seguidores que se conviertan en clientes es LinkedIn, por lo cual es una red social en la que se debe subir contenido constante para que dichos seguidores puedan seguir diariamente los proyectos realizados.

En segundo lugar, Mapubli debería de crearse un perfil en la red social Tik Tok e Instagram con el objetivo de crear videos los cuales muestren cual es el proceso de elaboración de los productos ofrecidos a los clientes y poder llegar a todo tipo de públicos.

Por último, Mapubli debe de enfocar el canal de YouTube a la creación de un podcast donde se traten temas de actualidad en el sector de la comunicación visual, tanto materiales nuevos como el área de la impresión 3D.

6.DEFINICIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO

-El objetivo del puesto de trabajo es cambiar la identidad corporativa de la empresa ya que desde el año 2022 no cuenta con un departamento de marketing y el material corporativo estaba desactualizado.

-Para realizar esta tarea he utilizado los programas indesign, canva ,ect...

-El ambiente en la empresa es muy bueno ya que todos los departamentos se ayudan entre sí y los trabajadores se implican mucho en que todo salga lo mejor posible.

7. CONCLUSIÓN Y REFLEXIÓN FINAL.

Mi experiencia realizando las prácticas en la empresa Mapubli me ha ayudado a entender cómo funciona el mundo empresarial y como entienden el marketing las grandes empresas. Por otra parte, me han brindado la oportunidad de aportar mi punto de vista y mis conocimientos adquiridos en el ciclo, dándome la responsabilidad de cambiar las presentaciones corporativas de la empresa.

8. Bibliografía

MAPLUBI. (n.d.). *MAPLUBI*. Recuperado el 6 de mayo de 2024, de <https://mapubli.com/>