



**INSTITUTO SUPERIOR UNIVERSITARIO DE FORMACIÓN
PROFESIONAL, ADMINISTRATIVA Y COMERCIAL**

CARRERA:

TECNOLOGÍA EN DISEÑO GRÁFICO MULTIMEDIA

TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA:

“DISEÑO DE MATERIAL GRÁFICO PARA DIFUNDIR ACTIVIDADES DE
LA IGLESIA ALIANZA CRISTIANA Y MISIONERA “DIOS ES AMOR”

REQUISITO PREVIO PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE TECNÓLOGO (A)
EN DISEÑO GRÁFICO MULTIMEDIA

AUTOR(A):

QUIMI CEVALLOS ANITA MERCEDES

TUTOR:

DOCENTE

GUAYAQUIL - ECUADOR

2022 - 2023

RECONOCIMIENTO DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Anita Mercedes Quimí Cevallos**, declaro bajo juramento que el presente Trabajo de titulación, válido para optar por el título de Tecnólogo en Diseño Gráfico, titulado: **“DISEÑO DE MATERIAL GRÁFICO PARA DIFUNDIR ACTIVIDADES DE LA IGLESIA ALIANZA CRISTIANA Y MISIONERA “DIOS ES AMOR”**, es de mi autoría; que no lo he presentado en ninguna otra institución educativa para obtener algún título, grado o calificación profesional.

Reconozco que he consultado todas las fuentes bibliográficas que aquí detallo.

De la misma manera, según lo que establece la Ley de Propiedad Intelectual, su reglamento y el Reglamento Interno del Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, cedo los derechos de propiedad intelectual de este trabajo de investigación, al Instituto ya mencionado.

Autorizo la reproducción parcial o total de este trabajo con fines académicos por cualquier forma, medio o procedimiento, siempre y cuando se incluya la cita bibliográfica del documento.

ANITA MERCEDES QUIMÍ CEVALLOS

C.C. 2450598871

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Ing. Kerly Villavicencio Alvarado Tutora del trabajo de titulación:

CERTIFICA

Que el trabajo de titulación válido para optar por el título de Tecnólogo en Diseño Gráfico y Multimedia, cuyo tema es: **“DISEÑO DE MATERIAL GRÁFICO PARA DIFUNDIR ACTIVIDADES DE LA IGLESIA ALIANZA CRISTIANA Y MISIONERA “DIOS ES AMOR”**, fue elaborado por el Sra. **Anita Mercedes Quimí Cevallos**, ha sido debidamente revisado y está en condiciones de ser entregado para que se siga lo dispuesto por el Instituto Superior de Formación Profesional Administrativa y Comercial, correspondiente a la sustentación y defensa del mismo, previo a la obtención de su título.

Kerly Villavicencio Alvarado
Ingeniera en Diseño Gráfico
Tutora de Trabajo de Titulación

DEDICATORIA

Esta tesina está dedicada a:

A mis padres John e Irma quienes con su amor, paciencia y esfuerzo me ha permitido llegar a cumplir hoy un sueño más, gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y valentía, de no temer las adversidades porque Dios está conmigo siempre.

Mi hermana Daniela por su cariño y apoyo incondicional, durante todo este proceso, por estar conmigo en todo momento gracias. A toda mi familia porque con sus oraciones, consejos y palabras de aliento hicieron de mí una mejor persona y de una u otra forma me acompañan en todos mis sueños y metas.

Finalmente quiero dedicar esta tesis a todos mis amigos, por apoyarme cuando más las necesito, por extender su mano en momentos difíciles y por el amor brindado cada día, de verdad mil gracias, siempre las llevo en mi corazón.

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi gratitud a Dios, quien con su bendición llena siempre mi vida y a toda mi familia por estar siempre presentes.

En primer lugar, quiero agradecer a mi tutor, quien con sus conocimientos y apoyo me guio a través de cada una de las etapas de este proyecto para alcanzar los resultados que buscaba.

También quiero agradecer a la Iglesia Alianza Cristiana Y Misionera "Dios Es Amor" por brindarme todos los recursos y herramientas que fueron necesarios para llevar a cabo el proceso de investigación. No hubiese podido arribar a estos resultados de no haber sido por su incondicional ayuda.

Por último, quiero agradecer a todos mis compañeros, por apoyarme aun cuando mis ánimos decaían, que siempre estuvieron ahí para darme palabras de apoyo y un abrazo reconfortante para renovar energías.

Muchas gracias a todos.

ÍNDICE DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1: FUNDAMENTACIÓN.....	5
1.1. MARCO HISTÓRICO.....	5
1.1.1. HISTORIA DE LA IGLESIA ALIANZA CRISTIANA Y MISIONERA "DIOS ES AMOR"	5
1.1.2. HISTORIA DEL DISEÑO	8
1.1.3. HISTORIA DEL DISEÑO GRÁFICO EN ECUADOR	9
1.1.4. HISTORIA DE LAS REDES SOCIALES	9
1.2. MARCO TEÓRICO	10
1.2.1. DISEÑO GRAFICO.....	10
1.2.2. DISEÑO INFORMATIVO.....	10
1.2.3. MATERIAL DIDÁCTICO.....	10
1.3. MARCO CONCEPTUAL	11
1.3.1. COMUNICACIÓN	11
1.3.2. COMUNICACIÓN VISUAL	11
1.3.3. DISEÑO GRAFICO.....	11
1.3.4. REDES SOCIALES	12
1.3.5. PHOTOSHOP.....	12
1.3.6. ILLUSTRATOR	12
1.4. MARCO LEGAL	13
1.4.1. CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR.....	13
1.4.2. LEY DE COMUNICACIÓN.....	14
CAPITULO 2: METODOLOGÍA EMPLEADA	15
2.2. TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	15
2.2.1 DESCRIPTIVA – EXPLICATIVA.....	15

2.1.	ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN	15
2.1.1.	ENFOQUE MIXTO	15
2.2.	MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN	16
2.2.1.	MÉTODOS TEÓRICOS	16
2.2.2.	MÉTODOS EMPÍRICOS	17
2.2.3.	MÉTODOS ESTADÍSTICOS	17
2.3.	ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	18
2.3.1.	ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE ENCUESTAS	18
2.3.2.	ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE ENTREVISTAS	21
2.4.	HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS	22
2.4.1.	ANÁLISIS PEST	22
2.4.2.	ANÁLISIS FODA.....	23
2.4.3.	MODELO CAPA	23
CAPITULO 3: DESARROLLO DE LA PROPUESTA		24
3.1.	TÍTULO DE LA PROPUESTA	24
3.2.	OBJETIVO DE LA PROPUESTA	24
3.3.	DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA	25
3.3.1.	ESTADO INICIAL DE PROYECTO.....	25
3.3.2.	REQUERIMIENTOS DE DESARROLLO	26
3.3.3.	PLANIFICACIÓN DE DESARROLLO	29
3.3.4.	FASE 1: PLANTEAMIENTO DE LA IDEA	29
3.3.5.	FASE 2: DISEÑO	30
3.3.6.	FASE 3: IMPLEMENTACIÓN	31
3.4.	FACTIBILIDAD DE APLICACIÓN	31
3.4.1.	FACTIBILIDAD ADMINISTRATIVA	31
3.4.2.	FACTIBILIDAD ECONÓMICA.....	31
3.4.3.	FACTIBILIDAD LEGAL	32

3.4.4. FACTIBILIDAD ECOLÓGICA.....	32
3.5. RESULTADOS ESPERADOS EN LA APLICACIÓN DE LA PROPUESTA.....	32
CONCLUSIONES	33
RECOMENDACIONES	34
ANEXOS	38

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Planificación de desarrollo.....	25
Tabla 2. Requerimientos Técnicos.....	26
Tabla 3. Requerimientos operativos	26
Tabla 4. Requerimientos económicos	27

RESUMEN

El propósito de esta tesina es crear material gráfico para la Iglesia Alianza Cristiana Y Misionera "Dios Es Amor" ubicada en el Cantón La Libertad. Esta exposición está especialmente dirigida a quienes asisten a la congregación, por lo que puede ser una forma de conocer los servicios, actividades y eventos que se realizan en la congregación. Para ello, se han desarrollado los requisitos previos necesarios para identificar el objeto de la investigación y aplicar técnicas y herramientas que permitan a los futuros usuarios de este documento tener una idea clara de lo que necesitan. Todo el conocimiento adquirido se utilizará para desarrollar un material visual dinámico y fácil de usar que sean eficientes. El proceso de producción de publicaciones con estas características está sujeto a cambios y revisiones constantes debido a los procesos de retroalimentación a disposición de los usuarios, miembros de la iglesia y diseñador gráfico.

ABSTRACT

The purpose of this dissertation is to create graphic material for the Christian and Missionary Alliance Church "God Is Love" located in the Canton of La Libertad. This exhibition is especially aimed at those who attend the congregation, so it can be a way to learn about the services, activities and events that take place in the congregation. To do this, the necessary prerequisites have been developed to identify the object of the research and apply techniques and tools that allow future users of this document to have a clear idea of what they need. All the knowledge gained will be used to develop dynamic and easy-to-use visual material that is efficient. The process of producing publications with these characteristics is subject to constant changes and revisions due to the feedback processes available to users, church members and graphic designers.

INTRODUCCIÓN

Hoy en día Internet se ha convertido en un medio de comunicación fundamental en la vida diaria de todos. Debe funcionar como un medio de comunicación y ser utilizado por muchas empresas, organizaciones, marcas y muchas otras.

Este proyecto se enmarca en el tema del diseño y producción de objetos, espacios e imágenes para comprender las preferencias y necesidades de los cristianos centrándose en las imágenes religiosas.

El objetivo principal es crear material gráfico con aportes creativos que permitan una transmisión eficaz del mensaje cristiano, basado en la gráfica y los valores religiosos. Es evocado por la representación de la Iglesia Alianza Cristiana y Misionera "Dios Es Amor" se enfoca en investigar la historia y antecedentes de la religión para lograr el objetivo de la propuesta. Las estrategias y métodos del diseño gráfico, la implementación de proyectos visuales religiosos encarna la innovación y la modernidad.

Este proyecto desarrolla una comunicación gráfica centrada en la identidad gráfica evangélica y su asociación con la sociedad. Para realizar este trabajo se plantearon conceptos relacionados con el diseño gráfico y la comunicación sobre la iglesia, las imágenes y símbolos utilizados, y el propósito y método para crearlos. El autor examinó los problemas de la religión en términos del mensaje visual que envió. El cristianismo muestra la necesidad de difundirse y llegar a las personas que no han leído ni oído hablar de Dios. El área de diseño es la base para comunicar y dar información que contribuye al objetivo de ser correctamente entendido por los observadores e influir y memorizar su atención sin interferencias o malentendidos. La iglesia generalmente quiere transmitir el mensaje de salvación a la gente. Por tanto, me gustaría proponer la creación de los anuncios visuales reales que necesita, con referencia al acceso de los gráficos a áreas donde faltan contactos e imágenes. Hoy en día, el diseño avanza en todos los campos, pero en lo que respecta al cristianismo, se puede ver como una imagen del estancamiento del pasado. A menudo existen barreras para encontrar nuevas formas de transmitir el mensaje de crecimiento, progreso y cristianismo y crear cambios y revisiones de identidades gráficas. Las creencias que han existido desde el nacimiento de la humanidad tienen importantes pesos asociados con la seriedad y el respeto. Por tanto, esta peculiaridad se reflejó en el hecho de que a menudo limita el desarrollo de diseños provocados por la innovación y la practicidad.

El cristianismo quiere anunciar al Dios que ama, busca y desea encuentros personales con los humanos. Por tanto, la propuesta debe ser de interés para el público en general y enviarse directamente al destino desde el que se cita la propuesta. Su mirada y su atención. El impacto visual debe ser básico, el diseño del primer caso debe ser autónomo, sobresalir de los otros diseños y tener contenido gráfico para que el observador pueda comprender rápidamente la información que se transmite. El objetivo deseado es inspirar, apreciar, conectar y recordar al destinatario. En este sentido, se cree que la comunicación cristiana a través del diseño gráfico debe estar vinculada y centrada en las necesidades y características de la sociedad actual.

El Proyecto tratado tiene como objetivo la creación de material gráfico para la Iglesia Alianza Cristiana y Misionera "Dios Es Amor", utilizando herramientas relacionadas con el diseño gráfico.

Al desarrollar el material, se tomará en cuenta cómo será su aspecto visual, ya que existe un precedente de que el cerebro humano se aburre con mucha facilidad, si no existe un balance entre imágenes y texto.

El proyecto de crear un material gráfico se hace por la necesidad de compartir los conocimientos adquiridos en la carrera de Diseño Gráfico y que el enfoque de la Iglesia a los modelos de comunicación es importante para aclarar y crear el contenido efectivo, entendible para dar y difundir un mensaje claro y comprensible a todos los creyentes de la fe cristiana; Proporcionando así una cooperación activa que contribuya al crecimiento de la iglesia.

La estrategia de comunicación, será crear publicidad para las redes sociales de la iglesia, considerando la importancia que tienen las redes sociales, y ahora cualquier persona en el mundo puede acceder a este servicio, ya sea a través de computadoras o desde su teléfono móvil. Esta es una característica que la Iglesia Cristiana quiere lograr en su regulación, para poder ir más allá.

Esta congregación, en sus noventa y cinco años de funcionamiento, ha creado productos gráficos como folletos, volantes, carteles, etc., para comunicar directamente con los asistentes de las distintas actividades que ofrece la Iglesia, a pesar de la falta de bases técnicas, tecnológicas y conceptuales como: gestión de línea, gráfica, soporte, coordinación, segmentación de público objetivo y sobre todo profesionales idóneos que brindan el asesoramiento y el apoyo necesarios para crear material gráfico enfocados en

el público objetivo al que uno desea la mayor atención de los jóvenes, sin ignorar al resto de la iglesia.

Otro factor que incide en la imagen y productos de la Iglesia Alianza Cristiana y Misionera "Dios Es Amor" es el uso inadecuado de software no especializado, pues impide que los materiales no sean potenciados en aspectos visuales e informativos y que se enmarquen dentro de los fundamentos básicos del diseño gráfico y líneas editoriales, que además al verse conjugado con el manejo tipográfico y cromático de manera indiscriminada no permitan que el lector tenga un panorama claro de las temáticas y sus objetos complementarios serán motivo de perjuicios para la creación de un producto de óptimas características por no establecer parámetros acordes a las necesidades específicas de sus futuros lectores y usuarios.

Dentro de los objetivos de la comunicación, encontramos la persuasión como un elemento esencial en la consecución de metas.

En las iglesias la persuasión es importante en la evangelización de las almas, pero esta complementada y fundamentada en la comunicación es más exitosa, por ende es necesario que las iglesias no importando cual sea la religión a la que pertenezcan, conviene darle la importancia a las comunicación, ya que desde sus inicios se ha demostrado que una comunicación bien emitida es eficaz en la consecución de los objetivos.

La implementación de un plan de comunicaciones dentro de una iglesia cristiana, es una necesidad que debe ser suplida y es un problema que debemos afrontar, estas instituciones están creciendo a gran escala y debido a que es necesario fomentar la buena cultura de comunicación es menester encontrar una solución.

Toda empresa cuenta con un departamento de comunicaciones o una persona encargada de la comunicación interna y externa de esta, la Iglesia Alianza Cristiana y Misionera "Dios Es Amor", no posee esta herramienta bien estructurada y por consiguiente presenta falencias en la comunicación emitida y recibida por esta.

La comunicación en la empresa es de manera interna y externa, y su articulación se ve reflejada en la sociedad, quien crea la necesidad de comunicar de esta.

La iglesia como institución también tiene información que compartir dentro y fuera de esta, y establecer un modelo a seguir minimiza las barreras de la comunicación en sus mensajes.

Es necesario establecer este principio de dentro de una organización cristiana, los medios de comunicación son utilizados para difundir los mensajes de Cristo y de la iglesia, en la esfera local y global.

Hoy la web está permitiendo grandes cambios en todas las industrias, crecimiento y conocimiento en la política, la educación y no solo en lo que se comunica, también en cómo se comprende la vida.

La labor y filosofía Cristo céntrica de la iglesia cristiana, debe ser conocida por todos y la web es un canal que permite este crecimiento, como lo ha hecho con otras organizaciones e industrias.

El objetivo a plantear es Reposicionar y fortalecer la actual imagen de la Iglesia Alianza Cristiana y Misionera "Dios Es Amor, por medio de material gráfico orientado a generar sistemas de Identidad y campañas comunicativas que respondan a las necesidades actuales del grupo receptor.

Con el propósito de diseñar un sistema de identidad visual para la iglesia que dé a conocer los servicios, actividades y eventos que se realizan en la congregación y traduzca fielmente el perfil de la institución y logre reflejar en ella sus principales destinatarios.

CAPÍTULO 1: FUNDAMENTACIÓN

1.1. MARCO HISTÓRICO

1.1.1. Historia de la Iglesia Alianza Cristiana y Misionera "Dios Es Amor"

En el año 1924, el Sr Evaristo Reyes oriundo de la Parroquia Atahualpa conoció acerca de las Buenas Nuevas de Salvación en la ciudad de Guayaquil tomando la decisión de aceptar a Jesús como su Salvador Personal y retornando a su lugar natal comenzó a compartir el Mensaje de Dios, pero se encontró con la idolatría de sus habitantes.

En esa época, nuestra denominación Alianza Cristiana y Misionera enviaba misioneros norteamericanos a diferentes países del mundo, un hermano llamado Pablo John llegó al lugar de Atahualpa, el mismo que bautizó a Evaristo Reyes. A nuestro querido cantón La Libertad llega el Evangelio en el Año 1925, quienes aceptaron a Jesús como su Salvador en ese tiempo se reunían en hogares que muy gentilmente prestaban para realizar los primeros cultos.

Entre ellos se reunía la FAMILIA DE LA TORRE quienes en el año 1926 donaron este terreno, donde hoy está edificado nuestro Templo "Dios es Amor" dando inicio a la historia de nuestra querida CONGREGACIÓN, al principio fue construido de adobe, techo de ruberoi, piso de tierra, en este tiempo visitaba cada año nuestro templo una Misionera, la Srta. Rosalía Rovel, ella se quedaba un mes y organizaba Estudios Bíblicos, Escuelas Vacacionales, Barriales y Dominicales, se constituyó en un Pilar Fundamental para el Crecimiento Espiritual y multiplicación de la Obra.

En el Año 1933 la Congregación tuvo su Primer Pastor, el hno. Manuel Cortéz quien pastoreó por aproximadamente 8 años hasta que fue electo como Presidente de La Junta Directiva Nacional, razón por la cual tuvo que dejar la iglesia para radicarse en Guayaquil y cumplir con su nueva misión. En el Año 1944, luego de 3 años, llegaron los Esposos Virgilio y Emma Basurto, quienes permanecieron en nuestro templo hasta el año 1952, ellos fueron asignados a otro lugar para continuar su Ministerio.

En 1954, llegó a liderar nuestra iglesia el Pastor Nicolás Castro Delgado con su esposa Clemencia Cabrera de Castro, durante su Ministerio desarrollaron la Visión Misionera para levantar nuevas obras en diferentes lugares de la Península junto a hnos. como: Francisco Cristóbal, Marcos Gonzabay, Lidia Laínez, Enedina de Soriano, América de Mirabá, Julio Suárez, entre otros. Las nuevas iglesias que se formaron estaban

ubicadas en Atahualpa, Salinas, Libertador Bolívar, Bambil Collao, Santa Elena, Ancón, Anconcito, Pechiche y Manantial de Chanduy.

El Ps. Nicolás Castro con la ayuda de Dios fortaleció y edificó la Obra del Señor por 25 años, hasta que un lunes 19 de marzo de 1979 la muerte lo sorprendió cuando viajaba hacia Anconcito, con la partida de nuestro querido Pastor la iglesia queda encargada al hermano Francisco Cristóbal Jaime.

En 1980 llegó desde la ciudad de Guayaquil el Ps. Elías Asqui Yépez junto a su esposa Sarita Contreras, estuvieron a cargo de la iglesia por 5 años, luego tuvo que salir porque fue electo presidente de la Junta Directiva Nacional.

Con la salida del Ps. Elías Asqui en el año 1986, en una reunión de iglesia se resolvió dejar como encargado de Obra al hno. Marcos Gonzabay Yagual, quien cumplió varias funciones para seguir con el Crecimiento Espiritual y Numérico de nuestra Iglesia. En este tiempo llegaron varios pastores aspirantes, estudiantes del Seminario Bíblico Alianza que ayudaban en los Cultos dominicales, ellos fueron puestos a prueba hasta que se decidió en el año 1987 por el Ps. Harry Córdova quien se casó aquí con la hna Noemí Saldaña para ser Un Pastor Ordenado y comenzar a trabajar en la Obra de Dios. Esta pareja estuvo con nosotros hasta 1989, año en que nuevamente nos quedamos sin pastor, y se encarga de la Obra nuestro querido hno. Francisco Cristóbal quien con el apoyo de la Directiva y la dirección del Espíritu Santo continuaba con la Labor Evangelista.

En 1990, llegó el Ps. Absalón Medina y su esposa Esther. Ellos trabajaron en nuestra congregación hasta el año 1993. Los siguientes dos años nuestra congregación quedó en las manos del Ps. Julio Maridueña quien recorría todas las iglesias hijas llevando el Mensaje de Salvación.

En 1995 nos dirigió el Ps. Freddy Caizapanta quien trabajó en este lugar hasta diciembre 1997. En marzo de 1998, llega como Pastor Danny Delgado y Tania González quienes permanecieron hasta el año 2006.

Luego de este largo tiempo nuevamente nos quedamos sin líder, recibiendo la visita de varios siervos de Dios de la ciudad de Guayaquil que compartieron LA PALABRA de DIOS.

Y el 19 de julio del 2006 en Reunión congregacional fue posesionado como Pastor Jorge Omar González Cristóbal, quien junto al apoyo de la congregación y colaboración

de amigos coordinó y planificó la reconstrucción de nuestra amada iglesia, anhelo y sueño que con la bendición de DIOS se está convirtiendo en realidad.

Al Ps. Jorge Omar le tocó afrontar los tiempos difíciles de pandemia mundial del año 2020, es por eso que consideró necesario gestionar ante entes competentes y con la colaboración de varias familias aliancistas de DIOS ES AMOR, la entrega de raciones alimenticias, enseres y otros a familias que lo necesitaban. Tiempos duros y complicados, pero en los cuales vimos y sentimos la mano de DIOS.

Jorge Omar González Cristóbal, Psicólogo de profesión, Licenciado en Teología, Mediador de conflictos y Pastor Ordenado por la Junta Nacional fue considerado por la comunidad peninsular como uno de los Pastores más jóvenes de la provincia de Santa Elena ya que con solo 27 años de edad tomó la dirección de nuestra iglesia y por quince años consecutivos estuvo al frente de la congregación, hasta el 4 de mayo del 2021 que fue llamado a la presencia de DIOS, luego de su lucha contra el covid, dejando una iglesia operativa y funcional, a través de los ministerios y redes, escuela de discipulado, academia bíblica y otros, legado que perdurará en cada uno de quienes trabajaron y lo conocieron.

Este lamentable acontecimiento fue tomado como una prueba de Dios, situación que nos hizo entender que debemos seguir unidos en oración a pesar de las tribulaciones y esperar en la Santa Voluntad del PADRE CELESTIAL. En esta época recordamos este precioso coro: En las luchas y en las Pruebas la Iglesia sigue caminando y sólo se detiene para predicar.

Amada iglesia Dios nos habla de diferentes formas, cada día debemos conocer su Soberana Voluntad Leyendo su Palabra y orando sin cesar. Esta devoción constante hará que nuestra fe se fortalezca caminando de esta forma hacia la madurez espiritual, dando paso a la santificación que nos llevará a entrar a la Patria Celestial.

Debido a la pérdida irreparable del líder de nuestra IGLESIA DIOS ES AMOR, el Cuerpo de Diáconos, acotó lo que dispone El Art 42 del ESTATUTO DE REGLAMENTOS INTERNOS DE LA IGLESIA EVEANGELICA ECUATORIANA ALIANZA CRISTIANA Y MISIONERA, y en reunión del 7 de MAYO nombran como MINISTRO ENCARGADO DE OBRA, el diácono Hno. Carlos Castro Cabrera, quién además de dirigir la iglesia por el lapso de 80 días, junto al cuerpo de Diáconos y basados en los REGLAMENTOS INTERNOS hace las gestiones respectivas para que se

designa a un Pastor Principal, y es así que El día 18 de Julio se convoca a elecciones para Pastor de la Iglesia Alianza DIOS ES AMOR y por mayoría de votos resulta electo nuestro Amado Hno Vicente Quintana Carrera quien fue mocionado por nuestra congregación ante la JUNTA NACIONAL debido a su gran amor, colaboración y dedicación a la Obra de Dios durante los 7 años que se congregó en nuestra Iglesia, una vez electo el día domingo 25 de Julio del 2021 el Ps Neyo Pin Rodríguez delegado de la Junta Nacional, procede a posesionarlo como PS de la Iglesia Alianza DIOS ES AMOR; el PASTOR VICENTE QUINTANA CARRERA actualmente cursa sus estudios finales en el SEMINARIO BÍBLICO ALIANZA. Y junto a su esposa ANGELITA JARRIN Carló trabajan en la obra encomendada por DIOS y la iglesia.

La congregación sigue trabajando a través de Redes y Ministerios, cada uno de ellos tiene sus líderes quienes bajo la dirección del Espíritu Santo y la Supervisión de nuestro Pastor sirven al Rey de Reyes y Señor de Señores, esperando muy pronto su Venida; por lo tanto, estemos alertas y miremos nuestro interior para mejorar nuestra condición espiritual porque ÉL viene por una iglesia sin mancha, sin arruga y sin contaminación.

Desde 1926 hasta 2021 hemos visto como la Mano de Dios nos ha sostenido llegando a ser una IGLESIA LEGENDARIA con reconocimiento dados por nuestras autoridades locales, por tener la Mejor Edificación Arquitectónica; Pionera en la evangelización de la Península, predicando, edificando y extendiendo el Evangelio de Jesucristo conforme era el texto base de Nuestro Fundador Mundial, ALBERTO BENJAMÍN SIMPSON.

1.1.2. Historia del diseño

El diseño encuentra su origen en los inicios de la existencia del hombre, básicamente es un ejemplo de nuestro claro desarrollo, lo que nos marca dudas y el hecho de que el hombre ya ha diseñado una forma que años después debería tener un nombre y un significado, cuando uno rayar una piedra y la otra, de esta manera el diseño evoluciona con las personas, solo con la existencia de la escritura se pueden trasladar estas ideas de una manera que cambiaría paulatinamente cualquier cultura.

Desde el advenimiento de la imprenta, las obras literarias pudieron reproducirse más fácilmente y textualmente; H. las palabras fueron las mismas en todas las copias a lo

largo de los siglos Cambió la forma en que se diseñaron y publicaron las ideas, y más aún cuando esas ideas se usaron para vender un producto a una población a través de un gráfico con un mensaje que mostraba cómo y dónde conseguirlo, Sabía de su existencia, nadie podía decir en su momento que esta sería una novedad que revolucionaría los negocios en el mundo.

1.1.3. Historia del diseño gráfico en Ecuador

Como primer dato sobre la historia del Diseño Gráfico en el Ecuador, podemos destacar la gran importancia de los símbolos de culturas ancestrales, los íconos religiosos y escrituras de la época colonial. El auge del diseño es también la causa del trabajo de ilustradores y diseñadores gráficos publicitarios de los años 60 y 70 después de esto la profesión se consolidó en los años 80, y es aquí donde entran en escena nuevos profesionales gráficos, escuelas e institutos de diseño Surgió y se conformó la Asociación de Diseñadores Gráficos, la cual dio la oportunidad de conformar espacios de encuentro donde pudo debatir y promover la gran carrera del Diseño Gráfico en Ecuador.

1.1.4. Historia de las Redes Sociales

La explosión tecnológica en la computación, después de la década de 1940, allanó el camino para el mundo de las redes sociales que vemos hoy.

Inicialmente humilde en escala, con redes de computadoras localizadas, CompuServe nació en la década de 1960.

También Internet, tal como lo conocemos, iba apareciendo. Los correos electrónicos primitivos aparecieron por primera vez en 1966.

En la década de 1970 hubo mayor desarrollo en las telecomunicaciones. Pero, siendo objetivos, para hablar de la evolución de las redes sociales, debemos remontarnos a 1971. En este año en particular, se lanzó el Proyecto Gutenberg (la primera Biblioteca online gratuita) y, además, Ray Tomlinson realizó el primer envío de un correo electrónico a través de dos computadoras (ubicadas una al lado de la otra).

Aquí se puede decir que comienza la verdadera historia de las redes sociales.

Luego, sería en 1978 cuando se intercambiaron Bulletin Board System (el popular BBS), por medio de líneas telefónicas con varios usuarios. Y ese mismo año, por supuesto, se distribuyeron las primeras copias de los navegadores web, mediante la propia Usenet, que llegó al mercado en 1979.

Esta plataforma permitió a las personas comunicarse a través de boletines, artículos o publicaciones virtuales en grupos de noticias. Sin embargo, las verdaderas redes sociales se acercaron más durante la década de 1980.

1.2. MARCO TEÓRICO

1.2.1. Diseño Grafico

Jorge Frascara propone al diseño como “una disciplina dedicada a la producción de comunicaciones visuales dirigidas a afectar el conocimiento, las actitudes y el comportamiento de la gente”. (Frascara, p.19, 2004)

La función principal del diseño gráfico es transmitir cierta información. A través de la obra gráfica buscamos transmitir las ideas básicas de un mensaje claro y directo, utilizando varios elementos gráficos.

1.2.2. Diseño Informativo

“La organización de la información (el contenido), y la planificación de su presentación visual” (Frascara, 2012, p.128).

Esto significa que tanto el habla visual como la comprensión del contenido deben ir de la mano para lograr un producto de calidad y, sobre todo, para lograr los objetivos informativos.

1.2.3. Material Didáctico

El material didáctico se refiere a aquellos medios y recursos que facilitan la enseñanza y el aprendizaje, dentro de un contexto educativo, estimulando la función de los sentidos para acceder de manera fácil a la adquisición de conceptos habilidades, actitudes o destrezas.

1.3. MARCO CONCEPTUAL

1.3.1. Comunicación

Un primer acercamiento a la definición de comunicación puede realizarse desde su etimología, que proviene de la palabra latina *communicare*, que significa “compartir algo, poner en común”, por tal motivo al comunicarse, se trata de establecer una comunidad con alguien.

La comunicación consiste en la emisión y recepción de mensajes entre dos o más personas o animales. Quienes se comunican buscan aportar y obtener información acerca de un determinado asunto. Se conoce como proceso comunicativo, por lo tanto, al conjunto de actividades vinculadas a este intercambio de datos. Dicho proceso requiere de, al menos, un emisor y de un receptor. El emisor envía ciertas señales (un texto escrito, palabras, un gesto) para difundir un mensaje; cuando estas señales llegan al receptor, este debe decodificarlas para interpretar el mensaje. El proceso contempla una “devolución” del mensaje, a través de la cual el receptor se convertirá en emisor, y viceversa.

1.3.2. Comunicación Visual

La comunicación visual es una práctica que se encarga de utilizar los elementos visuales para expresar un mensaje, inspirar cambios o evocar emociones.

Una parte de esto incluye el diseño de comunicación, que consiste en escribir un mensaje que eduque, motive y llame la atención. Y otra parte que es el diseño gráfico, el cual utiliza los principios del diseño para comunicar ese mensaje de forma clara y llamativa.

La comunicación visual efectiva debe ser igual de atractiva e informativa.

1.3.3. Diseño Grafico

Diseño Gráfico es la disciplina que posibilita comunicar visualmente información, hechos, ideas y valores útiles al hombre mediante una actividad proyectual en la cual se procesan, sintetizan y expresan -en términos de forma- factores sociales, culturales, perceptivos, estéticos, tecnológicos y ambientales.

El diseño gráfico pertenece al universo totalizador del Diseño, considerando éste la actividad proyectual destinada a la creación de formas útiles para el hombre, cuyas funciones serán generar espacios de habitabilidad, operacionales o comunicacionales, dentro de un amplio espectro de alternativas materiales y virtuales.

1.3.4. Redes Sociales

Las redes sociales son plataformas digitales formadas por comunidades de individuos con intereses, actividades o relaciones en común (como amistad, parentesco, trabajo). Las redes sociales permiten el contacto entre personas y funcionan como un medio para comunicarse e intercambiar información.

Los individuos no necesariamente se tienen que conocer antes de entrar en contacto a través de una red social, sino que pueden hacerlo a través de ella, y ese es uno de los mayores beneficios de las comunidades virtuales.

1.3.5. Photoshop

El nombre de Photoshop se le da a un programa, o herramienta de manipulación y tratamiento de imágenes, usado normal mente en ordenadores y, el rasgo característico de esta herramienta es que su componente principal son los píxeles, la cual la convierte en una gran herramienta, al momento de manipular fotografías.

En el ámbito profesional, la herramienta Photoshop es importante, esencialmente para los profesionales de la fotografía y los diseñadores gráficos, que en esta herramienta encuentran un laboratorio, el cual los ayuda a interpretar de mejor manera sus ideas creativas. En el campo de la ilustración también es muy usada, complementándola con otras herramientas como una tableta digital.

1.3.6. Illustrator

Es una herramienta para diseños y artes vectoriales, esto quiere decir que su principal característica es que trabaja con vectores, y esto permite redimensionar cualquier trabajo a la medida o tamaño que deseemos. Cabe resaltar que forma parte de la familia de Adobe por lo consiguiente, cualquier grafico que realicemos en este

programa, será compatible con los demás programas hermanos como lo son Photoshop, After Effects, etc.

1.4. MARCO LEGAL

1.4.1. Constitución de la República del Ecuador

Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.

2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.

3. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.

4. El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.

5. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación.

Art. 18.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.

2. Acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas. No existirá reserva de información excepto en los casos expresamente establecidos en la ley. En caso de violación a los derechos humanos, ninguna entidad pública negará la información.

1.4.2. Ley de Comunicación

Art. 3.- Contenido comunicacional. - Para los efectos de esta ley, se entenderá por contenido todo tipo de información u opinión que se produzca, reciba, difunda e intercambie a través de los medios de comunicación social.

Art. 5.- Medios de comunicación social. - Para efectos de esta ley, se consideran medios de comunicación social a las empresas, organizaciones públicas, privadas y comunitarias, así como a las personas concesionarias de frecuencias de radio y televisión, que prestan el servicio público de comunicación masiva que usan como herramienta medios impresos o servicios de radio, televisión y audio y vídeo por suscripción, cuyos contenidos pueden ser generados o replicados por el medio de comunicación a través de internet.

Art. 8.- Prevalencia en la difusión de contenidos. - Los medios de comunicación, en forma general, difundirán contenidos de carácter informativo, educativo y cultural, en forma prevalente. Estos contenidos deberán propender a la calidad y ser difusores de los valores y los derechos fundamentales consignados en la Constitución y en los instrumentos internacionales de derechos humanos.

Art. 35.- Derecho al acceso universal a las tecnologías de la información y comunicación. - Todas las personas tienen derecho a acceder, capacitarse y usar las tecnologías de información y comunicación para potenciar el disfrute de sus derechos y oportunidades de desarrollo

CAPITULO 2: METODOLOGÍA EMPLEADA

2.2. TIPOS DE INVESTIGACIÓN

2.2.1 Descriptiva – Explicativa

La investigación descriptiva se encarga de puntualizar las características de la población que está estudiando. Esta metodología se centra más en el “qué”, en lugar del “por qué” del sujeto de investigación.

En otras palabras, su objetivo es describir la naturaleza de un segmento demográfico, sin centrarse en las razones por las que se produce un determinado fenómeno. Es decir, “describe” el tema de investigación, sin cubrir “por qué” ocurre.

La investigación explicativa se llevaba a cabo para investigar de forma puntual un fenómeno que no se había estudiado antes, o que no se había explicado bien con anterioridad. Su intención es proporcionar detalles donde existe una pequeña cantidad de información.

El investigador obtiene una idea general y utiliza la investigación como una herramienta para que lo guíe a temas que podrían abordarse en el futuro. Su objetivo es encontrar por qué y para qué de un objeto de estudio.

2.1. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

2.1.1. Enfoque mixto

Las principales áreas de enfoque son los individuos, las sociedades y las culturas. La suposición de este método de investigación se enfoca en que el conocimiento es más subjetivo que objetivo. En este tipo de investigación el investigador aprende de los participantes e intenta mantener una postura de neutralidad mientras recopila datos de ellos.

La investigación cuantitativa es un método estructurado de recopilación y análisis de información que se obtiene a través de diversas fuentes. Este proceso se lleva a cabo con el uso de herramientas estadísticas y matemáticas con el propósito de cuantificar el problema de investigación.

2.2. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

2.2.1. Métodos Teóricos

2.2.1.1. Método de Análisis y Síntesis

“El análisis es la separación de las partes hasta llegar a conocer sus elementos fundamentales y las relaciones que existen entre ellos. La síntesis, por otro lado, se refiere a la composición de un todo por reunión de sus partes.” en el mismo documento el mismo autor nos da otro concepto, upm. (2020) “La capacidad de análisis y síntesis nos permite conocer más profundamente las realidades con las que nos enfrentamos, simplificar su descripción, descubrir relaciones aparentemente ocultas y construir nuevos conocimientos a partir de otros que ya poseíamos.”

2.2.1.2. Método Histórico- Lógico

“Lo histórico se refiere al estudio del objeto en su trayectoria real a través de su historia, con sus condicionamientos sociales, económicos y políticos en los diferentes periodos. Lo lógico interpreta lo histórico e infiere conclusiones.” Rodríguez Jiménez; Pérez Jacinto (2017), en el mismo documento los autores, nos comparten otra vista de que el método histórico-lógico, “La combinación de lo histórico con lo lógico no es una repetición de la historia en todos sus detalles, sino que reproduce solo su esencia.” Rodríguez Jiménez; Pérez Jacinto (2017)

2.2.1.3. Método Inductivo-Deductivo

“La inducción es una forma de razonamiento en la que se pasa del conocimiento de casos particulares a un conocimiento más general, que refleja lo que hay de común en los fenómenos individuales.” Rodríguez; Pérez (2017), los mismos autores nos comparten otro concepto de que trata el método inductivo y deductivo, Rodríguez; Pérez (2017) “La inducción y la deducción se complementan mutuamente: mediante la inducción se establecen generalizaciones a partir de lo común en varios casos, luego a partir de esa generalización se deducen varias conclusiones lógicas.”

2.2.2. Métodos Empíricos

2.2.2.1. Entrevista

“La entrevista es una técnica de gran utilidad en la investigación cualitativa para recabar datos; se define como una conversación que se propone un fin determinado

distinto al simple hecho de conversar.” Para definir mejor este concepto, citamos a los siguientes autores que compartieron su definición de lo que es la entrevista, Díaz; Torruco; Martínez; Varela (2013)

La entrevista fue aplicada al Pastor Vicente Quintana Carrera con el propósito de recaudar información de la iglesia y datos relevantes cualitativos para la investigación.

2.2.2.2. Encuesta

“Es una de las técnicas de investigación social de más extendido uso en el campo de la Sociología que ha trascendido el ámbito estricto de la investigación científica, para convertirse en una actividad cotidiana.” López; Fachelli (2016)

Una vez que determinamos a los asistentes a la congregación, se definió la muestra a la cual fue aplicada la encuesta, por medio de un banco de preguntas. Los resultados fueron convertidos en datos cuantitativos y a su vez presentados en datos estadísticos para luego realizar el análisis respectivo. La aplicación de la encuesta permitió conocer las problemáticas referentes a la falta de material gráfico en la iglesia.

2.2.3. Métodos Estadísticos

2.2.3.1. Universo

El universo o población está conformado por la totalidad de asistentes, a la Iglesia Alianza Cristiana Y Misionera “Dios es Amor”

2.2.3.2. Muestra

Actualmente un total de 200 personas asisten a la Iglesia Alianza Cristiana Y Misionera “Dios es Amor”, para poder definir el tamaño de la muestra, usaremos la siguiente fórmula:

Donde:

$n = 91$

$N = 200$

$z = 11,96$ para una confiabilidad del 85%.

$P = 91$

$e = 5\%$

2.3. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Dentro de la aplicación de la encuesta, este se desarrollará a 91 congregados de la Iglesia ACYM "Dios es Amor", la misma que se compartirá por correo a través de la herramienta google forms.

2.3.1. Análisis de los resultados de encuestas

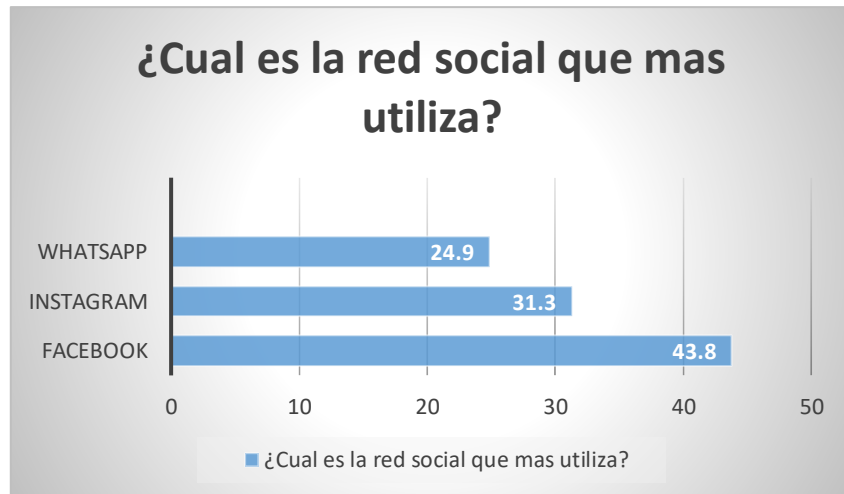
A continuación, veremos los resultados de cada pregunta de las encuestas realizadas a los asistentes de la Iglesia ACYM "Dios es Amor"

- **¿Cuál es la red social que más utiliza?**

De las 91 encuestas que se realizaron, que es la muestra de la población con la que se va a trabajar, un 43,8% su respuesta fue FACEBOOK, un 31,3% respondieron que INSTAGRAM, y un 24,9% respondieron WHATSAPP.

Estos resultados nos ayudan a saber cual es la red social mas usada en la congregación, para así saber en cual enfocarnos más al momento de publicar las actividades de la iglesia.

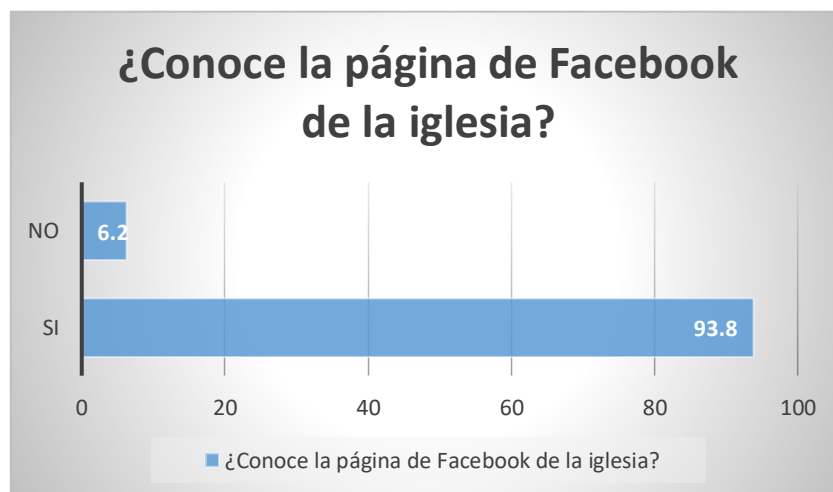
-



- **¿Conoce la página de Facebook de la iglesia?**

De las 91 personas que fueron encuestadas, el 93,8% de la muestra, respondieron que SI, y el 6,2%, respondieron que NO.

Dichos datos muestran que gran parte de los encuestados, si tienen conocimiento de la página de Facebook de la Iglesia Alianza Cristiana Y Misionera "Dios es Amor", y la minoría que respondieron que no, se puede deber a que talvez, son nuevos en la congregación.

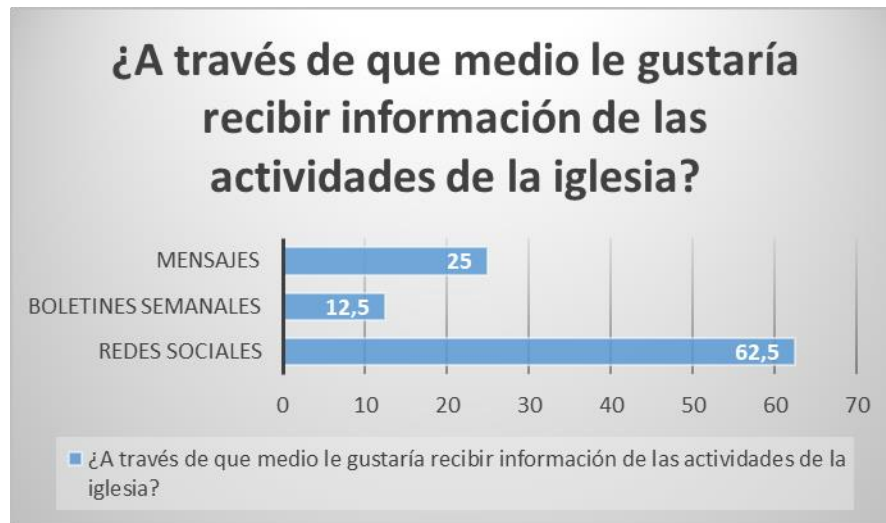


- **¿A través de que medio recibe información de las actividades de la iglesia?**

De las 91 personas que fueron encuestadas, el 68,9% de las personas, respondieron que recibían la información por medio de los CULTOS DOMINICALES, y el 18,9%, respondieron que por medio de las REDES SOCIALES y el 12,2% a través de WHATSAPP.

Como se puede evidenciar en la respuesta de los encuestados, gran parte de ellos recibe la información directamente del pastor en los cultos dominicales, y a

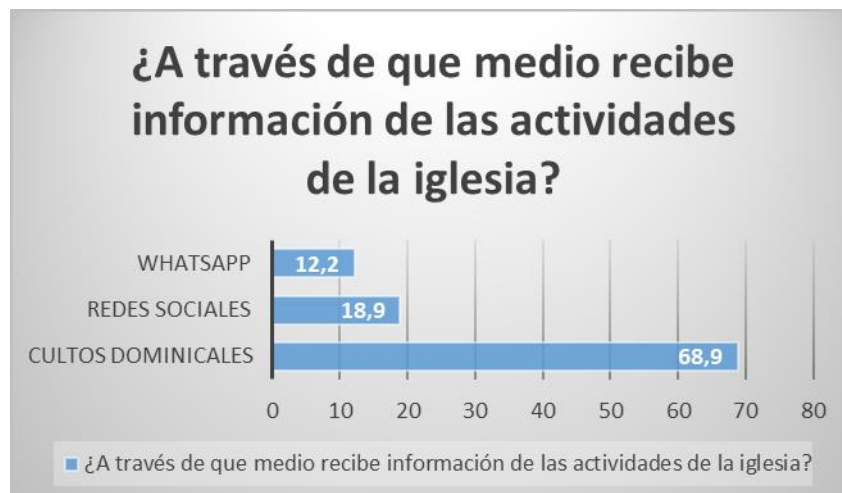
pesar de que los anuncios también se publican en las redes sociales y a través del grupo de la iglesia, a estos no parecen prestarles tanta atención.



- **¿A través de que medio le gustaría recibir información de las actividades de la iglesia?**

De las 91 personas que fueron encuestadas, el 62,5% de la muestra, respondieron que las REDES SOCIALES, el 25% respondieron que, a través de MENSAJES, y el 12,5%, respondieron que, por medio de BOLETINES SEMANALES.

La mayoría de personas que fueron encuestadas si tienen preferencias por las redes sociales, lo cual es beneficioso ya que es en lo que nos queremos enfocar en este proyecto, a pesar de que toda la publicidad que estará en redes sociales también será enviada por medio de mensajes y se publicará en los boletines.



2.3.2. Análisis de los resultados de entrevistas

A continuación, tendremos el análisis, de la entrevista realizada al Pastor Vicente Quintana Carrera.

La entrevista la podrán encontrar en el **anexo 4**.

En dicho documento a la entrevistada, se le realizaron diversas preguntas. La primera pregunta fue acerca del objetivo de la iglesia, y la respuesta dada fue muy bien estructurada, dándonos a entender, la iglesia tiene un objetivo firme y que se está cumpliendo gracias a la bendición de Dios.

En la segunda pregunta le pedimos al entrevistado que describa a la iglesia y que justifique el porqué de su descripción. El entrevistado ve a la congregación como un remanente de fe y da gracias a Dios por ser ese motor que le permite predicar el evangelio de Cristo.

En la tercera pregunta realizada, queríamos saber cuál es la forma en la que la Iglesia es promocionada, y la respuesta fue clara, mencionando que se aseguran de llevar la palabra de Dios a todas las personas que aún no la conocen y dando un buen testimonio.

En la cuarta pregunta, queríamos saber si la iglesia era tradicional o moderna. Su respuesta clara y directo, mencionando que es una iglesia tradicional, que poco a poco se está adaptando a la modernidad.

En la quinta y última pregunta, le pedimos al entrevistado que nos diga que hace a la Iglesia Alianza Cristiana Y Misionera "Dios es Amor" diferente a otras. El al responder menciono que la puntualidad es una de las cosas que diferencia al templo de otros, de esa forma mostramos el respeto que tenemos hacia Dios y a la congregación.

En conclusión, podemos que el entrevistado tiene inculcado el amor a Dios y que está dispuesto a realizar cambios en la iglesia, con tal de atraer nuevas personas para que aprendan sobre la palabra de Dios.

2.4. HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS

2.4.1. Análisis PEST

Factores políticos

La Iglesia Alianza Cristiana Y Misionera "Dios es Amor" al ser una institución sin fines de lucro, por lo que no tiene ninguna relación con la política.

Factores Económicos

Por la falta de ingresos económicos que se tiene, es muy costoso pensar en hacer la compra de los materiales tecnológicos necesarios para realizar este proyecto, por eso se plantió hacerla con los materiales con los que cuento en casa, ya que así resulta menos costoso hacerlo.

Factores Sociales

La mayoría de los asistentes al templo son adultos mayores, por lo que la publicidad que se le dará a la iglesia, nos ayudará a que más personas jóvenes se acerquen al establecimiento.

Factores Tecnológicos

Una parte importante para la realización de esta tesina es el acceso a internet, no solo para la persona que quiera ver la publicidad que se va a generar, sino para el investigador que la está realizando, ya que muchas veces las compañías de servicio de internet sufren fallos, y esto causa que la persona que está realizando el proyecto, se vea afectada por falta de internet.

2.4.2. Análisis FODA

Fortalezas

- La información emitida, aunque es poca es bien captada.
- Apoyo pastoral y solidaridad interna y externa.

Oportunidades

- Receptividad del público objetivo, frente a las actividades, servicios ofrecidos por la iglesia.
- Boletín de la iglesia en donde podemos anunciarnos.

Debilidades

- Poca utilización de las redes sociales, la información es limitada.
- La publicidad es poca.

Amenazas

- Presupuesto limitado.
- Publicidad alta por parte de competidores.

2.4.3. Modelo CAPA

Corregir las debilidades

- La manera de corregir, el problema que surge al momento de querer compartir la información, es asignar a una persona para que se encargue de las redes sociales de la Iglesia y así podrá publicar cualquier actividad que se realizara y la pagina estará más activa.
- Para corregir la poca publicidad que tienen, se implementara una agenda semanal, en donde estarán las actividades a realizar y se publicaran en la redes sociales y grupos que tenga la congregación.

Afrontar las amenazas

- Diseñar ideas que se apeguen al presupuesto, tomando en cuenta el inconveniente que se quiere solucionar.
- Manejar una buena competitividad e innovación apegada a los esquemas en conceptos y diseño, logrando así conservar un estilo gráfico propio.

Potenciar las fortalezas

- Una manera de aprovechar más el potencial, que tiene el proyecto, será publicando o desarrollando mucha publicidad para redes sociales, que servirá como un apoyo más a los anuncios que se hacen en los cultos dominicales.
- Para realizar el proyecto, contamos con el apoyo del pastor y su equipo de trabajo, lo que tenemos a disposición las instalaciones para realizar este y futuros proyectos.

Aprovechar las oportunidades

- El hecho de que la congregación capta de manera inmediata cuando se anuncian las actividades que se realizarán en la iglesia, las publicaciones en las redes sociales nos servirán como ayuda para que se mantengan al tanto sobre ellas.
- El boletín semanal también será de ayuda para los anuncios, a pesar de que normalmente si se encuentra la publicidad, la pondremos de una forma más llamativa para captar la atención de la congregación.

CAPITULO 3: DESARROLLO DE LA PROPUESTA

3.1. TÍTULO DE LA PROPUESTA

Diseño de material gráfico digital para difundir en redes sociales las actividades de la Iglesia Alianza Cristiana Y Misionera "Dios Es Amor" del cantón La Libertad.

3.2. OBJETIVO DE LA PROPUESTA

Diseñar material gráfico digital para difundir en redes sociales las actividades de la Iglesia Alianza Cristiana Y Misionera "Dios Es Amor" del cantón La Libertad,

mediante esta exposición está especialmente dirigida a quienes asisten a la congregación, por lo que puede ser una forma de conocer los servicios, actividades y eventos que se realizan en la congregación.

3.3. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

3.3.1. Estado inicial de proyecto

La investigación, nos mostró que no existen proyectos anteriores, esto se debe a que no se le ha tomado la importancia necesaria, a la publicidad que se les da a los eventos de la congregación.

Tabla 1. Planificación de desarrollo

Fase 1:	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Planteamiento de la idea				
Investigación de información				
Investigación de conceptos para ideas creativas.				
Investigación de cada recurso que van a conformar la idea final.				
Planteamiento de ideas finales.				
Fase 2:	Semana 5	Semana 6	Semana 7	Semana 8
Diseño				
Seleccionar las medidas a utilizar				
Realización del diseño				
Presentación de los diseños				
Fase 3:	Semana 9	Semana 10	Semana 11	Semana 12
Implementación				
Revisión final de los diseños, por cualquier corrección.				

Difusión de publicidad digital				
--------------------------------	--	--	--	--

3.3.2. Requerimientos de desarrollo

A continuación, plantearemos todos los requerimientos, que se van a necesitar para la elaboración del proyecto, cuyos requerimientos van a indicar aspectos, técnicos, operativos y económico, que no solo ayudaran al desarrollo de la propuesta, sino también al optimo desempeño.

3.3.2.1. Requerimientos técnicos

Tabla 2. Requerimientos Técnicos

Cantidad	Ítem	Descripción
1	Computadora	<ul style="list-style-type: none"> • PC de Escritorio • Procesador Core i5 • Memoria RAM de 16Gb • Disco solido de 1TB • Tarjeta Gráfica de 2Gb • Mouse, Teclado y Parlantes • 1 monitor de Alta Resolución.
1	Browser	<ul style="list-style-type: none"> • Google Chrome
5 meses	Internet	<ul style="list-style-type: none"> • Velocidad de 10Mbps
3 meses	Paquete de Adobe	<ul style="list-style-type: none"> • Adobe Photoshop • Adobe Illustrator
1	Respaldo en Nube	<ul style="list-style-type: none"> • Dropbox 2GB

3.3.2.2. Requerimientos operativos

Tabla 3. Requerimientos Operativos

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	FUNCIONES
1	Diseñador Grafico	<ul style="list-style-type: none">• Recopilación de información e investigación, para elaboración de ideas creativas.• Crear los conceptos en los que se van a basar, cada uno de los procesos creativos.• Elaboración de ilustraciones artísticas en Photoshop.• Diagramación de contenido, sobre cada uno de los procesos creativos utilizados.

3.3.2.3. Requerimientos económicos

Tabla 4. Requerimientos Económicos

Recurso	Descripción	Cant.	Precio Unitario	Precio Total
Computadora	<ul style="list-style-type: none"> • PC de Escritorio • Procesador Core i5 • Memoria RAM de 16Gb • Disco solido de 1TB • Tarjeta Gráfica de 2Gb • Mouse, y Teclado • 1 monitor de Alta Resolución. 	1	\$ 950	\$ 950
Browser	<ul style="list-style-type: none"> • Google Chrome 	1	Gratis	Gratis
Internet	<ul style="list-style-type: none"> • Velocidad de 10Mbps 	5 meses	\$31	\$155
Paquete de Adobe	<ul style="list-style-type: none"> • Adobe Photoshop • Adobe Illustrator 	3 meses	\$60	\$180
Respaldo en Nube	<ul style="list-style-type: none"> • Dropbox 2GB 	1	Gratis	Gratis
Remuneración por trabajo de Diseño	<ul style="list-style-type: none"> • Recopilación de información e investigación, para elaboración de ideas creativas. • Crear los conceptos en los que se van a basar, 	1	\$480	\$480

	cada uno de los procesos creativos.			
	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de ilustraciones artísticas en Photoshop. 	3	\$50	\$150
Total				\$1.915

3.3.3. Planificación de desarrollo

Con el objetivo de llevar, una buena organización al momento de desarrollar el proyecto, a continuación, se mostrará un cronograma con cada una de las actividades, que se realizaran

3.3.4. Fase 1: Planteamiento de la idea

3.3.4.1. Investigación de información

Para el desarrollo de este proyecto se procedió a realizar una investigación en ese proceso se descubrió la problemática a la cual iba dirigida su justificación, su objetivo y su orientación.

En esta primera etapa se tomó muy en cuenta todo lo que pueda servir como inspiración, sea esto búsqueda de imágenes en diferentes portales y en el navegador que en este caso fue Google, el objetivo de esto es buscar referentes que sirvan de inspiración para poder realizar el proyecto.

3.3.4.2. Investigación de conceptos para ideas creativas.

Se busca relacionar los conceptos que se tiene con conceptos de otros autores, esto ayudará que haya diferencias de cómo desarrollar una idea y sobre todo expresar la importancia que tiene el apoyar ideas propias, con ideas ya desarrolladas anteriormente, esto nos asegura que la idea a desarrollarse tenga más valor.

3.3.4.3. Investigación de cada recurso que van a conformar la idea final.

Una vez planteado las ideas que se van a desarrollar, que en este caso Imágenes publicitarias, diapositivas y boletines, la idea es explicar que no se necesita crear siempre algo nuevo, muchas de las veces las ideas y los conceptos ya existen o ya están desarrollados, lo único que hace falta es poder desarrollarlos de otra manera.

3.3.4.4. Planteamiento de ideas finales.

Una vez realizada la investigación necesaria, se procede a tener todos los recursos a utilizarse para la creación del material.

3.3.5. Fase 2: Diseño

3.3.5.1. Seleccionar las medidas a utilizar

Para la publicidad que se pondrá en las redes sociales se considero usar la medida de 1.200 x 630 px., ya que durante la investigación se vio que estas eran las medidas recomendables y para las diapositivas que se proyectaran en cada culto se usaran las medidas de 16:9 midiendo distancia y altura de la ubicación para una mayor legibilidad y comprensión lectora de las mismas.

3.3.5.2. Realización del diseño

- En esta etapa se empiezan a realizar los bocetos, tomando en cuenta la idea final que se planteó. Los programas que usaran para desarrollar el proyecto van a ser Adobe Illustrator y Adobe Photoshop ya que estos programas cuentan con

muchas opciones de efectos y practicidad, que da una calidad muy alta en el producto final.

3.3.5.3. Presentación de los diseños

En esta etapa, se presentaron los diseños realizados, siguiendo los lineamientos planteados anteriormente. Los diseños fueron presentados al pastor principal de la iglesia, quien nos dio su aprobación para la publicación de estos.

3.3.6. Fase 3: Implementación

3.3.6.1. Revisión final de los diseños, por cualquier corrección

Este paso es el más importante, aquí es cuando revisamos el producto final, se analiza escritura y contenido. Es importante que el producto final tenga opiniones previas antes de transmitirlo, por esta razón la el material se la compartió con el pastor y su equipo de trabajo, esto ayudar a que tengamos opiniones variadas que ayudaran a la mejora del proyecto.

3.3.6.2. Difusión de publicidad digital

Una vez que hicimos las correcciones necesarias y los diseños fueron aprobados, empezamos a publicarlo en las redes sociales de la iglesia y también los enviamos a los grupos de WhatsApp de la congregación.

3.4. FACTIBILIDAD DE APLICACIÓN

3.4.1. Factibilidad administrativa

La institución se encuentra disponible a hacer uso de sus redes sociales y las instalaciones para la realización de esta tesina.

3.4.2. Factibilidad económica

Todo proyecto tiene su valor económico, pero en este caso el desarrollo y la difusión de la publicidad, se hará de manera digital, usando un solo computador. Ya

que la iglesia cuenta ya con parte de lo requerido como es una computadora, internet y los programas requeridos, por lo que el presupuesto estaría cubierto y solo bastaría el costo del diseñador.

3.4.3. Factibilidad legal

El proyecto tiene una forma legal de justificarse y demostrar que es factible, recordando aquellas leyes de la República del Ecuador y la ley de comunicación, que impulsan, el compartir contenido informativo.

3.4.4. Factibilidad ecológica

Ya que la manera en la que se va a difundir el material, será de forma digital, se puede justificar que el proyecto es eco amigable, ya que no se tendrá que ir a imprentas o a otros medios físicos, que pueden causar contaminantes al medio ambiente.

3.5. RESULTADOS ESPERADOS EN LA APLICACIÓN DE LA PROPUESTA

Con el desarrollo de este proyecto, se espera haber logrado que mas personas conozcan las redes sociales de la iglesia, y que la información que se quiere dar, llegue de una forma más clara a los individuos que la reciban.

El resultado que se tuvo no solo es satisfactorio, sino también de gran valor ya que nos ayudo mucho a desarrollar nuestra creatividad, y da una muestra del potencial que tiene cualquier tema, recordándonos que siempre tenemos algo nuevo que aprender.

CONCLUSIONES

El Diseño De Material Gráfico Para Difundir Actividades De La Iglesia Alianza Cristiana Y Misionera "Dios Es Amor", es un proyecto dirigido a la congregación, con el fin de poner en práctica los conocimientos aprendidos en el periodo de aprendizaje, el propósito es darle una mejor promoción a la iglesia y a sus actividades.

Teniendo preparado el proceso de investigación se concluye que el uso de material publicitario es de suma importancia en el mundo publicitario y más importante aún su correcta aplicación de los mismos en la imagen de la iglesia.

Luego de realizar la investigación a la publicidad que acostumbraba manejar la institución, se procedió a realizar los elementos visuales con la finalidad de que sean captados de manera rápida y fácil para personas de distintas edades y que se visualice bien cuando las proyecten en la iglesia.

Como punto final, se resalta que aunque algunos individuos piensan que la publicidad no es importante, lo es, ya que es lo que capta la atención de las personas y si esta bien ejecutada los ayudara a que mas personas conozcan lo que hacen.

RECOMENDACIONES

Al concluir con este proyecto se han identificado unas recomendaciones, que permitirán el posicionamiento de la Iglesia Alianza Cristiana Y Misionera "Dios Es Amor".

La implementación de estas sugerencias puede generar fortalecimiento interno, crecimiento externo.

- Es recomendable que este proyecto no se deje de mantener o quede en desuso, pues la publicidad es algo importante para cualquier institución.
- Se debe delegar una persona para emitir los anuncios en los servicios dominicales.
- Los anuncios en los servicios dominicales deben ser reforzados con un boletín semanal, para las personas de la tercera edad que no tienen internet o no saben utilizarlos.
- Las redes sociales deben ser más utilizadas, aprovechar esta herramienta para brindar ayuda espiritual a los seguidores con mensajes claros, sencillos y cortos.
- Se debe fortalecer la publicidad interna y externa, en la iglesia con folletos para los miembros y para los transeúntes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arellano Vázquez, C. (2013). *EL DISEÑO GRÁFICO Y EL DISEÑO DE IMAGEN: CÓDIGOS EN COMÚN*. Mexico: UNAM.
- Caldwell, C., & Zappaterra, Y. (2014). *Diseño editorial : Periódicos y revistas / Medios impresos y digitales*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Campi, I. (2020). *¿Qué es el diseño?* Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Campos Cancino, G., & Palacios Picos, A. (2018). *La creatividad y sus componentes*. Universidad de Valladolid.
- Campos y Covarrubias, G., & Lule Martínez, N. E. (2012). *La observación, un método para el estudio de la realidad*. Revista Xihmai VII.
- Cauas, D. (2015). *Definición de las variables, enfoque y tipo de investigación*. Bogotá. Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/36805674/1-Variables.pdf?1425133203=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3Dvariables_de_Daniel_Cauas.pdf&Expires=1619464771&Signature=Ud1w5kBvnchRIG0Ks3VKtZXRNOtKdsg~11wPLP6tWOHdOktUPa6jjFLvBMEhlgVp7TfTfeu
- Cevallos Chamba, D. (2016). *LA IMPORTANCIA DEL PENSAMIENTO CREATIVO*. Repositorio unae.
- Corujo Quesada, R. M., Borges Gutiérrez, H. A., & Rodríguez Izquierdo, N. J. (2016). *La creatividad artística. Fundamentos teóricos y psicológicos desde lo pedagógico*. Integra Educativa.
- Costa, J. (2014). Diseño de Comunicación Visual: el nuevo paradigma. *Gráfica: Documentos de Diseño Gráfico*, 89-107.
- Del Río, H. C. (2014). *LA CULTURA VISUAL EN LA EDUCACIÓN SECUNDARIA: UN ESTUDIO DE LA IMAGEN PUBLICITARIA EN EDUCACIÓN PLÁSTICA Y VISUAL*. Logroño: Universidad Internacional de La Rioja.
- Elizondo Moreno, A., Rodríguez Rodríguez, J. V., & Rodríguez Rodríguez, I. (2018). *La importancia de la emoción en el aprendizaje: Propuestas para mejorar la*

motivación de los estudiantes. CUADERNO DE PEDAGOGÍA
UNIVERSITARIA.

Estévez Pichs, M. A., & Rojas Valladares, A. L. (2017). *LA EDUCACIÓN ARTÍSTICA.* Universidad Metropolitana del Ecuador EN LA EDUCACIÓN INICIAL. UN REQUERIMIENTO DE LA FORMACIÓN DEL PROFESIONAL.

Frascara, J. (2000). *Diseño Gráfico y Comunicación.* Buenos Aires: Ediciones Infinito.

Frascara, J. (s.f.). *el diseño de comunicación.* Obtenido de <https://pdfcookie.com/documents/pdfcookie-mlxz66j0yj27>

García Aretio, L. (2014). La Guía Didáctica. En L. G. Aretio, *La Guía Didáctica* (pág. 2). Cátedra UNESCO de Educación a Distancia.

García Ordaz, M. I. (2010). *Frustración y Conflicto* . Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

Grajales G., T. (2000). *TIPOS DE INVESTIGACION.* Obtenido de <https://cmapspublic2.ihmc.us/rid=1RM1F0L42-VZ46F4-319H/871.pdf>

Guerrero Reyes, L. (2016). *El Diseño Editorial. Guía para la realización de libros y revistas.* Madrid: Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Bellas Artes, Máster Universitario en Diseño.

López Roldán, P., & Fachelli, S. (2016). *Metodología de la Investigación Social Cuantitativa.* Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.

MARROQUÍN PEÑA, R. (2013). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.* UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN ENRIQUE GUZMÁN Y VALLE.

MINED, C. (2020). *Guía de Aprendizaje: Importancia y uso.* Campus MINED.

Monterroza Montes, V., Buelvas Solórzano, U. J., & Urango Arrieta, J. (2019). *Arte, creatividad y cultura en infantes.* Ciencia y Educación.

Padilla Sobrado, R. A. (2018). *La ilustración Digital en la licenciatura en diseño de la comunicación gráfica* . Espacio Diseño.

Pérez Valero, V. J. (2014). *LA PROYECCIÓN DEL DIBUJO EN LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA ENSEÑANZA ARTÍSTICA SUPERIOR.* Altea: Universitas Miguel Hernández.

- Pontis, S. (2009). *Diseño gráfico: un novel objeto de investigación Caso de estudio, el proceso de diseño*. Medellín: ICONOFACT.
- Quintana, M., Vargas, S., & Said, W. (2017). *La creatividad en el diseño: componentes sistémicos. ¿Más codiseño, menos enseñanza?* Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Ramírez C., F. (2014). *Historia del Diseño Gráfico en Ecuador, 1970-2005*. Quito: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- Redondo García, M. (2009). *Ilustración digital*. España: Ministerio de Educación.
- Rodríguez Jiménez, A., & Pérez Jacinto, A. O. (2017). *Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento*. Revista EAN.
- Rodríguez Jiménez, A., & Pérez Jacinto, A. O. (2017). *Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento*. Bogotá: Universidad EAN.
- SÁNCHEZ DELGADO, P. (2005). *La didáctica de la historia en la historia de la didáctica*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- upm. (2020). *FORMACIÓN Y EVALUACIÓN DE LA COMPETENCIA ANÁLISIS Y SÍNTESIS*. Obtenido de upm: http://www.upm.es/sfs/E.T.S.I.%20Montes/Sub.%20Calidad/Recursos%20Competencias/Archivos/Ficha_analisis-sintesis.pdf
- VALQUI VIDAL, R. V. (2009). *La creatividad: conceptos. Métodos y aplicaciones*. Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI).
- Wong, W. (1991). *Fundamentos del Diseño Bi- y Tri-dimencional* (Septima ed.). Barcelona: Gustavo Gilli.

ANEXOS

ANEXO 1. Muestra

The image shows a screenshot of the SurveyMonkey website's sample size calculator. The page has a light gray background and a white navigation bar at the top. The navigation bar includes the SurveyMonkey logo on the left and links for 'Productos', 'Soluciones', 'Recursos', 'Planes y precios', 'Inicia sesión', and a yellow 'Suscríbete' button on the right. The main heading is 'Calcula el tamaño de tu muestra'. Below this, there are three input fields: 'Tamaño de la población' with the value '200', 'Nivel de confianza (%)' with a dropdown menu showing '80', and 'Margen de error (%)' with the value '5'. The result is displayed as 'Tamaño de la muestra' followed by a large green number '91'. Below the result, there is a text prompt: 'En solo unos minutos, envía gratis una encuesta de 10 preguntas y ve las primeras 40 respuestas.' At the bottom, there is a green button labeled 'Suscríbete gratis'.

SurveyMonkey

Productos ▾ Soluciones ▾ Recursos ▾ Planes y precios Inicia sesión Suscríbete

Calcula el tamaño de tu muestra

Tamaño de la población ⓘ

200

Nivel de confianza (%) ⓘ

80 ▾

Margen de error (%) ⓘ

5

Tamaño de la muestra

91

En solo unos minutos, envía gratis una encuesta de 10 preguntas y ve las primeras 40 respuestas.

Suscríbete gratis

ANEXO 2. FORMATO DE LA ENTREVISTA



ENTREVISTA

Dirigida al Pastor _____ con la finalidad de conseguir información que apoye al desarrollo de la propuesta.

TEMA: “DISEÑO DE MATERIAL GRÁFICO PARA DIFUNDIR ACTIVIDADES DE LA IGLESIA ALIANZA CRISTIANA Y MISIONERA “DIOS ES AMOR”

Fecha:

Nombre del entrevistado:

Nombre del entrevistador:

1. ¿Cuál es el objetivo de la Iglesia?

2. Si tuviera que describir a la Iglesia Alianza Cristiana y Misionera “Dios es Amor” ¿Cómo lo haría y por qué?

3. ¿Cuál es la forma principal de promocionar a la iglesia?

4. ¿Cuál de estas palabras se adaptan mejor a la iglesia tradicional o moderna?

5. ¿Qué hace a la Iglesia Alianza Cristiana y Misionera “Dios es Amor” diferente a las otras iglesias?

ANEXO 3. FORMATO DE LA ENCUESTA



ENCUESTA

Dirigida a la congregación de la iglesia alianza cristiana y misionera "Dios Es Amor" con la finalidad de conseguir información que apoye al desarrollo de la propuesta.

TEMA: "DISEÑO DE MATERIAL GRÁFICO PARA DIFUNDIR ACTIVIDADES DE LA IGLESIA ALIANZA CRISTIANA Y MISIONERA "DIOS ES AMOR"

Fecha:

1. ¿Cuál es la red social que más utiliza?

Facebook	
Instagram	
Otros	

2. ¿Conoce la página de Facebook de la iglesia?

Si	
No	

3. ¿A través de que medio recibe información de las actividades de la Iglesia?

Cultos Dominicales	
Redes Sociales	
Otros	

4. ¿A través de que medio le gustaría recibir información sobre las actividades de la Iglesia?

Redes Sociales	
Boletines Semanales	
Mensajes	
Correo electrónico	

ANEXO 4. RESULTADO DE LA ENTREVISTA APLICADA



ENTREVISTA

Dirigida al Pastor Vicente Quintana Carrera con la finalidad de conseguir información que apoye al desarrollo de la propuesta.

TEMA: “DISEÑO DE MATERIAL GRÁFICO PARA DIFUNDIR ACTIVIDADES DE LA IGLESIA ALIANZA CRISTIANA Y MISIONERA “DIOS ES AMOR”

Fecha: 12/01/2022

Nombre del entrevistado: Vicente Quintana Carrera

Nombre del entrevistador: Anita Mercedes Quimí Cevallos

1. ¿Cuál es el objetivo de la Iglesia?

Presento 3 importantes objetivos para la Iglesia:

- 1- Adorar a Dios con un corazón íntegro en espíritu y en verdad.
(Juan 4:23-24)
Mas la hora viene, y ahora es, cuando los verdaderos adoradores adorarán al Padre en espíritu y en verdad; porque también el Padre tales adoradores busca que le adoren.
Dios es Espíritu; y los que le adoran, en espíritu y en verdad es necesario que adoren.
- 2- Enseñar la Palabra de Dios para el crecimiento espiritual de la Congregación
(Colosenses 1:10)
para que andéis como es digno del Señor, agradándole en todo, llevando fruto en toda buena obra, y creciendo en el conocimiento de Dios
- 3- Predicar la Palabra de Dios a quienes no conocen de Jesucristo, y difundir el evangelio en todas partes cumpliendo así la gran comisión que nos dejó nuestro amado Señor Jesús
(Mateo 28:19-20)
Por tanto, id, y haced discípulos a todas las naciones, bautizándolos en el nombre del Padre, y del Hijo, y del Espíritu Santo;

enseñándoles que guarden todas las cosas que os he mandado; y he aquí yo estoy con vosotros todos los días, hasta el fin del mundo. Amén.

2. Si tuviera que describir a la Iglesia Alianza Cristiana y Misionera “Dios es Amor” ¿Cómo lo haría y por qué?

La describo como un remanente de Fe y gracias a ese remanente Dios le ha permitido largura de la vida como lo son 95 años de existencia.

¿Por qué? Es porque gracias a Dios es una luz que resplandece para seguir predicando el Evangelio de Cristo Jesús.

3. ¿Cuál es la forma principal de promocionar a la iglesia?

Evangelizando, llevar la Palabra de Dios a todo aquel que no la conoce ...

Ayudando al prójimo, dando un buen testimonio de vida es decir que haya coherencia con lo que predicamos y vivimos.

4. ¿Cuál de estas palabras se adaptan mejor a la iglesia tradicional o moderna?

Ambas, tradicional con un toque moderno sobre todo en la implementación de equipos musicales para las alabanzas.

5. ¿Qué hace a la Iglesia Alianza Cristiana y Misionera “Dios es Amor” diferente a las otras iglesias?

Comenzar cada servicio con PUNTUALIDAD demostrando amor y temor a Dios y respeto hacia la Congregación.

Puntualidad=Respeto

ANEXO 5. PRESENTACIÓN DE LOS DISEÑOS



Culto de oración



Todos los martes 19:30



CULTOS DOMINICALES

09:30 y 17:30



Ps. Vicente Quintana Carrera
ALIANZA "DIOS ES AMOR" LA LIBERTAD



ALIANZA
EL AMOR
DIOS
ES AMOR

95
AÑOS

SIENDO LUZ QUE RESPLANDECE

Culto especial

Domingo 24 de octubre

17:30



Vamos a celebrar el
día del Pastor

Domingo 31 de octubre

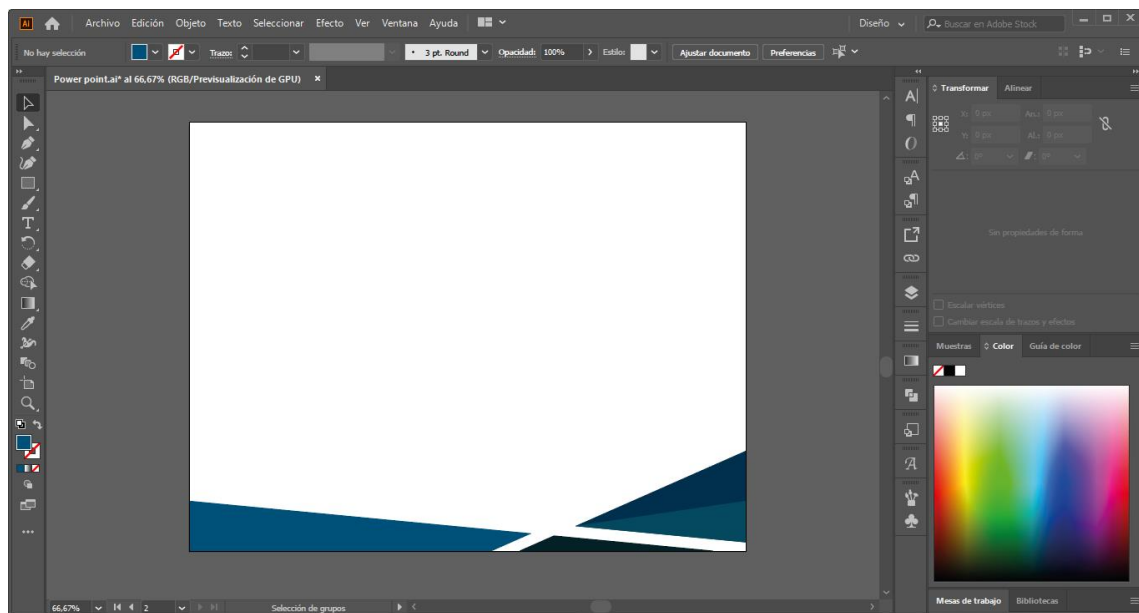
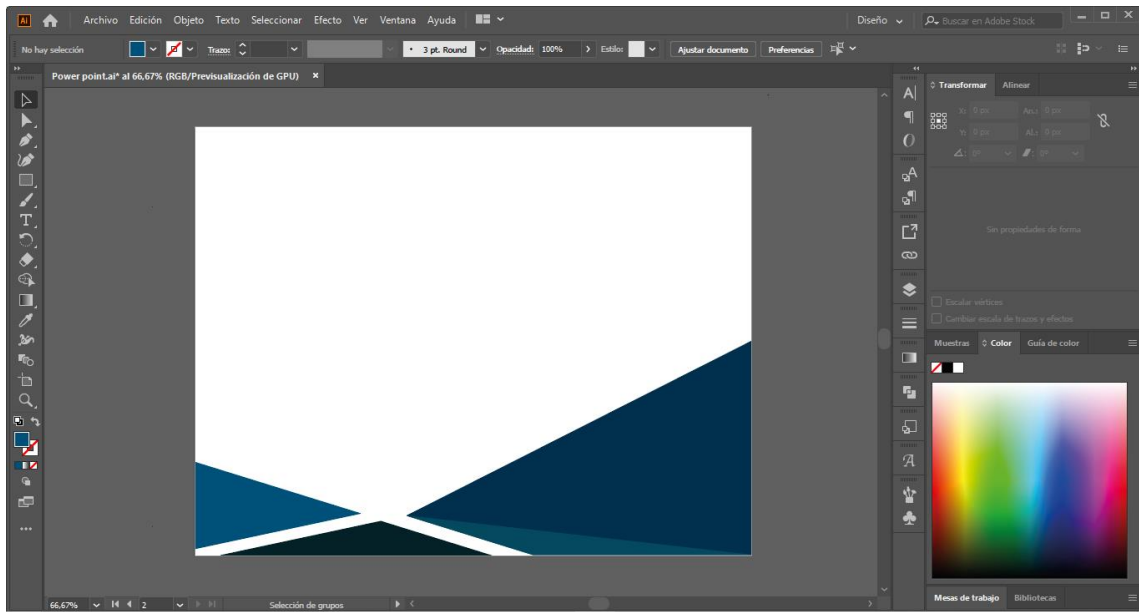
17:30

Iglesia Alianza
“Dios Es Amor”

Somos luz que resplandece



ANEXO 6. PRESENTACIÓN DE DIAPOSITIVAS



ANEXO 7. CARTA DE AUTORIZACIÓN

La Libertad, 07 de Septiembre de 2021

Pastor
Vicente Quintana Carrera
Iglesia Alianza Cristiana y Misionera "Dios es Amor"

De mis consideraciones

Yo, Anita Mercedes Quimi Cevallos, con C.I. N° 2450598871 egresada de la carrera Diseño Gráfico Multimedia del Instituto Universitario Tecnológico de Formación Profesional, Administrativa y Comercial, solicito a usted se me conceda la autorización para el desarrollo de mi tesis con el tema "DISEÑO DE MATERIAL GRÁFICO PARA DIFUNDIR ACTIVIDADES DE LA IGLESIA ALIANZA CRISTIANA Y MISIONERA "DIOS ES AMOR" previo a la obtención del título de Tecnóloga Superior en Diseño Gráfico Multimedia.

En espera de que mi petición tenga la respectiva acogida, me despido de usted, muy

Atentamente



Srta. Anita Mercedes Quimi Cevallos
Estudiante de la carrera Diseño Gráfico Multimedia.
Universitario Tecnológico de Formación



Ps. Vicente Quintana Carrera



PASTOR
Vicente Quintana Carrera