



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

CARRERA:

TECNOLOGÍA EN DISEÑO GRÁFICO MULTIMEDIA

TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA:

CREACIÓN DE CONTENIDO GRÁFICO Y ANUNCIOS PUBLICITARIOS PARA
LAS REDES SOCIALES DEL EMPREDIMIENTO “EA CREATIVO” DE LA
CIUDAD DE GUAYAQUIL

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

AUTOR(A):

PÉREZ ALBÁN, JONATHAN PAÚL

TUTOR:

JONATÁN PORTUGAL, MGTR.

GUAYAQUIL - ECUADOR

2021

RECONOCIMIENTO DE RESPONSABILIDAD

Yo, **JONATHAN PAÚL PÉREZ ALBÁN**, declaro bajo juramento que el presente Trabajo de titulación, válido para optar por el título de Tecnólogo en Diseño Gráfico, titulado: **“CREACIÓN DE CONTENIDO GRÁFICO Y ANUNCIOS PUBLICITARIOS PARA LAS REDES SOCIALES DEL EMPREDIMIENTO “EA CREATIVO” DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”**, 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.

JONATHAN PAÚL PÉREZ ALBÁN

C.C. 0929846434

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Ing. Jonatán Portugal, Mgtr., en calidad de Tutor del trabajo de titulación:

CERTIFICA

Que el trabajo de titulación válido para optar por el título de Tecnólogo en Diseño Gráfico Multimedia, cuyo tema es: **“CREACIÓN DE CONTENIDO GRÁFICO Y ANUNCIOS PUBLICITARIOS PARA LAS REDES SOCIALES DEL EMPREDIMIENTO EA CREATIVO DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”**, fue elaborado por el Sr. Jonathan Paúl Pérez Albán , ha sido debidamente revisado y está en condiciones de ser entregado para que se siga lo dispuesto por el Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, correspondiente a la sustentación y defensa del mismo, previo a la obtención de su título.

Jonatán Portugal, Mgtr.
Magíster en Diseño y Gestión de Marcas
Tutor de Trabajo de Titulación

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de titulación a mi madre que me apoyado desde mis primeros pasos y a pesar de muchas dificultades que se presentaron en el camino, con mucho esfuerzo me dio el mejor de los regalos...la vida y la educación.

A mis Profesores que siempre que iba a pedirles ayuda, amablemente me supieron brindar, corregir y guiar para tener un mejor desempeño como estudiante y como persona enseñándome el valor del esfuerzo, disciplina y responsabilidad.

También quiero mencionar a mis compañeros que siempre pacientemente me ayudaron en los diferentes deberes y trabajos y no dejarme caer, ah guiarme y darme la oportunidad de aprender de ellos.

Jonathan Paúl Pérez Albán

AGRADECIMIENTOS

A Dios por darme fuerzas en los momentos más difíciles y a mi madre por su apoyo incondicional y enseñarme muchos valores para que sea mejor ser humano.

A mi tutor de tesis por guiarme y apoyarme en este proyecto y todos los profesores de la carrera de Diseño Gráfico.

A mi amigo el Sr. Eddy Astaiza González por permitirme hacer este proyecto en base a su emprendimiento y confíe en mi ayuda para el crecimiento del negocio.

Jonathan Paúl Pérez Albán

INDICE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPITULO I. FUNDAMENTACIÓN	6
1.1. MARCO HISTÓRICO	6
1.2.1. Historia del Diseño	6
1.2.2. Historia de las redes sociales	7
1.2.3. Historia de la Sublimación	10
1.2.4. Historia de la Publicidad Digital	11
1.2. MARCO TEÓRICO	13
1.2.1. Publicidad.....	13
1.2.2. Publicidad en redes sociales	13
1.2.3. Diseño Gráfico de anuncios digitales	14
1.2.4. Psicología del Color.....	15
1.3. MARCO CONCEPTUAL	16
1.3.1. Diseño Gráfico.....	16
1.3.2. Anuncio Publicitario.....	16
1.3.3. Publicitario Digital	16
1.3.4. Redes Sociales	16
1.3.5. Facebook.....	17
1.3.6. Stories de Redes Sociales	17
1.3.7. WhatsApp	17
1.3.8. Instagram	17
1.3.9. Animación	18
1.4. MARCO JURIDICO	18
1.4.1. Constitución de la República del Ecuador.....	18
1.4.2. Ley de Comunicación.....	20

1.4.4. Ley de Propiedad Intelectual	21
CAPITULO II. METODOLOGÍA EMPLEADA	22
2.1. TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	22
2.1.1. Descriptiva.....	22
2.1.2. Explicativa	22
2.2. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN.....	22
2.2.1. Enfoque Cualitativo.....	22
2.2.2. Enfoque Cuantitativo.....	22
2.3. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN	23
2.3.1. Métodos Teóricos	23
2.3.2. Métodos Empíricos.....	23
2.3.3. Métodos Estadísticos	24
2.4. ANALISIS DE LOS RESULTADOS	25
2.4.1. Análisis de la observación	25
2.4.2. Análisis de los resultados de encuestas	25
2.4.3. Análisis de los resultados de entrevistas.....	28
2.5. HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS	29
2.5.1. Análisis PEST.....	29
2.5.2. Análisis DAFO (FODA).....	30
2.5.3. Modelo CAPA	32
CAPITULO III. DESARROLLO DE LA PROPUESTA	34
3.1. TÍTULO DE LA PROPUESTA	34
3.2. OBJETIVO DE LA PROPUESTA.....	34
3.3. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA	34
3.3.1. Estado inicial de proyecto.....	35
3.3.2. Requerimientos de desarrollo	36
3.3.3. Planificación de desarrollo	38

3.3.4. FASE 1: Planteamiento de ideas publicitarias y recopilación de recursos...	40
3.3.5. FASE 2: Línea gráfica.	41
3.3.6. FASE 3: Diseño e Implementación.	44
3.4. FACTIBILIDAD DE APLICACIÓN.....	45
3.4.1. Factibilidad administrativa	45
3.4.2. Factibilidad económica.....	45
3.4.3. Factibilidad legal	46
3.4.4. Factibilidad ecológica.....	46
3.5. FORMAS DE SEGUIMIENTO DE LA PROPUESTA.....	46
3.6. RESULTADOS ESPERADOS EN LA APLICACIÓN DE LA PROPUESTA .	47
CONCLUSIONES.....	49
RECOMENDACIONES	50
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	51
ANEXOS	52

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Requerimientos Técnicos	36
Tabla 2. Requerimientos Operativos	37
Tabla 3. Requerimientos Económicos	38
Tabla 4. Planificación de Desarrollo	39

INDICE DE ANEXOS

ANEXO 1. CARTA DE ACEPTACIÓN DE LA EMPRESA	53
ANEXO 2. PREGUNTAS DE LA ENTREVISTA	54
ANEXO 3. FORMATO DE LA ENCUESTA	55
ANEXO 4. RESULTADO DE LA ENTREVISTA	58
ANEXO 5. RESULTADO DE LA ENCUESTA	59
ANEXO 6. BOCETO DE PUBLICIDADES	64
ANEXO 7. RECOPIACIÓN FOTOGRÁFICA Y DE RECURSOS	65
ANEXO 8. EDICIÓN FOTOGRÁFICA	66
ANEXO 9. SELECCIÓN DE TAMAÑOS Y SOPORTES	67
ANEXO 10. SELECCIÓN DE COLORES Y LÍNEA GRÁFICA	69
ANEXO 11. SELECCIÓN TIPOGRÁFICA	70
ANEXO 12. DISEÑOS FINALES PARA BIOGRAFÍA O FEED DE INSTAGRAM	72
ANEXO 13. DISEÑO Y EDICIÓN DE STORIE PUBLICITARIO	77
ANEXO 14. ANIMACIÓN PUBLICITARIA DE PRODUCTOS EA CREATIVO	80
ANEXO 15. PUBLICACIÓN DE PUBLICIDADES EN CANALES DIGITALES	84

RESUMEN

Se gestionará la realización del contenido visual comercial para la microempresa “EA creativo”, dedicada a la sublimación y estampados del Señor. Eddy Astaiza G. por ejemplo el diseño de la publicidad de sus redes sociales como son: *Instagram*, *Facebook* y *WhatsApp*, en post de estados como en el feed o biografía y historias de sus diferentes cuentas. Se realizara el trabajo fotográfico y edición, realización de videos y edición promocionando sus productos, servicios y promociones aplicando los conocimientos en la carrera de Diseño Gráfico y multimedia, utilizando software de diseño y Edición como: Adobe Illustrator: Programa de vectores para elaborar composiciones gráficas con textos y formas colores, Adobe Photoshop: para el tratamiento y composición de tonos de las fotografías recortes y montajes ,After Effects: que permite crear movimiento de tipografía, animación personajes o gráficos y agregar sonido. Para que la microempresa “EA creativo” tenga crecimiento digital, llegar al público joven y en general mejorar su estética publicitaria y comercial.

ABSTRACT

The realization of the commercial visual content for the micro-company "Creative EA", dedicated to the sublimation and prints of the Lord will be managed. Eddy Astaiza G. for example the design of the advertising of his social networks such as: Instagram, Facebook and WhatsApp, in post of states as in the feed or biography and stories of his different accounts. The photographic work and editing, video making and editing will be carried out promoting their products, services and promotions applying the knowledge in the career of Graphic Design and multimedia, using design and editing software such as: Adobe Illustrator: Vector program to develop graphic compositions with text and colored shapes, Adobe Photoshop: for the treatment and composition of tones in photos, cutouts and montages, After Effects: which allows creating movement of typography, animation of characters or graphics and adding sound. For the “Creative EA” microenterprise to have digital growth, reach the young public and generally improve its advertising and commercial aesthetics.

INTRODUCCIÓN

Uno de los hitos más importantes que se han suscitado en los últimos años en la hiperconectividad que tenemos entre los seres humanos, pasamos de comunicarnos a través de cartas que demoraban días en llegar a poder hablar con nuestros seres cercanos en tiempo real y con video incluido.

Esta hiperconectividad se da gracias a lo que ahora conocemos como redes sociales, estas plataformas se han convertido no solo en nexos entre seres queridos, sino que han significado un aporte importante para la publicidad y el marketing entre empresas/emprendimientos y sus clientes.

Este proyecto se encarga de gestionar el contenido digital, diseñando las publicaciones de los productos y servicios que ofrece esta microempresa de estampados y sublimación.

El emprendimiento del Sr. Eddy Astaiza G. llamado (“EA creativo” – sublimación y estampados) no cuenta con un local físico tal vez por factores económicos o más personales del dueño, lo que puede limitar darse a conocer a las personas, solo se maneja digitalmente percatándonos que sus redes sociales no tienen mucho movimiento me refiero a comentarios likes y flujo de publicaciones que no son tan frecuentes.

Nos referimos darse más a conocer, puede ser varias las causas de la falta de inversión en un trabajo de diseño en sus publicaciones, le falta mejorar la estética publicitaria que todo negocio necesita para llegar a más personas.

No tienen un trabajo de diseño en las fotos y videos de los productos que se sube a sus redes sociales digitales lo que disminuye la potencialmente de llegada al público espectador lo eso puede afectar al nivel de las ganancias del emprendimiento y darla a conocer a más personas que frecuentan y compran en redes sociales.

Este problema se puede resolver dándole una organizada gestión gráfica a sus redes sociales en conjunto con el dueño del emprendimiento escuchando sus requerimientos para mejorar el servicio e imagen de sus redes sociales.

Para empezar, es importante un trabajo fotográfico previo de sus productos y servicios, una fotografía de buena calidad acentúa la importancia de la imagen que se le da a los productos y el compromiso que tiene la empresa con sus clientes posteriormente

podemos editarlas mejorando su calidad incorporando elementos básicos de composición con un software de procesamiento de imágenes.

Nos referimos a mejoras en la composición publicitaria, estructurando estos elementos en la computadora con programas especializados para el diseño, como son las imágenes de calidad que complementen armoniosamente con colores, formas, símbolos texturas y una tipografía adecuada, que el Diseñador Gráfico sabe gestionar perfectamente.

El presente proyecto busca dar una solución significativa a los diseños visuales de sus productos para su posterior publicación en los medios de comunicación (las redes sociales: *Facebook*, *Instagram* y *WhatsApp*) con la intención que impacte, atraiga la atención de sus seguidores con su mensaje y posible nuevos clientes que requieran sus servicios y productos.

En la actualidad las grandes y pequeñas marcas se promocionan utilizando la herramienta de la publicidad gráfica o audiovisual mediante los medios de comunicación tradicionales como televisión, revistas, periódicos y actuales como teléfonos celulares, tablets digitales, pantallas gigantes para anuncios de sus productos o servicios con objetivos publicitarios, sociales y culturales.

Prácticamente toda gran empresa y pequeño negocio utiliza la gestión de un diseñador gráfico como herramienta fundamental y más a un como un pilar importante para dar a conocer sus productos o valores. El diseñador gráfico el que crea conceptos o composición de imágenes audiovisuales que transmiten un mensaje en forma de comunicación visual que planifica y realiza adecuadamente el mensaje gráficamente.

Se realiza esta gestión para que las redes sociales de “EA creativo” del Señor Eddy Astaiza G. tengan el impacto visual adecuado y estética que vayan acorde a las composiciones y tendencias visuales actuales en las publicidades de pantallas que vemos en las redes sociales a diario.

Dándole un balance perfecto de tipografía, color y forma...digna de un buen negocio. También animación con formas o imágenes de los productos y servicios. Esto ayuda aumentar su valor como emprendimiento y cautivar al posible comprador.

Esto hace que sus publicidades llamen mejor la atención a sus seguidores con renovadas propuestas de diseño en sus publicidades, como una página que vende solo digitalmente se tiene que pulir y mejorar esta parte.

Dándole campaña continua para posicionarse progresivamente en las redes sociales esto por supuesto acompañado de una buena atención al cliente, producto de calidad personalizado.

La utilidad de esta aplicación la vemos desde el punto de vista comercial ya que muchas grandes empresas y pequeños emprendimientos que sin conocimientos de Diseño se promocionan por redes sociales y otras que si utilizan los servicios de los Diseñadores Gráficos para sus campañas publicitarias dentro o fuera de una red social como un pilar principal de sus compañías ya que como se dice coloquialmente el “futuro son las redes sociales” y ellos ven mucho potencial ahí.

Donde muchos de nosotros hemos visto amigos conocidos y familiares comprar o vender por este canal exitosamente y otros no tanto. Comprar cuanto inesperadamente vemos algo que nos encantó o previamente necesitábamos y accedamos a la página principal dándole “*Me gusta*” preguntando por precios y dirección a lo que fuimos atendidos cordialmente hasta tener nuestro producto en nuestras manos.

Por otra parte, hay muchos negocios que no cuentan con un canal en las redes sociales ya conocidas, disminuyendo potencialmente su margen de ventas ya seas por diferentes cuestiones, económicas o por falta de conocimientos de programas básicos de diseño publicitario.

Cuando hablamos de diseño y gestión nos referimos a diseñar la parte gráfica-estética de las imágenes. Realizando diferentes diseños de publicidades que contengan Tipografías, fotos y formas agradables experimentando diferentes tipos de colores y texturas con un mensaje sencillo y directo al público digital.

Juntos estos elementos formamos una composición grafica novedosa con cada uno de sus productos como son camisetas, gorras tazas, jarros entre otros ...que editáramos para mejorar la calidad fotográfica en Adobe Photoshop y en cuanto a los enunciados, títulos y eslogan que podremos usar lo realizaríamos en Adobe Illustrator, junto con los fondos, tonos y formas .Valiéndonos de nuestra creatividad y aplicando todos los conocimientos técnicos que adquirimos durante nuestro periodo de estudiante de la carrera de Diseño Gráfico del Instituto Superior Tecnológico de Formación

Para sus seguidores recalando que se lo realiza con bases, principios y conocimientos propios del Diseño Gráfico.

Con las medidas que en las redes sociales se maneja como son imágenes de la biografía y en el apartado de las Historias y pequeños cortometrajes promocionales de todos sus productos. darles retoques y mejoras a las fotografías que se lo hace en el programa Adobe Photoshop y Adobe Illustrator de sus productos.

Mejorando la parte visual de las redes sociales “EA Creativo” Promocionara para dar a conocer sus productos.

Actualmente la publicidad digital es la mejor forma de promocionar un producto o servicio por medio de las redes sociales donde vemos noticias, innovaciones y nos actualizamos de información y en el caso empresarial encuentran futuros clientes y sus nuevos requerimientos y necesidades.

Las tendencias de los seres humanos actualmente es comprar casi todo por internet desde ya unos años atrás se ha posicionado pero en una hace un año vivimos una trágica pandemia donde estrictamente todos los gobiernos del mundo ordenaron el encierro total por un virus que se contagiaba de boca en boca matando a millones de personas desafortunadamente y muchos negocios que dependían de la llegada de sus clientes a sus locales se vieron forzados a cerrar, lo que produjo muchas ingeniosas maneras de mantener a flote sus fuentes de ingresos para subsistir.

Esto produjo que se desbordara la compra por internet fue y es útil necesario una forma cómoda de adquirir productos o servicios y en las redes sociales se notó mucho como almuerzos a domicilio, ventas mascarillas y las clases por computadora que muchos jóvenes experimentaron esta novedosa modalidad de venta y compra de productos o servicios por redes sociales.

Muchas personas viven de esto y es el caso del emprendimiento “EA creativo” del Sr. Eddy Astaiza G., que como ya hemos mencionado antes es su fuente principal e herramienta de canal de comunicación con sus seguidores y constatamos que necesita renovar el diseño gráfico de sus promociones y darles más continuidad a sus publicaciones.

La novedad es enteramente con sus clientes con la renovación de la imagen de las páginas, mostrar continuamente los procesos sea de sublimado y estampados de cómo se elabora este trabajo de forma que nuestros seguidores de la página “EA-creativo”.

Los diseños están elaborados con un enfoque rápido de leer y entender para no saturar la vista y el entendimiento del mensaje visual y tipográfico, sin dejar de lado el

uso de una selecta gama de colores que estos diseños utilizaría basándose en las tendencias gráficas en sus publicaciones de esta línea de negocios de la sublimación y estampado que hemos visualizado en diferentes páginas.

Nos comprendan y recepen de una forma rápida con una estética gráfica sencilla pero eficaz mejor nuestro mensaje, transmitiendo nuestros servicios y también que somos un emprendimiento confiable y segura.

El problema que se detectó en el emprendimiento de sublimación, es la poca afluencia de clientes por el bajo alcance digital ya que no hay un trabajo de diseño gráfico de sus anuncios de los productos en sus redes sociales.

Se realizará esta gestión gráfica de las redes ya que es importante mejorar o potenciar el contenido publicitario visual y necesita darse a conocer a más personas. Por qué la tienda no cuenta con establecimiento físico ya que solo se promociona por medio de las redes sociales.

El objetivo general de la presente investigación es diseñar la gráfica o anuncios publicitarios de las redes sociales de la microempresa “EA- creativo” de la ciudad de Guayaquil.

Con la realización de este objetivo se espera aportar al posicionamiento digital de EA-creativo, acercándola a sus clientes y conectando con clientes potenciales, actividad muy importante teniendo en cuenta en que vivimos en una época de hiperconectividad entre las personas.

CAPITULO I. FUNDAMENTACIÓN

1.1. MARCO HISTÓRICO

1.2.1. Historia del Diseño

Sus inicios surgieron a partir de finales del siglo XIX con los cambios de la Revolución Industrial, la producción de productos a gran escala y el Modernismo y la forma de promocionar eventos culturales o anuncios eran por medio de elaborados carteles artísticos conocidos como Art Nouveau. Como por ejemplo los del artista decorativo alemán *Alfons Mucha*.

En 1914, Walter Gropius funda la primera escuela de Diseño, Arte y Arquitectura en Weimar - Alemania llamada Bauhaus. Donde se estudiaba la forma, composición los colores y espacio. Hasta que el partido Nazi causo su cierre en 1933 en el resto de Europa.

En Europa surgió una nueva forma de arte llamada Art-Deco un movimiento artístico y arquitectónico a base de líneas rectas y triángulos simétricos en tonos brillantes cálidos que se los puede visualizar en los diseños de edificios y cartelistas.

Con un estilo vanguardista de aquella época. Con pocos tonos planos, formas geométricas simples a base de círculos y líneas con el surgimiento de nuevas tipografías bastante grandes y llamativas sin serifas como el trabajo de *Jan Tschichold* tipógrafo alemán y su gran obra *La nueva tipografía*.

En Estados Unidos nacieron nuevo estilo de comunicación gráfica de tipo asimétrico-dinámico con composiciones con mucho movimiento con colores fuertes y agregando ya la fotografía destacan nombres como Herbert Matter, Piet Zwart y Lester Beall.

En la época de la Segunda Guerra mundial surgieron nuevos estilos *políticos propagandísticos bélicos* con un mensaje claro de apoyo a las fuerzas militares de cada país en guerra. Su mensaje era del enemigo militar, apoyo a las fuerzas militares y resaltar la gloria y valentía de sus soldados gráficamente con ilustraciones.

En los años 40s en Estados Unidos desarrollaron una estética más intuitiva e informal buscando resolver problemas y satisfacer necesidades de resolver una expresión personal en la "*Escuela Estadounidense de Expresionismo Gráfico*" del diseñador gráfico y tipógrafo norteamericano Herb Lubalin destacando Paul Rand padre del diseño moderno americano y Saul Bass.

En los años 50's un nuevo estilo de diseño gráfico en Suecia y Estados Unidos influenciados por corriente artística anteriores buscando una estética más universal, sus bases eran la retícula, tipografías sin serifas libremente distribuido y la fotografía podemos ver en los trabajos de Emil Ruder, Teo Ballmer, Max Bill.

En las siguientes décadas en Europa se desarrollaba políticos y promocionar eventos culturales con un estilo político protestante tipo collage con recortes de revista con garabatos agresivos y mensajes crudos como ejemplo los carteles de Jamie Reid.

En América tenían nuevas expresiones culturales juveniles y nacieron nuevos estilos gráficos "*expresionismo grafico*" tipografías *psicodélicas* que se mesclan con las formas.

En la era digital en los 80's se revela el estilo de fotocomposición y la unión de texto e imagen utilizándose el diseño para programas, páginas web y video clip y publicidad, destacando April Greiman una de las primeras diseñadoras digitales y David Carson, con la Globalización de la comunicación y la información se cambió el papel por las pantallas dando nuevos modos de comunicación grafica.

1.2.2. Historia de las redes sociales

La red social tiene indicios desde la creación de redes de comunicación y almacenaje de información, Estados Unidos creo una red nacional universitaria que conectara con científicos del país y de Reino Unido y Inglaterra ...llamado proyecto A.R.P.A lo que después se conoció como ARPANET. (proyecto militar y académico).

El primer mail se remonta al año de 1971 por un programador llamado Raymond Tomlimson que trabajaba en un sistema de comunicación SNDMSG, hizo que dos computadoras enviasen y recibiera un mensaje lo que después sería conocido como *correo electrónico* para comunicarse entre compañeros de la red ARPANET

El físico-ingeniero Tim Berners lee laboraba como investigador en el Laboratorio Europeo de Física de Partículas (CERN) de Ginebra-Suiza creando un sistema de intercambio de información entre los miles científicos en la institución. Basado en http, HTML y URLS Creo en 1991 el Red de internet global paso a ser una red pública con el nombre de Word Wide Web más conocida por WWW.

En 1997 por parte de Andrew Weinreich aparece en el medio digital lo que se conoce tal vez como la primera red social llamada *sixdegrees* en la aplicación podías crear tu perfil añadiendo tu datos e intereses *sixdegrees* e intercambiar información con otros perfiles usuarios cercanos a ti como por ejemplo amigos de mis amigos o familiares.

En 2002 Jonathan Abrans creo *Friendster*, permitía agregar otros miembros interactuar entre ellos, escuchar música personalizar a gusto etc. alcanzo millones de usuarios en poco tiempo.

Hi5 2003 Una red social tipo blobs donde se compartían enlaces de otras páginas comentar en perfiles de otros amigos agregados en común e imágenes podías crear un avatar fundada por Ramu Yalamanchi director general y que fue lanzada en el 2003. Al finalizar el año 2007 muy popular en Latinoamérica para los jóvenes.

My space nació en 2003 por Meredith Corporación una red social bloguera con contenido musical muy usado por artistas de aquella época para darse a conocer chatear crear grupos etc.

Los creadores Reid Hoffman, Allen Blue, Konstantin Guericke, Eric Ly y Jean-Luc Vaillant, se presentó en mayo del 2003 *LinkedIn* En este mismo año esta es una red social de tipo profesional orientada para personas que buscaban empleo con el objetivo de crear conexiones profesionales con empresas,

Facebook Empezó el 2004 por parte de Marck Zuckerberg desde muy pequeño interesado por la informática aprendió a programar en el 2003 creo una web local donde aparecían perfiles para votar por quien era más atractivo con los estudiantes de HARVARD university llamado *facemash*, metiéndolo en problemas con las autoridades de la universidad.

Poco después los hermanos Tyler y Cameron Winklevoss y Divya Narendra estudiantes de la misma universidad le propusieron a Mark crear un web directorio electrónico digital, pero llegaron a problemas y desacuerdos que llegando a instancias legales con los tribunales.

También se asoció con el empresario informático Sean Parker. Pero ya Mark ya trabajaba en el desarrollo de su propia comunidad llamada *The Facebook* en casa en Palo Alto en California para instalar el centro de operaciones de la compañía. con Sean Parker.

En el 2005 dio conocer Facebook ya miles de usuarios en diferentes países y mejoras constantes, también adquiriendo otras redes sociales como Instagram por unos mil millones de euros en el 2012 y en febrero del 2014 compra a la app WhatsApp por 17.000 millones de euros. Convirtiéndose en la red social más usada el mundo.

Instagram En un principio el programador llamado Kevin Systrom que antes trabajo para Google creo una aplicación llamada Burbn una aplicación de geolocalización, pero tubo cambios, tubo cambios más enfocados hacia la fotografía...recibió la ayuda para su proyecto de su amigo de la universidad y más tarde cofundador Mike Krieger, trabajando lo que hoy conocemos como Instagram consiguiendo millones de usuarios en los primeros 6 meses.

La aplicación estaba disponible para usuarios de Apple, pero en abril del 2012 lanzan Instagram para dispositivos Android.

La aplicación permite mostrar tus fotografías y retocar con filtros fotográficos que permite mejorar dándole un opaque artísticos o profesional. La primera foto de Instagram fue la de la mascota de Kevin Systrom uno de los fundadores.

Una de las funciones es los “hashtag” “#” son como etiquetas que pones en los encabezados en la foto permitiendo llegar a más personas por ejemplo #viaje, #amorypaz, #justicia. En 2012 Instagram fue comprada por Facebook por la cantidad de 1.000 millones de dólares permitiendo el crecimiento de la aplicación y nuevas mejoras como el 2016 llegan las historias y anuncios publicitarios llamados “*stories*” que son videos de 24 horas de duración, esto sirve para que tu galería no se colapse de contenido secundario.

Instagram sigue mejorando y siendo la favorita por millones de usuarios famosos también lo utilizan para compartir algo de su vida y autopromocionarse a través de foto o videos.

WhatsApp nació el 24 de febrero en 2009 de los programadores Jan Koum y Brian Actom. Jan Koum trabajaba en el área de seguridad informática de la empresa YAHOO por ocho años donde conoció a Brian Actom con quien estableció una buena amistad, Jan Koum decidió retirarse para darse un año sabático, independizarse y crear su propia plataforma.

En 2009 Se fundo WhatsApp que su nombre nace del popular saludo What's up cambiándolo a WhatsApp. Realizando una aplicación sencilla de mensajería instantánea a base de la lista contactos de del teléfono, en un principio era una app paga y una de las

características de la aplicación es que no incluye publicidad invasiva ni juegos...es parte de la filosofía de los creadores. Con el paso de los años se fueron sumando más usuarios, Su amigo Brian Actom invierte en 250,000 dólares y se convierte en cofundador de WhatsApp, pero en el año 2010 ya estaba disponible para Android.

Para el año 2014 Facebook compra la aplicación por 19 mil millones con mejoras como videos llamadas grupales y en el 2016 paso a ser una aplicación gratuita por su gran crecimiento y popularidad.

1.2.3. Historia de la Sublimación

La sublimación en términos físicos es pasar una sustancia de estado sólido a estado gaseoso sin pasar por el estado líquido.

La sublimación digital textil es una técnica de Impresión y estampado por medio del calor transfiriendo una imagen o fotografía del papel a una superficie de un objeto como cerámicas, tela y metal.

Utilizando una computadora donde mandaremos la imagen para ser impresa y posteriormente con la plancha-prensa que con el calor trasladaremos la imagen al objeto realizando el estampado.

Se descubrió 1957 por Noel Plasse (investigador) descubrió que algunas tintas sólidas pasaban directamente a la fase gaseosa al ser expuestas a altas temperaturas. Ah finales de los años 60s Wes Hoekstra en un laboratorio “Laboratorio de propulsión a chorro de tinta” ubicado en Pasadena, California. desarrolló el primer sistema de sublimación digital de imágenes o en Pasadena, California, con los inicios de las computadoras, copiadoras las impresoras matriciales que fueron las primeras en transferir tintas en seco por medio de una cinta estaban recubiertas de partículas que transferían la tinta monocromática.

En los años 80’s se desarrolló la sublimación electrostática que es como el pintado en seco para después puesto el material pintado en un horno dándole un acabado a la pieza muy liso y perfecto que era muy costosa con el tiempo aparecieron en el mercado los cartuchos de tinta de sublimación para impresoras láser y fotocopiadoras más modernas.

Con la llegada de la impresora de inyección de tinta en los años 90’s, se desarrolló la tinta de sublimación, lo que permitió creara transferencias por sublimación y ser usadas

en casi cualquier impresora de oficina que con el tiempo se han ido desarrollando para esta técnica con un papel especial para sublimar o estampar un objeto.

1.2.4. Historia de la Publicidad Digital

En principios de los años 90's con la popularización de las páginas web y redes sociales como intercambio de correos electrónicos llegaron las primeras publicidades en el medio digital.

Las páginas web como medio de comunicación y difusión de información rápida comenzaron a aparecer los clásicos *the banners* en 1994 que son las primeras publicidades digitales en las páginas web, se trata de encabezados en diferentes tamaños, son horizontales o verticales, cuadrados o rectangulares los puedes visualizar en diferentes lados de la página web que estás navegando, es casi imposible ignorarlos porque se mezcla con el contenido de la web, haciéndole clic te lleva a la página de sus productos, servicios o promociones de esa página web o de cualquier otra página.

Con los años posteriores, Muchas empresas adoptaron este tipo de presentación creando sus propios perfiles digitales para que cualquier persona conozca más de la empresa y todos los servicios que ofrece, incluso enviarle un comentario con tan solo un click.

Unas de la más famosa página en difundir publicidad digital audiovisual de una manera novedosa es la plataforma *Youtube.com* creadas por Jawed Karim, Steve Chen, Chad Hurley que casi por casualidad podría decirse que fue la marca *NIKE* la primera promoción de una marca en esta plataforma con una intención publicitaria...subiendo un video de sus nuevos modelos de botines para futbol donde sale el jugador brasileño Ronaldinho luciéndolos logrando millones de visualizaciones abriendo una posibilidad a nuevas formas de promocionarse. En este medio se unieron artistas, marcas y empresas en general.

En el octubre de 2006, Google compro YouTube por 1.650 millones de dólares siguiendo con mejoras en la plataforma una de estas son los ya antes mencionados banners que se podía visualizar alado o debajo de la reproducción de video.

Actualmente YouTube tiene una nueva forma de permitir publicidad en su plataforma, en cortos segundos se muestra un video de la empresa o artista

promocionándose y nos puede llevar a la app de la empresa o aplicación donde podemos omitir la publicidad o seguir viéndola para después continuar viendo nuestro contenido favorito.

Podría decirse que con el desarrollo de los celulares las redes sociales se vieron en la necesidad de adaptar su aplicación también teléfonos móviles de tercera generación en los años 2000, donde cada vez se ve con más frecuencia las redes sociales permitan publicidades.

La red social Facebook integro Facebook Ads es el sistema publicitario que podrá promocionar su Página de Facebook para Empresas, Tienda, Evento o Aplicación y pagar solamente por los clicks recibidos estos avances también se ven estas funciones en Instagram.

En año 2016 Instagram ha presento una nueva funcionalidad llamada llama *Instagram Stories*. que permite a sus usuarios compartir varias fotos o vídeos en forma de presentación rectangular por 24 horas. Muy parecido a la función que ofrece Snapchat.

Por otra parte, la mayor parte de usuarios de las redes unas las stories para proporcionar sus *pequeños negocios o servicios*.

Facebook integro esta función a su app y también a WhatsApp donde los usuarios han aprovechado el alcance que se puede tener para la lista de amigos o seguidores, compartir un pequeño fragmento de su día en fotos o videos y también promocionar los productos que ofrecen o servicios profesionales de forma rápida y creativa.

Esta función se sigue mejorando actualmente permitiendo hacer tus stories más creativas en la que podemos poner emojis o emoticones, música, stickers, gifs y enlaces de otro perfil de un post sea fotografía o video.

Las páginas más solicitadas y herramientas de las mismas redes sociales se siguen actualizando constantemente para darnos una mejor experiencia y acercarnos mas a ella y todos los servicios que te pueda ofrecer adaptándose más eficazmente la comunicación entre una empresa o negocio grande o pequeño con nosotros los usuarios que visualizamos contenidos publicitarios cuando miramos nuestro teléfono o computadora.

1.2. MARCO TEÓRICO

1.2.1. Publicidad

(Díaz, 2018) “La publicidad es cualquier acción de comunicación con la intención de influir persuasivamente en los posibles consumidores”.

El término más básico y entendible para entender a lo que se refiere con la publicidad es un modo de comunicación dar voz e imagen a un mensaje sencillamente, pero esta tiene una intención comercial de dar ese mensaje sea gráfico o sonoro que se quede rebotando en los pensamientos de las personas o llamados consumidores ya saben destacar de entre muchos mensajes con la misma intención.

(Telecomunicaciones, 2021) Considera que la publicidad se enfoca en captar la atención de la audiencia y disparar el deseo de compra, lo cual no es necesariamente malo. En este sentido, admiten que la responsabilidad de poner límites recae en los adultos.

Enfatiza el objetivo de la herramienta llamada publicidad que es llamar la atención del televidente en este caso y motivarlo a hacer una compra que esto no se entienda como algo que no se controló y potencialmente negativo que nosotros a fin de cuentas tenemos la última decisión de querer adquirir el producto o no.

1.2.2. Publicidad en redes sociales

Según Nielsen (2011) “Los medios sociales se vislumbran, como un buen entorno para recomendar una marca debido al alcance y al grado de interactividad de sus usuarios, además, el fenómeno mediático que están experimentando, hace que todo el mundo quiera estar en los medios sociales”.

El crecimiento que tiene las redes sociales y las recomendaciones voz a voz entre amigos y familiares hace que nuestra atención está puesta en las redes gran parte de nuestro tiempo, estas mismas nos sugieren todo tipo de productos o servicios que a muchos nos llama la atención lo considera como un medio publicitario y socialización.

Según Rojas (2018) “Las redes sociales se convirtieron en un canal de publicidad y una nueva cultura para los microempresarios porque representan un medio interactivo y potencial que contribuye a su crecimiento en cualquier etapa o ciclo de vida. Parte de ello, se debe a que la información y la investigación de mercado que se puede extraer de

este medio, permite reducir costos, conocer las necesidades del consumidor, mejorar las estrategias, generar ideas creativas, entre otras”.

Las empresas y dueños de pequeños y grandes negocios encontraron una nueva forma de publicitarse y darse a conocer, muchos se adaptaron al medio digital ya que hoy es el medio de comunicación más usado y aprovechado por las empresas se pueden actualizar de información y gustos de sus posibles clientes de una manera más generalizada y rápida. Como empresa debería Mejorar y adaptarse a la forma en que se promociona en los medios digitales, conocer más que es lo que quiere el cliente e interactuar más con ellos con la intención de brindar calidad y servicio.

Según Ignacio, (2019) “Instagram tiene numerosas posibilidades para publicitar los productos, incrementar sus ventas, generar tráfico en su web, así como aumentar el reconocimiento de la marca, como son: Creando un perfil, Anuncios en Stories, Anuncios con Fotos, Vídeos o por Secuencia, utilizando a Influencers y con concursos.”

1.2.3. Diseño Gráfico de anuncios digitales

Según Landa (2011)” ilustra que para ser visualmente interesante se deberá llamar la atención; asimismo, al comunicar un mensaje se deberá ser claro; y para llamar a la gente a la acción deberá motivar.”

Se refiere al trabajo que solo un buen Diseñador puede hacer, comunica por medio de colores formas, fotos y tipografías creando una composición armónica. Debe ser sencillo pero eficaz muchas veces colorido, algo que cumpla el objetivo de la marca y el mensaje que quiera comunicar.

De acuerdo a (Bravo, 2015, págs. 74-75)” las nuevas tendencias de mercado y la importancia que cobra la visualización y estética de mostrar una imagen, una marca, una página web y otras herramientas visuales del diseño gráfico se vuelve un pilar importante que ayuda a la empresa a comunicar de manera visual el producto o servicio, para vender a través de las transmisiones de emociones logrando impactar a los usuarios y espectadores; los diseñadores a más de ser creativos se convierten en mentores de la comunicación que influye la mente y conducta de las personas.”

A medida que avanza las nuevas formas de comunicación entre nosotros aparecen nuevas técnicas de publicidad o formas de darse a conocer y cada vez necesario ...es más

importante requerir de los servicios de un Diseñador Gráfico, que pueda plasmar o estructurar esas ideas que se tiene para captar la atención de la gente de una manera técnica y profesional. Está preparado y se capacita constantemente, porque la publicidad o la forma de promocionarse gráfica o audiovisualmente va cambiando constantemente entonces el profesional grafico se adapta a estos cambios proyectando esas ideas de una manera creativa y original.

(Cañas Delgado, i Saltiveri, & Lorés Vidal, 2005)” El diseño gráfico se vuelve importante debido a que crea identidad mediante la emisión de mensajes utilizando distintos aspectos visuales como son imágenes, textos, ilustraciones, fotografías y organizando el material visual logrando de esta manera que los usuarios ejecuten de manera rápida y ágil las 5 tareas o búsqueda de información requerida por el mismo”.

Sin un Diseño los productos o formas de comunicar seria todo muy monótono y aburrido. El diseño o la forma de comunicarnos gráficamente mediante enunciado ha ido evolucionando junto con el ser humano, la idea es facilitar la información y presentasela de forma que la gente. Consumidor o transeúnte entienda de manera rápida y fácil el anuncio o identidad de una empresa o servicio para captar su atención. Suplir una necesidad o comprar algún servicio o producto. transmitir un mensaje específico por medio de gráficos ya sea culturales, artísticos políticos o de negocios.

1.2.4. Psicología del Color

La psicología del color es un campo de estudio que está dirigido a analizar el efecto del color en la percepción y la conducta humana.

Los diferentes tipos de colores o tonos causan diferentes reacciones en nuestra percepción también son emocionales causando sensaciones porque reaccionamos de diferente manera dependiendo de cómo se muestre el color ante nuestros ojos.

(Jaime, 2021)La psicología del color es una disciplina que estudia los efectos que pueden producir los colores sobre nosotros y de qué manera emocional o mental pueden influenciar nuestras decisiones.

Puesto como ejemplo en los diferentes anuncios son puesto estratégicamente dependiendo del lugar o a lo que se dedique la institución que los usa ya que cada color produce diferentes emociones y transmitir diversos mensajes.

1.3. MARCO CONCEPTUAL

1.3.1. Diseño Gráfico

El Diseño Gráfico es la profesión que comunica con mensajes visuales gráficos animados o estáticos por medios de elementos como formas, símbolos con color y tipografías en armonía, técnicamente fusionados con un objetivo específico a determinado público sobre cualquier soporte sea papel o pantalla digital.

1.3.2. Anuncio Publicitario

Los anuncios Publicitarios son mensajes gráficos o audiovisuales de corta duración con la intención de promocionar o dar a conocer un producto o evento con fines comerciales para captar la atención del público consumidor, observados en los medios de comunicación actuales.

1.3.3. Publicitario Digital

Las publicidades digitales son las promociones o propagandas que visualizamos en las páginas web o redes sociales, promocionando un producto por medio de los llamados “*banners*” o las publicidades más conocidas como: “*Social Ads*” que se encuentran en las redes sociales más relevantes ubicadas entre el contenido de la página que visitamos. El objetivo es llegar a miles de personas y conozcan un producto o servicio de determinada empresa solo con dándole click.

1.3.4. Redes Sociales

Es una comunidad conectada en una misma red compartiendo o interactuando diferentes temas. Actualmente una red social en términos digitales se conoce como una página web o aplicación digital con el fin de crear una comunidad de miles de personas en la que pueden interactuar entre sí o un pequeño grupo de amigos y familiares dentro de la aplicación podemos compartir información, gustos e intereses interactuar con las funciones de la aplicación y actualizarse con noticias de lo que pasa en el mundo.

1.3.5. Facebook

Facebook es una aplicación digital o red social desarrollada por Mark Zuckerberg en 2004 creada junto a sus compañeros de habitación para sus compañeros de Harvard. donde conoces personas creándote un perfil digital en la que constan fotos, videos, gustos, deportes, etc. en la biografía de la página o en los stories, también podemos compartir post de otras personas, artistas y empresas a nivel global.

1.3.6. Stories de Redes Sociales

En una Función de las Aplicaciones pertenecientes a Facebook como son: Instagram, Facebook, WhatsApp consiste en compartir fotos o videos por un límite de 24 de horas de forma amplia triangular en la que puedes añadir a tus stories como: stickers, emoticones, gifs, música y filtros para que sean más divertidas e interesantes. Esta sección también se puede visualizar constantemente publicidades de empresas mientras visualizamos las historias de nuestros contactos.

1.3.7. WhatsApp

El significado de su nombre es ¿Qué hay de nuevo? Es una aplicación de mensajería instantánea que cuenta con millones de usuarios en el mundo, aplicación muy sencilla y que te permite intercambiar mensajes instantáneos cuenta también con stories donde puedes publicar fotos y videos.

Esta aplicación funciona con tu número de teléfono y está vinculada con tu libreta o lista de contactos que pasan a ser contactos de WhatsApp siempre que ellos tengan la aplicación instalada con la que puedes también hacer llamadas o video llamadas.

1.3.8. Instagram

Es una aplicación enfatizada a la fotografía artística donde puedes compartir un aspecto de tu día a día por medio de fotos y video sea en el feed o stories añadirle música o filtros donde la pueden visualizar tus “seguidores” y personas que sigues también.

Podemos ver publicidad semejante a nuestros gustos e intereses y utilizado para comercializar y dar a conocer tu trabajo o servicio que puedas ofrecer.

1.3.9. Animación

La animación es el proceso artístico de darle movimiento al dibujo(personaje), forma y objeto mediante la fotografía o grabación cuadro por cuadro. Decorado con escenarios dotándolos de movimientos los más parecidos posibles a nuestra realidad.

Hay técnicas de animaciones muy populares como el *stop-motion* objeto o muñecos animados por fotografía que captura los movimientos o poses para darle vida y también tenemos a la clásica animación de los dibujos que es la recolección de dibujos paso a paso de un personaje para crear la ilusión óptica de movimiento.

La animación digital creada por ordenador en programas donde puedes desarrollar todas las características del personaje movimientos en 3D (tercera dimensión).

1.4. MARCO JURIDICO

1.4.1. Constitución de la República del Ecuador

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

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.

EL uso de las redes sociales como un canal de difusión de información para dar a conocer un negocio libremente sin quebrantar ninguna ley o causar malestar a otro individuo.

Art. 22.- Las personas tienen derecho a desarrollar su capacidad creativa, al ejercicio digno y sostenido de las actividades culturales y artísticas, y a beneficiarse de la protección de los derechos morales y patrimoniales que les correspondan por las producciones científicas, literarias o artísticas de su autoría.

Artículo 52.- Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor.

Art. 319.- Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas. El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

Artículo 321.- El Estado reconoce y garantiza el derecho a la propiedad en sus formas pública, privada, comunitaria, estatal, asociativa, cooperativa, mixta, y que deberá cumplir su función social y ambiental.

Art. 322.- Se reconoce la propiedad intelectual de acuerdo con las condiciones que señale la ley. Se prohíbe toda forma de apropiación de conocimientos colectivos, en el ámbito de las ciencias, tecnologías y saberes ancestrales. Se prohíbe también la apropiación sobre los recursos genéticos que contienen la diversidad biológica y la agrobiodiversidad.

En caso de que utilicen nuestras graficas para beneficio de otra organización o negocio.

Artículo 325.- El Estado garantizará el derecho al trabajo. Se reconocen todas las modalidades de trabajo, en relación de dependencia o autónomas, con inclusión de labores de auto sustento y cuidado humano; y como actores sociales productivos, a todas las trabajadoras y trabajadores.

Nos permite El uso de las redes sociales como local digital para dar a conocer lo que se vende.

Artículo 384.- La comunicación como un servicio público se prestará a través de medios públicos, privados y comunitarios.

El sistema de comunicación social asegurará el ejercicio de los derechos de la comunicación, la información y la libertad de expresión, y fortalecerá la participación ciudadana.

El sistema se conformará por las instituciones y actores de carácter público, las políticas y la normativa; y los actores privados, ciudadanos y comunitarios que se integren voluntariamente a él. El Estado formulará la política pública de comunicación, con respeto irrestricto de la libertad de expresión y de los derechos de la comunicación consagrados en la Constitución y los instrumentos internacionales de derechos humanos. La ley definirá su organización, funcionamiento y las formas de participación ciudadana.

Utilizar expresiones libremente mientras no se agreda o ofenda verbalmente a otro individuo o grupo de personas.

1.4.2. Ley de Comunicación

SECCIÓN II

Derechos de igualdad e interculturalidad

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

TÍTULO VI

Publicidad, Producción Nacional y Espectáculos Públicos

SECCIÓN I

Propaganda y Publicidad

La creatividad publicitaria será reconocida y protegida con los derechos de autor y las demás normas previstas en el Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos.

Los actores de la gestión publicitaria responsables de la creación, realización y difusión de los productos publicitarios recibirán en todos los casos el reconocimiento intelectual y económico correspondiente por los derechos de autor sobre dichos productos.

1.4.4. Ley de Propiedad Intelectual

DEL DERECHO DE AUTOR

SECCION I

PRECEPTOS GENERALES

Art. 4. Se reconocen y garantizan los derechos de los autores y los derechos de los demás titulares sobre sus obras.

Art. 5. El derecho de autor nace y se protege por el solo hecho de la creación de la obra, independientemente de su mérito, destino o modo de expresión.

DERECHOS CONEXOS

Art. 102.- El productor de imágenes en movimiento, con o sin sonido, que no sean creaciones susceptibles de ser calificadas como obras audiovisuales, tendrá el derecho exclusivo de realizar, autorizar o prohibir la reproducción, comunicación pública o distribución, inclusive de las fotografías realizadas en el proceso de producción de la grabación audiovisual. Este derecho durará setenta años contados a partir del primer día del año siguiente a la fecha de su realización, divulgación o publicación, según el caso. Se entiende por grabaciones audiovisuales las fijaciones de imágenes en movimiento, con o sin sonido, que no sean susceptibles de ser calificadas como obras audiovisuales.

CAPITULO II. METODOLOGÍA EMPLEADA

2.1. TIPOS DE INVESTIGACIÓN

2.1.1. Descriptiva

Esta investigación es descriptiva porque se la realizo mediante la observación y recolección de información. Se pudo constatar las condiciones actuales del emprendimiento y sus necesidades permitiendo tener datos importantes del objeto de estudio.

2.1.2. Explicativa

Los datos obtenidos fueron desfragmentados durante la investigación descriptiva para entender mejor el problema. Por medio de la investigación explicativa se llegó estudio de los datos obtenidos identificando conclusiones del objeto de estudio que nos encamino posible la aplicación de la propuesta de Diseño Gráfico.

2.2. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

2.2.1. Enfoque Cualitativo

Este proyecto presenta enfoque cualitativo porque aplico una observación minuciosa del trabajo de campo para recolectar datos cualitativos importantes. En el área de trabajo y observación de procesos de producción y materiales que nos sirvió como punto iniciar para dar marcha al presente proyecto.

2.2.2. Enfoque Cuantitativo

Fue necesario utilizar la técnica de recolección de información cuantitativa como es la encuesta, realizada a determinado número de usuarios de las redes sociales. Fue posible por medio de la elaboración de un banco de preguntas con indicadores de respuestas se pudo conocer las preferencias de los usuarios. (ver anexo 3)

Lo que nos brindó datos finales cuantitativo estadísticos claros de lo que actualmente los usuarios prefieren. . (ver anexo 5)

2.3. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

2.3.1. Métodos Teóricos

2.3.1.1. Método de Análisis y Síntesis

Se aplicó el método de Análisis y síntesis con la observación inicial de las redes sociales y cuando se realizó la observación minuciosa de campo del lugar de trabajo del sujeto del proyecto. Por medio de los datos obtenidos en nuestro banco de datos se llegó a la síntesis que permite ordenar los datos obtenidos que encaminara en los primeros pasos del presente proyecto.

2.3.1.2. Método Histórico- Lógico

Por medio del método histórico lógico, fue posible establecer una dirección para la construcción de las gráficas publicitarias, tomando referencias de publicidades que visualizamos en las redes sociales, tamaños, estructura, tendencias y páginas que se dedican a una labor similar. También por medio de los conocimientos técnicos adquiridos durante los años de estudio.

2.3.1.3. Método Inductivo

Se aplicó este método mediante el proceso de análisis de datos y observación de campo y datos de se llegó a una conclusión que necesitaba una gestión grafica en sus publicaciones del sujeto del proyecto. Durante el proceso de aplicación del proyecto se llevo a hacer mejoras de las gráficas de futuras publicaciones.

2.3.2. Métodos Empíricos

2.3.2.1. Observación Participativa

A través del empleo de una ficha técnica donde se recabó la información que surgió en el área de trabajo de campo se obtuvo por medio de la observación minuciosa y analítica del lugar objeto de estudio.

2.3.2.2. Entrevista

Aplicada al Señor Eddy Astaiza González. dueño del emprendimiento de sublimación y estampado “EA creativo” de la Ciudad de Guayaquil. Empleamos esta técnica por medio de un banco de preguntas abiertas (ver anexo 2) que nos permitió recaudar información cualitativa valiosa con la finalidad de conocer los requerimientos del emprendimiento.

2.3.2.3. Encuesta

Teniendo determinado la población del sujeto de estudio. Se les presento la muestra de la encuesta. Por medio de un banco de diez preguntas con iconos de respuesta estos resultados obtenidos fueron transformados en datos cuantitativo para su posterior análisis (ver anexo 3). La aplicación de la encuesta permitió conocer las tendencias y gustos actuales de las personas usuarias de redes sociales.

2.3.3. Métodos Estadísticos

2.3.3.1. Universo

El Universo del presente trabajo de investigación está compuesto por los clientes del emprendimiento “EA creativo” de la Ciudad de Guayaquil.

2.3.3.2. Muestra

El método estratificado proporcional fue aplicado para garantizar la representatividad de la muestra con respecto a la población. Al tratarse de una población infinita o desconocida se utiliza la fórmula siguiente:

$$n = \frac{N}{e^2 (N - 1) + 1}$$

En donde:

n = Tamaño de la muestra

N = Tamaño de la población

e2 = Error máximo admisible

2.4. ANALISIS DE LOS RESULTADOS

2.4.1. Análisis de la observación

La observación ayudo a recolectar información que necesitábamos para conocer más a fondo el sujeto del proyecto que sirvió de apoyo para el proyecto.

En primera instancia observamos minuciosamente las redes sociales de “EA creativo no contaba con una aplicación de diseño gráfico publicitario en sus gráficas o fotografías que se suben a las páginas nos referimos a sus cuentas de Facebook y Instagram procedimos a conocer más a fondo el emprendimiento del Sr. Eddy Astaiza G.

Nos dirigimos a su residencia en el centro de la ciudad de Guayaquil para visualizar el lugar de trabajo de sus sublimados y estampados de diversos productos, pudimos constatar que no cuenta con un local físico las máquinas de impresión, estampado y computadora utilizadas se encuentran en su habitación. Explica que lo ve más económico manejarse solo por redes sociales y por el momento será así.

Observamos y aprendimos ciertas técnicas para realizar su trabajo lo encuentro bastante interesante y un detalle original para el cliente y todos los productos que comercializa. Claramente nos sirvió la información recaudada como inspiración para crear las primeras gráficas publicitarias. Escuchamos y aprendimos de la observación de tendencias gráficas en negocios digitales similares al del sujeto del proyecto.

Fotografiando y Bocetando para luego experimentar el resultado final en los Programas especializados en Diseño Gráfico para subir a sus redes sociales.

2.4.2. Análisis de los resultados de encuestas

Pregunta 1: ¿Conoce usted que es una red social digital?

Esta pregunta se realizó al inicio para saber qué porcentaje de los encuestados hacían uso de redes sociales en su diario vivir, se demostró que el 90,6% si las conoce

mientras que el 9,4% desconoce su existencia o tal vez la conozcan con otros términos como “App” (Aplicación) o el mismo nombre de las aplicaciones.

Pregunta 2: ¿Sabe que es una publicidad digital?

Se realizó esta pregunta para saber que tan presente esta la publicidad en redes sociales actualmente en esta era digital y los datos obtenidos fueron de un 95% si lo tiene muy presente en su vida frente a 4,7%, tal vez sea esto por el poco uso que les dan a sus redes sociales o el poco interés frente a ellas.

Pregunta 3: ¿Con que frecuencia ha visto publicidades en las redes sociales?

Se formuló esta pregunta para que tan continuas son las publicidades en sus redes, actualmente la cifra es muy frecuente con un 74% y considerándose media frecuente con un 22% y con poca frecuencia solo el 7,4% lo que nos da entender que un alto número de personas reciben constantemente información de marcas muy reconocidas y pequeños negocios de todo tipo.

Pregunta 4: ¿Ha visitado páginas de algún producto en Facebook o Instagram?

Se realizó esta pregunta para saber que tanto los usuarios de las 2 redes sociales más importantes visitan con la intención de conocer o adquirir un producto, la encuesta arrojó que un alto 95,4% frente a un 4,6%, se piensa que posiblemente sea por la razón que no acostumbra a comprar por internet sea desconfianza o se tiene la costumbre de hacer comprar personalmente.

Pregunta 5: ¿Ha utilizado las redes sociales para vender un producto?

Las personas encuestadas están con intenciones divididas, mientras las unas solo la utilicen como posible herramienta de ventas y ganar dinero con un 48,6 las otras las utilizan para ocio y conocer información actual con un 51,4%.

Pregunta 6: ¿Cuál es el medio de comunicación que usted considera mayor alcance para la publicitar un producto actualmente?

Esta pregunta demostró que las redes sociales son el medio actualmente más utilizado por las personas, tal vez sea por su mayor alcance y más rápido en llegar a usuarios de todas edades y lugares en el mundo, con un 95,4% y solo el 4% para la TV seguido del 1% para el periódico. Canales muy populares para la publicidad.

Pregunta 7: ¿Considera usted importante la gestión de un diseñador gráfico para hacer una correcta y creativa publicidad?

Los encuestados lo consideraron muy importante con 94,8% ya que un Diseñador Gráfico es el profesional por excelencia para este tipo de trabajo con el pasar del tiempo se han innovado y adaptándose a las tendencias actuales. Solo el 5,2% considero que no muy importante.

Pregunta 8: ¿La gestión gráfica podría mejorar la presentación de sus productos en sus publicidades en las redes sociales?

Los encuestados consideraron si mejoraría mucho sus publicidades siendo asesorado por el técnico de Diseño Gráfico con 98,2% frente a un 1,7% que dijo que no mucho. Tal vez cada vez se nota más el trabajo del Diseñador detrás de cada publicidad que vemos habitualmente un trabajo que tiene técnica, planificación, elección correcta de colores y formas para que su mensaje funcione ante la vista de los usuarios.

Pregunta 9: ¿Te gustaría que un diseñador gráfico creara tus publicidades de tus productos o servicios?

Un alto número de personas afirmo que, si le gustaría con un 92,5%, podría ser por los excelente resultados estéticos y funcionales que este profesional gráfico hace visual. Pero también dijeron no mucho con 7,4% quizás porque no todos los trabajos publicitarios lleguen a tener el alcance deseado o comuniquen lo que se deseen la publicidad.

Pregunta 10: ¿Crees que en la publicidad actual es esencial e importante un buen trabajo diseño gráfico?

Mayormente las personas encuestadas lo considero muy importante con un 64,7% y solo importante un 34,7%, solo el 1% lo considero poco importante.

Creemos que ambas tienen en cuenta el profesionalismo y complejas herramientas de trabajo en una computadora que lleva un Diseñador Gráfico con mucho conocimiento técnico del tema para hacer una sencilla publicidad. En un medio donde todo se da a conocer por redes sociales, televisión y páginas web.

2.4.3. Análisis de los resultados de entrevistas

Se propuso realizarle una entrevista al Sr. Eddy Joel Astaiza G., para la cual se elaboraron preguntas de tipo abiertas con el fin de conocer la situación actual del negocio y gestionar o trabajar en la creación de diseños de publicidades para sus redes sociales de EA-creativo que contribuya a una mejor estética y atrajera a más consumidores. (ver anexo 4)

Nos afirmó que es importante mejorar y potenciar la vista de sus productos, para él es algo esencial en redes sociales para que la pueda reconocer de manera rápida la marca y sus productos y servicios.

Comprende que la publicidad actual es gestionada por un buen diseñador creativo y técnico que transforma constantemente la publicidad y la estética en como vemos en las pantallas y diversos medios de comunicación. Creemos que hay veces como dueño le toca hacerlo todo comunicación con el cliente realización del producto personalizado entrega subir constantemente fotos de sus productos, etc. Para mantenerse en el mercado, pero le iría mejor con una mano ayuda que se encargue de las gráficas publicitarias.

Como nosotros pensamos la importancia de muchos pequeños y grandes negocios afirma el Sr. Eddy Astaiza G. que tiene que tener una estética original y que atrajera a los clientes.

Hacer pequeños cambios puedes dar grandes resultados, eso es lo que se quiere demostrar desde la publicidad lo cual repuntaría a un mejor margen de ventas una estética fresca y elegante acompañado por supuesto de un buen servicio.

2.5. HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS

2.5.1. Análisis PEST

2.5.1.1. Factor Político

- El cambio de gobierno puede traer consigo políticas de estado que puedan afectar de manera positiva o negativa a emprendimientos como lo es “EA Creativo”.
- La dispersión existente en la Asamblea Nacional, puede generar un impacto negativo en lo relacionado a seguridad jurídica.
- La firma de convenios de libre comercio con USA, Unión Europea y China pueden generar oportunidades de crecimientos en la adquisición de maquinaria para estampados.
- El Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI) es el organismo que regula y protege en el Ecuador cuando nos referimos a propiedad intelectual lo que es muy favorable y nos ampara en términos legales a los ciudadanos profesionales que crean sus obras de arte o Diseño Gráfico y que no sea sustraídos por personas para fines ajenos del profesional creador.

2.5.1.2. Factor Económico

- Posible cambio de leyes en lo tributario y laboral puede generar un impacto positivo o negativo en los presupuestos de los emprendimientos ecuatorianos.
- La economía del país que siempre ha sido una fuente de preocupación de los ecuatorianos afectando a muchos ciudadanos por el alto índice de desempleo que registra la Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU), publicado por el INEC que los primeros meses de 2021 se registró una tasa de 6.3% de desempleo en Ecuador En primeros tres meses del año casi 75.000 personas se sumaron al desempleo, sin empleo estable los llevo a buscar la manera de sustentar sus hogares y muchos se mudaron a las redes sociales para darse a conocer. Sumado esto también se debe a la pandemia que nos obligó a la ciudadanía a refugiarse en sus casas sin poder salir y nos acercó más a la tecnología en muchos aspectos.

2.5.1.3. Factor Social

- Muchos de nosotros por factor tiempo o distancia, vemos como una opción hacer compras por redes sociales ya que ahí interactuamos y es ahora es reconocido también como un canal de comercio. Durante la pandemia tomándolo como ejemplo la promoción de productos de primera necesidad se los utilizo como herramienta.
- Constante amenaza de paralizaciones por parte de sectores contrarios al gobierno de turno.

2.5.1.4. Factor Tecnológico

- Facebook e Instagram las redes sociales más grandes del planeta tiene una herramienta o sistema que permite crear anuncios para empresas a bajo costo herramientas de la aplicación llamado Centros de anuncios, Marketplace, Eventos.
- Según el portal de estadística alemán **Statista**, en el primer trimestre del 2020 8 millones de empresas se anunciaban activamente en Facebook. En el 2020, la publicidad le aportó a Facebook \$ 69 mil millones de dólares.

2.5.2. Análisis DAFO (FODA)

2.5.2.1. Fortalezas

1.- Predisposición y Apoyo total del Dueño del Emprendimiento sea con datos o información y confiar en la implementación del proyecto sobre diseño en las publicidades de los productos que comercializa en sus redes sociales.

2.- Las propuestas de la estética gráfica y digital establecidas en sus publicidades en las cuales han sido pensadas observando las tendencias actuales de negocio virtuales similares del mercado actual. Rigiéndonos a principios básicos y estéticos de los estudios del Diseño Gráfico.

3.- Nuevo estilo y personalidad propia establecido en base a la paleta de colores de la marca “EA creativo”, mostrase a los seguidores en las gráficas publicitarias de sus productos en redes sociales.

4.- Potenciar su imagen y la frecuencia de sus publicaciones logrará nuevos seguidores y permanencia en la mente de los consumidores.

2.5.2.2. Oportunidades

1.-Mejor entendimiento visual del cliente o seguidor de la página al buscar información de sus productos por sus redes.

2.-Aporte al crecimiento de seguidores que puede potenciar también el aspecto económico.

3.-Contar con un Diseñador Gráfico que gestione lo que se publica en las redes sociales.

2.5.2.3. Debilidades

1.- Poco acceso del público de poco conocimiento y falta de manipulación en nuevas tecnologías cuando hacen una compra.

2.-La desconfianza de las personas cuando compran por una página de redes sociales.

3.- Periodos largos de tiempo entre una publicación y otra.

4.-Que la propuesta gráfica no logre los objetivos deseados.

2.5.2.4. Amenazas

1.- Que no se sigan las gráficas establecidas el branding y no se apliquen los fundamentos básicos del Diseño y caigan en usos incorrectos de la imagen de la marca.

2.- Competencia que ofrecen los mismos servicios y la creciente cifra de desempleo que limita a los seguidores a comprar un producto.

3.- Poca actividad de sus redes sociales producirían un poca interacción y olvido de sus clientes.

2.5.3. Modelo CAPA

2.5.3.1. Corregir Debilidades

1.-Invitar al público en general adaptarse a nuevos modos de compra y venta digitales y mostrar por redes nuestra confiabilidad y buen servicio.

2.- Ser más recurrente en las publicaciones y las historias dos veces por semana mínimo.

3.- Corregir detalles sea en la paleta de colores, estructura y tipografía para ver otros estilos gráficos y mejorar el mensaje que se quiere mostrar.

2.5.3.2. Afrontar Amenazas

1.-Seguir con el estilo gráfico establecido y darle utilidad continua para establecernos y tener el reconocimiento del público.

2.- Ir al paso de nuevas tendencias y productos de moda también en las gráficas publicitarias.

3.- Entregar un buen servicio y proyectarlo en sus publicaciones demostrando su buen servicio y confiable.

2.5.3.3. Potenciar Fortalezas

1.-Mantener contacto siempre de un Diseñador Gráfico para evitar errores en las gráficas publicitaria.

2.-Realizar futuras animaciones llamativas para sus historias y en el feed o biografía con promociones descuentos y nuevos productos.

3.-Aumentar su flujo de publicaciones.

2.5.3.4. Aprovechar Oportunidades

1.-Implementar el presente proyecto de manera que logre un posicionamiento elevado por encima de la competencia.

2.-Seguir apuntando más alto en el mercado digital, creciendo económicamente y socialmente ampliando su margen de seguidores.

CAPITULO III. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

3.1. TÍTULO DE LA PROPUESTA

Diseño de publicidad para las redes sociales “EA creativo” de Guayaquil.

3.2. OBJETIVO DE LA PROPUESTA

Diseñar publicidad digital para el emprendimiento “EA creativo” mejorar su estética publicitaria aportando al posicionamiento digital, acercándola a sus clientes o seguidores y conectando con clientes potenciales.

3.3. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

Nuestra propuesta se trata de diseñar una serie de publicidades digitales gráficas y animadas en las páginas de las redes sociales “EA creativo” (Instagram y Facebook) de los espacios que se maneja actualmente estas redes sociales gigantes la que vemos en el feed o si se trata de Facebook en la biografía también en la parte de stories que es un apartado de estas redes sociales que tienen un tiempo estimado de 24 horas en un espacio grande rectangular.

Se realizará un proceso técnico de edición gráfica y darle personalidad buscando un estilo propio a sus gráficas dándole dirección visual más encaminada a ser publicitaria-profesional.

También aparte se aplicará un proceso de edición con los gráficos de sus productos sublimados que promociona como son: camisetas, gorras tazas, jarros dándoles una estética más limpia.

Videos cortos promocionales para estar a la vanguardia de las grandes marcas que se ve mucho últimamente en las redes sociales de grandes marcas conocidas de esta ciudad y también queremos aplicar realzando su valor de sus productos y servicios, para cautivar a sus seguidores llegar a más gente.

3.3.1. Estado inicial de proyecto

Se empezó investigando por medio de la observación de sus redes sociales de las del emprendimiento del Sr. Eddy Astaiza G. del presente proyecto “EA creativo” no contaba con una gestión publicitaria de sus publicaciones solo observamos que eran fotos de los productos que realizaba a los clientes. que también sirve en un sentido publicitario, pero no estaba muy acorde a las tendencias actuales.

Ahora se trabaja minuciosamente la con la paleta de colores y mensajes llamativos junto con una cantidad considerada de gráficos, promociones y también vale mencionar la continuidad de estas mismas publicaciones son casi diarias ,aunque también sería bueno una o dos post publicitarios a la semana junto con una o dos historias expresando propuestas de valor, como entrega rápida, fotos o videos de agradecimiento con los clientes junto con los productos que adquirió sin mostrar datos personales por cuestión de seguridad pero eso ya corre cuenta del gusto de cada organización virtual.

Cada vez es más necesario asesorarse de un diseñador gráfico ya que con una mala combinación de colores y tipografía podrían poner en riesgo la estética y distorsionar la personalidad de la imagen de la página de x productos lo que podría llevar a perdida del cliente, afectar el margen de ventas y que no se fácilmente reconocido por su público espectador ya que podría tener una imagen repetitiva igual a las demás páginas competidoras.

Se indago mediante conversatorios muy amenos con el Sr. Eddy Astaiza G. sobre el futuro de “EA creativo”, nos percatamos que no contaba con un local físico por varios factores personales, lo que nos dio un motivo más por cual cumplir el objetivo de potenciar y darnos a conocer a más personas por medio del plano virtual-social.

Como ya hemos mencionado antes, es el mejor canal de compra y venta de jóvenes y adultos una herramienta que facilita mucho la adquisición de un producto ,verlo, saber sus medidas, conocer la ubicación del local físico, saber sus opciones de compras...muchos de ellos ofrecen envíos a domicilio que nos demuestra la facilidad y comodidad que podemos hacer una compra desde la casa o trabajo de una provincia a otro claro esto siempre teniendo en cuenta que sea una página confiable y segura, respaldada por comentarios de personas que avalan su buen servicios fotos y videos que lo demuestren.

3.3.2. Requerimientos de desarrollo

Para la creación del siguiente proyecto de gráficas publicitarias para “EA creativo” hay que tomar en cuenta ciertos requerimientos operativos y económicos, que son esenciales para la elaboración del presente proyecto, los mismos que serán especificados detalladamente a continuación en la siguiente tabla detalladas a niveles técnicos como herramientas digitales y operativos con un proceso logístico-técnico.

Para llevar a cabo los requerimientos desde un punto de vista profesional el presente proyecto gráfico.

3.3.2.1. Requerimientos técnicos

En requerimientos técnicos se describen detalladamente los insumos necesarios para poder desarrollar el proyecto mencionado, después de la investigación realizada se llegó a la conclusión de que los requerimientos técnicos necesarios son los siguientes.

Tabla 1. Requerimientos Técnicos

CANTIDAD	RECURSOS	DESCRIPCIÓN
1	Computadora	HP All in one 22-df0xxx Procesador: AMD Ryzen 5 3500U Memoria RAM:4,00GB Tarjeta gráfica: Radeon Vega Mobile Gfx,2100Mhz, 4procesadores principales,8 procesadores lógicos.
1	Browser	Chrome Versión 92.0.4515.159 (Build oficial) (64 bits)
3 meses	Internet	3.87Mbps

3 meses	Paquete de Adobe	-Adobe Illustrator -Adobe Photoshop -Adobe After Effect
---------	------------------	---

Fuente: (Pérez, 2021)

3.3.2.2. Requerimientos operativos

Para los requerimientos operativos se detallan los requerimientos necesarios para llevar a cabo la creación de las gráficas publicitarias digital en las redes sociales de EA creativo. Para poder realizar el proyecto se requiere de una persona que está vinculada al área de diseño gráfico, el mismo que deberá cumplir las funciones que se detallaran en el siguiente recuadro:

Tabla 2. Requerimientos Operativos

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	FUNCIONES
1	Diseñador Gráfico	-Realizar una investigación acerca de las condiciones del lugar de trabajo del Sr. Eddy Astaiza González. -Observación de sus Redes Sociales- Publicaciones de sus productos. - Observación de Páginas con servicios similares -fotografiando producto para hacer pruebas. -Editar las fotografías realizadas. -Reuniones con el Sr. Eddy Astaiza G. sobre ideas publicitarias. -Elegir la paleta de colores para sus publicidades. -Diseñar diferentes pruebas de publicidades de sus productos. (feed, Biografía, Stories)

Fuente: (Pérez, 2021)

3.3.2.3. Requerimientos económicos

Después de haber estudiado todos los requerimientos necesarios para llevar a cabo este proyecto es necesario redactar el presupuesto estimado necesario para poder desarrollarlo.

Tabla 3. Requerimientos Económicos

RECURSO	DESCRIPCIÓN	CANT.	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Computadora	HP/All in one 22-df0xxx /4,00GB-RAM	1	\$800	\$800
Browser	Chrome Versión 92.0.4515.159 (Buildoficial) (64 bits)	1	Gratis	Gratis
Internet	Velocidad/3.87Mbps	3 meses	\$20,00	\$60.00
Paquete de Adobe	-Adobe Illustrator -Adobe Photoshop -Adobe After Effect	3 meses	\$19.99	\$59.97
Viáticos	Trasporte, alimentación	1	\$5,00	\$5,00
Teléfono móvil	Samsung A10	1	\$170,00	\$170,00
TOTAL				\$ 1,092,97

Fuente: (Pérez, 2021)

3.3.3. Planificación de desarrollo

Para desarrollar la propuesta correctamente es necesario organizarnos y realizar un esquema de las actividades a realizarse, de esta manera se cumplirá los objetivos planteados de manera eficaz y organizada. A continuación, se detalla el cronograma organizado.

Tabla 4. Planificación de Desarrollo

FASE 1: Planteamiento de ideas publicitarias y recopilación de recursos	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Análisis del problema				
Reunión de ideas para publicidades				
Boceto de publicidades				
Recopilación fotográfica y de recursos				
FASE 2: Línea gráfica.	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Edición fotográfica				
Selección de tamaños y soportes				
Selección de colores y línea gráfica				
Selección Tipográfica				
FASE3:DiseñoImplementación.	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Diseños finales para biografía o feed de Instagram				
Diseño y edición de Storie publicitario				
Animación publicitaria de productos EA Creativo				
Publicación de publicidades en canales digitales				

Fuente: (Pérez, 2021)

3.3.4. FASE 1: Planteamiento de ideas publicitarias y recopilación de recursos

3.3.4.1. Análisis del problema

Observación de las redes sociales de “EA creativo” y reunión con el dueño el Sr. Eddy Astaiza G. para plantearle el diseño de publicidad de sus productos de sus redes sociales. Se observó con mucho agrado su manera de trabajar y el proceso que realiza para vender productos estampados y sublimados y la amplia variedad de los mismo que ofrece a sus seguidores.

3.3.4.2. Reunión de ideas para publicidades

Escuchando sus requerimientos Sr. Eddy Astaiza de la parte publicitaria y también intercambiando ideas de estilos colores estilos, texturas para las primeras publicaciones en tanto en el feed como en el apartado de “*Storie*” (historias).

Se empezó a trabajar en bocetos borradores y observar imágenes que podríamos usar como fondo para las gráficas.

3.3.4.3. Boceto de publicidades

Teniendo muchas ideas basándonos en reuniones con el Sr. Eddy Astaiza G. antes mencionados y observando paginas similares a la labor de la sublimación para ver sus tendencias y estilos, pero siempre y cuando con el objetivo de llegar a una propuesta con un estilo original y diferente para la marca “EA Creativo”, basándonos en nuestra experiencia y creatividad.

Se procedió a realizar los primeros bocetos con lápiz (ver anexo 6), pluma y papel para determinar su estructura. después se procedió a colorear los dibujos para mejorar las ideas visuales de como seria la estructura e imagen de las publicidades de los productos de “EA creativo” también se planteó usar fondos fotográficos, texturas y degradados lo que nos resultaba en diversos estilos que podíamos implementar, que después llegamos a realizar en los programas de diseño que nos permitió ver mejor el resultado final de los bocetos realizados para luego implementarlo en las páginas. (ver anexo 12)

Dichas pruebas nos permitieron observar y analizar para llegar a conclusiones junto con el Sr Eddy Astaiza G. para futuras publicidades.

Un trabajo de prueba y error que supimos mejorar que nos ayudó en la evolución de la imagen publicitaria de la marca. Llegando a proceder al trabajo de definir la paleta de colores y estilo gráfico final de sus futuras publicaciones. (ver anexo 10)

3.3.4.4. Recopilación fotográfica y de recursos.

En primera instancia se procedió a tomar fotografías de los productos para los primeros grupos de graficas publicitarias donde se procedió a editarlas mejorando su resolución y calidad de tonos lo mejor posible en el Programa Adobe Photoshop (ver anexo 7).

A lo que nos referimos con recursos es a fotografías propias de EA creativo de los productos realizados e imágenes que los clientes piden en sus productos como: fotografías familiares, personajes de películas y series también de mascotas, que nos sirvió de base para descargar imágenes gratuitas de internet y aplicar en una técnica conocida como *“mockup”* que nos resultó mejor que la fotografía ya que no contamos con una cámara profesional para un mejor resultado, aunque nos resultó una mejora bastante profesional en las próximas gráficas publicitarias e historias de las páginas que se realizaron.

3.3.5. FASE 2: Línea gráfica.

En cada grupo publicitario que realizábamos se nos dificultaba mucho realizar un fondo perfecto o adecuado y tipografía porque variaba mucho entre uno y otro grupo publicitario.

Lo que nos dimos cuenta que carecía de personalidad gráfica, procedimos prontamente en realizar un branding digital para la marca reuniéndonos con el Sr Eddy Astaiza G. para compartir ideas. Realizando una identidad gráfica diversas como: franjas laterales y colores planos con degradados basándonos estrictamente en la paleta de colores de “EA creativo” dándonos un resultando homogéneo y diverso muy agradable y original a la vista.

3.3.5.1. Edición fotográfica

Con las ideas tratadas en reuniones se las llevó al papel, lápiz y colores del boceto tomamos fotos de algunos de sus productos para su posterior edición ah modo de pruebas para ver los resultados. (ver anexo 8)

3.3.5.2. Selección de tamaños y soportes

Realización de los primeros diseños con fotos tomadas sea para historia y para el feed o biografía. Cada uno de estos tiene un tamaño diferente que el diseñador debe aplicar correctamente sea para video o para solo imágenes. (ver anexo 9)

Las redes sociales en las que se maneja la marca son Facebook y Instagram ambas tienen los mismos formatos que son:1080 x1080 para la biografía o feed de Instagram y para su apartado de historia son de 1080 x1920. De esta manera nos acoplamos al tamaño adecuado para ajustar en el programa de diseño y realizar las gráficas publicitarias.

3.3.5.3. Selección de colores y línea gráfica

Se trabajo en el diseño del estilo visual (branding digital) que se lo conoce como la construcción de la marca que transmiten los valores de una empresa o cualquier entidad, la manera que es presentada a los internautas. basándonos en la paleta de colores que utiliza la marca “EA creativo” (morado, azul y celeste) colores fríos tonos y uno cálido puesto sobre un fondo negro, podríamos con un estilo un juvenil- nocturno diríamos.

En base a su imagen posteriormente procedimos hacer pruebas, Aunque anteriormente se trabajó con diferentes tonos y estilos y texturas se aplicó finalmente la imagen final de enfocamos con esos tonos para que tenga más personalidad comercial y establecer su imagen y estilo visual propio. (ver anexo 10)

3.3.5.4. Selección Tipográfica

Anteriormente en los primeros diseños implementados se vio una utilización de diversas tipografías, pero en últimas reuniones En el trabajo de estilo visual (branding digital) Se trato este tema también para establecer definitivamente la tipografía ah utilizar en sus diversas publicaciones se hizo la selección en una conocida página gratita donde

podemos descargar fuentes y muy popular entre diseñadores gráficos profesionales y estudiantes llamado *Dafont.com* de este conjunto junto con el Sr. Eddy Astaiza, intercambiado gustos y dando propuestas para lo cual se llegó a la conclusión de la importancia de tener tipográficas específicas características de la marca y sobre todo que funcione en sus diferentes publicaciones para dar un mensaje claro y entendible para sus seguidores.

En dicha reunión con el Sr. Eddy Astaiza se llegó a la conclusión del uso de la siguiente elección tipográficas para las futuras publicaciones. Que enumeraremos a continuación.

1.-Aliens and cows,2.-Biko,3.-Trebuchet Ms,4.-Good Mood,5.-Valentine,6.-Mountain Bridge.

1.-Aliens and cows: es la tipografía con estilo moderno usada por elección del Sr. Eddy Astaiza G. para la marca de “EA creativo” podría usarse para anuncios importante en sus apartados de la biografía o historias. Como tipografía oficial.

2.- Biko: Es un tipo de letra llamada serif o sin serifas que no posee formas elegantes en sus puntas. También llamadas palo seco adecuada para títulos grandes y entendibles para su mejor comprensión y fácil lectura.

3.-Trebuchet Ms: también es un estilo de letra palo seco o serif solo que esta posee discretas curvas dándole un toque clásico y elegante a la vez que añadimos como secundaria o combinar con otro tipo de letra para hacer contrastes en la composición.

4.-Good Mood: es un tipo de letra manuscrita delgada informal y fresca, ideal para títulos muy grandes que ocupen un espacio bien amplio en futuras composiciones y frases cortas.

5.- Valentine es un tipo de letra manuscrita con un estilo clásico de letras unidas entre sí y de movimiento curvado agradable que podemos utilizar o se tiende a utilizar con frases amorosas y hogareñas ideal para frases cortas y curva. También se puede darle contraste con otros tipos de letra que se use.

6.-Mountain Bridge: también es el otro tipo de letra cursiva que se podría utilizar, pero esta tiene un grosor más pronunciado e inclinación hacia la derecha que utilizaremos para los mismos fines de la anterior tipografía.

Tener una variedad de tipografías nos permite manejar mucho dinamismo sin caer en el exceso o en la duda de cual poner en las gráficas ya que teniendo previamente claro que fuente se puede utilizar nos ahorraríamos tiempo en definir cuál es la ideal o adecuada dependiendo si es de tipo de mensaje, contenido, título o frase comercial que vaya adecuado con la composición y gráfica de la presentación del producto. (ver anexo 11)

3.3.6. FASE 3: Diseño e Implementación.

3.3.6.1. Diseños finales para biografía o feed de Instagram

Después de todo el proceso de edición ya antes mencionado En el diseño final surgen muchos errores compartimos información y conocimientos con el Sr. Eddy Astaiza G. para detectar posibles errores para proceder a corregirlos para proceder a subirlos a las redes sociales de “EA creativo”. (ver anexo 12)

3.3.6.2. Diseño y edición de Storie publicitario

Algunas de las imágenes fueron tratadas en programa de Diseño Adobe Photoshop para posteriormente llevarla a conformar con la composición de colores formas y tipografía que realizamos en el programa Adobe Illustrator para diseñar las publicidades en formato adecuado para historia de 1080 x1920 px.

Presentando la primera diseño de historia con un enfoque de acuerdo a una fecha conmemorativa como son el día de la madre o el día del padre y otras de trabajos realizados a los clientes de todos sus productos. Es importante que la marca muestre publicidades con este sentido para ser para estar en boga con las fechas especiales ya que la competencia o las marcas en general se hacen notar de esta manera. (ver anexo 13)

3.3.6.3. Animación publicitaria de productos EA Creativo

Previamente echo ya los vectores y edición de imágenes en el Programa Adobe Illustrator, se procede a importar los elementos en el programa After Effects programa especializado para realizar videos donde realizaremos la edición para animar los elementos como tipografía, formas y poner sonido con las herramientas y efectos del programa.

Crear un corto publicitarios muy llamativo y directo de gorras estampadas para la marca que podría reposar en el feed y biografía y también otros formatos como para historia que también es llamativo para los clientes los movimientos y musicalización del contenido de la marca “EA creativo”. (ver anexo 14)

3.3.6.4. Publicación de publicidades en canales digitales.

En todo caso cuando realizamos las publicidades antes de publicarla en los medios digitales se pasa por un proceso observación y sugerencia del Sr. Eddy Astaiza G. para observar, analizar y verificar algún error o sugerencia para que no vaya a la plataforma con detalles no deseados.

Una vez pasado la revisión de pequeños detalles o errores se sube a las redes con una descripción muy clara y precisa del producto para que el cliente se permita conocer el producto de mejor manera. Una cantidad moderada y diversa de cuatro gráficas del mismo producto con diferentes diseños para días después mostrar otro producto así mismo con diferentes diseños mostrando la variedad de su gama de productos que comercializa. (ver anexo 15)

3.4. FACTIBILIDAD DE APLICACIÓN

3.4.1. Factibilidad administrativa

La implementación de este proyecto de Diseño de publicidad para las redes sociales de “EA creativo”, no afecta o influye los procesos administrativos del negocio de emprendimiento del Sr. Eddy Astaiza G.

Por ende, su aplicación sería beneficiosa en otros aspectos, ya que la finalidad de este proyecto publicitario va enfocada a mejorar la estética de sus publicidades y presentación de sus productos y servicios en sus redes sociales digitales.

3.4.2. Factibilidad económica

En el presente proyecto publicitario nos basamos en tabla de requerimientos económicos que se redactó los para poder conocer la cantidades monetarias y

herramientas necesarias con sus costes aproximado para proceder a realizar el proyecto de las gráficas publicitarias.

La marca de “EA creativo” del Sr. Eddy Astaiza G. del está de acuerdo y autoriza la factibilidad económica de dichos requerimientos para dar marcha al proyecto de publicitario digital ayudando a potenciar la economía y crecimiento de la marca.

3.4.3. Factibilidad legal

El desarrollo del presente proyecto no quebranta ninguna ley local o nacional. Todos los procesos y resultados del mismo son de autoría propia, creatividad y el proceso creación y todo lo que conlleva es de conocimiento general en la comunidad publicitaria de diseñadores gráficos e instituciones de educación superior.

Por lo que legalmente no inflige la ley como pretendemos hacer la cosas con transparencia y honestidad, permitiéndonos aplicarla para cumplir objetivos nobles y de crecimiento darnos a conocer a más personas las redes sociales de “EA creativo” del presente proyecto.

3.4.4. Factibilidad ecológica

El proyecto en cuestión de diseño de publicidad para las redes sociales de “EA creativo” tiene factibilidad ecológicamente, debido a que el proyecto se presenta únicamente en plataformas digitales ya conocidas (Facebook y Instagram) y no se requiere impresión como los tradicionales volantes publicitarios, pancartas o letreros de papel ahorrándonos el consumo cualquier tipo de papel y también a uso de energía eléctrica extra como focos u otro tipo de iluminaciones tradicionales aportando al cuidado ambiental del nuestro planeta, y enfocándonos solo en el medios digitales que se comprende como el futuro canal de mayor alcance en el mundo que ayuda a reducir el consumo de recursos naturales para producir papel y tinta.

3.5. FORMAS DE SEGUIMIENTO DE LA PROPUESTA

Para el seguimiento y actualización del proyecto se ha escogido un periodo de un año para la renovación de la imagen o branding digital respetando la línea gráfica

propuesta principalmente, se sugiere ligeros cambios de estilo de nuestras gráficas, pero mínimos cambios en la paleta de colores que se la tomo de los colores de la marca “EA creativo”.

Para la parte tipográfica solo deberán ser el principal san sheriff. y manuscrita para historias o promociones temporales en el feed.

En cuanto a la continuidad del proyecto de las publicaciones son: un grupo de mínimo cuatro imágenes de un tipo de producto una vez a la semana más una historia en sus redes sociales. Se utilizo para las mismas imágenes del producto la técnica de “*mokcup*” tratadas y editadas en el programa Adobe Photoshop y las plantillas publicitarias en Adobe Illustrator con una medida de 1080 x1080 pixeles para el feed y para las historias una medida de 1080 por 1920 pixeles.

3.6. RESULTADOS ESPERADOS EN LA APLICACIÓN DE LA PROPUESTA

En la actualidad es indispensable y también ha sido tendencia que los pequeños negocios y grandes empresas tengan presencia en las redes sociales como Facebook y Instagram. Para dar a conocer mediante publicidades su imagen, valores y productos, servicios por estas famosas y útiles herramientas digitales para socializar con personas de toda edad facilitando mucho el darse a conocer.

La publicidad es la herramienta por excelencia de toda organización para darse a conocer por los medios tradicionales y ahora lo digitales ha evolucionado redireccionarse al campo digital desde ya hace unas décadas atrás. Actualmente la forma en como vemos su mensaje por diferentes pantallas son muy dinámicas, diversas con carisma y originalidad con sonidos o ritmos pegajosos, frases frescas y directas.

Detrás de todo esto se encuentra un grupo amplio de personas como publicistas, diseñadores gráficos, personal de marketing entre otros. Capaces de proyectar esa idea trabajada en grupo para mostrarse al público y cumplir con los objetivos de la marca o empresa.

Obtendremos beneficios, uno de ellos y un pilar importante es el social, posicionarse en la ciudad a más personas.

Económicos porque llegando más personas se puede aumentar la producción y con esto las ganancias del negocio serán evidenciados a través de una mayor captación

de clientes, gracias a la renovación de sus publicidades con un tratado técnico que se realizó a las gráficas sus productos lo que se verá reflejado en mayores ingresos para el negocio de sublimación y estampado de diversos productos.

Mostrando como es la marca, una imagen fresca con un servicio amable y de calidad en sus productos, juveniles, actuales y de estilo personalizado.

CONCLUSIONES

EL desarrollo de la propuesta de crear de contenido gráfico y anuncios publicitarios para las redes sociales del emprendimiento “EA creativo” de la ciudad de Guayaquil del Sr. Eddy Astaiza González.

Es un servicio gráfico profesional que contribuirá positivamente en la imagen de las redes sociales de “EA creativo” objeto de estudio, por medio que concluimos que direccionaran a su reactivación económica y reconocimiento de más personas o seguidores.

Fue una experiencia gratificante tanto en lo personal como en lo profesional en ayudar a mejorar en muchos aspectos compartir opiniones e intercambiar ideas para sus gráficas que nos permitió ampliar nuestro conocimiento y madurar profesionalmente en este mundo del Diseño Gráfico publicitario.

Darnos la oportunidad de conocer su trabajo y la variedad de productos que sublima y vende muy buenos y útiles.

La entrevista efectuada permitió recopilar información fundamental sobre la naturaleza del negocio, su misión, visión, así como los principios y estilos que sirvieron de inspiración para la construcción de las gráficas publicitarias.

Por medio de las encuestas se evidenció la poca la importancia que se le daba a las redes sociales de “ea creativo” y la poca interacción que generaban sus fotos. También se evidencio lo importante que es la gestión de la publicidad como pieza clave para el emprendimiento e imagen que tiene sus redes sociales.

Se obtuvieron resultados en como, por ejemplo, que la mayoría de las personas encuestadas consideraron que el medio actual por excelencia para la publicidad y propaganda es el uso de las redes sociales, a su vez es considerado un medio más rápido y global de compra y venta de productos que la imagen de la misma debe estar con una buena estética y de ser posible asesorarse de un Profesional Diseñador Gráfico.

RECOMENDACIONES

Se continúe con la gestión gráfica desde un punto de vista profesional ya que esto contribuye significativamente al crecimiento de este y cualquier emprendimiento o pequeño negocio además que hay que cuidar la imagen que proyectamos a nuestros seguidores observar y competencia.

Considerar invertir en publicidad en medios digitales y realizar campañas de publicidad y marketing digital es fundamental. También se recomienda seguir con la buena atención y amabilidad de siempre que caracteriza a “EA Creativo” del Sr. Eddy Astaiza.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Cadena, A. V., Mieles-Bachicoria, S. F., & Intriago Vera, J. V. (2018). Aproximación al uso de la redes sociales en internet desde una revisión teórica. *Dominio de las Ciencias*, 65-79.
- Chaves, N. (2021). *Color e identidad corporativa*. Obtenido de Archivo de Norberto Chaves:
https://www.norbertochaves.com/articulos/texto/color_e_identidad_corporativa
- Copaya, C., & Yaya, A. (2018). *EL IMPACTO DEL DISEÑO GRÁFICO EN LA PUBLICIDAD DIGITAL*. Lima: VERITAS LIBERA BIT VOS - Universidad San Martín de Porres.
- Díaz, F. d. (2018). *la publicidad contada por publicitarios*. Madrid-España: ESIC-EDITORIAL.
- Jaime, H. (1 de mayo de 2021). *Youtube.com*. Obtenido de Hey Jaime :
https://www.youtube.com/watch?v=-kP-p_42SoA
- López, I. S. (2019). *Análisis de la Publicidad en Redes Sociales*. madrid: Comillas Universidad Pontificia-Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.
- Martínez-Rodrigo, E., & Sánchez-Martín, L. (2011). Publicidad en Internet: Nuevas vinculaciones en las redes sociales. *Revista de Comunicación Vivat Academia*, 469-480.
- psicologiadeltcolor.es. (s.f.). *psicologiadeltcolor.es*. Obtenido de psicologiadeltcolor.es:
<https://www.psicologiadeltcolor.es/psicologia-del-color/>
- Romoleroux, C., & Orestes, B. (2017). *La importancia del diseño gráfico e identidad en el desarrollo de las empresas exclusivamente digitales*. Machala: Universidad Técnica de Machala.
- Telecomunicaciones, I. F. (2021). *las audiencias infantiles y el consumo de la publicidad*. Mexico: Instituto Federal de Telecomunicaciones.

ANEXOS

ANEXO 1. CARTA DE ACEPTACIÓN DE LA EMPRESA

Durán, 14 de octubre de 2021

Señor, Eddy Joel Astaiza González

Dueño la marca “EA creativo”, emprendimiento dedicado a la sublimación y estampado en la ciudad de Guayaquil.

De mi consideración:

Por medio de la presente carta le expreso mi cordial saludo y que se encuentre muy bien.

De mi parte, JONATHAN PAÚL PÉREZ ALBÁN con C.I. 0929846434 estudiante de la carrera de Diseño Gráfico y Multimedia del Instituto Tecnológico de Formación de la ciudad de Guayaquil, donde me encuentro realizando mi trabajo de titulación con el tema:

“Creación de contenido gráfico y anuncios publicitarios para las redes sociales del emprendimiento “ea creativo” de la ciudad de Guayaquil”.

Se me permita tener su autorización para proceder a la implementación de este proyecto del tema de proyecto antes mencionado en las redes sociales de su marca “EA creativo”, aportándole beneficiosamente a su marca en la parte publicitaria y al desarrollo de profesional de este servidor dispuesto a ayudarlo en lo que se requiera, agradezco su permiso y confianza brindada.

Atte.

Jonathan Paúl Pérez Albán

C.I. 0929846434

Sr. Eddy Joel Astaiza González

C.I. 0919357640

ANEXO 2. PREGUNTAS DE LA ENTREVISTA

Entrevista al sr. Eddy Astaiza dueño del negocio de sublimación y estampado “EA creativo” de la ciudad de Guayaquil-Ecuador.

Tema: CREACIÓN DE CONTENIDO GRÁFICO Y ANUNCIOS PUBLICITARIOS PARA LAS REDES SOCIALES DEL EMPREDIMIENTO “EA CREATIVO” DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

Fecha: Viernes, 13 de Agosto del 2021.

Nombre del Entrevistador: Jonathan Paúl Pérez Albán.

1 ¿Le gustaría mejorar y potenciar la presentación de sus productos en sus redes sociales?

2 ¿Considera que es importante la gestión de un diseñador gráfico para hacer la publicidad de su negocio?

3 ¿En la actualidad cuenta con el tiempo suficiente para dedicarle a la parte publicitaria del negocio?

4 ¿Qué tan importante para usted es la estética de sus redes sociales hacia su clientela?

5 ¿Influenciaría positivamente la parte visual y margen de ventas si se le realizara la gestión gráfica a sus publicaciones?

ANEXO 3. FORMATO DE LA ENCUESTA

ENCUESTA

Dirigida a la población de la ciudad de Guayaquil y estudiantes del Instituto Tecnológico de Formación

Tema: CREACIÓN DE CONTENIDO GRÁFICO Y ANUNCIOS PUBLICITARIOS PARA LAS REDES SOCIALES DEL EMPREDIMIENTO “EA CREATIVO” DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

Fecha: viernes, 13 de agosto del 2021.

Pregunta 1: ¿Conoce usted que es una red social digital?

SI	
NO	

Pregunta 2: ¿Sabe que es una publicidad digital?

SI	
NO	

Pregunta 3: ¿Con que frecuencia ha visto publicidades en las redes sociales?

Con mucha frecuencia	
Frecuencia media	
Poca frecuencia	
Nunca ah visualizado	

Pregunta 4: ¿Ha visitado páginas de algún producto en Facebook o Instagram?

SI	
NO	

Pregunta 5: ¿Ha utilizado las redes sociales para vender un producto?

SI	
NO	

Pregunta 6: ¿Cuál es el medio de comunicación que usted considera mayor alcance para la publicitar un producto actualmente?

Tv	
Radio	
Periódico	
Redes Sociales	

Pregunta 7: ¿Considera usted importante la gestión de un diseñador gráfico para hacer una correcta y creativa publicidad?

Muy Importante	
No mucho	

Pregunta 8: ¿La gestión grafica podría mejorar la presentación de sus productos en sus publicidades en las redes sociales?

Si mejoraría	
No mucho	

Pregunta 9: ¿Te gustaría que un diseñador gráfico creara tus publicidades de tus productos o servicios?

Si me gustaría	
No mucho	

Pregunta 10: ¿Crees que en la publicidad actual es esencial e importante un buen trabajo diseño gráfico?

Muy importante	
Importante	
Poco importante	
No importante	

ANEXO 4. RESULTADO DE LA ENTREVISTA

Tema: CREACIÓN DE CONTENIDO GRÁFICO Y ANUNCIOS PUBLICITARIOS PARA LAS REDES SOCIALES DEL EMPREDIMIENTO “EA CREATIVO” DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

1 ¿Le gustaría mejorar y potenciar la presentación de sus productos en sus redes sociales?

SI, ya que la presentación es algo esencial, para que el cliente pueda reconocer de manera rápida los Productos que ofrecemos

2 ¿Considera que es importante la gestión de un diseñador gráfico para hacer la publicidad de su negocio?

SI, ya que sin un diseñador profesional no podremos tener un buen diseño elaborado para la publicidad.

3 ¿En la actualidad cuenta con el tiempo suficiente para dedicarle a La parte publicitaria del negocio?

Si, ya que es un trabajo que demanda tiempo y paciencia.

4 ¿Qué tan importante para usted es la estética de sus redes sociales hacia su clientela?

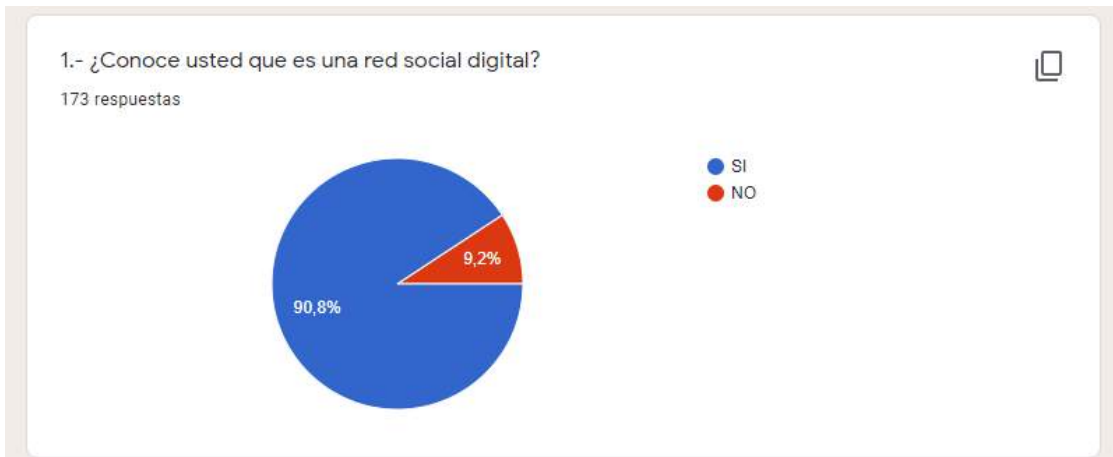
Muy importante, sin una buena estética el producto o diseño no tendría su propia originalidad, y tampoco fuera atrayente para los clientes

5 ¿Influenciaría positivamente la parte visual y margen de ventas si se le realizara la gestión grafica a sus publicaciones?

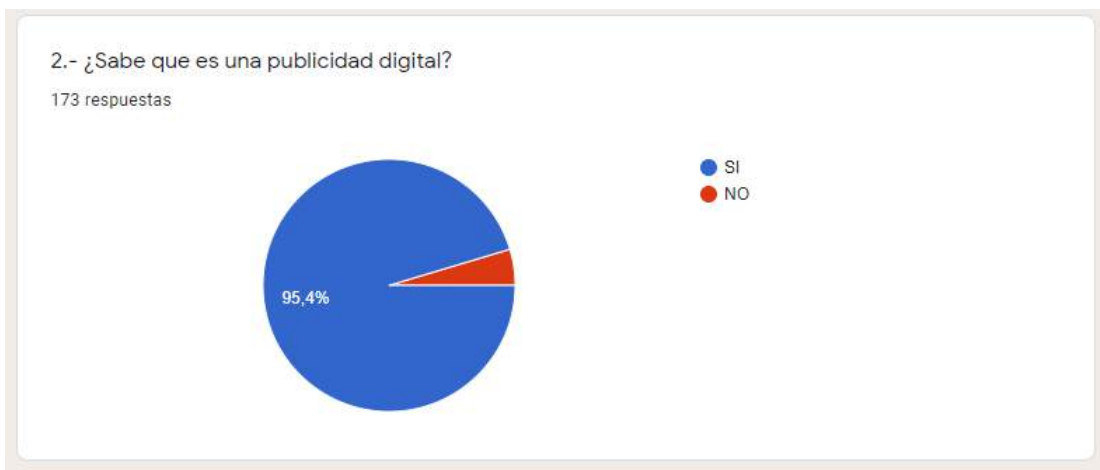
Claro que si una buena gestión grafica de diseño y publicidad ayudaría mucho en la parte visual y ventas de los productos y de la marca

Entrevistador Paúl Pérez Albán

ANEXO 5. RESULTADO DE LA ENCUESTA



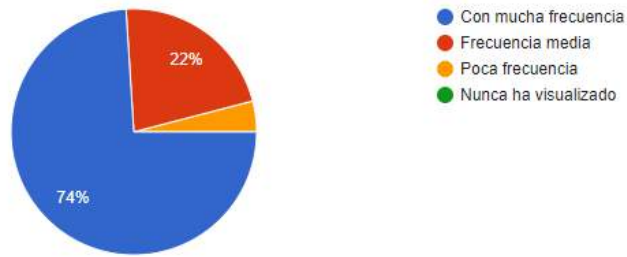
SI	90,8 %
NO	9,2 %



SI	95,4 %
NO	4,6 %

3.- ¿Con que frecuencia ha visto publicidades en las redes sociales?

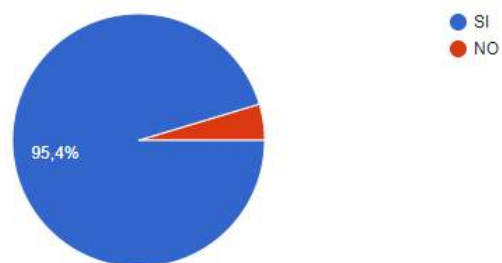
173 respuestas



Con mucha frecuencia	74%
Frecuencia media	22%
Poca frecuencia	4%
Nunca ah visualizado	0%

4.- ¿Ha visitado páginas de algún producto en Facebook o Instagram?

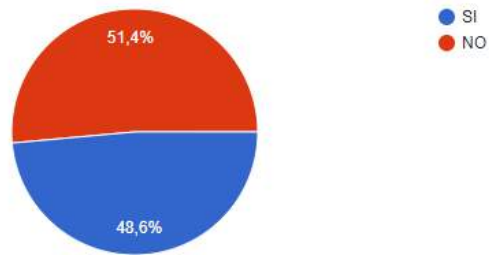
173 respuestas



SI	95,4 %
NO	4,6 %

5.- ¿Ha utilizado las redes sociales para vender un producto?

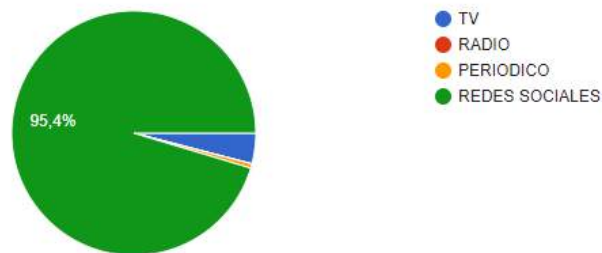
173 respuestas



SI	51,4 %
NO	48,6 %

6.- ¿Cuál es el medio de comunicación que usted considera de mayor alcance para la publicitar un producto actualmente?

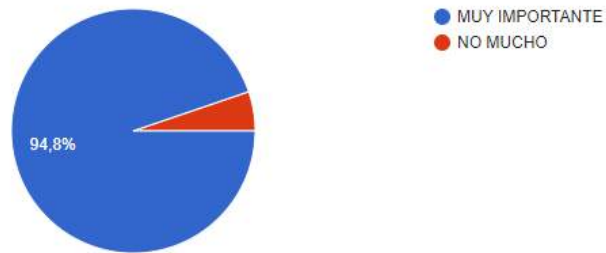
173 respuestas



TV	4 %
Radio	0 %
Periódico	0,6 %
Redes Sociales	95,4 %

7.- ¿Considera usted importante la gestión de un diseñador gráfico para hacer una correcta y creativa publicidad?

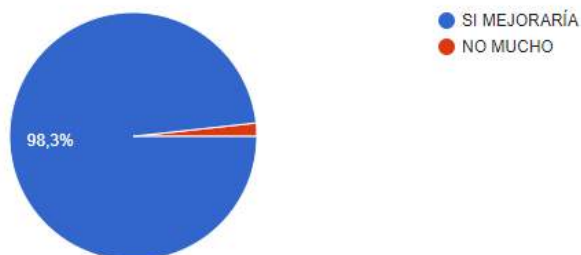
173 respuestas



MUY IMPORTANTE	94,8 %
NO MUCHO	5,2 %

8.- ¿La gestión grafica podria mejorar la presentación de sus productos en sus publicidades en las redes sociales?

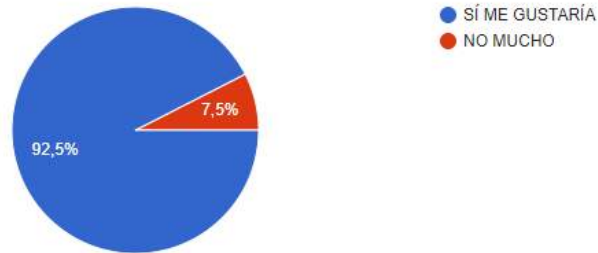
173 respuestas



SI MEJORARÍA	98,3 %
NO MUCHO	1,7 %

9.- ¿Te gustaría que un diseñador gráfico creara tus publicidades de tus productos o servicios?

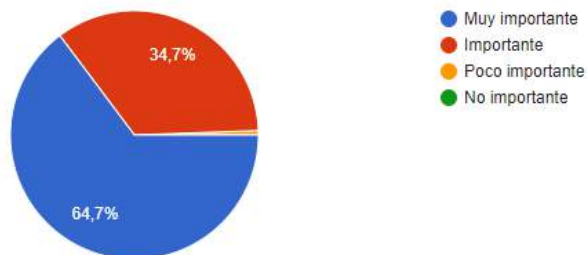
173 respuestas



SI ME GUSTARÍA	92,5 %
NO MUCHO	7,5 %

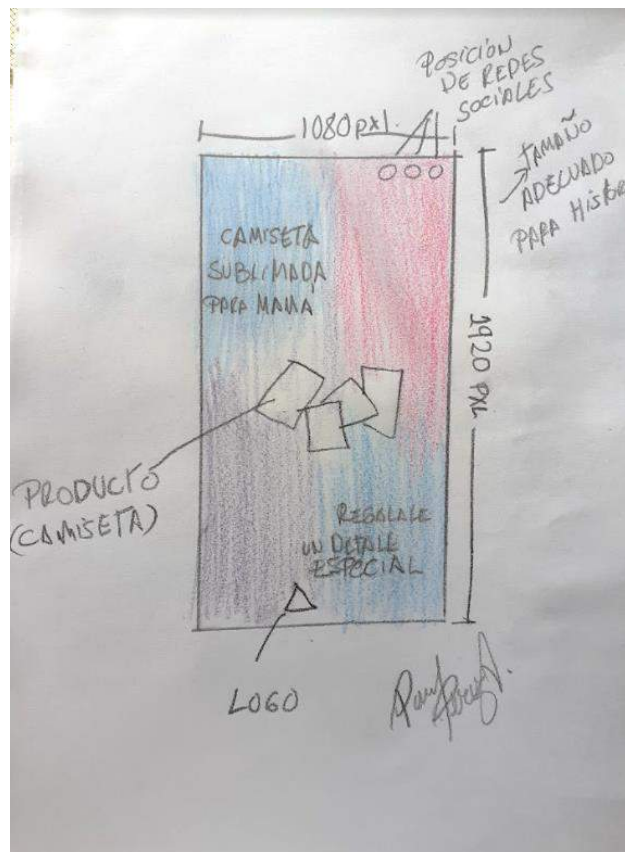
10.- ¿Crees que en la publicidad actual es esencial e importante un buen trabajo de diseño gráfico?

173 respuestas

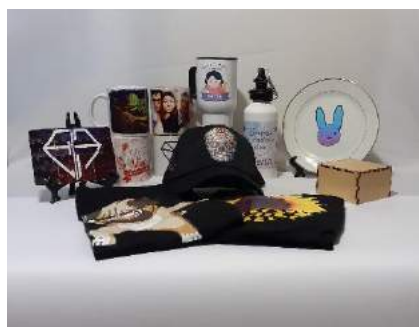


Muy importante	64,7 %
Importante	34,7 %
Poco importante	0,6 %
No importante	0%

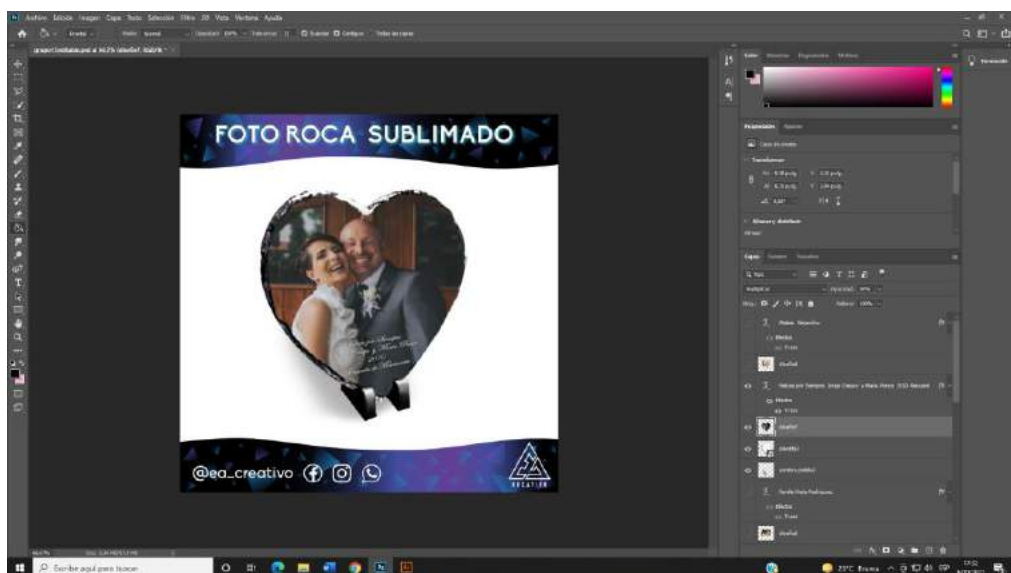
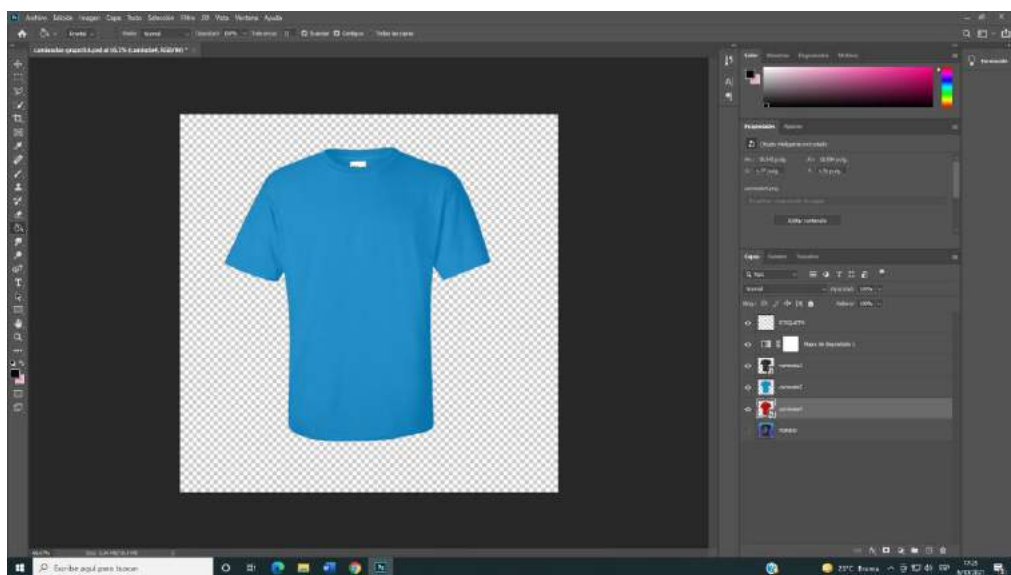
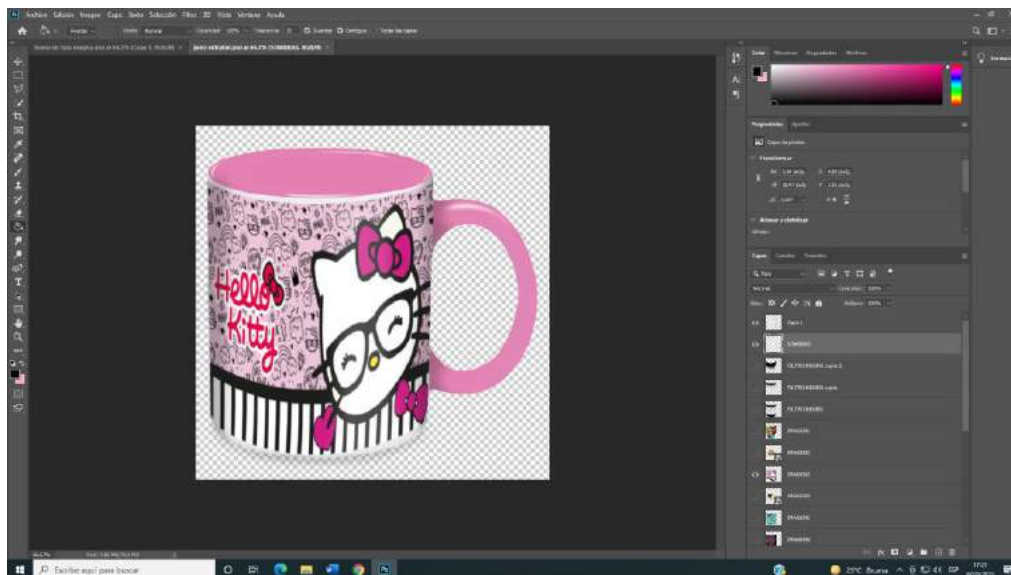
ANEXO 6. BOCETO DE PUBLICIDADES



ANEXO 7. RECOPIACIÓN FOTOGRÁFICA Y DE RECURSOS

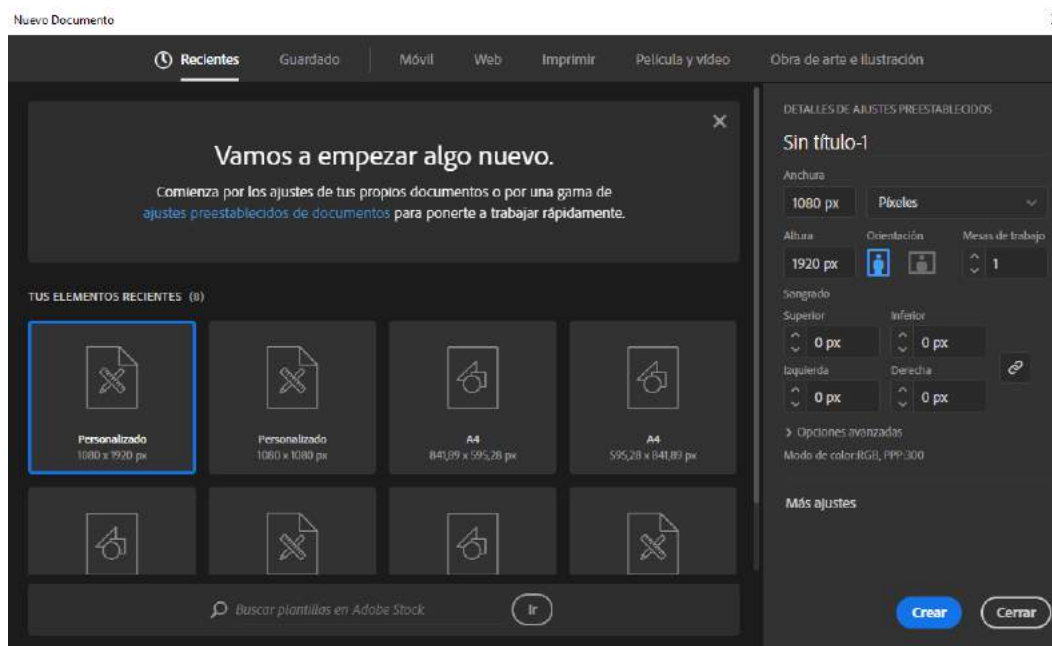
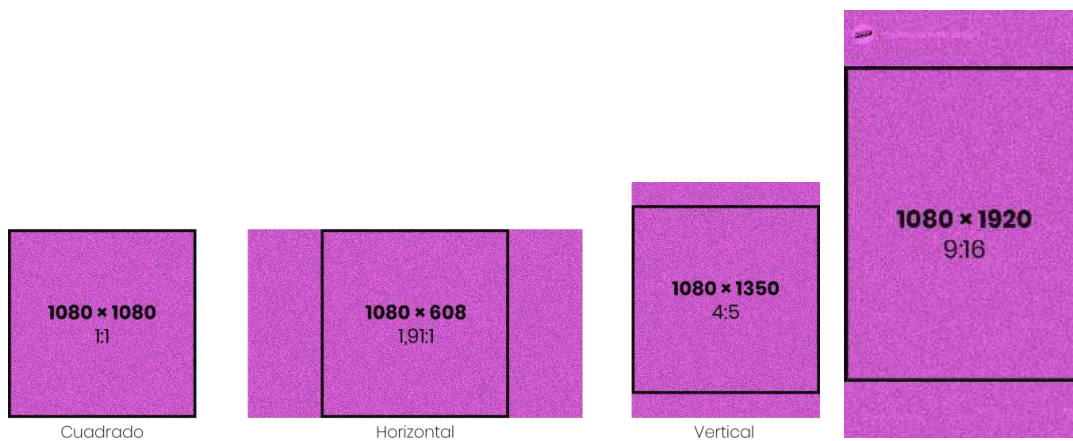


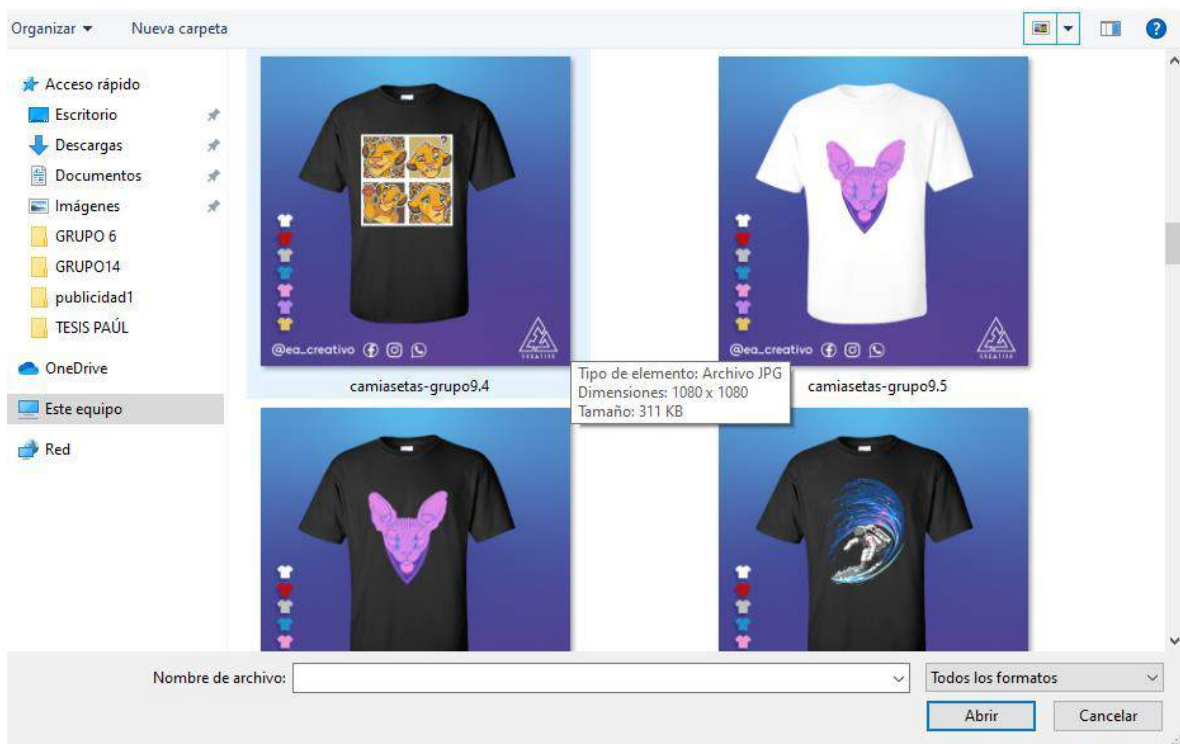
ANEXO 8. EDICIÓN FOTOGRÁFICA



ANEXO 9. SELECCIÓN DE TAMAÑOS Y SOPORTES

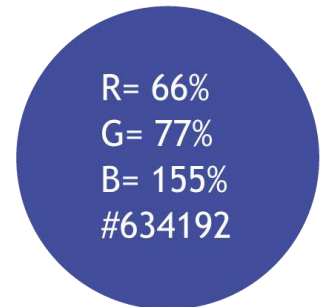
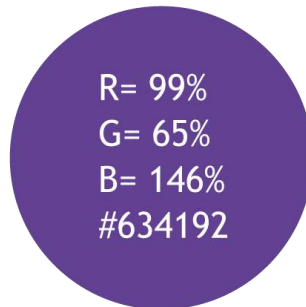
Tamaños ideales para Instagram y Facebook.



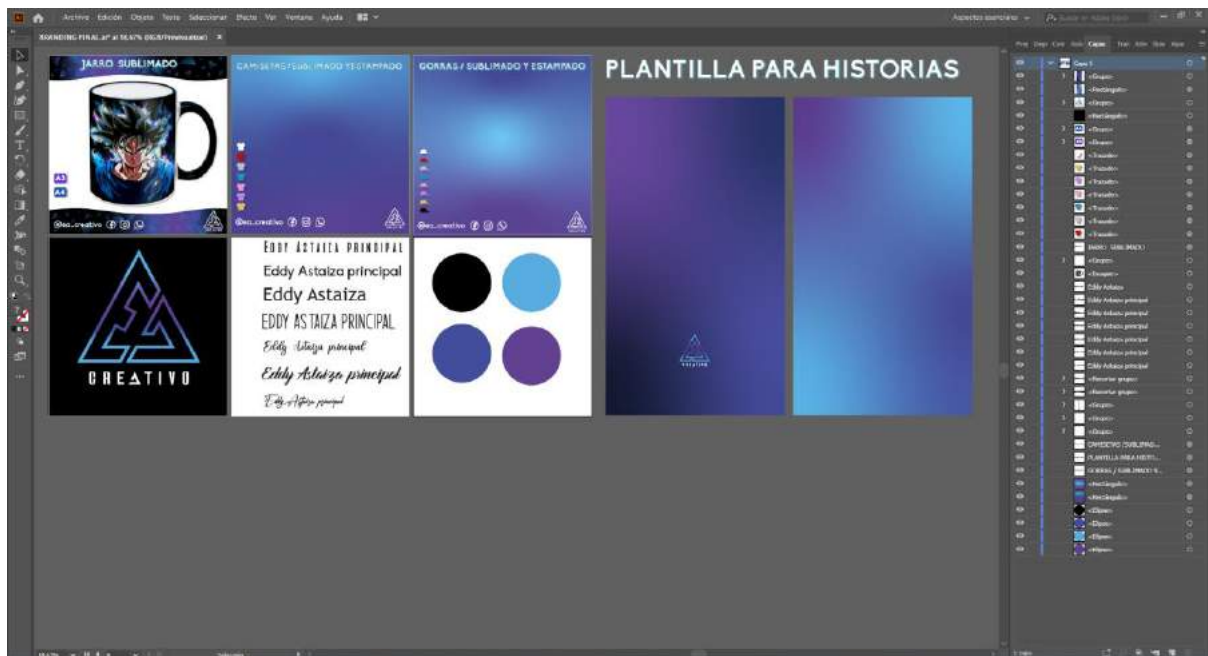


ANEXO 10. SELECCIÓN DE COLORES Y LÍNEA GRÁFICA

COLORES SELECCIONADOS PARA LAS PUBLICIDADES.



LINEA GRAFICA PARA LAS PUBLICIDADES



ANEXO 11. SELECCIÓN TIPOGRÁFICA

TIPOGRAFÍA CORPORATIVA

ALIENS AND COWS

Una tipografía diseñado por Francesco Canovaro
sans serif delgada con amplia extensión que
denota un estilo futurista y de elegancia juvenil.

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



! ¡ " " # \$ % AND / () = ¿ ?





TIPOGRAFÍAS SECUNDARIAS PARA PUBLICIDADES

Biko /Regular/**Bold/Black**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz12345678

! " # \$ % & / () = : ; ' ? ' "

Trebuchet Ms /*Italic/Bold/Bold Italic*

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz12345678

! " # \$ % & / () = : ; ' ? ' "

GOOD MOOD ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

! " # \$ % & / () = : ; ' ? ' "

Valentine ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz12345678

! " # \$ % & / () = : ; ' ? ' "

Mountain Bridge ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz12345678

! " # \$ % & / () = : ; ' ? ' "

Roselinda Alzamora ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz12345678

! " # \$ % & / () = : ; ' ? ' "

ANEXO 12. DISEÑOS FINALES PARA BIOGRAFÍA O FEED DE INSTAGRAM

PRIMEROS DISEÑOS PARA EL FEED Y BIOGRAFÍA





DISEÑOS FINALES





JARRO BICOLOR SUBLIMADO

JARRO BICOLOR SUBLIMADO



JARRO MAGICO SUBLIMADO

JARRO MAGICO SUBLIMADO



ROMPECABEZA SUBLIMADO



A3

A4



ROMPECABEZA SUBLIMADO



A3

A4



ROMPECABEZA SUBLIMADO



A3

A4



ROMPECABEZA SUBLIMADO



GORRAS / SUBLIMADO Y ESTAMPADO



GORRAS / SUBLIMADO Y ESTAMPADO



GORRAS / SUBLIMADO Y ESTAMPADO

Color selection icons: white, red, blue, green, purple, yellow, black.

@ea_creativo

GORRAS / SUBLIMADO Y ESTAMPADO

Color selection icons: white, red, blue, green, purple, yellow, black.

@ea_creativo

FOTO ROCA SUBLIMADO

20x20cm

@ea_creativo

FOTO ROCA SUBLIMADO

19x19cm
14x14cm

@ea_creativo

FOTO ROCA SUBLIMADO

19x14cm
29x14cm

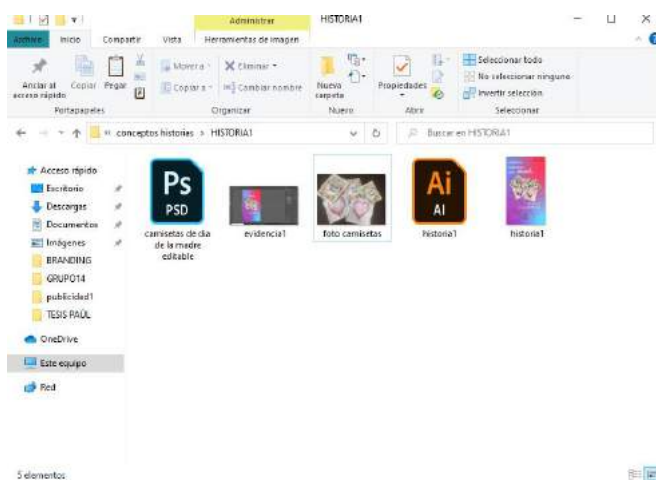
@ea_creativo

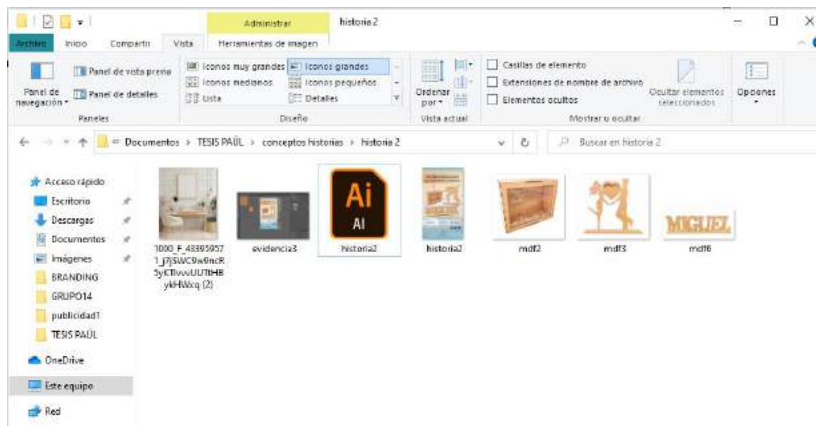
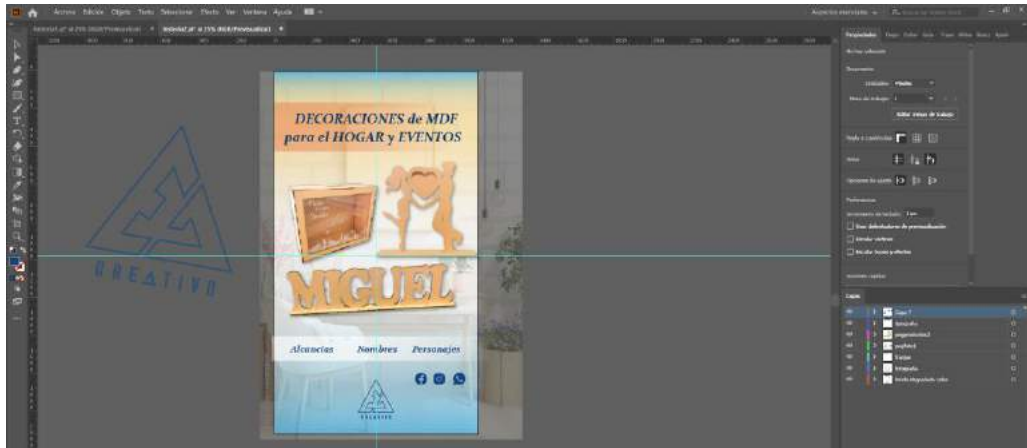
FOTO ROCA SUBLIMADO

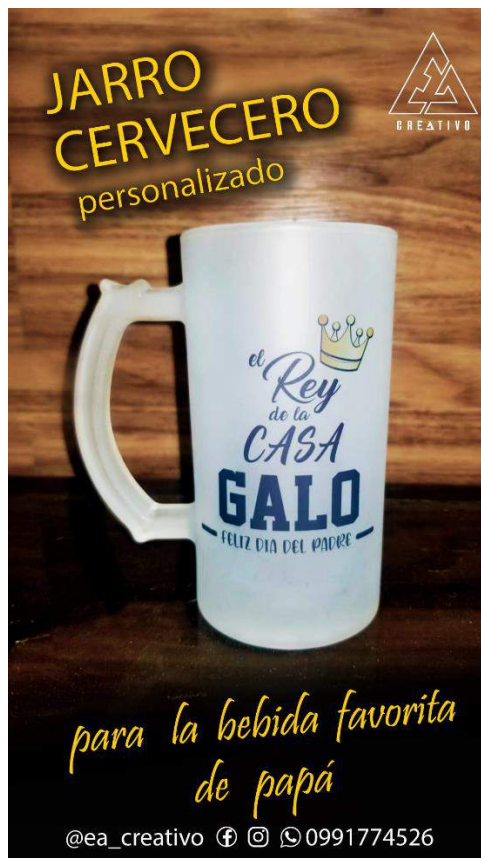
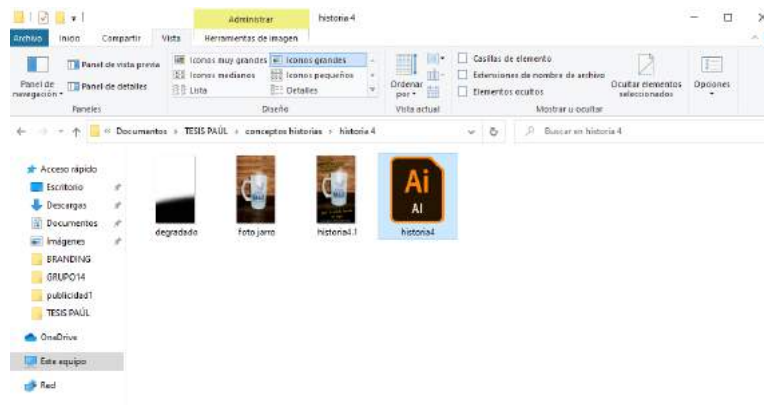
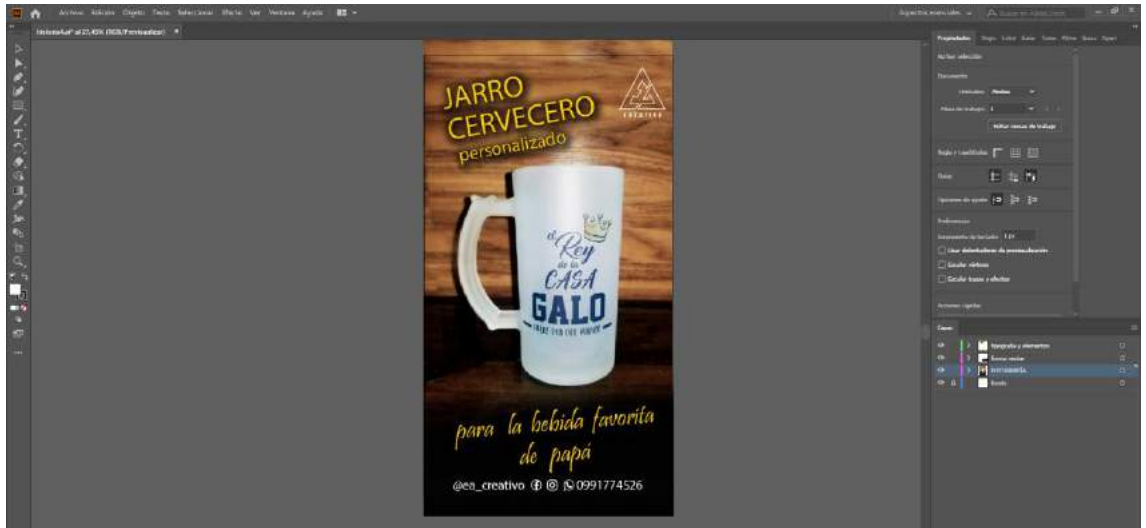
20x20cm

@ea_creativo

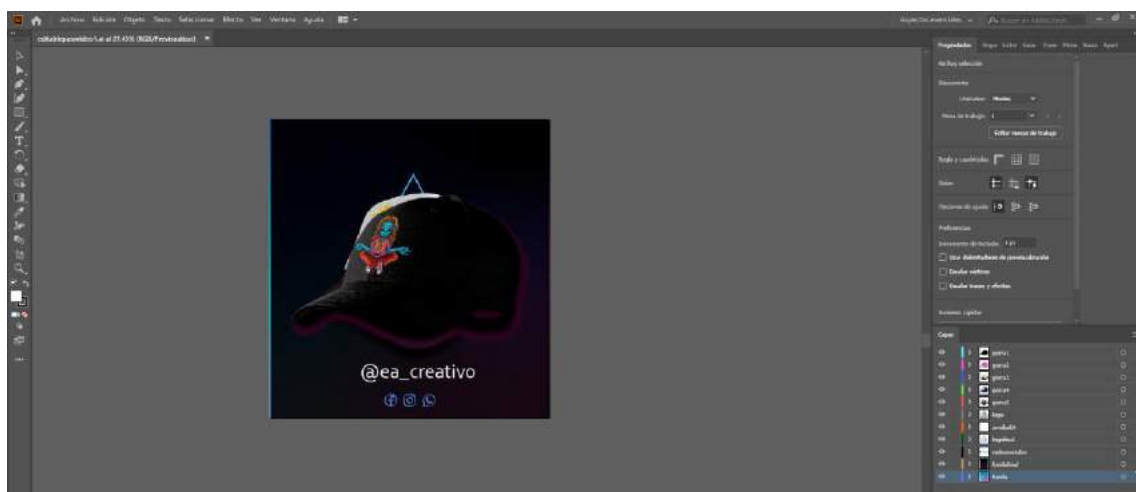
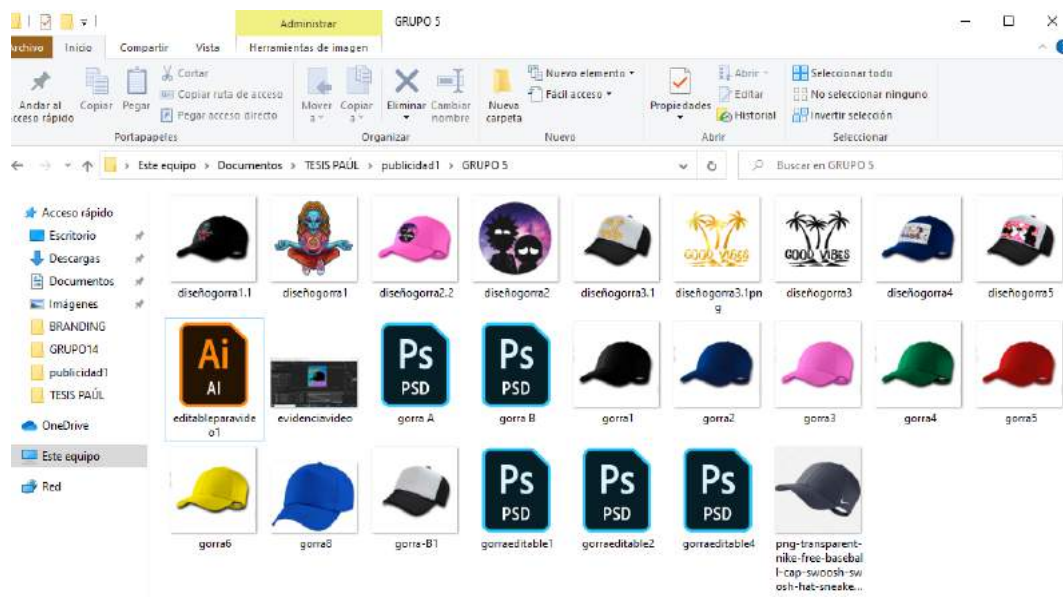
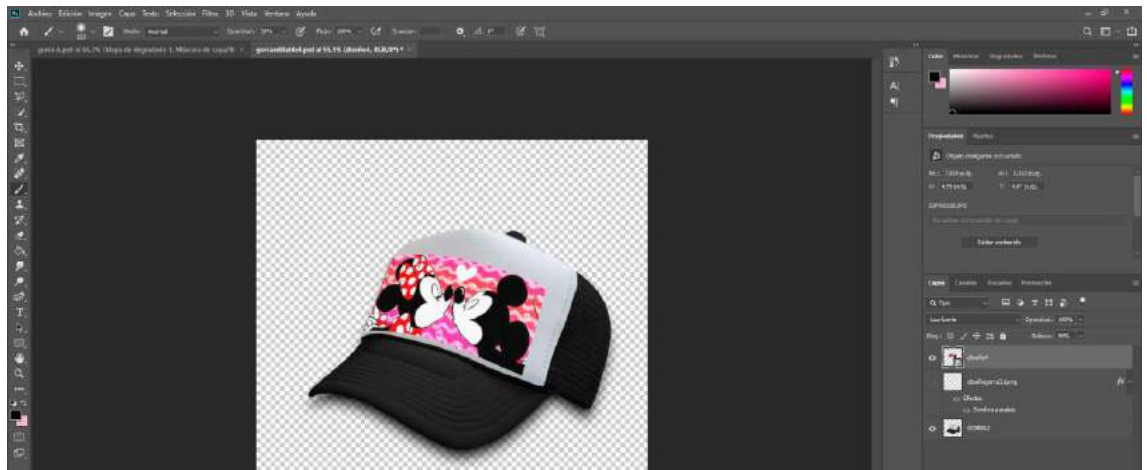
ANEXO 13. DISEÑO Y EDICIÓN DE STORIE PUBLICITARIO

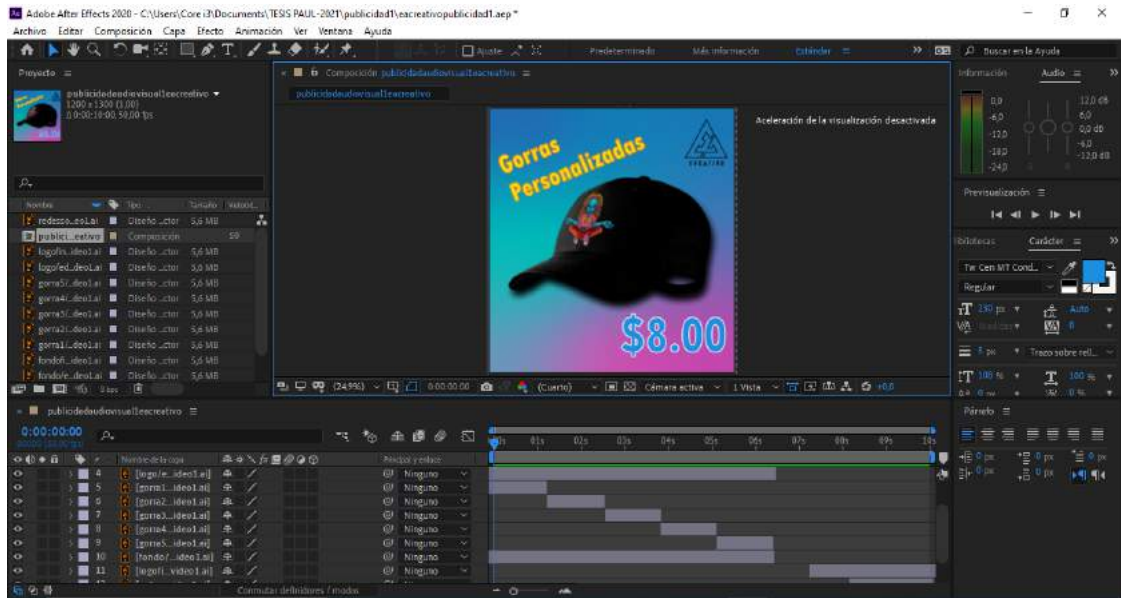




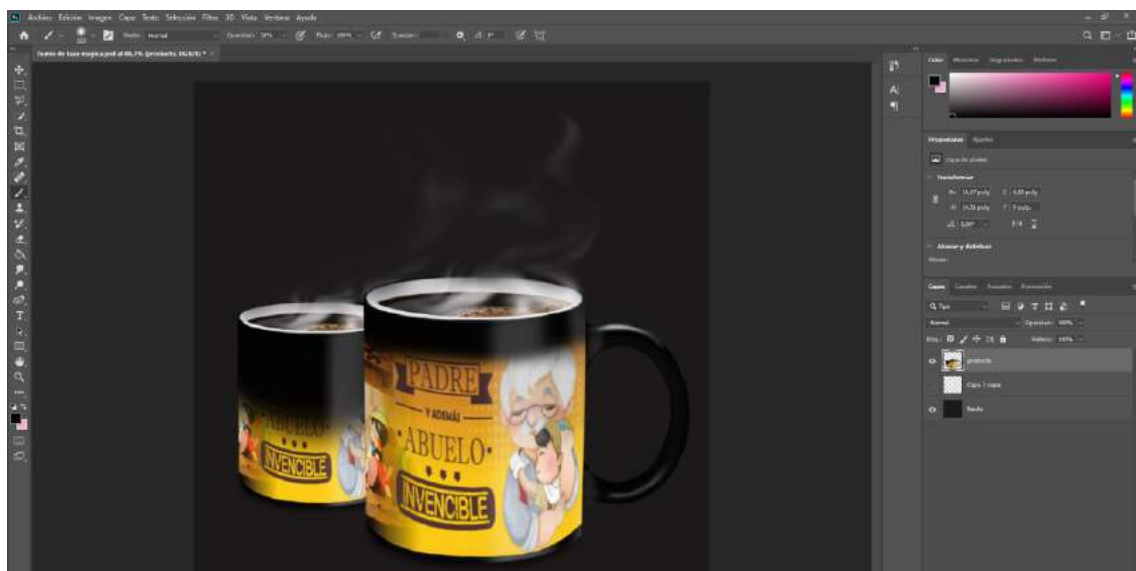


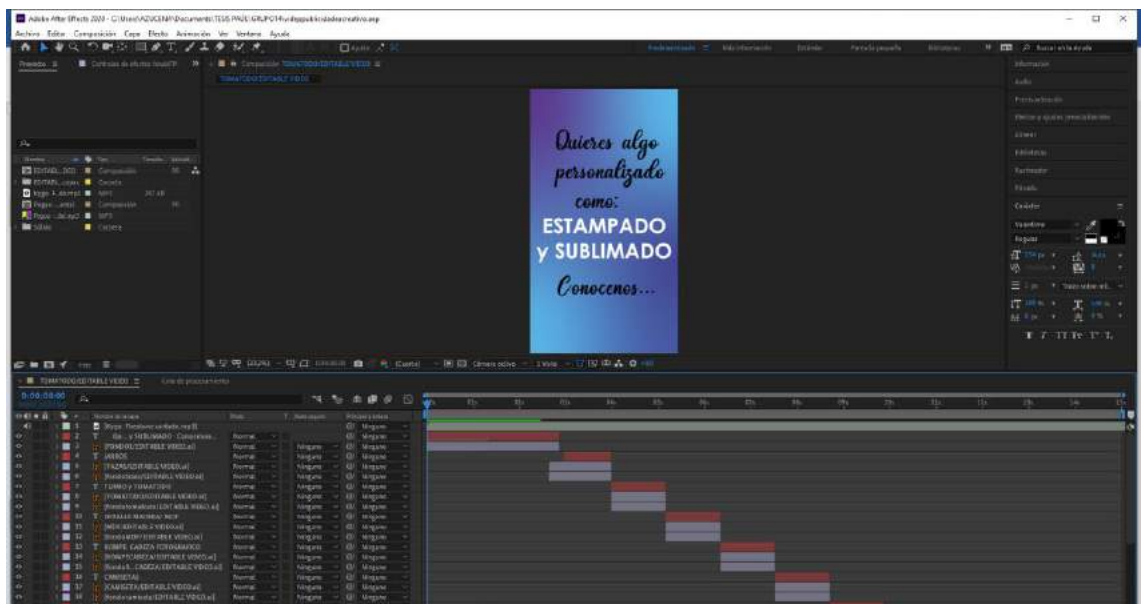
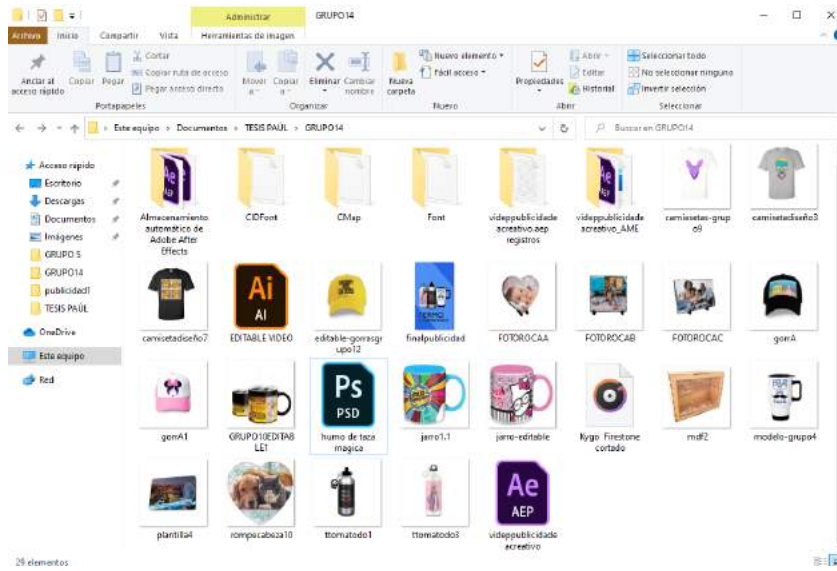
ANEXO 14. ANIMACIÓN PUBLICITARIA DE PRODUCTOS EA CREATIVO





VIDEO PARA HISTORIA DE FACEBOOK Y INSTAGRAM



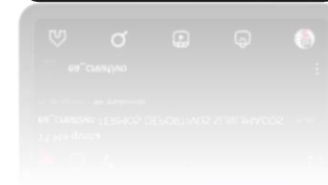
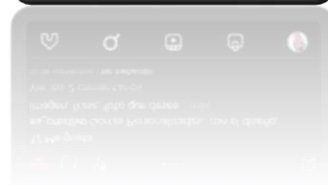
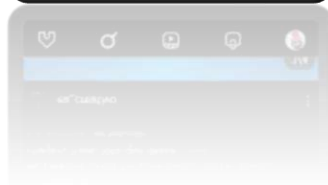
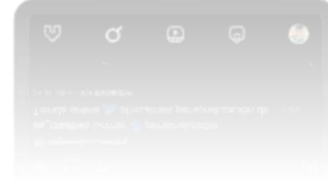




IMPLEMENTACIÓN EN EL APARTADO DE HISTORIAS DE INSTAGRAM Y FACEBOOK.



ANEXO 15. PUBLICACIÓN DE PUBLICIDADES EN CANALES DIGITALES



PUBLICIDADES CON FORMATO PARA HISTORIAS

