



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

CARRERA:

TECNOLOGÍA EN DISEÑO GRÁFICO Y MULTIMEDIA

TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA:

“CREACIÓN DE MATERIAL GRAFICOS PARA LA RED SOCIAL FACEBOOK DE
LA MICROEMPRESA FOTOGABADOS WILSON EN LA CIUDAD DE
GUAYAQUIL”

REQUISITO PREVIO PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE TECNÓLOGO EN
DISEÑO GRÁFICO Y MULTIMEDIA

AUTOR:

JORDY JEANPIERRE BARAHONA URGILES

TUTOR:

MAG. BERMEO QUEZADA GIANELLA LISETTE

GUAYAQUIL - ECUADOR

2020

RECONOCIMIENTO DE RESPONSABILIDAD

Yo, **JORDY JEANPIERRE BARAHONA URGILES**, declaro bajo juramento que el presente Trabajo de titulación, válido para optar por el título de Tecnólogo en Diseño Gráfico, titulado: **“CREACIÓN DE MATERIAL GRAFICOS PARA LA RED SOCIAL FACEBOOK DE LA MICROEMPRESA FOTOGRABADOS WILSON EN 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.

JORDY JEANPIERRE BARAHONA URGILES

C.C. 0932191661

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo BERMEO QUEZADA GIANELLA LISETTE, 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 MATERIAL GRAFICOS PARA LA RED SOCIAL FACEBOOK DE LA MICROEMPRESA FOTOGRABADOS WILSON EN 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.

Mag. BERMEO QUEZADA GIANELLA LISETTE

Magister en

Tutor de Trabajo de Titulación

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a todo los que me han apoyado para poder seguir adelante en el transcurso de todo mi recorrido académico, a mis padres por haberme forjado como la persona que soy en la actualidad, ellos me motivaron para alcanzar mis anhelos, han sido un pilar fundamental en mi formación como profesional. Todo esto es por ustedes, para conseguir que sientan orgullosos de mí.

A mi hermana por brindarme la confianza, consejos, sus conocimientos y recursos para lograr que este proyecto sea posible, en ella tengo el espejo en el cual me quiero reflejar pues sus virtudes infinitas y su gran corazón me llevan a admirarla cada día más. También quiero dedicar este proyecto a mi hermano por darme el ánimo adecuado para no rendirme y seguir adelante en mis metas.

A Jessy por apoyarme y brindándome sus conocimientos durante el desarrollo del proyecto por sus palabras de aliento y por motivándome a seguir adelante. A mi Minnie por acompañarme en mis desvelos por realizar este proyecto, gracias por tu compañía.

Jordy Barahona

AGRADECIMIENTO

Me gustaría agradecer en estas líneas la ayuda que muchas personas primero agradecer a Dios por todas sus bendiciones, a mis Padres que han sabido darme su ejemplo de trabajo y honradez y a mis hermanos por todo el apoyo que me brindan siempre.

También quiero agradecer a la Universidad directivos y profesores por abrirme las puertas y permitirme realizar mi carrera de Diseñador gráfico, a mi tutora de titulación por apoyarme y guiarme hacia el éxito, a mis colegas que han estado durante del proceso de formación.

Jordy Barahona

INDICE

INTRODUCCIÓN	2
1. CAPITULO I. FUNDAMENTACIÓN.....	7
1.1. MARCO HISTÓRICO.....	7
1.1.1. HISTORIA DEL DISEÑO.....	7
1.1.2. HISTORIA DE LAS REDES SOCIALES	9
1.1.3. HISTORIA DEL PUBLICIDAD DIGITAL.....	10
1.1.4. HISTORIA FOTOGRAFADO WILSON	12
1.2 MARCO TEÓRICO	13
1.2.1 DISEÑO	13
1.2.2. REDES SOCIALES	14
1.3.1. PUBLICIDAD DIGITAL	16
1.3.2. DISEÑO GRÁFICO.....	16
1.3.3. ILUSTRADOR.....	17
1.3.4. PSICOLOGÍA DEL COLOR.....	17
1.3.5. TIPOGRAFÍA	17
1.3.6. REDES SOCIALES	17
1.3.7. INSTAGRAM.....	18
1.3.8. FOTOGRAFÍA.....	18
1.4. MARCO JURÍDICO	18
1.4.1 CONSTITUTION DEL ECUADOR	18
1.4.2. PLAN NACIONAL TODA UNA VIDA.....	19
1.4.3. LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN	19
OBJETIVO Y DEFINICIONES	19
1.4.5. LEY DE PROPIEDAD INTELECTUAL.....	21
CAPITULO II. METODOLOGÍA EMPLEADA	23
2.1. TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	23
2.1.1. DESCRIPTIVA	23
2.1.2. EXPLICATIVA	23
2.2. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN.....	23
2.2.1. ENFOQUE CUALITATIVO	23
2.2.2. ENFOQUE CUANTITATIVO	24
2.3. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN	24

2.3.1.	MÉTODOS TEÓRICOS	24
2.3.1.1.	MÉTODO DE ANÁLISIS Y SÍNTESIS.....	24
2.3.1.2.	MÉTODO INDUCTIVO.....	24
2.3.2.	MÉTODOS EMPÍRICOS	25
2.3.2.1.	ENTREVISTA.....	25
2.3.2.2.	ENCUESTA	25
2.3.2.	MÉTODOS ESTADÍSTICOS.....	25
2.3.2.1.	UNIVERSO	25
2.3.2.2.	MUESTRA	25
2.4.	ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	26
2.5.	ANÁLISIS DE LA OBSERVACIÓN	26
2.5.	ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA.....	27
3.	¿Cuál es la red social que más usas para enterarte de algún producto?	28
6.	¿Crees que en la actualidad la publicidad depende mucho de un buen diseño gráfico?	29
7.	¿Qué tan importante considera usted, el uso del diseño gráfico en las empresas?.....	30
8.	¿Conoce usted a la microempresa Fotograbados Wilson?.....	30
9.	¿Sabes que productos o servicios ofrece Fotograbados Wilson?.....	31
10.	¿Ha adquirido usted alguna vez alguno de los siguientes servicios?.....	31
11.	¿Adquiriría usted el servicio que ofrece Fotograbado Wilson?.....	32
12.	¿Considera que Fotograbados Wilson deba trabajar más en el rediseño y manejo de su página en Facebook?.....	32
2.4.3.	ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE ENTREVISTA.....	33
2.5.	HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS	34
2.5.1	ANÁLISIS PEST	34
2.5.1.1	FACTOR POLÍTICO	34
2.5.1.2	FACTOR ECONÓMICO	34
2.5.1.3	FACTOR SOCIAL	34
2.5.1.4.	FACTOR TECNOLÓGICO	35
2.5.2.	Análisis DAFO	35
2.5.2.	FORTALEZAS	35
2.5.3.2.	MODELO CAPA	36
2.5.3.1.	CORREGIR DEBILIDADES	36

3.	CAPITULO III. DESARROLLO DE LA PROPUESTA.....	38
3.1	TITULO DE LA PROPUESTA	38
3.2	OBJETIVO DE LA PROPUESTA.....	38
3.3	DESCRIPCION DE LA PROPUESTA	38
3.3.1	ESTADO INICIAL DEL PROYECTO	39
3.3.2	REQUERIMIENTOS DE DESARROLLO	41
3.3.2.1	REQUERIMIENTOS TÉCNICOS.....	41
3.3.2.2	REQUERIMIENTOS OPERATIVOS	42
3.3.2.3	REQUERIMIENTOS ECONÓMICOS.....	43
3.6.1	PLANIFICACIÓN DE DESARROLLO	44
3.4	ANÁLISIS DEL LA COMPETENCIA	47
3.5.	ANÁLISIS DEL PROBLEMA.....	49
3.5	ELABORACIÓN DEL MATERIAL GRÁFICO.....	50
3.6	FACTIBILIDAD DE APLICACIÓN	56
3.6.1	FACTIBILIDAD ADMINISTRATIVA	56
3.6.2	FACTIBILIDAD ECONÓMICA.....	56
3.6.3	FACTIBILIDAD LEGAL.....	56
3.6.4.	FACTIBILIDAD ECOLÓGICA.....	56
3.7	FORMAS DE SEGUIMIENTO DE LA PROPUESTA.....	57
3.8	RESULTADOS ESPERADOS EN LA APLICACIÓN DE LA PROPUESTA.....	58
	CONCLUSIONES	59
	RECOMENDACIONES	60
	REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	61

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Requerimientos Técnico	41
Tabla 2 Recursos Operativos	42
Tabla 3 Requerimientos Económicos	43
Tabla 4 FASE 1: Planteamiento de ideas publicitarias.....	44
Tabla 5 FASE2: Línea gráfica	45
Tabla 6 FASE 3: Diseño e implementación	46

ÍNDICE DE GRAFICOS

Gráficos 1/ Análisis de la encuesta.....	27
Gráficos 2 / Análisis de la encuesta.....	27
Gráficos 3/ Análisis de la encuesta.....	28
Gráficos 4/ Análisis de la encuesta.....	28
Gráficos 5/ Análisis de la encuesta.....	29
Gráficos 6/ Análisis de la encuesta.....	29
Gráficos 7/ Análisis de la encuesta.....	30
Gráficos 8/ Análisis de la encuesta.....	30
Gráficos 9/ Análisis de la encuesta.....	31
Gráficos 10/ Análisis de la encuesta.....	31
Gráficos 11/ Análisis de la encuesta.....	32
Gráficos 12/ Análisis de la encuesta.....	32

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1“ Facebook de Fotograbados Wilson”	39
Imagen 2 “ Perfil de Facebook de Fotograbados Wilson”	40
Imagen 3 “Facebook de Fotograbados Wilson”	40
Imagen 4/ competencia.....	47
Imagen 5/ competencia.....	47
Imagen 6/ competencia.....	48
Imagen 7 / Diseño para Facebook	50
Imagen 8 / Diseño de grafico para perfil de Facebook.....	50
Imagen 9 / Diseño para Facebook	51

Imagen 10 / Diseño para Facebook	51
Imagen 11 / Diseño para Facebook	52
Imagen 12 / Diseño para Facebook	52
Imagen 13 / Diseño para Facebook	53
Imagen 14 / Diseño banner para perfil de Facebook.....	53
Imagen 15 / Diseño para Facebook	54
Imagen 16 /Diseño para Facebook	54
Imagen 17 / Diseño para Facebook	55
Imagen 18/ Desarrollo de proyecto	69
Imagen 19/ Desarrollo de proyecto	69
Imagen 20/ Desarrollo de proyecto	70
Imagen 21/ Desarrollo de proyecto	70
Imagen 22/ Foto.....	70
Imagen 23/ Foto.....	70
Imagen 24/ Foto.....	71
Imagen 25/ Foto.....	71
Imagen 26/ Foto.....	71
Imagen 27/ Foto.....	71
Imagen 28/ Foto.....	71
Imagen 29/ Foto.....	71
Imagen 30/ Foto.....	71
Imagen 31/ Foto.....	71
Imagen 33/ Foto.....	71
Imagen 32/ Foto.....	71

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1 : CARTA DE ACEPTACIÓN DE LA EMPRESA.....	64
ANEXO 2: PREGUNTAS DE LA ENTREVISTA	65
ANEXO 3: PREGUNTAS PARA LA ENCUESTA.....	66
ANEXO 4 RECOPIACIÓN FOTOGRÁFICA Y DE RECURSOS	69
ANEXO 5 SECCION FOTOGRÀFICA	70

RESUMEN

En la actualidad el rediseño de material gráfico en la red social Facebook se ha convertido en un soporte indispensable para las macroempresas o microempresas, ya que sirven para dar una nueva perspectiva a la marca. Gracias al acceso a diferentes tipos de herramientas esenciales del diseño gráfico, se busca incrementar con efectividad una mejor visión del servicio que ofrece. El presente proyecto que he realizado en base a las necesidades de la Microempresa “FOTOGRABADOS WILSON” ya que carece de un buen manejo en el diseño de la publicidad en Redes sociales. Hay que recordar, que una marca debe ser presentada de manera lineal en cualquier medio de difusión, ya sea redes sociales, folletos, catálogos etc..... De tal forma se tiene un arte diferente en cada medio de difusión en lo cual se considera como un error de comunicación visual.

ABSTRACT

At present, the redesign of graphic material on the Facebook social network has become an indispensable support for macro- or micro-companies, since they serve to give a new perspective to the brand. Thanks to the access to different types of essential graphic design tools, it seeks to effectively increase a better vision of the service it offers. The present project that I have carried out based on the needs of the Microenterprise "FOTOGRABADOS WILSON" since it lacks good management in the design of advertising on social networks. It must be remembered that a brand must be presented in a linear manner in any means of dissemination, be it social networks, brochures, catalogs, etc.... In this way there is a different art in each means of diffusion in which it is considered as a visual communication error.

INTRODUCCIÓN

Sin duda alguna, con el paso del tiempo, las redes sociales han ido tomando mayor campo en la vida de las personas. Comenzo a crear la necesidad en las personas de mostrar su vida a vivir solamente de fotos, conversaciones y contactos de sus usuarios, sino que debe existir una forma en la que cada una de estas redes obtenga ingresos; ¿qué mejor solución que de gente publicara la página de cada red social?

La evolución de la publicidad será la clave de esta tesis, que se estudia las diferentes corrientes que ha ido conducido a la comunicación comercial a volcarse a las calles a construir medios que antes no se concebía como tal, a dar lugar a lo imaginable, creando vínculos entre lo creativo, lo táctico y lo estratégico.

Actualmente el diseño gráfico en el mercado y la industria tiene un peso muy importante, ayuda a optimizar la comunicación de una marca o un negocio, es decir se realiza un diseño que busca potenciar de manera efectiva un mensaje, a través de los distintos elementos y signos gráficos creativos para lograr llegar el mensaje al receptor de una forma deseada, permitiendo que refleje la identidad y la naturaleza de la marca. Esto ayudará a diferenciar y a mejorar el concepto que tienen el negocio, esto añadirá un valor y atraerá nuevos clientes. Es así que las empresas están obligadas a realizar un análisis de la comunicación visual para verificar que el diseño sea exitoso y que el mensaje haya sido correctamente transmitido.

Pero, ¿A qué se llama diseño gráfico? El diseño gráfico es el arte, profesión y disciplina académica cuya actividad consiste en proyectar comunicaciones visuales destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos sociales, con objetivos determinados.” (Fuente, s.f.)

Los avances tecnológicos han facilitado diferentes herramientas para desarrollar un proyecto de Diseño Gráfico y que este logre ser creativo e innovador, estos avances también ayudan en la activación del comercio a través de la web, de una red social y de los diversos canales de difusión que existen en el presente. Por lo tanto, se ha convertido en un factor importante con un fuerte impacto para los negocios y futuros emprendedores que desean lograr que su marca sea atractiva, identificable y consistente.

Según el artículo de Factoría creativa: “El diseño se hace cada vez más relevante. De hecho, el nuevo algoritmo de Google se lanzó este 2021 estando mucho más enfocado en la experiencia de un usuario y las funcionalidades que un buen diseño podría dar. Es por esta razón, se debe contar con un equipo profesional, hará que el resultado digital sea mucho mejor”. (CREATIVA F. , 2020)

Para que el negocio destaque, se debe elaborar un buen diseño que vaya de acorde con la identidad corporativa de una empresa, ya que de esta dependerá que tanto se va a fortalecer la marca y de esta manera las publicaciones destaquen. La aplicación de una correcta comunicación visual, busca a través de imágenes transmitiendo mensajes, expresar sentimientos y valores significativos para un negocio. Esto se debería lograr con la correcta aplicación de los diferentes elementos gráficos como: tipografías, colores. proporciones, imágenes etc....

La publicidad en redes sociales es muy importante, ya que se lo considera uno de los recursos más importantes para generar oportunidades de ventas y atrae nuevos visitantes mediante la creación de formatos visuales, escritos, videos o anuncios de textos simples que ayudara a potenciar el negocio. De esta manera, es importante recordar que es casi obligatorio y necesario el uso y correcto manejo de redes sociales. Actualmente la publicidad en redes es uno de los pilares más importantes, la correcta aplicación de estrategias de contenidos orgánicos o publicidad de anuncios ayudaran a incrementar la visibilidad y llegar a una audiencia potencial a costes asequibles.

“Se puede afirmar que hay un vínculo estrecho entre publicidad y el diseño gráfico, puesto que es la herramienta que ayuda al marketing a transmitir el mensaje al público objetivo.” (CREATIVA F. , 31 JULIO, 2020)

Es necesario que los negocios no se tomen como un gasto la implementación de publicidad, sino como una inversión que se verá reflejada en resultados favorables para el negocio. Cuando existe una adecuada planificación de un proyecto y es ejecutado a la perfección, este transmitirá los valores de la marca y ayudará a que mejore el posicionamiento y la imagen de marca en la web.

Los anuncios deberán ser creativos e innovadores, tener un buen concepto que formen parte de la idea que se desea transmitir, este será un proceso visual con un propósito específico que será desarrollado por el Diseñador Gráfico. El Diseñador deberá estar en constante actualización de las nuevas tecnologías y medios digitales, deben dominar y conocer a profundidad el manejo de herramientas digitales como Ilustrador, InDesign o Photoshop.

“El diseñador es un profesional que maneja conceptos, códigos y estética, y que sus mensajes son estructurados, programados de una manera directa, clara, sin soluciones complicadas para poder ser fácilmente comprendido y absorbido por las audiencias a quienes se dirigen.” (Pacheco, 2018-07-04)

Con el pasar de los años, se ha aumentado la importancia del diseño gráfico para los negocios, día a día se podrá percibir diseños en todos lados, en cada red social que se observa, en cada revista que se lee, en el autobús, cuando vas por la calle o cuando vas de viaje. Día a día existen millones de interacciones a través de las redes sociales, estas se usan actualmente como herramienta para promocionar, productos o servicios, por eso las empresas tienen la necesidad de mostrar y mantener una buena imagen.

Según Ada Pardo los cambios surgidos en la forma de consumir, comunicar o relacionarse han propiciado que las empresas trabajen para crear una presencia en redes sociales que resulte positiva y genere un buen recuerdo en la mente del consumidor. Este requisito es, actualmente, una necesidad para poder mantenerse en el mercado y llegar a más personas. (Pardo).

Los medios tradicionales han quedado obsoletos frente a las nuevas generaciones de consumidores digitales, este proyecto está enfocado en crear material gráfico en la red social Facebook se han convertido en un soporte indispensable para las macroempresas o microempresas, ya que sirven para dar una nueva perspectiva a la marca; gracias al acceso a diferentes tipos de herramientas esenciales del diseño gráfico, se busca incrementar con efectividad una mejor visión.

En el desarrollo de la investigación se va a conocer la historia del diseño gráfico y los resultados que surgieron de su evolución por los años. También se hablara sobre la historia de las redes sociales y sobre la importancia del manejo de redes sociales y la correcta aplicación de material gráfico en estas, se conocera los conceptos básicos de las herramientas que se uzara en el proceso y desarrollo de esta tesis.

Los aspectos legales que se debe tomar en cuenta para el desarrollo de las piezas gráficas, como también el plan nacional toda la vida y las leyes que se debera tomar en cuenta para poder componer un material visual que no infrinja las leyes ya establecidas.

Entender la evolución de la publicidad será la clave de esta tesis, que estudia las diferentes corrientes que han conducido a la comunicación comercial a volcarse a las calles a construir medios que antes no se concebían como tal, a dar lugar a lo imaginable, creando vínculos entre lo creativo, lo táctico y lo estratégico.

“En la era digital, es fundamental para las marcas tener presencia en redes sociales para que las personas sepan que existen, y esto solo se logra con un plan de marketing digital que combine contenido orgánico y publicidad de anuncios. El contenido orgánico es todo aquel que se publica en plataformas digitales sin costo alguno. Para que sea efectivo tiene que ser un trabajo genuino, contagioso e interesante; sin embargo, las posibilidades de volverse viral o compartida siempre son menores si no se usa publicidad pagada.” (Ruibal, 2020)

FOTOGRAFADOS WILSON” (Estampados, Sublimados & más) que tiene más de 26 años en el mercado. El presente proyecto se ha realizado de acuerdo a las especificaciones dadas y teniendo en cuenta las necesidades de la Microempresa “

El problema que tiene en la actualidad “FOTOGRAFADOS WILSON”, es que requiere un cambio de imagen. Otro punto a resolver seria trabajar en sus redes sociales, que no se encuentran activas y por la falta de conocimiento no ha logrado aplicar los diferentes recursos digitales que podría dar a conocer su servicio.

Se pretende crear piezas graficas para las redes sociales y así lograr mejorar y potencias su contenido visual y obtener el alcance deseado, ya que la microempresa no cuenta con presencia deseada en las redes sociales y la correcta aplicación de esta, ayudara a obtener resultados positivos para el futuro del negocio.

Es por eso que en este proyecto se pretende refrescar su imagen e implementar el correcto uso de redes sociales. Su objetivo general es crear un material gráfico que permita captar la atención de futuros clientes mediante los diferentes recursos que existen actualmente en la web.

1. CAPITULO I. FUNDAMENTACIÓN

1.1. MARCO HISTÓRICO

1.1.1. HISTORIA DEL DISEÑO

El diseño gráfico surgió de la necesidad de comunicación que iba de la mano con el desarrollo de la civilización. Se desconoce sobre la raíz del diseño gráfico, tal parece que los humanos siempre tuvieron un impulso hacia el arte, lo que se demuestra en aquellas pinturas sobre las paredes de las cuevas que simbolizaban actividades y formas de vida que se han encontrado a lo largo de la historia como huellas de animales, huellas de las manos, eventos como la caza y más...

Mientras transcurrían los años, la imagen fue cada vez más notable para la humanidad. En el Antiguo Egipto se encontraron los jeroglíficos que eran un conjunto de gráficos que simbolizaban sonidos y fonemas.

“Durante miles de años, los grandes templos, las tumbas, los obeliscos o las estatuas del Egipto faraónico quedaron cubiertos por una auténtica malla de símbolos jeroglíficos. Con ello se buscaba un efecto ornamental que aún hoy sigue cautivándonos, dado el peculiar componente figurativo de la escritura egipcia, originado en los ideogramas que representaban visualmente objetos como el sol, la tierra y las estrellas, la fauna y la flora del Nilo, y enseres de la vida cotidiana.” (GEOGRAPHIC, 2021)

En la edad media aparece las primeras decoraciones, adornos y textos religiosos. Varios aspectos a lo largo de los años influyeron en la evolución de los trabajos impresos, tras la aparición de la imprenta se fomentó el trabajo gráfico y la definición con todos los materiales que ayudarían con la evolución del diseño gráfico. El primer acontecimiento importante para la imprenta fue el desarrollo de la impresión con relieve, siendo los sellos grabados que dejarían marcada la identificación durante la dinastía Han, estos sellos tomaban el nombre de Chops que hacen referencia a los que se usan en la actualidad.

El diseño gráfico dio un gran paso en el siglo XVII, durante la revolución industrial. Surgió una industria mecanizada que ayudo a generar manuales de las artes gráficas, se logró

obtener el interés en las personas de las ciudades, trayendo, así como consecuencia el origen de un nuevo tipo de ciudadano, El Consumidor.

Es así que como resultado de todos los cambios que surgió en esa época aportó en el desarrollo de la técnica publicitaria o la propaganda política, marcando así un antes y después para el diseño, esto generó la necesidad de obtener el conocimiento para el desarrollo de las diferentes técnicas de convencimiento ayudó al surgimiento de la preparación de profesionales capaces del manejo de elementos visuales que ayudaran a mejorar las ventas.

Ya por el año 1890 los artistas gráficos lograron desempeñar un buen trabajo con elementos obtenidos de disciplinas técnicas que llevaron a desarrollar diseños más angulares, más geométricos.

“Algunos artistas destacados de esta época son Charles Rennie Mackintosh (quien trabajó con tejidos estampados que influirían notablemente en el art déco) y Peter Behrens (a quien se considera uno de los creadores del logo)”. (ESTUDIO, s.f.)

Entre el 1940 y el 1950 apareció el estilo suizo como parte de una base fundamental en el diseño en el siglo XX, esta busca la legibilidad y la originalidad usando una tipografía sans serif. Empleaban fotografías sobre bocetos y cuadrículas, ya llegando a los años 50 surgió el pop art este influye aun en la actualidad, buscan representar situaciones de la vida cotidiana, se caracteriza por el uso de colores y usar objetos fríos como por ejemplo los comics.

Durante el posmodernismo en los años 60 y 70 hubo muchos cambios, como la creación de un nuevo mapa de países, los avances tecnológicos que influyeron en el destino de la sociedad, el surgimiento de las telecomunicaciones como la televisión como medio masivo que formarían parte notable e importante para el diseño. esta época se la conocía como el Periodo Dorado de la Publicidad. El expresionismo fue predominante para el diseño, por cómo se logró combinar formas y lengua de una forma que iban de la mano con la fotografía y la infografía.

Por último, en 1984 con la aparición de los primeros sistemas de autoedición, surgió un nuevo estilo que fue un boom en esta época. Las computadoras particulares sustituyeron

de manera paulatina todos los métodos técnicos de naturaleza analógica por sistemas digitales. Con la llegada del arte digital se empezaron a aplicar el uso de herramientas y que gracias su uso se logró la creación de nuevos estilos y tendencias como el minimalismo entre otros.

En el año del 1990 la llegada de los ordenadores y la creación de programas informáticos que complementaria el trabajo de los diseñadores gráficos que se convirtió en algo necesario para poder crear trabajos visuales. Para poder potenciar estos trabajos nace la necesidad de crear varias técnicas para persuadir.

En la actualidad el diseño se convirtió en una herramienta importante para el desarrollo de marcas, que con la ayuda de la combinación de técnicas con los diferentes programas fundamentales para el diseño se podría llevar a cabo el desarrollo de una marca con éxito, siempre teniendo en cuenta las nuevas tendencias que surgen a medida que pasa el tiempo.

1.1.2. HISTORIA DE LAS REDES SOCIALES

Con la aparición de la Internet la historia tuvo un gran avance en el diseño gráfico, surgió una nueva forma de comunicación entre las personas y que no necesariamente debían estar en un mismo lugar, es así que la interacción entre las personas fue aumentando cruzando fronteras, culturas e idiomas.

En 1997 Andrew Weinreich creo una red social que tomo el nombren de 'SixDegrees', esta red social permitía al usuario la creación de su perfil, era posible conectarse con cualquier persona del mundo por la red. Este sitio lleo a tener alrededor de 3.5 millones de usuarios, pero lastimosamente fue dada de baja en 2001.

En el 2002 Jonathan Abrams creo una red social que les permita interactuar con otras personas, iniciar relaciones nuevas intercambiar fotografías y mensajes, compartiendo así una parte de su vida a los demás, esta red social tomo el nombre de Friendster, estas iniciarían sus actividades en marzo del 2003.

A finales del 2002 también se creó LinkedIn es una red social orientada al uso empresarial, negocio o a buscar empleos, cada usuario expone su experiencia laboral, estudios y demás, el fundador de esta red fue Reid Hoffman.

En agosto de 2003 fue fundada la red social MySpace, propiedad de Meredith Corporation, una red social al igual que permite compartir imágenes, videos, enlaces es un blog donde se puede subir y guardas fotos, cuenta con más de 200 millones de suscriptores, pero en la actualidad ha sido desplazada con Facebook.

El 4 de febrero del 2004 nació una de las más importantes redes sociales de la actualidad, fue desarrollada por Mark Zuckberg desde su habitación en la universidad de Harvard, fue una idea simple y revolucionaria, esta red social te permite subir fotos, etiquetar personas, escribir lo que pasa día a día. Actualmente su nombre comercial es Meta, cuanta con una publicidad pagada a costes accesibles y también permite vender productos de todos indoles, por eso es una de las redes más importantes en estos tiempos.

En octubre del 2010 nace Instagram, creada por Kevin Systrom y Mike Krieger fue un proyecto de fotografía diseñado para móvil anteriormente tenía el nombre de Burbn, esta red social fue adquirida por Mark Zuckberg pagando por estos 1.000 millones de dólares, lo que marcó un antes y después de la historia de Instagram. Esta red social permite a los usuarios compartir momentos mediante fotografías y videos, permitiendo interactuar con varios usuarios que pueden ser de diferentes países. Actualmente Instagram permite ofrecer publicidad paga con bajos costes al igual que Facebook. La creación del # hashtag” permite llegar a más usuarios en la red.

1.1.3. HISTORIA DEL PUBLICIDAD DIGITAL.

En los años 90 la publicidad fue introducida a la sociedad, fue entonces que los pioneros en marketing gracias al potencial que se encontro se decidio por explotar esta nueva herramienta y darse cuenta del gran negocio que se obtendría aplicando el uso de publicidad en la Internet. Con la gran entrada de la Internet a la sociedad empezó a ganar más usuarios que usan esta herramienta donde podrían buscar información de su interés.

En 1994 empezó a surgir los anuncios, tomo por el nombre de banners, es así que empezó la publicidad pagada, esta se pagaba por la cantidad de clics que recibe (CPC). Con la llegada del internet las empresas vio el gran potencial que tenían en sus manos y opto por dejar de un lado la publicidad tradicional y realizar publicidad en internet sin gastar cantidades de dinero ya que este canal está lleno de potencial y a bajos costes. Con el pasar del tiempo se descubrió que los correos electrónicos eran más efectivos que una publicidad en internet.

Del 1999 a 2000 surgieron grandes cambios, esta época se llamó “THE CHANEL ERA”. En estos tiempos las pequeñas y grandes empresas empezaron a crear sitios webs e invertir más las diferentes estrategias que ayudarían a aumentar su tráfico en la web y así llegar a más clientes potenciales. Los anuncios móviles aparición ya en 1997

Google en el año 2000 diseño una herramienta que formo parte importante en la historia de la publicidad digital, esta herramienta se llama AdWords, que se encarga de llegar a más anuncios en Google Search, YouTube y más.

Del 2005 al 2008 apareció YouTube una nueva forma de participación que los clientes con videos interactivos que ayudaban a dar una buena comunicación visual. Lo que esta esta plataforma ofrece a los negocios la oportunidad de promocionar productos o servicios en uno de los soportes con más valor en la sociedad.

En el año 2009 Google lanzo una plataforma beta de la publicidad, este año la publicidad en internet tuvo un mayor porcentaje de emisión que en la televisión. En el 2011 Instagram, tras la creación de los hashtags que se implementaron para poder describir fotos del interés del usuario, hoy en día esta app está llena de oportunidades y herramientas de publicidad digital.

En el 2012, durante este periodo, surgió la aparición más novedosa en el mundo publicitario Snapchat, esta red social permite que las empresas puedan llegar a un público más complicado como lo son los millennials

En la actualidad la web está abierta a la aparición de nuevas plataformas y formatos, que ayudan y formaran parte de la historia de la publicidad digital, con la aplicación de

videos, streaming, redes sociales, donde se podrá anunciar un negocio de manera efectiva a costos asequibles.

1.1.4. HISTORIA FOTOGRAFADO WILSON

Este negocio empezó desde el año de 1996. Aprendió a trabajar desde los 12 años en un taller donde aprendió el oficio a pesar de que fue muy duro porque al principio donde trabajaba votaban a diario, pero nunca se rindió porque quería seguir aprendiendo hasta que Salió de allí y me fue por los trofeos Castro donde aprendió mucho más, al final lo logro y decidió iniciar su propio negocio.

Es ahí donde inicio el nombre de fotograbado Wilson que hasta ese entonces este contaba con 15 empleados, se trabajaba para las Fuerzas Armadas haciendo las placas para militares, las placas de identificación que llevan en el cuello cuando se vivió la guerra con el Perú y se tenía buenos contactos donde se daban 20,000 a 15,000 placas para las ramas de las fuerzas armadas terrestre aérea y naval. Una vez se acabó la guerra y firmaron la paz, dejaron de dar ese tipo de trabajo y viendo la situación que estaba muy difícil y emigro a Guayaquil, se tomó unos 15 días averiguar todo el movimiento.

Trabajo para un señor que le dio la oportunidad de empezar aquí, que se llama Grabación el Guayas trabajo 12 años con el dándole servicio en su taller y empezó a darse a conocer y a trabajar con la marina directamente y obtuvo un buen trabajo.

Se decidió abrir un propio negocio lugar donde residió por 15 años más o menos y, pero este lugar se veía afectado en su infraestructura lo cual comenzó a derrumbar, ya que esta era una casa mixta. El cuerpo de bomberos en una inspección les pidió desalojar inmediatamente y es ahí donde decidió dirigirse al sector del centro de Guayaquil más conocido como La Bahía donde pensó que le resultaría, pero al contrario muy mal durante muchos meses.

Esperando a ver si llegan los clientes, pero no se generaban las mismas ventas que hace años pasados, este negocio tomó la decisión de cerrar y arrumar las cosas del departamento donde vivía, este paro sus actividades por el tiempo aproximado de un año y medio.

Decidió colaborar en el taller de un colega salió la oportunidad de trabajar para la marina nuevamente incurrimos en él. decidió iniciar nuevamente sus actividades, pero su familia le decía que su negocio ya no era rentable, el no escucho a su familia y quiso demostrarles que podía salir adelante y consiguió abrir nuevamente su negocio donde demostró que pudo lograr su objetivo y así empezar sus actividades con Fotograbados Wilson. Este nombre seria su amuleto ya que es con este nombre que empezó su historia.

Decidió empleando otra línea qué es la costura, actualmente tiene un tallere de costura y un taller de publicidad que lleva el mismo nombre. El trabajo es de sacrificio que ha realizado por su familia y espera qué sus hijos continúen y predomine el nombre que de Fotograbado Wilson.

1.2 MARCO TEÓRICO

1.2.1 DISEÑO

El diseño gráfico es conocido como la práctica, desarrollo y comunicación de mensajes visuales que dan a conocer puntos informativos de identidad, tecnológico, productivo de innovación y más... El diseño gráfico lo podemos encontrar en todas partes, no se limita a la estructura visual fija, si no también recurso adicional como audiovisuales y también tridimensionales. Debe tener conocimiento y estar en la constante actualización de las herramientas que existen para realizar sus proyectos visuales.

El diseño se convierte en disciplina y profesión muy importante en la actualidad, que ayuda a proyectar mensajes por medio de imágenes. Este profesional debe tener conocimiento en estética, proporciones, semántica, semiótica, también deberá tener la capacidad creativa para utilizar y aplicar todos estos conocimientos, que junto con sus destrezas conseguirá obtener el resultado deseado.

Tenemos varios tipos de Diseños, entre ellos detallaremos los más importantes:

- Diseño Publicitario, es la creación de anuncios gráficos y audiovisuales para su comercialización.

- Diseño Editorial: está dirigido a la edición o diseño de revistas y publicaciones graficas como libros
- Diseño de Identidad Corporativa: construye la identidad de la marca o negocio y ayuda a mostrar los valores.
- culturas, etc....
- Diseño Multimedia y Web: diseño de piezas graficas por medio de la informática.

Actualmente el diseño es una herramienta necesaria en plena expansión y en constante evolución, usada por muchas empresas, para poder plasmar sus ideas, negocios o productos de una manera visual y creativa, para lograr captar más clientes potenciales.

1.2.2. REDES SOCIALES

Las redes sociales hoy en día se han convertido en un medio por el cual empresas, marcas y personas pueden desarrollar diferentes estrategias que ayudaran a llegar a un Público objetivo amplio, conseguir la fidelización de la marca con los clientes, mantener actualizada la información acerca de los productos a alguna novedad de la empresa y muchas más estrategias que se usan actualmente.

“Internet es un potente canal donde todos quieren estar, por lo que para el mundo de los negocios es fundamental entender las reglas del juego. Así como en las grandes organizaciones, donde es habitual su uso, para las medianas y pequeñas empresas la red les permite crear estrategias de comunicación sólidas y estar mucho más cerca de sus clientes. Crear una web, estar en redes sociales, entre otras cosas, generará un impacto que, hoy en día, puede determinar en gran medida el éxito de un negocio”. (López, 2020)

Las redes sociales aportan puntos claves a las empresas o marcas, con un correcto uso de los recursos se puede conseguir tener presencia en las redes y brindar la información necesaria para poder activar las ventas. Con el uso del internet las marcas o empresas pueden cruzar fronteras logrando conseguir clientes de todas partes del mundo

También es importante generar la credibilidad, esto ayudara a captar más clientes y ganando popularidad en las redes y mediante la interacción que se tenga lograr fidelizar los clientes, atraerlos con nuevos proyectos y promociones.

“Las redes permiten a las empresas generar relaciones de confianza y mejorar sus productos y servicios en base a los comentarios de los clientes. Además, el hecho de que los clientes potenciales permanezcan gran parte del día en línea propicia que este medio se convierta en un canal de comunicación necesario para captar nuevos clientes”. (López, 2020)

1.3.1. DISEÑO DIGITAL

El Diseño Digital informa y manifiesta por medio de un lenguaje visual, es un método de diseño iterativo, empleado de manera formal para la resolución de un problema práctico. En este proyecto, les hablare sobre los diferentes programas de diseño digital y varias técnicas o trucos para utilizarlo.

El diseñador abiertamente expresa sus ideas, su forma de ser y de expresarse en todas sus obras. Sin embargo, bien, ya que la tecnología avanza a paso agigantado, diseñadores hemos adaptado el procedimiento digital, para lograr edificar nuestras propias ideas en ambientes más expertos.

El diseño digital es con claridad una rama del Diseño Gráfico, con la cual tenemos la posibilidad de producir cualquier clase de objeto animado, o generar un trabajo de forma profesional.

Podemos decir que el diseñador de productos digitales descubre un problema existente, propone la mejor solución posible utilizando una mezcla de tecnologías y lo introduce al mercado. El diseño digital es considerado un subconjunto del diseño de productos, pues trata completamente acerca de la creación de los mismos, solo que a través del uso de software.

Para modo de implementar diseños digitales necesitarás identificar oportunidades y conocer los deseos de tus usuarios, consumidores o clientes.

No tan solo se trabaja con palabras y efectos visuales por separado. Sino que, con ambos, de manera conjunta y paralela, para crear un mensaje efectivo, primordialmente, pero que debido a su belleza o concepto que representa, llama la atención del público. Ya que, de no ser así, las personas no se detendrán, por más penetrador que sea el mensaje, a mirar lo que se quiere comunicar. Las cosas para el ser humano, entran por la vista, concepto que manejan a la perfección los diseñadores gráficos, que son quienes dan vida al mundo del diseño gráfico.

1.4. MARCO CONCEPTUAL

1.3.1. PUBLICIDAD DIGITAL

La publicidad digital es una herramienta que forma parte de las estrategias de marketing que permite la promoción de bienes o servicios por medio de la web. La publicidad digital actualmente se ha convertido en una de las formas más importantes y usadas por pequeños y grandes negocios para promocionar y difundir sus productos o servicios, el correcto uso de esta herramienta puede causar un buen impacto para los negocios.

1.3.2. DISEÑO GRÁFICO

Es aquella profesión que se encarga de crear composiciones gráficas, y su objetivo es satisfacer las necesidades por medio de gráficos con un fin específico. Se organizan imágenes textos que buscan comunicar un mensaje específico con objetivos claros y específicos que van dirigido a un grupo social antes ya determinado. El computador es uno de los recursos más importantes utilizados en la actualidad para el profesional en Diseño Gráfico.

1.3.3. ILUSTRADOR

Adobe Illustrator es una de las herramientas más usadas en el mundo del diseño gráfico sus siglas son (AI). Esta herramienta permite crear, diseñar o editar gráficos vectoriales. Este programa está desarrollado y comercializado por Adobe Systems.

Con esta herramienta se puede realizar piezas graficas creativas para impresiones, videos, publicación en la web y dispositivos móviles. En la actualidad forma parte de la familia Adobe Creative Cloud su función es permitir la creación de material gráfico ilustrado profesional por medio de la composición de vectores.

1.3.4. PSICOLOGÍA DEL COLOR

La psicología del color es una de las ramas que estudian el comportamiento del consumidor. Se consideran que el color tiene una gran influencia sobre el estado de ánimo o mental de las personas. Se ha demostrado que el cerebro estimulado por los colores ya que estos tienen la capacidad de persuadir, de alterar los sentidos, sentimientos y aptitudes pasivas o activas.

1.3.5. TIPOGRAFÍA

La tipografía es un conjunto de glifos que son representados por medio de símbolos, números y letras. Actualmente existen un sin número de tipos de letra en el mundo. A los tipos de letra podemos clasificarlos en serif y sin serif .

Estos tipos de letra pueden ser parte de un conjunto de diseño coordinado, que incluyan varios grosores como también definir si será en negrita, cursiva, subrayado, condensado, entre otras formas más... La tipografía es uno de los elementos más importante, para la creación de diseños de logotipos, publicidades y más...

1.3.6. REDES SOCIALES

Las redes sociales son una de las herramientas con las que las empresas pueden acercarse a su público objetivo, estos sitios y aplicaciones formadas en internet que permite

el intercambio de información de forma rápida, como también se pueden generar interacciones entre personas, grupos u organizaciones y también se pueden utilizar tanto fines sociales, ocio o laborales.

1.3.7. INSTAGRAM

Esta es una aplicación en línea gratis adquirida por Facebook ayuda a los usuarios al intercambio de fotos en línea. Esta red social permite editar, subir fotos y videos, donde pueden agregar un título en cada foto, utilizar etiquetas o hashtags. Estas publicaciones aparecen en los feeds de los seguidores. Esta red también se puede utilizar tanto como fines sociales, ocio o laborales.

1.3.8. FOTOGRAFÍA

La fotografía es un proceso y arte que consiente fijar y reproducir las imágenes que son captadas en el fondo de una cámara oscuras. Esta es proyectada por la cámara a través de un pequeño orificio en la parte superior de su estructura. Estas imágenes obtenidas pueden se almacenadas en un-CD, Pendrive o memorias digitales.

1.4. MARCO JURÍDICO

1.4.1 CONSTITUTION DEL ECUADOR

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

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.
2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.
3. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.

4. El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.
5. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación.

Art. 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 agro biodiversidad.

1.4.2. PLAN NACIONAL TODA UNA VIDA

Objetivo 5: Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria. El presente proyecto responde al objetivo 5 del plan nacional de desarrollo, en la medida que los personajes con fines publicitarios aportan al desarrollo productivo, creando competitividad entre empresa, trabajadores, instituciones y sociedad en general.

1.4.3. LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN

Capítulo I

OBJETIVO Y DEFINICIONES

Art. 1.- Objeto y ámbito.- Este reglamento norma la aplicación de los derechos y obligaciones establecidos en la Ley Orgánica de Comunicación, así como el ejercicio de las atribuciones y el cumplimiento de las responsabilidades de las autoridades e instituciones que realizan rectoría, regulación, gestión y control administrativos en el marco de dicha ley.

Art. 2.- Contenidos en internet.- Están excluidos del ámbito de regulación y control administrativos los contenidos que formulen los ciudadanos y las personas jurídicas en sus blogs, redes sociales y páginas web personales, corporativas o institucionales.

Art. 3.- Medios en internet.- Son también medios de comunicación aquellos que operen sobre la plataforma de internet, cuya personería jurídica haya sido obtenida en Ecuador y que distribuyan contenidos informativos y de opinión, los cuales tienen los mismos derechos y obligaciones que la Ley Orgánica de Comunicación establece para los medios de comunicación social definidos en el Art. 5 de dicha Ley.

Art. 4.- Actividad comunicacional.- Para efectos regulatorios, se entenderá por actividad comunicacional exclusivamente a aquellas actividades que realizan los medios de comunicación social definidos como tales en el artículo 5 de la Ley Orgánica de Comunicación.

Art. 5.- Actividades conexas.- En uso de sus respectivas plataformas tecnológicas, las empresas de comunicación de carácter nacional podrán desarrollar actividades conexas a la actividad comunicacional, con sujeción a las siguientes normas:

1. Las empresas de medios audiovisuales podrán realizar actividades de producción, posproducción, edición, distribución y exhibición de productos audiovisuales.
2. Las empresas de medios impresos podrán realizar actividades de edición, impresión y distribución de publicaciones u otros productos impresos.
3. Las empresas que hayan obtenido una autorización para prestar servicios de audio y video por suscripción, cuya red de transmisión e infraestructura permita la convergencia tecnológica para ofertar otros servicios de telecomunicaciones, podrán solicitar y obtener de la autoridad de telecomunicaciones otros títulos habilitantes para la prestación de servicios de telecomunicaciones. Los servicios de audio y video por suscripción que cuenten con la autorización para la operación de un canal local para generación de contenidos, serán considerados como medios de comunicación social.

Art. 6.- Medios de comunicación de carácter nacional pertenecientes a extranjeros.- En virtud del orden jerárquico de aplicación de las normas establecido en el Art. 425 de la Constitución de la República, no se aplica la prohibición de ser propietarios de medios de comunicación social de carácter nacional a compañías y ciudadanos extranjeros, prevista en el Art. 6 de la Ley Orgánica de Comunicación, a personas naturales y jurídicas

nacionales de los países que hayan suscrito acuerdos o convenios de cooperación comercial o de complementación económica que hayan sido ratificados por el Estado ecuatoriano, que sirvan como marco para la creación de proyectos e iniciativas para el desarrollo de la productividad y competitividad de las Partes.

Art. 98.- Producción de publicidad nacional.- La publicidad que se difunda en territorio ecuatoriano a través de los medios de comunicación deberá ser producida por personas naturales o jurídicas ecuatorianas, cuya titularidad de la mayoría del paquete accionario corresponda a personas ecuatorianas o extranjeros radicados legalmente en el Ecuador, y cuya nómina para su realización y producción la constituyan al menos un 80% de personas de nacionalidad ecuatoriana o extranjeros legalmente radicados en el país. En este porcentaje de nómina se incluirán las contrataciones de servicios profesionales.

1.4.5. LEY DE PROPIEDAD INTELECTUAL

Art.1. El Estado reconoce, regula y garantiza la propiedad intelectual adquirida de conformidad con la ley, las Decisiones de la Comisión de la Comunidad Andina y los convenios internacionales vigentes en el Ecuador. La propiedad intelectual comprende:

1. Los derechos de autor y derechos conexos.
2. La propiedad industrial, que abarca, entre otros elementos, los siguientes:
3. Las invenciones;
4. Los dibujos y modelos industriales;
5. Los esquemas de trazado (topografías) de circuitos integrados;
6. La información no divulgada y los secretos comerciales e industriales; 23
7. Las marcas de fábrica, de comercio, de servicios y los lemas comerciales;
8. Las apariencias distintivas de los negocios y establecimientos de comercio;
9. Los nombres comerciales; h) Las indicaciones geográficas; e, i) Cualquier otra creación intelectual que se destine a un uso agrícola, industrial o comercial.

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. Se protegen todas las obras, interpretaciones, ejecuciones, producciones o emisión radiofónica cualquiera sea el país de origen de la obra, la nacionalidad o el domicilio del autor o titular. Esta protección también se reconoce cualquiera que sea el lugar de publicación o divulgación. El reconocimiento de los derechos de autor y de los derechos conexos no está sometido a registro, depósito, ni al cumplimiento de formalidad alguna. El derecho conexo nace de la necesidad de asegurar la protección de los derechos de los artistas, intérpretes o ejecutantes y de los productores de fonogramas.

CAPITULO II. METODOLOGÍA EMPLEADA

2.1. TIPOS DE INVESTIGACIÓN

2.1.1. DESCRIPTIVA

Para el desarrollo del siguiente proyecto se usó la investigación descriptiva que se encarga de puntualizar las características, costumbre, actitudes, de la población que se está estudiando

Mediante este proceso, se logró a conocer las preferencias de los usuarios para el uso de redes sociales, búsqueda de un producto, la frecuencia del uso de redes sociales, entre otros datos importantes para el desarrollo de este proyecto.

2.1.2. EXPLICATIVA

Con la investigación explicativa que se aplicó, se pudo obtener datos específicos que ayudó a comprender a fondo el problema de Fotograbados Wilson y se permitió encaminar el desarrollo y aplicación del presente proyecto.

2.2. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

2.2.1. ENFOQUE CUALITATIVO

Para el desarrollo de este Proyecto, se decidió hacer un enfoque cualitativo, que se basa en un método indagatorio que se permitirá conocer más a fondo a Fotograbados Wilson. Se hará una encuesta al Sr. Wilson Barahona con preguntas abiertas, las cuales ayudara a comprender con detalles cuáles son sus experiencias y reconocer datos importantes que nos ayudara en el desarrollo y aplicación de este proyecto.

2.2.2. ENFOQUE CUANTITATIVO

Se decidió también aplicar el enfoque cuantitativo ya que este permitirá obtener datos estadísticos, para esto se aplicó la técnica de recopilación de datos como es la encuesta. Se desarrolló un banco de 12 preguntas cerradas de opción múltiple, que nos permitirán obtener un análisis estadístico sobre las preferencias de los usuarios y tener una visión de la situación actual de la imagen de Fotograbados Wilson.

2.3. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

2.3.1. MÉTODOS TEÓRICOS

2.3.1.1. MÉTODO DE ANÁLISIS Y SÍNTESIS

Con la aplicación de este método logramos identificar los problemas que presenta “Fotograbados Wilson” en la actualidad, como es la falta de desarrollo de material gráfico, ausencia en redes sociales y el mal manejo de la página en Facebook donde se promociona su servicio.

2.3.1.2. MÉTODO INDUCTIVO

Teniendo en conocimiento el problema que se ha investigado y por medio del análisis de estos resultados que se ha desarrollado en la investigación, se llegó a la conclusión que Fotograbados Wilson carece de un buen manejo de material gráfico como también un mal manejo en sus redes sociales, con esto se logra definir a donde queremos llegar con la aplicación de este proyecto, que sería mejorar la imagen de sus redes sociales, mediante el desarrollo de piezas graficas.

2.3.2. MÉTODOS EMPÍRICOS

2.3.2.1. ENTREVISTA

Se preciso realizar una entrevista, con un banco de preguntas abiertas al Sr. Wilson Barahona Dueño de la microempresa, que permitirá recabar información cualitativa sobre las necesidad y oportunidades de la microempresa, que será de soporte para el desarrollo del proyecto.

2.3.2.2. ENCUESTA

Esta herramienta de estudio que es considerado uno de los métodos mas factibles para realizar investigaciones que facilita datos cuantificables y con mayor facilidad de análisis.

Para el desarrollo de la encuesta para Fotograbados Wilson, se desarrolló un banco de doce preguntas cerradas, que se aplicó a varios usuarios en redes sociales; Con estos datos obtenidos se logró desarrollar un análisis, el cual permitió conocer las tendencias y preferencias de los usuarios en las redes sociales.

2.3.2. MÉTODOS ESTADÍSTICOS

2.3.2.1.UNIVERSO

Dentro de esta investigacion el universo para la microempresa “Fotograbados Wilson”. Se ha definido aplicarla para las redes sociales en la ciudad de guayaquil

2.3.2.2. MUESTRA

El método plasmado para la muestra nos ayudó a un detalle sobre la población. Al tratarse de una población infinita o desconocida se utiliza la fórmula siguiente:

En donde:

$n = ?$

$N = 600$

$e^2 = 10\%$

$$n = \frac{600}{10^2 (600 - 1) + 1} = 83$$

2.4. ANALISIS DE LOS RESULTADOS

2.5. ANÁLISIS DE LA OBSERVACIÓN

Con el estudio realizado se logró obtener la recopilación de la información necesaria que nos servirá de apoyo para el presente proyecto. Con el sondeo de las redes sociales de la microempresa “Fotograbados Wilson”, se observa la falta de aplicación de material gráfico en sus piezas publicitarias y que las fotografías que posteaban en su red social logrando conocer más a fondo sus debilidades.

Se visito el local del emprendimiento en la ciudad de Guayaquil, para conocer más a fondo el tipo de servicio que ofrecen como tal. Conseguimos visualizar que su local esta abastecido de materia prima para desempeñar su servicio sin ningún problema, su personal está totalmente capacitado para desempeñar su rol en la microempresa.

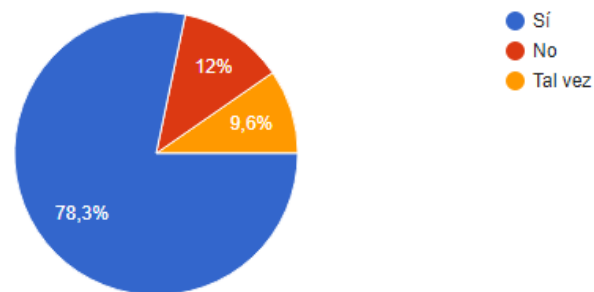
Con toda esta información que se recopiló en conjunto estudio de campo realizado y las encuestas elaboradas, ya tenemos una base para poder diseñar las piezas gráficas. Se realizo una toma de fotografías a varios de los trabajos realizados por Fotograbados Wilson, que ayudara a complementar el material publicitario que se va a diseñar para luego postear en su red social.

2.5. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA.

1. ¿Se considera usted como un usuario activo de redes sociales?

¿Se considera usted como un usuario activo de redes sociales ?

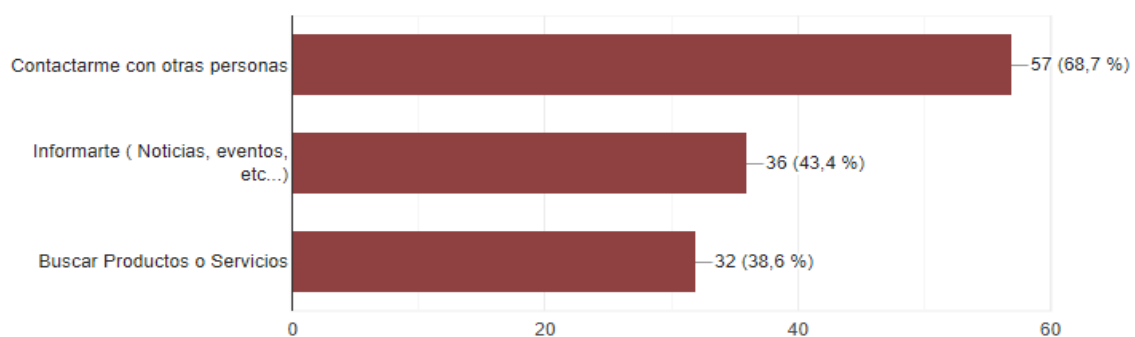
83 respuestas



Gráficos 1/ Análisis de la encuesta

El 78.3% de las personas encuestada se considera activos sociales, actualmente se ha convertido en un uso habitual para toda la población. Por otro lado, el 9.6% No se considera activos en redes sociales y el 12% creen que talvez se considera activos en redes.

2. ¿Qué uso le da usted a las redes sociales? selecciones 2 opciones

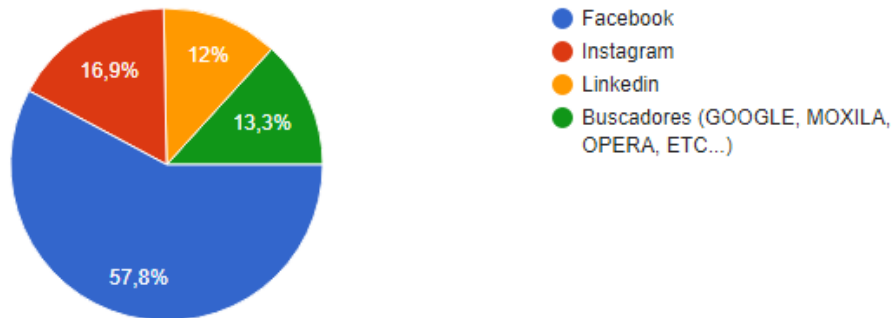


Gráficos 2 / Análisis de la encuesta

El 68,7% de las personas encuestadas han demostrado que su uso en las redes sociales es para informarse, mientras que el 43,4% se conecta con otras personas y un 38,6% buscan productos o servicios.

3. ¿Cuál es la red social que más usas para enterarte de algún producto?

83 respuestas

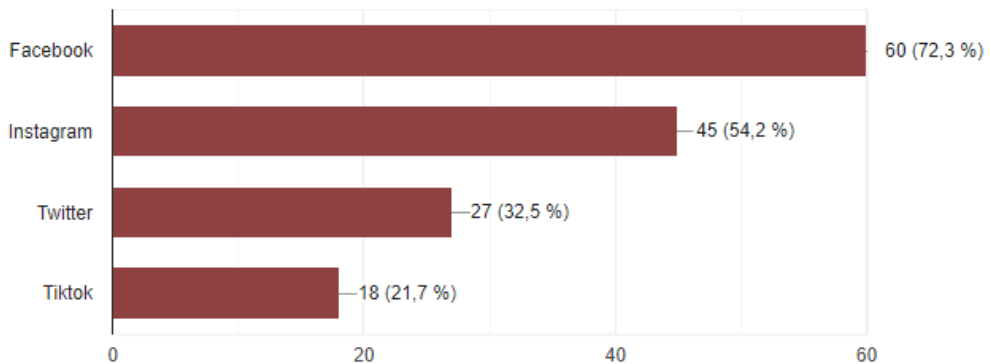


Gráficos 3/ Análisis de la encuesta

El 57,8% de los encuestados dicen que la red social más usada para conocer algún producto es Facebook, mientras que el 16,9% consideran que es Instagram, quedando al final los navegadores que llegaron a un 13,3% y LinkedIn con 12%.

4. ¿Cuáles son las redes sociales que usa con más frecuencias?

83 respuestas

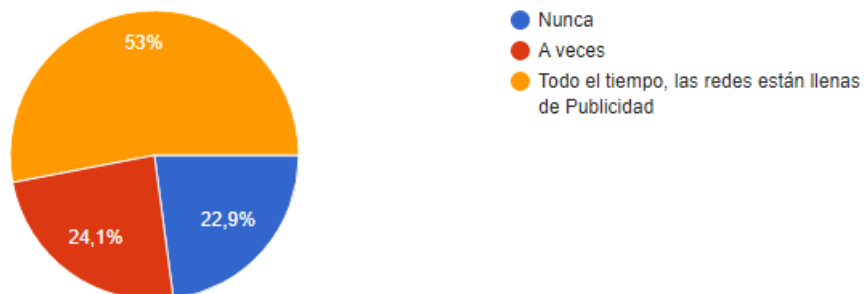


Gráficos 4/ Análisis de la encuesta

Según 72,3% de las encuestas arrojó que la red social Facebook es usada con frecuencia. Segundo lugar tenemos a Instagram con 54,2%, en tercer lugar, tiktok con un 32,5% y por último Twitter con 21,7%.

5. ¿Con que frecuencia ve usted publicidad en redes sociales?

83 respuestas

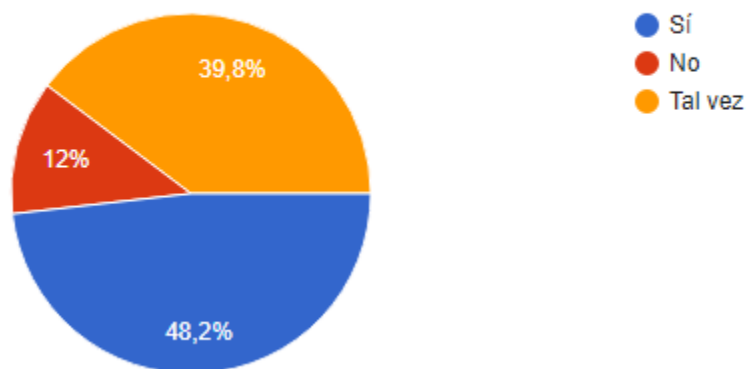


Gráficos 5/ Análisis de la encuesta

La encuesta nos permitió saber que el 53% de las redes están llenas de publicidad, por otro lado, el 24,1%, considera que la publicidad la ve con menos frecuencia y un 22,9% dice que nunca ve publicidad en redes.

6. ¿Crees que en la actualidad la publicidad depende mucho de un buen diseño gráfico?

83 respuestas

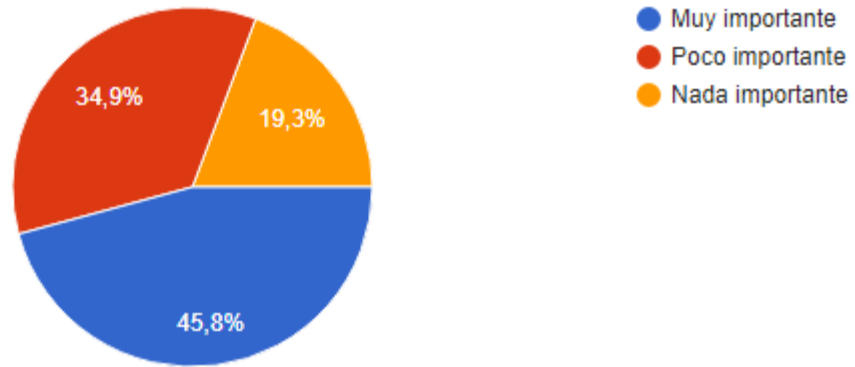


Gráficos 6/ Análisis de la encuesta

Un 48,2% de los encuestados creen que la publicidad depende del buen diseño gráfico mientras que un 39,8% considera que tal vez y un No con 12%.

7. ¿Qué tan importante considera usted, el uso del diseño gráfico en las empresas?

83 respuestas

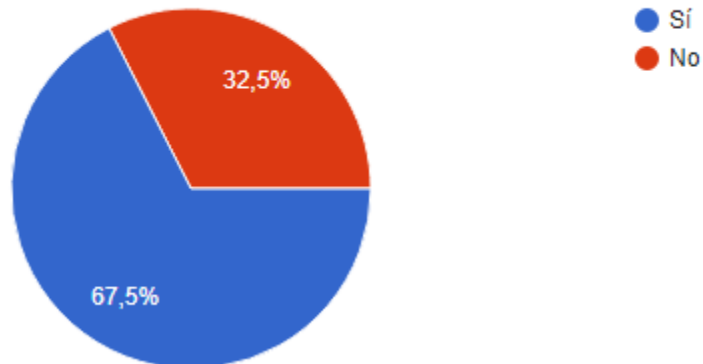


Gráficos 7/ Análisis de la encuesta

El 54,8% de los encuestados consideran que en las empresas es muy importante el diseño gráfico, mientras que el 34,9% consideran que es poco importante y el 19,3% creen que el diseño gráfico en las empresas no es importante.

8. ¿Conoce usted a la microempresa Fotografados Wilson?

83 respuestas

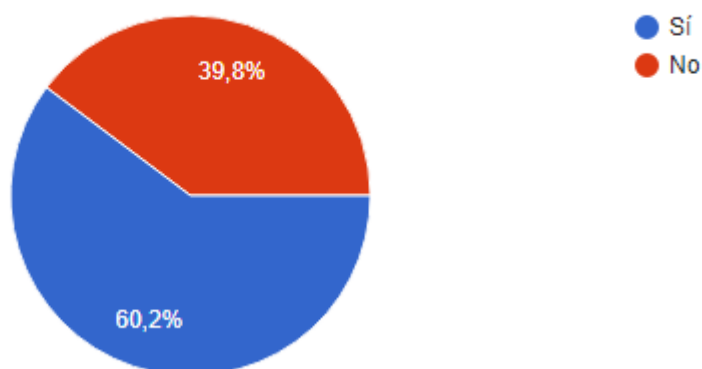


Gráficos 8/ Análisis de la encuesta

El 67,5de los encuestados conocen Fotografados Wilson, y el 32,5% dicen que no conocen Fotografados Wilson.

9. ¿Sabes que productos o servicios ofrece Fotograbados Wilson?

83 respuestas

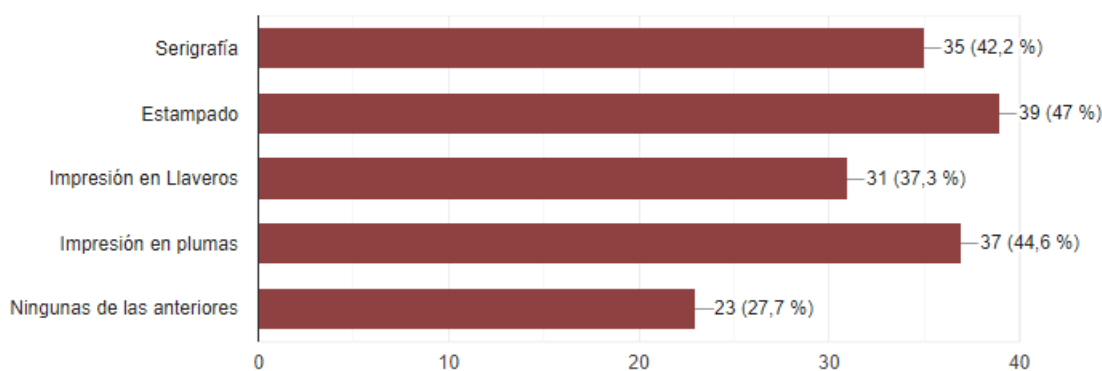


Gráficos 9/ Análisis de la encuesta

El 60.2% de las personas dicen que conocen el servicio que ofrece Fotograbados Wilson y un 39,8% dice que no tiene conocimiento de esta microempresa.

10. ¿Ha adquirido usted alguna vez alguno de los siguientes servicios?

83 respuestas

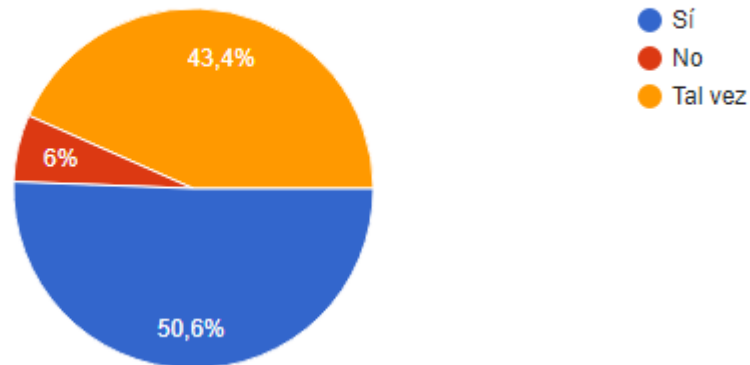


Gráficos 10/ Análisis de la encuesta

Un 47% de los encuestados ha adquirido los servicios de estampado, seguido con un 27,7% que no han adquirido de ningún servicio mencionado, mientras que con un 42,2% tenemos personas que han adquirido servicio de serigrafía, las impresiones de plumas han sido adquiridas por el 44,6% de los encuestados y con un 37,3% personas que adquirieron servicio de impresiones de llaveros.

11. ¿Adquiriría usted el servicio que ofrece Fotograbado Wilson?

83 respuestas

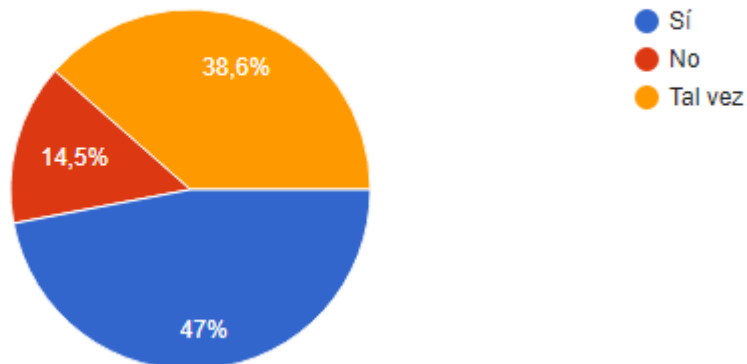


Gráficos 11/ Análisis de la encuesta

Estos resultados nos arrojan que un 50,6% de los encuestados, si adquiriría el servicio de Fotograbado Wilson, un 43,4% dijo que tal vez, Mientras que un 6%.

12. ¿Considera que Fotograbados Wilson deba trabajar más en el rediseño y manejo de su página en Facebook?

83 respuestas



Gráficos 12/ Análisis de la encuesta

Estos resultados nos arrojan que un 47% de los encuestados, consideran que Fotograbados Wilson si necesita trabajar en el diseño y manejo de su página en Facebook, con un 38,6% dijo que tal vez y Mientras que un 14,5% dijo que no es necesario.

2.4.3. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE ENTREVISTA

Se propuso una entrevista para el dueño de la microempresa Fotograbados Wilson, donde se desarrollo varias preguntas que aportaran información importante y vital para el desarrollo de este proyecto, con el fin de conocer el estado actual de la microempresa y poder realizar sus piezas graficas en base a sus necesidades.

El dueño del emprendimiento piensa que es importante mejorar la presentación de sus productos en redes sociales ya que le ayudaría a mejorar la imagen que tienen con su clientes y futuros clientes potenciales.

El comentó que el negocio empezó desde el año de 1996. Aprendió a trabajar desde los 12 años en un taller donde aprendió el oficio a pesar de que fue muy duro porque al principio donde trabajaba votaban a diario, pero nunca se rindió porque, el quería seguir aprendiendo hasta que Salió de allí y se fue por los trofeos Castro donde aprendió mucho más, al final el logro y decidió iniciar su propio negocio, decidiendo abrir en la ciudad de Guayaquil.

Entre los productos que ofrece Fotograbados Wilson están: plumas personalizadas, jarros personalizados, placas, medallas, trofeos, material publicitario para empresas, sublimados, estampados, calendarios, agendas, productos que serán tomados en cuenta para el desarrollo de las piezas gráficas.

Wilson Barahona comentó que organizando todas sus actividades que tiene a diario en su emprendimiento, puede dedicarle tiempo a la publicidad, ya que, el la considera importante para su negocio por que actualmente todo producto o servicio es buscado en redes sociales, que es donde se aplicara el desarrollo de este proyecto.

Al día de hoy se mantiene publicando en redes sociales fotografías tomadas desde su celular y no cuenta con una línea grafica establecida, es por eso que el cree muy importante la parte visual para la microempresa ya que esto le dará notoriedad a su negocio.

Esta información recopilada aportara de manera importante para la aplicación y correcta ejecución de este proyecto.

2.5. HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS

2.5.1 ANÁLISIS PEST

2.5.1.1 FACTOR POLÍTICO

- Con la firma de convenios de libre comercio con Europa, China y USA, pueden brindar oportunidades para la adquisición de maquinaria y materia prima para Fotograbados Wilson.
- Un cambio de gobierno puede abarcar consigo un conjunto de políticas que pueden generar cambios negativos y positivos para la microempresa.

2.5.1.2 FACTOR ECONÓMICO

- Actualmente el gobierno presentó la Guía Nacional del Emprendimiento, esta plataforma donde se encuentra el ABC del Emprendedor, en la cual podemos conectar con los servicios que ofrecen los actores del ecosistema emprendedor del país, entre estos tenemos asistencias técnicas, capacitaciones, servicios financieros y acceso a mercados, lo cual beneficiaría a todas las Micro y Macro empresas.
- El deterioro de la economía en el país, es preocupante para todos los ecuatorianos, que afecta en su gran mayoría por el alto índice de desempleo.

2.5.1.3 FACTOR SOCIAL

- Actualmente las redes sociales y las compras en línea, forman parte de una vida cotidiana, su uso es más común en la actualidad y la implementación de ventas en línea como tal, son tan necesarias ya que existen clientes que por factor tiempo recurren a este tipo de compras.
- Las manifestaciones en el País afectarían de manera directa a los emprendedores que usen como herramienta las ventas en línea y los servicios a domicilio.

2.5.1.4. FACTOR TECNOLÓGICO

- Actualmente se cuenta con herramientas tecnológicas en la red como Facebook, Instagram y YouTube, estas permiten a las empresas darse a conocer o reposicionar su negocio mediante la aplicación de publicidad a bajos costos, ventas en línea y también con el uso de estas herramientas se logra obtener una interacción con los clientes.

2.5.2. Análisis DAFO

DEBILIDADES

- Falta de presencia en redes sociales
- Aumento de precios en la materia prima
- Desabastecimiento de materia prima
- Desperfectos en la maquinaria necesaria para la producción
- Promociones de la competencia
- Falta de innovación en los diseños para redes sociales

AMENAZAS

- Crisis económica
- Aumento de la competencia
- Mercado vulnerable a cambios
- Desabastecimiento de materia prima
- Crisis Sanitaria
-

2.5.2. FORTALEZAS

- Visión creativa
- Fidelización de cliente
- Buena comunicación en el círculo de trabajo
- Calidad de trabajo
- Precios competitivos

OPORTUNIDADES

- Capacitaciones sobre las nuevas tendencias
- Asistir a exposiciones o casa abiertas
- Creación de redes sociales
- Accesos a nuevas tecnologías
- Tendencia favorable en el mercado

2.5.3.2. MODELO CAPA

2.5.3.1. CORREGIR DEBILIDADES

- Crear una nueva forma de atraer al público por medio de redes sociales.
- Adquirir nuevos equipos para innovar la producción mantener los estándares de calidad.
- Mejorar la imagen de su negocio en redes sociales con la aplicación de piezas graficas profesionales.

2.5.3.2. AFRONTAR AMENAZAS

- Hacer énfasis en el concepto de lo que vende la microempresa y transmitir valores que van a diferenciar a los demás.
- Mantenerse actualizado sobre los cambios de tendencias que van surgiendo con el pasar del tiempo
- Elaborar una estrategia de diferenciación por medio de piezas gráficas.

2.5.3.3 POTENCIAR FORTALEZAS

- Tener una buena comunicación con el diseñador gráfico para mantener la imagen y evitar errores publicitarios.
- Realizar promociones y descuentos en nuevos productos.
- Aumentar el flujo de publicidad en redes sociales.

2.5.3.4 APROVECHAR OPORTUNIDADES

- Asistir a ferias y exposiciones aumentaría la captación de clientes
- Mejorar el manejo de redes sociales y correcta aplicación de piezas gráficas y así lograr potenciar la microempresa
- Mantener actualizado a su equipo de trabajo sobre las nuevas tendencias para su negocio.

3. CAPITULO III. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

3.1 TITULO DE LA PROPUESTA

“Creación de material gráficos para la red social Facebook de la microempresa Fotograbados Wilson en la ciudad de guayaquil”

3.2 OBJETIVO DE LA PROPUESTA

Desarrollar material gráfico que permita a Fotograbados Wilson brindarle notoriedad en redes sociales.

3.3 DESCRIPCION DE LA PROPUESTA

Es necesario tener en cuenta que el uso de las redes sociales para negocios ha aumentado exponencialmente y se ha convertido en una herramienta necesaria para comunicar y dar a conocer productos.

Para impulsar un negocio es importante tener diseños que comuniquen y puedan llamar la atención de clientes potenciales, es por eso que esta propuesta se basará en la creación de piezas graficas con objetivos claros para poder obtener una buena comunicación y poder generar presencia en redes sociales y también por que no generar ventas.

“La utilización de las redes sociales ha llegado a cifras que permiten afirmar que se han instalado definitivamente dentro de los hábitos de prácticamente la totalidad de la población activa en mercados y consumo. Solo Facebook alcanzaba el pasado mes de enero de este año de 2019 la cifra de 2271 millones de usuarios activos. Usuarios que se conectan y dejan información sobre sus intereses con todo un rastro de su viaje por la red en cada sesión.”
(APD, 2019)

Mediante la aplicación de materiales gráficos y el correcto uso de las redes sociales se desea impulsar la captación de clientes. Se diseñará cada pieza gráfica dándole personalidad o buscando un estilo propio donde se cuidarán todos los detalles, desde los colores, la tipografía, la fotografía y la información que se detallará en cada pieza grafica donde se va a destacar los diferentes servicios y productos que ofrece Fotograbados Wilson.

3.3.1 ESTADO INICIAL DEL PROYECTO

Se desarrolló una investigación exhaustiva donde se observó el manejo de las redes sociales de la microempresa Fotograbados Wilson, se percato que no contaban con una gestión gráfica.

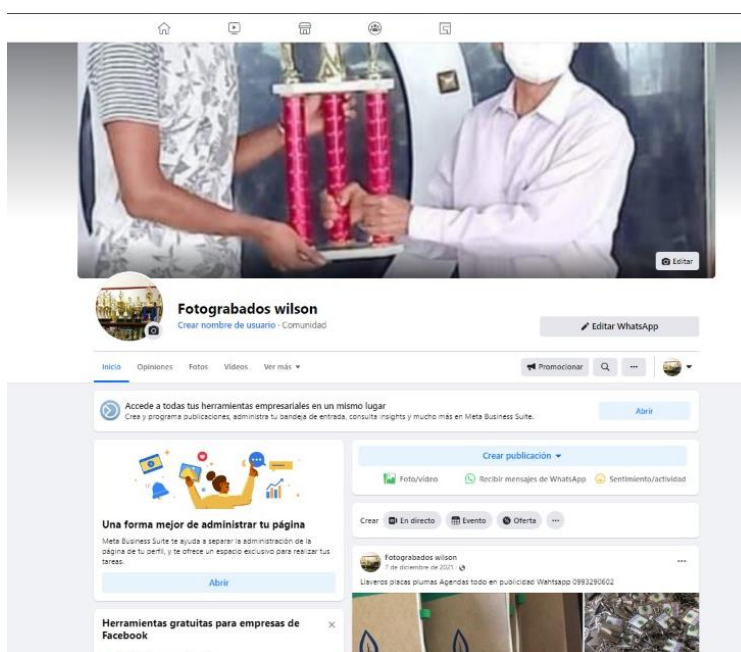


Imagen 1 “ Facebook de Fotograbados Wilson”

Se Observa que la foto de su perfil era una imagen de uno de los productos que ofrece la microempresa, no es una mal opción publicitaria pero no está acorde a las tendencias actuales y a la estructura que debería tener como tal una página para una microempresa.



Imagen 2 “ Perfil de Facebook de Fotograbados Wilson”

También se logro observar que las fotos posteadas no poseen un diseño especifico, no usa una línea gráfica y sus fotos no poseen una buena composición. Es importante darle a conocer al Gerente, que para tener una buena captación de clientes es necesario tener una línea grafica definida ya que el mal uso de los colores, tipografías y más, podrían afectar y poner en riesgo la estética e imagen de la microempresa. (Imagen 3)

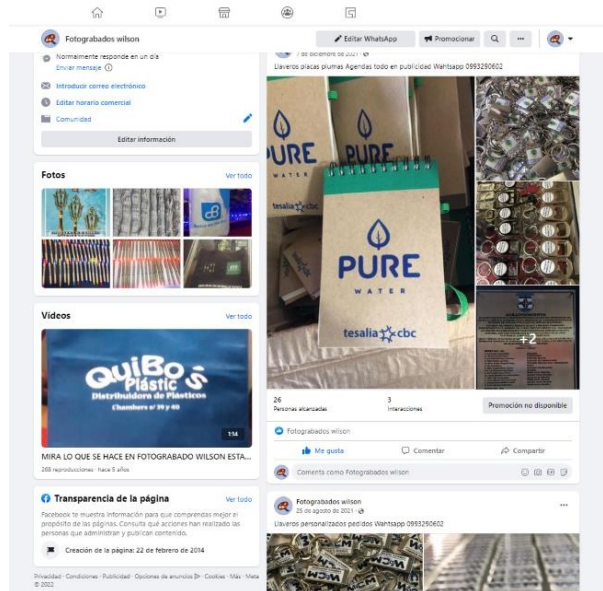


Imagen 3 “Facebook de Fotograbados Wilson”

De esta manera se decidio trabajar en la línea gráfica, usando los colores que distingue a su marca, realizar diseños que permitan captar la atención de futuros clientes, donde se crea mensajes que puedan comunicar lo que ofrece esta microempresa.

3.3.2 REQUERIMIENTOS DE DESARROLLO

Para el desarrollo de este proyecto es importante mencionar que se deben tomar en cuenta ciertos factores técnicos que van a influir en este proceso. Dentro de esta investigación se logró definir requerimientos necesarios que serán detallados a continuación.

3.3.2.1 REQUERIMIENTOS TÉCNICOS

Para poder llevar a cabo el desarrollo de este proyecto se describirá a continuación los requerimientos técnicos necesarios

Tabla 1 Requerimientos Técnico

Cantidad	Recursos	Descripción
1	Computadora	Hp Pavilion 23 procesador: AMD A8-7.600 R7, 10 compute Core 4C+6G 3.10 GHZ.
1	Browser	Opera GX build oficial (64bites).
3 meses	Internet	3.42 MBPS.
3 meses	Paquete de Adobe	Adobe Illustrator Adobe Photoshop
1	Celular	Poco x3 NFC

3.3.2.2 REQUERIMIENTOS OPERATIVOS

Esta vez detallaremos los requerimientos que son de vital importancia que deberá tomar en cuenta el diseñador para lograr desarrollar el material visual. A continuación, se detalla las funciones:

Tabla 2 Recursos Operativos

Cantidad	Descripción	Funciones
1	Diseñador Gráfico	<ul style="list-style-type: none">• Organizar tiempo y materiales que usará para crear el material gráfico.• Tomar en cuenta lo que “Fotograbados Wilson” tiene posteoado en sus redes y ver que hay que mejorar y así pueda inspirarse y crear más ideas.• Observar redes de negocios similares.• Establecer el mensaje que desea transmitir en cada pieza gráfica.• Establecer colores, tipografía e imágenes que se usaran.• Realizar fotografías a los productos que ofrece la microempresa.• Realizar maquetas de los diseños que serán revisadas con el dueño de Fotograbados Wilson.

3.3.2.3 REQUERIMIENTOS ECONÓMICOS

Después de detallar los requerimientos que se necesitan para este proceso, es importante hacer un presupuesto que ayudará para el desarrollo de este proyecto, el que será detallado a continuación.

Tabla 3 Requerimientos Económicos

Recurso	Descripción	Cant.	Precio Unitario	Precio total
Computadora	Hp Pavilion 23 procesador: AMD A8-7.600 R7, 10 compute Core 4C+6G 3.10 GHz.	1		Propio (antes adquirido)
Browser	Opera GX build oficial (64bits).	1	Gratis	Gratis
Internet	Velocidad/3.87Mbps	3 meses	\$30,00	\$60,00
Paquete de Adobe	-Adobe Illustrator -Adobe Photoshop	3 meses	\$19.99	\$59.97
Viáticos	Trasporte, alimentación	1	\$5,00	\$5,00
Teléfono Móvil	Poco x3 NFC	1		Propio (antes adquirido)
TOTAL				\$124.99

3.6.1 PLANIFICACIÓN DE DESARROLLO

La planificación de un proyecto es la organización sistemática de las tareas para lograr un objetivo, donde se expone lo que se necesita hacer y cómo debe llevarse a cabo. En este artículo podrás conocer todos los pasos para ejecutarla de manera eficaz.

Para el desarrollo de la propuesta, se diseña un calendario de actividades el cual permitirá trabajar de manera organizada. A continuación, las fases y actividades a realizar.

*Tabla 4 FASE 1: Planteamiento de ideas publicitarias
y recopilación de recursos*

FASE 1: Planteamiento de ideas publicitarias y recopilación de recursos	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Análisis de la competencia				
Análisis del problema				
Recopilación fotográfica y de recursos				
Lluvia de ideas para publicidades				

Tabla 5 FASE2: Línea gráfica

FASE 2: Línea gráfica	Semana 5	Semana 6	Semana 7	Semana 8
Edición fotográfica				
Selección de tamaños y soportes				
Selección de colores y líneas graficas				
Selección de tipografías				

En la segunda fase de este proyecto se pretende definir la tipografía y colores y líneas graficas que se usaran en el desarrollo de los diseños. También se hará la toma de fotografías a los productos que usaremos para crear estas piezas gráficas.

Tabla 6 FASE 3: Diseño e implementación

FASE 3: Diseño e implementación	Semana 9	Semana 10	Semana 11	Semana 12
Realizar el diseño del material gráfico				
Revisión de las piezas gráficas				
Reunión con el Sr. Wilson Barahona presentar las propuestas gráficas				
Posteo de material Gráfico en redes sociales				

En la tercera fase se desarrollará el diseño de las piezas graficas siguiendo los parámetros establecidos en la fase anterior, revisar los diseños estén en correcta ejecución.

Se deberá hacer una reunión con el dueño de la microempresa Wilson Barahona para revisar el material y luego de su aprobación se empezará la aplicación de estas piezas graficas en Facebook.

3.4 ANÁLISIS DEL LA COMPETENCIA

“El análisis de la competencia es un estudio de la situación de una empresa (existente o en proceso de creación) en su entorno de mercado para determinar la intensidad de la competencia. (Qualtrics)

Se desarrollo un análisis de la competencia directa de Fotograbados Wilson, lo cual permitió observar cómo manejan sus piezas gráficas y como han trabajado en el desarrollo de su imagen, lo cual ayuda definir cuáles son las oportunidades de mejora que se le puede brindar al apoyo visual de la microempresa.

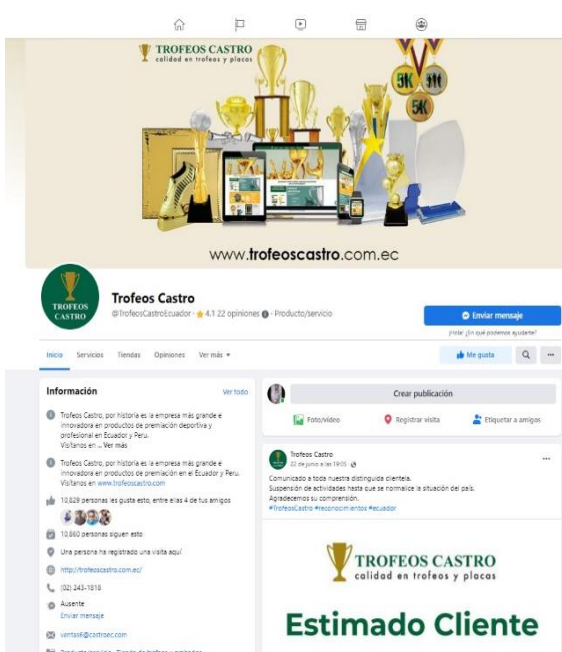


Imagen 5/ competencia

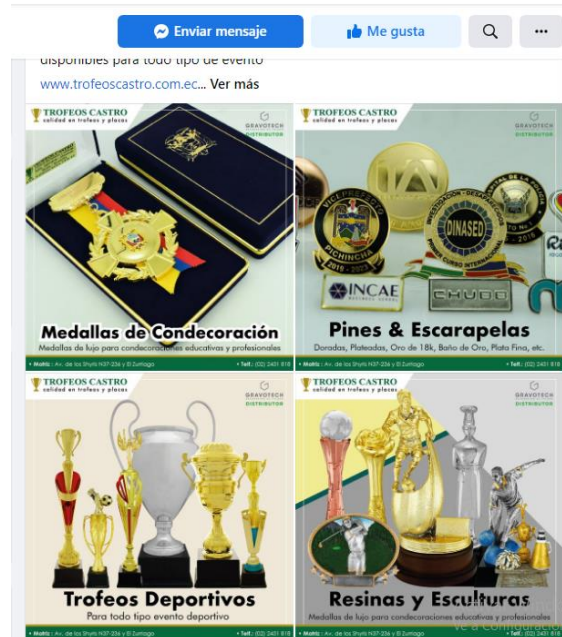


Imagen 4/ competencia

Trofeos Castro Trofeos Castro, es una empresa grande e innovadora en productos de premiación en el Ecuador y Perú. Se pudo observar que su red social cuenta con una linea grafica establecida, sus colores van de acuerdo a su logo, su linea grafica destaca cada uno de los productos que esta microempresa ofrece. Su cuenta se inicio en el 2010, logrando obtener 10,828 seguidores en su red social, esto se debe al correcto uso y aplicacion de piezas graficas publicitarias.

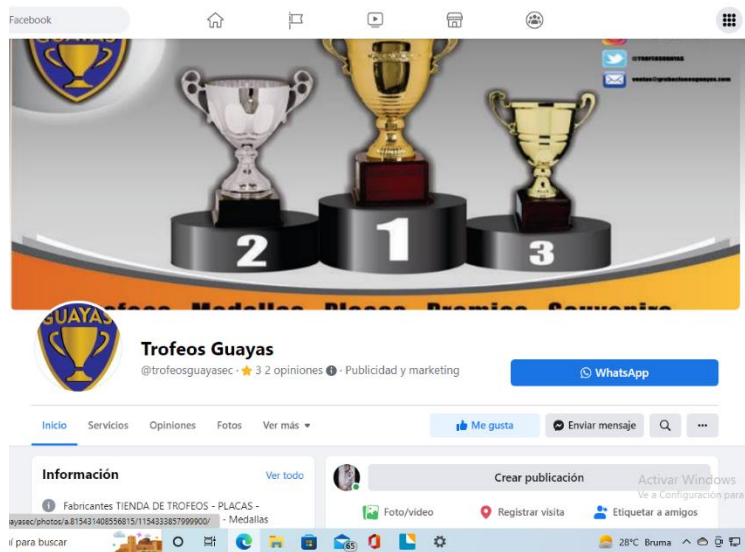


Imagen 6/ competencia

Fabrican y Venta de Trofeos deportivos, Medallas y condecoraciones, Placas de reconocimiento, Pins metálicos y botones publicitarios, Jarros de cerámica impresión full color, Banderas y sublimados textile. En esta red social se puede encontrar que no cuenta con una linea grafica definida, sus piezas visuales no atraen, no llaman la atencion y tampoco no se encuentran bien estructuradas. Lo que genera menos trafico de usuarios en esta red social, un total 356 seguidores y una baja interaccion en sus publicaciones.

Este analisis de la competencia permitio conocer la situacion actual y como esta desarrollada cada red social, lo cual aportara con el desarrollo de este proyecto y cumplir con el objetivo principal de este proyecto, mejorar la imagen de Fotograbados Wilson y poder lograr la captacion de clientes deseada.

3.5. ANÁLISIS DEL PROBLEMA

Para los grandes y pequeños negocios en la actualidad se considera que el uso del material visual o diseño gráfico es importante para Potenciar la empresa y poder ofrecer una buena publicidad que pueda transmitir el mensaje acerca de lo que ofrece el negocio y este ayude a obtener resultados que favorezcan el crecimiento.

“Hasta el 90% de lo que se recuerda se basa en impactos visuales, por lo que realizar una composición atractiva y elegir correctamente las imágenes, puede ser vital para alcanzar al usuario y que éste elija frente al resto. Si además pretendemos que lo que publica sea compartido y pueda llegar a viralizarse, un buen diseño será nuestro gran aliado.” (Cocos School)

En esta investigación se observó que “Fotograbados Wilson” no cuenta con una buena aplicación de material gráfico en sus piezas publicitarias y que las fotografías que posteaban en su red social y logra conocer más a fondo sus debilidades. Esto ayudó a obtener una idea de que se quiere proyectar y como se va a representar de manera visual lo que ofrece la microempresa.

Según Francisco Barber de Cocos School dice que: “Un buen diseño gráfico traspasa sus virtudes a la propia marca en sí, mejorando la percepción que el público tiene de ustedes, si lo logran alcanzar establecer un vínculo marca – consumidor, consiguiendo que sigan en las diferentes comunidades digitales y haciendo que nuestra marca tenga más relevancia.” (Cocos School)

Se debe tomar en cuenta que la creatividad y la originalidad son puntos claves para poder obtener un buen resultado. Es por eso que el enfoque de este proyecto está orientado a rediseño del material gráfico para la red social Facebook lo que nos permitirá mejorar la percepción que los clientes tienen de Fotograbados Wilson, según los expertos en manejo de redes sociales el apoyo visual para un negocio en redes sociales aporta un 94% de tráfico y también ayuda a aumentar la captación de clientes.

3.5 ELABORACIÓN DEL MATERIAL GRÁFICO



Imagen 7 / Diseño para Facebook



Imagen 8 / Diseño de grafico para perfil de Facebook



**FOTOGRAFADOS
WILSON**

**Placas Para Reconocimiento.
Tu tienes la idea y nosotros la solución.**

Imagen 9 / Diseño para Facebook



**FOTOGRAFADOS
WILSON**

PERSONALIZAMOS TUS JARROS



- ◆ SERIGRAFIA
- ◆ ESTAMPADO
- ◆ SUBLIMADO

Imagen 10 / Diseño para Facebook



FOTOGRABADOS WILSON

LLAVEROS PERSONALIZADOS

- ◆ LLAVEROS DE ACRILICO
- ◆ LLAVEROS DE METAL
- ◆ LLAVEROS DE MADERA
- ◆ LLAVEROS PLASTICÒS

Imagen 12 / Diseño para Facebook



FOTOGRABADOS WILSON

**¿TODO LO QUE NECESITAS ES UN TROFÈO?
AQUI LO TENEMOS PARA TI.**

Imagen 11 / Diseño para Facebook



Imagen 13 / Diseño para Facebook



Imagen 14 / Diseño banner para perfil de Facebook

**FOTOGRAFADOS
WILSON**

**PLUMAS PERSONALIZADAS
PARA TU HEMPREZA O
PARA CUALQUIER
EVENTO**

**Sublimados, Serigrafía:
Plumas, Lapiz,
Marcadores, etc**

JOSE MASCOTE, ENTE AGUIRRE Y
CLEMENTE BALLENA +593993290602 Fotografado Wilson graba@wilson@hotmail.com

Imagen 15 / Diseño para Facebook

**FOTOGRAFADOS
WILSON**

**SERIGRAFIA EN
VASOS DE
VIDRIO**

**EURO
AVENTURA**

**EL HA HECHO
MÁS TÚNELES
QUE YO**

Imagen 16 /Diseño para Facebook



Imagen 17 / Diseño para Facebook

3.6 FACTIBILIDAD DE APLICACIÓN

3.6.1 FACTIBILIDAD ADMINISTRATIVA

Es importante destacar que la aplicación de este proyecto de rediseño de material gráfico para Fotograbados Wilson no afecta ni influye en los procesos administrativos de la microempresa del sr. Wilson Barahona.

De esta manera la correcta aplicación del proyecto le daría buenos resultados al emprendimiento ya que la finalidad va enfocada a rediseñar sus piezas graficas brindándole una mejor a su imagen y presentación de su material visual para sus redes sociales.

3.6.2 FACTIBILIDAD ECONÓMICA

En base a la tabla de requerimientos económicos realizada para conocer el presupuesto aproximado para financiar este proyecto. La microempresa Fotograbados Wilson del Sr. Wilson Barahona considera viable y autoriza el presupuesto económico para poder poner en marcha el proyecto de rediseño y así poder ayudar a potenciar su imagen con la creación del material visual para su red social.

3.6.3 FACTIBILIDAD LEGAL

Este proyecto fue trabajado en base a la ley, cada una de las piezas gráficas, su proceso y resultados son de autoría propia. Por lo que se puede demostrar que legalmente no inflige ninguna ley y que todo este trabajo realizado fue a base de esfuerzo, transparencia y honestidad, lo que nos permitirá aplicar este proyecto y cumplir con el objetivo ya planteado para Fotograbados Wilson.

3.6.4. FACTIBILIDAD ECOLÓGICA

La aplicación de este proyecto a nivel ecológico es factible, ya que la aplicación como tal es totalmente digital, ya que este proyecto se aplicará a una red social específica (Facebook) y no se requiere del uso iluminación y de ningún tipo de papel y así reducimos el consumo de materiales naturales lo cual aporta al cuidado del medio ambiente.

3.7 FORMAS DE SEGUIMIENTO DE LA PROPUESTA

“La etapa de seguimiento consiste en comprobar si se van ejecutando las distintas fases del proyecto, en tiempo y forma cada una de ellas. Para hacerlo se utilizan una serie de parámetros y variables que nos permiten averiguar si hay o no desviaciones respecto al plan inicial.” (Arias, Economipedia)

Para el seguimiento de este proyecto se ha decidido escoger un periodo comprendido por un año, donde se respetará la línea grafica propuesta lo que apoyará y mantendrá el objetivo general de este proyecto que es el desarrollar material gráfico que permita a Fotograbados Wilson brindarle notoriedad en redes sociales.

La creación de Meta Business Suite más conocida como Facebook Business, trajo consigo el desarrollo de una herramienta útil para los negocios a nivel mundial, esta herramienta que nos arroja estadísticas que nos ayudaran a medir los resultados de cada post que se realiza. Facebook Business nos ayudara a Obtener información importante como el rendimiento de la página, la interacción orgánica, resúmenes demográficos y geográficos de las personas que visitan y les gusta la microempresa. Con toda esta información lograremos verificar que la efectividad de la aplicación del proyecto.

3.8 RESULTADOS ESPERADOS EN LA APLICACIÓN DE LA PROPUESTA

En base al desarrollo de la investigación expuesta en este proyecto se dice que el diseño gráfico como “la aplicación del diseño gráfico a las redes sociales es necesaria, para lograr transmitir la profesionalidad y las cualidades de tu empresa a los clientes, a través de creatividades propias y de calidad. Y es que publicar en redes sociales imágenes diseñadas para imprimir en soporte papel causa una mala imagen de la empresa, por su resultado poco profesional.” (Avance Comunicación, 2019)

Es importante entender que la publicidad es una herramienta necesaria para dar a conocer un producto o servicio por medios tradicionales o digitales que brinden un mensaje de forma original con frases directas y fácil de entender. Como sabemos es importante el desarrollo de piezas gráficas creativas, esto ha sido tendencia en la actualidad para que las grandes o pequeñas empresas para que puedan tener una buena imagen de su negocio.

Es por eso que, con la aplicación de este proyecto se obtendrán beneficios importantes para Fotograbados Wilson como lo es el posicionamiento en la red social Facebook donde se expondrán los productos y servicios que ofrece esta microempresa, lo que permitira obtener un mayor alcance, ganando el interés de los clientes potenciales y aumentar las ganancias de Fotograbados Wilson, todo esto gracias a la renovación de las piezas gráficas con su correcta aplicación constante de material visual que se diseñó para este proyecto en redes sociales.

CONCLUSIONES

Para concluir con el desarrollo propuesta de la creación de material gráficos para la red social Facebook de la microempresa Fotograbados Wilson en la ciudad de Guayaquil, del Sr. Wilson Barahona, se debe destacar que, al brindarle nuestro aporte profesional en diseño, contribuirá positivamente con la imagen que tiene esta microempresa. Se llega a la conclusión que esto permitira su reactivación económica, captación y reconocimiento de los clientes.

La entrevista que se desarrollo al dueño, nos permitió recopilar información importante sobre la historia de microempresa, cuales eran su fortalezas y debilidades como también, el estilo grafico que desea implementar en sus diseños.

En las encuestas se dio a conocer las preferencias del consumidor y la falta de recursos gráficos que posee Fotograbados Wilson y la poca interacción que generaban su contenido en redes sociales.

Estos datos e información que obtubo la publicidad y creación de diseños para el uso de las redes sociales, donde la imagen de sus productos debe contar siempre con una buena estética y no olvidar que es importante asesorarse de un Profesional Diseñador Gráfico.

RECOMENDACIONES

El desarrollo de diseño gráfico es importante actualmente para las empresas y los conceptos que se pueden aplicar son tan útiles para la sociedad. Por ende, para que el desarrollo de este proyecto sea viable se deben tomar las siguientes recomendaciones.

Continuar con el desarrollo de propuestas gráficas, ya que esto aporta en el crecimiento significativo de pequeños y grandes negocios, además se debe mantener la imagen que desea proyectar.

Se debe considerar también la aplicación de publicidad en redes sociales ya que esto impulsaría a dar mas visibilidad a la microempresa. Por ultimo se debe tener en cuenta que es fundamental para el negocio seguir brindando un servicio y atención al cliente que siempre caracteriza a Fotograbados Wilson.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

APD. (2019). *Redacción APD*.

Arias, E. R. (n.d.). *Economipedia* . Retrieved from <https://economipedia.com/definiciones/seguimiento-de-un-proyecto.html#:~:text=El%20seguimiento%20de%20un%20proyecto,puesta%20en%20marcha%20del%20proyecto.>

Arias, E. R. (n.d.). *Investigación explicativa*.

Cocos School. (n.d.). Retrieved from <https://www.cocoschool.com/disenio-grafico-aplicado-redes-sociales/>

CONCEPTO. (n.d.). *CONCEPTO*. Retrieved from <https://concepto.de/metodo-cuantitativo/#:~:text=los%20propiamente%20experimentales.-,Ejemplos%20de%20método%20cuantitativo,y%20número%20de%20votantes%20potenciales.>

CREATIVA, F. (2020, JULIO 31). *FACTORIA CREATIVA*. Retrieved from <https://www.factoriacreativabarcelona.es/blog/la-importancia-del-diseno-grafico-publicidad/>

CREATIVA, F. (31 JULIO, 2020). *LA IMPORTANCIA DEL DISEÑO*.

ESTUDIO, G. (n.d.). *EL DISEÑO GRAFICO* . Retrieved from <https://galernaestudio.com/historia-del-diseno-grafico/>

Fernandez, V. M. (n.d.). La importancia de la publicidad en las redes sociales. *SERVILIA* .

Fuente, V. d. (n.d.). *Indosmedia*. Retrieved from <https://www.indosmedia.com/importancia-diseno-grafico-actualidad/>

GEOGRAPHIC, N. (2021 , JULIO 15). *jeroglíficos, la escritura más enigmática*. Retrieved from https://historia.nationalgeographic.com.es/a/jeroglificos-escritura-mas-enigmatica_8933.

López, P. (2020, 08 25). *BBVA*.

Pacheco, K. (2018-07-04). *El Diseño Gráfico y su importancia en la sociedad*.

Pardo, A. (n.d.). ¿Por qué es importante para las empresas incentivar la imagen en redes sociales? *INSTITUTO OFICIAL DE FORMACION PROFESIONAL* .

Qualtrics. (n.d.). Retrieved from <https://www.qualtrics.com/es/gestion-de-la-experiencia/marca/analisis-de-la-competencia/>

QuestionPRO. (n.d.). *Investigación descriptiva*.

Ruibal, A. (2020, Oct 27). *GRUPO ENDOR*.

TIPOS DE INVESTIGACION . (n.d.). Retrieved from <https://tiposdeinvestigacion.org/ejemplos-de-investigacion-cualitativa-y-cuantitativa/#:~:text=La%20información%20cualitativa%20es%20información,gran%20medida%20en%20la%20opinión.>

ANEXOS

ANEXO 1 : CARTA DE ACEPTACIÓN DE LA EMPRESA

Guayaquil, 14 de octubre de 2021

Señor, Wilson Barahona Lopez

Dueño de “Fotograbados Wilson”

De mi consideración:

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

De mi parte, **JORDY JEANPIERRE BARAHONA URGILES** con C.I. **0932191661** 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 material gráficos para la red social Facebook de la microempresa Fotograbados Wilson en 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 microempresa “Fotograbados Wilson”, 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.

Jordy Barahona Urgiles

C.I. 0932191661

Sr. Wilson Barahona Lopez

C.I. 1709689770

ANEXO 2: PREGUNTAS DE LA ENTREVISTA

Entrevista al sr. Wilson Barahona López dueño de la microempresa “Fotograbados Wilson” de la ciudad de Guayaquil-Ecuador.

Tema: *“Creación de material gráficos para la red social Facebook de la microempresa Fotograbados Wilson en la ciudad de guayaquil”*.

Fecha: viernes, 13 de agosto del 2021.

Nombre del Entrevistador: Jordy Jeanpierre Barahona Urgiles

- 1. ¿Le gustaría mejorar y potenciar la presentación de sus productos en sus redes sociales?**
- 2. ¿Cuál es la historia de tu microempresa?**
- 3. ¿Qué productos o servicios ofrece tu empresa?**
- 4. ¿En la actualidad cuenta con el tiempo suficiente para dedicarle a La parte publicitaria del negocio?**
- 5. ¿Cómo se están promocionando actualmente en su red social?**
- 6. ¿Considera positivamente la parte visual con el rediseño de sus piezas graficas en sus publicaciones?**

ANEXO 3: PREGUNTAS PARA LA ENCUESTA

ENCUESTA

Dirigida a la población de la ciudad de Guayaquil a usuarios de redes sociales

TEMA: “CREACIÓN DE MATERIAL GRAFICOS PARA LA RED SOCIAL FACEBOOK DE LA MICROEMPRESA FOTOGRAFIADOS WILSON EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

1. ¿Se considera usted como un usuario activo de redes sociales?

- Si
- No
- Tal vez

2. ¿Qué uso le da usted a las redes sociales? selecciones 2 opciones

- Contactarme con personas
- Informarte (Noticias, eventos, etc....)
- Buscar Productos o Servicios

3. ¿Cuál es la Red Social que más usas para enterarte de algún producto?

- Facebook
- Instagram
- LinkedIn
- Buscadores (GOOGLE, MOXILA, OPERA, ETC....)

4. ¿Cuáles son las redes sociales que usa con más frecuencia? (seleccione 2 opciones)

Facebook

Instagram

Instagram

Twitter

Tiktok

5. ¿Con que frecuencia ve usted publicidad en Redes Sociales?

Nunca

A veces

Todo el tiempo, las redes están llenas de Publicidad.

6. ¿Crees que en la actualidad la Publicidad depende mucho de un buen Diseño Gráfico?

Si

No

Tal vez

7. ¿Qué tan importante considera usted, el uso del diseño gráfico en las empresas?

Muy importante

Poco importante

Nada importante

8. ¿Conoce usted a la Microempresa Fotograbados Wilson?

Si

No

9. ¿Sabes qué productos o servicios ofrece Fotograbados Wilson?

Si

No

Fotograbados Wilson es una microempresa encargada de realizar material POP (Materiales Promocionales) para pequeñas grandes y medianas empresas, también para personas que deseen hacer detalles recuerdos reconocimientos y más... Además, cuenta con el servicio de serigrafía y estampado con los mejores estándares de calidad.

10. Ha adquirido usted alguna vez alguno de los siguientes servicios:

Serigrafía

Estampado

Impresión en llaveros

Impresión en plumas

Ninguna de las anteriores

11. ¿Adquiriría usted el servicio que ofrece Grabaciones Wilson?

Si

No

12. ¿Considera que Fotograbados Wilson deba trabajar más en el rediseño y manejo de su página en Facebook?

Si

No

ANEXO 4 RECOPIACIÓN FOTOGRÁFICA Y DE RECURSOS

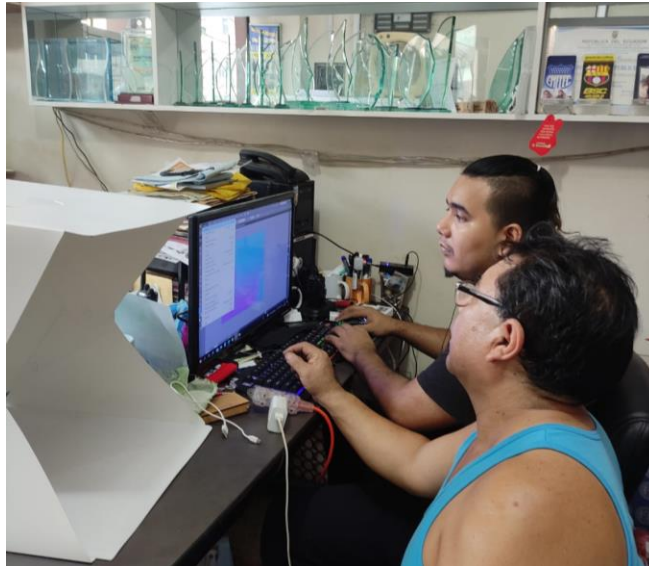


Imagen 18/ Desarrollo de proyecto



Imagen 19/ Desarrollo de proyecto

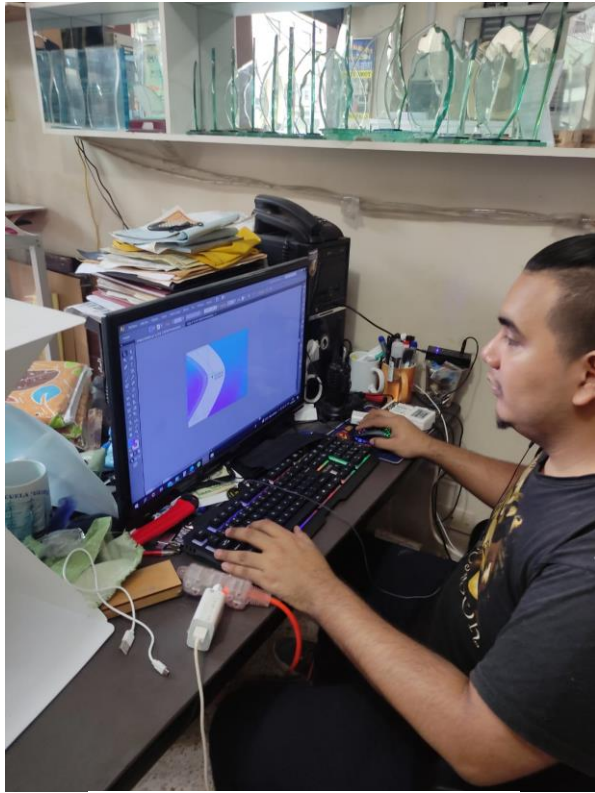


Imagen 21/ Desarrollo de proyecto

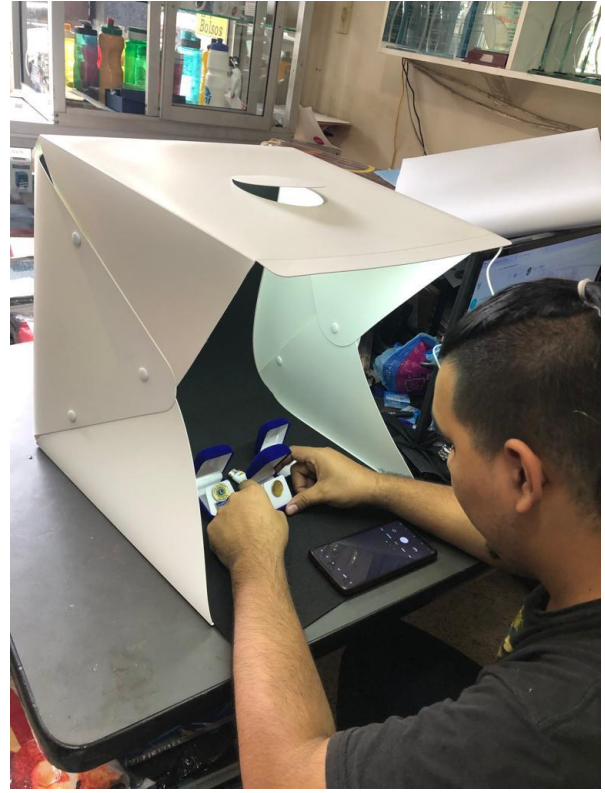


Imagen 20/ Desarrollo de proyecto

ANEXO 5 SECCION FOTOGRAFICA



Imagen 22/ Foto



Imagen 23/ Foto



Imagen 25/ Foto



Imagen 24/ Foto



Imagen 27/ Foto



Imagen 26/ Foto



Imagen 28/ Foto



Imagen 29/ Foto



Imagen 31/ Foto



Imagen 30/ Foto



Imagen 33/ Foto



Imagen 32/ Foto