



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

CARRERA:

TECNOLOGÍA EN DISEÑO GRÁFICO Y MULTIMEDIA

TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA:

**“CREACIÓN DE LA LINEA GRAFICA PARA LA PUBLICIDAD
DE RADIO CRE SATELITAL EN LAS REDES SOCIALES”**

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

AUTOR:

BENITEZ MARTILLO CARLOS EDUARDO

TUTOR:

VILLAVICENCIO, ALVARADO KERLY

INGENIERA EN DISEÑO

GRÁFICO

GUAYAQUIL- ECUADOR

2020

RECONOCIMIENTO DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Carlos Eduardo Benítez Martillo**, declaro bajo juramento que el presente Trabajo de titulación, válido para optar por el título de en Diseño Gráfico y Multimedia, titulado: **“CREACION DE LA LINEA GRAFICA PARA LA PUBLICIDAD DE RADIO CRE SATELITAL EN LAS REDES SOCIALES”**, 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.

Carlos Eduardo Benítez Martillo

C.C.:0919267898

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Kerly Villavicencio Alvarado, Ing. en calidad de Tutor del trabajo de titulación:

CERTIFICA

Que el trabajo de titulación valido para optar el título de Tecnólogo en Diseño Gráfico y Multimedia, cuyo tema es: “**Creación de la línea grafica para la publicidad de Radio CRE satelital en las redes sociales**”, fue elaborado por el Sr. **Benitez Martillo Carlos Eduardo**, 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.

Kerly Villavicencio Alvarado, Ing.
Ingeniera en Diseño Gráfico
Tutor de Trabajo de Titulación

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mi madre que, con su amor y apoyo incondicional, estuvo siempre a mi lado en este recorrido. También a mis profesores que tuvieron el hermoso gesto de compartir su sabiduría conmigo, por todos sus consejos a lo largo de esta etapa importante de mi vida y también por acompañarme en el proceso.

AGRADECIMIENTOS

La vida me dio la mejor madre del mundo, y debo agradecerle de todo corazón por el incondicional apoyo que me ha brindado, en este proyecto profesional para cumplir este objetivo en mi vida.

INDICE DE CONTENIDO

INDICE DE GRÁFICOS	ix
INDICE DE ANEXOS.....	x
INTRODUCCIÓN	12
CAPITULO I. FUNDAMENTACIÓN.....	15
1.1. MARCO HISTÓRICO	15
1.1.1. Historia de la publicidad:	15
1.1.2 Historia de la línea gráfica:	16
1.1.3 Historia de las redes sociales:.....	16
MARCO TEÓRICO.....	17
1.1.2. Publicidad en redes:	17
1.2.2 Identidad corporativa.....	18
MARCO CONCEPTUAL.....	19
1.3.1 Línea grafica.....	19
1.3.2 Identidad corporativa.....	19
1.3.3 Redes sociales	19
1.3.4 Infografías	19
1.3.5 Ilustrador	20
1.3.6 Publicidad.....	20
1.4. MARCO JURIDICO	20
1.4.1. Constitución del Ecuador	20
1.4.4. Código Civil	22
CAPITULO II. METODOLOGÍA EMPLEADA	23
2.1. TIPOS DE INVESTIGACIÓN	23
2.1.1. Descriptiva - Explicativa.....	23
2.2 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN	24
2.2.1. Enfoque Cualitativo - Cuantitativo.....	24
2.3 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN	24
2.3.1. MÉTODO TEÓRICO.....	24
2.3.1.1 METODO DE ANALISIS Y SINTESIS}.....	24
2.3.1.3. METODO INDUCTIVO – DEDUCTIVO	25
2.3.2. MÉTODOS EMPÍRICOS	25
2.3.2.1. OBSERVACIÓN PARTICIPATIVA	25
2.3.2.2. Entrevista	25
2.3.2.3. Encuesta	25
2.3.3. MÉTODOS ESTADÍSTICOS.....	26
2.3.3.1. UNIVERSO.....	26
2.3.3.2. MUESTRA	26
2.4. ANALISIS DE RESULTADOS	26

2.4.1. ANÁLISIS DE LA OBSERVACIÓN	26
2.4.2. Análisis de los resultados de encuestas	26
2.4.2. Análisis de los resultados de entrevistas	34
2.5. HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS	34
2.5.1. Análisis PEST	34
2.5.2. Análisis FODA	35
2.5.3 Analizas CAPA	36
CAPITULO III. DESARROLLO DE LA PROPUESTA	37
3.1 TITULO DE LA PROPUESTA	37
3.2 OBJETIVO DE LA PROPUESTA	37
3.3 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA	38
3.3.1 Estado inicial del proyecto	38
3.3.2 Requerimientos de desarrollo	38
3.3.2.1 Requerimientos Técnicos	38
3.3.2.2 Requerimientos Operativos	39
3.3.2.3. Requerimientos Económicos	39
3.3.3 Planificación de Desarrollo.....	40
3.3.4. Fase 1: Planteamiento de la Idea.....	41
3.3.4.1. Recopilación de información general de la emisora CRE Satelital	41
3.3.4.2. Revisión de los documentos que existen de la emisora.....	41
3.3.4.3 Entrevistas con el dueño y el gerente de la empresa	41
3.3.4.4 Publicidades en redes sociales ya existentes.....	41
3.3.4.5 Boceto	41
3.3.5. Fase 2: Diseño	42
3.3.5.1. Investigación de publicidades en redes sociales ya existentes	42
3.3.5.2. Revisión de formas geométricas.....	42
3.3.5.3. Prueba de composiciones gráficas.....	42
3.3.5.4 Pruebas de boceto.....	42
3.3.6. Fase 3: Implementación	42
3.3.6.1. Aplicación de la línea gráfica	42
3.3.6.2. Diseño de publicidad digital	43
3.3.6.3. Tamaño de la publicidad	43
3.3.6.4. Socialización de la línea gráfica	43
FACTIBILIDAD DE APLICACIÓN	43
3.4.1 Factibilidad administrativa.....	43
3.4.2 Factibilidad económica	43
3.4.3 Factibilidad legal	43
RESULTADOS ESPERADOS CON LA APLICACIÓN DE LA PROPUESTA.....	45
CONCLUSIONES	46

RECOMENDACIONES	47
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	48
ANEXOS.....	49
Entrevista.....	50
FOTOS DE ENCUESTA A PARTE DEL PERSONAL DE LA RADIO CRE SATELITAL	52
BOCETOS.....	53
BOCETO # 1	53
BOCETO # 2.....	54
BOCETO # 3.....	55
PRODUCTO FINAL: DISEÑO DE PUBLICIDAD DIGITAL	56
PUBLICIDAD EN DEPORTES	56
PUBLICIDAD EN NOTICIAS.....	57

INDICE DE TABLAS

Tabla 3. Requerimientos Técnicos.....	38
Tabla 4. Requerimientos Operativos.....	39
Tabla 5. Requerimientos Económicos.....	39-40
Tabla 6. Planificación de desarrollo de la propuesta.....	40

INDICE DE GRÁFICOS

Grafico 1. Pregunta #1 Encuesta.....	27
Grafico 2. Pregunta #2 Encuesta.....	28
Grafico 3. Pregunta #3 Encuesta.....	29
Grafico 4. Pregunta #4 Encuesta.....	30
Grafico 5. Pregunta #5 Encuesta.....	31
Grafico 6. Pregunta #6 Encuesta.....	32
Grafico 7. Pregunta #7 Encuesta.....	33

INDICE DE ANEXOS

ANEXO 1. Entrevista con el dueño de la radio	51
ANEXO 2. Formulario de aplicación para la encuesta	52
ANEXO 3. Fotos de encuesta a parte del personal de la radio	53
ANEXO 4. Boceto1	54
ANEXO 5. Boceto2	55
ANEXO 6. Boceto3	56
ANEXO 7. Producto Final: Diseño de publicidad digital.....	57-58

RESUMEN

El Mundo de la comunicación visual está presente en todos los ámbitos de la vida en las cuales hay una variedad de herramientas que trabajan de la mano con el diseño gráfico como medio para expresar diferentes sensaciones a la sociedad en la actualidad existen una cantidad de formas que utilizan los medios de comunicación con la finalidad de llegar a la mayor cantidad de personas con la intención de expresar un mensaje. La evolución de la publicidad que se ha evidenciado a lo largo del tiempo con sus diferentes recursos. Uno de estos son las redes sociales con un poder de llegada a las masas que tienen un resultado importante para este fin. La presente investigación está dirigida para implementar la línea grafica más adecuada para el medio de comunicación radial CRE SATELITAL para poder difundir de la manera correcta la información que genera diariamente cubriendo los eventos que se dan diariamente en el país y el mundo.

INTRODUCCIÓN

El siguiente proyecto es para implementar la creación de la línea gráfica, aplicando los diferentes conceptos de diseño gráfico, a favor de la correcta forma de comunicar. Se busca tener las características adecuadas para obtener ese cometido, que contengan los parámetros para poder llegar de manera correcta a la sociedad por medio de estos pasos, la información llegara de forma clara y directa. Los medios de comunicación como tal están para informar las diferentes situaciones que se generen en el mundo y tienen la obligación de cubrir la necesidad de la misma ante la sociedad para poder informarse.

Utilizando los diferentes mecanismos que nos ofrece el diseño gráfico, para poder solucionar la falta de comunicación clara que tiene la emisora en redes sociales, con la creación de claquetas o infografías que contengan formas y colores, de los cuales representen a la empresa y ofrezcan el servicio que necesita la sociedad

La información que en la actualidad ofrece el medio de comunicación tiene muchas falencias y esto se ha evidenciado a lo largo de los años, los tiempos están cambiando y como todo necesita evolucionar. Se ha podido evidenciar la falta de implementación de la línea gráfica, para promover los diferentes programas de la radio, eventos periodísticos que se desarrollan dentro del medio de comunicación, las forma de presentar las noticias en las redes sociales no estaban bien distribuidas.

Las redes sociales en la actualidad nos permiten llegar de manera instantánea a cualquier parte del mundo en segundos, pero si esta información que llega no tiene una estructura organizada donde tenga una buena distribución de forma, colores y tipografía llegará de forma desordenada y poco entendible y no cumplirá la misión que estas tienen.

Para la justificación de este proyecto se evidencio la falta de una línea gráfica, en la Radio CRE SATELITAL, y la falta de publicidad en las redes sociales, ya que en la actualidad no contiene una identidad gráfica, no demuestra una estructura visual para presentar las diferentes noticias o eventos que desea comunicar a la sociedad.

Y así poder posesionar en las plataformas digitales, a nivel nacional e internacional, tomando en cuenta que como medio de comunicación tiene que estar a la

par en el mundo de la publicidad actual, y a su vez poder hacerse ver como un medio de comunicación actualizado, y atraer la mayor cantidad de oyentes posibles, siendo estos de diferentes edades.

Por eso la utilidad de la creación de la línea grafica está en que va dirigida directamente a la comunidad que consume las diferentes redes sociales que existen en la actualidad y que por algunos años atrás permitieron el desarrollo de muchos sectores de la comunicación.

Las diferentes marcas que existen en el mercado desde ya algunos años atrás están dirigiéndose a ese sector por la capacidad de llegada que se tiene a las personas. Su utilidad cada vez se vuelve más necesario para este tipo de empresas y claramente para los diferentes sectores, y sobre todo se muestra más visible, es ahí donde el diseño toma un papel muy importante para el desarrollo de la misma, encontrando la manera adecuada de utilizar sus diferentes publicidades de una gran cantidad de productos.

Las informaciones que pueden ser revisadas en cualquier horario y en cualquier parte del mundo, esto resalta su creación, su importancia, y sus beneficios, ya que, cubre las diferentes necesidades de información que la sociedad solicita a diario, para estar bien informados de una forma clara y atractiva, y así poder presentar a su comunidad diferentes productos de consumo humano.

La Radio CRE SATELITAL ha logrado obtener una importante comunidad de oyentes a lo largo de toda su vida radial, por esta razón se realiza este estudio, para poder solucionar el tema de su falta de línea grafica en redes sociales, para así poder tener una mejor comunicación y de presentación con el público en general.

La trayectoria de este medio de comunicación es muy respetada a nivel nacional e internacional, por eso es de suma importancia crear una estrategia de trabajo para al momento de solucionar este problema que presenta la emisora, ya que, el beneficiario directo sería la emisora y la comunidad oyente de la misma, la cual será más amigable para recibir toda la información que genere la radio.

Tanto en el campo de la información general y publicitaria, en Redes Sociales,

debido a que todos los medios de comunicación sean estos escritos, televisivos o radiales tienen la obligación de estar a la par de las grandes necesidades que la sociedad demanda, por eso su misión principal es la de informar de manera eficaz y precisa.

Para solucionar el problema que presenta La Radio CRE SATELITAL con la falta de su línea gráfica, está en aplicar de forma adecuada todos los elementos necesarios para la construcción eficaz; utilizando los colores institucionales de la emisora y combinarlos con formas que sean agradable y funcionales para la sociedad en términos generales.

Es importante que la forma de Diseñar la línea grafica de la Radio CRE SATELITAL sea de forma correcta y sobre todo que asegure el éxito total, con el fin de conseguir la atracción de más oyentes, y así poder obtener la información necesaria que genere que el tema publicitario llegue de forma adecuada a la comunidad de oyentes.

La línea grafica de una empresa, o de un medio de comunicación, es necesaria para que el mundo los identifique y sobre todo se familiarice con su marca o la manera de presentarse tanto nacional como internacional, por eso a medida que avanzan los tiempos es importante ir evolucionando a la par con la actualidad, porque, existe cada vez más un conjunto de necesidades que se van a ir presentando y claramente la comunicación no está exenta de ese esos cambios.

Al aplicar esta herramienta de socialización, debe presentarse de una buena manera y a la altura de los tiempos actuales, ya que eso es de suma importancia. El diseñar es una manera de comunicar visualmente la parte fundamental del desarrollo comercial, es por eso que es de real importancia crear nuevas formas de comunicar, para llegar a la comunidad de oyentes de manera más directa.

Buscando el mecanismo adecuado para la elaboración de la línea gráfica, realizando una investigación a fondo de lo que se está vigente en la actualidad, para poder solucionar la necesidad que se presenta, ya que las formas de comunicarse van evolucionado año a año.

Es por eso que desde hace ya algunos años atrás el diseño gráfico está muy presente en muchos sectores estratégicos, sabemos también que viene de la mano de otras

herramientas para que su aplicación sea todo un éxito, el diseño gráfico viene adquiriendo protagonismo en muchos sectores ya que con él se puede comunicar de manera visual, y así poder expresar una gran variedad de situaciones, tanto en el sector empresarial como público.

Se cuentan con una gran cantidad de empresas que se dedican a diferentes temas, como el de la salud, agricultura, información y claro también en el sector de la educación, el diseño gráfico está presente en todo lo que rodea a la sociedad, es por eso lo de su importancia y sobre todo saber aplicar de una buena manera todas sus herramientas, a favor de los intereses de la necesidad de los diferentes sectores que consumen las diversas maneras de comunicación y se debe estar en constante búsqueda de nuevas formas para llegar a la sociedad en general.

La importancia de las redes sociales es cada vez más necesaria, ya que está presente en todos los proyectos sociales, económicos, empresariales, y en la vida misma, es por esto que la creación de la línea grafica en este medio de comunicación es de suma importancia, para hacerse ver mucho más atractiva ante el público en general.

El objetivo de este proyecto es desarrollar la línea grafica para que el medio de comunicación tenga la identidad que necesita en las redes sociales, ya que el medio radial no posee una identidad, por esta razón es necesario la correcta implementación de métodos con los que la publicidad través del diseño gráfico pueda ser explotada, y esta herramienta permita una mayor difusión en la cual se puede utilizar infografías, o claquetas que tenga una estructura de formas y colores, que identifiquen a la empresa.

CAPITULO I. FUNDAMENTACIÓN

1.1. MARCO HISTÓRICO

1.1.1. Historia de la publicidad:

La publicidad desde sus inicios siempre fue una herramienta importante que contiene requisitos que a lo largo del tiempo son parte natural de su razón de ser, llegar a un nicho de mercado, para dar a conocer un producto, un evento, o un servicio, es por eso que la publicidad llego para repotenciar las diferentes actividades, que están

dentro de la sociedad, para expresar ideas de forma auditiva, visual y escrita.

La publicidad desde mucho tiempo atrás se utilizó de varias maneras y entre esas tantas fue utilizada para levantar la moral de un país en la primera guerra mundial. La publicidad visual emplea colores, como distintas fuentes tipográficas, formas, y estructuras e inclusive fotografías, para la construcción de un mensaje, que está conformado de logos, que también contengan una idea de lo que se quiere expresar.

A inicios del siglo XX Henry Ford dijo que es importante invertir publicidad, y en las décadas siguientes las industrias de la publicidad iniciaron con publicidad en radio y revistas, la publicidad tiene 3 tipos de empresas como lo son agencias, anunciantes y vehículos, debemos saber que una agencia de publicidad es siempre responsable de desarrollar campañas publicitarias donde interactúan varias personas dando sus ideas para poder realizar la publicidad.

En el año 1941 apareció el primer comercial en tv, y desde entonces los audiovisuales empezaron a incentivar en la creatividad y cada anuncio se presentaban más interesantes, luego en las décadas siguientes la publicidad pasó a ser red mundial en internet, que se empezó a usar en los buscadores, emails, blogs y redes sociales.

La publicidad es una forma de comunicación pagada tanto por empresas grandes, medianas y pequeñas, las cuales se anuncian en los diferentes medios que existen en el mercado, debido a que la publicidad intenta aumentar el consumo de un producto o servicio.

1.1.2 Historia de la línea gráfica:

La línea grafica desde mucho tiempo atrás tiene la tarea de construir los elementos visuales que necesita una empresa para mostrarse al exterior, y ser reconocida. Es claramente utilizada para la construcción general de piezas visuales, argumento importante en la elaboración de cada uno de los elementos, en los cuales debe existir una armonía, para que cada uno tenga su protagonismo dentro de la estructura gráfica.

1.1.3 Historia de las redes sociales:

La sociedad ya no puede dejar de funcionar sino tiene el internet como parte importante de un desarrollo, porque está presente en todo lo que hacemos diariamente. Su presencia y sus efectos en nuestras vidas cambiaron la forma de los aspectos que nos rodean diariamente, ya que todo lo que se genera en las redes sociales en la actualidad existe una interacción entre una o varias personas de una misma ciudad o de un mismo país, con diferentes intereses que pueden compartir.

Permiten la comunicación directa y sobre todo la importancia de cambiar de información, entendamos que la primera función de las redes sociales es conectar, acercar a las personas en un universo virtual de posibilidades, no podemos dejar de reconocer el éxito que han conseguido a lo largo de los años por la manera en que las redes sociales conectan al mundo, que importante se volvieron para el desarrollo de muchas actividades.

Las redes sociales ocupan un lugar privilegiado en los medios del diseño gráfico, podemos canalizar las diferentes maneras de expresar. Dentro de las mismas redes sociales existen recursos que funcionadas permiten la construcción de un mensaje que en lo visual logra su misión de comunicar.

MARCO TEÓRICO

La siguiente investigación se realizará para implementar la línea grafica de una radio, buscando las características adecuadas, que contengan parámetros correctos para poder llegar con la información clara y directa a los diferentes usuarios que buscan informarse.

1.1.2. Publicidad en redes:

(Victor Manuel Gañan Fernandez, 2016) La publicidad en internet ha incorporado nuevas plataformas y oportunidades de negocio para las empresas y las marcas.

En la actualidad las posibilidades que ofrece el internet como medio para desarrollar o presentar la publicidad de los diferentes medios de comunicación, utilizan diferentes aspectos o modelos que antes no se aplicaban, esta situación ofrece a las diferentes empresas una nueva manera de ser reconocidos, ya que por medio del diseño gráfico se pueden crear estructuras y formas para dar a conocer de mejor manera el

servicio que ofrece una empresa.

(Cristian Newberry y Naomi Contreras), la publicidad en redes sociales es indispensable si estás buscando llegar a un público nuevo y específico de forma rápida.

Claramente los distintos tipos de publicidad nos permiten tener resultados verdaderos para tener una idea clara de la estrategia que debemos aplicar, para implementarla en las redes sociales, es importante saber ubicar a la publicidad en diferentes horarios y sectores donde exista variedad de visitas para su difusión e interacción con la sociedad.

(Nerea Boada, 2019), la publicidad digital en redes sociales es uno de los recursos más poderosos para conseguir nuestros resultados de negocios.

En el presente este tipo de acciones se acoplan a distintos tipos de empresas, que presentan diferentes servicios, cada vez este tipo de recursos están más vigente en el mercado obteniendo excelentes resultados, ya que rápidamente permiten mostrarse a un mundo de consumidores.

1.2.2 Identidad corporativa

(Costa, J. en Fuentes, S, 2007), explica que la identidad se define por medio de tres parámetros: que es, quien es, que hace o para que sirve.

Cuando contestamos estas preguntas creamos una identidad esencial en cada empresa y organización, este autor nos indica que se puede crear una identidad corporativa contestando cuatro preguntas importantes: ¿quién eres?, ¿qué haces?, ¿cómo lo haces?, ¿a dónde quieres llegar?, al contestar estas preguntas sabremos evidentemente que productos y servicios ofrece la empresa.

(Norberto Minguez, 2010), explica dos perspectivas a las que denomina: identidad corporativa global e identidad corporativa interna.

El profesor explica que la identidad corporativa global establece cuatro factores que son: comportamiento corporativo, cultura corporativa, identidad visual, y

comunicación corporativa, estas son recuerdos de la personalidad de organización, es decir, identidad corporativa es integrado por rasgos de las diferentes organizaciones como lo es su realidad, manera de recibir las cosas y comportamiento.

MARCO CONCEPTUAL

1.3.1 Línea grafica

Es un grupo de características que identificar una marca, y que se ubica en la mentalidad del público, ya que está unida estrictamente de los colores que poseen una marca que tenga ya un logo existente.

1.3.2 Identidad corporativa

La identidad corporativa son el grupo de características, valores, con las cuales se auto identifican y se diferencian las distintas empresas, la identidad corporativa es una apariencia prescindible para cada empresa, los componentes de una identidad empresarial son una mezcla de aspectos, los esenciales y visuales.

1.3.3 Redes sociales

Las redes sociales son un conjunto de personas que se conocen entre sí, y tienen una relación comercial, de amistad, trabajo o familiar, las redes sociales ayudan a tener un vínculo virtual, dando protagonismo a los usuarios que lo conforman, facilitando la comunicación e intercambio de información entre una y más personas, sean estas fotos, videos, etc, las redes sociales tienen como principal función conectar personas en el mundo virtual.

1.3.4 Infografías

Es una representación visual que nos permite tener la capacidad de obtener información clave y directa de un tema, ya que es una herramienta útil, ya que con la cual la información se puede asimilar y tener presente.

1.3.5 Ilustrador

Es un artista gráfico que ayuda con la comunicación escrita mediante representaciones visuales, en ilustrador se ejecutan dibujos, imágenes, pinturas o diagramas los cuales sirven para comunicar ideas o información visual, para realizar un producto o una información más llamativa, en esta aplicación se utilizan una variedad de técnicas artísticas y graficas las cuales crean ilustraciones de muchos ámbitos, para los distintos gustos de las personas.

1.3.6 Publicidad

La publicidad es la comunicación comercial que tienen las empresas para con el público al que se esté promocionando, la publicidad se extiende desde anuncios comerciales por medio de medios de comunicación sean estos tradicionales o no tradicionales, con el fin de comunicar al público para que ellos puedan ejecutar un consumo.

1.4. MARCO JURIDICO

1.4.1. Constitución 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 media 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. 66.- Se reconoce y garantizará a las personas:

15. El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental.

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

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.

1.4.4. Código Civil

Art. 8.- A nadie puede impedirse la acción que no esté prohibida por la ley.

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:
 - a)** Las invenciones;
 - b)** Los dibujos y modelos industriales;
 - c)** Los esquemas de trazado (topografías) de circuitos integrados;
 - d)** La información no divulgada y los secretos comerciales e industriales;
 - e)** Las marcas de fábrica, de comercio, de servicios y los lemas comerciales;
 - f)** Las apariencias distintivas de los negocios y establecimientos de comercio;
 - g)** Los nombres comerciales;
 - h)** Las indicaciones geográficas; e,
 - i)** Cualquier otra creación intelectual que se destine a un uso agrícola, industrial o comercial.

3. Las obtenciones vegetales.

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

El siguiente trabajo investigativo se efectuó mediante el proceso de análisis, en el cual se buscará encontrar resultados óptimos ante el problema planteado. Consiguiendo, efectuando y realizando el fruto deseado para la correcta entrega del mismo.

2.1. TIPOS DE INVESTIGACIÓN

2.1.1. Descriptiva - Explicativa

Esta investigación es descriptiva. Consiste en la acumulación de información proveniente de hechos tangibles, adquiriendo evidencias y buscando las necesidades que presente la radio en donde se realizara la línea gráfica.

La información adquirida mientras se realizó esta investigación descriptiva fue realizada y dividida para la mejora del problema, se examina mediante la tabulación de datos explorados, consiguiendo información importante para la realización de la

propuesta.

2.2 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

2.2.1. Enfoque Cualitativo - Cuantitativo

En la siguiente investigación se empleó un enfoque mixto, debido a que las referencias a almacenar, es decir, se necesita solicitar las debidas características a los dueños y trabajadores del medio de comunicación, donde realizaremos la línea gráfica, obteniendo como resultado un análisis cualitativo de datos.

De igual manera, el análisis cuantitativo de datos tabulados de estas encuestas, nos permitirá entender de manera numérica referencial las características propias que solicitan los dueños del medio de comunicación, estos enfoques contribuirán a mi investigación.

2.3 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

2.3.1. MÉTODO TÉORICO

2.3.1.1 METODO DE ANALISIS Y SINTESIS}

El análisis de esta investigación se desarrolló durante la identificación del problema, la falta de la línea grafica para el medio de comunicación – para la publicidad en redes sociales, por el objetivo de solucionar una necesidad de la empresa, paso siguiente para el proceso de investigación explicativa fue factible desarrollar el método de síntesis, con la finalidad de comprender la situación previa con el objetivo de desarrollar la línea gráfica para la Radio CRE Satelital para que tenga la identidad que necesita en las redes sociales, ya que en la actualidad este mercado está cubriendo muchos sectores en la sociedad y sobre todo tiene una mayor capacidad de difundir el tema, una línea grafica propia para que tenga una identidad.

2.3.1.2. METODO HISTORICO – LOGICO

Por medio del método histórico lógico se determinó la transformación e importancia que los medios de comunicación tienen mediante una línea gráfica, por este

motivo se planteó la creación de la línea grafica en el medio de comunicación, Radio CRE Satelital para su publicidad en redes sociales.

2.3.1.3. METODO INDUCTIVO – DEDUCTIVO

Partiendo de la identificación del problema de Radio CRE Satelital que es la falta de una línea gráfica para la publicidad en redes sociales – obteniendo la información correspondiente por medio de la utilización de encuestas y entrevistas, se pudo identificar la resolución del tema investigado.

2.3.2. MÉTODOS EMPÍRICOS

Mediante el análisis se aplicó una ficha en la cual se seleccionó información importante para la investigación, en la cual se evidencia la falta de línea grafica en el medio de comunicación Radio CRE Satelital para obtener más publicidad.

2.3.2.1. OBSERVACIÓN PARTICIPATIVA

Mediante el empleo de la ficha en la cual se adquirió información que resultado del trabajo de campo, la cual obtuvimos por medio de observación muy cuidadosa en el objeto de estudio dentro de la radio CRE Satelital.

2.3.2.2. Entrevista

La entrevista que aplique a cada uno de los trabajadores y a los dueños de la radio, con el propósito de obtener una muestra satisfactoria del resultado de la línea gráfica que se desarrolló, esta actividad nos permitió proporcionar información cualitativa.

2.3.2.3. Encuesta

Una vez definido la totalidad de la población de la radio, se fijó la muestra en la cual fue aplicada la encuesta, los resultados fueron convertidos en datos cuantitativos y precedentemente presentados en cuadros estadísticos para su análisis. La aplicación de la encuesta nos facilitó conocer los requerimientos de la radio.

2.3.3. MÉTODOS ESTADÍSTICOS

2.3.3.1. UNIVERSO

El universo o población está conformado en su totalidad del dueño de la empresa y trabajadores de la radio CRE Satelital.

2.3.3.2. MUESTRA

La radio CRE Satelital en la actualidad cuenta con un total de 25 trabajadores y 1 dueño. Se aplicó un tipo de muestra no probabilístico.

2.4. ANALISIS DE RESULTADOS

Se acudió al medio de comunicación Radio CRE Satelital, para poder adquirir la información necesaria por medio de una observación e interrogación a los trabajadores, y así poder realizar la línea grafica correctamente que necesitan.

2.4.1. ANÁLISIS DE LA OBSERVACIÓN

El día 4 de febrero del 2021 a las 09:00 a.m. hasta las 17:00 p.m., se ingresó y se dialogó con los trabajadores y con el dueño del medio de comunicación y se revisó la documentación del mismo, en el cual me pude percatar de lo siguiente:

- No tienen una línea grafica definida.
- Su publicidad en redes sociales es muy baja.
- Los trabajadores de la empresa desean una línea grafica para publicitar al medio de comunicación en las redes.

2.4.2. Análisis de los resultados de encuestas.

Para el análisis de este proyecto se ejecutó una encuesta a un grupo de trabajadores y al dueño del medio de comunicación, las interrogantes de la encuesta fueron relativas a la situación y utilidad de creación de la línea gráfica para el medio de comunicación.

Pregunta 1.- Sabe Ud., en que consiste la identidad grafica del medio de comunicación.

Esta pregunta fue elaborada para identificar cuantos trabajadores conocían sobre la línea grafica del medio de comunicación.

Las interrogantes tienen 2 respuestas opcionales y las alternativas son Sí y No.

Del 100% de trabajadores que corresponden a 25 personas. Un 90% contestó que si conoce del tema línea grafica del medio de comunicación.

Y el 10% manifiesta que no conoce la línea grafica del medio de comunicación.

El grafico 1. Pregunta #1 Encuesta



Fuente: Benítez, 2021

Pregunta 2.- Está de acuerdo usted que los medios de comunicación en general tengan identidad gráfica.

Por medio de esta interrogante podemos observar que tanto para los trabajadores y para el dueño de la empresa es importante que todas las empresas y medios de comunicación tengan una línea grafica definida y así poder realizar la publicidad en redes sociales.

Se comprobó que el 100%de trabajadores encuestados piensa que el medio de comunicación Radio CRE Satelital no se encuentra con la publicidad suficiente en redes sociales.

El grafico 2. Pregunta #2 Encuesta



Fuente: Benítez, 2021

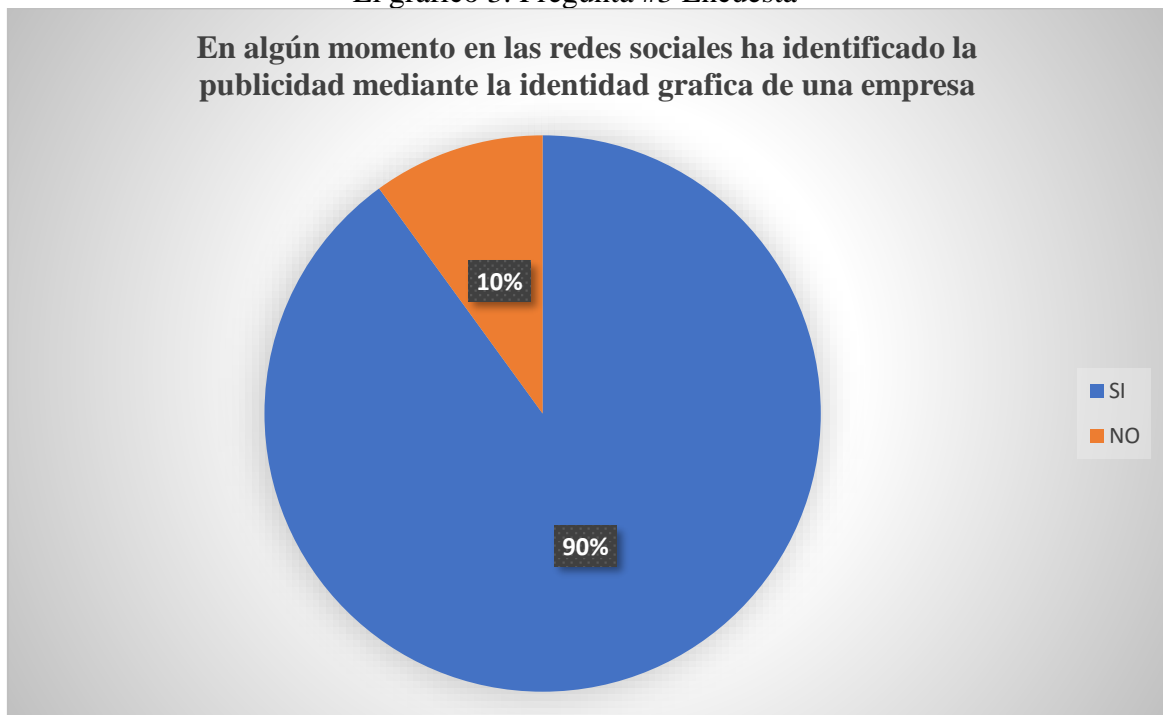
Pregunta 3.- En algún momento en las redes sociales ha identificado la publicidad mediante la identidad grafica de una empresa.

Con esta pregunta se buscó identificar a los trabajadores que manejan redes sociales y jamás han identificado la identidad gráfica de una empresa.

Del 100% de personas encuestadas el 90% respondió que sí han observado la publicidad en redes sociales mediante la identidad gráfica.

Y el 10% restante contestó que nunca había observado la publicidad de una empresa, en redes sociales mediante la identidad gráfica.

El grafico 3. Pregunta #3 Encuesta



Fuente: Benítez, 2021

Pregunta 4.- Le gustaría poder identificar la identidad gráfica de Radio CRE Satelital en una publicidad en las redes sociales.

Por medio de esta pregunta se buscó identificar cuantos empleados están interesados en la línea grafica de la empresa en la que trabaja.

El 95% de personas encuestadas concuerda en que les gustaría poder identificar la identidad grafica del medio de comunicación en redes sociales.

Y un 5% no está interesado en identificar la identidad grafica del medio de comunicación en redes sociales.

El grafico 4. Pregunta #4 Encuesta



Fuente: Benítez, 2021

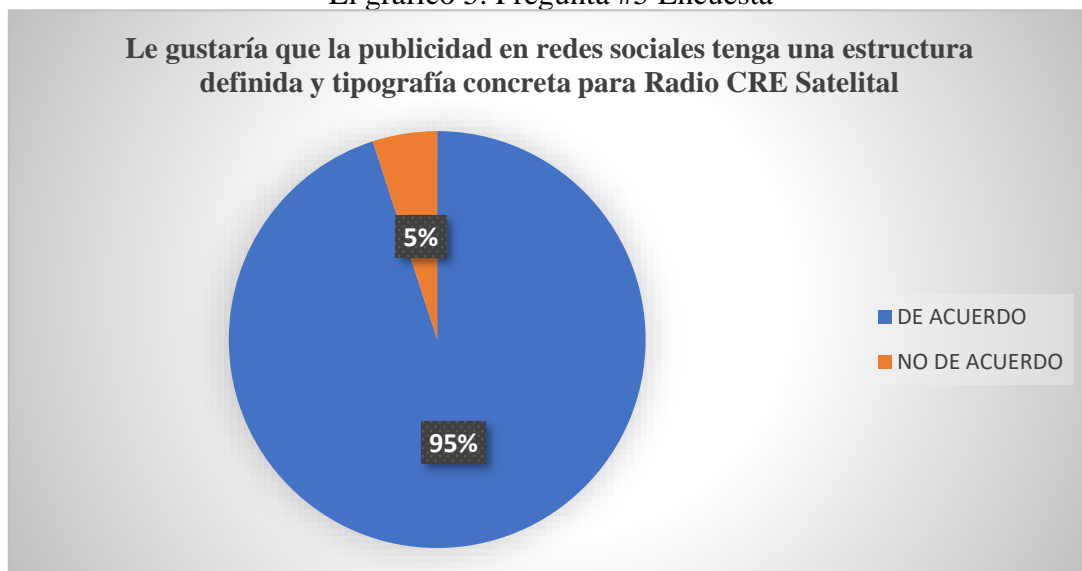
Pregunta 5.- Le gustaría que la publicidad en redes sociales tenga una estructura definida y tipografía concreta para Radio CRE Satelital.

Mediante esta pregunta queremos identificar cual es la estructura y la mejor tipografía para la identidad grafica del medio de comunicación.

Del 100% de personas encuestadas el 95% quedo de acuerdo en el mismo tipografía y estructura.

Y el 5% no estaba de acuerdo con la estructura como en la tipografía.

El grafico 5. Pregunta #5 Encuesta



Fuente: Benítez, 2021

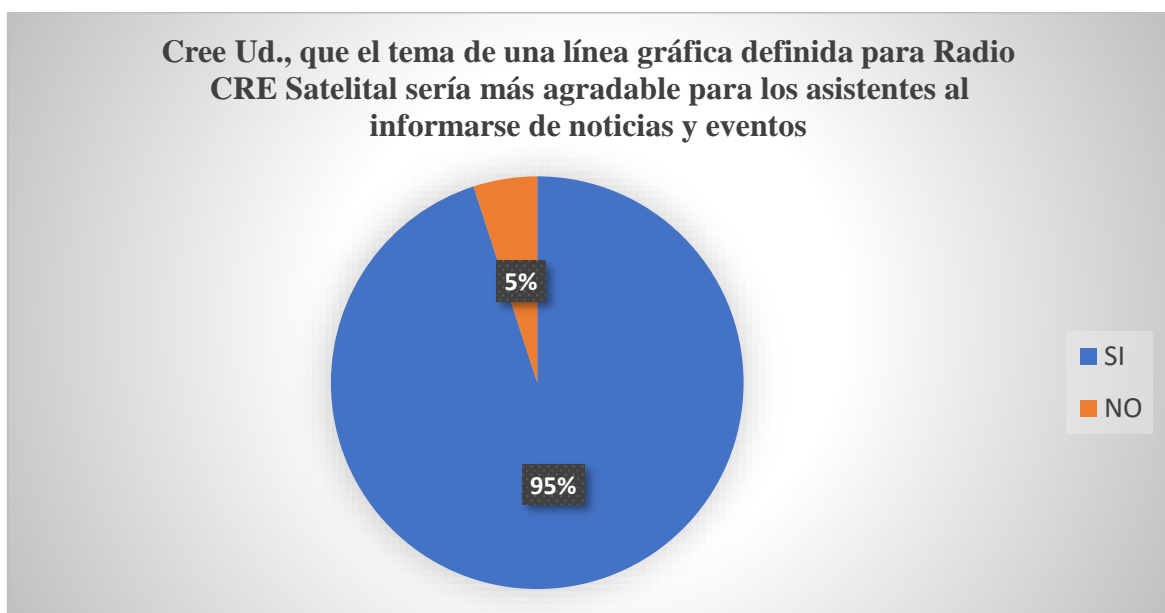
Pregunta 6.- Cree Ud., que el tema de una línea gráfica definida para Radio CRE Satelital sería más agradable para los asistentes al informarse de noticias y eventos.

Esta interrogante nos ayudó a analizar cuál es la manera más agradable al momento en que los asistentes van a trabajar con la identidad gráfica.

El 95% de encuestados afirmo que si sería más agradable trabajar con una línea grafica bien definida.

El 5% de personas encuestadas dijo no, porque a ellos les da igual debido a que no trabajan con la línea gráfica.

El grafico 6. Pregunta #6 Encuesta



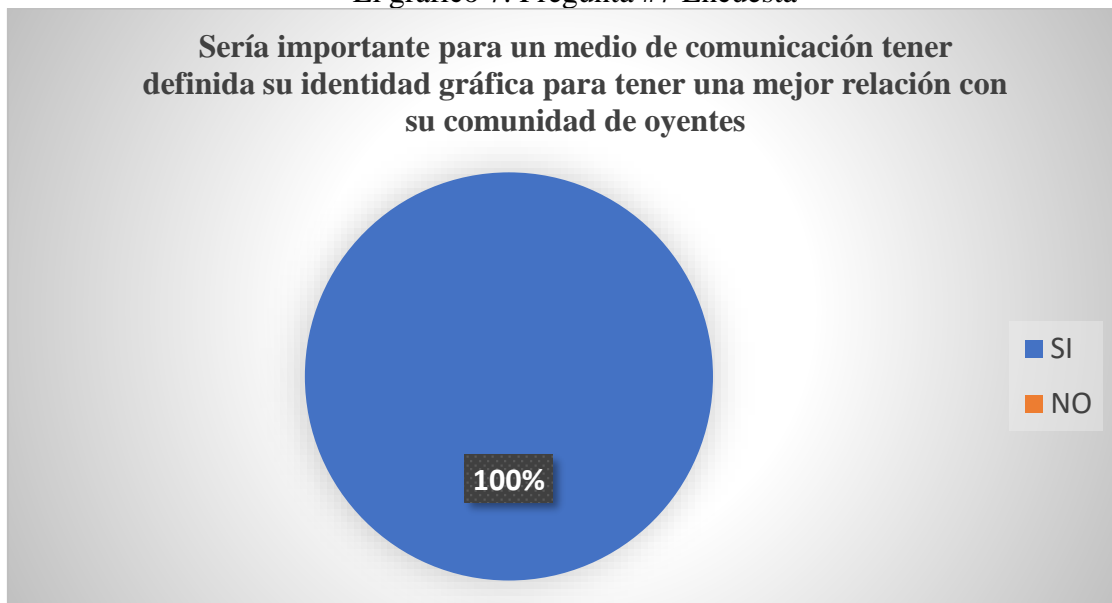
Fuente: Benítez, 2021

Pregunta 7.- Sería importante para un medio de comunicación tener definida su identidad gráfica para tener una mejor relación con su comunidad de oyentes.

Esta interrogante nos ayudó a confirmar que la línea grafica es muy importante en el medio de comunicación, porque ayuda a que los oyentes conozcan más de la Radio CRE Satelital.

Del 100% de encuestados todos aseguraron que es muy importante la línea grafica en una empresa, sobre todo en el medio de comunicación por que ayuda a que sus oyentes sepan de ella.

El grafico 7. Pregunta #7 Encuesta



Fuente: Benítez, 2021

2.4.2. Análisis de los resultados de entrevistas

Se realizó una entrevista al dueño de la Radio CRE Satelital, el cual indico que le gustaría tener una línea grafica bien definida para poder mejorar mucho más la publicidad en redes sociales, mostro mucho interés en el proyecto porque le iba a ayudar a que su empresa sea más conocida en los diferentes lugares, tanto, dentro como fuera del país.

En el transcurso de la entrevista el dueño del medio de comunicación, informo que la publicidad que ellos tienen en la radio es baja en comparación a lo que sería si tuvieran identidad grafica como se le explico, porque sus trabajadores realizan la publicidad en redes sociales, pero sale muy poco debido a que no tienen bien definida la identidad gráfica.

Se realizó también una pequeña entrevista a los trabajadores de la radio, en la cual afirmaron que les gustaría contar con una identidad grafica definida, porque, así ellos se registrarían a un solo modelo de publicidad en redes sociales, y lograrían mucha más aceptación de los oyentes.

2.5. HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS

2.5.1. Análisis PEST

Factor Político

En tiempo de proceso electoral en el país, se pueden utilizar de acuerdo a las necesidades de los diferentes partidos políticos o movimientos sociales.

Factor Económico

El medio de comunicación consta con un factor importante porque está basado a tener una sola definición de línea gráfica, y así poder trabajar todos de la misma manera

Factor Social

Es importante que cada empresa conste de una identidad grafica definida, en este caso el medio de comunicación, porque la publicidad será dirigida hacia los oyentes.

Factor Tecnológico

La identidad grafica es una estrategia de publicidad, porque constara con una estética publicitaria más atractiva para los oyentes, y para los trabajadores.

2.5.2. Análisis FODA

FORTALEZAS

Radio CRE Satelital es un medio de comunicación de renombre dentro del Ecuador, gozando de una trayectoria muy importante en el sector de los medios de comunicación.

Es una marca posesionada empresarialmente.

La calidad de contenido en sus diferentes programas en su parrilla de programación diaria contando con profesionales.

OPORTUNIDADES

- Radio CRE Satelital como medio de comunicación forma parte de un gremio de medios donde siempre están promoviendo su espíritu de fortalecimiento.
- La comunicación visual y auditiva de la Radio son herramientas importantes para la difusión de cualquier mensaje.
- Llega a la mayor cantidad de personas en muy poco minutos.

DEBILIDADES

- Le falta presencia como medio de comunicación en redes sociales.
- No tienen una línea grafica definida para mostrar sus diferentes publicidades.
- No posee una idea concreta de qué manera quiere presentarse ante la sociedad.

AMENAZAS

- Está desaprovechando el potencial natural que tienen las redes sociales en todos los sentidos.
- Poca experiencia que tiene la radio en plataformas digitales puede.
- Los medios de comunicación tienen un tiempo importante en el sector de las redes sociales.

2.5.3 Analizas CAPA

- Crear contenidos varios, para publicar en todas las cuentas oficiales.
- Diseñar una línea gráfica para que el medio de comunicación radial tenga una identidad adecuada y llamativa ante el público.
- Definir su identidad gráfica con sus respectivos colores tradicionales para el reconocimiento en las diferentes plataformas digitales.

Afrontar Amenazas

- Empoderarse en las redes sociales, utilizando la mayor cantidad de publicaciones con contenidos novedosos e informativos.
- Aprender de las experiencias de otros medios de comunicación.
- Capacitar al personal del medio de comunicación, para que todos sean de ayuda en el manejo de las diferentes plataformas.

Potenciar Fortalezas

- Utilizar de una forma más eficaz la trayectoria que tiene CRE SATELITAL en el sector de los Medios de Comunicación
- Utilizaremos su marca, la cual ya tiene una importante presencia en los medios radiales.

- Reforzar los contenidos de los programas utilizando la imagen de sus periodistas, asociándolos con la línea grafica de la empresa.

Aprovechar las Oportunidades

- CRE Satelital motiva a sus trabajadores mediante campañas, que envía el gremio nacional de medios de comunicación de la República del Ecuador, las cuales son guiadas, elaboradas y transmitidas en el medio radial.
- Identificar y reconocer su línea gráfica mediante publicidades transmitidas en el medio radial.
- Incrementar frecuencias a nivel nacional, y reforzando la publicidad en las cuentas oficiales del medio de comunicación.

CAPITULO III. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

Se llegó a la conclusión de la falta de una línea gráfica en Radio CE Satelital, gracias a la observación en el campo de las Redes Sociales, ya que, no tenía una identificación propia, tomando en cuenta la trayectoria que tiene este medio de comunicación tradicional e importante en el país.

También se realizó una serie de entrevistas al dueño del medio de comunicación, en el cual me indico los parámetros a respetarse en la confirmación de la propuesta para los elementos que desea que se pudiera visualizar para la empresa en las redes sociales.

La importancia que Radio CRE Satelital tenga una línea gráfica predeterminada, se identifica con la intención que tiene su comunidad de visitantes en las diferentes Redes Sociales.

3.1 TITULO DE LA PROPUESTA

Creación la línea grafica para la publicidad de la radio CRE Satelital de la ciudad de Guayaquil durante el año 2021.

3.2 OBJETIVO DE LA PROPUESTA

Crear la línea grafica para la radio CRE Satelital, de la ciudad de Guayaquil, la que será utilizada en redes sociales, para una mayor difusión de los diferentes programas, y así poder tener una mayor cantidad de público.

3.3 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

3.3.1 Estado inicial del proyecto

En este proyecto se realizó una investigación previa para solucionar la necesidad de la empresa, para poder llegar a la comunidad de oyentes de la mejor manera posible para aplicarla en la publicidad que se está construyendo en las redes sociales.

Para diseñar la línea gráfica del medio de comunicación se desarrolló una variedad de diseños, presentándoles varias ideas al dueño del medio de comunicación, los programas a utilizar son el paquete de Adobe entre ellos Ilustrador y Photoshop.

3.3.2 Requerimientos de desarrollo

Para la realización de este proyecto se solicitan los siguientes estudios técnicos y operativos, que servirán de gran ayuda para la creación de la línea gráfica, a continuación, detallare los requerimientos.

3.3.2.1 Requerimientos Técnicos

En la propuesta de crear la línea gráfica para la publicidad de Radio CRE Satelital se utilizó una laptop de última generación con los programas de Adobe Photoshop y Adobe Ilustrador ya instalados, para desarrollar la propuesta de la creación de línea gráfica.

CANTIDAD	HERRAMIENTAS	DESCRIPCIÓN
1	Computador	Laptop Procesador Core i7 Memoria Ram de 8Gb Tarjeta Gráfica de 2 Gb Mouse, teclado.
1	Browser	Google Chrome Mozilla Firefox
1	Internet	Velocidad de 10 gigas
1	Paquete de Adobe	Adobe Photoshop Adobe Ilustrador
1	Respaldo	Memoria Externa

Tabla 1. Requerimientos Técnicos

3.3.2.2 Requerimientos Operativos

Para la creación de la línea realice investigaciones, entrevistas y encuestas sobre los temas relacionados a la publicidad en redes sociales, y sobre todo lo que el dueño del medio de comunicación quería.

También diseñe formas, modelos para la creación de claquetas publicitarias, al igual que recopile información que se haya ya aplicado anteriores ocasiones en los diferentes medios de comunicación de los últimos cinco años.

CANTIDAD	HERRAMIENTAS	DESCRIPCIÓN
1	Diseñador Gráfico	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Realizar investigación y recopilar información para la creación de la línea gráfica. ✓ Utilizar los colores institucionales ya existentes de la empresa. ✓ Realizar bocetos, para obtener las ideas físicas, para la creación de la línea gráfica. ✓ Presentación de los bocetos a los directivos de la empresa.

Tabla 2. Requerimientos Operativos

3.3.2.3. Requerimientos Económicos

Al terminar la investigación para creación de la línea gráfica de este medio de comunicación, presento el siguiente presupuesto para el desarrollo de la misma:

Recurso	Descripción	Cant.	Precio Unitario	Precio Total
Computadora	PC de Escritorio Procesador Core i7 Memoria RAM de 8Gb Tarjeta Gráfica de 2Gb Mouse, Teclado Parlantes 1 Monitor de alta resolución	1	\$1.400,00	\$1.400,00
Browser	Google Chrome Mozilla Firefux	1	Gratuito	Gratuito
Internet	Velocidad de 10Mbps	5 meses	\$21.90/mes	\$65.70

Paquete de Adobe	Adobe Photoshop, Adobe Illustrator	3 meses	\$80.00/mes	\$240.00
Diseñador	Bocetos de estructura de línea gráfica	1	\$ 10/hora	\$ 160
Respaldo en Nube	Dropbox 2GB	1	Gratuito	Gratuito
TOTAL				\$1.800.065.70

Tabla 3. Requerimientos Económicos

3.3.3 Planificación de Desarrollo.

Con el objetivo de realizar acciones ordenadas, para entrar en materia del proyecto se procedió con la elaboración del siguiente cronograma de actividades, en el cual se detallan las acciones principales que se tomaran en este proyecto.

Fuente: Benítez, 2021

Fase 1: Planteamiento de Idea	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Recopilación de la información general de la emisora CRE Satelital				
Revisión de los documentos que existen de la emisora				
Entrevistas con el dueño y el gerente de la empresa				
Boceto				
Fase 2: Diseño de la línea gráfica	Semana 5	Semana 6	Semana 7	Semana 8
Investigación de publicidades en redes sociales ya existentes				
Revisión de formas geométricas				
Prueba de composiciones gráficas				
Pruebas de boceto				
Fase 3: Implementación	Semana 9	Semana 10	Semana 11	Semana 12
Aplicación de la línea gráfica				
Tamaño de la publicidad				
Prueba de impresión				
Diseño de publicidad digital				

3.3.4. Fase 1: Planteamiento de la Idea

Solicite permiso con los directivos de la emisora para una entrevista, y así obtener la información necesaria sobre la historia de la radio.

3.3.4.1. Recopilación de información general de la emisora CRE Satelital

Se realizó una entrevista, con el dueño de la empresa para solicitar la información necesaria para la creación de la línea gráfica, y ejecutar la publicidad de la emisora en redes sociales, y así poder darle una identidad gráfica a la emisora ante sus oyentes y seguidores.

3.3.4.2. Revisión de los documentos que existen de la emisora

Se realizó una investigación sobre los datos existentes de la historia de la radio, tomando en cuenta que tiene una trayectoria de 80 años, en la cual no había una identidad gráfica definida, es primordial y necesario que todo medio de comunicación sea este radial, televisivo o escrito tengan una identidad gráfica, por ende, se procedió a realizar varios bocetos donde se utilizó los colores institucionales del medio de comunicación.

3.3.4.3 Entrevistas con el dueño y el gerente de la empresa

Una vez que se obtuvo toda la información necesaria, se procedió a tener una reunión con el dueño y el gerente de la empresa, para llegar a un acuerdo sobre ideas claras de lo que ellos necesitaban resaltar de la emisora, solicitaron que la publicidad sea fresca, amigable, llamativa ante los oyentes y seguidores, y sobre todo que no se dejara de utilizar y respetar los colores de la empresa.

3.3.4.4 Publicidades en redes sociales ya existentes

Se busco diferentes diseños, modelos, ejemplos en redes sociales para la creación de la identidad gráfica de la emisora, y así poder realizar varios bocetos y presentarlos ante el dueño de la empresa y el gerente de la misma.

3.3.4.5 Boceto

Se realizó varios bocetos de acuerdo a la información que se recopiló, y de los requerimientos del dueño de la emisora, utilizando formas geométricas, tomando en

cuenta que estamos hablando de un medio de comunicación que el ochenta por ciento de sus actividades están relacionados con la difusión de los eventos deportivos.

3.3.5. Fase 2: Diseño

3.3.5.1. Investigación de publicidades en redes sociales ya existentes

Se realizó una investigación minuciosa en todo el espacio de las diferentes plataformas digitales, para poder tener una idea más clara y abierta de lo que se está usando hoy en día en las redes sociales, en lo cual se encontró una gran variedad de estilos, composiciones gráficas de acuerdo a la gran cantidad de marcas que hay en el mercado, siendo estas los medios de comunicación, marcas multinacionales, locales, etc.

3.3.5.2. Revisión de formas geométricas

Se probó distintas composiciones geométricas, junto con el logo de la empresa y sus colores, se obtuvieron tres opciones, para presentarlos al dueño y gerente de la empresa, y así ellos puedan elegir la mejor opción para la publicidad en redes.

3.3.5.3. Prueba de composiciones gráficas

Se realizaron varios modelos, en los cuales se combinó, figuras geométricas, colores, tipografía, que representan la historia y trayectoria del medio de comunicación.

3.3.5.4 Pruebas de boceto

Se eligió las figuras geométricas para los trabajos finales de los tres modelos que se presentó a los directivos de la empresa, aplicando los colores que identifican a la emisora, la tipografía correcta, combinándola con las diferentes informaciones y eventos que la radio quiere promover a sus clientes, y a la sociedad, obteniendo así un gran resultado.

3.3.6. Fase 3: Implementación

3.3.6.1. Aplicación de la línea gráfica

Luego de la presentación de los bocetos a los directivos de la misma, eligieron la opción más acertada, para publicitar la radio en los medios digitales y así atraer más clientes, oyentes.

3.3.6.2. Diseño de publicidad digital

Se elaboró el diseño final de la línea gráfica, cogiendo el azul y amarillo como colores principales, la tipografía arial de color blanco porque resalta y se aprecia una mejor lectura, y se ubicó el logotipo de la empresa en la parte inferior del lado izquierdo.

3.3.6.3. Tamaño de la publicidad

Se eligió los diferentes tamaños de la publicidad tomando en cuenta las directrices o parámetros de las diferentes redes sociales, la medida recomendable para publicidades en las diferentes redes sociales siendo estas Facebook, Instagram, y twitter es de 1080 X 1080 px.

3.3.6.4. Socialización de la línea gráfica

Publicamos la línea grafica ya establecida en las diferentes redes sociales de la empresa, para conocer la reacción de los clientes, sobre la nueva imagen de la radio.

FACTIBILIDAD DE APLICACIÓN

3.4.1 Factibilidad administrativa

La radio se encuentra disponible a hacer uso de las publicidades en sus comunicaciones como redes sociales, páginas web y otras aplicaciones publicitarias en su mayoría digitales.

3.4.2 Factibilidad económica

La radio ya tiene una marca posesionada en los medios de comunicación, y el beneficio económico es la captación de nuevos clientes, que desean que su marca o evento, tengan mayor presencia y exposición a nivel nacional e internacional.

3.4.3 Factibilidad legal

El diseño de la línea grafica para la publicidad en redes sociales de la radio, no está basada en otras composiciones graficas ya que fueron realizadas de acuerdo a la historia propia del medio de comunicación.

La composición tiene formas que se crearon desde cero, no comparten ni forma ni

color de otro tipo de publicidad, por lo cual no infringe derecho de autor.

RESULTADOS ESPERADOS CON LA APLICACIÓN DE LA PROPUESTA

Una vez desarrollado este proyecto, se espera tener una comunicación amigable con los clientes, y al mismo tiempo lograr dar a conocer de una manera más eficaz los diferentes productos y servicios que las marcas quieran presentar en los medios digitales.

Este proyecto también tiene la finalidad de abarcar la mayor cantidad de clientes que circulan diariamente en las redes sociales, ya que, son un número importante de visualizaciones de los diferentes productos que se desea promocionar, teniendo la posibilidad de revisar dicha publicidad en cualquier momento del día.

CONCLUSIONES

Reconocer la importancia que una marca, servicio o medio de comunicación tenga una línea grafica establecida, para la publicidad en redes sociales, asegura su fácil ubicación en las diferentes plataformas digitales, ya que se pueden identificar fácilmente.

Tener una identidad visual como la línea grafica fortalece una marca, razón importante para tenerla definida debido a que con la cual se puede construir una campaña de difusión masiva, dirigida a la comunidad para llegar de manera clara y amigable correctamente con el mensaje deseado.

Construir de manera adecuada la identidad visual de una empresa, consiste en diseñar de forma correcta, que todos los elementos interactúen entre sí de manera eficaz para lograr posesionar la marca o un servicio en redes sociales, para que tenga la capacidad de llegar de manera masiva al universo de las plataformas digitales, tomando en cuenta el tráfico de usuarios que circula en el mismo.

RECOMENDACIONES

Tener una línea gráfica para la publicidad en redes sociales, proporcionara que se distinga a primera vista la identidad de la empresa, ya que, no es solo una cuestión de estética o de diseño, se quiere lograr que la comunidad de visitantes en las redes sociales del medio de comunicación, que los clientes tengan la facilidad de conocernos.

Tener una línea grafica establecida va a permitir atraer a más público, y así tener más presencia visual en los sitios que en la actualidad se quiere estar presente, demostrando variedad y versatilidad estando a la altura de las exigencias que demanda la sociedad hoy en día.

Entendamos que tener una buena línea gráfica, nos da identidad en este caso a la emisora radial, ya que, así se va a diferenciar de otros medios de comunicación, se recomienda que toda empresa debe tener una línea grafica atractiva, llamativa y fácil de encontrar para la comunidad de visitantes en las redes sociales.

Es importante que la línea grafica vaya acorde s la historia de la marca de la empresa, en este caso CRE Satelital, un medio de comunicación con una larga trayectoria en el sector de la comunicación, teniendo en el mercado más de 70 años.

Para la elaboración de la línea grafica de una empresa se recomienda que los colores tradicionales de la misma, sean respetados, para que así la comunidad de visitantes se identifique inmediatamente.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

HISTORIA DE LA PUBLICIDAD

<https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/publicidad-historia.htm>

file:///C:/Users/Ivonne%20Suarez/Downloads/26-Art%C3%ADculo_manuscrito_ensayo-338-2-10-20191121.pdf

<https://es.linkedin.com/pulse/la-importancia-de-publicidad-en-las-redes-sociales-ga%C3%B1an-fernandez>

HISTORIA DE LA LINEA GRAFICA

<https://www.keysocialmediapy.com/post/lineagrafica>

http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2588-09342019000200125

HISTORIA DE LAS REDES SOCIALES

<https://www.indosmedia.com/historia-redes-sociales/>

<https://blog.hootsuite.com/es/breve-historia-de-las-redes-sociales/>

<https://escuela.marketingandweb.es/publicidad-en-redes-sociales/>

PUBLICIDAD EN REDES

https://www.linkedin.com/posts/victorganan_la-importancia-de-la-publicidad-en-las-redes-activity-6878651202549235712-Ea9J

<https://www.grupoendor.com/publicidad-redes-sociales/>

<https://www.damos.co/blog/redes-sociales/publicidad-en-redes-sociales-que-es-y-como-optimizarla>

NAOMI CONTRERAS

<https://blog.hootsuite.com/es/publicidad-en-redes-sociales/>

NEREA BOADA

<https://coffeesp.com/AL/post-mundo-noticias-390535592887/>

COSTA J. FUENTES 2007

<https://libros.ecotec.edu.ec/index.php/editorial/catalog/download/50/45/659-1?inline=1>

NORBERTO MINGUEZ 2010

<https://www.ucm.es/data/cont/media/www/pag-18454/CV%20Norberto%20Master.pdf>

ANEXOS

Entrevista

Entrevista con el ing. **Antonio Guerrero** gerente general de Radio CRE Satelital.

1.- ¿Ing. Guerrero Radio CRE Satelital que tiempo tiene funcionando como medio de comunicación?

R.// La radio tiene ya 81 años de existencia, fundada por mi padre Don Rafael Guerrero Valenzuela en 1940.

2.- ¿Su famoso logo como nace, que significa CRE?

R.// como medio de comunicación radial para la época, se relaciona a la radio, micrófono, parlantes, objetos básicos, fuimos pioneros en emitir nuestra señal por satélite, CRE significa **COMPAÑÍA DE RADIO ECUATORIANA**, es por eso que nuestro logo tiene un satélite, fuimos los primeros en optar por esa tecnología, que nos permitió ser líderes en la comunicación radial.

3.- ¿Ingeniero Guerrero, que le gustaría que tenga la línea grafica para las publicidades de la radio en redes sociales?

R.// Me gustaría que se utilizara como base su logo el cual ya tenemos representando los colores tradicionales de la radio ya que son colores que claramente nos identifican.

4.- ¿En la actualidad tener una identidad visual es muy importante, CRE debe ir a la par de la evolución de las formas de comunicación?

R.// Claro que CRE Satelital es parte de la historia de este país ya que hemos cubierto eventos históricos de la Republica del Ecuador, como medio de comunicación debe ir a la par de la evolución, ya que al estar actualizados nos permite seguir vigentes y competir con el demás medio de comunicación que existen.

5.- ¿Las formas de comunicar evolucionaron y la radio debe apuntar a optar a tener otras maneras de comunicación, ud., cree que las redes sociales entran en esta misión?

R.// Claramente las redes sociales tienen un poder de llegar a millones de personas en minutos y debemos aprovechar esa herramienta de difusión, y el tener una línea grafica definida nos ayudaría a posesionarnos con más fuerza en este universo de las redes sociales.

**ENCUESTA DE “CREACIÓN DE LA LÍNEA GRAFICA PARA LA
PUBLICIDAD DE RADIO CRE SATELITAL EN LAS REDES SOCIALES”**

Aplicada por el sr. Carlos Eduardo Benítez Martillo.

1.- Sabe Ud., en que consiste la identidad grafica del medio de comunicación.

- 1. Si**
- 2. No**

2.- Está de acuerdo usted que los medios de comunicación en general tengan identidad gráfica.

- 1. Si**
- 2. No**

3.- En algún momento en las redes sociales ha identificado la publicidad mediante la identidad grafica de una empresa.

- 1. Si**
- 2. No**

4.- Le gustaría poder identificar la identidad gráfica de Radio CRE Satelital en una publicidad en las redes sociales.

- 1. Si**
- 2. No**

5.- Le gustaría que la publicidad en redes sociales tenga una estructura definida y tipografía concreta para Radio CRE Satelital.

- 1. De Acuerdo**
- 2. No De Acuerdo**

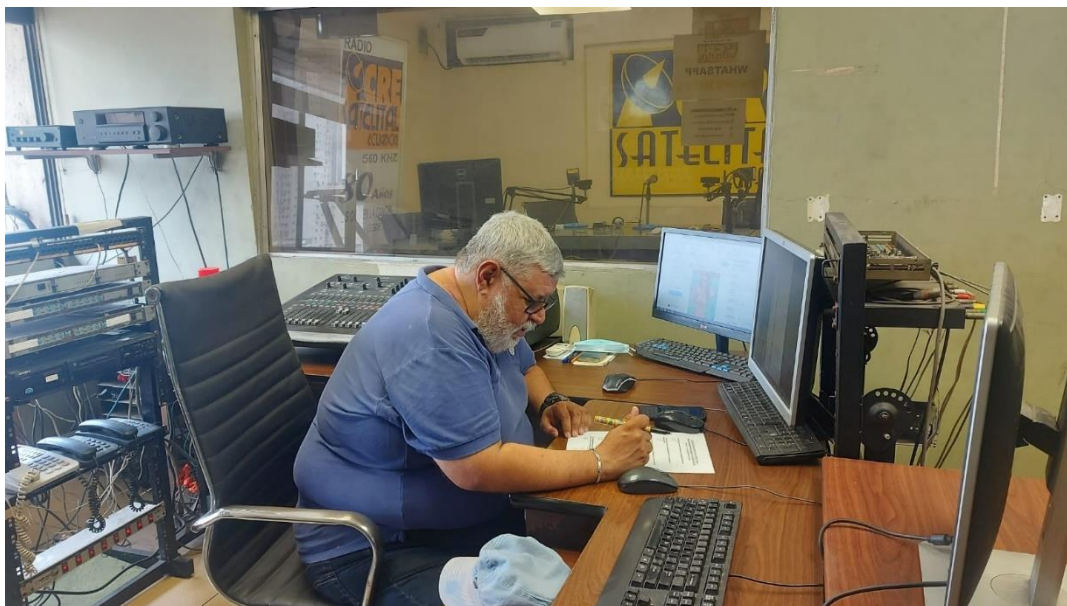
6.- Cree Ud., que el tema de una línea gráfica definida para Radio CRE Satelital sería más agradable para los asistentes al informarse de noticias y eventos.

- 1. Si**
- 2. No**

7.- Sería importante para un medio de comunicación tener definida su identidad gráfica para tener una mejor relación con su comunidad de oyentes.

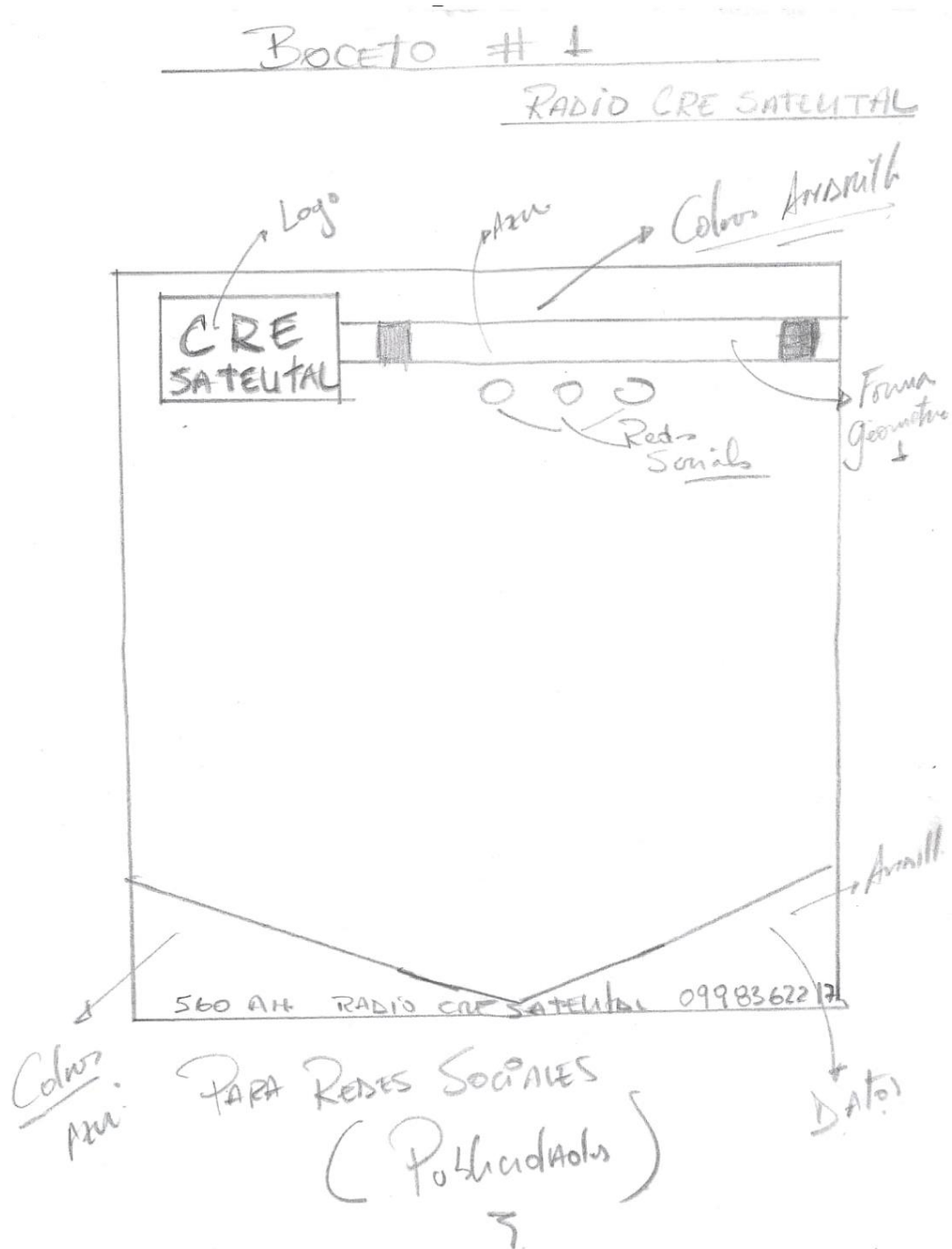
- 1. Si**
- 2. No**

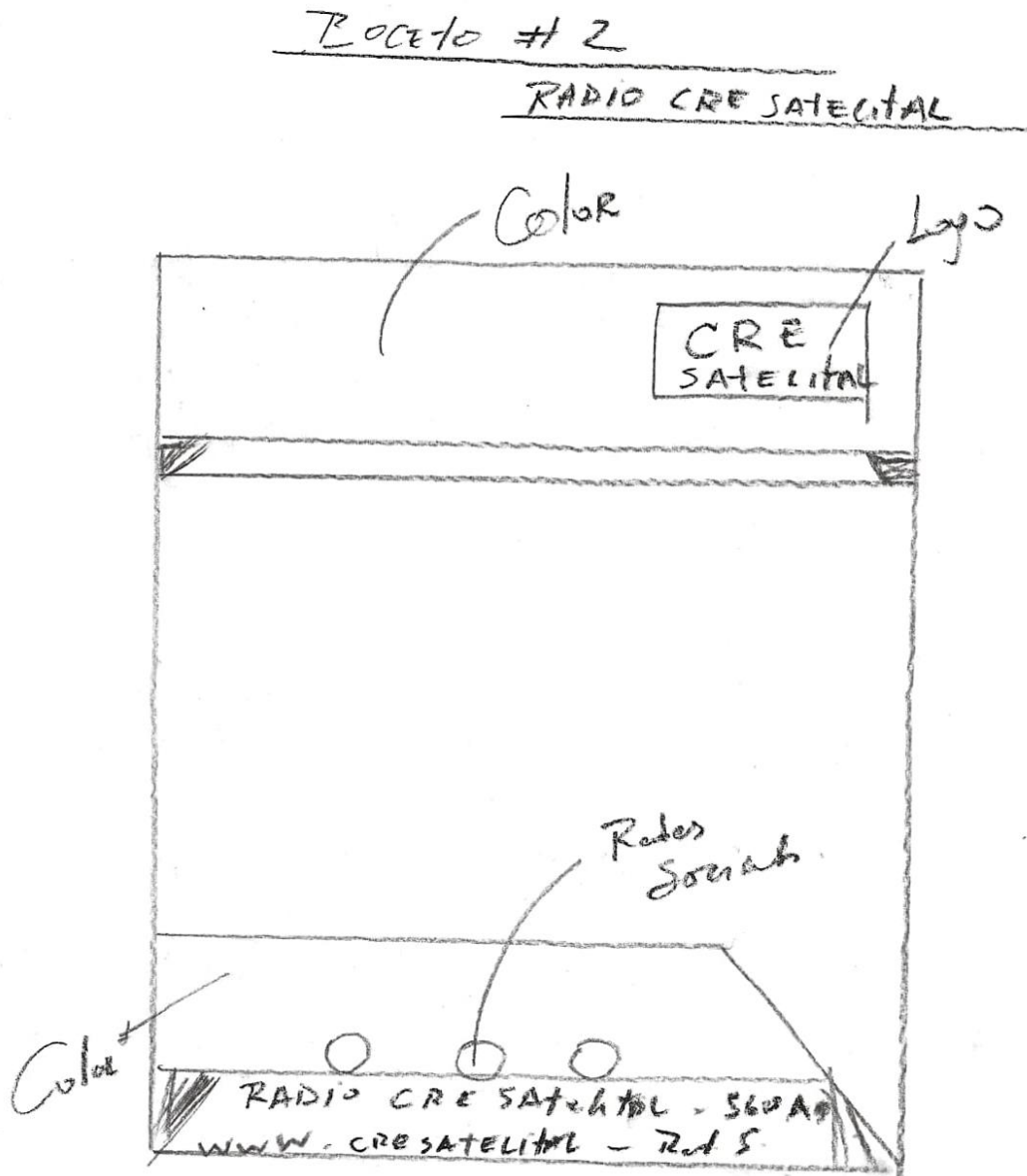
FOTOS DE ENCUESTA A PARTE DEL PERSONAL DE LA RADIO CRE SATELITAL



BOCETOS

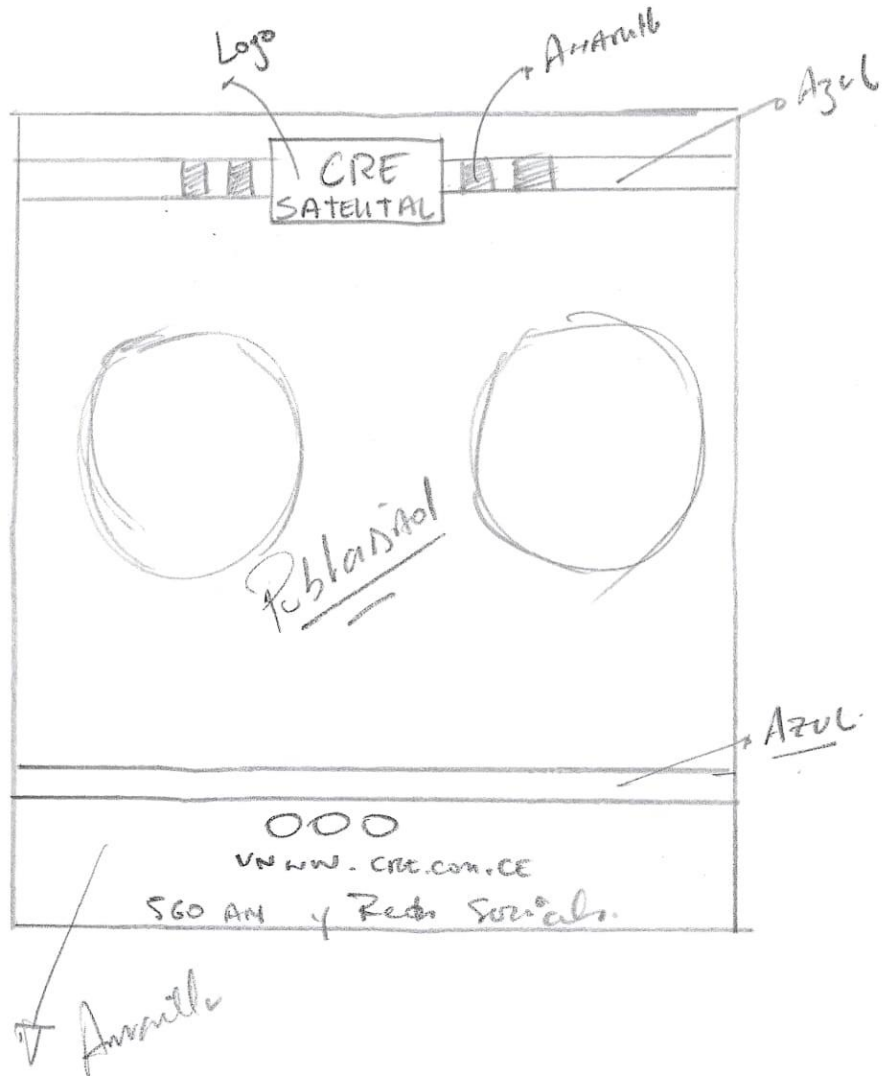
BOCETO # 1





BOCETO # 3.

RADIO CRE SATELITAL



PRODUCTO FINAL: DISEÑO DE PUBLICIDAD DIGITAL

PUBLICIDAD EN DEPORTES

FASE 1  **FECHA**

   **VS**

ESTADIO MONUMENTAL -20H00
11 - 5 - 22

www.cre.com.ec

ESCUCHANOS POR EL 560 AM A NIVEL NACIONAL Y SIGUENOS POR TODAS NUESTRAS REDES SOCIALES

17H15  **25 / MAYO / 2022**

ESTADIO CENTENARIO
SUDAMERICANA

www.cre.com.ec

ESCUCHANOS POR EL 560 AM - A NIVEL NACIONAL Y EN TODAS NUESTRAS REDES SOCIALES

PUBLICIDAD EN NOTICIAS



DEPORTE NACIONAL

COMISIÓN DEPORTE PARA TODOS PRESENTÓ CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

CRE SATELITAL ECUADOR

@Cresatelitalecu

CRE Satelital TV



DEPORTE INTERNACIONAL

PARA 2026, EL FÚTBOL SERÁ EL DEPORTE NÚMERO UNO, GIANNI INFANTINO

CRE SATELITAL ECUADOR

@Cresatelitalecu

CRE Satelital TV