



**TECNOLÓGICO SUPERIOR
CORDILLERA**

CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

**DISEÑO DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL PARA PROMOCIONAR
LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA MADERAS CREATIVAS, EN LA CIUDAD
DE QUITO, BASADO EN EL USO DE LA HERRAMIENTA DE REALIDAD
AUMENTADA.**

**Trabajo de Titulación previo la obtención del título de
Tecnólogo en Diseño Gráfico.**

Tipo de Trabajo de Titulación:

I+D+i (Investigación + Desarrollo + Innovación)

Autor: Ariana Elizabeth Raza Alvarado

Tutor: Ing. Gonzalo Quezada

Quito, Enero 2020

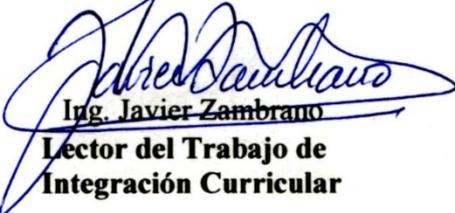
ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Quito, 4 de Diciembre del 2019

El equipo asesor del trabajo de Integración curricular del Sr. (Srta.) **RAZA ALVADADO ARIANA ELIZABETH** de la carrera de Diseño Gráfico, cuyo tema de investigación fue: **DISEÑO DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL PARA PROMOCIONAR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA MADERAS CREATIVAS , EN LA CIUDAD DE QUITO, BASADO EN EL USO DE LA HERRAMIENTA DE REALIDAD AUMENTADA.**, una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas; adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito, resuelve: **APROBAR** el Trabajo de Integración curricular, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.



Ing. Gonzalo Quezada
Tutor del Trabajo de Integración Curricular



Ing. Javier Zambrano
Lector del Trabajo de Integración Curricular



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
CONSEJO DE CARRERA
DISEÑO GRÁFICO
Ing. Raquel Andrade, Msc.
Delegado de la Unidad de Integración Curricular de la Carrera



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
DIRECCIÓN DE CARRERA
DISEÑO GRÁFICO
Ing. Lizeth Guerrero, Msc.
Director(a) de Carrera

CAMPUS 1 - MATRIZ

Av. de la Prensa N45-268 y Logroño
Teléfono: 2255460 / 2269900
E-mail: instituto@cordillera.edu.ec
Pág. Web: www.cordillera.edu.ec
Quito - Ecuador

CAMPUS 2 - LOGROÑO

Calle Logroño Oe 2-84 y
Av. de la Prensa (esq.)
Edif. Cordillera
Telfs.: 2430443 / Fax: 2433649

CAMPUS 3 - BRACAMOROS

Bracamoros N15 - 163
y Yacuambí (esq.)
Telf.: 2262041

CAMPUS 4 - BRASIL

Av. Brasil N46-45 y
Zamora
Telf.: 2246036

CAMPUS 5- YACUAMBÍ

Yacuambí
Oe2-36 y
Bracamoros.
Telf: 2249994

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, **Ariana Elizabeth Raza Alvarado**, declaro bajo juramento que la investigación es absolutamente original, autentica, es de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas, resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.



Ariana Elizabeth Raza Alvarado

C.C: 171739087-4

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, **Ariana Elizabeth Raza Alvarado** portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. **171739087-4** de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: “En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.”, otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado **Diseño de un plan de comunicación integral para promocionar los productos de la Empresa Maderas Creativas, en la ciudad de Quito, basado en el uso de la herramienta de realidad aumentada** con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.



Ariana Elizabeth Raza Alvarado

C.C: 171739087-4

Quito, 02 de octubre del 2019

DEDICATORIA

Este proyecto está dedicado principalmente a mi familia: mi madre Jimena Alvarado, mis abuelitos Alonso Alvarado y Marcia Novillo quienes, con cada palabra, cada consejo me ha sabido guiar en cada momento para llegar a donde en este momento me encuentro.

Se los dedico a mis tíos y primos quienes siempre han puesto un granito de arena en mi camino para cumplir mis metas y además se convirtieron en una inspiración para mí.

A mi padre quien a pesar de la distancia aportó con un granito de arena a una parte de este logro.

Lo dedico también a mis docentes quienes día tras día me impartieron sus conocimientos de la mejor manera siempre enseñándome a poner mi mejor esfuerzo en lo que realice.

A mis amigos quienes compartieron conmigo en un aula de clases durante 3 años y que supieron brindar un apoyo en los trabajos asignados durante la carrera y pusieron siempre su empeño para que todo salga de la mejor manera.

AGRADECIMIENTO

Agradezco siempre primero a Dios por permitirme llegar hasta este momento, a mi madre quien durante toda mi vida ha sido un pilar fundamental en mi formación y de quien he recibido todo su apoyo en todo sentido, a mis abuelitos quienes se han convertido en unos segundos padres para mí, a mis tíos y primos quienes me ayudaron a levantarme en cada obstáculo que se ha presentado durante mi camino.

Agradezco también a mi gran amigo y compañero de clase quien con gran paciencia me ha ayudado en los momentos difíciles con un consejo y con quien espero llevar una amistad durante muchos años.

A mi tutor y profesor el Ing. Gonzalo Quezada quien con su guía ha sabido impartir sus conocimientos con gran paciencia y dedicación.

Finalmente agradezco al Sr. Franklin Duarte, gerente general de la empresa Maderas Creativas, por todo el apoyo entregado a la realización del presente proyecto, con cada aporte y la flexibilidad de entregar información acerca de su empresa para concluir de la mejor manera el trabajo presentado.

ÍNDICE GENERAL

DECLARACIÓN DE AUTORÍA	i
LICENCIA DE USO NO COMERCIAL	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
ÍNDICE GENERAL	v
ÍNDICE DE FIGURAS.....	vii
ÍNDICE DE TABLAS	xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xii
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xiii
RESUMEN.....	xiv
ABSTRACT	xv
Capítulo I.....	1
1. Antecedentes.....	1
1.01. Contexto.....	1
1.02. Justificación	4
1.03. Definición del Problema Central.....	4
Capítulo II.....	5
2. Análisis de Involucrados	5
2.01. Mapeo de Involucrados	5
2.02. Matriz de Análisis de Involucrados.....	6
Capítulo III.....	7
3. Problemas y Objetivos	7
3.01. Árbol de Problemas.....	7
3.02. Árbol de Objetivos	8
Capítulo IV	9
4. Análisis de Alternativa.....	9
4.01. Matriz De Análisis De Alternativas	9
4.02. Matriz De Análisis De Impacto De Los Objetivos	12
4.03. Diagrama de Estrategias	13
4.04. Matriz de Marco Lógico (MML)	14

Capítulo V	24
5. Propuesta	24
5.01. Antecedentes de la herramienta o metodología que propone como solución.....	24
5.02. Descripción de la Herramienta.....	27
5.03. Formulación del proceso de aplicación	40
Capítulo VI.....	102
6. Aspectos Administrativos.....	102
6.01. Recursos.....	102
6.02. Presupuesto	103
6.03. Cronograma	104
Capítulo VII.....	105
7. Conclusiones y Recomendaciones.....	105
7.01. Conclusiones	105
7.02. Recomendaciones.....	106
Bibliografía.....	107
Anexos.....	108

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. <i>Mapa de Involucrados</i>	5
Figura 2. <i>Árbol de Problemas</i>	7
Figura 3. <i>Árbol de Objetivos</i>	8
Figura 4. <i>Matriz de Análisis de Alternativa</i>	9
Figura 5. <i>Localización del Proyecto</i>	11
Figura 6. <i>Diagrama de Estrategias</i>	13
Figura 7. <i>Modelo de Encuesta</i>	27
Figura 8. <i>Mapa de Contenidos Catálogo</i>	41
Figura 9. <i>Página 1 y 2</i>	53
Figura 10. <i>Página 3 y 4</i>	53
Figura 11. <i>Página 5 y 6</i>	54
Figura 12. <i>Página 7 y 8</i>	54
Figura 13. <i>Página 9 y 10</i>	55
Figura 14. <i>Página 11 y 12</i>	55
Figura 15. <i>Página 13 y 14</i>	56
Figura 16. <i>Página 15 y 16</i>	56
Figura 17. <i>Página 17 y 18</i>	57
Figura 18. <i>Página 19 y 20</i>	57
Figura 19. <i>Página 21 y 22</i>	58
Figura 20. <i>Página 23 y 24</i>	58
Figura 21. <i>Página 25 y 26</i>	59
Figura 22. <i>Página 27 y 28</i>	59
Figura 23. <i>Página 29 y 30</i>	60
Figura 24. <i>Página 31 y 32</i>	60
Figura 25. <i>Página 33 y 34</i>	61
Figura 26. <i>Página 35 y 36</i>	61
Figura 27. <i>Portada Externa MDF</i>	62
Figura 28. <i>Contraportada Externa MDF</i>	62
Figura 29. <i>Diagramación Página 1 y 2</i>	63
Figura 30. <i>Diagramación Página 3 y 4</i>	63
Figura 31. <i>Diagramación Página 5 y 6</i>	64

Figura 32. <i>Diagramación Página 7 y 8</i>	64
Figura 33. <i>Diagramación Página 9 y 10</i>	65
Figura 34. <i>Diagramación Página 11 y 12</i>	65
Figura 35. <i>Diagramación Página 13 y 14</i>	66
Figura 36. <i>Diagramación Página 15 y 16</i>	66
Figura 37. <i>Diagramación Página 17 y 18</i>	67
Figura 38. <i>Diagramación Página 19 y 20</i>	67
Figura 39. <i>Diagramación Página 21 y 22</i>	68
Figura 40. <i>Diagramación Página 23 y 24</i>	68
Figura 41. <i>Diagramación Página 25 y 26</i>	69
Figura 42. <i>Diagramación Página 27 y 28</i>	69
Figura 43. <i>Diagramación Página 29 y 30</i>	70
Figura 44. <i>Diagramación Página 31 y 32</i>	70
Figura 45. <i>Diagramación Página 33 y 34</i>	71
Figura 46. <i>Diagramación Página 35 y 36</i>	71
Figura 47. <i>Logotipo</i>	72
Figura 48. <i>Grafimetría Logotipo</i>	72
Figura 49. <i>Portada MDF Catálogo</i>	74
Figura 50. <i>Maquetación Página 1 y 2</i>	74
Figura 51. <i>Maquetación Página 3 y 4</i>	75
Figura 52. <i>Maquetación Página 5 y 6</i>	75
Figura 53. <i>Maquetación Página 7 y 8</i>	76
Figura 54. <i>Maquetación Página 9 y 10</i>	76
Figura 55. <i>Maquetación Página 11 y 12</i>	77
Figura 56. <i>Maquetación Página 13 y 14</i>	77
Figura 57. <i>Maquetación Página 15 y 16</i>	78
Figura 58. <i>Maquetación Página 17 y 18</i>	78
Figura 59. <i>Maquetación Página 19 y 20</i>	79
Figura 60. <i>Maquetación Página 21 y 22</i>	79
Figura 61. <i>Maquetación Página 23 y 24</i>	80
Figura 62. <i>Maquetación Página 25 y 26</i>	80
Figura 63. <i>Maquetación Página 27 y 28</i>	81
Figura 64. <i>Maquetación Página 29 y 30</i>	81

Figura 65. <i>Maquetación Página 31 y 32</i>	82
Figura 66. <i>Maquetación Página 33 y 34</i>	82
Figura 67. <i>Maquetación Página 35 y 36</i>	83
Figura 68. <i>Realidad Aumentada Carrusel</i>	83
Figura 69. <i>Realidad Aumentada Porta Donas</i>	83
Figura 70. <i>Realidad Aumentada Charol Redondo</i>	84
Figura 71. <i>Realidad Aumentada Casa para Sobres</i>	84
Figura 72. <i>Realidad Aumentada Letras Pintadas</i>	84
Figura 73. <i>Realidad Aumentada Caja para Chocolates</i>	85
Figura 74. <i>Realidad Aumentada Portavelas</i>	85
Figura 75. <i>Realidad Aumentada Decoración Novios</i>	85
Figura 76. <i>Realidad Aumentada Florero</i>	86
Figura 77. <i>Realidad Aumentada Letras Impresas</i>	86
Figura 78. <i>Realidad Aumentada Caja Láser Recuerdo</i>	86
Figura 79. <i>Realidad Aumentada Base para Bocaditos</i>	87
Figura 80. <i>Realidad Aumentada Candy Bar</i>	87
Figura 81. <i>Realidad Aumentada Árbol para Bocaditos</i>	87
Figura 82. <i>Realidad Aumentada Base para Bocaditos Gradadas</i>	88
Figura 83. <i>Realidad Aumentada Caja Musical</i>	88
Figura 84. <i>Realidad Aumentada Carrosa</i>	88
Figura 85. <i>Realidad Aumentada Cilindros</i>	89
Figura 86. <i>Realidad Aumentada Letrero</i>	89
Figura 87. <i>Realidad Aumentada Torre para Bocaditos</i>	89
Figura 88. <i>Realidad Aumentada Ánfora</i>	90
Figura 89. <i>Realidad Aumentada Carretilla para Sobres</i>	90
Figura 90. <i>Realidad Aumentada Baúl</i>	90
Figura 91. <i>Realidad Aumentada Mini Candy Bar</i>	91
Figura 92. <i>Realidad Aumentada Vinera</i>	91
Figura 93. <i>Realidad Aumentada Caja para Sobres</i>	91
Figura 94. <i>Realidad Aumentada Letrero Sobrepuesto</i>	92
Figura 95. <i>Realidad Aumentada Casa para Sobres con Ventanas</i>	92
Figura 96. <i>Realidad Aumentada Caja para Arena</i>	92
Figura 88. <i>Tarjeta de Presentación</i>	94

Figura 89. <i>Diseño Flyer</i>	97
Figura 90. <i>Diseño Roll Up</i>	98
Figura 91. <i>Diseño Publicación Redes Sociales</i>	99

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Matriz T</i>	4
Tabla 2. <i>Matriz de Análisis de Involucrados</i>	6
Tabla 3. <i>Matriz de Análisis de Impacto de los Objetivos</i>	12
Tabla 4. <i>Revisión de Criterios</i>	14
Tabla 5. <i>Selección de Indicadores</i>	15
Tabla 6. <i>Medios de Verificación</i>	17
Tabla 7. <i>Supuestos</i>	19
Tabla 8. <i>Matriz de Marco Lógico (MML)</i>	21
Tabla 9. <i>Pregunta 1 Encuesta</i>	28
Tabla 10. <i>Pregunta 2 Encuesta</i>	29
Tabla 11. <i>Pregunta 3 Encuesta</i>	30
Tabla 12. <i>Pregunta 4 Encuesta</i>	31
Tabla 13. <i>Pregunta 5 Encuesta</i>	32
Tabla 14. <i>Pregunta 6 Encuesta</i>	33
Tabla 15. <i>Pregunta 7 Encuesta</i>	34
Tabla 16. <i>Pregunta 8 Encuesta</i>	35
Tabla 17. <i>Pregunta 9 Encuesta</i>	36
Tabla 18. <i>Pregunta 10 Encuesta</i>	37
Tabla 19. <i>Pregunta 11 Encuesta</i>	38
Tabla 20. <i>Pregunta 12 Encuesta</i>	39
Tabla 21. <i>Índice de Imágenes</i>	42
Tabla 22. <i>Estilos Tipográficos Catálogo</i>	52
Tabla 23. <i>Colores corporativos</i>	73
Tabla 24. <i>Medios Principales</i>	100
Tabla 25. <i>Medios Secundarios</i>	100
Tabla 26. <i>Medios Auxiliares</i>	100
Tabla 27. <i>Flow Chart</i>	101
Tabla 28. <i>Gastos Operativos</i>	103
Tabla 29. <i>Aplicación del Proyecto</i>	104
Tabla 30. <i>Cronograma</i>	104

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. <i>Porcentaje Pregunta 1 Encuesta</i>	28
Gráfico 2. <i>Porcentaje Pregunta 2 Encuesta</i>	29
Gráfico 3. <i>Porcentaje Pregunta 3 Encuesta</i>	30
Gráfico 4. <i>Porcentaje Pregunta 4 Encuesta</i>	31
Gráfico 5. <i>Porcentaje Pregunta 5 Encuesta</i>	32
Gráfico 6. <i>Porcentaje Pregunta 6 Encuesta</i>	33
Gráfico 7. <i>Porcentaje Pregunta 7 Encuesta</i>	34
Gráfico 8. <i>Porcentaje Pregunta 8 Encuesta</i>	35
Gráfico 9. <i>Porcentaje Encuesta Pregunta 9</i>	36
Gráfico 10. <i>Porcentaje Pregunta 10 Encuesta</i>	37
Gráfico 11. <i>Porcentaje Pregunta 11 Encuesta</i>	38
Gráfico 12. <i>Porcentaje Pregunta 12 Encuesta</i>	39

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. <i>Visualización Realidad Aumentada</i>	108
--	-----

RESUMEN

Maderas Creativas es una empresa ubicada en el centro norte de la ciudad de Quito, en el sector de Santa Clara, esta empresa está dedicada desde sus inicios en la realización de trabajos en madera de manera artesanal, con el transcurso de los años la empresa ha ido creciendo en cuanto a tecnología se refiere implementando actividades como corte y grabado en máquinas láser, impresión UV y corte en máquina CNC router.

La empresa se ve en la necesidad de implementar un catálogo de productos para sus clientes, con lo cual se ha decidido realizar uno incluyendo una tecnología interactiva dentro de la misma como lo es la Realidad Aumentada, que se refiere a la visualización de un objeto en 360 grados que se genera escaneando un marcador o imagen a través de aplicaciones en un dispositivo móvil.

Como otra de las estrategias de publicidad de la empresa se realiza otros tres tipos de artes gráficas como son un roll up, el cual utiliza la misma herramienta que el catálogo y atrayendo al grupo objetivo que circule por el sector donde se encuentra el punto de venta; un flyer que informará a sus clientes cuáles son los servicios que la empresa ofrece, este flyer tendrá códigos QR los cuales estarán anclados a videos demostrativos de los trabajos que se realiza y para culminar publicidades en redes sociales, los cuales informarán el uso del producto presentado, a través de este medio se busca generar un mayor alcance hacia el grupo objetivo y que en unión al resto de estrategias se genere un incremento de ventas de la empresa.

Palabras clave: Artesanal, tecnología, corte láser, realidad aumentada, publicidad.

ABSTRACT

Maderas Creativas is a company located in the north center of the city of Quito, in the sector of Santa Clara, this company is dedicated since its inception in the realization of woodwork in an artisanal way, over the years the company has It has been growing in terms of technology, implementing activities such as cutting and engraving in laser machines, UV printing and CNC router cutting.

The company is in need of implementing a catalog of products for its customers, which has decided to make one including an interactive technology within it as is the Augmented Reality, which refers to the display of an object in 360 degrees that is generated by scanning a marker or image through applications on a mobile device.

As another of the advertising strategies of the company there are three other types of graphic arts such as a roll up, which uses the same tool as the catalog and attracting the target group that circulates in the sector where the point of sale is located ; A flyer that will inform its customers what are the services that the company offers, this flyer will have QR codes which will be anchored to demonstration videos of the work being done and to culminate advertising on social networks, which will inform the use of the product presented , through this means it is sought to generate a greater reach towards the target group and that in conjunction with the rest of the strategies an increase in sales of the company will be generated.

Keywords: Craftsmanship, technology, laser cutting, augmented reality, advertising.

Capítulo I

1. Antecedentes

1.01. Contexto

En un mundo donde todos necesitamos estar informados y donde la comunicación es un elemento importante para los seres humanos. Baak (2010) afirma: “La comunicación puede definirse como transmitir, recibir y procesar información. Cuando una persona, grupo u organización intenta transmitir una idea o mensaje, la comunicación ocurre cuando el receptor (otra persona o grupo) puede comprender la información” (p.6).

Tomando en cuenta este concepto de comunicación tenemos como componente de este a la publicidad o propaganda la cual, con la evolución y el desarrollo del comercio y la libre competencia, nace la necesidad de diferenciar las mercancías y productos, y el hombre comienza a utilizar la imagen y el arte de saber escribir. Empieza a crear palabras y mensajes con fines persuasivos. Se intenta vender productos y también vender ideas. Además de que la misma se sitúa como agente intermediario entre la producción y el consumo (Nieto, 2017, p. 22).

Dentro de los tipos de publicidad tenemos:

Publicidad tradicional: La cual genera mayor confianza en el grupo objetivo y entre las cuales podemos encontrar la publicidad en prensa, publicidad exterior, publicidad directa, etc.

Publicidad digital: Este tipo de publicidad permite llegar a un grupo objetivo más amplio, pues con la existencia del internet y las nuevas tecnologías, cualquier persona puede tener acceso este medio.

La publicidad para una empresa como Maderas creativas es de vital importancia por el tipo de productos y servicios que ofrece.

Maderas Creativas es una empresa con 18 años de experiencia en el mercado artesanal y se ha especializado en la fabricación de artículos en madera, enfocadas en la creación, decoración, innovación y productividad.

Su campo de acción trabaja juntamente con herramientas artesanales como:

Carpintería: Es una actividad artesanal donde se cambia la forma y el aspecto de la madera, para de esta manera crear nuevos objetos que sean útiles para los seres humanos, en parte de este proceso se utiliza herramientas eléctricas para ciertos acabados necesarios en este tipo de actividad (Concepto Definición, 2019).

Lacado: Esta actividad consiste en cubrir el objeto con una pintura o laca sintética a través de herramientas como sopletes a base de aire para que este proceso sea uniforme y de mayor calidad (Emoble, 2019).

Con la existencia de las nuevas tecnologías a este tipo de trabajos que se realizan de manera artesanal se ha implementado herramientas digitales para la creación de artículos de mejor calidad y con un mayor detalle de acabado.

Entre las herramientas utilizadas en la empresa se encuentran:

Corte láser: Un láser puede ser definido como una fuente luz. Sin embargo, la luz que el mismo genera tiene propiedades que la diferencian de las luces que vienen de fuentes convencionales, convirtiéndola en más útil y manejable. Bachs, Cuesta, Carles (1988)

Esta herramienta como aplicación a la madera nos permite realizar cortes, grabados y tallados sobre el material, el diseño se los realiza mediante vectores simples en los programas de diseño como Illustrator, AutoCAD, CorelDraw, etc., para luego el mismo ser exportado al programa de la maquina laser y regular valores como potencia de la luz y la velocidad de corte para el material establecido, este método permite realizar cortes precisos para la aplicación que sea requerido.

Impresión UV: La impresión UV es realizada con tintas solventes en una máquina cama plana, esto permite realizar el trabajo sobre materiales rígidos y con la facilidad de plasmar detalles mínimos en materiales que comúnmente se realizaba manualmente.

Un modelado 3d para el trabajo realizado por la empresa Maderas Creativas es muy funcional bajo el concepto de que el modelado 3d es una representación de los objetos en tres dimensiones, pudiendo ser representado en una pantalla como imagen bidimensional con un proceso conocido como rendering o bien como objeto físico, a través de una impresora 3d. (Ortega, 2017)

Sin embargo, con el avance de la tecnología hoy en día también se puede visualizar un modelado 3d en realidad aumentada.

Según se afirma El concepto de realidad aumentada (en inglés Augmented Reality o AR) está relacionado directamente con esta última característica, es decir, en cómo la tecnología puede ayudarnos a enriquecer nuestra percepción de la realidad, haciendo referencia a los sentidos humanos a través de los cuales percibimos el mundo que nos rodea (Telefónica, 2011).

1.02. Justificación

En el presente proyecto se da a conocer los productos y servicios con los que cuenta la empresa Maderas Creativas, la cual está enfocada a realizar trabajos en MDF que tiene como problemática una falta de conocimiento del grupo objetivo acerca de los servicios que esta empresa ofrece.

Maderas Creativas cuenta con maquinaria para realizar trabajos en corte y grabado láser en madera, impresión UV, así como también la misma realiza una fusión de estos instrumentos tecnológicos con el trabajo artesanal de la carpintería.

El material Publicitario que será implementado en la Empresa Maderas Creativas es como punto principal un catálogo con un número de 32 productos que la empresa ofrece dando la opción de que el grupo objetivo pueda revisar el producto finalizado de manera virtual con una selección de colores en que los productos son comercializados.

Adicionalmente se realizará publicaciones en redes sociales, flyers, y un roll up.

1.03. Definición del Problema Central

Tabla 1. Matriz T

Análisis de las Fuerzas T					
Situación empeorada	Situación actual				Situación Mejorada
Nulo conocimiento sobre los productos y servicios de la empresa.	Carente conocimiento sobre los productos y servicios que ofrece la empresa Maderas Creativas.				Adecuado conocimiento acerca de los productos ofrecidos por la empresa.
Fuerza impulsadora	I	PC	I	PC	Fuerzas bloqueadoras
Aceptación del plan de comunicación integral de la empresa por parte del grupo objetivo.	4	4	4	3	Desinterés por parte del grupo objetivo acerca de los productos ofrecidos.
Diseño y creación de productos nuevos por parte de la empresa.	4	4	4	4	Carente variedad de productos y servicios por parte de la empresa.
Actualización tecnológica eficaz.	3	5	4	5	Desconocimiento de las nuevas tecnologías.
Interés de innovación publicitaria.	4	5	4	5	Desinterés por fomentar nuevas maneras de publicidad para la empresa.

Nomenclatura I = Impacto y PC = Potencial de cambio.

Elaborado por: Ariana Raza

DISEÑO DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL PARA PROMOCIONAR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA MADERAS CREATIVAS EN LA CIUDAD DE QUITO, BASADO EN EL USO DE LA HERRAMIENTA DE REALIDAD AUMENTADA.

Capítulo II

2. Análisis de Involucrados

2.01. Mapeo de Involucrados

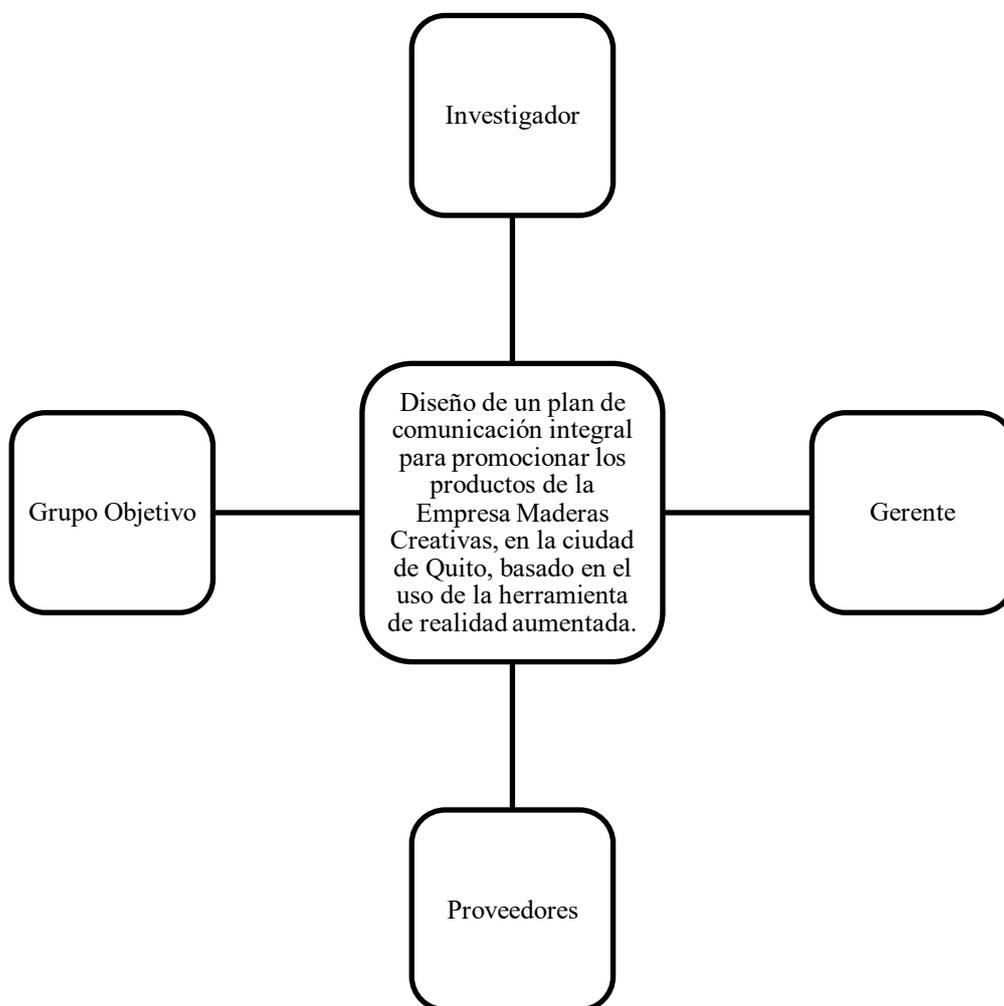


Figura 1. Mapa de Involucrados

Elaborado por: Ariana Raza

2.02. Matriz de Análisis de Involucrados

Tabla 2. *Matriz de Análisis de Involucrados*

Involucrado	Interés sobre el problema	Problemas Percibidos	Recursos mandatos leyes	Interés sobre el proyecto	Conflicto
Grupo Objetivo	Conocer lo productos terminados aun cuando no se encuentren en stock.	Escasa información	Humano	Visualización e información de un producto sin necesidad de este físicamente	Inexistencia de los recursos tecnológicos dentro del punto de venta para la implementación del material
Proveedores	Promocionar sus maquinarias y materiales	Escaso nivel de producción	Humano	Aumento de ventas de sus maquinarias y materiales a otras empresas	Disminución de calidad del material y maquinarias
Gerente	Generar un mayor alcance de clientes.	Escasa actualización tecnológica	Humano Financiero Tecnológico	Incremento de ventas.	Cierre de punto de venta y fábrica de la empresa
Investigador	Diseño del Plan comunicacional	Necesidad de información para el grupo objetivo	Humano Tecnológico Financiero.	Funcionabilidad y atracción del material publicitario en el grupo objetivo	Factor Económico Tiempo limitado

Elaborado por: Ariana Raza

Capítulo III

3. Problemas y Objetivos

3.01. Árbol de Problemas

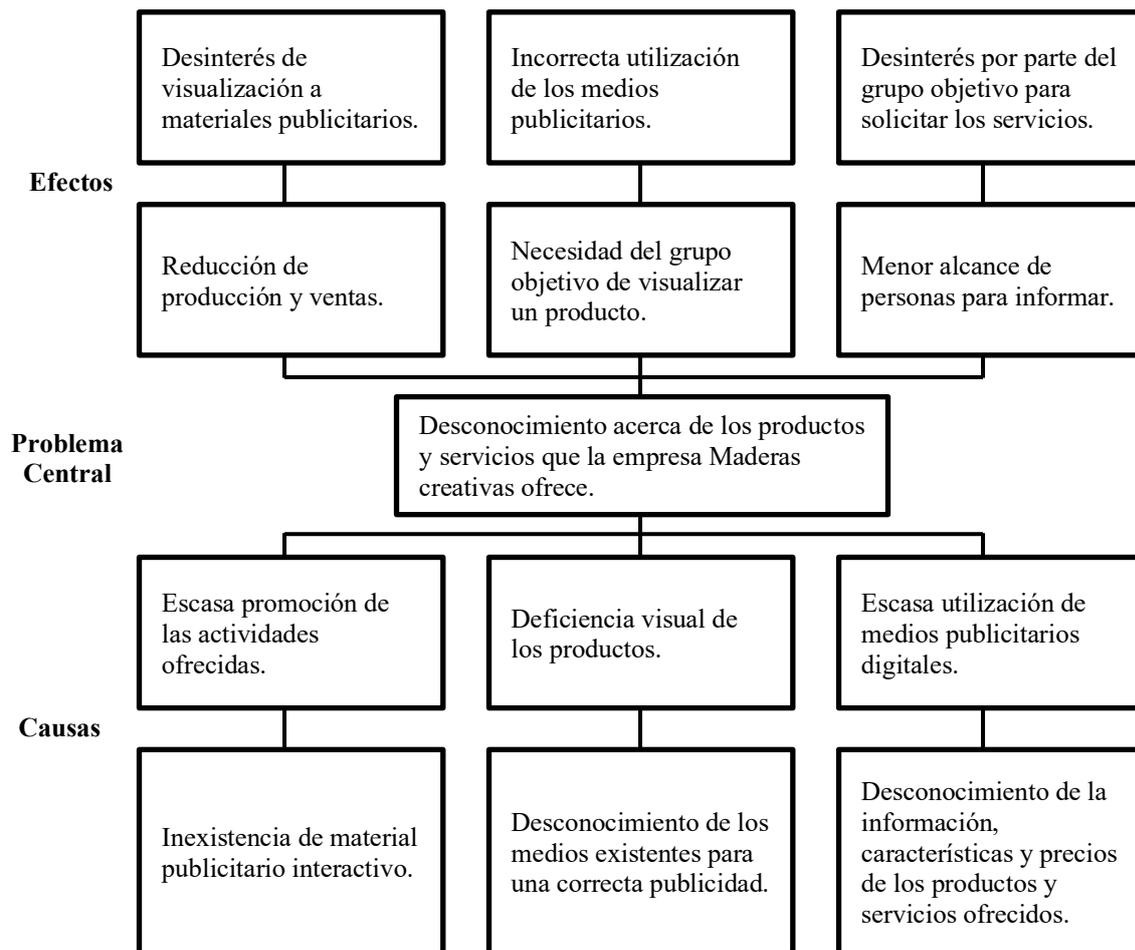


Figura 2. *Árbol de Problemas*

Elaborado por: Ariana Raza

3.02. Árbol de Objetivos

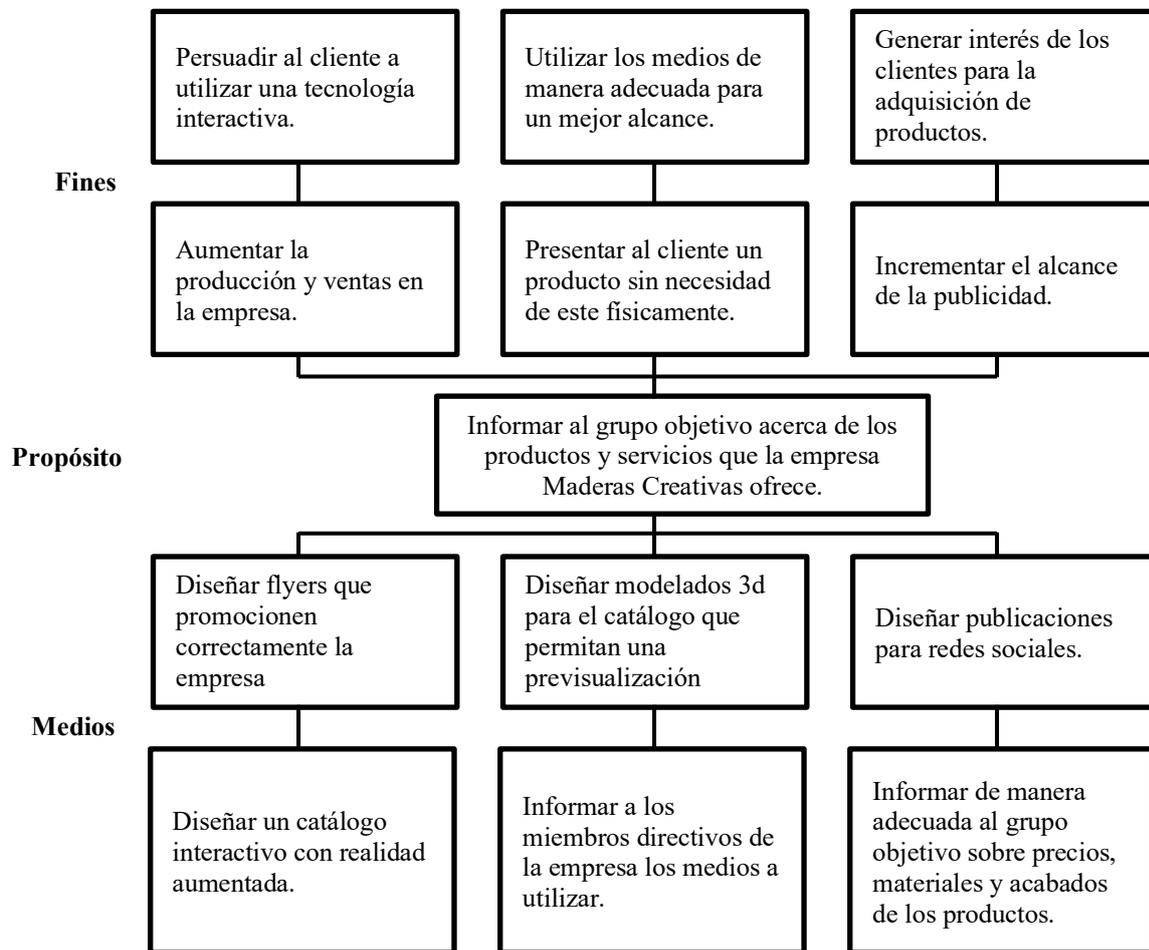


Figura 3. *Árbol de Objetivos*

Elaborado por: Ariana Raza

Capítulo IV

4. Análisis de Alternativa

4.01. Matriz de Análisis de Alternativas

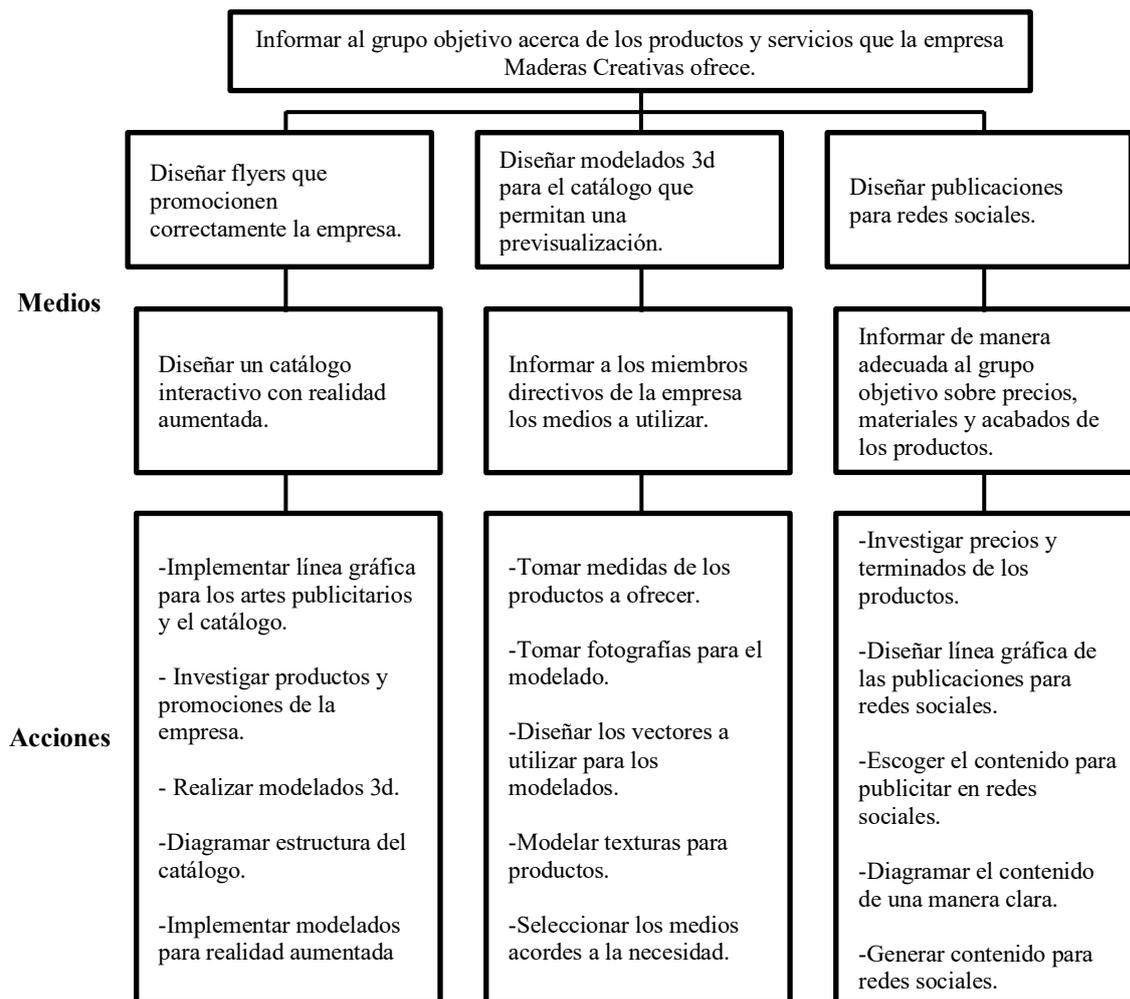


Figura 4. Matriz de Análisis de Alternativa

Elaborado por: Ariana Raza

4.01.01. Tamaño del Proyecto.

El barrio Miraflores se encuentra ubicado en el Centro de la Ciudad de Quito, siendo un sector comercial más que habitacional, el mismo posee un total de 480 habitantes, para este número de habitantes se realizará el cálculo de la muestra de la siguiente manera:

N= Tamaño del Universo= 480

P= Probabilidad de ocurrencia respuesta positiva (p)= 0,5

Q= Probabilidad de ocurrencia respuesta negativa (q)=0,5

Z= Nivel de confiabilidad del 95% crítico= 1,96

E= Porcentaje de error (e)= 0,5% (0,05)

$$n = \frac{Z^2 \times N \times P \times Q}{e^2(n - 1) + Z^2 \times p \times q}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 \times 480 \times 0,5 \times 0,5}{(0,05)^2(480 - 1) + (1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$n = \frac{3,84 \times 480 \times 0,25}{0,0025(479) + 0,96}$$

$$n = \frac{460,8}{2,1575}$$

$$n = 214$$

Como resultado tenemos una muestra con un total de 214 personas mismas que serán las que determinen los resultados del proyecto.

4.01.02. Localización del Proyecto.

El punto de venta de la empresa Maderas Creativas se encuentra ubicada en la provincia de Pichincha, Ciudad de Quito, Barrio Miraflores, sector Santa Clara, Centro Comercial Santa Clara Local N.º 12 ubicado en las calles Antonio de Ulloa y Alonso de Mercadillo.

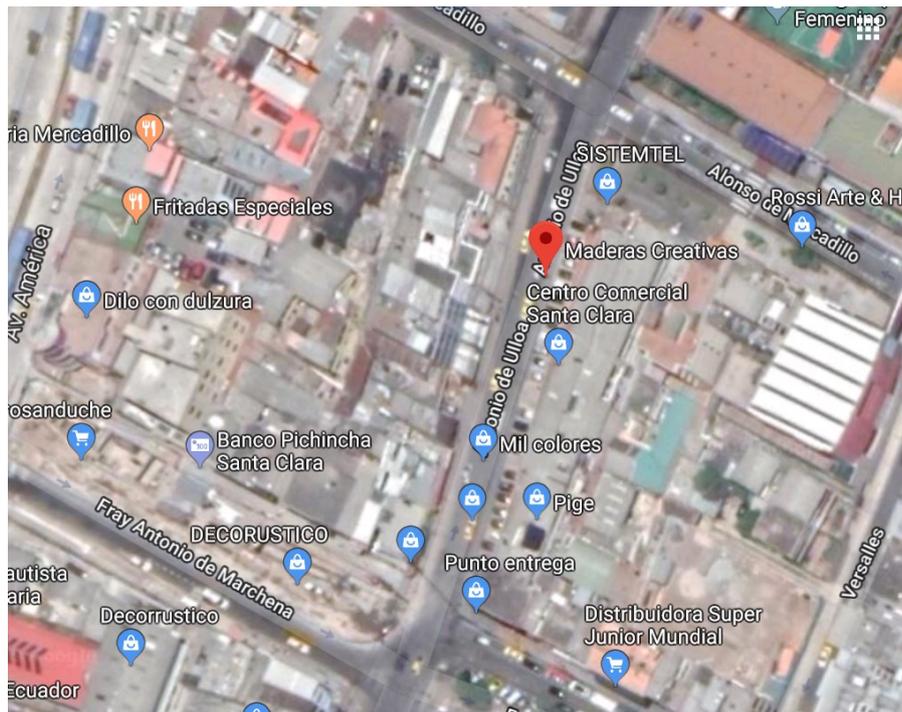


Figura 5. Localización del Proyecto

Fuente: <https://www.google.com/maps>

4.01.03. Análisis Ambiental.

Se refiere al impacto que causara el proyecto en el medio ambiente se debe tomar en cuenta los análisis positivos y negativos de implementar el proyecto.

La empresa Maderas Creativas busca realizar una publicidad con un impacto ambiental mínimo, y así frenar la contaminación.

4.01.03.01. Impacto Positivo.

El impacto positivo es que dentro del proyecto al utilizar elementos tecnológicos es en su mayoría ecológico pues la publicidad implementada es digital.

Otro de los impactos positivos es que materiales publicitarios offline e impresos utilizados pueden ser reutilizados tanto por quienes entregan la publicidad como quién los recibe generando así un menor impacto ambiental.

4.01.03.02. Impacto Negativo.

Al tener como parte del proyecto materiales impresos, los mismos pueden generar un impacto perjudicial para el medio ambiente, ya que si los mismos no son procesados de la manera correcta contaminarán el medio ambiente.

4.02. Matriz de Análisis de Impacto de los Objetivos

Tabla 3. *Matriz de Análisis de Impacto de los Objetivos*

Objetivos	Impacto sobre el Propósito	Factibilidad Técnica	Factibilidad Financiero	Factibilidad Social	Factibilidad Política	Total	Categoría
Diseñar flyers que promocionen correctamente la empresa.	4	4	3	3	4	18	Media
Diseñar modelados 3d para el catálogo que permitan una previsualización.	4	5	5	3	3	20	Media
Diseñar publicaciones para redes sociales.	5	5	4	4	4	22	Alta
Diseñar un catálogo interactivo con realidad aumentada.	5	5	2	3	4	19	Media
Informar a los miembros directivos de la empresa los medios a utilizar.	5	5	5	2	1	18	Media
Informar de manera adecuada al grupo objetivo sobre precios, materiales y acabados de los productos.	5	3	3	4	5	20	Media

Alta= 21-25 Media= 16-20 Baja= 15-0.

Elaborado por: Ariana Raza

4.03. Diagrama de Estrategias

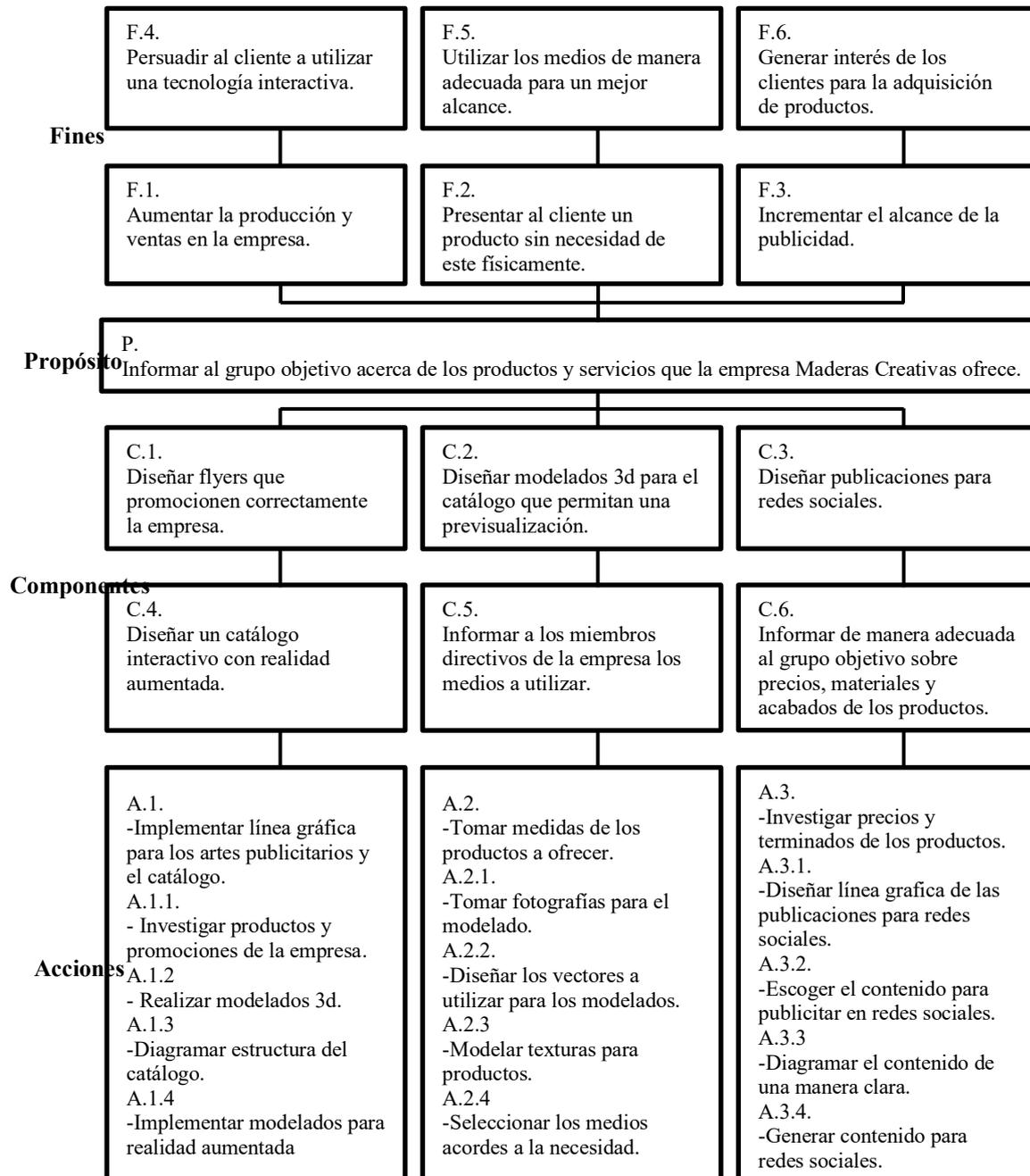


Figura 6. Diagrama de Estrategias

Elaborado por: Ariana Raza

4.04. Matriz de Marco Lógico (MML)

4.04.01. Revisión de los Criterios para los Indicadores.

Tabla 4. Revisión de Criterios

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	META				
			Cantidad	Calidad	Tiempo	Lugar	Grupo Social
Fines	F.1. Aumentar la producción y ventas en la empresa.	Aumento de facturación en el punto de venta en un 60%.	214	Alta	6 meses	Quito	H-M/ 15-40 años/ Medio Alto
	F.2. Presentar al cliente un producto sin necesidad de este físicamente.	Facilitar al usuario la interacción con el producto antes de adquirirlo.	214	Alta	6 meses	Quito	H-M/ 15-40 años/ Medio Alto
	F.3. Incrementar el alcance de la publicidad.	Incremento de reconocimiento de la empresa en un 90%.	214	Alta	6 meses	Quito	Medio H-M/ 15-40 años/ Medio Alto
	F.4. Persuadir al cliente a utilizar una tecnología interactiva.	Generar interacción con las aplicaciones implementadas de realidad aumentada en un 70%.	214	Alta	6 meses	Quito	H-M/ 15-40 años/ Medio Alto
	F.5. Utilizar los medios de manera adecuada para un mejor alcance.	Generar un mayor reconocimiento de la marca y de la empresa.	214	Alta	6 meses	Quito	H-M/ 15-40 años/ Medio Alto
	F.6. Generar interés de los clientes para la adquisición de productos.	Incremento de visitas al sitio web de la empresa en un 90%.	214	Alta	6 meses	Quito	H-M/ 15-40 años/ Medio Alto
Propósito	P. Informar al grupo objetivo acerca de los productos y servicios que la empresa Maderas Creativas ofrece.	Conocimiento de los usuarios acerca de que es lo que ofrece la empresa	214	Alta	6 meses	Quito	H-M/ 15-40 años/ Medio Alto
Componentes	C.1. Diseñar flyers que promocionen correctamente la empresa.	Incremento significativo de usuarios en el punto de venta de la empresa.	214	Alta	6 meses	Quito	H-M/ 15-40 años/ Medio Alto
	C.2. Diseñar modelados 3d para el catálogo que permitan una previsualización.	Contar con un grupo de modelados 3d de productos al 90%.	214	Alta	6 meses	Quito	H-M/ 15-40 años/ Medio Alto
	C.3. Diseñar publicaciones para redes sociales.	Obtener diseños acordes al grupo objetivo en un 80%.	214	Alta	6 meses	Quito	H-M/ 15-40 años/ Medio Alto
	C.4. Diseñar un catálogo interactivo con realidad aumentada.	Maquetación del catálogo terminado en un 95%.	214	Alta	6 meses	Quito	H-M/ 15-40 años/ Medio Alto
	C.5. Informar a los miembros directivos de la empresa los medios a utilizar.	Aprobación de los medios seleccionados en un 75%.	214	Alta	6 meses	Quito	H-M/ 15-40 años/ Medio Alto
	C.6. Informar de manera adecuada al grupo objetivo sobre precios, materiales y acabados de los productos.	Recopilar información detallada en un 90%.	214	Alta	6 meses	Quito	H-M/ 15-40 años/ Medio Alto
Actividades	A.1. Implementar línea gráfica para los artes publicitarios y el catálogo.	Reconocimiento de la marca a través de su línea gráfica de un 80%.	214	Alta	6 meses	Quito	H-M/ 15-40 años/ Medio Alto
	A.1.1. Investigar productos y promociones de la empresa.	Recopilación de información en un 90%.	214	Alta	6 meses	Quito	H-M/ 15-40 años/ Medio Alto
	A.1.2. Realizar modelados 3d.	Obtener modelados de alta calidad en un 90% para su aplicación.	214	Alta	6 meses	Quito	H-M/ 15-40 años/ Medio Alto

DISEÑO DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL PARA PROMOCIONAR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA MADERAS CREATIVAS EN LA CIUDAD DE QUITO, BASADO EN EL USO DE LA HERRAMIENTA DE REALIDAD AUMENTADA.

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	META				
			Cantidad	Calidad	Tiempo	Lugar	Grupo Social
	A.1.3. Diagramar estructura del catálogo.	Existencia de una estructura con una funcionalidad del 90%.	214	Alta	6 meses	Quito	H-M/ 15-40 años/ Medio Alto
	A.1.4. Implementar modelados para realidad aumentada.	Facilidad de reconocimiento de los productos de la empresa al momento de visualizarlos físicamente.	214	Alta	6 meses	Quito	H-M/ 15-40 años/ Medio Alto
	A.2. Tomar medidas de los productos a ofrecer.	Recopilación de medidas de productos al 100%.	214	Alta	6 meses	Quito	H-M/ 15-40 años/ Medio Alto
	A.2.1. Tomar fotografías para el modelado.	Disponer de fotografías de productos en un 90%.	214	Alta	6 meses	Quito	H-M/ 15-40 años/ Medio Alto
	A.2.2. Diseñar los vectores a utilizar para los modelados.	Obtención de vectores de productos en un 80%.	214	Alta	6 meses	Quito	H-M/ 15-40 años/ Medio Alto
	A.2.3. Modelar texturas para productos.	Disposición de un paquete de texturas acorde a los productos en un 90%.	214	Alta	6 meses	Quito	H-M/ 15-40 años/ Medio Alto
	A.2.4. Seleccionar los medios acordes a la necesidad.	Incremento de conocimiento acerca de la empresa en un 80%.	214	Alta	6 meses	Quito	H-M/ 15-40 años/ Medio Alto
	A.3. Investigar precios y terminados de los productos.	Recopilación de información en un 90%.	214	Alta	6 meses	Quito	H-M/ 15-40 años/ Medio Alto
	A.3.1. Diseñar línea gráfica de las publicaciones para redes sociales.	Incremento de recuerdo del grupo objetivo acerca de la marca en un 70%.	214	Alta	6 meses	Quito	H-M/ 15-40 años/ Medio Alto
	A.3.2. Escoger el contenido para publicar en redes sociales.	Satisfacción en el consumidor por la información presentada en un 90%.	214	Alta	6 meses	Quito	H-M/ 15-40 años/ Medio Alto
	A.3.3. Diagramar el contenido de una manera clara.	Atracción del consumidor por adquirir un producto.	214	Alta	6 meses	Quito	H-M/ 15-40 años/ Medio Alto
	A.3.4. Generar contenido para redes sociales.	Incremento de interacción con la página de Facebook por parte de los usuarios.	214	Alta	6 meses	Quito	H-M/ 15-40 años/ Medio Alto

Elaborado por: Ariana Raza

4.04.02. Selección de Indicadores.

Tabla 5. Selección de Indicadores

Nivel	Resumen Narrativo	Indicadores	Clasificadores de Indicadores					Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E		
Fines	F.1. Aumentar la producción y ventas en la empresa.	Aumento de facturación en el punto de venta en un 60%.	X	X	X	X	X	5	Alto
	F.2. Presentar al cliente un producto sin necesidad de este físicamente.	Facilitar al usuario la interacción con el producto antes de adquirirlo.	X	X	-	X	X	4	Alta
	F.3. Incrementar el alcance de la publicidad.	Incremento de reconocimiento de la empresa en un 90%.	X	X	-	X	X	4	Alto
	F.4. Persuadir al cliente a utilizar una tecnología interactiva.	Generar interacción con las aplicaciones implementadas de realidad aumentada en un 70%.	X	X	X	X	X	5	Alto

DISEÑO DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL PARA PROMOCIONAR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA MADERAS CREATIVAS EN LA CIUDAD DE QUITO, BASADO EN EL USO DE LA HERRAMIENTA DE REALIDAD AUMENTADA.

Nivel	Resumen Narrativo	Indicadores	Clasificadores de Indicadores					Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E		
	F.5. Utilizar los medios de manera adecuada para un mejor alcance.	Generar un mayor reconocimiento de la marca y de la empresa.	X	X	X	X	X	5	Alto
	F.6. Generar interés de los clientes para la adquisición de productos.	Incremento de visitas al sitio web de la empresa en un 90%.	X	X	X	X	X	5	Alto
Propósito	P. Informar al grupo objetivo acerca de los productos y servicios que la empresa Maderas Creativas ofrece.	Conocimiento de los usuarios acerca de que es lo que ofrece la empresa	X	X	-	X	X	4	Alto
Componentes	C.1. Diseñar flyers que promocionen correctamente la empresa.	Incremento significativo de usuarios en el punto de venta de la empresa.	X	X	X	X	X	5	Alto
	C.2. Diseñar modelados 3d para el catálogo que permitan una previsualización.	Contar con un grupo de modelados 3d de productos al 90%.	X	X	-	X	X	4	Alto
	C.3. Diseñar publicaciones para redes sociales.	Obtener diseños acordes al grupo objetivo en un 80%.	X	X	X	X	X	5	Alto
	C.4. Diseñar un catálogo interactivo con realidad aumentada.	Maquetación del catálogo terminado en un 95%.	X	X	X	X	X	5	Alto
	C.5. Informar a los miembros directivos de la empresa los medios a utilizar.	Aprobación de los medios seleccionados en un 75%.	X	X	-	X	X	4	Alto
	C.6. Informar de manera adecuada al grupo objetivo sobre precios, materiales y acabados de los productos.	Recopilar información detallada en un 90%.	X	X	-	X	X	4	Alto
Actividades	A.1. Implementar línea gráfica para los artes publicitarios y el catálogo.	Reconocimiento de la marca a través de su línea gráfica de un 80%.	X	X	-	X	X	4	Alto
	A.1.1. Investigar productos y promociones de la empresa.	Recopilación de información en un 90%.	X	X	-	X	X	X	Alto
	A.1.2. Realizar modelados 3d.	Obtener modelados de alta calidad en un 90% para su aplicación.	X	X	X	X	X	5	Alto
	A.1.3. Diagramar estructura del catálogo.	Existencia de una estructura con una funcionalidad del 90%.	X	X	X	X	X	5	Alto
	A.1.4. Implementar modelados para realidad aumentada.	Facilidad de reconocimiento de los productos de la empresa al momento de visualizarlos físicamente.	X	X	-	X	X	4	Alto
	A.2. Tomar medidas de los productos a ofrecer.	Recopilación de medidas de productos al 100%.	X	X	X	X	X	5	Alto
	A.2.1. Tomar fotografías para el modelado.	Disponer de fotografías de productos en un 90%.	X	X	X	X	X	5	Alto
	A.2.2. Diseñar los vectores a utilizar para los modelados.	Obtención de vectores de productos en un 80%.	X	X	X	X	X	5	Alto
	A.2.3. Modelar texturas para productos.	Disposición de un paquete de texturas acorde a los productos en un 90%.	X	X	X	X	X	5	Alto
	A.2.4. Seleccionar los medios acordes a la necesidad.	Incremento de conocimiento acerca de la empresa en un 80%.	X	X	-	X	X	4	Alto
	A.3. Investigar precios y terminados de los productos.	Recopilación de información en un 90%.	X	X	-	X	X	4	Alto
	A.3.1. Diseñar línea grafica de las publicaciones para redes sociales.	Incremento de recuerdo del grupo objetivo acerca de la marca en un 70%.	X	X	-	X	X	4	Alto
	A.3.2. Escoger el contenido para publicar en redes sociales.	Satisfacción en el consumidor por la información presentada en un 90%.	X	X	-	X	X	4	Alto
	A.3.3. Diagramar el contenido de una manera clara.	Atracción del consumidor por adquirir un producto.	X	X	-	X	X	4	Alto

DISEÑO DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL PARA PROMOCIONAR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA MADERAS CREATIVAS EN LA CIUDAD DE QUITO, BASADO EN EL USO DE LA HERRAMIENTA DE REALIDAD AUMENTADA.

Nivel	Resumen Narrativo	Indicadores	Clasificadores de Indicadores					Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E		
	A.3.4. Generar contenido para redes sociales.	Incremento de interacción con la página de Facebook por parte de los usuarios.	X	X	X	X	X	5	Alto

La clasificación de indicadores se marca de la siguiente manera según la su nomenclatura: A = Es clara, B = Existe información disponible, C = Es tangible y se puede observar, D = La tarea de recolectar datos está al alcance y no requiere de expertos y E = Si es representativo para nuestro estudio. Por otro lado, para la selección se ha utilizado los siguientes valores: 4 y 5 = alta, 2 y 3 = media y 0 y 1 = baja.

Elaborado por: Ariana Raza.

4.04.03. Medios de Verificación.

Tabla 6. Medios de Verificación.

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de Verificación				
			Fuentes de Información	Método de Recolección	Método de Análisis	Frecuencia de Recolección	Responsable
Fines	F.1. Aumentar la producción y ventas en la empresa.	Aumento de facturación en el punto de venta en un 60%.	Fuente Primaria	Entrevista	Cuantitativo	1 mes	Investigador
	F.2. Presentar al cliente un producto sin necesidad de este físicamente.	Facilitar al usuario la interacción con el producto antes de adquirirlo.	Fuente Secundaria	Encuesta	Cuantitativo	6 meses	Investigador
	F.3. Incrementar el alcance de la publicidad.	Incremento de reconocimiento de la empresa en un 90%.	Fuente Secundaria	Encuesta	Cuantitativo	6 meses	Investigador
	F.4. Persuadir al cliente a utilizar una tecnología interactiva.	Generar interacción con las aplicaciones implementadas de realidad aumentada en un 70%.	Fuente Primaria	Observación	Cualitativo	2 meses	Investigador
	F.5. Utilizar los medios de manera adecuada para un mejor alcance.	Generar un mayor reconocimiento de la marca y de la empresa.	Fuente Primaria	Entrevista	Cualitativa	1 mes	Investigador
	F.6. Generar interés de los clientes para la adquisición de productos.	Incremento de visitas al sitio web de la empresa en un 90%.	Fuente Primaria	Observación	Cuantitativa	6 meses	Investigador
Propósito	P. Informar al grupo objetivo acerca de los productos y servicios que la empresa Maderas Creativas ofrece.	Conocimiento de los usuarios acerca de que es lo que ofrece la empresa	Fuente Secundaria	Encuesta	Cualitativa	2 meses	Investigador
Componentes	C.1. Diseñar flyers que promocionen correctamente la empresa.	Incremento significativo de usuarios en el punto de venta de la empresa.	Fuente Primaria	Entrevista	Cuantitativa	1 mes	Investigador

DISEÑO DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL PARA PROMOCIONAR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA MADERAS CREATIVAS EN LA CIUDAD DE QUITO, BASADO EN EL USO DE LA HERRAMIENTA DE REALIDAD AUMENTADA.

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de Verificación				Responsable
			Fuentes de Información	Método de Recolección	Método de Análisis	Frecuencia de Recolección	
C.	C.2. Diseñar modelados 3d para el catálogo que permitan una previsualización.	Contar con un grupo de modelados 3d de productos al 90%.	Fuente Primaria	Observación	Cuantitativa	3 meses	Investigador
	C.3. Diseñar publicaciones para redes sociales.	Obtener diseños acordes al grupo objetivo en un 80%.	Fuente Primaria	Observación	Cuantitativa	3 meses	Investigador
	C.4. Diseñar un catálogo interactivo con realidad aumentada.	Maquetación del catálogo terminado en un 95%.	Fuente Primaria	Observación	Cuantitativa	4 meses	Investigador
	C.5. Informar a los miembros directivos de la empresa los medios a utilizar.	Aprobación de los medios seleccionados en un 75%.	Fuente Primaria	Entrevista	Cualitativa	1 mes	Investigador
	C.6. Informar de manera adecuada al grupo objetivo sobre precios, materiales y acabados de los productos.	Recopilar información detallada en un 90%.	Fuente Primaria	Entrevista	Cuantitativa	1 mes	Investigador
	A.	A.1. Implementar línea gráfica para los artes publicitarios y el catálogo.	Reconocimiento de la marca a través de su línea gráfica de un 80%.	Fuente Secundaria	Encuesta	Cuantitativa	6 meses
A.1.1. Investigar productos y promociones de la empresa.		Recopilación de información en un 90%.	Fuente Primaria	Entrevista	Cualitativa	1 mes	Investigador
A.1.2. Realizar modelados 3d.		Obtener modelados de alta calidad en un 90% para su aplicación.	Fuente Primaria	Observación	Cuantitativo	3 meses	Investigador
A.1.3. Diagramar estructura del catálogo.		Existencia de una estructura con una funcionalidad del 90%.	Fuente Primaria	Observación	Cuantitativo	6 meses	Investigador
A.1.4. Implementar modelados para realidad aumentada.		Facilidad de reconocimiento de los productos de la empresa al momento de visualizarlos físicamente.	Fuente Primaria	Observación	Cualitativo	6 meses	Investigador
A.2. Tomar medidas de los productos a ofrecer.		Recopilación de medidas de productos al 100%.	Fuente Primaria	Observación	Cuantitativo	1 mes	Investigador
A.2.1. Tomar fotografías para el modelado.		Disponer de fotografías de productos en un 90%.	Fuente Primaria	Entrevista	Cualitativo	2 meses	Investigador
A.2.2. Diseñar los vectores a utilizar para los modelados.		Obtención de vectores de productos en un 80%.	Fuente Primaria	Observación	Cuantitativo	2 meses	Investigador

DISEÑO DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL PARA PROMOCIONAR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA MADERAS CREATIVAS EN LA CIUDAD DE QUITO, BASADO EN EL USO DE LA HERRAMIENTA DE REALIDAD AUMENTADA.

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de Verificación				
			Fuentes de Información	Método de Recolección	Método de Análisis	Frecuencia de Recolección	Responsable
	A.2.3. Modelar texturas para productos.	Disposición de un paquete de texturas acorde a los productos en un 90%.	Fuente Primaria	Observación	Cuantitativo	3 meses	Investigador
	A.2.4. Seleccionar los medios acordes a la necesidad.	Incremento de conocimiento acerca de la empresa en un 80%.	Fuente Secundaria	Encuesta	Cuantitativo	6 meses	Investigador
	A.3. Investigar precios y terminados de los productos.	Recopilación de información en un 90%.	Fuente Primaria	Entrevista	Cualitativo	1 mes	Investigador
	A.3.1. Diseñar línea grafica de las publicaciones para redes sociales.	Incremento de recuerdo del grupo objetivo acerca de la marca en un 70%.	Fuente Secundaria	Encuesta	Cuantitativo	6 meses	Investigador
	A.3.2. Escoger el contenido para publicar en redes sociales.	Satisfacción en el consumidor por la información presentada en un 90%.	Fuente Secundario	Encuesta	Cuantitativo	6 meses	Investigador
	A.3.3. Diagramar el contenido de una manera clara.	Atracción del consumidor por adquirir un producto.	Fuente Primaria	Entrevista	Cualitativo	4 meses	Investigador
	A.3.4. Generar contenido para redes sociales.	Incremento de interacción con la página de Facebook por parte de los usuarios.	Fuente Primaria	Observación	Cuantitativo	5 meses	Investigador

Elaborado por: Ariana Raza

4.04.04 Supuestos.

Tabla 7. Supuestos

Nivel	Resumen Narrativo	Supuesto	Medios de verificación				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
Fines	F.1. Aumentar la producción y ventas en la empresa.	Falta de acogida de los diferentes productos del punto de venta disminuyendo la facturación de la empresa.	X		X		
	F.2. Presentar al cliente un producto sin necesidad de este físicamente.	Desconocimiento del cliente del uso de nuevas herramientas.	X	X	X		
	F.3. Incrementar el alcance de la publicidad.	Disminución de interacción con la publicidad	X		X		

DISEÑO DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL PARA PROMOCIONAR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA MADERAS CREATIVAS EN LA CIUDAD DE QUITO, BASADO EN EL USO DE LA HERRAMIENTA DE REALIDAD AUMENTADA.

Nivel	Resumen Narrativo	Supuesto	Medios de verificación				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
Nivel	F.4. Persuadir al cliente a utilizar una tecnología interactiva.	Desinterés del grupo objetivo por utilizar nuevas tecnologías	X		X		X
	F.5. Utilizar los medios de manera adecuada para un mejor alcance.	Desinterés de inversión por parte de los directivos de la empresa.	X	X	X	X	
	F.6. Generar interés de los clientes para la adquisición de productos.	Bajo alcance de la publicidad presentada	X		X	X	
Propósito	P. Informar al grupo objetivo acerca de los productos y servicios que la empresa Maderas Creativas ofrece.	Escoger el medio erróneo para que la información llegue al grupo objetivo	X		X		X
Componentes	C.1. Diseñar flyers que promocionen correctamente la empresa.	Fallas en el mensaje comunicacional de la empresa		X	X		
	C.2. Diseñar modelados 3d para el catálogo que permitan una previsualización.	Errores de funcionamiento en programas para modelados 3d	X	X	X		
	C.3. Diseñar publicaciones para redes sociales.	Fallas eléctricas locales	X	X	X	X	
	C.4. Diseñar un catálogo interactivo con realidad aumentada.	Desconocimiento del grupo objetivo del manejo de la herramienta		X	X		
	C.5. Informar a los miembros directivos de la empresa los medios a utilizar.	Desinterés de los directivos de la empresa por implementar nuevas herramientas	X		X		
	C.6. Informar de manera adecuada al grupo objetivo sobre precios, materiales y acabados de los productos.	Cambio de precios de impuestos en el territorio nacional	X	X	X		X
Actividades	A.1. Implementar línea gráfica para los artes publicitarios y el catálogo.	Deficiente información del mensaje a transmitir		X	X		
	A.1.1. Investigar productos y promociones de la empresa.	Falta de colaboración de los directivos por aportar datos de la empresa	X		X		
	A.1.2. Realizar modelados 3d.	Inexistencia de programas de modelados 3d dentro del país.	X	X	X		
	A.1.3. Diagramar estructura del catálogo.	Nuevas actualizaciones de programas con pago adicional de licencias.	X		X		X
	A.1.4. Implementar modelados para realidad aumentada.	Falta de acogida a la herramienta por parte de los clientes.			X		
	A.2. Tomar medidas de los productos a ofrecer.	Desacuerdo con los directivos en proporcionar la información solicitada			X		X
	A.2.1. Tomar fotografías para el modelado.	Clima inadecuado que proporcione la luz suficiente para una buena fotografía.				X	
	A.2.2. Diseñar los vectores a utilizar para los modelados.	Falta de herramientas para elaborar los vectores			X		
	A.2.3. Modelar texturas para productos.	Carencia de conocimiento de materiales para la elaboración de los productos a aplicar.			X		
	A.2.4. Seleccionar los medios acordes a la necesidad.	Deficiente comunicación con los directivos.	X		X		X
	A.3. Investigar precios y terminados de los productos.	Desinterés de los directivos por proporcionar los datos.			X		

DISEÑO DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL PARA PROMOCIONAR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA MADERAS CREATIVAS EN LA CIUDAD DE QUITO, BASADO EN EL USO DE LA HERRAMIENTA DE REALIDAD AUMENTADA.

Nivel	Resumen Narrativo	Supuesto	Medios de verificación				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
	A.3.1. Diseñar línea grafica de las publicaciones para redes sociales.	Ineficiente presupuesto para inversión en tipografías o vectores para un mejor diseño.	X		X		
	A.3.2. Escoger el contenido para publicitar en redes sociales.	Desacuerdo con la directiva para la inversión en publicidad.	X		X		
	A.3.3. Diagramar el contenido de una manera clara.	Deficiente claridad en el mensaje que los directivos quieren transmitir.			X		
	A.3.4. Generar contenido para redes sociales.	Mal funcionamiento de las páginas de redes sociales.		X	X		

Elaborado por: Ariana Raza

4.04.05. Matriz de Marco Lógico (MML)

Tabla 8. Matriz de Marco Lógico (MML)

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de verificación	Supuestos
Fines	F.1. Aumentar la producción y ventas en la empresa.	F.1.1. Aumento de facturación en el punto de venta en un 60%.	F.1.1.1. Primaria Entrevista Cuantitativa	F.1.1.1.1. Financiero Social
	F.2. Presentar al cliente un producto sin necesidad de este físicamente.	F.2.1. Facilitar al usuario la interacción con el producto antes de adquirirlo.	F.2.1.1. Secundario Encuesta Cuantitativo	F.2.1.1.1. Financiero Político Social
	F.3. Incrementar el alcance de la publicidad.	F.3.1. Incremento de reconocimiento de la empresa en un 90%.	F.3.1.1. Secundario Encuesta Cuantitativo	F.3.1.1.1. Financiero Social
	F.4. Persuadir al cliente a utilizar una tecnología interactiva.	F.4.1. Generar interacción con las aplicaciones implementadas de realidad aumentada en un 70%.	F.4.1.1. Primario Observación Cualitativo	F.4.1.1.1. Financiero Social Legal
	F.5. Utilizar los medios de manera adecuada para un mejor alcance.	F.5.1. Generar un mayor reconocimiento de la marca y de la empresa.	F.5.1.1. Primario Entrevista Cualitativo	F.5.1.1.1. Financiero Político Social Ambiental
	F.6. Generar interés de los clientes para la adquisición de productos.	F.6.1. Incremento de visitas al sitio web de la empresa en un 90%.	F.6.1.1. Primario Observación Cuantitativo	F.6.1.1.1. Financiero Social Ambiental
Propósito	P. Informar al grupo objetivo acerca de los productos y servicios que la empresa Maderas Creativas ofrece.	P.1. Conocimiento de los usuarios acerca de que es lo que ofrece la empresa	P.1.1. Secundario Encuesta Cualitativo	P.1.1.1. Financiero Social Legal

DISEÑO DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL PARA PROMOCIONAR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA MADERAS CREATIVAS EN LA CIUDAD DE QUITO, BASADO EN EL USO DE LA HERRAMIENTA DE REALIDAD AUMENTADA.

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de verificación	Supuestos
Componentes	C.1. Diseñar flyers que promocionen correctamente la empresa.	C.1.1. Incremento significativo de usuarios en el punto de venta de la empresa.	C.1.1.1. Primario Entrevista Cuantitativo	C.1.1.1.1. Político Social
	C.2. Diseñar modelados 3d para el catálogo que permitan una previsualización.	C.2.1. Contar con un grupo de modelados 3d de productos al 90%.	C.2.1.1. Primario Observación Cuantitativo	C.2.1.1.1. Financiero Político Social
	C.3. Diseñar publicaciones para redes sociales.	C.3.1. Obtener diseños acordes al grupo objetivo en un 80%.	C.3.1.1. Primario Observación Cuantitativo	C.3.1.1.1. Financiero Político Social Ambiental
	C.4. Diseñar un catálogo interactivo con realidad aumentada.	C.4.1. Maquetación del catálogo terminado en un 95%.	C.4.1.1. Primario Observación Cuantitativo	C.4.1.1.1. Político Social
	C.5. Informar a los miembros directivos de la empresa los medios a utilizar.	C.5.1. Aprobación de los medios seleccionados en un 75%.	C.5.1.1. Primario Entrevista Cualitativo	C.5.1.1.1. Financiero Social
	C.6. Informar de manera adecuada al grupo objetivo sobre precios, materiales y acabados de los productos.	C.6.1. Recopilar información detallada en un 90%.	C.6.1.1. Primario Entrevista Cuantitativo	C.6.1.1.1. Financiero Político Social Legal
Actividades	A.1. Implementar línea gráfica para los artes publicitarios y el catálogo.	A.1.1. Reconocimiento de la marca a través de su línea gráfica de un 80%.	A.1.1.1. Secundario Encuesta Cuantitativo	A.1.1.1.1. Político Social
	A.1.1. Investigar productos y promociones de la empresa.	A.1.1.1. Recopilación de información en un 90%.	A.1.1.1.1. Primario Entrevista Cualitativo	A.1.1.1.1.1. Financiero Social
	A.1.2. Realizar modelados 3d.	A.1.2.1. Obtener modelados de alta calidad en un 90% para su aplicación.	A.1.2.1.1. Primario Observación Cuantitativo	A.1.2.1.1.1. Financiero Político Social
	A.1.3. Diagramar estructura del catálogo.	A.1.3.1. Existencia de una estructura con una funcionalidad del 90%.	A.1.3.1.1. Primario Observación Cuantitativo	A.1.4.1.1.1. Financiero Social Legal
	A.1.4. Implementar modelados para realidad aumentada.	A.1.4.1. Facilidad de reconocimiento de los productos de la empresa al momento de visualizarlos físicamente.	A.1.4.1.1. Primario Observación Cualitativo	A.1.4.1.1.1. Social
	A.2. Tomar medidas de los productos a ofrecer.	A.2.1. Recopilación de medidas de productos al 100%.	A.2.1.1. Primario Observación Cuantitativo	A.2.1.1.1. Social Legal
	A.2.1. Tomar fotografías para el modelado.	A.2.1.1. Disponer de fotografías de productos en un 90%.	A.2.1.1.1. Primario Entrevista Cualitativo	A.2.1.1.1.1. Ambiental
	A.2.2. Diseñar los vectores a utilizar para los modelados.	A.2.2.1. Obtención de vectores de productos en un 80%.	A.2.2.1.1. Primario Observación Cuantitativo	A.2.2.1.1.1. Social

DISEÑO DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL PARA PROMOCIONAR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA MADERAS CREATIVAS EN LA CIUDAD DE QUITO, BASADO EN EL USO DE LA HERRAMIENTA DE REALIDAD AUMENTADA.

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de verificación	Supuestos
	A.2.3. Modelar texturas para productos.	A.2.3.1. Disposición de un paquete de texturas acorde a los productos en un 90%.	A.2.3.1.1. Primario Observación Cuantitativo	A.2.3.1.1.1. Social
	A.2.4. Seleccionar los medios acordes a la necesidad.	A.2.4.1. Incremento de conocimiento acerca de la empresa en un 80%.	A.2.4.1.1. Secundario Encuesta Cuantitativo	A.2.4.1.1.1. Financiero Social Legal
	A.3. Investigar precios y terminados de los productos.	A.3.1. Recopilación de información en un 90%.	A.3.1.1. Primario Entrevista Cualitativo	A.3.1.1.1. Social
	A.3.1. Diseñar línea grafica de las publicaciones para redes sociales.	A.3.1.1. Incremento de recuerdo del grupo objetivo acerca de la marca en un 70%.	A.3.1.1.1. Secundario Encuesta Cuantitativo	A.3.1.1.1.1. Financiero Social
	A.3.2. Escoger el contenido para publicitar en redes sociales.	A.3.2.1. Satisfacción en el consumidor por la información presentada en un 90%.	A.3.2.1.1. Secundario Encuesta Cuantitativo	A.3.2.1.1.1. Financiero Social
	A.3.3. Diagramar el contenido de una manera clara.	A.3.3.1. Atracción del consumidor por adquirir un producto.	A.3.3.1.1. Primario Entrevista Cualitativo	A.3.3.1.1.1. Social
	A.3.4. Generar contenido para redes sociales.	A.3.4.1. Incremento de interacción con la página de Facebook por parte de los usuarios.	A.3.4.1.1. Primario Observación Cuantitativo	A.3.4.1.1.1. Político Social

Elaborado por: Ariana Raza

Capítulo V

5. Propuesta

5.01. Antecedentes de la herramienta o metodología que propone como solución

Una empresa como tal necesita actualizar sus métodos para llegar al grupo objetivo de una manera innovadora y atractiva, por lo cual con el avance de la tecnología se tienen una gran cantidad de alternativas para lograr este objetivo.

5.01.01. Marco Teórico.

Para la elaboración del plan comunicacional para la empresa Maderas serán utilizados este tipo de herramientas en el diseño del catálogo, flyers, publicaciones en redes sociales, y el roll up cada uno para su distinta aplicación.

5.01.02. Editorial.

El Diseño Editorial es el área del diseño gráfico especializada en la maquetación y composición de diferentes publicaciones como en este caso el catálogo a realizar. Se encarga de organizar en un espacio texto, imágenes para que sean atractivos para el público objetivo. Andrés, D. Z. (2008).

Para el diseño editorial la herramienta a utilizar es Adobe InDesign en conjunto con Adobe Illustrator, para la elaboración de vectores de logos o marcas; y de Adobe Photoshop para la edición de fotografías para el mismo.

5.01.03. Diseño Corporativo.

La identidad corporativa de una empresa es aquella que a través de herramientas visuales define lo que es y lo que hace la empresa. A través de este elemento se plasma la percepción que se quiere dar al grupo objetivo y la manera en que la marca será recordada por el consumidor. Costa, J. (2001).

Las herramientas para este tipo de diseños es el programa Adobe Illustrator con el cual mediante figuras y líneas podemos armar y diseñar el concepto de la marca que se requiere.

5.01.04. Multimedia.

Las herramientas para este tipo de diseños es el programa Maxon Cinema 4d, mismo que da la oportunidad de realizar modelados 3d, el programa Creator que es un entorno a utilizar para cargar los diseños para poder generar la realidad aumentada en los artes publicitarios.

Los modelados 3d se presentarán en la pantalla del dispositivo móvil después de haber escaneado con el mismo un código QR que se encuentra en las artes gráficas, este elemento se lo utilizará como marcador de enlace hacia el objeto 3D, dándole así un acceso directo al mismo.

El modelado 3d es la representación de objetos en tres dimensiones, siendo presentado o visualizado a través de una pantalla como una imagen bidimensional, es decir que el tenemos la percepción de que el objeto tenga ancho, alto y profundidad, esto se logra sometiendo al objeto un proceso de rendering, para luego a través de aplicaciones en instrumentos tecnológicos se pueda conseguir el resultado que se quiere (Jorquera, 2017).

La realidad aumentada es una nueva tecnología que nos ayuda a tener otra perspectiva de la realidad que comúnmente se tiene, se permite la superposición, en tiempo real, de imágenes, marcadores o información creados en un software, sobre imágenes en el mundo real (Telefónica, 2011).

Por otra parte, Huidrobo (2009) define a los códigos QR como: “Un sistema para almacenar información en una matriz de puntos o un código de barras bidimensional, que se puede presentar en forma impresa o en pantalla y son interpretables por cualquier aparato que pueda captar imágenes y cuente con el software adecuado.”..., esto nos quiere decir que obligatoriamente en nuestro dispositivo móvil se necesita tener la aplicación cuyo uso se definió en un principio para que el objeto en realidad aumentada funcione de manera correcta y se pueda lograr el objetivo de interacción del usuario con el elemento.

5.01.05. Publicidad.

La publicidad o propaganda con la evolución y el desarrollo del comercio y la libre competencia, nace la necesidad de diferenciar las mercancías y productos, y el hombre comienza a utilizar la imagen y el arte de saber escribir. Empieza a crear palabras y mensajes con fines persuasivos. Se intenta vender productos y también vender ideas. Además de que la misma se sitúa como agente intermediario entre la producción y el consumo (Nieto, 2017, p. 22)

5.02. Descripción de la Herramienta

La elaboración del presente proyecto se basa en una investigación a través de una encuesta, misma que está basada en el siguiente modelo.

Encuesta	
Selecciones una sola respuesta a cada pregunta.	
1. ¿Recuerda haber visto, leído o escuchado publicidad acerca de los productos y servicios e la empresa Maderas Creativas?	
a. Sí	
b. No	
2. ¿A través de que medio conoció a la empresa Maderas Creativas?	
a. Redes Sociales	
b. Buscadores	
c. Recomendación de Terceras Personas	
d. Desconozco de que trata la empresa	
3. ¿Desearía tener más información acerca de los productos y servicios que ofrece la empresa?	
a. Sí	
b. No	
4. ¿A través de que medio recibe usted más publicidad?	
a. Redes Sociales	
b. Volantes (Medios Impresos)	
c. Pancartas	
5. ¿Desearía que la empresa tenga un medio interactivo para conocer los productos y servicios que la misma ofrece?	
a. Sí	
b. No	
6. ¿Ha adquirido algún tipo de producto en la empresa?	
a. Sí	
b. No	
7. Tiene conocimiento acerca de lo que son los catálogos virtuales	
a. Sí	
b. No	
8. ¿Cree usted que la implementación de un catálogo digital le ayudaría a conocer de manera más eficiente los productos?	
a. Sí	
b. No	
9. ¿Es necesario para usted mirar el producto terminado para adquirirlo?	
a. Sí	
b. No	
10. Al ver una publicidad de algún producto ¿Qué es lo que más le llama la atención?	
a. Fotografía del Producto	
b. Uso del Producto	
c. Precio	
11. ¿Conoce usted el concepto de realidad aumentada?	
a. Sí	
b. No	
12. Dando como concepto de realidad aumentada a la posibilidad de visualizar un producto en 360 grados o video con solamente escanear una imagen o código a través del celular. ¿Cree usted que le sería de ayuda para adquirir un producto en la empresa?	
a. Sí	
b. No	

Figura 7. Modelo de Encuesta

Elaborado por: Ariana Raza

DISEÑO DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL PARA PROMOCIONAR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA MADERAS CREATIVAS EN LA CIUDAD DE QUITO, BASADO EN EL USO DE LA HERRAMIENTA DE REALIDAD AUMENTADA.

1. ¿Recuerda haber visto, leído o escuchado publicidad acerca de los productos y servicios de la empresa Maderas Creativas?

Tabla 9. *Pregunta 1 Encuesta*

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	128	59,81%
No	86	40,19%
Total	214	100,00%

Elaborado por: Ariana Raza

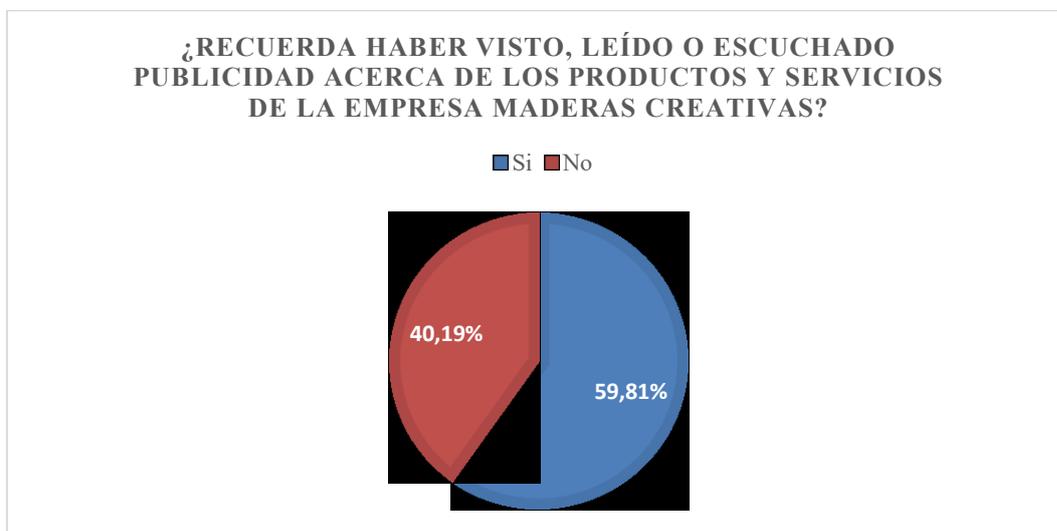


Gráfico 1. *Porcentaje Pregunta 1 Encuesta*

Elaborado por: Ariana Raza

Análisis

Aun cuando existe una gran cantidad de la población que ha escuchado algo acerca de la empresa, existe un porcentaje alto que no lo ha hecho por lo cual se necesita generar un mayor alcance de publicidad para que ese porcentaje faltante conozca lo que hace la empresa y generar un incremento de ventas.

2. ¿A través de que medio conoció a la empresa Maderas Creativas?

Tabla 10. *Pregunta 2 Encuesta*

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Redes Sociales	64	29,91%
Buscadores	22	10,28%
Recomendación de Terceras Personas	80	37,38%
Desconozco de que trata la empresa	48	22,43%
Total	214	100,00%

Elaborado por: Ariana Raza



Gráfico 2. *Porcentaje Pregunta 2 Encuesta*

Elaborado por: Ariana Raza

Análisis

Un porcentaje alto de la población conoce a la empresa a través de recomendación de terceras personas, y a través de las redes sociales, pero un 22,43% de la población no conoce a la empresa o que hace por lo cual se toma como objetivo llegar a las personas dentro de este porcentaje de población.

3. ¿Desearía tener más información acerca de los productos y servicios que ofrece la empresa?

Tabla 11. *Pregunta 3 Encuesta*

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	193	90,19%
No	21	9,81%
Total	214	100,00%

Elaborado por: Ariana Raza



Gráfico 3. *Porcentaje Pregunta 3 Encuesta*

Elaborado por: Ariana Raza

Análisis

La mayoría de la población desea conocer más acerca de los productos y servicios que ofrece la empresa por lo cual se debe profundizar en la información a presentar al grupo objetivo.

4. ¿A través de que medio recibe usted más publicidad?

Tabla 12. *Pregunta 4 Encuesta*

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Redes Sociales	214	100,00%
Volantes (Medios Impresos)	0	0%
Pancartas	0	0%
Total	214	100,00%

Elaborado por: Ariana Raza

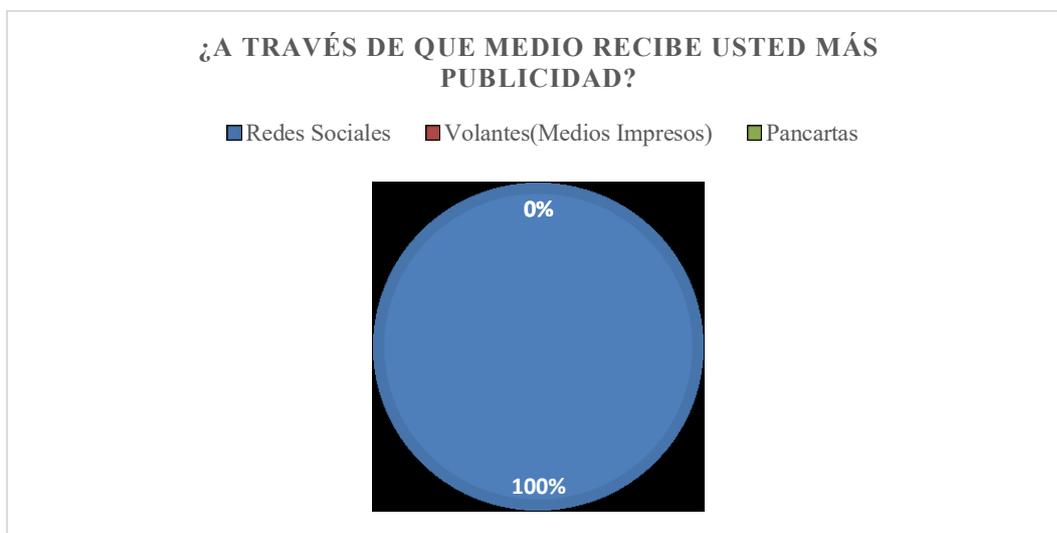


Gráfico 4. *Porcentaje Pregunta 4 Encuesta*

Elaborado por: Ariana Raza

Análisis

Un 100% de la población recibe publicidad en las redes sociales por lo cual se debe profundizar en el uso de este medio para llegar al grupo objetivo.

5. ¿Desearía que la empresa tenga un medio interactivo para conocer los productos y servicios que la misma ofrece?

Tabla 13. *Pregunta 5 Encuesta*

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	198	92,52%
No	16	7,48%
Total	214	100,00%

Elaborado por: Ariana Raza

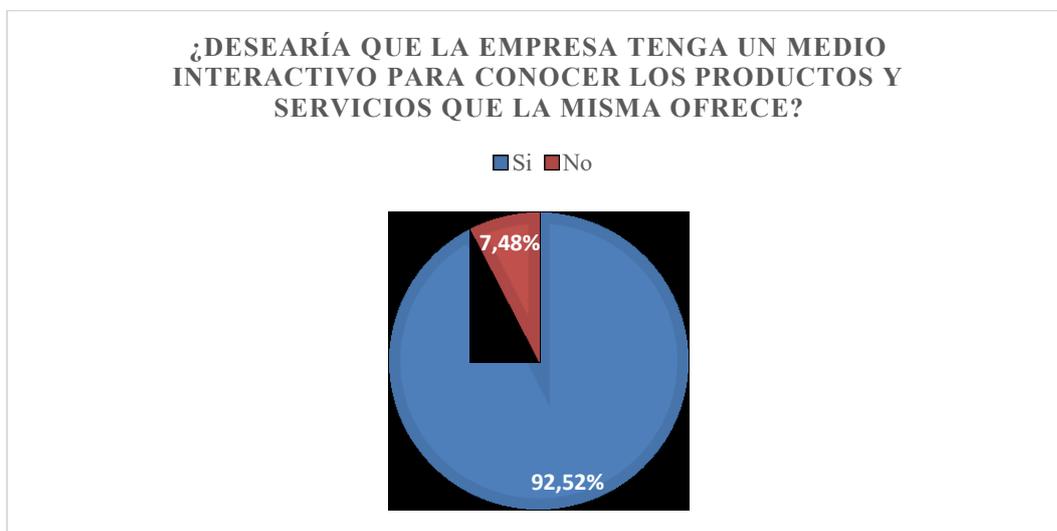


Gráfico 5. *Porcentaje Pregunta 5 Encuesta*

Elaborado por: Ariana Raza

Análisis

Un alto porcentaje de la población le parece interesante el uso de un medio interactivo para el conocimiento de productos y servicios de la empresa, por lo cual con este resultado se espera una buena acogida del catálogo con el uso de realidad aumentada.

6. ¿Ha adquirido algún tipo de producto en la empresa?

Tabla 14. *Pregunta 6 Encuesta*

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	139	64,95%
No	75	35,05%
Total	214	100,00%

Elaborado por: Ariana Raza

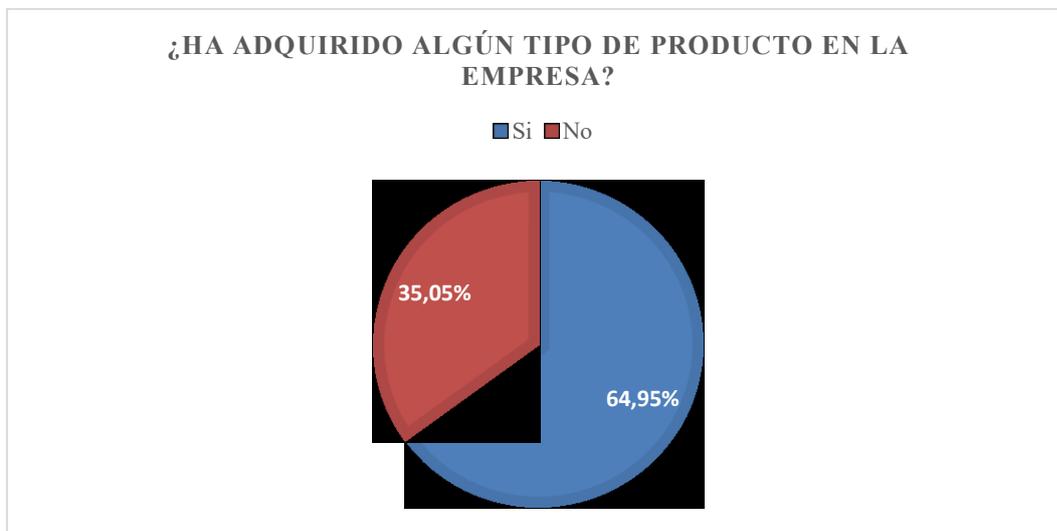


Gráfico 6. *Porcentaje Pregunta 6 Encuesta*

Elaborado por: Ariana Raza

Análisis

Se busca llegar al 35,05% de la población que no ha adquirido productos dentro de la empresa a que realicen por lo menos un consumo dentro de la misma a través del catálogo virtual con su respectiva información.

7. Tiene conocimiento acerca de lo que son los catálogos virtuales.

Tabla 15. *Pregunta 7 Encuesta*

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	171	79,91%
No	43	20,09%
Total	214	100,00%

Elaborado por: Ariana Raza

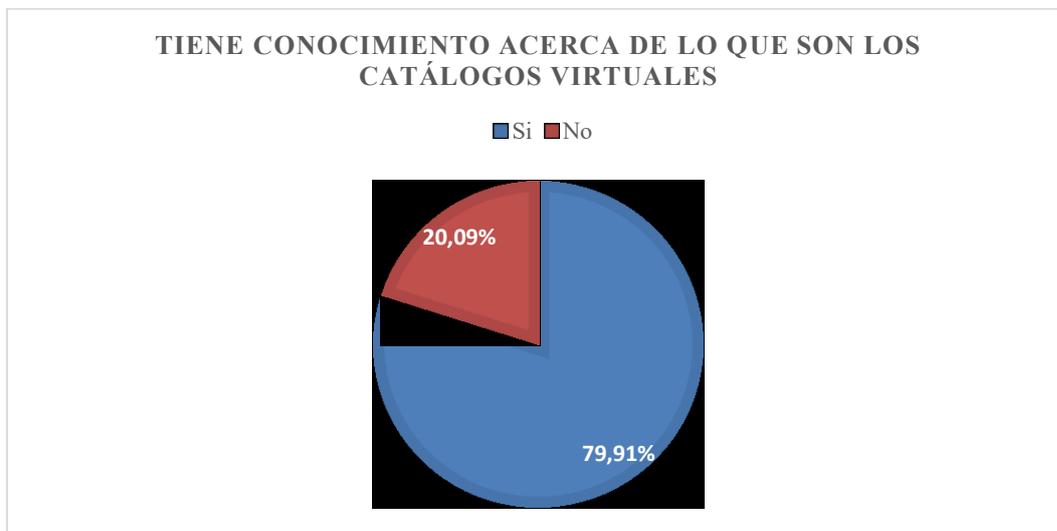


Gráfico 7. *Porcentaje Pregunta 7 Encuesta*

Elaborado por: Ariana Raza

Análisis

Con el alto conocimiento de la población acerca de los catálogos virtuales se espera una alta acogida con la implementación de esta herramienta dentro de la empresa.

8. ¿Cree usted que la implementación de un catálogo digital le ayudaría a conocer de manera más eficiente los productos?

Tabla 16. *Pregunta 8 Encuesta*

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	203	94,86%
No	11	5,14%
Total	214	100,00%

Elaborado por: Ariana Raza

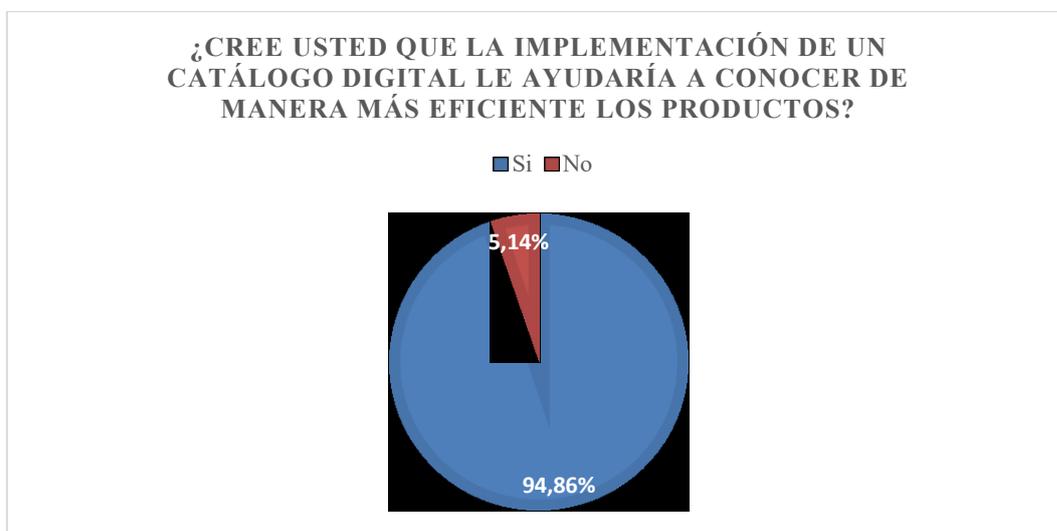


Gráfico 8. *Porcentaje Pregunta 8 Encuesta*

Elaborado por: Ariana Raza

Análisis

La opinión de la mayoría de las personas es que la implementación del catálogo virtual dentro de la empresa es de mayor ayuda para que el grupo objetivo conozca los productos de la empresa y se genere un mayor consumo de los mismos.

9. ¿Es necesario para usted mirar el producto terminado para adquirirlo?

Tabla 17. *Pregunta 9 Encuesta*

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	187	87,38%
No	27	12,62%
Total	214	100,00%

Elaborado por: Ariana Raza



Gráfico 9. *Porcentaje Encuesta Pregunta 9*

Elaborado por: Ariana Raza

Análisis

Para un gran número de población es importante ver un producto terminado para proceder con la adquisición del mismo por lo cual se decide la implementación de la herramienta de realidad aumentada dentro de los artes publicitario a diseñar.

10. Al ver una publicidad de algún producto ¿Qué es lo que más le llama la atención?

Tabla 18. *Pregunta 10 Encuesta*

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Fotografía del Producto	80	37,38%
Uso del Producto	91	42,52%
Precio	43	20,10%
Total	214	100,00%

Elaborado por: Ariana Raza

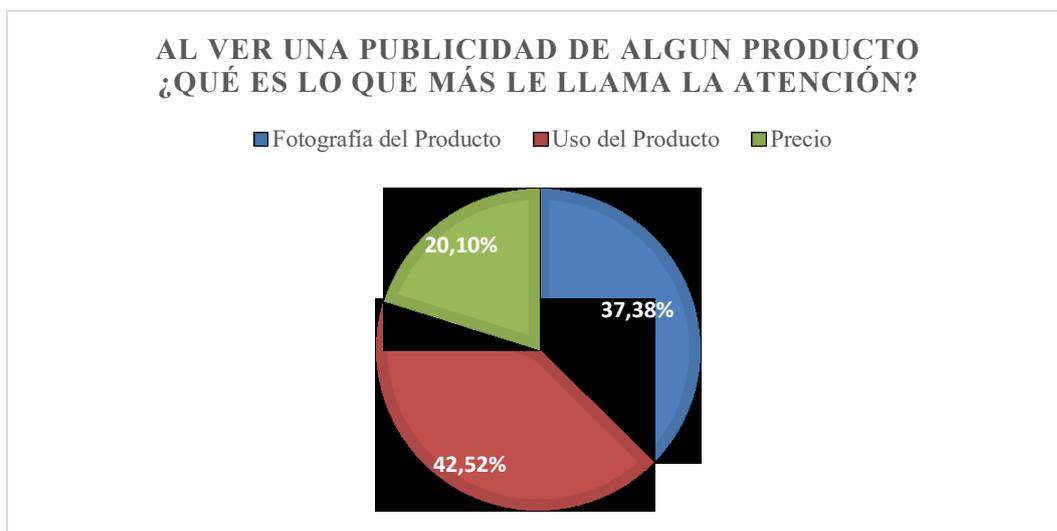


Gráfico 10. *Porcentaje Pregunta 10 Encuesta*

Elaborado por: Ariana Raza

Análisis

Un alto porcentaje de la población tiene una necesidad de conocer el uso del producto que se le está enseñando, por lo cual tanto en la información como dentro de la herramienta de realidad aumentada se incluirá este aspecto.

11. ¿Conoce usted el concepto de realidad aumentada?

Tabla 19. *Pregunta 11 Encuesta*

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	128	59,81%
No	86	40,19%
Total	214	100,00%

Elaborado por: Ariana Raza

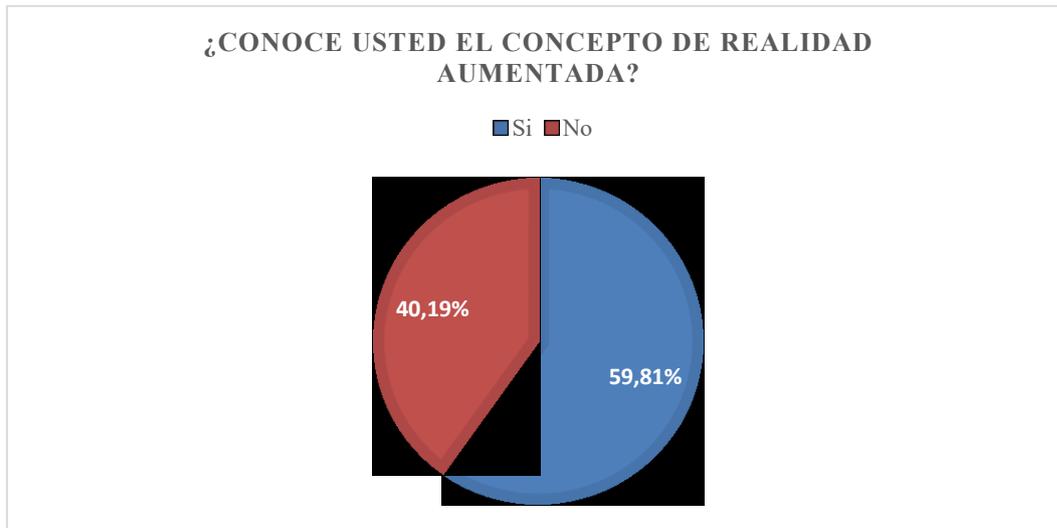


Gráfico 11. *Porcentaje Pregunta 11 Encuesta*

Elaborado por: Ariana Raza

Análisis

La herramienta dentro de la población encuestada como en el país no está explotada como se lo debería hacer, por lo cual se debe implementar información de cómo funciona la herramienta de realidad aumentada para facilidad del grupo objetivo.

12. Dando como concepto de realidad aumentada a la posibilidad de visualizar un producto en 360 grados o video con solamente escanear una imagen o código a través del celular. ¿Cree usted que le sería de ayuda para adquirir un producto en la empresa?

Tabla 20. *Pregunta 12 Encuesta*

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	198	92,52%
No	16	7,48%
Total	214	100,00%

Elaborado por: Ariana Raza

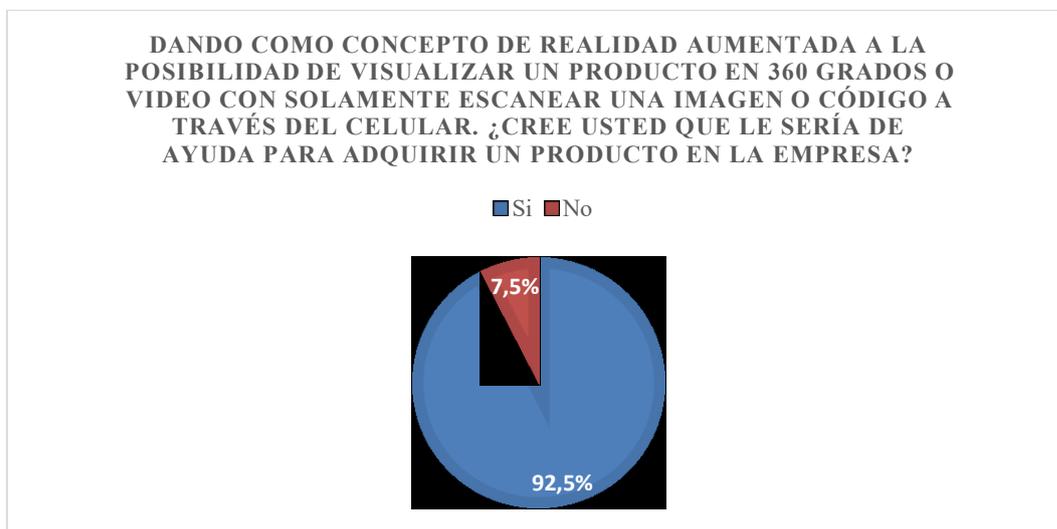


Gráfico 12. *Porcentaje Pregunta 12 Encuesta*

Elaborado por: Ariana Raza

Análisis

En un breve resumen que se presentó el concepto de realidad aumentada se logró llamar la atención y generar el interés del público objetivo con lo cual se espera una acogida a la herramienta dentro de los artes publicitarios.

5.03. Formulación del proceso de aplicación

5.03.01. Diseño Editorial.

5.03.01.01 Planificación.

5.03.01.01.01 Propósito.

El propósito principal en la creación de los artes publicitarios para la empresa Maderas Creativas es presentar al grupo objetivo de los productos y servicios que ofrece la misma, tanto la correcta diagramación, la correcta utilización de los elementos y la aplicación de la herramienta de realidad aumentada dentro de todos los artes permitirá llamar la atención del grupo objetivo.

5.03.01.01.02 Tipo de Publicación.

Dentro de la propuesta presentada se realizará un catálogo tanto virtual como impreso detallando precios, medidas, materiales, modelos y acabados que la empresa ofrece en sus productos, además de los módulos que permitirán el acceso al modelado 3d del producto.

5.03.01.01.03 Temática.

La temática principal del catálogo es presentar al cliente los distintos productos informando características de estos.

5.03.01.01.04 Formato.

Formato a4

5.03.01.01.05 Número de Páginas.

Catálogo: 36 páginas

5.03.01.02 Desarrollo.

5.03.01.02.01 Mapa de Contenidos.

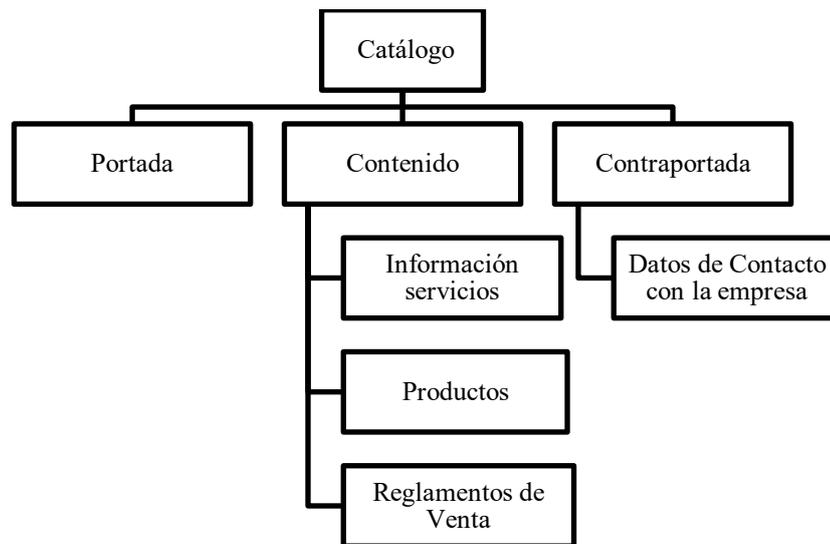
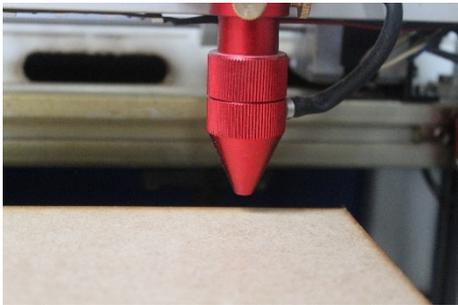


Figura 8. Mapa de Contenidos Catálogo

Elaborado por: Ariana Raza

5.03.01.02.02 Índice de Imágenes.

Tabla 21. Índice de Imágenes

Fotografía	Descripción
	<p>Carpintería. Corte en sierra</p>
	<p>Cañón Máquina Láser</p>
	<p>Máquina Láser tallado de logotipo</p>
	<p>Máquina CNC Router</p>

Fotografía	Descripción
	<p>Impresora UV Cama Plana</p>
	<p>Cajas Musicales</p>
	<p>Cilindros para eventos</p>
	<p>Árbol para Bocaditos</p>

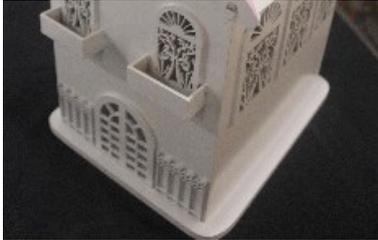
DISEÑO DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL PARA PROMOCIONAR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA MADERAS CREATIVAS EN LA CIUDAD DE QUITO, BASADO EN EL USO DE LA HERRAMIENTA DE REALIDAD AUMENTADA.

Fotografía	Descripción
	<p>Carrusel Láser para Bocaditos Ángulo Normal</p>
	<p>Carrusel Láser para Bocaditos Ángulo picado</p>
	<p>Carrosa para bocaditos</p>
	<p>Candy Bar Ovalado</p>
	<p>Vineras Impresas</p>

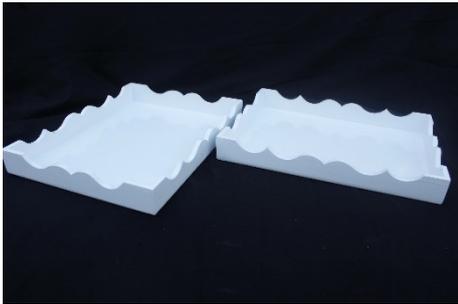
DISEÑO DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL PARA PROMOCIONAR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA MADERAS CREATIVAS EN LA CIUDAD DE QUITO, BASADO EN EL USO DE LA HERRAMIENTA DE REALIDAD AUMENTADA.

Fotografía	Descripción
	<p>Letreros para eventos</p>
	<p>Base para Bocaditos</p>
	<p>Áforas de los Deseos</p>
	<p>Cajas para Sobres</p>

DISEÑO DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL PARA PROMOCIONAR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA MADERAS CREATIVAS EN LA CIUDAD DE QUITO, BASADO EN EL USO DE LA HERRAMIENTA DE REALIDAD AUMENTADA.

Fotografía	Descripción
	<p>Carretillas para sobres</p>
	<p>Casa para sobres</p>
	<p>Letrero de los Deseos</p>
	<p>Casa para sobres ventanas plano entero</p>
	<p>Casa para sobres ventanas plano de detalle</p>

DISEÑO DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL PARA PROMOCIONAR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA MADERAS CREATIVAS EN LA CIUDAD DE QUITO, BASADO EN EL USO DE LA HERRAMIENTA DE REALIDAD AUMENTADA.

Fotografía	Descripción
	<p>Baúles</p>
	<p>Charoles</p>
	<p>Caja para Chocolates</p>
	<p>Portarretratos Bicicleta</p>

DISEÑO DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL PARA PROMOCIONAR
 LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA MADERAS CREATIVAS EN LA CIUDAD DE
 QUITO, BASADO EN EL USO DE LA HERRAMIENTA DE REALIDAD
 AUMENTADA.

Fotografía	Descripción
	<p>Porta velas Impresos</p>
	<p>Caja para arena</p>
	<p>Letras en Bloque</p>
	<p>Letras Impresas</p>

DISEÑO DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL PARA PROMOCIONAR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA MADERAS CREATIVAS EN LA CIUDAD DE QUITO, BASADO EN EL USO DE LA HERRAMIENTA DE REALIDAD AUMENTADA.

Fotografía	Descripción
	<p>Letreros Mixtos</p>
	<p>Decoración Novios</p>
	<p>Candy Bar Mini Vista Frontal</p>
	<p>Candy Bar Mini Vista Lateral</p>

DISEÑO DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL PARA PROMOCIONAR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA MADERAS CREATIVAS EN LA CIUDAD DE QUITO, BASADO EN EL USO DE LA HERRAMIENTA DE REALIDAD AUMENTADA.

Fotografía	Descripción
	<p>Torre para Bocaditos</p>
	<p>Florero Decorativo</p>
	<p>Cajas Láser</p>
	<p>Porta donas</p>

DISEÑO DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL PARA PROMOCIONAR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA MADERAS CREATIVAS EN LA CIUDAD DE QUITO, BASADO EN EL USO DE LA HERRAMIENTA DE REALIDAD AUMENTADA.

Fotografía	Descripción
	<p>Base para Bocaditos Ángulo Contrapicado</p>
	<p>Base para Bocaditos Ángulo Normal</p>
	<p>Charol Redondo</p>

Elaborado por: Ariana Raza

Tamaño de Fotografías: 270x180mm

Modo de Color: Full Color

Resolución: 3456 pixeles

DISEÑO DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL PARA PROMOCIONAR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA MADERAS CREATIVAS EN LA CIUDAD DE QUITO, BASADO EN EL USO DE LA HERRAMIENTA DE REALIDAD AUMENTADA.

5.03.01.02.03 Estilos.

Tabla 22. Estilos Tipográficos Catálogo

<p>Helvética Neue LT Com 75 Bold</p>	<p>ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890,- ¿? =)(/&%\$.”!</p>
<p>Helvetica Light Light Italic</p>	<p><i>ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890,- ¿? =)(/&%\$.”!</i></p>
<p>Helvetica Neue LT Com 65 Medium</p>	<p>ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890,- ¿? =)(/&%\$.”!</p>
<p>Helvetica Neue LT Com 45 Light</p>	<p>ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890,- ¿? =)(/&%\$.”!</p>
<p>Aphrodite Text</p>	<p><i>ABCDEFGHIJKLMN OPQRST UVWXYZ</i></p> <p><i>abcdefghijklmnopqrstuvwxyz</i></p> <p><i>1234567890,- ¿? =)(/&%\$.”!</i></p>

Elaborado por: Ariana Raza

5.03.01.02.04 Páginas Master o Retículas.

Catálogo

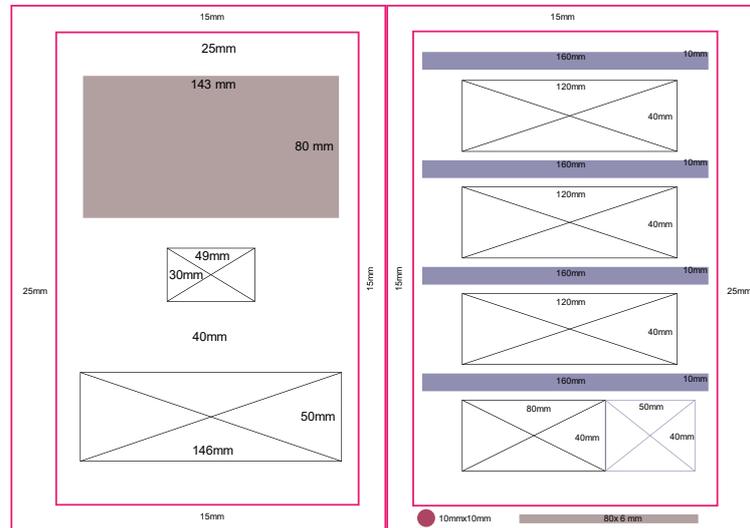


Figura 9. Página 1 y 2

Elaborado por: Ariana Raza

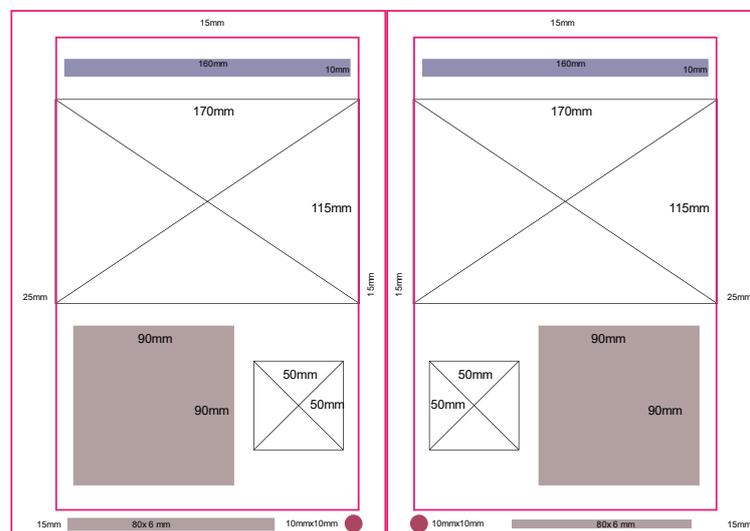


Figura 10. Página 3 y 4

Elaborado por: Ariana Raza

DISEÑO DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL PARA PROMOCIONAR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA MADERAS CREATIVAS EN LA CIUDAD DE QUITO, BASADO EN EL USO DE LA HERRAMIENTA DE REALIDAD AUMENTADA.

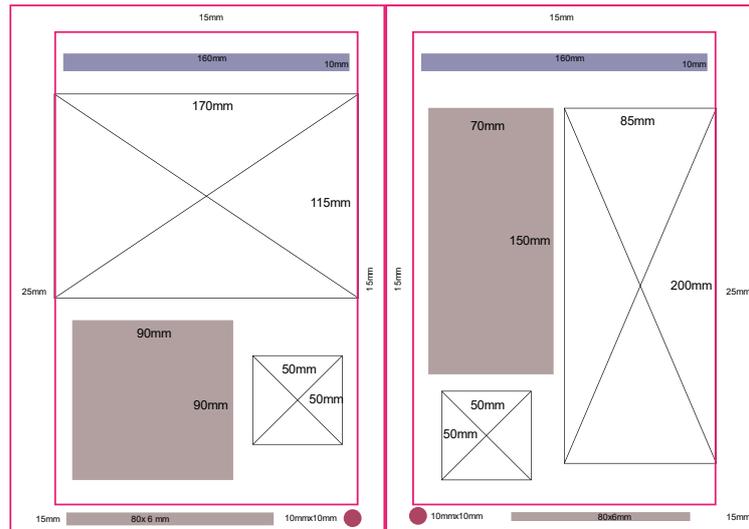


Figura 11. *Página 5 y 6*

Elaborado por: Ariana Raza

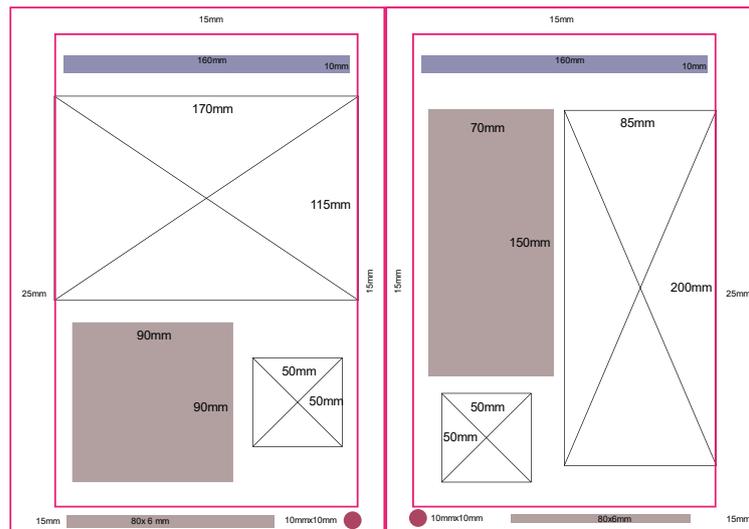


Figura 12. *Página 7 y 8*

Elaborado por: Ariana Raza

DISEÑO DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL PARA PROMOCIONAR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA MADERAS CREATIVAS EN LA CIUDAD DE QUITO, BASADO EN EL USO DE LA HERRAMIENTA DE REALIDAD AUMENTADA.

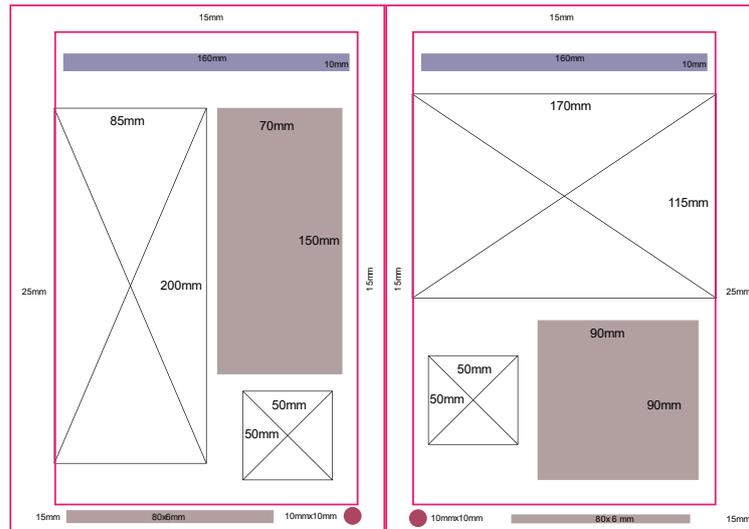


Figura 13. *Página 9 y 10*

Elaborado por: Ariana Raza

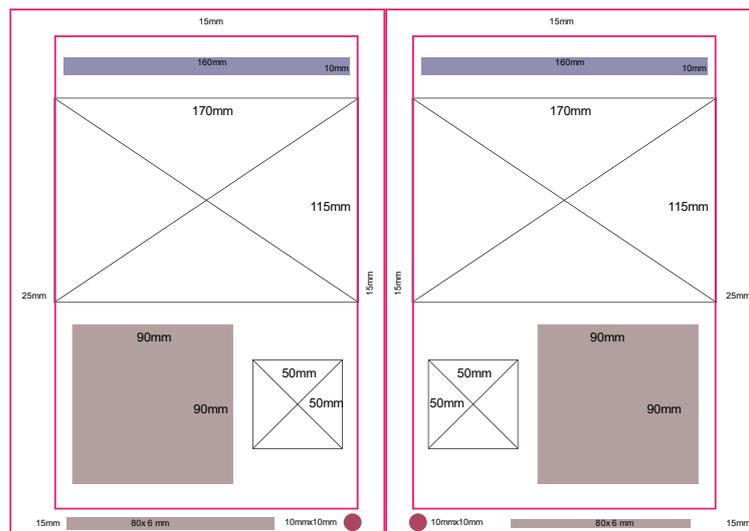


Figura 14. *Página 11 y 12*

Elaborado por: Ariana Raza

DISEÑO DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL PARA PROMOCIONAR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA MADERAS CREATIVAS EN LA CIUDAD DE QUITO, BASADO EN EL USO DE LA HERRAMIENTA DE REALIDAD AUMENTADA.

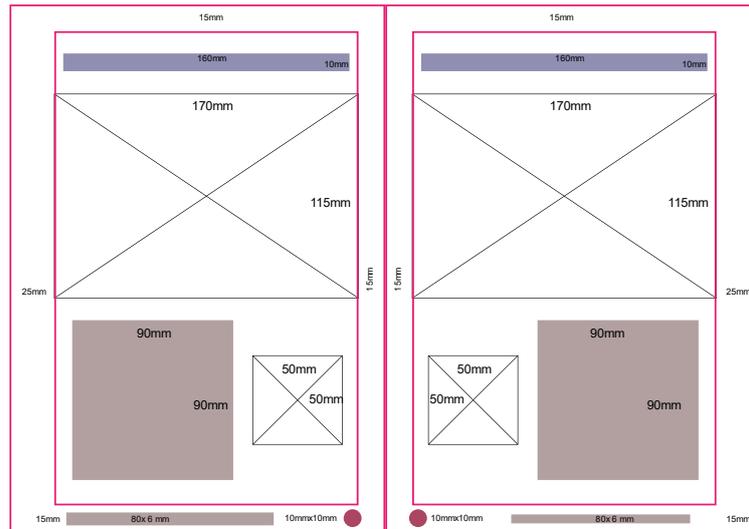


Figura 15. *Página 13 y 14*

Elaborado por: Ariana Raza

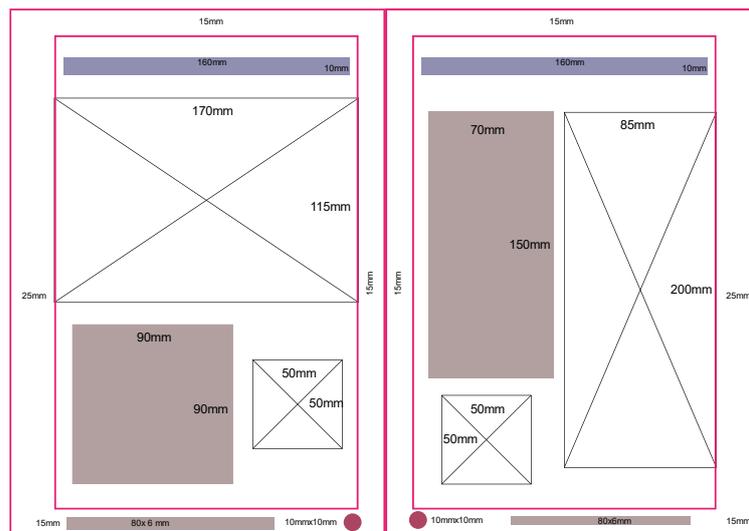


Figura 16. *Página 15 y 16*

Elaborado por: Ariana Raza

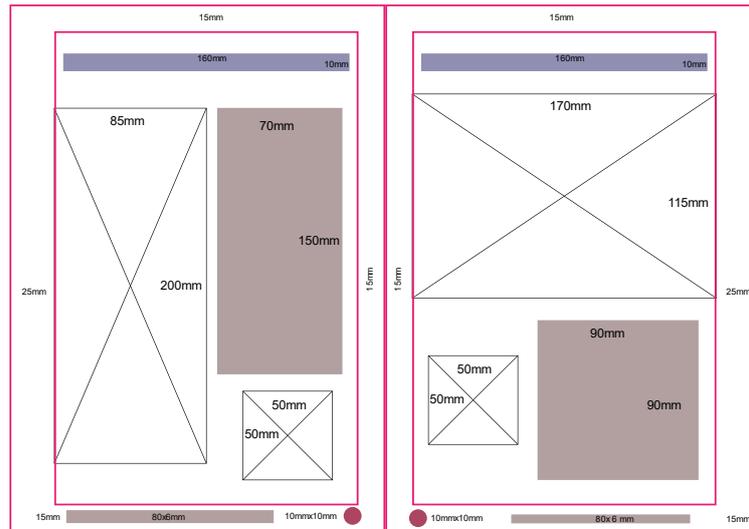


Figura 17. *Página 17 y 18*

Elaborado por: Ariana Raza

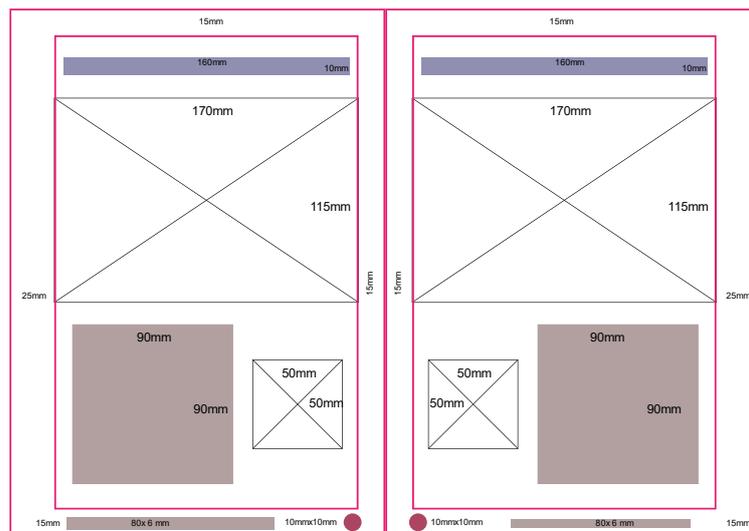


Figura 18. *Página 19 y 20*

Elaborado por: Ariana Raza

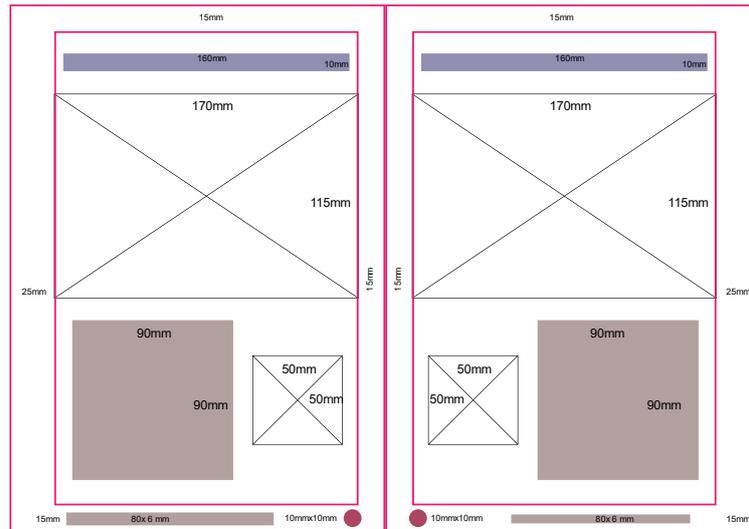


Figura 19. *Página 21 y 22*

Elaborado por: Ariana Raza

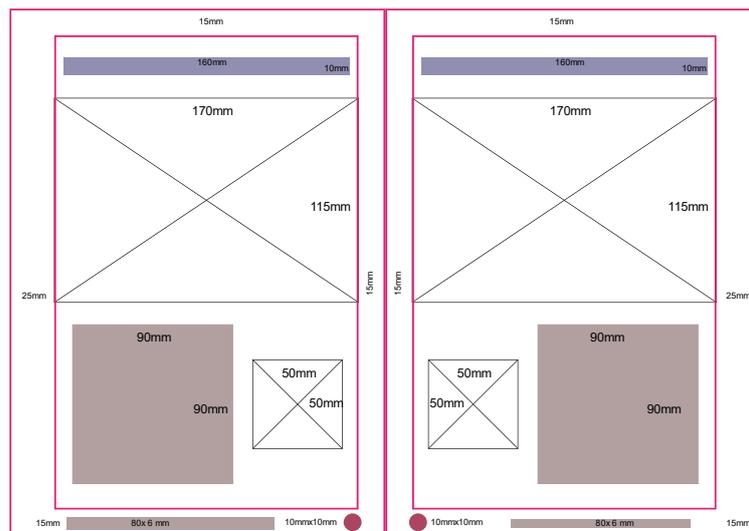


Figura 20. *Página 23 y 24*

Elaborado por: Ariana Raza

DISEÑO DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL PARA PROMOCIONAR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA MADERAS CREATIVAS EN LA CIUDAD DE QUITO, BASADO EN EL USO DE LA HERRAMIENTA DE REALIDAD AUMENTADA.

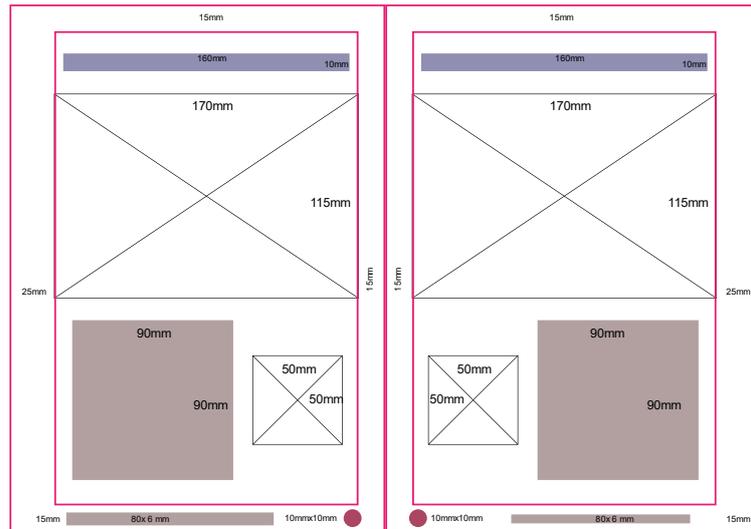


Figura 21. *Página 25 y 26*

Elaborado por: Ariana Raza

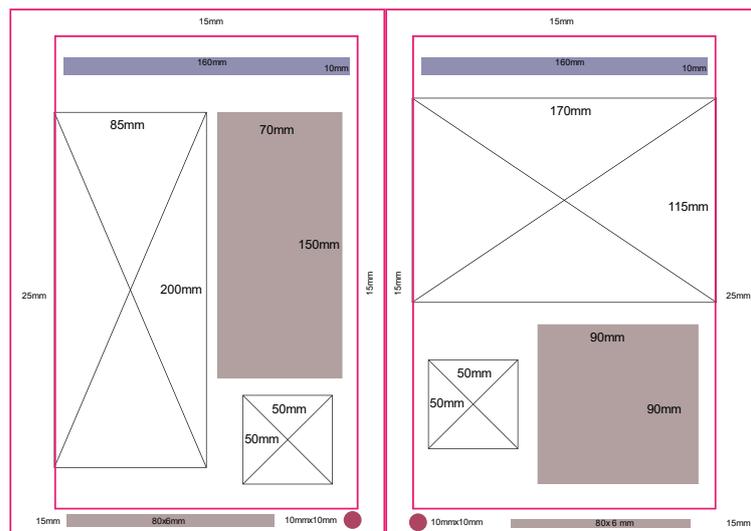


Figura 22. *Página 27 y 28*

Elaborado por: Ariana Raza

DISEÑO DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL PARA PROMOCIONAR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA MADERAS CREATIVAS EN LA CIUDAD DE QUITO, BASADO EN EL USO DE LA HERRAMIENTA DE REALIDAD AUMENTADA.

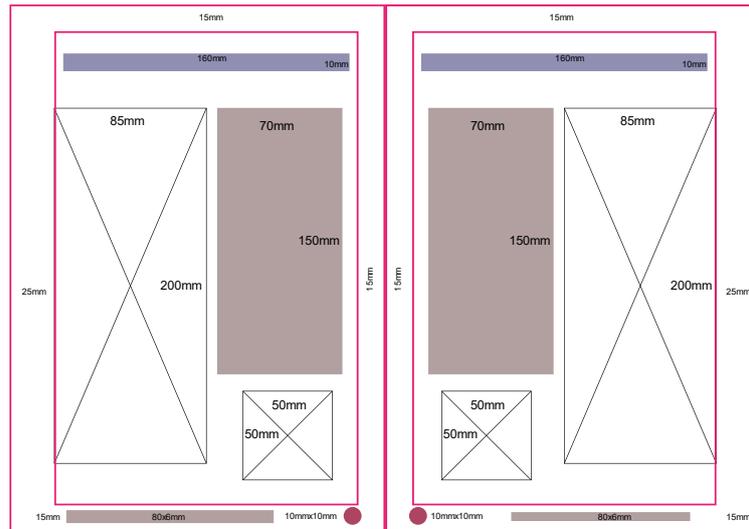


Figura 23. *Página 29 y 30*

Elaborado por: Ariana Raza

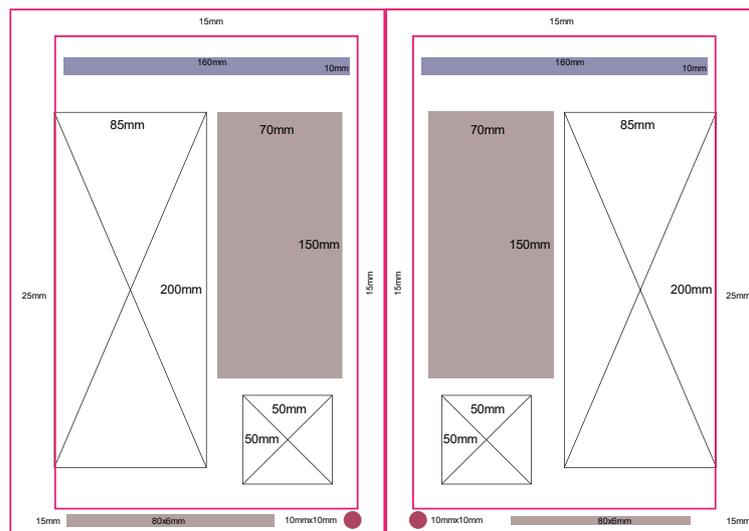


Figura 24. *Página 31 y 32*

Elaborado por: Ariana Raza

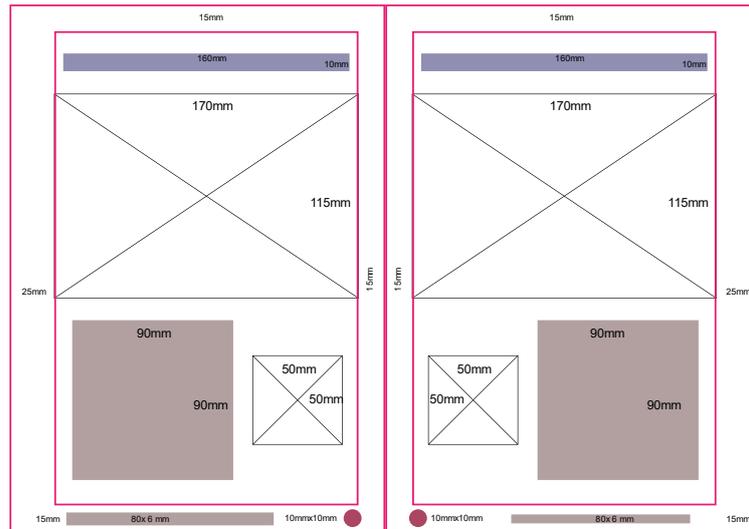


Figura 25. *Página 33 y 34*

Elaborado por: Ariana Raza

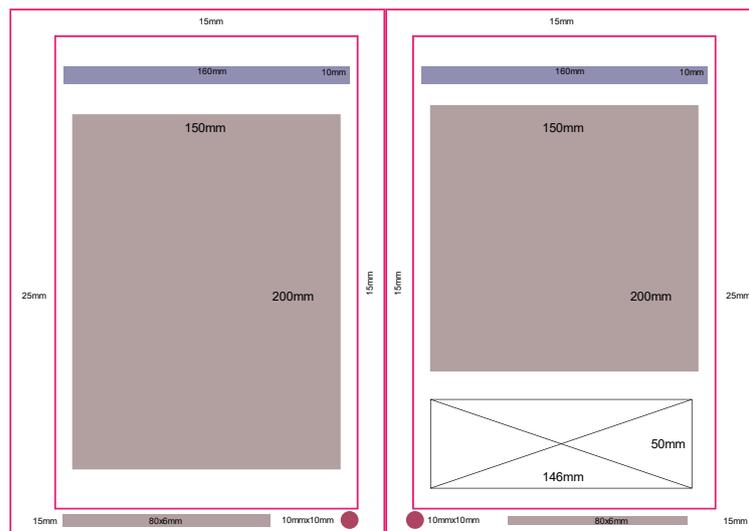


Figura 26. *Página 35 y 36*

Elaborado por: Ariana Raza

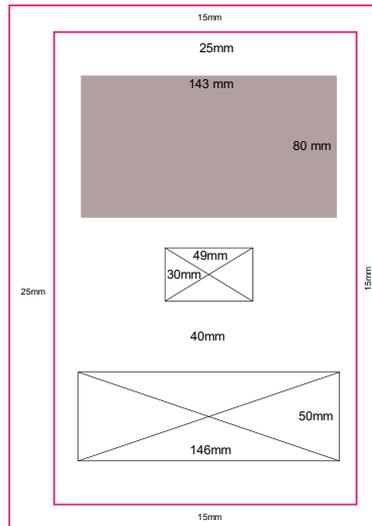


Figura 27. Portada Externa MDF

Elaborado por: Ariana Raza

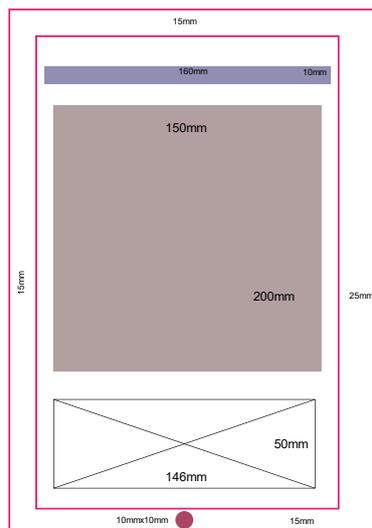


Figura 28. Contraportada Externa MDF

Elaborado por: Ariana Raza

5.03.01.02.05 Diagramación.



Figura 29. Diagramación Página 1 y 2

Elaborado por: Ariana Raza



Figura 30. Diagramación Página 3 y 4

Elaborado por: Ariana Raza

DISEÑO DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL PARA PROMOCIONAR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA MADERAS CREATIVAS EN LA CIUDAD DE QUITO, BASADO EN EL USO DE LA HERRAMIENTA DE REALIDAD AUMENTADA.



Figura 31. Diagramación Página 5 y 6

Elaborado por: Ariana Raza



Figura 32. Diagramación Página 7 y 8

Elaborado por: Ariana Raza

DISEÑO DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL PARA PROMOCIONAR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA MADERAS CREATIVAS EN LA CIUDAD DE QUITO, BASADO EN EL USO DE LA HERRAMIENTA DE REALIDAD AUMENTADA.



Figura 33. Diagramación Página 9 y 10

Elaborado por: Ariana Raza



Figura 34. Diagramación Página 11 y 12

Elaborado por: Ariana Raza

DISEÑO DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL PARA PROMOCIONAR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA MADERAS CREATIVAS EN LA CIUDAD DE QUITO, BASADO EN EL USO DE LA HERRAMIENTA DE REALIDAD AUMENTADA.



Figura 35. Diagramación Página 13 y 14

Elaborado por: Ariana Raza



Figura 36. Diagramación Página 15 y 16

Elaborado por: Ariana Raza

DISEÑO DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL PARA PROMOCIONAR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA MADERAS CREATIVAS EN LA CIUDAD DE QUITO, BASADO EN EL USO DE LA HERRAMIENTA DE REALIDAD AUMENTADA.



Figura 37. Diagramación Página 17 y 18

Elaborado por: Ariana Raza



Figura 38. Diagramación Página 19 y 20

Elaborado por: Ariana Raza

DISEÑO DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL PARA PROMOCIONAR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA MADERAS CREATIVAS EN LA CIUDAD DE QUITO, BASADO EN EL USO DE LA HERRAMIENTA DE REALIDAD AUMENTADA.



Figura 39. Diagramación Página 21 y 22

Elaborado por: Ariana Raza



Figura 40. Diagramación Página 23 y 24

Elaborado por: Ariana Raza

DISEÑO DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL PARA PROMOCIONAR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA MADERAS CREATIVAS EN LA CIUDAD DE QUITO, BASADO EN EL USO DE LA HERRAMIENTA DE REALIDAD AUMENTADA.



Figura 41. Diagramación Página 25 y 26

Elaborado por: Ariana Raza



Figura 42. Diagramación Página 27 y 28

Elaborado por: Ariana Raza

DISEÑO DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL PARA PROMOCIONAR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA MADERAS CREATIVAS EN LA CIUDAD DE QUITO, BASADO EN EL USO DE LA HERRAMIENTA DE REALIDAD AUMENTADA.



Figura 43. Diagramación Página 29 y 30

Elaborado por: Ariana Raza



Figura 44. Diagramación Página 31 y 32

Elaborado por: Ariana Raza

DISEÑO DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL PARA PROMOCIONAR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA MADERAS CREATIVAS EN LA CIUDAD DE QUITO, BASADO EN EL USO DE LA HERRAMIENTA DE REALIDAD AUMENTADA.



Figura 45. Diagramación Página 33 y 34

Elaborado por: Ariana Raza



Figura 46. Diagramación Página 35 y 36

Elaborado por: Ariana Raza

DISEÑO DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL PARA PROMOCIONAR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA MADERAS CREATIVAS EN LA CIUDAD DE QUITO, BASADO EN EL USO DE LA HERRAMIENTA DE REALIDAD AUMENTADA.

5.03.01.02.06 Imagen Corporativa.



Figura 47. Logotipo

Elaborado por: Ariana Raza

Justificación Logotipo

ISOLOGO: Debido a la trayectoria de la empresa se respeta la decisión en cuanto al mantenimiento del logotipo de la empresa, la parte gráfica del logotipo representa a la principal actividad a la cual la empresa se dedica, es decir el trabajo artesanal de la carpintería, utilizando la silueta de quien es el creador y fundador de Maderas Creativas.

FORMA: Círculo: Creatividad y adaptabilidad.

Construcción Gráfica y Proporciones

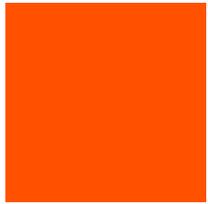
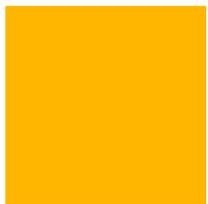


Figura 48. Grafimetría Logotipo

Elaborado por: Ariana Raza

Color

Tabla 23. Colores corporativos

Cromática	Pantone	CMYK	RGB	Hexadecimal
	Pantone Orange 021 C	C: 0 M: 77,51 Y: 100 K: 0	R: 233 G: 84 B: 13	# E9540D
	Pantone 7549 C	C: 0 M: 32,29 Y: 100 K: 0	R: 250 G: 181 B: 0	# FAB500
	Pantone Black C	C: 66,78 M: 60,77 Y: 61,34 K: 73,64	R: 45 G: 42 B: 38	# 2D2A26

Elaborado por: Ariana Raza

Justificación de Color

Amarillo: Calidez

Naranja: Innovación

Negro: Fuerza

Tipografía:

Bebas Neue (MADERAS)

Century Gothic Bold (creativas)/ extensión letra t

5.03.01.02.07 Portada.



Figura 49. Portada MDF Catálogo

Elaborado por: Ariana Raza

5.03.01.02.08 Maquetación.



Figura 50. Maquetación Página 1 y 2

Elaborado por: Ariana Raza

DISEÑO DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL PARA PROMOCIONAR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA MADERAS CREATIVAS EN LA CIUDAD DE QUITO, BASADO EN EL USO DE LA HERRAMIENTA DE REALIDAD AUMENTADA.



Figura 51. Maquetación Página 3 y 4

Elaborado por: Ariana Raza



Figura 52. Maquetación Página 5 y 6

Elaborado por: Ariana Raza

DISEÑO DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL PARA PROMOCIONAR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA MADERAS CREATIVAS EN LA CIUDAD DE QUITO, BASADO EN EL USO DE LA HERRAMIENTA DE REALIDAD AUMENTADA.



Figura 53. Maquetación Página 7 y 8

Elaborado por: Ariana Raza



Figura 54. Maquetación Página 9 y 10

Elaborado por: Ariana Raza

DISEÑO DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL PARA PROMOCIONAR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA MADERAS CREATIVAS EN LA CIUDAD DE QUITO, BASADO EN EL USO DE LA HERRAMIENTA DE REALIDAD AUMENTADA.

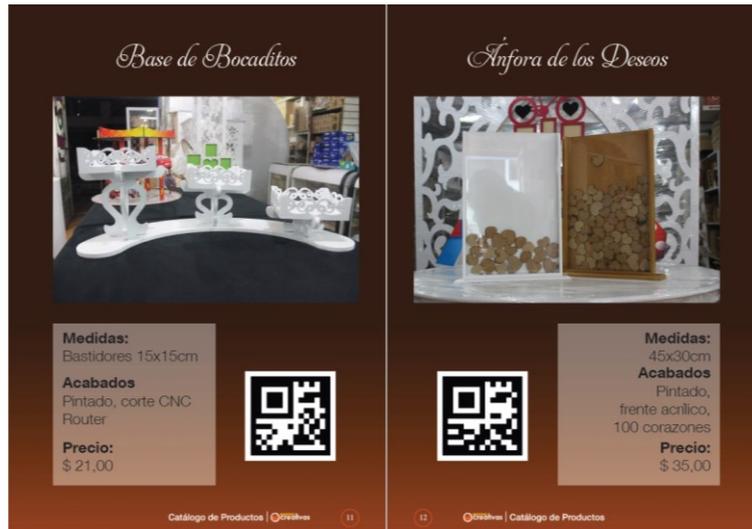


Figura 55. Maquetación Página 11 y 12

Elaborado por: Ariana Raza



Figura 56. Maquetación Página 13 y 14

Elaborado por: Ariana Raza

DISEÑO DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL PARA PROMOCIONAR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA MADERAS CREATIVAS EN LA CIUDAD DE QUITO, BASADO EN EL USO DE LA HERRAMIENTA DE REALIDAD AUMENTADA.



Figura 57. Maquetación Página 15 y 16

Elaborado por: Ariana Raza



Figura 58. Maquetación Página 17 y 18

Elaborado por: Ariana Raza

DISEÑO DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL PARA PROMOCIONAR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA MADERAS CREATIVAS EN LA CIUDAD DE QUITO, BASADO EN EL USO DE LA HERRAMIENTA DE REALIDAD AUMENTADA.



Figura 59. Maquetación Página 19 y20

Elaborado por: Ariana Raza



Figura 60. Maquetación Página 21 y 22

Elaborado por: Ariana Raza



Figura 61. Maquetación Página 23 y 24

Elaborado por: Ariana Raza



Figura 62. Maquetación Página 25 y 26

Elaborado por: Ariana Raza

DISEÑO DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL PARA PROMOCIONAR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA MADERAS CREATIVAS EN LA CIUDAD DE QUITO, BASADO EN EL USO DE LA HERRAMIENTA DE REALIDAD AUMENTADA.



Figura 63. Maquetación Página 27 y 28

Elaborado por: Ariana Raza



Figura 64. Maquetación Página 29 y 30

Elaborado por: Ariana Raza

DISEÑO DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL PARA PROMOCIONAR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA MADERAS CREATIVAS EN LA CIUDAD DE QUITO, BASADO EN EL USO DE LA HERRAMIENTA DE REALIDAD AUMENTADA.



Figura 65. Maquetación Página 31 y 32

Elaborado por: Ariana Raza



Figura 66. Maquetación Página 33 y 34

Elaborado por: Ariana Raza

DISEÑO DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL PARA PROMOCIONAR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA MADERAS CREATIVAS EN LA CIUDAD DE QUITO, BASADO EN EL USO DE LA HERRAMIENTA DE REALIDAD AUMENTADA.



Figura 67. Maquetación Página 35 y 36

Elaborado por: Ariana Raza

5.03.01.02.09 Realidad Aumentada.

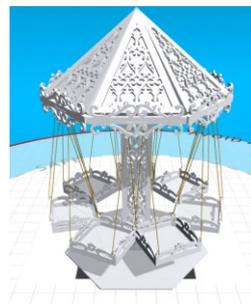


Figura 68. Realidad Aumentada Carrusel

Elaborado por: Ariana Raza



Figura 69. Realidad Aumentada Porta Donas

Elaborado por: Ariana Raza

DISEÑO DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL PARA PROMOCIONAR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA MADERAS CREATIVAS EN LA CIUDAD DE QUITO, BASADO EN EL USO DE LA HERRAMIENTA DE REALIDAD AUMENTADA.

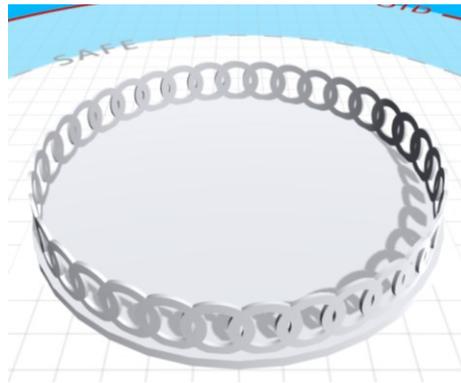


Figura 70. Realidad Aumentada Charol Redondo

Elaborado por: Ariana Raza

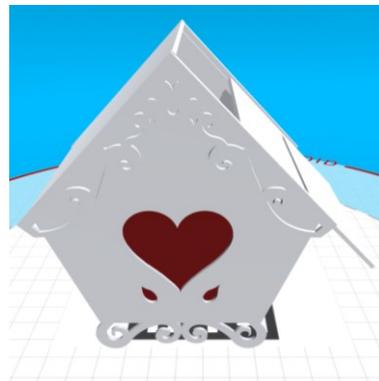


Figura 71. Realidad Aumentada Casa para Sobres

Elaborado por: Ariana Raza

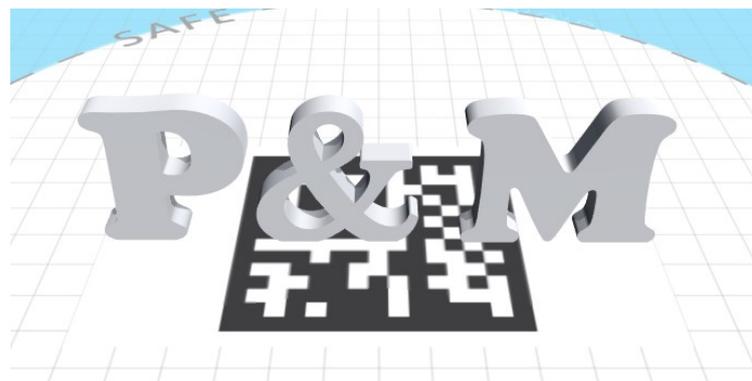


Figura 72. Realidad Aumentada Letras Pintadas

Elaborado por: Ariana Raza

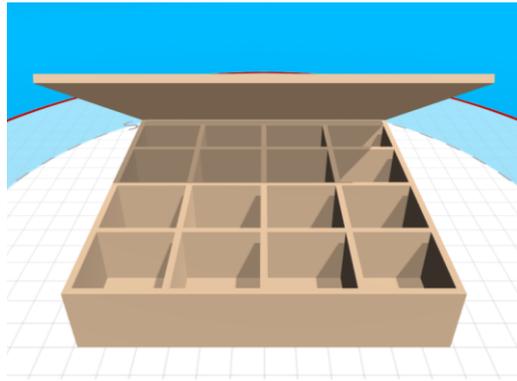


Figura 73. *Realidad Aumentada Caja para Chocolates*

Elaborado por: Ariana Raza



Figura 74. *Realidad Aumentada Portavelas*

Elaborado por: Ariana Raza



Figura 75. *Realidad Aumentada Decoración Novios*

Elaborado por: Ariana Raza

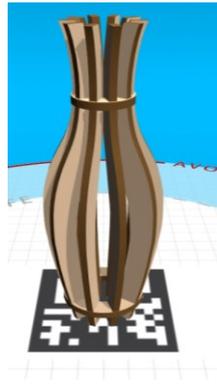


Figura 76. *Realidad Aumentada Florero*

Elaborado por: Ariana Raza

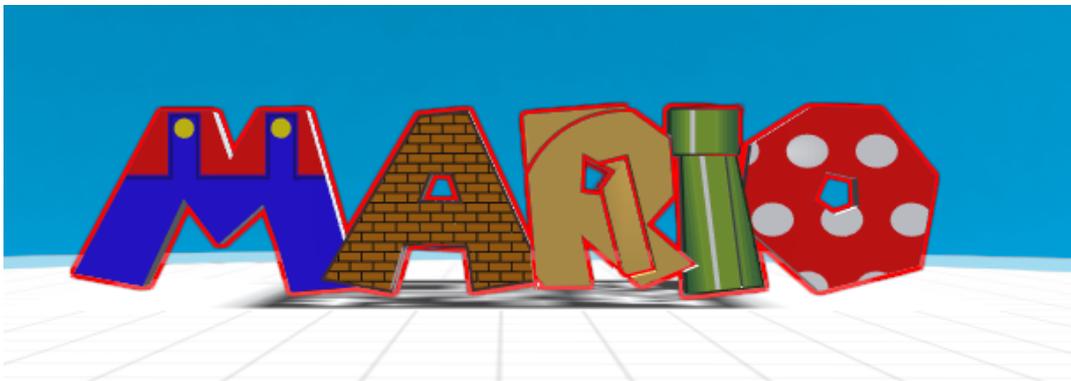


Figura 77. *Realidad Aumentada Letras Impresas*

Elaborado por: Ariana Raza

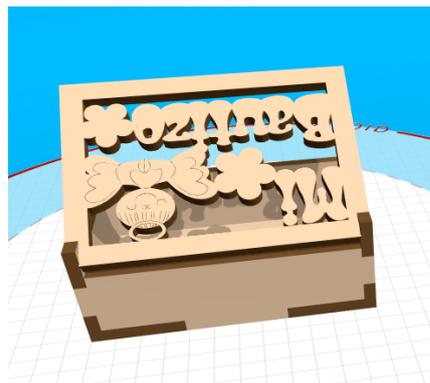


Figura 78. *Realidad Aumentada Caja Láser Recuerdo*

Elaborado por: Ariana Raza

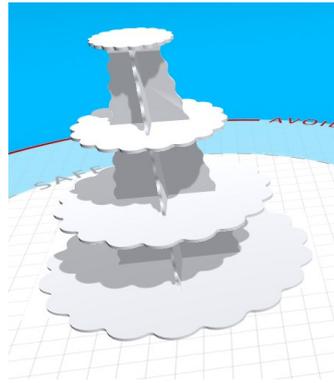


Figura 79. Realidad Aumentada Base para Bocaditos

Elaborado por: Ariana Raza



Figura 80. Realidad Aumentada Candy Bar

Elaborado por: Ariana Raza

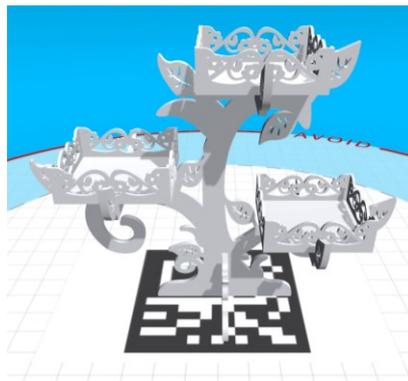


Figura 81. Realidad Aumentada Árbol para Bocaditos

Elaborado por: Ariana Raza

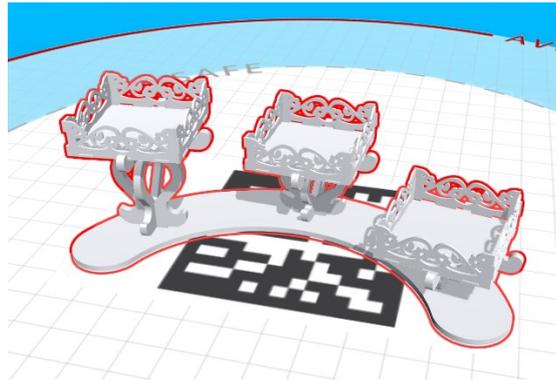


Figura 82. *Realidad Aumentada Base para Bocaditos Gradados*

Elaborado por: Ariana Raza

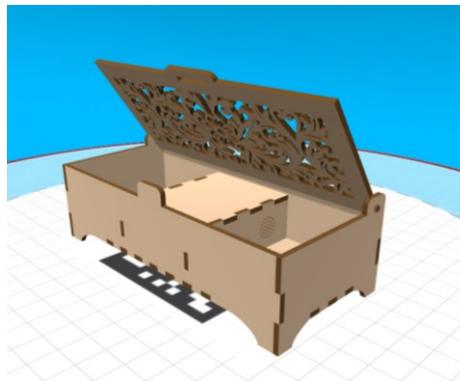


Figura 83. *Realidad Aumentada Caja Musical*

Elaborado por: Ariana Raza

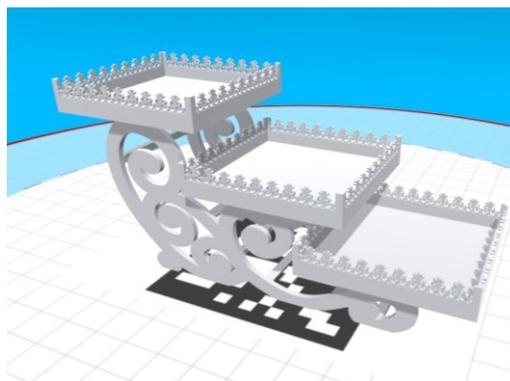


Figura 84. *Realidad Aumentada Carroza*

Elaborado por: Ariana Raza

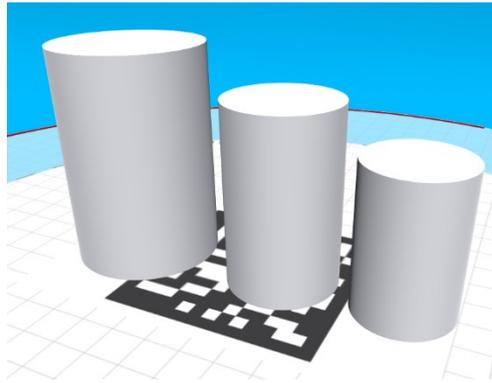


Figura 85. Realidad Aumentada Cilindros

Elaborado por: Ariana Raza



Figura 86. Realidad Aumentada Letrero

Elaborado por: Ariana Raza

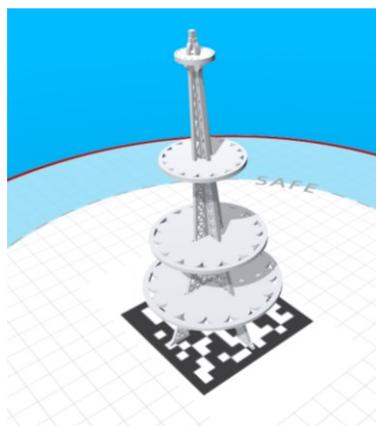


Figura 87. Realidad Aumentada Torre para Bocaditos

Elaborado por: Ariana Raza

DISEÑO DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL PARA PROMOCIONAR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA MADERAS CREATIVAS EN LA CIUDAD DE QUITO, BASADO EN EL USO DE LA HERRAMIENTA DE REALIDAD AUMENTADA.

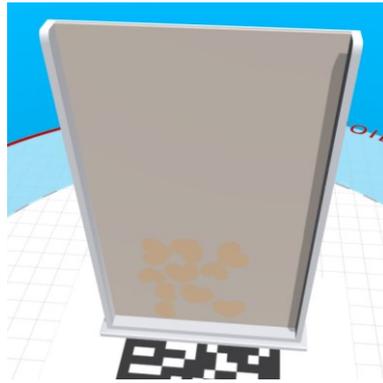


Figura 88. *Realidad Aumentada Ánfora*

Elaborado por: Ariana Raza



Figura 89. *Realidad Aumentada Carretilla para Sobres*

Elaborado por: Ariana Raza

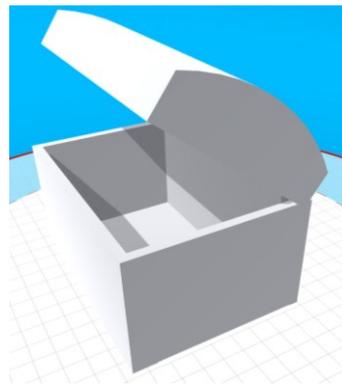


Figura 90. *Realidad Aumentada Baúl*

Elaborado por: Ariana Raza

DISEÑO DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL PARA PROMOCIONAR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA MADERAS CREATIVAS EN LA CIUDAD DE QUITO, BASADO EN EL USO DE LA HERRAMIENTA DE REALIDAD AUMENTADA.

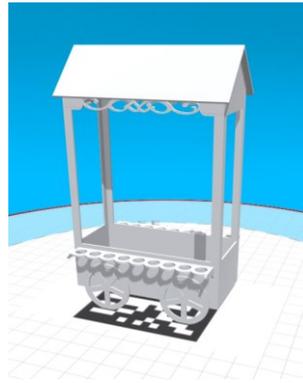


Figura 91. *Realidad Aumentada Mini Candy Bar*

Elaborado por: Ariana Raza

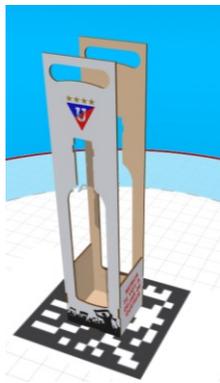


Figura 92. *Realidad Aumentada Vinera*

Elaborado por: Ariana Raza

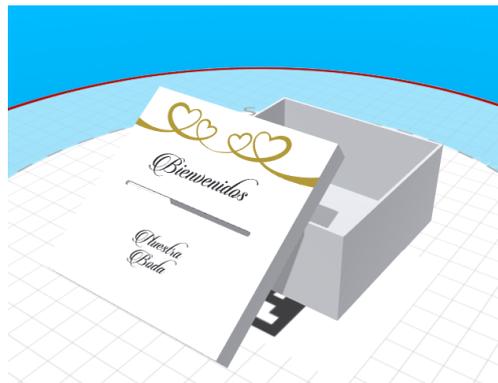


Figura 93. *Realidad Aumentada Caja para Sobres*

Elaborado por: Ariana Raza



Figura 94. *Realidad Aumentada Letrero Sobrepuesto*

Elaborado por: Ariana Raza



Figura 95. *Realidad Aumentada Casa para Sobres con Ventanas*

Elaborado por: Ariana Raza

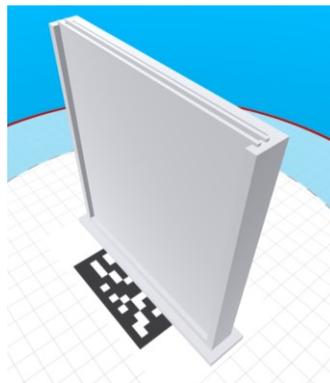


Figura 96. *Realidad Aumentada Caja para Arena*

Elaborado por: Ariana Raza

DISEÑO DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL PARA PROMOCIONAR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA MADERAS CREATIVAS EN LA CIUDAD DE QUITO, BASADO EN EL USO DE LA HERRAMIENTA DE REALIDAD AUMENTADA.

5.03.01.02.10 Prensa.

El proceso de prensa del catálogo se realizará en una impresora digital XEROX 550, en papel couche 300gr tamaño oficio, se procede con este tipo de impresión debido a que el tiraje es pequeño y no necesita de placas metálicas.

5.03.01.02.11 Post-Prensa.

Cada una de las hojas del catálogo tendrán un plastificado efecto Matte, mientras que el armado de este se lo realizara anillado para acceder a la oportunidad de incrementar hojas al mismo después de terminado el proyecto.

Por otra parte, las portadas del catálogo serán realizadas en Mdf de 3mm de espesor para resaltar los servicios que la empresa ofrece, realizando en la misma detalles tanto grabados como también en impresión UV.

5.03.01.02.12 Marketing y Distribución.

Para la distribución del catálogo se realizará dentro de un código QR con un link que da acceso al mismo, este código se encuentra ubicado en la parte posterior de una tarjeta de presentación que se distribuye tanto dentro del punto de venta como por quienes forman parte de la empresa.

Mientras que el catálogo impreso será implementado tanto dentro del punto de venta, como a quienes se encargan de realizar las ventas directas.



Figura 97. Tarjeta de Presentación

5.03.02. Área Publicitaria.

5.03.02.01 Brief Publicitario.

Empresa Maderas Creativas

5.03.02.01.01 Definición del Lugar.

La empresa Maderas Creativas se dedica a realizar trabajos con Madera de manera tanto manual como incorporando elementos tecnológicos como son el corte láser, la impresión UV y el corte en CNC Router.

5.03.02.01.02 Objetivo General.

Cumplir con las expectativas de quienes conocen la empresa realizando y plasmando las ideas de sus usuarios de manera efectiva y creativa.

5.03.02.01.03 Objetivos Específicos.

- Innovar el mercado con el uso de nuevas tecnologías.
- Llegar a su grupo objetivo por la calidad, creatividad y rapidez de sus trabajos.

- Brindar a su grupo objetivo un asesoramiento en sus requerimientos.

5.03.02.01.04 Detalles del Lugar.

Antecedentes

Maderas Creativas es una empresa con 18 años de experiencia en el mercado artesanal y se ha especializado en la fabricación de artículos en madera, enfocadas en la creación, decoración, innovación y productividad.

Atributos

- Actualización Tecnológica constante
- Comunicación eficaz entre la empresa y el cliente
- Alta productividad

Beneficios

- La empresa puede realizar cualquier requerimiento dentro del área a la que se dedica de sus clientes.

Target

Características Demográficas

Geográficas: Quito

Edad: 15-45 años

Género: Hombre – Mujer

Nivel Socioeconómico: Medio Alto

DISEÑO DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL PARA PROMOCIONAR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA MADERAS CREATIVAS EN LA CIUDAD DE QUITO, BASADO EN EL USO DE LA HERRAMIENTA DE REALIDAD AUMENTADA.

Características Psicográficas

Personas dedicadas a decoración de eventos.

Personas aficionadas a manualidades.

Personas que se encuentren dentro de la distribución de materiales corporativos.

5.03.02.02 Problemas Comunicacionales.

Información: Deficiente información acerca de los productos y servicios que la empresa ofrece a su grupo objetivo.

Persuasión: Desinterés del grupo objetivo por adquirir productos de la empresa

Posicionamiento: Es una empresa de una larga trayectoria dentro del mercado sin embargo no todo su grupo objetivo la conoce.

Mantenimiento: Baja innovación en cuanto a su publicidad presentada.

5.03.02.03 Objetivos Comunicacionales.

Información: Presentar al cliente una información más detallada acerca de los productos y servicios que la empresa ofrece.

Persuasión: Generar un incremento de ventas dentro del punto de venta por parte del grupo objetivo.

Posicionamiento: Llegar a la mente del consumidor de una manera innovadora al presentar su publicidad.

Mantenimiento: Presentar constantemente productos nuevos realizados por la empresa junto con el uso de estos.

5.03.02.04 Estrategia Publicitaria.

Beneficios racionales: Creatividad

Producto: Productos y Servicios Maderas Creativas

Mensaje Básico: Lo que tienes en mente lo hacemos

Tono: Indiferente.

Estilo: Semiformal

Insight: En nuestras manos lo que tu necesitas

Reason Why

Beneficio Racional: Característica principal de la empresa al tener la posibilidad de crear cualquier requerimiento de sus usuarios.

Mensaje Básico: Plasmar las ideas que sus clientes requieren.

Tono: El producto no compite con ninguna otra empresa.

Estilo: El grupo objetivo son tanto jóvenes como adultos.

Insight: El cliente debe sentirse seguro de que la empresa puede cumplir con el trabajo que necesite.

Eje de Campaña: Nuestro objetivo es conseguir lo que quieres

Slogan: “Tus ideas en un solo lugar”.

5.03.02.05 Diseño de Piezas Gráficas.

5.03.02.05.01 Flyer.



Figura 98. *Diseño Flyer*

Elaborado por: Ariana Raza

DISEÑO DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL PARA PROMOCIONAR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA MADERAS CREATIVAS EN LA CIUDAD DE QUITO, BASADO EN EL USO DE LA HERRAMIENTA DE REALIDAD AUMENTADA.

5.03.02.05.02 Roll Up.



Figura 99. Diseño Roll Up

Elaborado por: Ariana Raza

DISEÑO DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL PARA PROMOCIONAR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA MADERAS CREATIVAS EN LA CIUDAD DE QUITO, BASADO EN EL USO DE LA HERRAMIENTA DE REALIDAD AUMENTADA.

5.03.02.05.02 Redes Sociales.



Figura 100. *Diseño Publicación Redes Sociales*

Elaborado por: Ariana Raza

5.03.02.06 AIDA.

Atención: El cliente será atraído hacia la publicidad de la empresa gracias a la implementación de realidad aumentada dentro de las mismas.

Interés: El saber cuál es el uso de un producto e incluso interactuar con el mismo permitirá que el usuario quiera usar el producto en su entorno de acuerdo con su necesidad.

Deseo: La posibilidad de interactuar con el objeto y su proceso de creación crea en el usuario acercarse al punto de venta a comparar lo que visualiza en su teléfono con el producto real.

Acción: Al encontrarse satisfecho tanto con lo que mira a través de la aplicación como lo que mira físicamente en el punto de venta el usuario procede a adquirir o el producto visualizado o algún otro que se encuentre dentro del punto de venta.

DISEÑO DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL PARA PROMOCIONAR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA MADERAS CREATIVAS EN LA CIUDAD DE QUITO, BASADO EN EL USO DE LA HERRAMIENTA DE REALIDAD AUMENTADA.

5.03.02.07 Plan y Estrategia de Medios.

5.03.02.07.01 Medios Principales.

Tabla 24. Medios Principales

Concepto	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Flyer	200	\$ 0,08	\$ 16,00
		TOTAL	\$ 16,00

Elaborado por: Ariana Raza

5.03.02.07.02 Medios Secundarios.

Tabla 25. Medios Secundarios

Concepto	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Roll Up	1	\$ 33,00	\$ 33,00
		TOTAL	\$ 33,00

Elaborado por: Ariana Raza

5.03.02.07.03 Medios Auxiliares.

Tabla 26. Medios Auxiliares

Concepto	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Publicidad Facebook/valor mensual	3	\$ 10,00	\$ 30,00
		TOTAL	\$ 30,00

Elaborado por: Ariana Raza

5.03.02.07.04 Flow Chart.

Tabla 27. *Flow Chart*

Medio	Inversión Individual
Medios Principales	
Flyer	\$ 16,00
Subtotal	\$ 16,00
Medios Secundarios	
Roll Up	\$ 33,00
Subtotal	\$ 33,00
Medios Auxiliares	
Facebook	\$ 30,00
Subtotal	\$ 30,00
Total Medios	\$ 79,00
10% Imprevistos	\$ 7,90
TOTAL	\$ 86,90

Elaborado por: Ariana Raza

Capítulo VI

6. Aspectos Administrativos

6.01. Recursos

Técnico- Tecnológico.

Hardware.

- Computadora ASUS ROG GL503VM-IH73 Core i7-7700HQ 16 GB RAM
1TB+128GB SSD 15.6 NVIDIA GTX 1060 6 GB
- Cámara Canon EOS Rebel T5
- Memoria USB Kingston DTGE9 16gb
- Impresora Xerox 550
- Máquina Laser Han's Yueming CMA1008-B-A
- Impresora SID APOLO UV

Software.

- Microsoft Office Word
- Adobe Illustrator
- Adobe Photoshop
- Adobe InDesign

- Maxon Cinema 4D R20 Studio
- ROAR

Recursos Humanos.

Ing. Franklin Duarte (Gerente General Maderas Creativas)

Srta. Jenny Yugse (Administradora Punto de Venta Maderas Creativas)

Ing. Gonzalo Quezada (Tutor Proyecto de Titulación)

Srta. Ariana Raza (Investigador)

Recursos Económicos.

El presente proyecto cuenta con financiación propia del investigador.

6.02. Presupuesto

Gastos Operativos

Tabla 28. *Gastos Operativos*

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Total	Financiamiento
Impresiones B/N Papel Bond	250	\$ 0,05	\$ 12,50	Propio
Impresiones a color Papel Bond	100	\$ 0,45	\$ 45,00	Propio
Internet	3	\$ 5,00	\$ 15,00	Propio
Servicios Básicos (Luz)	3	\$ 5,00	\$ 15,00	Propio
Alimentación	30	\$ 1,50	\$ 45,00	Propio
Transporte 5 veces al mes durante 6 meses	30	\$ 0,80	\$ 24,00	Propio
Materiales de Oficina	1	\$ 10,00	\$ 10,00	Propio
		TOTAL	\$ 166,5	

Elaborado por: Ariana Raza

Aplicación del Proyecto

Tabla 29. *Aplicación del Proyecto*

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Total	Financiamiento
Impresiones papel Couche 300g oficio	36	\$ 0,80	\$ 28,80	Propio
Plastificado	36	\$ 1,00	\$ 36,00	Propio
Impresión Couche 150g MegaA3	25	\$ 0,61	\$ 16,00	Propio
Guillotina	1	\$ 5,00	\$ 5,00	Propio
Anillado	2	\$ 1,50	\$ 3,00	Propio
Corte y Grabado Láser Portadas Catálogo	2	\$ 5,00	\$ 10,00	Propio
Impresión UV Portadas Catálogo	2	\$ 6,00	\$ 12,00	Propio
Roll Up	1	\$ 33,00	\$ 33,00	Propio
Publicidad Redes Sociales (Valor por 3 meses)	1	\$ 30,00	\$ 30,00	Propio
TOTAL			\$ 173,8	

Elaborado por: Ariana Raza

6.03. Cronograma

Tabla 30. *Cronograma*

N°	Actividad	Responsable	Tiempo				Resultados Esperados	
			Mes	Semana				
				1	2	3		4
1	Aprobación tema de proyecto de Titulación	Dirección de Carrera de Diseño Gráfico	Mayo	X				Definir el tema para proceder a diagramar el esquema de tesis.
2	Antecedentes	Ariana Raza	Mayo				X	Justificar la realización del proyecto basado en definiciones y proyectos previamente verificados.
3	Análisis de Involucrados	Ariana Raza	Junio			X		Establecer las personas que formarán parte del proyecto.
4	Problemas y Objetivos	Ariana Raza	Julio		X			Definir la problemática y las soluciones propuestas.
5	Análisis de Alternativa	Ariana Raza	Agosto	X				Establecer las actividades a realizar para poder llegar a la solución propuesta.
6	Propuesta	Ariana Raza	Septiembre			X		Diagramación y presentación de la propuesta.
7	Aspectos Administrativos	Ariana Raza	Septiembre				X	Definición de presupuestos y recursos que se presentan dentro de la realización del proyecto.
8	Conclusiones y Recomendaciones	Ariana Raza	Septiembre				X	Definir las conclusiones y recomendaciones encontradas durante la realización del proyecto.

Elaborado por: Ariana Raza

DISEÑO DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL PARA PROMOCIONAR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA MADERAS CREATIVAS EN LA CIUDAD DE QUITO, BASADO EN EL USO DE LA HERRAMIENTA DE REALIDAD AUMENTADA.

Capítulo VII

7. Conclusiones y Recomendaciones

7.01. Conclusiones

- Se ha implementado el acceso a la visualización de un producto en 360 grados a través del dispositivo móvil, lo cual para el grupo objetivo se obtuvo la oportunidad de interactuar con el producto desde la comodidad de su hogar, trabajo o lugar en donde se encuentre.
- Se logró llegar al grupo objetivo a través de los medios digitales ya que tuvieron una gran acogida.
- El proyecto fue implementado con el objetivo de incrementar el interés del usuario por adquirir un producto permitiéndole conocer el uso que le puede dar al objeto.
- Se ha generado un incremento notable de ventas de la empresa de acuerdo con sus estados financieros.
- Las redes sociales como uno de los medios que se utilizó para la difusión de la publicidad de la empresa fueron elegida para que estas tengan una gran acogida por parte de los usuarios.
- Permitir a los usuarios conocer parte de los trabajos que se pueden realizar dentro de la empresa dentro del roll up que se implementó en el punto de venta ayudó a informar acerca de algunos de los mismos de manera breve.

- Se debe poner un especial interés en la realización de artes para redes sociales ya que permite informar al grupo objetivo acerca del proceso de fabricación de cada uno de los productos presentados.
- Se propone incrementar el conocimiento de la información necesaria para la adquisición de un producto por parte del usuario a través del catálogo.
- Se logró presentar una manera interactiva para interactuar con aspectos de la empresa por lo cual se genera una ventaja respecto a empresas que realizan el mismo trabajo.
- Se permitió posicionar la marca de la empresa en la mente del consumidor de una manera innovadora.

7.02. Recomendaciones

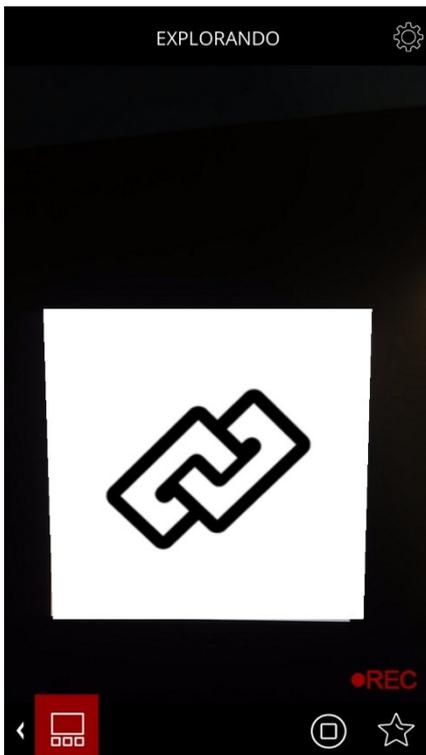
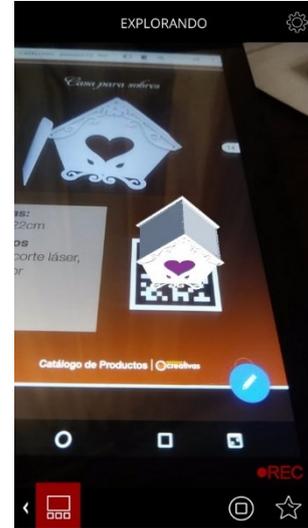
- Diseñar publicidad para redes sociales por lo menos una vez por semana con diferentes productos.
- Actualizar cada 6 meses incrementando nuevos productos presentados al mercado, tomando en cuenta los acabados gráficos.
- Mantener la diagramación del catálogo para mantener una línea gráfica dentro del mismo.
- Generar nuevos diseños de estos de acuerdo con las circunstancias que la empresa lo necesite.
- Tomar fotografías de calidad ayudan al grupo objetivo a definir correctamente el uso de los productos ofrecidos.

Bibliografía

- Clow, K. E., Baack, D., Villarreal, M. D. P. C., de los Ángeles Ramos, M., & Eychenbaum, M. C. (2010). *Publicidad, promoción y comunicación integral en marketing*. Pearson Educación.
- Nieto, B. G. (2017). *Fundamentos de la publicidad*. ESIC Editorial.
- Conceptodefinicion.de, Redacción. (26 de julio del 2019). Definición de Carpintería. Recuperado de: <https://conceptodefinicion.de/carpinteria/>.
- Emoble, 2019 Recuperado de: <https://emoble.es/en-que-consiste-el-lacado-de-muebles/>
- Bachs, L., Cuesta, J., & Careles, N. (1988). *Aplicaciones industriales del láser* (Vol. 19). Marcombo.
- Jorquera Ortega, A. (2017). *Fabricación digital: Introducción al modelado e impresión 3D*. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.
- Telefónica, F. (2011). *Realidad Aumentada: una nueva lente para ver el mundo*. Fundación Telefónica.
- Andrés, D. Z. (2008). *Introducción al diseño editorial*. Visión Libros. DISEÑO EDITORIAL
- Costa, J. (2001). *IMAGEN CORPORTAVITA EN EL SIGLO XXI*.
- Jorquera Ortega, A. (2017). *Fabricación digital: Introducción al modelado e impresión 3D*. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.
- Telefónica, F. (2011). *Realidad Aumentada: una nueva lente para ver el mundo*. Fundación Telefónica.
- Huidobro, J. M. (2009). Código QR. *Bit*, dic.-ene, 172, 47-49.

Anexos

Anexo 1. Visualización Realidad Aumentada



DISEÑO DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL PARA PROMOCIONAR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA MADERAS CREATIVAS EN LA CIUDAD DE QUITO, BASADO EN EL USO DE LA HERRAMIENTA DE REALIDAD AUMENTADA.

Quito, 10 de diciembre del 2019

Señores.

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

Presente.

De mi consideración

Me permito emitir el siguiente certificado correspondiente a la entrega en implementación del **Diseño de un plan de comunicación integral para promocionar los productos de la empresa Maderas Creativas**, ya que ha cumplido con los requisitos solicitados por parte de mi empresa, **Diseño de un plan de comunicación integral para promocionar los productos de la empresa Maderas Creativas, en la ciudad de Quito, basado en el uso de la herramienta de realidad aumentada.**

El **Diseño de un plan de comunicación integral para promocionar los productos de la empresa Maderas Creativas, en la ciudad de Quito, basado en el uso de la herramienta de realidad aumentada**, se encuentra terminado e implementado satisfactoriamente en la institución.

Es todo lo que puedo decir en honor a la verdad.

Atentamente.



Franklin Duarte

GERENTE GENERAL MADERAS CREATIVAS

Urkund Analysis Result

Analysed Document: Ariana Raza.docx (D56438204)
Submitted: 10/3/2019 5:37:00 PM
Submitted By: arianaelalva@gmail.com
Significance: 1 %

Sources included in the report:

Edison Acuña Tesis Final.pdf (D26711187)
<https://conceptodefinicion.de/carpinteria/>,
<https://emoble.es/en-que-consiste-el-lacado-de-muebles/>,

Instances where selected sources appear:

3



G. Quizada

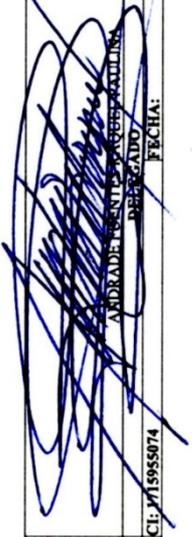
**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA
BITACORA PARA EL CONTROL DE PROYECTOS DE TITULACIÓN**

NOMBRE TUTOR: QUEZADA BUSTILLOS GONZALO ALEXANDER
NOMBRE ESTUDIANTE: RAZA ALVARADO ARIANA ELIZABETH
CARRERA: DISEÑO GRAFICO

TEMA DE TITULACIÓN: DISEÑO DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL PARA PROMOCIONAR LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA MADERAS CREATIVAS , EN LA CIUDAD DE QUITO, BASADO EN EL USO DE LA HERRAMIENTA DE REALIDAD AUMENTADA.

IMPRESIÓN REPORTE: Quito, 07 de octubre del 2019 05:40:51
TIPO REPORTE: ACUMULATIVO

NO. CODIGO	FECHA TUTORIA	TIPO ASESORIA	INVESTIGACION DESARROLLO INNOVACION			PERIODO:		OBSERVACION	ESTADO SC
			HORA INICIO	TEMA TRATADO	HORA FIN	HORAS	ABR 2019		
1	190275	INSITU	2019-04-04 09:30:00	ANTECEDENTES / CONTEXTO	2019-04-04 12:00:00	2.50	ENTREGA Y SE ENVIA A HACER CAMBIOS	PROCESADO	
2	190276	INSITU	2019-04-05 08:00:00	ANTECEDENTES / CONTEXTO	2019-04-05 09:20:00	1.33	SE CORRIJE SIGUE EN CAMBIOS	PROCESADO	
3	190277	AUTONOMA	2019-04-05 08:00:00	ANTECEDENTES / CONTEXTO	2019-04-05 18:00:00	10.00	SE HACE CAMBIO Y SE CORRIJE SIGUE ARGUMENTACION	PROCESADO	
4	190278	AUTONOMA	2019-04-09 08:00:00	ANTECEDENTES / CONTEXTO	2019-04-09 14:10:00	6.17	SE CORRIJE SIGUE EN CAMBIOS	PROCESADO	
5	190558	INSITU	2019-04-03 19:00:00	ANTECEDENTES / JUSTIFICACION	2019-04-03 21:00:00	2.00	PRESENTA LA REVISION Y SE LE CORRIJE	PROCESADO	
6	191276	AUTONOMA	2019-04-04 11:00:00	ANTECEDENTES / JUSTIFICACION	2019-04-04 21:00:00	10.00	SE REVIS EL TRABAJO SI ENVIA A SUS CAMBIOS	PROCESADO	
7	190959	INSITU	2019-04-17 19:00:00	ANTECEDENTES / DEFINICION DEL PROBLEMA CENTRAL (MATRIZ T)	2019-04-17 21:50:00	2.83	PRESENTA LA REVISION Y SE LE CORRIJE	PROCESADO	
8	191277	AUTONOMA	2019-04-20 10:00:00	ANTECEDENTES / DEFINICION DEL PROBLEMA CENTRAL (MATRIZ T)	2019-04-20 20:00:00	10.00	SE REVIS EL TRABAJO SI ENVIA A SUS CAMBIOS	PROCESADO	
9	190960	INSITU	2019-05-03 19:00:00	MAPEO DE INVOLUCRADOS / ANALISIS DE INVOLUCRADOS	2019-05-03 21:20:00	2.33	PRESENTA LA REVISION Y SE LE CORRIJE	PROCESADO	
10	191278	AUTONOMA	2019-05-08 10:00:00	MAPEO DE INVOLUCRADOS / ANALISIS DE INVOLUCRADOS	2019-05-08 20:00:00	10.00	SE REVIS EL TRABAJO SI ENVIA A SUS CAMBIOS	PROCESADO	
11	190961	INSITU	2019-05-03 18:00:00	ANALISIS DE INVOLUCRADOS / MATRIZ DE ANALISIS DE INVOLUCRADOS	2019-05-03 21:20:00	3.33	PRESENTA LA REVISION Y SE LE CORRIJE	PROCESADO	
12	191279	AUTONOMA	2019-05-30 10:00:00	ANALISIS DE INVOLUCRADOS / MATRIZ DE ANALISIS DE INVOLUCRADOS	2019-05-30 20:00:00	10.00	SE REVIS EL TRABAJO SI ENVIA A SUS CAMBIOS	PROCESADO	
13	190962	INSITU	2019-05-15 19:00:00	PROBLEMAS Y OBJETIVOS / ARBOL DE PROBLEMAS	2019-05-15 21:15:00	2.25	PRESENTA LA REVISION Y SE LE CORRIJE	PROCESADO	
14	191280	AUTONOMA	2019-05-31 10:00:00	PROBLEMAS Y OBJETIVOS / ARBOL DE PROBLEMAS	2019-05-31 20:00:00	10.00	SE REVIS EL TRABAJO SI ENVIA A SUS CAMBIOS	PROCESADO	
15	190963	INSITU	2019-06-05 19:00:00	PROBLEMAS Y OBJETIVOS / ARBOL DE OBJETIVOS	2019-06-05 21:10:00	2.17	PRESENTA LA REVISION Y SE LE CORRIJE	PROCESADO	
16	191281	AUTONOMA	2019-06-07 10:00:00	PROBLEMAS Y OBJETIVOS / ARBOL DE OBJETIVOS	2019-06-07 20:00:00	10.00	SE REVIS EL TRABAJO SI ENVIA A SUS CAMBIOS	PROCESADO	
17	190964	INSITU	2019-06-26 19:00:00	ANALISIS DE ALTERNATIVAS / MATRIZ DE ANALISIS DE ALTERNATIVAS	2019-06-26 21:35:00	2.53	PRESENTA LA REVISION Y SE LE CORRIJE	PROCESADO	
18	191282	AUTONOMA	2019-06-28 10:00:00	ANALISIS DE ALTERNATIVAS / MATRIZ DE ANALISIS DE ALTERNATIVAS	2019-06-28 20:00:00	10.00	SE REVIS EL TRABAJO SI ENVIA A SUS CAMBIOS	PROCESADO	
19	190965	INSITU	2019-07-03 19:00:00	ANALISIS DE ALTERNATIVAS / MATRIZ DE ANALISIS DE IMPACTO DE LOS OBJETIVOS	2019-07-03 21:27:00	2.45	PRESENTA LA REVISION Y SE LE CORRIJE	PROCESADO	
20	191283	AUTONOMA	2019-07-05 10:00:00	ANALISIS DE ALTERNATIVAS / MATRIZ DE ANALISIS DE IMPACTO DE LOS OBJETIVOS	2019-07-05 20:00:00	10.00	SE REVIS EL TRABAJO SI ENVIA A SUS CAMBIOS	PROCESADO	
21	190966	INSITU	2019-07-17 19:00:00	DIAGRAMA DE ESTRATEGIAS / ANALISIS DE ALTERNATIVAS /	2019-07-17 21:50:00	2.83	PRESENTA LA REVISION Y SE LE CORRIJE	PROCESADO	
22	191284	AUTONOMA	2019-07-19 10:00:00	DIAGRAMA DE ESTRATEGIAS / ANALISIS DE ALTERNATIVAS /	2019-07-19 20:00:00	10.00	SE REVIS EL TRABAJO SI ENVIA A SUS CAMBIOS	PROCESADO	
23	191285	AUTONOMA	2019-07-31 10:00:00	MATRIZ DE MARCO LOGICO / PROPUESTA / ANTECEDENTES (DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGIA QUE PROPONE COMO SOLUCION)	2019-07-31 20:00:00	10.00	SE REVIS EL TRABAJO SI ENVIA A SUS CAMBIOS	PROCESADO	
24	190967	INSITU	2019-07-24 19:00:00	LA HERRAMIENTA O METODOLOGIA QUE PROPONE COMO SOLUCION)	2019-07-24 21:43:00	2.72	PRESENTA LA REVISION Y SE LE CORRIJE	PROCESADO	
25	190970	INSITU	2019-07-31 19:00:00	PROPUESTA / ANTECEDENTES (DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGIA QUE PROPONE COMO SOLUCION)	2019-07-31 21:35:00	2.58	SE REVIS EL TRABAJO SI ENVIA A SUS CAMBIOS	PROCESADO	
26	191286	AUTONOMA	2019-08-03 10:00:00	PROPUESTA / ANTECEDENTES (DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGIA QUE PROPONE COMO SOLUCION)	2019-08-03 20:00:00	10.00	SE REVIS EL TRABAJO SI ENVIA A SUS CAMBIOS	PROCESADO	
27	190968	INSITU	2019-07-02 18:58:00	PROPUESTA / DESCRIPCION (DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGIA QUE PROPONE COMO SOLUCION)	2019-07-02 21:50:00	2.87	SE REVIS EL TRABAJO SI ENVIA A SUS CAMBIOS	PROCESADO	

28	190969	2019-07-09	INSITU	2019-07-09 18:00:00	PROPIUESTA / DESCRIPCION (DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGIA QUE PROPONE COMO SOLUCION)	2019-07-09 21:18:00	3.30	SE REVISAS EL TRABAJO SI ENVIA A SUS CAMBIOS	PROCESADO	
29	191287	2019-08-06	AUTONOMA	2019-08-06 10:00:00	PROPIUESTA / DESCRIPCION (DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGIA QUE PROPONE COMO SOLUCION)	2019-08-06 20:00:00	10.00	SE REVISAS EL TRABAJO SI ENVIA A SUS CAMBIOS	PROCESADO	
30	191262	2019-07-09	INSITU	2019-07-09 20:00:00	PROPIUESTA / FORMULACION DEL PROCESO DE APLICACION DE LA PROPIUESTA	2019-07-09 21:30:00	1.50	SE REVISAS EL TRABAJO SI ENVIA A SUS CAMBIOS	PROCESADO	
31	191288	2019-07-10	AUTONOMA	2019-07-10 10:00:00	PROPIUESTA / FORMULACION DEL PROCESO DE APLICACION DE LA PROPIUESTA	2019-07-10 20:00:00	10.00	SE REVISAS EL TRABAJO SI ENVIA A SUS CAMBIOS	PROCESADO	
32	191289	2019-09-10	INSITU	2019-09-10 08:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / RECURSOS	2019-09-10 10:17:00	2.28	SE REVISAS EL TRABAJO SI ENVIA A SUS CAMBIOS	PROCESADO	
33	191290	2019-09-11	AUTONOMA	2019-09-11 08:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / RECURSOS	2019-09-11 18:00:00	10.00	SE REVISAS EL TRABAJO SI ENVIA A SUS CAMBIOS	PROCESADO	
34	191263	2019-07-24	INSITU	2019-07-24 19:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / PRESUPUESTO	2019-07-24 21:10:00	2.17	SE REVISAS EL TRABAJO SI ENVIA A SUS CAMBIOS	PROCESADO	
35	191291	2019-07-27	AUTONOMA	2019-07-27 08:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / PRESUPUESTO	2019-07-27 18:00:00	10.00	SE REVISAS EL TRABAJO SI ENVIA A SUS CAMBIOS	PROCESADO	
36	191264	2019-08-07	INSITU	2019-08-07 19:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / CRONOGRAMA	2019-08-07 21:20:00	2.33	SE REVISAS EL TRABAJO SI ENVIA A SUS CAMBIOS	PROCESADO	
37	191292	2019-08-09	AUTONOMA	2019-08-09 10:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / CRONOGRAMA	2019-08-09 20:00:00	10.00	SE REVISAS EL TRABAJO SI ENVIA A SUS CAMBIOS	PROCESADO	
38	191266	2019-08-28	INSITU	2019-08-28 19:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / CONCLUSIONES	2019-08-28 21:26:00	2.43	SE REVISAS EL TRABAJO SI ENVIA A SUS CAMBIOS	PROCESADO	
39	191293	2019-09-30	AUTONOMA	2019-09-30 08:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / CONCLUSIONES	2019-09-30 18:00:00	10.00	SE REVISAS EL TRABAJO SI ENVIA A SUS CAMBIOS	PROCESADO	
40	191267	2019-09-18	INSITU	2019-09-18 20:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / RECOMENDACIONES	2019-09-18 21:00:00	1.00	SE REVISAS EL TRABAJO SI ENVIA A SUS CAMBIOS	PROCESADO	
41	191294	2019-09-20	AUTONOMA	2019-09-20 08:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / RECOMENDACIONES	2019-09-20 18:00:00	10.00	SE REVISAS EL TRABAJO SI ENVIA A SUS CAMBIOS	PROCESADO	
							TOTAL HORAS:	245.9		
										
					RAZA ALVARADO ARIANA ELIZABETH					
					ALUMNO					
					CI: 1717390874					
										
					QUEZADA BUSTILLOS GONZALO ALEXANDER					
					TUTOR					
					CI: 1715032585					
										
					ANDRA DE LOS ANGELES PARAGES MATALLANA					
					DELEGADO					
					CI: 1715955074					
					FECHA:					



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

Carrera Diseño Gráfico

ORDEN DE EMPASTADO

Una vez verificado el cumplimiento de los requisitos establecidos para el proceso del Trabajo de Integración Curricular, se **AUTORIZA** realizar el empastado del Trabajo de Integración Curricular, del alumno(a) **Ariana Elizabeth Raza Alvarado**, portador de la cédula de identidad N° **171739087-4**, previa validación por parte de los departamentos facultados.

Quito, 28 de Noviembre del 2019



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"

29 NOV 2019

VISTO FINANCIERO
CAJA

Sra. Mariela Balseca
CAJA



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR

"CORDILLERA"

CONSEJO DE CARRERA

Ing. Raquel Andrade, Msc.

DELEGADO DE LA UNIDAD
DE INTEGRACIÓN CURRICULAR



Ing. William Parra López
BIBLIOTECA



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR

"CORDILLERA"

02 DIC 2019

8,5

Ing. Samira Villalba

Ing. Samira Villalba

PRÁCTICAS PREPROFESIONALES



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR

"CORDILLERA"

DIRECCIÓN DE CARRERA

Ing. Lizeth Guerrero, Msc.

DISEÑO GRÁFICO

DIRECTOR DE CARRERA



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR

"CORDILLERA"

19 NOV 2019

Tga. Samantha Prado

SECRETARÍA ACADÉMICA