



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA**  
**CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO PUBLICITARIO**

**Proyecto de Investigación previo a la obtención del Título de  
Ingeniero en Diseño Gráfico Publicitario.**

**“La Publicidad como eje de la concientización en calidad de los procesos  
del sector de la industria gráfica de Ambato”.**

**Autor:** Marfetán Shinin, Christian Daniel

**Tutor:** PhD. Santamaría Aguirre, Jorge Luis

**Ambato-Ecuador**

**Noviembre-2020**

## CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación sobre el tema: “**La Publicidad como eje de la concientización en calidad de los procesos del sector de la industria gráfica de Ambato**” del alumno **Marfetán Shinin Christian Daniel**, estudiante de la carrera de Diseño Gráfico Publicitario, considero que dicho proyecto de investigación reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del jurado examinador designado por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, noviembre del 2020

EL TUTOR



.....  
PhD. Santamaría Aguirre Jorge Luis  
C.C: 1803465218

## AUTORÍA DEL TRABAJO

Los criterios emitidos en el Proyecto de Investigación “**La Publicidad como eje de la concientización en calidad de los procesos del sector de la industria gráfica de Ambato**” como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de este trabajo de grado.

Ambato, noviembre del 2020

EL AUTOR



.....  
Christian Daniel Marfetán Shinin

**C.C:1804400503**

## **DERECHOS DE AUTOR**

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este Proyecto de Investigación o parte de él un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos patrimoniales de mi Proyecto de Investigación, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta tesis, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autora

Ambato, noviembre del 2020

EL AUTOR



.....  
Christian Daniel Marfetán Shinin

**C.C:1804400503**

## **APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO**

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Proyecto de Investigación, sobre el tema “**La Publicidad como eje de la concientización en calidad de los procesos del sector de la industria gráfica de Ambato**” de Christian Daniel Marfetán Shinin, estudiante de la carrera de Diseño Gráfico Publicitario, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el título terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato

Ambato, noviembre del 2020

Para constancia firman

---

**PRESIDENTE**

---

**MIEMBRO CALIFICADOR**

---

**MIEMBRO CALIFICADOR**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a todos los que fueron partícipes del proceso de crecimiento personal principalmente a mis padres por brindarme el apoyo moral y económico pese a las adversidades tanto amigos como personas cercanas las cuales han influido positivamente, a los colaboradores que hicieron posible esta investigación, a mis profesores y tutores que han compartido sus valiosos conocimientos para un desarrollo profesional principalmente un agradecimiento especial a mi tutor PhD. Santamaría Aguirre Jorge por encaminarme en desarrollo del proyecto.

Christian Daniel Marfetán Shinin

## ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
AUTORÍA DEL TRABAJO .....	iii
DERECHOS DE AUTOR.....	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	v
AGRADECIMIENTO .....	vi
ÍNDICE DE GENERAL.....	vii
ÍNDICE DE FIGURAS .....	xiii
RESUMEN EJECUTIVO .....	xxi
ABSTRACT.....	xxii
CAPÍTULO I 1.MARCO TEORICO.....	- 1 -
1.1 Tema .....	- 1 -
1.2 Planteamiento del problema.....	- 1 -
1.2.1 Contextualización .....	- 2 -
1.2.2 Árbol de Problemas .....	- 5 -
1.3 Justificación. ....	- 6 -
1.4 Objetivos. ....	- 7 -
1.4.1 Objetivo general.....	- 7 -
1.4.2 Objetivos específicos.....	- 7 -
1.5 Antecedentes de la investigación .....	- 7 -
1.6 Fundamentación Legal .....	- 10 -
Fundamentación Ontológica .....	- 13 -

<b>1.7 Categorías fundamentales.</b>	<b>- 15 -</b>
<b>1.7.1 Redes conceptuales.</b>	<b>- 15 -</b>
<b>1.7.2 Constelación de ideas de la variable Independiente: Estrategias Publicitarias</b>	<b>- 16 -</b>
<b>1.7.3 Constelación de ideas de la variable dependiente: Procesos de Calidad</b>	<b>- 17 -</b>
<b>1.8 Bases Teóricas.</b>	<b>- 18 -</b>
<b>1.8.1 Variable Dependiente</b>	<b>- 18 -</b>
1.8.1.1 Industria Gráfica.	- 18 -
1.8.1.2 Servicios Gráficos.	- 19 -
1.8.1.3 Logística	- 19 -
1.8.1.4 Artes Gráficas.	- 20 -
1.8.1.5 Elaboración del arte final	- 21 -
1.8.1.6 Aplicaciones preflight	- 22 -
1.8.1.7 Maquetación	- 23 -
1.8.1.8 Sobreimpresión	- 24 -
1.8.1.9 Pre Prensa.	- 25 -
1.8.1.10 Supervisión de Trabajos pre impresión	- 26 -
1.8.1.11 Adaptación del producto gráfico	- 26 -
1.8.1.12 Prensa	- 27 -
1.8.1.13 Sistemas de Impresión.	- 28 -
1.8.1.14 Prensa Digital	- 30 -
1.8.1.15 Preparación y ajustes de maquinaria digital.	- 31 -
1.8.1.16 Preparación y ajustes de archivos	- 32 -
1.8.1.17 Máquinas de Impresión Digital	- 32 -
1.8.1.18 Prensa Offset	- 33 -

1.8.1.19 Maquinaria offset .....	- 34 -
1.8.1.20 Calibración de Maquinaria .....	- 37 -
1.8.1.21 Sistema de Entintado.....	- 38 -
1.8.1.22 Guías de color en offset.....	- 40 -
1.8.1.23 La cuatricromía .....	- 41 -
1.8.1.24 Post Prensa .....	- 42 -
1.8.1.25 Elementos de Control .....	- 43 -
1.8.1.26 Uso de guías de registro .....	- 45 -
1.8.1.27 Flujo de trabajo .....	- 46 -
1.8.1.28 Procesos de calidad .....	- 47 -
1.8.1.29 Calidad .....	- 48 -
1.8.1.30 Parámetros de calidad en la materia prima .....	- 49 -
1.8.1.31 Normas ISO.....	- 50 -
1.8.1.32 Norma ISO 12647 .....	- 51 -
1.8.1.33 Parámetros y métodos de medición.....	- 52 -
1.8.1.34 Calidad en los procesos offset y litografía .....	- 52 -
1.8.1.35 Calidad en los procesos Offset seco .....	- 53 -
1.8.1.36 Calidad en los procesos de Huecograbado.....	- 53 -
1.8.1.37 Procesos de serigrafía.....	- 54 -
1.8.1.38 Procesos de flexografía .....	- 55 -
1.8.1.39 Contrato y estándares regulatorios .....	- 55 -
1.8.1.40 Norma ISO 9001 .....	- 56 -
1.8.1.41 Estructura .....	- 57 -
1.8.1.42 Procesos.....	- 57 -

1.8.1.43 Normas INEN.....	- 58 -
<b>1.8.2 Variable Independiente.....</b>	<b>- 59 -</b>
1.8.2.1 Diseño Publicitario.....	- 59 -
1.8.2.2 Marketing .....	- 59 -
1.8.2.3 Publicidad.....	- 60 -
1.8.2.4 Publicidad Social.....	- 61 -
1.8.2.5 Campañas Sociales.....	- 62 -
1.8.2.6 Concientización.....	- 63 -
1.8.2.7 Estrategias Publicitarias .....	- 64 -
1.8.2.8 Comunicación .....	- 64 -
1.8.2.9 Comunicación Visual .....	- 65 -
1.8.2.10 Medios de comunicación.....	- 66 -
1.8.2.11 Internet .....	- 66 -
1.8.2.12 Redes Sociales.....	- 67 -
1.8.2.13 Semiótica.....	- 68 -
1.8.2.14 Signo .....	- 68 -
1.8.2.15 Símbolo .....	- 69 -
1.8.2.16 Tipografía .....	- 69 -
<b>1.9 Formulación de hipótesis. ....</b>	<b>- 70 -</b>
<b>1.10 Señalamiento de las variables. ....</b>	<b>- 70 -</b>
<b>1.10.1 Variable dependiente.....</b>	<b>- 70 -</b>
<b>1.10.2 Variable independiente .....</b>	<b>- 70 -</b>
<b>CAPÍTULO II 2. METODOLOGÍA.....</b>	<b>- 71 -</b>
<b>2.1 Método.....</b>	<b>- 71 -</b>

<b>Inductivo.....</b>	<b>- 71 -</b>
<b>Deductivo.....</b>	<b>- 71 -</b>
<b>2.1.1 Enfoque de la investigación. ....</b>	<b>- 71 -</b>
Cualitativo .....	- 72 -
Cuantitativo .....	- 72 -
<b>2.1.2 Modalidad Básica de la Investigación.....</b>	<b>- 73 -</b>
Bibliográfica Documental .....	- 73 -
De campo. ....	- 73 -
<b>2.1.3 Nivel o tipo de Investigación. ....</b>	<b>- 73 -</b>
<b>1er Investigación Exploratoria .....</b>	<b>- 73 -</b>
<b>2do Investigación Descriptiva.....</b>	<b>- 74 -</b>
<b>3ra Investigación Explicativa .....</b>	<b>- 75 -</b>
<b>2.2 Población y muestra. ....</b>	<b>- 75 -</b>
2.2.1 Población.....	- 75 -
2.2.2 Muestra.....	- 75 -
<b>2.3 Operacionalización de variables. ....</b>	<b>- 78 -</b>
2.3.1 Variable Independiente: Estrategias Publicitarias.....	- 78 -
<b>2.4 Técnicas de recolección de datos.....</b>	<b>- 88 -</b>
2.4.1 Estudio de casos .....	- 88 -
2.4.2 Encuestas.....	- 89 -
2.4.3 Entrevistas .....	- 89 -
<b>CAPÍTULO III 3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....</b>	<b>- 90 -</b>
<b>3.1 Análisis y discusión de los resultados. ....</b>	<b>- 90 -</b>
3.1.1 Resultados de encuestas en Diseñadores y Agencias.....	- 90 -

3.1.2 Resultados de encuestas en Centros de impresión.....	115 -
<b>3.1.3 Resultado de las entrevistas .....</b>	<b>142 -</b>
<b>3.2 Verificación de hipótesis. ....</b>	<b>149 -</b>
<b>CAPÍTULO IV 4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>156 -</b>
<b>4.1 Conclusiones .....</b>	<b>156 -</b>
<b>4.2 Recomendaciones .....</b>	<b>157 -</b>
<b>CAPÍTULO V 5. DISEÑO.....</b>	<b>158 -</b>
<b>5.1 Desarrollo de Propuesta .....</b>	<b>158 -</b>
<b>5.1.1 Proyecto.....</b>	<b>158 -</b>
<b>5.2 Diseño del producto prototipo.....</b>	<b>163 -</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>212 -</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>217 -</b>

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1.</b>	<b>Contextualización de la problemática a investigar .....</b>	<b>- 5 -</b>
<b>Figura 2.</b>	<b>Categorización de Variables .....</b>	<b>- 15 -</b>
<b>Figura 3.</b>	<b>Constelación de ideas variable dependiente .....</b>	<b>- 16 -</b>
<b>Figura 4.</b>	<b>Constelación de ideas variable independiente.....</b>	<b>- 17 -</b>
<b>Figura 5.</b>	<b>Sobreimpresión .....</b>	<b>- 24 -</b>
<b>Figura 6.</b>	<b>Comparación de sistemas de impresión.....</b>	<b>- 29 -</b>
<b>Figura 7.</b>	<b>Maquinaria de prensa digital.....</b>	<b>- 31 -</b>
<b>Figura 8.</b>	<b>Sistema de Maquinaria Offset .....</b>	<b>- 34 -</b>
<b>Figura 9.</b>	<b>Primeras máquinas de impresión .....</b>	<b>- 35 -</b>
<b>Figura 10.</b>	<b>Sección de la maquinaria offset .....</b>	<b>- 37 -</b>
<b>Figura 11.</b>	<b>Ejemplo gráfico de botón de paro .....</b>	<b>- 38 -</b>
<b>Figura 12.</b>	<b>Esquema de sistema entintado.....</b>	<b>- 40 -</b>
<b>Figura 13.</b>	<b>Esquema Cuatricromía .....</b>	<b>- 42 -</b>
<b>Figura 14.</b>	<b>Esquema de control de color .....</b>	<b>- 44 -</b>
<b>Figura 15.</b>	<b>Limpieza de Planchas de color.....</b>	<b>- 45 -</b>
<b>Figura 16.</b>	<b>Flujo de trabajo.....</b>	<b>- 47 -</b>
<b>Figura 17.</b>	<b>Resultado pregunta 7 (Diseñadores Y Agencias) .....</b>	<b>- 90 -</b>
<b>Figura 18.</b>	<b>Resultado pregunta 2 (Diseñadores Y Agencias) .....</b>	<b>- 93 -</b>
<b>Figura 19.</b>	<b>Resultado pregunta 2 parte 2 (Diseñadores Y Agencias) .....</b>	<b>- 93 -</b>
<b>Figura 20.</b>	<b>Resultado pregunta 2 parte 3 (Diseñadores Y Agencias) .....</b>	<b>- 94 -</b>
<b>Figura 21.</b>	<b>Resultado pregunta 3 (Diseñadores Y Agencias) .....</b>	<b>- 95 -</b>
<b>Figura 22.</b>	<b>Resultado pregunta 4 (Diseñadores Y Agencias) .....</b>	<b>- 96 -</b>

<b>Figura 23.</b>	<b>Resultado pregunta 5 (Diseñadores Y Agencias) .....</b>	<b>- 97 -</b>
<b>Figura 24.</b>	<b>Resultado pregunta 6 (Diseñadores Y Agencias) .....</b>	<b>- 98 -</b>
<b>Figura 25.</b>	<b>Resultado pregunta 6 parte 2 (Diseñadores Y Agencias) .....</b>	<b>- 98 -</b>
<b>Figura 26.</b>	<b>Resultado pregunta 7 (Diseñadores Y Agencias) .....</b>	<b>- 99 -</b>
<b>Figura 27.</b>	<b>Resultado pregunta 8 (Diseñadores Y Agencias) .....</b>	<b>- 100 -</b>
<b>Figura 28.</b>	<b>Resultado pregunta 9 (Diseñadores Y Agencias) .....</b>	<b>- 101 -</b>
<b>Figura 29.</b>	<b>Resultado pregunta 10 (Diseñadores Y Agencias) .....</b>	<b>- 102 -</b>
<b>Figura 30.</b>	<b>Resultado pregunta 11 (Diseñadores Y Agencias) .....</b>	<b>- 104 -</b>
<b>Figura 31.</b>	<b>Resultado pregunta 11 parte 2(Diseñadores Y Agencias) .....</b>	<b>- 105 -</b>
<b>Figura 32.</b>	<b>Resultado pregunta 12(Diseñadores Y Agencias) .....</b>	<b>- 106 -</b>
<b>Figura 33.</b>	<b>Resultado pregunta 13(Diseñadores Y Agencias) .....</b>	<b>- 107 -</b>
<b>Figura 34.</b>	<b>Resultado pregunta 14(Diseñadores Y Agencias) .....</b>	<b>- 108 -</b>
<b>Figura 35.</b>	<b>Resultado pregunta 14 Parte 2(Diseñadores Y Agencias).....</b>	<b>- 108 -</b>
<b>Figura 36.</b>	<b>Resultado pregunta 15(Diseñadores Y Agencias) .....</b>	<b>- 109 -</b>
<b>Figura 37.</b>	<b>Resultado pregunta 16(Diseñadores Y Agencias) .....</b>	<b>- 110 -</b>
<b>Figura 38.</b>	<b>Resultado sobre angulatura en cuatricromía .....</b>	<b>- 113 -</b>
<b>Figura 39.</b>	<b>Resultado sobre formulación de negro en impresión. ....</b>	<b>- 115 -</b>
<b>Figura 40.</b>	<b>Resultado pregunta 1 (centros de impresión).....</b>	<b>- 116 -</b>
<b>Figura 41.</b>	<b>Resultado pregunta 2 entrada de información.....</b>	<b>- 117 -</b>
<b>Figura 42.</b>	<b>Resultado pregunta 2 Visualización de información .....</b>	<b>- 118 -</b>
<b>Figura 43.</b>	<b>Resultado pregunta 2 Salida de información .....</b>	<b>- 118 -</b>
<b>Figura 44.</b>	<b>Resultado pregunta 3 (centros de impresión).....</b>	<b>- 119 -</b>
<b>Figura 45.</b>	<b>Resultado pregunta 4 (centros de impresión).....</b>	<b>- 120 -</b>
<b>Figura 46.</b>	<b>Resultado pregunta 5 (centros de impresión).....</b>	<b>- 121 -</b>

<b>Figura 47.</b>	<b>Resultado pregunta 6 (centros de impresión).....</b>	<b>- 122 -</b>
<b>Figura 48.</b>	<b>Resultado pregunta 6 parte 2(centros de impresión).....</b>	<b>- 122 -</b>
<b>Figura 49.</b>	<b>Resultado pregunta 7 (centros de impresión).....</b>	<b>- 123 -</b>
<b>Figura 50.</b>	<b>Resultado de pregunta 8 (Centros de impresión).....</b>	<b>- 124 -</b>
<b>Figura 51.</b>	<b>Resultado de pregunta 9 (Centros de impresión).....</b>	<b>- 125 -</b>
<b>Figura 52.</b>	<b>Resultado pregunta 10 (Centros de impresión).....</b>	<b>- 127 -</b>
<b>Figura 53.</b>	<b>Resultado pregunta 11 (Centros de impresión).....</b>	<b>- 128 -</b>
<b>Figura 54.</b>	<b>Resultado pregunta 11 parte 2 (Centros de impresión) .....</b>	<b>- 129 -</b>
<b>Figura 55.</b>	<b>Resultado pregunta 12 (Centros de Impresión) .....</b>	<b>- 130 -</b>
<b>Figura 56.</b>	<b>Resultado pregunta 13 (Centros de impresión).....</b>	<b>- 131 -</b>
<b>Figura 57.</b>	<b>Resultado pregunta 14 (centros de impresión).....</b>	<b>- 132 -</b>
<b>Figura 58.</b>	<b>Resultado pregunta 14 parte 2(centros de impresión).....</b>	<b>- 132 -</b>
<b>Figura 59.</b>	<b>Resultado pregunta 15 (centros de impresión).....</b>	<b>- 133 -</b>
<b>Figura 60.</b>	<b>Resultado pregunta 16 (Centros de Impresión) .....</b>	<b>- 134 -</b>
<b>Figura 61.</b>	<b>Resultado pregunta 16 parte 2 (Centros de Impresión) .....</b>	<b>- 134 -</b>
<b>Figura 62.</b>	<b>Resultado pregunta 21 (Centros de Impresión) .....</b>	<b>- 139 -</b>
<b>Figura 63.</b>	<b>Resultado pregunta 22 (Centros de Impresión) .....</b>	<b>- 140 -</b>
<b>Figura 64.</b>	<b>Resultado pregunta 23 (Centros de Impresión) .....</b>	<b>- 141 -</b>
<b>Figura 65.</b>	<b>Digitalización de Identificador.....</b>	<b>- 169 -</b>
<b>Figura 66.</b>	<b>Mockup revista digital.....</b>	<b>- 171 -</b>
<b>Figura 67.</b>	<b>Diseño de Portada .....</b>	<b>- 171 -</b>
<b>Figura 68.</b>	<b>Portadilla .....</b>	<b>- 172 -</b>
<b>Figura 69.</b>	<b>Pagina legal.....</b>	<b>- 173 -</b>
<b>Figura 70.</b>	<b>Índice.....</b>	<b>- 173 -</b>

<b>Figura 71.</b>	<b>Seccion1.....</b>	<b>- 174 -</b>
<b>Figura 72.</b>	<b>Impresión .....</b>	<b>- 174 -</b>
<b>Figura 73.</b>	<b>Introducción Impresión.....</b>	<b>- 175 -</b>
<b>Figura 74.</b>	<b>Impresión .....</b>	<b>- 175 -</b>
<b>Figura 75.</b>	<b>Industria Gráfica .....</b>	<b>- 176 -</b>
<b>Figura 76.</b>	<b>Conceptos Fundamentales.....</b>	<b>- 176 -</b>
<b>Figura 77.</b>	<b>Industria gráfica actual .....</b>	<b>- 176 -</b>
<b>Figura 78.</b>	<b>Procesos.....</b>	<b>- 177 -</b>
<b>Figura 79.</b>	<b>Análisis de los procesos.....</b>	<b>- 177 -</b>
<b>Figura 80.</b>	<b>Procesos.....</b>	<b>- 178 -</b>
<b>Figura 81.</b>	<b>Actores .....</b>	<b>- 178 -</b>
<b>Figura 82.</b>	<b>Actores-Diseñadores .....</b>	<b>- 179 -</b>
<b>Figura 83.</b>	<b>Actores-Centros de Impresión .....</b>	<b>- 179 -</b>
<b>Figura 84.</b>	<b>Actores-Agencias de Diseño .....</b>	<b>- 180 -</b>
<b>Figura 85.</b>	<b>Sección 2.....</b>	<b>- 180 -</b>
<b>Figura 86.</b>	<b>Portada Tipografía.....</b>	<b>- 181 -</b>
<b>Figura 87.</b>	<b>Pag.20 .....</b>	<b>- 181 -</b>
<b>Figura 88.</b>	<b>Pag.21 .....</b>	<b>- 182 -</b>
<b>Figura 89.</b>	<b>Pag.22 .....</b>	<b>- 182 -</b>
<b>Figura 90.</b>	<b>Pag.23 .....</b>	<b>- 183 -</b>
<b>Figura 91.</b>	<b>Pag.24 .....</b>	<b>- 183 -</b>
<b>Figura 92.</b>	<b>Pag.25 .....</b>	<b>- 184 -</b>
<b>Figura 93.</b>	<b>Pag.26 .....</b>	<b>- 184 -</b>
<b>Figura 94.</b>	<b>Pag.27 .....</b>	<b>- 185 -</b>

<b>Figura 95.</b>	<b>Recepción de archivos y contratación .....</b>	<b>- 185 -</b>
<b>Figura 96.</b>	<b>Pag.29 .....</b>	<b>- 186 -</b>
<b>Figura 97.</b>	<b>Pag.30 .....</b>	<b>- 186 -</b>
<b>Figura 98.</b>	<b>Pag.31 .....</b>	<b>- 187 -</b>
<b>Figura 99.</b>	<b>Pag.32 .....</b>	<b>- 187 -</b>
<b>Figura 100.</b>	<b>División contratación .....</b>	<b>- 188 -</b>
<b>Figura 101.</b>	<b>Pag.34 .....</b>	<b>- 188 -</b>
<b>Figura 102.</b>	<b>Pag.35 .....</b>	<b>- 189 -</b>
<b>Figura 103.</b>	<b>Sección 3 .....</b>	<b>- 189 -</b>
<b>Figura 104.</b>	<b>Portada Prerensa.....</b>	<b>- 190 -</b>
<b>Figura 105.</b>	<b>Pag.38 .....</b>	<b>- 190 -</b>
<b>Figura 106.</b>	<b>Pag.39 .....</b>	<b>- 191 -</b>
<b>Figura 107.</b>	<b>Pag.40 .....</b>	<b>- 191 -</b>
<b>Figura 108.</b>	<b>División Prerensa .....</b>	<b>- 192 -</b>
<b>Figura 109.</b>	<b>Pag.42 .....</b>	<b>- 192 -</b>
<b>Figura 110.</b>	<b>Pag.43 .....</b>	<b>- 193 -</b>
<b>Figura 111.</b>	<b>Pag.44 .....</b>	<b>- 193 -</b>
<b>Figura 112.</b>	<b>Pag.45 .....</b>	<b>- 194 -</b>
<b>Figura 113.</b>	<b>Pag.46 .....</b>	<b>- 194 -</b>
<b>Figura 114.</b>	<b>Pag.47 .....</b>	<b>- 195 -</b>
<b>Figura 115.</b>	<b>Seccion 4 .....</b>	<b>- 195 -</b>
<b>Figura 116.</b>	<b>Impresión y materia prima.....</b>	<b>- 196 -</b>
<b>Figura 117.</b>	<b>Pag.50 .....</b>	<b>- 196 -</b>
<b>Figura 118.</b>	<b>Pag.51 .....</b>	<b>- 197 -</b>

<b>Figura 119.</b>	<b>Pag.52 .....</b>	<b>- 197 -</b>
<b>Figura 120.</b>	<b>Sección 5 .....</b>	<b>- 198 -</b>
<b>Figura 121.</b>	<b>Pag.55 .....</b>	<b>- 198 -</b>
<b>Figura 122.</b>	<b>Pag.56 .....</b>	<b>- 199 -</b>
<b>Figura 123.</b>	<b>Pag.57 .....</b>	<b>- 199 -</b>
<b>Figura 124.</b>	<b>Pag.58 .....</b>	<b>- 200 -</b>
<b>Figura 125.</b>	<b>Claves para Diseñadores.....</b>	<b>- 200 -</b>
<b>Figura 126.</b>	<b>Tipografía.....</b>	<b>- 201 -</b>
<b>Figura 127.</b>	<b>Pag.61 .....</b>	<b>- 201 -</b>
<b>Figura 128.</b>	<b>Pag.62 .....</b>	<b>- 202 -</b>
<b>Figura 129.</b>	<b>Claves para centros de impresión .....</b>	<b>- 203 -</b>
<b>Figura 130.</b>	<b>Pag.64 .....</b>	<b>- 204 -</b>
<b>Figura 131.</b>	<b>Pag.65 .....</b>	<b>- 204 -</b>
<b>Figura 132.</b>	<b>Pag.66 .....</b>	<b>- 205 -</b>
<b>Figura 133.</b>	<b>Bibliografía .....</b>	<b>- 205 -</b>
<b>Figura 134.</b>	<b>Hoja final.....</b>	<b>- 206 -</b>
<b>Figura 135.</b>	<b>Contraportada .....</b>	<b>- 206 -</b>
<b>Figura 136.</b>	<b>Pagina sobre Facebook .....</b>	<b>- 207 -</b>
<b>Figura 137.</b>	<b>Formato de para Facebook .....</b>	<b>- 208 -</b>
<b>Figura 138.</b>	<b>Formato 2 facebook.....</b>	<b>- 209 -</b>
<b>Figura 139.</b>	<b>Página en Instagram .....</b>	<b>- 210 -</b>
<b>Figura 140.</b>	<b>Post en Instagram.....</b>	<b>- 210 -</b>
<b>Figura 141.</b>	<b>Canal sobre YouTube .....</b>	<b>- 210 -</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b>	<b>Selección del público objetivo en el estudio de casos .....</b>	<b>- 77 -</b>
<b>Tabla 2.</b>	<b>Selección de empresas y centros de impresión en el estudio de casos .....</b>	<b>- 77 -</b>
<b>Tabla 3.</b>	<b>Selección de empresas y diseñadores en el estudio de casos .....</b>	<b>- 78 -</b>
<b>Tabla 4.</b>	<b>Operacionalización Variable independiente .....</b>	<b>- 81 -</b>
<b>Tabla 5.</b>	<b>Operacionalización Variable dependiente.....</b>	<b>- 87-</b>
<b>Tabla 6.</b>	<b>Resultados pregunta 1(Diseñadores y Agencias) .....</b>	<b>- 92 -</b>
<b>Tabla 7.</b>	<b>Resultados Adicionales pregunta 9 (Diseñadores Y Agencias) .....</b>	<b>- 101 -</b>
<b>Tabla 8.</b>	<b>Resultados Adicionales pregunta 10 (Diseñadores Y Agencias) .....</b>	<b>- 103 -</b>
<b>Tabla 9.</b>	<b>Resultados de pregunta 17(Diseñadores y Agencias) .....</b>	<b>- 111 -</b>
<b>Tabla 10.</b>	<b>Resultados pregunta 18 (Diseñadores y Agencias) .....</b>	<b>- 112 -</b>
<b>Tabla 11.</b>	<b>Resultados pregunta 20 (diseñadores y Agencias) .....</b>	<b>- 114-</b>
<b>Tabla 12.</b>	<b>Resultado pregunta 1 (centros de impresión).....</b>	<b>- 116 -</b>
<b>Tabla 13.</b>	<b>Resultado de pregunta 9 (Centros de impresión).....</b>	<b>- 126 -</b>
<b>Tabla 14.</b>	<b>Resultado pregunta 10 (Centros de impresión).....</b>	<b>- 127 -</b>
<b>Tabla 15.</b>	<b>Resultado pregunta 17(Centros de Impresión) .....</b>	<b>- 135-</b>
<b>Tabla 16.</b>	<b>Resultado pregunta 16(Centros de Impresión) .....</b>	<b>- 136-</b>
<b>Tabla 17.</b>	<b>Resultado pregunta 19(Centros de Impresión) .....</b>	<b>- 137-</b>
<b>Tabla 18.</b>	<b>Resultado pregunta 20(Centros de Impresión) .....</b>	<b>- 138-</b>
<b>Tabla 19.</b>	<b>Triangulación Concurrente.....</b>	<b>- 155 -</b>
<b>Tabla 20.</b>	<b>Estrategias objetivo 1.....</b>	<b>- 164 -</b>
<b>Tabla 21.</b>	<b>Estrategias objetivo 2.....</b>	<b>- 165 -</b>
<b>Tabla 22.</b>	<b>Estrategias objetivo 3.....</b>	<b>- 166 -</b>

**Tabla 23. Matriz de Evaluación.....- 167 -**  
**Tabla 24. Recursos económicos. ....- 168 -**

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El presente proyecto de investigación propone a la publicidad como eje de concientización en el sector de las industrias gráficas, con la finalidad de fortalecer la calidad del sector gráfico y establecer una fuente de información en diseñadores, agencias y centros de impresión en el cantón Ambato, además de emitir conclusiones y recomendaciones como aporte para generar conciencia en cuanto a los procesos de calidad en la industria gráfica y estos mejoren en base a estándares internacionales. Marcar una diferenciación con estas normativas plantea un crecimiento en la industria gráfica, la investigación se realiza con un estudio de casos a determinados participantes lo cual permitirá una recolección de datos más concreta, además de las características en sus preferencias principalmente para reconocer aspectos valiosos en la industria gráfica y determinar estrategias publicitarias idóneas.

**PALABRAS CLAVE: INDUSTRIA GRÁFICA, IMPRESIÓN, PRENSA, CALIDAD, NORMAS DE CALIDAD**

## **ABSTRACT**

This research project proposes advertising as an axis of awareness in the graphic industries sector, in order to strengthen the quality of the graphic sector and establish a source of information in designers, agencies and printing centers in the Ambato canton, in addition to issuing conclusions and recommendations as a contribution to raise awareness regarding quality processes in the printing industry and these improve based on international standards. Marking a differentiation with these regulations raises a growth in the graphic industry, the research is carried out with a study of cases to certain participants which will allow a more specific data collection, in addition to the characteristics in their preferences mainly to recognize valuable aspects in the graphic industry and determine suitable advertising strategies.

**KEYWORDS: GRAPHIC INDUSTRY, PRINTING, PRESS, QUALITY, STANDARDS OF QUALITY**

# CAPÍTULO I

## MARCO TEÓRICO

### 1.1 Tema

“La Publicidad como eje de la concientización en calidad de los procesos del sector de la industria gráfica de Ambato”

### 1.2 Planteamiento del problema

A lo largo de los tiempos en la sociedad se han estipulado distintos problemas dentro del mercado laboral con ello también surgen medidas de calidad y procesos adecuados para un óptimo trabajo o servicio, estos mismos han evolucionado a las normas de calidad que tenemos hoy en día, pero en la industria gráfica principalmente no se ve reflejo de un seguimiento de estos lineamientos afectando el desempeño y la optimización de trabajo.

Puesto que la industria creativa se basa en productos de calidad muchas veces varias agencias graficas no le dan suficiente interés por cumplir estas normas de calidad debido al desconocimiento o desvalorización de estos procesos reflejándose en sus productos finales perdiendo recursos y tiempo mismos que son valiosos en un mercado altamente competitivo.

Ante la situación actual ha dejado en clave los aspectos y medidas que debe tomar la industria gráfica ante la toma de decisiones tanto a gran y pequeña escala en la que se definirá como eje central la modalidad de trabajo siendo que esta debe tomar el siguiente paso a la mejora de calidad en los procesos del sector gráfico de igual manera regirse ante las normas de calidad para asegurar su posición dentro de un mercado altamente competitivo.

Los diseñadores gráficos comprenden un punto clave en lo que refiere a la investigación dentro de la industria gráfica ya que estos son los que manejan los procesos de control para los productos y juegan un papel principal a la hora de cumplir con los estándares de calidad, a su vez esto se ve reflejado en la afluencia de clientes y críticas de los mismos determinando también el entorno económico.

## **1.2.1 Contextualización**

### **Macro**

En el mundo hoy en día las empresas y agencias gráficas llevan una batalla diaria en un ambiente laboral de competencias por lo cual es importante tener en cuenta cómo llegar a transmitir la información a través de las personas siendo que la comunicación es imprescindible incluso usando los en este sentido el diseño es una herramienta valiosa para la misma por ende las empresas deben acoplarse a nuevas tecnologías de difusión y comunicación globalmente, La Imagen de la empresa es la resultante de múltiples y diversos mensajes que, acumulados en la memoria colectiva, configuran una globalidad significativa capaz de influir en los comportamientos y determinarlos. (Costa, 1977).

Ante esta premisa podemos afirmar que es importante crear un impacto en base a la experiencia en la mente del espectador al momento de la toma de decisiones en la cual el estudio de la calidad de los procesos es muy importante en el mundo entero se puede apreciar varias empresas que han marcado un antes y un después en cuanto a calidad visual, muchas de estas usan nuevas tecnologías de información y comunicación para expandirse aún más. Se puede también evidenciar que a largo plazo que los procesos de calidad han sido subestimados por lo que se debe considerarse como para la investigación.

### **Meso**

La importancia del diseño en las empresas esta paulatinamente anclado a la percepción del consumidor, que estas presentan ante un público demandante en el Ecuador las microempresas o emprendimientos se muestran altos, Al cierre de 2018, Ecuador contabiliza 3 013 182 plazas de empleo registradas, según recoge el Directorio de Empresas difundido por a finales de noviembre de 2019. El informe también da cuenta de la existencia de 899 208 empresas a escala nacional (INEC, 2018).

Por consecuencia mejorar los procesos de calidad dentro de la industria gráfica es imprescindible para comunicar, de vital importancia para las empresas y a su vez las estrategias publicitarias en medios masivos ayudan enormemente para un mejor desarrollo de comunicación

de los servicios y productos, principalmente adaptándonos a los nuevos medios a futuro es necesario tomar en cuenta las TIC ,Según el INEC (Instituto Nacional de Estadística y Censos) demuestra que para el año 2017, el acceso a Internet a nivel nacional se incrementó en 14,7 puntos más que en 2012; al igual que en área urbana, mientras que en la rural crece 11,8 puntos y a su vez en 2017 a nivel nacional, el 40,7% de las personas usó Internet para obtener información, mientras el 31,0% lo utilizó como medio de comunicación en general. Se observa tendencia parecida tanto el área urbana y rural, es decir que en poco tiempo se han convertido en uno de los principales medios de comunicación en auge.

Siendo este el principal medio con el cual se realizará la recolección de datos de vital importancia ante las medidas de emergencia en las que se desarrolla la investigación

## **Micro**

A nivel local en Tungurahua se posiciona en el puesto número 6 de provincias con más empresas en el Ecuador, un punto determinante para marcar una diferencia entre empresas que se dedican a lo mismo dentro del sector gráfico según el Directorio de Empresas y Establecimientos entidad basada en la recolección de datos. (INEC,2019)

Cada día uso de tecnologías en la ciudad de Ambato es más cotidiano y representa un cambio grande para las personas tanto en actitudes como en comportamientos, los cuales asimilan fácilmente cualquier tipo de información y lo asimilan constantemente siendo que la nueva era digital es de gran ayuda para aplicar las estrategias publicitarias.

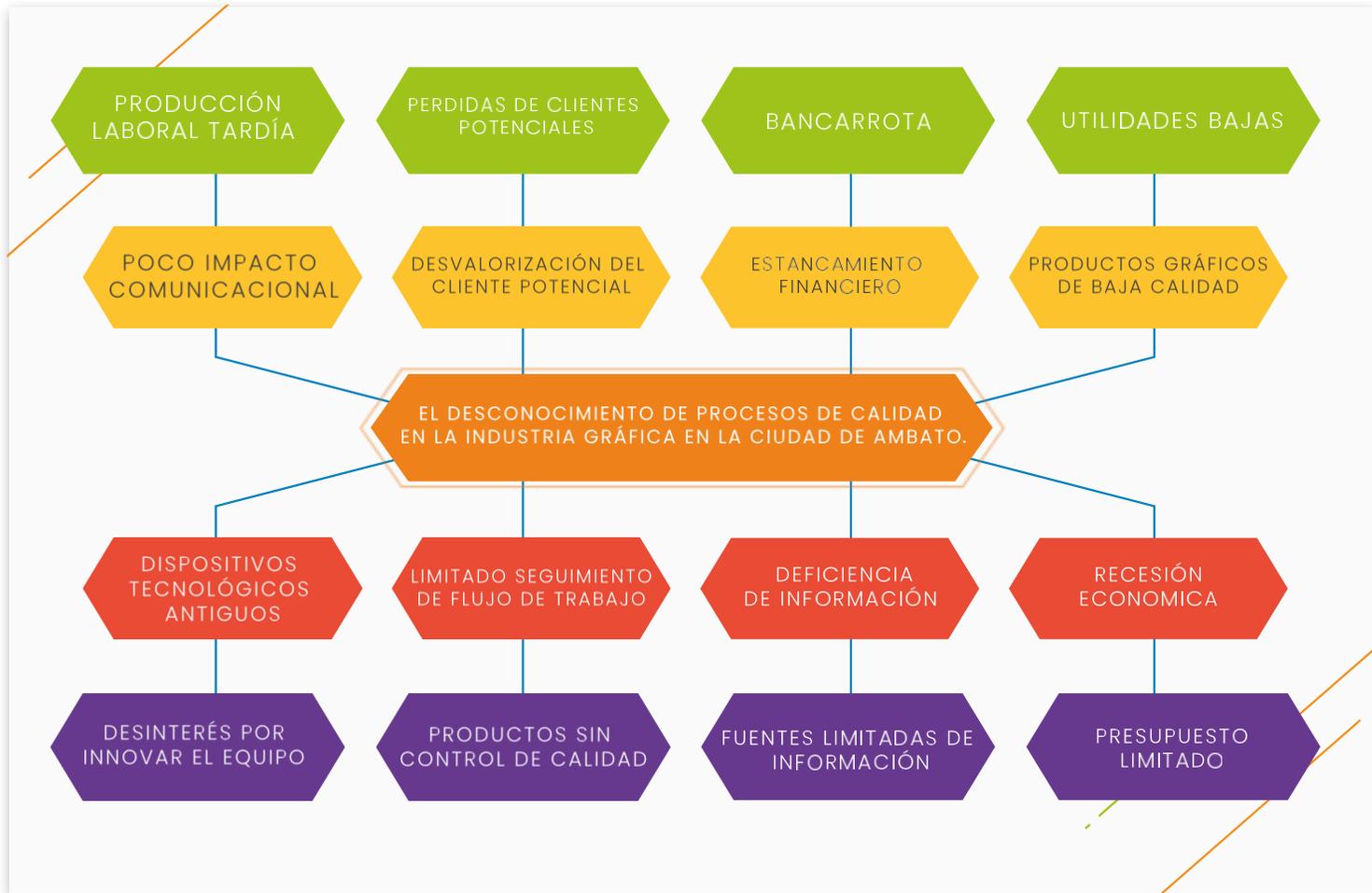
Desde sus orígenes, el oficio de diseñador gráfico tenía como cometido plasmar en un soporte físico, normalmente papel, una comunicación visual formada por textos y/o imágenes, pero en la actualidad el diseñador gráfico no solamente ha de componer para soportes físicos como el papel, también lo hace para otro tipo de soportes, tales como pantallas de ordenador, teléfonos móviles, etc. (Blasco, 2017, pág. 12)

Si bien la aparición de nuevas tecnologías produce cambios en todos los niveles de la sociedad, en la provincia de Tungurahua las empresas también son las que viven adaptadas al nuevo entorno y se desarrollan conjuntamente con dichas tecnologías.

Desde una perspectiva analítica las estrategias publicitarias dentro de la industria gráfica deben estar orientadas a un ambiente digital para que sean de su interés y fácil acceso, de esta manera posicionarse en la mente del consumidor ofreciéndole algo innovador y de calidad.

La industria gráfica al ser productiva así mismo al tener sectores que trabajan con el negocio del comercio surge la necesidad de los consumidores por servicios de impresión packaging entre otras artes gráficas de determinado sector esto también por la necesidad de comunicación de los clientes es decir promocionar los servicios y productos por medio de la publicidad con lo que está ligado a los procesos gráficos y por ende a la industria gráfica.

## 1.2.2 Árbol de Problemas



**Figura 1.** Contextualización de la problemática a investigar.

### **1.3 Justificación.**

El presente proyecto de investigación tiene como finalidad plantear y aplicar estrategias publicitarias de concientización orientada al uso en los procesos de la industria gráfica por parte de empresas y diseñadores en el cantón Ambato, dado que a través de los años varias imprentas y oficinas de diseño que oferta a los potenciales clientes de cualquier tipo requieren servicios y las empresas de producción también optan por adquirir o contratar dichos servicios de un diseñador gráfico, sin embargo en muchas de estas empresas y oficinas de diseño no se cumplen con algunas normas de calidad como son las ISO y las INEN, cada vez más común hoy en día muchos diseñadores y trabajadores por impericia en el área gráfica no cumplen con estas normas de calidad . Por lo cual también significa un punto clave para la concientización de los procesos de calidad y como estos aportan de manera positiva tanto en empresas como a diseñadores independientes.

A la par también va en aumento la publicidad digital dado que el internet se ha vuelto uno de los primeros medios de comunicación y por lo cual la publicidad a través de medios masivos es un punto considerable en la investigación dándose así la propuesta para que se reduzca la desvalorización de los procesos de calidad en productos finales, consecuentemente para esta investigación es necesario optar por los medios abiertos de comunicación, así como también son importantes para mantener una comunicación segura en lo que respecta al a interacción social en la crisis. el según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC (2017) menciona: “El 55,6% de la población de Ecuador ha utilizado Internet en los últimos 12 meses. En el área urbana el 63,8% de la población ha utilizado internet, frente al 38,0% del área rural”.

Al indagar sobre el estudio del uso de los procesos en calidad de la industria gráfica obtendremos varios datos importantes con información destacable aportando posibles nuevos escenarios con varia gente en este campo de los procesos de la industria gráfica las mismas que nos enfocaremos con la finalidad de generar un reconocimiento y poder generar una vertiente de información para un uso adecuado.

Por estos motivos el estudio de la publicidad y su contribución en la concientización de la industria gráfica ayudara a generar propuestas en medios digitales que ayuden a los diseñadores y a su vez agencias para optimizar y mejorar con los procesos de calidad en la industria de esta manera también generar un mejor aporte general tomando en cuenta la emergencia actual es de

vital importancia considerarla con los nuevos cambios que traerá para un futuro los detalles y cambios en la sociedad están implícitos a razón del coronavirus como lo menciona la organización mundial de la salud (OMS 2020).

## **1.4 Objetivos.**

### **1.4.1 Objetivo general**

Desarrollar un conjunto de estrategias publicitarias para la concientización en la calidad de los procesos de la industria gráfica de Ambato.

### **1.4.2 Objetivos específicos**

- Identificar el estado actual de la calidad de los procesos del sector de la industria gráfica de Ambato mediante un estudio de caso.
- Determinar cuáles son los tipos de procesos y herramientas de calidad necesarios para la industria gráfica.
- Analizar las herramientas publicitarias enfocadas en la concientización y su impacto actual para una comunicación efectiva a través de medios digitales.
- Proponer estrategias publicitarias para la concientización en calidad de los procesos gráficos a través de medios digitales.

## **1.5 Antecedentes de la investigación**

Para demostrar el auge de las normativas de calidad de los diseñadores antes los diferentes entornos se presentan patrones de comportamiento para el análisis de la presente investigación, de la información que se ha podido recabar que a través de una intensa investigación en las bibliotecas de la Universidades de mayor trascendencia en el centro del país, acerca del tema “El manejo de estrategias publicitarias”, se ha podido observar que existen algunos temas de estudio relacionados con esta investigación.

En la investigación de Jorge Santamaría Aguirre Máster en Ingeniería del Diseño ETS de Ingeniería del Diseño, Universidad Politécnica de Valencia, España menciona lo siguiente

Algo muy importante a tomar en cuenta es que esta investigación es que se realiza en conjunto del proyecto” Normativas de control de calidad en los procesos productivos de la industria gráfica de Tungurahua” por lo que favorece a una mejor investigación.

Las empresas requieren servicios de impresión para cubrir necesidades de promoción, protección e identificación de sus productos. “La industria gráfica se vincula con la profesión de Diseño Gráfico, y esta se apoya en software, hardware y artes visuales para lograr productos o soportes gráficos a través de procesos de impresión y acabado”. (Santamaria. 2017)

Algo bastante importante en un ámbito comercial y de competencia tomando como punto eje la industria gráfica se puede notar el poco conocimiento sobre normativas a seguir para la optimización de trabajo, Ambato debe tener orden y control de la producción de esta naturaleza, y que mejor si se encuentran agrupados y cercanos. Se deben generar políticas de control en las empresas con el fin de ofrecer un servicio de calidad. (Santamaria. 2017)

En los mismos que se toman en cuenta varios aspectos generales relacionados a las variables como apoyo para la resolución de los mismos problemas con un mismo enfoque, pero con distinto tema de valor tomándolo como aporte como se da en la investigación también sobre estrategias publicitarias y marketing digital.

El empleo de las diferentes estrategias de marketing digital en el decremento de la captación de clientes de la empresa, donde se puede concluir que el mundo digital en la actualidad está inmerso en todos los aspectos de nuestra vida ya que los ha convertido en consumidores digitales en la actualidad buscamos información, productos y servicios en Internet no en medios tradicionales además lo usamos para comunicarnos ya que la digitalización es la transformación más importante de nuestro tiempo, además está impactando todos los aspectos de los negocios actualmente el público objetivo está en Internet, entonces las empresas deben estar en Internet. Todos los negocios deben optar por atraer, administrar y retener los clientes digitalmente.

Moles y Costa, . (2005) mencionan que la publicidad es un sistema de masas que utiliza todos los canales de los mass media aplicando un conjunto de técnicas de la psicología y de la sociología con un fin utilitario generalmente la venta, y por eso teniendo en cuenta a

la aceleración del circuito económico, producción consumo. Su omnipresencia la conforma como un símbolo cultural de las sociedades industriales. (Alberoni .1964 pag.17)

Dados estos hechos se considera que la publicidad puede ejercer una positiva influencia social como un instrumento de ayuda para el diseñador gráfico, en la investigación de Kotler se puede apreciar el estudio de las campañas como ente mediático de comunicación directa.

Kotler y Lee. Las campañas de cambio social tienen el objetivo limitado de proporcionar nueva información a las personas y de elevar su conocimiento al respecto a él. Estas campañas de información pública incluyen aquellas que explican el valor nutritivo de los alimentos y que elevan el conocimiento de la nutrición entre la población. (2002)

A nivel internacional podemos encontrar proyectos de investigación generadas para demostrar al diseñador y su rol dentro de los procesos de calidad y normativas las cuales serán revisadas en la presente investigación.

Jordán (2018) Especifica en su tesis sobre “La Publicidad en la concientización de Eventos Sísmicos en la ciudad de Ambato” lo siguiente: La investigación se basa en la interpretación de las diferentes prácticas y recursos comunicacionales publicitarios, mediante la utilización de campañas de concientización, con el fin de ofrecer recomendaciones y propuestas que generen una formación eficaz en la sociedad.

La sociabilidad virtual por motivos de la emergencia sanitaria decretada en todos los países presenta dificultades de movilización siendo punto clave el social media, varios espectadores son susceptibles a los contenidos que se difunden en esta red haciéndola una herramienta potente para el marketing digital y a su vez un excelente medio de concientización. El fenómeno se produce porque en redes sociales ellos encuentran la ruta indicada para satisfacer sus necesidades

Podemos decir que hoy en día la tecnología es vital en la comunicación por lo que afecta en todos los aspectos sociales en nuestro entorno especialmente en el diseñador al ser más receptivos principalmente afectados por las redes sociales estos usan los medios de comunicación para regirse a normas y compartiéndolas en su círculo empresarial de esa manera interactúan proclives a comportamientos sin medida de normativas perdiendo control del tiempo de uso de las

mismas generando estímulos que incitan al diseñador tener un cambio de calidad y presentar procesos irracionales generando tensión y retrasos de tiempos.

Figuera La Riva Carlos Alberto, (2012) de la Universidad de Palermo de Argentina, Facultad de Diseño y Comunicación en su trabajo de investigación titulado: “Estrategias de diseño y marketing 2.0: elementos claves en la competitividad de Movistar en el Mercado de telefonía móvil venezolano”, concluye que: La creatividad y los nuevos medios sumados a la tecnología digital, permiten o ayudan a construir el valor marcario a través de la interacción con los usuarios. Las estrategias de diseño y marketing 2.0 se destacan por su integración de características, entre las que destacan: la interacción, la socialización, la innovación, la segmentación y la promoción de conversaciones en torno a un tema planteado por la marca o por los usuarios. Siendo objetivos se toman en cuenta varios aspectos a considerar respecto a las estrategias y como dar el enfoque a la publicidad social para desarrollarla en la campaña.

## **1.6 Fundamentación Legal**

### **Ley Orgánica de comunicación**

#### **SECCIÓN V Publicidad**

**Art. 92.-** “Actores de la publicidad. - La interrelación comercial entre los anunciantes, agencias de publicidad, medios de comunicación social y demás actores de la gestión publicitaria se regulará a través del reglamento de esta ley, con el objeto de establecer parámetros de equidad, respeto y responsabilidad social, así como evitar formas de control monopólico u oligopólico del mercado publicitario. La creatividad publicitaria será reconocida y protegida con los derechos de autor y las demás normas previstas en la Ley de Propiedad Intelectual. Los actores de la gestión publicitaria responsables de la creación, realización y difusión de los productos publicitarios recibirán en todos los casos el reconocimiento intelectual y económico correspondiente por los derechos de autor sobre dichos productos.”

La Constitución del Ecuador menciona en la sección tercera acerca específica los siguientes artículos:

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

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

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

3. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas. 4. El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.

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

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

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

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

La investigación debe cumplir con la normativa jurídica en los anexos de referente a la Declaración Universal de Derechos Humanos (UDHR) menciona lo siguiente:

**Art 19.** Toda persona tiene el derecho a la libertad de opinión y expresión; este derecho incluye la libertad de mantener las opiniones sin interferencia y a buscar, recibir e impartir información e ideas a través de cualquier medio y a pesar de las fronteras

**Art. 27.** todos tienen el derecho de tomar parte libremente en la vida cultural de la comunidad. (Declaración Universal de Derechos Humanos, 1969)

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

**Art. 4.-** Contenidos personales en internet. - Esta ley no regula la información u opinión que de modo personal se emita a través de internet. Esta disposición no excluye las acciones penales o civiles a las que haya lugar por las infracciones a otras leyes que se cometan a través del internet.

**Art. 8.-** Prevalencia en la difusión de contenidos. - Los medios de comunicación, en forma general, difundirán contenidos de carácter informativo, educativo y cultural, en forma prevalente. Estos contenidos deberán propender a la calidad y ser difusores de los valores y los derechos fundamentales consignados en la Constitución y en los instrumentos internacionales de derechos humanos (La ley Orgánica de la Comunicación, 2013).

#### Ley Orgánica de Defensa del Consumidor Capítulo XII

**Art. 64.-** Bienes y Servicios Controlados. - El Instituto Ecuatoriano de Normalización, INEN, determinará la lista de bienes y servicios, provenientes tanto del sector privado como del sector público, que deban someterse al control de calidad y al cumplimiento de normas técnicas, códigos de práctica, regulaciones, acuerdos, instructivos o resoluciones. Además, en base a las informaciones de los diferentes ministerios y de otras instituciones del sector público, el INEN elaborará una lista de productos que se consideren peligrosos para el uso industrial o agrícola y para el consumo...

**Art. 65.-** Autorizaciones Especiales. - El Registro Sanitario y los certificados de venta libre de alimentos, serán otorgados según lo dispone el Código de la Salud, de conformidad con

las normas técnicas, regulaciones, resoluciones y códigos de práctica, oficializados por el Instituto Ecuatoriano de Normalización -INEN- y demás autoridades competentes, y serán controlados periódicamente para verificar que se cumplan los requisitos exigidos para su otorgamiento. Para la introducción de bienes importados al mercado nacional, será requisito indispensable contar con la homologación del Registro Sanitario y de los permisos de comercialización otorgados por autoridad competente de su país de origen, según lo dispone el Reglamento a la presente Ley y las demás leyes conexas, salvo los casos de aplicación de acuerdos de reconocimiento mutuo vigentes y los que pudieren entrar en vigencia a futuro entre la República del Ecuador y otros países, en el marco de los procesos de integración.

**Art. 66.-** Normas Técnicas. - El control de cantidad y calidad se realizará de conformidad con las normas técnicas establecidas por el Instituto Ecuatoriano de Normalización - INEN- , entidad que también se encargará de su control sin perjuicio de la participación de los demás organismos gubernamentales competentes. De comprobarse técnicamente una defectuosa calidad de dichos bienes y servicios, el INEN no permitirá su comercialización; para esta comprobación técnica actuará en coordinación con los diferentes organismos especializados públicos o privados...

**Art. 67.-** Delegación. - El Instituto Ecuatoriano de Normalización -INEN- y las demás autoridades competentes, podrán, de acuerdo con la Ley y los Reglamentos, delegar la facultad de control de calidad mencionada en el artículo anterior, a los municipios que cuenten con la capacidad para asumir dicha responsabilidad.

**Art. 68.-** Unidad de Control. - Instituto Ecuatoriano de Normalización INEN promoverá la creación y funcionamiento de los departamentos de control de calidad dentro de cada empresa pública o privada, proveedora de bienes o prestaciones de servicios...

**Art. 69.-** Capacitación. - El Instituto Ecuatoriano de Normalización -INEN- realizará programas permanentes de difusión sobre normas de calidad a los proveedores y consumidores, utilizando, entre otros medios, los de comunicación social..."

## **Fundamentación Ontológica**

La fundamentación ontológica ayudara en la investigación pues esta se encarga de analizar la realidad y naturaleza de un target, es decir que esta analiza cada aspecto importante de un objetivo para poderlo comprender, tiene alta utilidad para en este caso los diseñadores y agencias dentro del sector gráfico con la finalidad de comprenderlas y como llegar de manera efectiva a la recolección de datos más acertada.

## 1.7 Categorías fundamentales.

### 1.7.1 Redes conceptuales. Jerarquización de variables



**Figura 2.** Categorización de Variables

### 1.7.2 Constelación de ideas de la variable Independiente: Estrategias Publicitarias



**Figura 3.** Constelación de ideas variable dependiente

### 1.7.3 Constelación de ideas de la variable dependiente: Procesos de Calidad

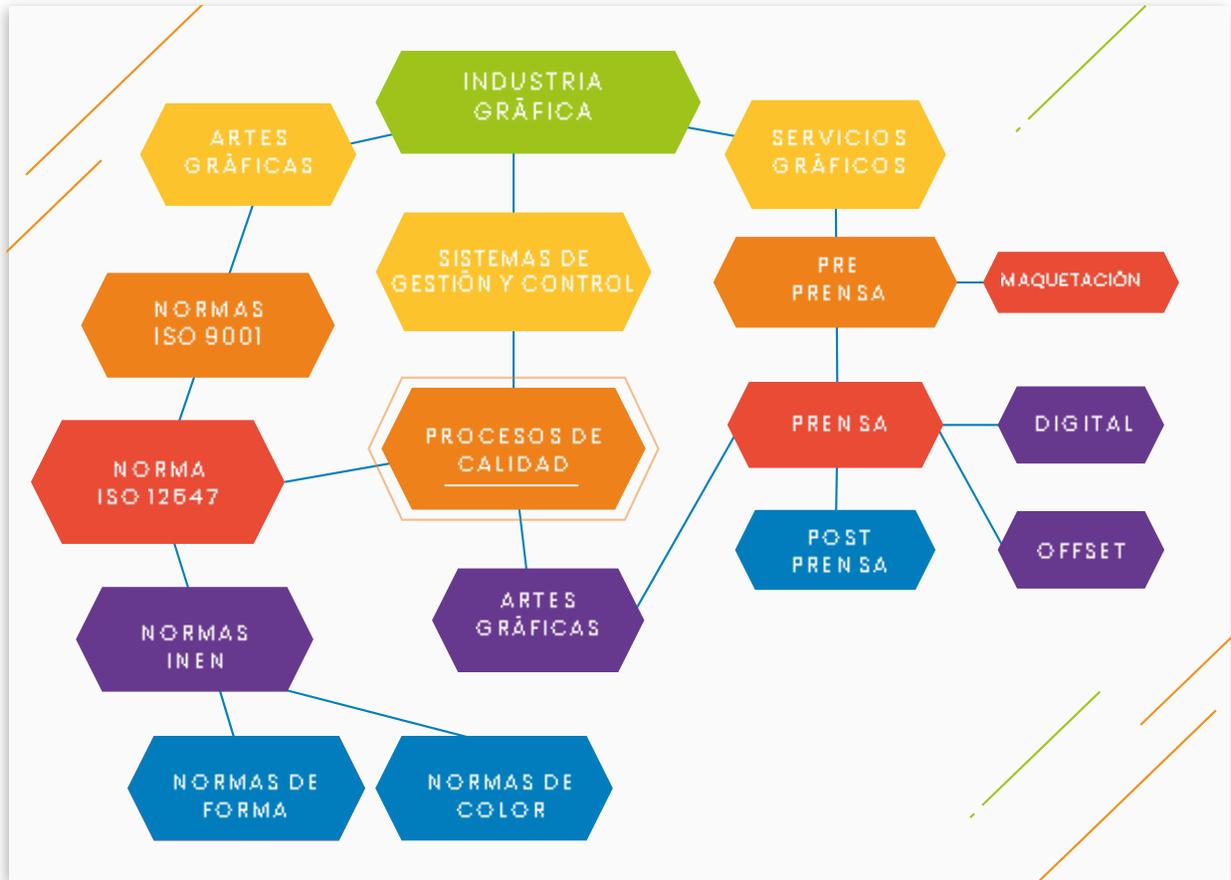


Figura 4. Constelación de ideas variable independiente



## **1.8 Bases Teóricas.**

### **1.8.1 Variable Dependiente**

#### **1.8.1.1 Industria Gráfica.**

La Industria gráfica se ha convertido en uno de los sectores más importantes dentro del desarrollo económico de los países y continentes. El limitado desarrollo de la industria gráfica de la ciudad de Ambato, es causado por la escasa información sobre las técnicas para el proceso los procesos normativos de regularidad aplicados a la calidad tomando en cuenta estos puntos de vista todo se origina debido a una causa que lleva a los diseñadores gráficos a desvalorizar el seguimiento del proceso de producción gráfica y consecuentemente varios efectos que se originan de este problema, unos serán notorios de forma inmediata y otros que seguirán afectando a futuro, así siendo el primer efecto el desperdicio de tiempo, recursos y materiales.

Las normas deben evolucionar regularmente para ajustarse a los requerimientos y necesidades del sector gráfico, por ser la base inexcusable para la correcta gestión de los procesos y la gestión de la calidad. Sin lugar a dudas, todo este trabajo ayuda a canalizar las inquietudes y expectativas del sector, orientando sus actuaciones hacia aspectos de regularización y normalización. (Pozo, 2015, pág. 12)

Teniendo en cuenta esto se puede decir que la impresión tomó su papel decisivo e influyente en el sector industrial y el mundo por lo cual este sector tiene mucho potencial, es por ello que además formó parte del desarrollo de cultura y ciencia, ciertamente importante además es que este medio se ha convertido en un ente universal que ayuda a la difusión más eficiente de información, por ello además el medio ya es un referente económico por sí solo.

Como hemos visto, las tecnologías de impresión y los procesos de trabajo han evolucionado mucho a lo largo de la historia. Hoy podemos hablar de originales digitales, de relaciones a distancia mediante Internet, de sistemas de impresión informatizados o completamente digitales y de automatización de tareas. (Blasco, 2017, pág. 24)

Existen diversos puntos sobre la industrialización y automatización de procesos es necesario que se apliquen medidas en el sector industrial para poder determinar una calidad y como esta se refleja en los procesos gráficos tomando gran parte de las normativas de calidad en los procesos, generalmente estas normativas están regidas en base a un estudio para mejorar la calidad de producción.

### **1.8.1.2 Servicios Gráficos.**

Es aquí donde la industria gráfica y los procesos de calidad han variado en sus servicios y productos, pues los consumidores son la clave determinante y estos a su vez están influenciados por la economía y calidad, pues muchas veces esta producción es realizada bajo procesos sin un control en su flujo de trabajo que atentan contra la calidad y riesgo de una posible pérdida comercial.

En las últimas décadas se ha venido trabajando en las organizaciones la Calidad Total, desde su concepto hasta su instrumentación. Los procesos de servicio con sus implicaciones y la calidad en el mismo. Hechos que se han venido desarrollando en forma vertiginosa y en escenarios que han llevado a las autoras a investigar, de forma continua y sistemática los conceptos, procesos y aplicación de estos modelos, para gerenciar las empresas e instituciones y atender la evolución al inicio del siglo XXI (Vargas, 2007, pág. 9)

Entonces se puede decir que en post de mejorar la calidad de los servicios estos se dan en base a las preferencias de los consumidores sin embargo varios de estos simplemente se han desarrollado en base a las experiencias laborales mas no un estudio de servicio y trato, muchas veces la calidad de los servicios gráficos presenta una gran variedad en lo que respecta a la necesidad de los clientes.

Es necesario tener en cuenta cada punto de desarrollo de las mismas con las que se procede pues cada una tiene una diferencia, pero generalmente estas se predeterminan en base a las preferencias de consumidores además estas deberían estar regidas a las normativas en cuanto a productos.

### **1.8.1.3 Logística**

Desde el diseño gráfico es vital tomar en cuenta todos los aspectos fundamentales a contar pues estos se pueden definir desde lo que conlleva llegar a un proceso de seguimiento tomando en cuenta desde lo material a los procesos y pasos a seguir para llegar a un objetivo, Arbones (2009) menciona lo siguiente en su libro sobre logística empresarial:

La logística reagrupa todos los métodos de organización y de gestión aplicados a la concepción, al funcionamiento y al control del sistema logístico. Trata de la elección de los medios y de los métodos en el dominio de los transportes, de las mantenencias, del almacenamiento y de la elaboración de las previsiones, planes y programas para el aprovisionamiento, la producción y la distribución., (P 4)

Se puede afirmar entonces que la logística toma en consideración varios aspectos de la industria los cuales deben estar planificados en base a la optimización de tiempo y espacio varias empresas hoy en día no toman en cuenta varios de estos aspectos retrasando a largo plazo la evolución de la industria gráfica.

### **1.8.1.4 Artes Gráficas**

Las artes gráficas son todo lo que comprende la comunicación visual pues estos llevan a cabo una serie de pasos para transmitir e informar de manera más creativa, con el avance de la sociedad cada vez es más la necesidad de transmitir por medios visuales y comunicacionales especialmente si requiere enfocarse en un determinado sector o público objetivo, esto comprende también los productos gráficos pues estos forman parte del diario vivir de las personas, es aquí donde la industria gráfica toma riendas sobre la marcha siendo participe de un objetivo comunicativo tiene que cumplir con lineamientos para llegar al punto de calidad, estos también constantemente necesitan proveedores de materia prima.

Vivimos inmersos en una trama artística y publicitaria que se nutre directamente de los procesos gráficos, de sus productos y sistemas. En este capítulo, podremos acercarnos al trabajo y productos finales del sector de las artes gráficas desde el punto de vista profesional, para que, además de conocer todo lo que este mundo profesional abarca, también podamos, como profesionales del sector, ver las posibilidades con las que optamos, los diferentes materiales que tenemos a nuestro alcance para trabajar, así como los

materiales periféricos y cuál será más conveniente utilizar en cada caso. (Torrez, 2012, pág. 13)

Se puede comprender por Artes gráficas a la composición de varios elementos para que logren su cometido principal de emisor a receptor directamente, es por ello que estas deben construirse en base a una estructura para posteriormente la producción, finalmente brindar el mejor acabado y atrapar al público objetivo.

### **1.8.1.5 Elaboración del arte final**

En lo que refiere al arte final es de vital importancia seguir con ciertos procesos que cumplen con las normativas adecuadas para una correcta línea grafica con soporte, Pérez indica la relevancia del arte afirmando lo siguiente:

La falta de comunicación entre diseñadores e imprentas es el gran eslabón perdido en el proceso de fabricación de un producto impreso, lo que conlleva que los proyectos se reciban en los departamentos de preimpresión sin cumplir una norma establecida, lo que, en ocasiones, hace imposible la correcta reproducción de los mismos. Normalizar el arte final de un proyecto por personal cualificado de preimpresión supone costes extra inesperados en la producción y, en algunos casos, rehacer el trabajo por completo y, en consecuencia, un retraso en la entrega del producto impreso al cliente final. (Pérez, 2016, pág. 12)

Entonces podemos decir que la comunicación juega un rol importante a la hora de componer y determinar un proyecto el cual debe cumplir con los estándares de calidad y de tal manera culminar el proceso del arte final, muchas veces la gestión de recursos también puede tener un alto costo y varios puntos de los que el diseñador juega un rol importante, según Pérez:

En las imprentas, la normalización de la entrega de archivos ha sido siempre un tema de gran importancia. La mayoría de los errores en los impresos son producidos por desconocimiento por parte del diseñador de cuestiones de gestión de imágenes, gestión de tipografías, composición de plegados o problemas de sangrado, entre otras. Antes de existir las aplicaciones digitales de comprobaciones, los errores en los proyectos digitales los detectaba el preimpresor, un trabajo complejo por la extensión de algunos impresos, y en

ocasiones se producían errores en la filmación o se detectaban durante la impresión, ocasionando gastos de producción y pérdida de tiempo. (Pérez, 2016, pág. 64)

Es decir que esta actividad requiere de un seguimiento oportuno para el cumplimiento del arte final el cual conlleva una estructura basada en las normas de calidad para lo cual estos deben tenerse en consideración del diseñador pues este será el que proponga y determine el producto final afectando así también a la empresa en general.

Al escanear imágenes, se debe capturar el original al menos con 300 puntos por pulgada de resolución, y con una profundidad de color de 24 bits. Al guardar la imagen, se debe elegir un JPG con compresión mínima o el formato TIF, sin compresión LZW. (López, 2016, pág. 241)

Se puede concluir con que los aspectos generales del arte gráfica deben tenerse en consideración para que estas presenten la mejor calidad con un óptimo desarrollo y en tiempo récord para que el sector gráfico tome fuerza con trabajos de calidad.

#### **1.8.1.6 Aplicaciones preflight**

Estas aplicaciones van dentro de la maquetación y ayudan a la composición pues el término deriva del habla inglesa *preflight Check* el cual se definía para un rápido escaneo y verificación de elementos antes de comenzar un vuelo en una aeronave, pero hoy es más utilizado como término de la industria gráfica para dar a entender el análisis previo pre impresión Soto menciona lo siguiente:

Maquetar es el acto de distribuir diferentes elementos, como el texto, imágenes, ilustraciones, etc., en cada página del documento designado, atendiendo a las necesidades del lector o del cliente. Preflight en artes gráficas refleja que el archivo que se va a procesar en la cadena de producción no va tener fallos de ningún tipo a la hora de su reproducción en formato digital o en el formato de impresión para los distintos soportes. (Soto, 2013, pág. 13)

Según esto se define como el documento el cual se va a referir para posteriormente procesarlo de manera metódica es decir sin ningún error por lo que ya tendría varios estándares de calidad y de tal manera también pulir cada elemento de la composición además de la adaptabilidad sobre medios según López.

Es una lista de comprobación de requisitos -en inglés, checklist- que desarrollan ciertos programas de forma automática, y además permiten resolver los posibles problemas que hayan detectado. Este chequeo, previo a la impresión, recibe el nombre de preflight, (2016, pág. 247)

Es importante que cada documento del proyecto cuente con esta checklist ya que podrá mejorar considerablemente la calidad y determinar si el producto final será lo más pulido posible, existen varios parámetros a seguir, pero lo más importante es una prueba de impresión antes de la elaboración en masa de varios arriesgándose a errores post impresión sin esta lista de comprobación.

#### **1.8.1.7 Maquetación**

La maquetación es aquella que se encarga de reunir los elementos y organizarlos de forma metódica para el desarrollo de un proyecto sin fallos, por lo cual esta debe basarse en los sistemas de composición para la editorial especialmente a la hora de la composición de elementos pues estos deberán ir acorde a las tendencias e influencias en el diseño dependiendo de la conclusión del proyecto y el enfoque del público, a pesar de ello existe una estructura base para trabajar inicialmente.

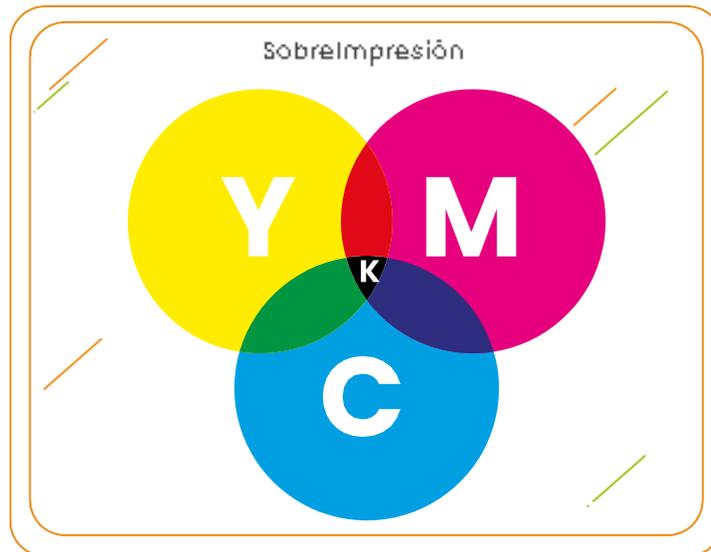
La realización de maquetas o prototipos a medida que se avanza en el diseño es necesaria para verificar y testear el producto antes de comenzar el proceso de fabricación del mismo. Dimensiones, usabilidad, calidad, resistencia, aplicabilidad, etc., serán aspectos a verificar sobre la maqueta o prototipo para comprobar que las definiciones establecidas para el producto en su fase inicial serán desempeñadas sin alteraciones una vez finalizada la fase de fabricación del producto impreso. (Pérez, 2016, pág. 150)

Entonces en base a esto es imprescindible verificar los contenidos para probar y determinar tanto su calidad en distintas áreas pues en esto hay que tomar en cuenta a Soto ya que menciona y define a la maquetación en lo siguiente: “hay que definir el concepto de maquetar como el acto de distribuir diferentes elementos, como el texto, imágenes, ilustraciones, etc., en cada página del documento designado, atendiendo a las necesidades del lector o del cliente”. (Soto, 2013, pág. 12)

Bien pues la maquetación basa sus objetivos en la organización para una comunicación efectiva y para lo cual siempre se desarrollan previamente prototipos cuando se trata de un proyecto totalmente nuevo, con lo cual se podrá apreciar la estructura basada en las normas establecidas y ya definidas por estándares internacionales, sin embargo, varios centros de impresión no toman en cuenta varios de estos aspectos por lo que pierden calidad en la producción.

### 1.8.1.8 Sobreimpresión

En la industria gráfica la sobreimpresión se identifica como aquella acción que se utiliza para la realización de una impresión de un producto grafico sobre un soporte sobreponiéndolos es decir que se sobrepone la tinta por ende este necesita estar estable y calibrado de lo contrario se generarían colores que no conforman parte del proyecto, es necesario mencionar que cada color debe estar previamente medido para evitar errores y perdidas para las empresas.



**Figura 5.** Sobreimpresión

### **1.8.1.9 Pre Prensa**

La impresión en sus primeros pasos se destina a la composición de los elementos para preparar un determinado diseño el cual debe cumplir con reglas para mantener calidad y profesionalismo esta parte también es la matriz más importante previo el proceso de la producción, Blasco sugiere:

La preimpresión, como su propio nombre indica (“pre” significa antes), es el proceso que precede a la fase de impresión del producto gráfico. Atendiendo a esta definición, la preimpresión empieza en el mismo momento en que es concebida la idea del diseño gráfico, es decir, antes de abrir cualquier programa informático ya que es la encargada de tomar en consideración todas las variables del proyecto que harán posible que se convierta en un producto tangible. (Blasco, 2017, pág. 62)

Según esto se puede comprender a la preimpresión como la que se encarga de la preparación y a su vez depende principalmente del flujo de trabajo, que toma con objetividad la búsqueda de los estándares de calidad los cuales se basan en preparar el diseño e idea de producto para que este quede en la más optima preparación según estándares internacionales previo su producción.

La llegada de Internet ha supuesto un cambio radical en el flujo de información, en los medios de comunicación y en la velocidad de trabajo. Ha hecho posible la inmediatez en el envío y la recepción de datos y ha cambiado el concepto de la distancia. Un diseñador puede tener un cliente en Ámsterdam, estar en Nueva York e imprimir el trabajo en Barcelona, mandar los archivos y que éstos sean recibidos de forma instantánea. (Blasco, 2017, pág. 38)

Con la modernización muchos procesos van cambiando adaptándose a nuevas tecnologías y por ende a nuevos procesos de automatización por lo que la constante evolución debe ir a la par con los diseñadores ya que estos son un punto importante y cada vez van tomando más presencia

en este campo por lo cual se debe mantener actualizado sin perder los conceptos esenciales de la producción grafica.

Al igual que las editoriales, cada vez son más las imprentas que publican en su web las especificaciones y recomendaciones para que sus clientes les envíen sus archivos de forma adecuada. Son muchos los ejemplos de páginas web de impresores que entre sus muchos artículos de gran utilidad para el diseñador o creador de contenidos incluyen alguno del tipo “preparación de archivos para llevar a la imprenta”. (López, 2016, pág. 247)

Según Torres se define Preimpresor Operario como “El encargado de preparar el archivo que se quiere imprimir a través de procesos y herramientas informáticas adecuadas.” (2012, pág. 64) siendo este el principal que da pie en encargarse del flujo de trabajo y calidad.

#### **1.8.1.10 Supervisión de Trabajos pre impresión**

Es importante contar con la supervisión de trabajos pues esta es la que define el producto antes de su elaboración es decir muchas veces muestra lo imprescindible antes de su producción, pero estas a su vez necesitan seguir un proceso el cual conlleva varios pasos a seguir y normas a tomar en cuenta para su posterior desarrollo Bustamante dice:

Sea cual sea el sistema de impresión elegido se debe pasar por el proceso de transportar el diseño realizado al sistema de impresión, o dicho de una manera más trivial, decirle a la máquina de imprimir qué es lo que tiene que imprimir y dónde. (Bustamante, 2016, pág. 12)

Según lo comprendido esto se refiere a que cada sector de la industria gráfica estipula un determinado proceso a seguir en cuanto lo que refiere seguimiento logístico de flujo de trabajo para lo cual es necesario tener un especializado en el área muchas veces los diseñadores en su mayoría son capaces de abordar este tema sin perder objetividad en cuanto al producto, pero también muchos lo hacen por simple impericia, por ello es recomendable tener bastos conocimientos sobre el tema.

### **1.8.1.11 Adaptación del producto gráfico**

La adaptación del producto gráfico se relaciona con el pasar del tiempo ya que muchos elementos modernos han ido evolucionando con el pasar de los años como los elementos industriales que cuentan cómo se ha modernizado los procesos de adaptación lo que conlleva a una evolución de entrega de archivos y optimiza los canales de distribución y de tal manera mejora la portabilidad de estos documentos siendo este el resultado del PDF el cual es mencionado por Soto:

En los últimos tiempos, el PDF se ha convertido en una herramienta fundamental de trabajo para la conversión de la información de diferentes tipos de archivos de texto, imagen, etc., y el intercambio de documentos, ya que este tipo de formato se puede leer independientemente del ordenador que se utilice y en diferentes versiones. Esto ha hecho que sea un instrumento fundamental a nivel profesional en las artes gráficas, para que le llegue la información al cliente de manera fiable y con calidad, y firmada, en algunos casos, de manera digital. (Soto, 2013, pág. 66)

Según esto se puede argumentar que las adaptaciones modernas principalmente se están adaptando a los nuevos medios y tecnologías por lo cual existen distintas formas de procesar los archivos para su emisión, los PDF se han convertido en una potente herramienta de trabajo pues este es capaz de recopilar información en distintos formatos pero a su vez mantiene la compatibilidad de los mismos, esto juega un papel fundamental al momento de enviar o recibir los documentos o archivos por los distintos canales que existen actualmente.

### **1.8.1.12 Prensa**

La prensa como tal refiere mucho la elaboración de un producto gráfico, se puede comprender a la misma como una sucesión de eventos en determinados elementos que repercuten en el arte final de un producto, hoy en día el auge generacional se adapta constantemente ya que siempre se requiere productos en forma física, a pesar de ello la prensa también ha dado grandes pasos a la era digital sobre todo acortando tiempos y mejorando calidad sobre todo si hablamos de precisión cada día el avance tecnológico llega más lejos haciendo que mejore constantemente en la industria gráfica por lo que esta ha tomado varias ramas principalmente en la que se enfoca el proyecto es la offset y Digital.

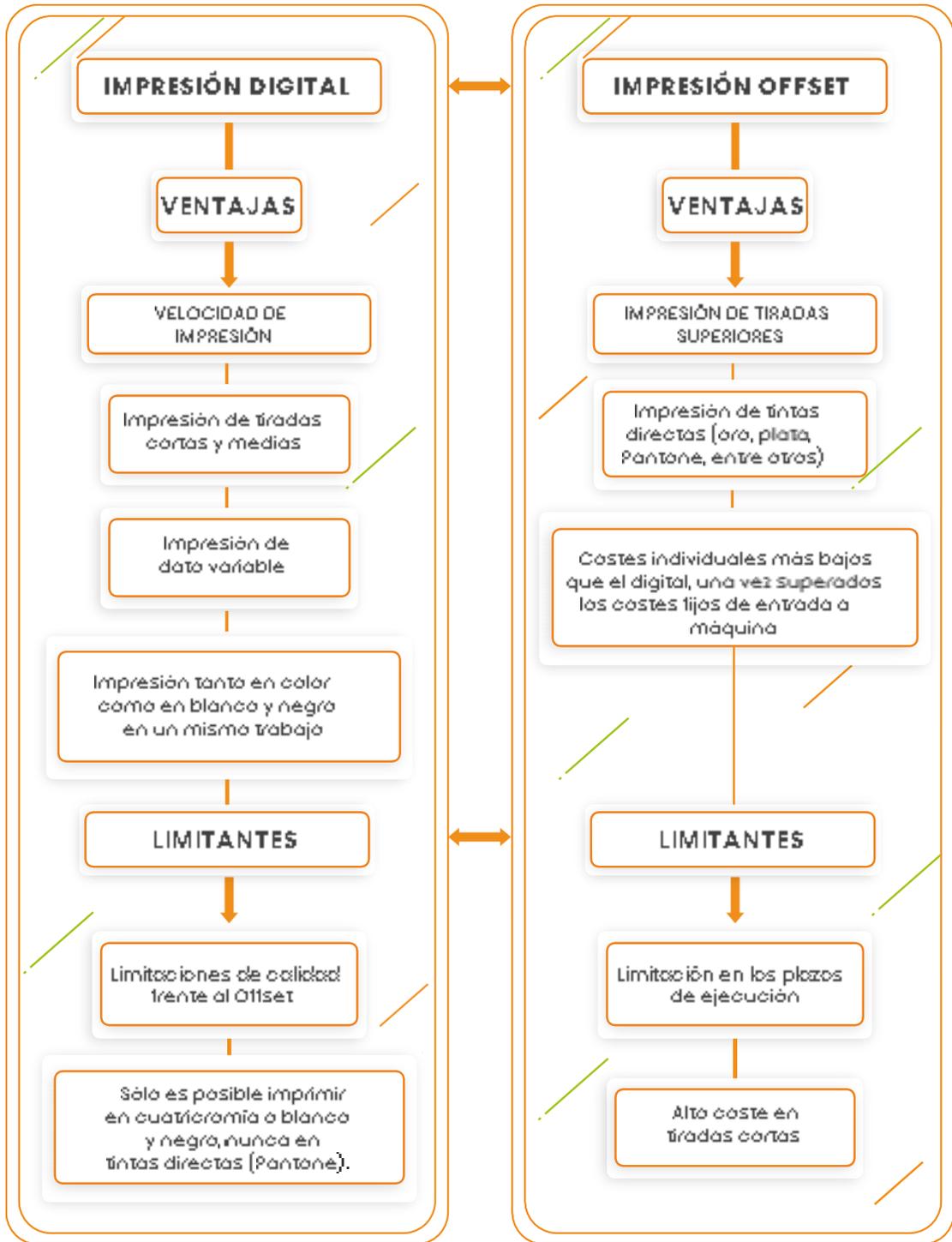
Lo primero que se debe considerar según las características de la prueba de color y las indicaciones de la orden de trabajo, es qué maquinaria de las que se poseen, según su sistema de impresión -en seco, tradicional, cuatricromía o hexacromía, etc.- es la más adecuada para conseguir el resultado esperado, en el plazo indicado. (Torrez, 2012, pág. 64)

Existen distintas formas y maneras de llegar a un mismo resultado, pero se deben considerar varios factores que comprende cada uno por ello es recomendable hacer pruebas previas para obtener resultados óptimos, la industria de los procesos gráficos ha sido un eje central de esto pues es la que debe encargarse de constantemente tener mediciones en cuanto a sus herramientas de trabajo para cumplir la promesa de calidad hacia el cliente.

#### **1.8.1.13 Sistemas de Impresión**

Todos los procesos requieren complejos sistemas de impresión por lo que deben estar sujetos a normas generales los cuales podrán indicar el nivel de calidad y tipo de acabado que contenga cada uno de ellos, es recomendable usar el más apto de acuerdo a el resultado buscado pues cada uno tiene tantas ventajas como ciertas limitaciones en cada una de ellas, entre los más utilizados comúnmente está el sistema de impresión offset, luego le sigue el sistema digital ya que a lo largo de la utilización del offset ha evolucionado la manera de trabajo, cada vez toma más fuerza este sistema según la modernización. Según Torrez “Será adecuado controlar exhaustivamente el estado general de cada máquina de impresión a nuestra disposición: estado de las tintas y stock, posibles averías y estado de sus componentes esenciales (caucho, planchas, secantes, goma, etc.)” (2012 p64)

Además de estos es necesario mencionar otros muy importantes como el huecograbado que su técnica es en su mayoría por medio de planchas con troquel, otro sistema parecido es la flebograpía pues este tiene un procedimiento similar, pero a diferencia del huecograbado este utiliza a gran medida el caucho. Para concluir la serigrafía este es el sistema más utilizado en elaboración de material y productos gráficos utiliza varias pantallas para trabajar los colores y de esa manera luego pasar la materia prima por estos, haciendo que estas planchas den color especialmente en productos textiles.



**Figura 6.** Comparación de sistemas de impresión  
Elaboración propia basado en Torrez, 2012

### **1.8.1.14 Prensa Digital**

La prensa Digital es considerada una herramienta contemporánea moderna es decir que la evolución con el tiempo de la prensa tradicional ha tenido avances los cuales son una parte importante para optimizar trabajo y mejorar tiempos de entrega especialmente por que facilita los procesos en cuanto a visualización y encuadres, estos cada vez son más precisos y de mejor calidad es decir con el auge generacional la digitalización forma gran parte de la vida cotidiana de las personas con ello cada vez hay más demanda por nuevas tecnologías.

La impresión digital tal y como se conoce en la actualidad es producto del auge que las nuevas tecnologías, en adelante NNTT, aportan a vuestra vida diaria y en concreto a la sociedad más actual. La llegada de estas ha revolucionado multitud de sectores facilitando el desarrollo de un producto mejor, más competitivo y de mayor calidad. (Borrego, 2012, pág. 13)

Una de las ventajas de la impresión digital es que puede combinar elementos de prensa tradicional y la actual, por supuesto esta ofrece un determinado producto con un acabado de calidad, pero con esto también existen limitantes en la producción, sin embargo, cada vez son más los que optan por la era digital dentro de la industria gráfica.

... no se trata de que los sistemas Offset (tradicionales) sean sustituidos por los nuevos sistemas de impresión digital, sino más bien unos son complementarios a otros, es decir, dependiendo del trabajo a desarrollar os interesará trabajar con uno u otro. De ahí que puedan distinguir entre las ventajas e inconvenientes que cada uno de los sistemas ofrecen. (Borrego, 2012, pág. 14)

Según esto se puede comprender que la interacción entre ambos es vital pues ambos ofrecen acabados distintos y en ellos se puede generar un vínculo para el desarrollo del proyecto gráfico, estos pasan a ser complementarios a pesar de los distintos limitantes de ambos pues estas comprenden un papel importante en las limitantes.

### 1.8.1.15 Preparación y ajustes de maquinaria digital

Es necesario tener en cuenta que la maquinaria digital se diferencia enormemente del offset por lo que tendrá un procedimiento diferente sin embargo varios de estos procesos están basados en los antiguos métodos de medición manual sin embargo dentro de la industria gráfica.

Tan sólo el 8% de la industria gráfica está digitalizada al 100%, por lo que la integración total de la industria gráfica a los sistemas digitales se producirá a largo plazo. Las perspectivas son positivas, ya que las nuevas tendencias de la publicidad y el marketing es colocar imágenes en lugares inconcebibles. (Borrego, 2012, pág. 18)

Entonces según lo mencionado podemos concluir que la industria gráfica a pesar que varios procesos se han automatizado y mejorado, la automatización total al sector de las industrias gráficas es un proceso largo por sus altos costos especialmente, pero que cada vez siguen mejorando y pronto serán más accesibles por lo que es preciso tener los equipos en constante renovación.



**Figura 7.** Maquinaria de prensa digital  
Fuente: Borrego, 2012

### **1.8.1.16 Preparación y ajustes de archivos**

En lo que respecta los ajustes de archivos es necesario tener en cuenta que cada ajuste debe estar basado en estándares de calidad estipulados por las normas ISO, principalmente estos se basan en la amplia gama de tipos de formato de archivos, varios de estos se trabajan en el software más idóneo para el proyecto y su posterior ajuste de archivos.

La investigación en software informático para la industria gráfica siguió avanzando. Proliferaron los programas de tratamiento de imágenes digitales (Photoshop), de ilustración vectorial (Freehand, CorelDraw, Illustrator), y de autoedición (InDesign, Pagemaker, QuarkXpress). Los avances informáticos también generaron la aparición de programas de imposición de páginas digitales. (Blasco, 2017, pág. 22)

Según Blasco podemos concluir en que en base a la industria gráfica en lo que comprende los archivos de preparación surgen en medida del tipo de formato con el que se trabaje esto se estipula en el conocimiento y utilización del software de diseño especialmente en la era digital a la que varios diseñadores hoy por hoy se encuentran trabajando, por ello es necesario tomar en cuenta el nivel de preparación de los mismos en un grado profesional.

### **1.8.1.17 Máquinas de Impresión Digital**

La evolución de la prensa digital radica principalmente en la optimización y calidad que le pueda ofrecer a este sector de la industria gráfica pues con ello día a día salen nuevas maquinarias digitales con lo cual tener actualizado el equipo forma parte primordial a la hora de presentar un producto en su etapa final, la demanda constante de calidad hace que la competitividad se de a la vuelta de la esquina,

Hoy por hoy en el sector gráfico siempre se habla de información en formato digital, impresión digital, etc. Esto que parece una cosa habitual, como todos saben es muy reciente y avanza de forma acelerada en los últimos años. La digitalización desempeña un papel cada vez más importante en la impresión ya sea producción a gran formato, pequeñas

tiradas, producción a demanda, suponiendo esto una revolución continúa en el mundo de las artes gráficas. (Borrego, 2012, pág. 17)

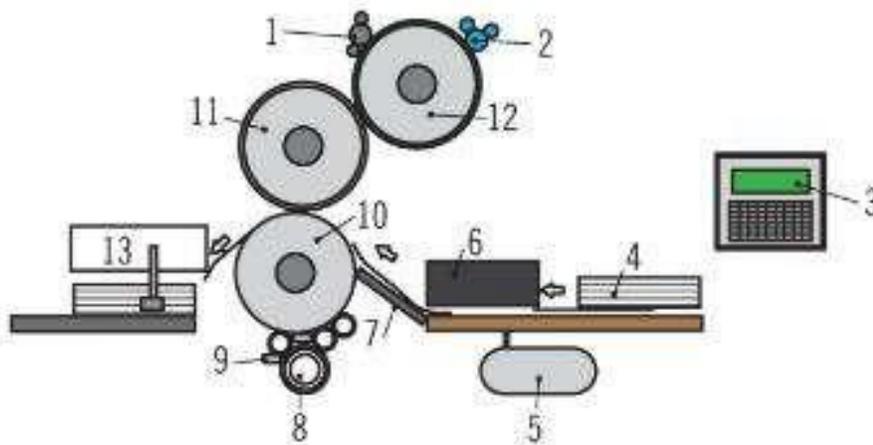
La maquinaria juega un papel principal dado que de estos dependerá enormemente la calidad en los proyectos finalizados, lo cual cada diseñador y empresa gráfica debe considerar en la etapa de pre prensa.

#### **1.8.1.18 Prensa Offset**

Según Pérez “El Offset es un sistema utilizado para imprimir soportes generalmente papeleros y, en menor medida, también se utiliza para la impresión de planchas metálicas destinadas al sector del envase.” (2012,P 13). En la prensa lo más destacable a mencionar en primer plano es su funcionamiento pues este sistema ha venido evolucionando a lo largo de los años, originalmente este proceso se deriva de la litografía el cual consiste en un entintado en superficies planas los cuales determinan la forma original, Jiménez en su libro habla sobre esto en el cual menciona:

La impresión offset (que también se denomina método de impresión indie recta), heredera de la litografía, es un Sistema de impresión que utiliza como soporte placas de superficie plana (el área a imprimir está al mismo nivel que el resto del área del soporte). No existen ni bajorrelieves ni altorrelieves en la máquina de impresión offset. Ese es el motivo por el que se conoce también a este Sistema como de impresión planográfica. (Jiménez, 2012, pág. 16)

Entonces se comprende que la impresión offset es reconocida como la sucesora del método litográfico ya que ha venido evolucionando con la industria gráfica, se puede decir que la maquinaria comprende elementos de estas actualizaciones dando como resultado una compleja estructura para tratar bien pues esto requiere un estudio y un conjunto de normas las cuales son estipuladas por las ISO en su mayoría para asegurar calidad.



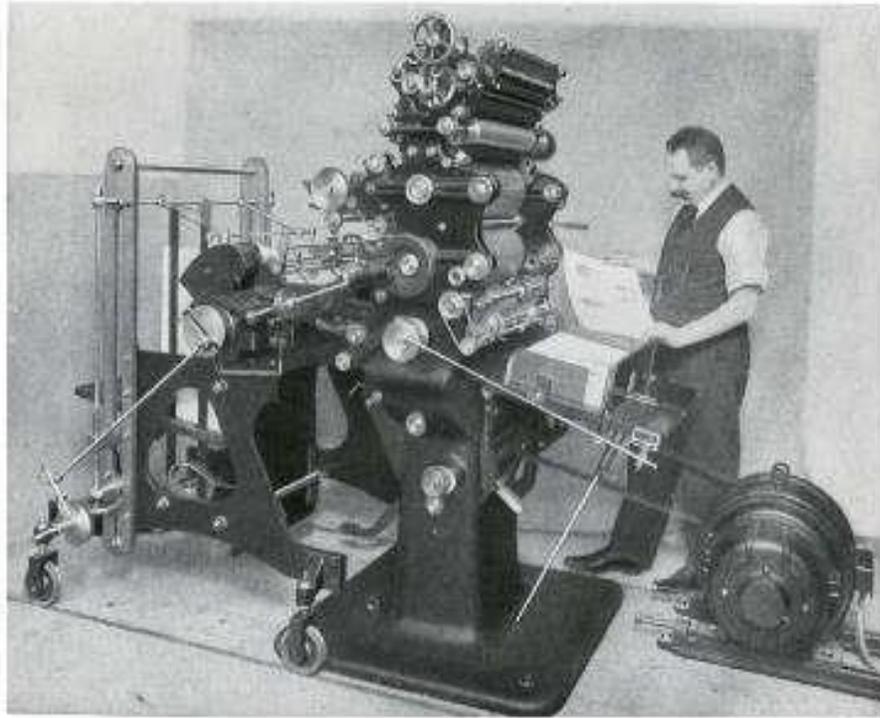
**Figura 8.** Sistema de Maquinaria Offset  
Fuente: Jiménez, 2012

### 1.8.1.19 Maquinaria offset

La Maquinaria offset difiere mucho de la digital pues esta utiliza procesos manuales los cuales requieren una estructura de precisión el cual también contiene varios elementos de calibración para que la impresión se pueda cuadrar, esta reúne y compacta los procesos de la litografía dentro de lo que comprende sus componentes existen varios rodillos que ayudan a fijar el entintado las cuales pasan por varias placas para que las mismas concentren la forma y en si ofreciendo un producto de calidad.

La primera máquina de R.Y va estaba compuesta por un cilindro de caucho (revestido), un cilindro de cinc y un cilindro portaplancha (también de cinc). Gracias a la elasticidad del caucho, la imagen podía transmitirse al soporte de papel a la perfección. El diámetro de los Cilindros era idéntico entre ellos. (Jíménez, 2012, pág. 65)

Desde este análisis podemos concebir la maquinaria offset como la encargada de llevar a cabo una secuencia de pasos que conllevan un fin absoluto es decir la realización de calidad en proyectos gráficos, este conocimiento ha trascendido a lo largo de los años con lo que estas maquinarias también han mejorado constantemente, varios diseñadores hoy en día no toman en cuenta la importancia de cada proceso para llegar a un producto de calidad.



*El inventor G. Herrmann, ante su máquina de impresión offset*

**Figura 9.** Primeras máquinas de impresión  
Fuente: Jiménez, 2012

La maquinaria offset comprende varios elementos enfocados en ofrecer la optimización del trabajo, sin embargo, se debe tomar en cuenta varios aspectos de la misma los cuales son importantes entre estos elementos podemos encontrar los siguientes según Pérez:

**Zócalo:** es la base sobre la que se asientan todas las partes de la máquina, y es de fundición, muy resistente y robusta. En el montaje de la máquina hay que tener en cuenta el correcto asentamiento y nivelado de la misma para prevenir vibraciones o defectos mecánicos, que pueden alterar la calidad de la impresión.

**Bancada:** también de fundición, son las piezas laterales donde apoyan todos los cilindros, rodillos y demás elementos de la máquina. Su asentamiento sobre el zócalo es determinante para el correcto desarrollo de la impresión.

**Pila de entrada:** es donde se coloca el soporte para su posterior impresión.

**Cabezal de aspiración:** es el sistema encargado de administrar el soporte al marcador desde la pila de entrada.

**Marcador:** parte de la máquina en la que se transporta el soporte para su registro.

**Registro:** sistema para que el soporte sea transferido al cuerpo impresor en la correcta colocación.

**Cuerpo impresor:** compuesto principalmente de tres cilindros, es donde se realiza la impresión del soporte.

**Batería de mojado:** adjunta al cuerpo impresor, es un sistema de rodillos por los que se administra una fina película de solución de mojado a la forma de impresión.

**Batería de entintado:** también adjunta al cuerpo impresor, es un sistema de rodillos por los que se administra una fina película de tinta a la forma de impresión.

**Pila de salida:** es donde se apilan los pliegos una vez impresos.

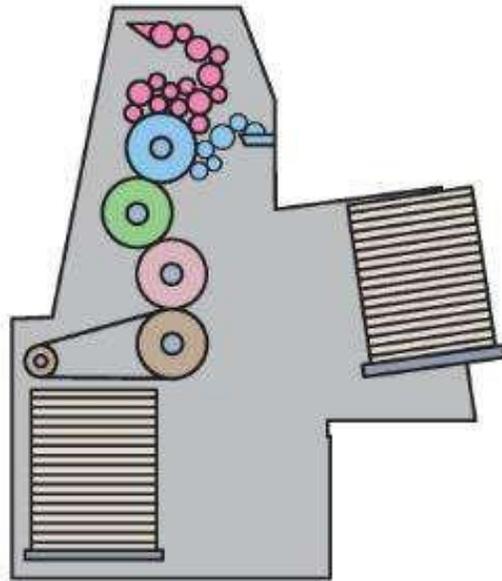
**Grupo motor:** ejerce movimiento a todos los engranajes y coronas dentadas para el funcionamiento de la máquina.

**Compresores:** se encargan de suministrar aire a presión a distintas partes de la máquina.

**Pupitres:** o mesas de control, son los paneles de mando desde donde se maneja la máquina de impresión.

**Sistema de lubricación:** circuito cerrado por el que se distribuyen sustancias lubricantes a distintos mecanismos de la máquina. (Pérez, 2012, pág. 14)

Varios elementos que buscan optimizar el tiempo de trabajo conforme su efectividad y calidad va mejorando con el pasar de los años aún se conservan los métodos tradicionales no de manera directa sino más bien estos procesos los incluyen dentro de su evolución pues bien, esto quiere decir que a pesar de que la modernización avanza cada día más estos procesos manuales cada vez son menos frecuentes pero son imprescindibles para tomar en cuenta al momento de la elaboración de un producto gráfico.

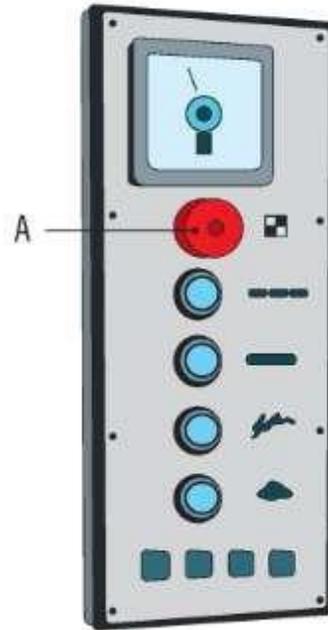


**Figura 10.** Sección de la maquinaria offset  
Fuente: Pérez, 2012

### 1.8.1.20 Calibración de Maquinaria

Según Campello: “En las máquinas offset, tanto los sistemas de marcha como de paro deberán reunir una serie de características, con el fin de evitar que la máquina se ponga en marcha mientras hay un operario manipulándola,” pues bien es cierto que cada uno comprende un distinto diseño, pero la misma funcionalidad. (2012, P119)

**Botón de paro (A)  
tipo cabeza de seta**



**Figura 11.** Ejemplo gráfico de botón de paro  
Fuente: Campello, 2012

### **1.8.1.21 Sistema de Entintado**

El sistema de entintado se basa esencialmente en la mezcla de colores principalmente estas utilizan una solución a base de aceite y agua en la tinta pues esta debe pasar por los procesos y estándares de calidad, con lo que respecta a terminados gráficos, existe una gran variedad en cuanto a tintas para el sector gráfico varias de ellas las menciona Blasco:

La clasificación más aceptada, que parte de las cualidades de algunos de los componentes de las tintas, diferencia 5 tipologías de tintas. Tintas grasas Tienen una viscosidad elevada porque contienen aceites. Se utilizan para impresión offset y tipografía. Tintas líquidas Son fluidas, de viscosidad baja. Se usan para flexografía, huecograbado, tampografía e impresión por inyección de tinta. Tintas de serigrafía Son de viscosidad intermedia (entre

las grasas y las líquidas). Se utilizan para serigrafía. Tintas UV Tienen una viscosidad alta y secan por radiación ultravioleta. Se usan normalmente para serigrafía. Tóner Pueden ser secas o líquidas. Contienen cargas electrostáticas o magnéticas. Se usan para impresión digital. (Blasco, 2017, pág. 153)

Entonces se puede concluir con que según el tipo de producto y especificación determina el tipo de tinta a usar pues existen distintas variaciones para cada uno, así también existen tipos de tinta especiales, estos son usados comúnmente para casos especiales los cuales requieran un diferenciador.

Metálicas Normalmente doradas o plateadas, o bien de colores metálicos que viran hacia otras tonalidades. Existe una guía Pantone metálica que regula la composición de estas tintas. Fosforescentes Normalmente amarillo, naranja-amarillento, naranja, rosa verde y azul. Existe una guía Pantone fosforescente que regula la composición de estas tintas. Nacaradas Abarcan una gama de sutiles pasteles que cambian de color según el ángulo de la fuente de luz. No tóxicas Reguladas por un organismo competente están pensadas para que puedan situarse cerca de alimentos o usarse en entornos médicos. Perfumadas Pueden presentarse como barnices incoloros o bien como tintas con color con aromas muy variados. Los aromas pueden ser personalizados. Termocromáticas Cambian de color según la temperatura a la que estén expuestas. Fotocromáticas Cambian de color cuando se exponen a la luz ultravioleta. (Blasco, 2017, pág. 154)

Finalmente es importante tener en cuenta la gran variedad y tipos de tintas según se apliquen al producto dado que pueden existir más formas de mejorar calidad y dar una diferenciación en la industria gráfica al momento de finalizar un proyecto.



**Figura 12.** Esquema de sistema entintado  
Elaboración propia basado en Blasco, 2017

### 1.8.1.22 Guías de color en offset

Las guías de color están basadas en varios procedimientos los cuales se llevan a cabo para llegar al resultado final, como punto clave se desarrolló varios estudios para estas secuencias, uno de ellos es la colorimetría el cual asemeja casi totalmente en la impresión, existen varios matices para trabajar en lo que respecta el color, pero el más utilizado por su calidad y factibilidad es uso del sistema de cuatricromía a pesar de ello hay otros tipos de procedimientos:

Existen procedimientos basados en estudios académicos y extendidos en el sector de la impresión, universalmente conocidos como colorimetría y espectrofotometría. Garantizan un grado de acierto casi total en la impresión. Heidelberg, mediante sus estimaciones, estableció unas pautas generales del color que sirven al impresor para reproducir la imagen según el criterio y espectro visual que el ojo humano puede alcanzar. (Torrez, 2012, pág. 57)

Entonces se puede concluir que estos procedimientos basan su teoría en la investigación del color siendo la manera que tienen para llegar más exactamente al objetivo, muchas veces se acostumbra a trabajar de manera automática con estos procesos por lo que la industria gráfica únicamente opta por procedimientos predefinidos, lo que puede ser considerado tanto una ventaja como una desventaja al limitarse.

### **1.8.1.23 La cuatricromía**

Es un sistema de colores que principalmente se usan como primarios 3 colores base, estos están compuestos para la creación de otros colores derivados considerados como secundarios, estos colores son considerados como pigmento por su composición, cabe recalcar que en base a estos colores la construcción de un diseño estos valores se deben trabajar en formatos de color apropiados configurados según el software.

Es un modelo de color basado en la síntesis sustractiva, con el que es posible representar un color mediante la mezcla de los tres colores pigmento primarios: cian, magenta y amarillo. Este es un modelo que se utiliza en la impresión de colores. La intensidad de cada componente se mide según una escala que va del 0 al 100. El color negro se formaría con los tres colores primarios a su máximo nivel (100, 100, 100), pero debido a la impureza de los pigmentos el resultado de esta suma es un color marrón grisáceo. Por este motivo, se añade un cuarto color clave -el negro- que permite solventar estas carencias. (Blasco, 2017, pág. 98)

El nivel de color constituye la intensidad del mismo pues es necesario controlar estos valores para la construcción final del producto, bien una vez fijados los valores en CMYK se debería entintar y asemejar al original en la visualización del producto para lo cual es importantes las pruebas previas del mismo.



**Figura 13.** Esquema Cuatricromía  
Elaboración propia basado en Torrez 2012

Es aconsejable que el cliente, o en su defecto el preimpresor bajo autorización del cliente, aporte prueba de color antes de comenzar la tirada para asemejar el resultado a través de nuestra máquina de impresión. Lo ideal sería que esta prueba se realizase sobre el mismo soporte sobre el cual vamos a realizar nosotros nuestro trabajo, aunque esto es complicado. (Torrez, 2012, pág. 63)

Se maneja constantemente valores precisos para una mejor calidad en el proceso, por ello es necesario trabajar con los colores Pantone, es necesario siempre trabajar bajo la aprobación del cliente pues este será el determinante para el proyecto en sus etapas finales pre producción, aunque las pruebas de color representen un gasto a largo plazo es recomendable hacerlas pues de esta manera se puede evitar futuras pérdidas por errores o desbalances de la maquinaria.

#### **1.8.1.24 Post Prensa**

Una vez finalizado el proceso de impresión este aún no termina pues debe pasar por varios procesos especialmente para darle los acabados finales dependiendo mucho en el tipo de producto

siempre necesitan un proceso que puede culminar con el proyecto estos se estipulan según las características del producto y por ello se debe considerar en la logística del proyecto.

Aunque es la fase final del desarrollo de toda producción gráfica, la postimpresión se debe tener muy en cuenta desde el inicio del diseño. La manipulación del impreso puede conferirle muchos acabados y muy variados, con características diversas y complejas; por eso es muy recomendable que el diseñador consulte con el impresor la viabilidad de su aplicación en cada caso concreto antes de empezar a gestar la idea. (Blasco, 2017, pág. 176)

Se puede definir la post prensa como el grupo de procesos que se realizan a continuación de la impresión, se podría decir que el producto está terminado y listo para ser cumplir con su objetivo cuando pasa por estos procesos post impresión, o también conocidos como acabados son la última etapa y esta debe cumplir con normativas de calidad necesarias.

Al hablar de terminados gráficos es común pensar en la preprensa pues esta es la que estipula el contenido y lo prepara para su producción, pero muchas veces no se dan terminados de calidad afectando y comprometiendo el producto, lo cual afecta a la empresa.

#### **1.8.1.25 Elementos de Control**

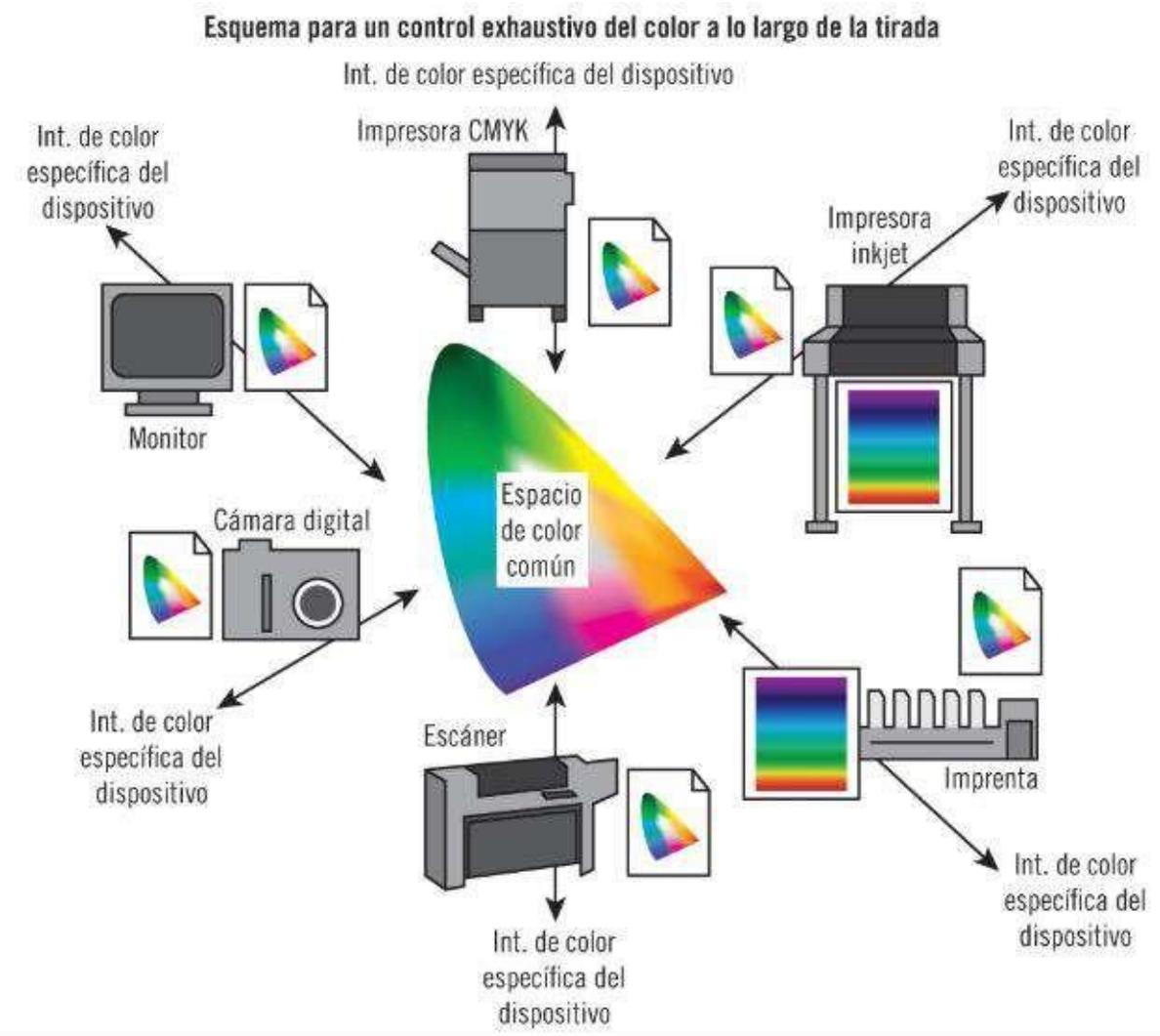
Existen varios elementos que ayudan en el flujo de trabajo para la respectiva medición y control, además son imprescindibles a la hora de hacer un seguimiento logístico de producción, sin embargo, en la industria gráfica por desconocimiento o falta de interés por estos métodos no se llevan a cabo estos controles afectando la calidad.

Someter el fichero inicial a una verificación exhaustiva puede asegurarnos un trabajo de calidad a lo largo de todo el proceso, a la vez que nos ayudará a prevenir posibles errores posteriores que puedan causar no recepcionar y comprobar el mismo. (Borrego, 2012, pág. 21)

Entre varios de estos podemos encontrar herramientas potentes de medición y control algunos se encargan netamente de la gestión de color para la fidelidad entre sistemas y que exista similitud entre la visualización y el producto.

Entre las distintas soluciones que podemos encontrar para la gestión del color distinguimos Color Management System (CMS), sistema de gestión del color que persigue la reproducción del mismo trabajo en diferentes dispositivos manteniendo fiel el color. (Borrego, 2012, pág. 21)

Según la afirmación de Borrego entonces se puede concluir que estos sistemas ayudan tanto en los procesos preimpresión, impresión y post impresión controlando también los formatos del documento final, así como la calibración de los dispositivos y dar un control técnico para verificar el producto final.



**Figura 14.** Esquema de control de color  
Fuente: Borrego, 2012

### 1.8.1.26 Uso de guías de registro

Una herramienta de alto potencial son las guías de registro estas ayudan con la posición del soporte para tener exactitud al momento de la sobreposición del color en base a esto la construcción del registro proporcionara una mejor calidad inclusive esta debe estipularse en la maquetación.

Un factor importante a tener en cuenta para que en una impresión offset se pueda obtener la calidad deseada es el registro. Este se podría definir como la sobreimposición correcta de un color sobre otro. De ahí que, en los trabajos de impresión comercial, se incluyan guías de registro en el montaje. (Campello, 2012, pág. 29)

Según Campello entonces se puede definir a guías de registro como aquellas que se encargan de definir la sobreimposición adecuada sobre colores para obtener una determinada calidad, esto se debe considerar en los centros de impresión pues el sector de la industria gráfica muchas veces pasa por alto aspectos esenciales.



**Figura 15.** Limpieza de Planchas de color.

Fuente: Campello, 2012

### **1.8.1.27 Flujo de trabajo**

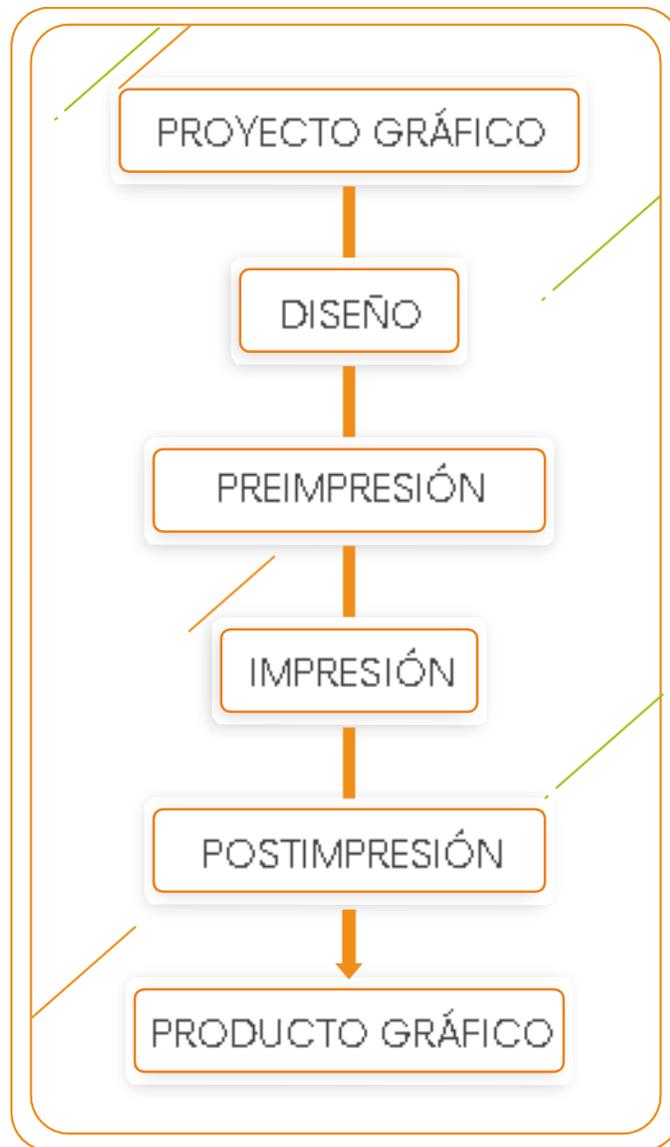
El flujo de trabajo es básicamente el seguimiento de los procesos de manera continua en donde se puede verificar los pasos que llevan la idea a su producción final pues cada paso a seguir realiza distintas tareas que se deben regir a un esquema de trabajo para asegurar un producto gráfico de calidad.

primero, el proceso de diseño, donde se genera la idea y la estética gráfica del producto; segundo, el proceso de preimpresión, donde se inicia el proceso industrial verificando archivos y documentación; tercero, el proceso de impresión, donde se realizan las tareas de reproducción gráfica; cuarto, el proceso de postimpresión, donde se realizan las múltiples tareas de acabado y finalización del producto gráfico impreso después de la impresión. (Pozo, 2015, pág. 25)

Tomando esto como referencia se puede definir entonces como flujo de trabajo a las tareas que involucra a diseñadores e imprenta en el proceso de producción de un proyecto gráfico, principalmente toma como eje la comunicación con el cliente ya que dependerá de la aprobación del mismo en los respectivos pasos.

Viendo con un poco más de detalle el flujo de información y las relaciones online y físicas en la parcela de la producción gráfica, el diseñador y la imprenta pueden tener una relación únicamente online mediante teléfono, fax, chat o e-mail. Sería una excepción en el caso de que se presente una maqueta física, necesaria en ocasiones para visualizar cómo va a ser el producto final, o se realice, por ejemplo, una prueba de color, necesaria para comprobar que la tonalidad del trabajo se imprimirá según lo esperado. (Blasco, 2017, pág. 39)

Dentro de la industria gráfica es necesario tener el control sobre los proyectos a trabajar por lo cual es de vital importancia para la empresa llevar a cabo un sistema de recolección de datos para los pedidos y ordenes según las especificaciones de los distintos clientes por lo que se debe tener en consideración utilizar un algún método para recepción de proyectos como por ejemplo las hojas de pedido, un sistema digital de pedidos con código entre muchos otros.



**Figura 16.** Flujo de trabajo.  
Elaboración propia basado en Blasco, 2017

### 1.8.1.28 Procesos de calidad

Los procesos gráficos conllevan una cantidad determinante de pasos a seguir, pero si se quiere cumplir con lo que es calidad es primordial tomar en cuenta el público objetivo a trabajar para lo cual también busca la mejora de los procesos y optimización de procesos de trabajo, Borrego afirma lo siguiente:

La calidad en los procesos gráficos busca identificar las necesidades de los clientes o usuarios; en segundo lugar, que los productos producidos sean capaces de satisfacer de una manera estable y continua las necesidades de los clientes; y, por último, organizar el proceso para que se ejecute todo lo mencionado anteriormente al mínimo coste posible. (Borrego, 2012, pág. 15)

Entonces se puede decir que los procesos gráficos están estrictamente ligados a un seguimiento de pasos que se basan en la estabilidad de la producción ante las necesidades de las personas cumpliendo así con el manejo las mismas mediante una medición que puede estar ligado a un estudio con herramientas tanto cualitativas como calificativas para determinar los mismos es vital la opinión del público.

#### **1.8.1.29 Calidad**

La calidad está prevista en varios elementos a nuestro alrededor según la RAE (Real Academia de la Lengua Española) define calidad como “Propiedad o conjunto de propiedades inherentes a una cosa, que permiten apreciar/a como igual, mejor o peor que las restantes de su especie” es decir que están ligados a los de su misma índole brindando una mejor presentación de las mismas.

Según la norma ISO 8402, calidad se refiere a: “El conjunto de características de una entidad, que le confieren la aptitud para satisfacer las necesidades establecidas e implícitas”(Harrington 2007), Entonces se puede afirmar que la calidad es la definición de normas establecidas para determinar características de un servicio o producto en base a las necesidades de la gente, a pesar de esto varios no toman en cuenta lo que conlleva el propio concepto y sin embargo hacen promesas de calidad sin seguir ninguna normativa.(Fernández, 2011)

Es importante tener en cuenta los resultados de calidad y la mala práctica puede conllevar a pérdidas económicas es decir que la producción está ligada al factor que determina las finanzas por ende es claro que es un punto clave determinante según Harrington en su libro sobre calidad menciona que:

Uno de los mitos gerenciales del pasado más perjudiciales fue la creencia de que la mejor calidad exigía un coste mayor, y que de alguna manera haría más difícil la producción. Nada podía estar más lejos de los hechos de la experiencia empresarial. Estos hechos han demostrado repetidamente el principio básico de que la buena calidad significa buena utilización de recursos, equipos, materiales, información y recursos humanos, sobre todo— y consiguientemente supone costes más bajos y productividad más elevada. (Harrington, 2007, pág. 14)

Según esto podemos definir que la producción de calidad está ligada a la buena práctica con los recursos y procesos que estos conllevan a un producto y servicio de calidad para lo cual tenemos entendido que no necesariamente requiere elevar los costos al límite por una mejor calidad sin embargo tener en cuenta que con mejores recursos se puede lograr mejor calidad lo que conlleva a una mejor producción y en si un alza de prestigio y mejora económica.

#### **1.8.1.30 Parámetros de calidad en la materia prima**

La materia prima es uno de principales soportes de la impresión entre estos el papel juega un papel principal en la prensa offset este está compuesto por un componente predominante este es la celulosa que a su vez tiene una forma entrecruzada sin embargo generalmente este solo conforma una parte la materia a trabajar, otro importante es la tinta pues esta es la que determina el acabado Pedraza menciona lo siguiente:

Las materias primas fundamentales empleadas en la impresión son el papel y la tinta. Para alcanzar unos buenos resultados a la hora de conseguir que un original impreso sea considerado como aceptable, los materiales que se vayan a utilizar para la impresión tienen que poseer unas propiedades adecuadas. Estas cualidades se han de tener en cuenta tanto con el tipo de soporte sobre el que se va a imprimir como con la clase de tinta que se va a utilizar, y todo ello teniendo muy en cuenta la técnica de impresión que vaya a emplearse. (Pedraza, 2016, pág. 12)

Entonces según lo comprendido se puede definir a estas como las características de soporte para impresión y materia principal que residen en el grado que son usados en base a las funciones con el tipo y material que son usados muy importantes a tener en cuenta al momento de realizar y

definir la materia prima para trabajar ya que estos mismos deben cumplir con las características adecuadas como grado de medición y elasticidad en cuanto a maquinaria.

### **1.8.1.31 Normas ISO**

Según Borrego: “Este conjunto de reglas y/o criterios nos ayudan a unificar valores que aseguran la consistencia o uniformidad de la calidad de la pieza gráfica independientemente de dónde se haya impreso”. (2012, pág. 49), pues esto conlleva a un producto de calidad según las normativas para estándares internacionales a los que se debe regir la industria gráfica hoy en día para mejorar y marcar una diferencia en el mercado competitivo.

Son importantes por diferentes razones, entre las que cabe destacar comerciales, de producción e innovación, etc. De este modo las empresas gráficas van a tener que hacer suyas estas normas como un compromiso más hacia sus clientes, repercutiendo a su vez en un servicio de calidad y a menor coste. (Borrego, 2012, pág. 49)

Pues es así como la industria gráfica podrá dar un paso evolutivo repercutiendo sobre todo este sector, principalmente para mejorar y destacar en el mercado competitivo con la promesa hacia los clientes de mejor calidad, eficiencia y tiempos de entrega, estas normativas ayudan principalmente en sector de la industria gráfica por el nivel de calidad estipulada según los estudios y estándares internacionales.

El sector gráfico debe disponer de un sistema de gestión de calidad en la empresa. Ello dará lugar a una reducción de los tiempos de producción y en consecuencia una disminución de los costes productivos y a su vez a trabajar con unos parámetros estandarizados que nos facilitarán la detección y corrección de los posibles errores que se puedan producir. (Borrego, 2012, pág. 51)

Cada proceso debe estar sujeto a un seguimiento dando como un resultado el buen manejo y practica en la implementación de los estándares de calidad al sector gráfico, usando estas herramientas se puede controlar la salida y búsqueda de errores que puedan darse por un descuido de los encargados del proyecto.

como declara la propia Organización Internacional de normalización, ISO es una federación mundial de organismos nacionales de normalización que son miembros de ISO. El mundo de la normalización encuentra así su referencia a nivel internacional en la International Organization for Standardization (ISO), una organización independiente con sede en Ginebra cuyo origen se remonta a 1906. (Nuñez, 2007, pág. 16)

Bien pues estas normas estandarizadas internacionalmente están sujetas a cambios y actualizaciones con lo cual se debe tomar en cuenta que estas tienen el objetivo de mejorar la calidad en los sectores industriales de empresas de distinta índole tanto, así como las dedicadas a la impresión con la finalidad de la unificación de estos procesos para brindar una mejor calidad de producción

#### **1.8.1.32 Norma ISO 12647**

Dentro de estas normativas de calidad especialmente para la industria gráfica se trabaja con la ISO 12647 pues esta se desdiseña en varios parámetros para la industria en estos se encuentran varios estos están divididos en:

- “1. ISO 12647:2004 - Parte 1. Parámetros y métodos de medición.
2. ISO 12647:2004 - Parte 2. Procesos Offset.
3. ISO 12647:2004 - Parte 3. Litografía Offset y tipografía.
4. ISO 12647: 2000 - Parte 4. Procesos de huecograbado.
5. ISO 12647: 2000 - Parte 5. Procesos de serigrafía.
6. ISO 12647: 2004 - Parte 6. Procesos de flexografía.
7. ISO 12647: 2004 - Parte 7. Procesos de impresión digital”.

(Borrego, 2012, pág. 49)

Existen gran variedad de estándares para los procesos que toman a la calidad como ente principal absoluto pues están sujetos a estudios previos sobre la materia, en cada proceso existen

determinados pasos a seguir para llegar al resultado ideal, dando un enfoque estas deberían implementarse en cada empresa dedicada a la producción grafica como soporte de todo.

### **1.8.1.33 Parámetros y métodos de medición**

Los parámetros y métodos de medición son la base para establecer calidad a un determinado producto en este caso dentro del sector gráfico se busca satisfacer necesidades de los clientes en base a normativas pues con ello se definirá el proyecto, lo cual es muy importante en el enfoque del sector gráfico.

Esta es la verdadera esencia de la calidad, cumplir los requisitos que previamente se han marcado para la realización de un producto o un servicio y ello orientado a satisfacer las necesidades de los clientes, adaptando este cumplimiento a los cambios en los requisitos mediante la mejora continua de los procesos de elaboración de productos o servicios. (Nuñez, 2007, pág. 35)

Entonces podemos decir que cada proceso está ligado a una estructura de pasos a seguir pues con ello se puede aplicar de manera más eficiente estas mediciones en cuanto a la base de estándares internacionales con los que trabaja las normas ISO, de cada uno de ellos existe valores y técnicas que ayudan a optimizar y mejorar la calidad del trabajo final.

### **1.8.1.34 Calidad en los procesos offset y litografía**

Los procesos de calidad en cuanto a Offset y litografía que se definen por estándares internacionales que buscan la excelencia del producto, estos siguen proceso que se hace a través de un sistema de cilindros y piedras de grabado este sistema aporta y adopta otros nombres como la planográfica el cual básicamente se refiere por las planchas por las que los soportes pasan para el entintado.

Se puede decir que la litografía clásica, se imprime en prensas que muchas veces se presentan de varias formas, pues existen unas pequeñas que funcionan de forma manual y otras que son sumamente grandes ya automatizadas. Es importante conocer que cuando ya

se aplica el diseño, la piedra debe ser mojada con agua para ser entintada, así la tinta solo estará presente en las partes que no se han mojado. (Torrez, 2012, pág. 13)

Según esto se puede deducir que en cuanto a la litografía y el offset son procesos que llevan a cabo una secuencia de pasos planográficos para realizar el producto final, finalmente se tiene en consideración varios elementos, pero en especial la tinta ya que esta debe estar perfectamente equilibrada y en su mejor condición para que se efectúe un proceso de calidad.

#### **1.8.1.35 Calidad en los procesos Offset seco**

El sistema de offset en seco requiere un proceso similar al utilizado en flexografía como lo menciona Torrez a continuación:

El sistema de impresión de tipo offset en seco se asemeja a los sistemas de flexografía o tipografía bicilíndrica. Olvidando el convencional sistema basado en la litografía, aquí hay un cilindro portaplancha, donde la impresión se encontrará en relieve como en la flexografía, y otro portatinta que impregnará de elementos visualizantes a este para su posterior impresión sobre el soporte. (2012, pág. 15)

Según esto se puede comprender que en cuanto a procesos sobre offset seco es la secuencia de paso para el desarrollo mediante una técnica con la tinta en un soporte tipo cilindro que impregna su forma sobre los elementos según el diseño, cabe mencionar que en la industria gráfica lo más importante es el alcance y difusión del producto por lo que realizarlo con calidad garantizara que los consumidores tomen apego por la calidad.

#### **1.8.1.36 Calidad en los procesos de Huecograbado**

La calidad en el proceso de huecograbado se ha convertido en un estándar general al cual se le da importancia para ello es necesario comprender como funciona este sistema pues básicamente el proceso de hueco grabado usa una técnica similar a la litografía solamente que esta se compone por celdas estratégicamente ubicadas para conformar la forma del proyecto gráfico.

La forma impresora es un cilindro recubierto de cobre por electrólisis formado por celdas o alvéolos. Las zonas impresoras quedan grabadas en hueco sobre el cilindro de impresión

recubierto de cobre por electrólisis que, posteriormente, se puede cromar para aumentar su dureza. Se entinta el cilindro mojándolo en una cubeta; una cuchilla pasa raspando su superficie para recoger la tinta de las zonas no impresoras, mientras las zonas impresoras mantienen la tinta en su interior. El cilindro de impresión de goma presiona el papel sobre el cilindro de grabado y la imagen es transferida desde las celdas al soporte de impresión. (Blasco, 2017, pág. 163)

Entonces podemos decir que cada elemento que intervenga en la técnica para realizar productos necesita estar estipulado por estándares de calidad generalmente se habla sobre normativas como las ISO en estos aspectos pues estas brindan gran cobertura sobre temas de calidad en procesos gráficos por lo que el huecograbado según su técnica también cuenta con estándares para la realización y producción con calidad óptima referido en el sector de la industria gráfica.

#### **1.8.1.37 Procesos de serigrafía**

La serigrafía por excelencia es la técnica más utilizada en cuanto al uso sobre soportes ya que la técnica se basa en la sobreposición de colores usando como eje el sistema cuatrinómico, para que este proceso tenga calidad es necesario que el mismo cuente con elementos de mediación para el encuadre y de tal manera tenga mayor precisión, según Blasco.

Las prensas serigráficas constan de un marco en el que se encuentra tenso el tamiz y unas bisagras que lo sujetan a la superficie en la que se coloca el soporte. Esta base puede tener un sistema de vacío que succiona el soporte y lo retiene fijo. Algunas máquinas cuentan con un mecanismo que mueve la pantalla alrededor de los objetos que se imprimen cuando éstos son curvados. Algunas disponen de túneles de secado o unidades de secado ultravioleta. (Blasco, 2017, pág. 161)

La serigrafía juega un papel importante en la industria gráfica pues en base a esta se procede en la realización de varios productos comprendidos en el sector industrial, varios elementos que disponen esta técnica como sus distintos soportes y entintado dan ese característico acabado por lo que esta debe procederse cuidadosamente con estándares para garantizar la dicha calidad.

### **1.8.1.38 Procesos de flexografía**

La flexografía es un proceso que usa placas de presión para que las zonas impresas se adhieran de tinta, por medio de un rodillo luego son transferidas a las zonas del soporte de impresión, según Blasco estos procesos se realizan de una manera técnica:

La forma impresora es un fotopolímero flexible, también llamado elastómero o cliché. Las zonas impresoras están en relieve, son entintadas mediante el rodillo anilox, un cilindro metálico grabado con pequeñas celdas que recoge la tinta de la unidad entintadora y consigue una transferencia uniforme hacia las zonas salientes del fotopolímero. Una rasqueta elimina el sobrante y la forma impresora traslada la imagen al soporte de impresión presionándolo sobre un cilindro de impresión. (Blasco, 2017, pág. 165)

En síntesis, los procesos flexográficos requieren varios elementos los cuales deben estar en óptimas condiciones para brindar un excelente soporte es recomendable tener en cuenta la maquinaria pues al cabo de un tiempo poco a poco se suele dar desgaste de las piezas de agarre causando inestabilidad en los rodillos, así que se recomienda revisiones periódicas.

### **1.8.1.39 Contrato y estándares regulatorios**

Los tipos de contrato varían de acuerdo a los servicios y productos que cada empresa maneje sin embargo existe estándares para el control y regulación en los proyectos de diseño y aprobación con los clientes pues de lo contrario el riesgo no sería cubierto y en el peor de los casos muy perjudicial para la industria gráfica,

Como en cualquier actividad comercial, a la hora de solicitar servicios gráficos se realiza mediante la formalización de un contrato, y este es conveniente hacerlo siguiendo unos estándares que aseguren la calidad en el cumplimiento de los requisitos. (Bustamante, 2016, pág. 82)

Según esto los contratos de trabajo aportan enormemente a la empresa a trabajar inclusive desde diseñadores freelancers que necesitan emplear un método de recolección de datos para un desarrollo más efectivo del proyecto, para determinar lo que necesita el cliente lo que se puede ofrecer y finalmente lo que se entrega.

#### **1.8.1.40 Norma ISO 9001**

Las normas ISO 9001 se encargan principalmente sobre tratar y estipular normativas y estándares para asegurar un producto de calidad internacionalmente, esta busca gestionar varios aspectos dentro de las empresas y continuamente estos se regulan y actualizan conforme las necesidades y evolución del público objetivo según Núñez:

hoy en día todo el mundo habla de calidad. En la empresa, en la Administración, en todos los servicios que usamos hay de forma implícita o explícita una marca de calidad, pero ¿qué es en realidad la calidad? Aunque parezca increíble, en los últimos cincuenta años la calidad podríamos decir que ha muerto de éxito y que ha sido víctima de sí misma al alterarse el sentido original que encierra este término, al menos desde el punto de vista de la normalización. (Nuñez, 2007, pág. 17)

Entonces se puede decir que las normativas ISO busca la normalización de estos estándares y a su vez la calidad se determina según el cliente, pues esto se hace conforme según las necesidades del mismo, es decir que según la validación de calidad ante el cliente este toma un punto central para mejorar los valores y presentar un trabajo de calidad con un desarrollo optimo, además de esto las normativas ISO tienen una vigencia en este sector pues se encuentran ya asumidos en el sector varias décadas ya como lo menciona López:

Tras más de 25 años de historia (la primera versión de ISO 9001 data de 1987), y más de un millón de certificados en todo el mundo, nadie pone en duda que la norma ISO 9001 es el estándar de referencia para los sistemas de aseguramiento y gestión de la calidad. (López, 2014, pág. 10)

Las normas ISO 9001 principalmente es una serie de estándares para asegurar y gestionar la calidad que han estado ya varios años ya, como todas estas se desarrollaron por un departamento de gestión y regularización para tener aval de la calidad en función de la palabra pues cada vez existen y se desarrollan nuevos productos y servicios por lo que estas se deben ir adaptando y mejorando.

#### **1.8.1.41 Estructura**

La estructura dentro de las normas ISO varían según el sector por lo que muchas de las veces existen inconvenientes en las interpretaciones, pero generalmente estas aplican a todas las que permitan regulaciones en su matriz es decir que cada normativa se aplica según su estructura, pero no según el tipo de empresa, López afirma:

La cuestión es que, a pesar de tener muchos aspectos en común, estas normas ISO no tienen la misma estructura lo que dificulta muchas veces su coexistencia en la empresa de tal manera que se pueden encontrar compañías en las que los distintos sistemas implementados funcionan por separado como si de diferentes empresas se tratara. (2014, pág. 58)

Entonces la estructura en las normas ISO toma en cuenta varios elementos para establecer parámetros de medición pero que estas no son recomendables aplicarse en empresas distintas a la vez pues estas es mejor trabajarlas individualmente puesto que cada una conlleva distintos procesos sin embargo esta mantiene una estructura dentro de cada sector individual.

#### **1.8.1.42 Procesos**

En cuanto a los procesos en las normas ISO generalmente se regular a través de distintos departamentos para corroborar la validación de los mismos, principalmente en aquellas que son valores numéricos de precisión por lo que llevan varias revisiones y un estudio en profundidad López Menciona:

Todas las normas ISO son revisadas por su Comité Técnico cada cinco años con el objetivo de analizar si necesitan alguna modificación o actualización para mantener su Vigencia y relevancia. Para llevar a cabo este proceso, el Comité Técnico correspondiente

—en el caso de la norma ISO 9001, se trata del Comité Técnico 176

— cuenta con la opinión de todas las partes involucradas en el proceso. (2014, pág. 35)

Las Validaciones en base a datos digitales deben estar regidas a los organismos internacionales para su desarrollo principalmente las ISO intervienen en áreas generales de estos aspectos y a su vez estos designan departamentos enteros al desarrollo para la difusión de normativas y técnicas a emplear con la finalidad de construir una estandarización de estos valores, Según Bustamante:

La ISO (International Standardization Organization) es un organismo internacional que se encarga de la normalización y estandarización a nivel mundial. Se compone de una federación de organismos nacionales, los cuales actúan como oficinas delegadas de normalización de cada país. Estas oficinas cuentan con un comité técnico encargado de llevar a cabo las normas. En España la oficina delegada es AENOR. (2016, pág. 81)

La validación de estos datos sirve principalmente para definir estos estándares que regulan la calidad internacionalmente, es un ente fundamental para el desarrollo de las industrias gráficas, sobre todo para mejorar la calidad de servicios y productos, marcando una valorización por parte del público.

#### **1.8.1.43 Normas INEN**

Las normas INEN(Servicio Ecuatoriano de Normalización) estipulan que varias normativas dentro de los parámetros podrán ser establecidos según la ley, además esta se trabaja en base al mejoramiento de productos y servicios para una calidad exponencial, cabe destacar que esta entidad regulatoria trabaja dentro del país y puede darse un enfoque netamente a los procesos gráficos.

El INEN está reconocido por la sociedad ecuatoriana como competente en la ejecución de los procesos establecidos en el Sistema Ecuatoriano de la Calidad, satisface la demanda nacional en los campos de la Normalización, Reglamentación, Metrología y Evaluación de la Conformidad, contribuyendo al mejoramiento de la competitividad, de la salud y seguridad del consumidor, la conservación del medio ambiente y la promoción de una cultura de la calidad para alcanzar el buen vivir. (2020)

Las normas INEN estipulan contenido según empresas e instituciones brindándoles la oportunidad que se certifiquen como elemento de calidad, esto quiere decir que principalmente contribuye a empresas a obtener oportunidades sobre la calidad en los procesos gráficos.

## **1.8.2 Variable Independiente**

### **1.8.2.1 Diseño Publicitario**

El diseño Publicitario carece de métodos y teorías específicas, lo cual da rienda suelta al uso de la creatividad y la innovación ante la ideología del consumidor es la base de la creación y producción en cuanto a artes y productos finales en lo cual se definen los diseñadores gráficos un nicho vital de soporte en la industria gráfica los cuales identifican la necesidad de la gente y las cosas que anhelan para luego comunicarlas por medio de un soporte visual Zimmermann en su libro estipula que:

El diseñador gráfico y el diseñador industrial se hallan, en una situación idéntica cuando proyectan un diseño. Sin embargo, no llamaremos a un diseño gráfico un “objeto en sí” porque su función, su razón de existir, es la de referir, mediante la “analogía” a otra cosa, fuera del soporte enunciativo. Su función esencial es la referencial porque, para empezar, los elementos básicos de un diseño gráfico son representaciones de alguna realidad. (Zimmermann, 2013, pág. 30)

El objetivo del diseño publicitario refiere en la retórica entendiendo la semiología de nuestro entorno buscando constantemente la comunicación de un mensaje visual que atraiga por lo que se intervienen en mayor parte la estética visual y no solo palabras textuales además de esto presenta productos y servicios regidos en una calidad preestablecida.

Existen diversos canales por los cuales se pueden trabajar en cuanto lo que respecta el diseño publicitario por lo cual es necesario organizar y elaborar los mensajes visuales por medio de las respectivas herramientas gráficas y sus conjuntos que logren lo cometido es decir elaborar mensajes gráficos a través de sistemas de comunicación en base a normativas de calidad para poder efectuar con efectividad el mensaje comunicacional y de esa manera llegar a los públicos.

### **1.8.2.2 Marketing**

El marketing se determina en el momento en el que se dé el deseo por adquirir o intercambiar algún producto o servicio de valor, este consta de varias actividades las cuales son ideadas con la función de satisfacer las necesidades de los mismos estas a su vez tratan de cumplir los deseos de la gente para que se den estos intercambios deben existir dos puntos de intersección tanto como los canales de distribución adecuados en si se puede dar el sentido del marketing a cumplir con las necesidades de la gente según sus intereses y atrayéndolos en base a esto.

El incremento de la publicidad influenciada por el marketing, aumento en los últimos años, es más fácil llamar la atención de los clientes o personas es más por la planeación de los problemas, las propuestas de valor se encuentran en muchos lugares cotidianos, entonces se puede decir que la aplicación de nuevos medios facilita el incremento en área de ventas, siendo este muy importante ya que incrementa más a lo frecuente resulta más atractivo cosas o proyectos nuevos que llaman la atención. De esta vertiente surgen las variables importantes en el marketing:

Las 4 P's se refieren a Producto, Plaza, Precio y Promoción. Los aspectos relativos comprenden los productos y las características de los productos, precios y canales de distribución, lo mismo que la promoción, la que incluye las ventas personales, publicidad y otras actividades de la promoción. La siguiente figura muestra la relación entre el combinado mercantil y la venta personal” (Robbins, 2009. Pág.45).

Entonces se puede definir que en base a la construcción social se genera un mejor impacto basándose en la segmentación de público objetivo lo cual ayuda con el impacto y alcance de la investigación para determinar y concientizar en base a la publicidad.

### **1.8.2.3 Publicidad**

La publicidad es una parte importante en la cual busca la especialización en cuanto a comunicación esta es una rama que se ha expandido en búsqueda de la difusión de mensajes por medios comunicaciones que toman en cuenta según el sector al que se enfocan siendo que busca la comunicación para llegar de manera efectiva al receptor de mensajes.

Para que exista, tiene que haber un emisor (el anunciante) del mensaje publicitario y un receptor (el público) de ese mensaje. Esta comunicación tiene que ser breve y lo

suficientemente atractiva como para captar la atención del consumidor en un instante. (Erickson, 2010, pág. 16)

La publicidad tiene como objetivo analizar las perspectivas en lo que refiere al nivel de comunicación conceptual y semántica por lo cual es importante a la hora de realizar una comunicación a un segmento determinado con el fin de llegar directamente al receptor del mensaje por lo que varias veces este instrumento es criticado y desvalorizado pero a su vez la comprensión y acercamiento al diverso mundo de la publicidad, es fascinante y entramado de la actividad comunicacional, la publicidad está destinada a los estudios de caso y al público que desee entender en qué consiste la actividad publicitaria, Martínez toma en cuenta lo siguiente para publicidad:

La sociedad de consumo actual se caracteriza por la existencia de un amplio mercado con muchos millones de consumidores potenciales al alcance de las empresas, y éstas, sobre todo las que producen artículos de uso y consumo frecuentes, luchan mediante la publicidad por abrirse huecos para sus productos y por mantener las cuotas de mercado, o sus ventas, en unos niveles estables dentro de estos macro mercados internacionales. (Martínez, 2010, pág. 107)

Es decir que la publicidad busca complacer a estos consumidores potenciales y sobre todo cumplir con las exigencias del mercado competitivo para mantenerse vigente este implementa estrategias las cuales se definen por el marketing y de esa manera tener bases económicas sólidas para la industria.

#### **1.8.2.4 Publicidad Social**

La Publicidad Social trata fundamentalmente de generar conciencia es decir que esta rama de la publicidad no busca de manera directa comunicar con fines lucrativos sino más bien busca concientizar al público y mejorar la comunidad tratando de causar efecto en la sociedad proponiendo un cambio generalizado en las personas es decir dejar una idea definida para que sea de apoyo en la industria gráfica.

El desafío de la comunicación social es a menudo el de crear comportamientos completamente nuevos. En vez de captar al consumidor del competidor, las campañas de

bien público enfrentan a un “competidor” representado bajo la forma de “no hacer nada” o “hacer lo que se hace siempre”. (Argentino, 2011, pág. 53)

Entonces se puede decir que este sirve para ayudar a resolver problemas que afectan a la sociedad en nuestro entorno, es decir que la publicidad con conciencia es causada por los inconvenientes que se originan a nivel general dentro de la sociedad pero más específicamente dentro del sector gráfico como punto de enfoque de la investigación, así que tomando en cuenta el análisis rápido en este tipo de publicidades por lo general suelen buscar de puntos de vista opuesto lo que genera una opinión en la gente, otra manera efectiva es por medio de las emociones, se sientan las bases para la selección de los soportes para la estrategia de medios con la publicidad social.

### **1.8.2.5 Campañas Sociales**

Una campaña social es considerada como una manera de modificar la manera que las personas tienen de ver algún problema que aqueja a la sociedad o a un sector específico. El objetivo de las campañas sociales es encaminar a las personas para elegir la opción correcta en sus vidas, previniendo estos problemas. La publicidad que contiene temática social ha incrementado en la actualidad, teniendo en sus campañas un mensaje, dichos mensajes mantienen estructuras complicadas, que no simplemente proponen provocar que un cliente consuma dicho producto, sino que además cambia el pensamiento de la estructura social, la mayoría de campañas sociales son financiadas por los gobiernos estatales de cada país, los cuales buscan mejorar el bienestar de la comunidad.

Se sabe que los efectos de la publicidad son decrecientes. Esto significa analizando de una manera estática los comportamientos de los consumidores una campaña publicitaria mueve a la compra a un determinado número de ellos que ya tienen la necesidad reflejada en la misma, o que la sienten a partir del conocimiento de los productos a través del mensaje publicitario. (Martínez, 2010, pág. 121)

Todo tipo de publicidades ejercen un pensamiento crítico en las personas, siendo necesario implementar un sentido hacia donde conducir a la publicidad pues todo comunica, se puede llegar a considerar publicidad de responsabilidad, cuando esta no es ni mala ni buena idea en sí misma,

pero llega a ocasionar efectos positivos o negativos en la comunidad, dependiendo el uso que se le dé a dicha publicidad convirtiéndose en una potente herramienta de desarrollo de ideas y comunicación, la característica primordial que buscan las campañas sociales básicamente es influir en la sociedad para producir un bien en esta por lo que se considera idónea para el sector gráfico.

Ante un mercado hiperconectado y, a su vez, hiperfragmentado, parece que crece la inmunidad a la influencia de la publicidad y ésta tiene que adaptarse, buscando nuevas formas y nuevos códigos para que las marcas se comuniquen con sus públicos. Integrar plenamente al consumidor en las estrategias de comunicación parece ser ya una opción ineludible. (Vilajoana, 2014, pág. 83)

Entonces se puede comprender que según los avances tecnológicos cada vez es más fácil conectar con la gente por los distintos medios y canales que día a día crecen exponencialmente y la publicidad debe adaptarse a estos y sus públicos cada vez más fragmentados.

#### **1.8.2.6 Concientización**

Para lograr concientizar se debe tener varios elementos en cuenta principalmente el público al que se busca generar un pensamiento crítico otro aspecto importante es lo que se desea transmitir pues esto se construye en base a un briefing, según el perfil del público objetivo en este caso diseñadores y empresas que trabajen dentro de la industria gráfica, según Vilajoana:

Entre los elementos indispensables para la elección de la estrategia publicitaria destacan la fase de investigación previa y el profundo conocimiento de los públicos a los que queremos dirigir el mensaje, entre otros aspectos. Esta información, en la mayoría de los casos, la facilita el anunciante a la agencia de publicidad mediante la entrega de un documento conocido como briefing; no obstante, cuando esta información es muy escasa o falta completarla, será trabajo de la agencia proseguir con las labores de investigación de aquellos aspectos necesarios para llevar a cabo una campaña publicitaria acorde con el producto, los objetivos del anunciante y el entorno en el que se desarrolla. (2014, pág. 13)

Se puede concluir que para lograr concientizar realmente es vital conocer los aspectos generales y modus vivendi del grupo a cuál va enfocado el mensaje, generalmente se utiliza el briefing pues este contiene información destacada tomado desde el punto de vista de los emisores del mensaje y como resultado causar un impacto en dicho público.

### **1.8.2.7 Estrategias Publicitarias**

Existe un mundo entero en lo que refiere a estrategias publicitarias pues cada una se determina según el modo en que cual se procede para la difusión de un mensaje, sin embargo, esta se desarrolla a partir del marketing por lo que naturalmente tendrá que determinar y estipular el estilo de trabajo para alcanzar grandes audiencias:

La publicidad permite alcanzar rápidamente a grandes audiencias a las que recordar sus agradables experiencias de compra, las relaciones públicas pueden estimular la afectividad hacia la marca y hacer más creíbles los mensajes, la venta puede ser incitada mediante un estímulo promocional como un regalo y, finalmente, con la ayuda del vendedor silencioso en el punto de venta, el envase, se cierra la venta. (Bosque, 2012, pág. 29)

Pues bien, entonces se puede concluir que las estrategias publicitarias buscan establecer la relación entre el mensaje y el receptor del mismo, una de estas estrategias a considerar es la publicidad con contenido emotivo ya que es la que más impacto causa en la gente y a su vez genera conciencia según el contenido del mensaje.

### **1.8.2.8 Comunicación**

La comunicación es un elemento básico para el diseñador generador de la sociabilidad, es a través de ella que el hombre se nutre y preserva su carácter como ser eminente de convivencia, además de promover la solidaridad social y el espíritu cooperativo entre los grupos de interés.

Para asegurar una comunicación descendente efectiva, hay que procurar una transmisión de información sincera, completa y a todos los empleados, una valoración clara de la capacidad de tratamiento de información, una política escrita que asegure el conocimiento

de temas como la valoración del desempeño, y la existencia de un departamento que asegure sus objetivos. (Jiménez, 2013)

La comunicación en el mundo de la industria gráfica en particular se considera lo que entiende el diseñador, y como este lo lleva a cabo. Cuando una imprenta no comprende o lo malinterpreta, posiblemente la causa está en la falta de claridad por parte del diseñador por ello se puede comprender que ambos se integren, es importante tener una buena comunicación interna, adicionalmente al momento de establecer una relación con el cliente las empresas también deben llevar a cabo un buen proceso de comunicación porque de esto dependerá la recolección de datos para el proyecto.

Es conveniente acordar la forma de entrega de los archivos. Si se trabaja con archivos de mucho peso (en megabytes) no se recomienda enviar material por correo electrónico. Además, el buzón de mensajes no suele ser un lugar idóneo donde centralizar los trabajos, sobre todo si la imprenta tiene varios clientes. Se puede crear mucha confusión, además que se pueden producir fallos en el envío, especialmente si el mensaje tiene archivos demasiado grandes. Sin embargo, hay imprentas que prefieren, para casos puntuales -como una página corregida- el correo electrónico. (López, 2016, pág. 243)

Para la coordinación de estos existen hoy en día muchos canales por los cuales comunicarse principalmente el internet se ha vuelto una necesidad en la vida de las personas por ello varios procesos de comunicación se pueden realizar desde puntos inimaginables en otras, partiendo de estas ramas de la comunicación existe particularmente una que se encarga de transformar lo verbal en visual para la representación de un mensaje, lo cual ayuda enormemente para atraer al público es por eso que esta rama se denomina comunicación visual.

### **1.8.2.9 Comunicación Visual**

La comunicación Gráfica tiene el mismo fin que cualquier otro tipo de acción, por ello esta se define como aquella que construye un mensaje visual con la intención de proyectar de mejor manera y obtener un alcance más profundo en los grupos objetivos para que causen un gran impacto en cada uno “No es posible enseñar si no se investiga y actualiza sobre los contenidos del aprendizaje.” (Rollié,(2004)

Una imagen no es simplemente la representación de un referente determinado, ni de un signo aislado, es un conjunto complejo de sentidos que se estructuran en diferentes lecturas. Una escena, un personaje, un paisaje, etc. no se agotan en su denotación inmediata, sino que se abre en múltiples direcciones de significación. (Rollié, 2004, pág. 64)

Es de vital importancia que esta comunicación se de en el sector gráfico, principalmente entre diseñadores e impresores pues en base a la comunicación se da influencia al desarrollo óptimo de los proyectos gráficos, va de la mano con diseñadores y agencias gráficas pues muchas de estas trabajan en conjunto para el desarrollo de dichos proyectos.

### **1.8.2.10 Medios de comunicación**

Los medios de comunicación se pueden definir como aquellas que permiten la comunicación a través de un determinado canal, hoy en día con el avance tecnológico cada vez existen más medios por ende más facilidad para relacionarse siendo que cada vez las limitantes para conectarse se acortan cada vez más según Fonseca:

...en la actualidad, el término comunicación suele utilizarse para hacer referencia, primordialmente, a lo relacionado con los medios masivos. Al fenómeno de interrelación humana generalmente vinculado con el complejo técnico de los medios de masas como: prensa, cine, radio, televisión, etc., y en general, todos los sistemas de difusión de mensajes por vía visual, auditiva, audiovisual y táctil. (Fonseca, 2017)

Entonces los medios de comunicación y medios son aquellos que dan a conocer un mensaje de emisor a receptor a través de un canal de difusión , estos canales avanzan constantemente por lo cual se dividen en varios tipos pero a su vez giran en un único entorno de comunicación, varios de estos medios de transmisión permite emitir y receptor información esencial para el desarrollo de cualquier comercio o empresa en especial dentro de la industria gráfica ya que este se mueve constantemente con la difusión de contenido.

### **1.8.2.11 Internet**

El internet se ha convertido en una necesidad comunicativa para las personas de hoy en día pues los avances de tecnología son cada vez mejores y facilitan la difusión de información según Fresno:

En el mundo de hoy existe un volumen total de información impresionante, proveniente de múltiples fuentes, que resulta muy difícil de manejar, donde se mezclan información útil para el desempeño de nuestras actividades profesionales, pero también información no útil que satura nuestros sistemas informativos y compromete nuestras posibilidades de asimilar la información necesaria. (Fresno, 2018, pág. 18)

Entonces podemos concluir que es una herramienta de difusión masiva por la gran cantidad de usuarios que ayuda en la comunicación y la movilización de datos, existen diversas plataformas en las cuales existe mayor número de población mundial pues cada día aumentan los usuarios, en estas plataformas principalmente se busca la comunicación y difusión de contenido dentro de estas categorías se posicionan las redes sociales.

### **1.8.2.12 Redes Sociales.**

La principal función de las redes sociales es establecer comunicación entre usuarios por medio de plataformas interactivas determinadas por el tipo de red social que se utilice por ejemplo Facebook mantiene comunicación multifunción ya que en esta se encuentra variedad de contenido compartido lo cual varias empresas utilizan para dar a conocer sus servicios y productos con lo cual se convierte en una herramienta multifunción así como de igual manera diseñadores la estipulan para intercomunicarse con sus clientes.

Todas las redes involucran flujos de información entre varios de los nodos de la red. En principio estas redes se construyen mediante intercambios entre un conjunto de actores que tienen intereses comunes en el desarrollo o aplicación del conocimiento para un propósito específico, sea este científico, de desarrollo tecnológico y de mejoramiento de procesos productivos. (Fresno, 2018, pág. 61)

Las redes sociales han evolucionado para quedarse y formar parte de la vida cotidiana de la gente, la gran cantidad de información va en aumento a medida se desarrolla para establecer

preferencias y gestión de necesidades, gracias al desarrollo de las TICs (tecnologías de información y comunicación) cada vez las investigaciones de mercado son más seccionadas gracias a estas herramientas, por ello estos sistemas de comunicación cada vez son más comunes y amplias para facilitar la comunicación entre personas con distintos objetivos y necesidades como los del sector de las industrias gráficas pues es un medio principal de estrategias publicitarias.

### **1.8.2.13 Semiótica**

Al hablar de Semiótica se refiere constantemente al estudio de las representaciones y significado, es decir que estas representaciones son dadas a través de la sociedad y su manera de comprender su entorno ya que muchas de las veces se da una relación con el objeto y la representación del objeto, según Chandler:

La definición más breve conocida de la semiótica es, el ‘estudio de los signos’ (o la ‘teoría de los signos’). Involucra el estudio tanto de lo que son conocidos como ‘signos’ del idioma cotidiano, como de cualquier cosa que ‘representa’ algo más. (Chandler, 1998, pág. 16)

Cada interpretación está ligada a una experiencia del usuario o una vivencia sobre el mismo ya que la representación se presenta al momento de identificar algo, puede ser emocional y varía según cada individuo, pero generalmente se utiliza la simbología para dar sentido, el símbolo y el signo juegan un papel importante ya que este determina la forma de dichas interpretaciones simbólicas.

### **1.8.2.14 Signo**

El signo es una representación de un conocimiento a través de las experiencias y vivencias de la gente ya que este se construye a partir de información para determinar y transmitir una determinada idea, esto se relaciona de manera normal en la sociedad pues cada una tendrá una connotación diferente.

Parecemos ser una especie que es llevada por el deseo de hacer significados: sobre todo, de seguro que nosotros somos Homo significans es decir, creadores de significados. Y es esta creación de significados que está en el corazón de las preocupaciones de los semióticos. (Chandler, 1998, pág. 22)

Se puede comprender que el signo adquiere significado dependiendo de la influencia de la palabra en lo establecido que se interpreta por los públicos, el signo constituye un mensaje configurado de información adaptada, de cómo vemos las cosas en relación con los demás y cada representación varía según la ubicación geográfica y la cultura.

#### **1.8.2.15 Símbolo**

El símbolo tiene un origen semiótico porque este es la representación intrínseca de los sentidos y significantes que se presente ante la percepción de las personas pues las variaciones del mismo pueden ser conllevado por la locación y cultura que el símbolo intente representar en general, a pesar de ello se le atribuye connotaciones en base a la forma y color que está presente, según Lotman:

El símbolo interviene como condensador de todos los principios de lo sígnico y al mismo tiempo va más allá de los límites de lo sígnico. Es un intermediador entre distintas esferas de la semiosis y también entre la realidad semiótica y la que va más allá de ella. (Lotman, 2002, Pag.101)

El símbolo tiene un desarrollo profundo desde la comprensión humana pues la proviene de la interpretación colectiva, cabe mencionar que en cuanto a expresión busca transmitir significado a una determinada forma además de que estos se basan en la representación de un objeto para darle sentido.

#### **1.8.2.16 Tipografía**

La tipografía se define como un estudio de las letras ya que en base a la forma de las mismas se trabaja un estilo, generalmente en el sector gráfico esta ha tenido gran acogida pues al ser un elemento visual este comunica y le da sentido muchas veces a proyectos gráficos completos, cabe destacar que para tener mejores resultados en la impresión se toma a consideración el espaciado y tipología, es decir la construcción de los caracteres buscando la lecturabilidad y legibilidad.

Por una parte, están quienes consideran que la tipografía debe circunscribirse al estudio de las letras de imprenta aisladas o bien, de las letras de imprenta en conjunto si de lo que se trata es de dotar a cada una, o de reconocer en cada una, rasgos comunes dentro de un corpus congruente La segunda definición se apega a la concepción original del oficio. En latín *typographia* era toda la imprenta. (Buen, 2011, pág. 16)

Esto se define como el conjunto de caracteres que comunican, la tipografía es un ente importante en el sector de las industrias gráficas que ha tenido su desarrollo desde la antigüedad y que actualmente sigue conformando parte fundamental de la sociedad pues todos los días es normal encontrar algún escrito, aun mas con la modernización convirtiéndose en parte de la vida de las personas.

### **1.9 Formulación de hipótesis.**

Las estrategias publicitarias ayudan en la concientización en la calidad de los procesos de impresión.

### **1.10 Señalamiento de las variables.**

#### **1.10.1 Variable dependiente**

Estrategias Publicitarias.

#### **1.10.2 Variable independiente**

Procesos de Calidad.

## **CAPÍTULO II.**

### **2.METODOLOGÍA**

#### **2.1 Método**

##### **Inductivo**

La investigación tiene como propósito el análisis y recolección de datos para su posterior aplicación y de esa manera mejorar la calidad de los procesos gráficos para lo cual se aplica el método inductivo ya que de tal manera se establecen parámetros y a su vez se toma en cuenta una serie de observaciones en particular para determinar las conclusiones, esto tiene como propósito generar y recolectar conocimiento partiendo de los datos.

La Publicidad, en este caso se ha tomado como punto eje de la concientización ya que de esta manera se podría dar un diagnóstico para posteriormente generar estrategias publicitarias de carácter social con la finalidad de difundir la información y de esta forma mejorar la calidad de la industria gráfica en el cantón Ambato.

##### **Deductivo**

El método deductivo tiene como finalidad dar razones y motivos de cómo se da la realidad en cuanto a los procesos gráficos basados en leyes y normas ya preestablecidas, esto permitirá generar conclusiones a partir de las generalizaciones mismas que están basadas en premisas, se entiende que los procesos de calidad deben estar sujetos a normas ya establecidas para mejorar y optimizar calidad y tipo de trabajo.

#### **2.1.1 Enfoque de la investigación.**

La presente investigación fue elaborada desde una perspectiva social en el afán de tener en cuenta el tipo de problemas que se van desarrollando en un entorno empresarial el cual se va adaptando a nuevas generaciones en las cuales se debe considerar los procesos de calidad, cuando se habla de entornos empresariales se puede referir a como la agencia o empresa dedicada a producción gráfica interpreta sus mercado en su localidad, hoy en día investigaciones mencionan una problemática que surge ante una generación con respecto al manejo de y gestión de calidad del sector de la industria gráfica generando tanto puntos de vista como desventajas en diseñadores,

es importante tener en cuenta estas normativas de calidad ya que se van haciendo habituales día a día el pasarlas por alto para esto se trabajó con la modalidad cualitativa

– cuantitativa, porque se analizó el desconocimiento de los procesos de calidad en la industria gráfica, datos estadísticos generados a través de métodos de recolección de información con el fin de percibir de diferente manera como la gente convive con estos recientes fenómenos que afectan a la calidad y producción en la industria gráfica.

### **Cualitativo**

Sampieri menciona en su libro sobre metodología investigativa quinta edición lo siguiente:

El enfoque cualitativo también se guía por áreas o temas significativos de investigación. Sin embargo, en lugar de que la claridad sobre las preguntas de investigación e hipótesis preceda a la recolección y el análisis de los datos (como en la mayoría de los estudios cuantitativos), los estudios cualitativos pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis de los datos. (Sampieri, 2006, P. 49)

Entonces se puede decir que el enfoque cualitativo es una medición de datos no numérica de vital importancia en la identificación de los comportamientos que se aplicara para probar la hipótesis en un análisis empírico con aportes relevantes para la investigación mediante un proceso de interpretación de resultados. El proceso cualitativo se selecciona por que se saber las características generales sobre los diseñadores y como estos están aplicando los procesos de trabajo es decir se toma en cuenta si estos mismos procesos se hacen de forma metódica o simplemente de manera tradicional por impericia, datos de suma importancia a tener muy en cuenta a la hora de la recolección de datos.

### **Cuantitativo**

Sampieri R de igual manera menciona que:

La investigación cuantitativa nos ofrece la posibilidad de generalizar los resultados más ampliamente, nos otorga control sobre los fenómenos, así como un punto de vista de conteo y las magnitudes de éstos. Asimismo, nos brinda una gran posibilidad de réplica y un enfoque sobre

puntos específicos de tales fenómenos, además de que facilita la comparación entre estudios similares. (2006, P.46).

El análisis cuantitativo es una medición numérica para distinguir datos que aportan a la identificación de los factores que influyen negativamente para el desconocimiento de los procesos de calidad que pueden suscitar como problemas esenciales de nuestro público de estudio.

### **2.1.2 Modalidad Básica de la Investigación.**

#### **Bibliográfica Documental**

La presente investigación consta de documentación bibliográfica con apoyo en información de libros, documentos de investigación, artículos y demás con la finalidad de sustentar las variables con fuentes de información verídicas para la valoración de datos poderlo resolver y fundamentarlo teóricamente.

#### **De campo.**

La investigación de campo ayudara a la recolección de información de los diseñadores y emprendedores en las respectivas instalaciones y de tal manera tener datos con veracidad que ayuden al desarrollo de la investigación tomando en cuenta la pandemia y el estado de emergencia en el país se toma en consideración los medios digitales como eje central de los métodos de recolección de datos.

### **2.1.3 Nivel o tipo de Investigación.**

#### **1er Investigación Exploratoria**

En la investigación se busca la resolución de problemas en base a la recolección de datos esto mediante la identificación de problema central para su posterior análisis en el cual se ha definido como punto de partida el desconocimiento de los procesos de calidad para lo cual se ha identificado las posibles causas y sub causas con lo cual surgen efectos inmediatos y a largo plazo en lo que comprende la industria gráfica con lo cual se analiza en medida mundial, nacional y local la información para considerálas y explicarlas, tomando en cuenta esto se da el del porqué de la

investigación dando una justificación general en el cual se explica las razones y métodos, en base a eso se han establecido objetivos a cumplir de lo que comprende la investigación.

En medida del caso se toman varios aspectos a considerar como los legales y claro también investigaciones anteriores para determinar el estado del arte y la fundamentación legal en cuanto lo que comprende la industria gráfica y la publicidad, siendo esto lo que define al siguiente paso que refiere las categorías fundamentales en los cuales se destacan dos aspectos importantes siendo estos las estrategias publicitarias y los procesos de calidad.

Habiendo partido de estas variables se expanden varios aspectos que se desarrollan en cuanto a su información y procedencia con los cuales armamos una constelación de ideas en base a nuestras principales variables para su mejor comprensión y desglose posterior, en el desarrollo de la investigación se señalan aspectos importantes en cada punto de la constelación formando de tal manera las bases teóricas con lo cual se genera una pregunta importante a la cual daremos solución con la investigación nuestra llamada hipótesis y de igual manera establecer las variables.

## **2do Investigación Descriptiva**

La investigación en el aspecto descriptivo se centra en la resolución del problema central en base a los objetivos planteados el cual tomando en consideración los aspectos ya mencionados sobre la publicidad se define como elaborar el desarrollo de un conjunto de estrategias publicitarias para la concientización en la calidad de los procesos de la industria gráfica de Ambato, consecuentemente para llegar al objetivo principal se establecen objetivos para irlos llevando a su cumplimiento según fases de desarrollo determinados por los objetivos secundarios, de esta forma lo que buscamos es analizar, determinar y proponer.

Como principal método se tomara en cuenta los aspectos importantes en los que se desarrolla la investigación es decir en medio de una pandemia por lo cual el factor digital es importante en este caso por el aislamiento social con lo cual se determinan las principales técnicas con las que se trabajaran principalmente con el estudio de casos ya que este nos proporciona información concreta de ayuda para la investigación, tanto a diseñadores como empresas puntuales las cuales se mencionaran según el perfil que se ha seleccionado en este caso en particular con empresas que han dado apertura a la investigación dada la emergencia así como diseñadores que

trabajan específicamente en el área de impresión y terminados gráficos, también se toman en consideración expertos en el área con la se trabajara para lo cual se han establecido entrevistas digitales de tal manera que la información se concisa y veraz para su posterior desarrollo.

### **3ra Investigación Explicativa**

La presente investigación busca de manera objetiva la mejora en la industria gráfica en cuanto a los procesos de calidad refiere ya que dada la problemática es de vital importancia tomar en cuenta los aspectos que frenan la calidad y optimización de trabajo, es necesario la recolección de estos datos para poder generar una propuesta de valor que ayude a minimizar el impacto a corto y largo plazo en lo que se estipula para la industria gráfica, cabe recalcar que se toma en consideración el uso de los datos como fuente de ayuda para la generación de esta misma propuesta únicamente con fines sociales para difundirlos y mejorar la calidad en la industria gráfica la información y datos recolectados servirán para el desarrollo de una propuesta de valor y ayuda en este sector mediante la publicidad de concientización .

## **2.2 Población y muestra.**

### **2.2.1 Población**

La población conforma el grupo que se investiga, la presente investigación se realiza con el propósito de obtener resultados favorables acerca de los diseñadores en estudio, mismos que se encuentren trabajando y cumplan con el perfil, el muestreo de los diseñadores, se realiza según datos obtenidos, considerando que los casos pueden responder al siguiente sondeo mediante encuestas virtuales, dado que el estudio de casos se centra en la recopilación más detallada de las empresas y agencias centradas en la industria gráfica se toman en cuenta varios aspectos para ser seleccionadas como casos de estudio(número de empresas y agencias en Ambato) además de los diseñadores como también a expertos en publicidad, impresión y procesos gráficos los cuales se seleccionan basados en sus características para la investigación.

### **2.2.2 Muestra**

La muestra se conforma por el número de diseñadores en particular seleccionados por su perfil, así como los expertos y las empresas o agencias de diseño con las que se va a proceder en la investigación.

**Tabla 1***Selección del público objetivo en el estudio de casos*

<b>Unidad de Observación</b>	<b>Características</b>	<b>Cantidad</b>
Imprentas o Agencias de Diseño	Seleccionadas por que dieron apertura a la investigación	11
Diseñadores y encargados de la producción grafica	Seleccionados por área en la producción grafica.	19
Expertos en producción Grafica	Seleccionados por nivel de estudios	1
Expertos en Publicidad	Seleccionados por nivel de estudios y años de trabajo.	1
Expertos en Impresión	Seleccionados por años de trabajo.	1

**Fuente:** Elaboración Propia**Tabla 1.** Selección el público objetivo**Tabla2***Selección de empresas y centros de impresión en el estudio de casos.*

<b>Empresas/ Centros de Impresión</b>	<b>Características</b>
Centros de Impresión	6

**Fuente:** Elaboración Propia

**Tabla 2.** Selección de publico en el estudio de casos

### **Tabla3**

*Selección de diseñadores y agencias en el estudio de casos*

Participantes	Características
Diseñadores:	19
Agencias:	5

**Fuente:** Elaboración Propia

**Tabla 3.** Selección de empresas y diseñadores en el estudio de casos

## **2.3 Operacionalización de variables.**

### **2.3.1 Variable Independiente:** Estrategias Publicitarias

**Tabla 4***Operacionalización de variable independiente*

<b>Conceptualización</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Items</b>	<b>Técnicas e Instrumentos</b>
Las estrategias publicitarias son un conjunto de herramientas que nos ayudaran a llegar de manera veraz al público objetivo con el fin de comunicar y difundir el mensaje.	Diseño Publicitario	Servicios de Publicidad	<p>¿Tiene un profesional del diseño para preparar los archivos antes de realizar la impresión?</p> <p>¿Qué acciones desempeña el diseñador en la industria gráfica?</p> <p>¿Cómo califica usted a la Industria Gráfica de la ciudad de Ambato, considerando los servicios en cuanto a publicidad refiere?</p>	Técnica: Entrevistas
		Campañas Sociales	<p>¿Cree usted que la publicidad de concientización ayude en la difusión y comunicación de los procesos de calidad ya que el desconocimiento de estos afecta en el desarrollo de la Industria Gráfica?</p>	Instrumento: Cuestionario dirigido a los profesionales del área publicidad y procesos en la industria gráfica.
		Estrategias Publicitarias	<p>¿Considera usted que ante la pandemia es necesario optar por la publicidad digital como punto central?</p>	
		Concientización	<p>¿Para usted una campaña podría ser considerada como una herramienta de gran impacto debido a la emergencia ya que esta se centra en la comunicación y difusión por medios digitales?</p> <p>¿Para usted qué tipo de estrategias publicitarias considera idóneas para aplicar en una campaña social dadas las nuevas medidas de seguridad?</p>	

---

<p>Comunicación      Producto Medios            de Internet comunicación</p>	<p>¿Cómo o de qué manera utilizaría usted la publicidad como eje de concientización en la industria gráfica?</p>
	<p>¿Realiza un contrato de impresión con sus clientes (diseñador, empresa, persona natural) para establecer parámetros del proceso productivo del proyecto?</p>
	<p>¿Para usted el relieve puede ser considerado como un proceso de terminado gráfico en la actualidad?</p>
	<p>¿Por qué medio recibe los archivos para impresión?  ¿Como considera usted la forma en que se manejan en la industria gráfica si tenemos en cuenta las normas de calidad?</p>
<p>Artes Graficas</p>	<p>¿Considera usted un buen aporte la publicidad de concientización a través de redes sociales?</p>
	<p>¿Para usted las personas involucradas directamente en el proceso de calidad de la ciudad de Ambato tienen el conocimiento necesario para ofrecer resultados óptimos?</p>
	<p>¿Exige fuentes o imágenes originales al momento de recibir los archivos y licencias del uso de las fuentes tipográficas e imágenes?</p>
	<p>¿Cree usted que el poco conocimiento basado en la experiencia en cuanto los procesos de calidad para impresión y terminados gráficos afecta en el desarrollo de la Industria Gráfica?</p>

---

---

¿Considera usted que las normas de calidad le aportan a la agencia o empresa directamente?

¿De qué manera implementaría estas normas de calidad en un negocio?

¿Usted tomaría la publicidad como eje si esta le aportara una optimización en cuanto a procesos de calidad en la industria gráfica?

¿Cómo cree usted que se manejaran las normativas ante la emergencia actual que se vive en el País?

---

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla 4.** Operacionalización Variable independiente

### 2.3.2 Variable Dependiente: Procesos de Calidad

**Tabla 5**

*Operacionalización de variable independiente*

Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Items	Técnicas e Instrumentos
Los <b>Procesos de calidad</b> son los puntos clave dentro de lo que refiere la calidad estos se guían según una estructura determinada por las necesidades de los consumidores.	Industria Gráfica.	Logística	¿Considera usted que la logística es imprescindible en los procesos de la industria gráfica?	Técnica:  Encuesta  Instrumento:  Cuestionario dirigido a los Diseñadores mencionados del estudio de casos.  Técnicas:
	Artes Gráficas.	Elaboración del arte final	¿Tomando en cuenta que todo producto grafico debe tener parámetros para su producción o elaboración considera usted importante la elaboración del arte final?	
		Supervisión de Trabajos pre impresión	¿Cree usted que la supervisión de trabajos de impresión es un elemento importante dentro de la industria gráfica para elaboración de productos gráficos? ¿Hace usted un seguimiento de Flujo de trabajo después de la entrega de artes finales para su producción final?	
	Pre prensa	Flujo de trabajo	¿Conoce usted de las características que debe tener la maquetación y el uso de guías de registro para obtener una impresión de calidad?	
	Maquetación	Uso de guías de registro		

Prensa Digital	Preparación y ajustes de maquinaria	¿Conoce usted de las características que debe tener Preparación y ajustes de maquinaria para proporcionar una impresión de calidad?	Análisis de Contenidos
	Preparación y ajustes de archivos	¿Gestiona el color con perfiles ICC? (Consortio Internacional De Colores)?	Instrumento: Ficha de Observación.
Prensa Offset	Maquinaria offset	¿Considera usted que muchos de los problemas en el proceso de impresión se dan porque no se han tomado en cuenta la respectiva preparación y ajustes de archivo para su posterior producción?	
	Calibración de Maquinaria	¿Con que equipos y herramientas trabaja su empresa?: ¿De qué manera visualiza usted la información de la maquinaria de impresión para su uso correcto?	
	Sistema de Entintado	¿Trabaja con tecnología / lenguaje PostScript para impresión?	
	Guías de color en offset	¿Conoce usted de las características sobre las maquinas offset y el uso de adecuado de las mismas para obtener una impresión de calidad? ¿Mantiene actualizado el software de diseño? ¿Tomando en cuenta que cada año se sale nuevo equipo en maquinaria offset, considera usted que la importancia de renovación de equipos?	

---

Post Prensa	Sobreimpresión	¿Trabaja en espacio de color RGB para la edición de imágenes previo a transformarlas al sistema CMYK?
Sistemas de Gestión y control.	Xilografía	¿Conoce usted como llevar a cabo las calibraciones de una máquina offset para obtener una impresión optima?
Procesos de calidad	Comunicación técnica en los procesos gráficos	¿Trabaja en espacio de color CMYK para proyectos de impresión?
	Parámetros de calidad en la materia prima	¿Al ser el offset un modo de impresión de cuatricromía conoce usted de la función del sistema de entintado?
	Fases de control	¿Considera usted que las guías de color para offset son un elemento imprescindible a tener en cuenta al momento de elaborar productos gráficos?
Norma 9001	ISO Normas ISO	¿Conoce usted de las características de la sobreimpresión y como usarla? ¿Qué tipo de formato de imagen usa en los archivos de artes para impresión y en los archivos para la imprenta?
	Estructura	¿Conoce usted sobre la xilografía y como usarla en el entorno laboral?
	Objetivos	¿Lleva usted una comunicación adecuada sobre la técnica en los procesos gráficos al momento de la impresión?
		Fecha de recepción del trabajo

---

---

Norma 12647	ISO	Parámetros y de métodos de medición	<p>Fecha de entrega del trabajo</p> <p>Costo del proyecto</p> <p>Número de impresiones</p> <p>Formato y calidad del papel</p> <p>Requerimientos sobre una tinta, 2 tintas, cuatricromía o tintas especiales</p> <p>Requerimientos sobre Terminados gráficos, encuadernados, encolados, etc.</p> <p>Formato y resolución de archivos recibidos</p> <p>Permisos de uso de imágenes, fuentes tipográficas y demás, que estén bajo propiedad intelectual.</p> <p>El tratamiento que se da en imágenes para su tamaño en el arte de impresión, implica solicitar o aplicar:</p> <p>¿Solicita usted las fuentes expandidas o requiere la fuente tipográfica?</p> <p>¿Cuál es el grosor de trazo o línea mínimo que se pide para impresión?</p> <p>¿Revisa usted las marcas de corte, dobléz, barras de calibración, barra de matiz y marca de registro, son aplicados por parte de la imprenta / centro de impresión?</p>
----------------	-----	--	---

---

---

¿Solicita que los archivos recibidos ya lleguen con líneas de corte y un sangrado de 5mm de sangrado en el arte para impresión (diseño), para evitar fallos en el momento del guillotinado?

¿Se utiliza Acrobat Profesional como gestor de archivos PDF para impresión?

¿Está usted de acuerdo en la que los parámetros de calidad deben tomarse en cuenta desde la materia prima ya que es importante para el producto final?

¿Realiza un manejo o revisión del trapping antes del envío a impresión?

¿Se utilizan archivos PDF Como el único formato para el envío a impresión?

¿Conoce los parámetros de calidad en la Materia Prima?

¿Al momento de realizar un producto grafico tiene usted en cuenta las fases de control en lo que refiere a calidad para un producto final?

¿Conoce usted de las características de las normas ISO?

¿Está usted de acuerdo en que la implementación de las normas ISO mejorara considerablemente la calidad del trabajo y productos gráficos?

¿Al ser una herramienta para mejorar los procesos de calidad, conoce usted la estructura que cumple la norma ISO 9001?

¿Conoce usted los objetivos normas ISO y posibles beneficios en lo laboral?

¿Cuál es la resolución mínima y máxima con la que imprime las imágenes?

Normas INEN

---

¿Cuenta con muestrarios de color para la medición de color Pantone?

¿Renombra los archivos recibidos asignándoles una codificación para manejar un orden?

¿Está usted de acuerdo en la necesidad y beneficio que tendría el contar con un documento que detalle las normas de calidad y los aspectos importantes en la impresión, es decir Pre prensa, Producción y Post prensa para una guía práctica en el manejo de la industria gráfica?

¿Conoce usted los parámetros de las normas de Servicio Ecuatoriano de Normalización (INEN)?

---

**Fuente:** Elaboración Propia

**Tabla 5.** Operacionalización Variable dependiente

## **2.4 Técnicas de recolección de datos.**

### **2.4.1 Estudio de casos**

Hay condiciones que deben ser acatadas en función de su ejecución, según Yin (2009):

- El estudio de casos se enfoca en eventos contemporáneos. - No se puede intervenir o afectar los eventos, se investiga en un contexto real.
- Uso de las preguntas ¿cómo? y ¿por qué? como vínculos operativos que rastrean en el tiempo las razones u origen del problema.
- Los límites entre fenómeno y contexto no siempre son claros ni evidentes. - La generalización de los resultados se realiza a nivel de la teoría. (pp. 8, 18, 38-39).

Según Santamaría (2016)” el estudio de casos es la variante holística o incrustada: la primera permite realizar un estudio global y general al tener una unidad de análisis; mientras que la segunda puede identificar varias subunidades de análisis.”

Podemos decir entonces que es una herramienta que permite al usuario centrar sus investigaciones de manera global abarcando una serie de datos que serán de valor en función de las características necesitadas, mientras que a su vez otra cualidad de la siguiente etapa centra la investigación en subunidades analíticas es decir seccionados en base a la recolección de datos.

También se menciona lo siguiente:

El método de estudio de caso como base para el desarrollo de investigaciones en el área de diseño, se presenta como una oportunidad para generar y confirmar conocimientos a través de los temas de actualidad referentes a la disciplina. Las etapas para el desarrollo de esta metodología requieren especial cuidado y documentación que respalde los descubrimientos que se realicen. Santamaría. (2016)

Como punto clave el estudio de casos se basa en el análisis y recolección de datos en base a un área determinada, en la presente investigación se considera este método como punto central

para la recolección de datos un proceso por trabaja por etapas y cada una debe ser tomada en cuenta.

#### **2.4.2 Encuestas**

Se realizarán las encuestas a los estudios de caso para poder recopilar información valida y verídica que ayude con el manejo de datos, ya mencionados por lo que este instrumento será de vital importancia para el proyecto siendo que en su finalidad es recopilar toda la información y datos necesarios para el desarrollo de la presente investigación.

#### **2.4.3 Entrevistas**

Las entrevistas aplicarían para expertos en las determinadas áreas de estudio de la investigación siendo este eje central de los objetivos pues estos ayudarían al desarrollo y eficacia de la recolección de datos con su respectivo análisis, esto conviene por la parte de los procesos gráficos los cuales requieren complejos análisis de experto, la publicidad y como esta ayudaría en el sector de la industria gráfica e Impresión.

### CAPÍTULO III.

## 3.RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 3.1 Análisis y discusión de los resultados.

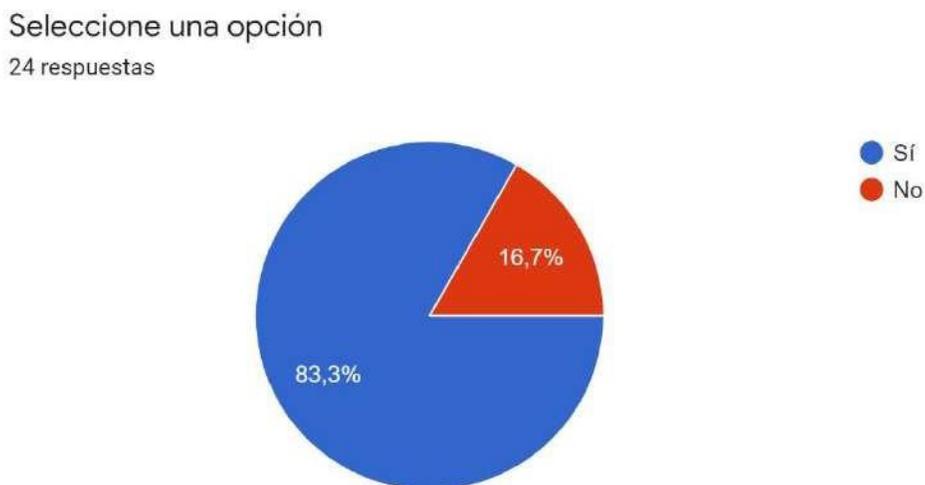
En afán de la búsqueda de resultados se realizó las respectivas encuestas en base a la industria gráfica a los participantes del estudio de casos entre ellos constan de diseñadores con un nivel de experiencia en impresión, así como agencias de diseño que ofrezcan servicios de diseño además de los centros de impresión que dedican mayor parte de su tiempo en la elaboración de productos gráficos, con preguntas tanto cuantitativas como cualitativas obteniendo los siguientes resultados:

#### 3.1.1 Resultados de encuestas en Diseñadores y Agencias

Las encuestas buscan recopilar información sobre los procesos gráficos, para buscar la mejora de la calidad del servicio y lograr mantener clientes satisfechos con los productos y servicios derivados de la industria gráfica de Ambato.

#### Pregunta 1

¿Prepara los archivos antes de realizar la impresión?



**Figura 17.** Resultado pregunta 7 (Diseñadores Y Agencias)

## Selección de respuestas adicionales.

**Tabla 6**

*Resultados Adicionales de pregunta 1*

---

<b>Características de resultados</b>
1. Revisar que el diseño esté aprobado y sin errores ortográficos ni de color.
2. Proceso de outline
3. Tamaños a escala, color cmyk, sangrado, crear contornos, expandir.
4. Verificar perfil de color, tamaño de documento, tipografía a curvas, archivos linkeados.
5. Pruebas de color
6. Guardar el archivo en el formato a imprimir, e imprimir en la maquina adecuada para ese trabajo
7. Es importante para que el trabajo salga como se desea. Y para claridad del impresor
8. Verificar que las imágenes tengan alta calidad, tamaño indicado del archivo o verifico el color en CMYK
9. 2. Empaquetado el Archivo si debo ir a otro lugar para imprimir.
10. 3. O si no, Verifico que las imágenes estén incrustadas, en caso de tener que ir a otro lugar
11. 4. Verifico q los textos estén con la opción de curvas.
12. Realizo pruebas de color, reviso tamaños, formatos, curvas

13. Edición de colores
14. Ordenar documentos
15. Dependiendo el tipo de impresión- separar por capas, ajustar tamaños - ajustar dpi, trabajar en cmyk siempre
16. maquetación y mirar los colores
17. depende el lugar que vaya a imprimir, se realiza un archivo en formato
18. ilustrador, PDF, y también se hace puntos el archivo para que las tipografías no sufran cambios.
19. Reviso que los márgenes sean adecuados y no se pierda información, reviso que este en CMYK, el formato correcto, si es impresión a doble lado hago un machote para verificar
20. revisión final, sangrías y empaquetado

---

**Fuente:** Elaboración Propia

**Tabla 6.** Resultados pregunta 1(Diseñadores y Agencias)

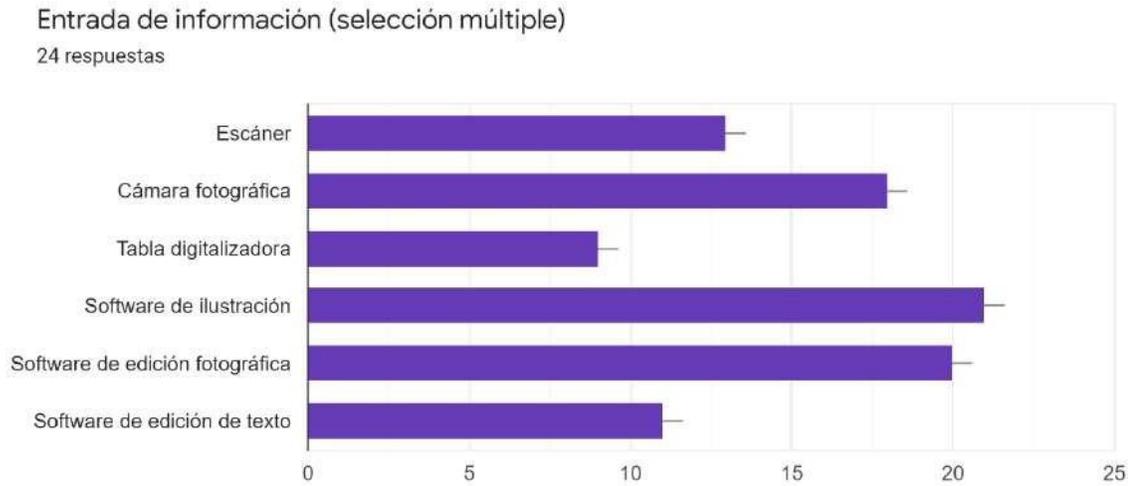
### **Análisis e Interpretación**

Siendo 24 los participantes en el estudio de casos, el 83.3% prepara los archivos de impresión y un 16.7% no toman en cuenta los procedimientos para prepararlos cuando esto debería ser unificado y tomado en consideración por todos ya que conlleva al producto final.

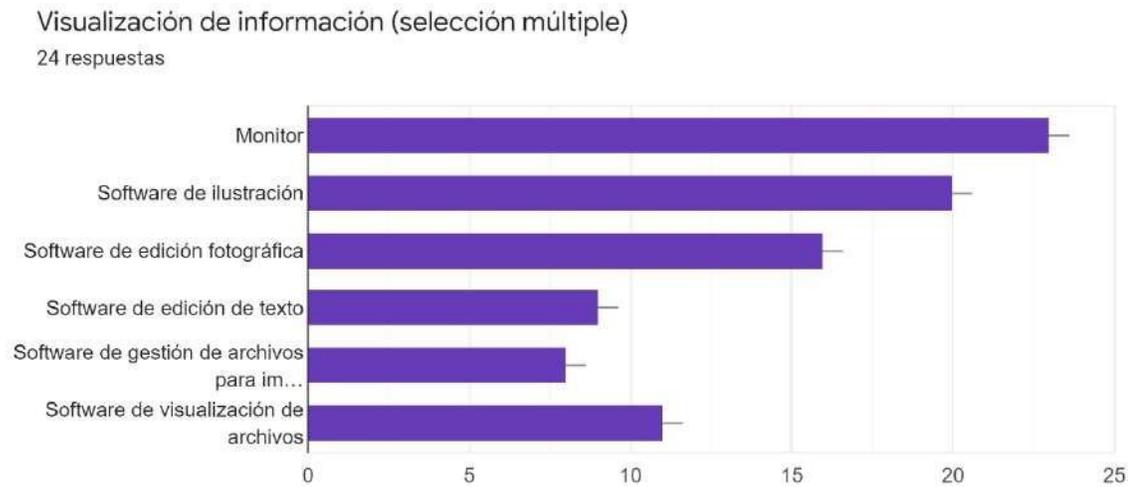
Según el análisis de respuestas adicionales muchos de estos toman varios procesos distintos, pero no siguen un flujo de trabajo ordenado, es importante tener en cuenta los pasos a seguir para elaborar el arte final pues estos procesos son los que determinan la calidad en el proyecto gráfico en base a estándares internacionales.

## Pregunta 2

### 2. Trabaja con equipos y herramientas de:



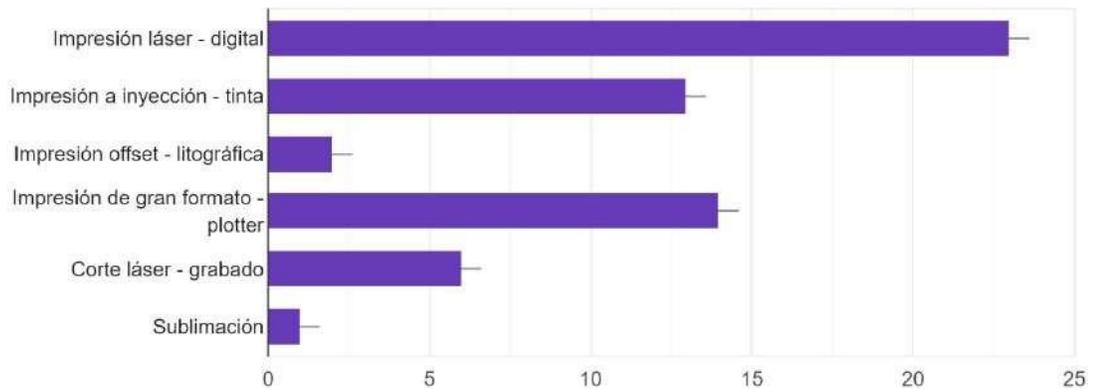
**Figura 18.** Resultado pregunta 2 (Diseñadores Y Agencias)



**Figura 19.** Resultado pregunta 2 parte 2 (Diseñadores Y Agencias)

### Salida de información (selección múltiple)

24 respuestas



**Figura 20.** Resultado pregunta 2 parte 3 (Diseñadores Y Agencias)

### Análisis e Interpretación

Entre las herramientas más utilizadas por los diseñadores y agencias predominan las principales entradas de información en las cuales las más utilizadas son software de ilustración y edición fotográfica pues también la cámara juega un papel importante en el ambiente laboral del sector gráfico.

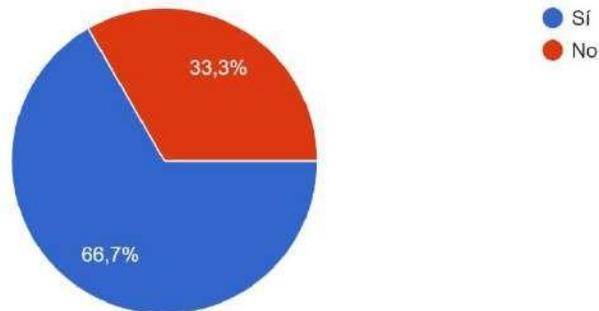
Generalmente para la visualización de información se utiliza monitores normales de computador, pero a su vez estos utilizan softwares para visualizar la información con la que se trabaja, generalmente los colores en monitores trabajan bajo sistemas de color para interpretar la información del producto final, no obstante, cabe recalcar que la información debe ser lo más fiel al producto por lo cual se recomienda utilizar software de ilustración.

Los diseñadores generalmente trabajan en base a tendencias por lo que la era digital ha tomado auge en estas pues los 24 utilizan sistemas digitales menos de 15 aun con la tradicional y a su vez también con plotter de gran formato. Según esto se puede interpretar que la preferencia por técnicas digitales en los procesos gráficos es por mayoría el más utilizado dejando un poco de lado al offset.

### Pregunta 3

¿Mantiene actualizado el software de diseño?

Seleccione una opción  
24 respuestas



**Figura 21.** Resultado pregunta 3 (Diseñadores Y Agencias)

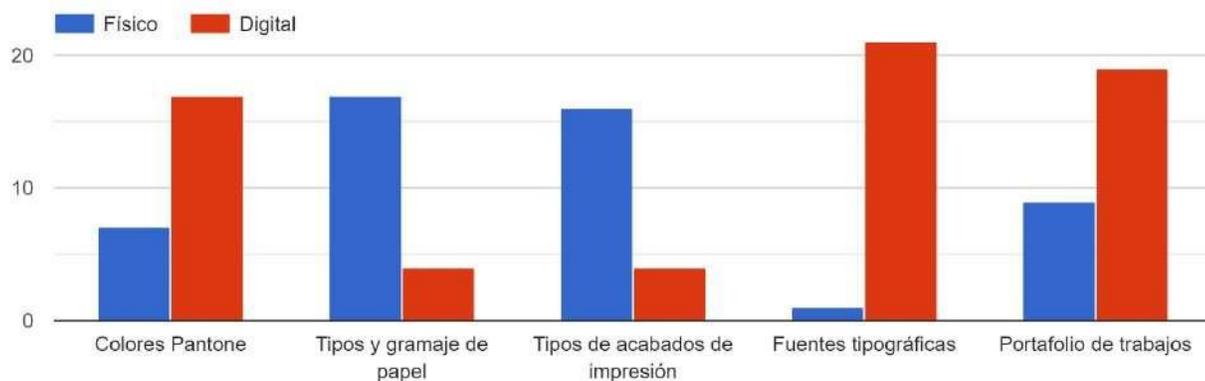
### Análisis e Interpretación

Según las encuestas realizadas a diseñadores el 66,7% mantiene actualizado el software de diseño en cuanto al otro 33,3% no lo hacen, es importante mantener actualizadas las herramientas de trabajo con las que se proceden en los proyectos gráficos pues muchas cada vez lanzan nuevas optimizaciones y herramientas dentro del software, sobre todo para brindar un servicio en el mejor tiempo por ello se debe tener actualizados.

### Pregunta 4

¿Cuenta con muestrarios? (Marque con una "X")

### Selección múltiple



**Figura 22.** Resultado pregunta 4 (Diseñadores Y Agencias)

### Análisis e Interpretación

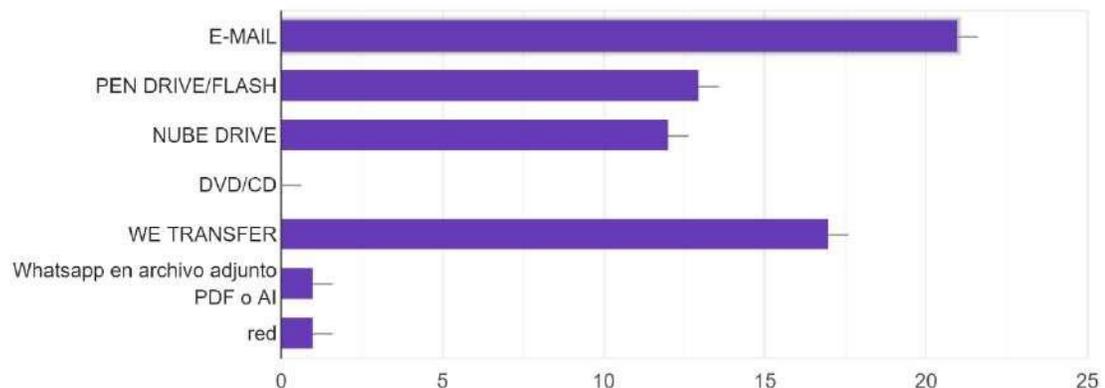
Se deduce que varios de los diseñadores y agencias cuentan con muestrarios en el color Pantone 17 usan medios digitales para mostrar el catálogo de color y los otros 7 en formato físico del color final, en cuanto a los tipos de gramaje la preferencia 17 optan por lo físico y solo 4 en digital al igual que los tipos de acabados en impresión pues se determinaría por el cliente siendo 16 por lo físico y cuatro por lo digital, las fuentes tipográficas se trabajan en base a muestrarios digitales casi en su totalidad, los portafolios de trabajo hay gran parte que los muestra en digital sin embargo una tercera parte no lo hace o los tienen de manera física limitando su difusión.

### Pregunta 5

¿Por qué medio envía los archivos para impresión?

### Selección múltiple

24 respuestas



**Figura 23.** Resultado pregunta 5 (Diseñadores Y Agencias)

### Análisis e Interpretación

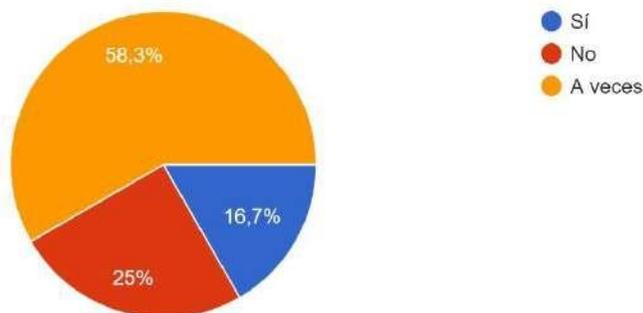
Los archivos de impresión según el resultado se pueden concluir que los principales son medios digitales destacando el email como predominante con 21 en cuanto la recepción y envió de archivos, al ser de tamaño superior se opta por WeTransfer con 17 y por medios físicos únicamente se usa pendrives con 12 presencialmente.

### Pregunta 6

¿Agrega fuentes o imágenes originales al momento de enviar los archivos y licencias del uso de las fuentes tipográficas e imágenes?

Fuentes o imágenes originales (Seleccione una opción):

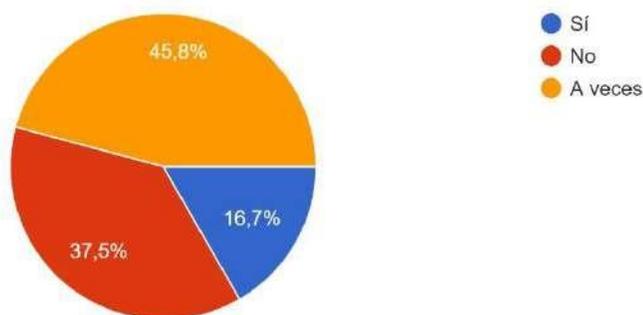
24 respuestas



**Figura 24.** Resultado pregunta 6 (Diseñadores Y Agencias)

Licencia de uso de fuentes o imágenes originales (Seleccione una opción):

24 respuestas



**Figura 25.** Resultado pregunta 6 parte 2 (Diseñadores Y Agencias)

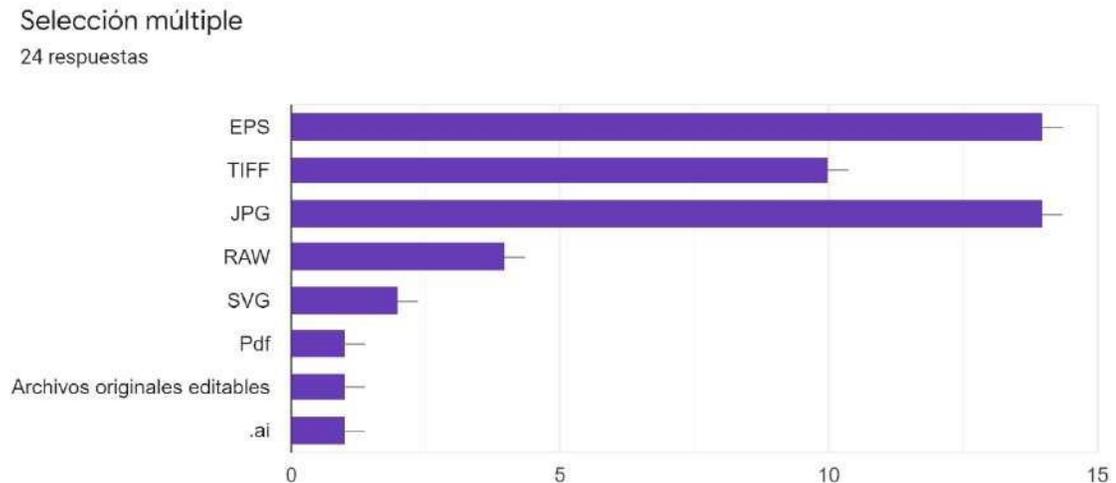
### **Análisis e Interpretación**

Al momento de enviar archivos con fuentes e imágenes originales existe una gran parte del 58,3% de los participantes del estudio de casos que no lo hacen de manera regular, un 16,7% afirman hacerlo y el otro 25% no lo hacen.

Con respecto a la licencia de uso de las fuentes e imágenes originales un 45,8% lo hace ocasionalmente, el 37,5% afirma no hacerlo y el solamente el 16,7% si lo hacen.

## Pregunta 7

¿Qué tipo de formato de imagen escoge en los archivos de artes para enviar a la imprenta?



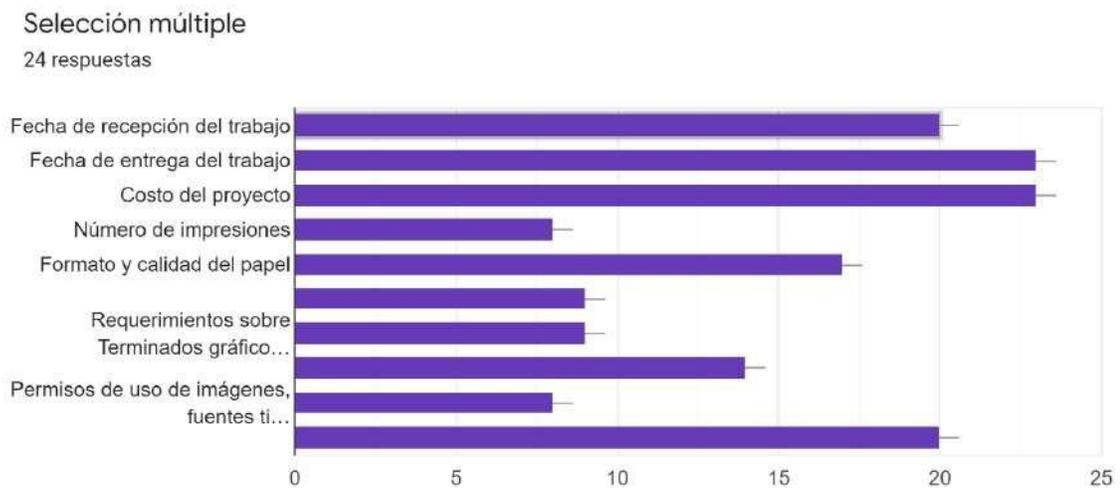
**Figura 26.** Resultado pregunta 7 (Diseñadores Y Agencias)

## Análisis e Interpretación

Se puede deducir según el análisis de resultados que entre los formatos de imagen más comunes usados para estos son el EPS y JPG con 14, seguido de esto el formato TIFF con 10 luego archivos crudos como el RAW, finalmente con los archivos originales y el PDF con 1 selección, se puede interpretar como un punto a considerar pues el PDF es el formato por excelencia para todo tipo de contenido en la industria gráfica.

## Pregunta 8

¿Establece alguno de los siguientes parámetros para el desarrollo de un proyecto?



**Figura 27.** Resultado pregunta 8 (Diseñadores Y Agencias)

### **Análisis e Interpretación**

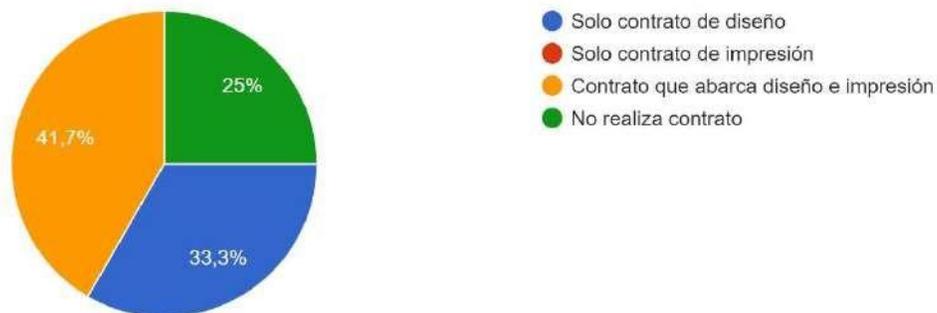
En el desarrollo de un proyecto siempre se estipulan diversos procesos, pero en cuanto a la sección de estudio se determinó que los más determinantes son fechas y costes del proyecto como principal, también se estipula el tiempo de entregan contrato con el cliente pues siempre es determinante en la aprobación de los proyectos para los otros tipos de especificaciones una tercera parte de diseñadores y agencias no estipulan ese tipo de información como terminados gráficos o materiales.

### **Pregunta 9**

¿Realiza un contrato con sus clientes (Imprenta, empresa, persona natural) para establecer parámetros del proceso productivo del proyecto?

Seleccione una opción

24 respuestas



**Figura 28.** Resultado pregunta 9 (Diseñadores Y Agencias)

### Respuestas Adicionales.

**Tabla 7**

*Resultados Adicionales de pregunta 9*

Nº	Características de resultados
1.	Orden de trabajo
2.	Envió los costos y lo que se va a hacer por WhatsApp
3.	fichas técnicas
4.	Re imprime el diseño final y se les hace firmar con el fin de que la prueba de color es aceptada y no abra reclamos a futuro
5.	No

**Fuente:** Elaboración Propia

**Tabla 7.** Resultados Adicionales pregunta 9 (Diseñadores Y Agencias)

## Análisis e Interpretación

Se deduce según los resultados de la encuesta que 41,7% realizan contratos que abarcan diseño e impresión, mientras que el 33,3% solamente hacen contratos por diseño, finalmente el 25% no realizan contratos lo cual conlleva un riesgo para los diseñadores y agencias al no tener un soporte legal para determinar y definir proyectos gráficos.

En cuanto a las respuestas adicionales la selección muestra elementos adicionales que sirven para la recolección de pedidos como la orden de trabajo, fichas técnicas, pruebas de color y acuerdos por redes sociales, lo cual podría tomarse como un limitante y podría evitarse problemas a futuro fijando parámetros en los contratos.

### Pregunta 10

¿Renombra los archivos para enviarlos asignándoles una codificación para manejar un orden?

Seleccione una opción  
24 respuestas



**Figura 29.** Resultado pregunta 10 (Diseñadores Y Agencias)

## Respuestas Adicionales

**Tabla 8**

*Resultados Adicionales de pregunta 10*

N°	Características de resultados
1.	Cuando son varios diseños, o páginas de libros.
2.	Para tener mayor control.
3.	por formalidad, en catálogos.
4.	Cuando envío en partes los archivos de un libro o revista.
5.	Se renombran los archivos según la necesidad, es decir, por ejemplo, si son archivos de productos se necesitan códigos o para futuros trabajos. etc.
6.	Permite establecer orden, claridad y responsabilidad al impresor.
7.	Para tener un mejor orden de las cosas.
8.	evitar que quede desordenadas las impresiones, en caso que sean doble cara en una misma hoja.
9.	Para tener orden según entrega.
10.	Orden en circunstancias donde el cliente exige varios cambios.
11.	Porque es mejor trabajar de manera ordenada.
12.	Para evitar confusiones.
13.	porque de esa manera se puede saber dónde están los archivos cuando se necesita
14.	exceso de archivos.
15.	se lo renombra porque se mantiene el archivo editable y se cambia el nombre del archivo hecho puntos y de impresión.
16.	Proyectos que sean para impresión.

**Fuente:** Elaboración Propia

**Tabla 8.** Resultados Adicionales pregunta 10 (Diseñadores Y Agencias)

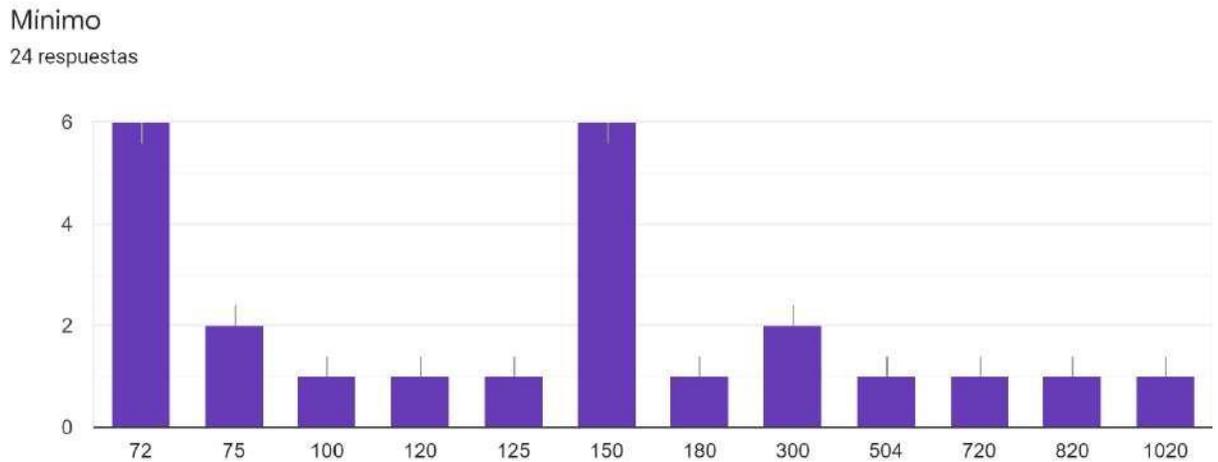
## Análisis e Interpretación

El 95.8% afirma renombrar los archivos para en su mayoría no confundirse de archivos el otro 4,2% no lo hace, al tener varios elementos de trabajo es esencial trabajar con un código para renombrar los archivos de tal manera evitar confusiones y pérdida de tiempo en afán de optimizar los procesos para la preparación de los archivos.

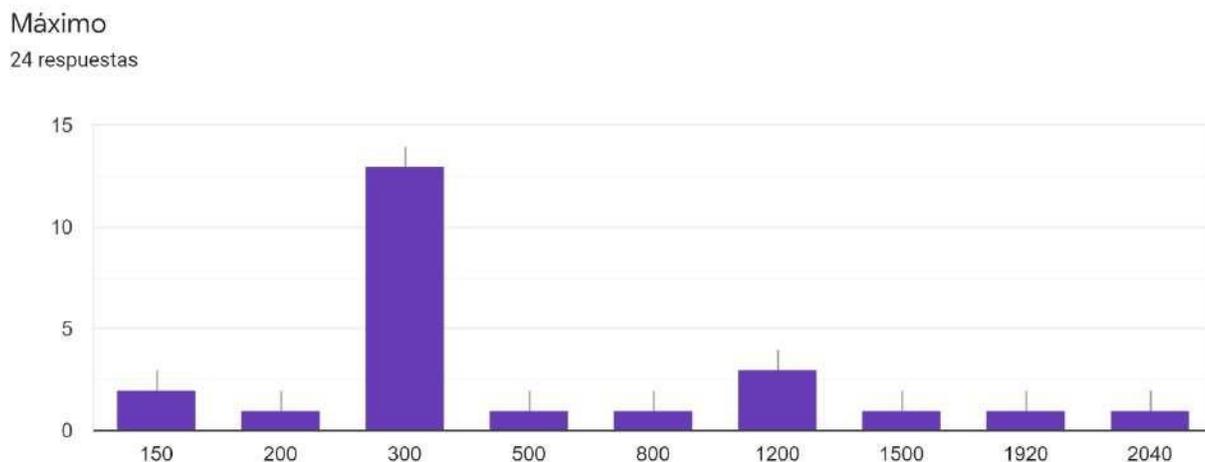
Entre las respuestas adicionales se puede deducir que en su mayoría se renombran archivos por la cantidad de documentos similares por ello se les asigna un código en base al nombre del proyecto para evitar confusiones al momento de manipular datos o información de un dicho archivo.

### Pregunta 11

¿Cuál es la resolución mínima y máxima con la que trabaja las imágenes?



**Figura 30.** Resultado pregunta 11 (Diseñadores Y Agencias)



**Figura 31.** Resultado pregunta 11 parte 2(Diseñadores Y Agencias)

### **Análisis e Interpretación**

Se puede deducir según el resultado que en su mayoría los diseñadores trabajan con un mínimo de 72 y 150, varios de ellos seleccionaron otros valores por lo que se deduce que no tienen un estándar de medidas mínimas y carecen de información para preparación de archivos pues el mínimo a trabajar en impresión digital es 210 y 150 en gran formato, por otra parte, en el máximo de la resolución la mayor parte selecciono 300 como medida máxima lo cual está bien en general pero a pesar de ello existen varias discrepancias llegando a valores demasiado extensos por desconocimiento.

### **Pregunta 12**

El tratamiento que se da en imágenes para su tamaño en el arte de impresión, implica solicitar o aplicar:

Seleccione una opción  
24 respuestas



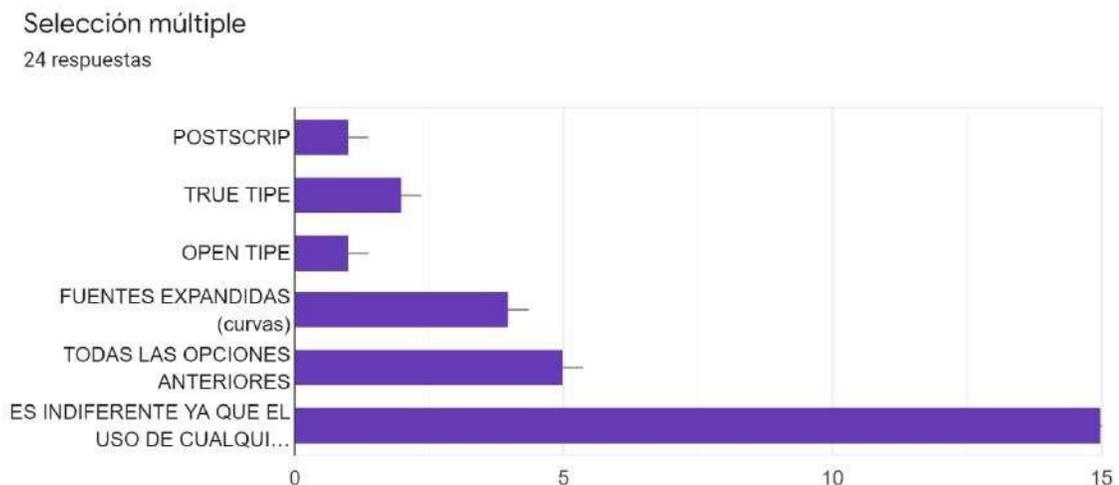
**Figura 32.** Resultado pregunta 12(Diseñadores Y Agencias)

### **Análisis e Interpretación**

Según los resultados se puede deducir que el 75% de los participantes le dan una previa preparación de la imagen pasándola por el proceso de diseño, sin embargo, el 25% de ellos no lo hace lo cual conlleva a posibles errores o la calidad del producto final se vea afectada, cada imagen debe pasar por un proceso de conversión para la adaptabilidad de los colores y resolución a trabajar.

### **Pregunta 13**

Utiliza fuentes tipográficas como:



**Figura 33.** Resultado pregunta 13(Diseñadores Y Agencias)

### **Análisis e Interpretación**

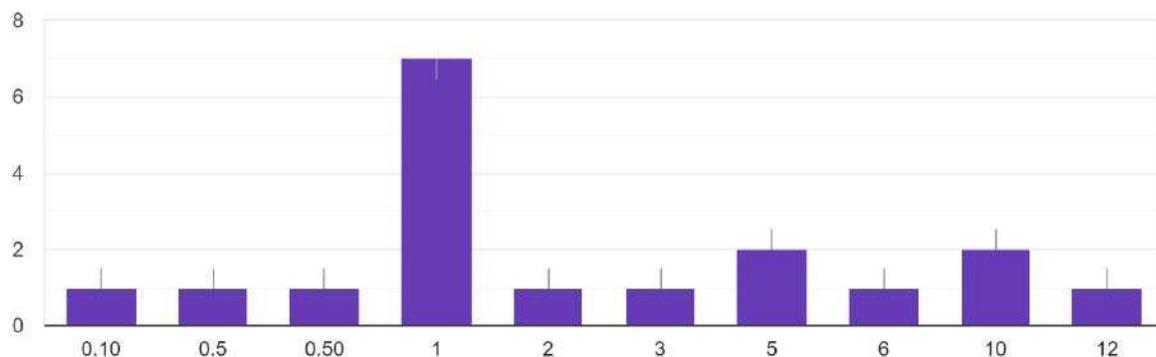
En esta sección se deduce que el 62,5% de los participantes le es indiferente la selección tipográfica debido a que estos no afectan al resultado final, un 20,8% afirma usar todos los apartados es decir PostScript, True Type, Open Type y fuentes expandidas es decir transformadas a curvas, respecto a fuentes expandidas un 16,7% sigue este procedimiento 4,2% en PostScript y Open Type y 8,3% en True Type, bien es cierto que por cuestiones de tiempo generalmente se trabaja con la más acorde al producto gráfico, estas fuentes deben transformarse a curvas para que no exista imprevistos al momento de enviar documentos a producción es considerable también usar fuentes tipografías OpenType pues estas tienen mayor compatibilidad entre sistemas y generalmente suelen estar más completas.

### **Pregunta 14**

¿Cuál es el grosor de trazo o línea mínimo que se toma en cuenta para impresión?

Unidad de medida en puntos o milímetros:

18 respuestas



**Figura 34.** Resultado pregunta 14(Diseñadores Y Agencias)

9 respuestas



**Figura 35.** Resultado pregunta 14 Parte 2(Diseñadores Y Agencias)

### **Análisis e Interpretación**

Se deduce según la encuesta que el 38,9% de los participantes opto por el valor 1 en el grosor de líneas, un 11,1% en valores de 5 y 10 puntos,5,6%para 0.10,0.5,0.50,2,3,6,12, además de que el resto afirmo que no existía un grosor mínimo para impresión lo cual conlleva a determinar que ninguno de los participantes realmente conoce el valor mínimo pues este es 0.25, pese a esto

9 participantes de 24 afirmaron que no existe un tamaño mínimo lo cual es preocupante en el sector gráfico.

### Pregunta 15

Rellene la información requerida en cuanto a preparación de archivos para impresión.

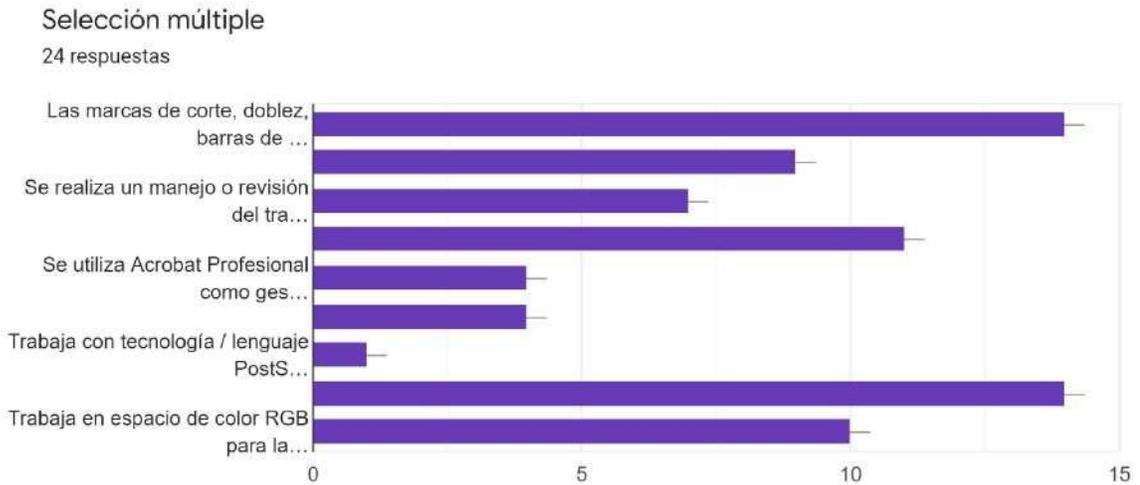


Figura 36. Resultado pregunta 15(Diseñadores Y Agencias)

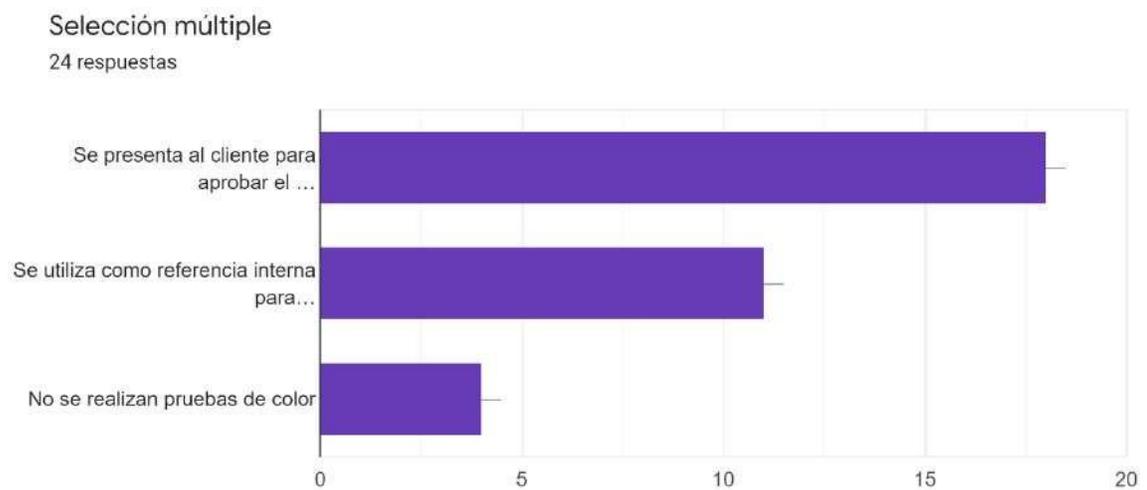
### Análisis e Interpretación

En cuanto a las marcas de corte, doblez, barras de calibración, barra de matiz y marca de registro, son aplicados en la industria gráfica, tiene un 58,3% de selección respecto a los participantes, para la sección Trabaja en espacio de color RGB para la edición de imágenes previo a transformarlas al sistema CMYK de igual manera un 58,3% lo hacen de esta manera, la utilización de archivos formato PDF como el único formato para el envío a impresión tiene solamente el 45,8% del total de participantes, el PDF es el recomendado para trabajar en procesos gráficos previos la etapa de producción, respecto a la Solicitud que los archivos recibidos ya lleguen con líneas de corte y un sangrado de 5mm de sangrado en el arte para impresión (diseño), para evitar fallos en el momento del guillotinado tiene el 37,5% del total en los participantes, el 29,2% realizan un manejo o revisión del trapping antes del envío a impresión, 16,7% en cuanto a

gestión de archivos PDF en Adobe Acrobat con el mismo porcentaje la gestión en colores ICC (Consortio Internacional de Colores) y finalmente con el 4,2% de participantes trabajan con tecnología PostScript, es notable en cuanto los resultados que existe desconocimiento de las herramientas y formas de trabajo o también desinterés por estos procesos con los que se lleva a cabo y definen calidad.

### Pregunta 16

¿Toma usted en cuenta las pruebas de color preimpresión?



**Figura 37.** Resultado pregunta 16(Diseñadores Y Agencias)

### Análisis e Interpretación

Según el análisis de resultados de la encuesta 75% de los participantes presentan al cliente para aprobar el proyecto y dar paso a la impresión en el primer ítem. En el siguiente ítem 45,8% lo utilizan como referencia interna para el proceso de impresión, para concluir el 16,7% afirma no realizar pruebas de color del total, las pruebas de color juegan un papel fundamental a la hora de presentar un proyecto gráfico pues este sería la carta final de todo, varios diseñadores dejan de lado las pruebas de color por despreocupación, arriesgándose a posibles errores al momento de finalizar el proyecto.

### **Pregunta 17**

Rellene la información requerida en cuanto a suministros y procesos de impresión.

¿Qué marca de tintas conoce para impresión?

**Tabla 9**

*Resultados de pregunta 17*

<b>Nº</b>	<b>Características de resultados</b>
1.	EPSON
2.	CANON
3.	MORIN
4.	GALAXY
5.	OFFSET
6.	INYECCIÓN
7.	NINGUNA

**Fuente:** Elaboración Propia

**Tabla 9.** Resultados de pregunta 17(Diseñadores y Agencias)

### **Análisis e Interpretación**

Según el análisis de la respuesta en las encuestas en su mayoría optaron por la marca Epson para tintas varias otros como Morin, Galaxy y Mikami, se puede concluir en que varios de ellos desconocen los elementos y marcas para trabajar en el área de impresión por lo que podría considerarse como limitante al momento de una contratación a una imprenta.

## Pregunta 18

¿Qué marcas, gramaje y tipos de papel conoce?

**Tabla 10**

*Resultados de pregunta 18*

N°	Características de resultados
1.	120gr papel mate, laminado, etc.
2.	Hi Coated.
3.	Adhesivo, couche.
4.	Couche, marfilisa, Kimberly.
5.	Hp, gramaje de 75 a 300.
6.	Todos los gramajes, papel para sublimación.
7.	Papel de sublimación , gramaje de 90 y de 56.
8.	A4.
9.	Fabriano, Canson, Arches.
10.	Marcas no conozco mucho, gramaje desde los 70 gramos hasta los 300gr, papel bond, coche, craft, plegable, duplex, cartulinas.
11.	Couche, satinado, offset.
12.	Papel couché brillo o mate. Papeles offset.
13.	gramaje 150, 300 / en cuanto a papel couche, reciclado, autoadhesivo, con texturas.
14.	Couche, bond, Marfiliza, adhesivo, de 25 a 300 el gramaje.
15.	Tengo un muestrario de papeles y gramaje de cada uno, por lo que se podría decir que conozco varios, en cuanto a marcas no tengo conocimiento.
16.	No conozco.

**Fuente:** Elaboración Propia

**Tabla 10.** Resultados pregunta 18 (Diseñadores y Agencias)

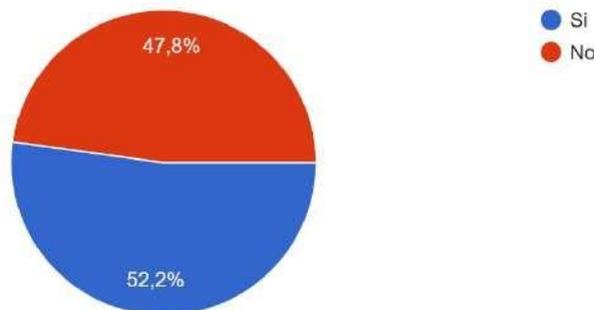
## Análisis e Interpretación

Según la recolección de datos y resultados se puede deducir que con respecto a Marcas muy pocos los logran identificar, sin embargo, los tipos de papel los tienen presentes a la hora de la elaboración de un producto, cabe mencionar que cada uno tiene conocimiento de ciertos tipos de papel y terminados, pero no están generalizados lo que conlleva a concluir que no toman en cuenta estos aspectos en la elaboración del arte.

### Pregunta 19

¿Conoce sobre la angulatura que se maneja para la impresión de la cuatricromía (CMYK)?

¿Conoce sobre la angulatura que se maneja para la impresión de la cuatricromía (CMYK)?  
23 respuestas



**Figura 38.** Resultado sobre angulatura en cuatricromía

## Análisis e Interpretación

La angulatura en impresión es importante porque estas se destacan por determinar los terminados en los colores y su composición, el 52,2% menciona conocerlo pues existe una gran parte que tiene en consideración este aspecto sin embargo el 47,8% no la conoce por lo que es posible que varios de estos no consideren el encuadre en cada archivo debido a que este determina la posición de la tinta en el arte final perdiendo significativamente calidad en los proyectos.

## Pregunta 20

¿Conoce usted cuál es el porcentaje de cobertura máxima de color (Cuatricromía), que realiza en una impresión?

**Tabla 11**

*Resultados de pregunta 20*

Nº	Características de resultados	%
1.	NO	94%
2.	SI	6%

**Fuente:** Elaboración Propia

**Tabla 11.** Resultados pregunta 20 (diseñadores y Agencias)

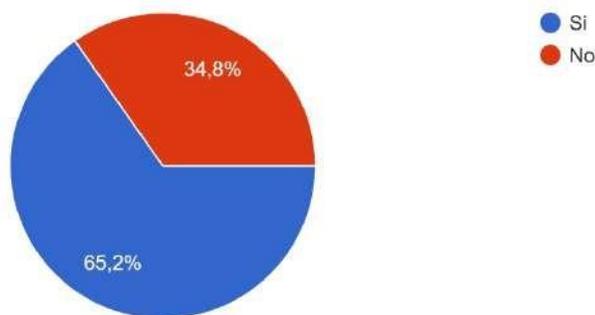
## Análisis e Interpretación

Se puede concluir por los resultados que el 94% no conoce sobre la cobertura máxima en el color es decir en los procesos de cuatricromía y tan solo el 6% conoce sobre el tema, esto se puede deducir en que se desconocen los procedimientos para realizar una impresión pese a que la industria gráfica es la que da elaboración a estos proyectos y productos finales.

## Pregunta 21

¿Conoce los porcentajes que se utiliza para formular el color Negro enriquecido en impresión?

¿Conoce los porcentajes que se utiliza para formular el color Negro enriquecido en impresión?  
23 respuestas



**Figura 39.** Resultado sobre formulación de negro en impresión.

#### **Análisis e interpretación:**

Se puede concluir según el resultado que varios de los participantes no tienen idea de la elaboración del negro enriquecido en la impresión pues este proceso muchas de las veces se hacen en la construcción preimpresión el 34,8% no conoce sobre la elaboración por lo que solamente el 65,2% si a pesar de que constantemente se trabaja sobre soportes y procesos de la industria gráfica varios desconocen, muchas de las veces por la falta de información.

#### **3.1.2 Resultados de encuestas en Centros de impresión.**

Las encuestas buscan recopilar información sobre los procesos gráficos que abarcan todo el proceso de flujo de trabajo en una imprenta o centro de impresión, para buscar la mejora de la calidad del servicio y lograr mantener clientes satisfechos con los productos y servicios derivados de la industria gráfica de Ambato.

#### **Pregunta 1**

¿Tiene un profesional del diseño para preparar los archivos antes de realizar la impresión?

Seleccione una opción  
6 respuestas



**Figura 40.** Resultado pregunta 1 (centros de impresión).

### Respuestas Adicionales

En caso de ser afirmativa la respuesta anterior, ¿Qué acciones realiza el diseñador?

**Tabla 12**

*Resultados Adicionales de pregunta 1*

Nº	Características de resultados
1.	Atención al cliente. Diseños. Prerensa.
2.	Verificar tamaño, colores, tipografía, enlaces, etc.
3.	Todas las imágenes se guardan en: • jpg •CMYK • 300dpi resolución los textos son convertidos a curvas, todo es agrupado y además de empaquetar el archivo al ser grabado.
4.	Diseño, diagrama y manejo de color
5.	Diseño, servicios de impresión y atención del cliente
6.	Diseño, armar placar y pruebas de color

**Fuente:** Elaboración Propia

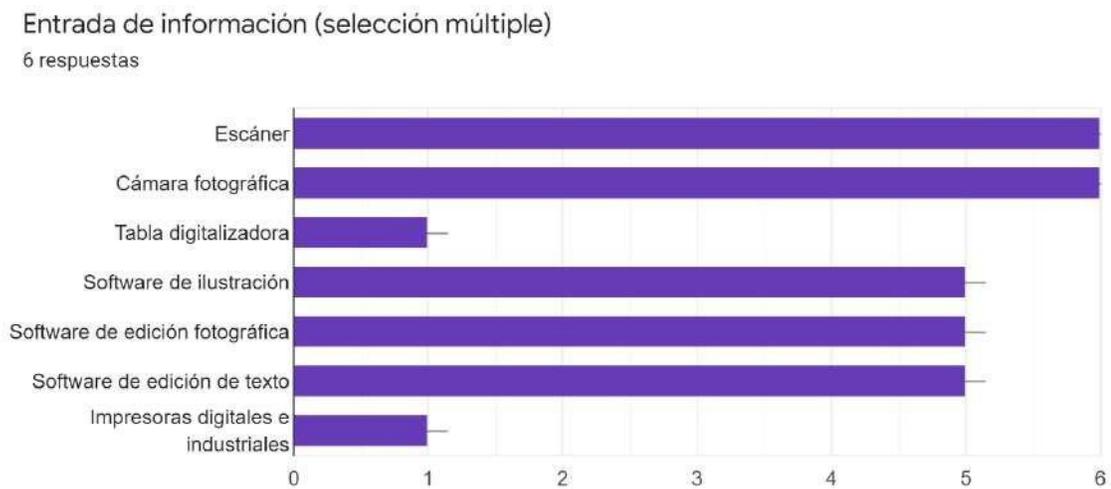
**Tabla 12.** Resultado pregunta 1 (centros de impresión).

## Análisis e Interpretación

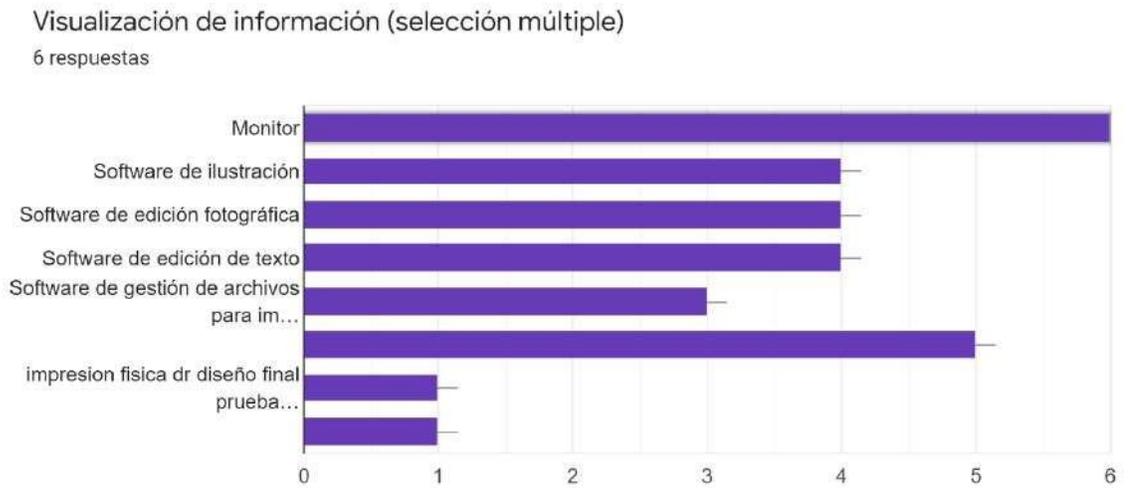
Según el análisis de resultados se puede concluir que todas las imprentas cuentan hoy en día con Diseñadores los cuales cumplen varias funciones en la empresa, aunque es contraproducente destinar las labores del diseñador a otro tipo de labores ya que se podría optimizar el flujo de trabajo con especialistas en las otras ramas como atención al cliente para de esa manera asegurar un proceso de calidad.

### Pregunta 2

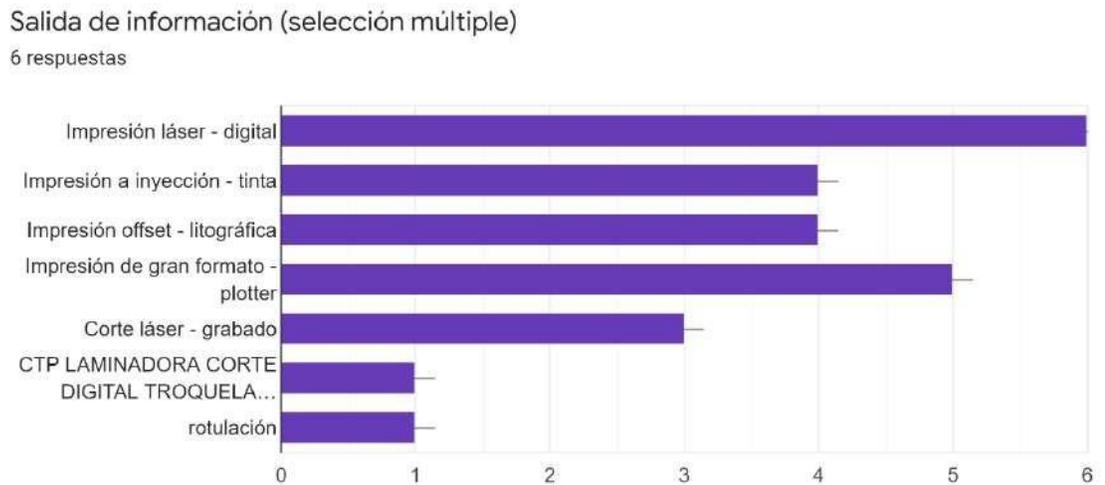
En su empresa trabaja con equipos y herramientas de:



**Figura 41.** Resultado pregunta 2 entrada de información



**Figura 42.** Resultado pregunta 2 Visualización de información



**Figura 43.** Resultado pregunta 2 Salida de información

## Análisis e Interpretación

Según el análisis de resultados en los participantes del estudio de casos en centros de impresión podemos concluir que escáner y la cámara fotográfica conforman principalmente entre las herramientas que se utilizan pues el 100% los tienen y usan en lo que se refiere software 5

utilizan los de edición de texto, imágenes e ilustración y solamente 1 en cuanto a tableta digitalizadora e impresoras digital e industriales en lo que respecta a entrada de información.

En la visualización se puede concluir que el 100% de los participantes utilizan principalmente el monitor como herramienta principal para observación del estado del arte, 5 de ellos afirman lo hacen en el software de edición donde se gestiona archivos, 4 de los participantes afirman que trabajan en el respectivo software según el tipo de trabajo como ejemplo de imagen, texto o ilustración, 3 de los participantes utilizan software de gestión de archivos para visualizar y únicamente 1 lo hacen en la prueba de color.

La salida de información refiere a la maquinaria o herramientas de trabajo que utilizan para poder procesar y elaborar los proyectos pues como principal en este caso se encuentra la impresión digital o laser, seguido de gran formato Plotter con 5 participantes que afirman utilizarlo, 4 con inyección y offset tradicional y únicamente 1 en cuanto a laminadoras y de rotulación, se puede concluir en que varias imprentas optan por equipos modernos para la optimización de trabajo

### Pregunta 3

¿Mantiene actualizado el software de diseño?

Seleccione una opción  
6 respuestas



**Figura 44.** Resultado pregunta 3 (centros de impresión)

## Análisis e Interpretación

Se puede concluir según los resultados que el 100% de los participantes mantiene actualizado el software con el que trabajan con lo cual se deduce que cada uno de ellos toma en cuenta la importancia de las actualizaciones y como estas son un apoyo enorme, es necesario conocer sobre qué tipo de temas se trata en cuanto a actualizaciones para mantenerse día a día sobre estos temas de importancia.

### Pregunta 4

¿Cuenta con muestrarios? (Marque con una “X”)

Selección múltiple

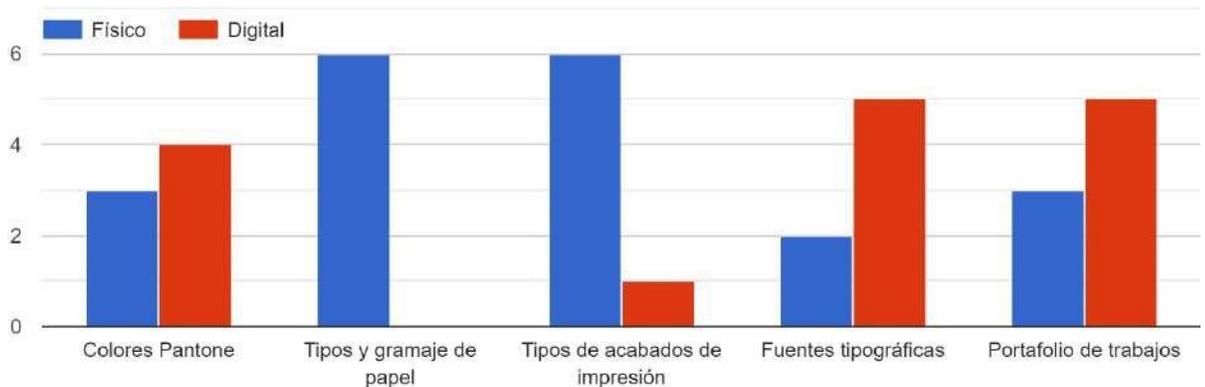


Figura 45. Resultado pregunta 4 (centros de impresión)

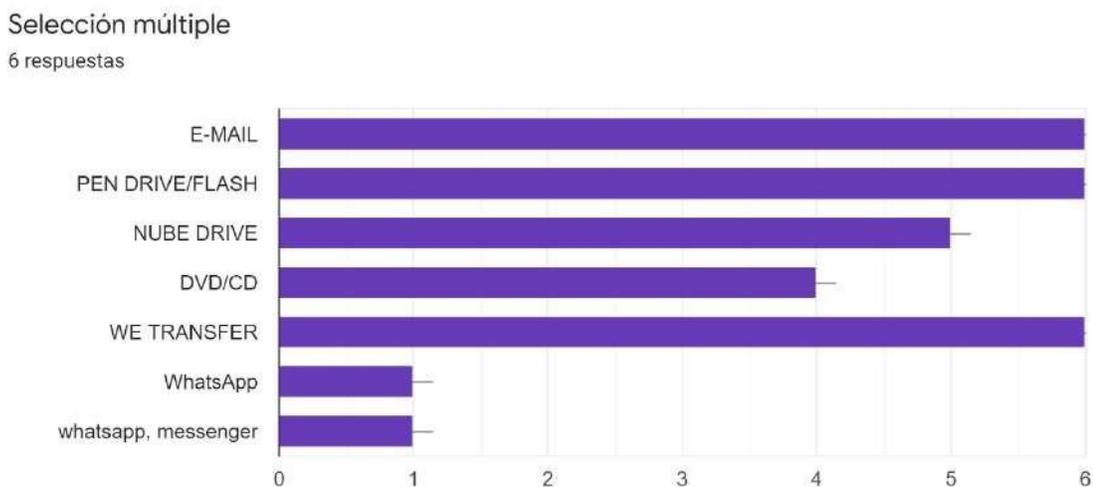
### Análisis e Interpretación

Según los resultados la preferencia de muestrarios predominante en las empresas es por el color en sistemas digitales pues lo tienen a la mano, sin embargo también se toma en consideración los colores en físico, por elección total los tipos de gramaje de papel siempre son considerados a manera física pues es más sencillo mostrarlos al cliente de esa manera, en cuanto a los tipos de acabados en impresión consideran todos que la mejor manera de hacerlo es en físico y únicamente 1 adicional al digital, con respecto a las fuentes tipográficas 5 consideran el formato digital y 2 en

físico y para concluir 5 de participantes seleccionaron a los portafolios digitales pues son más prácticos que los físicos pese a ello 3 los utilizan de igual manera esto se da por el tipo de producto pues es mejor presentarlo en físico.

### Pregunta 5

¿Por qué medio recibe los archivos para impresión?



**Figura 46.** Resultado pregunta 5 (centros de impresión)

### Análisis e Interpretación

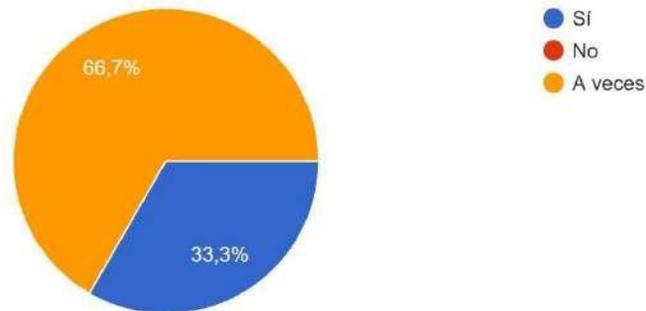
Según los resultados obtenidos con respecto a la recepción y manipulación de archivos principalmente el 100% de los participantes afirman usar el E-mail como preferencia, luego en forma física el pen drive o flash memory con el 100% de los participantes, WeTransfer presenta los mismos resultados en comparación pues este ayuda en el envío de archivos grandes, en cuanto a Drive el 83,3% como plataforma digital, DVD / CD 66,7% en sus formatos pues aún lo usan varios pese a la modernización se sigue usando estos formatos, finalmente WhatsApp con el 16,7% al igual que la otra plataforma Messenger entonces se puede deducir que en la recepción de archivos principalmente predominan los sistemas digitales.

## Pregunta 6

¿Exige fuentes o imágenes originales al momento de recibir los archivos y licencias del uso de las fuentes tipográficas e imágenes?

Fuentes o imágenes originales (Seleccione una opción):

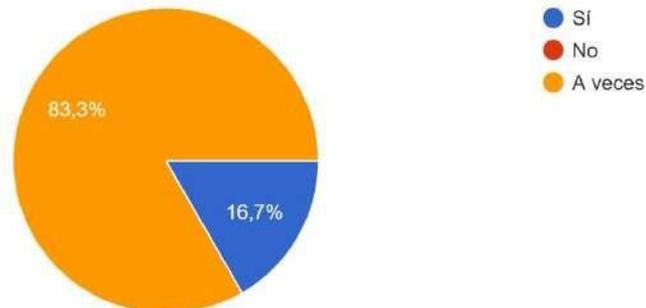
6 respuestas



**Figura 47.** Resultado pregunta 6 (centros de impresión)

Licencia de uso de fuentes o imágenes originales (Seleccione una opción):

6 respuestas



**Figura 48.** Resultado pregunta 6 parte 2(centros de impresión)

## Análisis e Interpretación

Según los resultados de centros de impresión se puede deducir que en cuanto a fuentes o imágenes originales al momento de recibir los archivos y licencias del uso de las fuentes tipográficas e imágenes se hace con poca frecuencia pues el 66,7% afirma hacerlo a veces nada

más, y tan solo el 33,3% si lo hace por lo que se deduce que es poco frecuente estos datos importantes que podrían afectar a la empresa al momento de la realización del proyecto.

La licencia de uso de imágenes originales es importante a tomar en cuenta puesto que esto implica si el proyecto se da de forma legal con lo cual al momento de realizarlo podrá presentar problemas de derechos en el peor de los casos, el 83,3% de los participantes afirma hacer solo a veces y el 16,7% si lo hace de manera habitual.

### Pregunta 7

¿Qué tipo de formato de imagen recibe en los archivos de artes para impresión y en los archivos que envía a la imprenta?

Selección múltiple  
6 respuestas

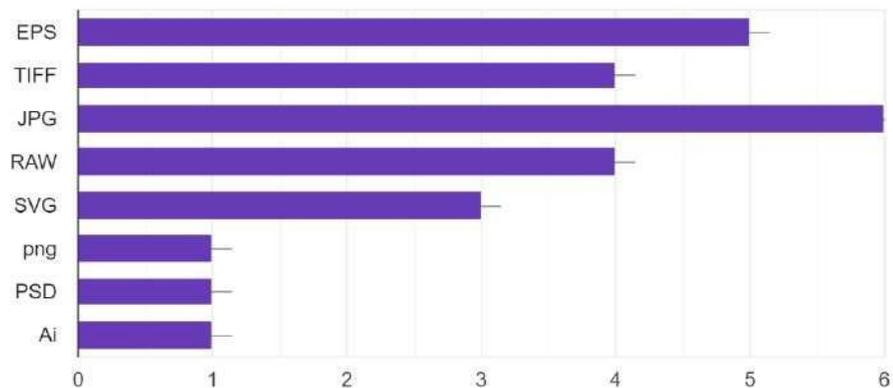


Figura 49. Resultado pregunta 7 (centros de impresión)

### Análisis e Interpretación

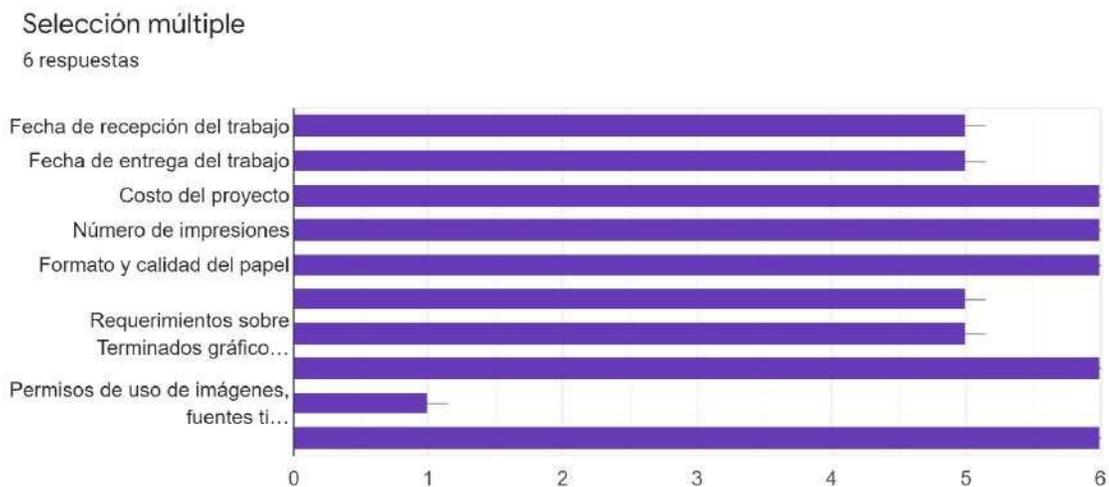
En cuanto a formatos según las encuestas el formato de selección para imágenes predominantes en el resultado es el JPG por defecto con el 100% de los participantes pese a esto es necesario mencionar que el JPG hace una compresión para procesar la información por lo que podría perder calidad, luego está el formato EPS con 83,3% de selección de los participantes, bien

pues el formato EPS es el mejor en cuanto a trazos vectoriales por lo cual es correcto que este entre los más votados aunque no haya unificación por parte total, le siguen los formatos TIFF y RAW

con 66,7%, bien pues con respecto al TIFF es buena la utilización de este formato debido a que este no comprime los archivos por ende no pierde calidad sin embargo puede llegar a ser significativo en cuanto a peso de archivo, ahora bien el RAW es un archivo "crudo" que se recomienda poco trabajarlo finalmente se concluye con los formatos Ai,PSD y PNG con el 16,7% pues no son muy utilizados pese a que el PNG presente mejor calidad que el JPG, en cuanto AI y PSD son formatos de archivo originales por lo que si se desea realizar una modificación en cuanto a diseño es conveniente usarlas de lo contrario solo perdería tiempo y reduciría optimización de trabajo.

### Pregunta 8

¿Establece alguno de los siguientes parámetros para el desarrollo de un proyecto?



**Figura 50.** Resultado de pregunta 8 (Centros de impresión)

### Análisis e Interpretación

Según los resultados se puede deducir que en los parámetros de contratos de proyecto los centros de impresión tienen más claro las regulaciones a seguir pues en cuanto a Costo de proyecto, número de impresiones como el formato y calidad de papel deben estar establecidos como también las fuentes y terminados gráficos con el 100% de selección de los participantes seguido de eso

datos como la fecha de recepción y entrega del trabajo, requerimientos de soportes y tinta con el 83,3% pues de estos datos dependerá la propuesta final al cliente, para concluir con únicamente el 16,7% en cuanto a requerimientos de imágenes originales o de autoría propia para su proceso y producción.

### Pregunta 9

¿Realiza un contrato de impresión con sus clientes (diseñador, empresa, persona natural) para establecer parámetros del proceso productivo del proyecto?

Seleccione una opción  
6 respuestas



**Figura 51.** Resultado de pregunta 9 (Centros de impresión)

### Resultados adicionales

(Si la respuesta es negativa) ¿Tiene alguna alternativa al contrato de diseño como una hoja de pedido de impresión o pedido de trabajo? Escriba cuál es su alternativa:

### **Tabla 13**

#### *Resultados Adicionales de pregunta 9*

<b>N°</b>	<b>Características de resultados</b>
1.	Orden de pedido. Los contratos se realizan con determinados casos o montos considerables
2.	Hoja de recepción de trabajo y un abono del 50%

**Fuente:** Elaboración Propia

**Tabla 13.** Resultado de pregunta 9 (Centros de impresión)

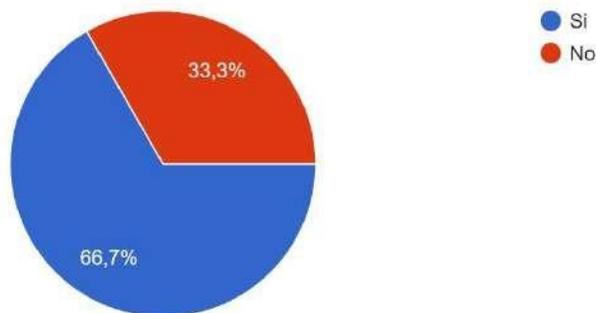
### **Análisis e Interpretación**

Según los resultados de la pregunta 9 en los participantes del estudio de casos con respecto a la realización de contratos de impresión con sus clientes (diseñador, empresa, persona natural) para establecer parámetros del proceso productivo del proyecto el 50% realizan contratos de diseño e impresión es decir únicamente la mitad, en cuanto al 33,3% afirma no realizan ningún contrato finalmente el 16,7% solo realiza contratos de impresión, en la sección de respuestas adicionales estipularon la Orden de pedido y determinaron que estos se realizan con determinados casos o montos considerables y una hoja de recepción de pedido en el cual se debe abonar el 50%, lo cual es considerable preventivo.

### **Pregunta 10**

¿Renombra los archivos recibidos asignándoles una codificación para manejar un orden?

Seleccione una opción  
6 respuestas



**Figura 52.** Resultado pregunta 10 (Centros de impresión)

### Respuestas adicionales

¿Por qué? ¿En qué circunstancias?

**Tabla 14**

*Resultados Adicionales de pregunta 10*

Nº	Características de resultados
	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Por llevar un orden y registro</li><li>2. Basado en el tipo de proceso de impresión a realizar</li><li>3. Con el nombre del cliente</li><li>4. Para que no se mezclen los archivos</li></ol>

**Fuente:** Elaboración Propia

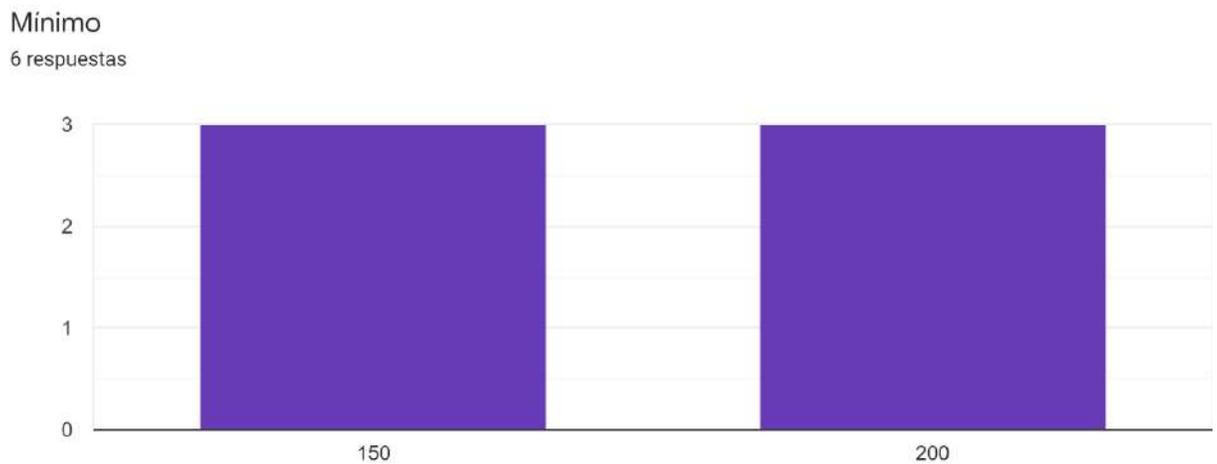
**Tabla 14.** Resultado pregunta 10 (Centros de impresión)

## Análisis e Interpretación

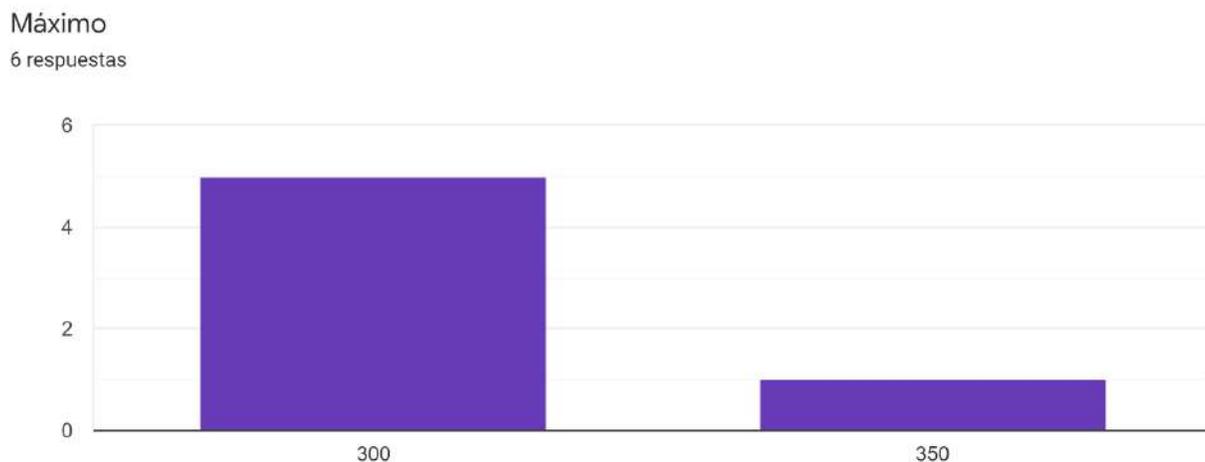
Según el análisis de contenido de las respuestas en centros de impresión se puede deducir que en cuanto a si renombran los archivos recibidos asignándoles una codificación para manejar un orden el 66,7% lo hacen de manera regular y el 33,3% determinan que no lo hacen, con respecto a las pruebas adicionales se menciona que lo hacen por llevar un orden de registro, se renombra en base a el tipo de proceso de impresión que se va a realizar, selo renombra también con el nombre del cliente y con la finalidad de que no exista confusión al tener varios archivos del mismo tipo en una carpeta.

### Pregunta 11

¿Cuál es la resolución mínima y máxima con la que imprime las imágenes?



**Figura 53.** Resultado pregunta 11 (Centros de impresión)



**Figura 54.** Resultado pregunta 11 parte 2 (Centros de impresión)

### **Análisis e Interpretación**

En los resultados de la pregunta 11 se puede concluir que en respecto a resolución mínima y máxima con la que imprime las imágenes existe ambigüedad en cuanto al mínimo pues entre las más votadas estaba los 150 y 200 en valores ambos con 50% pues bien el mínimo es recomendable trabajarlo en 210, en lo que respecta a resolución máxima 300 con un 83,3% de selección y solo el 16,7% en 350 pues lo óptimo sería trabajarlo en 300 con lo que se deduce que este conocimiento debería ser unificado dado que los valores determinan la calidad del producto final.

### **Pregunta 12**

El tratamiento que se da en imágenes para su tamaño en el arte de impresión, implica solicitar o aplicar:

Seleccione una opción

6 respuestas



**Figura 55.** Resultado pregunta 12 (Centros de Impresión)

### **Análisis e Interpretación**

Según el resultado se puede deducir que en cuanto al tratamiento de archivos en la edición de la imagen para corrección y preparación pre impresión el 83,3% lo realiza de manera normal mientras que únicamente el 16,7% solicita el tamaño de origen para luego enmascáralo sin pasarlo por ningún software de edición previo la impresión lo cual no sería lo ideal pues estos valores no siempre están trabajados para su máxima calidad y siempre es necesario hacer una verificación con un software de edición.

### **Pregunta 13**

Utiliza fuentes tipográficas como:



**Figura 56.** Resultado pregunta 13 (Centros de impresión)

### **Análisis e Interpretación**

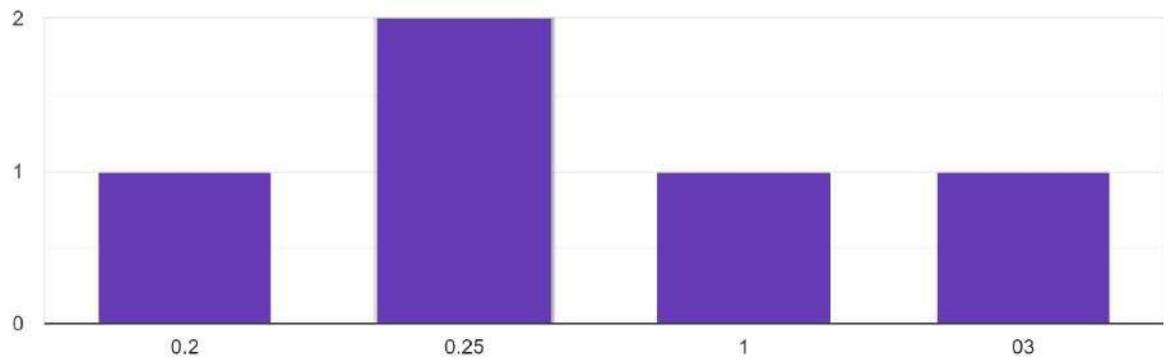
Según el análisis de los resultados de los participantes del estudio de casos un 50% regularmente utilizan las tipografías ya expandidas es decir transformadas a curvas para que no existan errores al momento de impresión, luego las True Type con el 33,3% de igual manera que la opción que es indiferente pues usa cualquiera con 33,3 y se finalizan con las Open Type con 16,7% y la selección de todas las anteriores con 16,7% en cuanto a PostScript nadie las utiliza pues bien en este punto es recomendable utilizar Open Type pues estas fuentes tipográficas están compuestas de varios caracteres haciéndola completa y también tiene mayor compatibilidad entre sistemas operativos.

### **Pregunta 14**

¿Cuál es el grosor de trazo o línea mínimo que se pide para impresión?

Unidad de medida en puntos o milímetros:

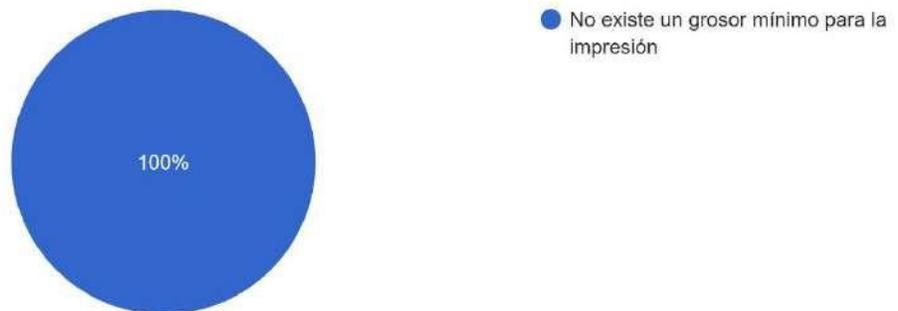
5 respuestas



**Figura 57.** Resultado pregunta 14 (centros de impresión)

### Respuesta adicional

1 respuesta



**Figura 58.** Resultado pregunta 14 parte 2(centros de impresión)

### Análisis e interpretación:

Según el análisis en centros de impresión para el grosor de trazo o línea mínimo que se pide para impresión se puede deducir que únicamente el 40% conoce sobre el tamaño mínimo de impresión pues estos aplicaron por 0,25 lo cual es el tamaño correcto para trabajar en cuanto a

mínimo luego con el 20% de selección están los valores 02,1,03 lo cual conlleva a pensar que se desconoce los tamaños mínimos de trabajo por ello es necesario tener información a mano que brinde apoyo a la industria gráfica, en cuanto a respuestas adicionales se recepto una que afirma que no existe un tamaño mínimo de grosor.

### Pregunta 15

Rellene la información requerida en cuanto a preparación de archivos para impresión.



**Figura 59.** Resultado pregunta 15 (centros de impresión)

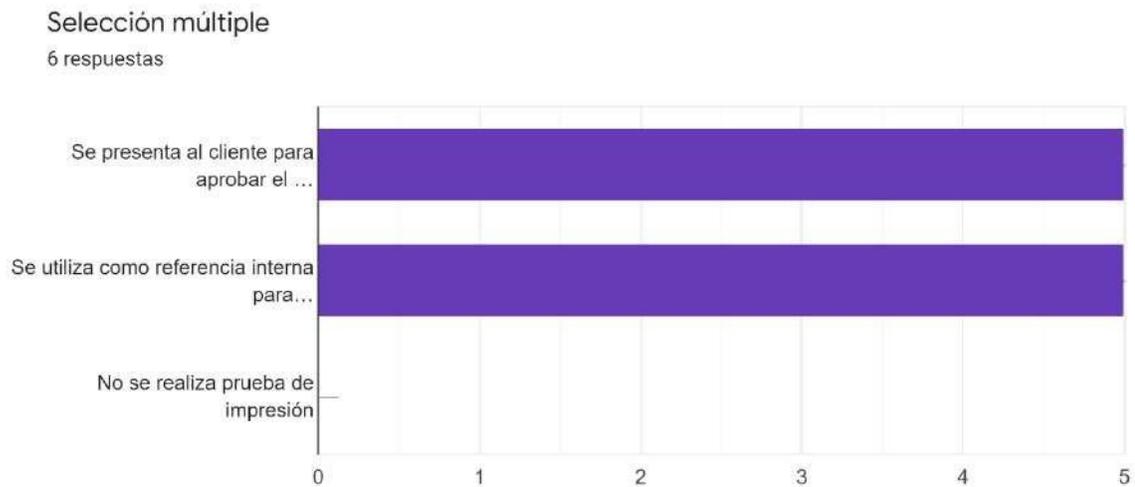
### Análisis e interpretación:

Según los resultados se puede deducir con respecto a la preparación de archivos para impresión que 50% de los participantes realizan un manejo o revisión del trapping antes del envío a impresión al igual que también 50% trabaja con tecnología / lenguaje PostScript para impresión, el 50% afirma trabaja en espacio de color CMYK para proyectos de impresión, así también con un 50% Trabaja en espacio de color RGB para la edición de imágenes previo a transformarlas al sistema CMYK, bien pues el 33,3% afirma utilizan archivos PDF Como el único formato para el envío a impresión, valores que se mantienen con respecto las marcas de corte, dobléz, barras de calibración, barra de matiz y marca de registro de igual manera con 33,3% de los participantes afirman que se gestiona el color con perfiles ICC. (Consortio Internacional De Colores),

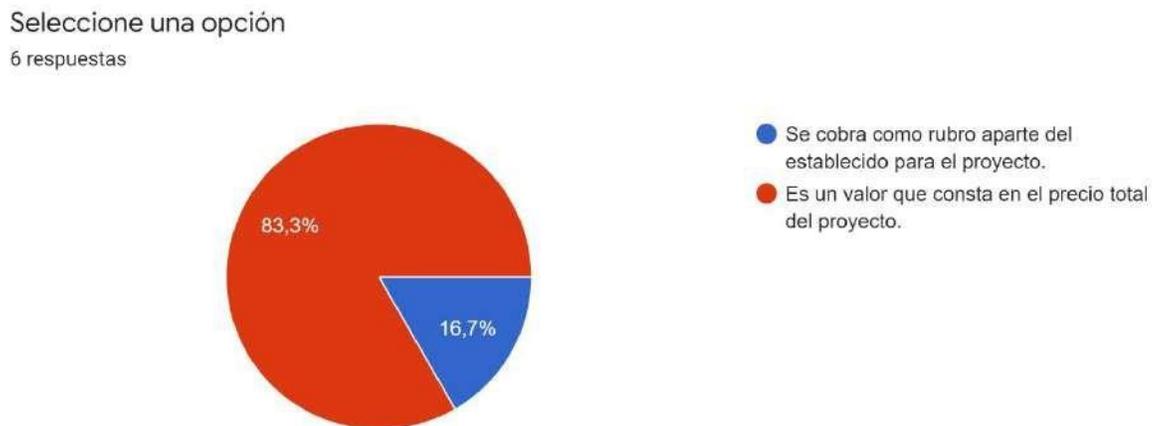
únicamente el 16,7% solicita que los archivos recibidos ya lleguen con líneas de corte y un sangrado de 5mm de sangrado en el arte para impresión (diseño), para evitar fallos en el momento del guillotinado, para finalizar nadie utiliza Acrobat Profesional como gestor de archivos.

### Pregunta 16

¿En la etapa de pre prensa se realiza pruebas de color o preimpresión?



**Figura 60.** Resultado pregunta 16 (Centros de Impresión)



**Figura 61.** Resultado pregunta 16 parte 2 (Centros de Impresión)

## Análisis e interpretación:

Según el análisis de resultados con respecto a pruebas de color en la etapa de pre prensa el 83,3% presenta al cliente para la aprobación lo cual es idóneo una vez terminado la prueba de color se presenta al cliente una muestra para posteriormente su producción, en cuanto al 83,3% afirma que se utiliza como referencia interna para el proceso de impresión todos los participantes realizan pruebas, estas deben tener un origen pues el 83,3% afirma que es un valor que ya consta en el total del proyecto y solamente el 16,7% dice que lo cobra aparte del monto establecido para el proyecto.

### Pregunta 17

Rellene la información requerida en cuanto a suministros y procesos de impresión.

¿Qué marca de tintas utiliza?

**Tabla 15**

*Resultados Adicionales de pregunta 17*

Nº	Características de resultados
1.	XEROX
2.	FLOW INK,
3.	XC,
4.	CANON.
5.	ECONOPRINT
6.	varios
7.	Desconoce

**Fuente:** Elaboración Propia

**Tabla 15.** Resultado pregunta 17(Centros de Impresión)

### **Análisis e interpretación:**

Según los resultados en centros de impresión con respecto a suministros y procesos de impresión en las marcas de tintas que se utilizan comúnmente la selección de resultados fueron por Xerox como la más utilizada seguido de Canon , Flow Ink XC, Econoprint respectivamente, adicional a esto se agregó varios pues se puede deducir que no toma en cuenta los nombres de marcas al momento de adquisición de tintas pues no le es relevante al participante, se puede concluir con que la marcas de tintas marcan una diferencia muchas veces por su tipo de composición suelen variar, es necesario a considerar porque es la que definirá la precisión y calidad del producto final.

### **Pregunta 18**

¿Qué marcas, gramaje y tipos de papel utiliza?

**Tabla 16**

*Resultados Adicionales de pregunta 18*

<b>N.º</b>	<b>Características de resultados</b>
1.	toda la variedad. Arclad. Ritrama. Etc.
2.	90-300 gramos. MARFILIZA, COUCHE, BOND, PLEGABLE
3.	Arclad • Adhesivo • Bond • Plegable • otros
4.	150 a 300g
5.	Couche, bond, craft, cartulina, químico, en 75,90,120,200,250,300 gr

**Fuente:** Elaboración Propia

**Tabla 16.** Resultado pregunta 16(Centros de Impresión)

### **Análisis e interpretación:**

Según resultados se puede deducir en cuanto a marcas, gramaje y tipos de papel se utiliza en centros de impresión hay variedad de respuestas pero la más mencionada es Arclad , Ritrama en lo que respecta marcas, respecto tipos de papel se mencionan varios entre los cuales el más conocido es el Bond seguido de Couche, plegable, craft ,cartulina y adhesivo entre otros, respecto a gramajes más comunes entre los participantes es 300gr en descendiente hasta los 75gr, con lo cual se puede concluir en que realmente no se toma mucho en cuenta los materiales a trabajar pero existen determinados materiales de marcas útiles que brindan buena calidad.

### **Pregunta 19**

¿Qué angulatura maneja para la impresión de la cuatricromía (CMYK)?

**Tabla 17**

*Resultados Adicionales de pregunta 19*

<b>Nº</b>	<b>Características de resultados</b>
1.	45 60 90 0
2.	VARIAS
3.	No Aplica
4.	Depende

**Fuente:** Elaboración Propia

**Tabla 17.** Resultado pregunta 19(Centros de Impresión)

### **Análisis e interpretación:**

Según los resultados de la pregunta 19 en centros de impresión se puede deducir en cuanto a la angulatura maneja para la impresión de la cuatricromía (CMYK) los siguientes resultados 45

60 90 0 como selección de 1 participante otros no la aplican o desconocen la angulatura de trabajo pues bien la angulatura recomendada es magenta 75°, negro 45° cian 15° amarillo 0°, esto se hace para los colores no interfieran entre ellos y se llegue a los colores más similares.

**Pregunta 20**

¿Cuál es el porcentaje de cobertura máxima de color (Cuatricromía), que realiza en una impresión?

**Tabla 18**

*Resultados Adicionales de pregunta 19*

N°	Características de resultados
1.	entre 60% y 90 %
2.	50%
3.	90%
4.	Depende

**Fuente:** Elaboración Propia

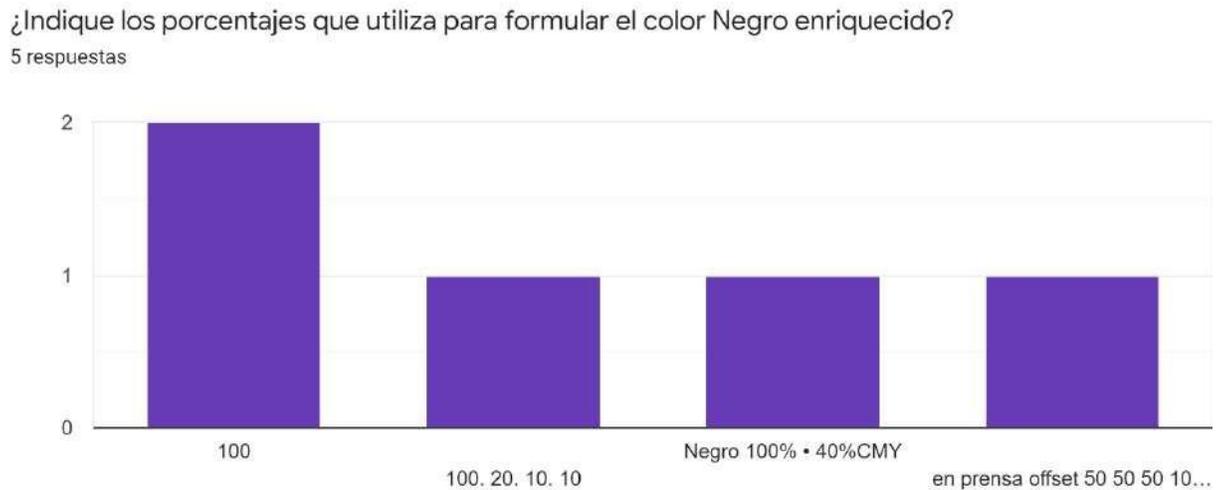
**Tabla 18.** Resultado pregunta 20(Centros de Impresión)

**Análisis e interpretación:**

Según los resultados en cuanto a el porcentaje de cobertura máxima de color (Cuatricromía), que realiza en una impresión se estipularon entre 60 y 90% luego el 50% como cobertura máxima otro participante menciona el 90% de color y finalmente la opción de seleccionada pues se puede decidir que no existe unidad en cuanto a los resultados pues en si el máximo de cobertura teóricamente es 400% es decir el porcentaje total de la cuatricromía dependiendo mucho del papel normalmente las impresoras vienen preconfiguradas por lo cual los porcentajes son automáticos pero se puede comprobarlos, esta configuración en general va hasta valores de 240% a 260% para el papel más delgado como ejemplo el papel periódico debido a su porosidad y resistencia.

## Pregunta 21

¿Indique los porcentajes que utiliza para formular el color Negro enriquecido?



**Figura 62.** Resultado pregunta 21 (Centros de Impresión)

### Análisis e interpretación:

Según la encuesta de centros de impresión se puede deducir con respecto a los porcentajes que utiliza para formular el color Negro enriquecido, pues según las respuestas de los participantes 2 afirman que se utiliza 100% negro otro lo realiza con porcentajes adicionales es decir 100% de color negro 20% cian 10% magenta y 10% amarillo lo cual es buena opción en cuanto a la solución al gris seguido con otros valores numéricos de 100% negro y 40% de los otros colores siendo esta la que agrega más intensidad a la misma, es importante recordar que esto se debe hacer sobre soportes al menos con un mínimo de 5mm debido al entintado pues podría malograr el producto, finalmente se uno de los participantes agregó estos valores numéricos en prensa offset 50% 50% 50% 100% en digital según el perfil de color un básico 60% 60% 100% que conlleva a un mayor desperdicio de tinta al momento de realizar el producto pues lo ideal sería 100% en color negro y 40% en las otras por lo que se deduce que existen discrepancias al realizar este proceso y es

necesario dar a conocer los valores que se deben utilizar para mejorar los procesos y por ende la calidad de trabajo a la par que optimiza costos.

### Pregunta 22

Servicios o técnicas complementarias.

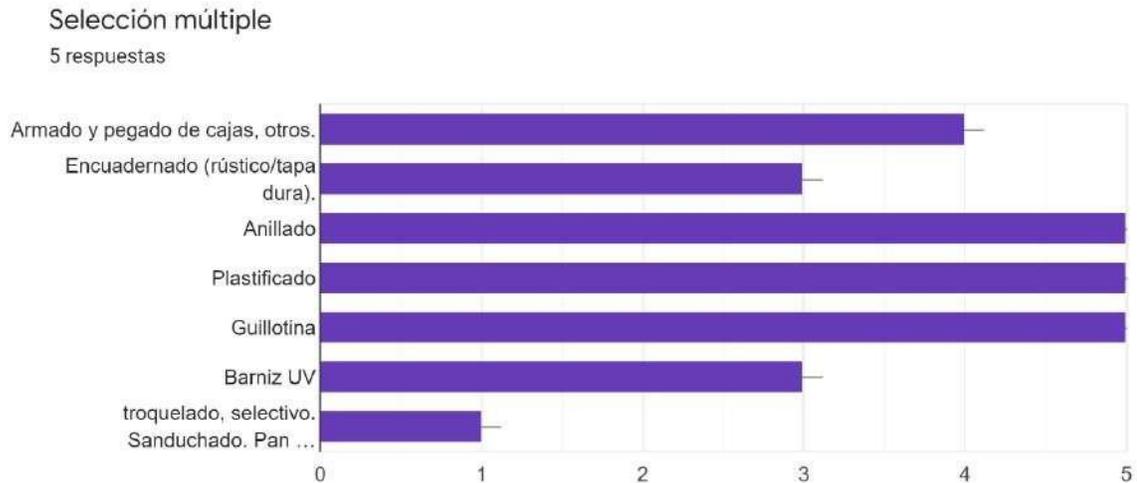


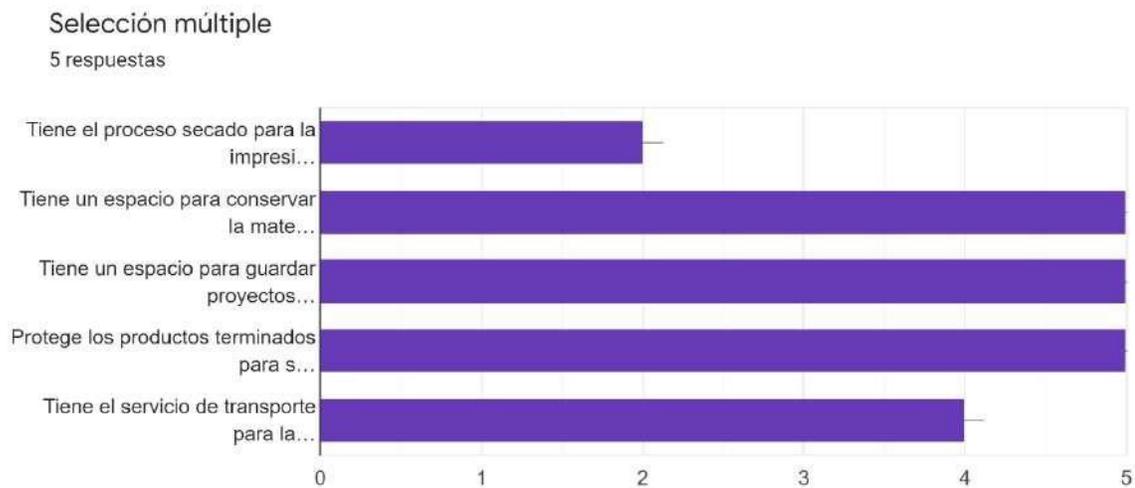
Figura 63. Resultado pregunta 22 (Centros de Impresión)

### Análisis e interpretación:

Según el análisis de resultados se puede concluir que en cuanto a servicios o técnicas complementarias los participantes del estudio de casos todos los participantes afirman que cuentan con guillotina, plastificado y anillado, 80% de los participantes realizan el armado de cajas entre otros, 60% proporciona servicios de encuadernado especial y de barniz UV y para concluir solo el 10% realiza troquelado, selectivo. Sanduchado. Pan de oro y plata, repujados, grapado. Barniz de reserva, numerado, es un punto a favor cada servicio que se implemente por la comodidad y facilidad de los clientes.

### Pregunta 23

Rellene la información requerida en cuanto a PostPrensa, bodega y transporte.



**Figura 64.** Resultado pregunta 23 (Centros de Impresión)

### **Análisis e interpretación:**

En cuanto a la logística después del proceso de post prensa respecto a bodega y transporte los participantes del estudio de casos el 100% Tiene un espacio para conservar la materia prima (Bodega) 100% también tiene un espacio para guardar proyectos terminados (Bodega), en cuanto a si protege los productos terminados para su entrega (Estiba y embalaje) el 100% afirma hacerlo en cuanto a transporte el 80% tiene el servicio de transporte para la entrega o traslado de los productos impresos y para concluir únicamente el 20% tiene el proceso secado para la impresión offset o litografía, varios de estos proceso ayudan con la seguridad de los productos finalizados lo cual agrega un diferenciador de otras por lo que se recomienda tener en consideración todos estos aspectos importantes en la industria gráfica.

### **Interpretación general de resultados**

Gracias a la medición de los resultados se pudo determinar varios puntos y falencias dentro de la industria gráfica debido a que muchos de ellos trabajan generalmente en un ambiente dinámico de trabajo muchas de las veces no toman en cuenta los parámetros de medición sin

considerar en la mayoría de los casos las normas de calidad y estándares internacionales sobre la aplicación y realización del producto tanto en diseñadores, agencias y centros de impresión con lo cual se puede determinar que es necesarias medidas de acción para mejorar este punto.

### **3.1.3 Resultado de las entrevistas**

#### **Entrevista está dirigida a Expertos con experiencia en el campo de Impresión.**

En la presente entrevista se busca identificar y determinar a la impresión con los puntos clave para el desarrollo del proyecto de investigación” **La Publicidad como eje de la concientización en calidad de los procesos del sector de la industria gráfica de Ambato**” para su posterior análisis y su ejecución adecuada.

**Tomando en cuenta que todo producto gráfico debe tener parámetros para su producción o elaboración, ¿considera usted importante la supervisión del proceso de impresión dentro de la industria gráfica, para garantizar la calidad del producto derivado de esta?**

“... claramente es necesario debido a los distintos tipos de procesos siempre es necesario llevar un control puesto que siempre se busca la calidad de servicios y productos en un mercado altamente competitivo.”

**¿Exponga los criterios más relevantes acerca del control de calidad?**

“...Es necesario tener en cuenta las regulaciones existentes, conforme se avanza en la industria surgen nuevos estándares sobre el control de calidad, por ejemplo, existen las INEN y las ISO entre varios otros principalmente para estos controles de calidad...”

**¿Se hace un seguimiento del Flujo de Trabajo de impresión, desde la recepción de artes finales hasta llegar a la producción final y su entrega o despacho?**

“sí se realiza un seguimiento a los proyectos en sus fases de elaboración porque de lo contrario podrían presentarse inconvenientes o podría perder calidad”

**¿Está usted de acuerdo en que los parámetros de calidad deben tomarse en cuenta desde la selección de la materia prima, ya que es importante para las características del producto final?**

“por supuesto cada producto adquirido debe cumplir los estándares de calidad generalmente trabajamos con marcas ya conocidas que previamente probamos para que no existan errores o desfases en los productos”

**Describa que factores toma en cuenta para la adquisición de la materia prima (papel, tintas, etc.)**

“bueno principalmente dependiendo del tipo de material que se vaya a adquirir siempre se hace una comprobación por lo general en cuanto a papelería siempre se verifica por medio de observación los tipos de acabados, en cuanto a tinta principalmente según la composición se puede revisar si es la que se busca”

**¿Considera usted que muchos de los problemas en el proceso de impresión se dan porque no se han tomado en cuenta la respectiva preparación y ajustes de archivo en la etapa de pre prensa? ¿Quién es el responsable en dicho proceso previo a la impresión? ¿Qué acciones sugiere para mejorar el proceso?**

“sí varios aspectos generales de los procesos determinan la calidad en los productos finales, cada acción depende netamente del área de pre prensa generalmente diseñadores que se encarguen de esos procesos, una acción que se recomendaría sería tener más cuidado con cada proceso y sobre todo tener conocimiento de estos procesos previos a la impresión.”

**Dentro del proceso o flujo de trabajo de impresión existen varias acciones y actividades que deben ser realizadas, a continuación, se presentan criterios sobre algunas de esas acciones y actividades, por favor, argumente si son relevantes o la necesidad de tomarlas en cuenta para obtener un resultado de calidad en la impresión:**

- La logística es imprescindible en los procesos de la industria gráfica.  
- “claro es algo que no se puede evitar en el seguimiento.”
- El uso de guías de registro, marcas de corte y áreas de calibración para obtener una impresión de calidad.  
- “son estándares a cumplir si se requiere de un producto de calidad”

- Preparación y ajustes periódico de equipos y maquinaria para proporcionar una impresión de calidad.
  - “siempre se debe hacer una previa preparación para comprobar si funciona correctamente la maquinaria.”
- Calibración de color para obtener una impresión con resultados predecibles, homogéneos y replicables.
  - “en las pruebas de color se suele utilizar la vista previa procesando una prueba sobre una hoja en blanco entonces se verifica si se aplican los tintes correctamente.”
- Necesidad de tener guías o paletas de color como referencia para el cliente y verificación de la fidelidad del color.
  - “siempre es necesario contar con un muestrario donde se le pueda mostrar a los clientes como es el tipo de acabado de los productos, tener muestras a mano siempre ayuda en la decisión de compra de los clientes”
- Comunicación y capacitación adecuada sobre la calidad de los procesos gráficos tanto con el cliente, el diseñador, como con los encargados del proceso de impresión.
  - “por supuesto la comunicación es una necesidad en estos ámbitos pues siempre es necesario comprobar los avances de los proyectos, muchas veces por la falta de tiempo no se realizan capacitaciones sobre todo por la falta de información que existe”

**¿Tomando en cuenta que cada año se salen nuevas máquinas y herramientas para impresión, considera usted importante la implementación o renovación de equipos? ¿Existen dificultades o barreras para hacerlo?**

“una de las principales barreras al momento de la adquisición de nuevo equipo es el factor económico principalmente en estos aspectos se hace periódicamente hasta obtener la financiación adecuada y sobre todo renovar el equipo cada cierto tiempo con una planificación”

**Al momento de realizar un producto gráfico se debe tener en cuenta las fases de control en lo que refiere a calidad para el producto final.**

**¿Está usted de acuerdo en que la implementación de las normas ISO / INEN mejoraría considerablemente la calidad del trabajo y productos gráficos?**

“por supuesto las normas de calidad ayudarían enormemente en el sector de la industria gráfica...”

**¿Está usted de acuerdo en la necesidad y beneficio que tendría el contar con un documento (guía práctica) que detalle las normas de calidad y los aspectos importantes en la impresión, es decir: Pre prensa, Producción y Post prensa? ¿qué factores debería abordar dicho documento**

“Generalmente esta información suele ser dificultosa para encontrarla por lo que si se consideraría dicha guía de gran ayuda para las industrias gráficas.”

**Entrevista está dirigida a Expertos con experiencia en el campo de procesos de calidad.**

En la presente entrevista se busca identificar y determinar los procesos gráficos determinantes para los en función del desarrollo del proyecto de investigación” **La Publicidad como eje de la concientización en calidad de los procesos del sector de la industria gráfica de Ambato**” para su posterior análisis y su ejecución adecuada.

**¿Como considera usted la forma en que se manejan la industria gráfica de la ciudad, si tenemos en cuenta las normas de calidad?**

“considero que no existen normas de calidad a nivel local, ya que existen varios lugares que por entregar trabajos rápidos no se fijan en la calidad, muchas de estas veces la culpa también recae en el diseñador que no se exige la calidad que se espera.”

**¿Considera usted un buen aporte a la concientización sobre la calidad de los procesos, la publicidad realizada a través de redes sociales?**

“claro, siempre cualquier tipo de publicidad que sea para concientizar a diseñadores y clientes sobre los procesos de calidad me parece perfecto.”

**¿Para usted, las personas involucradas directamente en el proceso de impresión (industria gráfica y diseñadores), están calificadas para llevar a cabo dicha actividad y tienen el conocimiento necesario para ofrecer resultados óptimos?**

“considero que localmente mucha gente lo hace medianamente bien o bien pero no de una forma especializada como en Buenos Aires (Argentina) en donde hay departamentos con los que usted puede aprender el trabajo de prensista y los resultados van a ser más óptimos.”

**¿De ser afirmativo, cree usted que el poco conocimiento de los procesos de calidad para preimpresión, impresión y terminados gráficos afecta en el desarrollo de la Industria Gráfica?**

“obviamente va a afectar, porque las personas al no ver calidad expectan menos calidad, consecuentemente la calidad va a bajar y va a afectar el desarrollo de la industria gráfica.”

**¿De qué manera implementaría y concientizaría sobre normas de calidad en las distintas etapas del proceso de impresión, desde el diseño, hasta su entrega al cliente?**

“Considero que se podría concientizar al mismo diseñador sobre como enviar las artes, como mantener calidad del producto otro a la imprenta y como este se entrega, otro al cliente”.

**Al momento de realizar un producto gráfico se debe tener en cuenta las fases de control en lo que refiere a calidad para el producto final.**

“Obviamente al realizar un producto gráfico se debe tomar en cuenta esto por ejemplo en la construcción del color negro se debe tener conciencia de lo que debe hacer como el sustrato en la imprenta para que este color salga bien considerar márgenes entre otros, no solamente tiene la culpa el prensista o otros encargados sino obviamente el diseñador va a tener la culpa”

**¿Está usted de acuerdo en que la implementación de las normas ISO / INEN mejoraría considerablemente la calidad del trabajo y productos gráficos?**

“considero que sí, la implementación de normas, la implementación de algo que le diga al diseñador como hacer las cosas va a ayudar mucho a la calidad de los productos gráficos”

**¿Está usted de acuerdo en la necesidad y beneficio que tendría el contar con un documento (guía práctica) que detalle las normas de calidad y los aspectos importantes en la impresión, es decir: Pre prensa, Producción y Post prensa? ¿qué factores debería abordar dicho documento?**

“sí estoy de acuerdo con la construcción de una guía práctica ya que esto va a ayudar a que el diseñador sepa como enviar un documento y tenga mayor calidad al momento de enviar, calidad de las fotografías, que, distanciado de márgenes en el guillotinado, tipografía a ver que no tenga defectos, etc. pues todo esto ayudaría muchísimo a que la industria gráfica mejore mucho”

## **Entrevista está dirigida a Expertos con experiencia en el campo de publicidad**

En la presente entrevista se busca identificar y determinar la publicidad en los puntos clave para el desarrollo del proyecto de investigación” **La Publicidad como eje de la concientización en calidad de los procesos del sector de la industria gráfica de Ambato**” para su posterior análisis y su ejecución adecuada.

### **¿Cuáles son las ventajas de aplicar una campaña por redes sociales, en comparación a campañas realizadas por medios tradicionales?**

“las campañas digitales tienen una ventaja porque están dirigidas a segmentos específicos todo siempre parte del análisis de a quien quiero llegar y como puedo llegar, entonces los medios digitales muestran una efectividad alta entre el 68% al 78% son más efectivas porque son más directas.”

### **En cuanto al alcance, inmediatez y enfoque hacia un público específico, reducido y disperso, ¿es preferible utilizar las redes sociales para las acciones de una campaña o es mejor una estrategia mixta con otros medios?**

“El alcance de los medios convencionales por medios masivos es mucho más altos, necesito saber a qué público me dirijo, no va a ser lo mismo una campaña para determinado público que a otro por qué el alcance es relativo al segmento de público dependiendo el público se optaría por una estrategia de marketing digital en el cual estaría las redes sociales”

### **¿Qué factores sugiere que deben ser tomados en cuenta para llegar con éxito mediante una campaña de concientización dirigida a dueños de empresas de un sector productivo específico?**

“Concientización significa lograr un cambio en las personas, la primera sugerencia desde la parte experiencial, es tratar de conocer al público objetivo, existen muchas estrategias por ejemplo la matriz explain realizado por una agencia de marketing en México y lo que se hace varia en analizar al público escucharla, analizarla a quien escucha, que sienten que piensan y que objetivos tienen, si el objetivo es concientizar lo que busca a través de estas herramientas es cometer menos errores y ser más eficientes ”

**¿Cree usted que la publicidad de concientización ayude en la difusión y comunicación de los procesos de calidad, partiendo del criterio de que el desconocimiento de estos procesos afecta en el desarrollo de la Industria Gráfica?**

“...la concientización etimológicamente tiene que ver con un proceso de cambio de conducta y comportamiento porque la publicidad siempre busca persuadir... la realización un plan estratégico sería muy efectivo en esta problemática”

**¿Cuáles son las nuevas tendencias o usos más comunes en cuanto a estrategias publicitarias y uso de redes sociales?**

“hay mucha relevancia en la estrategia creativa por que debe cumplir un objetivo, la estrategia emocional y la experiencial es más efectiva por que busca dar experiencias y emociones porque por una conexión emocional sea más fácil llegar al público que a través una conexión racional”

**Interpretación de resultados general de entrevistas:**

Existen diversas técnicas para aplicar en el área pero las más recomendables se hacen en función de la problemática a tratar debido a que cada una se da en la industria gráfica se realizaran en base a la forma efectiva de aplicarlas según su tipo de objetivo, puesto que cada sub área tiene ciertas similitudes estas se toman en consideración para un análisis global en conjunto.

### **3.2 Verificación de hipótesis.**

La hipótesis planteada a través del proyecto es: “Las estrategias publicitarias ayudan en la concientización en la calidad de los procesos de impresión.”

En post del proyecto se realizará la técnica de Burns llamada Triangulación concurrente, para esto es necesario comprender que los datos se analizaran de manera correlacional pues Sampieri menciona lo siguiente con respecto a la triangulación concurrente:

...se utiliza cuando el investigador pretende confirmar o corroborar resultados y efectuar validación cruzada entre datos cuantitativos y cualitativos, así como aprovechar las

ventajas de cada método y minimizar sus debilidades. Puede ocurrir que no se presente la confirmación o corroboración” (Sampieri, 2014)

Se comprende entonces como la correlación que el investigador estipule para la recolección de datos y su análisis, según la investigación puede concurrir la información, las encuestas fueron realizadas por un estudio de casos lo cual conlleva a centrarse en cada uno de ellos con información más puntual pues esta es importante para determinar y verificar la hipótesis en base a la problemática, estas en su mayoría fueron dirigidas a diseñadores y agencias como emisores de información y archivos, por ello se realizó una segunda encuesta para centros de impresión con un enfoque de receptor, en cuanto a las entrevistas hacia expertos estas fueron realizadas de manera eficaz pues la recolección de datos fue enriquecedora, el presente proyecto busca la confirmación de estos datos y brindar una posible solución a través de la publicidad bien pues a continuación se muestran los dato:

**Tabla 19**

*Triangulación concurrente*

CATEGORÍAS	Encuesta dirigida al sector de la industria gráfica (método cuanti-cualitativo)	Entrevista dirigida a expertos del campo (método cualitativo)	Normativas Criterio Técnico de Diseño
ESPACIO DE TRABAJO	Varios diseñadores y agencias no toman en cuenta lo procedimientos de preparación de archivos por desconocimiento y varios tampoco siguen un flujo de trabajo ordenado.	En centros de impresión es imprescindible tener diseñadores que cumplan con las labores establecidas únicamente de diseño como la preparación de archivos pre prensa.	En las últimas décadas se ha venido trabajando en las organizaciones la Calidad Total, desde su concepto hasta su instrumentación. Los procesos de servicio con sus implicaciones y la calidad en el mismo. Hechos que se han venido desarrollando en forma vertiginosa y en escenarios que han llevado a las

El escáner y la cámara fotográfica con herramientas importantes, seguido de los respectivos softwares para gestión de archivos.

Todos los participantes controlan desde el monitor, otros en software de diseño para gestionar y controlar el arte. La preferencia en sistemas de impresión va por la digital y plotter luego offset por sus terminado y es mejor optar por utilizar software de ilustración para el control de color.

No muchos mantienen actualizado el software de diseño por lo que se recomienda hacerlo cada periodo de tiempo. Varios de los participantes prefieren muestrarios digitales para color, tipografía y portafolios solamente muestrarios físicos para tipos de papel.

Los centros de impresión también consideran de gran aporte las cámaras fotográficas y escáner como fuentes de entrada como también el software de edición.

Varios usan el monitor como principal medio de visualización sin embargo no todos lo hacen según el software de edición para visual y dar seguimiento al trabajo.

En la salida de información tienen preferencia por la prensa digital, luego gran formato y offset

Todos están al pendiente de las actualizaciones de software para sus equipos.

En cuanto a muestrarios los participantes prefieren tener en digital los de color, tipografía y portafolios, en físico los muestrarios para tipos de papel y gramaje.

autoras a investigar, de forma continua y sistemática los conceptos, procesos y aplicación de estos modelos, para gerenciar las empresas e instituciones y atender la evolución al inicio del siglo XXI (Vargas, 2007, pág. 9)

La logística reagrupa todos los métodos de organización y de gestión aplicados a la concepción, al funcionamiento y al control del sistema logístico. Trata de la elección de los medios y de los métodos en el dominio de los transportes, de las mantenimientos, del almacenamiento y de la elaboración de las previsiones, planes y programas para el aprovisionamiento, la producción y la distribución., (Arbones,2009, P 4)

La falta de comunicación entre diseñadores e imprentas es el gran eslabón perdido en el proceso de fabricación de un producto impreso, lo que conlleva que los proyectos se reciban en los departamentos de preimpresión sin cumplir una norma establecida, lo que, en ocasiones, hace imposible la correcta reproducción de los mismos. Normalizar el arte final de un proyecto por personal cualificado de preimpresión supone costes extra inesperados en la producción y, en algunos casos, rehacer el trabajo por completo y, en consecuencia, un retraso en la entrega del producto impreso al cliente final. (Pérez, 2016, pág. 12)

Principalmente en servicios de recepción y envío de archivos los diseñadores prefieren usar el email o si es en forma presencial optan por pendrive entre otras plataformas.

Existe discrepancias al enviar archivos originales con la licencia pues por diversos motivos no lo realizan de manera regular. Menos de la mitad de los diseñadores tienen las licencias de uso u originales en cuanto a fuentes tipográficas.

Utilizan formatos de archivo que no son idóneos para trabajar pues muchos comprimen la calidad, el formato PDF es la mejor opción para enviarlos. Las fechas y costes de proyectos en cuanto a contratos de trabajo son los primordiales y se debería tomar en cuenta varios aspectos que cubran todo sobre el proyecto.

Menos de la mitad de los participantes realizan contratos de proyectos de diseño e impresión o ordenes de trabajo y fichas técnicas, y no cuentan con un soporte legal arriesgándose a pérdidas.

En centros de impresión también predomina el email y en físico el pendrive, importante las plataformas de envío de archivos digitales.

En la recepción de archivos originales pocas de las imprentas se aseguran de pedir licencias de uso lo cual conlleva a posibles errores en la impresión.

No suelen tomar en cuenta el uso de licencias y archivos originales.

La selección preferida en formatos de imagen es el JPG, aunque esto comprime datos y pierde calidad luego el EPS, y poco frecuente y deberían utilizar con más frecuencia el TIFF.

En los contratos de impresión se seleccionan varios parámetros lo cual es adecuado, sin embargo, no todos tienen claro lo que deben establecer en los contratos.

Solamente la mitad de los centros de impresión realizan contratos de diseño e impresión y solo pocos mencionaron ordenes de pedido con el 50% de abono para realizar el proyecto.

La investigación en software informático para la industria gráfica siguió avanzando. Proliferaron los programas de tratamiento de imágenes digitales (Photoshop), de ilustración vectorial (Freehand, CorelDraw, Illustrator), y de autoedición (InDesign, Pagemaker, QuarkXpress). Los avances informáticos también generaron la aparición de programas de imposición de páginas digitales. (Blasco, 2017, pág. 22)

primero, el proceso de diseño, donde se genera la idea y la estética gráfica del producto; segundo, el proceso de preimpresión, donde se inicia el proceso industrial verificando archivos y documentación; tercero, el proceso de impresión, donde se realizan las tareas de reproducción gráfica; cuarto, el proceso de postimpresión, donde se realizan las múltiples tareas de acabado y finalización del producto gráfico impreso después de la impresión. (Pozo, 2015, pág. 25)

Viendo con un poco más de detalle el flujo de información y las relaciones online y físicas en la parcela de la producción gráfica, el diseñador y la imprenta pueden tener una relación únicamente online mediante teléfono, fax, chat o e-mail. Sería una excepción en el caso de que se presente una maqueta física, necesaria en ocasiones para visualizar cómo va a ser el producto final, o se realice, por ejemplo, una prueba de color, necesaria para comprobar que la tonalidad del trabajo se imprimirá según lo esperado. (Blasco, 2017, pág. 39)

Según los participantes casi todos renombran los archivos para que no exista confusiones debido a varios tipos de archivos similares, es recomendable usar códigos para diferenciarlos.

Varios participantes no conocen en su mayoría el mínimo para trabajar adecuadamente en resolución por lo y hay discrepancias en cuanto a máximos 300 es la medida general aun así no todos los participantes lo conocen.

Más de la mitad de los participantes realizan una previa preparación de archivos previo la impresión sin embargo otros no lo hacen afectando el producto final.

A varios de los participantes le es indiferente el tipo de fuente tipográfica por que afirman no le afecta al resultado final sin embargo se aconseja utilizar fuentes OpenType por su compatibilidad y comúnmente son completas, o también trabajarlas en curvas.

Varios de los participantes no conocen el tamaño mínimo de

Más de la mitad de los centros de impresión renombran los archivos para evitar confusiones sin embargo varios no lo hacen por falta de tiempo.

Generalmente trabajan entre 150 y 200 de resolución lo que es bueno pero lo recomendable es 210 de mínimo y máximo 300, estos valores son aconsejables para mejor calidad.

La mayor parte de participantes realizan el respectivo tratamiento de archivos previos para su impresión sin embargo no todos lo realizan, arriesgando el producto final.

Solo la mitad de centros de impresión usan tipografías expandidas para imprimir, y casi nadie ocupa fuentes OpenType pese a que están muy completas y son compatibles.

Vivimos inmersos en una trama artística y publicitaria que se nutre directamente de los procesos gráficos, de sus productos y sistemas. En este capítulo, podremos acercarnos al trabajo y productos finales del sector de las artes gráficas desde el punto de vista profesional, para que, además de conocer todo lo que este mundo profesional abarca, también podamos, como profesionales del sector, ver las posibilidades con las que optamos, los diferentes materiales que tenemos a nuestro alcance para trabajar, así como los materiales periféricos y cuál será más conveniente utilizar en cada caso. (Torrez, 2012, pág. 13)

Tan sólo el 8% de la industria gráfica está digitalizada al 100%, por lo que la integración total de la industria gráfica a los sistemas digitales se producirá a largo plazo. Las perspectivas son positivas, ya que las nuevas tendencias de la publicidad y el marketing es colocar imágenes en lugares inconcebibles. (Borrego, 2012, pág. 18)

La preimpresión, como su propio nombre indica (“pre” significa antes), es el proceso que precede a la fase de impresión del producto gráfico. Atendiendo a esta definición, la preimpresión empieza en el mismo momento en que es concebida la idea del diseño gráfico, es decir, antes de abrir cualquier programa informático ya que es la encargada de tomar en consideración todas las variables del proyecto que harán posible que se convierta en un producto tangible. (Blasco, 2017, pág. 62)

grosor de líneas para impresión el cual es 0.25.

Los participantes muestran resultados en los que varios no realizan encuadres, también varios primero trabajan en color RGB para luego transformarlo a CMYK y solo la mitad usa el formato PDF para exportar el arte final, sin embargo, no todos lo hacen.

Según resultados varios participantes presentan sus proyectos a los clientes previos a la impresión sin embargo otros no la realizan arriesgándose a fallos.

En cuanto a las marcas de tinta varios mencionaron Xerox y Epson principalmente, en marcas de papel casi no las conocen, pero logran identificar varios tipos de papel para terminados gráficos.

Pocos participantes conocen realmente el tamaño mínimo de grosor de línea en impresión pues este es 0.25.

Las marcas más conocidas son Xerox y Canon, pese a esto otros lo consideran irrelevante para el resultado final, aunque esto se considera por la composición y determina el producto final.

Arclad es la marca más utilizada por los centros de impresión entre los tipos de papel estos si conocen los más concretos como Bond, Couche, craft, etc.

Un factor importante a tener en cuenta para que en una impresión offset se pueda obtener la calidad deseada es el registro. Este se podría definir como la superposición correcta de un color sobre otro. De ahí que, en los trabajos de impresión comercial, se incluyan guías de registro en el montaje. (Campello, 2012, pág. 29)

Es aconsejable que el cliente, o en su defecto el preimpresor bajo autorización del cliente, aporte prueba de color antes de comenzar la tirada para asemejar el resultado a través de nuestra máquina de impresión. Lo ideal sería que esta prueba se realizase sobre el mismo soporte sobre el cual vamos a realizar nosotros nuestro trabajo, aunque esto es complicado. (Torrez, 2012, pág. 63)

Las normas deben evolucionar regularmente para ajustarse a los requerimientos y necesidades del sector gráfico, por ser la base inexcusable para la correcta gestión de los procesos y la gestión de la calidad. Sin lugar a dudas, todo este trabajo ayuda a canalizar las inquietudes y expectativas del sector, orientando sus actuaciones hacia aspectos de regularización y normalización. (Pozo, 2015, pág. 12)

Lo primero que se debe considerar según las características de la prueba de color y las

<p>Varios de los participantes no tienen en cuenta los procesos que se requieren para que exista un buen manejo de impresión, lo cual significa que la calidad es relativa.</p>	<p>La mayoría, pero no todos presentan pruebas de color al cliente para su aprobación y estos costos de pruebas en su mayoría ya están estipuladas en el proyecto sin embargo no todos lo hacen por lo que se deben tener en cuenta estos aspectos.</p>	<p>indicaciones de la orden de trabajo, es qué maquinaria de las que se poseen, según su sistema de impresión -en seco, tradicional, cuatricromía o hexacromía, etc.- es la más adecuada para conseguir el resultado esperado, en el plazo indicado. (Torrez, 2012, pág. 64)</p>
<p>Casi todos los participantes no conocen sobre la cobertura en procesos de cuatricromía pese a haber trabajado en relación a imprentas.</p>	<p>Ninguno de los participantes conoce las respectivas angulatura que se maneja en impresión.</p>	<p>“... claramente es necesario debido a los distintos tipos de procesos siempre es necesario llevar un control puesto que siempre se busca la calidad de servicios y productos en un mercado altamente competitivo.”</p>
<p>Tampoco como se hace la formulación de negro enriquecido por desconocimiento o falta de información.</p>	<p>Menos de la mitad de los participantes conoce los porcentajes de cobertura máxima de color por falta de información.</p> <p>En la construcción del color Negro Enriquecido no tienen claro que porcentajes utilizar para la formulación.</p> <p>Todos cuentan con servicios de postprensa como anillado plastificado y guillotina unos cuantos hacen armado de cajas y pocos servicios complementarios.</p> <p>La logística forma parte de los centros de impresión todos los participantes tienen un espacio destinado para bodega de materiales y productos además del transponte.</p>	<p>Aunque es la fase final del desarrollo de toda producción gráfica, la postimpresión se debe tener muy en cuenta desde el inicio del diseño. La manipulación del impreso puede conferirle muchos acabados y muy variados, con características diversas y complejas; por eso es muy recomendable que el diseñador consulte con el impresor la viabilidad de su aplicación en cada caso concreto antes de empezar a gestar la idea. (Blasco, 2017, pág. 176)</p>

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla 19.** Triangulación Concurrente

## **Resumen de la verificación de hipótesis**

Se puede concluir que en respecto a la verificación de la hipótesis esta se demostró con los respectivos resultados dado que varios de los expertos también consideran que es una buena manera de proceder ante esta problemática con los pasos concretos se puede dar un soporte a trabajar sobre los resultados mejorando en medida la industria gráfica aplicando las respectivas estrategias publicitarias que motiven a la mejora de calidad en los procesos que deben seguir cada elemento para obtener calidad.

También se ha podido identificar varios procesos que han evolucionado con el tiempo y por medio de la triangulación realizada se pudo comprobar las preferencias en los centros de impresión , agencias y diseñadores independientemente ,por lo que es necesario generar conocimiento y concientización sobre los procesos de impresión para mejorar la calidad de la industria gráfica en general

## **CAPÍTULO IV.**

### **4.CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **4.1 Conclusiones**

Una vez culminado la fase de investigación sobre la Publicidad como eje de la concientización en calidad de los procesos del sector de la industria gráfica de Ambato se puede concluir:

Se ha determinado según los resultados que la situación actual en la industria gráfica presenta varios problemas con los procesos de calidad, puesto que al momento varios centros de impresión, agencias y diseñadores presentan discrepancias en la medición de estos estándares de calidad afectando a largo plazo a la industria en general, muchas veces por desconocimiento debido a la falta de información.

Se ha detectado que estas falencias en cuanto a procesos en medida causan que la calidad de producción baje, por ende también ha permitido plantear oportunidades para las mismas las cuales ayudarían en medida para mejorar la calidad de los procesos, principalmente en la industria gráfica, esta problemática frena su desarrollo por lo que es necesario implementar una campaña social para desarrollar un conjunto de estrategias publicitarias para la concientización en la calidad de los procesos de la industria gráfica de Ambato.

El uso de adecuado de la imprenta se determina por las respectivas normativas de calidad en estos casos se realizan en base a las normas ISO específicamente a las que tratan con calidad de productos y servicios, es necesario la utilización de las mismas para mejorar la situación en las industrias gráficas porque son estándares internacionales además de incentivar a las personas a esperar mejores productos y servicios, en la industria creativa por cuestiones de tiempo muchas veces no dan el suficiente interés por cumplir estas normas de calidad el principal factor es el desconocimiento y la revalorización de estas normativas afectando directamente al producto y la industria.

Actualmente el mercado ha sufrido una baja considerable dada la situación por lo que implementar las normativas es una oportunidad para mejorar y mantenerse en un mercado altamente competitivo.

## 4.2 Recomendaciones

A partir de los resultados y conclusiones del presente proyecto de investigación se determinó que es necesario la implementación de una guía que ayude con la información de interés y mejorar los aspectos de calidad en la industria a través de una campaña social para

Según profesionales de procesos gráficos afirman estar de acuerdo con la construcción de una guía práctica ya que esto va a ayudar a que el diseñador sepa como enviar un documento y tenga mayor calidad al momento de enviar, calidad de las fotografías, que, distanciado de márgenes en el guillotinado, tipografía a ver que no tenga defectos, etc. pues todo esto ayudaría muchísimo a que la industria gráfica mejore mucho.

Por lo cual se ha determinado el uso de estrategias publicitarias para la elaboración de una campaña que ayude a la difusión de información tomando en consideración a la opinión de los expertos la concientización etimológicamente tiene que ver con un proceso de cambio de conducta y comportamiento porque la publicidad siempre busca persuadir la realización un plan estratégico sería muy efectivo en esta problemática.

Los medios ATL y BTL son un eje importante al momento de difundir la información el alcance es relativo al segmento de público en este caso agencias de diseño y centros de impresión se optaría por una estrategia de marketing digital en el cual estaría las redes sociales”

## **CAPÍTULO V.**

### **5. DISEÑO**

#### **5.1 Desarrollo de Propuesta**

##### **5.1.1 Proyecto**

Una vez finalizada la fase de recolección de datos se puede determinar la elaboración de una campaña social en base a la guía metodológica para la implementación de normativas en la industria gráfica en el sector de Ambato.

##### **Título:**

Estrategias publicitarias aplicadas en base a la concientización y guía metodológica para la implementación de normativas de calidad en el sector de la industria gráfica en Ambato.

##### **Beneficiarios:**

Diseñadores gráficos que trabajen en el área de procesos gráficos, agencias publicitarias y creativas y centros de impresión de Ambato.

##### **Localización:**

Ecuador provincia de Tungurahua en el cantón Ambato.

##### **Equipo responsable:**

**Área de Investigación:** Christian Daniel Marfetan Shinin

**Tutor:** PhD. Santamaría Aguirre Jorge Luis

##### **5.1.2 Antecedentes de la Propuesta**

El presente proyecto tiene como base la resolución de las problemáticas suscitadas por el desconocimiento de las normativas de calidad en la industria gráfica, esta propuesta se desarrolla en conjunto con el proyecto "Normativas de control de calidad en los procesos productivos de la industria gráfica de Tungurahua."

Por lo cual la investigación se realiza en conjunto para una mejor obtención y recolección de datos de valor, los cuales serán aplicados en función de mejorar y desarrollar la calidad en los procesos del sector, teniendo esto en claro la mejor opción se determina como las estrategias publicitarias en una campaña social en construcción de una guía de apoyo para diseñadores, agencias y los centros de impresión.

### **5.1.3 Brief**

Con la integración de las normas de calidad es muy importante tener en claro que en diseñadores, agencias y centros de impresión utilizan mayormente medios digitales para optimizar trabajo con lo cual aplicar herramientas en función de estos medios es imprescindible pues aplicarlos daría resultados positivos.

Estas herramientas principalmente están conformadas de estrategias publicitarias las cuales ayudan en la difusión de contenido hacia los públicos, según el estudio de casos se estipularon que varios de ellos principalmente no cumplen con los estándares internacionales por lo cual se considera fortificar estos conocimientos mediante plataformas digitales.

El presente proyecto pretende la elaboración de una guía de apoyo para la utilización de normativas internacionales de calidad para priorizar el crecimiento de la industria gráfica en diseñadores, agencias y centros de impresión, se busca entregar un valioso aporte donde puedan enriquecerse de información y concejos orientados a mejorar la calidad en los procesos que se deben cumplir para las distintas fases de elaboración de un producto gráfico.

### **5.1.4 Análisis situacional**

Con la creciente expansión de las industrias gráficas van surgiendo problemáticas que a medida afectan a todo su entorno, varios centros de impresión, agencias y diseñadores cada vez se enfrentan a un mercado competitivo que crece exponencialmente, por consiguiente, tener algo que los diferencie es vital, en este caso las normas de calidad son un diferenciador debido a que no son conocidas. Según la opinión de expertos en procesos de calidad varios de estos sectores desconocen o a su vez desvalorizan el potencial de estas normas internacionales como son las ISO,

es considerable aplicar las estrategias para incentivar al público objetivo a implementarlas a través de medios digitales.

### **5.1.5 Análisis Situacional (FODA)**

El presente proyecto de investigación se ha trabajado en conjunto del proyecto “Normativas de control de calidad en los procesos productivos de la industria gráfica de Tungurahua” por lo que los resultados benefician a la investigación, mismos que se han analizado y estructurado en post de la mejora de calidad en el sector de la industria gráfica, las más idóneas para el proyecto son Amenazas y oportunidades estas fueron referenciadas del proyecto en conjunto.

#### **Fortalezas**

- En los centros de impresión tienen personal especializado en diseño para el trabajo creativo y de preimpresión.
- Diseñadores, agencias y Centros de impresión poseen cámaras, software y herramientas de diseño para la edición de imágenes ilustración y maquetación.
- Existe gran variedad en los servicios que se ofrecen en la industria gráfica.
- Los centros de impresión diseñadores y agencias se preocupan por mantener actualizado el software de diseño.
- Al momento de la contratación de servicios
- Factores clave como: Fecha de recepción y entrega del trabajo, Costo del proyecto, Número de impresiones, Formato y calidad del papel, Datos de contacto con el cliente, diseñador o empresa; son aspectos clave de la contratación de proyectos.
- Transferencia digital y transferencia física son alternativas utilizadas para la recepción de archivos.
- El formato JPG se mantiene como el estándar para la recepción de imágenes; también se utiliza el formato EPS.
- Algunos centros implementan otras tecnologías como corte láser, grabado, sublimado, etc.

- Se establece el contrato como una alternativa para proyectos grandes, en su mayoría pueden ser de diseño e impresión. La orden de pago es una alternativa para recepción de proyectos
- La prueba de color es cobrada dentro del presupuesto presentado al cliente, siendo obligatorio dentro del proceso.
- Se considera un proceso y uso específico de los sistemas de CMYK y RGB para la preparación de artes de impresión, pero aún no es generalizado.
- Existe una amplia variedad de suministros y materia prima que garantiza un trabajo a todo nivel, pudiendo abarcar diversos tipos de proyectos y soluciones de impresión.
- Hay varios servicios de post prensa que se ofrecen los centros de impresión.
- Las pruebas de impresión se llevan a cabo en centros de impresión garantizando de esa manera el producto.
- En varios de los centros de impresión se toma en consideración los respectivos espacios para el almacenamiento y transportación.

**Resumen:** Diseñadores, agencias y Centros de impresión se preocupan por mantener un orden de trabajo, por supuesto optan por sistemas digitales y se preocupan por mantenerlos actualizados como también brindan diversos servicios a los clientes.

### **Oportunidades**

- Las empresas de los sectores productivos de la provincia trabajan con diseñadores gráficos y agencias que facilitan el proceso de comunicación con los centros de impresión, pero no es un factor generalizado en las empresas.
- Las empresas priorizan la calidad y características del producto final.
- La diversificación de servicios de impresión y servicios gráficos para abarcar más opciones de proyectos.
- La especialización de servicios requeridos por los sectores productivos de la provincia.
- Las empresas empiezan a tomar conciencia sobre las ventajas de invertir en diseño.
- El sector productivo de la provincia tiene estrecha relación con distintos ámbitos del diseño: calzado, muebles, carrocería y prendas de vestir.

- El sector productivo de la provincia tiene estrecha relación con distintos ámbitos del diseño: calzado, muebles, carrocería y prendas de vestir.

**Resumen:** Tomar una postura activa para ofrecer servicios y no solo esperar que llegue el cliente. Aproximarse a clientes potenciales. El sector puede crecer y especializarse para ofrecer soluciones reales a necesidades prioritarias.

### **Debilidades**

- Existen diseñadores en los centros de impresión que ejercen otras actividades que limitan el diseño en centros de impresión.
- No se lleva a cabo en su totalidad un control con el software y gestión de archivos preimpresión.
- No cuentan con equipo como tabletas digitalizadoras.
- El formato TIFF siendo óptimo para impresión, no es de los más manejados por centros de impresión, agencias y diseñadores.
- No se considera tener control en los respectivos formatos de archivo para trabajar en centros de impresión.
- No se rigen con la exigencia de los permisos o licencias tipográficas.
- Posibilidad de copia y plagio por no proseguir con los respectivas licencias y derechos de autor.
- Existen centros de impresión y diseñadores que no dan el tratamiento necesario a las imágenes.
- El PDF debería ser general para su utilización en la industria gráfica, pero varios no lo hacen.
- En su mayoría desconocen sobre la angulatura para impresión en colores y cobertura máxima de color.

**Resumen:** Existe desconocimiento sobre las normas de calidad o se desvalorizan es decir que las incumplen por falta de información afectando al proyecto gráfico en su calidad.

## **Amenazas**

- Los servicios y publicidad en línea toman fuerza y se posicionan como la principal alternativa.
- Los servicios/proyectos más solicitados son los relacionados a productos gráficos desechables y simples.
- Un alto porcentaje de empresas desconoce sobre el contrato de diseño como garantía para el producto impreso.
- La crisis económica contrae el mercado y se hacen lentos los procesos de venta y la rotación de los productos.
- Las empresas priorizan tiempos de entrega cortos y bajo coste del servicio.
- Servicios gráficos provenientes de empresas foráneas que saturan el mercado.
- La conciencia ecológica influye en la decisión sobre el uso de material impreso.
- Muchos medios y estrategias de comunicación han migrado a soportes físicos.
- Muchas empresas no son conscientes del potencial del sector de la impresión.
- La tecnología avanza a una velocidad que impide actualizaciones de equipos de gran tamaño en tiempos cortos.
- Estrategias de costo para ganar mercado por sobre las estrategias de diferenciación.
- Desconexión entre el cliente diseñador y el centro de impresión. Falta de comunicación.

**Resumen:** El sector de la industria gráfica debe buscar nuevas estrategias que le permitan un crecimiento en el mercado con diseñadores y agencias.

### **5.2 Diseño del producto prototipo**

Según los criterios de expertos y en base al proyecto de investigación surgen estas necesidades, aplicadas al público objetivo con la finalidad de mejorar considerablemente la calidad en el sector de la industria gráfica.

La nueva normalidad ha desencadenado que varios cambien su modalidad de trabajo adoptando en su mayoría sistemas digitales por lo que las plataformas y medios masivos son los más idóneos para difundir el contenido.

## **Objetivo general**

Determinar estrategias de concientización sobre calidad en los procesos en función de aportar al desarrollo de la industria gráfica en la ciudad de Ambato.

## **Objetivos específicos**

- Determinar estrategias publicitarias para generar una conciencia sobre la calidad en diseñadores agencias y centros de impresión.
- Difundir la guía, mediante plataformas virtuales a través de medios ATL .
- Generar contenido visual mediante el uso del diseño gráfico para informar acerca de los procesos gráficos para concientizar a través de redes sociales.

## **Eje rector**

### **Reorientación, Calidad**

Las campañas se deberán hacer en función de la reorientación de la industria gráfica, para adaptarse continuamente al mercado con un enfoque en calidad y conlleva a buscar nuevos nichos de mercado, estrategias en función de las debilidades y tener conciencia sobre los procesos y flujo de trabajo para garantizar la calidad es decir un cambio de filosofía.

## **Estrategia**

La finalidad principal del proyecto es generar experiencias basadas en las estrategias publicitarias, por consiguiente, la atención de diseñadores, agencias y centros de impresión para orientarlos a la búsqueda y desarrollo de la industria principalmente en los procesos de calidad los cuales son estipulados por organizaciones internacionales y aumentara la calidad del producto.

**Memoria técnica**  
**Acciones y tácticas**

**Objetivo 1:** Determinar estrategias publicitarias para generar una conciencia sobre la calidad en diseñadores agencias y centros de impresión.

**Tabla 20**

*Acciones y tácticas objetivo 1*

<b>Problemática Estratégica</b>	<b>Directriz de la estrategia</b>	<b>Proceso de la estratégica</b>	<b>Recursos</b>	<b>Objetivo Estratégico</b>
Establecer una identidad e incentivar a diseñadores, agencias y centros de impresión a tomar en cuenta procesos de calidad.	Informar al público acerca de los procesos de calidad en la industria grafica	Diseño de identificador visual y normas de uso	Equipos tecnológicos Softwares de ilustración.	Generar el reconocimiento a través del desarrollo de una identidad.

**Fuente:** Elaboración Propia

**Tabla 20.** Estrategias objetivo 1

**Objetivo 2:** Difundir la guía, mediante plataformas virtuales a través de medios ATL.

**Tabla 21**

*Acciones y tácticas objetivo 2*

<b>Problemática Estratégica</b>	<b>Directriz de la estrategia</b>	<b>Proceso de la estratégica</b>	<b>Recursos</b>	<b>Objetivo Estratégico</b>
Impulsar a diseñadores, agencias y centros de impresión a mejorar los procesos para tener mejor calidad.	Aplicar estrategias publicitarias a través de contenido informativo.	Difundir el contenido de aporte en medios digitales.	Equipos tecnológicos Plataformas Virtuales	Generar conocimiento a través de contenido digital.

**Fuente:** Elaboración Propia

**Tabla 21.** Estrategias objetivo 2

**Objetivo 3:** Generar contenido visual mediante el uso del diseño gráfico para informar acerca de los procesos gráficos para concientizar a través de redes sociales.

**Tabla 22**

*Acciones y tácticas objetivo 3*

<b>Problemática Estratégica</b>	<b>Directriz de la estrategia</b>	<b>Proceso de la estratégica</b>	<b>Recursos</b>	<b>Objetivo Estratégico</b>
Establecer contenido informativo e instructivo para mejorar la calidad en la industria gráfica.	Aplicar estrategias publicitarias a través de contenido informativo.	Generar contenido informativo a través de una guía.	Equipos tecnológicos Plataformas Virtuales	Impulsar al crecimiento de la industria por medio de una guía digital.

**Fuente:** Elaboración Propia

**Tabla 22.** Estrategias objetivo 3

## Matriz de evaluación estratégica

### Tabla

*Matriz de evaluación estratégica.*

Acciones	Indicadores
Contenidos Digitales	Valorización por redes sociales, numero de interacciones.
Guía Digital	Drive número de vistas
Normativo	Drive número de vistas
Videos instructivos	Numero de reproducciones.

**Fuente:** Elaboración Propia

**Tabla 23.** Matriz de Evaluación

### Plan de Medios-

En el presente proyecto se necesitan varios elementos para la realización de la propuesta en cuanto a materiales se especifican a continuación:

### Memoria técnica de materiales e insumos

Para la ejecución de dicho proyecto se utilizó varios materiales e insumos esenciales para el diseño de la propuesta, los mismos que se especifican a continuación:

#### Materiales

#### Tecnológicos:

- PC
- Tableta digitalizadora
- Memoria Externa
- Software de ilustración

- Software de retoque fotográfico
- Internet.

**Insumos generales:**

- Cuadernos
- Hojas de papel
- Lápiz
- Bocetero

**Recursos Económicos**

Los recursos económicos fueron realizados por parte del investigador

**Tabla**

*Recursos Económicos.*

<b>Recursos</b>	<b>Descripción</b>	<b>Costo</b>
Internet	Pagos mensuales total	80\$
Humano	Alimentación durante la	200\$
Diseño	Guía, y productos gráficos digitales.	300\$
		Total:580\$

**Fuente:** Elaboración Propia.

**Tabla 24.** Recursos económicos.

**Características Técnicas**

Difusión por medios digitales y plataformas.

- Facebook

- Instagram

### **Desarrollo creativo**

El proceso de naming y eslogan de la campaña se realizó en función de un proceso de selección y filtro según el público objetivo principalmente, enfocado en transmitir los valores que se mantienen en la elaboración de un arte y con el enfoque de calidad.

### **Nombre de la campaña**

En el presente proyecto se idealiza la campaña como “ARTE DE CALIDAD” que busca como objetivo impulsar a los diseñadores, agencias y centros de impresión a tener en cuenta estos procesos de calidad para obtener un plus en un mercado competitivo, con lo que se le daría un impulso a la industria gráfica, además de eso se reforzaría manteniendo el mismo nombre en la guía.

### **Construcción de identificador para la guía - campaña.**

#### **Significado del identificador**

La construcción del identificador se basa fundamentalmente en representar los procesos de impresión por lo que se realizan deformaciones en el color para referenciar los encuadres de angulatura y sobreimpresión de tinta, así como los colores de la cuatricromía, también el recuadro que representa la maquetación y sistemas de gestión de archivos.

#### **Digitalización**



**Figura 65.** Digitalización de Identificador

## **Mensajes de la campaña**

En el presente proyecto se trabaja con 2 mensajes principales que basan su concepto en la calidad y los estándares de regulación por lo que también tiene el objetivo incentivar a diseñadores, agencias y centros de impresión a informarse sobre estas normativas para mejorar la calidad en sus respectivos lugares de trabajo, los mensajes que se seleccionaron están basados en Objetivo principal y son los siguientes:

- ¡Seamos Calidad!
- En búsqueda de la excelencia.

## **Tono y Estilo**

En cuanto al tono y estilo principalmente lo que se busca con la campaña es invitar a los diseñadores agencias y centros de impresión a mejorar por ello se trabajara con principalmente con publicaciones de tono instructivo e informativo.

## **Propuesta de valor**

Existen grandes beneficios en la implementación de las normas de calidad en este sector por lo cual con el proyecto también busca la excelencia en diseñadores, agencias y centros de impresión principalmente disminuir el desconocimiento de las mismas y la desvalorización de estas normas para obtener mayores prestaciones y enfrentar a un mercado caótico altamente competitivo.

## **Piezas Gráficas**



Figura 66. Mockup revista digital

## Guía de Impresión



**Figura 67. Diseño de Portada**



Figura 68. Portadilla



Figura 69. Pagina legal

**INDICE**

<b>Sección 1</b>	<b>4</b>
-Impresión	5
-Industria gráfica	8
-Procesos	11
-Actores	14
<b>Sección 2</b>	<b>18</b>
-Espacio de trabajo y equipos	19
-Recepción de archivos y contratación	28
<b>Sección 3</b>	<b>40</b>
-Manejo y preparación de archivos - pre prensa	41
<b>Sección 4</b>	<b>48</b>
-Impresión y materia prima	49
<b>Sección 5</b>	<b>53</b>
-Postprensa, bodega y transporte	54
<b>Claves para diseñadores</b>	<b>59</b>
<b>Claves para centros de impresión</b>	<b>62</b>

**3**

Figura 70. Índice



Figura 71. Seccion1

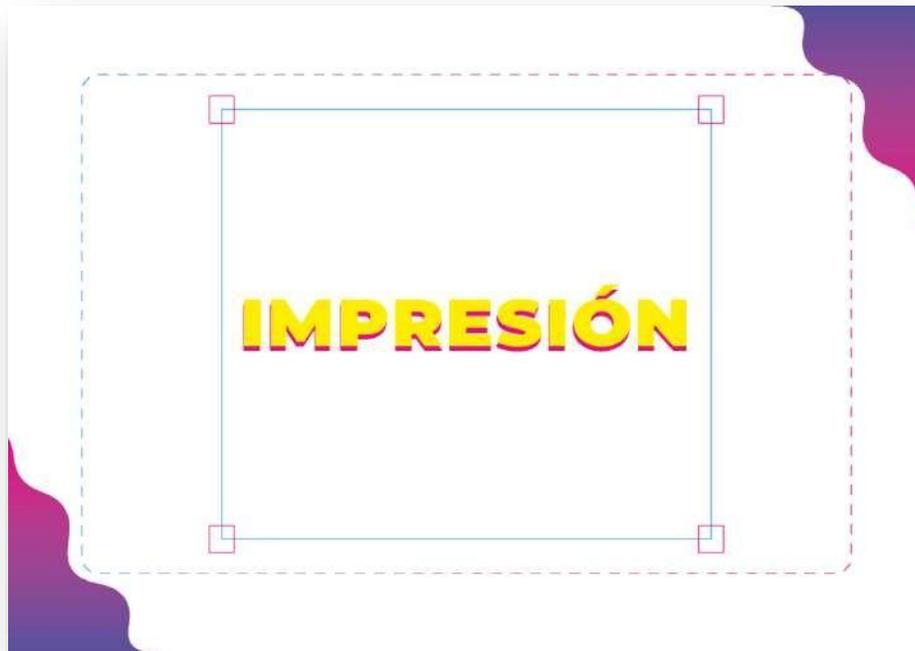


Figura 72. Impresión

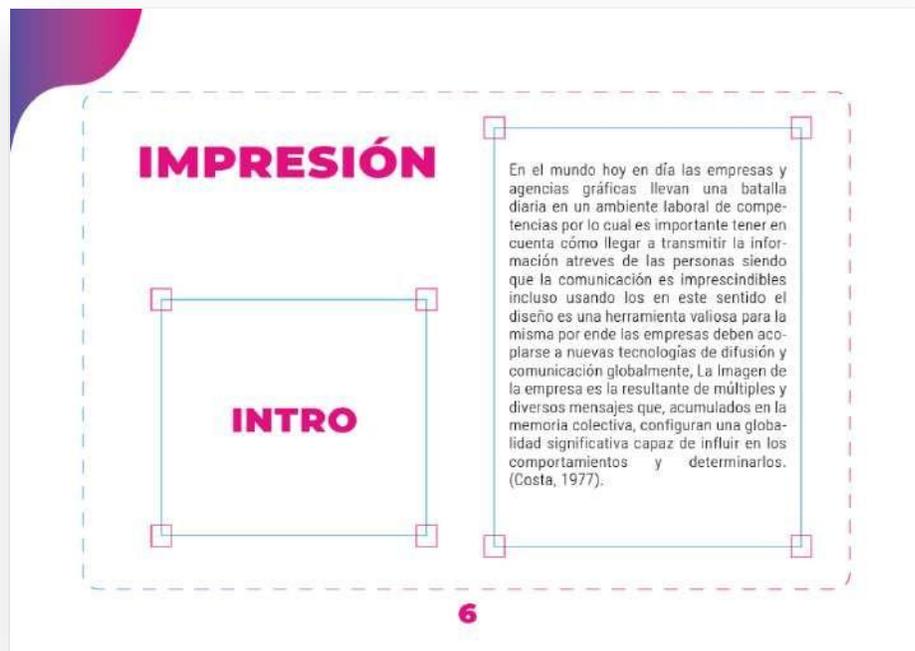


Figura 73. Introducción Impresión



Figura 74. Impresión



Figura 75. Industria Gráfica

**INDUSTRIA GRÁFICA**

**CONCEPTOS FUNDAMENTALES**

ANÁLISIS

La Industria gráfica se ha convertido en uno de los sectores más importantes dentro del desarrollo económico de los países y continentes. El limitado desarrollo de la industria gráfica de la ciudad de Ambato, es causado por la escasa información sobre las técnicas para el proceso los procesos normativos de regularidad aplicados a la calidad tomando en cuenta estos puntos de vista todo se origina debido a una causa que lleva a los diseñadores gráficos a desvalorizar el seguimiento del proceso de producción gráfica y consecuentemente varios efectos que se originan de este problema, unos serán notorias de forma inmediata y otros que seguirán afectando a futuro, así siendo el primer efecto el desperdicio de tiempo, recursos y materiales.

9

Figura 76. Conceptos Fundamentales

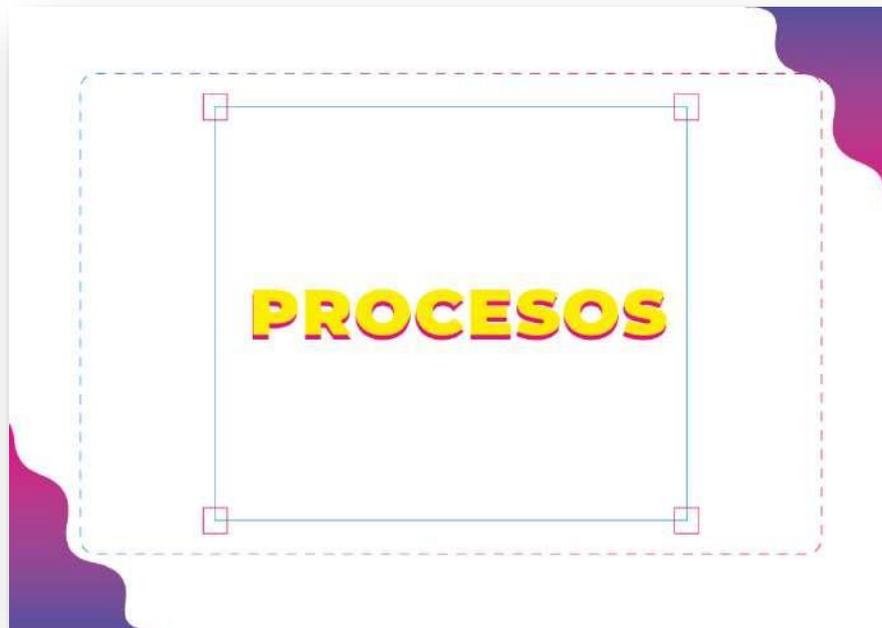
**INDUSTRIA GRÁFICA**

Es aquí donde la industria gráfica y los procesos de calidad han variado en sus servicios y productos, pues los consumidores son la clave determinante y estos a su vez están influenciados por la economía y calidad, pues muchas veces esta producción es realizada bajo procesos sin un control en su flujo de trabajo que atentan contra la calidad y riesgo de una posible pérdida comercial.

Es necesario tener en cuenta cada punto de desarrollo de las mismas con las que se procede pues cada una tiene una diferencia, pero generalmente estas se predeterminan en base a las preferencias de consumidores además estas deberían estar regidas a las normativas en cuanto a productos.

10

Figura 77. Industria gráfica actual



**Figura 78. Procesos**

**PROCESOS**

Cada sector de la industria gráfica estipula un determinado proceso a seguir en cuanto lo que refiere seguimiento logístico de flujo de trabajo para lo cual es necesario tener un especializado en el área muchas veces los diseñadores en su mayoría son capaces de abordar este tema sin perder objetividad en cuanto al producto, pero también muchos lo hacen por simple impericia, por ello es recomendable tener bastos conocimientos sobre el tema.

12

**Figura 79. Análisis de los procesos**

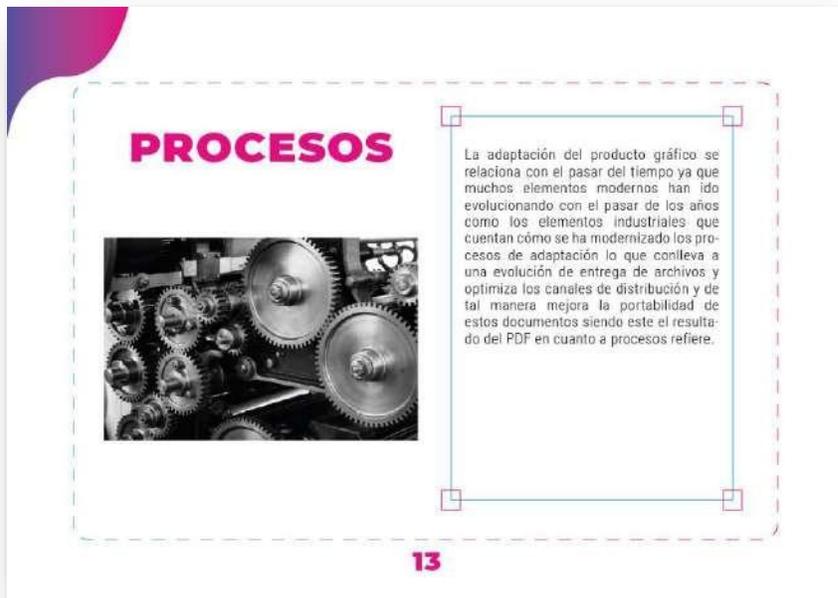


Figura 80. Procesos

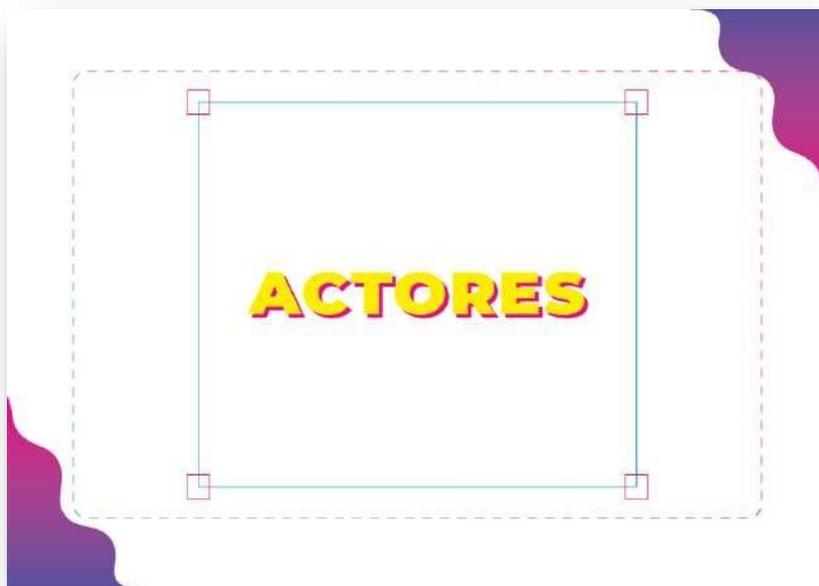


Figura 81. Actores



Figura 82. Actores-Diseñadores



Figura 83. Actores-Centros de Impresión

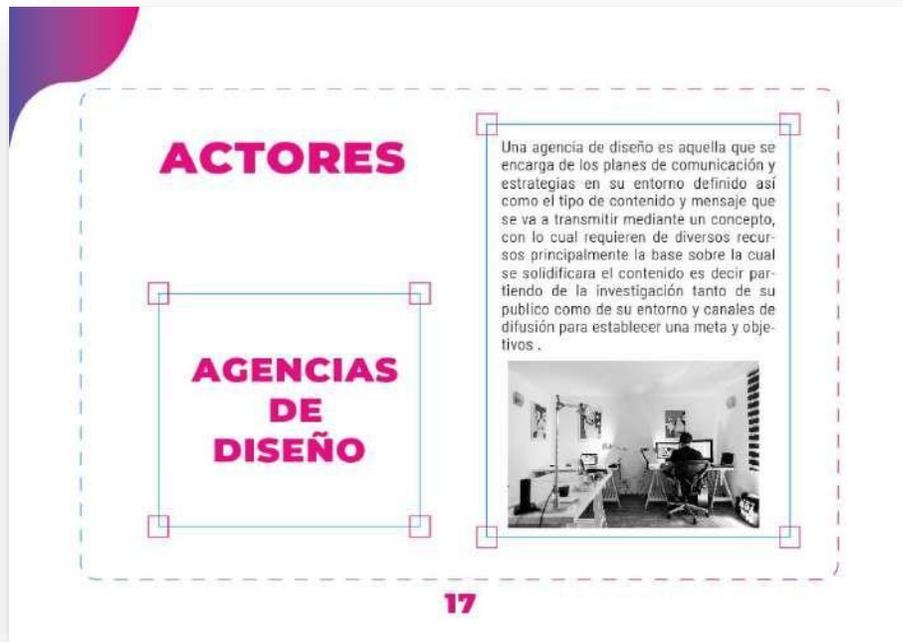


Figura 84. Actores-Agencias de Diseño



Figura 85. Sección 2



Figura 86. Portada Tipografía



Figura 87. Pág.20

**ESPACIOS DE TRABAJO Y EQUIPOS**

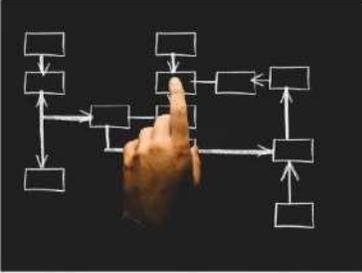


Los equipos son indispensables en la industria pues estos son las herramientas con las que elabora su arte bien pues con ello también facilita y mejora la calidad de los procesos y productos para generar atracción ante las empresas y clientes, en la industria se puede decir es bastante versátil puesto que puede trabajar en gran variedad de empresas y demás organizaciones, principalmente en la industria del diseño se requieren varios elementos que ayuden a concebir las ideas de manera optimizada y a la vez de calidad por ello es recomendable que en cuanto a computadores la velocidad de procesamiento sea un eje para agilizar el proyecto y la industria.

**21**

Figura 88. Pág.21

**ESPACIOS DE TRABAJO Y EQUIPOS**



Debido a la situación actual una solución podría ser el control en centros de impresión con los empleados por lo cual es óptimo trabajar en base a los recursos como se efectuara de manera presencial, una alternativa ante situaciones de riesgo como se da en la actualidad por lo cual se debe designar los espacios de trabajo óptimos para la empresa tomando en cuenta todos los aspectos como también considerar el teletrabajo.

**22**

Figura 89. Pág.22

## ESPACIOS DE TRABAJO Y EQUIPOS



Existen varios elementos que ayudan en el flujo de trabajo para la respectiva medición y control, además son imprescindibles a la hora de hacer un seguimiento logístico de producción, por lo que tomar en cuenta los espacios de trabajo es algo fundamental.

Estipular un determinado espacio de trabajo para servicios específicos es vital tomando en cuenta factores como la optimización y comodidad.

**23**

Figura 90. Pág.23

## ESPACIOS DE TRABAJO Y EQUIPOS

Una computadora u ordenador es una máquina electrónica que recibe y procesa datos para convertirlos en información útil. Es una colección de componentes relacionados que pue- de ejecutar con exactitud, rapidez y de acuerdo a lo indicado (por un usuario o automáticamente) una gran variedad de secuencias de instrucciones que son organizadas, sistemati- zadas y transmitidas mediante el lenguaje de programación o código, es decir, por lo que llamamos programas informá- ticos. Blasco Soplon, L. (2017).



**24**

Figura 91. Pág.24

**ESPACIOS DE TRABAJO Y EQUIPOS**

Los monitores deben calibrarse para poder mostrar los colores de forma adecuada. No todos los monitores son iguales ni son capaces de reproducir las imágenes con la misma calidad.

Para su elección se debe tener en cuenta elementos como la resolución, el tamaño del punto, el tamaño de la pantalla o su frecuencia de refresco. La conexión que se suele usar (si no se trata de un portátil o un ordenador con pantalla integrada) es DVI o VGA.

Blasco Soplon, L. (2017).



**25**

Figura 92. Pág.25

**ESPACIOS DE TRABAJO Y EQUIPOS**

En el mundo hoy en día las empresas y agencias gráficas llevan una batalla diaria en un ambiente laboral de competencias por lo cual es importante tener en cuenta cómo llegar a transmitir la información a través de las personas siendo que la comunicación es imprescindible incluso usando los en este sentido el diseño es una herramienta valiosa para la misma por ende las empresas deben acoplarse a nuevas tecnologías de difusión y comunicación globalmente.

La imagen de la empresa es la resultante de múltiples y diversos mensajes que, acumulados en la memoria colectiva, configuran una globalidad significativa capaz de influir en los comportamientos y determinarlos. (Costa, 1977).



**26**

Figura 93. Pág.26



Figura 94. Pág.27



Figura 95. Recepción de archivos y contratación

**RECEPCIÓN DE ARCHIVOS Y CONTRATACIÓN**

Dentro de la industria gráfica es necesario tener el control sobre los proyectos a trabajar por lo cual es de vital importancia para la empresa llevar a cabo un sistema de recolección de datos para los pedidos y ordenes según las especificaciones de los distintos clientes por lo que se debe tener en consideración utilizar un algún método para recepción de proyectos como por ejemplo las hojas de pedido, un sistema digital de pedidos con código entre muchos otros.

La logística toma en consideración varios aspectos de la industria los cuales deben estar planificados en base a la optimización de tiempo y espacio varias empresas hoy en día no toman en cuenta varios de estos aspectos retrasando a largo plazo la evolución de la industria gráfica.



**29**

Figura 96. Pág.29

**RECEPCIÓN DE ARCHIVOS Y CONTRATACIÓN**

La comunicación es un elemento básico para el diseñador generador de la sociabilidad, es a través de ella que el hombre se nutre y preserva su carácter como ser eminente de convivencia, además de promover la solidaridad social y el espíritu cooperativo entre los grupos de interés.



**30**

Figura 97. Pág.30

## RECEPCIÓN DE ARCHIVOS Y CONTRATACIÓN

**JPEG**  
Es un formato de imagen que comprime información por lo que no es recomendable para impresión.

**GIF**  
Principalmente utilizado para web. No se recomienda para impresión por la pérdida de datos.

**PNG**  
Tiene cualidades del JPEG y GIF, comúnmente se lo emplea para fotografía digital ya que tiene mayor calidad que el JPEG.

**TIFF**  
El mejor formato de calidad no comprime la información, por ello el mejor para utilizar en impresión,




**PSD**  
No se recomienda utilizarlo o enviarlo para impresión, excepto si se necesita realizar cambios en la imprenta.

**EPS**  
Es el formato vectorial por excelencia y el más utilizado cuando es necesario realizar un cambio de tamaño ya que respeta al cien por cien la calidad de la imagen.

**AI**  
De igual manera que el PSD este únicamente debería utilizarse si necesita ajustes o cambios.

**PDF**  
Es el mejor formato para Impresión debido a que no permite margen de error y en cuanto a información esta la conserva con exactitud.

**31**

Figura 98. Pág.31

## RECEPCIÓN DE ARCHIVOS Y CONTRATACIÓN

Para poder valorar la calidad del impreso final debe atenderse, en primer lugar, a los acuerdos que se hayan pactado en el presupuesto aprobado y especificado en el encargo del trabajo.

Haber descrito bien las características del trabajo en la petición del presupuesto evitará muchos malentendidos posteriores. Blasco Soplon, L. (2017)

Características especificadas en la contratación:

- Nombre del trabajo
- Tipo de producto
- Formato y páginas
- Sistema de impresión
- Tintas y colores
- Pruebas
- Soporte y sus características
- Acabado
- Número de ejemplares
- Empaquetado
- Entrega



**32**

Figura 99. Pág.32

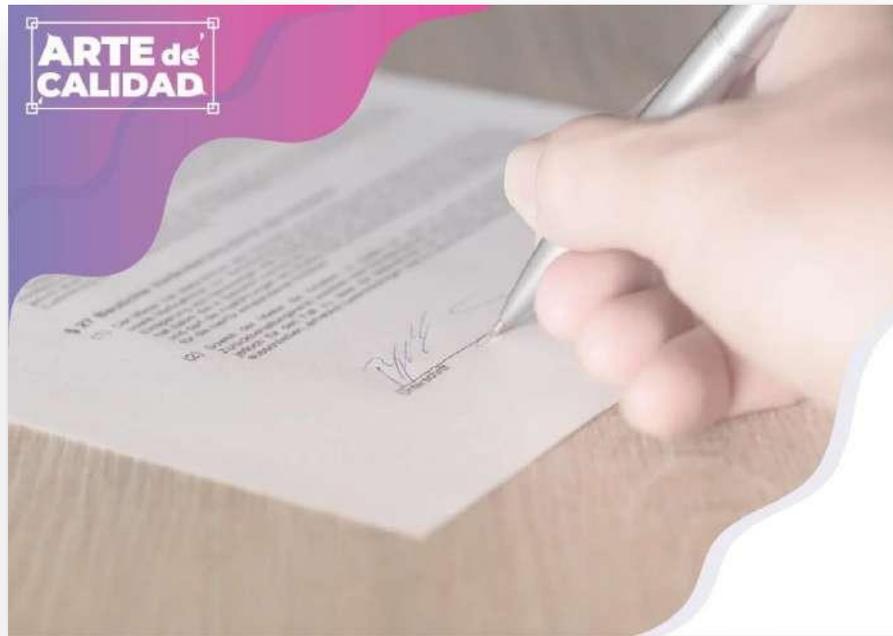


Figura 100. División contratación

**RECEPCIÓN DE ARCHIVOS Y CONTRATACIÓN**



Los tipos de contrato varían de acuerdo a los servicios y productos que cada empresa maneje sin embargo existe estándares para el control y regulación en los proyectos de diseño y aprobación con los clientes pues de lo contrario el riesgo no sería cubierto y en el peor de los casos muy perjudicial para la industria gráfica.

Para un buen control de la gestión, existen numerosas técnicas y herramientas que el lector irá descubriendo, conociendo cómo son sus aplicaciones en actividades reales de planificación.

Las empresas de artes gráficas son cada vez más entes vivos que se organizan y evolucionan en función de objetivos de calidad que afectan a todas las partes implicadas en la organización: directivos, operarios, ayudantes, proveedores, etc.  
Farratell Castro, L. (2014).

**34**

Figura 101. Pág.34



Figura 102. Pág.35



Figura 103. Sección 3



Figura 104. Portada Prerensa



Figura 105. Pág.38

## PRE PRENSA

Hay que tomar en cuenta varios aspectos previos la producción, para ello se determina un flujo de trabajo.

El flujo de trabajo es básicamente el seguimiento de los procesos de manera continua en donde se puede verificar los pasos que llevan la idea a su producción final pues cada paso a seguir realiza distintas tareas que se deben regir a un esquema de trabajo para asegurar un producto gráfico de calidad.

**Flujo de trabajo**

```

graph TD
    A[PROYECTO GRÁFICO] --> B[DISEÑO]
    B --> C[PREIMPRESIÓN]
    C --> D[IMPRESIÓN]
    D --> E[POSTIMPRESIÓN]
    E --> F[PRODUCTO GRÁFICO]
    
```

**39**

Figura 106. Pág.39

## PRE PRENSA

### Maquetación

La maquetación es aquella que se encarga de reunir los elementos y organizarlos de forma metódica para el desarrollo de un proyecto sin fallos, por lo cual esta debe basarse en los sistemas de composición para la editorial especialmente a la hora de la composición de elementos pues estos deberán ir acorde a las tendencias e influencias en el diseño dependiendo de la conclusión del proyecto y el enfoque del público, a pesar de ello existe una estructura base para trabajar inicialmente. Lo ideal es añadir 3 mm de sangre por cada lado del documento, es la distancia que se puede ver entre las líneas rojas y las líneas negras de marca de corte o marcas de registro impresión a sangre).

**40**

Figura 107. Pág.40



Figura 108. División Prerensa

**PRE  
PRENSA**

**Imagen y Color**

En este proceso se utiliza principalmente la cuatricromía el cual es un sistema de colores que principalmente se usan como primarios 3 colores base, estos están compuestos para la creación de otros colores derivados considerados como secundarios, estos colores son considerados como pigmento por su composición, cabe recalcar que en base a estos colores la construcción de un diseño estos valores se deben trabajar en formatos de color apropiados configurados según el software.

**C M**  
**Y K**

**42**

Figura 109. Pág.42



Figura 110. Pág.43



Figura 111. Pág.44

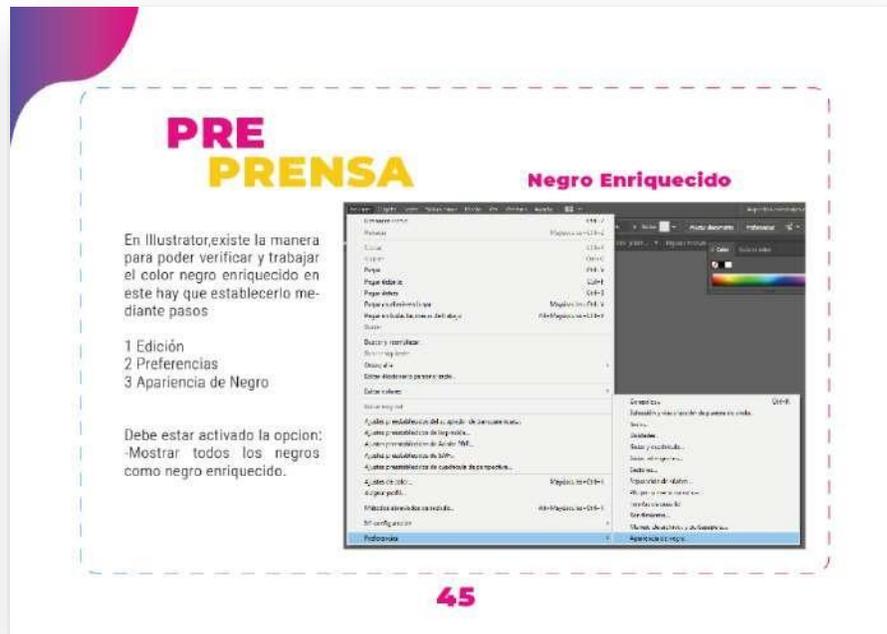


Figura 112. Pág.45



Figura 113. Pág.46



Figura 114. Pág.47



Figura 115. Sección 4



Figura 116. Impresión y materia prima



Figura 117. Pág.50

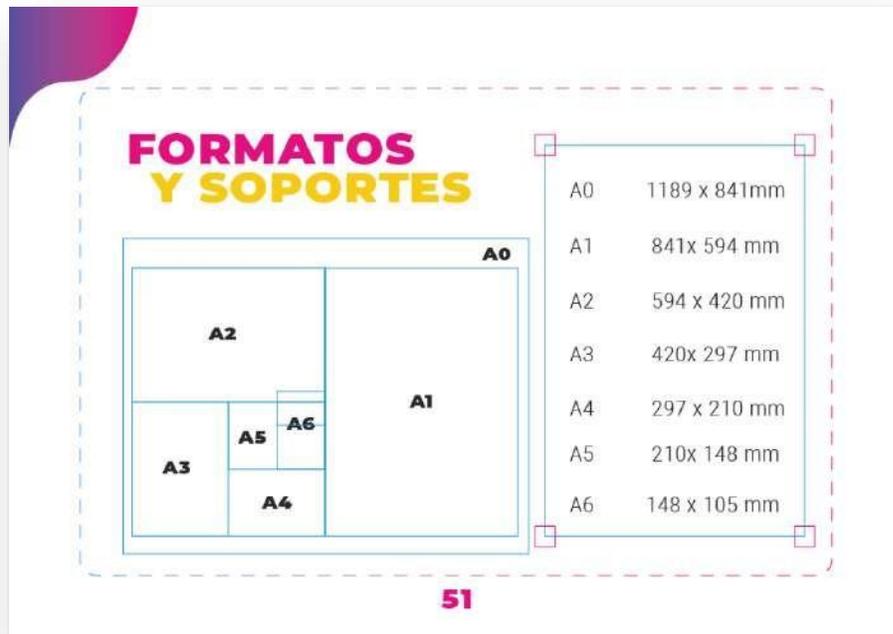


Figura 118. Pág.51



Figura 119. Pág.52



Figura 120. Sección 5



Figura 121. Pág.55

**POST PRENSA**

**Calidad**

Del mismo modo que los procesos de postimpresión se deben tener presentes en la concepción del diseño, también es imprescindible que se contemplen durante todo el proceso de producción: en la preparación de documentos, la imposición, la elección del soporte y el sistema de impresión, etc. Descubrir la inviabilidad de realizar un acabado cuando el material ya está diseñado e impreso puede representar una pérdida económica considerable y un daño irreparable en la imagen del diseñador y la imprenta que conduce al desprestigio ante el cliente final.  
Blasco Soplon, L. (2017).

La calidad está prevista en varios elementos a nuestro alrededor según la RAE (Real Academia de la Lengua Española) define calidad como "Propiedad o conjunto de propiedades inherentes a una cosa, que permiten apreciar/a como igual, mejor o peor que las restantes de su especie" es decir que están ligados a los de su misma índole brindando una mejor presentación de las mismas.



**56**

Figura 122. Pág.56

**POST PRENSA**

**Corte o refine**

Dependerá de las páginas lo más recomendable es utilizar el encolado tradicional, existe diversos métodos de encuadernado y se debe seleccionar el más adecuado según el tipo de producto, entre ellos están:

- Encuadernación en tapa dura
- Encuadernación Americana (encolado)
- Encuadernación Japonesa
- El cosido lateral
- Cuadernillo cosido
- Fasteners y tornillos
- Encuadernación en espiral o canutillo
- Grapado con grapa omega
- Grapado tradicional

**Encuadernado**

Si el producto final tiene pocas páginas lo más recomendable es utilizar el encolado tradicional, existe diversos métodos de encuadernado y se debe seleccionar el más adecuado según el tipo de producto, entre ellos están:

- Encuadernación en tapa dura
- Encuadernación Americana (encolado)
- Encuadernación Japonesa
- El cosido lateral
- Cuadernillo cosido
- Fasteners y tornillos
- Encuadernación en espiral o canutillo
- Grapado con grapa omega
- Grapado tradicional



**57**

Figura 123. Pág.57



Figura 124. Pág.58



Figura 125. Claves para Diseñadores



Figura 126. Tipografía



Figura 127. Pág.61



Figura 128. Pág.62



Figura 129. Pág.63

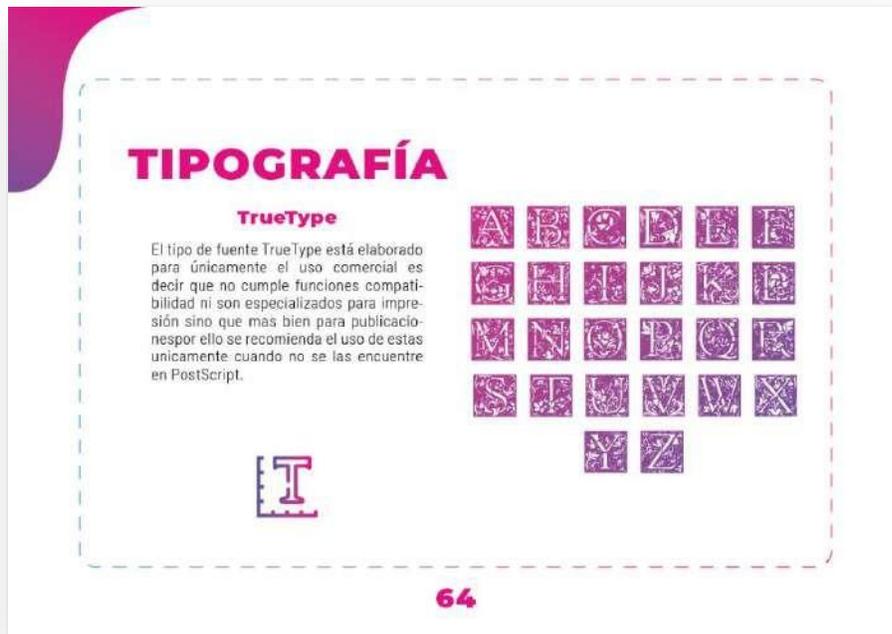


Figura 130. Pág.64

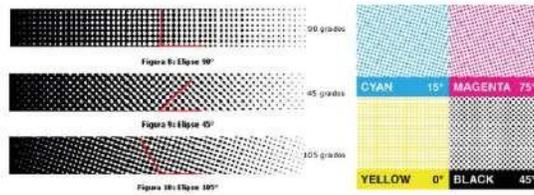


Figura 131. Claves para centros de impresión

## ANGULARURA DE IMPRESIÓN

Al momento de realizar una impresión en la cuatricromía por defecto offset se toma en cuenta la angularura de impresión para controlar que los colores no se mezclen o causen un descuadre, sobre todo para lograr la fidelidad de los colores, evitan el efecto Moire.

El ángulo de la trama por defecto para el ojo humano es el de 45°. Se le asigna normalmente a la tinta más oscura, es decir la tinta negra. La tinta más clara (amarilla) recibe el ángulo donde el patrón es más obvio al ojo humano. Las dos restantes se reparten el espacio restante de la forma más espaciada posible: Magenta a 75° y cian a 15°.



66

Figura 132. Pág.66

## COBERTURA EN IMPRESIÓN

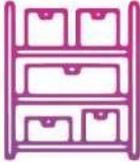
Los ajustes de cada impresora varían pero en general los porcentajes se determinan por el nivel de tinta que se aplica por cada color es decir equivale a 100% cada color Cian, Magenta, Amarillo, Negro dando un total de 400% aunque esto no es recomendable puesto que se puede optimizar y reducir costos, es importante tomar en consideración el tipo de soporte sobre el cual se va a imprimir dado que según esto los valores pueden variar, generalmente se puede utilizar de 300% a 350% para Offset y para digital no cambia mucho pero esto es determinado por el tipo de papel soporte.



67

Figura 133. Pág.67

**ESPACIOS EN CENTROS DE IMPRESIÓN**



El almacenamiento y los espacios determinados para productos finales deben estar en óptimas condiciones puesto que se puede afectar si no se almacena de manera adecuada, es importante considerar los factores ambientales para el almacenaje de productos, además de ello brindar un servicio de transporte da grandes beneficios para la gente especialmente en tiempos actuales, puesto que la mayoría de las personas prefieren servicios de entrega siendo un gran plus para la empresa.



**68**

**Pág.68**

**BIBLIOGRAFÍA**

Blasco Soplon, L. (2017). Sobreimpresión: de la pantalla al papel y viceversa. Barcelona, Editorial UOC.

Fases y procesos en artes gráficas (MF0200\_2). Málaga, Spain: IC Editorial.

Contratación y supervisión de trabajos de impresión, encuadernación, acabados y gestión de materias primas, ARGNO109. Antequera, Málaga, Spain: IC Editorial.

López Lemos, P. (2014). Novedades ISO 9001: 2015. Madrid, FC Editorial.

Torres Rojas, Á. (2011). Preparación y ajuste de la impresión digital: impresión digital (UF0246). Antequera, Málaga, Spain: IC Editorial.



**69**

**Figura 134. Bibliografía**



Figura 135. Hoja final



Figura 136. Contraportada

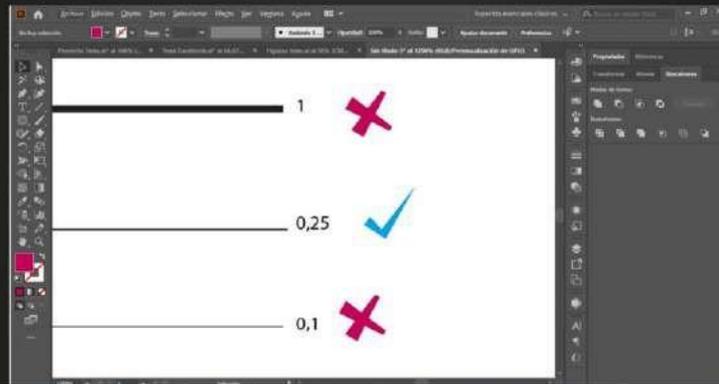
## Creación de perfiles en redes sociales



Figura 137. Página sobre Facebook

¿Sabias qué?

El grosor mínimo para impresión es:



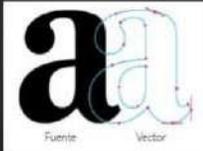
**0,25**

**ARTE de CALIDAD**

Figura 138. Formato de para Facebook

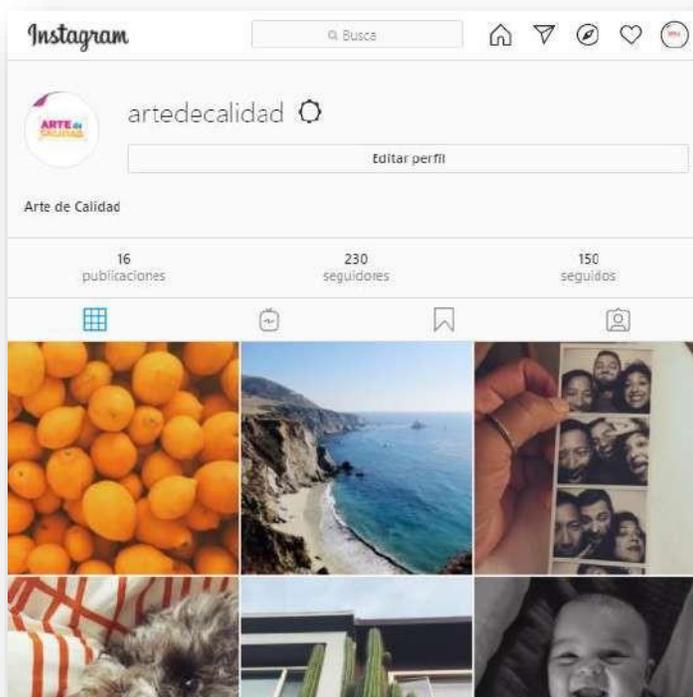
# Recuerde

Siempre convierta sus fuentes/tipografía en un formato de "curvas" ("crear contorno" o "create outlines"), así la letra se modificará en vector garantizando que sea impresa correctamente, después de realizar los ajustes de preimpresión



**ARTE de CALIDAD**

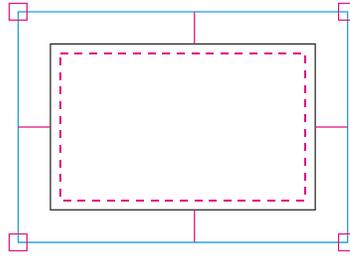
Figura 139. Formato 2 facebook



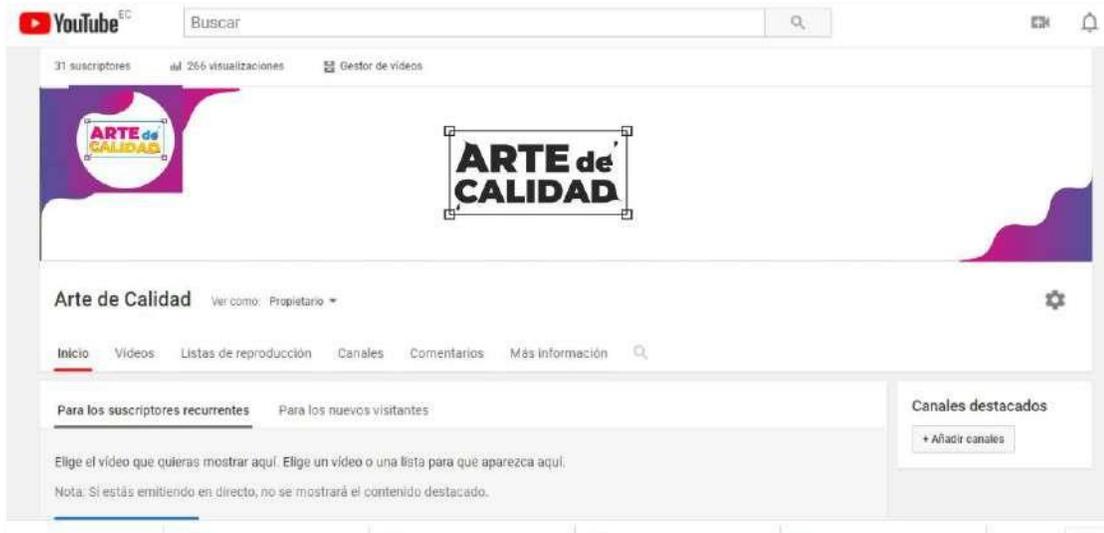
**Figura 140.** Página en Instagram

## Recuerde

Lo ideal es añadir 3 mm de sangrado por cada lado del documento, es la distancia que se puede ver entre las líneas rojas y las líneas negras de marca de corte o marcas de registro impresión



**Figura 141.** Post en Instagram



**Figura 142.** Canal sobre YouTube

## Conclusiones

Se puede concluir que el proyecto es un punto importante para dar a conocer la guía a través de las distintas plataformas digitales y difundir el contenido de valor para incentivar a diseñadores, agencias y centros de impresión a dar el siguiente paso en el desarrollo de la industria gráfica, puesto que esto significa que a medida que los negocios irán mejorando cada vez aprendiendo a adaptarse en un entorno competitivo caótico y mantenerse a flote con buenas prestaciones, eso según los tipos de estrategias que vaya aplicando, existen varias limitantes en la industria que se pueden mejorar con las campañas principalmente entre estas el desconocimiento juega un rol negativo para la industria.

## **Recomendaciones**

Se recomienda a los diseñadores, agencias y centros de impresión tener mayor interés en los procesos para llegar a un producto final pese a que requiere varias etapas cada una debe tener un desarrollo metódico con fin de optimizar el flujo de trabajo y sobre todo garantizar calidad en los trabajos.

Hay que invitar a mejorar la excelencia en el trabajo pues muchas veces no cumplen con los estándares necesarios para los clientes haciendo que en medida esperen productos de baja calidad, la vez que se devalúa el trabajo de las empresas que no cumple con estas normas, las campañas publicitarias son de gran aporte para esta problemática pues ayudan al diseñador, agencia y centro de impresión a entender los pasos que debe seguir y que tener en cuenta al desarrollar productos gráficos.

Es necesario implementar este cambio de mentalidad en la industria gráfica para que se logre un mejor desarrollo, según las estrategias publicitarias surgen muchas posibilidades para resolver estas problemáticas, la guía pretende mejorar el conocimiento sobre las técnicas en procesos gráficos, a la hora de esto también es necesario tomar en cuenta principalmente las Normas ISO las cuales tienen el más completo contenido al respecto de las industrias pues todo se hace en afán del desarrollo de las industrias gráficas.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- Borrego, Jiménez, M. A. (2012). UF0242: *La calidad en los procesos gráficos*. (1° ed.). Málaga, España: IC Editorial.
- Farratell, Castro, L. (2014). UF0254. Contratación y supervisión de trabajos de impresión, encuadernación, acabados y gestión de materias primas. (1° ed.). Málaga, España: IC Editorial.
- López, Alcausa, G. (2014). UF0250: *Especificaciones de calidad en preimpresión*. (1° ed.). Málaga, España: IC Editorial.
- López, Iglesias, C. (2014). UF0252: Especificaciones de calidad en impresión, encuadernación y acabados. (1° ed.). Málaga, España: IC Editorial.
- Millán, Jiménez, A. (2012). UF0245: Preparación del sistema de entintado, humectador y de los dispositivos de salida y acabado en máquinas de impresión offset. (1° ed.). Málaga, España: IC Editorial.
- Pedraza, Bueno, P. (2014). UF0251: Especificaciones de calidad de la materia prima. (1° ed.). Málaga, España: IC Editorial.
- Pérez, Molina, D. (2012). UF0244: Preparación y calibración del grupo de presión en máquinas de impresión offset. (1° ed.). Málaga, España: IC Editorial
- Torres, Rojas, A. (2011). UF0246: Preparación y ajuste de la impresión digital: impresión digital. (1° ed.). Málaga, España: IC Editorial.
- Torres, Rojas, A. (2013). MF0203\_2: Impresión offset. (1° ed.). Málaga, España: IC Editorial.
- Bustamante, Roqué, L. (2014). MF0206\_3: Contratación y supervisión de trabajos de preimpresión. (1° ed.). Málaga, España: IC Editorial.
- Luque, Campello, M. (2012). MF0202\_2: Preparación y regulación de los sistemas de alimentación en máquinas de impresión offset. (1° ed.). Málaga, España: IC Editorial.
- Torres, Rojas, A. (2012). MF0200\_2: Fases y procesos en artes gráficas: impresión en ofsset. (1° ed.). Málaga, España: IC Editorial.
- Villagrán, Arroyal, I. (2014). MF0697\_3: Retoque digital de imágenes. (1° ed.). Málaga, España: IC Editorial.

Blasco, Soplón, L. (2017). *Sobreimpresión: de la pantalla al papel y viceversa*. (1° ed.). Barcelona, España: Editorial UOC.

Pozo, Puértolas, R. (2015). *La comunicación técnica entre el proceso de diseño y la producción gráfica*. España: AENOR - Asociación Española de Normalización y Certificación.

Gómez, Galán, A. (2012). MF0201\_2: Materias y productos en impresión: impresión en offset. (1° ed.). Málaga, España: IC Editorial

Rodríguez, S. (2013). UF1375: *Sistemas de pruebas y control de la maquetación*. (1° ed.). Málaga, España: IC Editorial.

Borrego, M.A. (2012). UF0247: *Realización de la impresión digital*. (1° ed.). Málaga, España: IC Editorial.

Pérez-Molina, D. (2014). *Elaboración del arte final* (1° ed.). Málaga, España: IC Editorial.

María Asunción Borrego Jiménez, IC Editorial, (2012) 1° edición - *Preparación de archivos para la impresión digital*

H. James Harrington, Ediciones Díaz de Santos (1990 - 01)- *El coste de la mala calidad*

Álvaro Torres Rojas, IC Editorial, (2012) 1° Edición - *Fases y proceso en artes gráficas*

Jesús Moreno Roldan, Zenaida Gonzales, Caballos Martínez, IC Editorial, (2011) 1° edición - *Prevención de riesgos laborales y medioambientales en la industria gráfica*

Santamaría, J. & Lecuona, M. (2016). *Propuesta de plan de investigación en el área de diseño basada en el método de estudio de casos*. Revista Kepes, 13, 233-264. DOI: 10.17151/kepes.2016.13.13.11

Vargas Quiñones, M. E. (2007). *Calidad en el servicio*. Bogotá, Colombia: Universidad de La Sabana.

Arbones Malisani, E. A. (2009). *Logística empresarial*. Barcelona, Spain: Marcombo.

Zimmermann, Y. (2013). *Del diseño*. Barcelona, Spain: Editorial Gustavo Gili.

F. Erickson, B. (2010). *La publicidad*. Miami, FL, United States of America: Firms Press.

Publicitario Argentino, C. (2011). *La publicidad de bien público: el impacto de la comunicación social*. Buenos Aires, Temas Grupo Editorial.

Vilajoana Alejandre, S. (2014). *¿Cómo diseñar una campaña de publicidad?* Barcelona, Spain: Editorial UOC.

del Bosque, I. R. (2012). *Dirección publicitaria*. Barcelona, Spain: Editorial UOC.

Jiménez, A. (2013). *Comunicación*. Madrid, Spain: Ediciones Díaz de Santos.

Rollié, R. O. (2004). *La enseñanza del diseño en comunicación visual*. Buenos Aires, Argentina, Argentina: Editorial Nobuko.

Fonseca Luján, R. y Fonseca Luján, R. (2017). *Medios de comunicación y derecho*. México, D.F, Mexico: IURE Editores.

Fresno Chávez, C. (2018). *¿Cómo funciona Internet?* Córdoba, Argentina: Editorial Ciudad Educativa.

Fresno Chávez, C. (2018). *¿Son eficientes las redes sociales?* Córdoba, Argentina: El Cid Editor.

Chandler, D. (1998). *Semiótica para principiantes*. Quito, Ediciones Abya-Yala.

Buen Unna, J. D. y Scaglione, J. (2011). *Introducción al estudio de la tipografía*. Ediciones Trea.

## ANEXOS

### Anexo 1 Diseño de la Entrevista

Formato de entrevista está dirigida a Expertos con experiencia en el campo de Procesos Gráficos.



### UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO FACULTAD DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO PUBLICITARIO

En la presente entrevista se busca identificar y determinar los procesos gráficos determinantes para los en función del desarrollo del proyecto de investigación” **La Publicidad como eje de la concientización en calidad de los procesos del sector de la industria gráfica de Ambato**” para su posterior análisis y su ejecución adecuada.

#### Datos de Entrevistado:

<b>Nombres y apellidos:</b>	
<b>Profesión:</b>	
<b>Años de Trabajo:</b>	

#### Entrevista:

¿Como considera usted la forma en que se manejan la industria gráfica de la ciudad, si tenemos en cuenta las normas de calidad?

¿Considera usted un buen aporte a la concientización sobre la calidad de los procesos, la publicidad realizada a través de redes sociales?

¿Para usted, las personas involucradas directamente en el proceso de impresión (industria gráfica y diseñadores), están cualificadas para llevar a cabo dicha actividad y tienen el conocimiento necesario para ofrecer resultados óptimos?

¿De ser afirmativo, cree usted que el poco conocimiento de los procesos de calidad para preimpresión, impresión y terminados gráficos afecta en el desarrollo de la Industria Gráfica?

¿De qué manera implementaría y conscientizaría sobre normas de calidad en las distintas etapas del proceso de impresión, desde el diseño, hasta su entrega al cliente?

Al momento de realizar un producto gráfico se debe tener en cuenta las fases de control en lo que refiere a calidad para el producto final.

¿Está usted de acuerdo en que la implementación de las normas ISO / INEN mejoraría considerablemente la calidad del trabajo y productos gráficos?

¿Está usted de acuerdo en la necesidad y beneficio que tendría el contar con un documento (guía práctica) que detalle las normas de calidad y los aspectos importantes en la impresión, es decir: Pre prensa, Producción y Post prensa? ¿qué factores debería abordar dicho documento?

## Anexo 2 Diseño de la Entrevista

Formato de entrevista está dirigida a Expertos con experiencia en el campo de Publicidad.



### UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO FACULTAD DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO PUBLICITARIO

En la presente entrevista se busca identificar y determinar la publicidad en los puntos clave para el desarrollo del proyecto de investigación” **La Publicidad como eje de la concientización en calidad de los procesos del sector de la industria gráfica de Ambato**” para su posterior análisis y su ejecución adecuada.

#### Datos de Entrevistado:

<b>Nombres y apellidos:</b>	
<b>Profesión:</b>	
<b>Años de Trabajo:</b>	

#### Entrevista:

¿Cuáles son las ventajas de aplicar una campaña por redes sociales, en comparación a campañas realizadas por medios tradicionales?

En cuanto al alcance, inmediatez y enfoque hacia un público específico, reducido y disperso, ¿es preferible utilizar las redes sociales para las acciones de una campaña o es mejor una estrategia mixta con otros medios?

¿Qué factores sugiere que deben ser tomados en cuenta para llegar con éxito mediante una campaña de concientización dirigida a dueños de empresas de un sector productivo específico?

¿Cree usted que la publicidad de concientización ayude en la difusión y comunicación de los procesos de calidad, partiendo del criterio de que el desconocimiento de estos procesos afecta en el desarrollo de la Industria Gráfica?

¿Cuáles son las nuevas tendencias o usos más comunes en cuanto a estrategias publicitarias y uso de redes sociales?

### Anexo 3 Diseño de la Entrevista

Formato de entrevista está dirigida a Expertos con experiencia en el campo de Impresión.



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO FACULTAD DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO PUBLICITARIO

En la presente entrevista se busca identificar y determinar a la impresión con los puntos clave para el desarrollo del proyecto de investigación” **La Publicidad como eje de la concientización en calidad de los procesos del sector de la industria gráfica de Ambato**” para su posterior análisis y su ejecución adecuada.

### Datos de Entrevistado:

<b>Nombres y apellidos:</b>	
<b>Profesión:</b>	
<b>Años de Trabajo:</b>	

### Entrevista:

Tomando en cuenta que todo producto gráfico debe tener parámetros para su producción o elaboración, ¿considera usted importante la supervisión del proceso de impresión dentro de la industria gráfica, para garantizar la calidad del producto derivado de esta?

¿Exponga los criterios más relevantes acerca del control de calidad?

¿Se hace un seguimiento del Flujo de Trabajo de impresión, desde la recepción de artes finales hasta llegar a la producción final y su entrega o despacho?

¿Está usted de acuerdo en que los parámetros de calidad deben tomarse en cuenta desde la selección de la materia prima, ya que es importante para las características del producto final?

Describa que factores toma en cuenta para la adquisición de la materia prima (papel, tintas, etc.)

¿Considera usted que muchos de los problemas en el proceso de impresión se dan porque no se han tomado en cuenta la respectiva preparación y ajustes de archivo en la etapa de pre prensa? ¿Quién es el responsable en dicho proceso previo a la impresión? ¿Qué acciones sugiere para mejorar el proceso?

Dentro del proceso o flujo de trabajo de impresión existen varias acciones y actividades que deben ser realizadas, a continuación, se presentan criterios sobre algunas de esas acciones y actividades, por favor, argumente si son relevantes o la necesidad de tomarlas en cuenta para obtener un resultado de calidad en la impresión:

- La logística es imprescindible en los procesos de la industria gráfica.
- El uso de guías de registro, marcas de corte y áreas de calibración para obtener una impresión de calidad.
- Preparación y ajustes periódico de equipos y maquinaria para proporcionar una impresión de calidad.
- Calibración de color para obtener una impresión con resultados predecibles, homogéneos y replicables.
- Necesidad de tener guías o paletas de color como referencia para el cliente y verificación de la fidelidad del color.
- Comunicación y capacitación adecuada sobre la calidad de los procesos gráficos tanto con el cliente, el diseñador, como con los encargados del proceso de impresión.

¿Tomando en cuenta que cada año se salen nuevas máquinas y herramientas para impresión, considera usted importante la implementación o renovación de equipos? ¿Existen dificultades o barreras para hacerlo?

Al momento de realizar un producto gráfico se debe tener en cuenta las fases de control en lo que refiere a calidad para el producto final.

¿Está usted de acuerdo en que la implementación de las normas ISO / INEN mejoraría considerablemente la calidad del trabajo y productos gráficos?

¿Está usted de acuerdo en la necesidad y beneficio que tendría el contar con un documento (guía práctica) que detalle las normas de calidad y los aspectos importantes en la impresión, es decir: Pre prensa, Producción y Post prensa? ¿qué factores debería abordar dicho documento

## Linkografía

Borrego, Jiménez, M. A. (2012). UF0242: *La calidad en los procesos gráficos*. (1° ed.). Málaga, España: IC Editorial.

<https://elibro.net/es/ereader/uta/54286>

Farratell, Castro, L. (2014). UF0254. Contratación y supervisión de trabajos de impresión, encuadernación, acabados y gestión de materias primas. (1° ed.). Málaga, España: IC Editorial.

<https://elibro.net/es/ereader/uta/45110>

López, Alcausa, G. (2014). UF0250: *Especificaciones de calidad en preimpresión*. (1° ed.). Málaga, España: IC Editorial.

<https://elibro.net/es/ereader/uta/43912>

López, Iglesias, C. (2014). UF0252: Especificaciones de calidad en impresión, encuadernación y acabados. (1° ed.). Málaga, España: IC Editorial.

<https://elibro.net/es/ereader/uta/45109>

Millán, Jiménez, A. (2012). UF0245: Preparación del sistema de entintado, humectador y de los dispositivos de salida y acabado en máquinas de impresión offset. (1° ed.). Málaga, España: IC Editorial.

<https://elibro.net/es/ereader/uta/42582>

Pedraza, Bueno, P. (2014). UF0251: Especificaciones de calidad de la materia prima. (1° ed.). Málaga, España: IC Editorial.

<https://elibro.net/es/ereader/uta/43913>

Pérez, Molina, D. (2012). UF0244: Preparación y calibración del grupo de presión en máquinas de impresión offset. (1° ed.). Málaga, España: IC Editorial.

<https://elibro.net/es/ereader/uta/54364>

Torres, Rojas, A. (2011). UF0246: Preparación y ajuste de la impresión digital: impresión digital. (1° ed.). Málaga, España: IC Editorial.

<https://elibro.net/es/ereader/uta/54204>

Torres, Rojas, A. (2013). MF0203\_2: Impresión offset. (1° ed.). Málaga, España: IC Editorial.

<https://elibro.net/es/ereader/uta/42583>

Bustamante, Roqué, L. (2014). MF0206\_3: Contratación y supervisión de trabajos de preimpresión. (1° ed.). Málaga, España: IC Editorial.

<https://elibro.net/es/ereader/uta/43914>

Luque, Campello, M. (2012). MF0202\_2: Preparación y regulación de los sistemas de alimentación en máquinas de impresión offset. (1° ed.). Málaga, España: IC Editorial.

<https://elibro.net/es/ereader/uta/42581>

Torres, Rojas, A. (2012). MF0200\_2: Fases y procesos en artes gráficas: impresión en offset. (1° ed.). Málaga, España: IC Editorial.

<https://elibro.net/es/ereader/uta/42708>

Villagrán, Arroyal, I. (2014). MF0697\_3: Retoque digital de imágenes. (1° ed.). Málaga, España: IC Editorial.

<https://elibro.net/es/ereader/uta/44093>

Blasco, Soplón, L. (2017). *Sobreimpresión: de la pantalla al papel y viceversa*. (1° ed.). Barcelona, España: Editorial UOC.

<https://elibro.net/es/ereader/uta/101026>

Pozo, Puértolas, R. (2015). *La comunicación técnica entre el proceso de diseño y la producción gráfica*. España: AENOR - Asociación Española de Normalización y Certificación.

<https://elibro.net/es/ereader/uta/53605>

Gómez, Galán, A. (2012). MF0201\_2: Materias y productos en impresión: impresión en offset. (1º ed.). Málaga, España: IC Editorial

<https://elibro.net/es/ereader/uta/42580>

Rodríguez, S. (2013). UF1375: *Sistemas de pruebas y control de la maquetación*. (1º ed.). Málaga, España: IC Editorial.

<https://elibro.net/es/ereader/uta/43481>

Borrego, M.A. (2012). UF0247: *Realización de la impresión digital*. (1º ed.). Málaga, España: IC Editorial.

<https://elibro.net/es/ereader/uta/54206>

Pérez-Molina, D. (2014). *Elaboración del arte final* (1º ed.). Málaga, España: IC Editorial.

<https://elibro.net/es/ereader/uta/44098>

María Asunción Borrego Jiménez, IC Editorial, (2012) 1º edición - *Preparación de archivos para la impresión digital*

<https://elibro.net/es/ereader/uta/54264>

H. James Harrington, Ediciones Díaz de Santos (1990 - 01)- *El coste de la mala calidad*

<https://elibro.net/es/ereader/uta/55482>

Álvaro Torres Rojas, IC Editorial, (2012) 1º Edición - *Fases y proceso en artes gráficas*

<https://elibro.net/es/ereader/uta/42708>

Jesús Moreno Roldan, Zenaida Gonzales, Caballos Martínez, IC Editorial, (2011) 1º edición - *Prevención de riesgos laborales y medioambientales en la industria gráfica*

<https://elibro.net/es/ereader/uta/42710>

Santamaría, J. & Lecuona, M. (2016). *Propuesta de plan de investigación en el área de diseño basada en el método de estudio de casos*. Revista Kepes, 13, 233-264. DOI: 10.17151/kepes.2016.13.13.11

Vargas Quiñones, M. E. (2007). *Calidad en el servicio*. Bogotá, Colombia: Universidad de La Sabana.

<https://elibro.net/es/ereader/uta/69024>

Arbones Malisani, E. A. (2009). *Logística empresarial*. Barcelona, Spain: Marcombo.

<https://elibro.net/es/ereader/uta/45865>

Zimmermann, Y. (2013). *Del diseño*. Barcelona, Spain: Editorial Gustavo Gili.

<https://elibro.net/es/ereader/uta/45470>

F. Erickson, B. (2010). *La publicidad*. Miami, FL, United States of America: Firms Press.

<https://elibro.net/es/ereader/uta/36392>

Publicitario Argentino, C. (2011). *La publicidad de bien público: el impacto de la comunicación social*. Buenos Aires, Temas Grupo Editorial. <https://elibro.net/es/ereader/uta/116703>

Vilajoana Alejandre, S. (2014). *¿Cómo diseñar una campaña de publicidad?* Barcelona, Spain: Editorial UOC.

<https://elibro.net/es/ereader/uta/57747>

del Bosque, I. R. (2012). *Dirección publicitaria*. Barcelona, Spain: Editorial UOC.

<https://elibro.net/es/ereader/uta/56486>

Jiménez, A. (2013). *Comunicación*. Madrid, Spain: Ediciones Díaz de Santos.

<https://elibro.net/es/ereader/uta/62822>

Rollié, R. O. (2004). *La enseñanza del diseño en comunicación visual*. Buenos Aires, Argentina, Argentina: Editorial Nobuko.

<https://elibro.net/es/ereader/uta/76268>

Fonseca Luján, R. y Fonseca Luján, R. (2017). *Medios de comunicación y derecho*. México, D.F, Mexico: IURE Editores.

<https://elibro.net/es/lc/uta/titulos/4020>

Fresno Chávez, C. (2018). *¿Cómo funciona Internet?* Córdoba, Argentina: Editorial Ciudad Educativa.

<https://elibro.net/es/ereader/uta/36728>

Fresno Chávez, C. (2018). *¿Son eficientes las redes sociales?* Córdoba, Argentina: El Cid Editor.

<https://elibro.net/es/ereader/uta/36742>

Chandler, D. (1998). *Semiótica para principiantes*. Quito, Ediciones Abya-Yala.

<https://elibro.net/es/ereader/uta/94029>

Buen Unna, J. D. y Scaglione, J. (2011). *Introducción al estudio de la tipografía*. Ediciones Trea.

<https://elibro.net/es/ereader/uta/121063>

## **Link de Encuestas**

Agencias y diseñadores

<https://forms.gle/RR4YQ1R4Wy558owe9>

Centros de Impresión

<https://forms.gle/2xSuLZFACisC1Vr36>