



CARRERA DISEÑO GRAFICO

**“REDISEÑO DE IMAGEN CORPORATIVA Y GENERACIÓN DE UN ENTORNO 3D
EN LA EMPRESA NETSURTV EN LA PROVINCIA DEL ORO PARROQUIA EL
CAMBIO”**

**Proyecto de grado presentado
por:**

Cristian Fernando Mena Murillo

Carrera:

Diseño Gráfico

Línea de Investigación

Diseño Gráfico

Tutor académico:

Mgs. Bruno Fernando Nievecela Ávila

Cuenca, agosto 2022.

DERECHOS DE AUTOR

Los derechos de esta obra son irrenunciables y corresponden a su **AUTOR**, incluido sus derechos patrimoniales. El **Instituto Tecnológico Superior Particular Sudamericano** tiene licencia gratuita e intransferible sobre esta obra para uso no comercial, de necesitar uso comercial requiere autorización de su titular.

CARRERA DE DISEÑO GRAFICO
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR
Aprobación del Trabajo de Titulación

Doy fe que el trabajo desarrollado por el/la/los estudiantes: **MENA MURILLO CRISTIAN FERNANDO**, con el título "**DISEÑO GRAFICO CON NIVEL EQUIVALENTE A TECNOLOGIA SUPERIOR**", cumple con los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del jurado examinador que se designe.

Atentamente,



Mgs. Bruno Fernando Nievecela Ávila
0104049911

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL TRABAJO

Yo, **Cristian Fernando Mena Murillo**, estudiantes del **Instituto Tecnológico Superior Particular Sudamericano** de la ciudad de Cuenca - Ecuador, que cursó la Tecnología en **Diseño Gráfico**, declaró en forma libre y voluntaria que la presente investigación que versa sobre **“REDISEÑO DE IMAGEN CORPORATIVA Y GENERACIÓN DE UN ENTORNO 3D EN LA EMPRESA NETSURTV EN LA PROVINCIA DEL ORO PARROQUIA EL CAMBIO”** así como las expresiones vertidas en la misma, son autoría de la compareciente, quien ha realizado en base a recopilación bibliográfica, consultas de internet y consultas de campo.

En consecuencia, asumo la responsabilidad de la originalidad de la misma y el cuidado al remitirme a las fuentes bibliográficas respectivas para fundamentar el contenido expuesto.



Atentamente,

Cristian Fernando Mena Murillo

0704959188

RESUMEN

ESTE DOCUMENTO CONTIENE EL DESARROLLO Y EL PROCESO DE RENOVACIÓN DE LA MARCA “NETSURTV”. EL OBJETIVO PRINCIPAL DE ESTE PROYECTO ES LA PROPUESTA DE UN MANUAL DE USO DE MARCA PARA POSICIONAR LA MARCA EN LA CIUDAD DE CUENCA. EN LA ACTUALIDAD EL BRANDING HA LLEGADO A SER INDISPENSABLE MÁS NO OPCIONAL, ES ASÍ COMO UNA EMPRESA QUE BRINDA SERVICIOS DE INTERNET Y TELEVISIÓN POR CABLE ESTÁ EN UNA TOTAL DESVENTAJA FRENTE A UNA QUE TIENE IMAGEN GRÁFICA. EN ESTE DOCUMENTO SE ENCUENTRAN LOS DISTINTOS APARTADOS ESENCIALES QUE SE HAN SEGUIDO PARA LA REALIZACIÓN DE ESTA IMAGEN GRÁFICA; OBJETIVOS, METODOLOGÍAS, JUSTIFICACIÓN, FORMULACIÓN DEL PROBLEMA Y PRESUPUESTOS. DURANTE EL PROCESO HEMOS USADO NUESTROS CONOCIMIENTOS ADQUIRIDOS DURANTE LA CARRERA Y HEMOS APRENDIDO A INVESTIGAR Y SACAR CONCLUSIONES ACERCA DE LA CREACIÓN DE MARCA.

PALABRAS CLAVE: IMAGEN GRÁFICA, IDENTIDAD VISUAL, BRANDING, MARCA.

Abstract

This document contains the development and renewal process of the “NetsurTv” brand. The main objective of this project is the proposal of a Brand Use Manual to position the brand in the city of Cuenca. At present, branding has become essential but not optional, this is how a company that provides internet and cable television services is at a total disadvantage compared to one that has a graphic image. In this document you will find the different essential sections that have been followed for the realization of this graphic image; objectives, methodologies, justification, formulation of the problem and budgets. During the process we have used our knowledge acquired during the degree and we have learned to investigate and draw conclusions about brand creation.

Keywords: graphic image, visual identity, branding, brand.

Dedicatoria

El presente trabajo lo dedico principalmente a mis padres, por su trabajo, amor y sacrificio en todos estos años de estudio, porque he logrado culminar una etapa más en mi vida gracias a ellos. A mi tutor, el Mgs. Bruno Fernando Nievecela Ávila por ser uno de los principales impulsores para culminar con éxito esta etapa, por confiar y creer, por el apoyo y los consejos que me brindó a lo largo de estos meses. A todos los profesores que nos brindaron sus conocimientos a lo largo de la carrera, resolvieron nuestras dudas y nos brindaron su apoyo.

ÍNDICE

ÍNDICE	2
ÍNDICE DE TABLAS	3
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	4
INTRODUCCIÓN	5
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	6
JUSTIFICACIÓN	7
Teórica	7
Metodológico	7
Práctica	7
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	8
Objetivo general	8
Objetivos específicos	8
MARCO DE REFERENCIA	9
Marco Teórico	9
Marco Contextual	9
Marco Conceptual	9
METODOLOGÍA	10
Enfoque de investigación	10
Tipo de investigación	10
Corte de la investigación	10
Instrumentos y técnicas para el levantamiento de la información	10
Metodología de trabajo	10
RECURSOS	11
Talento humano	11
Recursos financieros	11
Recursos institucionales	11
CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	12
BIBLIOGRAFÍA - WEBGRAFÍA	13

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

<u>Figura 1. Metodología del trabajo</u>	14
<u>Figura 2. Grafico circular Encuesta 1</u>	20
<u>Figura 3 Grafico circular Encuesta 2</u>	20
<u>Figura 4 Grafico circular Encuesta 3</u>	21
<u>Figura 5 Grafico circular Encuesta 4</u>	21
<u>Figura 6 Grafico circular Encuesta 5</u>	22
<u>Figura 7 Grafico circular Encuesta 6</u>	22
<u>Figura 8 Grafico circular Encuesta 7</u>	22
<u>Figura 9 Grafico homologo HBO</u>	23
<u>Figura 10 Grafico homologo National Geographic</u>	23
<u>Figura 11 Grafico homologo Sky News</u>	24
<u>Figura 12 Grafico homologo RTS1</u>	24
<u>Figura 13 Grafico homologo EURO SPORT</u>	24
<u>Figura 14 Grafico homologo THE CW</u>	24
<u>Figura 15 Grafico homologo RTVA</u>	25
<u>Figura 16 Grafico homologo La Sexta</u>	25
<u>Figura 17 Grafico homologo Tipo de Textuta de madera</u>	25
<u>Figura 18 Grafico homologo Modelo de escritorio</u>	26
<u>Figura 19 Grafico homologo Tono de pared para oficina</u>	26
<u>Figura 20 Gráfico homólogo Sanitarios para baño</u>	27
<u>Figura 21 Grafico homologo Muble para archivadores para oficina</u>	27
<u>Figura 22 Grafico Interfaz de Blender</u>	28
<u>Figura 23 Grafico Luz en punto</u>	28
<u>Figura 24 Grafico Luz en area</u>	29
<u>Figura 25 Grafico area de trabajo Croquis Antes</u>	29
<u>Figura 26 Grafico area de trabajp Croquis Despues</u>	29
<u>Figura 27 Grafico area de baño</u>	30
<u>Figura 28 Grafico area de espera</u>	30
<u>Figura 29 Grafico area de atencion al cliente</u>	30
<u>Figura 30 Grafico Bocetos</u>	31
<u>Figura 31 Graficos Bocetos digitalizados</u>	31
<u>Figura 32 Grafico Bocetos Cromatica</u>	32
<u>Figura 33 Grafico Tipografia Principal</u>	33

<u>Figura 34 Grafico Tipografia Secuandaria</u>	33
<u>Figura 35 Grafico Isologo Empresa</u>	34
<u>Figura 36 Grafico Isologo reticula Empresa</u>	34
<u>Figura 37 Grafico area de seguridad Isologo Empresa</u>	35
<u>Figura 38 Grafico Tamaños minimos Isologo Empresa</u>	35
<u>Figura 39 Grafico Tarjetas de Presentacion Empresa</u>	36
<u>Figura 40 Grafico Hoja Membretada Empresa</u>	G37
<u>Figura 41 Grafico sobre para carta Empresa</u>	37
<u>Figura 42 Cronograma actividades</u>	38

INTRODUCCIÓN

Hoy en día, la identidad corporativa juega un papel muy importante en una empresa y es uno de los aspectos fundamentales de un negocio y tiene un considerable peso en su éxito o fracaso. El diseño de una buena imagen e identidad nos facilita obtener un impulso de las ventas, además la empresa se puede transmitir sus valores a los clientes. Actualmente, en Machala, muchas personas y negocios no tienen conocimiento de la imagen corporativa; y este es un problema que se evidencia más aún, cuando la era digital toma mayor fuerza, un ejemplo es lo que se muestra en las redes sociales, donde el contenido visual muestra más las marcas de las empresas.

Las empresas saben que la imagen corporativa es un valor que suma al patrimonio de un negocio y se intenta explotar como un activo extra,

Netsur.tv es una empresa proveedora de internet y televisión por cable, creada en el año 2015. Actualmente, su gerente propietario, el Lcdo. Edgar Ramón Balcázar ha visto como una gran oportunidad, el actual crecimiento del sector del entretenimiento en la parroquia El Cambio, por lo que se considera importante un rediseño de la línea gráfica contando con ilustraciones y la creación de un entorno 3D de sus instalaciones para darle un giro empresarial a su marca.

Por ahora, la percepción es que, al no tener una identidad corporativa definida, los usuarios aseguran que la empresa le falta compromiso con los clientes, por ello, se busca que la imagen corporativa, no solo hará posible que la empresa sea más reconocida y recordada; sino también permitirá que se distinga de forma visual con otras empresas. Por lo que se considera importante un rediseño de la línea gráfica contando con ilustraciones y la creación de un entorno 3D de sus instalaciones para darle un giro empresarial a su marca.

Considerar varias alternativas para el inicio de un rediseño de la línea gráfica de toda la empresa contando con ilustraciones y la creación de un entorno 3D de sus instalaciones para un progreso en su giro empresarial. Por ahora, la percepción es que, al no tener una identidad corporativa definida, los usuarios aseguran que la empresa le falta compromiso con los clientes, por ello, se busca que la imagen corporativa no solo hará posible que la empresa sea más reconocida y recordada; sino también permitirá que se distinga de forma visual con otras empresas.

El primer punto a considerar es que la imagen corporativa es la que permitirá que el negocio entre en la mente del público objetivo tan solo así el cliente percibirá como una opción. Por esto es importante la construcción de una marca para ofrecer los productos y servicios más allá de un logo o una identidad corporativa que no solo abarca

un nombre sino tipografías, colores, elementos auxiliares, papelería corporativa y el diseño interior, razones por las cuales el cliente recordará con una mayor facilidad la empresa.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Desde el 2015, la empresa NetsurTv ha desarrollado sus servicios de una manera estable y regular en el mercado, sin embargo, la falta de conocimiento de un correcto y buen uso de la imagen corporativa que la diferencien de la competencia, les da una desventaja competitiva frente a otras empresas en el mercado, como opción para mejorar su marca, se ha propuesto un rediseño de la identidad corporativa y creación de manual de marca para el mejoramiento y crecimiento de la marca.

Según Cristian Costa, el branding corporativo consiste en crear imagen de marca por parte de una empresa. Esa imagen de marca es la representación mental que el público tiene de una empresa, es decir, cómo perciben a la marca. Sin embargo, es un concepto algo subjetivo, ya que cada persona tendrá una imagen distinta según sus circunstancias.

Quando hablamos de branding corporativo en empresas entra en consideración todo lo que el público sabe de la empresa, como la publicidad, los mensajes de sus redes sociales, sus servicios, sus empleados y directivos, sus acciones, etc. De ahí la persona crea una valoración hacia la empresa en su mente. (Costa, 2021)

A breves rasgos, una buena estrategia de branding tiene como principal objetivo conseguir fortalecer la identidad de los productos o servicios, diferenciarse de la competencia, generar confianza y credibilidad, y resaltar los valores de la compañía. Dado que vivimos en un mundo cada vez con mayor rivalidad empresarial y que se enfrenta a los consumidores más exigentes; consolidar la marca se ha convertido en algo vital para las empresas que deseen alcanzar el éxito. La presencia en Internet y en redes sociales, un buen plan de comunicación, las campañas de publicidad, el logotipo de la compañía y una apariencia cuidada y modernizada; son algunos de los puntos clave del marketing actual que toda empresa debe seguir si quiere para mantener y consolidar su puesto en el competitivo mercado actual.

JUSTIFICACIÓN

La empresa NetsurTv posee una identidad corporativa incompleta y escasa, esto ha causado una confusa presentación de la marca a sus usuarios y una dificultad en la presentación de sus servicios, la empresa NetsurTv al no contar con una manual de uso de marca ha decidido la renovación de la misma, busca una identidad corporativa que vaya acorde a la actualidad y al propósito de la empresa con un propósito bien establecido que es el de mejorar su imagen corporativa, de tal manera que, mediante los recursos visuales utilizados en la publicidad el Branding, la presente propuesta busca generar una mejor identificación de la empresa, como apoyo al trabajo que se realiza en cuanto a contenido de televisión y servicios de internet.

Para ello se relacionara directamente con el desarrollo del zona ya que como se dijo anteriormente la zona donde está ubicada, además se toma en cuenta en cómo la empresa ha crecido en cuanto en el comercio, además, la propuesta busca incentivar a que las empresas locales puedan trabajar en su imagen corporativa, un buen uso de su imagen que influirá directamente en el desarrollo visual y gráfico de la comunidad en general ya que aporta una infinidad de nuevos recursos que una empresa puede usar como son: la creación de una manual de uso de marca, o espacios digitales para un mejor aprovechamiento del espacio visual y físico.

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivo general

Desarrollar un plan publicitario mediante conceptos imagen corporativa y multimedia como aporte al posicionamiento de la empresa Netsur.tv en la parroquia El Cambio Provincia de El Oro.

Objetivos específicos

- Analizar la actual situación de la empresa “Netsur.tv”, para el posicionamiento en el mercado y la evaluación de la imagen corporativa para determinar los elementos representativos, y falencias en cuanto su presentación al público para la elaboración del brief.

- Crear estrategias de branding para el posicionamiento de la empresa en la mente del consumidor mediante un manual de marca y elementos gráficos con aportes de branding e imagen corporativa.
- Desarrollar una propuesta tridimensional para la distribución correcta de espacios y el uso de recursos publicitarios como apoyo a la marca.

Preguntas de investigación

- ¿Cuál es el problema y características que tiene la empresa actualmente?
- ¿Por qué y para qué se está realizando este rediseño de marca en la empresa NetsurTv?
- ¿Qué consecuencia tiene el rediseñar una imagen corporativa?

MARCO DE REFERENCIA

Marco Teórico

Diseño Gráfico

El diseño gráfico es todo eso que nos da un mensaje visual, esto nos permite publicitar y dar a conocer productos, dar a conocer servicios y marcas.

Un diseñador gráfico es un profesional dedicado a la comunicación visual. Como tal, es el encargado de hacer llegar un mensaje mediante recursos visuales.

Contrario a lo que mucha gente puede pensar, el diseño no es cuestión de gustos o preferencias cromáticas. Sino que sigue unas pautas para conseguir que el mensaje llegue al receptor de la forma deseada. A partir de ahí, entra el juego el estilo personal de cada profesional. (Fuente, 2022)

Branding Corporativo

La importancia del Branding es vital en el proceso de desarrollo de la imagen de marca. El desconocimiento produce que a veces, no se trabaje con la importancia que merece. Y es que no hay dudas, las marcas, cuando se gestionan adecuadamente, tienen la posibilidad de modificar comportamientos o adaptarse a la realidad competitiva de la empresa dentro del sector comercial. (Creativa, 2021)

Imagen Corporativa Importancia

En la actualidad la necesidad de las empresas de generar valor y ser competitivos es cada vez mayor, es menester contar con una imagen corporativa sólida que permita generar un vínculo favorable y a la vez sea definitivo al momento de la elección de compra; la imagen corporativa es considerada como el conjunto de creencias, actitudes y percepciones que tienen los clientes externos sobre una empresa o marca, y determina la forma en que ese público interpreta el conjunto de señales procedentes de los productos, servicios y comunicaciones, emitidas por la marca. (Farroñán, Emma, & Valle Palomino, 2020)

El proyecto debe presentar los desarrollos científicos o tecnológicos sobre el tema en particular que han realizado otros investigadores o el mismo autor o el grupo (no más de 2 alumnos, salvo consideraciones especiales, dada la posible extensión del trabajo).

Modelado 3D

Una de las especialidades más desarrolladas hoy en día en el campo de la arquitectura es el modelado 3D. Y es que, gracias a la evolución tecnológica, hoy, es posible sacar las ideas de la cabeza y plasmarlas en digital para que los demás puedan ver y entender cuando queremos comunicarles cómo debería verse un proyecto.

Desde la llegada de modelado 3D los diseñadores, dibujantes, arquitectos y en general, todos los profesionales que se relacionan con el dibujo y el diseño, han podido desarrollar habilidades de diseño digital de imágenes y objetos que son particularmente difíciles de visualizar sin una imagen.

Ergonomía

La asignatura Ergonomía surge a partir de su importancia en la práctica del diseño en el desarrollo de sistemas persona, producto y entorno. La Ergonomía persigue incrementar a través del análisis reflexivo, la investigación y desarrollo proyectual una buena aplicación de sus factores, tan importante en el diseño; mejorando el bienestar, la salud, la seguridad, la protección y el confort de las personas, como también del entorno, la organización y los puestos de trabajo que exigen un sistema diseñado en función de conceptos de salud y ergonomía. Está en juego el bienestar físico, cognitivo y psicológico de sus trabajadores y/o usuarios. El desarrollo crítico y reflexivo

desarrollado en la asignatura Ergonomía es fundamental para el proceso de diseño. (C., 2019)

Marco Contextual

El desarrollo de este proyecto se realiza en la Parroquia el cambio, Cantón Machala Provincia del Oro a partir del mes de mayo hasta el mes de agosto del presente año 2022 el cual tiene el propósito de la realización de un rediseño de marca, junto con manual de uso de la marca y generación del espacio de trabajo en 3D.

Marco Conceptual

Adobe Illustrator.

Adobe Illustrator fue lanzado en enero de 1987 como un editor de gráficos y diseño vectorial. Un vector en el diseño es un plano que está compuesto por miles de puntos, estos puntos pueden crear formas y gráficos más complejos. Todo esto es realizado automáticamente por ecuaciones matemáticas que permiten no perder resolución al cambiar el tamaño de un objeto.

Tipografía.

La tipografía es un conjunto de caracteres, letras, números, símbolos y signos de puntuación que comparten un mismo estilo de diseño y que puede tener varios tamaños, estilos y grosores.

Cada una de las tipografías tienen una forma y significado diferente, esto es lo que las caracteriza, respecto a la forma nos referimos a lo que observamos (trazo, geometría, estilo, inclinación...) y el significado hace referencia a lo que transmite, es decir el mensaje que genera en el receptor. (Escuela Europea, 2015)

Por lo que cada tipografía provoca una serie de emociones y transmite un significado específico, que debe acompañar al mensaje que se quiere transmitir.

Branding

Branding (o gestión de marca) son acciones alineadas al posicionamiento, propósito y valores de una marca. Su objetivo es despertar sensaciones y crear conexiones conscientes e inconscientes, que serán cruciales para que el cliente elija su marca en el momento de decisión de compra.

Blender

Blender es una herramienta donde se puede utilizar en varias plataformas. Este programa va orientado a usuarios artistas y profesionales del diseño y multimedia. Blender, nos permite crear modelados en 3D o vídeos de alta calidad.

METODOLOGÍA

Metodología del Diseño

Los autores Ambrose y Harris en su libro “Metodología del Diseño” plantean una visión general del diseño involucrado en cada fase del proceso de diseño, estos métodos utilizados para generar y perfeccionar ideas creativas, las consideraciones fundamentales que ayudan a darles formas. Dentro del proceso de diseño se identifican siete fases:

Fase 1 – Definición: Establecer a que se debe el problema, en este caso la falta de un identificador visual claro y bien establecido ha provocado la falta de interés en los usuarios lo que se trabaja es en generará reconocimiento entre cualquier público.

Fase 2 – Investigación: Recopilar información previa, la falta de un manual de marca y un identificador visual nos dieron las pautas para hacer una concreta investigación en la parroquia el cambio involucrando a las autoridades y empleados de la empresa, así como a los usuarios que han adquirido un servicio.

Fase 3 – Ideación: Crear posibles soluciones con todos los datos recopilados, a partir de aquí se hizo una búsqueda de homólogos que nos ayude a genera el primer esbozo de ideas y la adaptación de un posible primer diseño acorde a la empresa y sus necesidades. En esta fase se pudo aprovechar los elementos del diseño como bocetos, homólogos, maquetas.

Fase 4 – Prototipo: Permitirá determinar el aspecto del diseño y proporcionará una mejor base para comparar en las siguientes fases, se termina de dar los últimos detalles a los primeros bocetos con esto lo que se quiere dar a conocer es una idea clara de cómo se quiere llegar a la propuesta final.

Fase 5 – Selección: Es el punto donde se escoge una de las líneas gráficas de nuestro diseño propuestas para desarrollarla. En base a los homólogos se substrajo las

principales ideas para la creación de la propuesta en la empresa con esto se pretende obtener una idea más clara del identificador grafica que se desea.

Fase 6 – Implementación: Llevar a cabo la solución de diseño, el desarrollo de las ilustraciones, fondos, recopilación de sonidos, en base a los homólogos y a elementos del diseño se concluye con la propuesta a generarse para la construcción del manual de uso de marca

Fase 7- Aprendizaje: Recibir feedback consiste en aprender de lo que sucedido durante el propio proceso de diseño. Se trata de retroalimentación, en la cual el cliente y el diseñador tratan de identificar que funcionó bien y dónde se puede mejorar.

Enfoque de investigación.

Se realizó una investigación de campo en donde se usaron 2 métodos tanto cuantitativo que fue a diferentes grupos de personas mediante Correos y Encuestas y otro cualitativo por medio de una entrevista directa con el dueño de la empresa

Tipo de investigación

Para este proyecto se hizo uso de la investigación aplicada, ya que esta nos ayudara a la resolver un determinado problema enfocándose en procesos que buscan convertir el conocimiento puro, es decir, teorías, en un conocimiento práctico y útil para la sociedad.

Corte de la investigación

Es un procedimiento no experimental, transversal es decir tiene ausencia de seguimiento en el que una comunidad o una muestra representativa de esta son estudiadas en un momento dado.

Instrumentos y técnicas para el levantamiento de la información

Como ya mencionado con anterioridad los métodos aplicados para este proyecto fueron 2 el cuantitativo que nos permitió por medio de encuestas el poder censar y recopilar información que nos hizo entender la magnitud de la carencias de la empresa

con respecto a su imagen visual el cual fue aplicado en la mayor parte de los habitantes de la Parroquia El Cambio con un resultado esperado y el método cualitativo que para esto se realizó el brief de la empresa y como un información extra también se realizó un entrevista al Lic. Lcdo. Edgar Ramon Balcázar dueño de la empresa NetsurTv.

Metodología de trabajo

Como anteriormente se mencionó el tipo de investigación que se determinó usar, se muestra las fases que se debió seguir para obtener resultados concretos y verídicos con el fin de tener un estudio verdadero y con un enfoque claro para la elaboración de todo el documento



Figura1. Metodología del trabajo

Como se puede observar en la figura el primer punto de esta investigación es el iniciar con una recolección de datos, para la realización de este punto se inició con una búsqueda de información con respecto a marcas televisivas y su branding además de información adicional que se obtuvo mediante sitios web se las cuales se utilizó las más representativas que puedan ser plasmadas en la propuesta visual de la empresa NetsurTv.

Seguidamente con el fin de entender cuál es el problema actual sobre la falta de una imagen corporativa bien establecida de la empresa, se realizó un muestreo por conveniencia a la autoridad de la empresa, así como a un grupo de 35 personas de la Parroquia El Cambio con el fin de entender cuál es la visión que tienen respecto a la empresa

Finalmente se determina la población y la muestra del estudio, se procede a la realización de una serie de preguntas que nos ayudaran a tener unas encuestas mejor

redacta que nos permitirá una recopilación de información más exacta para indagar a que se debe realmente la problemática vigente sobre la empresa. La manera de realizar la encuesta fue mediante la plataforma de digital Google Forms y distribuido a través de la aplicación WhatsApp y mediante correo electrónico en caso de que la persona estuviera en la base de datos como usuario de la empresa NetsurTv

BRIEFING

- **Empresa:** NetsurTv
- **Gerente:** Lcdo. Edgar Ramon Balcázar
- **Encargado:** Ing. Otto Encalada
- **Servicios:** Venta de servicio de internet y televisión por cable
- **Domicilio:** Parroquia El Cambio
- **Teléfono:** +593 98 770 5044
- **Correo electrónico:** kambioproduction@gmail.com
- **Público objetivo:** Personas +18 hasta 50 años de edad
- **Horarios de atención:** lunes a viernes de 7am – 6pm sábado 7am a 12pm

- **Descripción:** Empresa Ecuatoriana proveedora de internet y televisión por cable a cargo del gerente señor Lcdo. Edgar Ramon Balcázar desde el año 2015 en la parroquia el Cambio

- **Beneficios:** Los beneficios que brinda NetsurTv es un servicio de calidad y estable para que los usuarios tengan una buena conexión y compartan con sus seres queridos de la conectividad y bajos costos de los planes que brinda la empresa

- **Reto:** Expandir el servicio de internet y televisión a las 8 parroquias de la provincia del el Oro siendo de ellas 7 Urbanas y 1 Rural (El Retiro). Ya que por ahora se alcanza una señal estable en el cambio y el sector de la ferroviaria

Personalidad de la marca: Los conceptos que definen esta marca son nuestro propósito para servir a toda nuestra clientela de una forma y manera responsable y fiable con la idea de ser una de los mejores proveedores de servicios de telecomunicación y entretenimiento, con la misión de ser una buena empresa proveedora de internet con una señal estable y de buena calidad en el la parroquia el Cambio y una visión de expandir a todas las parroquias y provincias del Ecuador dando a conocer nuestros

valores que son la presencia, la responsabilidad y el buen servicio. Con un buen posicionamiento gracias a nuestras ofertas y costos en planes que ayudan a nuestro público objetivo

Objetivo de comunicación: NetsurTv es una empresa que se basa en la responsabilidad y el buen servicio dando a conocer esta premisa la empresa cuida a sus usuarios ofertando promociones y beneficios a nuestros usuarios de mayor antigüedad y ofertando promociones a nuestros nuevos usuarios como agradecimiento de haber escogido nuestros servicios, NetsurTv cuenta con un servicio personalizado con cada uno de nuestra clientela ya que para cualquier duda o inconveniente podrá hacer de nuestra línea telefónica, mediante correo electrónico o nuestros grupo de WhatsApp que se le agrega al firmar contrato con nosotros

¿Cuál es la situación actual de la empresa y que desea para el futuro?

En este momento la empresa se encuentra en proceso de crecimiento continuo al tener captaciones diarias de clientes dentro de su mercado meta en Machala, pero el proceso es un poco lento a carecer de planificación de marketing para poder abarcar más clientes en la zona, por ende, para un futuro cercano la empresa tiene destinado armar un presupuesto para una campaña agresiva de marketing en los sectores que se desea llegar con el servicio.

¿Qué valores destacaría de su empresa?

Los valores predominantes de la empresa son la Responsabilidad, puntualidad, empatía, y sinceridad.

¿Cuál es el público objetivo de esta empresa?

La empresa tiene como público objetivo cualquier persona que requiera un servicio de internet y televisión, pero somos más inclinados a las familias Machaleñas que por cuestiones laborales o académicas buscan tener una conexión ininterrumpida en su navegación diaria.

¿Qué valores le gustaría que distingan de su empresa?

La empresa ya se distingue principalmente por su responsabilidad en el cumplimiento a cabalidad de cada una de las propuestas expuestas a nuestros clientes al momento de ingresar a la empresa, por ende, la puntualidad en la que se da solución a cada situación o solicitud que por parte del cliente sea solicitado es otro de nuestros valores base.

¿Cree que su target tiene gustos más tradicionales o modernos?

Una variación en los gustos de nuestros clientes es lo que nos hace tan diversificados en el servicio que ofrecemos, ya que tantos targets con gustos tradicionales adquieren el servicio de tv por cable y por gustos modernos siempre serán las familias o personas que usan nuestro servicio de internet para subir contenido a redes, control de cámaras de seguridad, navegación universitaria o investigativa.

¿Quiénes son sus principales adversarios?

Nuestros principales adversarios son Tv Oro empresa Machaleña con una amplia cartera de clientes.

¿Cuáles son sus ventajas respecto a sus adversarios?

Nuestra principal ventaja es el ser la empresa local de la Parroquia El Cambio que ha estado más de 10 años en las familias Cambeñas, por ende, nuestro servicio tiene ese gran respaldo del tiempo y calidad de servicio que les brinda una excelente referencia principalmente a las personas que requieran de los servicios que ofrecemos.

¿Cuáles son sus desventajas respecto a sus adversarios?

La principal desventaja es la falta de inversión en el mercado de la ciudad de Machala, por ende, la pérdida de clientes se evidencia en comparación con nuestros adversarios que están por toda la ciudad o que se han extendido fuera de la misma haciéndolos ganar mensualmente tres veces más clientes que nosotros, que estamos presentes en el mercado local de la Parroquia El Cambio y con muy poca presencia dentro de Machala

¿Ha atravesado por alguna mala experiencia con su imagen actual?

Por nuestra imagen corporativa actual no hemos tenido malas experiencias, aunque la misma requiera de una pronta actualización para poder modernizar la misma.

¿Cuenta con algún material corporativo?

Por el momento el único material corporativo que la empresa cada año brinda a sus clientes son un conjunto de productos que llevan la marca de la empresa como routers e indumentaria que se obsequia a todos nuestros clientes en el fin de cada año laboral.

¿Por qué ha tomado la iniciativa de cambiar/renovar su imagen de marca?

Por el sencillo hecho que la innovación constante dentro de una empresa es igual a un éxito a largo plazo dentro de un mercado tan competitivo de servicios de internet y televisión, por ende, la renovación o cambio de imagen siempre viene bien.

¿Le gustaría mantener algún elemento de su marca actual?

Mantener a la esencia del nuestro logo y nombre que la gente conoce por tantos años y se siente parte de la misma al estar dentro de su mercado local.

¿Existe algún elemento gráfico que no debamos incluir en la renovación de su marca?

Al momento que se tiene totalmente claro el giro comercial de la empresa, lo que desea construir o llegar como meta, la renovación de la marca se volvería mucho más fácil de armar y con todo lo que significa la empresa en mente considerar cada elemento gráfico acorde las necesidades ya detalladas.

ENCUESTAS

1. ¿Cuál es su edad?

- Menor de 18
- 18 – 24
- 25 – 34
- 35 – 44
- 45 – 65

2. ¿Conoce la empresa NetsurTv?

- Si
- No

3. ¿Cree usted que la empresa cuenta con imagen corporativa?

- Si
- No

4. ¿Conoce otras empresas proveedoras de internet y Tv por cable además de NetsurTv que este radicada en la Parroquia El Cambio?

- Si
- No

5. ¿De cuantas marcas de la siguiente lista ha oído hablar antes?

- Claro
- Cnt
- NetsurTv
- DIRECTV

6. ¿Conoce usted a que se dedica la empresa NetsurTv?

- Si
- No

7. ¿Dónde ha visto o ha escuchado sobre esta NetsurTv recientemente?

- Amigos y Familiares
- Medios de comunicación social
- Radio
- No he escuchado o notado a esta empresa recientemente

Resultado de encuestas

Se realizó una encuesta mediante Google Forms, la cual constaba de 7 preguntas sencillas y rápidas que nos permitiría conocer el posicionamiento y reconocimiento de la empresa.

- La primera pregunta nos brinda información del rango de edad de las personas para poder enfocarse en los clientes actuales y futuros

- ¿Cuál es su edad?
- 18 - 24
 - 25 - 34
 - 35 - 44
 - 45 - 65

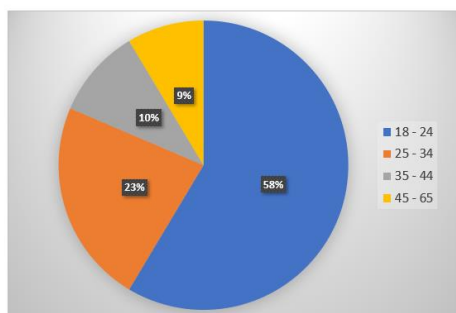


Figura2. Gráfico Circular Encuesta 1

- A continuación, se preguntó a las personas de la parroquia El Cambio si tiene algún conocimiento de la empresa para saber qué tan conocida es la empresa fuera del área de sus usuarios

¿Conoce usted la empresa NetsurTv?

- Si
- No

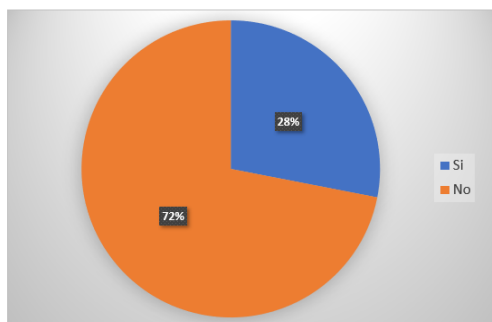


Figura3. Gráfico Circular Encuesta 2

- En esta pregunta lo que se trataba de investigar era si las personas creían que la empresa tiene una imagen corporativa bien consolidada

¿Cree usted que la empresa cuenta con imagen corporativa?

- Si
- No

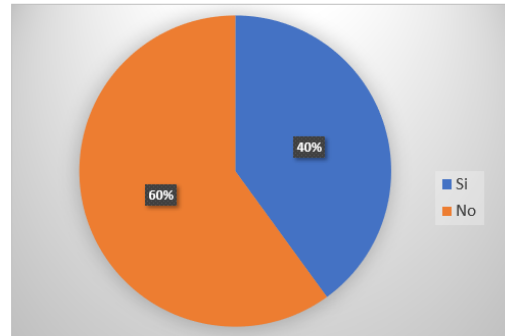


Figura4. Gráfico Circular Encuesta 3

- Esta pregunta a continuación nos dio una idea clara si la empresa NetsurTv tiene competencia

¿Conoce otras empresas proveedoras de internet y tv por cable a demás de NetsurTv que este radicada en la Parroquia El Cambio?

- SI
- No

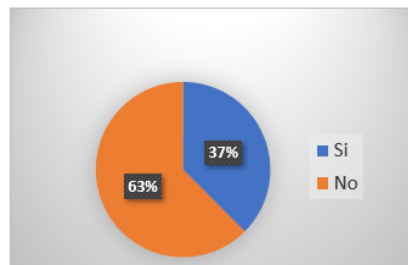


Figura5. Gráfico Circular Encuesta 4

- A continuación, se mostró una lista de las posibles marcas que el usuario podría conocer para evaluar la situación de la empresa

¿De cuántas marcas de la siguiente lista ha oído hablar antes?

- Claro
- Cnt
- NetsurTv
- Directv

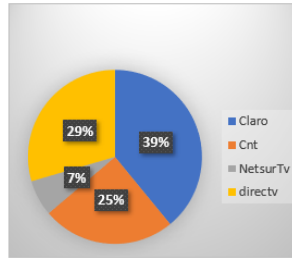


Figura6. Gráfico Circular Encuesta 5

- La siguiente pregunta nos dio una idea que cuanto es de popular y conocida la empresa en la Parroquia El Cambio

¿Conoce usted a que se dedica la empresa “NetsurTV”?

- No
- Si

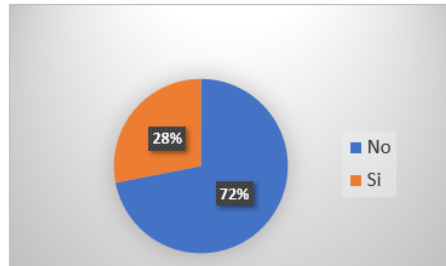


Figura7. Gráfico Circular Encuesta 6

- En esta pregunta se hizo un listado de los medios los cuales la empresa podría darse a conocer o escuchar de la empresa

¿Dónde ha visto o ha escuchado sobre esta empresa recientemente?

- Amigos, Familiares
- Medios de Comunicación
- Radio
- No eh escuchado



Figura8. Gráfico Circular Encuesta 7

Análisis de Homólogos

Para la construcción final del identificador visual de la empresa NetsurTv se hizo uso de marcas televisivas conocidas con HBOmax Y National Geographic que se decidió tomar el tipo de tipografía que se basa en una tipografía Sans serif, esta tipografía no contiene líneas que se proyecten en los externos, son más tradicionales y le añade un toque moderno al diseño se caracteriza por ser más legibles y de un uso más comercial por ser más fácil de leerlas, este estilo de tipografía está relacionado con la seguridad y la neutralidad



Figura9. Gráfico homólogo HBO



Figura10. Gráfico homólogo National Geographic

Distribución de elementos

Para la creación de la marca se tomó en cuenta este tipo de homólogos enfocándonos en la distribución de los elementos que serían dos elementos una parte en su isotipo negativo y otro positivo, se tomó la forma de estos isotipos (anagramas). El anagrama es la combinación de algunas sílabas que forman el nombre de la marca. De la misma forma por ser nombres muy largos, se tratan de acortar para facilitar el proceso de recordación.



Figura11. Gráfico homólogo Sky News

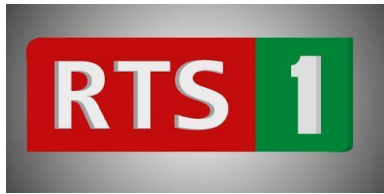


Figura12. Gráfico homólogo RTS 1



Figura13. Gráfico homólogo EURO SPORT

CROMÁTICA

Para la cromática se basó en síntesis aditiva del color que son azul, verde y rojo (RGB) de este se tomó el verde, se tomó el este color por las connotaciones positivas que derivan del color que son la vida, fuerza y psicológicamente, el verde es un símbolo de buena suerte, energía, renacimiento y naturaleza.



Figura14. Gráfico homólogo THE CW



Figura15. Gráfico homólogo RTVA



Figura16. Gráfico homólogo La Sexta

BOCETOS PARA LA MAQUETA DIGITAL



Figura17. Gráfico homólogo Tipo de Textura de madera

Para la creación de los muebles de la oficina se hizo uso de textura de madera, el uso de madera de Pino, El pino en una de las maderas que más son empleadas para la fabricación de muebles de interior por su versatilidad y facilidad para ser trabajada. Sin ser uno de sus puntos fuertes, es un material relativamente resistente, flexible e impregnable.



Figura18. Gráfico homólogo modelo de Escritorio

Para la creación de los escritorios de la oficina se tomó como base un escritorio cuadrado para mejorar el espacio del usuario, se tomó en cuenta la ergonomía al momento del diseño de escritorio ya que los espacios de la oficina son reducidos



Figura19. Gráfico homólogo Tono de pared para oficina

Como norma general se optó por pintar la oficina en una base de color neutro, siendo el blanco roto la mejor opción esto nos ayuda a la concentración y además de luminosidad, dará un aspecto de limpieza y orden general. Para que no resulte demasiado aséptico conviene meter algún toque de color de manera sutil.

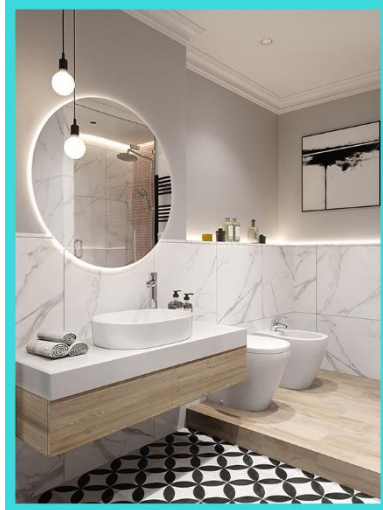


Figura20. Gráfico homólogo Sanitarios para baño

Para la construcción de la parte del área de baño se hizo uso de este homologo, al ser lo más sencillo y eficaz se optó por la construcción de un lavamanos junto a una mesa para que el usuario tenga una mayor resistencia al momento de apoyarse, espejo y un urinario.



Figura21. Gráfico homólogo Mueble para Archivadores para oficina

Para la distribución de los archivadores y muebles de la oficina se tomó en cuenta la parte ergonómica, todos los elementos de trabajo ergonómicos se diseñan teniendo en cuenta quiénes van a utilizarlos. Lo mismo debe ocurrir con la organización de la empresa: es necesario diseñarla en función de las características y las necesidades de las personas que las integran.

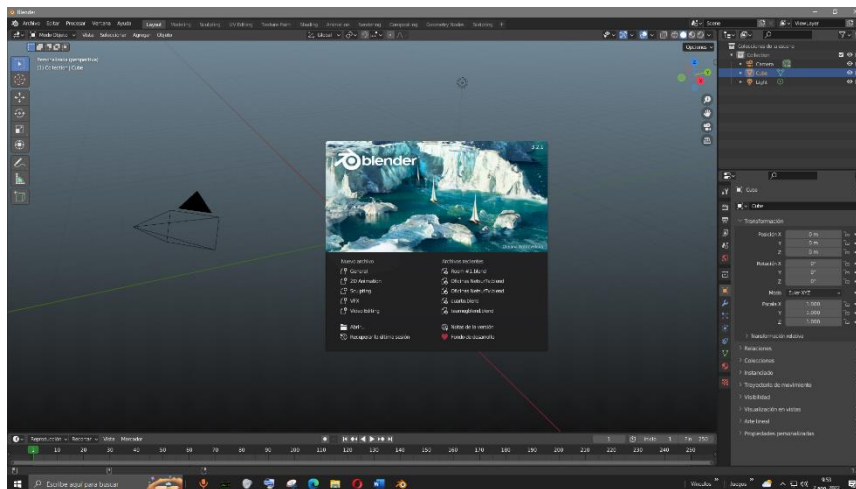


Figura22. Gráfico Interfaz de Blender

La interfaz de Blender es totalmente configurable y también cuenta con distintos temas para poder personalizarla, es decir, se puede cambiar el fondo de la interfaz de Blender y adaptarla para que se ajuste a gustos y manías de cada usuario.

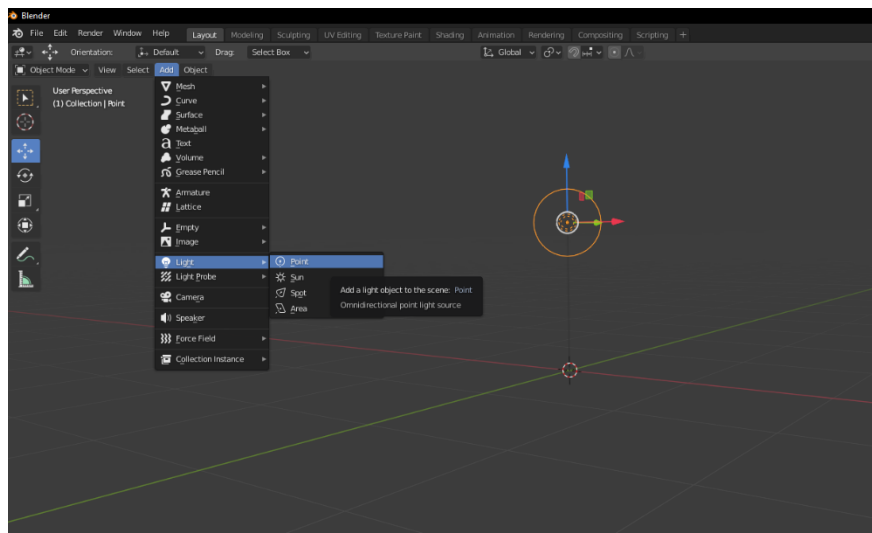


Figura23. Gráfico Luz en punto

Este tipo de luz, dirige la luz en todas las direcciones de forma similar a una bombilla. Esta suele ser usada como una luz básica donde podemos iluminar ciertos objetos o una escena. Este tipo de Luz se hizo uso al momento de hacer las fotografías y para mejorar la luz de fondo ya que tiene similitud con una luz de ambiente.

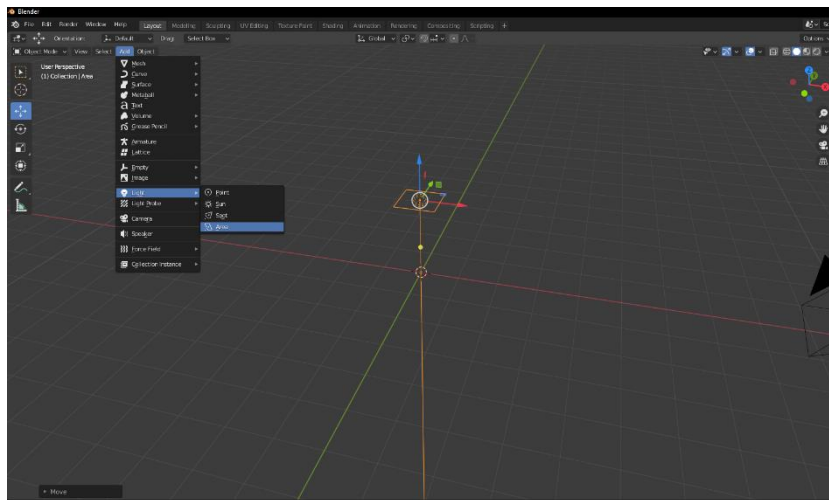


Figura24. Gráfico Luz en área

El uso que se le dio a la luz en área específicamente para la iluminación del techo en la oficina La luz tipo Área, lo que hace es simular la luz que viene de una superficie. Este tipo de luz, se utiliza mucho para simular la de una ventana o la luz con difusor que usan los fotógrafos.

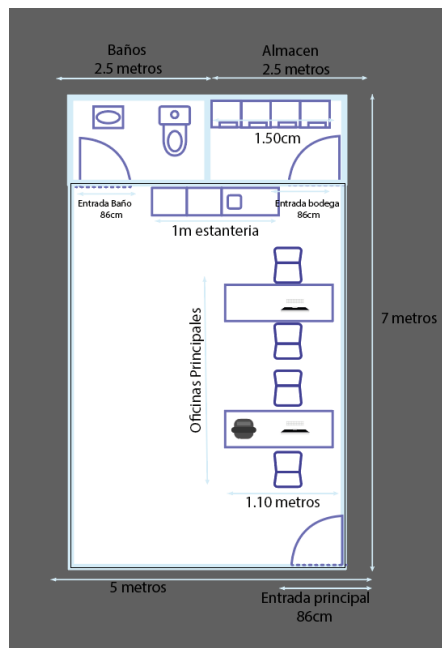


Figura25. Gráfico Área de trabajo Croquis Antes

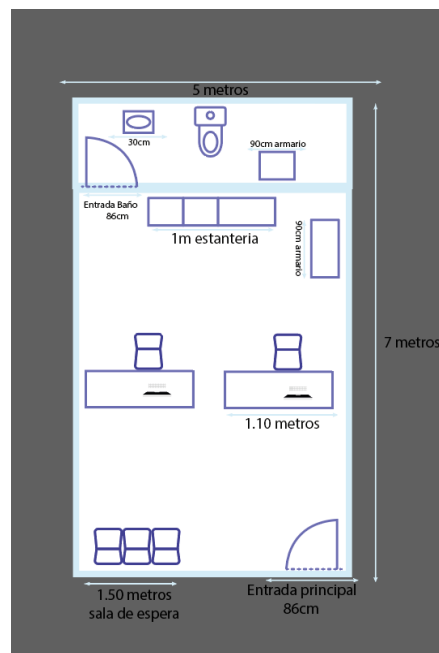


Figura26. Gráfico Área de trabajo Croquis Después

Las imágenes del Croquis nos ayudaron a saber y entender el cómo está distribuido todos los elementos en la oficina, el uso de un croquis nos ayudó también en las dimensiones para crear el entorno 3D y añadir una mejor distribución de los elementos que conforman una oficina, para una buena distribución de los elementos y un mejor desempeño de los trabajadores se basó en la ergonomía.

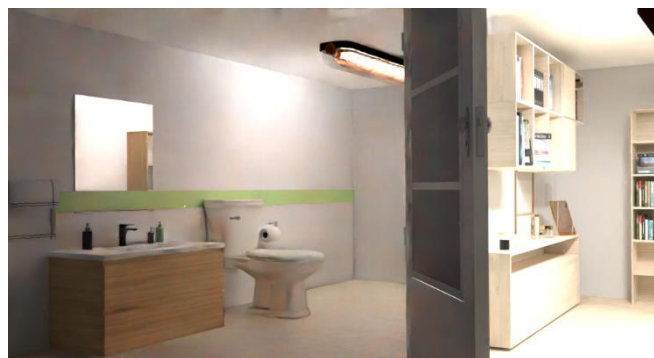


Figura27. Gráfico Área de baño



Figura28. Gráfico Área de espera



Figura29. Gráfico Área de atención al cliente

El proceso de Bocetaje

Mediante un estudio de investigación previo que se realizó junto con la empresa se pudo observar los elementos gráficos que la conforman actualmente, en el proceso de bocetar se eliminó ideas y conceptos que no representaban la marca por otro lado este proceso nos permitió el análisis de rasgos e ideas de los distintos bocetos y unificarlo en una idea más clara y específica que a partir de los bocetos nos llevó a la parte digital mucho.

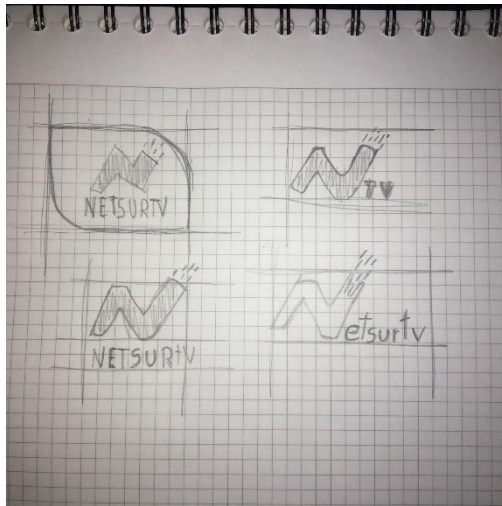


Figura30. Gráfico Bocetos

Se desarrollaron diversas revisiones de identidad visual entre estos: logotipos, símbolos y gráficas, para después pasar a la parte digital.



Figura31. Gráfico Bocetos digitalizados

Una vez revisadas las propuestas, se decidió optar por la opción N°1, esto debido a que al generar una marca que, en sí, llevaría el nombre con el que ya se conoce a la empresa, esto ayudará al posicionamiento rápido de ésta.

Concepto

El concepto grafico para el isologo se compone de un identificador principal que es la letra N a esta misma en base a la teoría del diseño se implementó una abstracción

al final de la letra donde además se añade 7 partículas con el propósito de simular la velocidad en que navegan nuestros usuarios, esto en base a la sutileza, comodidad, naturalidad y adaptabilidad, del cual lo abstrajimos además es un isologo maleable ya que está diseñado para el uso en cualquier superficie.

Con lo mencionado previamente podemos decir que la cromática principal se basa en 3 tonalidades de verde por ser identidad corporativa. Su símbolo fácil de visualizar en distintas aplicaciones modernas conservando el concepto de empresa respetable e innovadora.

Selección cromática

Todas las marcas tienen un color que las representa y son un elemento vital en el posicionamiento de la misma. Contribuyen a dotar de personalidad a la marca y la diferencian frente a la competencia. En el momento del desarrollo de campañas publicitarias, por ejemplo, los colores forman parte del mensaje, y deben de ir alienados con el objetivo a conseguir para poder conseguir finalmente un mayor impacto en lo que se quiere comunicar (Catucci, 2019)

Las tres tonalidades de verde nacen de la conceptualización de ecología mismos que hacen referencia al banano ya que este es el principal producto de exportación de la ciudad de el Oro

Verde: fresca, medio ambiente, armonía, salud, renovación, tranquilidad

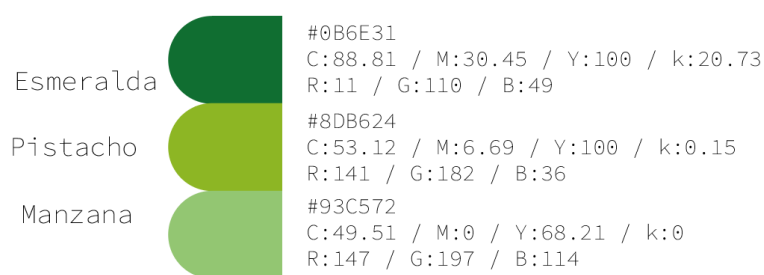


Figura32. Gráfico Bocetos Cromática

Tipografía

La elección tipográfica hoy en día no es una tarea fácil si se actúa de manera superficial, con una buena estrategia detrás, buscar una tipografía que conecte con la personalidad de la marca debería ser un proceso intuitivo para el diseñador. Aun así, son muchos más los factores que influyen en su elección. Se deberán tener muy presentes los puntos de contacto y los comportamientos

que deberá desempeñar el desarrollo visual de una marca. Definir los posibles problemas funcionales ayudará a buscar una fuente flexible, sencilla de usar, legible y que pueda ofrecer opciones de expresión. (branding, 2017)

La tipografía que se usara para en NetsurTv son dos, la primera fuente será Avant Garde Gothic, la cual es con la que se construyó el isologo de decidió por esta, al ser llamativa y limpia se pensó en este estilo de letra por la sutileza y el concepto que lleva la misma y una segunda tipografía que es destina a momento de redactar un texto o informe.

Tipografía principal

Avant Garde Gothic
ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnp
qrstuvwxyz
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Tipografía secundaria

Source Sans
ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Figura33. Gráfico Tipografía Principal

Figura34. Gráfico Tipografía Secundaria

Identificador grafico

Se obtuvo un isologo que en conjunto representa el concepto de la empresa. Asimismo, se entregó todo el proceso aquí expuesto al tutor de la carrera, para conocer su punto de vista sobre los resultados que, al agradarle, permitió continuar con la presente investigación.



Figura35. Gráfico Isologo Empresa

A continuación, se presentan detalles del isologo creado en base a una medida x . El isologo se construye sobre una retícula realizada a partir del valor “ x ”, la misma que equivale a 3 cm, de esta manera aseguramos la correcta proporción de la marca sobre cualquier soporte y medidas.

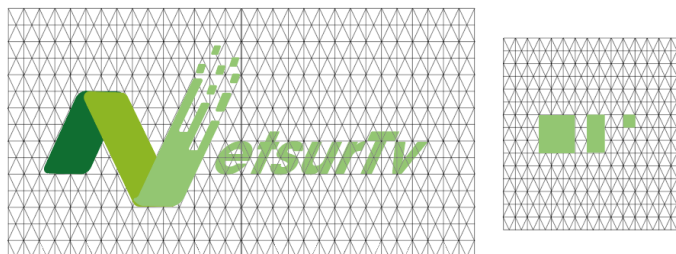


Figura36. Gráfico Retícula isologo Empresa

Se ha establecido el área de seguridad en torno al isologo. Esta área estará libre de todo elemento gráfico que interfiera en la percepción y lectura del identificador gráfico. La construcción del área de seguridad queda determinada por la medida “ x ” que equivale a 3 cm. Siempre que sea posible, es recomendable aumentar al máximo este espacio que separa el isologo del resto de elementos de la página (textos e imágenes).



Figura37. Gráfico Área de Seguridad isologo Empresa

Desde un tamaño máximo ilimitado, se ha establecido los tamaños mínimos de reproducción en imprenta y de forma digital. Con la finalidad de poder garantizar la visualización correcta del isologo y una lectura correcta de los componentes textuales que lo conforman.



Figura38. Gráfico Tamaños mínimos isologo Empresa

APLICACIONES DE USO CORPORATIVO

Tarjeta de presentación:

Las tarjetas de presentación son la parte más utilizada de diseño gráfico, Las tarjetas contienen la información básica de los servicios y datos de ubicación.

Información técnica:

- Medidas: 9 x 5 cm
- Tiro: Isologo centrado con 5 cm de ancho, el alto es proporcional.
- Retiro Fuente: Source Sans 9 pt
- Fuente: Source Sans 11 pt

Se recomienda papel couché mayor a 250 gr, laminado mate y Uv selectivo sobre logotipo y nombre.



Figura39. Gráfico Tarjetas de Presentación Empresa

Hoja membretada

La hoja membretada nos aporta legitimidad a los comunicados del negocio y refuerza el identificador gráfico.

Información técnica:

- Formato: DIN A4
- Tipo de impresión: Offset a full color
- Texto de encabezado fuente Source Sans 9pt
- Se recomienda papel Bond de 90gramos
- Tamaño: 21 x 29,7 cm



Figura40. Gráfico Hoja Membretada Empresa

Sobre de carta

El sobre carta tiene la delicada función de crear interés en el destinatario, por la lectura del mensaje que guarda; es el complemento de la carta comercial, y su elaboración merece especial cuidado.

Información técnica:

- Impresión: monocolor
- Medidas: 23 x 12 cm
- Papel: Estilo kraft



Figura41. Gráfico Sobre para Carta Empresa

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

CRONOGRAMA												
Actividades	Fecha											
	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
	Mayo				Junio				Julio			
Iniciación/Planeación												
Elección del tema												
Definición del problema												
Recopilación de información												
Recolección												
Entrevista con el propietario												
Elaboración del anteproyecto												
Elaboración de encuestas												
Búsqueda bibliográfica												
Desarrollo												
Búsqueda de homólogos												
Bocetaje de las propuestas												
Búsqueda de cromática												
Desarrollo de propuestas de logos												
Búsqueda de información para la metodología												
Validación												
Validación												
Rediseño												
Presentación de propuestas de logos												
Escritura de documento												
Creación de manual de uso de marca												

Figura42. Cronograma Actividades

CONCLUSIÓN

Luego de realizar el rediseño de imagen corporativa y generación de un entorno 3D en la empresa netsur.tv, se ha tenido una experiencia educativa la misma que ha sido obtenida a través de estos años por parte del instituto por lo que se hace necesario extender un agradecimiento profundo a todos los maestros y personas que constituyen dicho establecimiento cabe anotar que el presente estudio será parte de un proyecto que realizara la empresa NetsurTv para modernizar toda la línea gráfica, ya que dicha empresa se encuentra ubicada en una zona de desarrollo empresarial donde se necesitan cambios y rediseños en todo su Branding.

BIBLIOGRAFÍA

- branding, b. (15 de 11 de 2017). *Tipografía. El carácter de una marca*. Obtenido de <https://bangbranding.com/blog/tipografia-caracter-marca/>
- C., F. (2019). *Ergonomía para el diseño*. Obtenido de unr.edu.ar
- Catucci, A. (2019). *marketing insider review*. Obtenido de <https://www.marketinginsiderreview.com/colores-branding-psicologia/#:~:text=Más%20colores%20para%20branding%3A%20naranja%2C%20verde%20y%20azul&text=En%20marketing%20el%20color%20verde,%2C%20éxito%2C%20confianza%20y%20lealtad>.
- Costa, C. (16 de 8 de 2021). *Qué es el branding corporativo y qué beneficios tiene para tu empresa*. Obtenido de <https://crocreativo.com/blog/branding-corporativo/>
- Creativa, L. F. (2021). *La importancia del Branding*. Obtenido de <https://www.lafactoriacreativa.com/blog/agencia-de-publicidad/la-importancia-del-branding/>
- Escuela Europea. (15 de 06 de 2015). *LA IMPORTANCIA DE LA TIPOGRAFÍA EN EL DISEÑO GRÁFICO*. Obtenido de <https://escuelaeuropeadeempresa.eu/la-importancia-de-la-tipografia-en-el-diseno-grafico/#:~:text=Esta%20tiene%20un%20papel%20de,herramienta%20de%20comunicación%20muy%20importante>.
- Farroñán, R., E. V., & Valle Palomino, N. (2020). *Revista Universidad y Sociedad*. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000100292
- Fuente, V. D. (2022). *La importancia del diseño gráfico en la actualidad*. Obtenido de <https://www.indosmedia.com/importancia-diseno-grafico-actualidad/>

