REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA				
FICHA DE REGISTRO DE TESIS				
TÍTULO Y SUBTÍTULO: MODELO DE NEGOCIO PARA EL EJERCICIO PROFESIONAL DEL DISEÑADOR GRÁFICO EN EL APRENDIZAJE DE LOS ESTUDIANTES DEL CUARTO AÑO DE LA CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO DE LA FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL 2014.				
AUTOR/ES: DANNY DAVID DELGADO VERA		**REVISORES:** ING. PEÑA HOJAS DELIA MSC. ING. LUIS OLVERA VERA MSC.		
INSTITUCIÓN: UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL		**FACULTAD:** FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL		
CARRERA: DISEÑO GRÁFICO				
FECHA DE PUBLICACIÓN: 21de julio de 2015		**Nº DE PÁGINAS**: 110		
ÁREAS TEMÁTICAS: MODELO DE NEGOCIO CANVAS Y DISEÑO GRÁFICO				
PALABRAS CLAVE: MODELO DE NEGOCIO-DISEÑADOR GRÁFICO -MULTIMEDIA				
RESUMEN: El presente trabajo de investigación se llevó a cabo, con la finalidad de emplear un modelo de negocio para emprendedores en el entorno del diseño gráfico, también ayudará a definir una estructura profesional - laboral. La metodología utilizada se enmarca en el método hipotético-deductivo, y describe el procedimiento o camino que sigue el investigador para hacer de su actividad una práctica científica. Este método tiene varios pasos esenciales, como la observación del fenómeno a estudiar, la creación de una hipótesis para explicar dicho fenómeno, la deducción de consecuencias, y la verificación o comprobación de la verdad de los enunciados comparándolos con la experiencia. La muestra se determinó con la población que fue de tipo no probabilística, la misma que indica que no todos los elementos de la población pueden formar parte de la muestra y que se la ejecuta atendiendo a razones de comodidad al investigador. Aplicando técnicas de investigación como la observación, la entrevista y encuesta a través de un cuestionario de preguntas a dicha población cuyos resultados permitiendo justificar la propuesta de: Diseño y elaboración de un ayudante animado en 2d como recurso multimedia para informar sobre el modelo de negocio CANVAS. Para promover el tema de emprendimiento laboral.				
Nº DE REGISTRO (en base de datos):		**Nº DE CLASIFICACIÓN:**		
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):				
ADJUNTO PDF:	**x**	**SI**		**NO**
CONTACTO CON AUTOR/ES:	**Teléfono: 3090402**		**E-mail: daniel_sam_55@hotmail.com**	
CONTACTO EN LA INSTITUCION:	**Nombre: Carrera de Diseño Gráfico**			
	Teléfono: 2281506			

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DISEÑO GRÁFICO

TESIS DE GRADO
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
INGENIERO EN DISEÑO GRÁFICO

TEMA:

MODELO DE NEGOCIO PARA EL EJERCICIO PROFESIONAL DEL DISEÑADOR GRÁFICO EN EL APRENDIZAJE DE LOS ESTUDIANTES DEL CUARTO AÑO DE LA CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO DE LA FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL 2014.

AUTOR
DELGADO VERA DANNY DAVID

TUTORES

ING. PEÑA DELIA MSC.
ING. OLVERA LUIS MSC.

2015
GUAYAQUIL – ECUADOR

Universidad de Guayaquil

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

CARRERA DISEÑO GRÁFICO

DIRECTIVOS

MSc. Kléber Loor Valdiviezo
DECANO

MSc. Christel Matute Zhuma
SUBDECANA

MSc. Oscar Vélez Mora
DIRECTOR DE LA CARRERA DISEÑO GRÁFICO

Abog. Xavier González Cobo
SECRETARIO GENERAL

Máster
Kléber Loor
Decano de la Facultad de Comunicación Social
Ciudad.

Tengo bien informar que el egresado: Danny David Delgado Vera con C.C. # 0919953901; diseñó y ejecutó el Proyecto de Investigación con el tema**:** Modelo de negocio para el ejercicio profesional del diseñador gráfico en el aprendizaje de los estudiantes del cuarto año de la Carrera de Diseño Gráfico de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil 2014.
Propuesta: Diseño y elaboración de un ayudante animado en 2d como recurso multimedia para informar sobre el modelo de negocio CANVAS.

El mismo que ha cumplido con las directrices y recomendaciones dadas por la suscrita.
El autor ha ejecutado satisfactoriamente las diferentes etapas constitutivas del proyecto; por lo expuesto se procede a la APROBACIÓN y pone a vuestra consideración el informe de rigor para los efectos legales correspondientes.

Atentamente,

Ing. Peña Hojas Delia MSc.
TUTOR ACADÉMICO

Máster
Kléber Loor
Decano de la Facultad de Comunicación Social
Ciudad.-

Tengo bien informar que el egresado: Danny David Delgado Vera con C.C. # 0919953901; diseñó, elaboró e implementó la **propuesta**: Diseño y elaboración de un ayudante animado en 2d como recurso multimedia para informar sobre el modelo de negocio CANVAS del Proyecto de Investigación con el **tema**: Modelo de negocio para el ejercicio profesional del diseñador gráfico en el aprendizaje de los estudiantes del cuarto año de la Carrera de Diseño Gráfico de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil 2014.

El mismo que ha cumplido con las directrices y recomendaciones técnicas dadas por el suscrito.

El autor ha ejecutado satisfactoriamente las diferentes etapas constitutivas del desarrollo de la propuesta técnica; por lo expuesto se procede a la APROBACIÓN y pone a vuestra consideración el informe de rigor para los efectos legales correspondientes.

Atentamente,

Ing. Luis Olvera MSc.
TUTOR TÉCNICO

Máster
Kléber Loor
Decano de la Facultad de Comunicación Social
Ciudad.-

De mis consideraciones:

Para los fines legales pertinentes comunico a usted que los derechos intelectuales del Proyecto de Investigación: Modelo de negocio para el ejercicio profesional del diseñador gráfico en el aprendizaje de los estudiantes del cuarto año de la Carrera de Diseño Gráfico de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil 2014. Propuesta: Diseño y elaboración de un ayudante animado en 2d como recurso multimedia para informar sobre el modelo de negocio CANVAS, pertenecen a la Facultad de Comunicación Social.

Atentamente,

Danny Delgado Vera
C.C. # 0919953901

CERTIFICADO DE REVISIÒN DE LA REDACCIÒN Y ORTOGRAFÌA

Yo, Lcda. Judith Pico Fonseca certifico: que revisé la redacción y ortografía del Contenido del Proyecto de Investigación con el tema: Modelo de negocio para el ejercicio profesional del diseñador gráfico en el aprendizaje de los estudiantes del cuarto año de la Carrera de Diseño Gráfico de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil 2014. Propuesta: Diseño y elaboración de un ayudante animado en 2d como recurso multimedia para informar sobre el modelo de negocio CANVAS, elaborado por el egresado: Delgado Vera Danny David, previo a la obtención del título de INGENIERO EN DISEÑO GRÁFICO.

Para el efecto he procedido a leer y a analizar de manera profunda el estilo y la forma del contenido del texto:

- Se denota la pulcritud en la escritura en todas sus partes.
- La acentuación es precisa.
- Se utilizan los signos de puntuación de manera acertada.
- En todos los ejes temáticos se evitan los vicios de dicción.
- Hay concreción y exactitud en las ideas.
- No incurre en errores en la utilización de las letras.
- La aplicación de la sinonimia es correcta.
- Se maneja con conocimiento y precisión la morfosintaxis.
- El lenguaje es pedagógico, académico, sencillo y directo, por lo tanto de fácil comprensión.

Por lo expuesto, y en uso de mis derechos como Licenciada en Ciencias de la Educación Especialización Literatura y Castellano, recomiendo la VALIDEZ ORTOGRÀFICA del proyecto previo a la obtención del título de INGENIERO EN DISEÑO GRÁFICO.

Atentamente

Lcda. Judith Pico Fonseca
Reg. SENESCYT # 1006-12-1121414

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DISEÑO GRÁFICO

A D V E R T E N C I A

Se advierte que las opiniones, ideas o afirmaciones vertidas en el presente proyecto, son de exclusiva responsabilidad del autor del mismo y no está incluida la responsabilidad de la Universidad de Guayaquil.

PROYECTO

MODELO DE NEGOCIO PARA EL EJERCICIO PROFESIONAL DEL DISEÑADOR GRÁFICO EN EL APRENDIZAJE DE LOS ESTUDIANTES DEL CUARTO AÑO DE LA CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO DE LA FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL 2014.
PROPUESTA: DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UN AYUDANTE ANIMADO EN 2D COMO RECURSO MULTIMEDIA PARA INFORMAR SOBRE EL MODELO DE NEGOCIO CANVAS

APROBADO

_____
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

_____ _____
MIEMBRO DEL TRIBUNAL **MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

_____
SECRETARIO

DEDICATORIA

El presente trabajo se lo dedico personalmente a mis padres, por ser el pilar principal de formación, tanto ética como moral. A mi madre por estar siempre dispuesta a escucharme y aconsejarme en todo momento.

A mi padre, por su trabajo y esfuerzo en todos estos años, dedicados a la familia, por la motivación que me impulsa a seguir mejorándome como persona y profesional, por todo esto agradezco infinitamente a Dios por otorgarme la dicha de tener a mis padres presentes.

AGRADECIMIENTO

Deseo agradecer primeramente a Dios por otorgarme salud y entendimiento, en el transcurso de mi vida.

A los profesores de la Carrera de Diseño Gráfico, quienes estuvieron dispuestos a resolver duda alguna, durante el transcurso de mi formación académica como estudiante y también en el desarrollo de este proyecto de tesis.

A mi familia, por estar presente en cada momento que lo necesitaba, brindándome incondicionalmente su cariño, guía y fortaleza,

.

ÍNDICE GENERAL

CARÁTULA	**i**
PÁGINA DE DIRECTORIOS	**ii**
INFORME DEL PROYECTO	**iii**
DERECHOS INTELECTUALES	**v**
PÁGINA DE REVISION DE LA REDACCIÓN DE LA ORTOGRAFÍA	**vi**
ADVERTENCIA	**vii**
PÁGINA DE TRIBUNAL	**viii**
DEDICATORIA	**iv**
AGRADECIMIENTO	**x**
ÍNDICE GENERAL	**xi**
ÍNDICE DE GRÁFICOS	**xv**
ÍNDICE DE CUADROS	**xvi**
RESUMEN	**xvii**
INTRODUCCCIÓN	**1**

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

N°	**Descripción**	**Pág.**
1.1	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	4
1.1.1	Ubicación del problema en un contexto	4
1.1.2	Situación conflicto	6
1.1.3	Causas y consecuencias	8
1.1.4	Delimitación del problema	9
1.2	Formulación del problema	9
1.2.1	Evaluación del problema	9
1.3	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	10
1.3.1	Objetivo general	10
1.3.2	Objetivos específicos	11

1.4 JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA 11
1.5 INTERROGANTES DE LA INVESTIGACIÓN 13

CAPÍTULO II
MARCO TEÓRICO

N°	Descripción	Pág.
2.1	**ANTECEDENTES DEL ESTUDIO**	14
2.2	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	14
2.2.1	FUNDAMENTACIÓN SICOLÓGICA	33
2.2.2	FUNDAMENTACIÓN ANDRAGÓGICA	34
2.2.3	FUNDAMENTACIÓN TECNOLÓGICA	35
2.2.4	FUNDAMENTACIÓN LEGAL	36
2.3	VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN	37
2.3.1	Variable independiente	37
2.3.2	Variable dependiente	37

CAPÍTULO III
METODOLOGÍA

N°	Descripción	Pág.
3.1	Metodología	38
3.2	MÉTODOS	39
3.2.1	Método científico	39
3.2.2	Método hipotético-deductivo	39
3.3	TIPOS DE INVESTIGACIÓN	40
3.3.1	Investigación descriptiva	40
3.3.2	Investigación bibliográfica	41
3.3.3	Investigación participativa	42
3.3.4	Investigación de campo	43
3.4	POBLACIÓN Y MUESTRA	44

3.4.1 Población 44
3.5 Muestra 45
3.6 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN 48
3.6.1 Observación 49
3.6.2 Entrevista 49
3.6.3 La encuesta o cuestionario 50
3.6.4 Técnica de investigación secundaria 50

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

N° Descripción Pág.
4.1 RESULTADO DE LA ENCUESTA REALIZADA A LA AUTORIDAD DE LA CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO. 51
4.1.1 RESULTADO DE LA ENCUESTA REALIZADA A LOS DOCENTES 53
4.1.2 RESULTADO DE LA ENCUESTA REALIZADA A LOS ESTUDIANTES 63
4.2 Discucsión de resultados 73
4.3 Respuesta a las interrogantes de la investigación 75

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

N° Descripción Pág.
5.1 Conclusiones 77
5.2 Recomendaciones 78

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

N°	Descripción	Pág.
6.1	TÍTULO	79
6.1.1	JUSTIFICACIÓN	79
6.2	OBJETIVOS	80
6.2.1	Objetivo general	80
6.2.2	Objetivos específicos	80
6.3	FUNDAMENTACIÓN	80
6.4	UBICACIÓN SECTORIAL Y FÍSICA	84
6.5	ASPECTO LEGAL	84
6.6	Conclusiones	85
6.7	DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA	85
6.8	Visión	102
6.8.1	Misión	102
6.9	Beneficiarios	102
6.9.1	Impacto social	102
BIBLIOGRAFÍA		107
ANEXOS		111

ÍNDICE DE GRÁFICOS

N°	Descripción	Pág.
1.	Diagrama de la ontología de modelo de negocio	24
2.	Los estudiantes y el concepto de emprendimiento	53
3.	Modelo CANVAS como metodología	54
4.	Conocer un plan de ventas	55
5.	Espectativas de negocio	56
6.	Evaluaciones a estudiantes	57
7.	CANVAS como estrategia	58
8.	CANVAS en el área laboral	59
9.	Seminarios o talleres de emprendimiento	60
10.	Interés en seminarios o talleres de Diseño	61
11.	Debate de conocimientos	62
12.	Profesional y patrono	63
13.	Plan de acción	64
14.	Dificultades del Diseñador Gráfico	65
15.	Estrategías en diseño gráfico como tema de clases	66
16.	El modelo CANVAS y su complejidad	67
17.	Se comparten conocimiento entre estudiantes	68
18.	Recurso multimedia referente a CANVAS	69
19.	Actualizarse en nuevas tecnologías	70
20.	Docentes resuleven interrogantes	71
21.	Experiencia laboral en Docentes	72
22.	Ubicación sectorial y física	83

ÍNDICE DE CUADROS

N°	Descripción	Pág.
1.	Causas y consecuencias	8
2	Modelo de los cuadrantes cerebrales	18
3.	Población	45
4.	Muestra estadística	48
5.	Modelo CANVAS como metodología	53
6.	Los estudiantes y el concepto de emprendimiento	54
7.	Conocer un plan de ventas	55
8.	Espectativas de negocio	56
9.	Evaluaciones a estudiantes	57
10.	CANVAS como estrategia	58
11.	CANVAS en el área laboral	59
12.	Seminarios o talleres de emprendimiento	60
13.	Interés en seminarios o talleres de Diseño	61
14.	Debate de conocimientos	62
15.	Profesional y patrono	63
16.	Plan de acción	64
17.	Dificultades del Diseñador Gráfico	65
18.	Estrategías en diseño gráfico como tema de clases	66
19.	El modelo CANVAS y su complejidad	67
20.	Se comparten conocimiento entre estudiantes	68
21.	Recurso multimedia referente a CANVAS	69
22.	Actualizarse en nuevas tecnologías	70
23.	Docentes resuleven interrogantes	71
24.	Experiancia laboral en Docentes	72
25.	Guía de colores	99

TEMA: **MODELO DE NEGOCIO PARA EL EJERCICIO PROFESIONALDEL DISEÑADOR GRÁFICO EN EL APRENDIZAJE DE LOS ESTUDIANTES DEL CUARTO AÑO DE LA CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO DE LA FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL 2014.**

AUTOR: **DELGADO VERA DANNY DAVID**
TUTORES: **ING. PEÑA DELIA MSC.**
ING. OLVERA LUIS MSC.

Resumen

El presente trabajo de investigación se llevó a cabo, con la finalidad de emplear un modelo de negocio para emprendedores en el entorno del diseño gráfico, también ayudará a definir una estructura profesional - laboral. La metodología utilizada se enmarca en el método hipotético-deductivo, y describe el procedimiento o camino que sigue el investigador para hacer de su actividad una práctica científica. Este método tiene varios pasos esenciales, como la observación del fenómeno a estudiar, la creación de una hipótesis para explicar dicho fenómeno, la deducción de consecuencias, y la verificación o comprobación de la verdad de los enunciados comparándolos con la experiencia. La muestra que se determinó con la población fue de tipo no probabilística, la misma que indica que no todos los elementos de la población pueden formar parte de la muestra y que se la ejecuta atendiendo a razones de comodidad al investigador. Se aplicaron técnicas de investigación como la observación, la entrevista y encuesta a través de un cuestionario de preguntas cuyos resultados permitieron justificar la propuesta del diseño y elaboración de un ayudante animado en 2D como recurso multimedia para informar sobre el modelo de negocio Canvas. Para promover el tema de emprendimiento laboral.

PALABRAS CLAVES: MODELO DE NEGOCIO
DISEÑADOR GRÁFICO
MULTIMEDIA

SUBJECT: **BUSINESS MODEL FOR PRACTICE GRAPHIC DESIGNER OF LEARNING STUDENT OF THE FOURTH YEAR RACE GRAPHIC DESIGN FACULTY OF SOCIAL COMMUNICATION UNIVERSITY OF GUAYAQUIL 2014.**

AUTHOR: **DELGADO VERA DANNY DAVID**

TUTORS: **ACADÉMIC: ING. PEÑA DELIA MSC.**
COACH: ING. OLVERA LUIS MSC.

ABSTRACT

This research was conducted with the aim of employing a business model for entrepreneurs in graphic design environment, also will help define a professional structure - labor. The methodology is part of the hypothetical-deductive method, and describes the process or path the researcher to make your activity a scientific practice. This method has several essential steps, such as observation of the phenomenon to be studied, creating a hypothesis to explain this phenomenon, deduction of consequences and verification or checking the truth of statements by comparing them with experience. The sample was determined by the population was non-probabilistic type; it indicates that not all elements of the population may be part of the sample and that executes in response to the investigator for convenience. Research techniques were applied as observation, interview and survey through a questionnaire whose results led to justify the proposal for the design and development of an animated 2D and multimedia resource to report on the business model Canvas assistant. To promote the issue of labor enterprise.

KEY WORDS: BUSINESS MODEL
GRAPHIC DESIGNER
MULTIMEDIA

INTRODUCCIÓN

CONTEXTO DE LA INVESTIGACIÓN

Contexto Mundial

La elaboración de un portafolio de trabajos, es el primer paso o acción que ejecuta el profesional al momento de buscar empleo, determinar cuál será la mejor estrategia para dar a conocer las características que lo definen como trabajador en el área de diseño gráfico y conocer cuál es la competencia en el mercado actual, para ello se puede realizar un posicionamiento cognitivo, o desarrollar un análisis FODA y así dejar al descubierto sus fortalezas, oportunidades, debilidades, amenazas.

Las empresas o industrias en su mayoría buscan personal con un perfil multifuncional es decir que sean conocedor de todo un poco, además de ello se muestran interesados con la creatividad con la que se expresa, su competitividad y poder de lograr entender la visión o ideas de otras personas y plasmarlas en obras de artes gráficas.

Pero otra herramienta que se presenta con una funcionalidad completa porque se vincula tanto con el comportamiento del mercado como con las necesidades del cliente o usuario es la interrelación con el mismo para que exista en un negocio, éste es la elaboración del lienzo CANVAS o del modelo de negocios CANVAS donde se detallan las ideas más puntuales para luego ser analizadas o intercambiables o posterior consulta a los interesados del tema.

CANVAS determina una sencilla plantilla formada por nueve bloques descriptivos de donde se establecen cuáles serían los futuros clientes, la propuesta de valor, que solución se propone al cliente con el producto o

servicio, cuáles serían los mejores canales de comunicación, y una de las acciones más fundamentales, es la relación que se debe mantener con los clientes, describir los recursos más importantes necesarios para el funcionamiento del negocio, valorar las asociaciones para ejecutar el modelo de negocios con garantías, y describe los costes .

Para fin en la elaboración del presente proyecto, se despliegan seis capítulos donde se muestran diferentes aspectos relacionados con la problemática en estudio a desarrollarse en la Carrera de Diseño Gráfico, de la Facultad de Comunicación Social de la ciudad de Guayaquil, con respecto al área de trabajo del Diseñador.

En el capítulo uno se destaca la situación del problema existente en la institución, donde se detecta interrogantes de todos aquellos elementos que se involucran y que son valorados para resolver, el proceso profesional del profesional en el campo empresarial como respuesta a este tema se plantea exponer un plan de ventas que servirá de guía al profesional en la toma de decisiones para optimizar la satisfacción laboral.

En el capítulo dos se puntualizan conceptos que sirven de base fundamental para el estudio de la problemática, los antecedentes y fundamentos que sirve de soporte o justificación para llevar a cabo la realización de la propuesta con el tema estudiado.

Conceptos tales como: modelado de procesos de negocio, tipos de modelos de negocios, qué es el modelo de negocios CANVAS.

En el capítulo tres se describe la metodología que se aplicó para la investigación tal es el caso de la investigación científica la cual se aplicó en principalmente la observación, la medición, para aplicar y calcular un conjunto de procedimientos lógicos que persigue esta investigación y declarar las relaciones internas y externas de procesos en la realidad

natural y social en el escenario donde se envuelve la situación laboral del Diseñador Gráfico en la ciudad de Guayaquil.

En el capítulo cuatro, se desarrolla el análisis e interpretaciones de los resultados de las encuestas y entrevista realizada a la Autoridad y a los estudiantes de cuarto año de la Carrera de Diseño Gráfico de la Facultad de Comunicación Social de la Ciudad de Guayaquil, posterior a ello la elaboración y tabulación de este análisis a través del gráficos de tipo pastel los mismos que justifican la investigación que se describe.

En el capítulo cinco, se describen las conclusiones que expresa el investigador por parte de los entrevistados o encuestados siendo estas las interpretaciones hechas por el autor y relacionadas con los resultados del trabajo previamente estructuradas en cuadros estadísticos con sus respectivos gráficos, que preceden una metodología de estudio.

Y las recomendaciones que establecen un apartado muy importante de una referencia a futuras investigaciones.

En el capítulo seis, se detallan los procesos empleados para la elaboración de la propuesta de este trabajo de tesis, tales sean estos los recursos tecnológicos, como los software que se emplearon para la animación, edición de imágenes, edición de audio o de la programación misma, la psicología de color que se muestra de gran influencia y el impacto visual o la armonía que este refleja.

Los objetivos que formaron parte inicial para la realización de esta multimedia puesto que este proyecto será expuesto hacia los estudiantes de la institución académica, la misión y la visión que formaran parte de un proceso a futuro para realizar investigaciones sobre este tema.

CAPÍTULO I
EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Ubicación del problema en un contexto

La presente investigación se realizó en la Facultad de Comunicación Social en la Carrera de Diseño Gráfico ubicada en la parroquia TARQUI del cantón GUAYAQUIL perteneciente a la provincia del GUAYAS.

En el momento de emprender, los analistas coinciden que primero se debe elaborar un buen plan estratégico, que recoja de forma ordenada todos aquellos elementos que se necesitan y que serán evaluados para decidir, el proceso profesional en el campo empresarial, el método Canvas es una herramienta que permite ejecutar un análisis en cuatro campos específicos. Su objetivo es asegurar el desarrollo de un modelo de negocio para que éste sea claro y consistente, capaz de ofrecer las respuestas indicadas a las necesidades comerciales de empresas o emprendedores.

Algunos expertos aseguran que más allá del plan de empresa, es casi más imprescindible construir el Modelo de Negocio que recoja la forma de como el proyecto empresarial hará viable las propuestas de valor que se ofrecerán a los diferentes clientes.

Este documento emite por escrito las reflexiones de autores, en el entorno empresarial; esta es sólo una de las herramientas que se deberá considerar antes de emprender. Para ello hay que realizar un estudio analítico cognitivo que se tiene y asegurarnos de que el evento

emprendedor se ejecute al máximo antes de un anticipado estudio, análisis, planificación y proyección.

Con el fin de compartir un lenguaje común para describir la racionalidad de cómo una organización, crea, entrega y agrega valor. Este concepto se ha probado a escala internacional y ha sido puesto en práctica por parte de grandes empresas privadas como IBM, Ericsson y Deloitte, así como por organizaciones públicas como el Ministerio de Obras Públicas y Servicios Gubernamentales de Canadá.

Utilizado en los países desarrollados desde el año 2008, en Chile el método Canvas es una herramienta que poco a poco comienza a ganar adeptos. Su objetivo es asegurar el desarrollo de un modelo de negocio claro y consistente, que sea capaz de ofrecer las respuestas indicadas a las necesidades comerciales de la empresa o emprendimiento.

El SCN (Sistema de Cuentas Nacionales) define la producción en términos generales como las actividades llevadas a cabo bajo el control y la responsabilidad de las unidades institucionales (es decir, las sociedades financieras, las unidades del gobierno, instituciones sin fines de lucro y las empresas no constituidas en sociedad) que utilizan insumos de mano de obra, capital, bienes y servicios, para realizarla.

En 2013, alrededor de 839 millones de trabajadores mantuvieron a sus familias con menos de dos dólares diarios. Las condiciones en el mercado laboral no registraron ningún indicio de mejora en las economías desarrolladas, incluso en los países-miembros de la Unión Europea.

La Organización Internacional del Trabajo (OIT) estima que el desempleo crecerá este año en 3,2 millones de personas, con lo que el número acumulado de personas sin trabajo en el mundo se ubica en 203

millones, frente a esta situación, para la OIT es esencial impulsar la capacidad productiva diversificada, contario a limitarse en liberalizar el comercio.

Las víctimas principales del despido a nivel mundial son jóvenes menores de 24 años y desempleados de mayor duración. En el caso de los primeros, la OIT señala que en las circunstancias actuales de sutil recuperación, las fases de desempleo han aumentado considerablemente, sobre todo en economías avanzadas.

Se observa un cambio con una paradoja económica que desencadenará una progresión hacia el desempleo total. Es un hecho que a nadie le gusta ser el empleado de nadie y las personas cada vez tienden auto emplearse. El desempleo en el sector urbano en Ecuador se ubicó en un 4,57% de septiembre en el 2013, según la última Encuesta Nacional del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC).

Guayaquil se mantiene como la ciudad con mayores tasas de desempleo. En esta ocasión el índice de desempleo para el Puerto Principal se ubicó en un 1,09% sobre el promedio nacional.

1.1.2 Situación conflicto

Se requiere elaborar un material interactivo, donde se presente un contenido multimedia, como sonido, texto, imágenes, animación, videos entre otros, destinado a ser visto en las PC de las computadoras, con toda la información relevante al modelo de negocio CANVAS, y así comunicar a los estudiantes sobre estas estrategias aplicables a otros campos a más del área del Diseño Gráfico. Como respuesta a la necesidad anticipada en el campo laboral, puesto que uno de los retos al que se enfoca el estudiante de diseño o al recién egresado, es el definir un plan estratégico para vender su trabajo, ya sea como freelance es decir un trabajador

independiente, en la participación de un negocio propio o la búsqueda de un puesto como empleado en alguna empresa. Para esto la elaboración de un portafolio o currículum es el primer paso, por otro parte, también es importante saber qué habilidades van a definir como diseñador y van a caracterizar de la competencia que cada vez es más agresiva, para esto podemos elaborar un posicionamiento cognitivo; es decir el cúmulo de información que es independiente a un proceso de aprendizaje o a la experiencia propia.

Mediante un análisis FODA donde se deja al descubierto las fortalezas y oportunidades internas del profesional y reducir las amenazas y debilidades de su exterior el mercado laboral como las competencias entre otras, pero también existe otra herramienta muy útil como lo es el modelo de negocio CANVAS.

En estos primeros inicios de este siglo XXI se está presenciando, en el sector económico, una serie de cambios, en noviembre de 2007, Ecuador se integró de nuevo a la Organización de Países Exportadores de Petróleo es decir la (OPEP), de la cual se había apartado por 14 años, ese mismo año se creó la Unión de Naciones Sudamericanas (UNASUR), con sede en Quito también es parte de la Organización Mundial del Comercio(OMC), además del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), Banco Mundial, Fondo Monetario Internacional (FMI), estos cambios afectan favorablemente a estrategias futuras empresas.

Las condiciones y el uso de Tecnologías en la Información y comunicaciones, la globalización, la valoración del capital intelectual; la formación, etc., han pasado a ser factores claves e indispensables, desde el punto de vista empresarial. El modelo CANVAS fue desarrollado por Alexander Osterwalder e Yves Pigneur, el cual mediante una sencilla planilla, se visualiza analíticamente una propuesta general de negocio, la

clave es tener muy claro el tipo de cliente o empleador al que se quiere dirigir, la manera en que se va a tratar con él y el valor que obtendrán.

La propuesta de trabajo es dinámica, con la interacción del grupo interdisciplinario que combinan habilidades analíticas con pensamiento creativo a lo que Osterwalder llama pensamiento de diseño en cada uno de las 9 secciones. Para armar un modelo CANVAS se necesita de un lienzo de buen tamaño que puede ser un pizarrón, plumones o marcadores de varios colores y un paquete de post-it. Aquí el grupo plasma frente al lienzo las post-its con ideas y dibujos en un mínimo de palabras, que serán analizadas y comunicadas al grupo de trabajo

1.1.3 Causas y consecuencias

CUADRO 1.

CAUSAS Y CONSECUENCIAS

Causas	Consecuencias
La amplia demanda de Diseñadores Gráficos en Guayaquil.	Escasas oportunidades en plazas de trabajo.
Alcance estratégico técnico-administrativo para la aceptación de actividades como Diseñador Gráfico.	No estar en la actualidad con las tendencias en cuanto a la tecnología y ámbitos sociales.
Ofrecer el cumplimiento profesional en otras plazas de mercados internacionales.	Actualización de nuevas tendencias científico- tecnológico a nivel mundial.
Conocimiento de las necesidades de los empleadores en potencia para el desempeño y desarrollo empresarial.	Visualiza de manera global todos los aspectos de mayor relevancia que involucran a las necesidades de las empresas.

Fuente: **Carrera de Diseño Gráfico**
Elaborado por: **Delgado Vera Danny Delgado**

1.1.4 Delimitación del problema

Campo: Educativo
Área: Diseño Gráfico
Aspectos: Andragógicos y tecnológicos

Tema

Modelo de negocio para el ejercicio profesional del diseñador gráfico en el aprendizaje de los estudiantes del cuarto año de la carrera de diseño gráfico de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil 2014.

Propuesta

Diseño y elaboración de un ayudante animado en 2d como recurso multimedia para informar sobre el modelo de negocio Canvas.

1.2 Formulación del problema

¿Qué influencia tiene el aplicar los modelos de negocios al incorporarlo en el ejercicio profesional de los estudiantes de cuarto año de la carrera de Diseño Gráfico de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil?

1.2.1 Evaluación del problema

El presente informe de investigación se lo evaluó tomando en consideración los siguientes aspectos importantes y de gran relevancia con la finalidad de un exitoso desarrollo para este trabajo y que se detallan a continuación:

Factible

Cuenta con la aprobación y aceptación de las autoridades correspondiente de la institución, bajo un conjunto de circunstancias en las que involucra lugar, tiempo, cultura y que permiten su correcta comprensión y desarrollo del mismo.

Claro

Porque ofrece las ideas, pensamientos e información de fácil comprensión para cualquier lector que le interese sobre este tema.

Delimitado

Este análisis, que no es más que un estudio estratégico es aplicable en el campo laboral del ejercicio profesional del Diseñador Gráfico en la Facultad de Comunicación Social de la ciudad de Guayaquil.

Original

El modelo de negocios CANVAS no ha sido analizado y aplicado en la institución, tratándoselo por primera vez en la carrera de Diseño Gráfico.

1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1 Objetivo general

Proyectar procesos ideológicos y analíticos en los futuros egresados de la carrera de Diseño Gráfico que le permitan tomar decisiones mediante la elección entre las opciones o las formas de resolver las diferentes situaciones a nivel laboral, o de índole empresarial. Transmitiendo la información sobre el modelo de negocio CANVAS con la elaboración de una multimedia para el dar a conocer esta estrategia de emprendimiento a los estudiantes.

1.3.2 Objetivos específicos

- Analizar los factores que inciden sobre el conocimiento evaluativo del egresado en la carrera de Diseño Gráfico.

- Resolver un modelo verificable y visualizado en el diseño y programación de una aplicación multimedia, sobre las ventajas en la práctica de este modelo.

- Explicar al personal docente en el manejo y uso de este material multimedia.

- Influenciar en la eficiencia del proceso productivo del sector laboral profesional con la propuesta con la aplicación del modelo de negocios CANVAS.

1.4 JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA

El proyecto tiene como finalidad aportar a nivel académico un plan estratégico de las metas que se desean obtener.

Entonces: Metas + Investigación = Plan de negocios. Porque una meta, solo revela su propósito o el lugar en donde se espera llegar y un plan de negocios detalla la fórmula exacta que se necesita desarrollar para conseguir esas metas.

La definición de un plan de negocios, se denota como una herramienta o un documento formal elaborado para capturar y comunicar la dirección planeada y las maniobras que se requieran y para que este propósito alcance su meta más importante e igual manera aplicable en el campo laboral deberá desarrollarse minuciosamente en cada uno de los bloques. Un plan de negocios terminado puede ser utilizado y analizado

para comparar los resultados reales y descubiertos con las metas originalmente establecidas en este modelo.

El proceso de revisión le ayudará a mantener bien direccionado el fin o propósito al cual se desea llegar, asegurándose que está tomando las acciones adecuadas y que éstas están alineadas con la dirección estratégica previamente analizada.

La planeación le permite pensar acerca de los detalles de su operación y de cómo todos necesitan trabajar juntos para formar una entidad viable. La planeación de negocios refleja las prácticas que los buenos administradores utilizan en un proceso de evaluación en curso, y especialmente crucial para el emprendedor porque refleja la capacidad en la cual se desenvuelve.

El proceso de elaborar un plan de negocios ayudará a cristalizar sus pensamientos, sus recursos, sus conocimientos; a medida que se consignan en el papel, esto manifiesta un claro desenvolvimiento y estudio del mercado laboral al cual se dirige.

Elaborar un plan de negocios trata tanto acerca de aprender de cómo escribir, articular los pensamientos y transmitirlos en papel y lo que se piensa, lo que se piensa está determinado por lo que se aprende, lo que se aprende está condicionado por lo que se experimenta y lo que experimenta está determinado por aquello a lo que se expone y lo que se hace con esa experiencia.

Las acciones que se ejecutan se basan en los comportamientos y conducta pues esta revela más que sus palabras sus verdaderos pensamientos, propósitos e ideales, a su vez, estos están determinados por el aprendizaje, por lo que elaborar un plan de negocios debe ser una experiencia de aprendizaje.

El modelo CANVAS le permitirá discutir, diseñar, descubrir, mejorar e innovar el modelo de negocio analizado dentro de los nueve bloques que interactúan entre si y visualizándolos en el plano pre-estructurado detallando las acciones que realmente son necesarias para obtener un buen desempeño al ejecutar la acción o el fin que se desea realizar sea este emprender un negocio, mejorarlo, crear un nuevo producto.

Cada segmento de mercado tiene su propia propuesta de valor determinando el tipo de relación que se tiene o se necesita con los clientes. Aquellos para los que cual se crea valor integrados en un producto o servicio. Concluyendo con la satisfacción y resolución de necesidades del usuarios y clientes que pagan por este bien.

1.5 INTERROGANTES DE LA INVESTIGACIÓN

¿Es importante que el personal docente conozca sobre el modelo de negocios CANVAS?

¿Las autoridades del plantel apoyarán el plan de negocios CANVAS?

¿De qué manera será aplicado este modelo CANVAS en la institución?

¿Cuál será el canal de comunicación utilizado para entender el modelo CANVAS?

¿Por qué se debe aplicar este modelo de negocios?

¿Qué beneficios se obtendrán al aplicar este modelo de negocios CANVAS en los estudiantes de la institución?

¿Utilizar un material multimedia será un buen canal de comunicación sobre el modelo de negocios CANVAS?

CAPÍTULO II
MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES DEL ESTUDIO

Revisados los archivos y fuentes de información de la Carrera de Diseño Gráfico de la Universidad de Guayaquil, se encontraron trabajos similares pero con enfoques diferentes al que se presenta en este proyecto con el tema: Multimedia como recurso para informar el modelo de negocios Canvas para el ejercicio profesional del diseñador gráfico en el aprendizaje de los estudiantes del cuarto año de la Carrera de Diseño Gráfico de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil 2014.

2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Antecedentes

Tecnologías para modelar procesos de negocio, como el diagrama de flujo, diagrama de bloques de flujo funcional, diagrama de flujo de control, diagrama de Gantt y el diagrama de Pareto han surgido desde el comienzo del siglo 20. Los diagramas de Gantt fueron de los primeros en llegar alrededor de 1899, los diagramas de flujo en la década de 1920. Entre los métodos modernos está el modelo de negocio proceso y notación.

Aun así, estos representan sólo una fracción de las metodologías utilizadas en los últimos años para justificar los procesos de negocio. La terminología "modelado de procesos de negocio" fue calzado en la década de 1960 en el campo de la ingeniería de sistemas por S. Williams en su artículo Negocio modelado de procesos, mejora el control administrativo. Su idea era que las técnicas para la obtención de una

mejor comprensión de los sistemas de control físicos podrían utilizarse de manera similar para los procesos de negocio.

En la década de 1990 la terminología 'proceso' se transformó en un nuevo paradigma de la productividad. Se anima a las empresas a pensar en los procesos en lugar de funciones y procedimientos. Es un proceso que mira a la cadena de acontecimientos en la empresa a partir de la compra de suministros, desde la recuperación para las ventas, etc. Las herramientas de modelado tradicionales se desarrollaron para ilustrar el tiempo y el costo, mientras que las herramientas modernas se centran en las actividades de funciones cruzadas.

Estas acciones multifuncionales se han elevado considerable en número e importancia, debido al crecimiento de la complicación y la dependencia. Nuevos métodos contienen proceso de rediseño de negocios, la innovación de procesos empresariales, gestión de procesos de negocio, la organización empresarial integrada, entre otros, todos con el objetivo de optimar los procesos a través de las funciones tradicionales que acceden en una empresa.

En el área de la ingeniería de software, el vocablo "modelado de procesos de negocio" se contrapuso a lo común de procesos de software de modelado, con el objetivo de centrarse más en el estado de la práctica durante el desarrollo de software. En ese momento es decir, principios de 1990, todo el modelado existentes y nuevos técnicas para ilustrar los procesos de negocios se consolidaron como; proceso de negocio modelado lenguas.

En la orientada a objetos enfoque, se considera que es un paso esencial en la especificación de los sistemas de aplicaciones empresariales. Modelado de procesos de negocios se convirtió en la base de las nuevas metodologías, por ejemplo los que apoyó la recopilación de datos, análisis de flujo de datos, diagramas de flujo de procesos e

instalaciones informes. Alrededor de 1995, se presentaban las primeras herramientas orientadas visualmente para el modelado de procesos de negocio y la implementación.

Modelo de negocio

Es un marco para la creación económica, social, u otras formas de valor; el término “modelo de negocio” se utiliza así para una amplia gama de descripciones informales y formales para representar los aspectos fundamentales de una empresa, incluidos los efectos, las ofertas, las estrategias, infraestructura, estructuras organizativas, prácticas comerciales, y los procesos operacionales y de políticas.

En el sentido más básico, un modelo de negocio es el método de hacer negocios mediante el cual una empresa puede sostenerse a sí misma. Es decir, que generan ingresos. El modelo de negocio-explica cómo una empresa hace dinero especificando donde se coloca en la cadena de valor.

> (Idalberto, 2001) **expresa :“Que este procedimiento tienen el propósito referencial en común; sobre la suposición, la codificación y la relación con una serie lógica de eventos que, si se emplean con éxito, deberán trasladarse a la obtención de los objetivos que los orientan” (pág. 325).**

La importancia de los modelos de negocio

Todos los negocios, tanto explícita como implícitamente, utilizan un modelo de negocio específico. Un modelo de negocio detalla el diseño o la estructura de la creación de valor para el cliente, así como los elementos a emplearse para la entrega de valor para el cliente y captura de valor para la empresa. La esencia de un modelo de negocio es que

simplifica las necesidades del cliente y su capacidad de pago; resuelve la forma a través de la cual la empresa responde y entrega valor a los clientes. Referido de otra manera; un modelo de negocio manifiesta la hipótesis de gestión y que aproxima a lo que aspiran los clientes, de cómo lo desean, y de lo que están preparados a pagar.

También así como la manera en que la empresa u negocio puede organizarse para una mejor satisfacción de necesidades y ser adecuadamente remunerada por ello. Una de las ideas primordiales es que, para que un modelo de negocio sea una fuente de ventaja competitiva, éste debe ser algo más que una buena lógica de hacer negocios.

Clasificación de modelo de negocio

Encaminados al consumidor, invención de productos y situados a la infraestructura.

Larga cola (long tail): aquellos negocios que se basan en uno de muchos en competencia al clásico muchos de uno, es decir, ignoran los más vendidos para enfocarse en muchos productos de pocas ventas que en referencial generan muchos ingresos.

Multi-plataformas: modelos que se basan en atraer dos o más tipos de segmentos de consumidores independientes, de manera que la amplia presencia de un grupo atraiga el gasto de otro. Un ejemplo sería el modelo empleado en publicidad por internet; cuantos más usuarios tenga una web mayores ingresos se producirán con los anuncios.

Modelos de negocio abiertos: este modelo presume la formación de valor colaborando con terceros, ya sea entregando algo propio o beneficiándose de algo externo. Regularmente se da en empresas que

necesitan talento externo o disponen de tecnología propia que ofrecer externamente.

Tipos de modelo de negocio

El modelo de negocio se describe como el proceso para obtener ganancias y beneficios a la institución o empresa. A continuación se mencionan los más transcendentales de modelos de negocios.

Modelo de los cuadrantes cerebrales de Herrmann

Ned Herrmann elaboró un modelo que se infunde en los conocimientos del funcionamiento cerebral. Lo puntualiza como una metáfora y hace una analogía del cerebro con el globo terrestre con sus cuatro puntos cardinales.

A partir de esta idea representa una esfera dividida en cuatro cuadrantes, que resultan del cruce del hemisferio izquierdo y el derecho, y de los cerebros cortical y límbico. Los cuatro cuadrantes personalizan cuatro formas diferentes de operar, de pensar, de crear, de aprender y, en suma, de entenderse con el mundo. Estos cuatro cuadrantes son:

CUADRO 2

MODELO DE LOS CUADRANTES CEREBRALES

CORTICAL IZQUIERDO(CI)	LÍMBICO IZQUIERDO(LI)	LÍMBICO DERECHO(LD)	CORTICAL DERECHO(CD)
El experto	El organizador	El comunicador	El estratega
Lógico	Organizado	Interpersonal	Holístico
Analítico	Secuencial	Sentimientos	Intuitivo
Basado en hechos	Planeador	Estético	Integrador
Cuantitativo	Detallado	Emocional	Sintetizador

Fuente: **web**
Elaborado por: **Delgado Vera Danny Delgado**

Modelo de Negocio Lean StartUp

Descrita en el libro de Eric Ries, The Lean Startup, esta metodología antecedente de que el elemento fundamental para el éxito de una empresa es encontrar un modelo de negocios viable y escalable a través una serie de experimentos iniciales que sirvan para aprender sobre el producto o servicio a desarrollarse. El foco de dichos experimentos es siempre el cliente.

En términos hábiles, esta metodología radica en el desarrollo rápido de prototipos que sirven para poner a prueba nuestras hipótesis y conseguir realimentación del mercado, para relacionar a los clientes con el producto, lo más rápido. Esto reduce cuantiosamente los costos monetarios y emocionales de iniciar una empresa, ya que desde el primer minuto se atrae el producto con el cliente, lo que provee a la organización un conocimiento temprano con relación al comportamiento del mercado.

Para esto, la metodología Lean Startup usa un ciclo de aprendizaje, que se basa en 3 fases:

- Construir:
- Medir:
- Aprender:

Business Life Model

El modelo o herramienta Business Life Model consta de diez factores o elementos de negocio que se relacionan en un lienzo común con la finalidad de desarrollar respuestas diferenciadoras.

Este lienzo describe factores relacionados a las acciones del mercado, distribución y marca, factores relacionados a los asociados, objetivos y procesos, la propuesta de valor como eje principal del modelo, los factores de financiación, fuente de ingresos y recursos también factores

de iniciación que indican el camino al negocio desde las necesidades u oportunidades encontradas para accionar la propuesta o idea de negocio.

Ejercicio profesional

Se considera al ejercicio profesional a toda actividad técnica, científica o docente y su responsabilidad, sean realizadas en forma pública o privada, libremente o en relación de dependencia y que requieren la capacitación que conceda el título proporcionado por universidades oficiales o privadas reconocidas por el Estado.

El diseño gráfico

Es una acción que se propone comunicar valores y mensajes de forma visual, su inicio tiene está vinculado con la sociedad industrial y la necesidad de resolver dificultades en la manera de comunicación, ya sean de difusión como lo son la publicidad, señalética, culturales, etc. En el mundo moderno, el diseño gráfico comprende en realidad toda una profesión, cuyos fundamentos residen en la idea y puesta en marcha de herramientas visuales de comunicación.

Aunque la labor fundamental de estos profesionales es aproximarse a la transformación de mensajes puntuales dirigidos a terminantes comunidades o grupos sociales, el desarrollo actual de estrategias de difusión ha dado lugar a que las innovaciones de los diseñadores consigan transmitir dicho mensaje, entre todos los estratos de la sociedad.

La actividad de quien ejercita el diseño gráfico

Se la asigna como una disciplina de particularidades terceras; es decir, una asociación. Así, en las universidades, la Carrera de Diseño Gráfico se llama Diseño en Comunicación Visual, ya que sobresale

ampliamente a la industria gráfica, estos mensajes se trasfieren mediante impresiones de estos gráficos como las revistas, digitales, televisión de aire, entre otros y en la asociación de estos recursos de comunicación.

El rol del diseñador gráfico

Un diseñador gráfico cumple con el rol de presentar ideas y conceptos complejos, de manera clara y entendible. Se puede definir el diseño de una composición gráfica, como la adecuación de distintos elementos gráficos anteriormente seleccionados dentro de un espacio visual, combinándolos de tal forma que todos ellos puedan contribuir un significado a la misma, obteniendo el acumulado para transmitir un mensaje claro al espectador.

Cambiar una base de información en un modelo; en el cuál se expone una cantidad amplia de datos de manera simultánea. Esto es, separar y re ordenar estos datos, para de esta manera hacer que la información sea asimilable para cualquier tipo de público. Los diseñadores gráficos consiguen hacer surgir ideas que antes no eran perceptibles, y tal vez ni si quiera visibles para una persona sin conocimiento en esta rama

Autor responsable

Alexander Osterwalder es el acreditado autor, conferenciante, director de formación y monitor en todo lo concerniente con el diseño del modelo de negocio y la innovación. Osterwalder se ha fundado como dirigente mundial en este ámbito, sobre la base de una metodología ordenada y facilidad para lograr la innovación del modelo de negocio.

Ejecutivos y empresarios de todo el mundo han contado ya con el punto de vista de Osterwalder para defender su estrategia y lograr una ventaja competitiva a través de la creación del modelo de negocio. Entre

las organizaciones que tomaron como referencia las ideas de Osterwalder como multinacionales de la categoría de 3M, Ericsson, IBM, Telenor, Capgemini, Deloitte, Lógica, Obras Públicas y Servicios Gubernamentales de Canadá, y muchos más. Un modelo de negocio, constituye la innovación y se establece en encontrar y promover otras formas de crear, entregar y captar valor.

Es más, el Dr. Osterwalder se concentra en la alineación de ejecutivos en el ámbito del progreso del modelo de negocio y la innovación. A su vez, contribuyó a crear Arvética, una consultoría con sede en Ginebra especialista en asesoramiento de banca privada y ejecutivos de gestión de patrimonios.

En su trayectoria ha laborado para sectores como el tecnológico; los medios de comunicación; las telecomunicaciones y el comercio minorista. Junto con Yves Pigneur es autor del best-seller Business Model Generation. Además, ayudó en conferencias y talleres en universidades como la de Stanford, Berkeley y HEC (Lausanne), donde obtuvo su doctorado.

También es fundador de “The Constellation” una organización sin ánimo de lucro, durante todo un año en Tailandia. Esta red se enfocó en exportar métodos de gestión del conocimiento desde el sector privado, al sector de la salud de cara a responder mejor a los desafíos del sida y la malaria.

¿Qué es el modelo de negocios CANVAS?

Esta herramienta queda muy bien descrita en su libro “Business Model Generation” Alexander Osterwalder& Yves Pigneur, 2006, cuyo título recoge un juego de palabras relativo a que la herramienta va encaminada a una naciente generación de visionarios que buscan reemplazar los

modelos tradicionales de negocio de las compañías con la que podrán reformar su estructura de modo funcional, y que ha vendido más de un millón de copias en 30 lenguajes. Es una herramienta enormemente sencilla de entender y de aplicar, por lo que resulta especialmente conveniente para emprendedores de cualquier perfil, y para profesionales de empresas sin un enlace directo con el mundo del diseño de modelos de negocio.

Es también muy ventajoso para profesionales con un background más difícil en los campos del diseño estratégico o del marketing estratégico, la herramienta contribuye una visión resumida de aspectos que de otra forma se presentan demasiado aislados, y como herramienta para revisar y redefinir modelos de negocio existentes en un entorno cambiante.

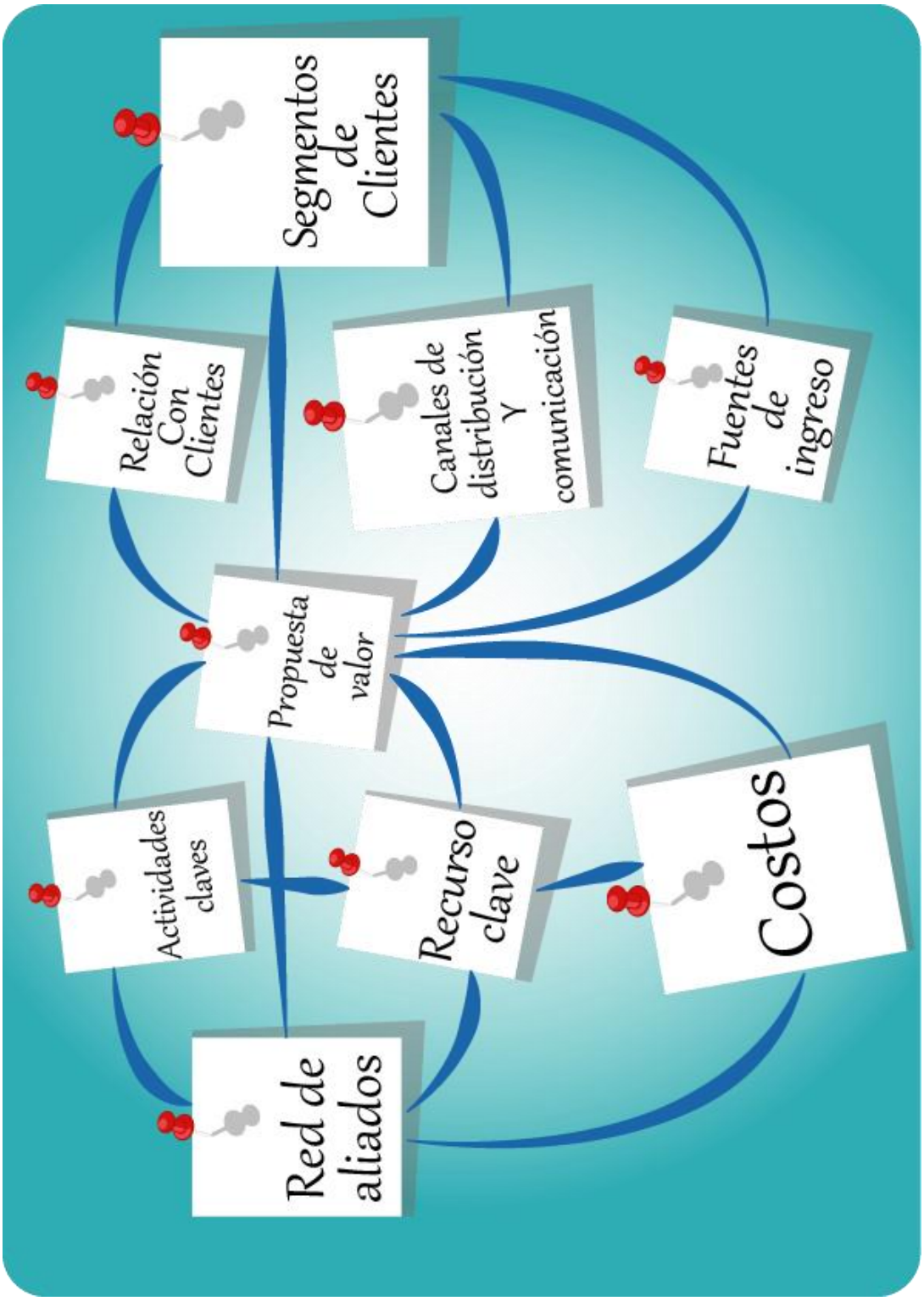
En otras palabras, él tiene una comprensión intuitiva del modelo de negocio de la compañía, pero a pesar de que este modelo de negocio influye en todas las decisiones importantes, el podrá ser capaz de comunicarse de una manera clara y sencilla. Y ¿cómo se puede decidir sobre una cuestión de negocio particular o cambiarla, si no se está claramente entendida por las partes involucradas?.

Por lo tanto, sería interesante pensar en un conjunto de herramientas que permitiría a los empresarios a entender cuál es su modelo de negocio y de lo esencial elementos que lo componen.

Alex Osterwalder, Doctor en Sistemas de Gestión de la Información (MIS) de la Universidad de Lausana, Suiza, donde trabajó como investigador y profesor, y publicó extensivo. Anticipadamente, fue un activo emprendedor en el sector bancario y ayudó como periodista de negocios para la online de la revista Bilanz.

GRÁFICO 1.

DIAGRAMA DE LA ONTOLOGÍA DE MODELO DE NEGOCIO



Fuente: Generación de Modelos de Negocios
Elaborado por: Delgado Vera Danny

Las Ontologías

Por lo general, son una reunión de obras artísticas notables. Esto ofrece al público la posibilidad de acceder a segmentos de valor individual dentro de un mismo conjunto.

Estas formas o esquemas de representación de conceptos abstractos en forma universal, son un caso importante de este tipo de innovación. Un ejemplo clásico son las cuentas T en Contabilidad, que hacen posible que alrededor del mundo la gente se sitúe fácilmente de acuerdo para el análisis y la gestión financiera.

(Arano, 2012)**"La Ontología, una área de interacción entre la Lingüística y la Documentación." (Web)**

Metodología del modelo de negocio

El objetivo es hacer un compendio de la metodología de diseño sobre modelos de negocio con relación a la ontología propuesta por el Dr. Alexander Osterwalder y los aprendizajes conseguidos en los talleres realizados en la ciudad de Medellín en julio de 2008, adiestrados por Osterwalder, en el contexto de la investigación sobre el tema ejecutado conjuntamente por la Universidad EAFIT (Escuela de Administración, Finanzas e Instituto Tecnológico) y UNE EPM (Unidad de Negocios Estratégicos) es una empresa de telecomunicaciones Colombiana creada en 2006.

> (Chesbrough, 2015) **“El modelo de negocio libera el valor potencial de una nueva innovación” y “una tecnología mediocre manipulada con un excelente modelo podría resultar más valiosa que una tecnología excelente en un modelo de negocio mediocre” (Pag.59).** Osterwalder definió

una Ontología consistente en una estructura de nueve bloques temáticos, que agrupan las principales variables de un negocio.

Hay que tomar en cuenta esta ilustración, el bloque como tema principal ubicado en el centro simboliza el conglomerado de la oferta de valor que se dirige a uno o varios segmentos de mercado mediante los canales de comunicación y con una forma específica de relacionarse con los concernientes clientes; los tres argumentos antes mencionados están figurados por los bloques de la derecha.

Los bloques con otros ítems de la parte izquierda figuran los recursos, actividades y terceros que proceden como aliados, precisos para producir y conservar la oferta de valor. Los bloques inferiores simbolizan el reflejo de ingresos y costos del conjunto anterior. En el siguiente numerario se detalla en mayor referencia cada uno de los nueve bloques.

(Osterwalder & Pigneur, 2004) En su razonamiento doctoral expresan. **Un modelo de negocio es una herramienta puntual que, en constancia de un conjunto de elementos y sus relaciones, accede a expresar la lógica mediante la cual una compañía pretende ganar dinero generando y ofreciendo valor a uno o varios segmentos de clientes, la arquitectura de la firma, su red de aliados para crear, mercadear y entregar este valor, y el capital pertinente para generar fuentes de ingresos rentables y sostenibles (pág. 18).**

Los planes de negocios pueden enfocarse interiormente o exteriormente. Externamente se centran planes dirigidos a metas que son importantes, en particular con actores financieros. Internamente se centraron planes de negocio dirigidos a metas intermedias que se requieren para alcanzar las metas externas. Pueden cubrir el desarrollo

de un nuevo producto, un nuevo servicio, un nuevo sistema informático, una reestructuración de las finanzas, la remodelación de una fábrica o de una reestructuración de la organización.

Los planes de proyectos, a veces conocidos como marcos de proyectos, se describen los objetivos de un proyecto en particular. También pueden abordar el lugar del proyecto dentro de las metas más grandes estratégicos de la organización. Un modelo de negocio es un marco para la creación económica, social, y otras formas de valor.

El término “modelo de negocio” se utiliza así para una amplia gama de descripciones informales y formales para representar los aspectos fundamentales de una empresa, incluidos los efectos, las ofertas, las estrategias, infraestructura, estructuras organizativas, prácticas comerciales, y los procesos operacionales y de políticas. El modelo de negocio explica cómo una empresa se acrecienta en ingresos y donde se coloca en la cadena de valor.

Un proceso de negocio puede ser descompuesto en varios sub-procesos, que tienen sus distintas propiedades, sino que también apoyan a la obtención de la meta del proceso. El análisis de los procesos de negocio típicamente contiene el mapeo de procesos y subprocesos hasta el nivel de actividad. Un modelo de proceso de negocio es un modelo de uno o más procesos de negocio, y define la forma en que las operaciones se llevan a cabo para lograr los objetivos previstos de una organización.

Este modelo continúa siendo una reflexión y depende del uso pronosticado de las acciones. Se puede describir el flujo de trabajo o la integración entre los procesos de negocio. Se puede construir en múltiples niveles. Un flujo de trabajo es una representación de una secuencia de operaciones, declaró que el trabajo de una persona, de un mecanismo simple o compleja, de un grupo de personas, de una

organización de personal, o de máquinas. Flujo de trabajo puede ser visto como cualquier abstracción de trabajo real, separado en cuota de trabajo. A efectos de control, el flujo de trabajo puede ser una vista de trabajo real bajo un aspecto elegido. Un modelo de negocio, se puede considerar como la elaboración de un modelo de proceso, por lo general muestra los datos empresariales y las organizaciones empresariales, así como los procesos de negocio. Al mostrar los procesos de negocio y flujos de la información un modelo de negocio permite a las partes interesadas de negocios definir, entender y validar su empresa.

Por lo tanto, un modelo de negocio se conceptúa después de la elaboración de una entrevista, que forma parte de la investigación de negocio o proceso. En la entrevista se constituye de un facilitador el mismo que manifiesta una serie de preguntas para obtener información sobre el tema de proceso empresarial.

El entrevistador se refiere como un facilitador para enfatizar cuando se trata de los participantes, el facilitador, proporciona la información de procesos de negocio. Aunque el facilitador debe tener algún conocimiento de los procesos de negocio, pero esto no es tan importante como el dominio de un método pragmático y riguroso entrevistando a expertos de negocios. El método es importante porque para la mayoría de las empresas se necesita un equipo de facilitadores para recoger información en toda la empresa, y las conclusiones de todos los entrevistadores debe ser compilado e integrado una vez completado.

Los modelos de negocio se desarrollan para definir bien el estado actual del proceso, en cuyo caso el producto final se llama el modelo de instantánea, o un concepto de lo que el proceso debe ser, lo que resulta en un modelo de ser. Al comparar y contrastar "como es" y "ser" en los modelos de los investigadores de negocios pueden establecer si los procesos de negocio actuales y los sistemas de información son

concretos y sólo precisan pequeñas modificaciones, o si se demanda reingeniería para corregir problemas y optimizar la eficiencia. En consecuencia, el modelado de procesos de negocio y el análisis posterior pueden utilizarse para remodelar radicalmente la forma en que una empresa lleva a cabo sus operaciones. Los planes de negocios son herramientas para la toma de decisiones.

No hay contenido fijo para un plan de negocios. Más bien, el contenido y el formato del plan de negocios están determinados por los objetivos y el público. Un plan de negocios representa todos los aspectos del proceso de planificación empresarial que se declara la visión y estrategia junto a los planes secundarios para cubrir marketing, finanzas, operaciones, recursos humanos, así como un plan legal, cuando sea necesario. Un plan de negocios es un resumen de los planes disciplinarios.

A partir de un ejemplo, un plan de negocio para una determinada organización sin fines de lucro podría batallar el ajuste entre el plan de negocio y la misión de la organización. Los bancos están bastante preocupados por defecto, por lo que un plan de negocios para un préstamo bancario construirá un caso convincente para la capacidad de la organización para pagar el préstamo.

Los capitalistas de riesgo son principalmente preocupados por la inversión inicial, la viabilidad y la salida de valoración. Un plan de negocios para un proyecto que requiere la financiación de capital tendrá que explicar por qué los recursos actuales, las oportunidades de crecimiento futuras, y una ventaja competitiva sostenible llevarán a una alta valoración de salida.

Preparación de un plan de negocios se basa en una amplia gama de conocimientos en diferentes disciplinas de negocios: finanzas, gestión de

recursos humanos, gestión de la propiedad intelectual, gestión de la cadena de suministro, gestión de operaciones y de marketing, entre otros Puede ser útil para ver el plan de negocios como un conjunto de sub-planes, uno para cada una de las principales disciplinas de negocios.

Entre los estudios prácticos de la Ontología de modelos de negocio apoyados en los nueve bloques subrayan su uso como herramienta en la comunicación corporativa, en el benchmarking es la actividad de obtener información útil que auxilie a una organización a optimizar sus procesos.

Esta información se consigue de la observación de otras instituciones o empresas que se asemejen como las mejores o lo suficientemente buenas en el desarrollo de aquellas acciones o procesos objetos de interés. Benchmarking no significa espiar o sólo copiar.

Entre tanto, Cohen y Nagel citados por (Tamayo & Tamayo, 2008); nos indica al respecto: **“Método científico es la perseverancia aplicación de la lógica para colocar a prueba nuestras impresiones, opiniones o conjeturas, analizando las mejores evidencias favorables en favor y en contra de ellas” (pág. 28).**

Está encaminado a conseguir la máxima eficacia en el ejercicio de aprender de los mejores y ayudar a seguir desde donde se encuentra hacia donde se desea estar. Las empresas de referencia se habrán de buscar tanto en el propio sector como en cualquiera que pueda ser válido. Y en el descubrimiento, de este caso, compuesta con otras herramientas como ideación y desarrollo de prototipos, entre otras.

En los siguientes ítems se expresa una breve descripción de los usos y luego se procede a una descripción más detallada de su empleo para la innovación, el cual reviste un mayor impacto y manifiesta el propósito de la investigación.

El lienzo de los nueve bloques, con sus compendios y relaciones, facilita un sumario claro y eficaz de la lógica de un negocio, de manera holística, en una hoja; dicha iluminación no sólo se manifiesta en el sentido de informar a terceros un modelo creado, sino que en el propio proceso de creación del modelo, la interacción de varios participantes frente a un lienzo con los nueve bloques que constituye una forma ágil de lograr un entendimiento común.

De esa forma se elaboran diseños de productos secuencial, iniciando de elementos sobre insuficiencias en clientes para configurar la oferta de valor y dejando de lado extensiones como las capacidades, procesos y recursos precisos para apoyar dicha oferta y otros aspectos del diseño para etapas posteriores, lo que lleva a reprocesos y a disipar la posibilidad de considerar otras alternativas en forma adelantada, al no considerar la lógica completa del modelo desde el principio.

El cliente es el foco de todo modelo de negocio; sus necesidades, de sus demandas, de su satisfacción pende cualquier organización. En estos tiempos, frente a una oferta que supera la demanda en múltiples mercados, se atribuye la filosofía de la pirámide invertida, en la cual el cliente está en la cima.

Sus necesidades deben contrastar el objetivo final de los productos y servicios; la satisfacción debe anteponerse por encima de cualquier otra circunstancia. Se debe construir el modelo de negocio y diseñar, tanto los procesos, como formar los equipos de trabajo, bajo un liderazgo enfocado en y para el cliente.

En su mayoría las organización que están creando una propuesta de valor deben tener presente cuál es su público real, cuál es el segmento del mercado al que pretende dirigirse y qué diferencias identifican a dicho segmento. Debe tenerse en cuenta, asimismo, el instante de gran escala

del ciclo de vida está en la propuesta, para, en caso de encontrarse en una situación de madurez, reinventar la propuesta de valor a través de su adecuación a las variaciones en gustos por parte del mercado.

La incógnita inicial de la que se debe arrancar es determinar para quién se está creando valor, quiénes son nuestros clientes más significativos. Se debe generar segmentos teniendo en cuanta diversos criterios de segmentación, es decir, la segmentación de mercado es el transcurso de dividir un mercado en grupos iguales pero más pequeños que tengan particularidades y necesidades similares. Esto no está infundadamente impuesto sino que proviene de la declaración del total de mercado está hecho de subgrupos llamados segmentos.

El proceso de segmentación de los mercados es dividir el mercado total en una serie de submercados. Este proceso establece criterios, que dentro de las alternativas disponibles, serán empleadas para la segmentación. Determinar el nivel apropiado de servicios para esos segmentos que permitan que definamos comportamientos o atributos similares, estos criterios de segmentación pueden ser múltiples o combinados: motivacionales, socioeconómicos, geográficos.

Estos modelos no se rigen a segmentos diferenciados, sino que envuelven necesidades de amplios sectores del mercado. La propuesta de valor es extensa, se define el capital, se establecen los recursos y sociedades, con relación a los canales de comunicación que se utilizan se simplifican y las relaciones con los clientes se centran.

Las necesidades ocultas o dificultades, resueltos a través el producto o servicio son del modo general. Una muestra de este modelo de negocio son los bienes de gran utilización, la electrónica, los electrodomésticos, recursos de primera necesidad.

Por otra parte, es seguro que se consiga diseñar modelos de negocio que satisfagan a diferentes segmentos de clientes o variaciones de nuestro modelo de negocio cuyo objetivo sean clientes diferentes, de igual modo analizar las tendencias del momento, sean estas tecnológicas, moda o de tipo social, aquí es donde se desenvuelve el entorno global del mercado pero este entorno es evolutivo, no es constante, cambia a medida que evolucionan estas tendencias.

2.2.1 FUNDAMENTACIÓN SICOLÓGICA

Sin lugar a duda la atribución social está vigente en todos los ámbitos de la vida del ser humano, la sociedad interviene sobre las percepciones, actitudes, juicios, opiniones o comportamientos de las personas. Es por ello que todo individuo transforma su conducta basado a la interacción que tiene con su medio ambiente.

El fragmento también llamado contexto social son todos aquellos elementos que se hallan en relación estrecha con el individuo, llámense personas, la familia, la escuela, el medio ambiente y algunos otros universos que no se pueden ver a simple vista pero están constantes como la cultura, el nivel socioeconómico, entre otros.

Se menciona a la familia porque es ahí donde se dan los primeros aprendizajes y se desarrollan, la cual es la guía primordial e inicial para que los niños obtengan sus conductas que consecutivamente reflejarán a lo largo de su vida y muy en lo personal en las instituciones educativas.

Todas las costumbres que poseen revisten tener un gran impacto en la vida del individuo, es aquí donde se detiene a plantearse la interrogante. ¿El individuo nace social o se hace social?, según Aristóteles el hombre es un individuo social por naturaleza. Al enunciar sobre que lo social es obtenido en la convivencia y que por este

resultado afecta las estructuras humanas, es un fragmento del campo de estudio de la sociología, pero qué hay en el ámbito educativo.

La educación formal que se comparte en las instituciones siempre conforma y transforma al individuo, es ahí donde la persona pone en práctica varias destrezas sociales de su familia, también se da gran parte de la socialización, pero no cabe duda que las bases deben estar fijas en la familia, pues es en ella donde cada persona consigue la mayor parte de los principios, normas, costumbres valores y actitudes. De ahí que trascienda de suma importancia conocer el medio en el que se desenvuelve la persona.

2.2.2 FUNDAMENTACIÓN ANDRAGÓGICA

Los adultos mayores demandan, de forma personal, estar claramente envueltos en los procesos de organización, planificación y evaluación de las metodologías acogidas. Las experiencias, incluyendo las divergencias asociadas, deben suministrar las bases primordiales para las actividades de dicho aprendizaje.

Los adultos, más que los niños, en lo particular demuestran mayor facilidad de aprendizaje en contenidos que tienen, o presentan, conexiones más indiscutibles con los intereses inmediatos de sus vidas personales o de su universo de trabajo.

El aprendizaje de adultos demuestra ser más efectivo cuando se centra en problemas determinados y en relación con el tema a ser abordado que cuando se orienta por el contenido más general asociado al tema en cuestión.

Las demandas de la sociedad de conocimiento y de la información han replicado el pensamiento tradicional que existe una edad para

aprender y otra, donde se aplica lo aprendido. El término Andragogía es una ciencia y de mayor aceptación en la educación de adultos, como conocimiento que abarca diversas ideas como teoría del aprendizaje sólo para adultos. En el campo de la educación continua, la andragogía ha tenido gran influencia en los años 80 y 90, relacionados con la educación abierta y a distancia.

2.2.3 FUNDAMENTACIÓN TECNOLÓGICA

Estas nuevas tecnologías están tomando mucho protagonismo en la sociedad actual, en relación con el alcance en los medios de comunicación y la tecnología que potencian el papel hacia el acceso de la información.

La posibilidad de incorporar ciertos conocimientos actuales a la elaboración de materiales didácticos permitirá la utilización de nuevos medios, y otros canales de percibir los modelos de negocios en el ejercicio profesional del diseñador gráfico para el aprendizaje de los estudiantes de cuarto año de la Carrera de Diseño Gráfico de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil.

Estos conocimientos deberían promover procesos de aprendizaje en los que se asuma que no todos los individuos aprenden de la misma forma, con el mismo ritmo, secuencia o interés, al tiempo que aportarán o se sumarán nuevos conocimientos en la práctica docente, orientan hacia otros temas la reflexión profesional y complementar el panorama formativo con el diseño y la aplicación de materiales y recursos didácticos.

Esto se traduce en metodologías que tienen poco en cuenta tanto con los recursos didácticos como las peculiaridades de las personas a las que se rige el procedimiento de enseñanza. Las tecnologías que emergen, orientan unas estrategias expresivas con variación cualitativa respecto a

otros medios, permitiendo agrupar otro lenguaje distinto del verbal, analizar el mundo exterior y el tiempo reconstruirlo de manera particular.

2.2.4 FUNDAMENTACIÓN LEGAL

La presente investigación se basó jurídicamente en:

Constitución política del ecuador 2008.-
Derechos del buen vivir

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.

Título VII
Régimen del buen vivir

Art. 348.- La educación pública será gratuita y el Estado la financiará de manera oportuna, regular y suficiente. La distribución de los recursos destinados a la educación se regirá por criterios de equidad social, poblacional y territorial, entre otros. El Estado financiará la educación especial y podrá apoyar financieramente a la educación fisco misional, artesanal y comunitario, siempre que cumplan con los principios de gratuidad, obligatoriedad e igualdad de oportunidades, rindan cuentas de sus resultados educativos y del manejo de los recursos públicos, y estén debidamente calificadas, de acuerdo con la ley. Las instituciones educativas que reciban financiamiento público no tendrán fines de lucro. La falta de transferencia de recursos en las condiciones señaladas será sancionada con la destitución de la autoridad y de las servidoras y servidores públicos remisos de su obligación.

Art. 350.- El sistema de educación superior tiene como finalidad la formación académica y profesional con visión científica y humanista; la investigación científica y tecnológica; la innovación, promoción, desarrollo y difusión de los saberes y las culturas; la construcción de soluciones para los problemas del país, en relación con los objetivos del régimen de desarrollo.

Reglamento general a la ley orgánica de educación superior

Art. 7.- De los servicios a la comunidad.- Los servicios a la comunidad se realizarán mediante prácticas y pasantías pre profesionales, en los ámbitos urbano y rural, según las propias características de la carrera y las necesidades de la sociedad.
La SENESCYT establecerá los mecanismos de articulación de los servicios a la comunidad con los requerimientos que demande el Sistema de Nivelación y Admisión, en coordinación con las instituciones de educación superior públicas.

2.3 VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN

2.3.1 Variable independiente

Modelo de negocio para el ejercicio profesional del diseñador gráfico en el aprendizaje de los estudiantes del cuarto año de la Carrera de Diseño Gráfico de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil 2014

2.3.2 Variable dependiente

Diseño y elaboración de un ayudante animado en 2D como recurso multimedia para informar sobre el modelo de negocio CANVAS.

CAPÍTULO III
METODOLOGÍA

3.1 Metodología

La metodología es una guía que se sigue con el propósito de realizar y aplicar acciones propias de una investigación. Desde otro punto de vista, se trata del procedimiento que va indicando qué hacer y cómo actuar cuando se quiere realizar algún tipo de investigación. Es posible definir una metodología como un enfoque que permite observar un problema de una forma total, sistemática, y disciplinada.

Debe hacerse referencia y de suma importancia el tener en cuenta que una metodología no es lo mismo que la técnica de investigación. Las técnicas son parte de una metodología, y se define como aquellos procedimientos que se ejecutan para llevar a cabo la metodología, por lo tanto, como es posible intuir, es uno de los muchos elementos que incluye.

En el campo de la investigación son muchas las metodologías que es posible seguir, sin embargo, existen dos grandes grupos que incluyen a otras más específicas. Se menciona a la metodología de investigación cuantitativa y la cualitativa.

En este paradigma de metodología la información se obtiene por medio de las entrevistas y la observación, entre otros. La diferencia más significativa entre la metodología cuantitativa y la cualitativa radica en que la primera logra sus terminaciones mediante la correlación entre variables cuantificadas, y así realizar generalizaciones y producir datos reales, mientras que la segunda estudia la relación entre variables obtenidas a partir de la observación en contextos estructurales.

3.2 MÉTODOS

3.2.1 Método científico

Se aplicó en la investigación principalmente en la observación y en la medición, para aplicar y calcular un conjunto de procedimientos lógicos que sigue la investigación para revelar las referencias internas y externas de procesos de la realidad natural y social en la que se rodea la situación laboral del Diseñador Gráfico en la ciudad de Guayaquil.

Este método descompone todo lo que se trata con elementos; trata de entender la situación total, en este caso las plazas de trabajos disponibles para los egresados de Diseño Gráfico, en términos de sus componentes; pretende revelar los elementos que forman cada totalidad y las interrelaciones que expresan su unión. Por tal razón, los problemas son estrechos al comienzo, pero se van extendiendo a medida que la investigación anticipada para ser estudiados a la par de resultados.

(Bunge, 2000) Manifiesta que *"***Una ciencia es una norma que emplea el método científico con la finalidad de encontrar estructuras generales (leyes**)". (pág. 14)

3.2.2 Método hipotético-deductivo

El investigador plantea una hipótesis como resultado del conjunto de datos empíricos o de principios y leyes. En el primer lugar arriba de la hipótesis mediante procedimientos inductivos y en segundo caso mediante procedimientos deductivos. En el caso de lo lógico deductivo para concluir a conclusiones particulares a partir de hipótesis y que después se puedan comprobar experimentalmente tales datos o

información del proyecto. El método hipotético-deductivo es el medio o camino que sigue el investigador para hacer de su acción una práctica científica.

Este método tiene varios pasos esenciales; observación del fenómeno a asimilar, firmamento de una hipótesis para revelar dicho fenómeno, suposición de las consecuencias o proposiciones más primordiales que la propia hipótesis, y comprobación o justificación de la verdad de las declaraciones deducidos comparados con la experiencia.

Este método obliga al científico a combinar la reflexión racional o la formación de hipótesis y la deducción con la observación de la realidad.

3.3 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

3.3.1 Investigación descriptiva

Este tipo de investigación se ocupa de la descripción en la distribución existente de variables, o en una expresión más clara, los estudios expresivos se dirigen en responder las preguntas básicas: Quién, qué, cuándo, dónde.

Entonces el objetivo de la investigación, consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas en su estudio. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción de las relaciones que existen entre dos o más variables.

De acuerdo con (A., Beatriz, Contreras, & Edith, 2002), señalan: Que la gestión estratégica del conocimiento, su conceptualización y su origen responde a un proceso que

se inicia con el tema de la gestión por competencia y el desarrollo de las Tecnología de la Información y Comunicación (TIC) para crear ventajas competitivas en economía que tienden a centrarse en el conocimiento y el aprendizaje (pág. 14).

Los investigadores no son menos partidarios, sino que acumulan lb información referente a la base de una hipótesis o teoría, resumen y exponen estos datos de manera cuidadosa y luego analizan minuciosamente los resultados, a fin de extraer generalizaciones que contribuyan a comprender el fenómeno en estudio.

Para este caso, las plazas disponibles de trabajo, constituyen uno de los elementos a tomar en cuenta para esta investigación, al igual que la amplitud cognoscitiva en los egresados de Diseño Gráfico de la Universidad de Guayaquil.

3.3.2 Investigación bibliográfica

La investigación bibliográfica es aquel ciclo de la exploración científica donde se examina qué se ha escrito en la comunidad científica sobre un determinado tema o problema. ¿Qué hay que consultar, y cómo hacerlo?

La investigación científica es práctica, tiene básicamente cinco etapas descritas a continuación.

- Primero, se precisan algunas situaciones generales como el tema, el problema, el marco teórico a utilizar, etc.
- Segundo, se accede a realizar una investigación bibliográfica, básicamente para ver qué se ha escrito sobre el asunto.
- Tercero, se diseña un proyecto.
- Cuarto, se establece lo proyectado.
- Quinto, se extienden los resultados, usualmente por escrito.

Para varios autores, la exploración bibliográfica es una extensa búsqueda para alcanzar la información sobre una cuestión, que debe realizarse de un modo sistemático, pero no examina los problemas que esto implica. Otros autores la admiten como el procedimiento de búsqueda de información en documentaciones para comprobar cuál es el conocimiento permanente en un área particular.

Se podría concluir como el conjunto de conocimientos y técnicas que el estudiante, profesional o investigador deben poseer para:

- Usar habitualmente la biblioteca y sus fuentes,
- Hacer pesquisas bibliográficas, y
- Escribir documentos científicos.

Tanto así, en la producción de cualquier trabajo de investigación depende de la esmerada indagación del tema, de la habilidad para seleccionar y evaluar materiales, de recoger notas claras y bien documentadas y, depende también, de la exposición y el ordenado progreso de los hechos que se vinculen con los propósitos del documento.

Esta investigación aprueba, entre otras cosas, afirmar la exploración que se desea realizar, evitar retomar investigaciones ya realizadas, recopilar discernimiento de experimentos ya hechos para repetirlos cuando sea necesario, prolongar investigaciones interrumpidas o inconclusas, buscar información sugerente, seleccionar un marco teórico, etc. En último lugar, en la investigación bibliográfica, desde un inicio y en las labores más primordiales, se educa al futuro investigador en los principios fundamentales de la investigación.

3.3.3 Investigación participativa

Es un estudio y acción de tipo cualitativo que busca obtener resultados fiables y útiles para mejorar situaciones colectivas. Así, se trata de que los grupos de personas o colectivos a investigar pasen de ser “objeto” de estudio a “sujeto” protagonista de la investigación, controlando e interactuando a lo largo del proceso investigador sea este un diseño, rediseño, imagen corporativa, y una implicación y convivencia del personal técnico investigador en la comunidad.

Es participativa en la medida en que se busca la integración de los diferentes actores que intervienen en un proyecto, por ejemplo la interacción del alumnado con el investigador cuando se realizan las encuestas y las entrevistas con las autoridades de la institución. La gestión incluye todas las acciones preliminares que permiten conseguir o resolver la ejecución del proyecto, objetivos y metas, la planificación del emprendimiento, los flujos de información.

Entonces este estudio permite la intervención activa en la toma de decisiones por parte de los vinculados con este proyecto; generando un sentimiento de identificación con los resultados. La acción participativa es un proceso que abarca desde la identificación de demandas o ideas del proyecto, pasando por la planificación y monitoreo, hasta la evaluación final, es decir los resultados.

3.3.4 Investigación de campo

Corresponde un diseño de investigación, se basa en informaciones obtenidas directamente de la realidad, permitiéndole al investigador cerciorarse de las condiciones reales en que se han conseguido los datos, como encuestas, cuestionarios, u observaciones al recopilar información.

3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.4.1 Población

Se habla de población como el número de habitantes que integran un estado o cada uno de los continentes, países, provincias o municipios que lo conforman.

En cada país o región existe una población que aumenta por las inmigraciones y los nacimientos, lo que es objeto de estudio por parte de la dinámica demográfica, que para su estudio característico, se emplean los censos para calcular el rango de habitantes.

(Fidias, 2006), Se entiende por población " al conjunto finito o infinito de elementos con particularidades similares, para los cuales serán extensibles las conclusiones de la investigación. Esta queda establecida por el problema y por los objetivos del estudio"(pág. 81)

En estadística, la población tiene un concepto distinto al que se conoce como tal, se precisa como un conjunto finito o infinito de personas u objetos que presentan características comunes.

Y así Hernández citado en (Castro, 2003), manifiesta que **"si la población es menor a cincuenta (50) personas, la población es igual a la muestra" (p.69).**

La dimensión que tiene una población es un elemento de gran jerarquía en el transcurso de la investigación estadística, este tamaño viene dado por el número de elementos que constituye dicha población, según el número de elementos de la población esta puede ser finita cuando un grupo de clientes de tamaño limitado utilizará un servicio o infinita aquella lo bastante grande con relación a un sistema de servicio.

Cada estudio tiene un tamaño muestral idóneo, que permite demonstrar lo que pretende con la seguridad y precisión fijadas por el investigador; entonces de qué depende la dimensión muestral, de la versatilidad del parámetro a estimar: Datos previos, estudios pilotos la precisión.

Entonces cuando el total de elementos que integra la población es magna, se supone a esta como una población de tamaño infinita, por ejemplo; el conjunto de todos los números positivos.

Con respecto a la población finita aquella que está desarrollada por un definido número de elementos, tomado como ejemplo; el número de habitantes de una zona. Cuando la población es grande, es obvio que la observación y la comprobación de estos elementos se multiplican en complejidad, en cuanto a, tiempo y precio obligatorios. Para resolver este problema se emplea la muestra estadística.

En este proyecto la población se la estratificó en:

CUADRO 3.

POBLACIÓN

ITEM	ESTRATO	POBLACIÓN
1	AUTORIDAD	1
2	DOCENTES	49
3	ESTUDIANTES	462
TOTAL		**512**

Fuente: **Carrera de Diseño Gráfico**
Elaborado por: **Delgado Vera Danny**

3.5 Muestra

La muestra es una asignación donde se visualizan las características de una población, que bajo, la asunción de un error (generalmente no

superior al 5%) se asimilan las diferencias de un conglomerado poblacional mucho menor que la población global.

Como por ejemplo valores sociales de una población alrededor de 5000 habitantes, es así que esto sería de gran conflicto el poder examinar los valores sociales de todos ellos, por ello, la estadística otorga una herramienta que es la muestra para figurar a un conjunto de población que integra la globalidad y sobre esta muestra se ejecutar dicho estudio.

Muestreo probabilístico: Los métodos de muestreo probabilístico se fundamentan en el principio de equi-probabilidad y, por consiguiente, todas las posibles muestras de tamaño poseen la misma probabilidad de ser seleccionadas. Es decir, aquellos en donde todos los individuos tienen la misma probabilidad de ser escogidos para ser parten integral de una muestra.

Muestreo aleatorio simple: Se fija un número a cada individuo de la población y a través de algún sorteo, se eligen tantos sujetos como sea requerido para completar el tamaño de muestra que se requiere. Este procedimiento, tiene poca o nula ventaja práctica, cuando la población que ese está tratando es muy amplia.

Muestreo Sistemático: Se elige un sujeto al azar y a partir de él, se eligen intervalos a los demás hasta completar la muestra **Ejemplo:** Se establecen el grupo de alumnos y se numeran, luego se escoge uno al azar como el número 27 y a partir de 27 se eligen de 30 en 30 hasta llegar a la muestra total.

Muestreo aleatorio estratificado: Trata de prevenir los problemas que muestran los anteriores análisis ya que simplifican procesos y suelen comprimir el error muestral cuando se clasifica la población en estratos para un tamaño dado de la muestra.

El error muestral: Cualquiera que sea el medio empleado y la corrección del método, la muestra será contradictoria a la población. A esta contradicción se la denomina error de muestreo. Este error muestra el porcentaje de incertidumbre, es decir, el conflicto que se corre de, que la muestra elegida no sea específica.

> (Clark & D, 2002) **"Como con cualquier acierto, no se puede estar completamente seguro sobre cuál será el parámetro exacto. Sin embargo, si conseguimos encontrar un rango de valores que nos dé cierto nivel de confianza de que el parámetro debe caer en él. Tal categoría se llama intervalo de confianza", (pág. 163).**

Entonces muestreo aleatorio estratificado trata en agrupar a categorías de individuos distintas entre sí (estratos) que poseen gran homogeneidad con relación a otra característica (según la profesión, el municipio de residencia, el sexo, el estado civil, etc.). Cada segmento actúa independientemente, logrando aplicarse dentro de ellos el muestreo aleatorio simple o el estratificado para optar por los elementos determinados que constituirán parte de la muestra.

Muestreo aleatorio por conglomerados: En este muestreo el elemento muestral está explícito por un grupo de conjuntos de la población que forman esta unidad, a la que se asigna como conglomerado. Las unidades hospitalarias, los departamentos universitarios, una caja de determinado producto, etc., son conglomerados naturales.

APLICACIÓN DE FÓRMULA:

De donde: **n:** muestra

N: población

E^2: error permisible (0.05)

$$n = \frac{N}{E^2(N-1)+1}$$

$$n = \frac{512}{0.05^2(512-1)+1} = \frac{512}{0.0025(511)+1} = \frac{512}{2.28} = 225$$

La muestra en esta investigación es de tipo probabilística.

CUADRO 4.
MUESTRA PROBABILÍSTICA

ITEM	ESTRATO	MUESTRA
1	AUTORIDAD	1
2	DOCENTES	10
3	ESTUDIANTES	214
TOTAL		**225**

Fuente: **Carrera de Diseño Gráfico**
Elaborado por: **Delgado Vera Danny**

3.6 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

En este proyecto se emplearon las técnicas primarias, como la observación, la entrevista y la encuesta. Y las técnicas secundarias, la documentación bibliográfica.

> (Tamayo & Tamayo, 2008) Con relación a la investigación descriptiva, afirma que esta actividad: **Percibe la descripción, registro, análisis, definición de la naturaleza actual, y la constitución o procesos de los fenómenos. El rumbo se hace sobre conclusiones absolutas o sobre cómo una persona, grupo, institución o cosa se conduce o funciona en el presente (p. 58).**

La información primaria es la que el investigador crea para una investigación o estudio preciso. Esta información no existe en el momento que la necesita el investigador, por ello deberá desarrollarla. Normalmente

se encuentran informes, estudios, proyectos de investigación, ya elaborados por otros investigadores que podrán servir para el inicio de otras investigaciones.

3.6.1 Observación

Esta técnica muestra al investigador la realidad de manera inmediata, captura la situación de lo que acontece en el entorno de la investigación es decir de tipo sensorial, y puede tener limitaciones propias de los sentidos, por lo que se recomienda que sea:

Estructurado: El investigador tiene que anticipadamente definir aspectos que va a observar escogiendo lo más relevante de interés, “Lo Organizado es lo que no anticipadamente se elabora”.

Participante: Es la intervención personal o de tipo directa es decir a quien se dirige la investigación o cuando se recurren a otras personas para obtener la información también toma significado como una garantía de la objetividad que se desea dar a dicha información recogida.

3.6.2 Entrevista

La entrevista trata sobre una conversación, en la que se desea averiguar datos específicos sobre la información que se requiera obtener. Incluye la opción de selección a quién o quiénes se van a realizar dicha entrevista. Igualmente no puede ser aplicada a cualquiera, sino constituir previamente los objetivos, el tiempo y el uso de estos resultados.

Una modalidad empleada en la entrevista es el focusgroup o grupo de foco, permite obtener mayor información en menor tiempo Pero esta técnica tiene la desventaja al ser aplicada a un grupo pequeño de personas, no garantiza la interposición como verdadera.

3.6.3 La encuesta o cuestionario

Tiene por ventaja formular preguntas a más personas a diferencia de la entrevista, este cuestionario suministran información de las situaciones económicas, familiares, sociales, culturales y políticas, en los que el anónimo establece la ventaja; porque no puede personalizarse las respuestas.

La desventaja es la garantía de su aplicación, porque al requerir la intervención de muchas personas no se puede asegurar que estos cumplan con la tarea de recopilar información que se precise, o la probabilidad de falsedad en las respuestas o cuando no se completa el cuestionario, no permitiendo establecer generalizaciones amplias.

3.6.4 Técnica de investigación secundaria

La documentación bibliográfica, es la fuente con la cual se basa una investigación y específicamente se extrae de los libros.

(G. Arias, 2006) Define como las técnicas de recolección de datos **"como el acumulado de operaciones y métodos que se utilizan durante el proceso de investigación, con el finalidad de conseguir la información oportuna a los objetivos expresados en una investigación" (pág. 376).**

Un origen o fuente secundaria difiere con una primaria, que es una forma de información que puede ser estimada como una huella de su tiempo. Un origen secundario es regularmente un comentario o análisis de un origen o fuente primario. Pues éstos son datos, hechos, cifras, que se han reunido precedentemente para su oportuna investigación o proyecto y el estudio o informe que se elaboró con ellos.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

Una vez aplicados los instrumentos de investigación sobre estos resultados se procedió a ingresarlos en una tabla estadística, que permitieron representar gráficamente los porcentajes de las respuestas obtenidas, para un mejor análisis de cada una de las preguntas que conforman el cuestionario de las técnicas aplicadas. Este estudio se lo efectuó con la ayuda de los programas Word y Excel.

4.1 RESULTADO DE LA ENCUESTA REALIZADA A LA AUTORIDAD DE LA CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO.

Director de la Carrera de Diseño Gráfico

1.- ¿Un modelo de negocios describe la lógica a través de nueve bloques descriptivos, donde una organización captura, crea y entrega valor; que opina sobre este principio, podría ser aplicado al ejercicio profesional?

Siempre es beneficiosa para toda persona que tiene ese deseo de superación en lo académico o profesional, obtener conocimiento de sumo interés, y este concepto de ser aplicado correctamente en la institución, cambiaría el pensamiento lógico de los estudiantes.

2.- ¿Los modelos de negocios podrían ser utilizados como una herramienta de comunicación con los clientes, puesto que la propuesta de valor que genera el profesional debe hacérsela llegar a una serie de clientes?

El gran problema del ser humano o el origen de los problemas siempre ha sido la falta de comunicación, es imperativo que en el área laboral exista una buena comunicación, de este modo se evitarían problemas o confusiones, por lo contrario la empresa crece y asciende cuando estos problemas son expuestos o comunicados a sus superiores al igual que el profesional que está a cargo de dicha empresa.

3.- ¿En qué piensa cuando se habla de modelos de negocios?

Crear, modelar, diseñar un negocio o dar forma a determinada acción; tomando en cuenta que esto sería la respuesta a necesidades que rodean al usuario o la satisfacción del mismo, porque de ahí parte el origen de todo negocio o empresa y que a partir de ello se puede ir reformando este modelo.

4.- ¿Con el modelo de negocios se obtendrá mejor captación de las necesidades del profesional de Diseño Gráfico?

Por ser un estudio de varios aspectos, se pone a prueba el portafolio por así decirlo del Diseñador Gráfico en sus trabajos, y a aparte de ello medir el nivel de conocimientos o el alcance del mismo y proyectarse a la cual se dirige el profesional.

5.- ¿Qué alcance tendrá el transmitir a los estudiantes mediante el diseño de un material digital explicativo lo referencial al modelo de negocios CANVAS?

Se despejarían muchas interrogantes, y serviría de gran ayuda al tener conocimiento que existen estrategias de negocios que se pueden aplicar a la vida del estudiante al formase como un profesional en el área de Diseño Gráfico e igual modo medir la interrelación el cuanto al mercado, competidores, tendencias de Diseño, entre otras.

4.1.1 RESULTADO DE LA ENCUESTA REALIZADA A LOS DOCENTES

1.- ¿Diseño de negocio es el mecanismo por el cual un negocio busca generar ingresos y beneficios, considera que esta metodología podrá ser aplicada en el desarrollo del profesional?

CUADRO 5.

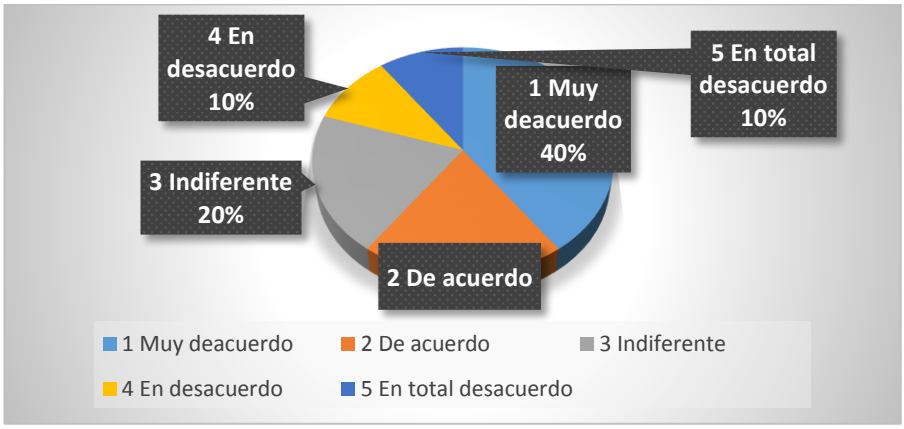
MODELO CANVAS COMO METODOLOGÍA

№	VALORACIÓN	Ƒ	%
1	Muy de acuerdo	40	40
2	De acuerdo	2	20
3	Indiferente	2	20
4	En desacuerdo	1	10
5	En total desacuerdo	1	10
	TOTAL	**10**	**100**

Fuente: Docentes de la Carrera de Diseño Gráfico
Elaborado por: Delgado Vera Danny

GRÁFICO 2.

MODELO CANVAS COMO METODOLOGÍA



Fuente: Docentes de la Carrera de Diseño Gráfico
Elaborado por: Delgado Vera Danny

Análisis: El 40% muy de acuerdo, el 20% está en de acuerdo; el 20 % le es indiferente, el 10% está en desacuerdo y 40% en total desacuerdo por lo que los docentes coinciden que con la estructura en el modelo CANVAS les será de ayuda.

2.- ¿Los estudiantes conocen sobre el concepto de emprendimiento?

CUADRO 6.

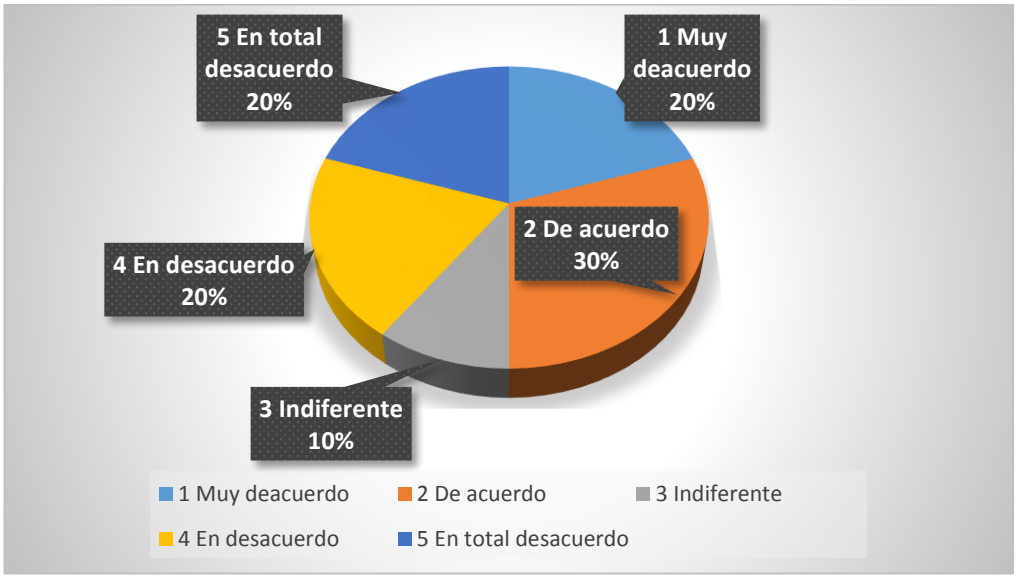
LOS ESTUDIANTES Y EL CONCEPTO DE EMPRENDIMIENTO

№	VALORACIÓN	Ƒ	%
1	Muy de acuerdo	2	20
2	De acuerdo	3	30
3	Indiferente	1	10
4	En desacuerdo	2	20
5	En total desacuerdo	2	20
	TOTAL	**10**	**100**

Fuente: **Docentes de la Carrera de Diseño Gráfico**
Elaborado por: Delgado Vera Danny

GRÁFICO 3.

LOS ESTUDIANTES Y EL EMPRENDIMIENTO



Fuente: **Docentes de la Carrera de Diseño Gráfico**
Elaborado por: Delgado Vera Danny

Análisis: El 20% muy de acuerdo, el 30% está de acuerdo; y el 10% le es indiferente, el 20% en desacuerdo ,20% en total desacuerdo con lo que los docentes expresan que los estudiantes solo tienen una concepto básico sobre el tema de emprendimiento.

3.- ¿Considera necesario que los estudiantes conozcan sobre un plan de ventas que los guíe al momento de buscar plazas de trabajo?

CUADRO 7.

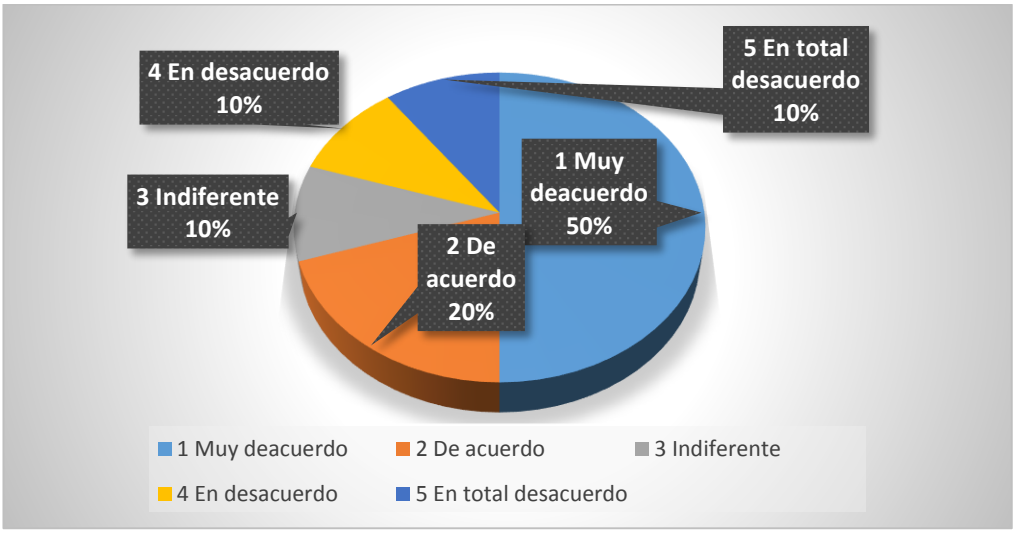
CONOCER UN PLAN DE VENTAS.

№	VALORACIÓN	*f*	%
1	Muy de acuerdo	5	50
2	De acuerdo	2	20
3	Indiferente	1	10
4	En desacuerdo	1	10
5	En total desacuerdo	1	10
	TOTAL	**10**	**100**

Fuente: **Docentes de la Carrera de Diseño Gráfico**
Elaborado por: Delgado Vera Danny

GRÁFICO 4.

CONOCER UN PLAN DE VENTAS.



Fuente: **Docentes de la Carrera de Diseño Gráfico**
Elaborado por: Delgado Vera Danny

Análisis: El 50% muy de acuerdo, el 20% está de acuerdo y el 10% se muestra indiferente; el 10% está en desacuerdo y en total desacuerdo, los docentes exponen que los estudiantes deban conocer sobre un plan de ventas para exponen su portafolio de trabajos.

4.- ¿Se han manifestado expectativas en los estudiantes con relación al emprendimiento de microempresas o asociaciones en el campo del Diseño Gráfico?

CUADRO 8.

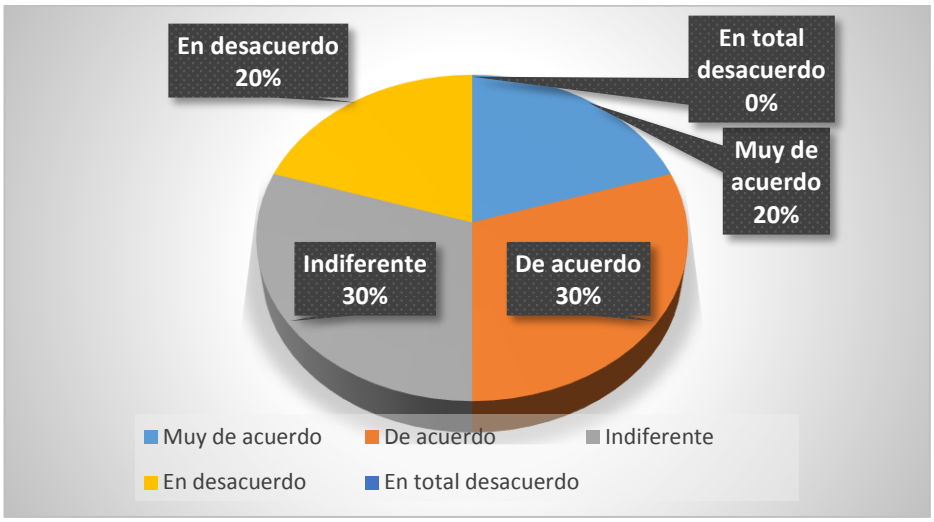
EXPECTATIVAS DE NEGOCIO.

№	VALORACIÓN	*f*	%
1	Muy de acuerdo	2	20
2	De acuerdo	3	30
3	Indiferente	3	30
4	En desacuerdo	2	20
5	En total desacuerdo	0	0
	TOTAL	**10**	**100**

Fuente: **Docentes de la Carrera de Diseño Gráfico**
Elaborado por: **Delgado Vera Danny**

GRÁFICO 5.

EXPECTATIVAS DE NEGOCIO



Fuente: **Docentes de la Carrera de Diseño Gráfico**
Elaborado por: **Delgado Vera Danny**

Análisis: El 20% muy de acuerdo, el 30% está de acuerdo; el 30% le es indiferente y el 20% está en desacuerdo, los docentes expresan que los estudiantes presentan expectativas de emprendimiento.

5.- ¿Las evaluaciones a estudiantes, ayudarán a conocer el grado de conocimiento para el área laboral del diseñador gráfico?

CUADRO 9.

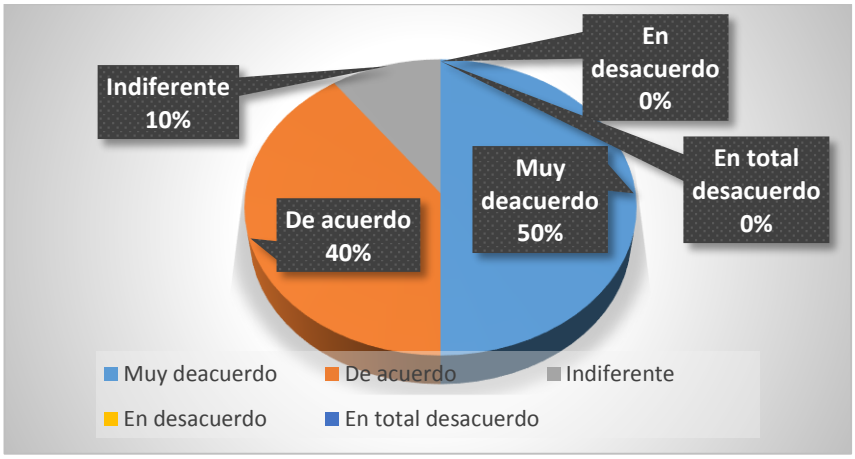
EVALUACIONES A ESTUDIANTES

№	VALORACIÓN	*f*	%
1	Muy de acuerdo	5	50
2	De acuerdo	4	40
3	Indiferente	1	10
4	En desacuerdo	0	0
5	En total desacuerdo	0	0
	TOTAL	**10**	**100**

Fuente: **Docentes de la Carrera de Diseño Gráfico**
Elaborado por: **Delgado Vera Danny**

GRÁFICO 6.

EXPECTATIVAS DE NEGOCIOS



Fuente: **Docentes de la Carrera de Diseño Gráfico**
Elaborado por: **Delgado Vera Danny**

Análisis: El 50% muy de acuerdo, el 40% está de acuerdo; el 10% le es indiferente, los docentes exponen que los estudiantes deberían ser evaluados y así conocer el nivel, el potencial o el grado cognoscitivo sobre el área de diseño gráfico.

6.- ¿Está de acuerdo que el modelo de negocio es una estrategia que se plantea como un análisis al profesional y que éste deberá ser expuesto a todos los cursos de la institución?

CUADRO 10.

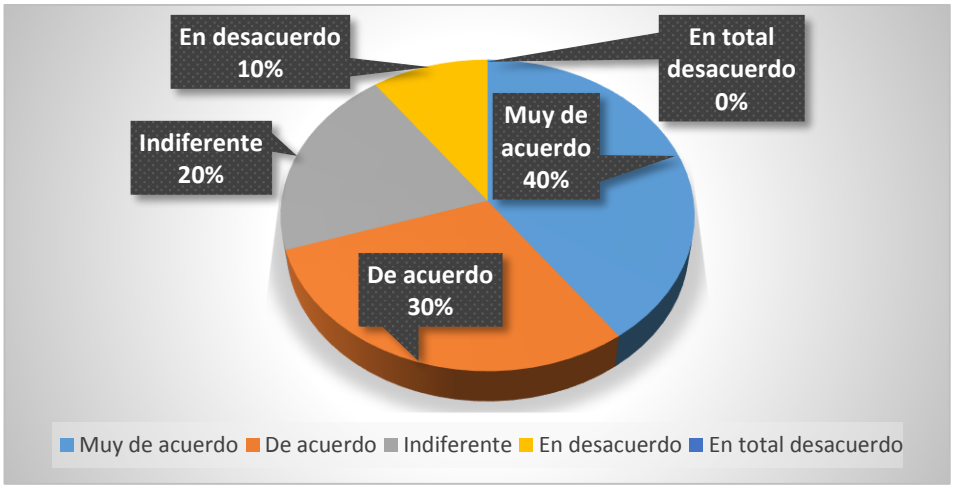
CANVAS COMO ESTRATEGIA

№	VALORACIÓN	*f*	%
1	Muy de acuerdo	4	40
2	De acuerdo	3	30
3	Indiferente	2	20
4	En desacuerdo	1	10
5	En total desacuerdo	0	0
	TOTAL	**10**	**100**

Fuente: **Docentes de la Carrera de Diseño Gráfico**
Elaborado por: **Delgado Vera Danny**

GRÁFICO 7.

CANVAS COMO ESTRATEGIA



Fuente: **Docentes de la Carrera de Diseño Gráfico**
Elaborado por: **Delgado Vera Danny**

Análisis: El 40% muy de acuerdo, el 30% está de acuerdo; el 20% es indiferente, y el 10% está en desacuerdo los docentes expresan que el concepto del modelo de negocios CANVAS debe ser de conocimiento en los estudiantes de la institución.

7.- ¿Piensa que al comunicar a los estudiantes a cerca del modelo de negocios, lo apliquen en el ámbito laboral?

CUADRO 11.

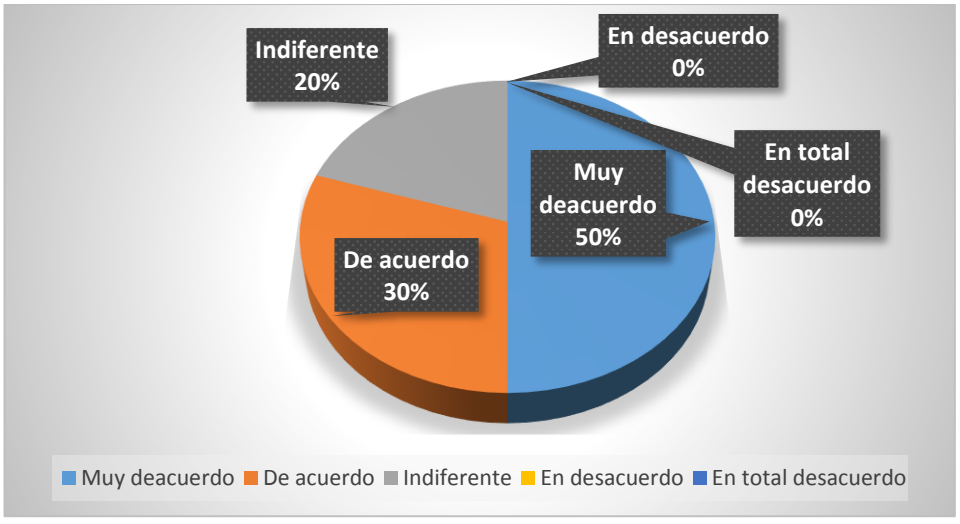
CANVAS EN EL ÁREA LABORAL

№	VALORACIÓN	*f*	%
1	Muy de acuerdo	5	50
2	De acuerdo	3	30
3	Indiferente	2	20
4	En desacuerdo	0	0
5	En total desacuerdo	0	0
	TOTAL	**10**	**100**

Fuente: **Docentes de la Carrera de Diseño Gráfico**
Elaborado por: **Delgado Vera Danny**

GRÁFICO 8.

CANVAS EN EL ÁREA LABORAL



Fuente: **Docentes de la Carrera de Diseño Gráfico**
Elaborado por: **Delgado Vera Danny**

Análisis: El 50% muy de acuerdo, el 30% está de acuerdo; el 20% es indiferente, los docentes expresan que el concepto del modelo de negocios CANVAS será aplicado satisfactoriamente para desempeñar un roll en el campo del diseñador gráfico.

8.- ¿Se realizan actualmente actividades, como talleres o seminarios de emprendimiento en la institución?

CUADRO 12.

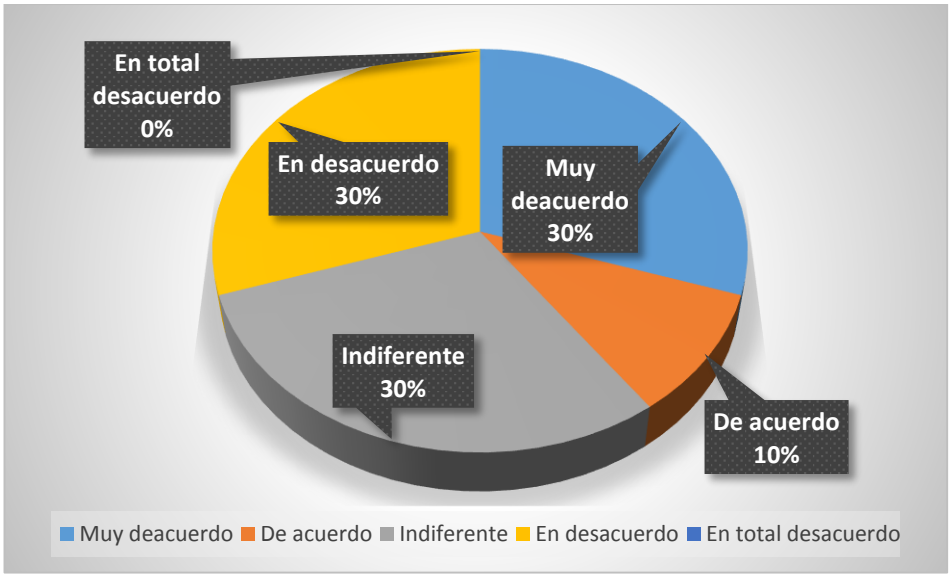
SEMINARIO O TALLERES DE EMPRENDIMIENTO

№	VALORACIÓN	*f*	%
1	Muy de acuerdo	3	30
2	De acuerdo	1	10
3	Indiferente	3	30
4	En desacuerdo	3	30
5	En total desacuerdo	0	0
	Total	**10**	**100**

Fuente: Docentes de la Carrera de Diseño Gráfico
Elaborado por: Delgado Vera Danny

GRÁFICO 9.

SEMINARIO O TALLERES DE EMPRENDIMIENTO



Fuente: Docentes de la Carrera de Diseño Gráfico
Elaborado por: Delgado Vera Danny

Análisis: El 30% muy de acuerdo, el 10% está de acuerdo; el 30% le es indiferente y el 30% está en desacuerdo los docentes indican que no se realizan o se imparten con frecuencia estas actividades.

9.- ¿Existe interés por parte de los estudiantes cuando se menciona que se van a realizar talleres o seminarios, relacionados a la Carrera de Diseño Gráfico?

CUADRO 13.

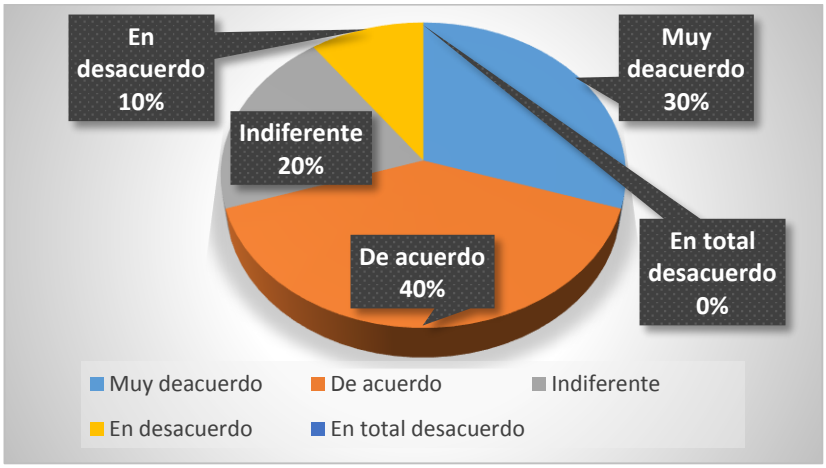
INTERÉS EN SEMINARIO O TALLERES EN DISEÑO

№	VALORACIÓN	*f*	%
1	Muy de acuerdo	3	30
2	De acuerdo	4	40
3	Indiferente	2	20
4	En desacuerdo	1	10
5	En total desacuerdo	0	0
	TOTAL	**10**	**100**

Fuente: Docentes de la Carrera de Diseño Gráfico
Elaborado por: Delgado Vera Danny

GRÁFICO 10.

INTERÉS EN SEMINARIO O TALLERES EN DISEÑO



Fuente: Docentes de la Carrera de Diseño Gráfico
Elaborado por: Delgado Vera Danny

Análisis: El 30% muy de acuerdo, el 40% está de acuerdo, el 20% le es indiferente y el 10% está en desacuerdo, los docentes indican que la mayoría de los estudiantes muestra interés sobre los seminarios o talleres.

10.- ¿Se crean debates cuando se mencionan temas que involucran conceptos relacionados a diseño gráfico en las horas de clases?

CUADRO 14.

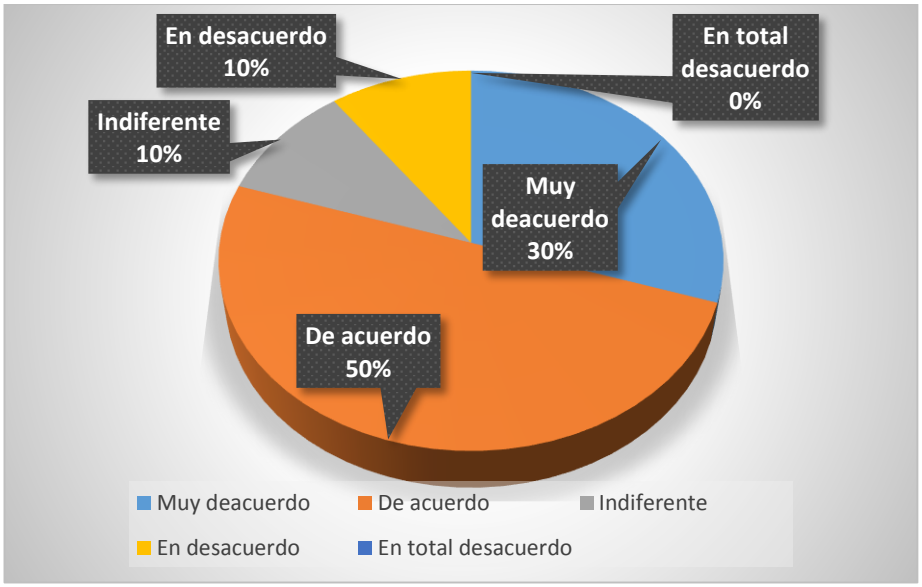
DEBATES DE CONOCIMIENTO

№	VALORACIÓN	*f*	%
1	Muy de acuerdo	3	30
2	De acuerdo	5	50
3	Indiferente	1	10
4	En desacuerdo	1	10
5	En total desacuerdo	0	0
	TOTAL	**10**	**100**

Fuente: **Docentes de la Carrera de Diseño Gráfico**
Elaborado por: Delgado Vera Danny

GRÁFICO 11.

DEBATES DE CONOCIMIENTO



Fuente: **Docentes de la Carrera de Diseño Gráfico**
Elaborado por: Delgado Vera Danny

Análisis: El 30% muy de acuerdo, el 50% está de acuerdo; el 10% le es indiferente y el 10% está en desacuerdo, los docentes expresan que existe debates sobre temas que involucra el diseño gráfico.

4.1.2 RESULTADO DE LA ENCUESTA REALIZADA A LOS ESTUDIANTES

1.- ¿Crees que debe existir una buena comunicación entre profesional y patrono?

CUADRO 15.

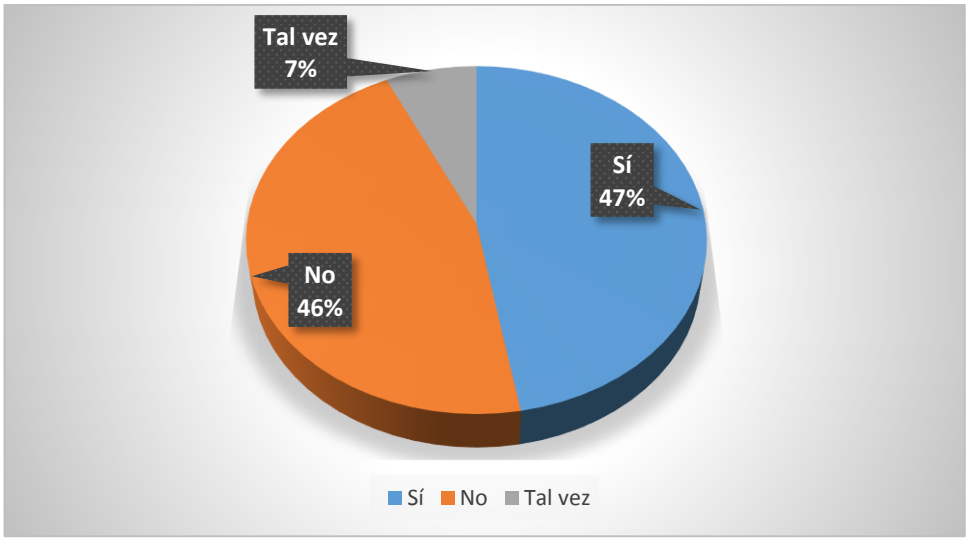
PROFESIONAL Y PATRONO

№	VALORACIÓN	*f*	%
1	Sí	101	47
2	No	98	46
3	Tal vez	15	7
	TOTAL	**214**	**100**

Fuente: Estudiantes de la Carrera de Diseño Gráfico
Elaborado por: Delgado Vera Danny

GRÁFICO 12.

PROFESIONAL Y PATRONO



Fuente: Estudiantes de la Carrera de Diseño Gráfico
Elaborado por: Delgado Vera Danny

Análisis: El 47% sí, el 46% no; y el 7% tal vez, los estudiantes expresan que han pensado en la mejor forma de interrelacionase con su patrono dentro del área laboral.

2.- ¿Piensas que un plan de acción como el modelo CANVAS, el cual realiza un análisis evaluativo en algunos campos como profesional, te resultaría beneficioso?

CUADRO 16.

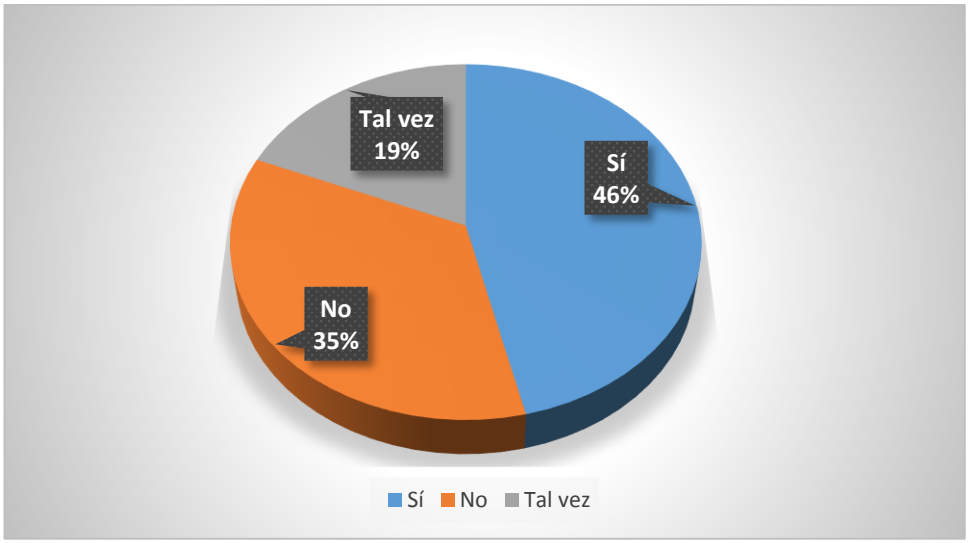
PLAN DE ACCIÓN

№	VALORACIÓN	*f*	%
1	Sí	99	46
2	No	75	35
3	Tal vez	40	19
	TOTAL	**214**	**100**

Fuente: **Estudiantes de la Carrera de Diseño Gráfico**
Elaborado por: **Delgado Vera Danny**

GRÁFICO 13.

PLAN DE ACCIÓN



Fuente: **Estudiantes de la Carrera de Diseño Gráfico**
Elaborado por: **Delgado Vera Danny**

Análisis: El 46% sí, el 35% no; y el 19% tal vez, consideran que un plan preventivo de acción inmediata sería una buena respuesta al momento de buscar empleo como diseñador gráfico.

3.- ¿Se te han presentado dificultades al momento de desarrollarte como profesional en el área de diseñador gráfico?

CUADRO 17.

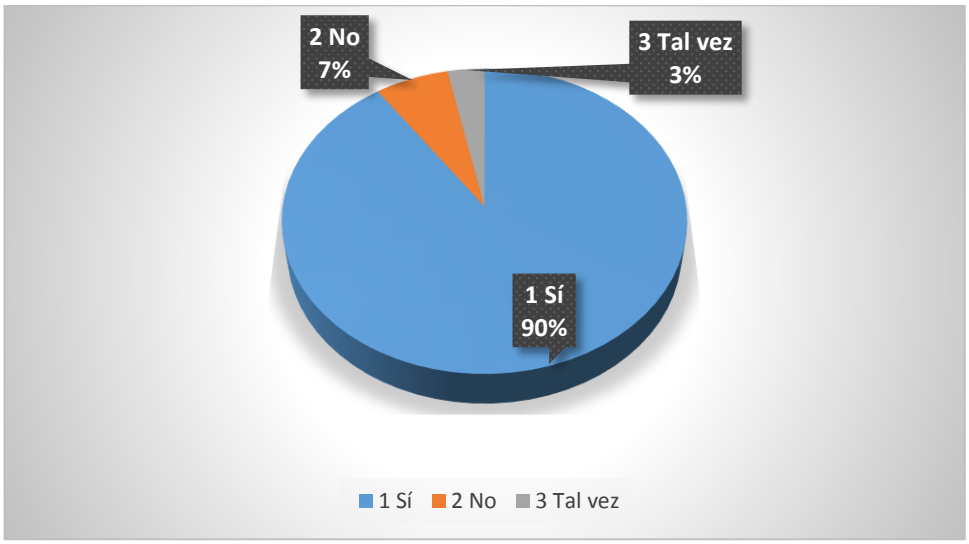
DIFICULTADES DEL DISEÑADOR GRÁFICO

№	VALORACIÓN	ƒ	%
1	Sí	112	90
2	No	8	7
3	Tal vez	4	3
	TOTAL	**124**	**100**

Fuente: **Estudiantes de la Carrera de Diseño Gráfico**
Elaborado por: **Delgado Vera Danny**

GRÁFICO 14.

DIFICULTADES DEL DISEÑADOR GRÁFICO



Fuente: **Estudiantes de la Carrera de Diseño Gráfico**
Elaborado por: **Delgado Vera Danny**

Análisis: El 90% sí, el 7% no; el 3% tal vez, y el 3% nunca, los estudiantes manifiestan que se encontraron con problemas e inconvenientes en el ámbito laboral como diseño gráfico.

4.- ¿Piensas que los docentes deberían exponer como tema de clases, métodos o estrategias para una correcta ejecución del profesional en el área laboral del diseñador gráfico?

CUADRO 18.

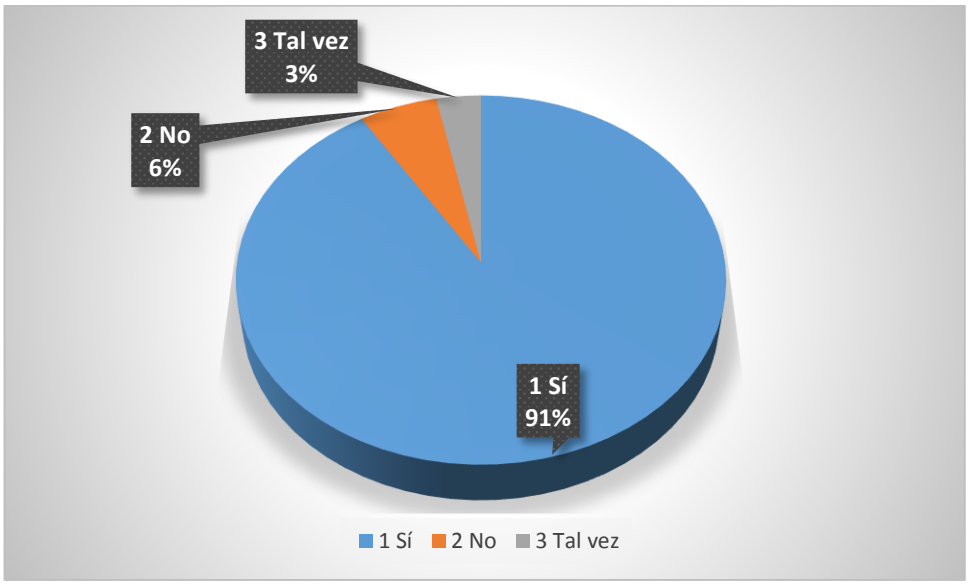
ESTRATEGÍAS EN DISEÑO GRÁFICO COMO TEMA DE CLASES

№	VALORACIÓN	*f*	%
1	Sí	113	91
2	No	7	6
3	Tal vez	4	3
	TOTAL	**124**	**100**

Fuente: **Estudiantes de la Carrera de Diseño Gráfico**
Elaborado por: **Delgado Vera Danny**

GRÁFICO 15.

ESTRATEGÍAS EN DISEÑO GRÁFICO COMO TEMA DE CLASES



Fuente: **Estudiantes de la Carrera de Diseño Gráfico**
Elaborado por: **Delgado Vera Danny**

Análisis: El 91% sí, el 6% no; y el 3%tal vez, consideran que se debe hablar en clases sobre temas relacionados al rol del profesional y trabajos que realizan los diseñadores gráficos.

5.- ¿Te parece complejo el tema de modelo de negocio, el cual muestra la estrategia para lograr una interacción entre el mercado laboral y el cliente?

CUADRO 19.

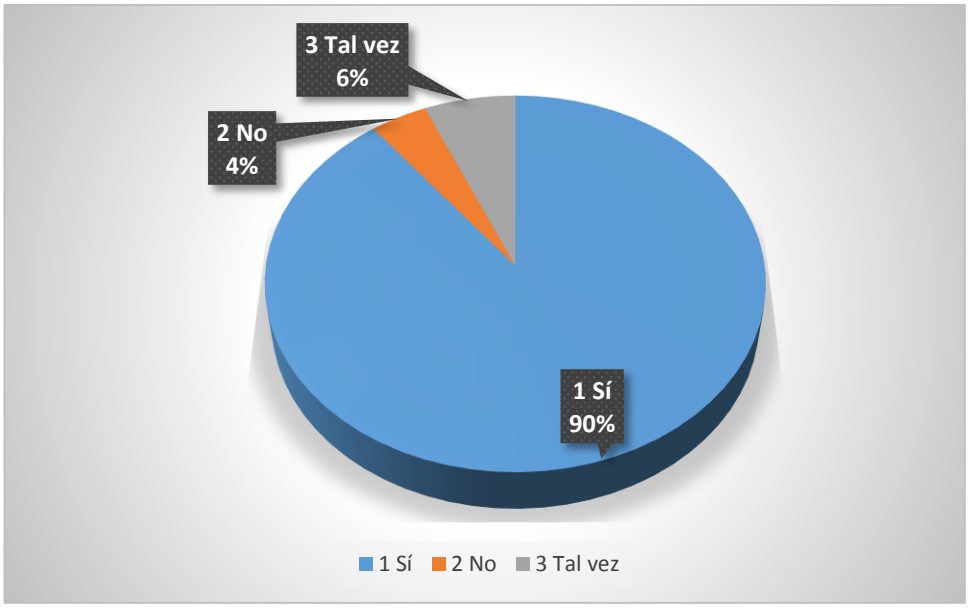
EL MODELO CANVAS Y SU COMPLEJIDAD

№	VALORACIÓN	*f*	%
1	Sí	111	90
2	No	5	4
3	Tal vez	8	6
	TOTAL	**124**	**100**

Fuente: **Estudiantes de la Carrera de Diseño Gráfico**
Elaborado por: **Delgado Vera Danny**

GRÁFICO 16.

EL MODELO CANVAS Y SU COMPLEJIDAD



Fuente: **Estudiantes de la Carrera de Diseño Gráfico**
Elaborado por: **Delgado Vera Danny**

Análisis: El 90% sí, el 4% no; y el 6%tal vez, indican que el modelo de negocios CANVAS o plan de ventas no es tan complejo.

6.- ¿Si tienes conocimiento o nociones de medidas anticipadas en el desenvolvimiento del área laboral, compartes este conocimiento con tus compañeros de aula?

CUADRO 20.

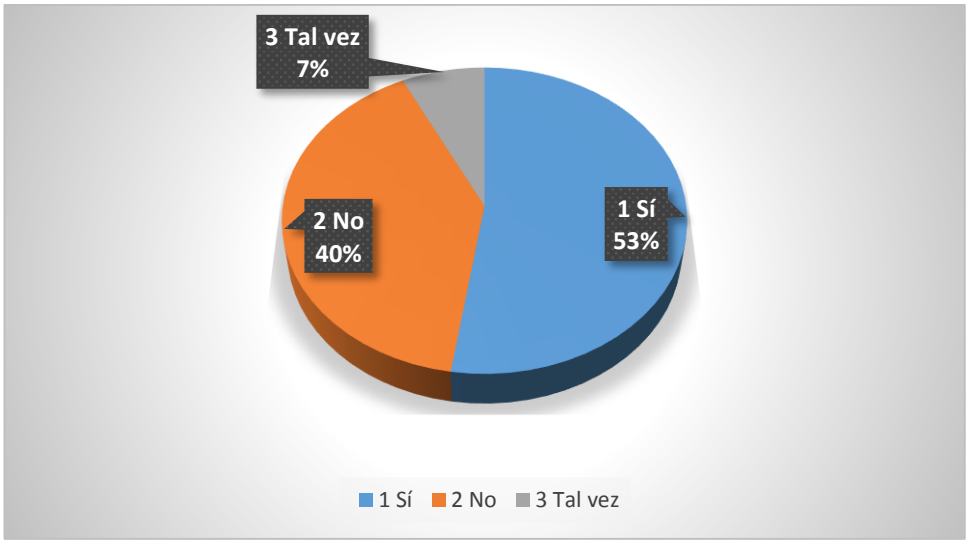
SE COMPARTEN CONOCIMIENTOS ENTRE ESTUDIANTES

№	VALORACIÓN	*f*	%
1	Sí	65	53
2	No	50	40
3	Tal vez	9	7
	TOTAL	**124**	**100**

Fuente: **Estudiantes de la Carrera de Diseño Gráfico**
Elaborado por: Delgado Vera Danny

GRÁFICO 17.

SE COMPARTEN CONOCIMIENTOS ENTRE ESTUDIANTES



Fuente: **Estudiantes de la Carrera de Diseño Gráfico**
Elaborado por: Delgado Vera Danny

Análisis: El 53% sí, el 40% no; el 7%tal vez, indican que cuando cuentan con tiempo explican a sus compañeros temas y herramientas que se emplean en el estudio del Diseño gráfico.

7.- ¿Te gustaría recibir un seminario o taller con material multimedia que te explique sobre un modelo de negocios, como el Canvas?

CUADRO 21.

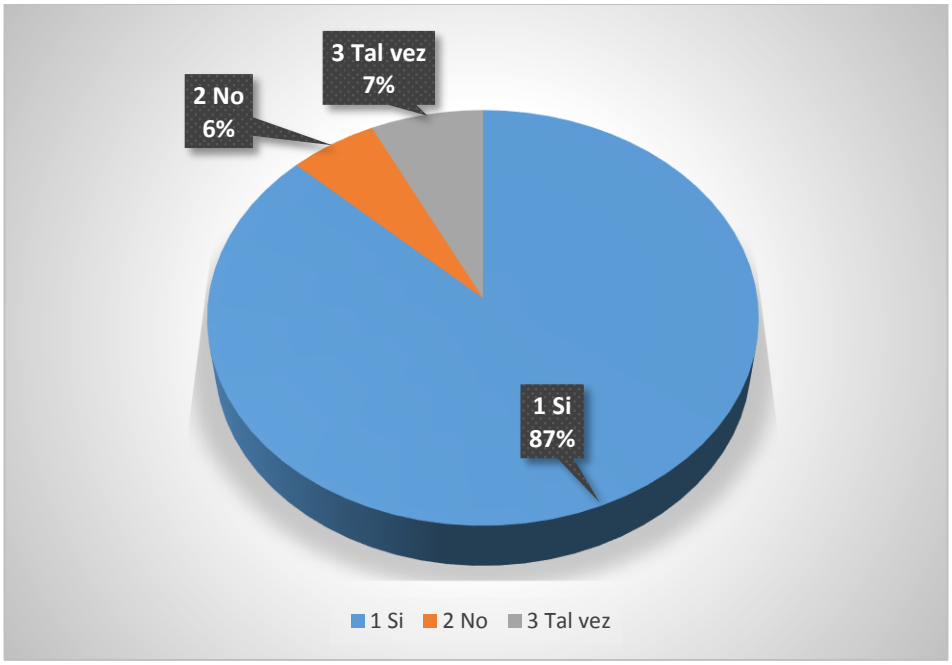
RECURSO MULTIMEDIA REFERENTE A CANVAS

№	VALORACIÓN	Ƒ	%
1	Si	108	87
2	No	7	6
3	Tal vez	9	7
	TOTAL	**124**	**100**

Fuente: Estudiantes de la Carrera de Diseño Gráfico
Elaborado por: Delgado Vera Danny

GRÁFICO 18.

RECURSO MULTIMEDIA REFERENTE A CANVAS



Fuente: Estudiantes de la Carrera de Diseño Gráfico
Elaborado por: Delgado Vera Danny

Análisis: El 87% sí, el 6% no; y el 7%tal vez, indican que les gustaría recibir información utilizando como intermediario la interacción multimedia con la que se expondrá el tema sobre el modelo CANVAS.

8.- ¿Piensas que en el campo del diseño gráfico, se deben investigar y actualizarse sobre las nuevas tendencias tecnológicas o sociales del momento?

CUADRO 22.

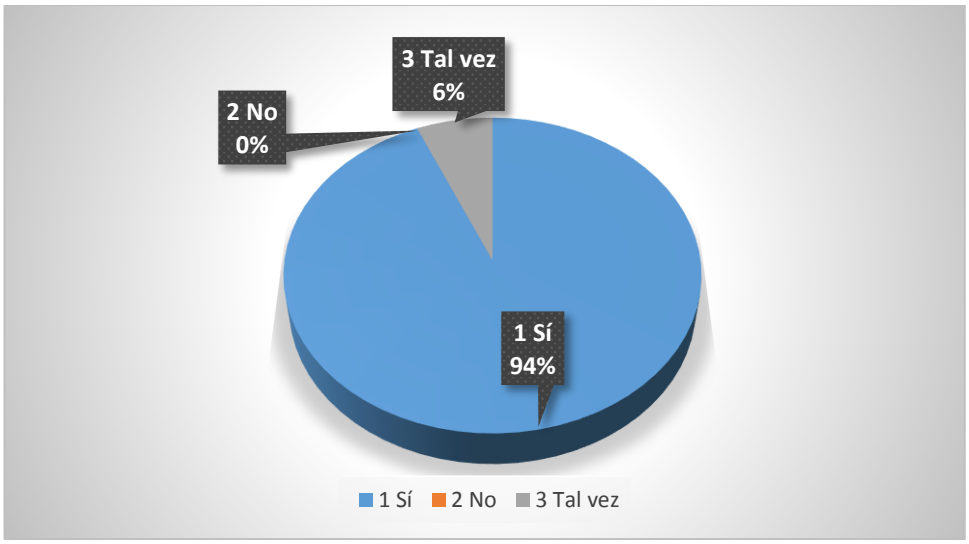
ACTUALIZARSE EN NUEVAS TECNOLOGÍAS

№	VALORACIÓN	*f*	%
1	Sí	116	94
2	No	0	0
3	Tal vez	8	6
	TOTAL	**124**	**100**

Fuente: **Estudiantes de la Carrera de Diseño Gráfico**
Elaborado por: Delgado Vera Danny

GRÁFICO 19.

ACTUALIZARSE EN NUEVAS TECNOLOGÍAS



Fuente: **Estudiantes de la Carrera de Diseño Gráfico**
Elaborado por: Delgado Vera Danny

Análisis: El 94% sí, y el 6%tal vez, manifiestan que hay que actualizarse en cuando a tendencias y tecnología que están en constante cambio, y ser de esta forma más competitivos.

9.- ¿El personal docente, resuelve las interrogantes que tienes sobre temas que involucren el diseño gráfico?

CUADRO 23.

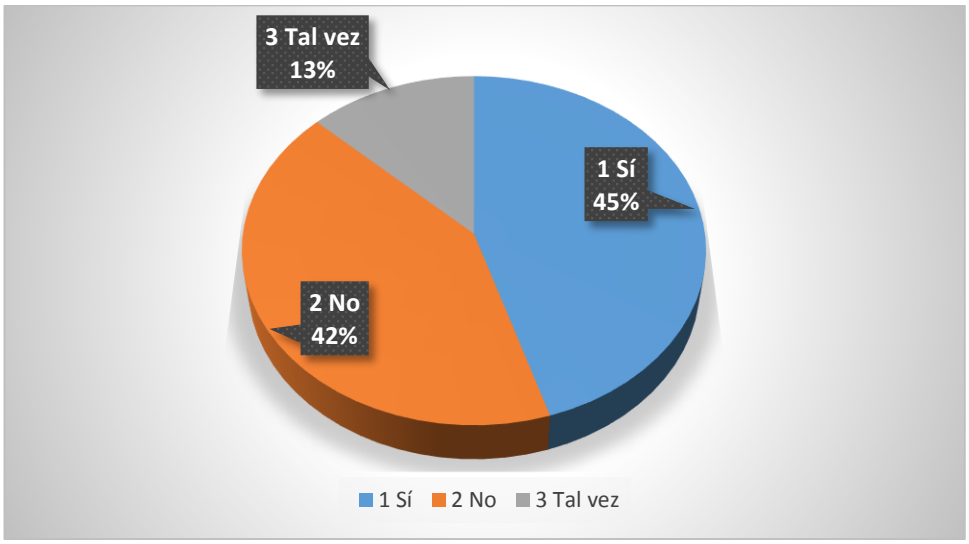
DOCENTES RESUELVEN INTERROGANTES

№	VALORACIÓN	*f*	%
1	Sí	56	45
2	No	52	42
3	Tal vez	16	13
	TOTAL	**124**	**100**

Fuente: **Estudiantes de la Carrera de Diseño Gráfico**
Elaborado por: Delgado Vera Danny

GRÁFICO 20.

DOCENTES RESUELVEN INTERROGANTES



Fuente: **Estudiantes de la Carrera de Diseño Gráfico**
Elaborado por: Delgado Vera Danny

Análisis: El 45% sí, el 42% no; el 13%tal vez, los estudiantes manifiestan que no todos los docentes resuelven las interrogantes o dudas que surgen dentro de horas clases.

10.- ¿Piensas que es beneficioso, que el docente haga un paréntesis dentro de la hora de clases y mencione su experiencia laboral a los estudiantes?

CUADRO 24.

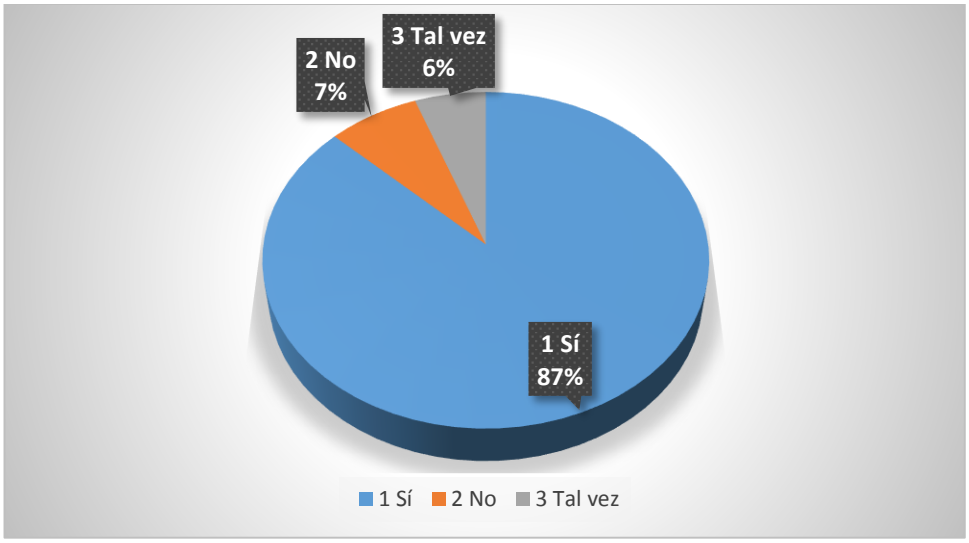
EXPERIENCIA PROFESIONAL EN DOCENTES

№	VALORACIÓN	*f*	%
1	Si	108	87
2	No	9	7
3	Tal vez	7	6
	TOTAL	**124**	**100**

Fuente: Estudiantes de la Carrera de Diseño Gráfico
Elaborado por: Delgado Vera Danny

GRÁFICO 21.

EXPERIENCIA PROFESIONAL EN DOCENTES



Fuente: Estudiantes de la Carrera de Diseño Gráfico
Elaborado por: Delgado Vera Danny

Análisis: El 87% sí, el 7% no y el 6% tal vez, exponen que todos los docentes deberían mencionar sobre la trayectoria que han experimentado en el ámbito profesional a los estudiantes de la institución.

4.2 Discusión de resultados

De los resultados alcanzados se mencionan los criterios de los diferentes estratos con relación al tema: Modelo de negocio para el ejercicio profesional del diseñador gráfico en el aprendizaje de los estudiantes del cuarto año de la Carrera de Diseño Gráfico de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil 2014.

Con relación a los Docentes

El 50% muy de acuerdo, el 20% está de acuerdo; el 20 % le es indiferente y el 10% está en desacuerdo por lo que los docentes coinciden que con la estructura representativa en el modelo CANVAS los beneficios serán de gran ayuda al profesional dentro del ámbito de Diseño Gráfico.

La ventaja principal al concurrir con la plantilla CANVAS es lo fácil de representar registros sobre este lienzo, dado que sus elementos están distribuidos en recuadros para que la información pueda ser escrita sobre cada módulo y que sus planteamientos resulten comprensibles.

Presto que todos los datos se encuentran representados en este lienzo, resulta fácil construir relaciones internas y externas entre los diversos elementos que la conforman. Por lo que, al plantear quiénes serán los clientes potenciales, es más sencillo pensar en qué propuesta de valor; como lo es un producto o servicio prefieren, y así sucede con todas los demás módulos.

El 50% muy de acuerdo, el 40% está de acuerdo; el 10% le es indiferente, los docentes coinciden que los estudiantes deberían ser evaluados en razón del grado cognoscitivo sobre el área de diseño gráfico. Las evaluaciones a estudiantes es una acción importante de

cualquier cátedra elemental, estas evaluaciones proporcionan a los docentes, padres e incluso a los propios estudiantes una visión sobre su progreso, la comprensión y el conocimiento sobre los tema en particular.

Con relación a los estudiantes

El 50% sí, el 42% no; el 2% tal vez, los estudiantes manifiestan con referencia a problemas en el ámbito laboral como diseño gráfico. La mayoría de estudiantes, expresan que se le presentan complicaciones en un puesto de trabajo por no tener conocimiento sobre los programas o software con los que se trabajan en cada empresa e incluso la manera de interrelacionarse con sus clientes.

Por lo que es recomendable especializarse o extender un área que sea de su preferencia tales como lo son (audio, video, 3d, programación, diseño web).

El 70% sí, el 25% no y el 6% tal vez, manifiestan que hay que actualizarse en cuando a tendencias y tecnología. En la actual sociedad, nuestra forma de vida ha cambiado, en gran parte, debido a la influencia que representan las nuevas tecnologías que, surgen con el objetivo de mejorar y hacer nuestra vida más sencilla y agradable.

En general, y especialmente en la adolescencia, los medios de comunicación han adoptado un papel determinante en su formación y educación.

Este tipo de modalidades con relación a la formación llevan a nuevas pensamientos del proceso enseñanza-aprendizaje. El estudiante se convierte en parte activa de este proceso, el cual precede una nueva relación con el saber, nuevas prácticas de aprendizaje y nuevos ambientes educativos en permanente cambio. Todo esto involucra un

mejor preparativo profesional que se va a requerir en la formación preliminar o en el ejercicio laboral. Contiguo a ello, se requieren servicios de apoyo; guías y ayudas que les permitan participar íntegramente como profesionales.

4.3 Respuesta a las interrogantes de la investigación

¿Es importante que el personal docente conozca sobre el modelo de negocios CANVAS?

Para una mayor amplitud y concepción, es necesario que los docentes del plantel tengan todo la información relevante y necesaria para conocer del tema de modelo de negocios CANVAS para ser los portavoces de este tema a los estudiantes.

¿Las autoridades del plantel apoyarán el plan de negocios CANVAS?

Por ser una acción estratégica que resultará beneficiosa para el estudiante que se proyecta a un futuro profesional, las autoridades de la Carrera de Diseño Gráfico manifiestan un gran interés para la aplicación de este tema en la Institución.

¿De qué manera será aplicado este modelo CANVAS en la institución?

Se llevará a cabo un taller en los laboratorios de la Carrera de Diseño Gráfico con la ayuda de una aplicación multimedia, el mismo que servirá de guía para la comprensión del tema y resolver las interrogantes del tema sobre, modelo de negocios CANVAS en los estudiantes.

¿Cuál será el canal de comunicación utilizado para entender el modelo CANVAS?

El canal que servirá de medio comunicativo será una aplicación multimedia esto hace referencia al uso combinado de distintos medios de comunicación: texto, imagen, sonido, animación y video. Ello permite la interacción animada con el usuario en la aplicación multimedia.

¿Por qué se debe aplicar este modelo de negocios?

Este modelo es una herramienta importante que emplea fundamentalmente el lenguaje visual para crear y ampliar modelos de negocio innovadores, resolviendo la complejidad y permitiendo conseguir a simple vista una idea remota de lo que se quiere llevar a cabo o conseguir y cómo se lo haría.

¿Qué beneficios se obtendrán al aplicar este modelo de negocios CANVAS en los estudiantes de la institución?

El modelo CANVAS realiza un análisis con relación al mercado, competidor, clientes, proveedores, estructuras y procesos. La simplicidad de este método, orientado a soluciones rápidas, facilita la generación de ideas y distintos aportes e igual modo permite compartir conceptos complejos de forma sencilla con un lenguaje gráfico entendido por todos.

¿Utilizar un material multimedia será un buen canal de comunicación sobre el modelo de negocios CANVAS?

Las aplicaciones multimedia son consideradas una tendencia por estar marcados en estos tiempos donde se combinan varias dinámicas de información, sean estas imágenes, video o audio, impactando en los sentidos de los usuarios y a la vez que se logra un efecto mayor en la comprensión del mensaje. Significa también la capacidad que se tiene para poder comunicarse en más de una forma, también así una manera más dinámica para hacer llegar cualquier información.

CAPÍTULO V
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

La Carrera de Diseño Gráfico, en sus actuales instalaciones cuenta con un sólo laboratorio y pocos equipos audiovisuales para desarrollarse una correcta comprensión de los diferentes software que se estudian o se imparten en horas clases, por parte de los Docentes de la Carrera, presentándose algunos inconvenientes tanto para docente y el estudiante.

Pocos estudiantes conocen sobre el tema referente a un plan estratégico de ventas o de acción preventivo que será de gran ayuda al anticiparse al iniciar la búsqueda de plazas de trabajo laboral donde el futuro egresado de la Carrera de Diseño Gráfico se desenvolverá.

En la Carrera de Diseño Gráfico, los estudiantes de cuarto año, manifiestan que deberían planificarse más expoferias; donde se expongan los trabajos realizados y llegar a través de este canal, promocionarse y obtener el alcance de clientes interesados en estos proyectos.

Este nuevo paradigma para hacer negocios supone una importante herramienta para quienes toman decisiones estratégicas, los que la ven como una aliada a la hora de promover nuevos negocios, crear empresas o agregar valor a lo que ya existe.

Los estudiantes de la Carrera de Diseño Gráfico, en horas de clases; no exponen duda alguna sobre temas en relación del área del diseño, y sólo se mantienen en silencio por temor o burla alguna, pues esto acarrea una baja comprensión en el momento que el Docente expone la clase.

5.2 Recomendaciones

Las autoridades de la Carrera de Diseño Gráfico deberán establecer nuevas tecnologías en sus laboratorios de computación y equipar otros laboratorios, siendo éste el origen de la formación académica del profesional en Diseño.

En la actualidad las personas, tanto las que se están desarrollándose a nivel académico como las que ya han culminado su etapa de aprendizaje, sienten el impulso de conocer cada vez más sobre nuevas tendencias tecnológicas, si realmente se desea competir en un futuro mercado laboral, es fundamental hoy en día estar actualizado.

Los modelos de negocios, también conocidos como modelos de utilidad, pueden ayudar a asegurarte que tu compañía, empresa o actividad emprendedora opere en buen balance puesto que al aplicar un modelo de negocios revele ventajas competitivas sobre otras empresas por tratarse de una plantilla que se puede implementar y a partir de ella generar un negocio personalizado.

Las ferias son uno de los medios de promoción, comercialización y comunicación más significativas, son el punto de encuentro entre oferta y demanda que provee los negocios; son un canal al que se acude para dar a conocer sus productos o servicios, observar la competencia, visitar y ser visitado por futuros clientes y puntualizar ventas.

En la mayoría de los casos, los estudiantes se muestran reservados a comentarios que surgen como duda sobre los temas que exponen los docentes en horas clases, para ello es recomendable, emitir un canal de comunicación de manera indirecta por parte del personal docente, como lo son los correos o demás sitios web disponibles, para así resolver estas dudas, ya que las horas están programadas entre clase y clase.

CAPÍTULO VI
PROPUESTA

6.1 TÍTULO

Diseño y elaboración de un ayudante animado en 2D como recurso multimedia para informar sobre el modelo de negocio Canvas.

6.1.1 JUSTIFICACIÓN

La educación se proyecta actualmente con las nuevas tendencias tecnológicas y no están alejadas de ellas, ya que en gran cantidad de ellas dominan la vida. Desde hace tiempo se ha buscado la forma de exponer contenido multimedia como estrategia de enseñanza, y se lo ha conseguido y mejorado a través de los años.

El uso de estos materiales interactivos multimedia; principalmente con una buena orientación y combinados con otros recursos como libros, periódicos; puede beneficiar los procesos de enseñanza y aprendizaje.

Algunas de sus importantes aportes en este sentido es el proporcionar información, conservar una actividad intelectual, formular el aprendizaje a partir de los errores, posibilitar el trabajo individual y también en grupo.

Además resuelve el problema habitual de traslado, instalación y manipulación de dispositivos de interacción como son las pantallas, proyectores y demás, esto ha sido resuelto y simplificado mediante la tecnología al mínimo, muy funcional y de rápido uso.

6.2 OBJETIVOS

6.2.1 Objetivo general

Diseñar una aplicación multimedia dinámica para comunicar sobre la elaboración de estrategias para el profesional al iniciarse en un área laboral, fundar un negocio o empresa.

6.2.2 Objetivos específicos

- Especificar el correcto mensaje evaluativo mediante un plan estratégico, a los estudiantes de Diseño Gráfico.
- Definir los diferentes elementos que integran la aplicación diseñada para que se muestre dinámica.
- Analizar detalladamente todo el contenido multimedia.
- Aplicar el conocimiento adquirido sobre las herramientas incluidas en el software de diseños.
- Exponer el funcionamiento del material multimedia tanto a catedráticos como a estudiantes de la Carrera.

6.3 FUNDAMENTACIÓN

Multimedia representa normalmente a vídeo en movimiento, texto, gráficos, audio y animación controlados por un ordenador. Pero esta composición no es sencilla, y que es la combinación de hardware, software y tecnologías de almacenamiento integradas para proporcionar un entorno multisensorial de información.

La mayor parte de contribuciones en el área del multimedia suele referirse, a los dos aspectos como la discusión de las tecnologías digitales, el almacenamiento, la velocidad de respuesta, la forma de

presentación, entre otras. El dinámico desarrollo que está experimentando multimedia en la actualidad es fruto de los avances tecnológicos en:

Software de desarrollo en aplicaciones multimedia.

Principalmente el descubrimiento y desarrollo de sistemas de **hipertexto** (herramienta de software con estructura secuencial permite crear, agregar, enlazar y compartir información de diversas fuentes por medio de enlaces asociativos); de **hipermedia** (conjunto de métodos o procedimientos para escribir, diseñar, o componer contenidos que tengan texto, video, audio, mapas u otros medios).

El hardware de desarrollo.

La venida de los discos ópticos con grandes capacidades de almacenamiento de grandes cantidades de datos, así como imágenes de vídeo y audio, se muestra evolutivo en el desarrollo de multimedia.

Dispositivos periféricos multimedia.

Es la designación genérica para distinguir al dispositivo auxiliar que se conecta a la unidad central de procesamiento de la computadora. Estos amplían el rango de información, y facilitan la interacción entre usuario y ordenador.

Clasificación de los multimedia

El uso de multimedia apoya varias de las teorías actuales sobre el desarrollo de comprensión. En primer lugar, la multimedia sostiene la teoría de aprendizaje constructivista, y tomando en cuenta diferentes aspectos: contenidos, usos, formatos, origen, usuarios, los medios que lo integran, su estructura, paradigma educativo, etc. Se considera que en

cuanto al diseño resulta pertinente clasificarlas según el público al cual van dirigidos y del objetivo que persiguen. Según (Alessi & Trollip, 2001) , sostiene que **"el conocimiento no se recibe de afuera, sino que construimos el conocimiento en nuestra cabeza" (p.31).**

Según la intencionalidad de la información y de la plataforma informática.

Multimedia educativa: su finalidad es instruir al usuario. Por ejemplo: los tutoriales, simuladores, base de datos, de ejercitación. Son aplicadas a, Universidades, Instituciones educativas, Escuelas.

Multimedia informativa: comunica al usuario sobre un evento, su contenido suele integrar imágenes, sonidos, y demás métodos que llamen la atención. La utilizan los diarios, revistas, agencias periodísticas, noticieros, empresas de salud, etc.

Multimedia publicitaria: su objetivo es exponer el producto y resaltar sus atributos. Usadas en las grandes, medianas y pequeñas empresas.

Multimedia comercial: su finalidad es vender un producto y llevar a cabo las diferentes negociaciones. Concede al vendedor mayor provecho y localización de posibles clientes a través de la base de datos, planificar visitas y ayudar al plantel de venta para acelerar las ventas de la empresa.

Según los medios usados y la plataforma de difusión.

OFFLINE: entornos virtuales de formación para la enseñanza o materiales para la formación a distancia, los portafolios y catálogos. **ONLINE:** páginas web, portales de contenidos, de compra y venta, blogs, internet.

Según el tipos de información multimedia.

Texto: sin formatear, formateado, **lineal** (cuando el usuario no tiene control sobre las acciones de la aplicación.). **Hipertexto** (es una herramienta del software con estructura secuencial que permite crear, agregar, enlazar, como por ejemplo los hipervínculos).

Gráficos: utilizados para representar esquemas, planos, dibujos lineales.

Imágenes: Estos son documentos desarrollados por pixeles. Pueden ser creados por la copia del entorno (escaneado, fotografía digital).

Animación: presentación de un número de gráficos por segundo que genera en el observador la sensación de movimiento.

Vídeo: Exhibición de un número determinado de imágenes por segundo, esto hace que el observador pretenda una sensación de movimiento. Y logran ser sintetizadas o captadas. Y el audio puede ser habla, música u otros sonidos.

GRÁFICO 22.

UBICACIÓN SECTORIAL Y FÍSICA

Fuente: **Google Map**
Elaborado por: **Delgado Vera Danny**

6.4 UBICACIÓN SECTORIAL Y FÍSICA

La Carrera de Diseño Gráfico, se encuentra ubicada al norte de la ciudad de Guayaquil; Alborada tercera etapa manzana c1 solar 8, como referencia se encuentra el Consulado de Filipinas ubicado diagonal a la Facultad.

6.5 ASPECTO LEGAL

Sección tercera Comunicación e Información

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.

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.

Art. 22.- Las personas tienen derecho a desarrollar su capacidad creativa, al ejercicio digno y sostenido de las actividades culturales y artísticas, y a beneficiarse de la protección de los derechos morales y patrimoniales que les correspondan por las producciones científicas, literarias o artísticas de su autoría.

Art. 25.- Las personas tienen derecho a gozar de los beneficios y aplicaciones del progreso científico y de los saberes ancestrales.

6.6 Conclusiones

Los habitantes en este siglo viven bajo un contexto de inseguridades, donde se estima una complicación al desenvolverse y prevenir riesgos a futuro. Y con respecto a lo que podría parecer a simple vista una excusa para no sentarse frente a un papel a reflexionar, pensar y escribir sobre el futuro de la empresa y hacia dónde se dirige, es hoy más que nunca una necesidad y un ejercicio necesario.

Encaminarse hacia el mercado sin antes haber realizado una proyección, sin poseer una estrategia definida, sin haber realizado pruebas con relación a la posible acogida del negocio o de cualquier actividad a seguir, ahora mismo es una acción que no se puede pasar por alto y se suele concluir con la pérdida de los recursos invertidos en el proyecto. Hay que utilizar todas aquellas herramientas que minimicen las probabilidades de decepción y CANVAS pretende hacer un diagnóstico en el papel sobre la idea de negocio.

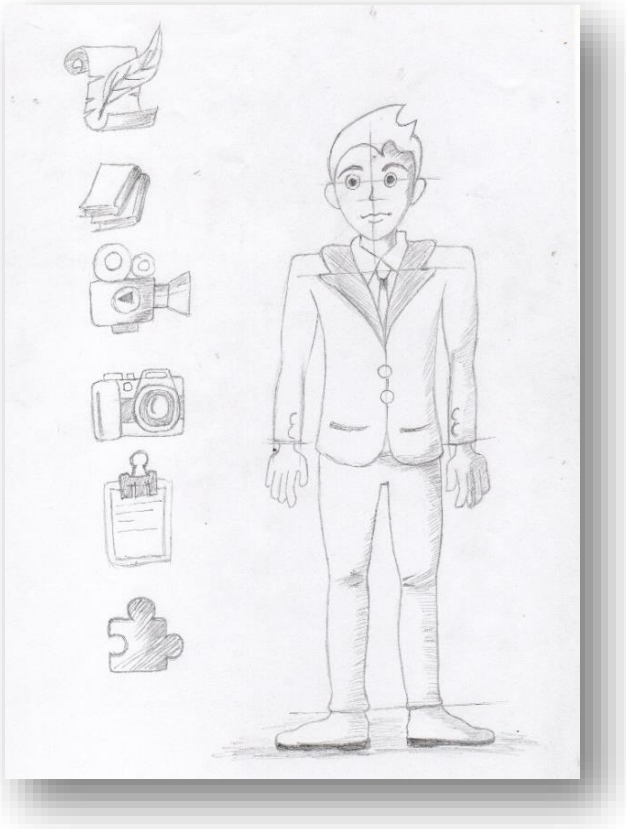
El lienzo de Modelos de Negocio CANVAS es una sublime herramienta de soporte en el asunto de diseñar e innovar modelos de negocios, además son resúmenes que deben considerarse a la hora de hacer progresar cualquier negocio teniendo en cuenta como parte fundamental la relación con los clientes.

6.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

Bocetos

El boceto un borrador de alguna imagen simple de aquello que se está por realizar y que permite anteponerse a futuras dificultades que puedan emerger al momento de realizar un trabajo o bien para notar los errores de planteamiento que se hayas podido tener. Además, permite estudiar

los puntos principales o los ejes de los diseños o creaciones. También puede mencionarse que suele ser un apunte rápido de un dibujo, idea o esquema que se representa mediante garabatos que tomarán forma en un tiempo futuro.



El escenario está representado en su fondo con la ciudad la cual simboliza el desarrollo del conocimiento del ser humano y su aplicación, sin olvidar su entorno en su diario vivir; la naturaleza que es la fuente de inspiración para científicos e ingenieros.

Éstos han tomado prestadas varias ideas que surgieron de la naturaleza, como los bañadores de piel de tiburón, los edificios tomados como fuente la de las termitas, entre otros, la naturaleza a más de ser fuente de inspiración para las creaciones o diseños de ideas, simboliza en la psicología del hombre un interfaz de serenidad y calma.

Con relación al tema, modelo de negocios CANVAS, se usó el programa **Adobe Illustrator CS5** para elaborar los vectores para el personaje, aplicando algún efecto y generar una sensación de realismo del escenario.

Y así los vectores de boca y palmas de las manos que servirán para la animación en Adobe Flash CS5, el personaje es de aspecto juvenil vestido con corbata y traje formal, cabe mencionar que en cada sección existe una animación distinta para que no exista una monotonía también existe un botón en forma de bocina que activa el audio o música de fondo que ambientará el paisaje de fondo. Se realizó una programación con para que exista un efecto de reflejo de agua, con relación a la ciudad de fondo.

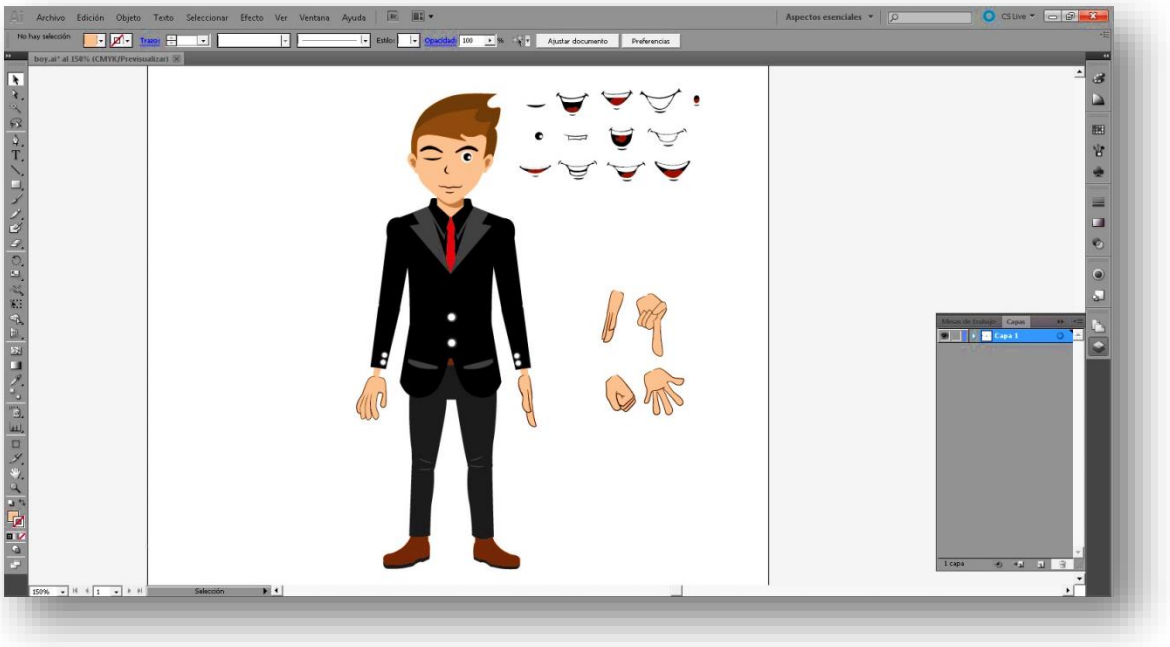
Lenguaje de programación

El lenguaje empleado en adobe flash para la programación es **ActionScript 2.0**. El manejo de códigos asegura un mayor control sobre

el modo que interactúan las creaciones, permitiendo generar transiciones más continúas y así también la animación por fotogramas. Esto es relevante cuando se desea que la articulación del personaje o actor se note n más realista.

Este lenguaje de programación fue lanzado en 1997, pertenece a la plataforma de Adobe Flash. Originalmente desarrollado como una forma para que los desarrolladores programen de forma más interactiva. Ya que es posible programar el comportamiento de la animación para que muestre varias secuencias dependiendo de la opción o trayectoria que siga el mouse.

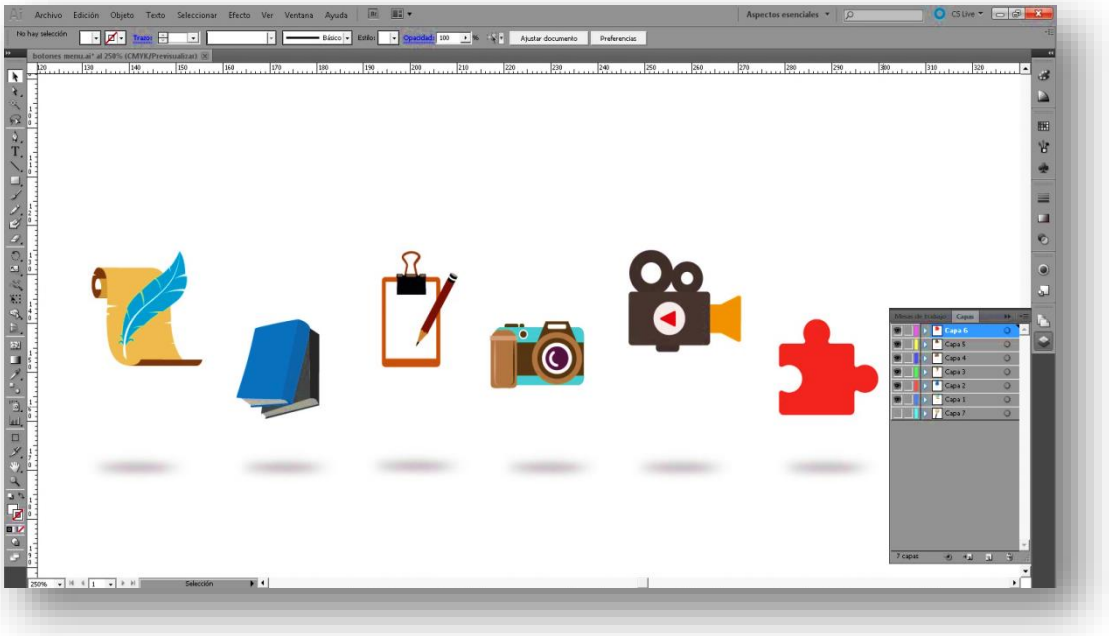
Los archivos .fla, contienen la información básica, sobre una línea de tiempo dentro de adobe flash. Los archivos multimedia están formado por objetos gráficos, de texto, de sonido y vídeo que conforman el contenido del documento de Flash Professional.



En las instancias tipo botón también se le asigna un nombre desde el Inspector de propiedades. Adobe Ilustrator CS5 permite diseñar un sinfín

de imágenes mediante los vectores, término que se usa comúnmente en el contexto para las imágenes desarrollados en el ordenador, así pues vector es toda imagen digital formada por distintos objetos geométricos independientes, definido por asignaciones matemáticos determinados por la forma, posición, color, el tipo y grosor de contorno, entro otros, pues es uno de los métodos por el cual el artista cuenta

Posterior a ello se diseñó a través de los ya mencionados vectores de tipo ícono, los botones para representarlos de manera visual cada una de las secciones de la aplicación multimedia de la propuesta. Es decir son pictogramas, aquellos que representan un signo claro y esquemático para simbolizar un objeto real, figura o concepto.

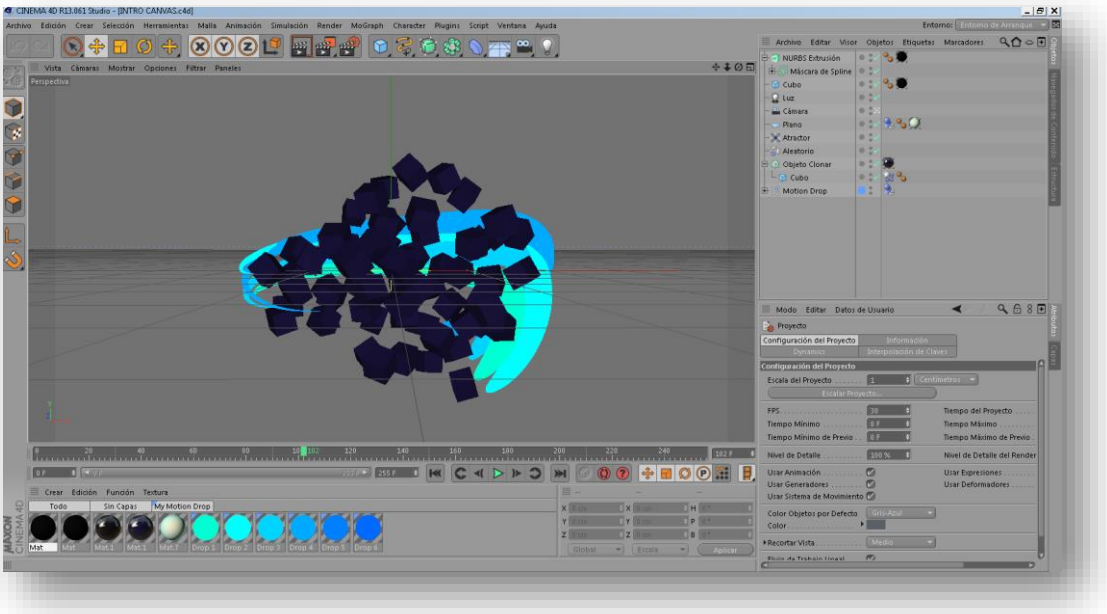


Los pictogramas resumen un mensaje para señalar o informar un mensaje o concepto sobrepasando la barrera del lenguaje. El concepto de pictogramas, es definido por que estos son simples y permanentes fijos en la mente de las personas, estos caracteres son de gran ayuda para cualquiera, pues todos necesitamos claves, que ayuden a entender el mundo y ordenarlo de manera significativa.

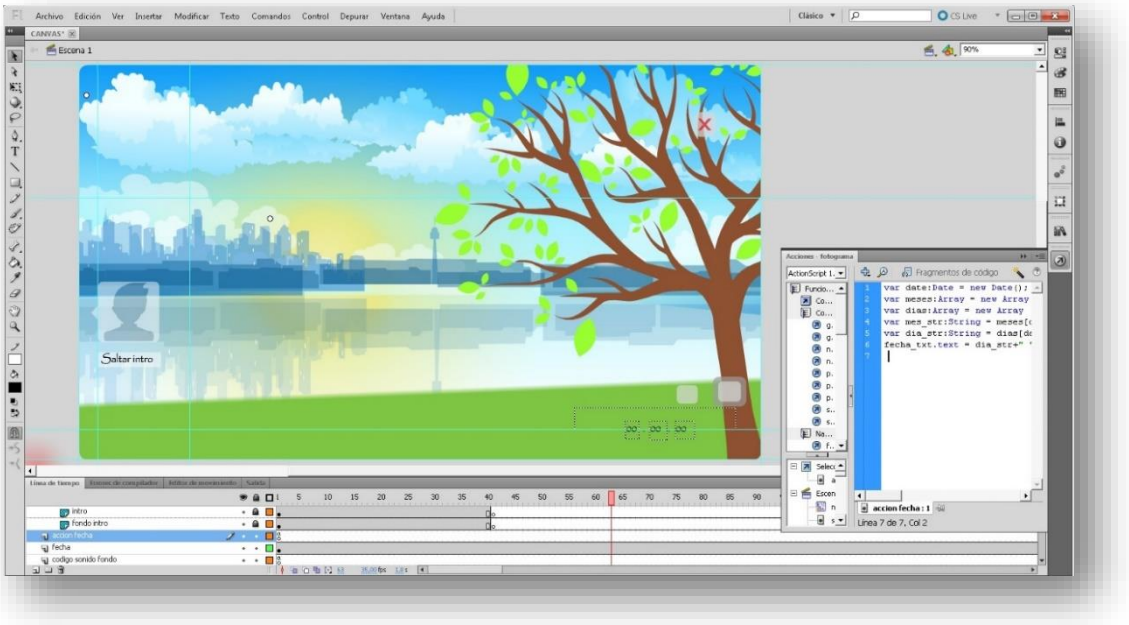
Como parte introductoria en la aplicación multimedia se realizó un video con un efecto de líneas curvas que rodean a pequeños cuadrados, tomando como referencia que el modelo CANVAS se basa en un análisis descrito en 9 bloques.

El programa a utilizar es el Cinema 4d, en este software se realizan animaciones en 3D, modelados de personajes, animaciones de texto, utilizan primitivas, splines, o figuras polígonos desde el barra de opciones, texturización, Iluminación global, oclusión de ambiente, profundidad de campo y otros efectos fotorrealistas, generador de cielos volumétricos permite realizar renderizados que se pueden exportar en varios formatos como JPG, BMP, TIFF, entre otros.

De las peculiaridades más importantes están el renderizar videos en HD y en formatos como AVI, Quick Time Video y Quick Time VR. Lo más interesante de esto es que el renderizado de una animación, se la puede guardar cuadro por cuadro lo que permite en un momento dado extraer alguna foto de la película final sin que esta pierda nada de la calidad original.

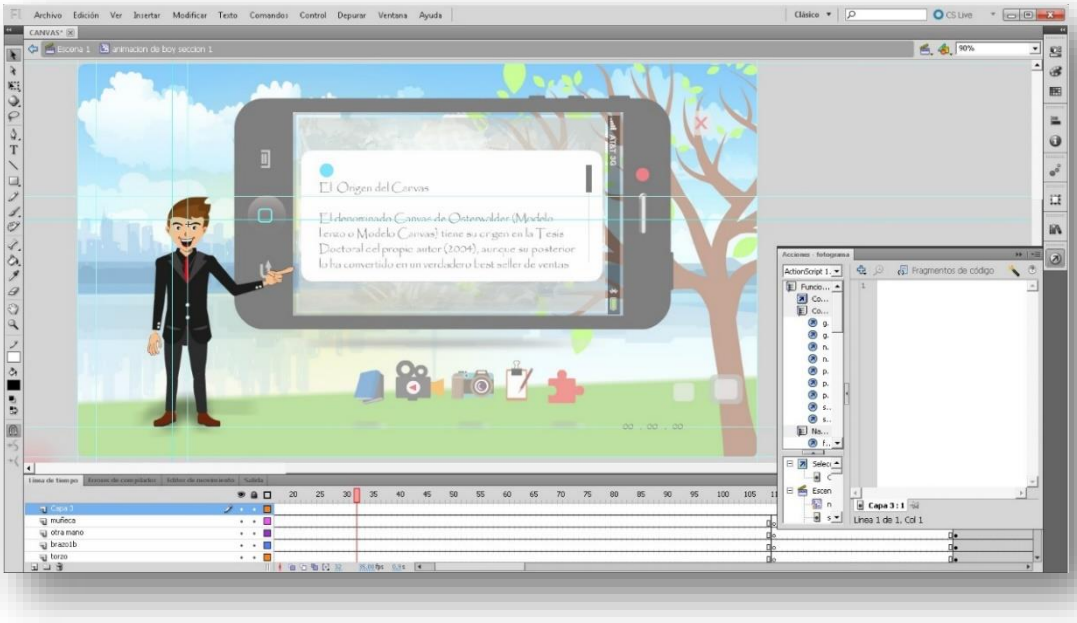


En el diseño de la propuesta se utilizó el programa Adobe Flash CS5 por ser el programa más utilizado que brinda una gama de herramientas de fácil uso para la creación de animaciones y de contenido interactivo, que aparecen insertas en páginas web, en forma de banners, juegos, menús interactivos y presentaciones animadas. Una de las ventajas de este programa es que emplean imágenes vectoriales lo que permite escalar sus tamaños, y éstas no se pixélen o pierdan calidad.

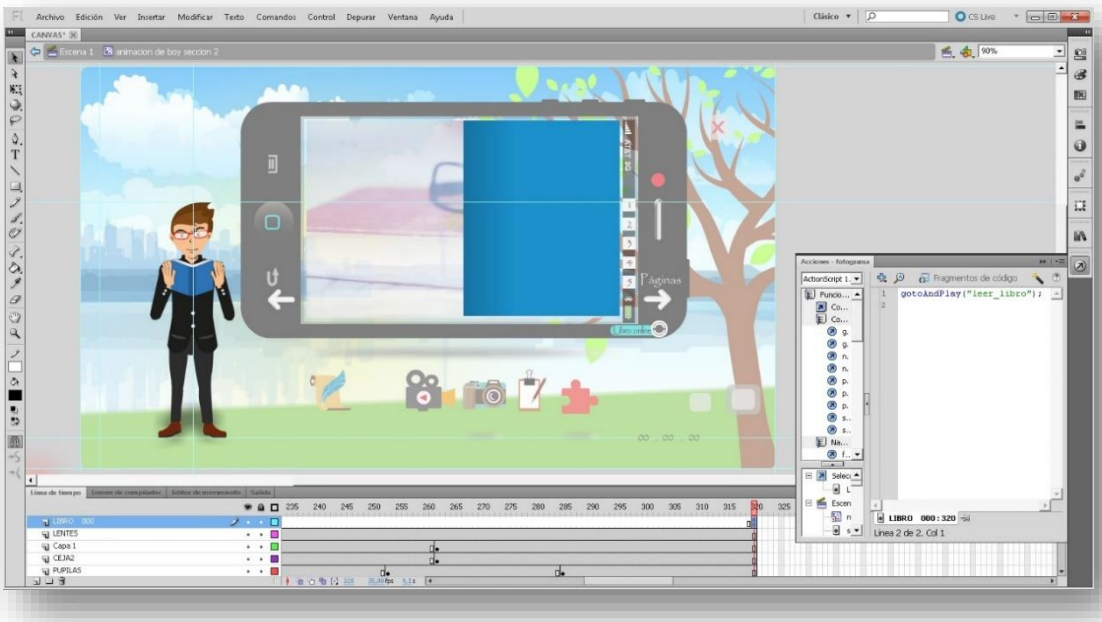


La aplicación inicia en modo de pantalla completa después del video de introducción, y puede volver a su tamaño estándar al pulsar el recuadro más pequeño color blanco transparente o retornar en pantalla completa si se pulsa el otro recuadro más grande, se diseñó un cursor personalizado para navegar dentro de la aplicación multimedia.

Otro botón en forma de bocina inicia o pausa una melodía instrumental para ambientar el escenario de la aplicación, si es que se desea, también existe un indicador de hora y fecha. Un botón para iniciar con el ayudante, es decir la animación que sigue después de la intro y otro para ir directo al menú.



En la sección 1, la cual está representada por el pictograma de un pergamino, muestra los antecedentes sobre el Modelo de Negocios Canvas. Al pulsar el icono de pergamino se muestra instantáneamente sobre un celular la información que describe el tema, el mismo que al deslizar la barra negra en la parte superior derecha se puede continuar con la lectura.

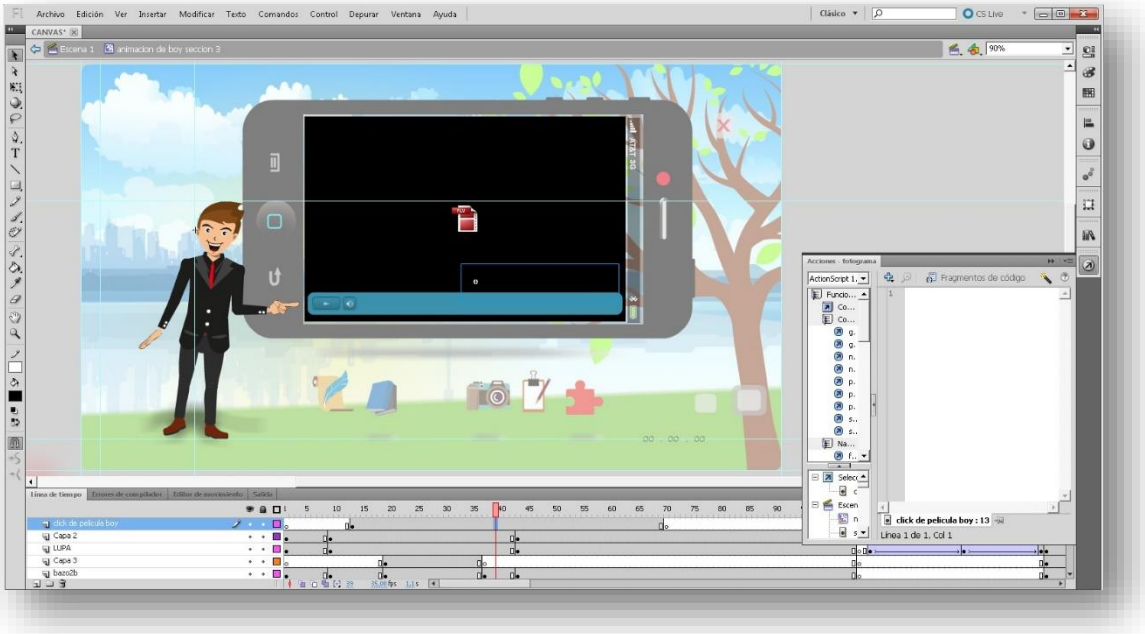


En la sección 2, está representada por el pictograma de libros, nos direcciona hacia un libro virtual que se muestra sobre el celular, el libro tiene la interacción de cambiar de páginas con el cursor o mediante las flechas blancas también seleccionar las páginas con los botones numerados ubicados a la derecha del mismo.

Y en la parte inferior derecha se encuentra un botón con una animación interactiva que nos direcciona a la página Web de descarga y lectura sobre el libro Modelo de Negocios CANVAS, escrito por los autores Alexander Osterwalder e Yves Pigneur.

Estas indicaciones serán expuestas por el ayudante animado y por varios globos de conversación emergentes durante la aplicación que completarán el compendio sobre la funcionalidad de los elementos interactivos del multimedia.

En la sección 3, representado por el pictograma de una filmadora de videos, se visualiza el video que describe lo que significa el Modelo CANVAS y su estrategia de aplicación, el video se muestra en pausa por lo que al pasar el cursor del mouse donde se señala y descubre el panel de control.

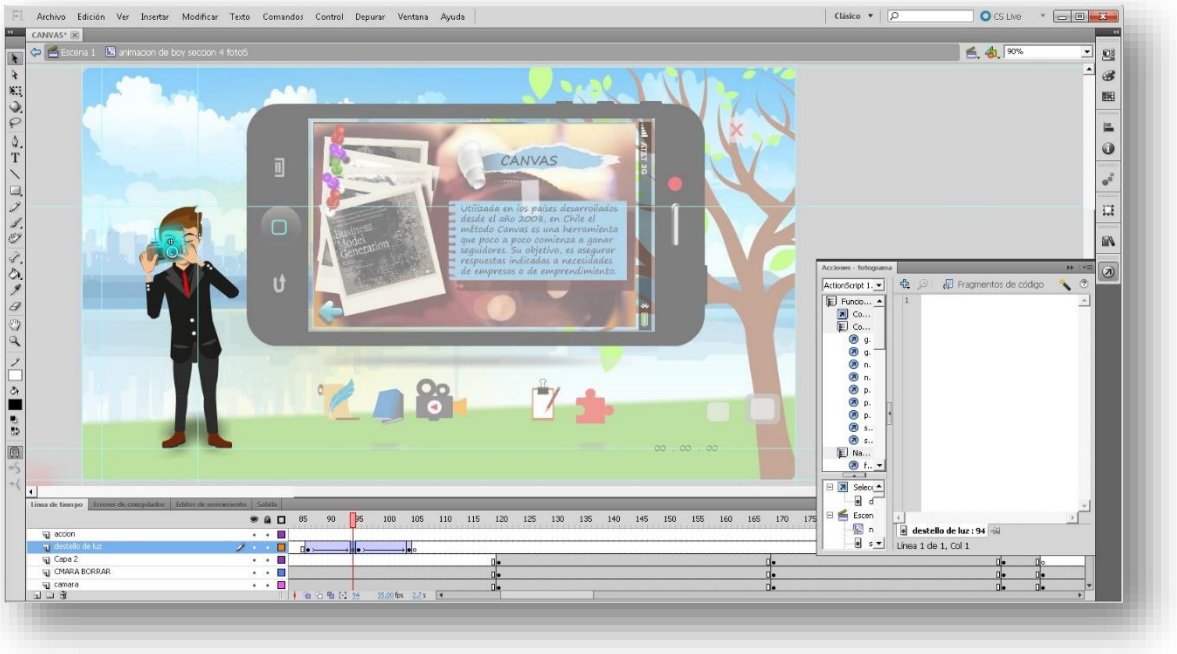


El video se diseñó con el programa Adobe **After Effects** es una aplicación que tiene forma de estudio predestinado para la creación o aplicación en una composición, así como la elaboración de gráficos en movimiento. Montaje de vídeos y de efectos audiovisuales especiales, que originalmente constituye en la superposición de capas en una línea de tiempo. Adobe After Effects es uno los softwares establecidos por la línea de tiempo.

Una de las principales fortalezas del programa es que existen una gran cantidad de plugins fabricados por otras compañías que ayudan a reducir las cargas de trabajo continuo y repetitivo en la aplicación de efectos que se refiere. Los elementos o materiales del panel proyecto se incorporan dentro de la línea de ejecución donde pueden ser reguladas y manipulados en todas sus características.

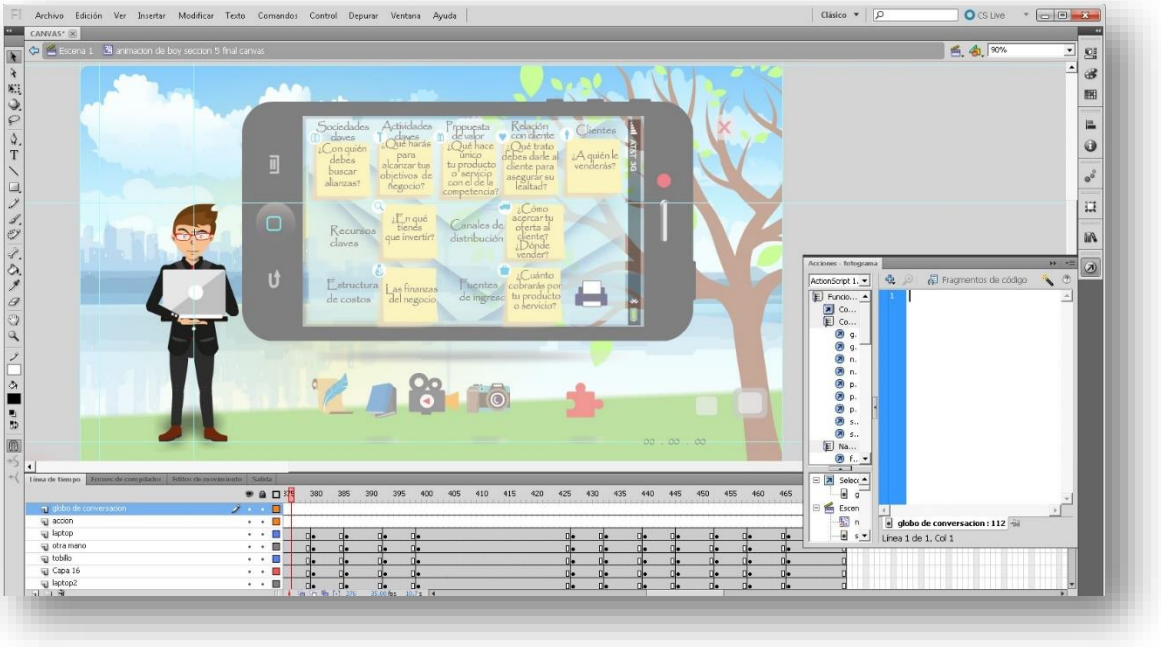
Las unidades están visibles en la línea del tiempo que se extraen del panel de composición. After Effects ofrece afinidad con otros programas de Adobe, como la creación de círculos, cuadrados y figuras de forma libre que se definen por curvas bezier, paleta de colores entre otros.

Al igual que Photoshop e Illustrator, After Effects puede llamar y manipular algunos formatos de imagen, filtros y efectos también pueden ajustarse, además es compatible con otros software de Adobe como Illustrator, Photoshop, Premiere Pro, Encore, Flash y programas 3D de terceros como Cinema 4D y Autodesk 3ds Max, pero a ello se suma el incorporarle plugins para que estos se puedan ejecutar dentro de After Effects. Otra ventaja que posee también es la función renderizador 3D lo que consigue es crear unos niveles de intersección de una calidad buenísima.

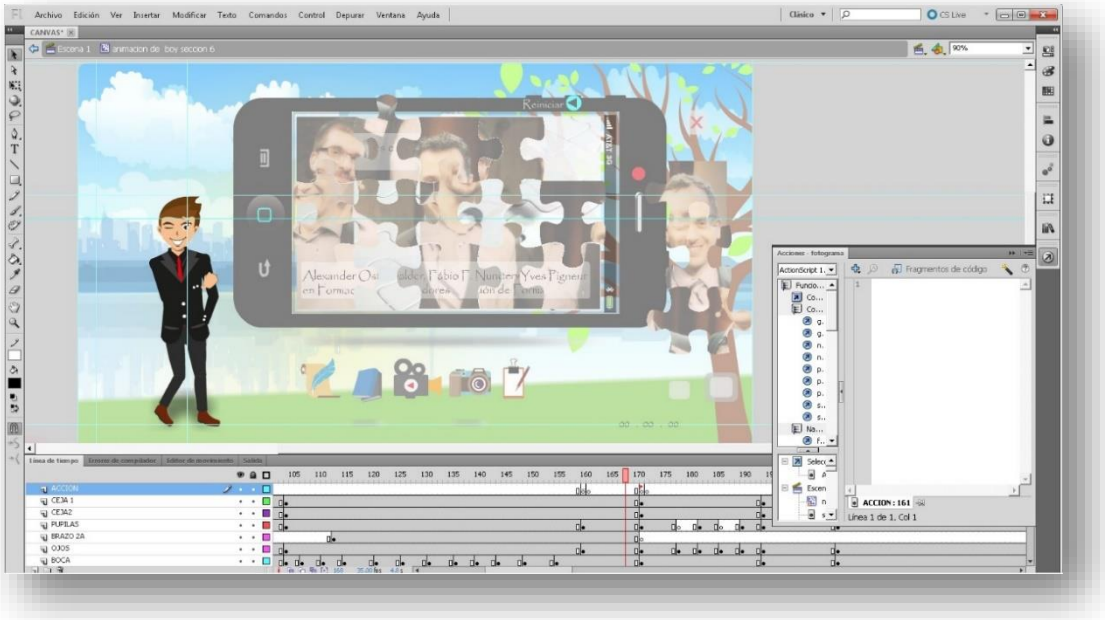


En la sección 4, representado por el pictograma de una cámara fotográfica, este botón al ser pulsado muestran seis imágenes, las mismas que fueron editadas en Adobe Photoshop con información relevante sobre la pantalla del celular, se puede cambiar de imagen al pulsar las flechas indicadoras que están a la izquierda y derecha en la parte inferior en las imágenes dirigiéndolo a la imagen siguiente a anterior y cada una de ellas utiliza un efecto de transición de máscaras programada con actionscript 0.2 en Adobe Flash.

En la sección 5, representado por el botón pictograma de un tablero de madera oficio, la cual se direcciona a un cuestionario de diez preguntas basado en información sobre el tema en estudio, su compendio ayudará a completar la definición con lo que respecta al tema, en la sesión final del cuestionario se muestra el lienzo CANVAS sobre el cual se podrá reescribir e imprimir mediante el icono representado con una impresora de escritorio. El ayudante animado tendrá la función de informar sobre cada botón y descripción en cada sección de la multimedia al igual que globos de información que aparecerán de manera emergente.

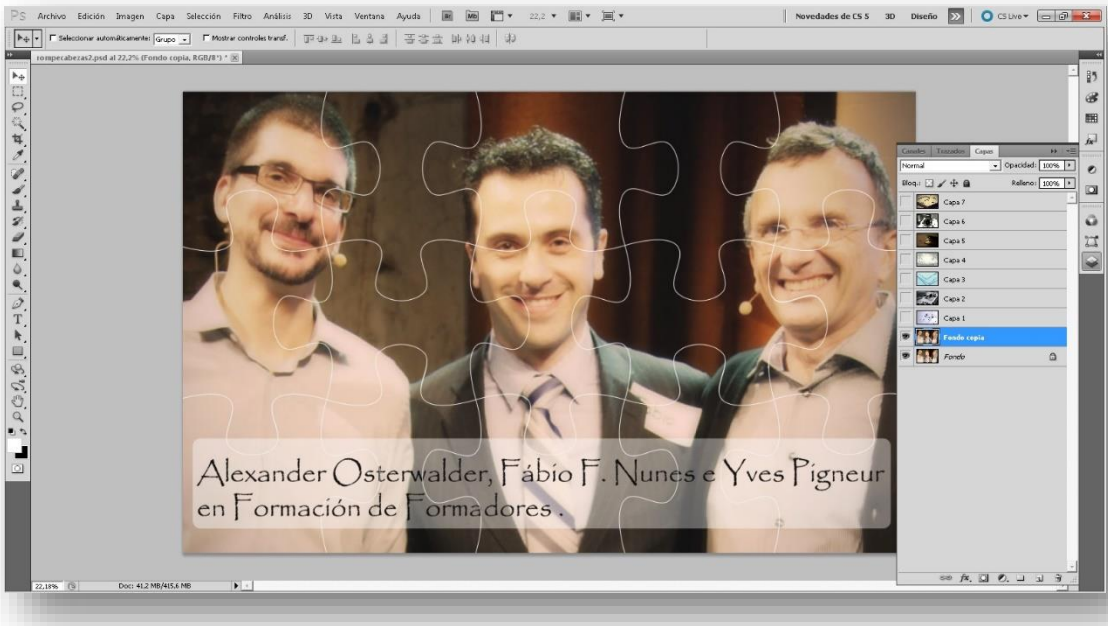


En la sección 6, representado por el botón pictograma de un puzzle o rompecabezas con la imagen de los autores del Libro Modelo de Negocio CANVAS; junto a un presentador Fábio F. En formación de formadores, este juego consiste en ordenar cada pieza de puzzle para visualizar la imagen original, si se mantiene pulsado el botón rectángulo de color celeste se visualizara la imagen que se tomará como referencia para el juego y un botón con un triángulo contenido en un círculo de color celeste de reinicio del rompecabezas.

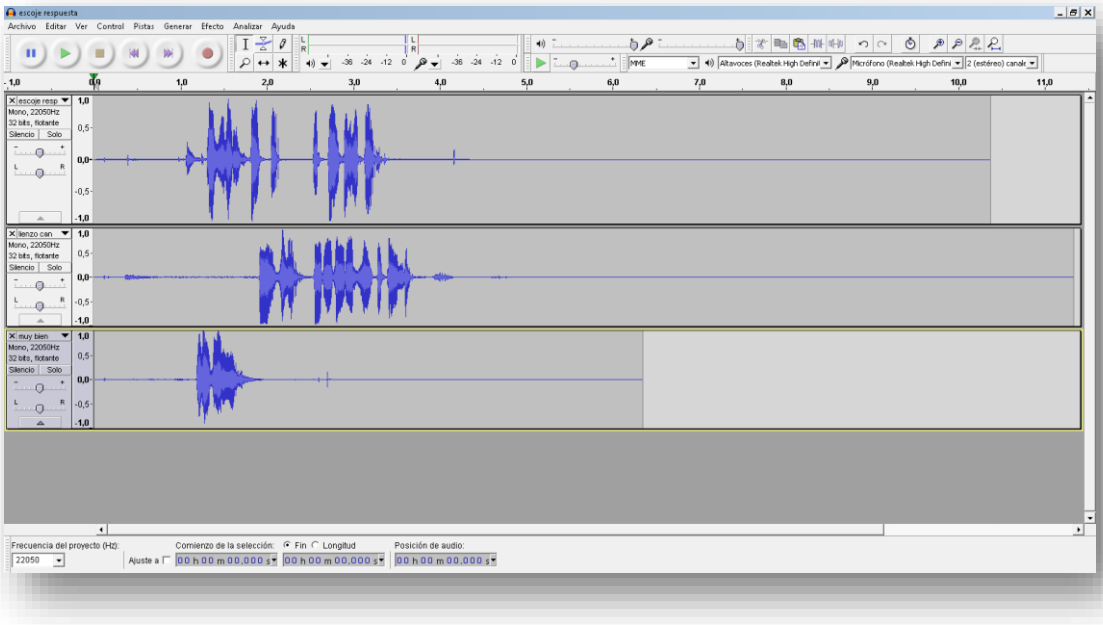


Para la elaboración de estas piezas de rompecabezas se utilizó Adobe Photoshop una aplicación para la creación, edición y retoque de imágenes.

Adobe Photoshop emplea un espacio formado por multicapas, donde se emplean toda una serie de efectos, textos, edicion de tipografías, variansa de color, efectos creativos, posibilidad de incorporar plugins de otras compañías, exportación para sitios web entre otros .



Los audios empleados en la animación de esta multimedia; fueron editados con el programa Audacity, ya que este software nos brinda múltiples opciones así como el del realzar las tonalidades del sonido, reducir los ruidos de fondo que causan interferencia cuando se desea escuchar los sonidos. Estos defectos son muy frecuentes cuando no se cuenta con un estudio de grabación.



Colores pastel

Los colores pasteles son los que se aplican a la propuesta ya que están determinados por su luminosidad, suavidad y discreción, de modo visual ; como el beige, el ocre, el azul marino, el aguamarina, el salmón, el verde manzana. Estos surgen de la combinación de colores del círculo cromático con el agregado del blanco. También es considerado un sinónimo de luz, frescura y naturalidad.

El color es la impresión procedente por un tono de luz en los órganos visuales, o más puntual, es una percepción visual que se crea en el cerebro de los humanos y animales al descifrar las señales nerviosas que le expiden los fotorreceptores en la retina del ojo, que a su

vez decodifican y distinguen las diferentes longitudes de onda que captan del segmento visible del espectro electromagnético. López Chuhurra citado por (Palopoli & Palopoli, 2009) asegura que **"la interioridad afectiva encuentra su manifestación plástica en el color"(pág. 71).**

CUADRO 25.
GUÍA DE COLORES

R	48	193	234	142	153	167	0
G	47	0	191	81	255	341	119
B	50	31	45	50	51	254	234

Fuente: Paleta de colores de Adobe Flash
Elaborado por: Delgado Vera Danny

Teoría del color

El color es una condición natural que percibimos de los objetos cuando se refleja la luz. Constituida por ondas electromagnéticas que se propagan a unos 300.000 kilómetros por segundo, esto significa que nuestros ojos reaccionan al suceso de la energía y no a la materia en sí.

Entre sus propiedades tenemos el tono, atributo que diferencia el color en su variedad; la saturación, es la intensidad de un color; el brillo es la cantidad de luz, y la luminosidad es la cantidad de luz reflejada por una superficie.

Psicología funcional

La teoría que se relaciona con la elección cromática con respecto a la psicología de la personalidad recibe el nombre de psicología funcional. En el test de los colores, no es más que una prueba de tipo proyectivo, es decir, una prueba que interpreta la personalidad a través de la elección de un color. Este test fue diseñado en 1948 por Max Lüscher. Los significados de los colores en resumen son:

Azul (grisáceo): Simboliza al sentimiento y es un color centrado, pasivo, asociativo, heterónomo, sensible, perceptivo, unificador. Su referencia afectiva son la tranquilidad, satisfacción, ternura, amor y afecto.

Verde (con algo de azul): Simboliza la perseverancia de voluntad y es un color centrado, apacible, defensivo, libre, reservado, posesivo, inalterable. Sus referencias afectivas son la persistencia, autoafirmación, obstinación, y la autoestima.

Rojo (con algo de amarillo, es decir anaranjado): Simboliza la fuerza de voluntad, y es paradójico, dinámico, ofensor-agresivo, libre, motriz, competidor, eficaz. Sus referencias afectivas son la apetencia, excitabilidad, autoridad y la sexualidad.

Amarillo (saturado algo claro): Simboliza la espontaneidad y es excéntrico, activo, planificador, heterónomo, expansivo, ambicioso e inquisitivo. Sus referencias afectivas son la versatilidad, la observación, la singularidad, el júbilo.

Gris (neutro psicológico, con mucho blanco): Personifica la imparcialidad y es disyuntivo, justiciero, aislador, ausente de compromiso.

Marrón (algo claro): Simboliza la afinidad sensorial pasiva y es corporal, receptor visual real, seguro, sociable, dependiente.

Negro: Figura el límite absoluto y es inexistencia, resignación, apatía, extremo, retroceso, decadencia, duda.

Violeta (rojizo): Figura la realización de los deseos; espontáneo, sensitivo, aprendiz, afectuoso, maravilloso.

Fuente tipográfica

Cumulus, es una tipografía categoría sans serif y fue creada en el año de 2010, entonces se defina a la tipografía como la destreza o el oficio de la elección y el uso de tipos de las letras diseñadas con unidad de estilo para desarrollar una labor de impresión. La tipografía imitaba, en un principio, la caligrafía en todo tipo de caracteres, números, letras, signos.

Cooper Black, es un tipo de letra diseñado por Oswald Bruce Cooper en 1921. De la categoría serif antiguo, cooper black es la clásica tipografía serif con sobrepeso, naciendo como repetición engordada de la Cooper Old Style. Popular en los años 1920 a 1930 y se convirtió en un símbolo característico de la década de los 70.

6.8 Visión

Lograr la correcta aplicación de los emprendedores al iniciase en cualquier campo laboral, mediante el análisis lógico y así poder desenvolverse de manera óptima.

6.8.1 Misión

Enfatizar el análisis pronosticado ante cualquier ejercicio de representación laboral o empresarial mediante una plataforma de acciones a tomar en cuenta o realizar.

6.9 Beneficiarios

Los estudiantes de la Carrera de Diseño Gráfico son los principales beneficiarios con la aplicación de esta modalidad dinámica de aprendizaje con la que se proporcionarán conceptos sobre un plan de acción inmediato en el campo laboral. Los docentes tendrán un papel esencial pues el material interactivo servirá de soporte y ayuda al fomentar de manera dinámica sobre el tema modelo de negocio CANVAS hacia los estudiantes.

6.9.1 Impacto social

La comunidad educativa se muestra motivada con esta aplicación e igual manera sobre el tema que no es del total conocimiento por los mismos, en este proceso se obtendrá la ventaja al descubrir una nueva manera de evaluar las acciones a futuro del profesional en el campo laboral o empresarial. Al buscar plazas de trabajo laboral los profesionales no contemplan el área o el mercado al cual se enfrentan, es por ello, que al estudiar o percibir ese entorno antes de llegar a él, se obtendrán mejores resultados.

DEFINICIÓN DE TÉRMINOS RELEVANTES

Técnicas

Acumulado de procedimientos y recursos de que se sirve una ciencia o un arte. Destreza o habilidad para usar estos procedimientos y recursos.

Paradoja:

Hecho o dicho que es inverso a la opinión general de las personas o que encierra una refutación.

Freelance:

Trabajador autónomo, persona cuya agilidad consiste en realizar trabajos propios de su ocupación, oficio o profesión, de forma libre, para terceros que requieren sus servicios para tareas explícitas.

Andragogía:

Es el acumulado de técnicas de enseñanza encaminadas a educar personas adultas.

Diagrama de flujo

El diagrama de flujo o diagrama de actividades es la esquematización gráfica del algoritmo o proceso. Se emplea en trabajos de programación, economía, procesos industriales y psicología cognitiva

Diagrama de Pareto:

También conocido como curva cerrada o Distribución A-B-C, esta gráfica organiza datos de forma que estos queden en orden descendente, de izquierda a derecha y separados por barras. Registra, y determinar un orden de prioridades.

Diagrama de Gantt:

Es una herramienta gráfica útil cuyo objetivo es mostrar el tiempo de dedicación pronosticado para diferentes tareas o actividades a lo largo de un tiempo determinado. A pesar de esto, el Diagrama de Gantt no muestra las relaciones existentes entre actividades.

Diagrama de bloques funcional

O también conocido como diagrama de bloques de procesos es la asignación gráfica de los diferentes métodos de un sistema y la salida de señales donde cada proceso tiene un bloque asignado y éstos se acoplan por flechas que representan el flujo de señales que interaccionan entre los diferentes procesos.

Modelado:

Proceso de elaboración de una representación o modelo de un objeto real, y radica en la transformación manual, habitualmente en arcilla o cera, de una imagen tridimensional de dicho objeto.

Estructura:

Distribución y orden con que está concertada una obra, como un poema, una historia, etc.

Hipótesis:

Es una acción que se supone y a lo que se le otorga un cierto grado de posibilidad para despejar de ello un efecto o una consecuencia. Su eficacia depende del acatamiento a varias pruebas, partiendo de las teorías elaboradas.

Abstracto:

Se aplica al sustantivo que expresa una situación que no se percibe por los sentidos.También seaplica al arte o artista que no representa objetos, sino sus características o cualidades.

Background:

Fondo o segundo plano que se utiliza para asignar a todos aquellos procesos o rutinas de ejecución que se realizan en un segundo orden.

Pragmático:

Concerniente a la actividad y no a la especulación.

Viable:

Se emplea a la idea o plan que puede ejecutarse.

Benchmarking:

Se manipulan diversos mecanismos de incentivos a la actuación eficiente, como la publicidad de los resultados de las comparaciones (nadie quiere ser el peor) o con el uso de unidades que transforman esos resultados comparativos en premios o castigos sobre los ingresos del empresario.

Holístico:

Es aquello concerniente al holismo, una tendencia o corriente que examina los eventos desde el punto de vista de varias interacciones con las que se puedan determinar.

Multimedia:

Término que proviene de la lengua inglesa y que describe aquello que utiliza diferentes medios de manera simultánea en la transferencia de una información. Una presentación multimedia, por lo tanto, puede contener fotografías, vídeos, sonidos, texto u animación en 3D o 2D.

Metodologías:

Conglomerado de métodos que se persiguen en una investigación científica o en una exposición doctrinal.

Método:

Es un modo, manera o forma de ejecutar algo de forma ordenada, organizada y estructurada. Hace relación a una técnica o conjunto de tareas para desarrollar una tarea.

Relevante:

Se trata de algo propio, importante, destacado o sobresaliente.

Focus group:

Es una técnica de recaudación de datos ampliamente utilizada por los investigadores a fin de conseguir información acerca de la opinión de los usuarios, sobre un explícito producto existente en el mercado o que pretende ser lanzado.

Cognitivo:

Es aquello que concierne o que está relacionado al conocimiento. Éste, a su vez, es el cúmulo de información que se dispone gracias a un transcurso de aprendizaje o a la experiencia del individuo o persona.

Vector

Son imágenes digitales orientadas por objetos geométricos independientes como polígonos o segmentos determinados por atributos matemáticos que establecen su color, posición y otras características.

PIXEL

Puede definirse como la más pequeña de las unidades homogéneas en color que componen una imagen de tipo digital. Al ampliar una de estas imágenes a través de un zoom, se observa la unidad de píxeles que permiten la creación de la imagen. Ante la vista se presentan como pequeños cuadrados o rectángulos en blanco, negro o matices de gris.

CITAS BIBLIOGRÀFICAS

N°	Descripción	Pág.
1.	(Chiavenato, 2001)	16
2.	(Arano, 2012)	25
3.	(Chesbrough, 2015)	25
4.	(Osterwalder & Pigneur, 2004)	26
5.	(Tamayo & Tamayo, 2008)	30
6.	(A., Beatriz, Contreras, & Edith, 2002)	40
7.	(Fidias, 2006)	44
8.	(Castro, 2003)	44
9.	(Clark & D, 2002)	47
10.	(Tamayo & Tamayo, 2008)	48
11.	(G. Arias, 2006)	50
12.	(Palopoli & Palopoli, 2009)	100

BIBLIOGRAFÍA

El proceso de la investigación científica, Mario Tamayo y Tamayo, cuarta edición, 2007.

Bussines model generation, Osterwalder, alexander; Pigneur, Ives 2010.

Open innovation: El nuevo imperativo para la creación y valoración de tecnología Chesbrough, Henry, 2003, MA: Harvard Business School Press.

Introducción a la gestión del conocimiento y su aplicación al sector público, A., Peluffo; Beatriz, Martha; Contreras, Catalán; Edith. 2002 Santiago de Chile, (ILPES) Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social.

Revista Galega de Economía, vol. 19, (2010).

Guia de muestreo, Parra, J, 2003, Colección F.C.E.S

Introducción a la metodologia de la investigación educativa, María Guadalupe Moreno Bayardo, México, 2000, editorial progreso.

Metodología de la investigación, Quinta edición, Dr. Roberto Hernández Sampieri, Dr. Carlos Fernández Collado, Dra. María del Pilar Baptista Lucio, México, 2010.Mc Graw Hill Educación.

El proceso de la investigación: Visión general de desarrollo, Borda Pérez Mariela, 2013, Universidad del Norte.

LINKOGRAFÍA

Ejercicio profesional:
https://espanol.answers.yahoo.com/question/index?qid=20090829164625AAJ3j9p.

El diseñador gráfico:
http://www.definicionabc.com/comunicacion/diseno-grafico.php

Los tipos de modelos de negocios:
http://www.coachlatinoamerica.com/consejos-tips-de-negocios/los-3-tipos-de-modelos-de-negocio-utilizados-por-las-empresas/

El rol del diseñador gráfico en la sociedad actual:
http://wiki.ead.pucv.cl/index.php/El_rol_del_dise%C3%B1ador_gr%C3%A1fico_en_la_sociedad_actual

Las técnicas de investigación:

http://www.eumed.net/libros-gratis/2010e/816/TECNICAS%20DE%20INVESTIGACION.htm

Técnicas de recolección de información secundaria:
http://www.eumed.net/libros-gratis/2010e/816/TECNICAS%20DE%20RECOLECCION%20DE%20INFORMACION%20SECUNDARIA.htm

Henry Chesbrough- Padre de la Innovación Abierta:
http://www.revistadeinnovacion.com/es/entrevistas.php?var1=Henry+Chesbrough-+Padre+de+la+Innovaci%C3%B3n+Abierta&nar1=MjA%3D

La ontología; una zona de interacción entre la Lingüística y la Documentación:
http://www.upf.edu/hipertextnet/numero-2/ontologia.html

Modelado de procesos de negocios:
http://docsetools.com/articulos-enciclopedicos/article_80121.html

La lógica del proceso de investigación científica:
http://atlante.eumed.net/logica-proceso-investigacion-cientifica/

El conocimiento científico:
http://es.scribd.com/doc/12235974/Tamayo-y-Tamayo-Mario-El-Proceso-de-la-Investigacion-Cientifica#scribd

Población y muestra:
https://books.google.com.ec/books?id=15t_h9QddksC&pg=PA9&lpg=PA9&dq=poblacion+y+muestra+libros&source=bl&ots=ewC2Ut56H2&sig=_ZubkPhcZe02dp_oa9q4l-t_txY&hl=es&sa=X&ei=k-TxVMjRKcTbsATQ8YKYCA&ved=0CFEQ6AEwCTgo#v=onepage&q=poblacion%20y%20muestra%20libros&f=false

Elección de la Muestra:

http://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/tizayuca/gestion_tecnologica/muestraMuestreo.pdf

METODOLOGÍA de la investigación:

http://www.academia.edu/6399195/Metodologia_de_la_investigacion_5ta_Edicion_Sampieri

La información secundaria:

http://www.mcgraw-hill.es/bcv/guide/capitulo/8448199251.pdf

ANEXOS

ENTREVISTA AL DIRECTOR DE LA CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

Tema: Modelo de negocio para el ejercicio profesional del diseñador gráfico en el aprendizaje de los estudiantes del cuarto año de la Carrera de Diseño Gráfico de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil 2014.

Propuesta: Diseño y elaboración de un ayudante animado en 2d como recurso multimedia para informar sobre el modelo de negocio CANVAS.

Preguntas:

1.- ¿Un modelo de negocios describe la lógica a través de nueve bloques descriptivos, donde una organización captura, crea y entrega valor; que opina sobre este principio, podría ser aplicado al ejercicio profesional?

2.- ¿Los modelos de negocios podrían ser utilizados como una herramienta de comunicación con los clientes, puesto que la propuesta de valor que genera el profesional debe hacérsela llegar a una serie de clientes?

3.- ¿En qué piensa cuando se habla de modelos de negocios?

4.- ¿Con el modelo de negocios se obtendrá mejor captación de las necesidades del profesional de Diseño Gráfico?

5.- ¿Qué alcance tendrá el transmitir a los estudiantes mediante el diseño de un material digital explicativo lo referencial al modelo de negocios CANVAS?

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

ENCUESTA A DOCENTES DE LA CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

Objetivo: conocer el criterio del personal catedrático sobre; multimedia como recurso para informar el modelo de negocios CANVAS para el ejercicio profesional del diseñador gráfico en el aprendizaje de los estudiantes del cuarto año de la carrera de Diseño Gráfico de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil .

Instrucciones: a continuación se presenta una serie de preguntas sobre el modelo de negocios CANVAS. Responde marcando con un visto la alternativa de respuesta que consideres más adecuada. Utiliza la siguiente escala:

Alternativa de Respuesta	Valoración	Valor
Muy de acuerdo	MD	1
De acuerdo	D	2
Indiferente	I	3
Desacuerdo	DE	4
En total desacuerdo	ET	5

N	Pregunta	1	2	3	4
1	¿Diseño de negocio es el mecanismo por el cual un negocio busca generar ingresos y beneficios, considera que esta metodología podrá ser aplicada en el desarrollo del profesional?				
2	¿Los estudiantes conocen sobre el concepto de emprendimiento?				
3	¿Considera necesario que los estudiantes conozcan sobre un plan de ventas que los guíe al momento de buscar plazas de trabajo?				
4	¿Se han manifestado expectativas en los estudiantes con relación al emprendimiento de microempresas o asociaciones en el campo del Diseño Gráfico?				
5	¿Las evaluaciones a estudiantes, ayudarán a conocer el grado de conocimiento para el área laboral del diseñador gráfico?				
6	¿Está de acuerdo que el modelo de negocio es una estrategia que se plantea como un análisis al profesional y que éste deberá ser expuesto a todos los cursos de la institución?				
7	¿Piensa que al comunicar a los estudiantes a cerca del modelo de negocios, lo apliquen en el ámbito laboral?				
8	¿Se realizan actualmente actividades, como talleres o seminarios de emprendimiento en la institución?				
9	¿Existe interés por parte de los estudiantes cuando se menciona que se van a realizar talleres o seminarios, relacionados a la Carrera de Diseño Gráfico?				
10	¿Se crean debates cuando se mencionan temas que involucran conceptos relacionados a diseño gráfico en las horas de clases?				

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

ENCUESTA A ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

Objetivo: conocer el razonamiento de los estudiantes sobre; multimedia como recurso para informar el modelo de negocios CANVAS para el ejercicio profesional del diseñador gráfico en el aprendizaje de los estudiantes del cuarto año de la carrera de Diseño Gráfico de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil .

Instrucciones: a continuación se presenta una serie de preguntas sobre el modelo de negocios CANVAS. Responde marcando con un visto la alternativa de respuesta que consideres más adecuada. Utiliza la siguiente escala:

Alternativa de Respuesta	Valoración	Valor
Sí	S	1
No	N	2
Tal vez	T	3

N	Pregunta	1	2	3	4
1	¿Crees que debe existir una buena comunicación entre profesional y patrono?				
2	¿Piensas que un plan de acción como el modelo CANVAS, el cual realiza un análisis evaluativo en algunos campos como profesional, te resultaría beneficioso?				
3	¿Se te han presentado dificultades al momento de desarrollarte como profesional en el área de diseñador gráfico?				
4	¿Piensas que los docentes deberían exponer como tema de clases, métodos o estrategias para una correcta ejecución del profesional en el área laboral del diseñador gráfico?				
5	¿Te parece complejo el tema de modelo de negocio, el cual muestra la estrategia para lograr una interacción entre el mercado laboral y el cliente?				
6	¿Si tienes conocimiento o nociones de medidas anticipadas en el desenvolvimiento del área laboral, compartes este conocimiento con tus compañeros de aula?				
7	¿Te gustaría recibir un seminario o taller con material multimedia que te explique sobre un modelo de negocios, como el Canvas?				
8	¿Piensas que en el campo del diseño gráfico, se deben investigar y actualizarse sobre las nuevas tendencias tecnológicas o sociales del momento?				
9	¿El personal docente, resuelve las interrogantes que tienes sobre temas que involucren el diseño gráfico?				
10	¿Piensas que es beneficioso, que el docente haga un paréntesis dentro de la hora de clases y mencione su experiencia laboral a los estudiantes?				

FOTOS DE LA ACTIVIDAD EN LA INSTITUCIÓN

ENTREVISTA A LA AUTORIDAD DE LA CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

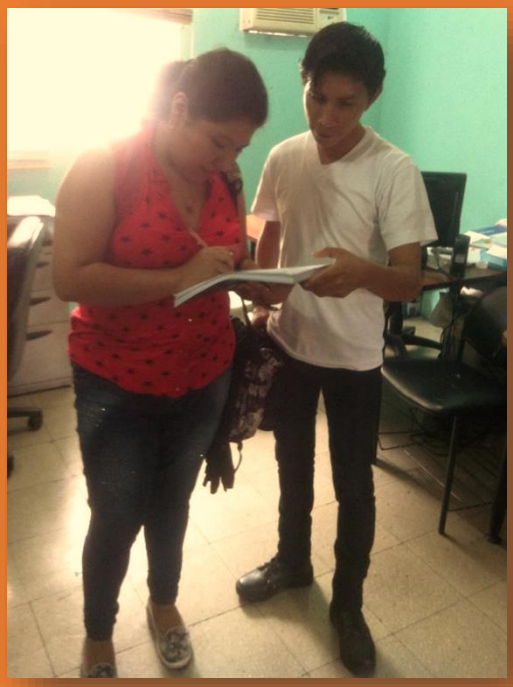
LICDO. OSCAR VÉLEZ MORA

ENCUESTA A DOCENTES DE LA CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

Docentes de la Carrera de Diseño Gráfico

ENCUESTA A ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

Estudiantes del cuarto año de la Carrera de Diseño Gráfico



PRESENTACIÓN DE LA PROPUESTA MULTIMEDIA A LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

Salón de computación de la Carrera de Diseño Gráfico

Exposición de la aplicación multimedia

Consulta de Títulos Registrados

Búsqueda por Apellidos

Búsqueda por Identificación (cédula/pasaporte)

0905832747

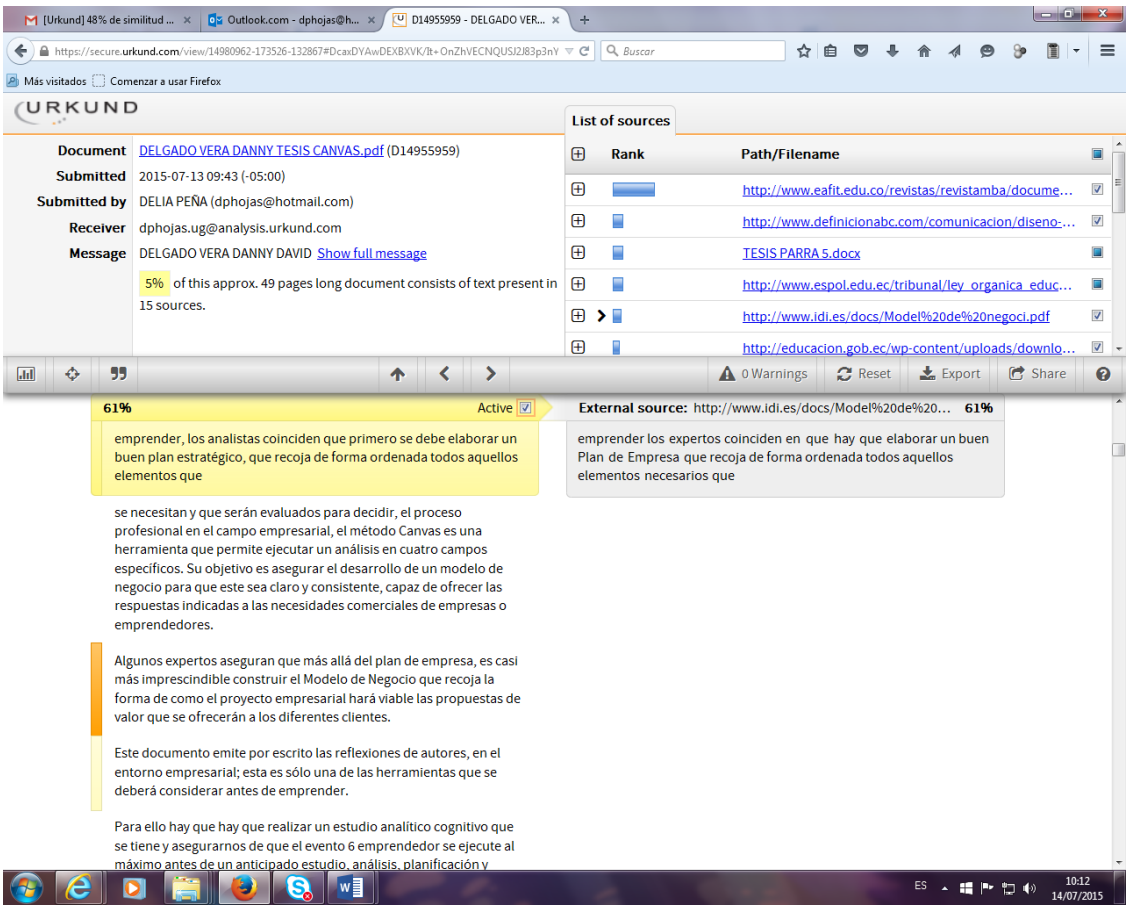
Buscar

ATENCIÓN

"La SENESCYT emitirá certificados impresos únicamente cuando sean requeridos para uso en el extranjero o para fines judiciales. El título emitido por cualquier Universidad o Instituto de Educación Superior existente en el Ecuador no requerirá validación alguna, ni del CES ni del SENESCYT."

(Reglamento General de Aplicación a la Ley Orgánica de Educación Superior, Art. 19)

Nombre	PICO FONSECA JUDITH CECILIA
Identificación	0905832747
Nacionalidad	ECUATORIANA
Genero	FEMENINO

Títulos de Tercer Nivel

Título	Institución de Educación Superior	Tipo	Reconocido Por	Número de Registro	Fecha de Registro	Observacion
LICENCIADA EN LITERATURA Y CASTELLANO	UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL	NACIONAL		1006-12-1121414	13-04-2012