



Diseño Gráfico

Diseño e implementación de herramienta de educación financiera para los estudiantes de la carrera de diseño gráfico que busquen ejercer la práctica del diseño independiente.

**Piero Arestivo
Giovanni Arestivo**

**Tutor:
Patricia Samudio**

**Asunción - Paraguay
2018**



ÍNDICE

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTOS	3
INTRODUCCIÓN	10
CAPITULO 1:	
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	10
1.1. Tema	12
1.2. Palabras clave	12
1.3. Caracterización del Problema	12
1.4. Formulación del Problema	13
1.4.1 Pregunta General	13
1.4.2 Preguntas específicas de Investigación	13
1.5 Objetivos del proyecto	14
1.5.1. Objetivo General	14
1.5.2. Objetivos Específicos	14
1.6. Justificación	15
CAPITULO 2:	
MARCO REFERENCIAL	16
2.1 Definición	17
2.2. ASPECTOS HISTORICOS	17
2.2.1 El diseñador FreeLancer en la época de los 90'	18
2.2.2 Universidad Columbia del Paraguay	18
2.3. ANTECEDENTES GENERALES	20
2.4. ASPECTOS LEGALES	20
CAPITULO 3:	
MARCO CONCEPTUAL	21
3. MARCO CONCEPTUAL	22
3.1 La Educación Financiera	22
3.2 El Diseño Grafico	23
3.3 El Diseño Gráfico Digital	23
3.4 Diseño de UX (Experiencia de Usuario)	23
3.5 Interfaz de usuario	24
3.6 Diseño de UI (Interfaz del usuario)	24
3.7. Enseñar y aprender	26
3.8. La Rutina	27
3.9. Los hábitos	27
3.10. La Zona de Conformidad	28
3.11. La Conciencia	29
3.11. La Necesidad	29



3.12. La satisfacción.	30
3.13. Concepto de Conocer.	31
3.14 Concepto de Comunicar.	33
3.15. Medios de comunicación.	34
3.16 Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC).	36
3.17. Concepto de sitio web.	37
3.18. Concepto de revista digital.	38
3.19. Concepto de Contenido.	39
3.20. Artículos.	40
3.21. Entrevistas.	42
3.22. infografías.	43
3.23. La identidad.	45
3.24 La identidad Corporativa.	46
3.25. Las redes sociales.	47
3.26. El Anunciante.	49
3.27. El Patrocinador.	50
3.28. El Socio capitalista.	51
3.29. El aporte de Capital.	52
3.30. inversión.	53
3.31. Vender.	54
3.32 La mercadotecnia (Marketing).	55
3.33 Las 4P del Marketing (precio, plaza, producto y promoción).	57
3.34 FODA (Fortalezas , Oportunidades, Debilidades y Amenazas).	58
3.35 Concepto de Merchandising.	61
CAPITULO 4:	
MARCO TEORICO.	65
MARCO TEÓRICO.	66
4.1. Teorías del aprendizaje.	66
4.1.2 Teorías no directas.	68
4.2. Tipos de aprendizaje.	70
4.3. Teoría de las necesidades de Maslow.	77
CAPITULO 5:	
MARCO METODOLÓGICO.	82
5. MARCO METODOLOGICO.	83
5.1. Enfoque de la Investigación:.	83
5.2. Alcance de la Investigación:.	84
5.3. Diseño de Investigación:.	84
5.4 Metodología Design Thinking.	85
5.5. Población y muestra:	90



5.6. Técnicas, instrumentos y procedimientos de recolección de datos.	93
5.6. Resultados del sondeo realizado en la Universidad Columbia.	94
5. 7 Focus Groups Realizados en contacto directo con la población.	99
CAPITULO 6:	
SÍNTESIS Y DIAGNÓSTICO.	109
6. SÍNTESIS Y DIAGNÓSTICO.	110
6.1. Síntesis en base a las herramientas de recolección de datos utilizadas.	110
6.2 Diagnóstico de Diseño.	110
CAPITULO 7:	
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE DISEÑO.	112
7. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE DISEÑO.	113
7.1 El Problema de Diseño.	113
7.3 Planteamiento de los objetivos de Diseño.	115
CAPITULO 8:	
PROPUESTA DE DISEÑO.	116
8. PROPUESTA DE DISEÑO.	117
8.1 Desarrollo de propuesta de diseño.	117
8.2 Justificación.	118
8.3 Aspectos comunicacionales.	119
CAPITULO 9:	
IDENTIDAD DE LA PROPUESTA.	133
9. IDENTIDAD DE LA PROPUESTA.	134
9.1 Naming de la propuesta de diseño: “Freedoors”.	134
9.2 Visión y Misión:.	134
9.3 La identidad Visual:.	134
9.4 Códigos y módulos compositivos.	137
9.5 Experimentación sobre su funcionalidad ante el público.	139
CAPITULO 10:	
MANUAL DE IDENTIDAD DE MARCA.	142
CAPITULO 11:	
DESARROLLO DE LA PROPUESTA.	253
10. DESARROLLO DE LA PROPUESTA.	254
10.1 Desarrollo de línea editorial para la marca Freeddoors.	254
10.2 Arquitectura de la información.	254
10.3 Delimitación de la Audiencia.	254
10.4 Delimitación del contenido:.	255
10.5 Delimitación de los Formatos.	258
10.6 Etapa inicial:.	259
10.7 Plan de Financiamiento.	260



10.8 Plan de Ventas:	263
10.9 Estrategia de Marketing.	268
11. Desarrollo de pieza gráfica (Sitio Web).	272
Análisis UX (Experiencia de Usuario) del sitio web Freeddoors.	272
Estrategias de Marketing 4P.	274
11. Desarrollo de pieza gráfica (Sitio Web).	281
Análisis UX (Experiencia de Usuario) del sitio web Freeddoors.	281
12. Análisis y Desarrollo del proceso UI:	282
Implementación de piezas desarrolladas en móviles.	284
12.2 Implementación de piezas gráficas en sitio para ordenadores.	286
CAPITULO 12:	
PRESUPUESTO.	290
12.1 Presupuesto de la propuesta de solución	291
12.2 Presupuesto de la propuesta de solución (Reducido).	293
CAPITULO 13:	
CONCLUSIÓN.	296
13. Conclusión.	297
Preguntas Generales:	297
Preguntas específicas de la investigación	399
CAPITULO 14:	
BILIOGRAFÍA.	303
14. Bibliografía.	304
CAPITULO 15:	
ANEXOS.	311
2.4.1 Código Laboral.	336
Artículo 87 - DEL PLENO EMPLEO.	336
2.4.2 Código Civil.	338
CAPITULO IV.	338
DEL CONTRATO DE SERVICIOS.	338
CAPITULO VI.	340
DEL CONTRATO DE EDICION.	340
SECCION I.	342
SECCION II.	345
SECCION IV.	346
SECCION V.	346
SECCION II.	350
SECCION III.	353
SECCION IV.	353
SECCION V.	355



SECCION VI.	357
Ley General de Educación - N° 1264	360



RESUMEN

En este proyecto final de grado se tiene como principal objeto de estudio, la implementación de la educación financiera, como una herramienta para el desarrollo de la práctica y ejercicio del diseño, dirigido específicamente a alumnos de la carrera de Diseño gráfico y personas en general que ejerzan la práctica laboral de forma independiente, a fin de poder llegar a desarrollarse un conjunto de estrategias y alternativas, con la intención de establecer una propuesta instructiva por medio de distintos materiales que ofrezcan al estudiante un concreto modelo de autogestión financiera-laboral, adaptable y acorde tanto a su perfil como diseñador, como a su perfil de gestor de financiero.

Teniendo en cuenta el objeto principal de estudio, este es planteado y fundamentado a través de la siguiente interrogante que traza el sendero de esta investigación: ¿De qué manera es posible transmitir las posibilidades y alternativas de ingreso a través de la implementación de educación financiera a alumnos de la carrera de diseño gráfico que ejerzan la práctica del diseño independiente?

Esta interrogante, da paso al surgimiento de continuas variables y planteamientos, así como también nuevas incógnitas mediante el proceso que pronto serán detalladas en breve al seguir la lectura de la misma.