



PROYECTO DE TITULACIÓN

Quito – Ecuador 2021



PROYECTO DE TITULACIÓN

CARRERA: IMPRESIÓN OFFSET Y ACABADOS

TEMA: APLICACIÓN DE LA TÉCNICA POP-UP EN UNA PRODUCCIÓN DE CATÁLOGOS PARA MEJORAR LA EXPERIENCIA DEL USUARIO DE LA EMPRESA OMNILIFE

Elaborado por:

Pamela Joely Franco Collazo

Tutora:

Hilda Jacqueline Montesdeoca Orozco

Fecha: 23/08/2021

TABLA DE CONTENIDO

TABLA DE CONTENIDO.....	3
TÍTULO DEL PROYECTO.....	4
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	4
PLANTEAMIENTO DE OBJETIVOS:.....	7
GENERALES.....	7
ESPECÍFICOS.....	7
JUSTIFICACIÓN.....	8
ALCANCE.....	9
MARCO TEÓRICO.....	10
TIPO DE INVESTIGACIÓN PLANTEADA.....	16
RECURSO TÉCNICO Y MATERIAL.....	18
VIABILIDAD.....	18
CRONOGRAMA.....	19
FUENTES DE INFORMACIÓN.....	20
BIBLIOGRAFÍA.....	20

TÍTULO DEL PROYECTO

APLICACIÓN DE LA TÉCNICA POP-UP EN UNA PRODUCCIÓN DE CATÁLOGOS PARA MEJORAR LA EXPERIENCIA DEL USUARIO DE LA EMPRESA OMNILIFE

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El Pop-up es la técnica de manipulación del papel similar al origami, utiliza pliegues y dobleces, pero se diferencia por el mecanismo utilizado para captar la atención que del usuario al visualizarla tiene una experiencia de percibirlo 3D, permite tener el control de los movimientos que presenta, esta técnica es utilizada también en libros objeto, tarjetas, libros infantiles, entre otros. (Bolsalea, 2021),

La experiencia del usuario es el factor que influye en la persona para calificar servicios, calidad o el uso de un producto, que dependerá mucho de la utilidad que se le destina tanto como la eficiencia y eficacia que tendrá lo necesitado por el consumidor, estos factores llegan a ser tomados en cuenta por los que lo adquieren y así se genera una experiencia negativa o positiva de lo expuesto (innovan.do, 2015)

La fabricación del libro pop-up está dominada por una cifra imperceptible de empresas especializadas globalmente que ponen particular empeño en la utilización de una cuidadosa elección de mecanismos para incitar a un grupo pueril como maduro. (Leer.es, 2016) se entiende que este tipo de técnicas fue aplicado para llamar la atención del público infantil, y no fue una idea tomada por un sin número de empresas, pero con el pasar de los años este tipo de trabajos se han ido desarrollando a un público más maduro y a distintas áreas laborales que buscan incluir algo nuevo a publicidad, productos, información, etc.

Según lo mencionado por El Comercio se ha llevado a innovar en varias maneras como: la presentación y contenido de los medios impresos para mejorar la demanda de los mismos hacia el público, así como lo plantean por medio de datos en porcentajes que en América Latina se ha logrado incrementar un 6% la distribución

de estos, en comparación a Europa que no ha tenido la misma aceptación obteniendo como resultado un decrecimiento del 23% esto en un transcurso de 5 años. (El Comercio, 2015)

Los medios de comunicación son importantes tanto para la búsqueda de información, conocimientos nuevos, investigaciones entre otros. Los medios impresos fueron de gran impacto para la obtención de toda esta información, pero en la actualidad no se da el valor correspondiente a temas de relevancia como la economía, la cultura y lo político, en cambio se prioriza datos o noticias de ocio, artículos amarillistas y fatalistas perdiendo así la esencia inicial de publicación de estos medios (PDFCOFFEE, 2020)

Por medio de lo planteado en políticas de la empresa Omnilife, se tiene la autorización para usar su logotipo y colores empresariales, así también como información de la empresa y productos para la elaboración de publicidad y medios impresos para promover el emprendimiento del distribuidor independiente y de esta manera promocionar los productos e inscribir a las personas interesadas (Grupo Omnilife, 2020)

El usuario al momento de relacionarse con algún distribuidor de la empresa Omnilife recibe gran cantidad de información que puede disipar la atención hacia otros factores y perder el interés al adquirir productos o de ingresar al negocio, también se puede observar que los medios impresos que se manejan actualmente no son de gran impacto visualmente al usuario y este procede a perder el interés sobre los productos y el negocio del emprendimiento que se lleva a cabo por parte de los clientes potenciales o posibles afiliados

En la empresa que se está tomando en cuenta para el emprendimiento realizado se puede evidencia que al momento que los representantes que distribuyen los productos o se realiza el primer acercamiento a un cliente nuevo puede ser dificultoso dar la información sobre el negocio y se pierde tanto la interacción con el cliente como el interés cuando se maneja únicamente de manera virtual

En el caso que al momento de acercarse al cliente con la implementación del catálogo propuesto para mejorar la experiencia del cliente se puede producir una

baja de ventas y afiliaciones que en todo caso puede influir la manera de uso de las herramientas proporcionadas para destacar el emprendimiento

Por ello se busca captar la atención del público tanto para el consumo como también para su distribución para lo cual se realizará bajo el concepto de un libro objeto con la finalidad de que se le dé utilidad como catálogo para que llegue a ser novedoso a la vista del público interesado y de esta manera llamar su atención e incentivar a plantearse a ser parte de este negocio, de esta manera se lo realizará buscando como beneficio la promoción del emprendimiento, como también la implementación de la técnica del pop-up para el diseño del catálogo y la realización del mismo, tomando en cuenta los presupuestos para cada uno de estos procesos y la maquinaria que se adquiriera para tener el mayor control del mismo.

PLANTEAMIENTO DE OBJETIVOS:

GENERALES

Desarrollar una producción de catálogos pop-up utilizando distintas técnicas y mecanismos con movimientos en 3 dimensiones para promocionar e incentivar la compra de productos de la empresa Omnilife

ESPECÍFICOS

- Recopilar información sobre la técnica del pop up mediante publicaciones de internet, para conocer acerca de sus usos y aplicaciones en la comercialización de productos.
- Reconocer los tipos de mecanismos de la técnica del pop up, tomando en cuenta los procesos, materiales, herramientas de trabajo que sean adecuados para la aplicación del proyecto gráfico.
- Fabricar una producción de catálogos con las técnicas de pop up diseñado basándose en distintos mecanismos para mejorar la experiencia del usuario y la comercialización de productos Omnilife.

JUSTIFICACIÓN

Se va a realizar la implementación de un catálogo para la empresa Omnilife aplicando técnicas de pop-up, esta técnica es llamativa y original para aplicarla en diferentes medios impresos, por otro lado, es novedoso aplicar este tipo de recursos en la comercialización de productos, de esta manera se busca llamar la atención del público y hacer más amigable el acercamiento con el cliente.

Se llevará a cabo bajo un presupuesto propio, basados en la marca de la empresa y los diseños llevarán mecanismos pop-up, con técnicas de encuadernación que incluyen pastas duras y diversos tipos de terminados gráficos de alta calidad.

Los catálogos realizados buscan tener un alto impacto al público dirigido, ya que es una propuesta inédita para ellos, al interactuar con los libros objeto su atención irá exclusivamente a los mecanismos de pop-up que contendrán los productos, de esta manera se presta más atención a los productos y su información, tratando de llegar de una forma más accesible, promoviendo la confianza del emprendedor y del consumidor del producto.

La comercialización con apoyo de medios impresos es un punto importante en una línea de productos, por eso se busca presentar los productos de la empresa Omnilife de una manera creativa, para llamar la atención del cliente y cumplir con el objetivo de vender el producto, ya que en los últimos años gracias a la nueva tecnología la publicidad se ha innovado de muchas maneras e implementado nuevas técnicas para obtener un objetivo de venta (La Verdad, 2016).

ALCANCE

El proyecto de titulación se realizará de acuerdo con la metodología recibida en la carrera de Impresión Offset y Acabados del Instituto Superior Universitario Central Técnico, este proyecto se enfocará directamente a los representantes de la empresa Omnilife, que podrán tener a su disposición un catálogo con técnicas de pop-up, para la promoción del emprendimiento.

Se reconocerá los procesos de producción aplicados al catálogo: diseño, impresión, cortes, mecanismos pop up, cosido y finalmente la encuadernación de este. Así como el detalle de los costos de producción, correspondientes a materiales prima, maquinaria utilizada, impresión, cosido, cortes, grafas, entregando tres prototipos de los catálogos con técnicas de pop up.

MARCO TEÓRICO

Medios impresos

Los medios impresos son los instrumentos que contienen información política, social, entretenimiento, fotos entre muchos datos más, ya que este se lo reproduce para la distribución de una gran variedad de contenido, se lo maneja de forma física, especialmente plasmado en tinta y papel como periódicos, revistas, folletos y otras formas de material impreso, ya que es un medio de comunicación escrita. (Helmut, 2018)

Experiencia de usuario

Es nombrada por su origen en inglés, "User Experience" es el juicio de la persona hacia el producto o servicio presentado, se fundamenta a través del estudio, proceso y análisis en perfeccionar la relación de lo propuesto hacia el usuario, ya que este se califica por su practicidad, funciones, durabilidad y calidad entre otros factores de esta manera se busca la satisfacción del cliente en todos los aspectos planteados. (Ingenio Virtual, 2015)

Publicidad

La publicidad se maneja de manera que llame la atención al grupo objetivo enfocado de esta manera logra dar a conocer un producto o servicio en el cual se lo refleja de una manera positiva con relación a la empresa o nombre del producto y consolidar lo publicitado en el mercado. Se plantean varias técnicas de comercialización de acuerdo a lo publicitado en los distintos medios existentes para que llegue al usuario y lo incentive a adquirirlo. (Giraldo, 2019)

Diseño

El diseño es una instrucción que se aplica en una gran variedad de aspectos y de la misma manera se la trabaja de manera autónoma, se emplea este conocimiento de manera visual con mensajes gráficos, que se logran manifestar por medios impresos, tecnológicos y dispositivos digitales. En esta doctrina se utilizan elementos textuales, imágenes y videos para llegar al grupo objetivo con el mensaje adecuado y entendible de manera clara y precisa. (ESNECA BUSINESS SCHOOL, 2019)

Pop-up

Es una técnica que se aplica con diferentes cortes de papel, pliegues y piezas para conseguir movimientos, estos son manipulados por el lector y llega a observar los diferentes mecanismos los cuales pueden llegar a ir desde una figura en 3D, el movimiento de una pieza hasta la visualización de una edificación desplegándose al momento de interactuar con el mismo. Los pop up pueden contener noticias, investigación, historias, personajes entre otros, ya que es un medio impreso que se maneja de manera física mejora la experiencia de la persona al llegar a interactuar con este tipo de técnicas (Yohanny, 2021)

Libro objeto

Un libro objeto es el uso de la técnica del pop up influenciado por un autor en lo cual implementa distintos mecanismos y materiales jugando con la disposición de cada elemento a su parecer dando nuevas características a su libro de forma tradicional a un nuevo esquema de interpretación y de la manera que quiere hacer llegar el mensaje. (Andrea, 2012)

Técnicas de pop-up

El pop up se divide conforme a los mecanismos que se implementan para alcanzar profundidad, los movimientos y efectos de transformación. A continuación se muestran los tipos de pop up:

Tabla 1. Tipos de pop-up

TÉCNICA	DESCRIPCIÓN
Libro escenario:	Al dar vuelta a cada página se estructura una atmósfera o escena por capas, con distintos detalles, situaciones y figuras ilustradas.
Libro de imágenes combinadas:	La página está segmentada o partida en varias secciones, de manera que, al cambiar de carilla se pueden coordinar los retratos combinando las divisiones.
Libro ruleta:	Realizado por piezas circulares que,

	al moverlas estas dan una acción giratoria, la cual una carilla da avance a la próxima.
Libro de imágenes transformables:	Se las puede efectuar de forma circular, horizontal o vertical. Primeramente, el mecanismo funciona a través de discos diseñados para que al moverlos transforme una figura en otra. En las otras dos maneras, suele emplearse una lámina para desplazar las figuras.
Libro tridimensional:	El ejemplar, liso mientras está cerrado, almacena en su interior un diseño erguido, que interactúa al abrirlo. Puede surgir una fortaleza, un animal fabuloso, una nave, una villa, entre otros
Libro carrusel:	Las pastas del ejemplar se abren hasta 360°, dándole semblante de estrella o de tiovivo. Los textos e ilustraciones aparecen justo en el eje que forman los cantos del ejemplar.
Libro túnel o peep-show:	Realizado con dos pastas duras en cada extremo que, al abrirlas, el soporte del interior se extiende de manera de acordeón dándole características especiales de profundidad. Al observar el mecanismo, las carillas grafadas se ven de una forma tridimensional.
Libro con lengüetas:	La descripción narrada y las figuras

	varían al halar, rodar o deslizar diversas lengüetas del soporte.
Libro con solapas:	Un fragmento liso, normalmente de un soporte rígido, que al erguirse o levantarse deja en perspectiva una figura secreta.

Elaborado por: Pamela Franco

Fuente: Literatura SM (2016)

Aplicaciones de pop-up

La tecnología con su avance en 3 dimensiones ha evolucionado con pasos agigantados de esta manera ha sido aprovechada por los medios de internet, revistas, carteles, editoriales entre otros para la fabricación de nuevas técnicas de aplicaciones en estos medios. Estas estrategias son indispensables para las distintas empresas y su constante innovación, entre los medios con mayor impacto se encuentran los impresos, ya que presupuesto destinado de las empresas para este tipo de medios publicitarios es del 5.77%, lo que viene equivaliendo a 197819,96 dólares estadounidenses de acuerdo con el Departamento de investigación de Merca2.0 (Cruz & García, 2017)

Catálogo

Un catálogo es una especie de canal que transmite en su interior un repertorio de información de una serie de productos en venta o servicios ofrecidos donde se detallada la información de estos, incluyendo también el precio de cada uno de estos, sirven para facilitar la adquisición del conocimiento sobre lo que se quiere obtener. Los catálogos han intervenido en muchas áreas ayudando una transacción adecuada de proveedores, vendedores, empresas hacia el usuario, cliente o público interesado (Gonzalo, 2014)

Procesos de producción

La pre prensa. - se encarga de llevar a lo deseado por el cliente plasmado y realizado las correcciones correspondientes para comenzar una producción lo cual

comienza realizando el diseño, calibración de colores y un correcto armado de placas de impresión, también le corresponde la utilización de imágenes de calidad tomando en cuenta el soporte donde se realizará y tamaños correspondientes

Producción.- una vez el soporte se encuentre con el tamaño de impresión adecuado se lo lleva a la prensa donde se realizara la impresión en caso de offset la cuatricromía CMYK y por otro lado en caso de digital su modo de color en RGB, en esta área se comienza a evidenciar lo plasmado en pre prensa y se controla el registro de la impresión para llevar de manera acorde la producción solicitada y aplicar la optimización de recursos y control de calidad

Post prensa.- siendo la post prensa el área final para la culminación de lo solicitado dependiendo el tipo de producto se realizan distintos tipos de procesos de terminados gráficos como refileado, cortes, pegados, dobleces y más esto depende de la elección del cliente o la funcionalidad que tendrá la producción final. (Picaso Publicidad, S.A., 2014)

Impresión digital

La impresión digital permite plasmar de manera directa sobre el soporte papelerero sin que haya un intermediario en el proceso. No se usan mantillas ni placas. Es por tanto un método de impresión directa. Se refiere al sistema de impresión más utilizado en la actualidad, al igual que con la impresión offset. Existen tipos de impresión indirecta, pero el más común es el de inyección por cartuchos o tóner. Al mismo tiempo es de los sistemas más utilizados por hogares, instituciones y empresas para manejo intrínseco. Es un modo efectivo y rápido de ejecutar impresiones de tirajes cortos con una calidad suficientemente elevada.

Tabla 2. Ventajas y desventajas de la impresión digital

Ventajas	Desventajas
Es un método de impresión mucho más dinámico y veloz. Al reproducir de manera directa el diseño sobre el soporte, y no precisar de intermediarios como las placas,	Por medio de este método de impresión no hay la posibilidad de implementar tintas especiales como metálicas y fluorescentes.

mantillas	
Facilita un alto nivel de personalización a un grado particular, algo que no podemos lograr con offset.	Las impresiones realizadas en maquinaria offset sigue siendo ligeramente superior con respecto a calidad de reproducción
Con la impresión directa, se imprime únicamente lo necesario, de esta manera se consiguen nuevas reproducciones en cualquier momento	La impresión digital puede provocar ligeras variaciones del tono. Existen programas para la estandarización de color, sin embargo, no siempre funcionan de la manera adecuada. Solicita un ejemplar presente en cada producción para que se pueda aprobarlo previo a comenzar el tiraje.
Suele ser más económica en producciones cortas, como muestra resulta conveniente cuando necesitamos imprimir cantidades bajas, como por ejemplo unas 200 unidades o menos.	En producciones de media o grandes cantidades no es recomendable, ya que no es un método tan económico, ya que en su precio unitario se refleja elevado a comparación de una producción realizada en offset

Elaborado por: Pamela Franco

Fuente: (Imborrable, 2020)

Terminados gráficos

Los terminados gráficos son procedimientos para la culminación de un producto gráfico de cualquier soporte impreso y de esta manera se le da un valor extra al mismo. Existen una serie de técnicas de acabados gráficos y acabados especiales que se pueden implementar de acuerdo al producto a fabricar estos procesos tienen

una gran cantidad de características, brillo, textura, contrastes entre otros tipos de detalles. (Aula Gráfica, 2018)

TIPO DE INVESTIGACIÓN PLANTEADA

Investigación mixta

La investigación mixta es una técnica en la cual radica implementar el análisis e interpretación de la información recopilada, saber manejar toda esta información de una manera correcta a través de una investigación cualitativa y cuantitativa, permite evaluar los objetivos propuestos y conseguir una mejor comprensión sobre los propósitos del proyecto (QuestionPro, 2019).

Investigación cualitativa

Este tipo de investigación se utiliza para tener una mejor comprensión de criterios de la población de estudio, generalmente determina una muestra para implementar una investigación cualitativa, se plantea preguntas abiertas para obtener como respuesta el sentir del público, para poder interpretar el comportamiento del usuario, intereses, actitudes, entre otros (Qualtrics XM, 2019)

Investigación cuantitativa

Este modo de investigación tiene características más específicas por lo que el método de obtención de información se lo realiza con preguntas cerradas y rara vez preguntas abiertas, ya que por su modo de recopilación de datos se logra grandes cantidades de respuestas a las que se las analiza por medio de gráficas para cada una de las preguntas planteadas de esta manera permite analizar el porcentaje de cada una de las respuestas (QuestionPro, 2018).

Investigación bibliográfica

Se realiza este tipo de investigación por medio de la lectura de documentos literarios y opiniones de distintos autores para llevar a cabo la recopilación de información acerca del tema planteado, este método ayuda a diferenciar los datos adecuados o no para lo que se busca implementar en el documento de

investigación que se puede tomar información tanto de medios virtuales, como también de los medios impresos (Gabriel, 2020).

Investigación focus group

En esta técnica de investigación permite percibir de una manera directa el criterio de un grupo de usuarios acerca del servicio o producto que se piensa ofrecer y de esta manera se plantea un debate de opiniones dirigido por una tercera persona que de manera parcial controla la situación y maneja de manera dinámica preguntas para los participantes (Nerea, 2020).

Investigación de observación

El análisis es una herramienta que facilita el acercamiento al entendimiento ilustrativo de un grupo por medio del apunte de las acciones personales en su entorno diario (Luis, 2020). Este tipo de investigación se ejecuta por medio de la observación de un grupo de personas para poder interpretar sus reacciones de forma natural al percibir el servicio o producto al cual se los expone y obtener datos reales por este medio, de esta manera se lo puede dirigir de diferentes modos como sería con un procedimiento directo o indirecto o como también de manera participativa y no participativa que se refiere a que el observador intervenga o no en el análisis (concepto, 2015).

Ficha de observación

Es un método análisis que lleva a cabo la observación y el registro de los datos adquiridos para realizar la investigación adecuada, ya que es un instrumento de estudio aplicado a un grupo determinado de personas, tiene como importancia obtener los datos percibidos en la observación para plasmar este proceso de una manera real al momento de realizar el informe (Redacción Milformatos, 2021).

ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

RECURSO TÉCNICO Y MATERIAL

Tabla 4. Recursos técnicos y materiales

Recurso Técnico Y Material	Costos	Tipo
Silhouette Cameo 4	\$530	Maquinaria
Cartón gris #20	\$3,95 c/u	Material
Impresora Digital Índigo 7000 (impresiones)	\$66,70 /46unidades \$1,45 C/u	Maquinaria
Luz	\$0,96 /día	Recurso
Computadora	\$0	Maquinaria
Tela para encuadernar	\$11,40	Material
Internet	\$30	Recurso
Papel	\$3,60	Material
Cartulina	\$1,80	Material
Cola blanca	\$5,32	Material
Doble faz	\$3,08	Material
Hilo	\$1,50	Material
Aguja	\$0,25	Material
Guillotina (corte)	\$5	Maquinaria

Elaborado por: Pamela Franco

VIABILIDAD

Se tiene previsto un presupuesto de \$681,80 para llevar a cabo la producción de 3 catálogos con técnicas pop up, incluyendo materiales necesarios, procesos tercerizados, recursos y maquinaria obtenida, de esta manera finalizar con éxito la producción planteada. El proyecto de titulación se está efectuando por medios de autogestión.

- Cruz, L. G., & Garcia, M. T. (2017). *CULCYTO Cultura científica y tecnológica*. UACJ Revista Electrónica Recuperado de:
<http://erevistas.uacj.mx/ojs/index.php/culcyt/article/view/1810/1593>
- Imborrable. (2020). *Imborrable*. Sistemas de impresión: Offset, impresión digital y serigrafía Recuperado de: <https://imborrable.com/blog/sistemas-de-impresion/#:~:text=La%20impresi%C3%B3n%20digital%20permite%20imprimir,junto%20con%20la%20impresi%C3%B3n%20offset.>
- Grupo Omnilife. (2020). *Grupo Omnilife*. ¿Qué tipo de publicidad puedo elaborar? Recuperado de: <https://creoomnilife.zendesk.com/hc/es-419/articles/360038863111--Qu%C3%A9-tipo-de-publicidad-puedo-elaborar->
- PDFCOFFEE. (2020). *PDFCOFFEE*. Desarrollo y Evolucion de Los Medios de Comunicacion Impresos en Ecuador Recuperado de:
<https://pdfcoffee.com/desarrollo-y-evolucion-de-los-medios-de-comunicacion-impresos-en-ecuador-pdf-free.html>
- El Comercio. (2015). *El Comercio*. Diarios de América Latina aumentan circulación en medio de desafío digital Recuperado de:
<https://www.elcomercio.com/actualidad/mundo/periodismo-diarios-medios-comunicacion-digital.html>
- Leer.es. (2016). *Leer.es*. Libros desplegables o pop- up como fomento de la lectura Recuperado de: <https://leer.es/-/libros-desplegables-o-pop-up-como-fomento-de-la-lectura>
- innovan.do. (2015). *innovan.do*. USER EXPERIENCE – EXPERIENCIA DE USUARIO (UX) Recuperado de: <https://innovan.do/2015/10/24/que-es-user-experience-ux-experiencia-de-usuario-definicion/>
- Bolsalea. (2021). *Bolsalea*. Ingeniería del papel: La técnica Pop-up Recuperado de: <https://www.bolsalea.com/blog/2012/11/ingenieria-del-papel/>
- La Verdad. (2016). *La Verdad*. La importancia de la publicidad en el éxito empresarial Recuperado de:
<https://www.laverdad.es/murcia/sociedad/201603/18/importancia-publicidad-exito-empresarial-20160318195440.html>

- Qualtrics XM. (2019). *Qualtrics XM*. Investigación cualitativa Recuperado de:
<https://www.qualtrics.com/es/gestion-de-la-experiencia/investigacion/investigacion-cualitativa/>
- QuestionPro. (2018). *QuestionPro*. ¿Cuáles son los métodos de investigación cualitativa y cuantitativa? Recuperado de:
<https://www.questionpro.com/blog/es/metodos-de-investigacion-cualitativa-y-cuantitativa/>
- QuestionPro. (2019). *QuestionPro*. Investigación mixta. Qué es y tipos que existen
Recuperado de: <https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-mixta/>
- G. A. (2020). testsiteforme. Investigación bibliográfica – Cómo llevar a cabo una
Recuperado de: <https://www.testsiteforme.com/investigacion-bibliografica/>
- N. B. (2020). Cyberclick. ¿Qué es un focus group? Para qué sirve en publicidad
Recuperado de: <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/que-es-un-focus-group-para-que-sirve-en-publicidad>
- L. M. (2020). investigalia. La observación en la investigación cualitativa
Recuperado de: <https://investigaliacr.com/investigacion/la-observacion-en-la-investigacion-cualitativa/>
- concepto. (2015). concepto. Observación Recuperado de:
<https://concepto.de/observacion/>: <https://concepto.de/observacion/>
- Redacción Milformatos. (2021). Milformatos. FICHA DE OBSERVACIÓN
Recuperado de: <https://milformatos.com/escolares/ficha-de-observacion/>
- Picaso Publicidad, S.A. (2014). Picaso Publicidad, S.A. Las etapas de impresión: Diseño, preprensa, producción y postprensa Recuperado de:
<https://picaso.com.mx/las-etapas-de-impresion-diseno-preprensa-produccion-y-postprensa>
- G. R. (2014). Economía gestiona a tu favor. Definición de Catálogo Recuperado de: <https://economia.org/catalogo.php>
- H. C. (2018). Lifeder. Medios impresos: características, ventajas y ejemplos
Recuperado de: <https://www.lifeder.com/medios-impresos/>

Ingenio Virtual. (2015). Ingenio Virtual. ¿Qué es la Experiencia de Usuario?
Recuperado de: <https://www.ingeniovirtual.com/la-experiencia-de-usuario/>

A. B. (2012). Leamos Más. Libro-objeto: un desafío de lectura Recuperado de:
<https://www.leamosmas.com/2012/05/21/libro-objeto-desafio-de-lectura/>

Aula Gráfica. (2018). Aula Gráfica. TIPOS DE ACABADO EN LA IMPRESIÓN
Recuperado de: <http://www.aulagrafica.net/tipos-de-acabado-en-la-impresion/>

CARRERA: Tecnología Superior en Impresión Offset y Acabados

FECHA DE PRESENTACIÓN:		
23 / 08 / 2021		
APELIDOS Y NOMBRES DEL EGRESADO:		
Franco Collazo	Pamela Joely	
APELIDOS	NOMBRES	
TITULO DEL PROYECTO: Aplicación De La Técnica Pop-Up En Una Producción De Catálogos Para Mejorar La Experiencia Del Usuario De La Empresa Omnilife		
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:	CUMPLE	NO CUMPLE
• OBSERVACIÓN Y DESCRIPCIÓN	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• ANÁLISIS	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• DELIMITACIÓN.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• FORMULACIÓN DEL PROBLEMA CIENTÍFICO	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• FORMULACIÓN PREGUNTAS/AFIRMACIÓN	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• DE INVESTIGACIÓN	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
PLANTEAMIENTO DE OBJETIVOS:		
GENERALES:		
REFLEJA LOS CAMBIOS QUE SE ESPERA LOGRAR CON LA INTERVENCIÓN DEL PROYECTO		
SI	NO	
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
ESPECÍFICOS:		
GUARDA RELACIÓN CON EL OBJETIVO GENERAL PLANTEADO		
SI	NO	
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

JUSTIFICACIÓN:	CUMPLE	NO CUMPLE
IMPORTANCIA Y ACTUALIDAD	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
BENEFICIARIOS	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
FACTIBILIDAD	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ALCANCE:	CUMPLE	NO CUMPLE
ESTA DEFINIDO	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
MARCO TEÓRICO:		
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	SI	NO
DESCRIBE EL PROYECTO A REALIZAR	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
TEMARIO TENTATIVO:	CUMPLE	NO CUMPLE
ANTECEDENTES, FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ANÁLISIS Y SOLUCIONES PARA EL PROYECTO	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
APLICACIÓN DE SOLUCIONES	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
EVALUACIÓN DE LAS SOLUCIONES	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
TIPO DE INVESTIGACIÓN PLANTEADA:		
Investigacion mixta		
OBSERVACIONES: se utiliza este tipo de investigacion ya que nos da la facilidad de manejar distintos tipos de métodos para llegar a al resultado esperado.		
MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN UTILIZADOS:		
Investigación bibliográfica, focus group e Investigación por observación		
OBSERVACIONES: Se realizo una investigación bibliográfica para reconocer los procesos de pop up, recopilando datos y tipos de mecanismos para probar en un focus group los		

más atractivos y la investigación de observación permitirá evidenciar la viabilidad del proyecto propuesto.

CRONOGRAMA : Se estima finalizar el Proyecto en un aproximado de 4 meses

OBSERVACIONES: Se comenzó el proceso de titulación a finales del mes de junio del 2021 y contando el tiempo llevado hasta el momento se estima acabar el proyecto de titulación para finales del mes de octubre del 2021.

FUENTES DE INFORMACIÓN: se obtuvo al informacion en páginas web, también se está aplicando a través de los conocimientos obtenidos durante el periodo de aprendizaje correspondientes a los cinco niveles de estudio.

RECURSOS:

CUMPLE

NO CUMPLE

HUMANOS

ECONÓMICOS

MATERIALES

PERFIL DE PROYECTO DE GRADO

Aceptado

Negado

el diseño de investigación por las siguientes razones:

a) –Cumple con los requisitos solicitados.

ESTUDIO REALIZADO POR EL ASESOR: Hilda Jacqueline Montesdeoca Orozco



Firmado electrónicamente por:
HILDA JACQUELINE
MONTEDEOCA OROZCO

NOMBRE Y FIRMA DEL ASESOR: -----

23 de agosto 2021

FECHA DE ENTREGA DE INFORME