

UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES

CARRERA

INGENIERIA EN PRODUCCIÓN Y DIRECCIÓN EN ARTES MULTIMEDIA

TEMA DE TESIS

Portal web cultural aplicando el modelo de negocio de las redes sociales

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

INGENIERA EN SISTEMAS MULTIMEDIA

PRESENTADA POR

BETSY OJEDA CARPIO

MARITZA SALTOS QUIMÍ

Guayaquil, Mayo 2013



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por los Sres. Betsy Jhoanna Ojeda Carpio y Maritza Elizabeth Saltos Quimi, como requerimiento parcial para la obtención del título de INGENIERA EN SISTEMAS MULTIMEDIA

Guayaquil, de 2013

Ing. Daniel Ullauri

DIRECTOR DE TESIS

REVISADO POR

Ing. Ingrid Fiallos, Ms. C
LECTOR 1

Lcdo. Víctor Hugo Moreno, Ms. C
LECTOR 2

RESPONSABLE ACADÉMICO

Lcdo. Víctor Hugo Moreno, Ms. C

DIRECTOR DE CARRERA



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

INGENIERÍA EN PRODUCCION Y DIRECCION EN ARTES MULTIMEDIA

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Betsy Jhoanna Ojeda Carpio y Maritza Elizabeth Saltos Quimi

DECLARAMOS QUE:

El proyecto de grado denominado “**Portal web cultural aplicando el modelo de negocio de las redes sociales**”, ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente este trabajo es de nuestra autoría.

En virtud de esta declaración, nos responsabilizamos del contenido, veracidad y alcance investigativo del proyecto de grado en mención.

Guayaquil, Mayo del 2013

LOS AUTORES

Betsy Jhoanna Ojeda Carpio

Maritza Elizabeth Saltos Quimí



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

INGENIERÍA EN PRODUCCION Y DIRECCION EN ARTES MULTIMEDIA

AUTORIZACIÓN

Nosotros, Betsy Jhoanna Ojeda Carpio y Maritza Elizabeth Saltos Quimí, autorizamos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación, en la biblioteca de la institución del proyecto titulado: ***Portal web cultural aplicando el modelo de negocio de las redes sociales***, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y autoría.

Guayaquil, Mayo del 2013

AUTORES

Betsy Jhoanna Ojeda Carpio

Maritza Elizabeth Saltos Quimí



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios Todopoderoso, porque con su infinita gracia y misericordia he podido culminar la realización de este proyecto y mi carrera universitaria.

Mis padres, mi esposo y mis hijos por darme la estabilidad emocional, económica, sentimental; para poder llegar hasta este logro, que definitivamente no hubiese podido ser realidad sin ustedes.

A mis asesores de tesis, que con paciencia y apoyo lograron guiarme hasta poder culminar este proyecto.

A la Universidad Católica, compañeros y en especial a profesores por los conocimientos que ha sembrado en mi todos estos años, que hoy han hecho que ejerza mi profesión con ética y honradez.

Betsy Ojeda Carpio



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

AGRADECIMIENTO

Este proyecto de tesis quisiera agradecer primero a Dios por sus bendiciones y guía a lo largo de mi vida. Porque sin el nada es posible.

A mis padres porque sin su apoyo y cuidado no hubiera podido emprender esta carrera y mucho menos culminar.

A mis directores de tesis que han apoyado mi proyecto con su experiencia y conocimientos lograron ayudarme durante esta etapa de mi vida.

Por supuesto un gran agradecimiento a la Universidad Católica que me abrió las puertas a un mundo profesional, en el que ayudaron a formarme durante los 5 años que estuve como alumna, llevando en alto el nombre de esta prestigiosa institución a lo largo de mi vida profesional y personal.

Maritza Saltos Quimí



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de tesis a Dios, por su inmenso amor, sabiduría y misericordia que me han guiado y cuidado en cada minuto de mi vida.

A mis padres que han sido mi apoyo en todo momento y cada uno de mis sueños, depositando en mí su confianza plena que podría lograrlo.

A mi esposo y familia que a lo largo de este proceso me han brindado de su cariño y apoyo incondicional.

Y a mis amigos, compañeros para que sepan que no hay nada imposible que con perseverancia y confianza plena en Dios, todas nuestras metas podemos alcanzar

Maritza Saltos Quimí



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

DEDICATORIA

Este ha sido un largo camino en el que Dios me ha acompañado y guiado, a el le dedico a el mi tesis y mi vida

A mi familia, mi esposo y mis hijos que han compartido conmigo cada paso que he dado y con su amor han sido mi apoyo en momentos difíciles.

Mis padres que me apoyándome desde el inicio, impulsándome a seguir adelante ante cualquier dificultad.

Betsy Ojeda Carpi

Resumen Ejecutivo

El portal Web tiene como objetivos la investigación, desarrollo y difusión de la música del Ecuador en todas sus manifestaciones.

En su largo recorrido ha logrado poner en circulación materiales fundamentales para el estudio de las diferentes manifestaciones musicales y artísticas del país.

Ha colaborado con la mayoría de instancias vinculadas al quehacer cultural ecuatoriano, resultado de cuya participación se han coproducido múltiples eventos de investigación, capacitación, creación y difusión musical y artística.

Lamentablemente es lírico cuando se habla de los derechos de los artistas, prácticamente somos marginados, no confían en el talento nacional, a pesar de contar con una gran masa de gente que se han dedicado por entero al arte, pero nadie ha reconocido el esfuerzo y el sacrificio del artista nacional.

Es incomprensible la actitud de empresarios que, sabiendo de la calidad profesional que hay en Ecuador, les dan prioridad a los artistas foráneos a los que no tenemos nada que envidiar, porque sí estamos preparados para cualquier presentación a nivel nacional o internacional.

Hoy, es un día especial para todos los artistas del Ecuador, en particular a los manabitas que orgullosamente contamos con un gran número de excelentes artistas que siempre colaboramos cuando nos solicitan, pero que cuando cobramos contratan a los de otras provincias.

Este portal Web permite impartir los servicios de: historias, biografías académicas y excelencia en la carrera del artista ecuatoriano con la finalidad de conocer un poco más de quienes representan a nuestro país con su voz y música para así valorar el esfuerzo y talento de nuestro artista ecuatoriano.

INDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN	Página 1
CAPITULO 1: DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	Página 3
1.1.1 Historia del Arte	Página 3
1.1.2 Principales iconos del arte ecuatoriano	Página 8
1.1.3 El portal web como medio de difusión	Página 9
1.1.4 Las Redes Sociales en el Posicionamiento y su Importancia	Página 10
1.2 Problema de Investigación Planteamiento del problema	Página 13
1.2.1 Síntomas	Página 15
1.2.2 Causas	Página 17
1.2.3 Pronóstico	Página 19
1.2.4 Control al pronóstico	Página 20
1.2.5 Formulación del problema	Página 21
1.2.5.1 Sistematización del Problema	Página 21
1.3 Objetivos de la Investigación	Página 22
1.3.1 Objetivo general	Página 22
1.3.2 Objetivo específico	Página 22
1.4 Justificación de la Investigación	Página 23
1.4.1 Justificación teórica	Página 23
1.4.2 Justificación metodológica	Página 23
1.4.3 Justificación Práctica	Página 24
1.5 Marco de referencia de la investigación	Página 24
1.5.1 Marco teórico	Página 24
1.5.2 Integración del sistema al portal web	Página 32
1.5.3 Alcance del proyecto	Página 33
1.5.4 Marco conceptual	Página 33
1.6 Formulación de hipótesis y variables	Página 39
1.6.1 Hipótesis general	Página 39
1.6.2 Hipótesis particulares	Página 40
1.6.3 Variables dependientes e independientes	Página 40
1.7 Aspectos metodológicos de la investigación	Página 41
1.7.1 Tipo de estudio	Página 41
1.7.2 Método de investigación	Página 41
1.7.3 Fuentes y técnicas para la recolección de información	Página 41

1.7.4 Tratamiento de información	Página 42
1.7.4.1 Técnicas de la información	Página 42
1.7.4.1.1 Observación indirecta	Página 42
1.7.4.1.2 Observación científica	Página 43
1.7.4.2 La técnica de la encuesta	Página 43
1.7.4.3 La técnica de la lectura científica	Página 43
1.7.4.4 Tratamiento de la información	Página 44
1.8 Resultados esperados	Página 44
CAPITULO 2: ANÁLISIS, PRESENTACIÓN DE RESULTADOS Y DIAGNOSTICO	Página 45
2.1 Análisis de la situación actual	Página 45
2.1.1 Análisis sobre la realidad socio-económico del artista ecuatoriano	Página 45
2.1.1.2 Impacto económico de las redes sociales en los negocios	Página 51
2.2 Análisis del sector	Página 51
2.2.1 Análisis del mercado, exposición del arte	Página 51
2.2.2 Análisis FODA	Página 53
2.3 Investigación del mercado	Página 54
2.3.1 Análisis descriptivo	Página 54
2.3.2 Alcance de la encuesta	Página 54
2.3.3 Tiempo de estudio	Página 55
2.3.4 Resultado de la encuesta	Página 59
CAPITULO 3: PRESENTACIÓN DEL PORTAL WEB	Página 65
3.1.1 Definir el problema	Página 65
3.2 Objetivos del portal web	Página 66
3.2.1 Definir grupo objetivo	Página 66
3.3 Concepto del portal web	Página 66
3.3.1 Concepto de creatividad	Página 67
3.4 Planing	Página 67
3.4.1 Duración del portal web	Página 67
3.4.2 Presupuesto del portal web	Página 68
3.5 Desarrollo del portal web	Página 69
3.5.1 Diseño del portal web	Página 69
3.5.1.1 Logo	Página 69
3.5.1.1.1 Justificación	Página 71
3.5.1.2 Tipografía del portal web	Página 73
3.5.1.2.1 Elementos del diseño	Página 73
3.5.1.2.2 Elementos del texto	Página 73
3.5.1.2.3 Elementos de diagramación	Página 76
3.5.1.2.4 Elementos del sitio	Página 77
3.5.2 Especificación de los elementos	Página 79

usados en el portal web	
3.5.2.1 Para navegar en el portal web	Página 79
3.5.2.2 Materiales	Página 86
4 Conclusiones	Página 86
5 Recomendaciones	Página 87
Bibliografía	Página 88

INDICE DE TABLAS

Tabla 1	Página 9
Tabla 2	Página 59
Tabla 3	Página 68
Gráfico 1	Página 59
Gráfico 2	Página 60
Gráfico 3	Página 61
Gráfico 4	Página 62
Gráfico 5	Página 63
Gráfico 6	Página 64

INDICE DE FIGURAS

Figura 1	Página 4
Figura 2	Página 5
Figura 3	Página 5
Figura 4	Página 9
Figura 5	Página 9
Figura 6	Página 11
Figura 7	Página 11
Figura 8	Página 32
Figura 9	Página 69
Figura 10	Página 77
Figura 11	Página 77
Figura 12	Página 77
Figura 13	Página 78
Figura 14	Página 78
Figura 15	Página 79
Figura 16	Página 80
Figura 17	Página 81
Figura 18	Página 82
Figura 19	Página 83
Figura 20	Página 84
Figura 21	Página 85

INTRODUCCIÓN

Desde el inicio de la historia el arte ha sido y será una de las principales disciplinas que mueve al mundo y que además es considerada como una de las mejores terapias en niños y adultos con discapacidades físicas y mentales.

Sin embargo el arte es una actividad vinculada directamente con el comercio pero en el Ecuador no está siendo explotado, ni valorado como se debería; razón por la cual muchos diseñadores de categoría se han visto en la necesidad de migrar en busca de mejores oportunidades y desarrollo.

El presente proyecto propone una solución eficiente; combinando el concepto principal de las redes sociales, la publicidad y las artes plásticas en un solo contexto, este permitirá fomentar el arte enfocado a conseguir nuevas fuentes de trabajo autónomas de las cuales los mismos diseñadores serán responsables y directos beneficiarios, este objetivo se verá fusionado con el uso de redes sociales, donde los diseñadores puedan crear perfiles personalizados y podrán manejar sus cuentas y tendrán contacto directo con los potenciales clientes.

Se propone desarrollar una base de datos organizada estratégicamente con la que se espera captar la atención del público y estimular a la suscripción a esta red social, esperando con esto poder cubrir la falta de publicidad que ha llevado que el arte y sus nuevos exponentes no tengan tanta comercialización ni ingresos considerables, como para poder continuar su trabajo y vivir de aquello.

Considerando que el arte ha captado la atención con el paso de la historia en el Ecuador, se espera rescatar ese mismo interés pero enfocado en los productos ecuatorianos, principalmente dentro del país, que es donde hay

Portal web cultural aplicando el modelo de negocio de las redes sociales

desinterés por lo nuestro. Haciendo un recorrido por la historia se puede ver cómo ha ido evolucionando la forma de dar a conocer un producto o servicio.

El Ecuador se ha caracterizado por su belleza artística, calidad de materiales y trabajo. El presente proyecto se enfoca en resaltar por medio de fotografías y trato directo con los creadores para estimular las compras virtuales, y curiosidad por conocer más sobre las artes plásticas nacionales.

1. CAPITULO I

1.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1.1. Historia del Arte

La historia del arte es un paso por los estilos a través del tiempo; en el Ecuador se puede dividir en tres etapas:

- a. Arte precolombino
- b. La colonia
- c. Arte contemporáneo

a. ¹ **El Arte Precolombino.-** Es la manera como se designa al conjunto de realizaciones artísticas e intelectuales como escultura, arquitectura, arte rupestre, cerámica, textil, metalistería y pintura realizadas en el continente americano durante el periodo precolombino en América. Este es el elemento principal que permite el conocimiento y reconocimiento de las civilizaciones precolombinas, la prueba de su nivel de desarrollo y la capacidad de transformación de su medio ambiente.

El término "precolombino" deriva de PRE Colombia antes de Colón , términos amplios todo aquello que estaba en América antes de la llegada de los españoles en 1492. En cambio designa un espacio de tiempo y unas culturas muy concretas que dejaron su huella permanente en el arte y son hoy objeto de un profundo estudio científico.

¹ Texto tomado desde: http://es.wikipedia.org/wiki/Arte_precolombino

Ello implica un marco de tiempo que va desde el 1500 A.C. hasta 1492, lo que implica también el periodo formativo o preclásico, el clásico y el posclásico.

²Avanzando en la historia, y centrándonos en el actual Ecuador, llegamos a la primera cultura cerámica y agrícola, llamada Valdivia (3200 a. C., Marcos, Lathrap, 1978), en la Península de Santa Elena, provincia del Guayas, donde se descubren restos de la domesticación del maíz, algodón, y otras plantas. Como dije, Valdivia era una cultura cerámica, que realiza figurines y vasijas de uso utilitario y ceremonial, además de conjuntos habitacionales circulares como el de Real Alto (Jorge Marcos, 1981).

A partir de ésta, mil años después, en el mismo territorio, la cultura Chorrera (1300 a.C., Bischof, 1975), despliega en su cerámica la naturaleza que le circunda, con vasijas en forma de animales y frutos, y es en los restos de esta cultura que encontramos el primer diseño de un sello, en forma de una pirámide vista desde arriba, pero es en diferentes zonas del Ecuador donde habitaban culturas, así en la Amazonía, como en el área andina y litoral, donde existían grupos en constante avance de conocimientos a todos los niveles.

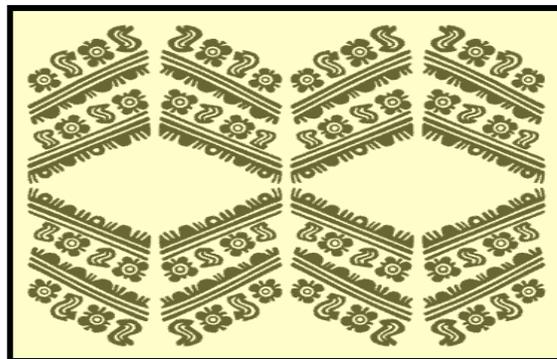


Figura1.- Diseño de sellos.

Llegamos así hasta los 500 años antes de Cristo, donde las culturas La Tolita, en la provincia de Esmeraldas, Jama-Coaque y Manteño, en la provincia de Manabí, donde se encuentran la mayoría de los sellos sobre los que trata esta investigación.

² <http://aylecuadoriana.blogspot.com/2010/10/huellas-del-pasado.html>

Los sellos son piezas de cerámica (barro cocido), en forma cilíndrica y plana, de diferentes tamaños que fluctúan entre 16cm. de alto y 4 cm. de ancho hasta 2cm. de alto y 1cm. de ancho; con dibujos en relieve y la superficie completamente lisa.

Esto nos dio una visión más completa del movimiento con el que fueron creados, por lo tanto, descubrimos el método para verlos y empezamos a encontrar figuras estilizadas, correspondientes a deidades, flora y fauna, personajes y construcciones arquitectónicas, como pirámides, templos y terrazas de cultivo, las posibilidades de interpretación resultaron increíbles.

En la Amazonía, los dibujos de las deidades corresponden con los ideogramas señalados, así las cuadrículas de una serpiente se repiten en un gráfico precolombino de la misma forma. Los símbolos del sol, mantienen ópticamente el movimiento, el vuelo de las aves, el camino de un río, las construcciones habitacionales, el desarrollo poblacional, la fecundidad, como elemento de la continuidad de la especie.



Figura 2.- Sellos hechos en cerámica con símbolo de sol.



Figura 3.- Sellos hechos en cerámica.

b. Arte Colonial.- ³Se desarrolló en América durante los siglos XVI, XVII Y XVIII. Durante este periodo, el territorio de nuestro continente estaba dividido en colonias dependientes del imperio español, lo que permitió el paso del arte barroco de España al nuevo mundo.

³ <http://www.arqhys.com/construccion/colonial-escultura.html>

El arte colonial floreció bajo la influencia del barroco y las ideas católicas de la contrarreforma. Las iglesias católicas tenían interés en demostrar las colonias, su poder y grandiosidad, por eso el arte jugó un papel determinante para difundir las ideas religiosas a la vez le sirvió para combatir las creencias y prácticas de las religiones indígenas. De esta época nace: La Arquitectura Colonial; La Pintura Colonial y la Escultura Colonial

- **Arquitectura Colonial:** Los elementos constructivos más utilizados durante la colonia fueron el arco de medio punto, las columnas, las pilastras, los muros, y los contrafuertes. Los materiales de construcción fueron el barro cocido, el ladrillo, la madera y la caña, los cuales no le restaron calidad y belleza a la edificación.
- **Pintura Colonial:** Se destacaron escenas de la vida cotidiana y escenas religiosas: estas últimas para decorar el interior de las iglesias. La composición pictórica era solamente y simétrica, se utilizó el óleo como técnica, los pintores más destacados de este periodo fueron Juan Pedro López y Antonio José Landaeta. Las primeras pinturas fueron europeas que se conocieron por estampas o ilustraciones de los libros religiosos, la temática era fundamentalmente religiosa y de finalidad catequista, como recursos visuales para señalar la fe católica.
- **Escultura Colonial:** La temática de la escultura colonial estuvo vinculada a la historia religiosa, las imágenes para el culto fueron traídas desde España, su forma técnica e iconografía influyeron en los sencillos talleres que abrieron los misioneros, la producción principal estuvo dedicada a retablos, altares e imágenes talladas, entre otros.

Con el propósito de darles mayor realismo a estas imágenes se les colocaba pelucas, trajes a la medida y otros accesorios. Se destacaban:

- Imágenes de talla completa: rostros, manos y tajes tallados en madera.

- Imagen de vestir: el rostro y las manos y eran vestidas con trajes y accesorios verdaderos.
- Imagen de tela enconada: cuando se les tallaba el rostro y las manos y el traje se les moldeaba con telas engomadas y pintadas que daban forma.
- Imagen de relieve: cuando solo se tallaba un lado de la tabla y también se coloreaba.
- Imagen de Botella: una especie de tríptico único con pequeñas bisagras que cerrado adquiría la apariencia de una botella.

La Orfebrería: continuo la tradición estilística europea pero logro un valioso desarrollo y creatividad como lo comprueban las custodias, jarras, platos, cálices y otros objetos alegóricos.

c. Arte Contemporáneo.- ⁴Es el que se ha producido en nuestra época; es decir; el arte actual. El concepto de la contemporaneidad aplicado al arte puede ser entendido de diferentes maneras:

- Extendido al arte de toda la Edad Contemporánea (que comienza a finales del siglo XVIII).
- Al arte del siglo XX (caracterizado por las vanguardias artísticas)

Al arte del mundo actual se definió como término historiográfico todo lo posterior a la Segunda Guerra Mundial en 1945, la mayor parte de los museos de arte suelen denominar arte contemporáneo a las colecciones de ese período y actualmente se entiende que es el surgido de la caída del muro de Berlín en 1989.

Sin embargo todo lo contemporáneo corresponde a un criterio cronológico, sobre todo aquello que se desarrolló dentro del presente inmediato El arte contemporáneo es definido por su ruptura con el academicismo y por su

⁴ http://es.wikipedia.org/wiki/Arte_contempor%C3%A1neo

adecuación a renovadas y provocativas teorías del arte, tales como: el arte deshumanizado, el arte puro, la muerte del arte, la crisis del objeto artístico, el arte independiente, etc.

Lo mismo ocurre con los conceptos de moderno y contemporáneo aplicados a cada una de las bellas artes, especialmente de las artes visuales: arquitectura moderna, arquitectura contemporánea, pintura moderna y pintura contemporánea, escultura moderna o escultura contemporánea; o con el menos usado concepto de arte postmoderno (desde los años 1970).

En la actualidad el arte contemporáneo o moderno se expresa a través de varias disciplinas son: Ballet; Artes Gráficas Digitales; Diseño de Joyas; Diseño de ropa; Diseño de Interiores; Artes Plásticas; Arte Urbano; etc.

1.1.2. Principales Iconos del arte Ecuatoriano

En el arte Ecuatoriano se destacan varios artistas y diseñadores que han marcado la historia y han dejado un legado vigente de conocimientos para los nuevos y renacientes diseñadores.

Entre los principales artistas Ecuatorianos se destacan:

• Aníbal Villacís	• Estuardo Maldonado	• Marcelo Aguirre
• Camilo Egas	• Jorge Artieda	• Oswaldo Viteri
• Enrique Tábara	• Luigi Stornaioli	• Oswaldo Guayasamín
• Eduardo Kingman	• María Verónica León	• Voroshilov Basante

Tabla 1.- Artistas Ecuatorianos.



Figura 4.- Pintura de Eduardo Kingman.- En sus pinturas se destacaban las manos.



Figura 5.- Pintura de Oswaldo Guayasamín.- En sus pinturas se destacaba el rostro.

1.1.3. El portal Web como medio de difusión

El Internet como medio de difusión, es un canal a través del cual se puede transitar el tráfico de información de los medios de comunicación ya existentes, tales como: prensa escrita, radio y televisión.

El Internet abre nuevas posibilidades de comunicación logrando captar un radio mas amplio de cobertura llegando a varios puntos del mundo a través de un link y un clic; disponer de este medio permite al proyecto en pie una mayor difusión de los nuevos diseñadores nacionales y sus productos a nivel mundial.

Sin embargo, este canal tiene algunas peculiaridades de características extraordinarias, que mencionamos a continuación:

- El Internet es considerado como un canal universal, que soporta sin dificultad el tráfico de todos los medios de comunicación.
- Desempeña funciones conectoras.
- Es un canal bidireccional y por consiguiente interactivo
- Cobertura Ilimitada

*Universidad Católica Santiago de Guayaquil – Facultad de Artes y Humanidades-Ingeniería en Sistemas Multimedia.
Betsy Ojeda Carpio y Maritza Saltos Quimí*

Por lo tanto es importante rescatar la valides de los medios tradicionales; los que además de ser accesibles permiten dar a conocer de manera local las diferentes actividades suscitadas a nivel nacional.

Sin embargo el Internet como medio de comunicación rompe esquemas de información dota de grandes destrezas como lo es:

- Ser **multilinguaje**, capaz de utilizar simultánea y articuladamente los lenguajes propios de todos los medios.
- Ser **hípertextual**, capaz de niveles y ramificaciones de referencias en número indefinido.
- Ser **personalizable**, capaz de ofrecer las informaciones que cada usuario individualmente demande, en el volumen que pida y con el formato que prefiera.

1.1.4. Las Redes Sociales en el Posicionamiento y su Importancia

Antes de evaluar a las redes sociales en el posicionamiento; primero hablaremos sobre su concepto.

¿Qué son las redes Sociales?

⁵Las redes sociales son sistemas o estructuras sociales en los que se realiza un intercambio entre sus miembros, y de los miembros de una red con los de otra, que puede ser otro grupo u otra organización. Esta comunicación dinámica permite sacar un mejor provecho de los recursos que poseen los miembros de estas redes.

⁵ <http://www.editum.org/Que-Son-Las-Redes-Sociales-En-Internet-p-316.html>



Figura 6.- Logos de diferentes redes sociales



Figura 7.- Logo de Twitter, la red social mas usada en la actualidad.

⁶El posicionamiento Web en buscadores, también es llamado SEO (Search Engine Optimization), este nos sirve para conseguir alzar su negocio entre las primeras posiciones. Y requiere distintas fases de intervención. ⁷El SEO, acrónimo de la terminología inglesa Search Engine Optimization, se encarga de promover la promoción y el posicionamiento de las páginas Web, generando un incremento en el tráfico Web que conlleve un crecimiento de las ventas o vistas.

Los motores de búsquedas poseen cada vez más poderosas capacidades semánticas que le habilitan a comprender mucho más y mejor el lenguaje colaborando con la existencia de las redes sociales, y de forma especial el que la mayoría de los millones de usuarios pertenecen o usan a una o más de una red social. Las redes sociales han facilitado la popularidad de los sitios y han ayudado a su aprobación o desaprobación social.

Actualmente es vital para los logros del posicionamiento web o posicionamiento en buscadores, estar presente de manera proactiva en las distintas redes sociales para conseguir y alcanzar un target ideal. En las

⁶ <http://www.yugler.com/article.php?id=88830&act=print>

⁷ <http://www.articuloz.com/seo-articulos/posicionamiento-web-y-redes-sociales-5334817.html>

generalistas, como Facebook, Twitter o Google+; y las profesionales o más exclusivas, como LinkedIn, Xing o Viadeo. Porque las mismas se han convertido en una fuente permanente de tráfico, de clientes y proveedores.

La importancia de las redes sociales se debe a que este contribuye a construir la reputación online. No obstante ahora deberemos referirnos a la importancia que los links en Facebook y Twitter tienen a la hora de conseguir un buen posicionamiento Web.

Desde hace tiempo teníamos noticias que las menciones en Twitter y Facebook se consideraban en las búsquedas en tiempo real. La novedad radica en que las menciones ahora son consideradas en el posicionamiento natural, teniendo quizás más importancia que un link en cualquier otro sitio.

Entonces; **¿En que contribuyen las redes sociales al proyecto planteado?**

La popularidad y casi vitalidad del uso de estas redes en los diferentes puntos del mundo, nos permite dejar una puerta abierta para la exhibición o desarrollo de la marca ecuatoriana en cuanto a arte se refiere; el potencial de generar estrategias marketeras a través de estas redes permite fortalecer los fines lucrativos planteados.

No se trata de crear perfiles y seguir gente sino de lograr una verdadera interacción, lograr producir un eco en la comunidad y ser considerados un sitio de valor por los usuarios.

Considerar a las redes sociales como una técnica de construcción de redes de enlace es no llegar a ver el verdadero valor que las mismas pueden tener como potenciadoras y movilizadoras en el ranking de una página web. Las redes sociales se han convertido en punto de referencia para potenciales compradores y ameritan por sí mismas el mayor esfuerzo que pueda ser

aplicado en el desarrollo de su crecimiento. Por ello, es momento de comenzar a rever la verdadera utilidad de las redes sociales en nuestra estrategia de posicionamiento Web.

1.2. Problema de investigación

Planteamiento del problema

1.- No existe sistema web donde se puede encontrar a artistas ecuatorianos y sus creaciones.

En el sistema web aún no se han desarrollado páginas o links interactivos que permitan realizar promoción o exhibición de artistas ecuatorianos; varias de las páginas que se encuentran colgadas en la web corresponden a blog de carácter educativo.

Al no haber este tipo de páginas promocionales o de debut; el proyecto encuentra una oportunidad a través de las redes sociales; ya que estas se mueven a través de referidos.

2.- Los Blogs de arte son poco atractivos y hace perder el interés de parte de los visitantes de los Blogs.

Los actuales Blogs que son elaborados en la Web para fomentar el arte ecuatoriano tienen muchas limitantes; desde la parte visual hasta la parte informativa. Estos Blogs están enfocados en solo desarrollar el arte como historia y no como tema de actualidad.

El proyecto generacional tiene como objetivo mostrar al artista Ecuatoriano en su esencia y concepto, brindado mejores y amplias alternativas visuales para la explotación de sus productos.

*Universidad Católica Santiago de Guayaquil – Facultad de Artes y
Humanidades-Ingeniería en Sistemas Multimedia.
Betsy Ojeda Carpio y Maritza Saltos Quimí*

3.-Pocos de los artistas que se promocionan por medio del Internet se encuentran dispersos en la web.

La estructura de difusión que en la actualidad se maneja es muy dispersa; no existen páginas web que permitan encontrar dentro de un mismo espacio la diversidad de artistas ecuatorianos.

En la búsqueda se abren diferentes links los que de una u otra forma llevan al aburrimiento del cibernauta y por ende al abandono de la red.

4.- Falta de exhibiciones artísticas en a través de la web

Es muy común encontrar en la red unas pocas imágenes sobre los artistas; la misma falta de interés o de preocupación por parte del blogger no da pauta para que este desarrolle espacios dedicados 100% a la exhibición detallada de cada artista.

Sin embargo, el portal web del proyecto propone brindar estos espacios para que cada artista suscrito a esta página pueda colgar cada diseño de acuerdo a su tiempo y evolución, como valor agregado, cabe recalcar que esta pagina le brindara la oportunidad de negocio.

5.- No hay un medio interactivo por el cual el artista pueda contactar a sus potenciales clientes

Al haber limitante de carácter lucrativo; el portal abrirá links de conexión para consultas en cuanto a la obra/diseño ya sea en características o precios; permitiendo que sea el artista quien decida cómo y cuando atender a sus potenciales clientes.

1.2.1. Síntomas

1.- Falta de interés y conocimiento en los artistas ecuatorianos y sobre la calidad de sus trabajos.

Cuando los ecuatorianos buscan calidad en sus compras, confían más en productos extranjeros por supuestos mejores productos y mejor mano de obra, pero no se percatan de que los productos primos para fabricación en su mayoría son nacionales, y ni que decir de la mano de obra, si los trabajadores en el extranjero son migrantes latinos que han salido en busca de una mejor remuneración salarial.

Esta ceguera que ha causado la publicidad internacional ha tenido como consecuencia un declive en ventas nacionales. Podemos ver como aun con campañas de “primero lo nuestro” se intenta rescatar esto, pero es algo difícil dado que los ecuatorianos tienen bien marcado que lo extranjero es lo mejor.

2.- Los artistas se han dedicado a difundir su obra por otros medios quitándole importancia a lo estético de sus diseños web

Cuando se encuentran con blogs de artistas con bajos niveles estéticos, y diseños inapropiados para exponer arte, los usuarios llegan a desanimarse para continuar explorando y conocer sus obras, esto provoca que las ventas disminuyan. Por esto es que la correcta presentación es un punto importante al exponer, ya que de esto depende si una venta se concreta o no.

Otros artistas optan por murales, pero van abusando de la propiedad privada y crean un impacto contrario al que buscaban obtener, las personas llegan a

enojarse al verse involucrados en algo que no querían, como son letreros pintados en sus paredes, murales, vallas artesanales, etc.

3.- El artista ecuatoriano busca auto-promocionarse sin encontrar la forma de integrarse a un mismo sitio web.

En el país existe una alta tasa de desempleo, donde el artista ecuatoriano forma parte de los subempleados; motivo por el cual los artistas buscan auto promocionarse a través de diferentes medios muchas veces sobrevalorando su trabajo y huyendo de otros artistas los que muchas veces son vistos como competencia.

Pero si se logra crear un canal de comunicación entre ellos, se podrán convencer que más que competencia, son apoyos y críticos con similitud de pensamiento. Para así logren sus expectativas en ventas y en seguidores.

4.- Falta de presupuesto o capital para organizar exposiciones

Las exposiciones de arte son algo costosas, por lo tanto no todos los artistas nacionales pueden contar con una, ya que la mayoría son artistas autónomos, han nacido con un don que ha sido explotado a lo largo de su vida.

Es por esto que la mayoría no cuenta con los recursos económicos necesarios para invertir en exposiciones y publicidad. Contratar a las personas adecuadas para dirigir un evento como este, implica de altos recursos económicos.

5.- Temor por parte del artista por la recuperación del capital invertido

Toda inversión involucra un riesgo, sobre todo cuando de arte se trata es un juego de suerte ya que puede que los espectadores aprecien el potencial del

Universidad Católica Santiago de Guayaquil – Facultad de Artes y Humanidades-Ingeniería en Sistemas Multimedia.

Betsy Ojeda Carpio y Maritza Saltos Quimí

artista, como puede que no lo hagan, este es un riesgo alto para personas que invierten todo o la mayoría de su capital en esto, y que muy pocos están dispuestos a correr y aunque esto es falta de confianza en su arte.

1.2.2. Causas

1.- El interés en los productos ecuatorianos recién está surgiendo.

Gracias a las campañas realizadas por el gobierno el interés en lo nacional se está convirtiendo en el día a día; dejando de lado los productos importados tanto que el negocio de traer productos directamente del exterior a precios relativamente mas económicos, ha sido uno de los negocios más rentables en nuestro país pero no nos damos cuenta que los productos nacionales son de igual o mejor calidad.

Hoy en día con la campaña primero lo nuestro se puede ver una pequeña elevación en el consumo de productos nacionales, pero más en comestibles que en ropa, joyería, pinturas, etc. ya que se ha logrado concientizar que la materia prima que usan en el exterior, es la nuestra, o de países sub-americanos.

2.- Pocos canales o sitios web dedicados para la difusión del arte

Los artistas se han dedicado a difundir su obra por otros medios y le han dado poca importancia a lo estético de sus diseños web, como es en el caso de blogs que los diseños son básicos, lineales, dan poca opción a crear un mundo virtual interactivo, atractivo, visualmente didáctico sin embargo ofrecen la opción de que publiquen comentarios, mensajes, pero sus diseños generan poco interés.

Sin embargo la web es un medio económico y por eso más usado, ya que publicidad en medios escritos, audiovisuales su costo es elevado, y su manejo no es tan personal como con un medio por internet tales como los blogs, redes sociales, revistas online, portales webs. en estos el diseñador puede manejar su información y con quien la comparte, aparte de la comunicación usuario - creador es recíproca y les da opción a desarrollarse sobre la base de críticas hechas por sus seguidores.

3.- Pocos inversionistas

Existe en el país una agrupación llamada "Asociación de Artistas Ecuatorianos" que se encarga de registrar y clasificar a los artistas que desean formar parte de esta asociación, no da mayor beneficio más que formar parte de un grupo organizado de artistas, en donde pueden pedir cierta ayuda, pero en parte el buscar ser independiente con algo de suerte les genera mayores ingresos y a la final el objetivo principal de la mayoría es la independencia.

La falta de exhibiciones artísticas a través de la web, no permiten el desarrollo comercial y profesional de la marca nacional; actualmente se manejan mediante subastas virtuales las que generalmente no son 100% efectivas al momento de la valorización del producto, si logra vender al precio justo, el artista ganara , pero si el precio es un mínimo de lo que invirtió, este se encontrara a perdida, el objetivo es lograr que se convierta en una buena venta y a su vez en una buena compra, es decir un juego de Ganar – Ganar.

La Web destinada para esta gestión, pretende generar un sitio ameno que permita la interacción y la comunicación de ambas partes sea oportuna y eficiente.

En la actualidad no hay un medio interactivo por el cual el artista pueda contactar a sus potenciales clientes, como se menciona anteriormente, los medios de comunicación son poco interactivos, en un blog encontramos que se pueden dejar mensajes cortos, comentarios y sugerencias, pero no son tan promocionadas ni usadas por su poco atractivo visual. En las redes sociales tradicionales encontramos la misma situación, poco atractivo y como vivimos en un mundo superficial y en donde lo visualmente atractivo es lo que llama, se tiene que buscar mejorar esos detalles visuales, fáciles de manejar, carismáticos para así por llegar a que los artistas puedan conocer más de los usuarios y sus gustos de forma directa, porque así como cambia la moda, aceptación de colores y demás en el exterior, así mismo cambian aquí, que es donde más se dejan llevar por lo exterior, hasta lograr asentarse y crear sus propias tendencias, satisfacer necesidades personalizadas, desarrollarse a los gustos de sus clientes, moldear a sus clientes a sus gustos por medio de sugerencias, todo esto se lograría mejorar con un buen medio interactivo por el cual puedan comunicarse.

1.2.3. Pronóstico

En la actualidad el arte ecuatoriano a pesar de encontrarse en constante desarrollo, aun no ha logrado alcanzar el más alto nivel de reconocimiento internacional, la falta de explotación e inversión para la masificación de esta carrera ha generado brechas económicas y discriminatorias en la sociedad.

Muchos artistas nacionales se han formado bajo recursos propios e inclusive en muchos casos existen aquellos empíricos quienes ha pesar de no contar con los medios adecuados y la educación requerida; han luchado día a día con la sociedad para ganar un espacio, en muchos de estos casos sobrevalorando sus obras y viviendo de lo poco que esta profesión les da.

De seguir manteniéndose esta realidad; la industria o el arte ecuatoriano no se podrá desarrollar a nivel nacional mucho menos internacional.

Los medios de comunicación no brindaran sus espacios para promover o promocionar a los nuevos y a los actuales talentos; incrementando el desinterés por el arte Ecuatoriano, a su vez cada día será más difícil promover nuevos artistas e incluso será más complicado captar la atención de nuevos emprendedores e inversionistas, dejando a los nuevos rostros del diseño en el completo anonimato.

1.2.4. Control al Pronóstico

Con el manejo adecuado de colores, fotografías y demás recursos multimedia lograremos brindar un excelente producto, visualmente atractivo, que sea de fácil manejo para los artistas tanto como para los usuarios, con esto pondremos en manos de los usuarios un Portal web en el que encontrarán toda la información necesaria para ponerse en contacto con los artistas de forma directa y revisando previamente los productos que desean, teniendo como opción poder dar opiniones sobre el mismo, como se usan en las redes sociales.

Se desea crear una propuesta atractiva a los artistas para que les interese formar parte de una base de datos que ayude a promocionarlos y a su vez con el uso de este nuevo medio de comunicación se ahorrara en dinero de exposiciones y se aspirara a generar más ventas. Dándole a los usuarios la oportunidad de estar en contacto directo con sus clientes desde el portal web, con la opción de chat en tiempo real.

1.2.5. Formulación del Problema

¿Cómo lograr difundir de manera efectiva a los artistas y diseñadores Ecuatorianos a través de las redes sociales?

1.2.5.1. Sistematización del Problema

1.- ¿Cuáles han sido los motivos por los que no existen sitios web dedicados a la difusión de artistas y diseñadores ecuatorianos?

Esto se debe al poco énfasis que pone el mercado Ecuatoriano en sus propios productos, sin embargo cabe resaltar la importante gestión del gobierno, donde se prioriza el consumo nacional.

2.- ¿Qué estrategias se pueden emplear para la efectividad de este portal?

Dentro del arte se pueden desarrollar distintas técnicas, estas dependen de su grupo objetivo, es decir que cada campo tiene una estrategia que explotar; dentro de estas nombraremos: Campañas BTL/ El Uso de Medios Autóctonos ATL/ Internet/ Campaña Primero Ecuador.

3.- ¿Cómo incentivar y promover la adquisición de las obras y diseños?

El incentivo viene de parte de los medios de comunicación y del gobierno; que hoy por hoy lo está logrando.

La promoción y el reconocimiento es lo que mueve al artista

4.- ¿Cómo lograr que publicitar en sitios web sea menos costoso que en medios tradicionales?

A través de las relaciones publicas, exponer el arte a través de un espacio masivo.

1.3. Objetivos de la Investigación

1.3.1. Objetivo General

La implementación de un portal web para la difusión de los artistas ecuatorianos a nivel nacional e internacional que permita fomentar el arte y promover sus productos con fines comerciales.

1.3.2. Objetivo Especifico

El desarrollo no solo cumple con un objetivo; este también permite visuales varios objetivos específicos; desarrollados a continuación:

- Masificar el arte moderno por medio de redes sociales
- Promocionar la actividad económica del artista a nivel nacional e internacional a través de sus trabajos
- Desarrollar marca nacional autónoma
- Fomentar nuevos intereses en el arte por parte de estudiantes
- Romper el estatus-quo de la sociedad hacia el arte
- Desarrollar un chat interactivo

1.4. Justificación de la investigación

1.4.1. Justificación Teórica

En la actualidad los artistas y diseñadores ecuatorianos están siendo poco reconocidos en el Ecuador, no se les brinda oportunidad para que sus trabajos sean conocidos, destacándose por la calidad.

Está muy extendida la idea de que lo único que existe en arte son las artesanías que se encuentran en los mercados o lo que hace los nativos otavaleños, pero en el Ecuador el arte ha evolucionado de tal manera que hoy goza no solo de pintores sino de diseñadores de ropa y joyería; que poco a poco están dando a conocer sus productos; sin embargo este nuevo grupo de artistas y diseñadores requieren de un impulso que les permita promoverse a nivel internacional.

Con un buen manejo de la publicidad; un destacado uso de la gráfica y una base de datos actualizada que contenga toda la información requerida ; el portal brindará comodidad para el usuario y logrará promover los diferentes productos ecuatorianos.

1.4.2 Justificación Metodológica

Para el presente proyecto de tesis se necesitará investigar sobre arte y sus diferentes clasificaciones, diseñadores y sus exponentes actuales para poder administrar el portal web de una forma excelente.

Primero las investigadoras se enfocarán en encontrar las necesidades principales existentes en el país, con relación al arte y diseño. Se entrevistarán artistas y diseñadores actuales y con ayuda de expertos en este tema, se elegirán a los primeros colaboradores en el proyecto de tesis.

*Universidad Católica Santiago de Guayaquil – Facultad de Artes y
Humanidades-Ingeniería en Sistemas Multimedia.
Betsy Ojeda Carpio y Maritza Saltos Quimí*

1.4.3 Justificación Práctica

Este proyecto podría ser una nueva fuente de trabajo, y ayudar al desarrollo de la economía del país. Con el uso adecuado de diseño, bases de datos, trabajos audiovisuales, multimedia, se espera, al finalizar este proyecto de tesis brindar un producto interactivo que ayude a mejorar la difusión de arte y diseños ecuatoriano, con esto también a la economía del país.

Las autoras esperan que la propuesta de tesis no quede en papeles porque sostienen la creencia de lograr un cambio favorable en la comunidad de artistas y diseñadores.

1.5. Marco de Referencia de la Investigación

1.5.1. Marco Teórico

SOFTWARE LIBRE

⁸**Software libre** (en inglés *free software*) es la denominación del software que brinda libertad a los usuarios sobre su producto adquirido y por tanto, una vez obtenido, puede ser usado, copiado, estudiado, modificado y redistribuido libremente. Según la *Free Software Foundation*, el software libre se refiere a la libertad de los usuarios para ejecutar, copiar, distribuir, estudiar, cambiar y mejorar el software; de modo más preciso, se refiere a cuatro libertades de los usuarios del software: la libertad de usar el programa, con cualquier propósito; de estudiar el funcionamiento del programa, y adaptarlo a las necesidades; de distribuir copias, con lo que puede ayudar a otros; de mejorar el programa y hacer públicas las mejoras, de modo que toda la comunidad se beneficie (para la segunda y última libertad mencionadas, el acceso al código fuente es un requisito previo).

⁸ http://es.wikipedia.org/wiki/Software_libre

El software libre suele estar disponible gratuitamente, o al precio de coste de la distribución a través de otros medios; sin embargo no es obligatorio que sea así, por ende no hay que asociar software libre a "software gratuito" (denominado usualmente freeware), ya que, conservando su carácter de libre, puede ser distribuido comercialmente ("software comercial"). Análogamente, el "software gratis" o "gratuito" incluye en algunas ocasiones el código fuente; no obstante, este tipo de software *no es libre* en el mismo sentido que el software libre, a menos que se garanticen los derechos de modificación y redistribución de dichas versiones modificadas del programa. Tampoco debe confundirse software libre con "software de dominio público". Éste último es aquél que no requiere de licencia, pues sus derechos de explotación son para toda la humanidad, porque pertenece a todos por igual.

Cualquiera puede hacer uso de él, siempre con fines legales y consignando su autoría original. Este software sería aquél cuyo autor lo dona a la humanidad o cuyos derechos de autor han expirado, tras un plazo contado desde la muerte de éste, habitualmente 70 años. Si un autor condiciona su uso bajo una licencia, por muy débil que sea, ya no es dominio público.

SERVIDOR

⁹En informática, un **servidor** es una computadora que, formando parte de una red, provee servicios a otros denominados clientes. También se suele denominar con la palabra servidor a:

⁹ http://es.wikipedia.org/wiki/Aplicaci%C3%B3n_servidor

Una aplicación informática o programa que realiza algunas tareas en beneficio de otras aplicaciones llamadas clientes. Algunos servicios habituales son los servicios de archivos, que permiten a los usuarios almacenar y acceder a los archivos de una computadora y los servicios de aplicaciones, que realizan tareas en beneficio directo del usuario final. Este es el significado original del término. Es posible que un ordenador cumpla simultáneamente las funciones de cliente y de servidor. Una computadora en la que se ejecuta un programa que realiza alguna tarea en beneficio de otras aplicaciones llamadas clientes, tanto si se trata de un ordenador central (*mainframe*), un miniordenador, un ordenador personal, una PDA o un sistema integrado; sin embargo, hay computadoras destinadas únicamente a proveer los servicios de estos programas: estos son los servidores por antonomasia.

TECNOLOGIA JSP

¹⁰JSP es un acrónimo de Java Server Pages, que en castellano vendría a decir algo como Páginas de Servidor Java. Es, pues, una tecnología orientada a crear páginas web con programación en Java. Con JSP podemos crear aplicaciones web que se ejecuten en variados servidores web, de múltiples plataformas, ya que Java es en esencia un lenguaje multiplataforma. Las páginas JSP están compuestas de código HTML/XML mezclado con etiquetas especiales para programar scripts de servidor en sintaxis Java. Por tanto, las JSP podremos escribirlas con nuestro editor HTML/XML habitual.

¹⁰ http://es.wikipedia.org/wiki/JavaServer_Pages

Esta tecnología es un desarrollo de la compañía Sun Microsystems. La Especificación JSP 1.2 fue la primera que se liberó y en la actualidad está disponible la Especificación JSP 2.1.

Las JSP's permiten la utilización de código Java mediante scripts. Además, es posible utilizar algunas acciones JSP predefinidas mediante etiquetas. Estas etiquetas pueden ser enriquecidas mediante la utilización de Bibliotecas de Etiquetas (TagLibs o Tag Libraries) externas e incluso personalizadas. JSP puede considerarse como una manera alternativa, y simplificada, de construir servlets. Es por ello que una página JSP puede hacer todo lo que un servlet puede hacer, y viceversa, Cada versión de la especificación de JSP está fuertemente vinculada a una versión en particular de la especificación de servlets.

El funcionamiento general de la tecnología JSP es que el Servidor de Aplicaciones interpreta el código contenido en la página JSP para construir el código Java del servlet a generar. Este servlet será el que genere el documento (típicamente HTML) que se presentará en la pantalla del Navegador del usuario. El rendimiento de una página JSP es el mismo que tendría el servidor equivalente, ya que el código es compilado como cualquier otra clase Java. A su vez, la máquina virtual compilará dinámicamente a código de máquina las partes de la aplicación que lo requieran. Esto hace que JSP tenga un buen desempeño y sea más eficiente que otras tecnologías web que ejecutan el código de una manera puramente interpretada. La principal ventaja de **JSP** frente a otros lenguajes es que el lenguaje Java es un lenguaje de propósito general que excede el mundo web y que es apto para crear clases que manejen lógica de negocio y acceso a datos de una manera prolija. Esto permite separar en niveles las aplicaciones web, dejando la parte encargada de generar el documento HTML en el archivo JSP.

Otra ventaja es que JSP hereda la portabilidad de Java, y es posible ejecutar las aplicaciones en múltiples plataformas sin cambios. Es común incluso que los desarrolladores trabajen en una plataforma y que la aplicación termine siendo ejecutada en otra. Los servlets y Java Server Pages (JSPs) son dos métodos de creación de páginas web dinámicas en servidor usando el lenguaje Java. En ese sentido son similares a otros métodos o lenguajes tales como el PHP, ASP o los CGIs, programas que generan páginas web en el servidor. Sin embargo, se diferencian de ellos en otras cosas.

Para empezar, los JSPs y servlets se ejecutan en una máquina virtual Java, lo cual permite que, en principio, se puedan usar en cualquier tipo de ordenador, siempre que exista una máquina virtual Java para él. Cada servlet (o JSP, a partir de ahora lo usaremos de forma indistinta) se ejecuta en su propia hebra, es decir, en su propio contexto; pero no se comienza a ejecutar cada vez que recibe una petición, sino que persiste de una petición a la siguiente, de forma que no se pierde tiempo en invocarlo (cargar programa + intérprete). Su persistencia le permite también hacer una serie de cosas de forma más eficiente: conexión a bases de datos y manejo de sesiones, por ejemplo.

Los JSPs son en realidad servlets: un JSP se compila a un programa en Java la primera vez que se invoca, y del programa en Java se crea una clase que se empieza a ejecutar en el servidor como un servlet. La principal diferencia entre los servlets y los JSPs es el enfoque de la programación: un JSP es una página Web con etiquetas especiales y código Java incrustado, mientras que un servlet es un programa Java puro que recibe peticiones y genera a partir de ellas una página web.

PORTAL WEB

¹¹Un **portal de Internet** es un sitio web cuyo objetivo es ofrecer al usuario, de forma fácil e integrada, el acceso a una serie de recursos y de servicios, entre los que suelen encontrarse buscadores, foros, documentos, aplicaciones, compra electrónica, etc. Principalmente están dirigidos a resolver necesidades específicas de un grupo de personas o de acceso a la información y servicios de una institución pública o privada.

SERVIDOR WEB

¹²Un **servidor web** es un programa que implementa el *protocolo HTTP (HyperText Transfer Protocol)*. Este protocolo pertenece a la capa de aplicación del modelo OSI y está diseñado para transferir lo que llamamos hipertextos, páginas web o páginas HTML (HyperText Markup Language): textos complejos con enlaces, figuras, formularios, botones y objetos incrustados como animaciones o reproductores de música.

Es un programa que se ejecuta continuamente en un ordenador (también se emplea el término para referirse al ordenador que lo ejecuta), manteniéndose a la espera de peticiones por parte de un cliente (un navegador web) y que responde a estas peticiones adecuadamente, mediante una *página web* que se exhibirá en el navegador o mostrando el respectivo mensaje si se detectó algún error.

Instalar un servidor web en nuestro PC permitirá, entre otras cosas, poder montar nuestra propia página web sin necesidad de contratar hosting, probar nuestros desarrollos vía local, acceder a los archivos de nuestro equipo desde un PC remoto (aunque para esto existen otras opciones,

¹¹ [http://es.wikipedia.org/wiki/Portal_\(Internet\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Portal_(Internet))

¹² http://es.wikipedia.org/wiki/Servidor_web

como utilizar un servidor FTP) o utilizar alguno de los programas basados en web tan interesantes que están viendo la luz últimamente. El problema de usar nuestro ordenador como servidor web es que conviene tenerlo encendido permanentemente (para que esté accesible de forma continua como la mayoría de los sitios webs), con el consiguiente coste debido al consumo de electricidad (conviene tener en cuenta que hay alojamientos web gratuitos, incluso sin publicidad y con interesantes funciones).

Sin embargo, el hecho de que HTTP y HTML estén íntimamente ligados no debe dar lugar a confundir ambos términos. HTML es un lenguaje de marcas y HTTP es un protocolo.

Un servidor web se mantiene a la espera de *peticiones HTTP* por parte de un *cliente HTTP* que solemos conocer como *navegador*. El cliente realiza una petición al servidor y éste le responde con el contenido que el cliente solicita. A modo de ejemplo, al teclear *www.wikipedia.org* en nuestro navegador, éste realiza una petición HTTP al servidor de dicha dirección. El servidor responde al cliente enviando el código HTML de la página; el cliente, una vez recibido el código, lo interpreta y lo exhibe en pantalla. Como vemos con este ejemplo, el cliente es el encargado de interpretar el código HTML, es decir, de mostrar las fuentes, los colores y la disposición de los textos y objetos de la página; el servidor tan sólo se limita a transferir el código de la página sin llevar a cabo ninguna interpretación de la misma. Sobre el servicio web *clásico* podemos disponer de aplicaciones web. Éstas son porciones de código que se ejecutan cuando se realizan ciertas peticiones o respuestas HTTP. Hay que distinguir entre:

Aplicaciones en el lado del cliente: el cliente web es el encargado de ejecutarlas en la máquina del usuario. Son las aplicaciones tipo Java o Javascript: el servidor proporciona el código de las aplicaciones al cliente y éste, mediante el navegador, las ejecuta. Es necesario, por tanto, que el

cliente disponga de un navegador con capacidad para ejecutar aplicaciones (también llamadas *scripts*). Comúnmente, los navegadores permiten ejecutar aplicaciones escritas en lenguaje *javascript* y *java*, aunque pueden añadirse más lenguajes mediante el uso de *plugins*.

Aplicaciones en el lado del servidor: el servidor web ejecuta la aplicación; ésta, una vez ejecutada, genera cierto código HTML; el servidor toma este código recién creado y lo envía al cliente por medio del protocolo HTTP.⁶

Las aplicaciones de servidor muchas veces suelen ser la mejor opción para realizar aplicaciones web. La razón es que, al ejecutarse ésta en el servidor y no en la máquina del cliente, éste no necesita ninguna capacidad añadida, como sí ocurre en el caso de querer ejecutar aplicaciones *javascript* o *java*. Así pues, cualquier cliente dotado de un navegador web básico puede utilizar este tipo de aplicaciones.

Integración del sistema al Portal Web

El sistema dispone del siguiente diseño lógico de base de datos:

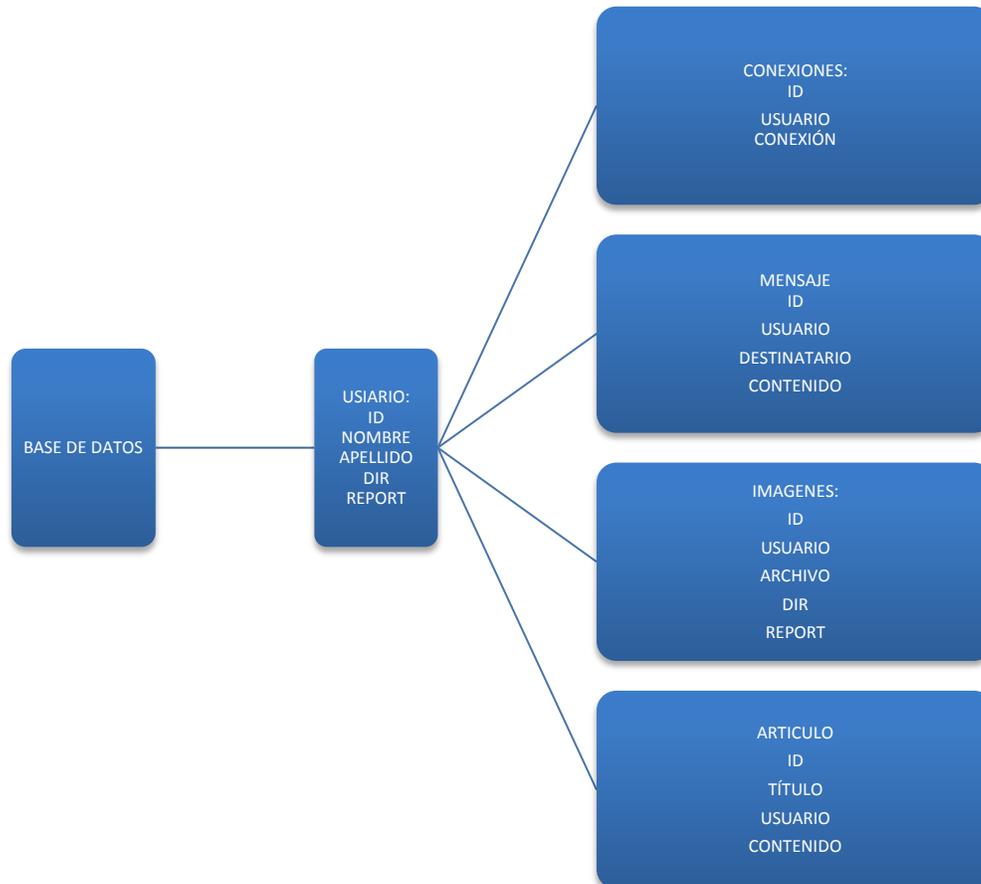


Figura 8.- Integración del sistema al Portal Web

Este nos indica con claridad las tablas que van a permitir la interconexión entre el sistema y la página, las cual va a ser la Tabla “USUARIO”, Vale recalcar que todo esto será posible mediante la utilización de las herramientas descritas anteriormente como son: El servidor web, la tecnología JSP y PHP, y el servicio de base de datos mysql.

1.5.3 Alcance del proyecto

Dentro del ámbito del proyecto se realizó el Diseño e Implementación de un portal web, mediante arquitectura cliente servidor para el sistema de registro del usuario, y conexión entre ellos, esto es realizado con la implementación del software gratuito Joomla y las herramientas JSP, MySQL y PHP.

1.5.4 Marco Conceptual (Glosario de Términos)

- 1. Arte.-** Es entendido generalmente como cualquier actividad o producto realizado por el ser humano con una finalidad **estética** o **comunicativa**, a través del cual se expresan **ideas**, **emociones** o, en general, una visión del **mundo**, mediante diversos recursos, como los **plásticos**, **lingüísticos**, **sonoros** o mixtos
- 2. Acces Counter.-** (contador de acceso).- Un pequeño programa que se inserta en una página Web y registra las veces que dicha página es accedida.
- 3. Applet.-** Pequeña aplicación en línea desarrollada con Java. Son descargados automáticamente desde la Red y ejecutados en el ordenador de usuario.
- 4. Archie.-** Un servicio de Internet que explora una base de datos de sitios FTP en busca de un archivo.

5. Backbone.- La parte de una red que soporta el tráfico principal de datos. Los backbones se encargan de interconectar pequeñas redes o nodos para formar una red más grande y son capaces de transmitir los datos a gran velocidad. En redes grandes, como Internet, suele haber más de un backbone a fin de salvar las grandes distancias entre nodos.

6. Backup.- (Copia de Seguridad).- Copia de seguridad de la información de un ordenador. Se realiza sobre un soporte externo (dickettes, cintas...) para disponer de un respaldo en caso de pérdida de información como un borrado accidental, fallo de hardware...

7. BBS.- Siglas del software de comunicaciones llamado Bulletin Board System , (tablón electrónico de anuncios). Se trata de un sistema que puede instalarse en un ordenador personal y habilita al usuario para conectarse, vía módem, con la posibilidad, entre otras aplicaciones, de enviar mensajes, comunicarse con grupos de interés, obtener ficheros, conversar en tiempo real, etc...

8. Base de Datos.- Conjunto de datos relacionados entre sí que se almacenan juntos y se gestionan en conjunto. Distinguimos distintas clases:

- Distribuidas: Son aquellas en las que la información no está agrupada físicamente en una misma localización, sino que se encuentra repartida en diversos sistemas, generalmente alejados entre sí pero intercomunicados

*Universidad Católica Santiago de Guayaquil – Facultad de Artes y
Humanidades-Ingeniería en Sistemas Multimedia.
Betsy Ojeda Carpio y Maritza Saltos Quimí*

por medio de una red.

Relacionales: Son aquellas que establecen relaciones cruzadas entre varias "tablas" formadas por filas y columnas

9. Bookmarks.- (marcadores).- En un visualizador Web, una lista de sus páginas web favoritas, la cual puede crear mientras va navegando por ahí.

10. Browser.- Navegador o visualizador.

11. Buscador.- Es una base de datos indexada que facilita la búsqueda de recursos en Internet.

12. Caché.- Memoria de alta velocidad que se utiliza como intermediaria entre el procesador y la memoria principal para mantener los datos más recientemente usados. Pueden existir distintos niveles de caché en el computador, y de distintas velocidades, formando parte de la jerarquía de memoria.

13. CGI.- (Common Gateway Interface).-Regula el intercambio de información entre clientes Web y las aplicaciones situadas en el servidor.

14. DNS.- (Domain Name System).-El sistema de nombres de dominio es una base de datos de los nombres de dominio y sus correspondientes direcciones IP. Fue introducido en la Internet a partir de 1984 y actualmente está en plena revisión por la Internet Society (ISOC).

15. Dominio.- "Extensión" final del nombre que identifica el tipo de un sitio Web y permite determinar la actividad principal del sitio. Algunos ejemplos son .com para webs comerciales o .gov para organizaciones gubernamentales...

16. Download.- Descarga de un fichero (coloquialmente "bajarse"), programa o datos, a través de una conexión remota, típicamente Internet.

17. Firewall.- (Cortafuegos) Solución hard/soft que permite proteger una red privada de hackers desde Internet.

18. Gateway.- Dispositivo que permite el enlace entre redes con diferentes características.

19. GSM (Global System Mobile).- Red pública digital internacional de comunicaciones móviles.

20. Hacker.- Persona con conocimientos informáticos, que intenta entrar "ilegalmente" en sistemas informáticos.

21. Hipertexto.- Archivo de texto que contiene enlaces especiales, denominados hipervínculos, para saltar directamente a otra parte del texto o a otro archivo.

22. HTML (HyperText Markup Language).- Lenguaje de marcas de texto basado en SGML. Es un lenguaje declarativo para publicar las páginas de la WWW.

23. Host (Anfitrión).- Se usa indistintamente como sinónimo de ordenador conectado en red o dirección IP. La regla es que cada ordenador "host" tiene una dirección IP.

24. JavaScript.- Es un lenguaje de scripts (pequeños programas) creado por Netscape, y que permite la programación para cualquier plataforma (al igual que el lenguaje JAVA) de eventos, objetos y acciones que pueden ser utilizados en páginas HTML, estándar.

25. Plug-in.- (conectable) Un programa que se conecta a un visualizador Web. Una vez conectado, la funcionalidad del programa se convierte en parte integral del visualizador.

26. Red Recursos.- (sistemas de transmisión, cableado, terminales) que permiten la comunicación entre los usuarios de los equipos informáticos.

27. Redes Sociales.- Las redes sociales son **estructuras sociales** compuestas de grupos de personas, las cuales están conectadas por uno o varios tipos de relaciones, tales como **amistad, parentesco**, intereses comunes o que comparten conocimientos.

28. Servidor.- Ordenador al que podemos conectarnos y con el que podemos compartir recursos.

29. Sitio Web.- Se usa en dos sentidos, como el ordenador que guarda las páginas web en la Red o las páginas web cuyo URL empieza con el mismo nombre de dominio.

30. SSL: (Secure Sockets Layer)- Encripta los envíos asegurando la confidencialidad de la comunicación. Junto con el S-HTTP, son los

sistemas usados actualmente para asegurar la confidencialidad en el pago con tarjetas de crédito a través de la Red

31.URL: (Universal Resource Locator).- El localizador universal de recursos es un puntero a un objeto de la Internet que indica su localización y el método de interactuar sobre él.

32.WWW: (World Wide Web).- Telaraña mundial. Red de recursos de información. Se basa en tres mecanismos para hacer que estos recursos esten disponibles:

- 1.- Un esquema uniforme de nombres para localizar los recursos (URLs).
- 2.- Protocolos para acceder al recurso nombrado sobre la Web (HTTP).
- 3.- Hipertexto para la fácil navegación entre recursos (HTML).

1.6 Formulación de la Hipótesis y Variables

1.6.1 Hipótesis General

A mayor reconocimiento a través del portal web, los artistas podrán ser reconocidos usando adecuadamente fotografías, colores y animaciones, exponiendo así de forma eficiente y visualmente atractiva el portal web y a los artistas aquí expuestos.

Además usando una base de datos en la que los artistas podrán auto-registrarse, crear su espacio bajo la aceptación del usuario, el cual podrá seguirlo, votar por sus diseños y artistas favoritos, mantener comunicación directa con él, para el desarrollo favorable del artista y sus diseños.

1.6.2 Hipótesis particulares

Poner en manos de los usuarios un Portal web en el que encontrarán toda la información necesaria para ponerse en contacto con los artistas, viendo previamente los productos realizados, con el fin de crear una interacción cliente – artista.

Brindar un excelente producto, visualmente atractivo que haga que las siguientes compras sean de mayor cantidad

Servir a los clientes de una forma amena y personalizada, que lleve cada día mas a elegir productos ecuatorianos como primera opción.

Los diseñadores formen parte de una base de datos que los ayude a promocionarse y protegerse de las diferentes amenazas que existen hoy en día, tales como el plagio.

1.6.3 Variables (Independientes y dependientes)

Dependientes:

- 1.-Tengan el suficiente conocimiento de redes sociales, como para usarlo a favor de su economía y no solo de forma social.
- 2.- conocimiento de las diferentes ramas de artes que se han generado en el Ecuador
- 3.- conocimiento a los artistas que no tienen vinculación alguna con las diferentes organizaciones que brinda protección a sus derechos como artistas
- 4.- ayudar a la legalización de obras inéditas

Independientes:

- 1.- Publicidad generada a través del portal web a favor de los artistas
- 2.- A través del conocimiento de las artes, podemos presentar artes inéditas a través de la creación de nuevas cátedras.
- 3.- generar un correcto proceso de inscripción al portal web
- 4.- evitar el plagio

1.7 Aspectos metodológicos de la investigación

1.7.1 Tipo de estudio

Según su finalidad esta tesis será de tipo aplicada y según su objetivo será descriptiva y explicativa, según su diseño será de campo y transversal, desde una perspectiva cuantitativa

1.7.2 Método de investigación

El método, constituye el camino que el investigador sigue para encontrar verdades científicas. En esta investigación podemos interpretar como método prácticamente a todo el accionar que aplicaremos para conseguir de las fuentes de información todos los datos requeridos para cumplir con los objetivos que nos proponemos.

1.7.3 Fuentes y técnicas para la recolección

De información

Analítico - Sintético: Con el análisis de la información recolectada permitirá llegar a la explicación de cuál es la causalidad relevante de las ineficiencias de las microempresas. El análisis consistente en la descripción pormenorizada de cada uno de los componentes de un todo, jugara un papel importantísimo

*Universidad Católica Santiago de Guayaquil – Facultad de Artes y
Humanidades-Ingeniería en Sistemas Multimedia.
Betsy Ojeda Carpio y Maritza Saltos Quimí*

puesto que permitirá descubrir cosas, hechos y elementos que no se encontraban a la luz del día, ni que se podrán apreciar a primera vista; nos permite pensar que detrás de las cosas visibles existen otras que forman parte del todo y que necesitan conocerse para saber cuál es su relación con el problema que investigamos. Este método permitirá someter cada uno de los factores que componen el modelo de Porter a un proceso de análisis y luego sintetizarlos, para determinar de mejor manera las probables causas y las soluciones más convenientes.

1.7.4 Tratamiento de la información

El método que usaremos para el tratamiento de información es el método empírico.

1.7.4.1 Técnicas de la observación

Desde siempre la observación ha constituido una de las formas más usuales de obtener información y de explicarse lo que ocurre en el mundo exterior de los individuos, esta técnica nos permitirá registrar información en base de la percepción de la realidad del entorno y definir cuáles son las necesidades no satisfechas de los clientes de la empresa coadyuvando a jerarquizarlos de mejor manera.

1.7.4.1.1 Observación indirecta

Este tipo de observación documental realizaremos mediante la obtención de información a través de la lectura de libros de tipo informativo, reportes gubernamentales, estadísticas, etc.. Mediante este tipo de observación, nos permitirá ponernos en contacto con hechos del pasado. La tecnología moderna nos favorecerá enormemente, teléfono, Internet.

1.7.4.1.2 Observación científica

Este tipo de observación la efectuaremos en el lugar donde el fenómeno o problema se presenta es decir en la Península de Santa Elena; lo que nos permitirá describir tal y como sucede en la realidad las actividades y procedimientos que efectúa el microempresario.

1.7.4.2 La técnica de la encuesta

La encuesta constituye una técnica de investigación empírica que consiste en recoger información de lo que las personas: son, conocen, saben, tienen, opinan o sienten; a través de ella recogeremos información, en forma escrita, por medio de un cuestionario aplicado a la muestra poblacional sobre aspectos relacionados con las actividades de la empresa

FORMULA PARA REALIZAR ENCUESTA

$$n = \frac{Z^2 p q x N}{(N - 1) e^2 + Z^2 p q}$$

1.7.4.3 La técnica de la lectura científica

Es la técnica de investigación secundaria que nos permitirá recoger información de tipo bibliográfico, la que encontramos en abundancia, información que nos permitirá recopilar y fundamentar nuestras ideas y teorías sobre el diseño de las mejores estrategias comerciales para aplicar a la Microempresa

1.7.4.4 Tratamiento de la información

La información recopilada, para la presente investigación, será ordenada por separado de tal manera, que pueda estar disponible para estructurar el documento. Respecto a la información estadística, ésta será filtrada hasta obtener las informaciones pertinentes a la investigación la cual será presentada en forma de tablas y cuadros que permitirán enunciar comparaciones y porcentajes. De las entrevistas y observaciones que se efectuaran se procederá a recopilar la información y ha elaborar cuadros estadísticos que resuman la información a través de tablas y gráficas, se utilizara diferentes técnicas paramétricas o no paramétricas

1.8 Resultados e impactos esperados

Esperamos como resultado del presente trabajo contribuir al desarrollo de la sociedad artística del país, en el manejo básico de negocios, el conocimiento de preferencias y requerimientos del mercado nacional e internacional, comercialización y mercadeo con el fin de elevar su nivel de ingreso, mejorando su competitividad y acceso a nuevos mercados

2.- CAPITULO II

2: ANALISIS, PRESENTACION DE RESULTADOS Y DIAGNOSTICO

2.1 Análisis de la situación actual

2.1.1 Análisis sobre la Realidad Socio-económica del artista ecuatoriano

Análisis sobre la realidad socioeconómica del artista ecuatoriano, La tasa de **desempleo urbano de Ecuador** subió tres décimas en el segundo trimestre del año, con respecto a los tres meses anteriores, hasta colocarse en el 5,2%, según informó hoy el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC).

Entre las mujeres, el desempleo se sitúa en el 5,8%, mientras que entre los hombres es del 4,8 %, de acuerdo con los datos del ¹³INEC.

Pese a la subida, el mercado laboral urbano tuvo un mejor comportamiento en el segundo semestre que en el mismo período del 2011, cuando el desempleo fue del 6,4 %.

Entre abril y junio de este año el porcentaje de **personas subempleadas** - individuos que trabajan menos de 40 horas semanales y desean trabajar más- cayó nueve décimas con respecto a los tres meses anteriores y se situó en el 43%.

Al mismo tiempo, el índice de **desempleo urbano y rural**, que solo se divulga

¹³ <http://www.inec.gob.ec/home/>

dos veces al año, se situó en el 4,1%, frente al 4,2% de diciembre de 2011 y al 5% de junio del año pasado.

Según ese estudio, con un desempleo del 6,3% Guayaquil tiene la mayor tasa de desempleo entre las grandes ciudades de Ecuador, y Cuenca la menor, con 3,4%.

La **economía** ecuatoriana creció un 7,78% el año pasado, lo que redujo el desempleo urbano del 6,1% en diciembre de 2010 al 5,1% en diciembre de 2011.

El Banco Central prevé una expansión del Producto Interno Bruto (**PIB**) del 5,3% este año.

El impacto económico de las redes sociales en los negocios Por medio de las redes sociales se quiere impulsar el comercio, hemos visto como las redes sociales ayudan a esto, ya que encontramos algunos negocios que han sido exitosos, han empezado con colección de fotos hasta llegar a ser negocios altamente rentables. Esto gracias a la explotación de un recurso gratuito que generalmente usamos para beneficios sociales, más que correctamente económicos. gracias a un buen manejo de las redes sociales, y de sus recursos brindados como son la ventaja que da al publico que indirectamente puede llegar a conocer el trabajo de los artistas, gracias a la sugerencia de amigos, con un solo perfil agregado se lograría que cada miembro al grupo de amigos de ese socio, conozca sobre este trabajo, ya que todos podrán ver que se hizo fan, le gusto alguna foto, comento alguna publicación, etc. cualquier activada que se haga en esta página será publicada por los usuarios automáticamente como actividad reciente, ya que en la red social como Facebook hizo que la información de las actividades de los contactos sea más detallada.

esto es contando solo con una de las redes sociales mas conocidas y mas usadas, ahora en el twitter los tweets también son publicitados por cada publicación marcada como favorita, cada foto subida y comentada o retwiteada siempre es informado públicamente. Si logramos manejar correctamente este beneficio, con la página principal a la que serán redirigidos, se lograra un aumento en la publicidad de los artistas plásticos y sus diseños.

En internet contamos con más ventajas que en locales físicos, aparte de los mencionados anteriormente, también contamos como son un sin número de visitas más que en un local físico, ya que si comparamos las visitas serán 1000 personas, mientras que por internet se lograrían millones de visitas de un solo día, lo cual no es solo beneficio en número de visitas si no que cada visita es una posible venta, más el ahorro en un gasto de servicios básicos, mas los empleados y demás gastos que generaría un local. Nuestro portal web que es sin fines de lucro, brinda la oportunidad de manejar su propia cuenta desde una computadora con acceso a internet. Y sin costos de mantenimiento, pago de alquiler, servicios básicos, ayudantes en el local, etc.

Esto se llegaría a hacer como una cadena publicitaria sin costo, porque si a una persona le gusta un solo producto, a todos sus amigos se les notifica que a esa persona le gusto cierta foto. Llamando así la atención de más potenciales clientes, los cuales podrán acceder y con solo poner me gusta harían publicidad. Aparte claro que en Facebook dan la opción de tener un negocio, a partir de cumplir con cierta cantidad de "likes".

Un artículo muy interesante sobre la actualidad social de los artistas es el que encontramos en diario Hoy, en el que citamos lo siguiente:

¹⁴La posmodernidad y sus fenómenos sociales influyen directamente en la formación de los nuevos artistas.

En un recorrido realizado por tres universidades de Quito, tanto los estudiantes como los profesores reconocen que los estilos y las técnicas artísticas constituyen la base académica de un estudiante.

En este sentido, las nuevas tendencias, sociales e ideológicas, direccionan el discurso expresado en las manifestaciones del arte.

Jesús Cobo, director de la Escuela de Artes Plásticas de la Universidad Central del Ecuador, asegura que la fortaleza de la malla curricular de esta institución es impartir una buena base teórica y las herramientas técnicas necesarias para que el artista, en un futuro, pueda abrir su espectro de posibilidades en cuanto a las tendencias que él elija.

Todo lo que nace como una pretensión creativa, artística y que alcance niveles de calidad adquiere la categoría de arte, por ello no podemos imponer a los estudiantes a seguir una u otra tendencia, asegura el maestro.

En la Universidad Católica de Quito, según Diego Arias, coordinador de los talleres de arte, la carrera incluye tres partes: herramientas, teoría y talleres.

Hay muchas tendencias en la actualidad introducidas como el happening, el performance, la instalación o el environment, que vienen de los países donde se genera el discurso dominante(...) La universidad incentiva a cualquier

¹⁴ <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/la-realidad-social-construye-un-nuevo-artista-286656.html>

manifestación visual que sea coherente con el discurso de cada estudiante, tomando en cuenta el contexto en el que se forma el artista (su realidad política, económica y social), por ello la producción artística se relaciona directamente con lo contemporáneo.

En la Universidad San Francisco de Quito el modelo de educación es integral. Los estudiantes de todas las carreras tienen acceso a tomar las materias de historia del arte, pintura y escultura.

Según Francisco Villarreal, profesor de Artes Plásticas, la universidad trabaja la parte clásica del arte, sin orientaciones.

Esta no es una universidad especializada en arte, propone una formación general, por ello no seguimos una sola tendencia, ya que el estudiante debe encontrar su propio lenguaje artístico y elaborar una tendencia, acorde a su entorno, manifiesta.

De esta manera, las universidades plantean la libertad de tendencias. (DS)

Las tendencias no se imponen

Libertad al crear obras

En el 9.º nivel de Artes Plásticas, los estudiantes elaboran tres esculturas en metal, en las que pueden aplicar libremente la tendencia artística a la que se inclinan. Las Ciencias Sociales inciden de gran manera en el discurso manejado en los estudiantes. El urbanismo y lo contemporáneo influyen de manera inevitable en la creación de esculturas que, en general, quedan a libertad del artista.

Mario García. UCE

*Universidad Católica Santiago de Guayaquil – Facultad de Artes y
Humanidades-Ingeniería en Sistemas Multimedia.
Betsy Ojeda Carpio y Maritza Saltos Quimí*

No imponer tendencias

No se puede hablar de tendencias ya que la universidad San Francisco no es especializada en artes. Lo que busca la institución es entregar a los estudiantes una formación clásica en artes para que ellos primero encuentren su lenguaje, con el que deseen expresarse. Queremos evitar que se consuman estilos o tendencias y que sean ellos los que generen y desarrollen su propio lenguaje.

Francisco Villarreal. USFQ

Crear tu propio estilo

En la Católica se distinguen las artes visuales y las artes plásticas. En las artes visuales nos orientan a pensar de forma diferente y así visualizar tu propio arte. No solo estudiamos a los referentes artísticos, sino que nos muestran su pensamiento, su filosofía de creación y, a partir de ello, crear tu propia etimología y tu forma de pensar para explotar tu arte. Después viene la parte técnica.

José Jiménez. PUCE

Ciudad Quito

2.1.1.2 Impacto Económico de las Redes Sociales en los negocios

Por medio de las redes sociales se quiere impulsar el comercio, hemos visto como las redes sociales ayudan a esto, ya que encontramos algunos negocios que han sido exitosos, han empezado con álbumes hasta llegar a ser negocios completos. Gracias a que en internet hay ventajas de visitas a diferencia que en locales, o sitios públicos. Por internet se lograrían tener miles de visitas diarias, mientras que en un sitio físico con suerte se llegaría a tener cien. Esto se llegaría a hacer como una cadena publicitaria sin costo, porque si a una persona le gusta un solo producto, a todos sus amigos se les notifica que a esa persona le gusta cierta foto.

Llamando así la atención de más potenciales clientes, los cuales podrán acceder y con solo poner me gusta harían publicidad. Aparte claro que en Facebook dan la opción de tener un negocio, a partir de cumplir con cierta cantidad de "likes". Una red social tiene puntos a favor en comparación a un negocio físico, ya que no se paga alquiler ni demás servicios básicos, además la atención en un local tiene que ser manejada por personal que hay que contratar, mientras que por web, y mas nuestro portal web que es sin fines de lucro, brinda la oportunidad de manejar su propia cuenta desde una computadora con acceso a internet. Y sin costos de mantenimiento, pago de alquiler, servicios básicos, ayudantes en el local, etc.

2.2. Análisis del Sector

2.2.1 Análisis del mercado, exposición del arte

Lograr contactar a los artistas en la actualidad es algo complicado, ya que no se encuentran asociados ni organizados dentro de una base de datos, si que hay que llegar a ellos de forma publicitaria usando las redes sociales

actualmente usadas, y por medio de las escuelas de artesanos, pero a ellos ubicándolos se les propondrá ayudarlos de forma gratuita, en una consulta a diferentes artistas, ellos se han sentido interesados en la opción de manejar ellos directamente su cuenta y pertenecer a un grupo ordenado como el que se está ofreciendo, ya que ellos sienten mas confianza en ordenar y manejar personalmente sus productos, además de la directa comunicación con sus clientes, es algo que les interesa mucho.

El interés de los artistas es darse a conocer por un medio manejable y accesible ya que no muchos disponen de ingresos económicos altos, pero ofreciéndoles un medio por el cual podrían tener más comunicación entre si, y con clientes, ellos podrían desarrollar mas su trabajo, además seria de ayuda a futuros planes de desarrollo artístico, porque estarían organizados de una forma en la que ubicarlos se haría menos complicada. En estos momentos una base de datos se la organizaría desde el inicio, con contacto directo con ellos. Hablando personalmente y con publicidad para que ellos nos contacten.

El grupo objetivo principal son todos aquellos que cuentan con una dirección de correo electrónico y están asociados a una red social, ya que se pretende crear los vínculos necesarios para tener enlazada el portal web a las redes sociales principales, como son twitter y Facebook. Con esto se lograra llegar a muchos más potenciales clientes de los que se esperaba principalmente. Esto se manejara no solo por vínculos directos, también por publicidad y páginas creadas directamente en dichas redes sociales que sean como un acceso directo y vista previa del portal de artistas.

Como grupo principal son los jóvenes - adultos, que están en constante contacto con la tecnología y diferentes redes sociales, que se sienten mas atraídos por este tipo de negocios, y de estar siempre en contacto con todos los que puedan, aparte de que es un negocio en red social actualmente es

mas atractivo y se puede llegar a personas extranjeras sin gastos excesivos en publicidad y demás.

Con ellos se puede contactar sin mayor tramite ya que la mayoría de adultos se encuentran registrados en una red social, y se encuentran en permanente actualización de ellas, conectados en todo instante, con ellos la publicidad y el contacto es por medio de redes sociales, haciendo una cadena de amigos y seguidores en la que todos podrán recibir noticias de las publicaciones hechas en nuestro portal.

2.2.2 Análisis F.O.D.A

Fortalezas y Debilidades

El proyecto es sin fines de lucro, y los artistas pueden manejar su propia cuenta directamente, sin usar intermediarios, el internet brinda una gran oportunidad de publicidad sin costos, o por lo menos sin costos elevados como en las agencias publicitarias, medios de comunicación masivos como son televisión, radio, prensa escrita. Gracias a las redes sociales podremos contar con los medios necesarios para publicitar el portal, y a sus respectivos usuarios. También como es sin fines de lucro los artistas no tendrán que pagar nada por publicar sus productos, como en otras páginas de ventas

No hay caducidad en las publicaciones, será actualizaciones como toda red social que permitirá que las publicaciones aunque no sean vendidas, puedan seguir siendo visitadas sin importar la fecha de publicación, las restricciones de vistas estarán de acuerdo a las reglas de seguridad que imparta la red social, y el usuario respectivamente. Al no tener costo en ningún sentido, es una gran ventaja para los artistas publicitar por medio de este portal web, ya que no se facturara al publicar, ni al vender como en otros portales de ventas, que por cada venta requiere un porcentaje a pagar. O por ejemplo por cada me gusta no habrá costo alguno. La mayor ventaja de este proyecto es su

*Universidad Católica Santiago de Guayaquil – Facultad de Artes y
Humanidades-Ingeniería en Sistemas Multimedia.
Betsy Ojeda Carpio y Maritza Saltos Quimí*

gratuidad. Porque compite mucho mas en el mercado que otros medios, que tiene un costo elevado.

El poder mantener en contacto permanentemente se puede llegar a una comunicación armoniosa que llevara a mas ventas que en comparación de un local o un puesto en una página web normal, se intenta trascender el contacto estricto cliente - autor, y hacerlo algo mas casual, que se llegue a ser amigos entre ellos, que llegue a existir una confianza más cerca que de una simple transacción.

2.3 INVESTIGACION DE MERCADO

2.3.1 Análisis descriptivo

¹⁵El tamaño total de la muestra levantada para nuestro estudio es de 156 encuestas en la Provincia del Guayas; la ciudad de Guayaquil, 156 para la Ciudad de Quito, 156 para la ciudad de Cuenca y 156 en Ambato. Estas son las ciudades principales según fuentes en la web, como agencias de viajes tales como *“costa sur.com”* A continuación presentaremos algunas tablas y gráficos que nos ayuden a visualizar los resultados obtenidos correspondientes a cada pregunta que se realizó para tener una idea más amplia sobre nuestro grupo objetivo.

2.3.2 Alcance de la encuesta

Una vez seleccionado el tamaño de la muestra pasamos a realizar el diseño de la encuesta. Para poder hacerlo, debemos identificar a quien va dirigido, cual es el objetivo de la encuesta y que queremos conocer con las preguntas.

Las encuestas van dirigidas a las personas entre 20 a 60 años de edad de las principales Provincias del Ecuador, estas encuestas serán realizadas en este lugar estratégico donde se concentra nuestro grupo objetivo.

15

http://www.aite.com.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=4&Itemid=9

Portal web cultural aplicando el modelo de negocio de las redes sociales

Lo que queremos lograr con las preguntas es identificar el porcentaje de personas de nuestro país que conocen los beneficios de estar asociados a alguna institución, si son artistas, para comunicarles sobre las ventajas y beneficios de inscribirse en nuestro portal web.

Para esto, hemos utilizado herramientas de estudio de diseño de la encuesta, investigación descriptiva que va a permitir conocer el perfil de la demanda.

Hemos seleccionado también entre preguntas cerradas para que el encuestado se le facilite las respuestas a las encuestas.

La primera parte de la encuesta habla sobre información básica del encuestado:

- Queremos conocer la edad y género promedio de nuestro segmento a encuestar.
- Otro punto es el nivel de educación, con esto podemos conocer y determinar las estrategias de comunicación para captar a ese tipo de mercado.
- Además se preguntó sobre la afiliación alguna organización para conocer lo que hacen y apoyo de quienes tienen en sus trabajos artísticos.
- Nos interesa también saber si han escuchado de las instituciones dedicadas a proteger sus derechos como artistas para desarrollar la comunicación que ellos necesitan escuchar.

2.3.3 Tiempo de estudio

El tiempo de estudio para conocer a nuestro grupo objetivo a través de la encuesta desarrollada y la respectiva tabulación de cada pregunta emitida a las personas encuestadas se realizó durante 2 semanas consecutivas.

Unidad de muestreo

Existen varias fórmulas para determinar el tamaño de la muestra. En este proyecto vamos a emplear el más utilizado.

$$n = \frac{Z^2 p q x N}{(N - 1) e^2 + Z^2 p q}$$

En donde:

n= Total de datos de la muestra

N= Tamaño total de población (2 440 127,
Guayaquil: 2 239 141 Quito; 505.585, Cuenca
y 329856, Ambato)

P= Probabilidad de que el evento ocurra (50%)

q= Probabilidad de que el evento no ocurra (50%)

Z= Nivel de significancia (constante igual a 2)

e= Error de estimación (máximo 0,08)

El tamaño de la población (N) equivale al tamaño de todo el universo de la muestra, por ejemplo queremos encuestar a los habitantes de las principales Provincias del Ecuador: Guayaquil, Quito, Cuenca y Ambato.

Aplicando la formula nos queda de la siguiente manera:

Guayaquil:

n= ?
N= 2 440 127
P= 0,5
q= 0,5
z= 2
e= 0,08

$$n = \frac{2440127}{15617,8064}$$

n= 156 ENCUESTAS A REALIZAR

Quito:

n= ?
N= 2 239 141
P= 0,5
q= 0,5
z= 2
e= 0,08

$$n = \frac{2239141}{14331,496}$$

n= 156 ENCUESTAS A REALIZAR

Cuenca:

n=	?
N=	505.585
P=	0,5
q=	0,5
z=	2
e=	0,08

$$n = \frac{505585}{3236,7376}$$

n= 156 ENCUESTAS A REALIZAR

Ambato:

n=	?
N=	329856
P=	0,5
q=	0,5
z=	2
e=	0,08

$$n = \frac{329856}{2112,072}$$

n= 156 ENCUESTAS A REALIZAR

La población indicada comprende los datos estadísticos de la última
calculación ecuatoriano en el 2012

2.3.4 Resultado de las Encuestas

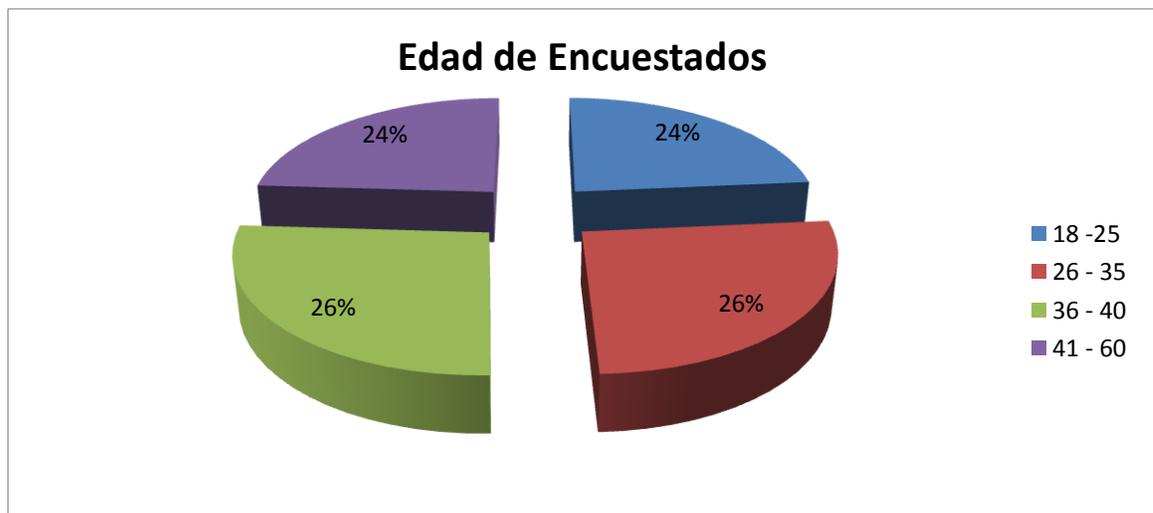
Los datos obtenidos de la encuesta fueron los siguientes:

Rango de edad

Tabla n° 2

18- 25	147
26 – 35	162
36 – 40	165
41 – 60	150

Gráfico No. 1 Edad de personas encuestadas

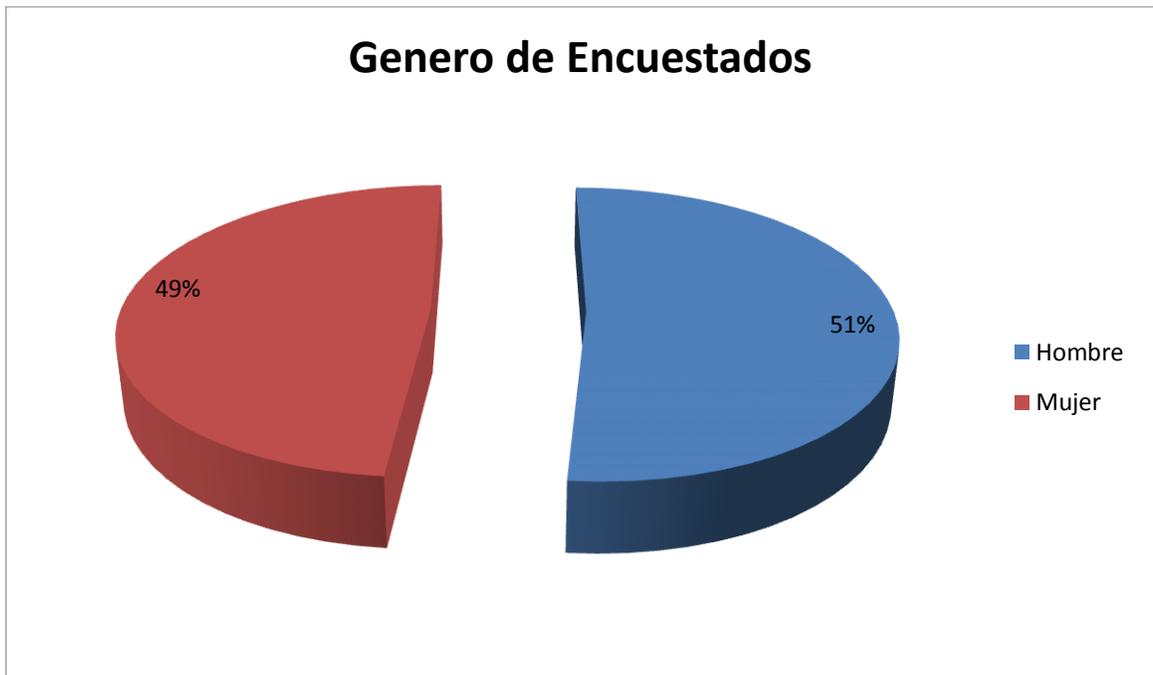


Fuente: Encuestas realizadas por estudiantes Maritza Saltos y Betsy Ojeda

Observamos en el gráfico que el rango de los encuestados es de 18 a 60 años, de los cuales están proporcionalmente repartidos entre 24% y 26%.

*Universidad Católica Santiago de Guayaquil – Facultad de Artes y Humanidades-Ingeniería en Sistemas Multimedia.
Betsy Ojeda Carpio y Maritza Saltos Quimí*

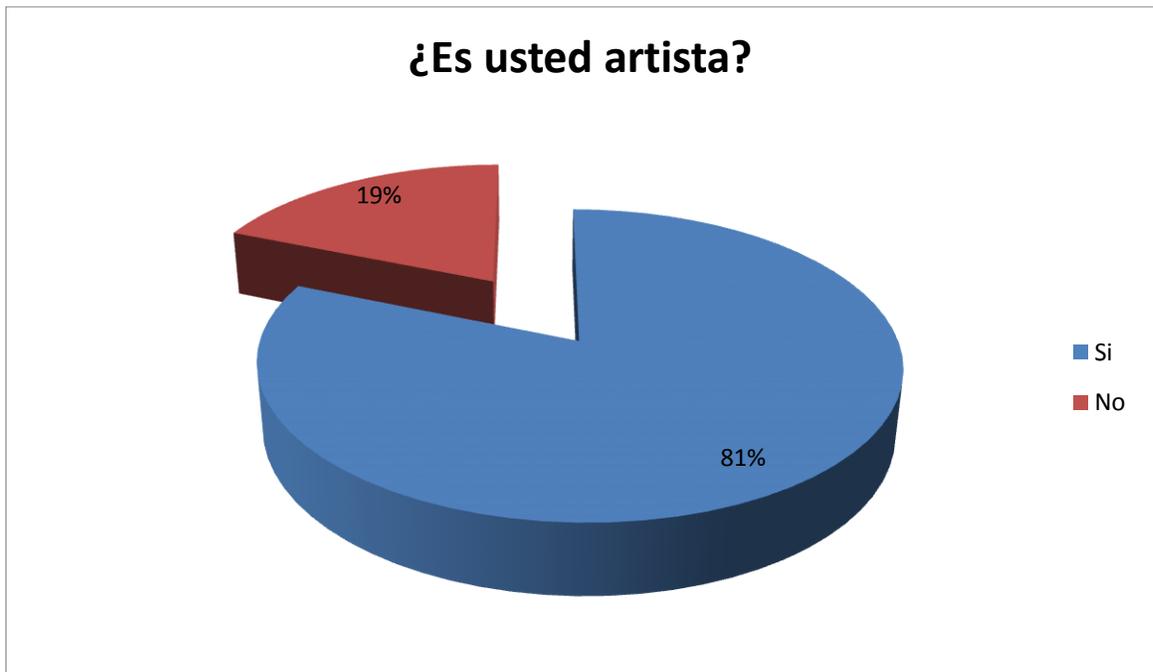
Gráfico n° 2 Género de personas encuestadas



Fuentes: Encuesta realizada por estudiantes Maritza Saltos y Betsy Ojeda

De las encuestas realizamos vemos que el 51% son hombres y 49% mujeres

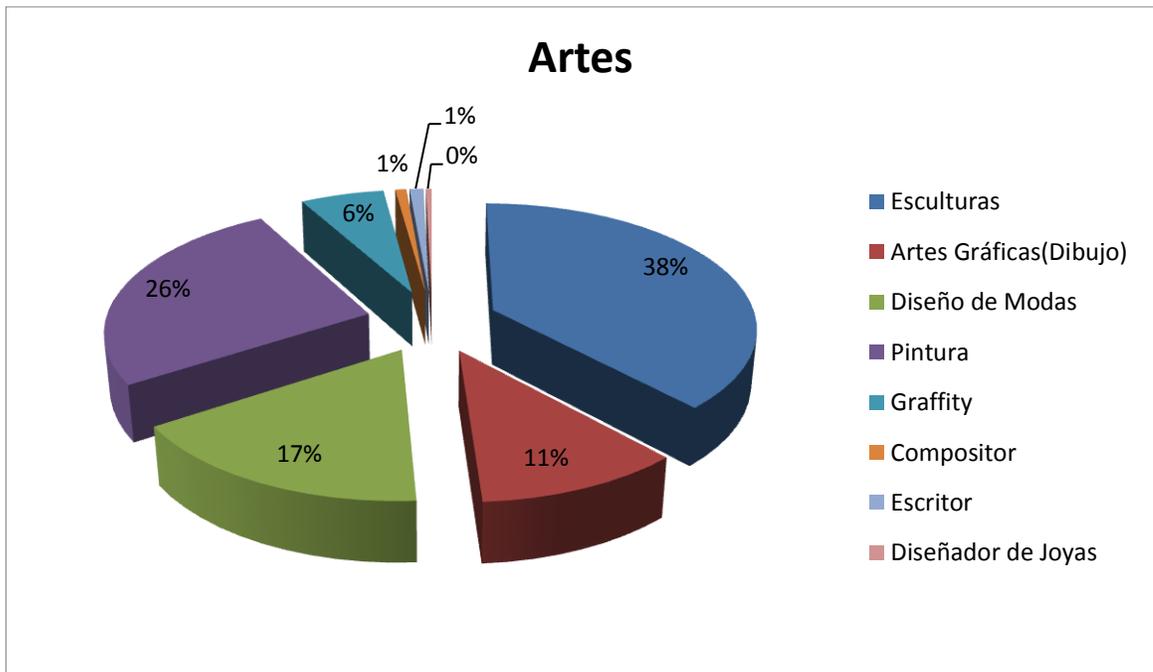
Gráfico N° 3 ¿Es usted artista?



Fuentes: Encuestas realizadas por estudiantes Maritza Saltos y Betsy Ojeda

De las encuestas realizadas podemos observar que el porcentaje mayor es el de 81% perteneciente a los artistas y un 19% a los que no son artistas

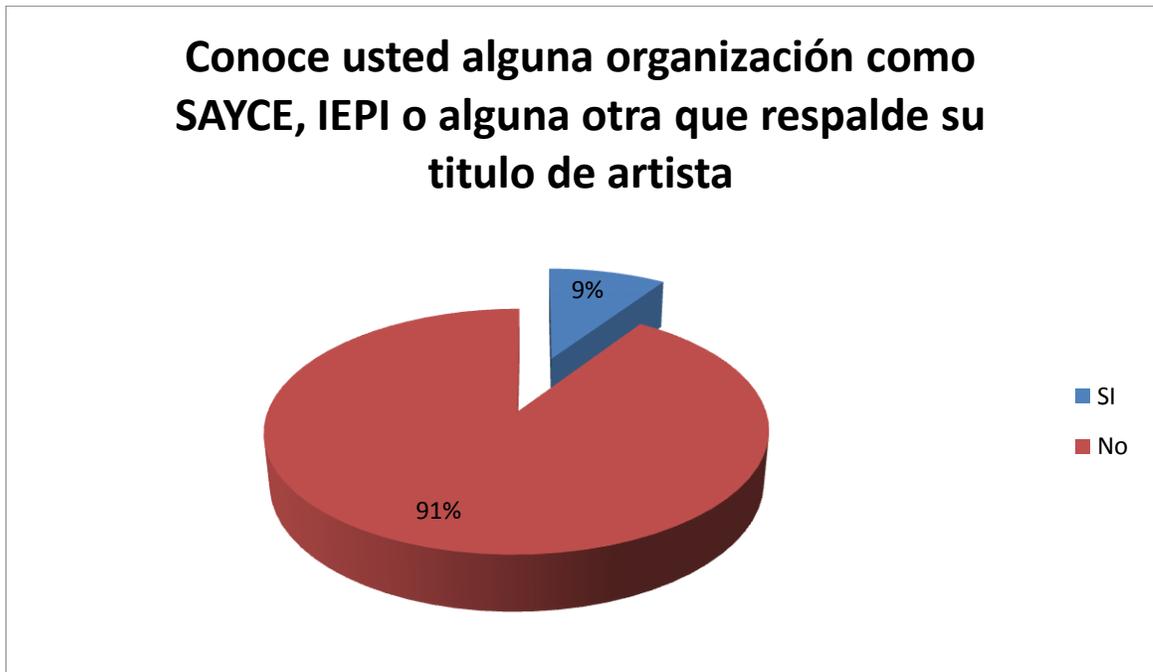
Gráfico N° 4 ¿Qué tipo de arte realiza usted?



Fuentes: Encuestas realizadas por estudiantes Maritza Saltos y Betsy Ojeda

En la gráfica podemos apreciar las diferentes artes que practican los encuestados

Gráfico N° 5 ¿Conoce usted alguna organización como SAYCE, IEPI o alguna otra que respalde su título de artista?



Fuentes: Encuestas realizadas por las alumnas Maritza Saltos y Betsy Ojeda

En estas encuestas podemos ver como el 91% de la población encuestada no conoce las diferentes organizaciones que respaldan a los artistas, y el 9% conoce de ellas

Grafico N° 6 ¿Le interesaría publicitar su trabajo mediante internet, de forma gratuita?



Fuentes: Encuestas realizadas por las alumnas Maritza Saltos y Betsy Ojeda

Por medio de las estadísticas podemos apreciar como el 92% de la población encuestada le agradaría publicitar su arte, mientras que el 8% que representa la minoría no le interesa la publicidad de su trabajo.

3. - CAPITULO

3.1 PRESENTACIÓN DEL PORTAL WEB

3.1.1 DEFINIR EL PROBLEMA:

La mayoría de los artistas se encuentran dispersos en el país, sin contar con recursos económicos para poder financiar exposiciones de su arte. No hay sitio en el que puedan publicitarse sin tener que cubrir con costos elevados de mantenimiento del sitio, asesoría en publicidad, legal y demás.

Actualmente existen organizaciones como ¹⁶IEPI Y ¹⁷SAYCE son instituciones en las cuales su principal función es respaldar y velar por los derechos e intereses de los artistas ecuatorianos, cuando hablamos de artistas nos expáñdenos a una amplia gama de ramas artísticas.

El principal objetivo de estas instituciones es el de proteger y administrar los derechos económicos resultantes del uso de obras musicales de autores nacionales y extranjeros. Aunque este es su meta desde su fundación eso no quiere decir que fueron completamente cubiertas las necesidades de estos.

Actualmente dichos organismos no están posicionados en la mente del pueblo ecuatoriano y por ende en el círculo de artistas, muchos presentan desinterés y otros simplemente, desconocimiento. Esto ha generado que no haya mayores beneficios ni reconocimientos publicitarios a artistas de categoría que lo merecen por su trayectoria, y menos a artistas que han surgidos en estos últimos años.

¹⁶ <http://www.iepi.gob.ec/>

¹⁷ http://www.sayce.com.ec/index.php?option=com_content&view=section&id=1&Itemid=2

Por medio de nuestro portal brindaremos la suficiente información a los artistas para su registro en dichas organizaciones, para que puedan acceder a beneficios como artistas. De forma gratuita podrán publicitarse sin estar obligados a cubrir costos ya mencionados anteriormente, basandonos en el negocio de las redes sociales.

3.2 OBJETIVOS DEL PORTAL WEB:

- Lograr una base de datos adecuada para una certificación respaldada a través de un organismo regulador.
- Estudiar los diversos tipos de diseños y arte con los que contamos en el Ecuador.
- Elaborar entrevistas con los artistas y diseñadores nuevos que necesiten de nuestro proyecto de tesis para impulsar su carrera.
- Diseñar un espacio dentro del portal web donde los interesados podrán subir sus trabajos para exponerlos.
- Planear como marcar la diferencia y aceptación del producto nacional.

3.2.1 DEFINIR GRUPO OBJETIVO:

Artistas visuales, musicales, escénicos, literarios que sean emprendedores en una carrera artística, respaldados por trabajos previos. Y los cuales tengan ingresos de esta carrera y que deseen publicitarse e informarse de sus beneficios como tales.

3.3 CONCEPTO DEL PORTAL WEB:

Publicitar de forma gratuita e Informar a los artistas del Ecuador que sean afiliados a través de nuestro portal que se afilien a diferentes organizaciones como SYCE o IEPI y con esto generar publicidad de manera confiable y efectiva con respecto a su trabajo.

*Universidad Católica Santiago de Guayaquil – Facultad de Artes y
Humanidades-Ingeniería en Sistemas Multimedia.
Betsy Ojeda Carpio y Maritza Saltos Quimí*

3.3.1 CONCEPTO DE CREATIVIDAD:

El arte del Ecuador en una sola página

3.4 PLANING:

1.- ¿Con quién no estamos hablando?

Con las organizaciones que respaldan la seguridad de los artistas ecuatorianos (SAYCE y IEPI).

2.- ¿Hacer alianzas con marcas reguladoras?

Alianzas con organizaciones reguladoras para un mayor control

4.- ¿Qué podría hacer su marca para que sus consumidores hagan fila en la puerta?

Ofrecer beneficios que respalden a los artistas y a sus obras.

3.4.1 DURACIÓN DEL PORTAL WEB

Con la efectividad de los medios alcanzaremos al grupo objetivo aproximadamente en un año.

3.4.2 PRESUPUESTO DEL PORTAL WEB

COSTO DEL PORTAL WEB

CONSIDERACIONES SOBRE EL PRESUPUESTO

DETALLE	COSTO
PAPELERIA	\$ 150
USO DE LINEA TELEFONICA	\$ 60
TRANSPORTE	\$ 130
HOSPEDAJE	\$ 210
PUBLICIDAD	\$ 300
HOSTING	\$ 70
DOMINIO	\$ 11
COSTO TOTAL	\$ 931

3.5 DESARROLLO DEL PORTAL WEB

3.5.1 DISEÑO DEL PORTAL WEB

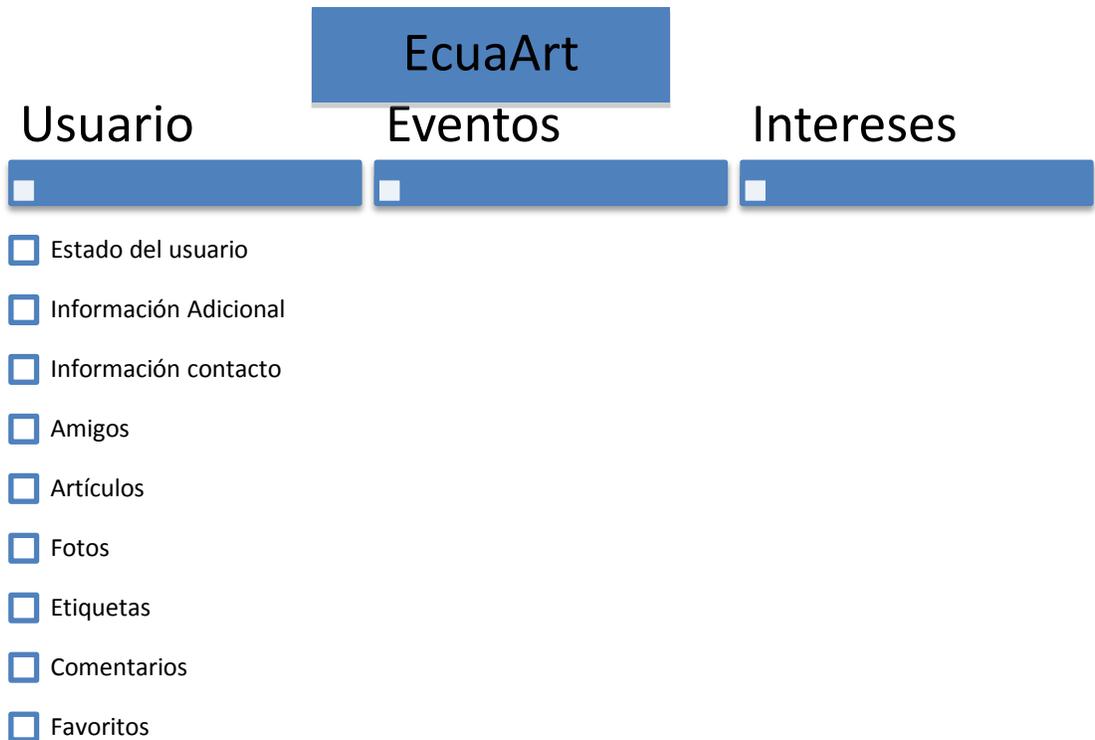


Figura 9.- Diseño del Portal Web

3.5.1.1 Logo

¹⁸Un **logotipo** (vulgarmente conocido como **logo**) es un elemento gráfico que identifica a una entidad ya sea pública o privada. Los logotipos suelen ser puramente gráficos incluyendo símbolos o iconos así como también pueden estar compuestos por el nombre de la corporación con una tipografía especialmente diseñada para representar a la misma.

¹⁸ <http://es.wikipedia.org/wiki/Logotipo>

Históricamente, los artesanos del barro, del cristal, de los canteros, de los fabricantes de espadas y artilugios de hierro fino, de los impresores utilizaban marcas para señalar su autoría.

El logotipo se utiliza para lograr la adecuada comunicación del mensaje y la interpretación por parte del espectador. Jörg Zintzmeyer afirma en su libro "*Logo Design*" publicado por Taschen que:

El logo es una promesa. El logo no es en sí mismo una marca: es una forma de expresión de la misma o su imagen más condensada. (...) La marca ha de ofrecer lo que el logo promete.

Para que un logotipo resulte congruente y exitoso, conforme al principio fundamental del diseño donde «menos es más», la simplicidad permite que sea:

1. Legible - hasta el tamaño más pequeño
2. Escalable - a cualquier tamaño requerido
3. Reproducible - sin restricciones materiales
4. Distinguible - tanto en positivo como en negativo
5. Memorable - que impacte y no se olvide

Las marcas construidas exclusivamente con letras llegan a tener tanta fuerza o más que aquellas que, si bien cuentan con un ícono gráfico, requieren de la asociación del texto para posicionarse de inicio; tal es el caso, por ejemplo, de las marcas de automóviles. Posteriormente, la imagen queda intrínsecamente asociada al sonido del nombre de la marca original.

- La funcionalidad de un logotipo radica en su capacidad para comunicar el mensaje que se requiere, como, por ejemplo: *Somos una empresa responsable o este producto es de alta calidad*, y para el logro de esto se requiere del uso de colores y formas que contribuyan a que el espectador final le dé esta interpretación.
- Un logotipo, en términos generales, requiere del apropiado uso de la semiótica como herramienta para lograr la adecuada comunicación del mensaje y la interpretación por parte del espectador más cercana a este mensaje. Así por ejemplo un círculo amarillo puede interpretarse de diferentes formas y dársele diferentes significados como *sol, moneda, huevo, queso* u otros, mientras que si se encuentra adyacente a la palabra "banco" ambos elementos, el círculo amarillo y la palabra banco, toman un solo significado: "Institución Bancaria". Es decir, el logotipo, al momento de representar una entidad o grupo de personas, lo más apropiado es que mantenga congruencia semiótica entre lo que se entiende y lo que realmente busca representar.

3.5.1.1.1 Justificación:

Este logotipo se crea para transmitir el mensaje de compañía, armonía e informalidad.

El logotipo contempla los siguientes elementos:

Nombre del portal:

Al inicio se presenta 3 líneas inclinada en forma de E dando un aspecto de

Portal web cultural aplicando el modelo de negocio de las redes sociales

creatividad que poseen todos los artistas, además se resalta la A de art, del Arte que poseen los miembros de nuestra comunidad

Eslogan:

Basándonos que nuestro logo es tipográfico decidimos agregarle el slogan para que nuestros visitantes puedan tener de una manera mas ampliada el propósito de nuestro portal, por lo cual se eligió el slogan de: “El Arte del Ecuador en una sola página”, proyectándonos que todos los artistas que tenemos pueden formar parte de nuestra comunidad.

Tipografía:

La tipografía utilizada es Trajan Pro, además de ser la tipografía legible es dinámica, y da la impresión de alegría en el sitio.

Color:

Tenemos dos logos:

uno:

En color blanco, símbolo de lo absoluto, de la unidad y de la inocencia, que denota paz y tranquilidad. Dando luz a nuestro diseño en su fondo verde.

Alternativo:

Blanco con un efecto sombreado en verde, Dando un aire de frescura, crecimiento y renovación en nuestros fondos blancos.

*Universidad Católica Santiago de Guayaquil – Facultad de Artes y
Humanidades-Ingeniería en Sistemas Multimedia.
Betsy Ojeda Carpio y Maritza Saltos Quimí*

3.5.1.2 Tipografía del Portal Web

- Cuprum

3.5.1.2.1 Elementos del Diseño

Es importante definir una sola tipografía para el texto de todo el portal web, al igual que para títulos, subtítulos, canales, etc.

Cuprum, en sus versiones Regular y Bold, ha sido escogida como estándar tipográfico por su elegancia, variedad de estilos y facilidad de lectura.

Cuprum Regular:

ABCDEFGHIJKLMN

ABCDEFGHIJKLMN

Cuprum Bold:

Cuprum Bold

3.5.1.2.2 Elementos del Texto

- **Cuprum Regular 11px:**

Contenidos,

Viñetas

- **Cuprum Regular 13px:**

Contenidos (ajuste de texto medio)

- **Cuprum Regular 15px:**

Contenidos (ajuste de texto máximo)

- **Cuprum Bold 11px:**

Menús,

Texto enfatizado,

Encabezados de los canales,

Enlace

- **Cuprum Regular 10px:**

Texto en canales,

Texto informativo bajo/lado un campo (formularios),

Controles (button, radio button, select)

Texto en tablas

- **Cuprum Regular 9px:**

Breadcrumbs

Mini controles

Titulos:

- H1

font-family: "Cuprum";

font-size: 30px;

font-weight: normal

- H2

font-family: "Cuprum";

font-size: 24px;

font-weight: normal;

- H3

font-family: "Cuprum";

font-size: 18px;

font-weight: normal;

- H4

font-family: "Cuprum";

font-size: 18;

text-transform: inherit;

- H5

font-family: "Cuprum";

font-size: 16px;

font-weight: normal;

3.5.1.2.3 Elementos de Diagramación

Texto

R = 84

G = 84

B = 84

#545454

Fondo negro

R = 0

G = 0

B = 0

#000000

Fondo Verde

R = 98

G = 119

B = 7

#627707

3.5.1.2.4 Elementos del Sitio

- Header - Cabecera

Usuario

Buscador

Logo



Figura 10 .- Header – Cabecera del portal web EcuaArt

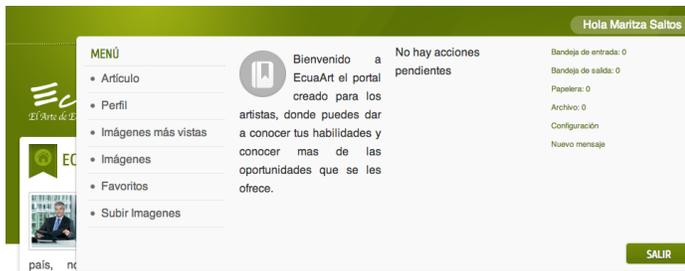


Figura 11 .- Menú de bienvenida al ingresar como usuario

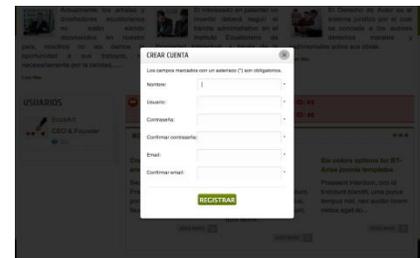


Figura 12.- Formulario de registro de cuenta dentro del portal

- Body

Módulo 1 - 2 - 3 - 4 – 5 sirven para revisar noticias de interés para artistas Nacionales.

El cuarto módulo es dinámico en el cual automáticamente rotan los últimos artículos escritos por los usuarios.



Figura 13.- Body del portal web, se presentán los nuevos artículos de los diferentes usuarios registrados.

En el quinto módulo encontramos las últimas imagenes añadidas a la galeria, independientemente de los artistas.

- Footer

Módulo 6 - 7 - 8 – 9



Figura 14.- Footer, información adicional sobre agenda cultural, red social twitter

Los módulos posteriores se encuentran la información adicional. En el módulo 6 se podrá comunicar de forma pública la agenda cultural de cada usuario.

En el módulo siete se encuentran los enlaces a las páginas de posible interés a los diferentes visitantes.

En el módulo ocho tenemos el boletín de noticias en el cual, los visitantes podrán recibir actualizaciones frecuentes, relacionadas con los diferentes acontecimientos dentro del portal.

Módulo nueve está compuesto por íconos y enlaces de las diferentes publicaciones en la red social Twitter, que pertenece al portal web.

3.5.2 Especificaciones de los elementos usados en el Portal Web

3.5.2.1 Para navegar en el portal web

- Basándonos en las redes sociales, obtuvimos una interfaz ligera de carga visual, con la cual ayudamos al usuario navegar sin complicaciones.

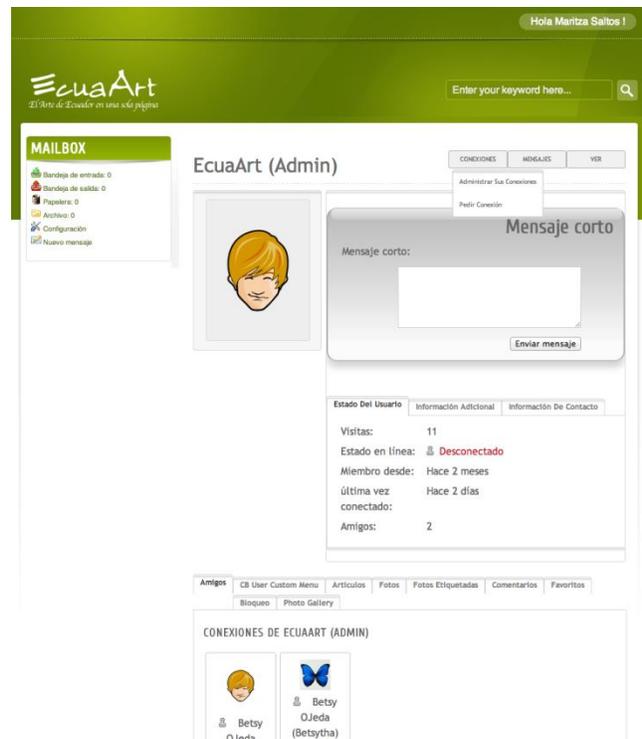
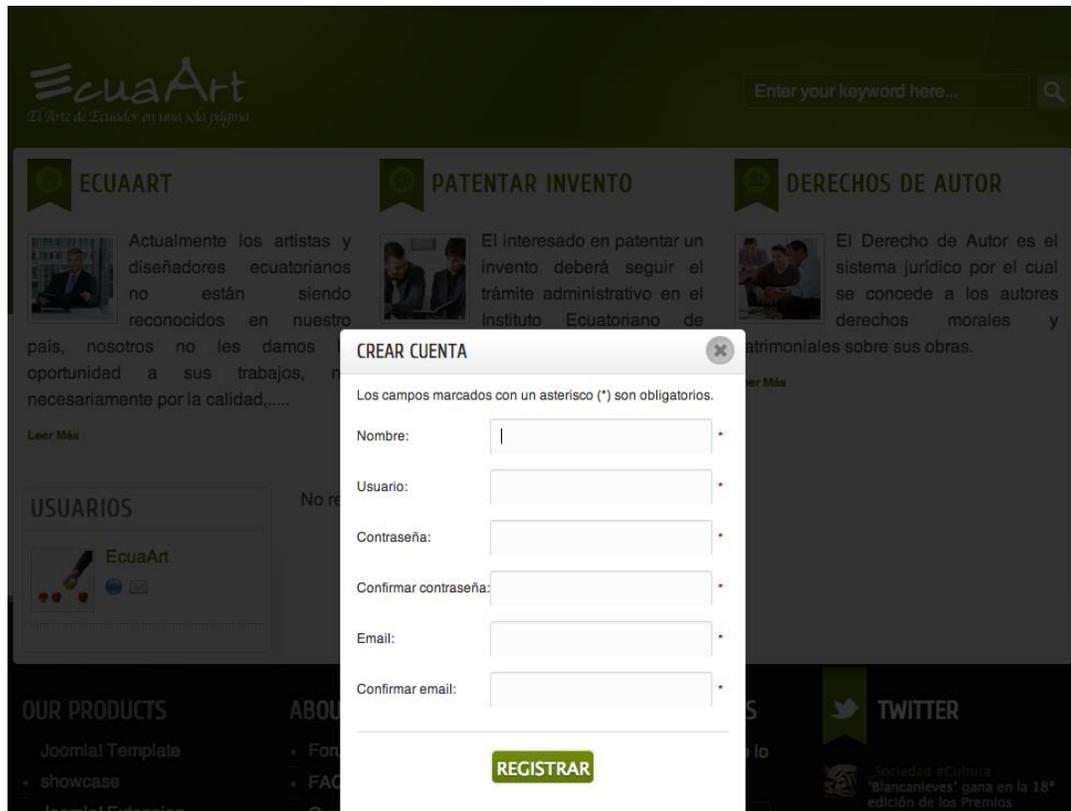


Figura 15.- Pantalla principal del perfil del usuario administrador

Portal web cultural aplicando el modelo de negocio de las redes sociales

- El mismo concepto aplicamos para el registro de artistas, con un formulario en el que se solicita información para verificar la identidad de cada uno.



The image shows a screenshot of the EcuArt website with a 'CREAR CUENTA' (Create Account) modal form overlaid. The form contains the following fields:

- Nombre:
- Usuario:
- Contraseña:
- Confirmar contraseña:
- Email:
- Confirmar email:

Below the fields is a green button labeled 'REGISTRAR'. Above the fields, it says 'Los campos marcados con un asterisco (*) son obligatorios.' The background of the website shows sections for 'ECUAART', 'PATENTAR INVENTO', and 'DERECHOS DE AUTOR'.

Figura 16.- Formulario para crear cuenta dentro del portal web

- El Texto e imágenes están distribuidas de forma que cada módulo esta balanceado equitativamente, para evitar peso y cansancio visual.

*Universidad Católica Santiago de Guayaquil – Facultad de Artes y Humanidades-Ingeniería en Sistemas Multimedia.
Betsy Ojeda Carpio y Maritza Saltos Quimí*

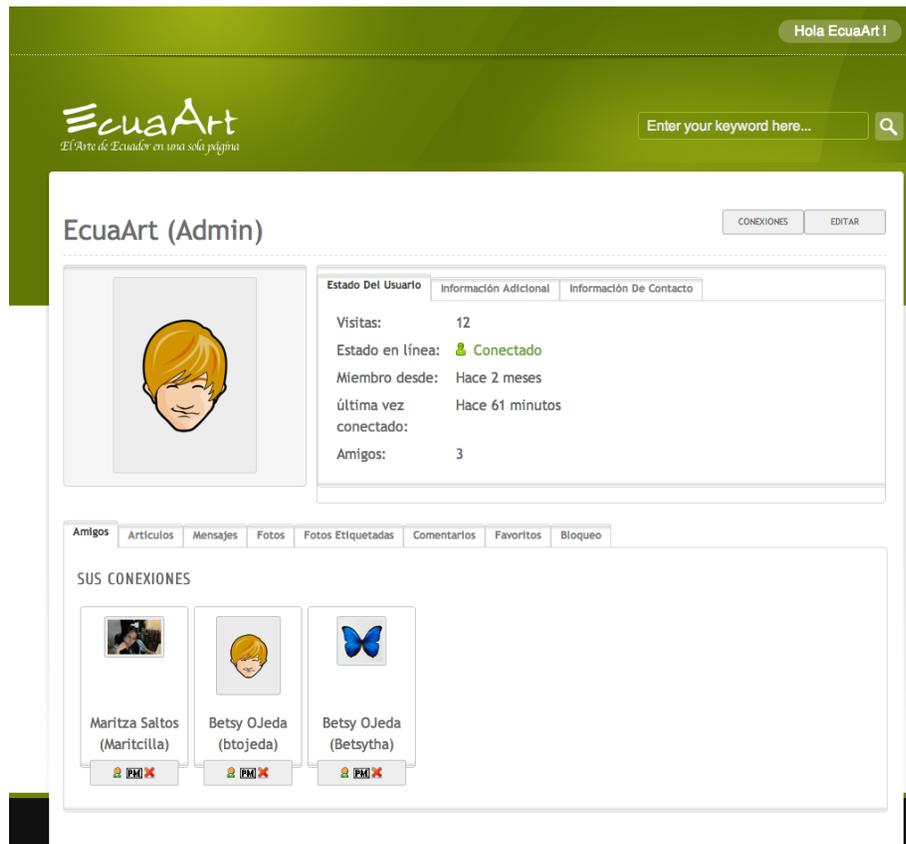


Figura 17.- Estado del usuario y amigos.

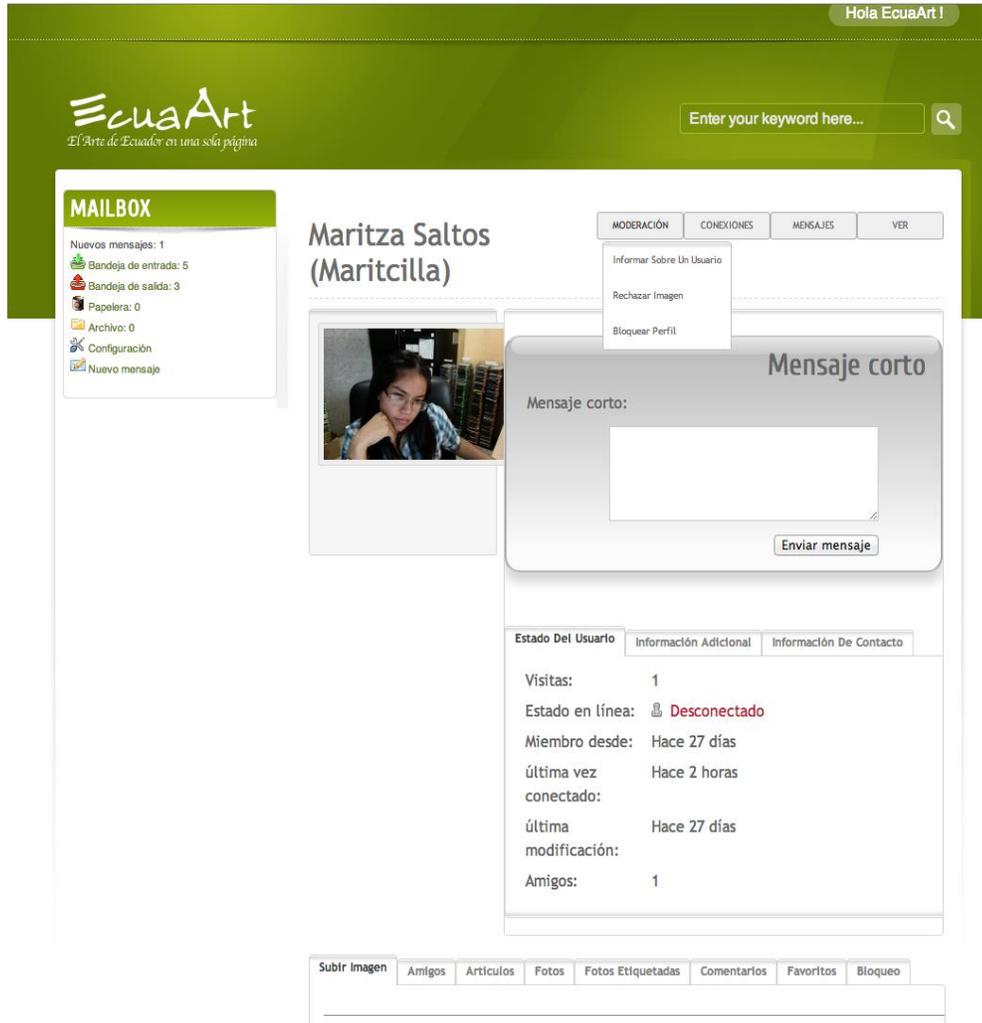


Figura 18.- pantalla de mensajes del usuario.

Hola EcuArt!

EcuArt
El Arte de Ecuador en una sola página

Enter your keyword here...

EcuArt (Admin) [CONEXIONES] [EDITAR]

Estado Del Usuario | Información Adicional | Información De Contacto

Visitas: 12
Estado en línea: ● Conectado
Miembro desde: Hace 2 meses
última vez conectado: Hace 61 minutos
Amigos: 3

Amigos | Artículos | Mensajes | Fotos | Fotos Etiquetadas | Comentarios | Favoritos | Bloqueo

Último 10 entradas

Estado	Remitente	Mensaje
	Maritcilla	¡Tiene una conexión pendiente de Maritza...
	btojeda	hola...
	btojeda	¡Tiene una conexión pendiente de Betsy O...
	Betsytha	¡Petición de conexión aceptada! NOTA: E...
	uddeIM	¡Bienvenido a uddeIM! <br ...

Figura 19.- Perfil de usuario

The screenshot displays the EcuArt website interface. At the top, there is a search bar with the placeholder text "Enter your keyword here..." and a magnifying glass icon. The main navigation area features three tabs: "ECUAART", "PATENTAR INVENTO", and "DERECHOS DE AUTOR".

The "ECUAART" section contains a text block: "Actualmente los artistas y diseñadores ecuatorianos no están siendo reconocidos en nuestro país, nosotros no les damos la oportunidad a sus trabajos, no necesariamente por la calidad,...." with a "Leer Más" link below it. A breadcrumb trail reads: "Página de Inicio > Artes gráficas > Una mirada a lo desconocido".

The "PATENTAR INVENTO" section contains a text block: "El interesado en patentar un invento deberá seguir el trámite administrativo en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual, a través de la Dirección de Patentes" with a "Leer Más" link below it.

The "DERECHOS DE AUTOR" section contains a text block: "El Derecho de Autor es el sistema jurídico por el cual se concede a los autores derechos morales y patrimoniales sobre sus obras." with a "Leer Más" link below it.

On the left side, there is a "LOGIN" section with fields for "Nombre de usuario" and "Contraseña", a "Recordarme" checkbox, an "Entrar" button, and links for "¿Perdiste tu Usuario/Contraseña?" and "Registro". Below it is a "USUARIOS" section showing the EcuArt profile with a logo and social media icons.

The main content area features a post titled "UNA MIRADA A LO DESCONOCIDO" with a black and white portrait of a woman wearing glasses. Below the image are social sharing options for Facebook, Twitter, and others. A "Me gusta" button is also visible.

At the bottom, there is a "Boletín de Noticias" section with a "Mantengase actualizado:" field and a "Contactenos" section with social media icons for Facebook, Twitter, RSS, and YouTube. To the right, there is a "TWITTER" section showing a tweet from "Sociedad #Cultura 'Blancanieves' gana en la 18ª edición de los Premios Forqué" and another tweet from "EcuArt: El Arte del Ecuador en una sola página".

Figura 20.- Ejemplo de imágenes, trabajos, subidas por usuario

EcuArt
El Arte del Ecuador en una sola página

Enter your keyword here...

LOGIN
Hola, JoseLuis
Salir

MAILBOX
Nuevos mensajes: 1
Bandeja de entrada: 1
Bandeja de salida: 5
Papelera: 0
Archivo: 0
Configuración
Nuevo mensaje

Jose Cardenas (JoseLuis) CONEXIONES EDITAR

Estado Del Usuario
Visitas: 3
Estado en línea: Conectado
Miembro desde: Hace 34 días
última vez conectado: Hace 63 minutos
última modificación: Hace 3 días
Amigos: 1

Información Adicional Información De Contacto

Amigos Artículos Mensajes Fotos Fotos Etiquetadas Comentarios Favoritos Bloqueo

Número total de Imágenes: 5
Puntuación promedio: 0 (0 votes)
Sube imágenes desde tu panel de control!

- Mias_1
Categoría: Fotografía
Visitas: 0
Valoración: Sin Votos
Comentarios: 0
- Mias_2
Categoría: Fotografía
Visitas: 0
Valoración: Sin Votos
Comentarios: 0
- Mias_3
Categoría: Fotografía
Visitas: 0
Valoración: Sin Votos
Comentarios: 0
- Mias_1
Categoría: Fotografía
Visitas: 0
Valoración: Sin Votos
Comentarios: 0
- Mias_2
Categoría: Fotografía
Visitas: 0

ULTIMO EVENTO
Sin eventos
Ver el Calendario Completo

BOLETÍN DE NOTICIAS
Manténgase actualizado:
Contactenos

TWITTER
Sociedad #Cultura "Blancanieves" gana en la 18ª edición de los Premios Forqué
EcuArt El Arte del Ecuador en una sola página

Figura 21.- Perfil completo de fotógrafo

3.5.2.2 Materiales

Para la elaboración de este portal se utilizó lo siguiente:

- Computador Portatil Sony vaio core i5
- Computador personal core 2 duo
- Adobe Dream Weaver
- Cámara Fotográfica samsung
- Adobe Fireworks
- Adobe Illustrator Cs5
- Adobe Pothoshop
- Joomla 2.5

4 CONCLUSIONES (Portal web):

- En si la investigación determinó que los artistas son el grupo objetivo con menos información sobre sus derechos y de cómo publicitarse sin arriesgar sus trabajos por lo cual se realizara una campaña de comunicación en medios específicos y resaltados para llamar la atención y el interés de saber sobre esta ley.
- La campaña tiene como objetivo primordial dar a conocer a los artistas de diferentes clases sociales, con acceso a internet para su propia publicidad. Y a su vez ayudarlos con temas de interés.
- También se fomenta a la creación de proyectos e incentiva a tener conocimiento del uso del portal web como medio de comunicación con sus clientes.

*Universidad Católica Santiago de Guayaquil – Facultad de Artes y
Humanidades-Ingeniería en Sistemas Multimedia.
Betsy Ojeda Carpio y Maritza Saltos Quimí*

- Se espera resultados de positivismo y respaldo para el portal web sea visto como un gran paso de progreso para este sector.

5 RECOMENDACIONES:

- Realizar pequeñas publicidades mediante redes sociales para la correcta y eficaz aceptación del portal.
- Mantener las alianzas con las organizaciones que respaldan a los artistas de diferentes formas para su correcta implementación.
- Realizar focus group para conocer el nivel de conocimiento de los artistas y de sus derechos como tales.

BIBLIOGRAFIA

- http://es.wikipedia.org/wiki/Arte_precolombino
- <http://aylecuadoriana.blogspot.com/2010/10/huellas-del-pasado.html>
- <http://www.editum.org/Que-Son-Las-Redes-Sociales-En-Internet-p-316.html>
- <http://aylecuadoriana.blogspot.com/2010/10/huellas-del-pasado.html>
- http://es.wikipedia.org/wiki/Arte_contempor%C3%A1neo
- <http://www.arqhys.com/construccion/colonial-escultura.html>
- Los Primeros Hombres del Ecuador. Guayaquil: Museo Antropológico del Banco Central del Ecuador, 1981.
- <http://www.yugler.com/article.php?id=88830&act=print>
- Marcos, Jorge, Tesoros del Ecuador Antiguo. España: Museo Arqueológico de Sevilla, 1984.

- Meggers, Betty; Clifford Evans y Emilio Estrada, Early Formative Period of Coastal Ecuador: The Valdivia and Machalilla Phases.

- Washington: Smithsonian Contributions to Antropology N. 1, Smithsonian Institution, 1965.

- [http://www.all-artecuador.com/articulos.php?idArticulo=79:](http://www.all-artecuador.com/articulos.php?idArticulo=79)

*Universidad Católica Santiago de Guayaquil – Facultad de Artes y Humanidades-Ingeniería en Sistemas Multimedia.
Betsy Ojeda Carpio y Maritza Saltos Quimí*

- Marcos, Jorge y Lathrap, Donald, "Real Alto: Un centro Ceremonial Agroalfarero Temprano (Valdivia)" en: *Arqueología de la Costa Ecuatoriana: Nuevos enfoques*. Ecuador: Corporación Editora Nacional, 1986.
- <http://www.arqhys.com/construccion/colonial-escultura.html>
- <http://www.argo.es/medios/ponencia.html>
- http://www.sayce.com.ec/index.php?option=com_content&view=section&id=1&Itemid=2
- <http://culturacolectiva.com/la-psicologia-del-color-segun-goethe/>
- <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/la-realidad-social-construye-un-nuevo-artista-286656.html>