



UNIVERSIDAD DE OTAVALO

CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

**ELABORACIÓN DE UNA GUÍA DETALLADA DE PRECIOS
PARA PROFESIONALES EN EL ÁREA DE DISEÑO GRÁFICO EN
ECUADOR**

**TRABAJO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADO EN DISEÑO GRÁFICO**

JOSÉ DAVID DÍAZ FLORES

TUTOR: Mg. Arciniegas Andrade Silvia Elena

OTAVALO, SEPTIEMBRE 2021

UNIVERSIDAD DE OTAVALO
CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO
APROBACIÓN DE TRABAJO FINAL DE GRADO

Otavalo, 02 marzo de 2022

Se aprueba el empastado de los tres ejemplares más el Cd correspondiente al trabajo de grado con el tema:

Elaboración de una guía detallada de precios para profesionales en el área de Diseño Gráfico en Ecuador

Correspondiente al estudiante:

Nombre: Díaz Flores José David

C.I: 1004506885

Para constancia firman los integrantes del tribunal evaluador:

Presidente de Tribunal de Grado

Nombre: PhD. Ramón Cala Aiello

C.I: 1753029998



Tutor del trabajo de Grado

Nombre: MSc. Silvia Elena Arciniegas Andrade

C.I: 1714918032

Evaluador del trabajo de Grado

Nombre: Mg. Alejandro Alex Flores Suárez

C.I: 1003162672

Evaluador del trabajo de Grado

Nombre: Mg. José Inti Quimbo Lema

C.I: 1004036487

Declaración de Autoría

Yo, José David Díaz Flores, declaro que este trabajo es de mi total autoría que no ha sido previamente presentado para grado alguno o calificación profesional.

La universidad de Otavalo puede hacer uso correspondiente, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por si reglamento y por la normativa institucional vigente.



José David Díaz Flores

C.I. 100450688-5

Certificación del Tutor

Certifico que el proyecto de investigación titulado “Elaboración de una guía detallada de precios para profesionales en el área de diseño gráfico en Ecuador” bajo mi dirección y supervisión, constituye el trabajo de titulación para aspirar al título de Licenciado en diseño gráfico del estudiante José David Díaz Flores, y cumple con las condiciones requeridas por el Reglamento de Trabajos de Titulación Art. 16 y 25.



Mg. Arciniegas Andrade Silvia Elena

C.I. 1714918032

Dedicatoria

Dedico esta investigación a mi madre, que ha sido un pilar fundamental en mi educación, que me ha proporcionado el apoyo que he necesitado para completar mis estudios y perseguir una carrera profesional. Siempre estaré agradecido por ello y eso hora devolver todo lo que me dedico de su tiempo.

En memoria de mi padre Mort Van Duzee, quien falleció a los 92 años, justo antes de terminar mi carrera, quien ha sido un ejemplo a seguir y un padre verdadero.

Dedico esta investigación a mis padres.

Gracias.

Agradecimiento

Mg. Arciniegas Andrade Silvia Elena. Mi gratitud para usted por su orientación, perseverancia y paciencia, así como su asesoramiento cuando tenía preguntas, por aclarar mis dudas y por ayudarme a completar mi investigación, que seguiré trabajando en ella claro está. Gracias por sus numerosas contribuciones profesionales, así como por estar ahí para mí cuando mis tareas se volvieron abrumadoras. Muchas gracias por su ayuda.

Maestra.

Msc. Inti Quimbo Lema. Agradezco por la enseñanza y paciencia, por brindarnos su conocimiento como profesional y experiencia, estoy muy agradecido por ello, por saber corregirnos cuando estábamos mal en los trabajos y saber explicarnos. Muchas gracias

Maestro

Índice de Contenido

Resumen	11
Abstract	11
Introducción	12
Antecedentes	13
Problema	13
Formulación	14
Objetivos	14
<u>1.</u> Objetivo General.....	14
<u>2.</u> Objetivos específicos.....	14
Idea de defender	15
Metodología	16
Resultados	17
Estructura capitular	17
Capítulo 1	20
<u>3.</u> 1.El Diseño Gráfico como actividad profesional	20
___ 1.1 Que es el diseño Gráfico.....	21
___ 1.2 Trabajo de un diseñador gráfico.....	22
___ 1.3 El diseño gráfico en el Ecuador.....	22
___ 1.4 Ética y comportamiento profesional	24
<u>4.</u> 2.Valor del diseño gráfico	26
<u>5.</u> ___ 2.1 Porque tiene un valor el diseño gráfico	26
<u>6.</u> ___ 2.2 Costos, valor y precio del diseño grafico.....	26
<u>7.</u> ___ 2.3 Formas de presupuestar	27
Conclusión	31
Capítulo 2	33
<u>8.</u> 2.1Aplicación de encuestas y entrevistas	34
<u>9.</u> 2.2 Muestra de resultados	35
___ 2.2.1 Resultados de la Entrevista.....	35
___ 2.2.2 Resultados de la Encuesta.....	40
Capítulo 3	50
<u>10.</u> 3.1 Proceso de Cálculo	50
<u>11.</u> 3.2 Tabla general de precios sugeridos	57
<u>12.</u> 3.3 Desglosamiento de cada servicio	59

Conclusiones	75
Recomendaciones	76
Referencias Bibliográficas	77
Anexos	79
Entrevista a profesionales en Diseño Gráfico.	79
Encuesta a estudiantes de ultimo nivel en Diseño Gráfico.....	79

Índice de tablas

Tabla 1 <i>Metodología</i>	16
Tabla 2 <i>Muestra Finita</i>	33
Tabla 3 <i>Factores para una cotización</i>	45
Tabla 4 <i>Valor de servicios</i>	46
Tabla 5 <i>Tabla de Cotización de una Servicio</i>	51
Tabla 6 <i>Proceso de Cotización 1</i>	52
Tabla 7 <i>Proceso de Cotización 2</i>	52
Tabla 8 <i>Proceso de Cotización 3</i>	52
Tabla 9 <i>Proceso de Cotización 4</i>	53
Tabla 10 <i>Proceso de Cotización 5</i>	53
Tabla 11 <i>Proceso de Cotización 6</i>	54
Tabla 12 <i>Proceso de Cotización 7</i>	55
Tabla 13 <i>Proceso de Cotización 8</i>	55
Tabla 14 <i>Proceso de Cotización 9</i>	56
Tabla 15 <i>Proceso de Cotización 10</i>	56
Tabla 16 <i>Proceso de Cotización 11</i>	56
Tabla 17 <i>Proceso de Cotización 12</i>	57
Tabla 18 <i>Tabla prototipo de referencia de precios</i>	58
Tabla 19 <i>Ejemplo – Imágenes Corporativa B</i>	59
Tabla 20 <i>Ejemplo – Imágenes Corporativa A</i>	60
Tabla 21 <i>Ejemplo – Catálogos y Folletos A</i>	61
Tabla 22 <i>Ejemplo – Catálogos y Folletos B</i>	61
Tabla 23 <i>Ejemplo – Catálogos y Folletos C</i>	62
Tabla 24 <i>Ejemplo – Editorial A</i>	62
Tabla 25 <i>Ejemplo – Editorial B</i>	63
Tabla 26 <i>Ejemplo – Editorial C</i>	64
Tabla 27 <i>Ejemplo – Prensa y Revista A</i>	64
Tabla 28 <i>Ejemplo – Prensa y Revista B</i>	65
Tabla 29 <i>Ejemplo – Prensa y Revista C</i>	65
Tabla 30 <i>Anuncios A</i>	66
Tabla 31 <i>Anuncios B</i>	66
Tabla 32 <i>Anuncios C</i>	67
Tabla 33 <i>Campaña A</i>	68
Tabla 34 <i>Campaña B</i>	69
Tabla 35 <i>Campaña C</i>	70
Tabla 36 <i>Ejemplo – Calendarios y Comunicados A</i>	70
Tabla 37 <i>Ejemplo – Calendarios y Comunicados B</i>	71
Tabla 38 <i>Ejemplo – Calendarios y Comunicados C</i>	71
Tabla 39 <i>Ejemplo – Publicidad A</i>	72
Tabla 40 <i>Ejemplo – Publicidad B</i>	73
Tabla 41 <i>Ejemplo – Publicidad C</i>	74

Índice de figuras

Gráfico 1 <i>Como dar una promoción</i>	38
Gráfico 2 <i>Conocimiento de una cotización</i>	40
Gráfico 3 <i>Cotizar para un cliente</i>	41
Gráfico 4 <i>Dificultad para cotizar un servicio</i>	42
Gráfico 5 <i>Proceso de Cotización de un servicio</i>	43
Gráfico 6 <i>Factores al momento de cotizar un servicio</i>	44
Gráfico 7 <i>Valor para un servicio</i>	45
Gráfico 8 <i>Conocimiento de guía de precios</i>	47
Gráfico 9 <i>Uso de una guía de precios</i>	48
Gráfico 10 <i>Guía de precios como base</i>	49

Resumen

Esta investigación pretende determinar si los estudiantes del último nivel de diseño gráfico de las universidades ecuatorianas están familiarizados en cómo facturar un servicio. Se hicieron una serie de preguntas abiertas, de igual manera si conocían y utilizaban una guía de precios. Además, según los resultados del estudio, el diseño gráfico no es reconocido en Ecuador. Al final, se desarrolló una tabla de precios prototipo basada en los servicios que prestan en diversas industrias.

Abstract

This research aims to determine if the students of the last level of graphic design in Ecuadorian universities are familiar with how to bill a service. They asked a series of open questions, in the same way if they knew and used a price guide. In addition, according to the results of the study, graphic design is not recognized in Ecuador. In the end, a prototype pricing table was developed based on the services they provide in various industries.

Introducción

El diseño gráfico moderno ha avanzado hasta el punto de que se fomenta el uso de nuevas tecnologías para la realización de diseños, los diseños son visibles para el público en general y el diseño es aplicable en todas las disciplinas.

En general, los estudiantes al principio de sus carreras pueden proporcionar servicios de diseño sencillos, prácticos y asequibles, mientras que los profesionales más experimentados pueden proporcionar servicios de diseño más extensos o elaborados. Estos servicios pueden ser prestados a individuos, empresas grandes y pequeñas, escuelas, organizaciones gubernamentales, grupos de servicios públicos y otras organizaciones. A menudo, los clientes solicitan una amplia gama de servicios como folletos, tarjetas de presentación, letreros, carteles, obras de arte, diseño de logotipos y marcas. Otros servicios incluyen el diseño web, los servicios de impresión y las obras de arte digitales.

De acuerdo con el nivel de experiencia, como la reputación, los antecedentes o el grado de formación que posee un profesional, las tarifas de los servicios de diseño pueden variar significativamente. Esto tiene un impacto significativo en el coste total de los servicios. Algunos diseñadores prefieren cobrar por hora en lugar de tener un precio fijo o por la tarifa de proyecto de diseño, simplemente porque la cantidad de tiempo necesario puede variar mucho. Algunos diseñadores basan sus precios en su tarifa por hora, mientras que otros basan sus precios en el coste de los materiales.

Antecedentes

Normalmente, los profesionales del diseño gráfico estudian los fundamentos del diseño, pero no estudian cómo establecer un precio para los productos o servicios; como resultado, cuando entran en el ámbito laboral, suelen establecer precios arbitrarios sin tener una base para analizar el tiempo, las horas trabajadas, el uso de materiales y la producción, entre otros factores, lo que da lugar a precios altos o bajos que no justifican el trabajo realizado.

Problema

Es difícil para los profesionales del diseño gráfico que acaban de empezar a determinar cuánto cobrar por una pieza gráfica, lo que puede llevar a los servicios a ser mal entendidos y a no conseguir su valor monetario completo.

Cada parte comparte un objetivo común (Diseñador - Empresa), que es el éxito de sus respectivas empresas. Para conseguirlo, ambas partes deben adherirse a reglas honestas y justas que permitan una coexistencia pacífica entre ellas.

Aunque diferentes diseñadores realizarán un análisis de presupuesto para el mismo proyecto, habrá diferencias significativas en el estilo, la redacción, el contenido y el alcance debido a que no todos los proyectos vendrán de la misma manera. Estas distinciones han tenido un impacto en los procedimientos para determinar la valoración de un diseño en Ecuador. Las diferentes características del servicio son las que distinguen nuestro entorno de los demás y tienen un impacto directo en el cálculo de los costes y los honorarios cobrados por los profesionales del diseño.

Sin embargo, el presupuesto de un proyecto es similar a un currículum delante de un cliente potencial, por lo que su forma, contenido, escritura, claridad en el

alcance del diseñador y descripción de cada una de las fases del proyecto son factores importantes a tener en cuenta.

Formulación

La dificultad para establecer precios de los servicios profesionales de un diseñador lleva a la dificultad para asignar cantidades y valores a los servicios que ofrece.

Objetivos

Objetivo General

Elaborar una guía detallada de precios para profesionales recién graduados en el área de Diseño Gráfico en el Ecuador.

Objetivos específicos

- Fundamentar los servicios de diseño gráfico que inciden en el proceso de formulación presupuestaria, mediante un adecuado manejo y procesamiento de información.
- Diagnosticar el estado actual de precios en el área del Diseño Gráfico en el Ecuador, a través de la aplicación de instrumentos de recopilación de datos para el manejo de una idea clara de la problemática existente.
- Diseñar una guía detallada de precios para profesionales recién graduados en el área de Diseño Gráfico por medio de la aplicación de la información obtenida.

Idea de defender

En esta investigación, se llevó a cabo un proceso de recogida de datos con el tema central de la valoración de los servicios de diseño gráfico para profesionales recién graduados en el mercado laboral ecuatoriano como centro de la investigación. Esta investigación se inició después de que se identificara un problema que afecta a la mayoría de diseñadores gráficos que están empezando en el ámbito profesional y que están relacionados con la diversidad de costes en un servicio. Dado que no hay un sistema de precios que los diseñadores gráficos recién egresados puedan utilizar como base para guiarse a la hora de cotizar su trabajo, se inició esta investigación.

Para este proyecto de investigación, se recolecto información sobre los servicios de diseño gráfico de las empresas e individuos que prestan estos servicios, con el fin de determinar qué factores se utilizan en el campo profesional para determinar el coste de estos servicios. Además, el objetivo y el resultado de esta investigación es desarrollar un tipo de guía que le ayude a determinar exactamente cuánto cobrar por un servicio profesional y cómo cobrar correctamente.

Metodología

Tabla 1

Metodología

Etapas	Objetivos	Métodos de Trabajo	Técnicas e Instrumentos	Resultados
Fundamentación teórica	Fundamentar los servicios de diseño gráfico que inciden en el proceso de formulación presupuestaria, mediante un adecuado manejo y procesamiento de información.	Analítico – Sintético Inductivo- Deductivo	Fichaje Organizadores Gráficos	Capítulo 1 fundamentación teórica del proyecto.
Diagnóstico	Diagnosticar el estado actual de precios en el área del Diseño Gráfico en el Ecuador, a través de la aplicación de instrumentos de recopilación de datos para el manejo de una idea clara de la problemática existente.	Recolección de Información Métodos estadísticos Triangulación de información	Encuesta Entrevista	Datos sobre la situación que requiere ser resuelta, información cualitativa y cuantitativa sobre los involucrados principales.
Producto	Diseñar una guía detallada de precios para profesionales en el área de Diseño Gráfico por medio de la aplicación de la información obtenida.	Analítico – Sintético Inductivo- Deductivo	-Registro de información.	Guía de precios Digital.
Validación	Validar la guía de precios por expertos en el área del diseño gráfico.	Criterio de Expertos	Fichas de validación	Propuesta validada.

Elaborado por José David Díaz

Resultados

Tras realizar las encuestas a los estudiantes del último nivel en diseño gráfico en las universidades del Ecuador, se descubrió que la mayoría de los estudiantes no tienen ni idea de cómo cotizar por un servicio de diseño gráfico; algunos han tomado la iniciativa de crear un presupuesto, pero carecen de la información necesaria para crear una cotización para un proyecto y siempre tendrán dudas sobre cómo y cuánto cobrar.

Los resultados de la encuesta realizada a los estudiantes de último nivel revelaron que el 90% de los estudiantes tienen dificultades para realizar una cotización por un servicio de diseño gráfico, mientras que sólo el 10% no presenta dificultad. (Pregunta 3)

Se preguntó a los estudiantes si sabían de cualquier guía de precios de servicios de diseño gráfico en Ecuador. El 66% dijo que no tenía ni idea, mientras que el 34% dijo que sí. De la misma pregunta, se les preguntó si utilizaron esta guía, y los resultados revelaron que el 21% no y el 13% sí. (Pregunta 7 – 8)

Ahora bien, teniendo en cuenta que la última pregunta de la encuesta preguntaba si estaban de acuerdo en utilizar una guía de precios como base para cotizar un servicio (Pregunta 9), se descubrió que el 65% estaba de acuerdo en utilizar una guía de precios y el 1% no estaba de acuerdo.

Estructura capitular

Sin embargo, debido a las grandes diferencias en los métodos de trabajo y en la formación, es imposible decir que el diseño gráfico es simplemente una serie de dibujos sencillos, como cree la mayoría de la gente. De la misma manera, el diseño gráfico surgió como profesión en el Reino Unido como resultado de las nuevas tecnologías, ya que el proceso de trabajo tradicional se estaba convirtiendo en arcaico.

Es en este punto cuando aparecen los primeros diseñadores gráficos, y la comunicación de publicidad gana una fuerza significativa.

Con la llegada de los ordenadores, los tiempos de producción se han reducido, pero también ha aumentado la demanda de diseño gráfico.

En el mundo actual, el diseño gráfico es una profesión mucho más actual porque requiere una amplia preparación e investigación, una de las cuales fue la publicidad, que se encarga de difundir información sobre las tendencias emergentes.

El diseño gráfico es participe en diferentes áreas, ayudando a conocer, crear, conceptualizar ideas de un producto, servicios de una empresa.

Como diseño gráfico es todo lo que comunica con un mensaje visual o audiovisual, a través de los diferentes plataformas o dispositivos digitales que hoy en día se utiliza, dando como resultado han una comunicación efectiva.

En el diseño, uno de los principios más importantes es la jerarquía, porque el ser humano es capaz de percibir la información y comprender cómo funciona a su propia iniciativa. A partir del hecho de que cada elemento visual interactúa con los demás, se crea un peso visual, teniendo en cuenta que existen numerosos conceptos sobre las leyes de la jerarquía visual que hay que entender, como forma, textura, color, espacio y tamaño.

El diseñador gráfico es un profesional que posee los conocimientos y la experiencia necesaria para comunicar de forma eficaz un mensaje visual.

Es capaz de utilizar software informático específico para el diseño, como Adobe Illustrator, Adobe Premiere, Adobe Photoshop, CorelDraw, entre otros. Hay un infinito número de programas informáticos específicos para el diseño que pueden ayudar a un diseñador en su trabajo, porque son los más utilizados en el campo del diseño hoy en día.

El diseñador actual también debe estar bien versado en las tecnologías de diseño más recientes; el diseño evoluciona a diario, y se introducen nuevas plataformas digitales en las que trabajar, lo que da lugar a mayores niveles de

precisión en el trabajo del diseñador. Así, el diseñador es capaz de crear y utilizar todos los elementos visuales necesarios para crear una composición gráfica eficaz que pueda plasmarse en las diversas plataformas y dispositivos en uso actual, así como en el futuro.

El presupuesto, es el proceso de elaborar una contabilidad de los gastos o ingresos, por ambos, que surgen de un empresa pública o privada. Es necesario para garantizar que los recursos disponibles para un servicio se utilicen de forma adecuada.

El razonamiento deductivo es una estrategia de inferencia que se utiliza para extraer conclusiones lógicas de un conjunto de suposiciones o principios. El método emplea una serie de procedimientos, los más notables de los cuales son: Aplicación, Demostración, Valor Práctico, Validación y Reproducción.

Los resultados del estudio revelan cómo cobrar por cada servicio. Desde el precio más bajo posible hasta el más alto, y todo lo que ingrese. Algunos servicios no pudieron recogerse porque se solicitaron formularios para otros servicios al mismo tiempo.

Capítulo 1

1. El Diseño Gráfico como actividad profesional

Cada generación desde el principio de los tiempos, los seres humanos han transmitido sus legados culturales e históricos a las generaciones sucesivas. Debido a su larga historia, hemos tenido la oportunidad de ver su desarrollo. Sin embargo, es imposible decir que el diseño gráfico es simplemente una serie de dibujos sencillos, como cree la mayoría de la gente, debido a las grandes diferencias en los métodos de trabajo y la formación.

Debido a que requiere una amplia preparación e investigación, el diseño gráfico se ha convertido en una profesión mucho más actual en el mundo actual. Un paso de investigación y preparación fue la publicidad, que se encarga de difundir información sobre las tendencias emergentes. Cuando se trataba de una variedad de elementos visuales, como las formas, los textos, la tipografía, los tonos, las ilustraciones y las fotografías, era necesario mantener la consistencia para comunicar ideas muy específicas a los posibles clientes. En este momento se gana una gran fuerza en la comunicación visual, ya que aparecen los primeros diseñadores gráficos.

Empezando en el siglo XX, la era digital comenzó a abrirse. Los ordenadores, junto con el uso de software especializado, permitieron a los diseñadores gráficos trabajar totalmente digital, impulsando aún más los límites visuales y redefiniendo completamente la profesión. Con la llegada de los ordenadores, los tiempos de producción se han reducido, pero también ha aumentado la demanda de diseño gráfico. De la misma manera, el diseño gráfico surgió como profesión en el Reino Unido como resultado de las nuevas tecnologías, ya que el proceso de trabajo tradicional se estaba convirtiendo en arcaico.

La tecnología avanzaba a un ritmo rápido para los diseñadores, lo que dio lugar a una ampliación de oportunidades; una de ellas es la Internet, que sigue siendo uno de los retos más difíciles de superar hoy en día; la

interacción de las animaciones y el contenido multimedia con los textos y las aplicaciones en línea abre nuevos caminos y plantea nuevos retos; hoy en día, hay diseñadores gráficos/multimedia que son capaces de manejar el vídeo y el contenido interactivo. Algo que el diseño gráfico siempre ha tenido en cuenta: es que la comunicación gráfica debe tener empatía con todas las culturas y comunicarse en un lenguaje universal.

1.1 Que es el diseño Gráfico

El diseño gráfico es participe en diferentes áreas, ayudando a conocer, crear, conceptualizar ideas de un producto, servicios de una empresa. Como diseño gráfico es todo lo que comunica con un mensaje visual o audiovisual, a través de los diferentes plataformas o dispositivos digitales que hoy en día se utiliza, dando como resultado han una comunicación efectiva. Por lo general, se trabaja de forma individual, pero también se trabaja para empresas que cuentan con departamentos creativos, como departamentos de diseño gráfico, publicidad o de producción multimedia.

Además, el diseño gráfico puede definirse como una disciplina encargada de captar ideas o mensajes creativos como apoyo en campañas de publicidad, como en productos, carteles comerciales, etc., porque el diseño gráfico puede encontrarse en todo lo que vemos e interactuamos.

En el diseño, uno de los principios más importantes es la jerarquía, porque el ser humano es capaz de percibir la información y comprender cómo funciona a su propia iniciativa. Makertan (2015) "La jerarquía establece la mayor o menos importancia de los elementos que incluimos. En concreto es aquello que prioriza la visión." A partir del hecho de que cada elemento visual interactúa con los demás, se crea un peso visual, teniendo en cuenta que existen numerosos conceptos sobre las leyes de la jerarquía visual que hay que entender, como forma, textura, color, espacio y tamaño. Esta es la base de la jerarquía visual. El diseño de gráficos tiene como objetivo final la transmisión de un mensaje visual o audiovisual, con

la capacidad de expandirse a una variedad de dispositivos tecnológicos para lograr ese objetivo.

1.2 Trabajo de un diseñador gráfico

El diseñador gráfico es un profesional que posee los conocimientos y la experiencia necesaria para comunicar de forma eficaz un mensaje visual. Además, debe poseer habilidades como ser expresivo, mostrar creatividad e imaginación, que son entre las más importantes a la hora de trabajar, así como ser muy consciente de las últimas tendencias en los diversos campos en los que participa.

Es capaz de utilizar software informático específico para el diseño, como Adobe Illustrator, Adobe Premiere, Adobe Photoshop, CorelDraw, entre otros. Hay un infinito número de programas informáticos específicos para el diseño que pueden ayudar a un diseñador en su trabajo, porque son los más utilizados en el campo del diseño hoy en día.

El diseñador actual también debe estar bien versado en las tecnologías de diseño más recientes; el diseño evoluciona a diario, y se introducen nuevas plataformas digitales en las que trabajar, lo que da lugar a mayores niveles de precisión en el trabajo del diseñador. Así, el diseñador es capaz de crear y utilizar todos los elementos visuales necesarios para crear una composición gráfica eficaz que pueda plasmarse en las diversas plataformas y dispositivos en uso actual, así como en el futuro.

1.3 El diseño gráfico en el Ecuador

El diseñador gráfico moderno es heredero de un distinguido linaje: los escribas sumerios, quienes inventaron la escritura, los artesanos egipcios, los impresores chinos, los ilustradores medievales, quienes diseñaron los primeros libros impresos europeos. Desde la invención de la imprenta, el libro ha evolucionado en un medio de comunicación de masas que influye

en las ideas y las sociedades. El diseño gráfico se inició como una práctica manual aislada hasta convertirse en una profesión tecnificada y competitiva.

Los medios de comunicación de Ecuador dependían en gran medida del diseño gráfico como un componente importante. A través de los esfuerzos de ilustradores, pintores y profesionales de la publicidad durante la década de los 60 y 70, aumentado la visibilidad del diseño gráfico. Se desarrollado varios formatos y normas estandarizadas para los aspectos digitales de los diseñadores desde 1990. En el año 2000 marcó el inicio de una tendencia hacia el uso de formas más específicas y personales. El diseño gráfico en Ecuador está estrechamente asociado al desarrollo tecnológico y económico de una determinada zona. Los organismos de publicidad de Quito fueron los responsables de las primeras manifestaciones del diseño en la ciudad.

Cuando se trata de diseño gráfico en Ecuador hoy en día, se puede decir que no se considera tan positivo como en otros países; el diseño en el país se considera algo básico y no algo necesario; se ha explotado; y ahora, con la llegada de las nuevas tecnologías, ha sido posible para muchos no profesionales utilizar plataformas online, donde pueden trabajar automáticamente en diseños, animaciones, videos y vender.

Cuando se menciona el término "diseñador", la mayoría de la gente relaciona de inmediato en la imprenta, como si la única responsabilidad de un diseñador es reproducir textos e imágenes en papel, tejido u otros materiales. Es un error que cometen las personas, y uno de los factores que contribuye a su pensamiento de esta manera es el hecho de que las mismas personas que estudian el diseño gráfico no explican el trabajo de un diseñador de forma completa.

Las mismas personas que estudian o trabajan, también pueden ser los que no dan un valor suficiente a sus trabajos, lo que conduce a la

percepción del diseño como algo simple o básico por parte del público en general.

1.4 Ética y comportamiento profesional

La ética se define como la conducta moral de una persona, una disciplina que está vinculada a las reglas y que sirve como base para distinguir entre el bien y el mal, dando a la persona la capacidad de determinar si o no sus acciones son moralmente correctas. Las normas éticas de un profesional se definen como un conjunto de reglas y comportamientos que pueden clasificarse como prácticas buenas o malas dentro y fuera del lugar de trabajo. Algunas de estas normas pueden clasificarse como valores como la honestidad, la puntualidad, el compromiso con los demás, el respeto por las propias habilidades o responsabilidades, entre otros.

La ética del diseño gráfico también se implicaría porque tiene un código de conducta orientado a la buena práctica en el campo. Según Martínez (2021, pág. 2) “La necesidad de que el diseñador gráfico tenga un código de ética y estar orientado por él, resalta que todo acto humano es regido por la moral”. La dignidad de las personas debe respetarse para que sean respetadas y valoradas por sus contribuciones a la sociedad. Como diseñador, debe abstenerse de engañar, ocultar la verdad, manipular, etc., a través de su trabajo.

Según, Martínez (2021, pág. 4). Puede considerarse uno de los principios más importantes del código de ética para los diseñadores gráficos, y es el siguiente:

LEGALIDAD. Apego del diseño gráfico a las normas jurídicas vigentes, y a las normas que de este Código emanen.

HONESTIDAD. El diseño gráfico se hará con rectitud e integridad, empleando siempre informaciones y documentaciones adecuadas.

DECENCIA. Las personas que intervienen en el quehacer del diseño gráfico actuarán o participarán respetando los valores morales y sociales de la comunidad, entendiendo por éstos al cuerpo de obligaciones entre los individuos y la sociedad, en el mismo lugar, tiempo y espacio.

VERACIDAD. Libertad de expresar, a través del diseño gráfico, las características o bondades debidamente acreditadas con que cuentan los bienes, servicios o conceptos, omitiendo cualquier expresión que contemple verdades parciales. Las descripciones o imágenes relativas a hechos verificables deben estar sujetas a comprobación fehaciente y con bases científicas en el momento que se requiera.

DIGNIDAD. La abstención de presentar o aludir situaciones discriminatorias o denigratorias por razones de raza, edad, sexo, religión, afiliación política, nacionalidad o condición social.

RESPECTO. No denigrar directa o implícitamente los productos, servicios o conceptos de un competidor ni copiar sus ideas gráficas. La denigración de un competidor constituye no sólo la falta al honor profesional del quehacer gráfico, sino que conduce también a un debilitamiento de la confianza que el público dispensa al diseño gráfico.

JUSTA COMPETENCIA. La comprobación de bienes, servicios o conceptos podrá llevarse a cabo siempre y cuando sean de la misma especie, tomando como referencia idénticos elementos objetivos de comparación. Los puntos de comparación deben basarse en hechos comprobables y fehacientes, no deben ser seleccionados de manera injusta o parcial y en general deben evitar que la comparación pueda engañar al consumidor.

BIENESTAR Y SALUD. El diseño gráfico en su forma se abstendrá de incluir imágenes, textos o sonidos que induzcan a prácticas inseguras, y que, por este hecho, se atente o ponga en riesgo la salud de los seres humanos y de cualquier otro ser viviente.

2. Valor del diseño gráfico

2.1 Porque tiene un valor el diseño gráfico

El concepto de valor abarca una amplia gama de ideas, como la importancia de la virtud o el talento de una persona en la influencia de su capacidad para ser apreciada, así como la importancia de proporcionar un grado de utilidad a las cosas para satisfacer sus necesidades o proporcionar felicidad o placer a los demás. De la misma manera, el diseñador imagina un mensaje gráfico, textual o audiovisual que transmite información sobre un producto o servicio al público, proporcionando así un valor monetario, personal, entre otros.

2.2 Costos, valor y precio del diseño grafico

- **Costo:** El precio pagado por los bienes y servicios, así como la cantidad necesaria para crear o producir el bien o servicio, se denomina costo. Cuando el proyecto se completa, se convierte en un hecho histórico. El costo de un bien o servicio se determina por el precio pagado por el comprador.
- **Valor:** En la economía, el valor se refiere al precio más probable de ser acordado por los compradores y vendedores de un bien o servicio que se ofrece a la venta. En contraste con el hecho, el valor es una previsión de lo que se pagará por bienes o servicios en un

momento determinado, de acuerdo con una definición específica de lo que es valioso.

- **Precio:** Es un término que se refiere a la suma inicial de dinero que se pide, ofrece o paga en cambio de un bien o servicio. Sin importar si el precio de la venta se hace público o se mantiene en secreto.

Sin embargo, es necesario que el diseñador, para añadir valor a un servicio, tenga en cuenta una variedad de factores. Estos factores incluyen: el tiempo; los materiales; los insumos; las horas de trabajo; el tipo de proyecto; etc. Calvo (2016) dice “El buen diseño, como todo conocimiento, no es gratuito. Al diseñador gráfico le ha llevado un tiempo, años, décadas, aprender a solucionar los problemas de comunicación de sus clientes” (párrafo 1). En consecuencia, se puede decir que el trabajo del diseñador es el que genera valor, y, por otro lado, este trabajo tiene sus propias características y tiempos, con la suma de todos ellos resulta el valor que el diseñador produce en un producto concreto.

2.3 Formas de presupuestar

El presupuesto, es el proceso de elaborar una contabilidad de los gastos o ingresos, o ambos, que surgen de una empresa pública o privada. Burbano, J. (2005, p.11), afirma que “es una expresión cuantitativa formal de los objetivos que se propone alcanzar la administración de la empresa en un periodo, con la adopción de las estrategias necesarias para lograrlos”. Es fundamental crear un presupuesto para garantizar que los recursos disponibles para un servicio se utilicen de forma adecuada, y también puede servir de fuente de información.

El presupuesto debe ser claro y conciso, y debe incluir en el presupuesto los costes inmediatos, así como los diferentes gastos adicionales e indirectos; además, debe incluir las consecuencias de cualquier cambio o cancelación. Es un gasto de tiempo y requiere conocimientos que un diseñador no tiene, porque es necesario presupuestar en función de los

impuestos (IVA), los ingresos obtenidos, el salario, los gastos, las inversiones, etc.

Para poder presupuestar, es necesario diferenciar entre los diferentes tipos de servicios de diseño que pueden contratarse; una vez identificados cada uno de estos tipos, el coste de un servicio de diseño puede calcularse fácilmente y adaptarse a los requisitos específicos.

- **Por hora**

Dado que el tiempo es uno de los recursos más limitados disponibles, es uno de los recursos más importantes a tener en cuenta a la hora de estimar el costo de un servicio o proyecto de diseño. Adquirir la capacidad de medir algo y asignarle un valor monetario es la herramienta que le permitirá calcular un presupuesto después de contabilizar todos los gastos necesarios. Se puede aplicar un profesional o un grupo de profesionales de la misma industria para calcular el salario por hora. Este cálculo sirve de base para desarrollar el presupuesto "por iguales o por proyecto".

El uso de este enfoque en la contratación tiene la ventaja de permitir el desarrollo de un solo presupuesto que puede aplicarse a cualquier número de proyectos. Esto significa que una estimación de lo que se va a ofrecer se delimitará en función del paso del tiempo, las inclusiones y exclusiones del servicio, así como el método de pago utilizado para hacer la estimación.

- **Por proyecto**

El método basado en el proyecto de contratación de un servicio es uno de los más comunes. En este caso, ambas partes asumen el mismo nivel de responsabilidad a la conclusión del trabajo, con la

excepción de los casos en los que el cliente cancela o rechaza el proyecto, o cuando el diseñador decide abandonar el proyecto por cualquier razón.

- **Por iguala**

Cuando un equipo de diseño trabaja un determinado número de horas durante un período de tiempo predeterminado, el presupuesto por iguala es igual al presupuesto por hora proyectado para ese equipo. Un presupuesto por iguala es difícil de determinar, y el alcance de las responsabilidades debe ser acordado por ambas partes, teniendo en cuenta que el acuerdo es por un plazo indefinido. Un contrato con una fecha de finalización y un lenguaje que implica que el diseñador no aceptará nuevos proyectos que se encuentra más a menudo en estas situaciones. A la luz de lo anterior, y en el caso de que los servicios se cancelen, el cliente es responsable de las tarifas incurridas durante ese periodo de tiempo.

- **Por uso/utilización (Cesión de derechos de autor)**

Este tipo de contratación no implica la venta de un diseño; sino que implica la venta de los derechos de uso del mismo para fines específicos. En este caso, el precio base para la venta del diseño puede calcularse en función del costo por hora o por proyecto, y puede adaptarse a los diversos usos que se permitirán o negociarán, así como a las restricciones que se impondrán. Este proceso es completamente subjetivo y complicado debido a que contiene un infinito número de variantes y requiere la ayuda de un abogado.

- **Regalías**

Cuando se trata de diseño industrial o trabajos editoriales, este tipo de contratación de regalías es el más común de utilizar. Se define como el porcentaje de la distribución y el precio de venta del trabajo que se paga al artista que creó el trabajo o la pieza en cuestión.

El precio de un trabajo de diseño sería una forma de asociación entre el cliente y el diseñador, ya que los riesgos y las recompensas se compartirían igualmente entre los dos. En consecuencia, el cliente ya no será necesario realizar un solo pago directo, y el dinero se derivará directamente de la venta del mismo producto.

Esto puede calcularse basándose en el coste del proyecto del diseño o producto y una estimación razonable de las ventas a corto, medio y largo plazo, así como en el precio de venta de ese diseño o producto, entre otros factores.

- **Por Consulta**

Los contratos de consultoría de este tipo son frecuentemente utilizados por otras profesiones, como médicos, abogados, contables y otros puestos similares, para prestar servicios a sus clientes. También es una de las opciones de tarifas por hora disponibles para los clientes.

Por ejemplo, en el campo del diseño gráfico, si un cliente solicita una consulta, el diseñador puede cobrar una tarifa horaria además de la tarifa básica, lo que significa que puede incluir el precio por hora de trabajo, la coordinación y la responsabilidad de la compra de materiales o servicios, al tiempo que sigue cobrando al cliente una tarifa mínima. En consecuencia, el coste de la consulta es significativamente mayor en comparación con el coste por hora.

- **Gastos directos (Cualquier que sea la forma de contratación)**

Los gastos directos incluyen la escritura, la traducción, la edición, la fotografía, el alquiler de imágenes, la ilustración, la edición digital, la pre impresión, la impresión y la producción, entre otras cosas. Los gastos indirectos incluyen los viajes, las comidas y el entretenimiento. Si el diseñador es responsable de contratar, coordinar o supervisar la prestación de estos servicios, es conveniente incluir el coste de la prestación de estos servicios en el presupuesto del proyecto.

- **Otros factores**

El efecto de la inflación debe tenerse en cuenta a la hora de utilizar este tipo de contratación. Por otro lado, cuando el nivel general de precios sube, cada unidad monetaria puede utilizarse para comprar menos bienes y servicios en general. Los salarios, el papel, la impresión, la distribución y otros elementos de la industria de la comunicación contribuyen al coste total de la industria. Cualquier aumento de la tasa de inflación, como resultado, debe tenerse en cuenta.

Conclusión

Cuando se trata de un profesional recién graduado, la realización de un valor es extremadamente compleja, ya que debe gestionarse muy cuidadosamente, ya que dependerá del progreso de los diseñadores en la industria del diseño.

Se debe tener en cuenta el hecho de que hay una variedad de métodos diferentes de presupuesto, así como la posibilidad de que estos métodos puedan utilizarse juntos. Hacer una cotización para un proyecto o servicio no es algo que

se pueda aprender en una noche; en cambio, cada profesional elige o tiene un método que emplea en un servicio de forma única.

Capítulo 2

Los métodos de investigación aplicada fueron de forma descriptiva, deductiva y empleado de forma indirecta, se combinó con un enfoque cualitativo para los resultados. Una encuesta con preguntas cerradas y selección múltiple se utilizó como instrumento de investigación y se realizó a los estudiantes que están a punto de graduarse como diseñadores gráficos de diversas universidades de Ecuador. En un sentido similar, se realizó una entrevista con preguntas abiertas a varios profesionales del diseño gráfico que ya llevan varios años en el campo laboral en Ecuador. Se utilizaron tablas y gráficos para organizar y presentar la información recopilada, con el fin de llevar a cabo un análisis de la información.

La población total se calculó en función del número total de estudiantes que acaban de completar sus estudios universitarios en Diseño Gráfico en las universidades de Ecuador.

La muestra finita se generó utilizando la siguiente fórmula, que se aplicó a toda la población de estudiantes de diseño gráfico.

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Por lo tanto, se obtiene:

Tabla 2

Muestra Finita

Parámetro	Insertar Valor
N	4.743
Z	1,010
P	50,00%
Q	50,00%
e	3,00%

Elaborado por José David Díaz

Total:

“n” = **267,44**

2.1 Aplicación de encuestas y entrevistas

En este estudio se utilizó los métodos de investigación deductivos y descriptivos. El razonamiento deductivo es una estrategia de inferencia que se utiliza para extraer conclusiones lógicas de un conjunto de suposiciones o principios. El razonamiento deductivo se utiliza indirectamente en este estudio.

Un proceso de pensamiento en este sentido es uno que pasa de un nivel general (ley o principio) a un nivel específico (fenómeno o evento específico) de abstracción. En consecuencia, también puede describirse como un reflector, que refleja un principio general (ley o principio) en un fenómeno o evento específico.

El método deductivo emplea una serie de procedimientos, los más notables de los cuales son:

- **Aplicación:** Tiene valor práctico porque es necesario pasar de un concepto general a un caso específico para entender mejor el concepto. Es un método para actualizar sus conocimientos y aprender nuevas habilidades de pensamiento.
- **Validación:** Es el proceso de confirmación del resultado de un experimento a través de la inducción.
- **Demostración:** Es una aplicación visual de hechos, ideas o procesos importantes que se realiza en un entorno controlado.

En la entrevista, se preguntó a cinco diseñadores gráficos ecuatorianos sobre sus experiencias trabajando en el campo durante varios años. Durante la entrevista se recogieron diversos tipos de comentarios, como información sobre la valoración y la cotización del proyecto, para determinar qué elementos se utilizan, y la capacidad de determinar el coste de un servicio, entre otras cosas.

Además, se realizó una encuesta a los estudiantes en sus últimos años de estudios de diseño gráfico en diversas universidades del Ecuador. Esta encuesta se creó para determinar si o no están familiarizados con el proceso de facturación de un proyecto gráfico o servicio.

2.2 Muestra de resultados

2.2.1 Resultados de la Entrevista

Se decidió llevar a cabo esta entrevista con diferentes diseñadores profesionales que ya trabajan en el campo laboral en Ecuador para recopilar información sobre el proceso de cotización a un servicio, así como para averiguar cuáles son los factores que tienen en cuenta y cuáles son los más importantes a la hora de hacer tal cotización. A medida que avanzaba la entrevista, estas preguntas se formularon en respuesta a lo aprendido. Como resultado, algunas de ellas no eran necesarias incluir porque las respuestas se aprendieron a medida que avanzaba la entrevista.

En respuesta a la primera pregunta de cuánto tiempo llevaban practicando su profesión como diseñadores, la mayoría de los entrevistados afirmaron que llevaban más de 20 años practicando su profesión, lo que indica que ya tienen un sólido historial y una amplia experiencia en diseño gráfico en Ecuador.

No importa si eres un principiante o un diseñador experimentado, si trabajas de forma independiente o como empleado de una empresa, siempre llegara a un punto en el que se cuestionaran cuánto cobrar por

un servicio que ha realizado. Dado que todo hoy en día es digital y se gestiona a través de la web, se aconseja a los diseñadores estar siempre preparados, investigando y revisando cómo se puede crear un presupuesto, porque deben estar en la punta de lanza de los nuevos desarrollos tecnológicos en todo momento.

También se afirma que hay ciertos factores que deben tenerse en cuenta a la hora de crear un presupuesto, uno de los cuales son los costes operativos que deben tenerse en cuenta siempre, como los materiales, los equipos de trabajo y el personal. Otro factor muy importante es la cantidad de tiempo que se tarda en generar un trabajo; se recomienda que, si el cliente requiere un trabajo de diseño, se calcule antes el coste. La razón de esto es que hay que tener en cuenta el hecho de que una sola persona no podrá completar todo el proyecto; habrá que contratar a otra persona o a varias personas, en función del proyecto y del plazo especificado por el cliente.

Además, si el trabajo está situado en otro lugar, es necesario tener en cuenta los gastos asociados al traslado, como los pasajes de transporte público o la gasolina si tiene su propio vehículo. Considere y pregunte si los materiales se proporcionarán por el cliente o si los materiales se proporcionarán por uno mismo, ya que todo debe tenerse en cuenta a la hora de preparar una cotización.

En términos de cotización de un servicio, se han identificado los siguientes factores como los más importantes:

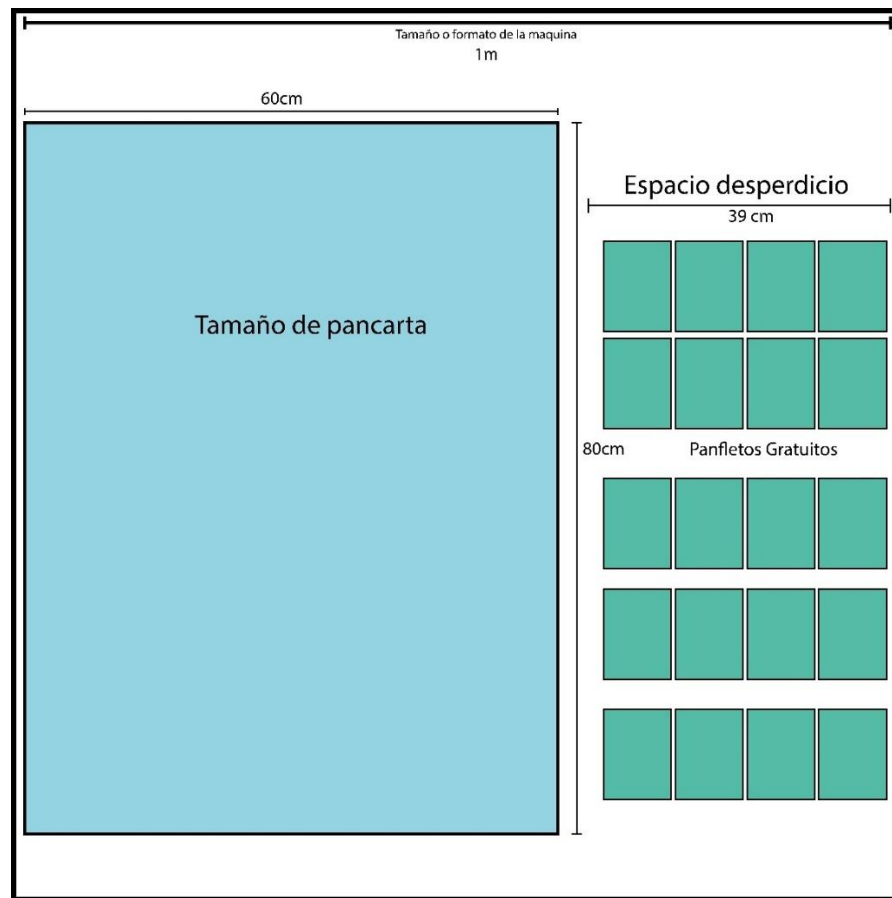
- Tiempo (por hora)
- Instrumentos de trabajo (Computador, cámaras, etc.)
- Contratación de Personal
- Servicios (Agua, luz, teléfono, internet)
- Transporte
- Alimentación

No se puede saltar ningún gasto durante el periodo de tiempo cubierto por el contrato, porque si se salta uno de ellos, provocará una pérdida cuando se facture el contrato. Esto se debe a que, por ejemplo, hacemos algunas fotografías por un total de 100 dólares y se sabe que necesitaremos a otra persona más para ayudarnos en el proceso fotográfico, por lo que debemos compensarle aproximadamente 40 dólares, si no incluimos ese factor en la cotización, cuando terminemos y facturamos los 100 dólares por las fotografías, se presentara como perdida para nosotros. La razón de esto es que tendremos que compensar al ayudante adicional con 40 dólares, dejando a nosotros sólo 60 dólares. Ahora bien, si restamos 15 dólares de viajes y comida durante la hora de trabajo, nuestras ganancias al final serían de 25 dólares.

También debemos tener en cuenta el hecho de que, si queremos retener a un cliente para futuros trabajos, debemos proporcionarle algo adicional, como una promoción que le llame la atención. Para entenderlo mejor, considere el siguiente escenario: se está produciendo un banner con dimensiones de 60 x 80 cm para un anuncio, y el tamaño o el formato de la impresora es de 1 metro de longitud. Conociendo las mediciones, notaremos que habrá un residuo de 39 cm en el momento de la impresión del cartel. Este es el momento en que se puede ofrecer una promoción al cliente, informando que se le otorgara una cierta cantidad de panfletos gratuitos. El proceso de promoción, para decirlo de otra manera, puede verse en la siguiente imagen.

Gráfico 1

Como dar una promoción



Elaborado por José David Díaz

Ahora bien, no se puede decir que esta es la única promoción; hay muchas y variadas formas de hacerlo; sólo hay que saber cómo aprovechar los espacios que proporcionan algo, como el anterior ejemplo.

Moviéndonos a otro punto importante, siempre es el caso de que cuando un cliente solicita una cotización, el precio de otras empresas que prestan el mismo servicio se vea influenciado. Conociendo esto no implica que el costo del servicio prestado por nuestra empresa aumentará o que el precio del servicio disminuirá simplemente porque la empresa x tiene precios bajos. En consecuencia, es necesario llevar a cabo una investigación continua sobre el precio de la competencia. De esta manera se podrá establecer cotizaciones aceptables para el cliente.

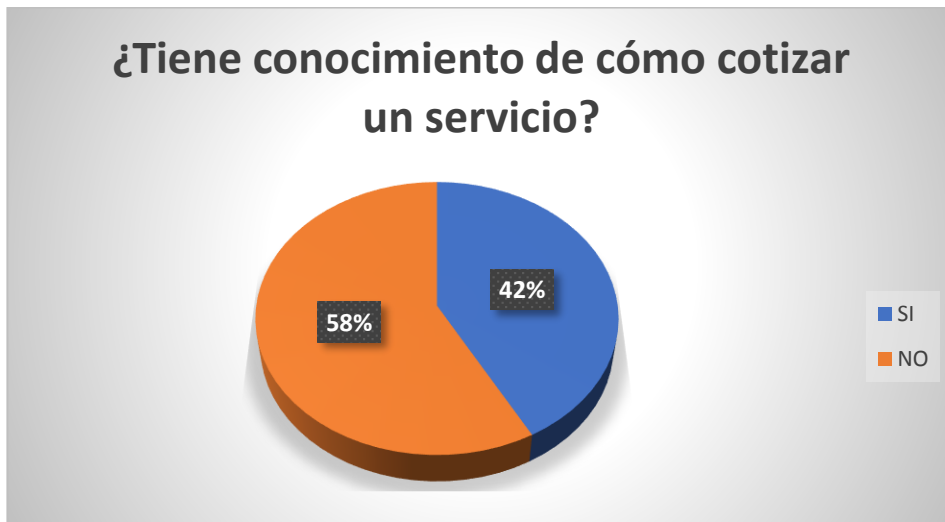
Para culminar la entrevista, se preguntó si habrían apreciado tener una guía de precios para utilizar como punto de partida cuando entraron por primera vez en el campo de trabajo como diseñadores. En respuesta a la pregunta, afirmaron que, si hubieran deseado tener una guía, hace más de 20 años atrás, también fue muy difícil para ellos entender el procedimiento para realizar una cotización porque no había información disponible para ellos ni alguien a quien acudir para obtener ayuda. Todo lo que aprendieron en el trayecto de su trabajo fue lo que les ayudo a poder crear un método de cotización para los servicios que brindan en la actualidad.

2.2.2 Resultados de la Encuesta

Pregunta 1

Gráfico 2

Conocimiento de una cotización



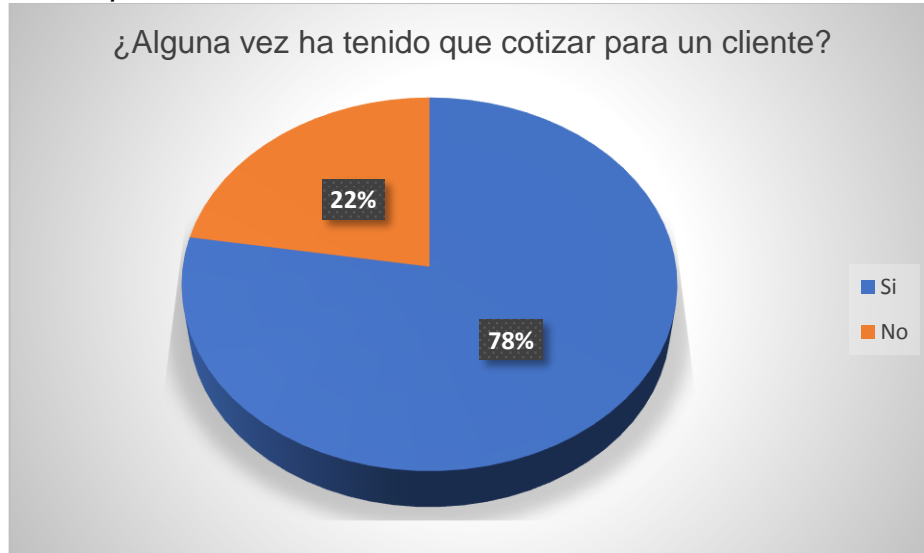
Elaborado por José David Díaz

Los resultados de la primera pregunta, indica que el 58% de los estudiantes de diseño gráfico no tienen conocimiento de como cotizar un servicio, mientras que el 42% si están familiarizados.

Pregunta 2

Gráfico 3

Cotizar para un cliente



Elaborado por José David Díaz

El 78% de los estudiantes que están en el último nivel del diseño gráfico afirman que, si han tenido que cotizar por el servicio para un cliente, mientras que sólo el 22% afirma que no han tenido que cotizar por el servicio para un cliente.

Pregunta 3

Gráfico 4

Dificultad para cotizar un servicio



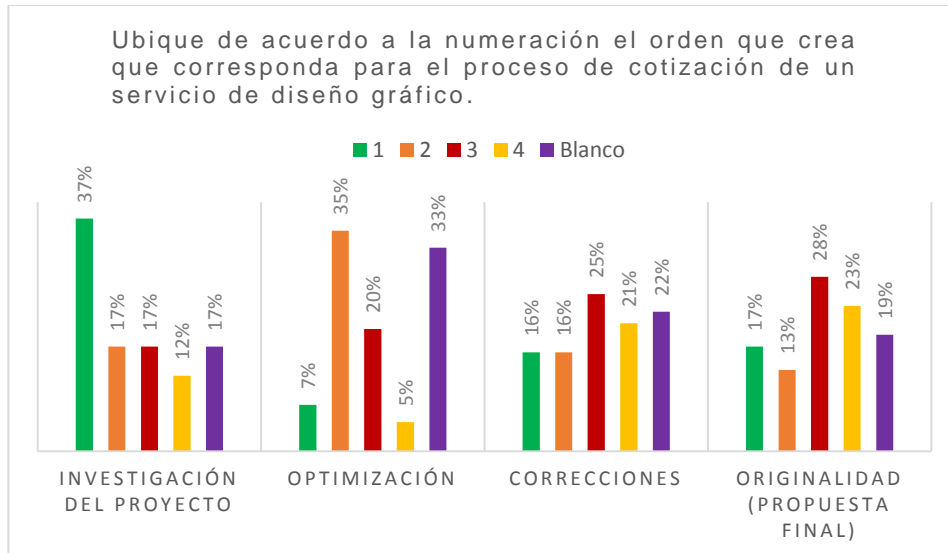
Elaborado por José David Díaz

Esta pregunta se realizó en una escala del 1 al 5 para determinar el nivel de dificultad que están experimentando al cotizar para un cliente. Según los resultados, el 90% de los estudiantes tienen dificultades para cotizar un servicio de diseño gráfico, siendo sólo el 10% capaz de hacerlo sin dificultades.

Pregunta 4

Gráfico 5

Proceso de Cotización de un servicio



Elaborado por José David Díaz

Se realizó esta pregunta con el objetivo de ver si los estudiantes tienen conocimiento para realizar un trabajo óptimo y de cómo cotizar un servicio de acuerdo a un orden de proceso de trabajo.

En la primera opción (investigación de proyectos), el 46% de los estudiantes respondieron incorrectamente y el 17% expresó dudas, lo que da un total de un 63%, con sólo el 37% que respondió correctamente.

En la segunda opción (Optimización), el 32% de los estudiantes respondieron incorrectamente y el 33% expresó dudas, lo que da un total de un 65%, con sólo el 35% que respondió correctamente.

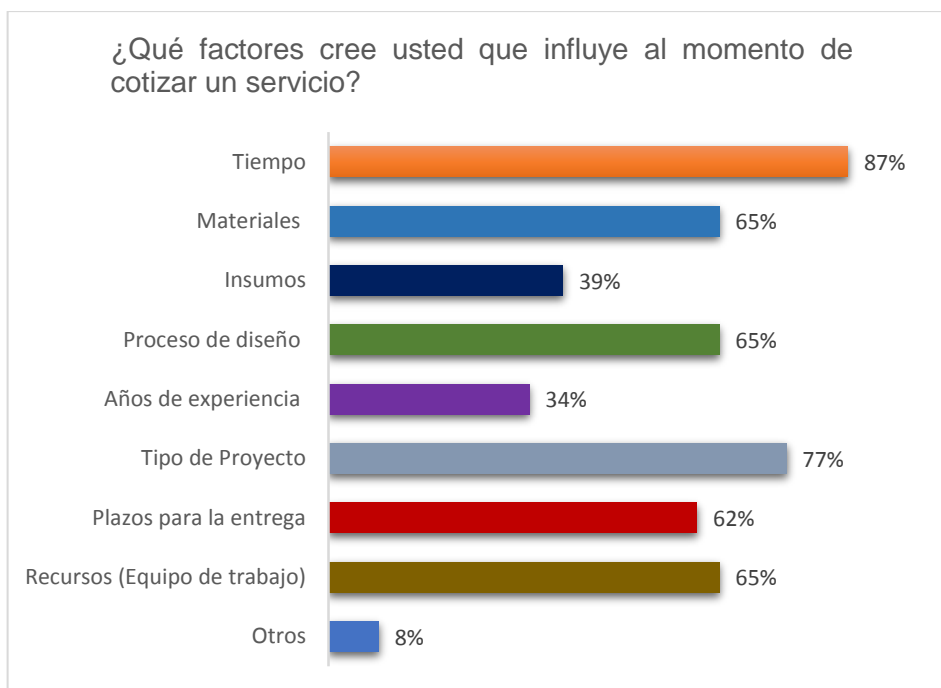
En la tercera opción (Correcciones), el 53% de los estudiantes respondieron incorrectamente y el 22% expresó dudas, lo que da un total de un 75%, con sólo el 25% que respondió correctamente.

Por último, en la cuarta opción (Originalidad – Propuesta Final) se ha identificado que el 58% respondieron de forma errónea y un 19% de forma dudosa, dando como resultado un 77%, ahora solo el 23% respondieron correctamente.

Pregunta 5

Gráfico 6

Factores al momento de cotizar un servicio



Elaborado por José David Díaz

Esta pregunta se diseñó con el objetivo de que los estudiantes determinaran qué factores creen que son los más importantes a la hora de cotizar un servicio, pues estos factores serán fundamentales como base para hacer una buena cotización de un servicio.

En resultado, se comprobó que el 87% de los estudiantes, consideran que el factor más importante para una buena cotización es el tiempo.

Como resultado, la siguiente tabla muestra el orden en el que los estudiantes identificaron los factores adicionales a tener en cuenta:

Tabla 3

Factores para una cotización

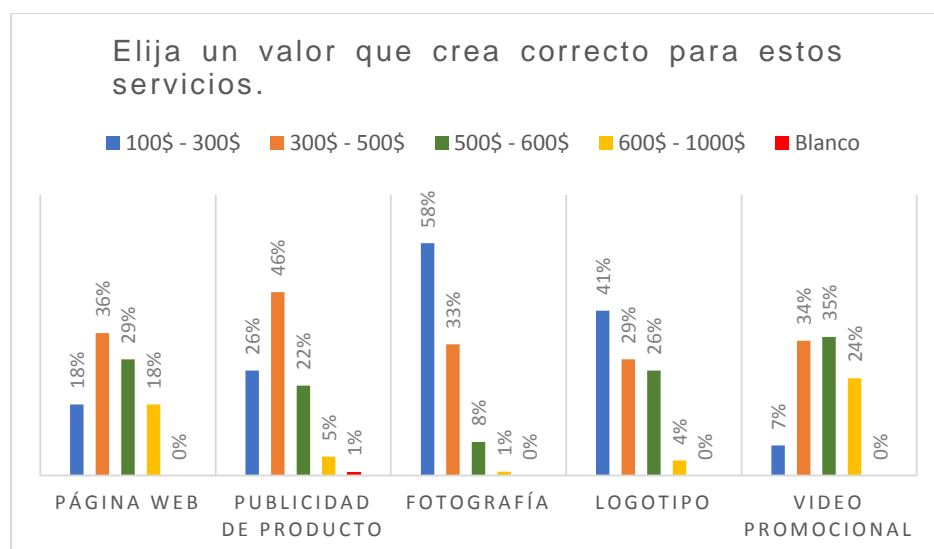
Factores	%
Tipo de proyecto	77%
Materiales	65%
Proceso de diseño	65%
Recursos	65%
Plazos para la entrega	62%
Insumos	39%
Años de experiencia	34%
Otros	8%

Elaborado por José David Díaz

Pregunta 6

Gráfico 7

Valor para un servicio



Elaborado por José David Díaz

Esta pregunta se sustenta en los servicios demandados por el mercado y a los estudiantes se les dio la instrucción de determinar el valor de cada servicio. El objetivo de hacer esta pregunta es observar si tienen noción del valor de cada servicio, porque cada servicio tiene un proceso o paso que seguir y cada uno tiene un valor.

Si tomamos como ejemplo un vídeo promocional, debemos tener en cuenta que, para cotizar este servicio, debe valorarse por minuto en lugar del vídeo terminado, también debe contar con el tiempo que se tarda en crear el vídeo, los materiales que se utilizarán y otros recursos. Tomando en consideración estos factores se podrá realizar una cotización del video promocional.

Los servicios con el mayor porcentaje de valor, según lo determinado por los estudiantes, se enumeran en la siguiente tabla:

Tabla 4

Valor de servicios

Servicio	%	Valor
Página Web	36%	300\$ - 500\$
Publicidad de producto	46%	300\$ - 500\$
Fotografía	58%	100\$ - 300\$
Logotipo	41%	100\$ - 300\$
Video promocional	35%	500\$ - 600\$

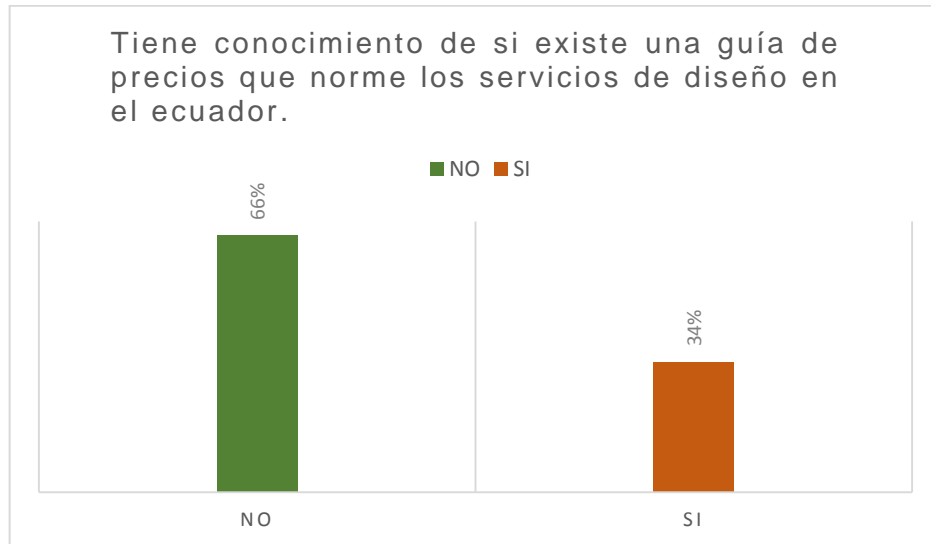
Elaborado por José David Díaz

En resultado, se demuestra que la fotografía es el servicio con mayor margen de rentabilidad, con un 58%. Por lo tanto, la fotografía fue identificada como uno de los servicios más rentados por los estudiantes como fuente inicial de ingresos en el mercado laboral ecuatoriano.

Pregunta 7

Gráfico 8

Conocimiento de guía de precios



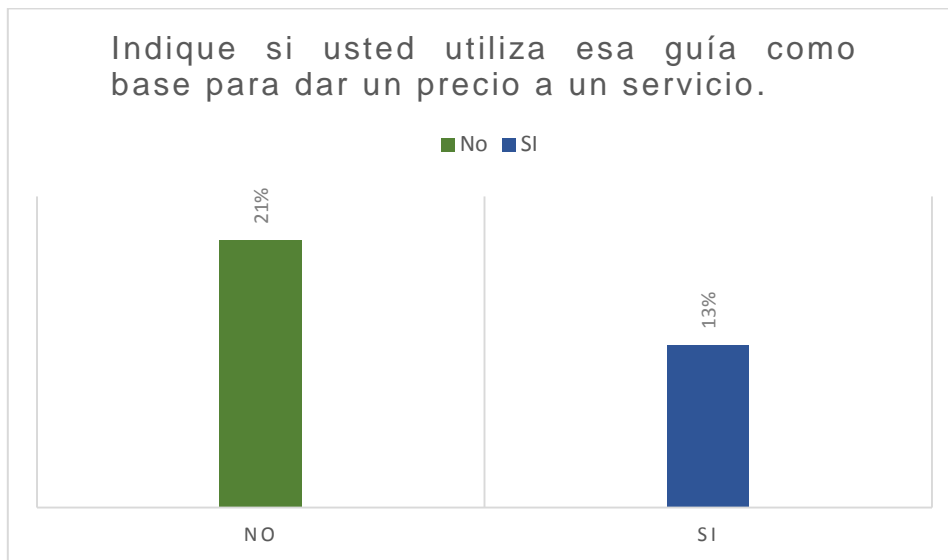
Elaborado por José David Díaz

Los estudiantes fueron preguntados si conocían algunas guías de precios en Ecuador para los servicios de diseño gráfico. El 66% dijo que no sabía, mientras que el 34% dijo que sí. Tomando en cuenta que, si los estudiantes responden Sí, deben proceder a la pregunta 8, mientras que, si los estudiantes responden No, deben proceder a la pregunta 9.

Pregunta 8

Gráfico 9

Uso de una guía de precios



Elaborado por José David Díaz

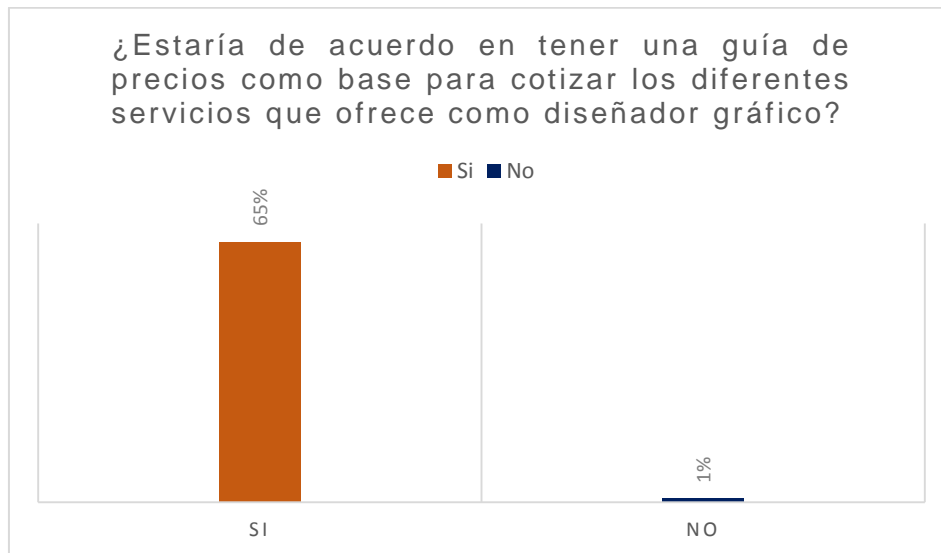
Los estudiantes fueron preguntados si utilizaban una guía de precios después de responder a la pregunta anterior, y los resultados mostraron que el 21% de los estudiantes no la utilizaban y el 13% restante sí.

Después de responder a la pregunta anterior, el 34% de los estudiantes indicaron que no utilizaban una guía de precios. Tras el análisis de estos datos, se puede concluir que los estudiantes, a pesar de tener conocimiento de esta guía de precios para cotizar un servicio en la mayoría de los casos, no lo utilizan, y que un pequeño porcentaje de ellos sí lo utilizan; por lo tanto, se puede concluir que estos estudiantes utilizan esta guía, pero no muy frecuente.

Pregunta 9

Gráfico 10

Guía de precios como base



Elaborado por José David Díaz

Teniendo en cuenta la pregunta 7, en la que se preguntó a los estudiantes si conocían una guía de precios y respondieron con el 66% de que no conocen una guía de precios, se les preguntó si estarían de acuerdo en utilizar una guía de precios como base para cotizar un servicio, la cual respondieron con un 65% diciendo sí y sólo el 1% diciendo no.

Capítulo 3

3.1 Proceso de Cálculo

Se realizó una investigación a una variedad de empresas con una amplia gama de precios fijos, así como de diseñadores individuales. Una vez completado el proceso de recogida de datos, se continuó con un análisis y comparación de precios, con el objetivo de crear una tabla de costos de servicios para ser utilizada en el futuro como una guía.

Sin embargo, no fue posible recoger datos de algunos de estos servicios; se solicitaron algunos de los formularios de los servicios, pero no se obtuvo respuesta; como resultado, los datos no pudieron recogerse y, por lo tanto, no se incluyeron en la tabla de precios.

También se han identificado las variaciones de precios entre provincias o ciudades; en algunas zonas el valor del trabajo de un diseñador es relativamente bajo, mientras que en otras el valor es relativamente alto; esto depende de la cantidad de demanda en servicios de diseño que existe en cada provincia o ciudad.

Una vez, determinado que existe diferencias de precios entre provincias o ciudades, se procedió a clasificar en Tipos clientes de la siguiente manera:

- **Cliente C:** Personas particulares / profesionales / Instituciones sin fines de lucro
- **Cliente B:** Empresas pequeñas / Empresas Medianas / Instituciones con menos de 70 empleados
- **Cliente A:** Estado / Empresas Grandes con 70 empleados o más.

Debe tenerse en cuenta, que esta clasificación de clientes, se realizó de acuerdo como indica el CDPA (Colegio de Diseñadores Profesionales Autónomos del Ecuador).

Tras la identificación de estos parámetros, se desarrolló un formato de hoja de cálculo para ayudar a los estudiantes de último nivel a comprender cómo facturar un servicio y cómo utilizar el impuesto sobre el valor añadido IVA de forma eficaz.

Para poder entender el funcionamiento de cálculo, se tomó como ejemplo el servicio de imagen corporativa - Cliente C.

Tabla 5

Tabla de Cotización de una Servicio

Insumos				
Descripción	Cantidad	Hora / Tiempo	Precio unitario	Precio
Computador	1	4	\$ 4,40	\$ 17,60
				\$
				\$
Subtotal producto				\$ 17,60

SERVICIOS: IMAGEN CORPORATIVA - Cliente C				
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Precio/Total	
Marca/Logotipo	1	\$ 70,00	\$ 70	
Composiciones	3	\$ 7,50	\$ 23	
Cromática de color	1	\$ 40,00	\$ 40	

Subtotal servicio	\$ 133
--------------------------	---------------

Subtotal	\$ 134,02
Iva	\$ 16
Total	\$ 150

Elaborado por José David Díaz

Primero se debe identificar el tipo de servicio es, en este caso, se ha identificado el servicio como Imagen Corporativa – Cliente C, significa que este servicio es para un cliente que necesita una Imagen corporativa personal.

Después de identificar que necesita una marca o logotipo que le represente, el cliente solicita tres composiciones visuales de la marca, así como una paleta de colores o cromática de color. Una vez identificados

los requisitos principales del cliente, podemos proceder a llenar los datos en la tabla, como se muestra a continuación.

Tabla 6

Proceso de Cotización 1

SERVICIOS: IMAGEN CORPORATIVA - Grupo C			
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Precio/Total
Marca/Logotipo	1		
Composiciones	3		
Cromatismo	1		

Elaborado por José David Díaz

Después, se procede a poner el valor unitario de cada descripción.

Tabla 7

Proceso de Cotización 2

SERVICIOS: IMAGEN CORPORATIVA - Grupo C			
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Precio/Total
Marca/Logotipo	1	\$ 70,00	
Composiciones	3	\$ 7,50	
Cromatismo	1	\$ 40,00	

Elaborado por José David Díaz

Una vez que se han ingresado todos los datos y valores en la tabla, procedemos a multiplicar la cantidad y el precio unitario de cada descripción del servicio, dando como resultado el precio / total.

Tabla 8

Proceso de Cotización 3

SERVICIOS: IMAGEN CORPORATIVA - Grupo C			
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Precio/Total
Marca/Logotipo	1	\$ 70,00	\$ 70
Composiciones	3	\$ 7,50	\$ 23
Cromatismo	1	\$ 40,00	\$ 40

$$\text{Cantidad} * \text{Precio Unitario} = \text{Precio / Total}$$

Elaborado por José David Díaz

Después de terminar este cálculo, procederemos a sumar los tres valores de Precio / Total de cada descripción.

Tabla 9

Proceso de Cotización 4

SERVICIOS: IMAGEN CORPORATIVA - Cliente C			
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Precio/Total
Marca/Logotipo	1	\$ 70,00	\$ 70
Composiciones	3	\$ 7,50	\$ 23
Cromática de color	1	\$ 40,00	\$ 40

Subtotal servicio	\$ 133
--------------------------	---------------

$$\text{Subtotal servicio} = 70 + 23 + 40 = 133$$

Elaborado por José David Díaz

Tras la identificación del tipo de servicio, descripción y cálculo, pasamos a la identificación de los factores que se utilizarán en la prestación de este servicio, teniendo en cuenta que uno de los factores más importantes fue identificado como el tiempo. El hecho de que se ha determinado que el tiempo es el componente más importante ya se ha incorporado a los cálculos dentro la tabla.

La tabla se rellena, una vez identificados los factores, indicando el tiempo por hora. Es decir, se emplea una estimación de la cantidad de tiempo que llevará a proporcionar el uso de la descripción de cada factor. Por otro lado, el ejemplo de la tabla indica que se necesitará el uso de un ordenador, con un límite de tiempo de cuatro horas.

Tabla 10

Proceso de Cotización 5

Insumos				
Descripción	Cantidad	Hora / Tiempo	Precio unitario	Precio
Computador	1	4		

Elaborado por José David Díaz

El precio unitario se ingresa, después de determinar todos los factores pertinentes y el tiempo estimado de uso. Como aspecto importante a tener en cuenta y que todo el mundo se ha preguntado, es ¿Cuánto se estima el precio por hora? Durante la entrevista a los profesionales, se realizó esta pregunta.

El precio por hora se estima entre los 10 dólares a 12 dólares. Se explica durante la entrevista y respuesta, que estos precios están sujetos a cambios, que no hay una tarifa horaria fijada, o que la ley dicta que esta es la tarifa a cobrar. Debido a que apenas se está empezando en el campo de trabajo, el coste por hora puede reducirse. A medida que la experiencia crece, se podrá aumentar el valor por hora.

Regla de oro, jamás hay que regalar el trabajo como diseñador, siempre hay que pensar el tiempo que llevo realizar el trabajo.

Conociendo estos datos, ingresamos el valor unitario.

Tabla 11

Proceso de Cotización 6

Insumos				
Descripción	Cantidad	Hora / Tiempo	Precio unitario	Precio
Computador	1	4	\$ 4,40	

Elaborado por José David Díaz

A continuación, multiplicamos la cantidad por la hora/tiempo y el precio de unitario.

Tabla 12

Proceso de Cotización 7

Insumos				
Descripción	Cantidad	Hora / Tiempo	Precio unitario	Precio
Computador	1	4	\$ 4,40	\$ 17,60
				\$ -
				\$ -

$$\text{Cantidad} * \text{Hora/Tiempo} * \text{Precio unitario} = \text{Precio}$$

Elaborado por José David Diaz

Una vez completado este cálculo, se procede a calcular la cantidad total de Precio; sin embargo, debido a que no hay más factores a considerar, la cantidad total de Precio es 17,60 dólares.

Tabla 13

Proceso de Cotización 8

Insumos				
Descripción	Cantidad	Hora / Tiempo	Precio unitario	Precio
Computador	1	4	\$ 4,40	\$ 17,60
				\$ -
				\$ -
Subtotal producto				\$ 17,60

$$\text{Subtotal servicio} = 17,60$$

Elaborado por José David Diaz

Una vez completado este procedimiento, se calcula el importe del impuesto sobre el valor añadido IVA. Por lo tanto, se suma el **Subtotal servicio** más el **subtotal producto** y se divide para 1,12 que corresponde al cálculo sin IVA.

Tabla 14

Proceso de Cotización 9

Subtotal servicio	\$	133
Subtotal producto	\$	17,60

Subtotal servicio + Subtotal producto / 1,12 = Subtotal

Elaborado por José David Díaz

Tabla 15

Proceso de Cotización 10

Subtotal	\$	134,02
Iva		
Total		

Elaborado por José David Díaz

Tras la finalización de este procedimiento, el Subtotal se multiplica por 12%, que corresponde al valor del impuesto sobre el valor agregado IVA.

Tabla 16

Proceso de Cotización 11

Subtotal	\$	134,02
Iva	\$	16
Total		

Subtotal * 12% IVA = Subtotal

Elaborado por José David Díaz

Por último, se suma el subtotal más el IVA. La cantidad que el cliente debe pagar es de \$ 150 dólares.

Tabla 17

Proceso de Cotización 12

Subtotal	\$	134,02
Iva	\$	16
Total	\$	150

$$\text{Subtotal} + \text{IVA} = \$ 150$$

Elaborado por José David Díaz

3.2 Tabla general de precios sugeridos

En la siguiente tabla, encontrará información que pretende servir de guía para los estudiantes que se acercan al final de sus carreras académicas y se preparan para entrar en el ámbito laboral. Serán capaces de comprender el proceso de cobro de servicios en el futuro. También, hay que tomar en cuenta que los costos asociados a cada servicio no son fijos y no son necesarios para su uso.

Tabla 18

Tabla prototipo de referencia de precios.

	Grupo C	Grupo B	Grupo A
IMAGEN CORPORATIVA			
Marca, logotipo y manual básico de aplicación cromatismo, composiciones.	150	400	800
CATALOGOS Y FOLLETOS			
Folletos y catálogos por docena	30	50	80
Dípticos o trípticos	20	30	50
EDITORIAL			
Portada (incluye diseño portada, páginas especiales y pautas para maquetación del interior)	2.326	3.185	4.025
Catálogo (hasta 20 páginas)	2.432		
Libro institucional/de prestigio (hasta 100 páginas)		4.520	5.450
PRENSA Y REVISTAS			
Boletín (incluye cabecera y pautas para maquetación del interior)	436	515	628
Diseño de una revista hasta 32 páginas.	358	450	564
Diseño de una revista hasta 80 páginas.	386	550	675
ANUNCIOS			
Una página de revista o prensa diaria	160	178	256
Campaña			
Campaña gráfica coordinada (incluye creación de imagen, adaptación de cartel, valla, tríptico, tarjeta para red, anuncio prensa (B/N), anuncio revista color).			
Por cada una de las adaptaciones prensa/revista	10.913	18.664	21.923
CALENDARIO Y COMUNICADOS			
Calendario de 6 hojas y portada	15	20	25
Tarjeta de Navidad	97	130	172
Invitación y notificaciones / Flyer	14	22	30
PUBLICIDAD			
Cartel por metro cuadrado	16	25	40
Valla por metro cuadrado	35	47	58
Diseño gráfico general (incluye cromatismo, tipografía, fotografía, formatos y normas de composición)	3.650	5.642	7.444
El diseño de los soportes o la selección y adaptación a los soportes estándar son opciones aceptables.	25	38	49

Elaborado por José David Díaz

3.3 Desglosamiento de cada servicio

Se emplea en el formato de cotización de servicios para indicar cada servicio que figura en la Tabla General de servicios.

Tabla 19

Ejemplo – Imágenes Corporativa B

Insumos				
Descripción	Cantidad	Hora	Precio unitario	Precio
Computador	1	50	\$ 4,40	\$ 220,00
Investigación de campo	2	3	\$ 8,00	\$ 48,00
				\$ -
Subtotal producto				\$ 268,00

SERVICIOS: IMAGEN CORPORATIVA - Cliente B			
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Precio/Total
Marca/Logotipo	1	\$ 70,00	\$ 70
Composiciones	3	\$ 7,40	\$ 22
Cromatismo	1	\$ 40,00	\$ 40

Subtotal servicio	\$ 132
--------------------------	---------------

Subtotal	\$ 357,32
Iva	\$ 43
Total	\$ 400

Elaborado por José David Diaz

Tabla 20

Ejemplo – Imágenes Corporativa A

Insumos				
Descripción	Cantidad	Hora	Precio unitario	Precio
Computador	1	50	\$ 8,00	\$ 400,00
Investigación de campo	2	2	\$ 7,00	\$ 28,00
Personal	1	2	\$ 50,00	\$ 100,00
Subtotal producto				\$ 528,00

SERVICIOS: IMAGEN CORPORATIVA - Cliente A			
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Precio/Total
Marca/Logotipo	1	\$ 180,00	\$ 180
Composiciones	3	\$ 14,00	\$ 42
Cromatismo	1	\$ 50,00	\$ 50

Subtotal servicio	\$ 272
--------------------------	---------------

Subtotal	\$ 714,29
Iva	\$ 86
Total	\$ 800

Elaborado por José David Diaz

Tabla 21

Ejemplo – Catálogos y Folletos A

Insumos				
Descripción	Cantidad	Hora	Precio unitario	Precio
Computador	1	4	\$ 11,25	\$ 45,00
				\$ -
Subtotal producto				\$ 45,00

SERVICIOS: CATALOGOS Y FOLLETOS - Cliente A			
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Precio/Total
Folletos	100	\$ 0,35	\$ 35
Composiciones	1	\$ 0,45	\$ 0
			\$ -

Subtotal servicio	\$ 35
--------------------------	--------------

Subtotal	\$ 71,83
Iva	\$ 9
Total	\$ 80

Elaborado por José David Diaz

Tabla 22

Ejemplo – Catálogos y Folletos B

Insumos				
Descripción	Cantidad	Hora	Precio unitario	Precio
Computador	1	3	\$ 6,50	\$ 19,50
				\$ -
Subtotal producto				\$ 19,50

SERVICIOS: CATALOGOS Y FOLLETOS - Cliente B			
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Precio/Total
Folletos	40	\$ 0,75	\$ 30
Composiciones	1	\$ 0,25	\$ 0
			\$ -

Subtotal servicio	\$ 30
--------------------------	--------------

Subtotal	\$ 44,42
Iva	\$ 5
Total	\$ 50

Elaborado por José David Diaz

Tabla 23

Ejemplo – Catálogos y Folletos C

Insumos				
Descripción	Cantidad	Hora	Precio unitario	Precio
Computador	1	2	\$ 4,50	\$ 9,00
				\$ -
Subtotal producto				\$ 9,00

SERVICIOS: CATALOGOS Y FOLLETOS - Cliente C			
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Precio/Total
Folletos	20	\$ 1,05	\$ 21
Composiciones	1	\$ 0,30	\$ 0
			\$ -

Subtotal servicio	\$ 21
--------------------------	--------------

Subtotal	\$ 27,05
Iva	\$ 3
Total	\$ 30

Elaborado por José David Díaz

Tabla 24

Ejemplo – Editorial A

Insumos				
Descripción	Cantidad	Hora	Precio unitario	Precio
Computador	2	40	\$ 12,00	\$ 960,00
Personal	2	20	\$ 60,00	\$ 2.400,00
				\$ -
Subtotal producto				\$ 3.360,00

SERVICIOS: Editorial - Cliente A			
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Precio/Total
Portada	1	\$ 155,00	\$ 155
Contraportada	1	\$ 155,00	\$ 155
Paginas especiales	5	\$ 40,00	\$ 200
Maquetación	1	\$ 155,00	\$ 155

Subtotal servicio	\$ 665
--------------------------	---------------

Subtotal	\$ 3.593,75
Iva	\$ 431
Total	\$ 4.025

Elaborado por José David Díaz

Tabla 25

Ejemplo – Editorial B

Insumos				
Descripción	Cantidad	Hora	Precio unitario	Precio
Computador	2	40	\$ 12,00	\$ 960,00
Personal	2	15	\$ 55,00	\$ 1.650,00
Subtotal producto				\$ 2.610,00

SERVICIOS: Editorial – Cliente B			
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Precio/Total
Portada	1	\$ 120,00	\$ 120
Contraportada	1	\$ 120,00	\$ 120
Paginas especiales	2	\$ 40,00	\$ 80
Maquetación	1	\$ 255,00	\$ 255

Subtotal servicio	\$ 575
--------------------------	---------------

Subtotal	\$ 2.843,75
Iva	\$ 341
Total	\$ 3.185

Elaborado por José David Diaz

Tabla 26

Ejemplo – Editorial C

Insumos				
Descripción	Cantidad	Hora	Precio unitario	Precio
Computador	2	39	\$ 12,00	\$ 936,00
Personal	2	10	\$ 48,00	\$ 960,00
				\$ -
Subtotal producto				\$ 1.896,00

SERVICIOS: Editorial - Cliente C			
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Precio/Total
Portada	1	\$ 115,00	\$ 115
Contraportada	1	\$ 115,00	\$ 115
Paginas especiales	2	\$ 40,00	\$ 80
Maquetación	1	\$ 120,00	\$ 120

Subtotal servicio	\$ 430
--------------------------	---------------

Subtotal	\$ 2.076,79
Iva	\$ 249
Total	\$ 2.326

Elaborado por José David Díaz

Tabla 27

Ejemplo – Prensa y Revista A

Insumos				
Descripción	Cantidad	Hora	Precio unitario	Precio
Computador	1	58	\$ 7,80	\$ 452,40
				\$ -
Subtotal producto				\$ 452,40

SERVICIOS: Prensa y revista - Cliente A			
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Precio/Total
Cabecera	1	\$ 43,00	\$ 43
Maquetación	1	\$ 38,00	\$ 38
Diseño	1	\$ 50,00	\$ 50
Boletín	30	\$ 1,50	\$ 45

Subtotal servicio	\$ 176
--------------------------	---------------

Subtotal	\$ 561,07
Iva	\$ 67
Total	\$ 628

Elaborado por José David Díaz

Tabla 28

Ejemplo – Prensa y Revista B

Insumos				
Descripción	Cantidad	Hora	Precio unitario	Precio
Computador	1	47	\$ 7,80	\$ 366,60
				\$ -
Subtotal producto				\$ 366,60

SERVICIOS: Prensa y revista - Cliente B			
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Precio/Total
Cabecera	1	\$ 40,00	\$ 40
Maquetación	1	\$ 38,00	\$ 38
Diseño	1	\$ 36,25	\$ 36
Boletín	25	\$ 1,35	\$ 34

Subtotal servicio	\$ 148
--------------------------	---------------

Subtotal	\$ 459,46
Iva	\$ 55
Total	\$ 515

Elaborado por José David Diaz

Tabla 29

Ejemplo – Prensa y Revista C

Insumos				
Descripción	Cantidad	Hora	Precio unitario	Precio
Computador	1	38	\$ 8,00	\$ 304,00
				\$ -
Subtotal producto				\$ 304,00

SERVICIOS: Prensa y revista - Cliente C			
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Precio/Total
Cabecera	1	\$ 38,50	\$ 39
Maquetación	1	\$ 36,00	\$ 36
Diseño	1	\$ 32,30	\$ 32
Boletín	20	\$ 1,25	\$ 25

Subtotal servicio	\$ 132
--------------------------	---------------

Subtotal	\$ 389,11
Iva	\$ 47
Total	\$ 436

Tabla 30

Ejemplo – Anuncios A

Insumos				
Descripción	Cantidad	Hora	Precio unitario	Precio
Computador	1	21	\$ 8,40	\$ 176,40
				\$ -
Subtotal producto				\$ 176,40

SERVICIOS: Anuncios - Cliente A			
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Precio/Total
Maquetación	1	\$ 32,00	\$ 32
Diseño	1	\$ 48,00	\$ 48
			\$ -

Subtotal servicio	\$ 80
--------------------------	--------------

Subtotal	\$ 228,93
Iva	\$ 27
Total	\$ 256

Tabla 31

Ejemplo – Anuncios B

Insumos				
Descripción	Cantidad	Hora	Precio unitario	Precio
Computador	1	14	\$ 9,50	\$ 133,00
				\$ -
Subtotal producto				\$ 133,00

SERVICIOS: Anuncios - Cliente B			
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Precio/Total
Maquetación	1	\$ 16,30	\$ 16
Diseño	1	\$ 28,50	\$ 29

Subtotal servicio	\$ 45
--------------------------	--------------

Subtotal	\$ 158,75
Iva	\$ 19
Total	\$ 178

Elaborado por José David Diaz

Tabla 32

Ejemplo – Anuncios C

Insumos				
Descripción	Cantidad	Hora	Precio unitario	Precio
Computador	1	14	\$ 6,50	\$ 91,00
				\$ -
Subtotal producto				\$ 91,00

SERVICIOS: Anuncios - Cliente C			
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Precio/Total
Maquetación	1	\$ 24,00	\$ 24
Diseño	1	\$ 45,00	\$ 45
			\$ -

Subtotal servicio	\$ 69
--------------------------	--------------

Subtotal	\$ 142,86
Iva	\$ 17
Total	\$ 160

Tabla 33

Ejemplo – Campaña A

Insumos				
Descripción	Cantidad	Hora	Precio unitario	Precio
Computador	5	250	\$ 8,75	\$ 10.937,50
Personal	4	100	\$ 12,00	\$ 4.800,00
				\$ -
Subtotal producto				\$ 15.737,50

SERVICIOS: Campaña - Cliente A			
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Precio/Total
Campaña Gráfica	1	\$ 255,00	\$ 255
Creación de Imagen	1	\$ 520,00	\$ 520
Adaptación de cartel	3	\$ 356,00	\$ 1.068
Valla	5	\$ 180,00	\$ 900
Anuncio Prensa (B/N)	400	\$ 0,55	\$ 220
Anuncio revisto	540	\$ 1,55	\$ 837
Adaptaciones	5	\$ 157,00	\$ 785
Tríptico	2000	\$ 0,80	\$ 1.600

Subtotal servicio	\$ 6.185
--------------------------	-----------------

Subtotal	\$ 19.573,66
Iva	\$ 2.349
Total	\$ 21.923

Elaborado por José David Díaz

Tabla 34

Ejemplo – Campaña B

Insumos				
Descripción	Cantidad	Hora	Precio unitario	Precio
Computador	5	250	\$ 8,75	\$ 10.937,50
Personal	4	100	\$ 12,00	\$ 4.800,00
				\$ -
Subtotal producto				\$ 15.737,50

SERVICIOS: Campaña - Cliente B			
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Precio/Total
Campaña Gráfica	1	\$ 245,00	\$ 245
Creación de Imagen	1	\$ 478,00	\$ 478
Adaptación de cartel	3	\$ 325,00	\$ 975
Anuncio Prensa (B/N)	400	\$ 0,45	\$ 180
Adaptaciones	1	\$ 148,00	\$ 148
Tríptico	1500	\$ 0,60	\$ 900

Subtotal servicio	\$ 2.926
--------------------------	-----------------

Subtotal	\$ 16.663,84
Iva	\$ 2.000
Total	\$ 18.664

Elaborado por José David Díaz

Tabla 35

Ejemplo – Campaña C

Insumos				
Descripción	Cantidad	Hora	Precio unitario	Precio
Computador	3	220	\$ 10,00	\$ 6.600,00
Personal	3	80	\$ 10,00	\$ 2.400,00
				\$ -
Subtotal producto				\$ 9.000,00

SERVICIOS: Campaña - Cliente C			
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Precio/Total
Campaña Gráfica	1	\$ 258,00	\$ 258
Creación de Imagen	1	\$ 340,00	\$ 340
Adaptación de cartel	2	\$ 226,00	\$ 452
Anuncio Prensa (B/N)	250	\$ 0,45	\$ 113
Tríptico	1000	\$ 0,75	\$ 750

Subtotal servicio	\$ 1.913
--------------------------	-----------------

Subtotal	\$ 9.743,30
Iva	\$ 1.169
Total	\$ 10.913

Elaborado por José David Díaz

Tabla 36

Ejemplo – Calendarios y Comunicados A

Insumos				
Descripción	Cantidad	Hora	Precio unitario	Precio
Computador	1	15	\$ 4,50	\$ 67,50
				\$ -
Subtotal producto				\$ 67,50

SERVICIOS: Calendario y Comunicados - Cliente A			
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Precio/Total
Tarjeta de navidad	80	\$ 0,80	\$ 64
Diseño	1	\$ 40,00	\$ 40

Subtotal servicio	\$ 104
--------------------------	---------------

Subtotal	\$ 153,13
Iva	\$ 18
Total	\$ 172

Elaborado por José David Díaz

Tabla 37

Ejemplo – Calendarios y Comunicados B

Insumos				
Descripción	Cantidad	Hora	Precio unitario	Precio
Computador	1	12	\$ 4,50	\$ 54,00
				\$ -
Subtotal producto				\$ 54,00

SERVICIOS: Calendario y Comunicados - Cliente B			
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Precio/Total
Tarjeta de navidad	55	\$ 0,75	\$ 41
Diseño	1	\$ 35,00	\$ 35

Subtotal servicio	\$ 76
-------------------	-------

Subtotal	\$ 116,29
Iva	\$ 14
Total	\$ 130

Elaborado por José David Diaz

Tabla 38

Ejemplo – Calendarios y Comunicados C

Insumos				
Descripción	Cantidad	Hora	Precio unitario	Precio
Computador	1	8	\$ 7,00	\$ 56,00
				\$ -
Subtotal producto				\$ 56,00

SERVICIOS: Calendario y Comunicados - Cliente C			
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Precio/Total
Tarjeta de navidad	25	\$ 0,60	\$ 15
Diseño	1	\$ 25,50	\$ 26

Subtotal servicio	\$ 41
-------------------	-------

Subtotal	\$ 86,16
Iva	\$ 10
Total	\$ 97

Elaborado por José David Diaz

Tabla 39

Ejemplo – Publicidad A

Insumos				
Descripción	Cantidad	Hora	Precio unitario	Precio
Computador	3	68	\$ 10,00	\$ 2.040,00
Personal	2	15	\$ 80,00	\$ 2.400,00
Transporte	3	2	\$ 80,00	\$ 480,00
Cámara	1	18	\$ 80,00	\$ 1.440,00
				\$ -
Subtotal producto				\$ 6.360,00

SERVICIOS: Publicidad - Cliente A			
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Precio/Total
Diseño Gráfico General	1	\$ 258,00	\$ 258
Cromática	1	\$ 25,50	\$ 26
Tipografía	2	\$ 80,00	\$ 160
Fotografía	80	\$ 5,00	\$ 400
Composición	1	\$ 210,00	\$ 210
Formato	1	\$ 30,00	\$ 30

Subtotal servicio	\$ 1.084
--------------------------	-----------------

Subtotal	\$ 6.645,98
Iva	\$ 798
Total	\$ 7.444

Elaborado por José David Díaz

Tabla 40

Ejemplo – Publicidad B

Insumos				
Descripción	Cantidad	Hora	Precio unitario	Precio
Computador	3	50	\$ 10,00	\$ 1.500,00
Personal	2	12	\$ 80,00	\$ 1.920,00
Transporte	3	1	\$ 80,00	\$ 240,00
cámara	1	14	\$ 80,00	\$ 1.120,00
				\$ -
Subtotal producto				\$ 4.780,00

SERVICIOS: Publicidad - Cliente B			
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Precio/Total
Diseño Gráfico General	1	\$ 240,00	\$ 240
cromática	1	\$ 37,00	\$ 37
Tipografía	2	\$ 65,00	\$ 130
Fotografía	50	\$ 4,50	\$ 225
Composición	1	\$ 205,00	\$ 205
Formato	1	\$ 25,00	\$ 25

Subtotal servicio	\$ 862
--------------------------	---------------

Subtotal	\$ 5.037,50
Iva	\$ 605
Total	\$ 5.642

Elaborado por José David Díaz

Tabla 41

Ejemplo – Publicidad C

Insumos				
Descripción	Cantidad	Hora	Precio unitario	Precio
Computador	2	45	\$ 10,00	\$ 900,00
Personal	2	9	\$ 60,00	\$ 1.080,00
Transporte	3	1	\$ 65,00	\$ 195,00
cámara	1	10	\$ 68,00	\$ 680,00
				\$ -
Subtotal producto				\$ 2.855,00

SERVICIOS: Publicidad - Cliente C			
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Precio/Total
Diseño Gráfico General	1	\$ 240,00	\$ 240
cromática	1	\$ 37,00	\$ 37
Tipografía	2	\$ 65,00	\$ 130
Fotografía	35	\$ 4,50	\$ 158
Composición	1	\$ 205,00	\$ 205
Formato	1	\$ 25,00	\$ 25

Subtotal servicio	\$ 795
--------------------------	---------------

Subtotal	\$ 3.258,48
Iva	\$ 391
Total	\$ 3.650

Elaborado por José David Díaz

Conclusiones

- Para el proceso de creación de una correcta cotización las bases teóricas son parte fundamental además de las condiciones de mercado que el Ecuador actualmente posee, tener en cuenta todas estas normativas permitirán obtener un correcto resultado al momento de realizar una cotización.
- Se identificó que los estudiantes de último nivel no tienen las bases como para poder llevar a cabo una cotización de un servicio adecuado, por lo que al momento de ingresar al campo laboral presentarán dificultades ya que se ha demostrado que no tienen un orden a seguir en el proceso de cotizar un servicio y se basan por su instinto.
- Considerar aspectos importantes como tiempo, maquinaria, tipo de servicio y "tipo de cliente" beneficia al momento de generar cotizaciones con precios accesibles y estén contextualizados en el mercado y demás condiciones económicas del país.

Recomendaciones

- Para presentar la cotización de un servicio se recomienda siempre investigar y ser conscientes de las nuevas tendencias y precios que podrían cambiar constantemente, se debe asumir riesgos para que el cliente pueda ver que se está poniendo un alto valor en el trabajo.
- Se recomienda tomar en cuenta el resultado del presente proyecto como un referente, a los estudiantes que se incorporan recientemente al mercado laboral y a los empresarios o dueños de negocios relacionados al área gráfica.
- Se recomienda a los profesionales recién graduados que se realice una investigación previa sobre las alternativas y procesos para realizar una cotización para un trabajo o proyecto de diseño misma que considere todos los aspectos relacionados con el proceso, tales como generación de ideas, formalización de productos de diseño, desarrollo de artes y producción física de los mismos.

Referencias Bibliográficas

Diseño Gráfico (2021) *Diseño gráfico*

https://es.wikipedia.org/wiki/Dise%C3%B1o_gr%C3%A1fico#:~:text=Cabe%20destacar%20que%20el%20primero,como%20lo%20conocemos%20hoy%20d%C3%ADa.

BY, M. (2015, 2 de noviembre). *¿En Qué Consiste La Jerarquía En El Diseño? | Principios Del Diseño*. La Prestampa. <https://laprestampa.com/el-proceso-grafico/disenoprincipios-del-diseno/la-jerarquia-en-el-diseno/>.

Neuvoo, N. (sin fecha). *¿Qué Hace Un Diseñador Gráfico ?*. ¿Qué hace un Diseñador Gráfico? <https://neuvoo.es/neuvooPedia/es/disenador-grafico/>.

Yirda, A. (sin fecha). *¿Qué Es La Ética? » Su Definición Y SIGNIFICADO* 2021. Concepto de - Definición de. <https://conceptodefinicion.de/etica/>.

Matínez (2021) *Código de Ética del Instituto Tecnológico de Sonora* [Archivo PDF]
<https://www.itson.mx/oferta/ldg/Documents/codigo%20etica%20ldg.pdf>

Velasco, I. (20 de agosto de 2019). *Diferencia Entre Valor, Precio Y Costo*. | Instituto De Valuación. Instituto de Valuación.
<https://www.institutodevaluacion.com/diferencia-valor-precio-costos/>.

SL, EP (nd). *El Valor Del Diseño, ¿cuánto Cuesta?* - Cultur Plaza. Cultur Plaza.
<https://valenciaplaza.com/el-valor-del-diseno-cuanto-cuesta.>

Burbano, J. (2005). *Presupuestos: Enfoque de gestión, planeación y control de recursos*. [Archivo PDF]
<https://catedrafinancierags.files.wordpress.com/2015/03/burbano-presupuestos-enfoque-de-gestic3b3n.pdf>

Gabrielsson, S. (2012). *Métodos Para Enseñar La Gramática Española Como Una Lengua Extranjera- Un Análisis Cualitativo De Los Métodos Deductivo, Inductivo Y Aprender Haciendo*. Métodos para enseñar la gramática española como una lengua extranjera- un análisis cualitativo de los métodos deductivo, inductivo y aprender haciendo.
<https://lup.lub.lu.se/student-papers/record/2341608>.

Artes Gráficas, (2019). *Que es el Diseño y para qué sirve* <https://www.esneca.com/blog/que-es-diseno-grafico/>

Calcular IVA Incluido En Ecuador De Forma Sencilla 2021 Elyex. (2021, Septiembre 6). Noticias Tutoriales Herramientas ANT SRI IME IEES EAES. [https://elyex.com/calcular-iva-incluido-en-ecuador-de-forma-sencilla/#:~:text=Calcular%20IVA%20incluido%20en%20Ecuador%3A%20Ejemplo&text=Divide%20el%20valor%20total%20del,en%20cuenta%20el%20s%C3%ADmbolo%20negativo\).](https://elyex.com/calcular-iva-incluido-en-ecuador-de-forma-sencilla/#:~:text=Calcular%20IVA%20incluido%20en%20Ecuador%3A%20Ejemplo&text=Divide%20el%20valor%20total%20del,en%20cuenta%20el%20s%C3%ADmbolo%20negativo).)

Anexos

Entrevista a profesionales en Diseño Gráfico.

1. ¿Cuánto tiempo lleva ejerciendo como diseñador en el Ecuador?
2. ¿Ha tenido problemas para poder cotizar un servicio como profesional?
3. ¿Tiene sus propias políticas para cotizar un servicio?
4. ¿Cuál es el procedimiento que usted utiliza para cotizar un servicio como profesional en diseño gráfico?
5. ¿Cuál es la reacción de los clientes al momento de entregar una cotización?
6. Usted realiza algún tipo de oferta o promoción al momento de cotizar un servicio.
7. ¿Los precios de la competencia influyen cuando usted realiza una cotización?
8. Al realizar una cotización. ¿Qué factores cree que influye para hacer una buena cotización?
9. ¿Le hubiera gustado tener una guía de precios como guía para fijar el precio de los distintos servicios que ofrece como diseñador gráfico?
10. ¿Qué opina del diseño gráfico en el Ecuador?

Encuesta a estudiantes de ultimo nivel en Diseño Gráfico

1. ¿Tiene conocimiento de cómo cotizar un servicio?

Si NO

2. ¿Alguna vez ha tenido que cotizar para un cliente?

Si NO

3. ¿Qué tan difícil le resulta realizar una cotización para un cliente?

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

4. Ubique de acuerdo a la numeración el orden que crea que corresponda para el proceso de cotización de un servicio de diseño gráfico.

Investigación del Proyecto
Optimización
Correcciones
Originalidad (propuesta final)

5. ¿Qué factores cree usted influyen al momento de cotizar un servicio?

Tiempo
Materiales
Insumos
Proceso de diseño
Años de experiencia
Tipo de Proyecto
Plazos para la entrega
Recursos (Equipo de trabajo)
Otros

6. Elija un valor que crea correcto para estos servicios.

- Página web

100\$ - 300\$ 300\$ - 500\$ 500\$ - 600\$ 500\$ - 600\$

- Publicidad de producto

100\$ - 300\$ 300\$ - 500\$ 500\$ - 600\$ 600\$ - 1000\$

- Fotografía

100\$ - 300\$ 300\$ - 500\$ 500\$ - 600\$ 600\$ - 1000\$

- Logotipo

100\$ - 300\$

300\$ - 500\$ 500\$ - 600\$ 600\$ - 1000\$

- Video Promocional

100\$ - 300\$

300\$ - 500\$ 500\$ - 600\$ 600\$ - 1000\$

7. Tiene conocimiento de si existe una guía de precios que norme los servicios de diseño en el Ecuador.

(En caso de que la respuesta sea Si, continúe con la pregunta 8, en caso de que la respuesta sea No, continúe con la pregunta 9).

Si No

8. Indique si usted utiliza esa guía como base para dar un precio a un servicio.

Si No

9. ¿Estaría de acuerdo en tener una guía de precios como base para cotizar los diferentes servicios que ofrece como diseñador gráfico?

Si No