

PROYECTO DE GRADO

DANIEL STEVEN RODRIGUEZ ESPITIA

EDUWIN ALEJANDRO TIBATA BOLIVAR

COLEGIO DE EDUCACIÓN TÉCNICA Y ACADÉMICA CELESTIN FREINET

SENA

Área técnica

Diseño de Integración de Multimedia

Bogotá

2017-2018

PROYECTO DE GRADO

DANIEL STEVEN RODRIGUEZ ESPITIA

EDUWIN ALEJANDRO TIBATA BOLIVAR

Trabajo dirigido por:

Mario Fernando Ángel Estepa

Técnico en diseño grafico

COLEGIO DE EDUCACIÓN TÉCNICA Y ACADÉMICA CELESTIN FREINET

SENA

Área técnica

Diseño de Integración de Multimedia

Bogotá

2017-2018

Nota de aceptación

Jurado No.1

Jurado No.2

Este proyecto de grado es dedicado a nuestros familiares que nos apoyaron en el transcurso de la realización de este proyecto, y a nuestros compañeros y amigos que nos ayudaron a la realización de proyecto.

Agradecimientos

Le agradezco al profesor Mario Fernando Ángel Estepa, que fue la persona que fue una guía en el área técnica y como persona. Al profesor Abel Jesús Mendoza Sánchez que fue el profesor que nos hizo interesarnos por el código HTML y css, a nuestros compañeros, amigos y familiares que nos apoyaron en el trascurso del desarrollo de este proyecto de grado, y si no fuera por ellos este proyecto no sería lo mismo.

Tabla de contenido

Resumen.....	1
Introducción	2
Planteamiento del problema.....	3
Justificación	4
Objetivos	4
Objetivo General.	4
Objetivo Específicos.	4
Marco teórico	5
1 fotografía.....	5
¿Qué es la fotografía?	5
1.1La fotografía en blanco y negro	5
1.2Técnicas de iluminación	7
1.3La fotografía y la publicidad.....	10
2.0 La animación.....	11
¿Qué es la animación?	11
2.1 Tipos de animación	11
Antecedentes	14
Diseño metodológico	19
Fase 1 empatizar - identificar.....	19
Fase 2: definir	20
Fase 3: idear	20
Análisis general.....	21

Índice de tabla

Tabla 1. Antecedentes.....	14
Tabla 2. Antecedentes.....	15
Tabla 3. Antecedentes.....	16
Tabla 4. Antecedentes.....	17
Tabla 5. Antecedentes.....	18

Resumen

UROBOROS nace en el año 2017 como una agencia publicitaria independiente encaminada a un marketing audiovisual, gracias a la iniciativa de contribuir y reforzar la comunicación audiovisual a negocios en constante crecimiento empresarial que tengan una economía estable con unos 3 o 4 años en funcionamiento, mediante la multimedia generando estabilidad y fortalecimiento comunicativo, cumpliendo con trabajos de calidad según las expectativas propuestas por el cliente y el mercado actual donde la tecnología y los medios es un punto clave en la comunicación.

Nuestro cliente es *Crip Art Tattoo* (un pequeño negocio de tatuajes) ubicado en la localidad 11 de Bogotá (suba) donde cuenta con más de 4 años de funcionamiento y el respectivo estudio para la elaboración de sus tatuajes, la técnica que *Crip Art Tattoo* trabaja es el Black work el cual es en su totalidad en tinta negra, donde también combina con estilos tales como el puntillismo, realismo, geométrica entre otros.

Crip Art Tattoo carece de una comunicación audiovisual solida con la cual pueda traer nuevos clientes a su negocio, por lo tanto solo llegan aquellos conocidos o recomendados por amigos. Nosotros como agencia publicitaria implementamos una serie de elementos y recursos para la elaboración de tres trabajos los cuales se pensaron como un soporte publicitario para la llegada de nuevos clientes a dicho negocio.

Se elaboró un animación el cual costa de 45 segundos donde se nos muestra una historia metafórica de lo que es *Crip Art Tattoo* representando una gota de pintura como el arte y una llama de fuego como la pasión siendo estos un pilar importante en *Crip Art Tattoo* donde se siente tal pasión y arte en cada trabajo.

Introducción

El aumento de locales de tatuajes en Bogotá no debe ser un misterio para nadie, aceptada por unos y rechazada por otros, no es raro ver uno en cada cuadra. Sin embargo la gente que dice no estar satisfechos o compartir estos gustos artísticos, lo manifiestan en gran medida por los tatuajes feos hechos de forma casera o en establecimientos poco recomendados para su elaboración, el problema de los nuevos establecimientos es que suelen recurrir a una publicidad dudosa y poco informativa para el cliente.

La publicidad por redes sociales se convierte en algo muy recurrente hoy en día por las empresas y microempresas muchas de ellas se usan como catalogo o comunicación con el cliente esto debido a la necesidad de mostrar sus trabajos y contactar rápidamente con el usuario, abandonando algo tan importante como atraer al cliente y lograr expresar una confianza y seguridad entre negocio y cliente.

Nuestro objetivo como agencia es cambiar la estructura publicitaria de *Crip Art Tattoo* donde su publicidad, comunicación e publicitaria es sacar del estancamiento publicitario estos nuevos locales de tatuajes. Específicamente acción con el cliente es por Instagram siendo un catálogo de sus tatuajes.

Planteamiento del problema

Crip Art Tattoo, un pequeño “taller” de tatuaje privado en la localidad 11 (Suba) de Bogotá en el barrio Compartir donde posee más de un año y medio de funcionamiento, su base de publicidad son las redes sociales (*Instagram*) y por medio de sus clientes (familiares y amigos) que oscilan entre los 18 años y los 28 en los estratos 2 y 3, posee material de trabajo y maquinaria para la correcta elaboración y acabados de distintos tipos de tatuajes junto a las precauciones al hacer un tatuaje en zonas frágiles del cuerpo de sus clientes .

Como podemos observar en este caso se puede llegar a evidenciar un problema de comunicación al limitar su publicidad a una red social (*Instagram*) restringiendo la interactividad y comunicación entre cliente y negocio con la escasa información presentada en una red tan finita como lo es *Instagram* donde funciona más como catálogo careciente de información suficiente para el cliente.

Sin embargo, no se puede dejar de lado una cosa tan importante como lo anteriormente mencionado (la comunicación entre cliente y negocio) una interactividad donde el cliente pueda conocer más de cerca el negocio y contactar de manera tanto directa como indirecta de una manera confiable y segura.

¿Cómo podemos llegar a un cliente que oscila entre los 18 y 28 años a través de medios online donde se pueda interactuar, informar y comunicar con el cliente, generando confianza?

¿Cómo se podría dejar de limitar la comunicación como catálogo en la red social *Instagram* y llegar a comunicar de una manera más interactiva entre negocio y cliente?

Justificación

Uno de los puntos más fuertes actualmente de *Crip Art Tattoo* es la comodidad y confianza que se logra percibir al momento de hacer su tatuaje, donde el cliente se siente como en su casa, escuchando música, viendo películas etc.

Este logra satisfacer al consumidor, dando la posibilidad que el cliente regrese gracias a la excelente atención y acabado de sus tatuajes, sin embargo abandono algo muy importante como lo es su comunicación hacia el consumidor al ser limitada en Instagram donde no se genera mucha interacción entre negocio y cliente, funcionando como catálogo, esto quita la posibilidad de que el cliente conozca algo más sobre este taller, mostrando solo sus trabajos y dejando atrás el punto fuerte(atención, comodidad y confianza etc.) De su negocio, el propósito es generar una comunicación lo suficientemente llamativa para atraer nuevos clientes a través de una plataforma que posea la información que necesite el cliente según resultados de futuros estudios para determinar las exigencias del cliente.

Objetivos

Objetivo General.

Reforzar le estructura publicitaria de *Crip Art Tattoo*, a partir de la integración de diferentes medios audiovisuales.

Objetivo Específicos.

Buscar soluciones comunicativas para generar confianza con el cliente.

Reconocer la problemática que tiene el cliente, por medio del trabajo de campo (encuestas).

Identificar el fuerte de *Crip Art Tattoo* e identificando su cliente objetivo.

Marco teórico

A continuación, se presentará una serie de conceptos indispensables tanto para el fundamento teórico como la elaboración del presente proyecto con el fin de mejorar la comprensión del lector ante el uso de diferentes técnicas que nos ayudaran al entregar el trabajo final.

1 fotografía

¿Qué es la fotografía?

La palabra fotografía es de origen griego. Proviene de *potos*, que significa luz y *graphis* que significa dibujo, escritura. En otras palabras, sería "dibujar o escribir con la luz". Según la Enciclopedia Encarta 2004, la fotografía se define como "procedimiento por el que se consiguen imágenes permanentes sobre superficies sensibilizadas por medio de la acción fotoquímica de la luz o de otras formas de energía radiante."

Obviamente la luz que desempeña un papel fundamental en fotografía. Sin embargo, hay distintas técnicas que se pueden llevar a cabo para lograr una mejor iluminación.

(Ramírez, 2006)

- El uso de la fotografía se da en distintos campos tales como la publicidad, el cine, personal, artística y documental, se trabajan con varios modos, iluminación y color dependiendo de lo que se quiera expresar todo con el fin de generar imágenes llamativas para determinado público, es contar una historia con solo una imagen.

1.1La fotografía en blanco y negro

A pesar de que se usa en la actualidad fotos a color, fotografías digitales y muchos programas para el montaje (como Photoshop), todavía se sigue usando la fotografía en blanco y negro, aunque con menor frecuencia. Algunas de las razones son para obtener buenos resultados,

aunque el revelado de la película y el tiraje de las copias lo debe hacer el mismo fotógrafo. Eso se deba a que los laboratorios están automatizados y el blanco y negro requiere un cuidado especial, muy personal. Por eso es importante enumerar las características de la fotografía en blanco y negro para conocer mejor sus diferencias de la fotografía a color:

1. Se le da prioridad al objeto, ya que gracias a esta técnica se pueden observar mejor los detalles como volumen, luces, sombras, textura, profundidad, entre otros. En cambio, si fuese a color, estos detalles no se podrían observar con mejor claridad porque lo que más resalta es el color mismo.
2. Brinda más posibilidades que el color para que el fotógrafo haga su propia interpretación de la realidad.
3. A partir del mismo negativo, el fotógrafo puede obtener imágenes muy distintas desde el punto de vista expresivo.
4. Ofrece más posibilidades de intervención que el color. La fotografía se hace en dos etapas, la toma y la fase de revelado y tiraje. Por eso se comprende que en la actualidad los aficionados y los auténticos artistas de la fotografía suelen preferir el blanco y negro. (Ramírez, 2006)/

- La fotografía en blanco y negro suele proporcionar muchas oportunidades al momento de hacer una fotografía ya que como vimos anteriormente esta puede generar varios puntos de vista tanto para el fotógrafo como para el observador, también se suele dar más importancia a los objetos y sus detalles suprimiendo el color y dejando solo volúmenes, profundidad y sombra.

1.2 Técnicas de iluminación

Existen diversos factores importantes que se deben tomar en cuenta en la iluminación fotográfica:

Origen:

1. **Luz natural:** Es la que aporta el sol, la luna y las estrellas. Estas dos últimas, a diferencia del astro rey, se caracterizan su poca intensidad, y por eso raramente se utilizan. En cambio, el sol posee una luz más intensa. No obstante, la luz natural es más difícil de controlar porque cambia constantemente de intensidad, dirección, calidad y color.
2. **Luz artificial:** Este tipo de luz se puede controlar, pero es más costosa e incómoda de usar, aparte de limitar la extensión de la superficie que se va a alumbrar. De ahí su complejidad. Puede ser continua (bombillo) o discontinua (flash).
3. **Número de fuentes luminosas:** Influye sobre el contraste y el modelado de la imagen. Para este caso, es recomendable usar el menor número posible de fuentes y emplear siempre una como luz principal. Con luz natural puede aprovecharse, como luz secundaria o de relleno, una pantalla reflectante o un destello de flash.
4. **Color:** La longitud de onda de la luz y el color que posee el objeto lo determinan, excepto las sustancias fluorescentes.
5. **Dirección o posición de la fuente respecto a la cámara y el motivo:** Es preciso tomar en cuenta la luz y la altura, pues influyen enormemente en la fotografía.

Los detalles principales dependerán de la posición de la fuente, incluso se pueden ocultar aquellos que no tienen importancia para el fotógrafo. Además, la sensación de volumen, la textura y la intensidad de los colores tendrán mucho que ver con la dirección de la luz. Y si se manipula la luz de manera horizontal, pueden significar tranquilidad o ambientes de atardecer. La dirección de la luz se puede usar de varias maneras, aunque las tres primeras son las más estudiadas y utilizadas por los expertos:

Frontal: La iluminación es directa y da al frente. Con ella, hacen que los objetos sean planos, los colores son más brillantes. e incrementa la cantidad de detalles. No obstante, posee una desventaja: Anula la textura.

Lateral: Cuando la iluminación está de lado. Este tipo de dirección acentúa el volumen y la profundidad de los objetos tridimensionales. Al mismo tiempo, realza la textura e intensifica el contraste de la imagen. A pesar de dichos atributos, da menor "información" sobre los detalles, como lo hace la luz frontal.

El contraluz: Cuando damos la espalda a la luz. Cuando se quiere simplificar un tema conocido, éste hace que los motivos se transformen en siluetas y se logra su contemplación. Sin embargo, anula los colores.

Alta: A diferencia de la luz frontal y para evitar confusiones, se aplica desde un punto alto y a una determinada altura, por ejemplo: una persona está de pie y la lámpara está a la altura de su rostro.

Cenital: Ocurre cuando se alumbra desde arriba.

Contrapicado: Cuando se ilumina desde abajo hacia arriba, es decir de manera diagonal. Es utilizado mucho en fotografías de temas relacionados con el terror.

Verbigracia de ello es cuando una persona ilumina su rostro con una linterna y lo apunta desde el mentón.

Contrapicado lateral: A diferencia de la luz anterior, se ilumina de un lado, sea el izquierdo o el derecho.

Difusión o forma de emanar y llegar al objeto: Hace que el borde de las sombras sea nítido y podemos verificar la dureza o suavidad de la imagen. Se nombrarán a continuación los tipos de iluminación, los cuales están determinados por el tamaño y proximidad de la fuente luminosa:

La luz dura: Proviene de fuentes pequeñas y alejadas, como por ejemplo como el sol y los bombillos. El grado de dureza está establecido por la distancia y el tamaño.

Asimismo, si se quiere destacar la textura, la forma y el color, este tipo de luz es ideal porque ofrece el mayor grado de contraste. También es importante destacar que produce efectos fuertes y espectaculares

La iluminación semifusa: Proviene de fuentes más grandes y cercanas al objeto. No obstante forma sombras definidas sin bordes nítidos. Aunque subraya el volumen y la textura, no se producen sombras negras y vacías y ni el gran contraste de la luz dura. Los colores son parecen apagados, en otras palabras, sin brillo.

La luz suave: Es sumamente difusa y apenas genera sombras. La fuente luminosa debe ser muy extensa o, más bien proyectarse sobre una superficie muy grande y próxima (techo, pantallas, lienzos, etc.). A pesar de ser la más agradable y fácil de controlar, es la

menos impresionante. Este tipo de luz resuelve los problemas de contraste. Las sombras son menos importantes y le da dominancia al volumen del motivo. (Ramírez, 2006)

1.3 La fotografía y la publicidad

La fotografía es muy usada en publicidad, sobre todo cuando se toman fotos para vallas, anuncios, ilustraciones en libros y otras publicaciones. Se ha recurrido a ella para inspirar e influir opiniones políticas o sociales. Además, desde la década de 1920 se ha usado mucho con la intención de impulsar y dirigir el consumo, y como un elemento más de la publicidad. Los aficionados utilizan una amplia gama de sofisticadas técnicas para que sus imágenes sean atractivas. Y en mucho de los casos, hacen retoques en ellas para que se aproxime a la perfección que los medios y la publicidad han establecido en cuanto a la belleza humana.

Esta clase de imágenes ha tenido un fuerte impacto dentro de la cultura porque ha representado también un gran impulso en la industria gráfica junto con los avances en las técnicas de reproducción fotográfica de gran calidad. Los que más se destacaron en esta área son: Irving Penn y Cecil Beaton, fotógrafos de la alta sociedad; Richard Avedon, quien se hizo popular como fotógrafo de moda, y Helmut Newton, polémico fotógrafo de moda y retratista cuyos trabajos poseen habitualmente un gran contenido erótico. (Ramírez, 2006)

- La fotografía tiene un gran impacto en la publicidad al ser una herramienta para poder comunicar de una mejor manera un mensaje a determinado público con el uso de distintas técnicas para generar tales resultados, durante el proyecto se buscará comunicar tras estos estilos y técnicas con el fin de mejorar la comunicación de nuestro cliente

2.0 La animación

¿Qué es la animación?

En el mundo multimedia (audio y vídeo) cuando hablamos de "animación", nos referimos a lo que conocemos popularmente como "dibujos animados".

La animación es el proceso que logra dar movimiento a dibujos u objetos inanimados por lo general. Esto es posible gracias a una secuencia de dibujos o fotografías que al estar ordenadas consecutivamente logran generar un movimiento creíble ante nuestros ojos, los cuales se prestan al juego de la ilusión visual. Por ejemplo, si queremos generar la sensación de una caminata en un personaje, deberíamos dibujar cada uno de los pasos que realizará en hojas separadas (cada hoja dibujada con una pose distinta se define o se conoce como "fotograma" o "*frame*") para que, al pasarlos consecutivamente, percibamos la sensación de movimiento.

La calidad de este movimiento dependerá de la paciencia, esfuerzo y dedicación que le dediquemos al proceso.

2.1 Tipos de animación

1. Dibujos Animados o Animación Tradicional

Consiste en dibujo cuadro a cuadro o fotograma a fotograma.

En sus inicios se realizaba a través del dibujado y pintado de cada cuadro (incluido el fondo, escenario o *background* de la animación), para luego ser filmado en una cinta de película

En la década de 1910, se agiliza el proceso al aparecer la animación por celdas, inventada por Bray y Hurd, la cual consistía en usar laminas transparentes (conocidas como *cel*), en las que se animaban los personajes sin tener que pintar el fondo en cada fotograma.

En la actualidad se utilizan diversos medios digitales.

2. *StopMotion*

Técnica de animación que no entra en la categoría de dibujo animado.

Consiste en aparentar los movimientos de objetos estáticos, capturando fotografías cuadro por cuadro o movimiento por movimiento.

Se divide en:

- Animación de plastilina o *claymotion* (material maleable)
- Animación de objetos rígidos

3. Pixelación

Variante del stop-motion en la que los objetos no son ni modelos (muñecos y plastilina) ni maquetas, sino que son objetos comunes e incluso personas.

Al igual que en el *StopMotion* Los objetos son fotografiados repetidas veces y desplazados ligeramente entre cada fotografía.

4. Rotoscopía

Este tipo de animación consiste en dibujar directamente sobre la referencia, por ejemplo, sobre los cuadros de la filmación de una persona real. En Blanca nieves, la protagonista del primer largometraje animado de Disney fue animada de esta forma.

Se le considera un precursor del "*mocap*" o motion capture, nombre con el que se le conoce a la captura de movimiento por ordenador utilizado para recrear personajes digitales en el cine, como por ejemplo "*Golum*" de la trilogía "El Señor de los Anillos".

Existe cierto grado de controversia sobre si la *rotopscopía* es una auténtica animación y sobre su valor artístico como tal.

5. Animación por Recortes ó *Cut out Animation*

Técnica que usa figuras recortadas, ya sea papel o fotografías.

Los miembros del cuerpo de los personajes se construyen a base de recortes.

La animación se logra moviendo y reemplazando las partes del cuerpo recortadas.

Dentro de los primeros animadores en usar esta técnica fue el argentino Quirino Cristiani, quien realizó el primer largometraje animado de la historia llamado "*El Apóstol*"

6. Animación 3D

En la animación en tres dimensiones un programa editor permite realizar animaciones y simulación de texturas, iluminación, movimiento de cámaras y efectos especiales.

Es una herramienta completa y maravillosa cuando el animador que la maneja sabe dotar de alma a sus elementos.

Antecedentes

Titulo/ año	Mouse interactivo
Autor	Mouse interactivo
Descripción	Mouse interactivo es una agencia de publicidad en Bogotá que ofrece soluciones corporativas, innovadoras, y creativas desarrolladas con la mejor tecnología para brindarle a nuestros clientes soluciones integrales, de calidad y funcionales que se ajusten a su mercado que es diseño de páginas y fotografía”. (mouse interactivo, s.f.).
Pertenecía con su trabajo	En este proyecto se tienen en cuenta las soluciones corporativas, innovadoras y creativas, y las soluciones funcionales a sus clientes, es por ello que nos seria de un gran apoyo para nuestra agencia

Titulo/año	“La "P" publicitaria 2009
Autor	“La "P" publicitaria

Descripción	<p>“La "P" publicitaria es una agencia de publicidad independiente, grande en experiencia digital y creatividad, trabajando desde el año 2009 con el objetivo de apoyar a las empresas colombianas en el desarrollo de sus marcas, logrando así una adecuada promoción y comercialización de sus productos y servicios. (publicitaria, 2009)</p> <p>La "P" publicitaria es una agencia que nuestra misión principal es el desarrollo de estrategias de comunicación, diseño, conceptualización y desarrollo de piezas publicitarias profesionales para el fortalecimiento de las marcas por medio de páginas web, fotografía, marketing online”. (publicitaria, 2009).</p>
Pertenencia con su trabajo	<p>En este proyecto se emplea la estrategia de comunicación, diseño, y desarrollo de piezas publicitarias profesionales para el fortalecimiento de las marcas, esto se realiza a través de medios digitales</p>

Titulo/ año	Happymundo 2009
Autor	José Flórez
Descripción	<p>La agencia publicitaria Happymundo nos da a entender que : La felicidad, es algo que hace parte de nuestro trabajo, de nuestro día a día, es lo que nos complementa para crear en un lugar de Bogotá, enormes ideas y soluciones en publicidad que llegan a toda Colombia e incluso al exterior. (florez, 2009)</p> <p>Hacemos de cada brief un nuevo desafío, un nuevo camino de innovación y oportunidades para las marcas, que está esperando ser encontrado. (florez, 2009)</p> <p>Contamos con un equipo de 22 profesionales, jóvenes y talentosos que están dispuestos a entregar cada día lo mejor de sus conocimientos. (florez, 2009)</p> <p>La eficacia de nuestro trabajo en publicidad se basa en tres pilares:</p>

	Creatividad, Estrategia y Diseño. Cada proyecto que llega a nuestras manos, desde el más pequeño hasta el más grande, contiene estos elementos”. (florez, 2009)
Pertenecía con su trabajo	El anterior antecedente tiene coherencia y relación con nuestro trabajo ya que esta persona suministra información vital para nuestro trabajo y empresa ya que brinda todos los servicios que daremos en nuestra agencia publicitaria como lo es por medio de zona de investigación, zona branding, zona digital u otros.

Titulo/ año	Digital manager
Autor	Digital manager
Descripción	La agencia publicitaria Digital manager Reconoce las necesidades y deseos de tus clientes, así diseñamos una página web que llegue directamente a ellos, garantizamos tu propia satisfacción. ”

Pertenecía con su trabajo	En este proyecto se emplea la búsqueda de la necesidad del cliente y busca soluciones creativas para la satisfacción de nuestros clientes por medio de encuestas búsqueda de información.
---------------------------	---

Titulo/ año	¡Crea tarjetas de visita de presentación en cuestión de minutos!
Autor	Canva
Descripción	<p>La agencia publicitaria Cavana Cambia las imágenes. Sube tus propias imágenes o elige las que quieras de nuestra librería de imágenes, en la que encontrarás más de 1 millón de fotografías, gráficos e ilustraciones.</p> <p>Transforma la tipografía. Elige entre más de 130 nuevas tipografías.</p> <p>Altera el fondo. Elige un fondo de nuestra colección o utiliza una imagen.</p> <p>Modifica los colores. Cambia el color de tus cajas de texto y texto para añadir más estilo.</p>

	La agencia publicitaria cavana se encarga de ofrecer soluciones creativas para el mejoramiento de sus clientes. (cavana)
Pertenecía con su trabajo	Este proyecto presenta pasos a seguir para el mejoramiento y fortalecimiento de nuestros servicios como es la creación de tarjetas de presentación online.

Diseño metodológico

A continuación, se presentará la metodología del presente proyecto según estructura del *“Design Thinking”* dividida en cuatro fases.

Fase 1 empatizar - identificar

A partir de una serie de entrevistas y observación detallada en la comunicación de nuestro cliente logramos identificar un problema al atraer clientes a su negocio , debido a que su publicidad no es muy llamativa para sus clientes siendo esta una especie de catálogo en *Instagram* y el voz a voz tanto de sus familiares como sus amigos.

Al realizar una serie de encuestas se logró identificar que las personas no les suelen generar confianza algunos negocios de tatuajes ya que su publicidad llega a ser dudosa en ciertos casos, en otra encuesta realizada a clientes frecuentes de estos locales se llegó a la siguiente conclusión.

Los clientes de dichos locales dicen sentirse bien al tener un negocio cerca a sus hogares, muchos de estos (exactamente un 53% de 56 personas encuestadas) manifiestan estar de acuerdo a un catálogo digital el cual contenga diseños, tendencias, tarifas con el fin de generar una mayor confianza entre el cliente y el negocio.

Fase 2: definir

Crip Art Tattoo, un pequeño “taller” de tatuaje en la localidad 11 (Suba) de Bogotá desde la comodidad de su casa en el barrio compartir con más de un año y medio de funcionamiento, se basa en la publicidad de redes sociales como *Instagram*. Sus clientes, familiares y amigos, oscilan entre los 18 y los 28 años de edad en estratos dos y tres.

Crip Art Tattoo posee material de trabajo y maquinaria para la correcta elaboración y acabados de distintos tipos de tatuajes junto a las precauciones al hacer un tatuaje en zonas frágiles del cuerpo de sus clientes.

Se puede evidenciar según el caso anteriormente mencionado una falta de comunicación entre negocio y cliente al establecerse como un catálogo el cual carece de información con la que el cliente llegue a sentir un alto grado de confianza hacia dicho negocio donde exista una interactividad entre ambos lados.

Fase 3: idear

1: Se establecerá un mejor negocio según resultados obtenidos en las encuestas realizadas mejorando la comunicación entre los clientes del barrio mediante afiches de la marca, vasos, stickers, etc. Con el fin de atraerlos a dicho negocio.

2: Se busca generar una página web que funcione como catálogo, información sobre el local, tendencias y tarifas de estos con el fin de atraer nuevos clientes de distintas zonas de la localidad.

Análisis general

Nuestro cliente *Crip Art Tattoo* tiene una falta de clientes para sustentar su negocio por lo cual la agencia de publicidad UROBOROS le ofrece sus servicios. Después de que el cliente aceptara nosotros implementamos la metodología “*Design Thinking*”.

Después de realizar la fase uno de la metodología antes mencionada se pudo observar un problema comunicativo bastante grande que el cliente posee. Uno de estos problemas es que su único medio de comunicación es un catálogo en *Instagram*, y por medio de voz a voz de sus clientes, por lo tanto nosotros como agencia queremos implementar soluciones creativas dependiendo de las necesidades que posea el cliente. Una de las soluciones más populares es el desarrollo de tres productos los cuales son: desarrollo Web, animación y video corporativo los cuales van a ser desarrollados durante un año y finalizado el 2018.