



**FACULTAD DE CIENCIAS
DE LA COMUNICACIÓN**

TITULO DEL PROYECTO

Diseño de material gráfico digital para dar a conocer a través de redes sociales el servicio de educación que brinda a clientes actuales y potenciales el colegio José Simeón Cañas Chimaltenango, Guatemala 2,018.

PROYECTO DE GRADUACIÓN

Presentado a la facultad de Ciencias de la Comunicación

Guatemala, C.A.

ELABORADO POR:

Ana Gabriela Arenales Mendoza

Carné 14001784

Para optar por el título de

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción, Enero 2,018

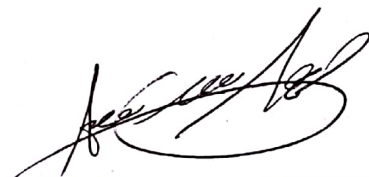
Guatemala 10 de abril de 2017

Licenciado
Leizer Kachler
Decano-Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Galileo

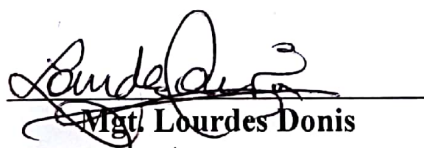
Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado: **DISEÑO DE MATERIAL GRÁFICO DIGITAL PARA DAR A CONOCER A TRAVÉS DE REDES SOCIALES EL SERVICIO DE EDUCACIÓN QUE BRINDA A CLIENTES ACTUALES Y POTENCIALES EL COLEGIO JOSÉ SIMEÓN CAÑAS CHIMALTENANGO, GUATEMALA 2018**. Así mismo solicito que la Mgr. Lourdes Donis sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



Ana Gabriela Arenales Mendoza
14001784



Mgr. Lourdes Donis
Asesora
Colegiado 26246



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 10 de mayo de 2017

Señorita:
Ana Gabriela Arenales Mendoza
Presente

Estimada Señorita Arenales:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE MATERIAL GRÁFICO DIGITAL PARA DAR A CONOCER A TRAVÉS DE REDES SOCIALES EL SERVICIO DE EDUCACIÓN QUE BRINDA A CLIENTES ACTUALES Y POTENCIALES EL COLEGIO JOSÉ SIMEÓN CAÑAS CHIMALTENANGO, GUATEMALA 2018.** Así mismo, se aprueba a la Mgtr. Lourdes Donis, como asesora de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kächler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 11 de abril de 2018

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE MATERIAL GRÁFICO DIGITAL PARA DAR A CONOCER A TRAVÉS DE REDES SOCIALES EL SERVICIO DE EDUCACIÓN QUE BRINDA A CLIENTES ACTUALES Y POTENCIALES EL COLEGIO JOSÉ SIMEÓN CAÑAS CHIMALTENANGO, GUATEMALA 2018**. Presentado por la estudiante: Ana Gabriela Arenales Mendoza, con número de carné: 14001784, está concluido a mi entera satisfacción, por lo que se extiende la presente aprobación para continuar así el proceso de titulación profesional.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Mgr. Lourdes Donis

Asesora

Colegiado 26246



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 30 de julio de 2018

**Señorita
Ana Gabriela Arenales Mendoza
Presente**

Estimada Señorita Arenales:

Después de haber realizado su examen privado para optar al título de Licenciatura en Comunicación y Diseño de la **FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN** de la Universidad Galileo, me complace informarle que ha **APROBADO** dicho examen, motivo por el cual me permito felicitarle.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación

Ciudad de Guatemala, 07 de agosto de 2018.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: ***DISEÑO DE MATERIAL GRÁFICO DIGITAL PARA DAR A CONOCER A TRAVÉS DE REDES SOCIALES EL SERVICIO DE EDUCACIÓN QUE BRINDA A CLIENTES ACTUALES Y POTENCIALES EL COLEGIO JOSÉ SIMEÓN CAÑAS CHIMALTENANGO, GUATEMALA 2018***, de la estudiante Ana Gabriela Arenales Mendoza, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente.



Lic. Edgar Lizardo Porres Velásquez

Asesor Lingüístico

Universidad Galileo



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 07 de agosto de 2018

Señorita:
Ana Gabriela Arenales Mendoza
Presente

Estimada Señorita Arenales:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE MATERIAL GRÁFICO DIGITAL PARA DAR A CONOCER A TRAVÉS DE REDES SOCIALES EL SERVICIO DE EDUCACIÓN QUE BRINDA A CLIENTES ACTUALES Y POTENCIALES EL COLEGIO JOSÉ SIMEÓN CAÑAS CHIMALTENANGO, GUATEMALA 2018.** Presentado por la estudiante: Ana Gabriela Arenales Mendoza, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciada en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación

Diseño de material gráfico digital para dar a conocer a través de redes sociales el servicio de educación que brinda a clientes actuales y potenciales el colegio José Simeón Cañas Chimaltenango, Guatemala 2,018.

Ana Gabriela Arenales Mendoza

Carné: 14001784

UNIVERSIDAD GALILEO
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Nueva Guatemala de la Asunción, Febrero 2,018.

Autoridades:

Rector:

Dr. Eduardo Suger Cofiño.

Vicerrectora General:

Dra. Mayra de Ramírez.

Secretario General:

Lic. Jorge Retolaza.

Decano de la facultad de Ciencias de la Comunicación:

Lic. Leizer Kachler.

Vicedecano de la facultad de Ciencias de la Comunicación:

Lic. Rualdo Anzueto MsC.

Dedicatoria

A Dios, por ser mi guía y mi fuente de sabiduría, ya que sin su bendición no hubiera podido culminar mi carrera profesional.

A mis padres, ya que son mi vida, el trabajo y esfuerzo de ambos fueron mi motivación en estos años de carrera, querer darles la satisfacción de culminar mi carrera profesional y el mostrarles que su esfuerzo valió la pena.

A mis hermanos, que estuvieron en todo momento apoyándome e impulsándome a realizar todo con éxito en cualquier etapa de mi vida.

A la universidad, que me mostró el valor del esfuerzo, la dedicación, conocimientos y la formación de una persona profesional y continuar fuera de ella.

Resumen

En el establecimiento estudiantil José Simeón Cañas no existe material gráfico que dé a conocer por medio de redes sociales las carreras y servicios que brinda a sus alumnos durante la temporada escolar.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo: Diseñar del material gráfico digital para dar a conocer a través de redes sociales el servicio de educación que brinda a clientes actuales y potenciales el colegio José Simeón Cañas.

Se realizó una herramienta de validación para conocer la percepción del grupo objetivo, formado por hombres y mujeres de 20 a 40 años, Matrimonios jóvenes, matrimonios con hijos de 4 a 18 años de edad, nivel socioeconómico B-, C.

Como resultado final se diseñaron piezas gráficas digitales para dar a conocer a través de redes sociales, las carreras que brinda el colegio para el año 2,018 del colegio José Simeón cañas y se recomendó promover las piezas graficas por medio de redes sociales (Facebook), para que sus clientes conozcan sus servicios.

Para efectos legales únicamente (la / el) autor(a) Ana Gabriela Arenales Mendoza es responsable del contenido de este proyecto, ya que es una investigación científica y puede ser motivo de consulta por estudiantes y profesionales.

Capítulo i: Introducción	
1.1 Introducción	1
Capítulo ii: Problemática	
2.1. Contexto.....	3
2.2 Requerimiento de comunicación y diseño.	3
2.3 Justificación.	4
2.3.1 Magnitud.	4
2.3.2 Vulnerabilidad.....	5
2.3.3 Trascendencia	5
2.3.4 Factibilidad.	6
2.3.4.1 Recursos Humanos.	6
2.3.4.2 Recursos Organizacionales.....	6
2.3.4.3 Recursos Económicos.....	6
2.3.4.4 Recursos Tecnológicos.....	6
Capítulo iii: Objetivos del Diseño	
3.1 Objetivo General.....	7
3.2 Objetivos Específicos.....	7
Capítulo iv: Marco de Referencia	
4.1 Información General del Cliente.....	8
Capítulo v: Definición del grupo objetivo	
5.1 Perfil Geográfico.....	13
5.2 Perfil Demográfico.....	14
5.3 Perfil Psicográfico.....	14
5.4 Perfil Conductual	14
Capítulo vi: Marco Teórico	
6.1. Conceptos relacionados al cliente: Producto o Servicio	16
6.2. Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño.....	18
6.3. Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias	23
Capítulo vii: Proceso de diseño y propuesta preliminar	
7.1. Aplicación de la información obtenida en el marco teórico	34
7.2. Conceptualización.....	38

7.3. Bocetaje.....	41
7.4. Propuesta preliminar	67
Capítulo viii: Validación técnica.	
8.1. Población y muestreo	71
8.2. Método e instrumentos.....	72
8.3. Resultados e interpretación de resultados	75
8.4. Cambios en base a los resultados.....	87
Capítulo ix: Propuesta gráfica final.	
Capítulo x: Producción, reproducción y distribución.	
10.1. Plan de costos de elaboración	97
10.2. Plan de costos de producción	98
10.3. Plan de costos de reproducción.....	98
10.4. Plan de costos de distribución.....	98
10.5. Cuadro con resumen general de costos	99
Capítulo xi: Conclusiones y recomendaciones.	
11.1. Conclusiones	100
11.2. Recomendaciones	101
Capítulo xii: Conocimiento general.....	102
Capítulo xiii: Referencias	105
Capítulo xiv: Anexos.....	109

Capítulo I

1.1 Introducción

Colegio José Simeón Cañas y Villacorta, fundado en 1965, en el Departamento de Chimaltenango, cuenta con 52 años de labor educativa formando a niños y jóvenes con principios cristianos.

Este proyecto tiene como finalidad solucionar la problemática de comunicación del colegio José Simeón Cañas, que es la falta de piezas gráficas digitales para dar a conocer a través de sus redes sociales las carreras y servicios que brinda a sus clientes.

Por lo que se tituló al proyecto:

“Diseño de material gráfico digital para dar a conocer a través de redes sociales el servicio de educación que brinda a clientes actuales y potenciales el colegio José Simeón Cañas Chimaltenango, Guatemala 2,018”

Al realizar este proyecto se investigan conceptos relacionados al tema, comunicación, diseño, social media entre otras ciencias auxiliares que llegan a ser de mucha importancia para fundamentar y enriquecer el proyecto, como herramientas y conocer la forma correcta para realizar las piezas gráficas digitales.

En todo el proyecto se realiza un proceso antes, el de bocetaje se conforma a base de dibujo natural, construcción o diagramación del dibujo técnico, para que las ideas preliminares sean de mucha ayuda al momento de realizar las piezas gráficas. En especial este proceso lleva ilustración, diagramación, composición, color, tipografía entre otros elementos que conforman la parte de la propuesta preliminar.

Después del proceso preliminar se continúa con la validación a través de encuestas con preguntas múltiples, de su enfoque es cuali y cuantitativo. Estas encuestas se realizan al cliente, a 5 profesionales, 5 expertos en el área de comunicación y diseño y, por último, 20 personas del grupo objetivo.

En el Colegio José Simeón Cañas es necesario que existan piezas gráficas digitales para dar a conocer sus carreras y servicios por medio de las redes sociales.

Estas piezas serán de mucha ayuda para que el colegio tenga presencia en las redes sociales y mejor imagen ante sus clientes.

Capítulo II

Capítulo II: Problemática

El colegio Simeón Cañas, fundado en 1965, carece actualmente de piezas gráficas virtuales en sus redes sociales para dar a conocer su calidad de servicio educativo a sus clientes reales y potenciales a nivel departamental.

Debido a esta problemática, se le propuso al cliente diseñar nuevas piezas gráficas virtuales para promover la educación que brinda el colegio y dar a conocer su buen servicio a través de las redes sociales.

Esto ayudará a promover el servicio que imparte el colegio al momento de realizar las diferentes piezas gráficas virtuales y que irán cambiando según el ciclo escolar indicado.

2.1. Contexto

Colegio José Simeón Cañas y Villacorta, fundado en 1965, en el Departamento de Chimaltenango, cuenta con 52 años de labor educativa formando a niños y jóvenes con principios cristianos. En este tiempo de brindar servicio de calidad no cuentan con redes sociales que puedan atraer a clientes reales y potenciales en el área central de Chimaltenango, por ello se creará un plan de medios para que tenga presencia en todas las plataformas.

2.2 Requerimiento de comunicación y diseño

El colegio Simeón Cañas carece de material gráfico digital para dar a conocer a través de redes sociales el servicio de educación que brinda a clientes actuales y potenciales el colegio José Simeón Cañas Chimaltenango.

Esto afecta directamente al colegio, ya que no tiene presencia ni posicionamiento en las redes sociales y crea una ventaja ante su competencia en el área departamental.

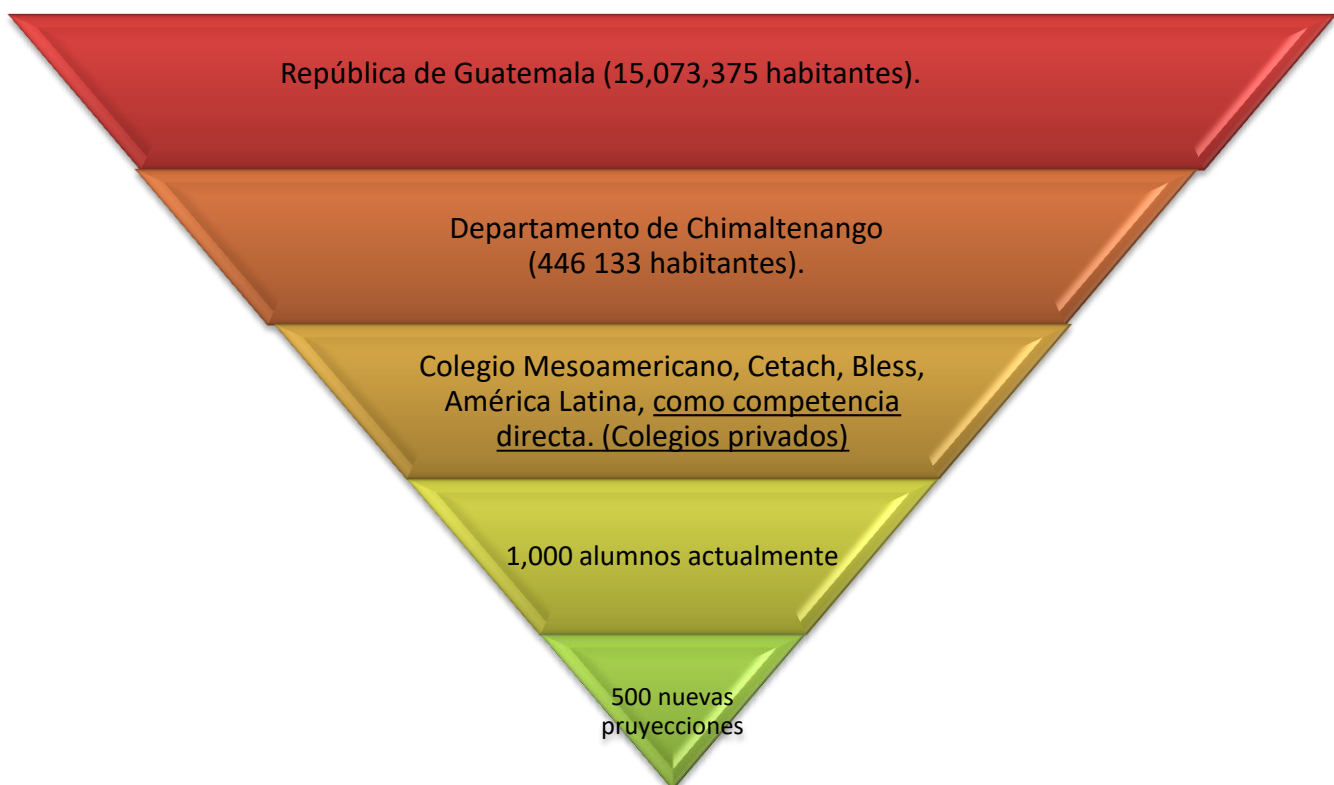
¿Se considera necesario el diseño de materiales gráficos virtuales para impulsar a clientes reales y potenciales para optar por los servicios que brinda el colegio Simeón Cañas?

2.3 Justificación

Es aceptable que se coloque literalmente el siguiente párrafo: Para sustentar las razones por las que se consideró importante el problema y la intervención del diseñador – comunicador, se justifica la propuesta a partir de cuatro variables: a) magnitud; b) trascendencia; c) vulnerabilidad; y d) factibilidad (se despejan todas y cada una de las variables).

2.3.1 Magnitud

Grupos involucrados:



Los grupos involucrados se desenvuelven en la república de Guatemala con una densidad de 15, 073,375 habitantes, principalmente en el departamento de Chimaltenango con 446,133 habitantes. Como competencia directa podemos observar distintos establecimientos privados como el Colegio Mesoamericano, Cetach, Bleeps, América Latina entre otros. El colegio Simeón Cañas cuenta con 1,000 alumnos actuales y el alcance esperado para este proyecto es de 500 nuevos clientes reales y potenciales.

2.3.2 Vulnerabilidad

Hoy en día, la publicidad en las redes sociales es clave para el éxito de cualquier empresa. Por lo tanto, se pensó la forma de dar a conocer el servicio y la calidad de educación que brinda del colegio de manera fácil, rápida y concisa a través de la misma. Esto les permite alcanzar nuevos clientes potenciales.

El Colegio Simeón Cañas no cuenta con piezas gráficas virtuales que den a conocer a través de las redes sociales las promociones para el año 2018 y los servicios que brinda la institución educativa. Esta problemática afecta al colegio al crear bajas expectativas en las redes sociales, falta de posicionamiento como imagen en el mercado y su competencia, así como también la falta de comunicación entre el colegio y sus clientes.

2.3.3 Trascendencia

La elaboración de las piezas gráficas virtuales ayudará a la empresa a tener mejor comunicación y presencia con los clientes, que será por medio de las redes sociales para dar a conocer la calidad educativa que brinda el colegio para incentivar con ello la preferencia y captar la atención de nuevos clientes.

2.3.4 Factibilidad

Se poseen todos los recursos necesarios para la elaboración del proyecto, tales como:

- Recursos Humanos

Colegio Simeón cañas cuenta con el personal adecuado con capacidad, el conocimiento y la experiencia para desarrollar las funciones que se desempeñan dentro de la empresa, el Community Manager será el encargado específicamente de la actualización y publicación de las piezas gráficas virtuales en las redes sociales.

- Recursos Organizacionales

La Directora del Colegio Simeón Cañas autoriza al personal para que esté en disposición de brindar toda la información necesaria para desarrollar el proyecto.

- Recursos Económicos

El colegio Simeón Cañas cuenta con los recursos financieros necesarios que cubrirán los gastos de la realización y el desarrollo de este proyecto.

- Recursos Tecnológicos

El colegio Simeón Cañas cuenta con el software y el hardware para el desarrollo del material gráfico virtual a realizarse.

Capítulo III

Capítulo III: Objetivos del Diseño

3.1 Objetivo General:

Diseñar material gráfico digital para dar a conocer a través de redes sociales el servicio de educación que brinda a clientes actuales y potenciales el colegio José Simeón Cañas Chimaltenango, Guatemala.

3.2 Objetivos Específicos

- Investigar todo lo relacionado con comunicación, diseño, tendencias, publicidad en redes sociales para aplicar en el material gráfico virtual.
- Recopilar datos del cliente para realizar el material gráfico digital y crear diseños adecuados para el colegio José Simeón Cañas.
- Ilustrar actividades a través de fotografías para describir cada carrera que brinda el colegio.

Capítulo IV

Capítulo IV: Marco de Referencia

4.1 Información General del Cliente.

4.1.1 Nombre: Colegio José Simeón Cañas y Villacorta

4.1.2 Dirección: 4 Avenida 2-95 zona 3 Chimaltenango, Guatemala.

4.1.3 Teléfonos: 7839-3575 / 74

4.1.4 Directora General: Licda. Irma Araceli Mendoza

4.1.5 Celular: 5633-2290

4.1.6 Antecedentes:

Colegio José Simeón Cañas y Villacorta, fundado en 1965, en el Departamento de Chimaltenango, cuenta con 52 años de labor educativa formando a niños y jóvenes con principios cristianos.

4.1.7 Oportunidad identificada:

Crear piezas gráficas virtuales que se diferencien de la competencia, para dar a conocer al grupo objetivo la calidad de educación que brinda el colegio.

4.1.8 Misión:

Somos una institución digna de confianza, comprometidos a fomentar en la niñez y juventud, principios cristianos, haciéndolo con excelencia tecnológica, industrial, brindándole a la sociedad profesionales competitivos.

4.1.9 Visión:

Ser una institución líder en la educación a nivel regional central; que fomente hombres y mujeres de bien con amor y temor de Dios.

4.1.10 Delimitación geográfica:

Departamento de Chimaltenango y Sacatepéquez.

4.1.11 Grupo Objetivo:

Hombres y mujeres de 20 a 40 años, Matrimonios jóvenes, matrimonios con hijos de 4 a 18 años de edad, nivel socioeconómicos B-, C .

4.1.12 Principal beneficio al grupo objetivo:

Educación de Calidad

4.1.13 Competencia:

Centros educativos privados del Municipio de Chimaltenango

4.1.14 Posicionamiento:

Sector de servicios educativos

4.1.15 Factores de diferenciación:

Experiencia de 52 años y la implementación del sistema de valores y principios cristianos como fundamento del desarrollo profesional.

4.1.16 Objetivos de Mercadeo:

Generar el deseo y la expectativa en los jóvenes de obtener una preparación profesional técnica y científica en nuestro plantel.

4.1.17 Objetivos de comunicación:

Somos el Colegio con la mejor formación académica en Chimaltenango, formando a profesionales de éxito con principios.

4.1.18 Mensajes claves a comunicar:

Somos la mejor opción en educación del Departamento de Chimaltenango.

4.1.19 Estrategia de comunicación:

El objetivo principal de esta estrategia es dar a conocer por medio de piezas gráficas virtuales la calidad de servicio y promociones que maneja el Colegio José Simeón Cañas.

Esto ayudará a crear buena imagen en los clientes y posicionarse en la mente de los consumidores mediante publicidad en las redes sociales.

4.1.20 Reto del diseño y trascendencia:

Impactar el mercado educativo a través de un mensaje positivo.

Conectarse con el grupo objetivo para crear relaciones de fidelidad con el colegio a través de su imagen.

4.1.21 Materiales a realizar:

Plan de medios para el Colegio José Simeón Cañas en todas sus redes sociales

4.1.22 Presupuesto:

10 mil quetzales exactos.

4.1.23 Datos del logotipo:

Colores: Azul, amarillo y blanco

4.1.24 Forma:

Escudo con las iniciales SC entrelazadas, el nombre del colegio Simeón Cañas y el año de fundación.

4.1.25 Logotipo:



4.2. Organigrama.



4.3 FODA

<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tener 52 años de experiencia en el mercado. - Estar posicionado entre los tres colegios con más número de alumnos inscritos de Chimaltenango. - Poseer amplias instalaciones - Tener precios accesibles acorde a las necesidades de nuestros clientes. 	<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Preparar profesionales de éxito y vocación de servicio a la comunidad en general. - Enseñanza basada en principios y valores. - Prestigio institucional. - Fortalecimiento de la cultura, las costumbres y tradiciones de la población.
<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Poca valorización del trabajo docente de parte del alumnado y padres de familia. - Impuntualidad en pagos de Colegiaturas. - Escasa comunicación con padres de familia (viven en comunidades del área rural). - Escasez de profesionales graduados en el nivel superior en áreas específicas. 	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Apertura de centros educativos cada año. - Maras juveniles, alcoholismo, drogas y maternidad prematura en estudiantes. - Familias numerosas sin capacidad económica para sufragar todos los gastos educativos. - Recorte de personal que deja a los padres de familia sin empleo.

Capítulo V

Capítulo V: Definición del grupo objetivo

El colegio José Simeón Cañas cuenta con 52 años de labor educativa formando a niños y jóvenes con principios cristianos, su grupo objetivo consiste en padres jóvenes y matrimonios con hijos entre edades de 4 a 18 años de edad.

Descripción del grupo objetivo

Personas de sexo masculino y femenino, en un rango de edad de 20 a 40 años, en el área central del Departamento de Chimaltenango, con un nivel socio-económico B- y C, que poseen niveles de estudio a nivel diversificado o universitario.

El grupo objetivo normalmente son graduados de Universidades Privadas o Públicas que han estudiado en extensiones departamentales, trabajan en puestos ejecutivos de mandos medios o gerenciales, son propietarios de negocios pequeños, invierten su dinero en bienes de confort para su hogar (televisores, equipos de sonido, computadoras y accesorios). La tendencia es que la esposa trabaje para contribuir al ingreso de la familia, poseen automóviles nuevos, de precios muy económicos y autos usados (de hasta 10 años) también de modelos económicos, viajan cada vez menos al exterior y cada vez más al interior del país. Sus ingresos familiares oscilan entre los Q.5, 000.00 a Q.15, 000.00 mensuales

5.1 Perfil Geográfico

El departamento de Chimaltenango se encuentra situado en la región Central de Guatemala. Limita al Norte con los departamentos de El Quiché y Baja Verapaz; al Este con Guatemala y Sacatepéquez; al Sur con Escuintla y Suchitepéquez, y al Oeste con Sololá. La cabecera departamental es Chimaltenango, está a una distancia de aproximada de 54 kilómetros de la Ciudad Capital de Guatemala. Cuenta con 16

municipios, con una superficie de 1979 km², su población total es de 446 133 hab. El clima es templado a frío.

5.2 Perfil Demográfico

Edad: Personas en un rango de edad de 20 a 40 años.

Sexo: Masculino y Femenino.

Nivel socio-económico: B-, C.

Estudios: Educación de nivel básica, diversificado.

Tamaño de familias: Entre 3 a 6 miembros nucleares.

Ciclo de vida familiar: Padres jóvenes, casados con una cantidad de 3 a 6 hijos en promedio.

5.3 Perfil Psicográfico

Formas de ser: Trabajadores, integrados, sociables, entre otros.

Personalidad: Emprendedores, extrovertidos, comerciantes, innovadores, activistas, virtuosos en la mayor parte del marco de referencia.

Hobbies: Les gusta las actividades religiosas, compartir, buscar, realizar actividades recreacionales, deportistas, encontrar actividades de distracción.

Costumbres: Les gusta tener reuniones familiares, actividades de fiestas patronales, mantener respeto y compartir tolerancia entre sus grupos sociales.

5.4 Perfil Conductual

Ocasiones de elegir el servicio: regular.

Beneficios buscados: calidad, servicio y diferenciación entre los establecimientos educativos.

Estatus de usuario: no usuario, usuario potencial, usuario primerizo, usuario habitual.

Estatus de lealtad: media y fuerte.

Actitud hacia el servicio: positiva.

El grupo objetivo prefiere el colegio José Simeón Cañas por ser una institución digna de confianza, comprometida a formar niños y jóvenes con principios y optar por excelente formación educativa.

Capítulo VI

Capítulo VI: Marco Teórico

6.1. Conceptos relacionados al cliente producto o servicio

6.1.1. Enseñanza

La definición de enseñanza hace referencia a la transmisión de conocimientos, valores, ideas, entre otros. Esta acción está más relacionada con el ámbito del conocimiento, Es necesario resaltar que no es el único medio de aprendizaje. Pueden ser mencionadas otras instituciones, como religiosas o clubes y también fuera de las mismas, sea en familia, actividades culturales, con amigos etc. En estos últimos casos la enseñanza deja de ser estrictamente planificada, para tomar una forma mucho más improvisada. Sin embargo, esto no significa que no puede tener efectos trascendentales sobre aquella persona que reciba las enseñanzas (Concepto.de, 2,017)

6.1.2. Aprendizaje

Proceso por el cual se adquieren ciertos conocimientos, habilidades y competencias, es el producto del estudio o practica que se obtiene de un tema determinado, por medio de la evaluación o la exposición de ciertos problemas, se sabe que el ser humano es capaz de desarrollar sus destrezas por medio de problemas que se le presenten.

Según (psicología y mente, 2,017) El interés que la psicología por estudiar el aprendizaje es grande, hay numerosas teorías que han intentado describir y explicar cómo aprendemos, que circunstancias y factores influyen ya sea positiva o negativamente en la adquisición de conocimientos, valores y conductas éticas.

6.1.3. Formación

El hombre se forma a medida que comprende y transforma su realidad, es un proceso histórico que se construye entre el individuo y el medio. La formación es social ya que es

una relación entre individuos, nos formamos recurriendo a todas las fuentes posibles de conocimiento, a través de varias prácticas sociales. Según (Hernández, 2,013) la formación es un conocimiento especializado que se aprende de una persona al estarse preparado para ejercer una profesión, en el caso de los profesores se construye su significado por medio de su profesión y por ello elaboraran un papel que consideren para cumplir ante sus alumnos y la sociedad.

6.1.4. Tecnología

Se puede definir como un conjunto de conocimientos personales de un arte industrial, que da acceso a la creación de artefactos o procesos para producirlos. Todas las tecnologías tienen su lenguaje propio, técnico y exclusivo, velando que los elementos que la complementa queden perfectamente definidos, de acuerdo a el léxico acordado que se adaptara a la tecnología específica, en algunas ocasiones se ha definido, equivocadamente, la tecnología como un medio que resuelve los problemas prácticos existenciales, de manera que si la ciencia sufre cambios discontinuos, la tecnología también representa discontinuidad, aun así, muchas tecnologías no han aparecido de esta manera si no de forma continua y evolutivo (Sánchez, 2004).

6.1.5. Disciplina

La disciplina posee diferentes definiciones. Por otra parte, se puede definir como un arte o una ciencia, sin embargo, es una cualidad que se le es inculcada a una persona, es parte de los principios y empieza desde el círculo familiar.

Gracias a esta cualidad las personas pueden llegar a cumplir sus metas con más facilidad obteniendo mejores resultados en sus objetivos, no solo se aplica en grandes metas si no, se tiene presente en todo momento y toda situación (EcuRed, 20017).

6.1.6. Normas

Es una regla que define la manera de comportarse de un ser humano, así puede identificarse una infinita cantidad de conductas, hay una inmensa cantidad de normas, también trata, de un concepto amplio que permite su aplicación en una serie de ámbitos diferentes, donde el sentido no es por fuerza el mismo. Esta regla es trabajo de los institutos, colegios o universidades cada uno de esos establecimientos debe contar con una cantidad notable de normas para el éxito de una transformación personal en un ser humano (Concepto.de, 2017).

6.1.7. Orden

Según (Sanguineti, 1980) No es fácil poder darle un concepto o definir la palabra orden, porque es tan amplia como el concepto lo exige, se ha dicho que este es el término más frecuente pero también es el término más complicado del lenguaje tomista.

Una orden es una acción que es ejercida después de pedírselo a alguien, cumplir con una acción determinada que generalmente tiene que ver con la jerarquía, las órdenes son acatadas por los empleados de menor rango, y por lo general tienen carácter obligatorio.

6.2. Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño

6.2.1. Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación

6.2.1.1 Comunicación

El acto de comunicar se puede dar entre dos o más personas a través de señas y gestos que permitan hacer entender al otro qué es lo que se está queriendo decir.

La comunicación según (Losada, 2011) es un proceso de intercambio de información, se puede dar entre dos o más personas a través de gestos y señales, que permiten entender

al otro que es lo que se quiere transmitir, en un contexto determinado, todas las formas de comunicación requieren un emisor, un mensaje y un receptor en el proceso comunicativo.

6.2.1.2 Proceso de la comunicación

Para llevar a cabo una comunicación eficaz es necesario que en la transmisión de ideas intervengan varios elementos, que se describen a continuación:

6.2.1.3 Emisor (Codificador)

Según (Losada, 2011) se trata de aquel que toma la iniciativa para comenzar la comunicación. Es el que decide mandar un mensaje.

6.2.1.4 Receptor

Es quien recibe todos los mensajes que codifica el emisor.

6.2.1.5 El mensaje

Este se constituye por los diferentes códigos, señas y cualquier tipo de comunicación posible, como imágenes, claves, sonidos, entre otros.

6.2.1.6 El código

Grupo de imágenes, claves y lenguaje que debe ser transmitido por las dos partes, es decir el emisor y el receptor, de modo contrario el mensaje no podría transmitirse y existiría la comunicación (Losada, 2011).

6.2.1.7 El canal

Es el medio a través del cual se transmite el mensaje, este puede ser gráfico visual como por ejemplo una revista u auditivo, como el simple hecho de hablar con otra persona. Existen otros canales para aquellas personas que tienen dificultades en la comunicación.

6.2.1.8 Contexto

Conjunto de circunstancias (lugar, hora, estado de los interlocutores, sonido, etc.) que existen en el momento de la comunicación). La realidad es que depende del contexto en el que se desarrolle el mensaje que se va a enviar, es como lo va a recibir el receptor.

6.2.1.9 La retroalimentación

Se da cuando el receptor devuelve información luego de que el emisor recibió el mensaje. Hace referencia a la interpretación que le haya dado el receptor bajo todos los elementos nombrados anteriormente que afectan a esta transmisión, como el código, sonido, canal, etc. (concepto.de, 2017) .

6.2.1.10 Comunicación Interactiva

Tipo de comunicación en que se produce una auténtica interrelación directa entre emisor y receptor y en la que este último tiene capacidad de regular el flujo de información a su gusto. Esta capacidad para la toma de decisiones depende de la estructuración de la información proporcionada por el canal a través del cual se trasmite el mensaje. Este modelo de comunicación se desarrolla básicamente en la Red. La interactividad según (Losada, 2011) entre emisor y receptor se consigue a través de herramientas como foros, chats, correos electrónicos, juegos en línea o plataformas de redes sociales, entre otros.

6.2.1.11 Medios interactivos

(Definición XYZ, 2017) La comunicación interactiva, es aquella donde el receptor tiene la amplitud para tomar decisiones y controlar el traslado de la publicación, que depende en gran medida de la configuración de los datos proporcionados a través del medio. Los recursos de interacción, incluyen dispositivos como el hipertexto, hipermedia y la

multimedia, todos ellos basados en internet y también los que se transmiten por televisión satelital.

6.2.1.12 Virtualidad

La virtualidad establece una nueva forma de relación entre el uso de las coordenadas de espacio y de tiempo, supera las barreras espacio temporales y configura un entorno en el que la información y la comunicación se nos muestran accesibles desde perspectivas hasta ahora desconocidas al menos en cuanto a su volumen y posibilidades. (Realidad virtual 764, 2016) La realidad virtual permite la generación de entornos de interacción que separen la necesidad de compartir el espacio-tiempo, facilitando en este caso nuevos contextos de intercambio y comunicación.

6.2.2. Conceptos fundamentales relacionados con el diseño

6.2.2.1. Diseño

El diseño según (concepto definicion.de, 2015) es el final de un proceso creativo, que el objetivo es buscar la solución a una problemática particular, tratando de ser lo más práctico, creativo y estético posible. Según Para poder realizar un diseño es crucial el uso de técnicas y métodos buscando poder llegar a plasmar la idea pensada. Dibujos, bocetos o esquemas son en las áreas que más se utiliza el diseño.

6.2.2.2 Diseño gráfico

Es una especialidad que puede también ser una profesión, que cuyo objetivo es poder complacer necesidades que existen en la comunicación visual. Organiza imágenes y textos que por lo normal son necesidades de los medios industriales, para plasmar mensajes específicos para cierto público en específico con objetivos claros y definidos (Arte Dinámico, 2003).

6.2.2.3 Publicidad

Es un conjunto de estrategias con los que una empresa pretende dar a conocer sus productos o servicios a la sociedad. Las herramientas principales de la publicidad son los medios de comunicación, el impacto audio visual que genera en el público son fundamentales para lograr el comercio en general, si un producto un es publicitado difícilmente llegara al público que se elige y muy difícil podrá emprender un comercio o servicio, esto es una técnica de marketing para poder llegar a un comercio global (conceptodefinicion.de, 2015)

6.2.2.4 Piezas graficas

Las piezas graficas se enfoca a una composición visual dentro del diseño gráfico, la cual puede variar según la opinión y necesidades del cliente, las piezas graficas están metidas fuertemente en el tema de la publicidad, ya que tienen prácticamente la misma función solo que estos son anuncios publicados en medios masivos, impresos o digitales, las 2 piezas graficas existentes son (digitales e impresas) y su único objetivo que tiene es llamar la atención del público seleccionado. (Eguaras, 2,015)

6.2.2.5 Piezas graficas digitales

Según (Ospina, 2,014) Esta pieza grafica se puede definir como una disciplina que permite dar a conocer de manera visual informaciones, acontecimientos e ideas, para tener ideas visuales que sean efectivamente comunicadoras, se diferencia del diseño gráfico convencional ya que no solo consta de fotografías, infografías etc., se utiliza una computadora con herramientas del área del diseño como Photoshop, Illustrator, InDesign, aplicados a la publicidad, páginas web o a la producción corporativa de una empresa destinada a internet.

6.2.2.6 Línea gráfica

Según (Pérez, 2,015) la línea gráfica representa la identidad de la empresa desde canales digitales y que el mismo haga que apoyen los contenidos difundidos. Se sabe que si no existe un estilo visual declarado es porque algunas empresas usan imágenes encontradas en la red y no son trabajadas por la misma de forma interna, la consecuencia de esto es que pierda coherencia visual y lo más importante la identidad de la marca. Varias de las imágenes que circulan en internet son muy conocidas y pueden ser asociadas con varias marcas, esto puede generar confusión para los usuarios.

Reforzar la identidad de la marca: es importante tener un estilo grafico ya seleccionado un estilo totalmente diferenciador para el mercado y la competencia. El crear un estilo grafico escalable es muy importante en el proceso de creación de imagen y el disminuir los tiempos de producción para crear un repositorio de imágenes que pueden ser reutilizables.

6.3. Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias

6.3.1. Ciencias

6.3.1.1. Psicología

La psicología es el conjunto de cualidades o circunstancias propias de una cosa, persona o una colectividad, que las diferencian, por su modo de ser u actuar, de los demás. Disciplina que investiga la conducta y los procesos mentales de personas y animales. La psicología analiza las 3 dimensiones de los procesos como la cognitiva, afectiva y conductual

La psicología según (Meilán, 2006) se ocupa de diagnosticar el comportamiento, las capacidades, la personalidad, etc. Esta es la ocupación más importante de un

profesional en la psicología, se refiere casi por completo a la psicología aplicada, el eclecticismo (no siempre negativo) y la confusión (siempre preocupante). Por la misma de desempeñan técnicas efectivas y abandonar las que no lo son.

6.3.1.1.1. Psicología del consumidor

Es la disciplina que estudia el comportamiento del consumidor es la y todos los aspectos que se relacionan en la decisión del consumidor ya que se influye por medio de procesos mentales preestablecidos, según (Robertson, Zielinski y Ward, 1984) agregan que la conducta del consumidor es una secuencia de decisiones y actitudes, que se juntan en la toma de decisiones sobre si consumir o ahorrar, sobre cualquier categoría de bienes y servicios a consumir, la conducta de compra y el shopping y sobre todos los productos serán usados y eliminados.

Se trata de tener en mente la diversidad de causas que explica exactamente el comportamiento del ser humano. Se enfoca en el análisis individual de comportamiento y no dar la importancia suficiente a las interacciones entre los individuos ni a los fenómenos de grupos.

Según (Descals, 2006) Comprender el comportamiento de un consumidor para realizar una compra es ver que es lo que buscan y saber qué es lo que necesitan comprar.

Los consumidores compran productos, que estos son el conjuntos que benefician para satisfacer las necesidades y deseos de los consumidores. Estos no son solo bienes físicos, sino que puede ser de algún servicio, experiencias, lugares, organizaciones o ideas.

6.3.1.1.2. Psicología del color

Según (Ricupero, 2,007) El color es un elemento esencial a la hora de crear un mensaje visual. El color no es un simple atributo para cubrir y rellenar un mensaje visual, El color

realmente es necesario para poder llegar a dar un mensaje visual completo puede llegar a estimular nuestros sentidos y crear sentimientos o cambiar nuestro estado de ánimo por ejemplo puede crear apetito, dar frío o un estado de limpieza.

La psicología del color fue estudiada más a fondo por Goethe obteniendo resultados muy asombrosos y satisfactorios.

- **Amarillo:** es el color más cálido de todos, este color da la sensación de iluminación, ardiente y expansivo puede significar odio, celos, egoísmo, adolescencia, risa, placer
- **Rojo:** es de vitalidad, es el color de la sangre, de la fuerza bruta, del amor, de la pasión y del fuego, puede significar agresividad, cólera, sangre, fuerza, peligro y energía
- **Azul:** es tranquilo y profundo, es el símbolo de lo inmaterial y a la vez da la sensación de un ambiente frío, puede expresar confianza, afecto, armonía, amistad, felicidad.

6.3.1.2. Pedagogía

Ciencia aplicada psicosocial cuyo objetivo de estudio es la educación, se encarga de conocer todo lo relacionado a educación como fenómeno típicamente social y específicamente humano, la palabra pedagogía tiene como origen griego antiguo pedagogos. Está compuesto por paidos (niño) y gogía (llevar o conducir) esto hace referencia al esclavo que llevaba a los niños a la escuela.

Existen algunos tipos de pedagogía entre ellos están: la pedagogía infantil, social, normativa, descriptiva, psicológica, teológica, entre otras...

Según (Ecured, 2,017) La psicología como ciencia estudia diferentes problemas en la educación como la estructura que constituye el sistema educativo, el control dando origen a la organización y administración escolar, el objetivo de la educación específicamente y fines educativos, la pedagogía es la disciplina que organiza el proceso educativo de toda persona, en los aspectos psicológico, físico e intelectual tomando en cuenta los aspectos culturales de la sociedad en general.

6.3.1.3. Semiología

La semiología viene de la palabra griega semeion (signo) y los logos (estudio), es la ciencia que estudia los signos desde la vida social dependiendo de la psicología general y siendo la rama más importante de la lingüística, lenguas, códigos, señalizaciones, etc. Esta ciencia es muy joven pero empieza a tener importancia dentro del análisis de los medios de comunicación social del siglo XX. (Diferencias entre Semiótica y semiología, 2,016)

La lengua sería una parte de la semiología, el signo tiene como función el comunicar ideas por medio de mensajes, implica un objeto y se habla de un referente, signos y obviamente un código entre un medio de transmisión y un emisor y un receptor.

Las seis funciones lingüísticas y su análisis en la comunicación o el mensaje: La función referencial, la función emotiva, la función connotativa o conminativa, la función poética o estética, función fática y la función metalingüística.

6.3.1.4. Sociología

Su objetivo es estudiar al hombre, a la sociedad humana, conjunto de conocimientos mediante la observación y el razonamiento, se producen principios y leyes generales. La ciencia tiene diferentes métodos y técnicas para cualquier adquisición y organización de

conocimientos sobre la estructura de un conjunto grande de hechos, objetivos y accesibles a varios observadores, está basada en criterio de verdad y una corrección permanente.

El objeto de la sociología no termina en el análisis de la realidad social, sabemos que la sociología se proyecta más y más como una de las ciencias determinantes en la transformación y mejoramiento social (Alvarado, 2005).

6.3.1.5 Deontología

Deontología se conoce como la ciencia que estudia y ve el conjunto de deberes y principios éticos que les toca a cada profesión, oficio o ámbito laboral. La deontología pone las normas en las que giran en torno a la conducta y desempeño en lo que es el ámbito profesional, en estas se le exige al profesional ciertas responsabilidades que estén ligadas a los campos que ejecute laboralmente, es una ciencia que está enfocada en el ámbito moral.

Los colegios profesionales son un buen ejemplo de cómo debe respetarse los códigos deontológicos y ellos tienen el deber de velar por el cumplimiento de las mismas para poder exigir determinados niveles de competencia y calidad a sus adscritos en el desempeño de sus funciones. Es importante hacer notar que analiza los deberes internos del individuo (significados, 2013)

6.3.2 Artes

6.3.2.1. Fotografía

Una imagen valiosa debe ser capaz de transmitir alguna idea o emoción, de ninguna manera debe transmitir aburrimiento o ser indiferente, al ver una fotografía hay tres dimensiones: el hecho fotografiado, la intención del fotógrafo en el momento de la captura y la interpretación que se quiere dar hacia el espectador. La realidad de cada una es

diferente y se deja llevar por el origen social, la ideología, la inteligencia, sensibilidad o el inconsciente del fotógrafo.

En continuo cambio se mantiene un mundo complejo por medio de la visión, el cerebro hace un proceso inmediato de cada imagen que se recibe, y tomando en cuenta todos las formas inconscientes de aquello que es relevante. La fotografía es capaz de congelar un instante, cuando se pulsa un disparador se detiene el tiempo, instante cargado de tensión: frontera entre el pasado y un futuro. (Albornoz, 2011).

6.3.2.2. Ilustración:

Se utiliza para poder plasmar una idea o aclarar un punto por medio de imágenes u otras maneras, así mismo es adornar un impreso con imágenes, laminas o grabados para poderlo hacer más atractivo a la vista de las personas y poder explicar mejor el contenido con ejemplos diferentes y mucho más eficaces.

Surgió en Francia a finales del siglo xvii como un movimiento filosófico, ellos defendían el hecho de que el conocimiento humano podía llegar a destituir la superstición que habitaba en esa época. La ilustración influencio en muchos aspectos como económicos, políticos, científicos y sociales de la época (Significados, 2,013).

6.3.2.3. Tipografía:

La tipografía puede ejecutar la tarea como imagen gracias a las funciones formales que definen su personalidad gráfica; desligándose de su función lingüística; y convirtiéndose en una representación visual significativa.

Según (Cattáneo, 2,014) Este tipo de recurso, podemos darnos cuenta por medio de la historia que comienza desde poco a mas por mediados del siglo XX; por Apollinaire (escritor francés) , creador de los caligramas; los cuales eran poemas representados

gráficamente con tipografía conformando una imagen, con el fin de representar visualmente lo que las palabras querían decir.

La tipografía o la imagen son dos elementos que se pueden encontrar por separado bien en conjunto en la mayoría de nuestros diseños y son elementos que se constituyen.

6.3.2.3.1 Tipos de tipografía:

Las tipografías tienen un universo que resulta realmente enorme, y que se va ampliando de forma seguida, por lo que se podría decir que es imposible tener todos los nombres de las diferentes fuentes tipográficas que día a día se van actualizando así que crear una clasificación tipográfica comienza a tener un sentido razonable.

Según (Pepe, 2,008) Tan solo una clasificación puede ser elegida desde diferentes tipos visualizaciones. Por ejemplo, una forma útil y muy amplia de poder dividir el universo de las tipografías, puede ser teniendo presente la función o empleo que tenga que realizar la tipografía en el trabajo a ejecutar, solo hay dos grandes grupos que se pueden llegar a reconocer con facilidad son: las tipografías que deben de tener un alcance visual muy obvio y fácil para leer como por ejemplo “si uno está bien” son textos de largo alcance que tiene la función de ser tipografías fáciles de leer y en cuanto a su morfología no deben llamar tanto la atención y por otro lado estarían las tipografías de rotulo que a diferencia de la anterior mencionada estas si tienen como prioridad llamar la atención a como dé lugar y que por supuesto deben de poder leerse aunque no son muy recomendables en textos largos.

6.3.3 Teorías

6.3.3.1 Teoría del color

La luz está constituida por ondas electromagnéticas que se disuelven a unos 300.000 km / segundo. La luz no viaja en línea recta sino en forma de ondas, es lo que se conoce como el carácter ondulatorio de la luz. La luz blanca se puede producir combinando el rojo, el verde y el azul, mientras que combinando pigmentos cian, magenta y amarillo se produce el color negro.

Según (Fotonostra, 2,016) La longitud de onda es diferente por cada onda y así se produce los distintos tipos de luz, como es espectro visible, la luz infrarroja o la luz ultravioleta. La longitud de la onda está comprendida entre los 380 y los 770 nanómetros ya que el ojo humano solo es capaz de percibir este tipo de luz, a este fenómeno se le llama el espectro visible.

El saber que es difícil entender los colores y no podemos entender totalmente cómo funciona la luz, el color es un atributo que percibimos de los objetos cuando hay luz, todo es de colores siempre y cuando haya luz.

La teoría del color se ha enriquecido notablemente en el terreno que se conquistó al realizar el estudio y lograr la comprensión de las diferentes reacciones que podían llegar a ocasionar cada color. Augusto Garau le sirvió las teorías del color que saco de un libro para crear un sistema en el libro de las armonías del color.

La palabra color es un término polisémico. Que significa literalmente, impresión producida en los ojos por rayos luminosos reflejados por un cuerpo. Depende de tres factores la sensación del color: La naturaleza pigmentada, La naturaleza de la luz y las condiciones de nuestro órgano óptico (Bermúdez, 2.010)

6.3.3.1.1. Modos de color: RGB, CMYK Y sRGB

Las impresiones, las punturas, las imágenes digitales tienen modos de color estándar para la representación de los colores, los 3 más usados son los llamados RGB, CMYK, y el “hermano pequeño” del RGB el sRGB.

Es necesario para almacenar, tratar y representar una imagen en un ordenador expresar los colores de sus píxeles en forma de números. Las matemáticas son necesarias y se utilizan para poder representar los modelos de color. Existen varios tipos y modelos de color, con diferentes y diversas dificultades matemáticas complejas y con una representación más o menos intuitiva o similar a nuestro conocimiento cromático.

El modelo más conocido es el modelo RGB que sus siglas significan Red, Green, Blue (rojo, verde, azul) es un modelo de carácter aditivo, que se crea a la hora de mezclar tres colores básicos. El nivel de cada uno de dichos colores varían desde 0 a 255 y por lo tanto esos modelos se pueden representar $256=16.777.216$ colores (Vallina, 2.010).

6.3.3.1.2. Modelo de color RGB

RGB son las siglas en inglés de los colores Red, Green y Blue, este espacio de color esta formador de los colores primarios luz, rojo, verde y azul. Este sistema es el más adecuado para representar imágenes que serán mostradas en monitores y que, finalmente, serán impresas en impresoras de papel fotográfico.

Según (Escolano, 2,003) los colores se definen mediante mezclas de colores primarios por adición. La mezcla correcta de estos tres componentes, pueden llegar a crear cualquier color combinando la intensidad que le damos a cada uno de nuestros componentes. Entonces en RGB podemos crear y definir cualquier color con una tripleta

de estas tres intensidades. Se da normalmente que, la intensidad está dentro de un intervalo de (0...255) aunque también podemos desde un intervalo de (0...1).

6.3.3.2. Teoría Gestalt

Según (Graformar, 2,012) La teoría de la Gestalt configura elementos que recibe por medio de los canales sensoriales o de la memoria. La suma de dichos elementos no permite la comprensión del funcionamiento de la mente, todo es más que la suma de suma de sus partes. La mente configura, a través de ciertas leyes, los elementos que llegan a ella a través de los canales sensoriales (percepción) o de la memoria (pensamiento, inteligencia y resolución de problemas).

6.3.3.2.1. Leyes de la teoría a Gestalt

6.3.3.2.1.1. La ley de la pregnancia

Dice que la experiencia perceptiva tiene siempre a adoptar la forma más simple posible.

6.3.3.2.1.2. El principio de cierre

(Graformar, 2,012) Considera que la mente tiene la tendencia a agregar cualquier elemento faltante que complete una figura, cuando posiblemente no se percibe completa.

6.3.3.2.1.3. Principio de semejanza

Todos los elementos similares los agrupa la mente y forma una entidad.

6.3.3.2.1.4. Principio de proximidad

Se basa en la distancia, se tiende a agrupar parcial o secuencialmente elementos.

6.3.3.2.1.5. Principio de simetría

Las imágenes simétricas se perciben como iguales, como un único elemento en la distancia.

6.3.3.2.1.6. Principio de continuidad

Tendemos a percibirlos continuos aunque estén interrumpidos, estos elementos mantienen un patrón (Graformar, 2,012).

6.3.3.2.1.7. Principio de dirección común

Se percibe como figura a los elementos que se parecen a un patrón en la misma dirección.

6.3.3.2.1.8. Principio de simplicidad

Organizamos los campos perceptuales con rasgos simples y regulares.

6.3.3.2.1.9. Principio de relación entre figura y fondo

(Graformar, 2,012) Se considera que cualquier campo perceptual se puede dividir en figura contra fondo.

6.3.4. Tendencias

6.3.4.1. Iconografía Creativa

Según (Redacción Paredro, 2,015) Los íconos son de los elementos más importantes en algunos diseños, los íconos necesitan renovarse con el tiempo. Por eso están tomando un papel artístico muy importante ya que han evolucionado tanto, la iconografía ofrece más detalle y da más expresión y originalidad a los elementos de cualquier diseño, los elementos esenciales no serán suficientes, por lo que deberán mantener un estilo interesante para atraer. Así los íconos crecerán y serán más detallados.

Capítulo VII

Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar

7.1. Aplicación de la información obtenida en el marco teórico

7.1.1. Ciencias auxiliares

7.1.1.1. Semiología

La semiología ayudará a emplear de forma correcta los símbolos y signos a utilizarse dentro de este proyecto. También se utilizará para aplicar determinados elementos visuales que servirán para la elaboración de las piezas gráficas, con el fin de ser llamativas para la vista de los consumidores.

7.1.1.2. Sociología

La sociología es una ciencia que se dedica al estudio de los grupos sociales. Esta ciencia será de gran ayuda al momento de elaborar las piezas gráficas digitales debido a que el grupo objetivo del colegio forma parte de la sociedad actual. La sociología ayudará a entender las características y comportamientos de los clientes para acoplar el diseño de las piezas gráficas digitales a sus gustos, preferencias y características semejantes a ellos.

7.1.1.3. Psicología

En todo momento utilizaremos la psicología para realizar este proyecto de la manera adecuada ya que nos servirá para entender a el grupo objetivo y adaptarlo a sus necesidades, a partir de esta ciencia se debe crear piezas gráficas que satisfagan los gustos de los clientes de manera sencilla y eficaz teniendo en cuenta que cada aspecto posiblemente influenciará en su vida y decisiones educativas.

7.1.1.4. Psicología del color

Esta ciencia auxiliar está encargada de analizar la percepción y efecto del color y en como la misma puede influir en la conducta del ser humano. Esta herramienta ira de la mano del diseñador al instante de crear material de tipo gráfico, por lo mismo la psicología será utilizada para poder tomar las mejores decisiones de acuerdo al gusto del cliente referente al color. Por medio del color se puede transmitir el deseo de tener o degustar lo que se está observando en el momento.

7.1.1.5. Psicología del consumidor

En todo instante se debe conocer al grupo selectivo para el cual van dirigidas las piezas graficas virtuales y así poder ser más efectivos a la hora de influir en las personas, esta psicología mantendrá atento a las necesidades que puede llegar a tener el grupo objetivo, con la misma se podrá investigar los factores que pueden influir en el momento de realizar una compra y las razones. Al conocer más a fondo al grupo objetivo se podrá obtener información para saber los gustos así de esta manera se podrán sentir identificados y harán más efectivas el crecimiento de clientes potenciales.

7.1.1.6. Sociología

La sociología es una ciencia que se dedica al estudio de los grupos sociales. Puede resolver problemas concretos en ámbitos como la salud, la vida rural, educación, entre otros. Ayudará a entender las características y comportamientos del grupo objetivo para acoplar el diseño de las piezas gráficas digitales a su gusto, preferencias y características semejantes a ellos.

7.1.1.7. Religión

Se define como “la ciencia que estudia los hechos religiosos y sus manifestaciones como están representadas en la historia de la humanidad” también como un tratado sistemático de historia de las religiones, que se especifica en clasificar y reagrupar los numerosos y divergentes datos objetivos de modo que resulte una visión general de sus contenidos y de su significado religioso, que se aplican a iluminar la estructura de los fenómenos religiosos internos, ignorando la disminución de las verdaderas funciones sociales, psicológicas o racionales.

Se insiste mucho en la conexión entre fenomenología e historia, en la línea de una, historia comparada o una fenomenología histórica de las religiones en el término filosófico queda más en segundo plano en esta concepción (Nogales, 2003).

7.1.2. Artes

7.1.2.1 Tipografía

Con ayuda de la tipografía se podrán lograr el efecto visual correcto que debe haber entre el título, subtítulo y cada párrafo que se utilizará para complementar la información y hacer que esta sea correcta y fácil de comprender. Se utilizará una tipografía que valla de la mano de las características del colegio dándole así la seriedad con la que debe trabajar creando de esta manera la credibilidad de profesionalismo.

7.1.2.2. Fotografía

Con ayuda de la fotografía se dará a conocer por medio de publicidad las distintas áreas del colegio, instalaciones. Asimismo con todos los niveles académicos con los que cuenta el colegio. También se dará a conocer la imagen que el colegio en el entorno competitivo académicamente y todas las actividades extras con las que se cuentan.

7.1.2.3. Ilustración

La ilustración será empleada para complementar perfectamente las fotografías y textos que utilizarán a lo largo del proyecto, con la ilustración se podrá lograr la publicidad necesaria para poder crear un mensaje que logre enfocar y especificar todas las intenciones del colegio para atraer a sus clientes potenciales y también se aprovechará para que los mensajes puedan llegar a ser lo más claros en comprensión y visualización estética en los artes gráficos.

7.1.3. Teorías

7.1.3.1. Teoría del color

Será aplicada para tener diferentes opciones de color para poder usar la versatilidad en los artes gráficos que serán utilizados en el colegio para los diferentes niveles académicos, como por ejemplo en el área de primaria se usarían colores más alegres para llamar la atención de los niños y que los padres noten el interés que se le da a los más jóvenes del lugar educativo.

7.1.3.2 Teoría Gestalt

Esto ayudará a que los clientes potenciales lleguen a interesarse al lograr percibir las artes visuales que representarán las diferentes promociones que serán sacadas a lo largo del año escolar 2017 y así poder hacerlas notar para que los clientes puedan aprovecharlas y para esto tiene que ser diferentes a todas las opciones de compras e inscripciones que están por defecto.

7.1.4 Tendencias

7.1.4.1 Iconografía Creativa

El arte moderno es una tendencia que será utilizada para realizar las piezas gráficas y con esto lograremos que a la hora de ser vista por el grupo objetivo deseado este mismo pueda diferenciar las partes importantes y así tener mayor entendimiento y procesar la información de manera eficaz y rápida a la vista.

7.2. Conceptualización

7.2.1 Método

Técnica de relaciones forzadas, es un método creativo desarrollado por Charles S. Whiting en 1958. Consiste en relacionar un problema con características de conceptos o elementos elegidos al azar, para encontrar nuevas ideas y soluciones. Esta técnica busca romper el patrón perceptivo y extender el horizonte creativo, a través de relacionar conceptos que no tienen conexión aparente. El principio con el que se fundamenta “es combinar lo conocido con lo desconocido fuerza una nueva situación”. Es una técnica análoga al brainstorming, que se usa cuando éste se estanca. Existen varias maneras de llevar a cabo esta técnica.

Uno de los procesos de aplicación es:

- Plantearse un objetivo
- Recordar que la crítica no es permitida, todas las ideas posibles son bienvenidas y que estas pueden ser desarrolladas para convertirse en una nueva.
- Seleccionar un objeto o imagen completamente al azar.

Una segunda posibilidad es empezar a descomponer el objeto o situación, con las partes elementales que lo componen.

Luego, se procede a seleccionar palabras al azar (también puede ser de la lista anterior) y se conectan las asociaciones de las palabras con características del problema. Con los elementos combinados entre sí, se intenta hacer surgir ahí las ideas.

7.2.1.1 Aplicación de método

La práctica de este método se realizó por medio de una página web que tienen como función dar una palabra aleatoria, por medio de la palabra al azar se continúa con el método.

Palabrasque.com utiliza cookies, como todas las webs, pero nos obligan por ley a poner este absurdo mensaje. Haz clic en OK si estás de acuerdo. [+ Info](#) **OK**

Generador de palabras aleatorias

Versión: 1.08 - 4,540 palabras diferentes

[\[inicio\]](#) [\[crucigramas automáticos\]](#) [\[sopas de letras automáticos\]](#) [\[palabras aleatorias\]](#) [\[cuenta palabras\]](#)

Palabra aleatoria:
Niño

[Nueva palabra](#)

Buscar significado en:
[R.A.E.](#) [Wikipedia](#) [Google](#)

El poner en práctica este método ha sido de mucha ayuda, ya que el resultado ha dejado una lista sólida de ideas para la elaboración de este proyecto.

7.2.2. Definición del concepto

A continuación se muestra un listado de conceptos que ayudarán a diseñar y orientar la propuesta gráfica, que surgieron como resultado de la aplicación del método.

Palabra al azar

Niño: Creatividad, dibujos, colores, juguetes, felicidad, divertido, sorprendente, ligereza, simplicidad, prácticos, travesuras, infancia, picardía, brevedad, cuidado.

Problema: falta de presencia en las redes sociales

- Las piezas gráficas digitales deben de realizarse con simplicidad para la mejor aceptación y mayor entendimiento de nuestro grupo objetivo.
- Las publicaciones tienen que ser lo más breves posibles para persuadir al público objetivo.
- Estas piezas gráficas se diseñarán con colores llamativos que representen al colegio y que llame la atención del cliente.
- Estas publicaciones serán diseñadas con dibujos e ilustraciones combinadas con fotografías que describan las carreras que ofrece el colegio José Simeón Cañas.
- Para que una publicación sea exitosa en las redes sociales se necesita creatividad en el diseño de la pieza, así como el impacto que das al ofrecer un servicio y el cuidado de gestionar las cuentas de la empresa.

7.2.2.1 Justificación del concepto y las ideas

Finalmente se analizaron los elementos obtenidos con la realización de esta técnica y se considera de mucha ayuda y de esa manera se efectuará la propuesta gráfica.

7.3. Bocetaje:

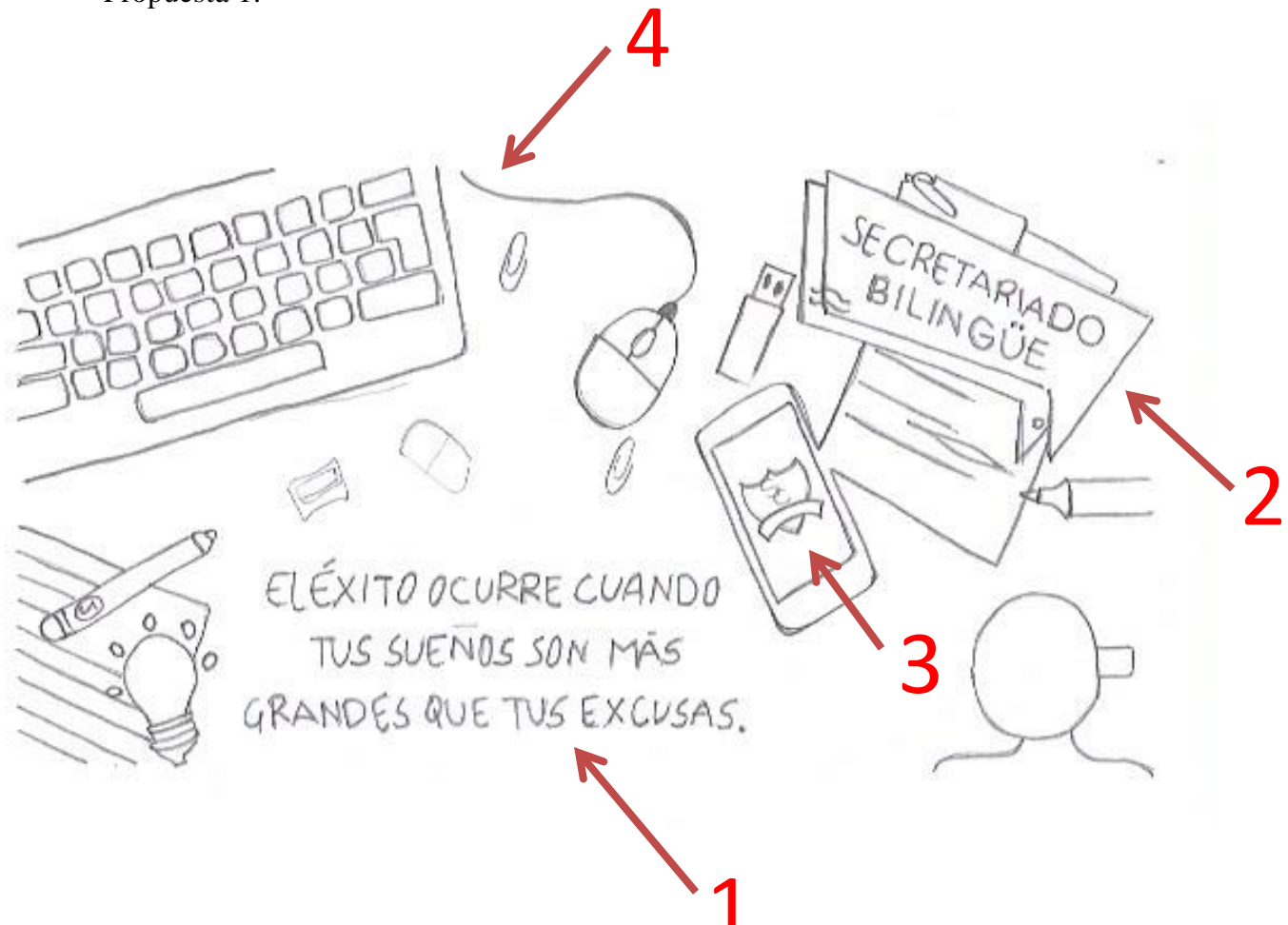
- Tabla de requisitos:

Elemento Gráfico	Propósito	Técnica	Emoción
Tipografía	Alcanzar jerarquías visuales con los títulos y subtítulos con el objetivo de hacer la información más comprensible y de fácil lectura.	Ilustrador: tipos de letras, títulos y subtítulos grande y mediana.	Armonía
Color	Obtener la atención de forma rápida y segura. Se logrará por medio del color llamar la atención del grupo objetivo de las piezas gráficas virtuales.	Ilustrador y photoshop: todas las ilustraciones y tipografías con varios tonos y diferentes porcentajes de color.	Alegría
Fotografía	Captar la atención del grupo objetivo.	Photoshop y Lightroom: corrección de fotografía como color, recortes, etc.	Deseo
Ilustración	Mostrar por medio de ellas la mayor claridad posible en la pieza gráfica.	Ilustrador: Elaboración de dibujos vectoriales.	Calma, frescura.

7.3.1. Bocetos a base de dibujo natural:

7.3.1.1. Boceto Secretariado Bilingüe

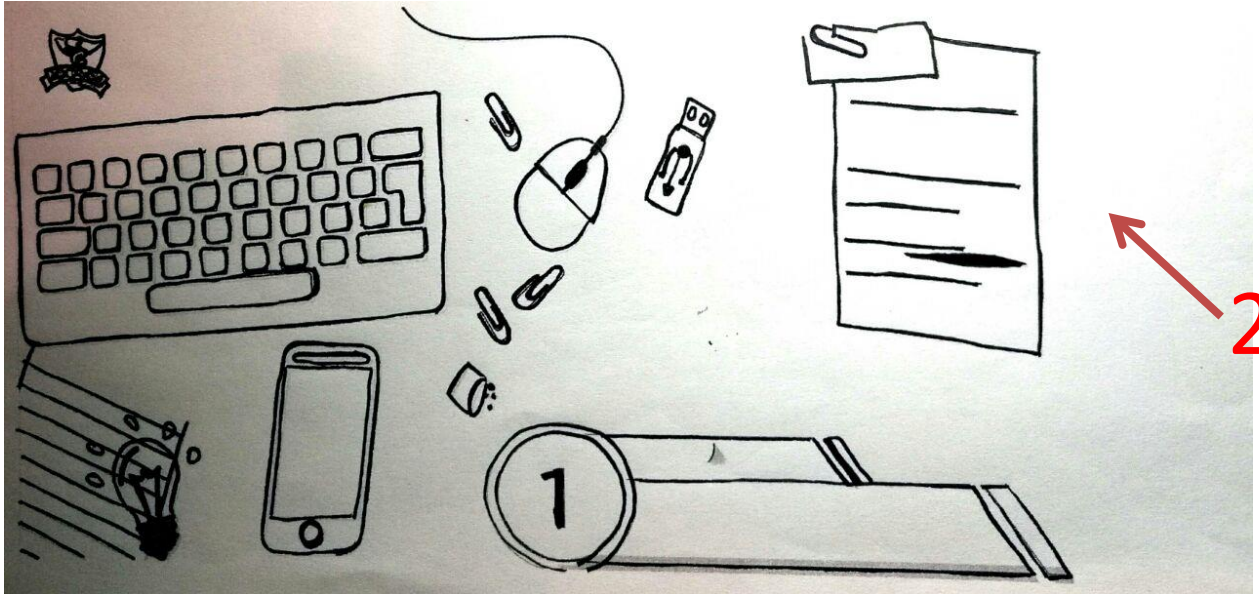
- Propuesta 1:



1. Frase motivacional que sobresale en la pieza gráfica
2. Cuadro de texto que indica la carrera que se está promocionando
3. Logo del colegio José Simeón Cañas
4. Ilustraciones que complementan la pieza gráfica

3

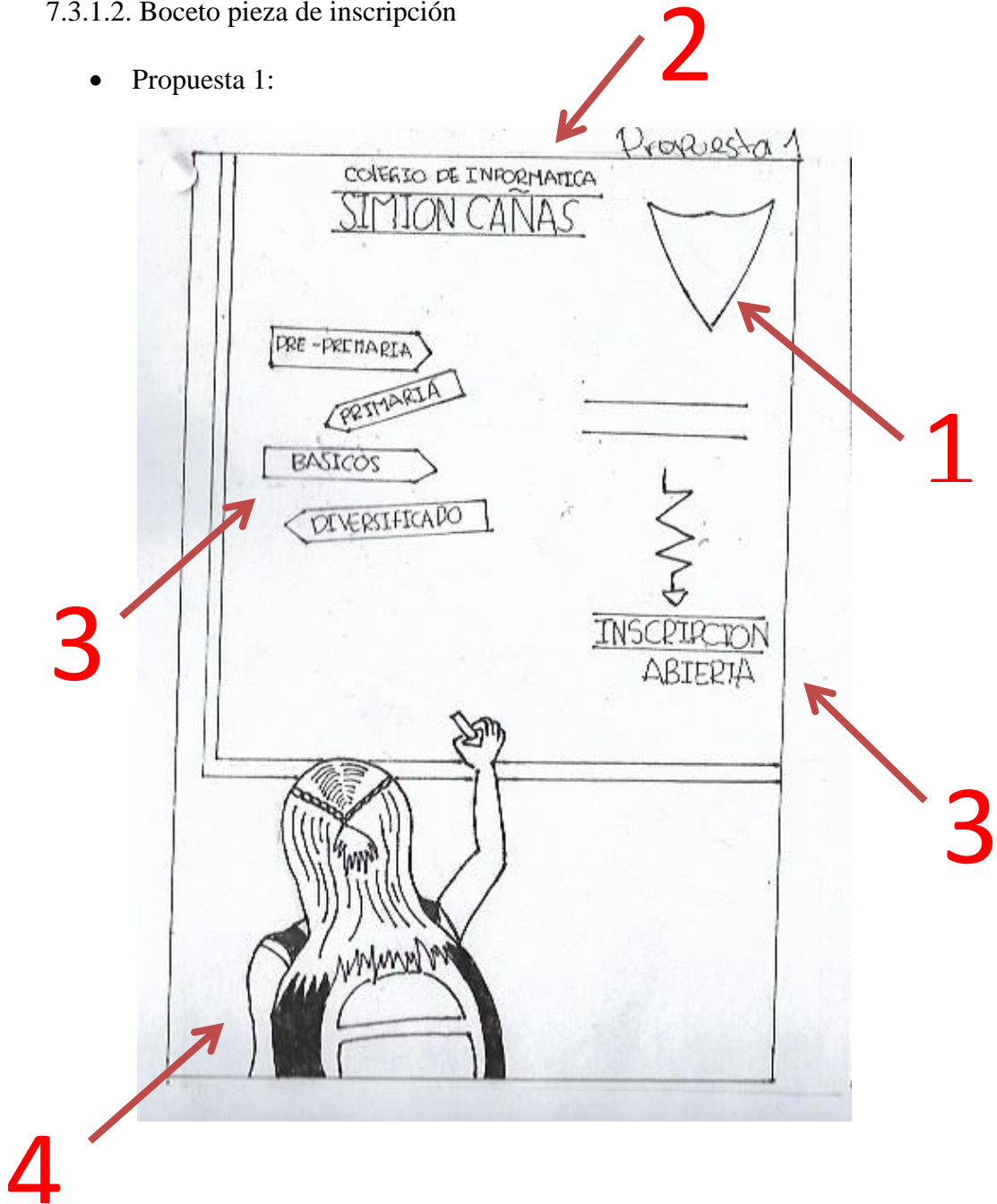
- Propuesta 2:



1. Cuadro de texto donde se agregará una frase motivacional que sobresalga en la pieza gráfica.
2. Ilustraciones que complementan la pieza gráfica
3. Logo del colegio José Simeón Cañas

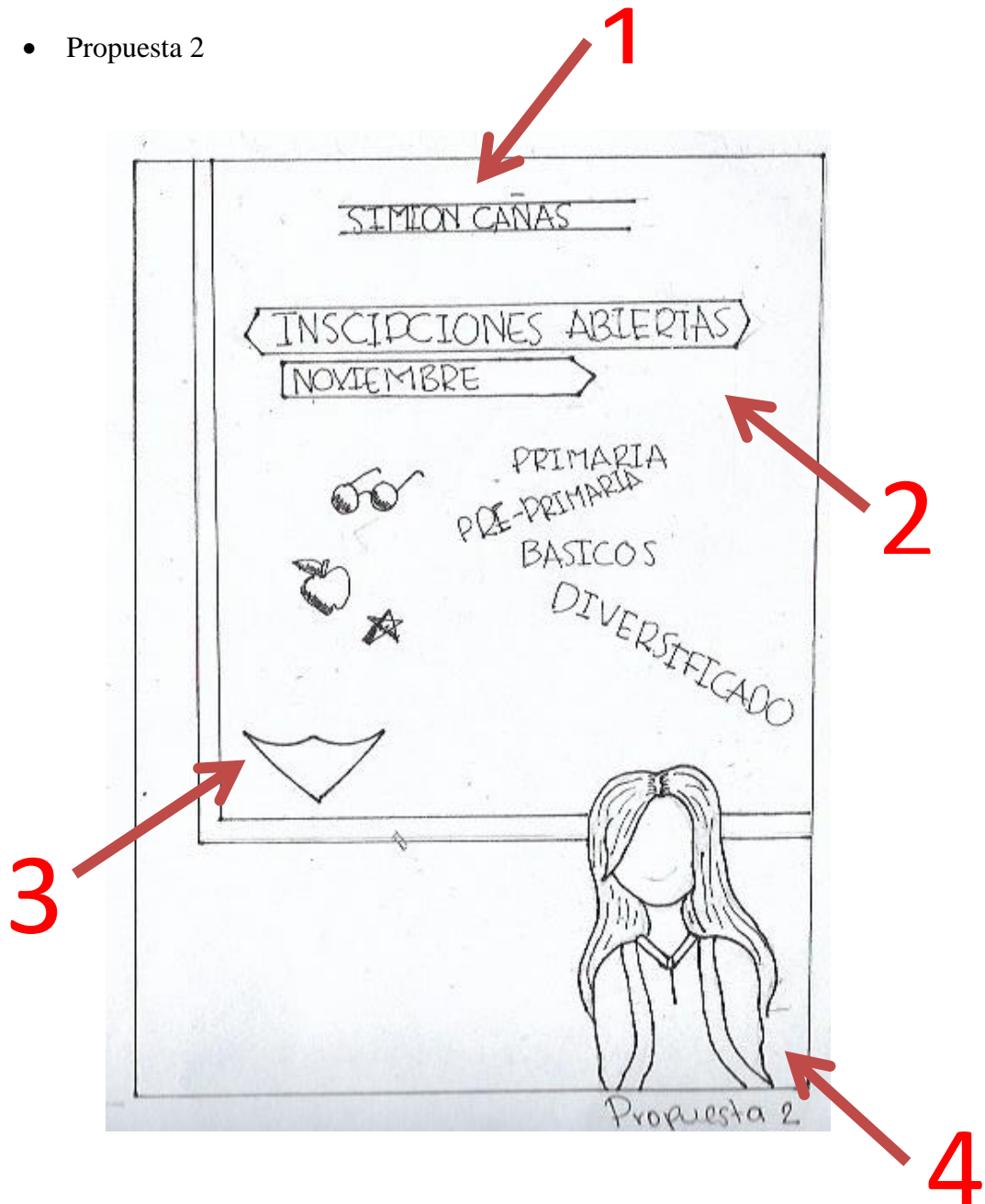
7.3.1.2. Boceto pieza de inscripción

- Propuesta 1:



1. Logo del Colegio José Simeón Cañas
2. Nombre completo del Colegio
3. Información de los niveles académicos que brinda el colegio y fechas de inscripción.
4. Imagen de una niña que escribe en el pizarrón

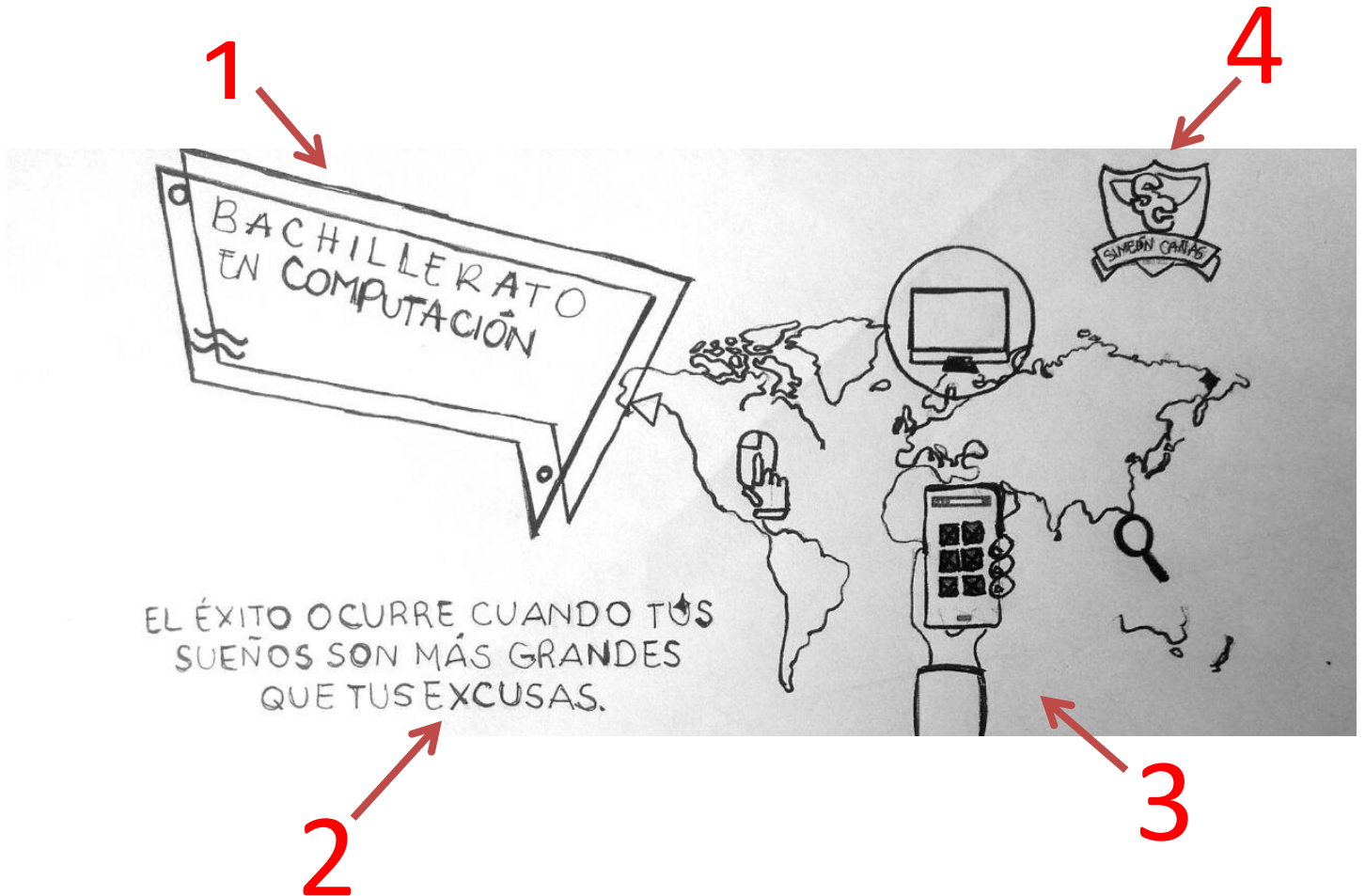
- Propuesta 2



- Nombre completo del colegio
- Texto, información de inscripción y fechas de la misma, niveles académicos que brinda el colegio
- Logo del colegio
- Fotografía de niña al frente de la imagen

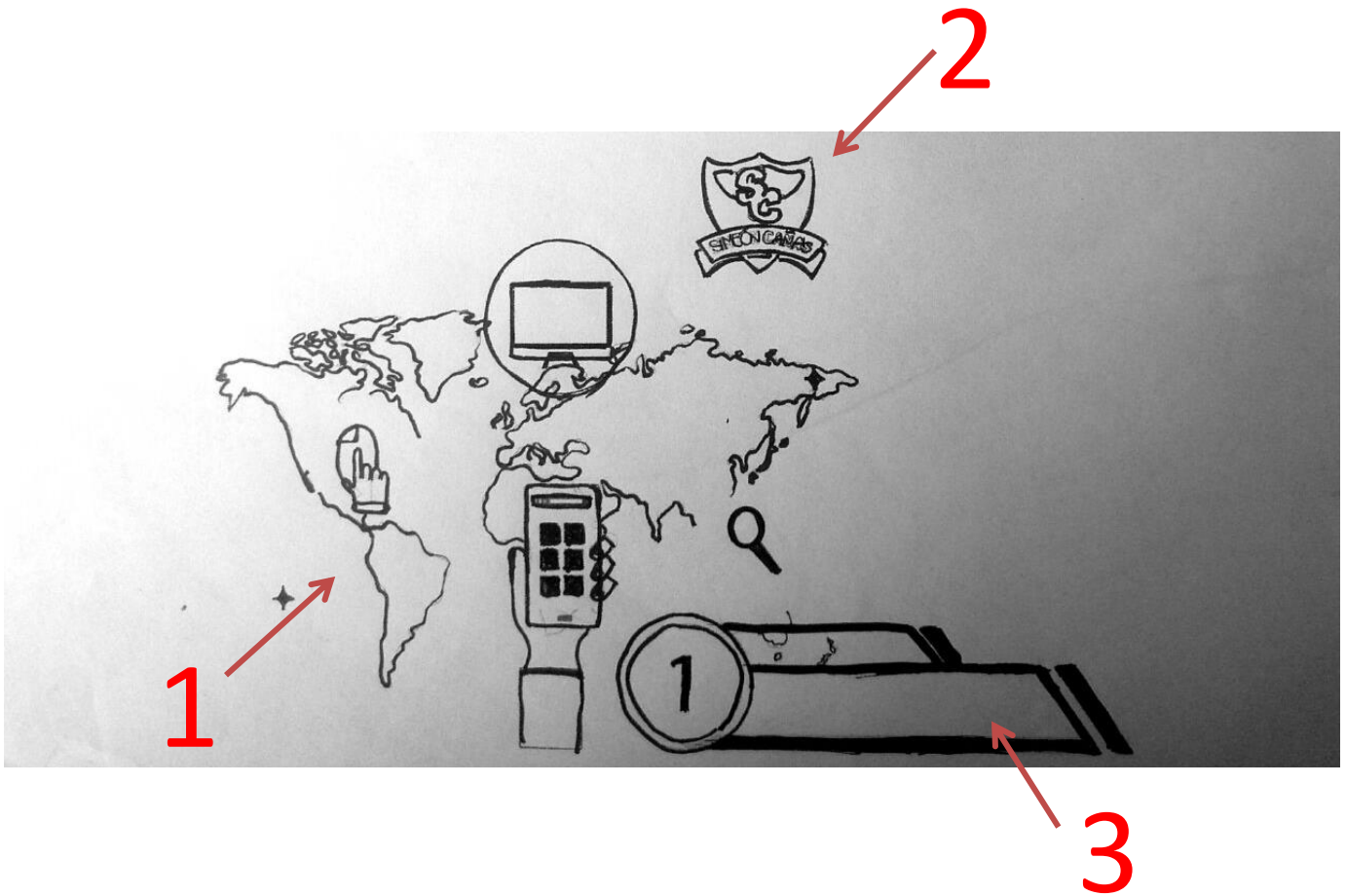
7.3.1.3. Boceto Bachillerato en Computación

- Propuesta 1:



1. Cuadro de texto que indica la carrera que se está promocionando
2. Frase motivacional que sobresale en la pieza gráfica
3. Ilustraciones que complementan la pieza gráfica
4. Logo del colegio José Simeón Cañas.

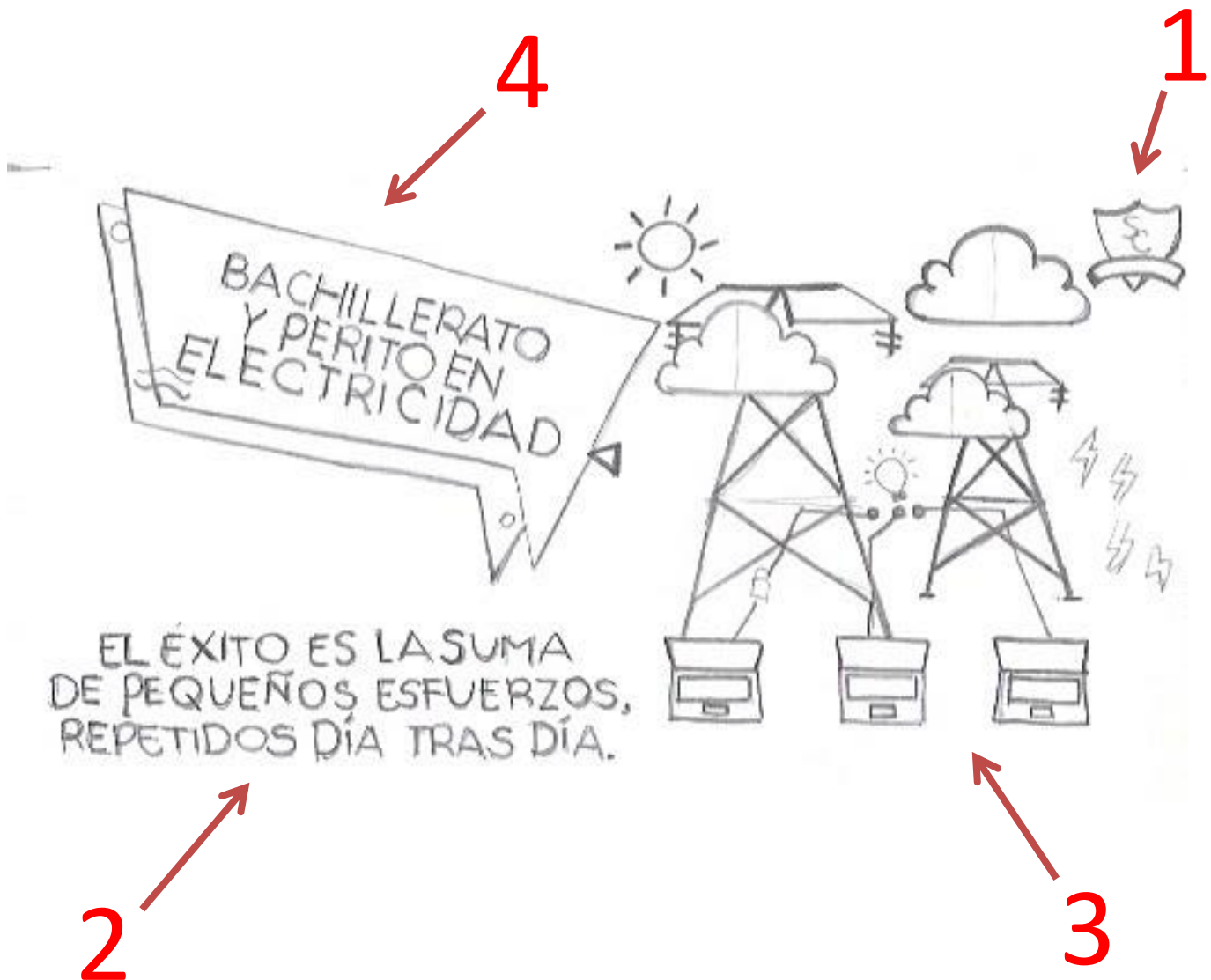
- Propuesta 2:



1. Cuadro de texto que indicará la carrera que se promocionará
2. Logo del colegio José Simeón Cañas.
3. Ilustración de un mapa utilizado como fondo de la pieza gráfica

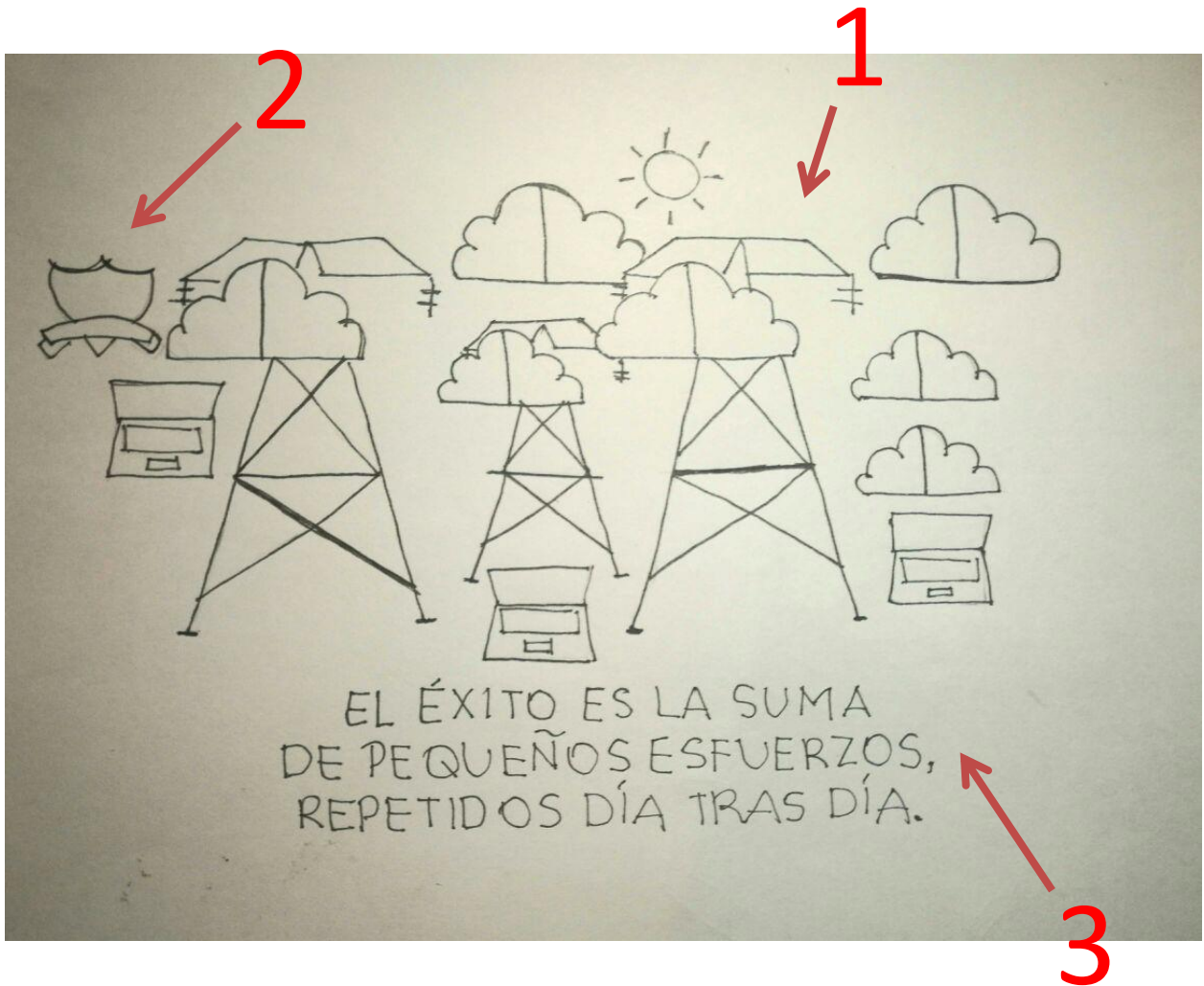
7.3.1.4. Boceto Bachillerato y Perito en Electricidad

- Propuesta 1:



- Logo del colegio José Simeón Cañas
- Frase inspiradora, parte inferior izquierda
- Ilustraciones que complementan la pieza gráfica
- Nombre de la carrera académica que se está promocionando.

- Propuesta 2:

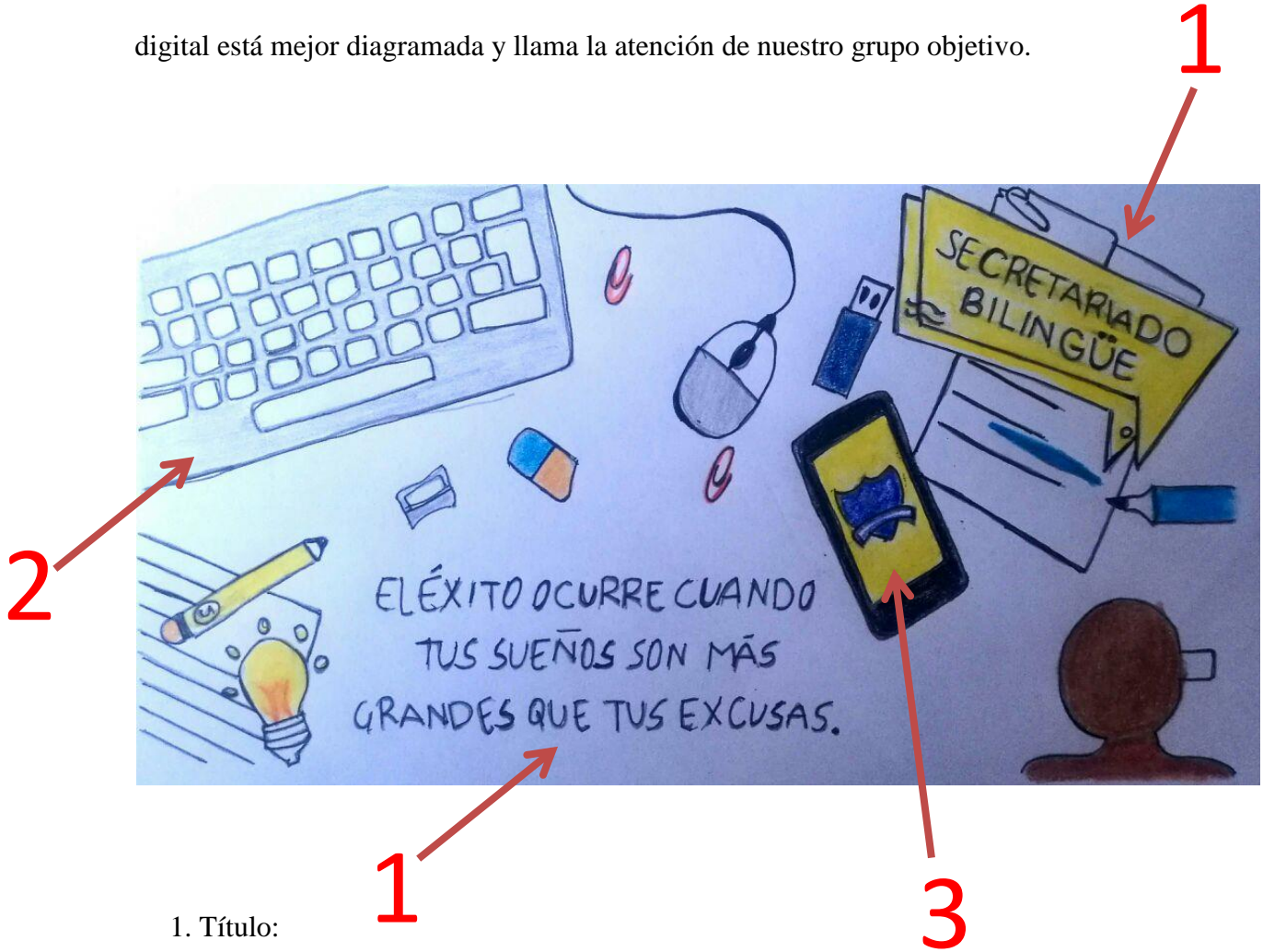


- Ilustraciones que complementan la pieza gráfica
- Logo del colegio José Simeón Cañas
- Frase inspiradora, parte inferior izquierda

7.3.2. Proceso de bocetaje formal en base a la diagramación de dibujo técnico

7.3.2.1. Boceto pieza gráfica Secretariado Bilingüe

Se optó por la propuesta número 1 debido a que el bocetaje para esta pieza gráfica digital está mejor diagramada y llama la atención de nuestro grupo objetivo.



1. Título:

- Tipografía: Black Crayon y Bernard MT Condensed
- Razonamiento: Espacio donde está permitido colocar la frase conceptual o cualquier

tipo de mensaje corto.

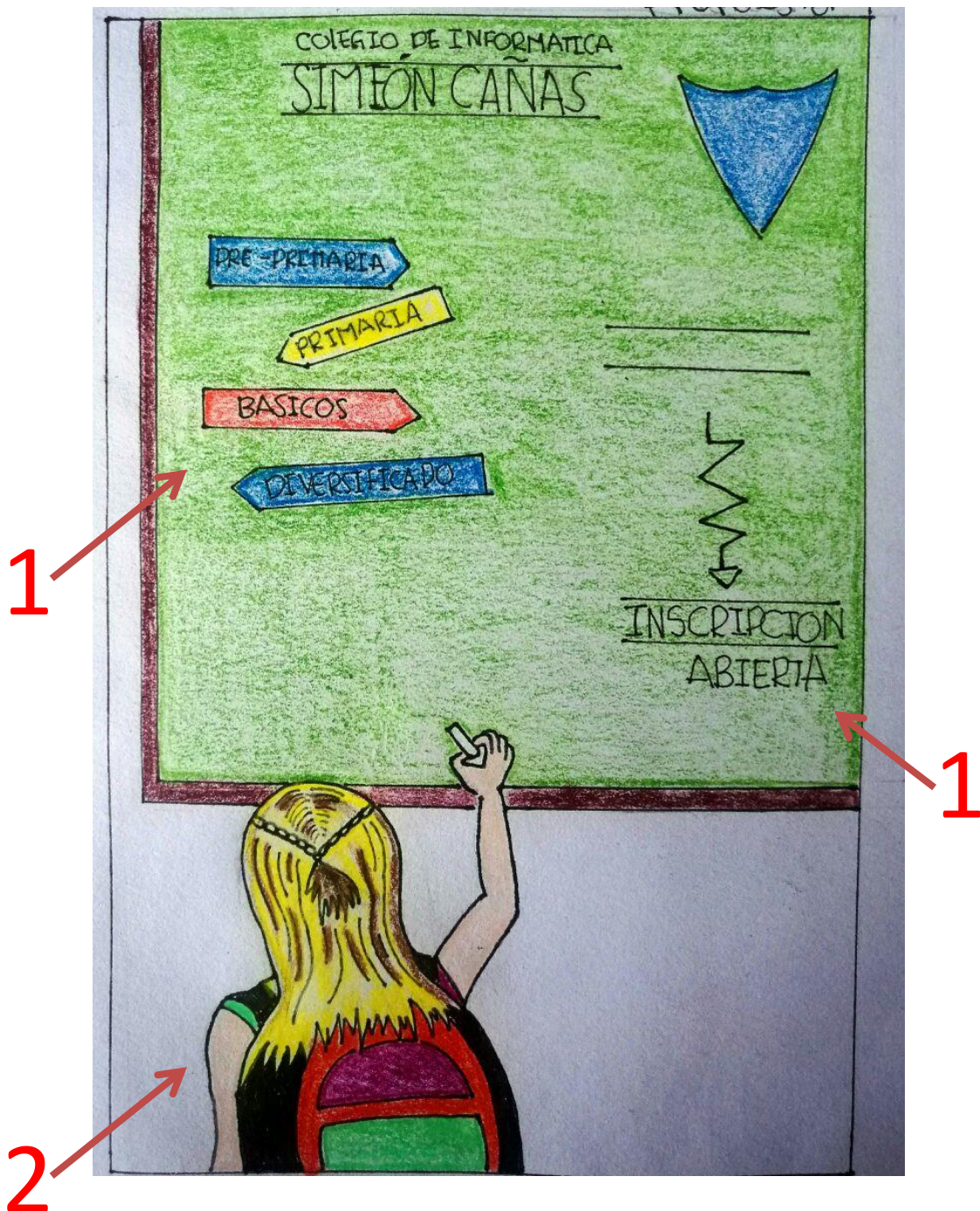
2. Imagen central:

- Ilustraciones y colores: Los colores son para darle claridad y que la pieza sea mucho más visible al ojo humano, son el amarillo, azul, rojo, anaranjado.

3. Logo del colegio José Simeón Cañas.

7.3.2.2. Boceto pieza de inscripción:

Se optó por la propuesta número 1 debido a que el bocetaje para esta pieza gráfica digital contiene información detallada en correcto orden, los elementos que contiene están mejor posicionados, así como la imagen de la niña.



1. Título:

- Tipografía: Black Crayon y Bernard MT Condensed
- Razonamiento: Espacio donde está permitido colocar la frase conceptual o cualquier tipo de mensaje corto.

tipo de mensaje corto.

2. Imagen central:

- Colores: Los colores son relativamente los colores representativos del colegio, amarillo, azul, rojo, reflejando siempre una tonalidad de luz y claridad.

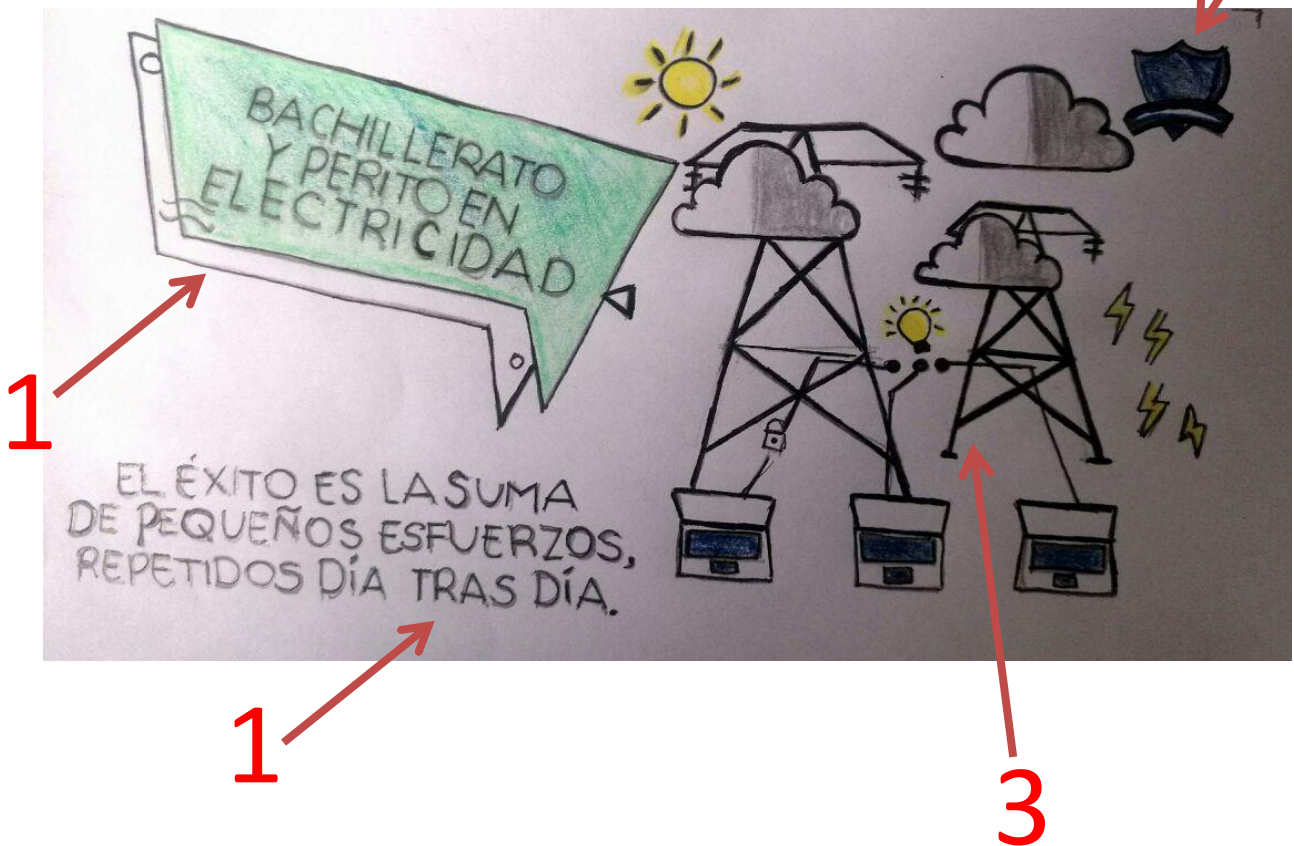
7.3.2.3. Boceto pieza Bachillerato en Computación:

Se optó por la propuesta número 1 debido a que el bocetaje de la pieza lleva una misma línea gráfica ya establecida, los elementos que contienen tiene orden correcto y buen equilibrio visual.



7.3.2.4. Boceto pieza Bachillerato y Perito en Electricidad:

Se optó por la propuesta número 1 debido a que el bocetaje para esta pieza gráfica digital lleva la misma línea gráfica de las anteriores piezas y por lo mismo le gustó más a mi cliente.



1. Título:

- Tipografía: Bernard MT Condensed
- Razonamiento: Espacio donde está permitido colocar la frase conceptual o cualquier

tipo de mensaje corto.

2. Logo del colegio José Simeón Cañas.

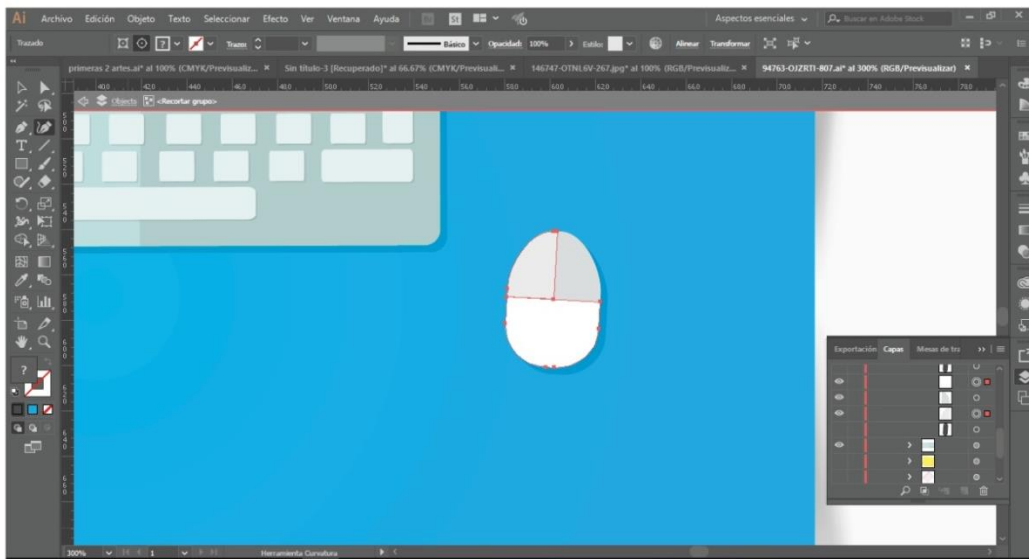
3. Imagen central:

- Ilustraciones y colores: el amarillo, azul, anaranjado y celeste.

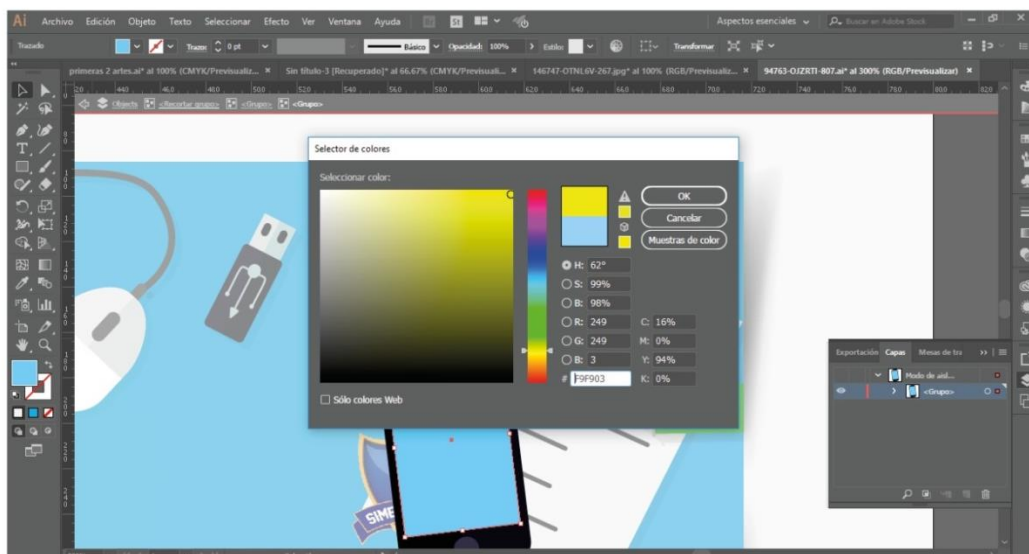
7.3.3. Proceso de digitalización de los bocetos

7.3.3.1. Digitalización de la pieza gráfica

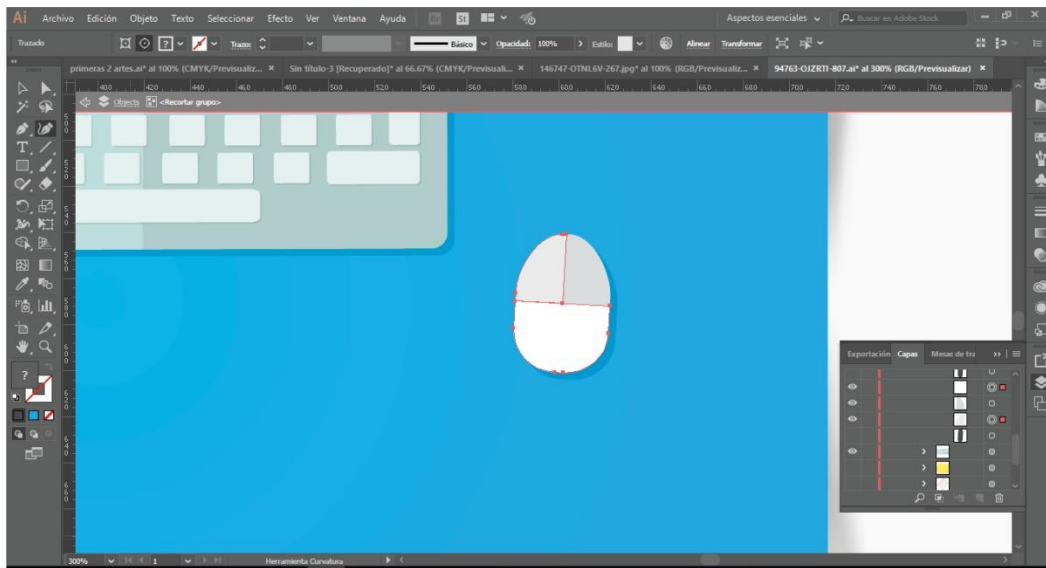
El mouse esta creado por un ovalo partido a la mitad, la mitad de arriba se parte en 2 para crear y simular los botones del mismo, estas partes se cambian de color.



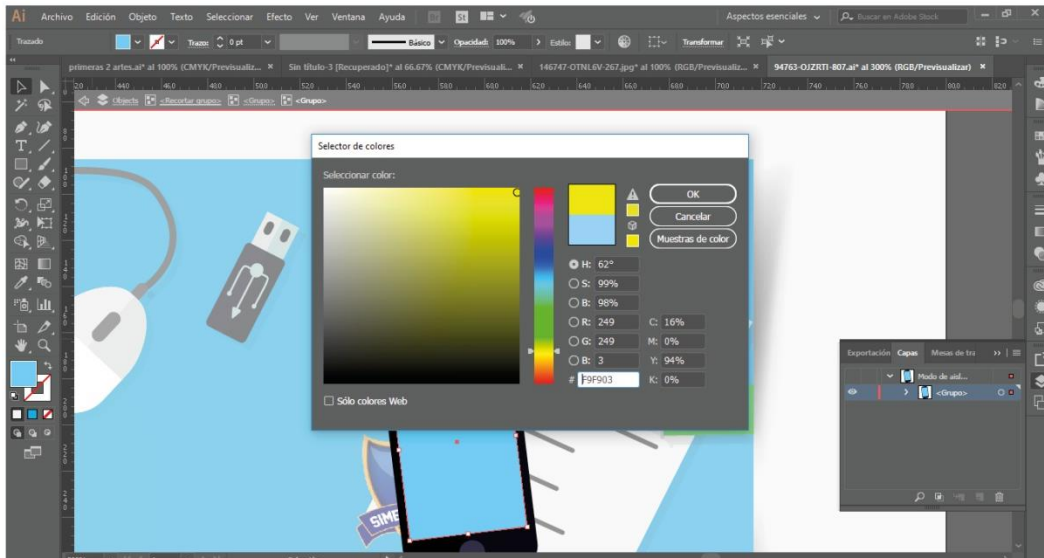
Al realizar varios elementos para el post, se decide utilizar colores que identifiquen al colegio sobre todo el amarillo y azul.



El mouse esta creado por un ovalo partido a la mitad, la mitad de arriba se parte en 2 para crear y simular los botones del mismo, estas partes se cambian de color.



Al realizar varios elementos para el post, se decide utilizar colores que identifiquen al colegio sobre todo el amarillo y azul.



7.3.3.1.1. Tipografía y paleta de colores de la pieza grafica virtual de la pieza gráfica digital:

- Paleta de colores:

Se utilizaron colores llamativos al ojo humano, para atraer la atención de los clientes y Consumidores.



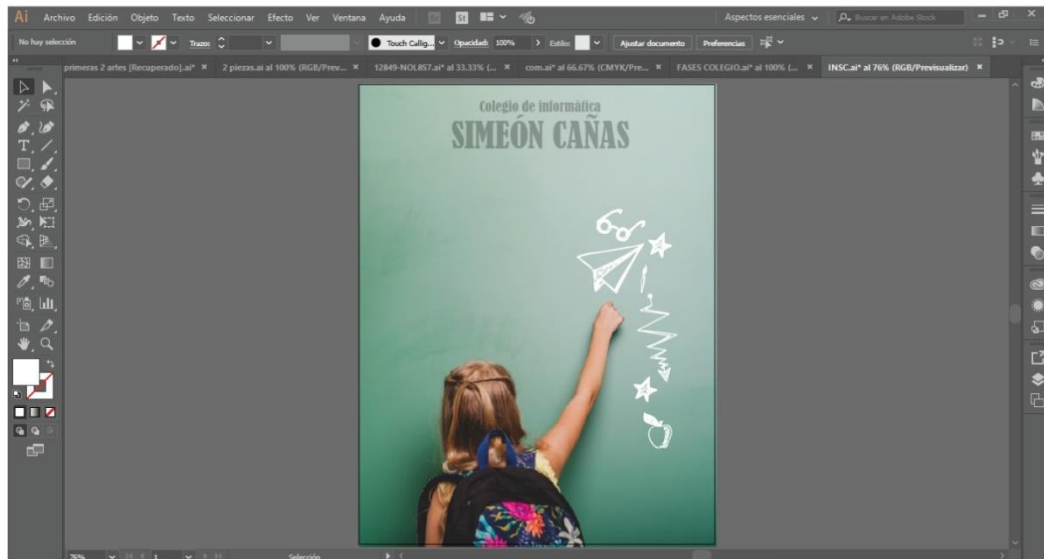
- Tipografía:

Las tipografías que se emplearon para los textos son legibles, logran transmitir modernidad y dan un aspecto ordenado y estético al diseño de la pieza gráfica virtual

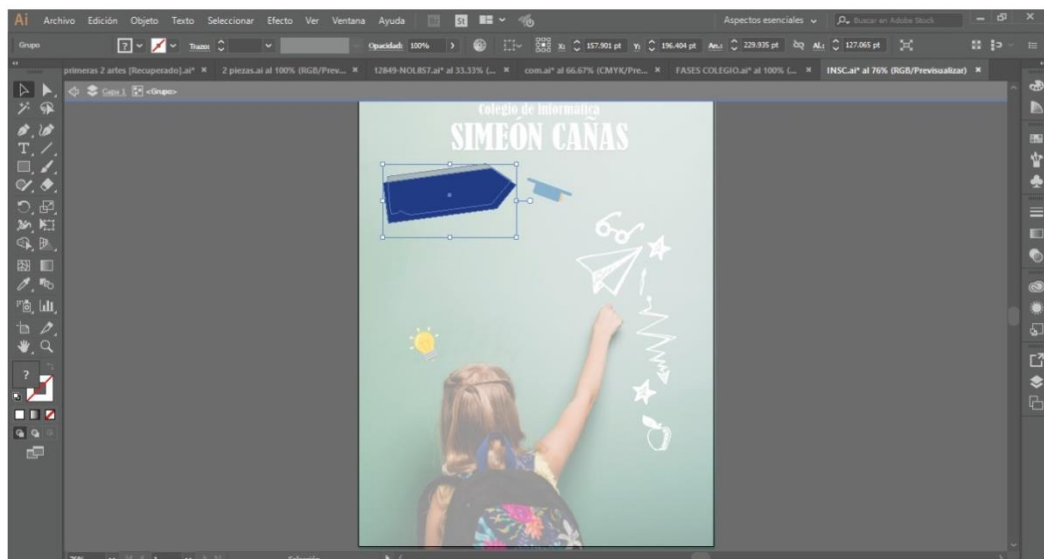
BLACK CRAYON
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

7.3.3.2. Digitalización de la pieza gráfica 2

se maneja la edición de color cambiando contrastes, tonalidades y brillos, en esta fase se van realizando los dibujos dando una ilusión de tiza por el pizarrón, se colocan en la parte superior de la fotografía.



Se colocan flechas para hacer el diseño de la pieza gráfica, estas servirán para colocar información importante a cerca de nuestro cliente, las flechas se diseñan para dar ilusión



Se duplican las flechas y se van cambiando las posiciones y así lograr transmitir modernidad y aspecto estético al diseño de la pieza gráfica virtual.



Se coloca ya la información que se decidió para esta pieza virtual



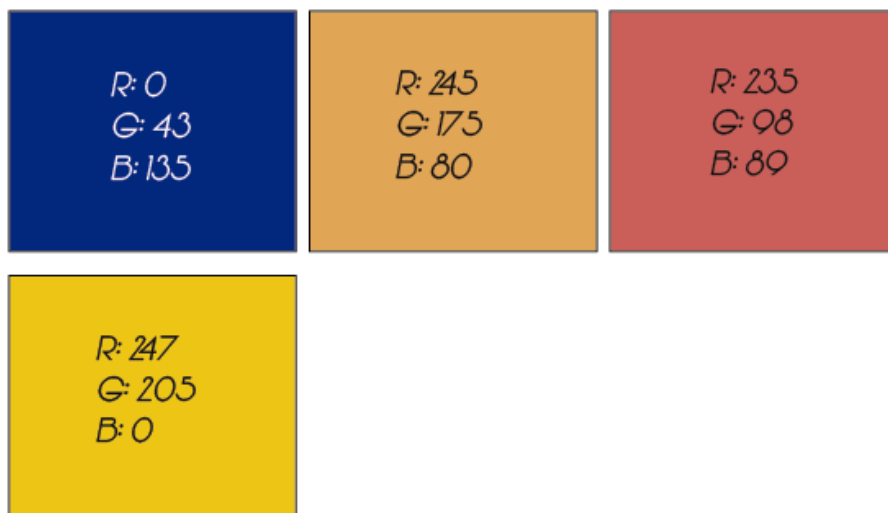
3.3.2.1. Tipografía y paleta de colores de la pieza grafica digital para inscripción

- Paleta de colores:

Se utilizaron los colores del logotipo del colegio como lo platicado con el cliente, el color rojo que contrasta con el fondo de la fotografía al igual que el color amarillo.

- Tipografía:

Las tipografías utilizadas en esta pieza gráfica son crayón black y Bernard MT Condensed debido a que son más legibles, son las que más se adaptaron al arte y estéticamente vistas por el ojo humano.

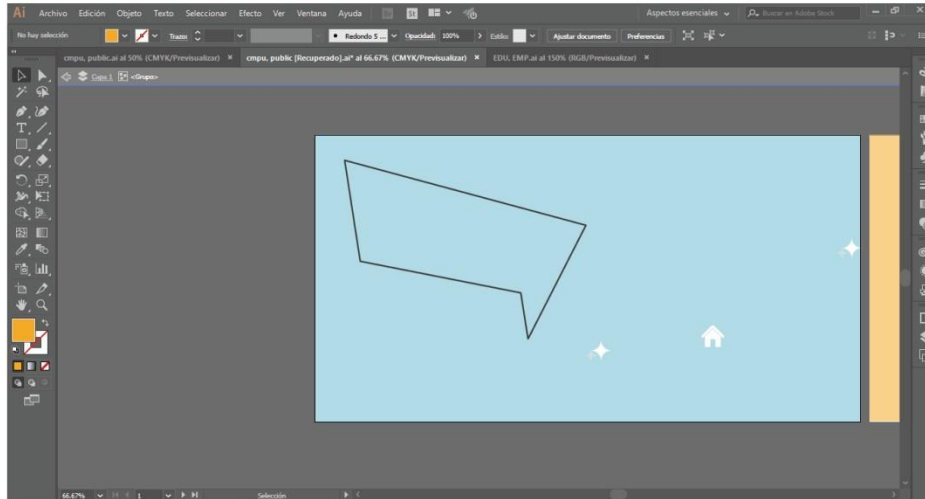


BLACK CRAYON
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

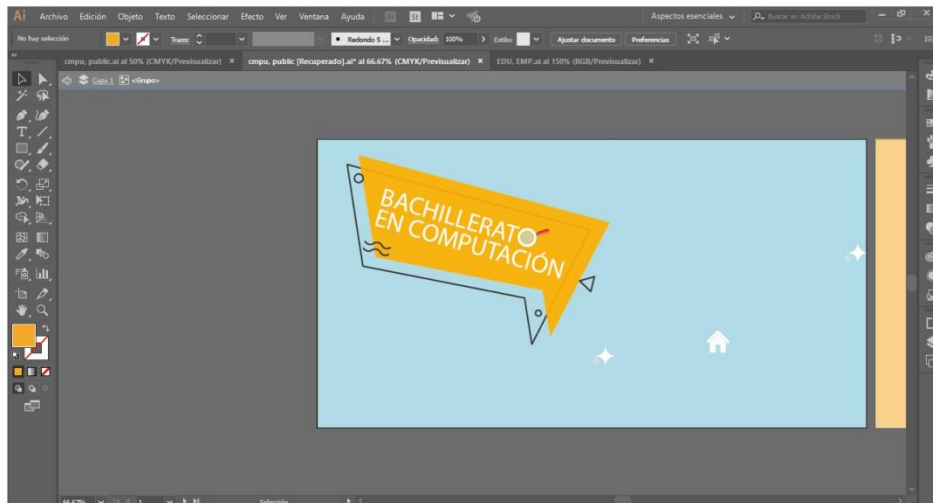
Bernard MT Condensed
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

7.3.3.3. Digitalización de la pieza gráfica 3

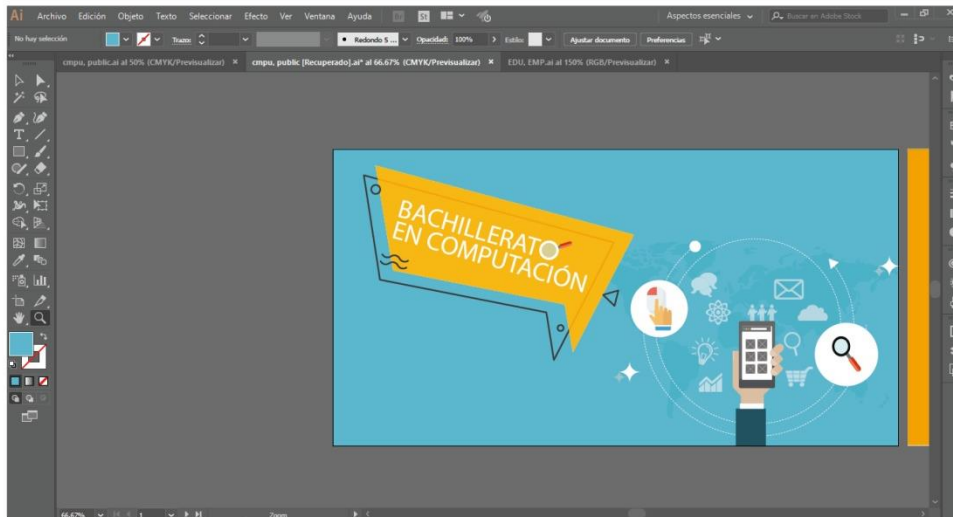
Se abre un nuevo documento en ilustrador con las medidas correctas para la realización del arte, se color azul turquesa de fondo. a un costado del arte se decide realizar un bocadillo de dialogo en color negro.



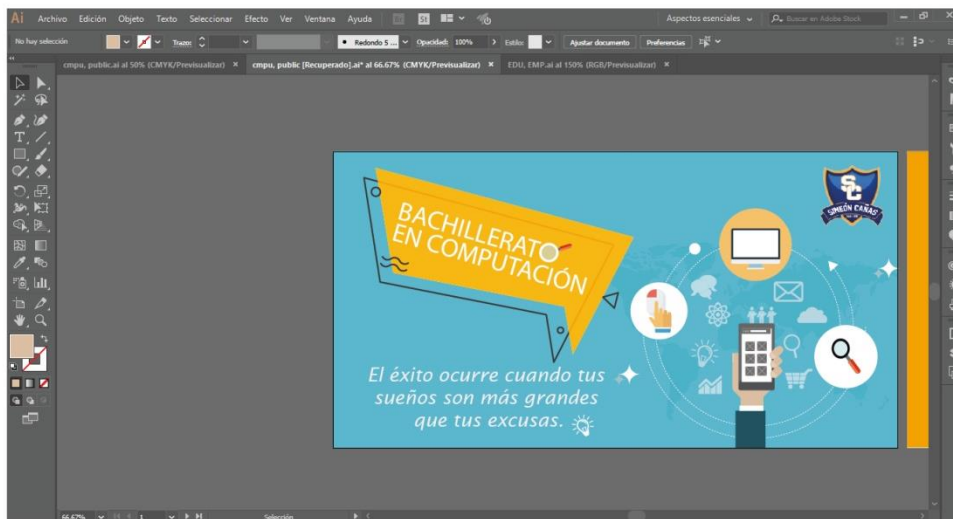
Al tener el diseño del bocadillo del diálogo terminado, se coloca el texto deseado con la fuente BebasNeue* como tipografía



Se colocan íconos en color blanco simulando el fondo y utilizando un poco de opacidad en cada uno de ellos, se añaden ilustraciones hechas anteriormente para complementar el diseño de la pieza gráfica, así como se agrega el texto requerido en la parte inferior izquierda.



Por último, se coloca el logotipo del colegio en la parte superior derecha.



7.3.3.2.1. Tipografía y paleta de colores de la pieza grafica digital

- Paleta de colores:

Se emplearon colores del logotipo del colegio como lo platicado con el cliente, son los mejores colores para utilizar e identificar al colegio..

- Tipografía:

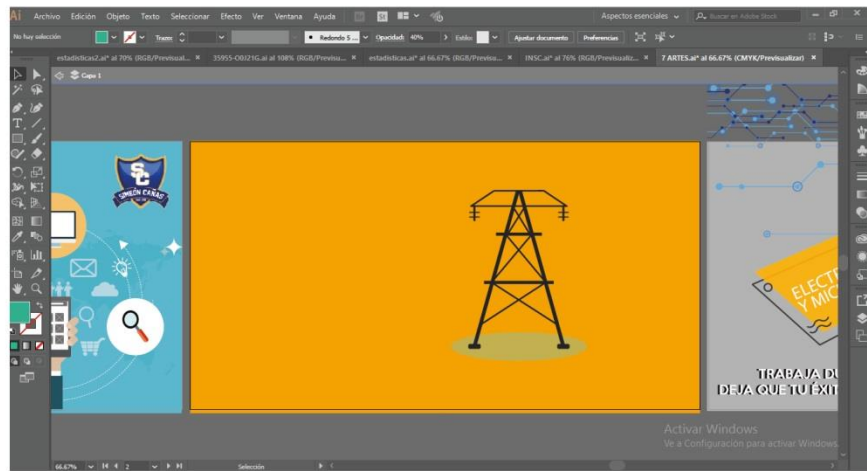
La tipografía en esta pieza gráfica es Bernard MT Condensed debido a que es muy legible, y es la que más se adaptó al arte y estéticamente vista por el ojo humano.



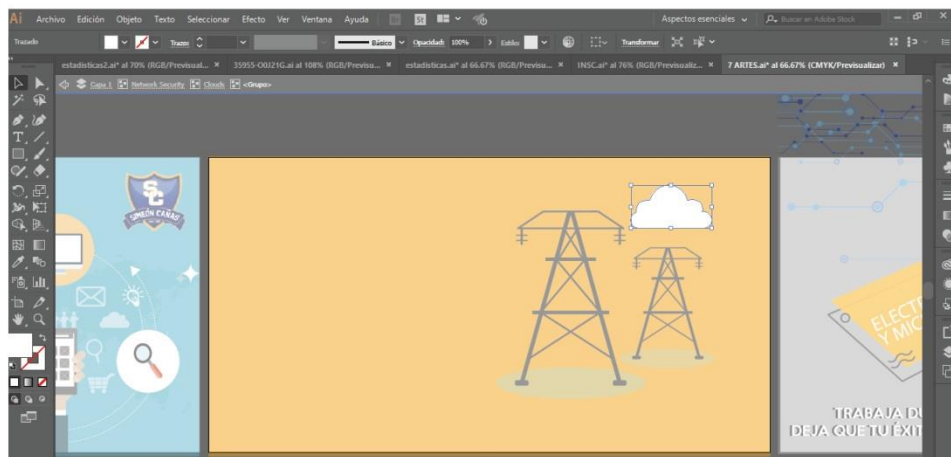
Bernard MT Condensed
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

7.3.3.4. Digitalización de la pieza gráfica 4

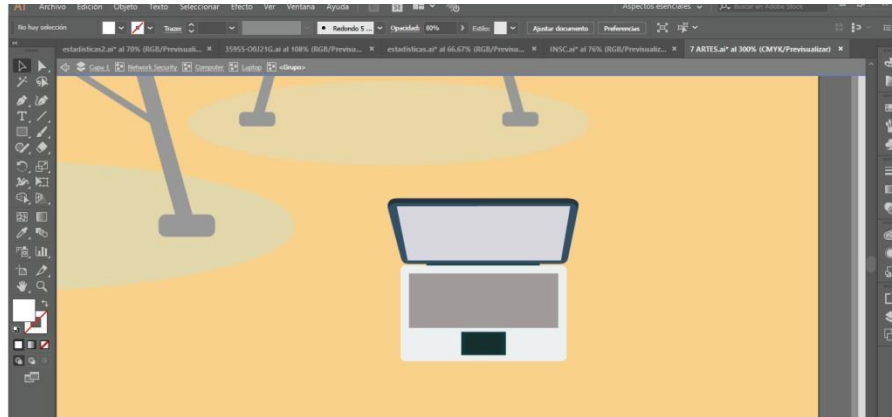
Se abre un nuevo documento en ilustrador con las medidas correctas para la realización del arte. Se escoge color negro de fondo, se dibuja con la herramienta línea, una antena de electricidad, agrupándolas y haciendo pequeños detalles. Se hace un ovalo en la parte inferior de la pieza, para simular sombra y se elige un color verde menta.



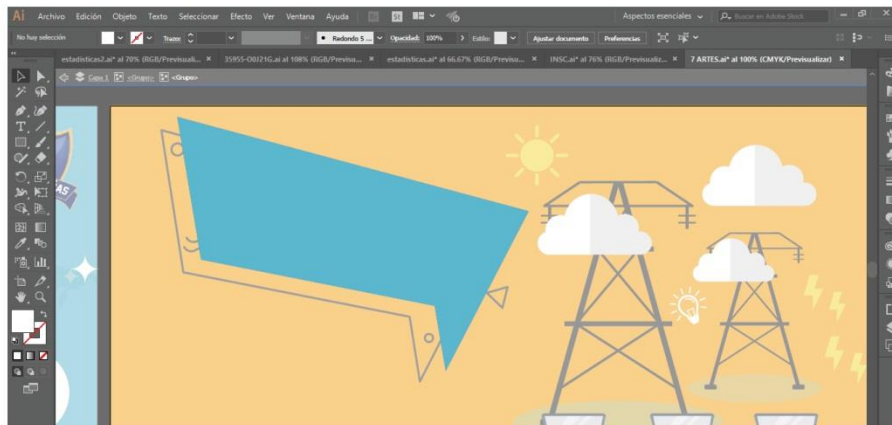
Se duplica la antena para realizar un lindo diseño, y se empieza a dibujar la nube con la herramienta pluma.



Se comienza a dibujar una laptop con la herramienta rectángulo, cambiándole posición, color y forma



- A un costado del arte se decide realizar un bocadillo de diálogo en color negro, se duplica la figura cambiando el color, relleno y la posición del mismo para darle otro diseño.



Por último se coloca los textos (bocadillo y frase inspiradora), así como el logo del colegio en la parte superior derecha.



7.3.3.2.1. Tipografía y paleta de colores de la pieza gráfica virtual para inscripción

□ Paleta de colores:

Se utilizaron los colores del logotipo del colegio para que nuestros clientes nos puedan identificar con ellos, el color rojo que contrasta con el fondo de la fotografía, al igual que el color amarillo.

□ Tipografía:

Las tipografías utilizadas en esta pieza gráfica son Bernard MT Condensed, debido a que son más legibles, son las que más se adaptaron al arte y estéticamente vistas por el ojo humano.



Bernard MT Condensed

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

7.4. Propuesta preliminar:



Publicidad para promoción de la carrera de Bachillerato en Computación en las redes sociales de Facebook (foto publicada por medio de un post junto con una pequeña descripción) en la página principal de colegio Simeón Cañas.

- Propuesta preliminar 2



Publicidad para promoción de la carrera de Bachillerato y Perito en Electricidad en Facebook (foto publicada por medio de un post junto con una pequeña descripción) en la página principal de colegio Simeón Cañas.

- **Propuesta preliminar 3**



1200 px

650 px

Publicidad para promoción de la carrera de Secretariado Bilingüe en las redes sociales de Facebook (foto publicada por medio de un post junto con una pequeña descripción) en la página principal de colegio Simeón Cañas

- Propuesta preliminar 4

650 px



1200 px

Publicidad para promoción de las inscripciones en las redes sociales de Facebook (foto publicada por medio de un post junto con una pequeña descripción) en la página principal de colegio Simeón Cañas.

Capítulo VIII: Validación técnica

La intención de este proyecto es emplear la versatilidad, teniendo en cuenta el lado cuan y cualitativo que tienen que llevar las piezas graficas elaboradas para el mismo, El lado cuantitativo se utilizará para mantener enumeradas las encuestas y sus resultados que fueron aplicadas a personas involucradas, y el lado cualitativo nos ayudará a saber cómo las personas percibirán las encuestas dependiendo de las piezas gráficas que se usarán en la propuesta de diseño.

La validación de este proyecto se llevará a cabo por medio de una encuesta con respuestas de selección múltiple y dicotómica, que se aplicará al cliente, a 20 personas del grupo objetivo y a 5 expertos en el área de comunicación y diseño.

8.1. Población y muestreo:

Una vez realizada la propuesta preliminar de las piezas gráficas virtuales, se pasa realizar la validación para evaluar y comprobar si se logran cumplir todos los objetivos que fueron planteados en el proyecto. Hay que tomar en cuenta si las piezas gráficas cumplen los objetivos planteados que son llamar la atención del público objetivo y comprobar si también se cumplen los objetivos de efectos visuales como en el color, ilustraciones, tipografías y fotografías.

En el proceso de validación se tomaron en cuenta a --- personas que se dividen en:

Cliente:

- Lic. Bressnev Say Mendoza – Subdirector Colegio Simeón Cañas
- Expertos y especialistas en las áreas de Comunicación y Diseño Gráfico (5 expertos):
- Lic. David Castillo – Productor de Tv.

- Licda. María Alejandra Rodríguez – Mgtr. Innovación Educativa/Creativa
- Lic. José Monroy Cruz – Licenciado en Publicidad
- Licda. Andrea Aguilar – Licenciada en Comunicación y Diseño
- Licda. Aura Lissette Pérez Aguirre – Licenciada en Ciencias de la Comunicación
- (5 Profesionales):
- Lic. Joaquín Mendoza – Pedagogo
- Lic. Mario Vásquez Alfaro – Administrador
- Lic. Fernando Orellana – Docente Universitario
- Lic. Rolando Barahona - Diseñador Gráfico
- Licda. Elba Prera – Abogada

Grupo objetivo (20 personas):

- Hombres y mujeres jóvenes, jóvenes adultos y adultos, casados o solteros, con edades de 20 – 40 años de edad, con un nivel socioeconómico B,C- con un ingreso económico de Q5,000.00 en adelante.

8.2. Método e instrumentos:

A esta altura del proyecto se procederá a determinar el método e instrumento que será para validar el procedimiento, y así se podrá obtener los resultados esperados para poder utilizarlos en la mejora de las piezas gráficas virtuales.

La entrevista es una forma comunicativa oral para poder hacer estudios y tener una idea más amplia de las necesidades que tienen los grupos objetivos a los que se está esperando atraer hacia el producto, servicio o proyecto que se esté realizando.

La encuesta es un procedimiento que consiste en obtener la información específica y acertada de las personas encuestadas, esto se realiza mediante preguntas claves que son diseñadas en forma previa para tener el máximo resultado necesitado.

Usamos el método encuesta como instrumento para el público objetivo, esta encuesta consta de 15 preguntas de selección múltiple que se dividen en 3 partes

-Parte objetiva:

Se examina los objetos específicos del proyecto, en esta parte se realizan preguntas específicas donde el encuestado solamente deberá responder si o no.

-Parte semiológica:

Se examinan los elementos y percepciones del diseño, en estos están involucrados: fotografías, ilustraciones, tipografía y colores. Para esta parte de la encuesta se realizan preguntas de selección múltiple. Para reconocer si los elementos logran transmitir la emoción deseada.

-Parte objetiva:

Se examina la exactitud y funcionalidad de la propuesta. Para esta parte también se realizarán preguntas con solo 1 respuesta que es: sí o no.

Para la realización de la encuesta se buscó a diferentes padres de familia y profesionales, se acordaron las entrevistas vía telefónica y también se citó a padres que ya tenían la experiencia de tratar con el colegio. Se buscó a padres que no tuvieran la experiencia de tratar con el colegio. La entrevista se realizó dando primero una breve explicación del proyecto en manos, luego se mostraron piezas gráficas y digitales y también material escrito. Al terminar la explicación del proyecto se procedió a entregarles

a los encuestados las piezas digitales y escritas para que comiencen a contestar teniendo a alguien a la par, por cualquier duda que se pueda tener.

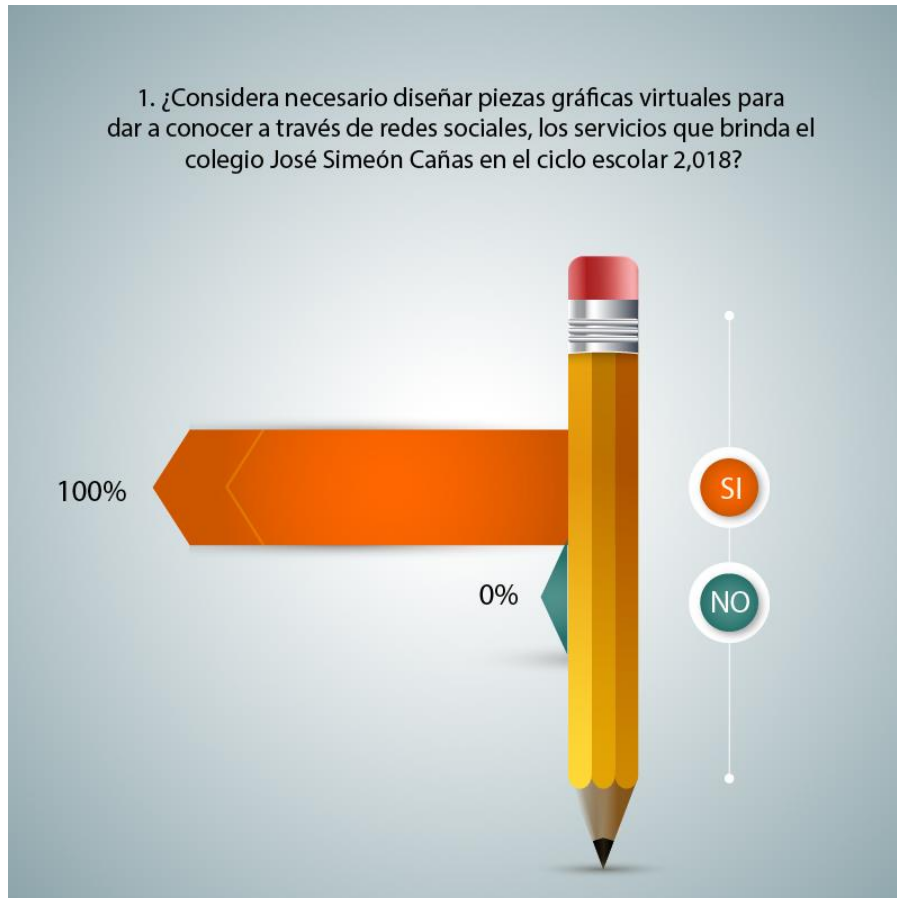
Ver anexo 14.1 la encuesta completa

8.3. Resultados e interpretación de resultados:

En esta etapa se procedió a la tabulación, codificación e interpretación de los resultados obtenidos por la encuesta, para determinar si se deben realizar cambios en la propuesta gráfica del proyecto.

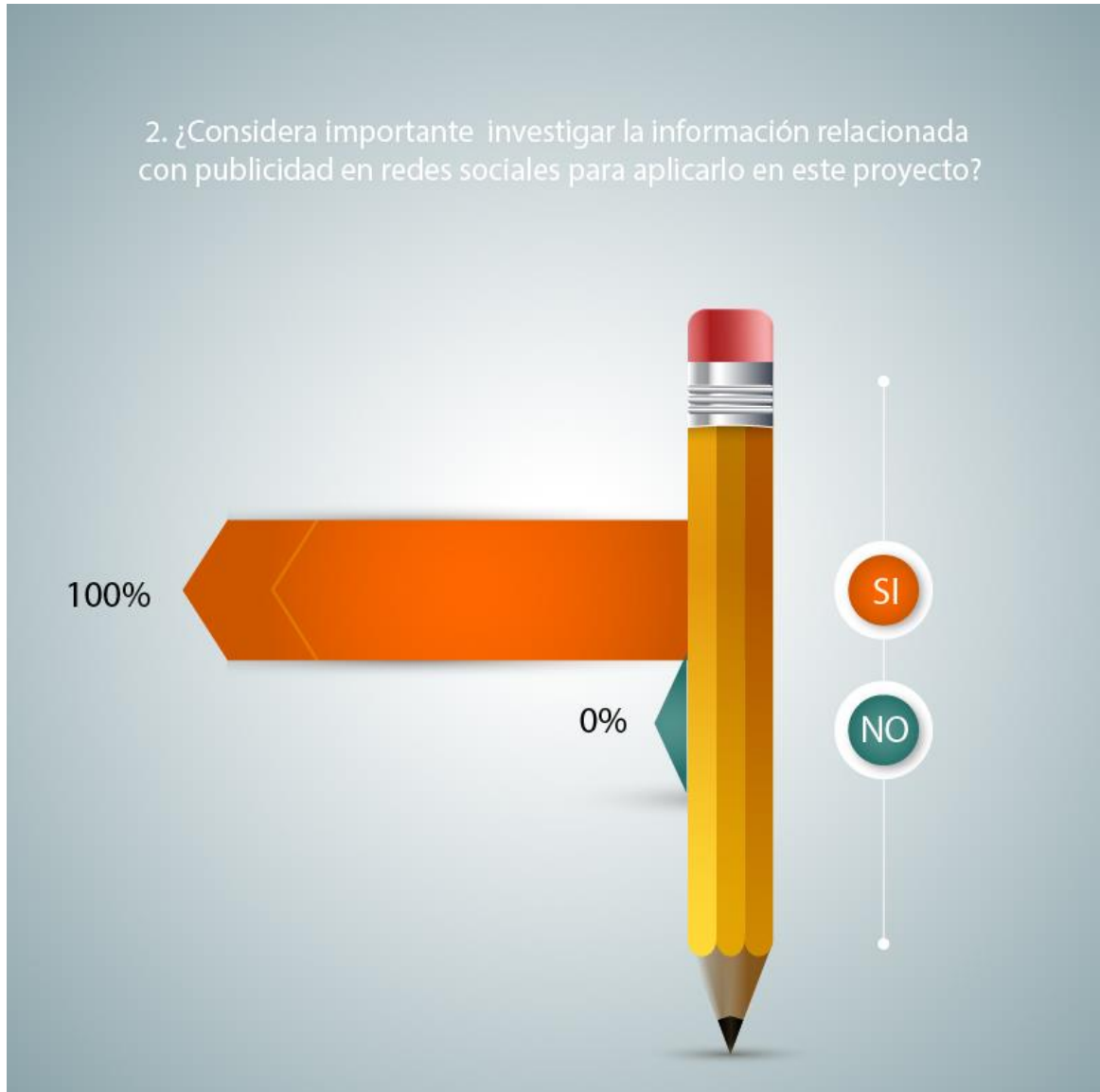
-Parte objetiva:

1. ¿Considera necesario diseñar piezas gráficas virtuales para dar a conocer a través de redes sociales, los servicios que brinda el colegio José Simeón Cañas en el ciclo escolar 2,018?



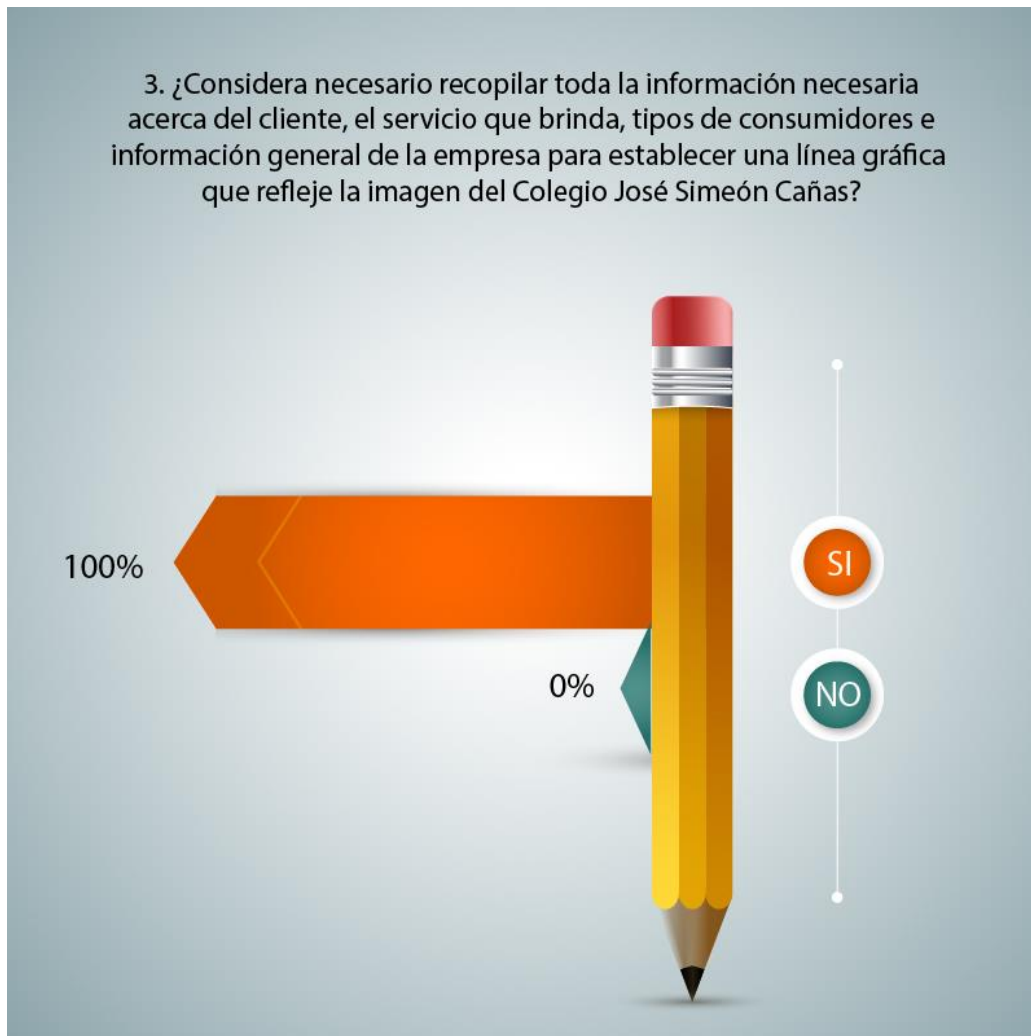
El 100% de la población encuestada considera necesario diseñar piezas gráficas virtuales para dar a conocer a través de redes sociales, los servicios que brinda el colegio Simeón Cañas para el ciclo escolar 2,018

2. ¿Considera importante investigar la información relacionada con publicidad en redes sociales para aplicarlo en este proyecto?



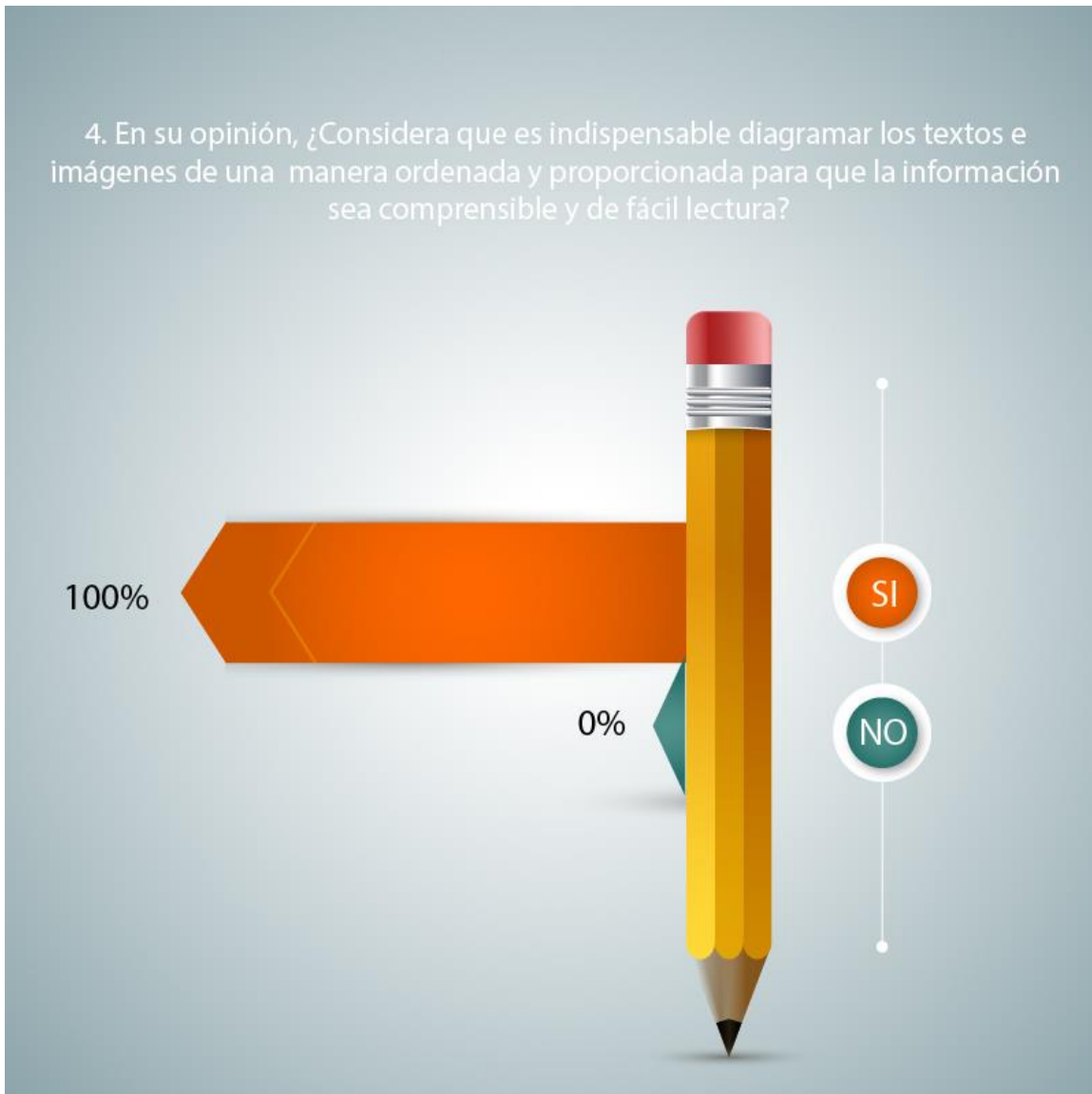
Los resultados de la encuesta demuestran que el 100% de la población considera importante investigar la información relacionada con publicidad en redes sociales y piezas gráficas, para implementarla en este proyecto.

3. ¿Considera necesario recopilar toda la información necesaria acerca del cliente, el servicio que brinda, tipos de consumidores e información general de la empresa para establecer una línea gráfica que refleje la imagen del Colegio José Simeón Cañas?



El 100% de la población encuestada considera necesario recopilar toda la información necesaria acerca del cliente, el servicio que brinda, tipos de consumidores e información general de la empresa, para establecer una línea gráfica que refleje la imagen del establecimiento.

4. En su opinión, ¿considera que es indispensable diagramar los textos e imágenes de una manera ordenada y proporcionada para que la información sea comprensible y de fácil lectura?



El 100% de la población encuestada considera indispensable diagramar los textos e imágenes de manera ordenada y proporcionada, para que la información sea comprensible y de fácil lectura.

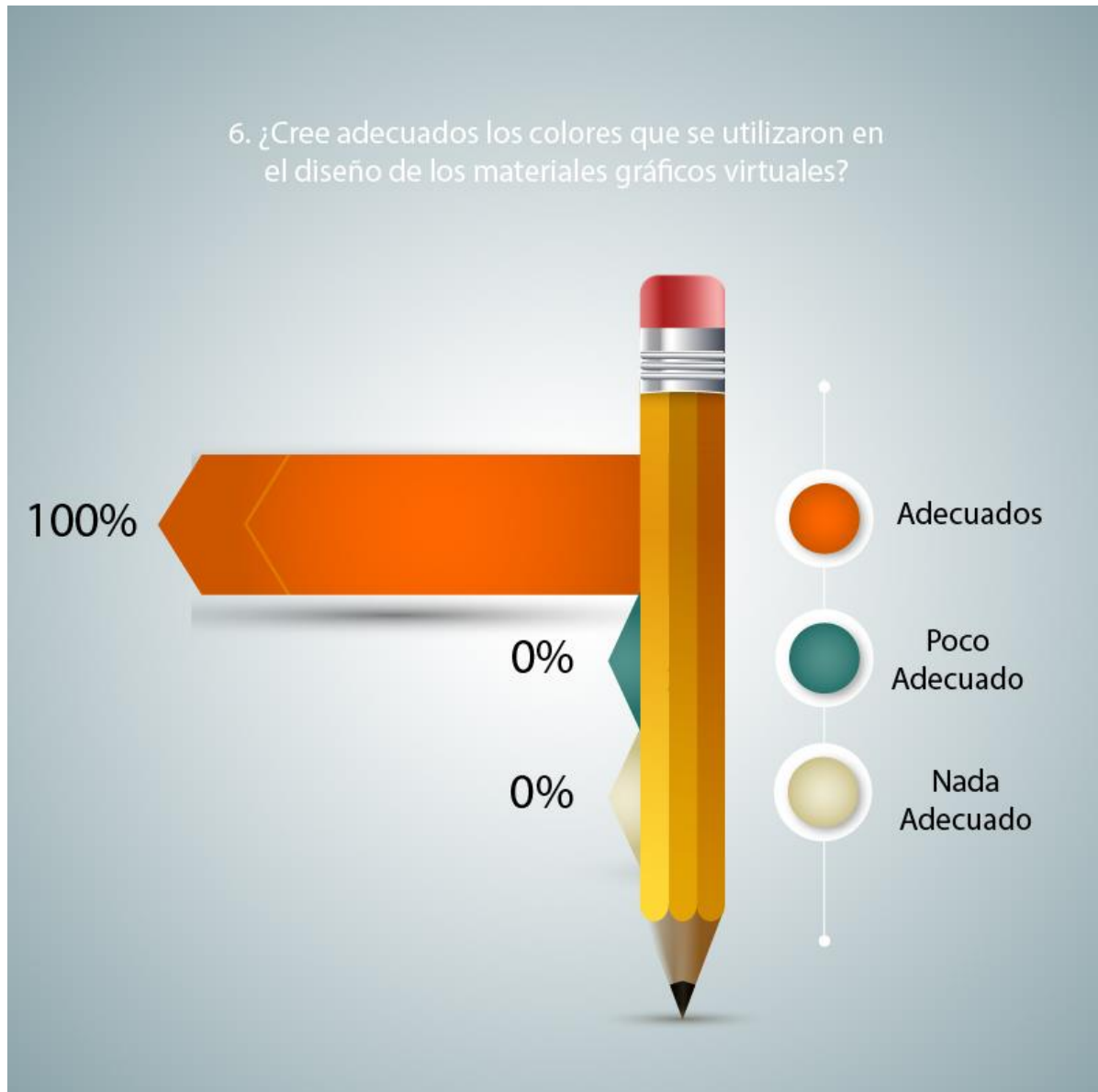
5. ¿Considera que es importante ilustrar por medio de vectores y fotografías el servicio, las instalaciones, promociones etc. para hacer llamativas las piezas gráficas virtuales a la vista de los consumidores?



Los resultados de la encuesta demuestran que el 100% de la población considera importante ilustrar por medio de vectores y fotografías el servicio, las carreras, promociones etc. para hacer llamativas las piezas gráficas virtuales a la vista de los consumidores.

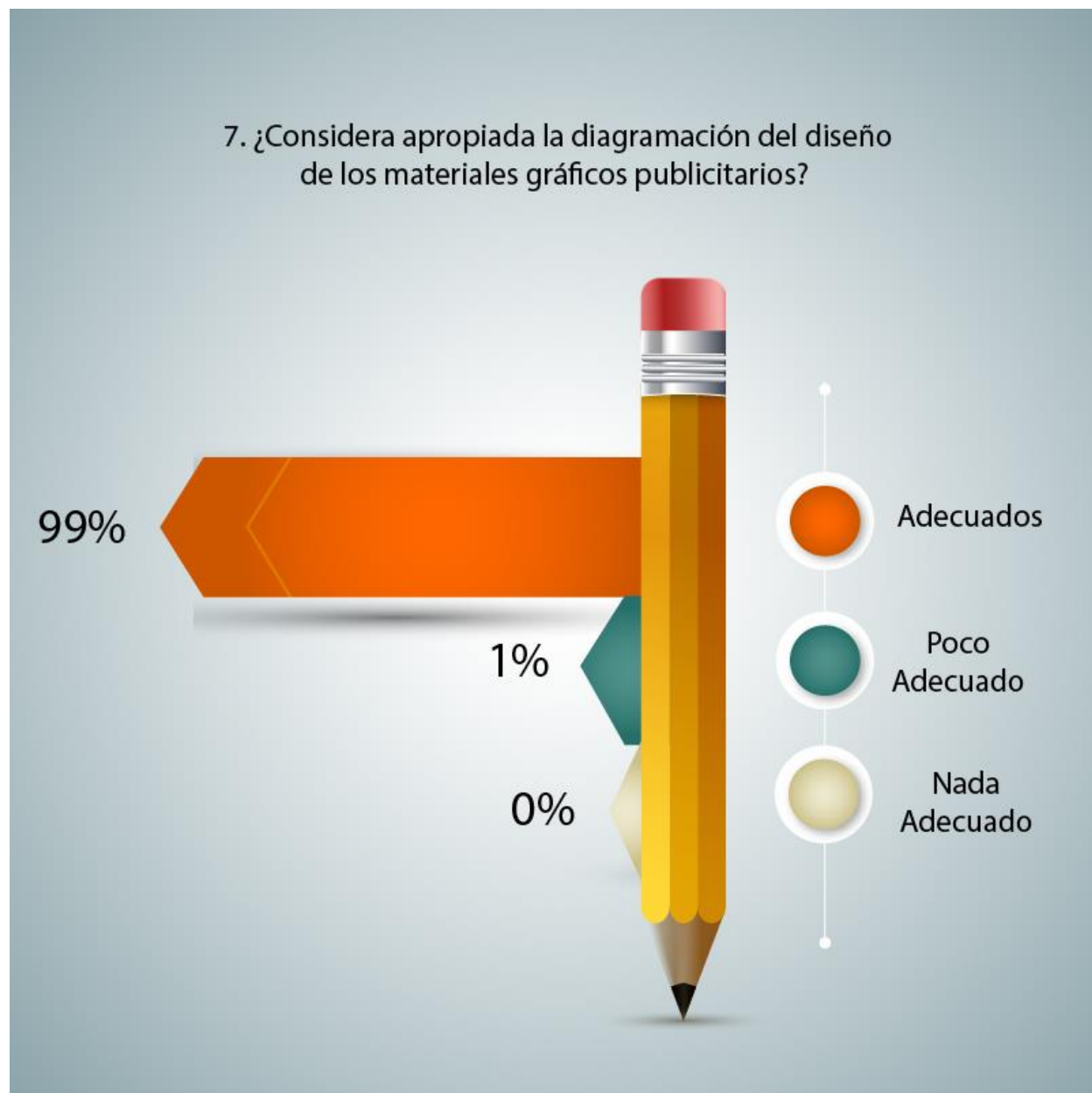
Parte Semiológica.

6. ¿Cree adecuados los colores que se utilizaron en el diseño de los materiales gráficos virtuales?



El 100% de los encuestados cree adecuados los colores que se utilizaron en el diseño de los materiales gráficos.

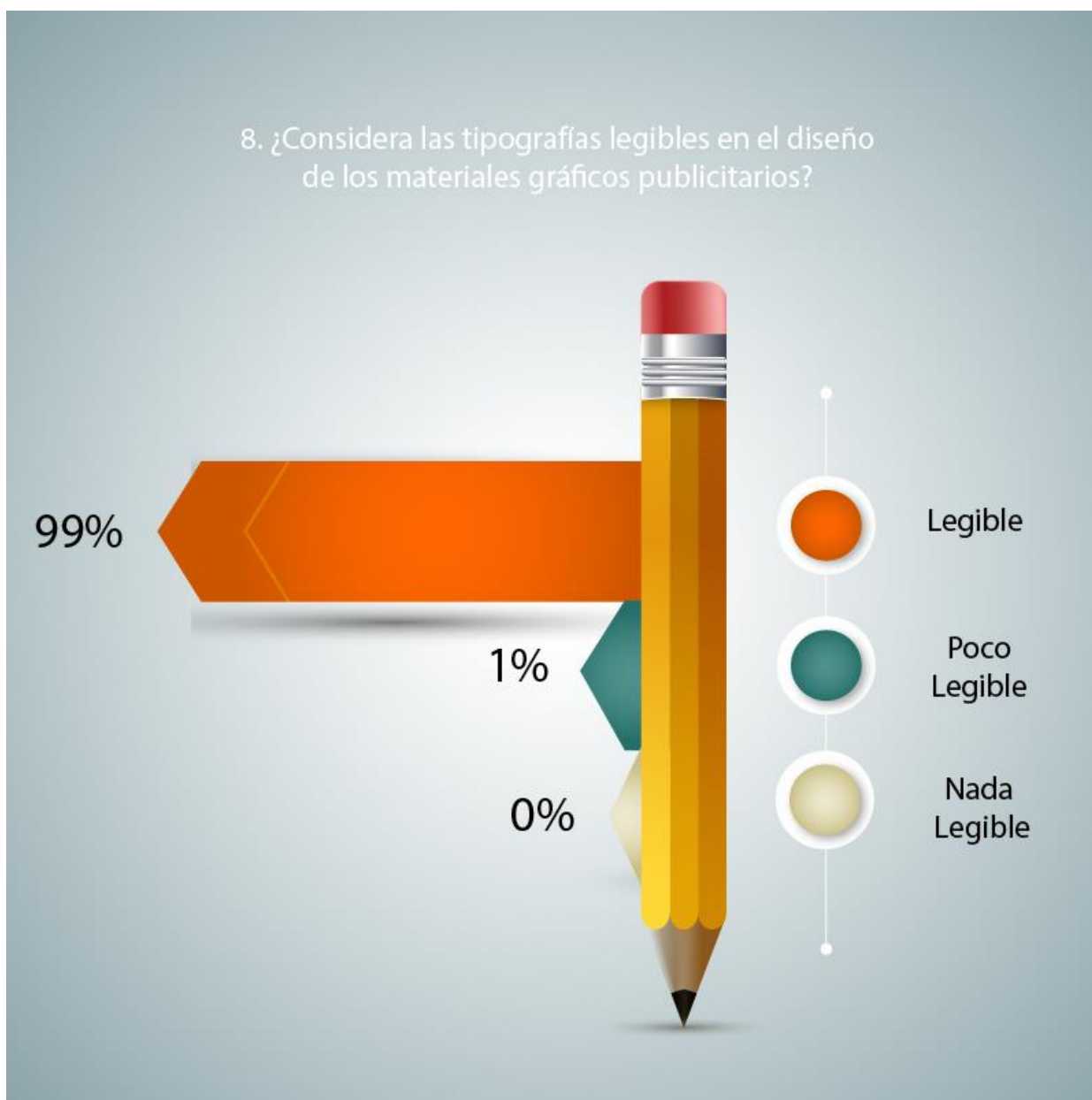
7. ¿Considera apropiada la diagramación del diseño de los materiales gráficos publicitarios?



Los resultados de la encuesta demostraron que el 99% de los encuestados considera adecuada la diagramación de los materiales gráficos publicitarios.

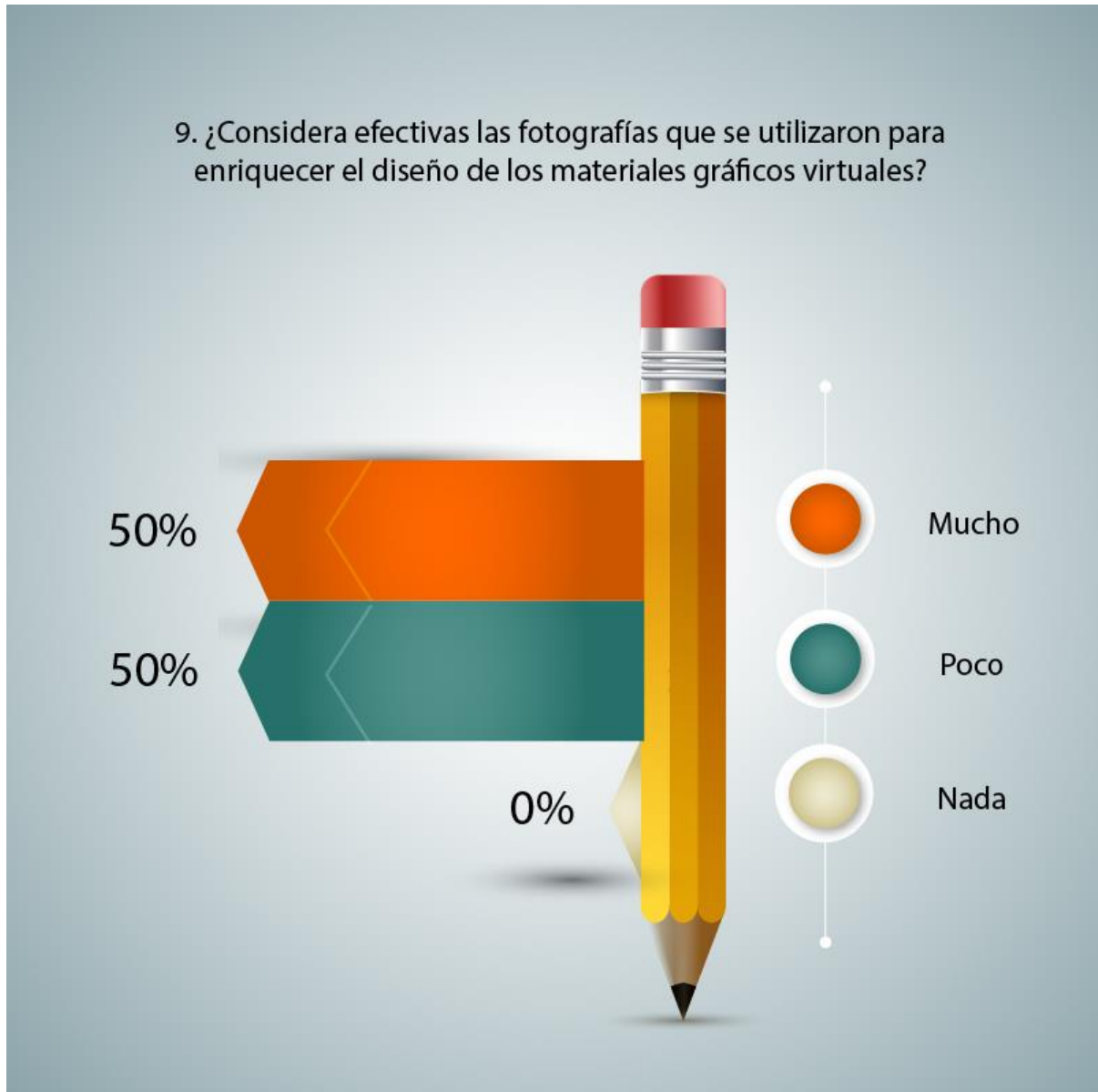
Capítulo VIII

8. ¿Considera las tipografías legibles en el diseño de los materiales gráficos publicitarios?



Los resultados de la encuesta demuestran que el 99% de la población considera que las tipografías son legibles en el diseño de los materiales gráficos publicitarios, el 1% sobrante considera que es poco legible.

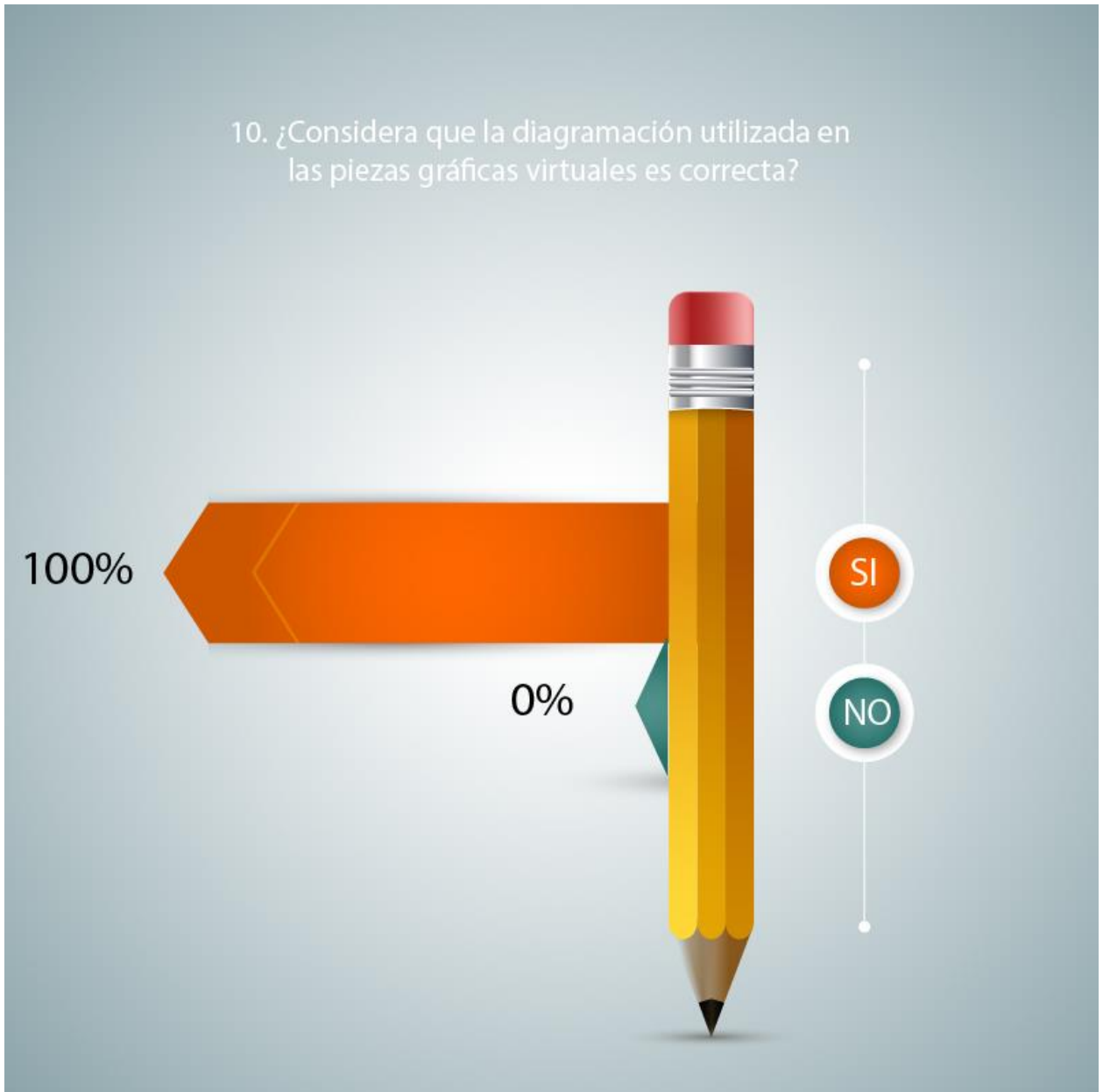
9. ¿Considera efectivas las fotografías que se utilizaron para enriquecer el diseño de los materiales gráficos virtuales?



El 50% de la población encuestada respondió que son muy efectivas las fotografías que se utilizaron para enriquecer el diseño de los materiales gráficos virtuales. Aun así, el otro 50% respondió que son poco efectivas las mismas.

Parte Operativa.

10. ¿Considera que la diagramación utilizada en las piezas gráficas virtuales es correcta?



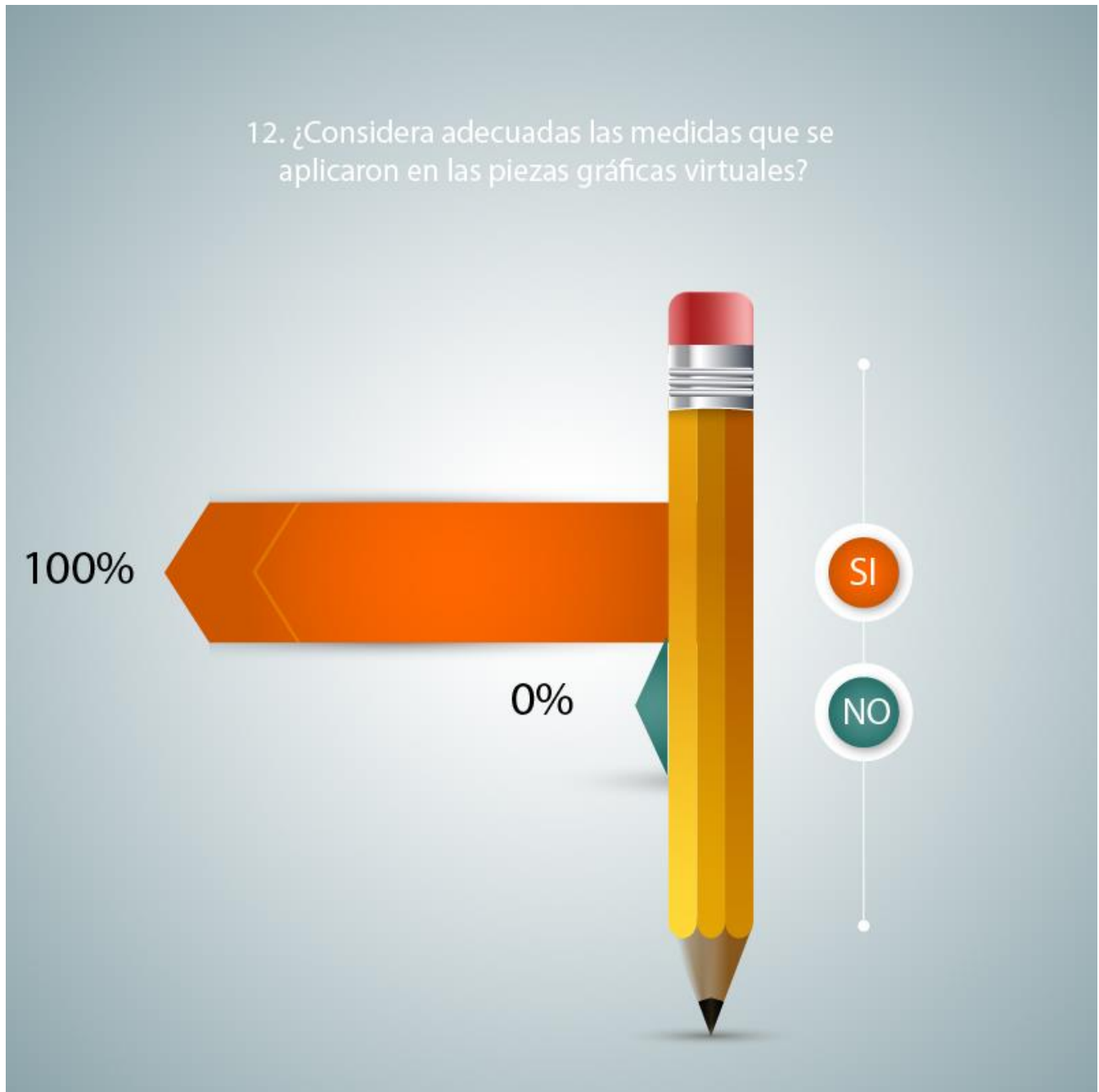
Los resultados de la encuesta demuestran que el 100% considera que la diagramación utilizada en las piezas gráficas virtuales es correcta.

11. ¿Las piezas gráficas virtuales llaman su atención?



El 100% de la población contestó que definitivamente les llama la atención las piezas gráficas virtuales del proyecto.

12. ¿Considera adecuadas las medidas que se aplicaron en las piezas gráficas virtuales?



Los resultados de las encuestas demuestran que 100% de la población considera adecuada las medidas que se aplicaron en las piezas gráficas virtuales.

8.4. Cambios en base a los resultados:

En esta etapa se tomaron en cuenta las observaciones hechas por el cliente, que dijo que en la pieza gráfica virtual de la inscripción se modifica el color del nombre del colegio.

Los expertos y grupo objetivo no realizaron ninguna observación.

8.4.1. Antes:



8.4.2. Después:



8.4.3. Justificación:

Como se había mencionado anteriormente, se tomaron en cuenta las observaciones hechas por el cliente, se cambió el color blanco por el amarillo en el nombre del colegio, que se encuentra en la parte de arriba en el post de inscripción de la pieza gráfica virtual.

Capítulo IX

Capítulo IX: Propuesta gráfica final

De acuerdo a lo solicitado por el cliente, se elaboraron piezas gráficas virtuales para dar a conocer a través de redes sociales, los servicios que brinda el colegio José Simeón Cañas en el ciclo escolar 2,018.

Se entregarán 16 piezas gráficas en formato digital con colores RGB y alta resolución para tener calidad óptima al momento de ser publicadas en las redes sociales.



Publicidad gráfica para la página de facebook, la carrera a promocionar es perito en mercadotecnia y publicidad, sera publicada con una pequeña descripción.



Publicidad gráfica para la página de Facebook, la carrera es Bachillerato en Turismo y Admón. de Hoteles, será publicada como post con pequeña descripción.



Pieza para promocionar la carrera de Bachillerato y Perito en Arquitectura e Ingeniería, que brinda el colegio Simeón Cañas.



Publicidad gráfica para la página de Facebook, la carrera es Bachillerato en Diseño Gráfico, será publicada como post con pequeña descripción



La carrera es Secretariado Bilingüe, será publicada como post en la página de Facebook con pequeña descripción en la publicación.



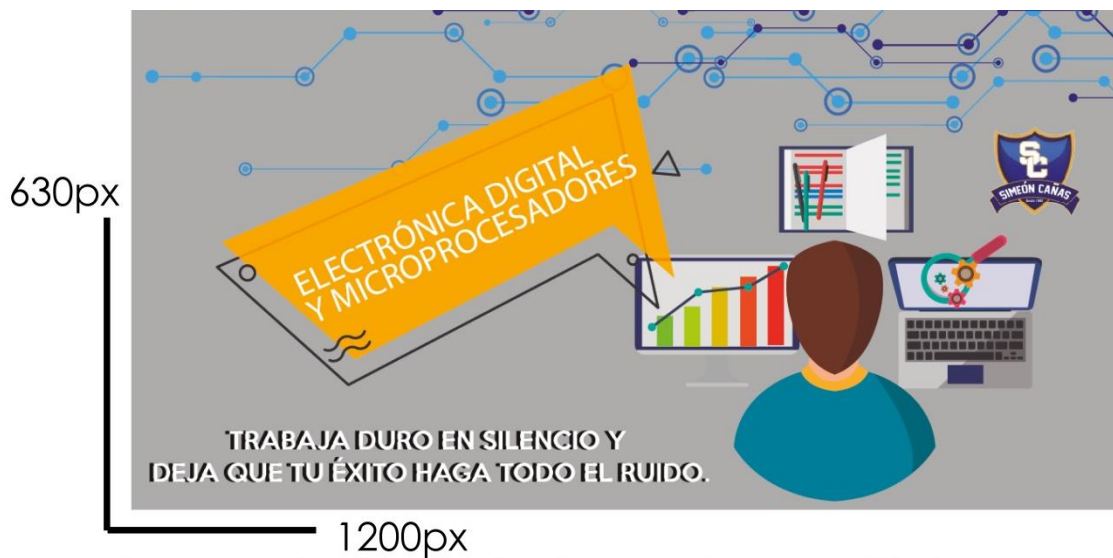
La pieza es ilustrada con conceptos que describen la carrera, Secretario Oficinista, la misma será publicada en las redes sociales del colegio.



Bachillerato en Computación, la pieza es ilustrada con conceptos que describen la carrera para publicar en Facebook.



Publicidad gráfica para la página de Facebook, la carrera es Bachillerato en y Perito en electricidad, será publicada con una pequeña descripción.



La carrera es electrónica digital y microprocesadores, será pública como post en la página de Facebook con pequeña descripción en la publicación.



Publicidad para promoción de la carrera de Bachillerato y Perito en Informática en la página principal del colegio Simeón Cañas.



Pieza para promocionar la carrera de Perito en Administración de Empresas que brinda el colegio Simeón Cañas.



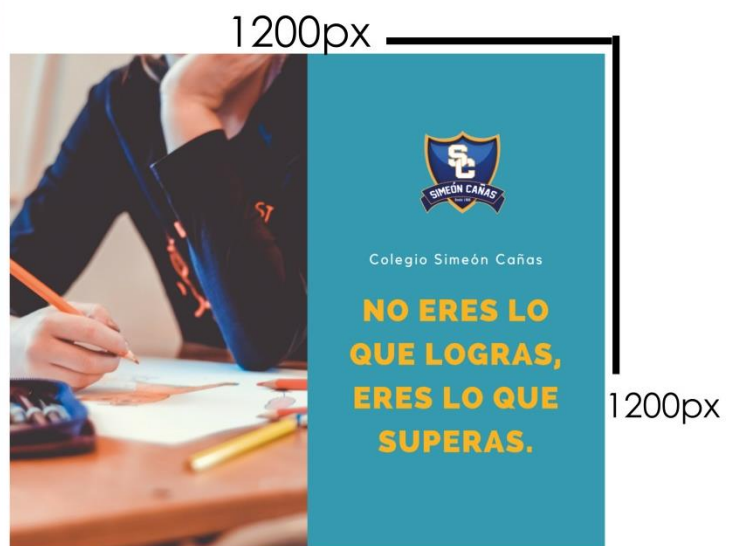
Publicidad para el colegio Simeón Cañas en redes sociales, publicada en la página principal.



Publicidad gráfica para la página de Facebook, la carrera a promocionar es Bachillerato en Construcción, será publicada con una pequeña descripción.



Publicidad gráfica para la página de facebook, es para promocionar inscripciones.



Publicidad gráfica para la página de Facebook, será publicada en la foto de portada.

9.1. Ejemplo de cómo se verán las piezas gráficas en facebook:



Pieza gráfica postada en la página oficial del colegio.



Página de Facebook oficial del colegio, postando una de las piezas graficas realizada para la campaña del 2,018

Ejemplo de cómo se verán las piezas gráficas en facebook:



Pieza gráfica postada en la página oficial del colegio, realizada para la campaña de inscripciones 2,018



Página de Facebook oficial del colegio, posteando una de las piezas gráficas realizada para la campaña del 2,018

Capítulo X

Capítulo X: Producción, reproducción y distribución.

Para la implementación de las piezas gráficas virtuales es necesaria la utilización de los recursos económicos, técnicos y tecnológicos. Se tomaron en cuenta los siguientes aspectos para evaluar económicamente el proyecto:

- Plan de costos de elaboración: Ayudará a establecer el proceso creativo y elaboración de la propuesta.

- Plan de costos de producción: Permitirá determinar el costo de las artes finales de las Piezas gráficas virtuales.

- Plan de costos de reproducción: Ayudará a establecer los costos de las copias digitales.

10.1. Plan de costos de elaboración:

Para estimar el tiempo de elaboración de las piezas gráficas virtuales se deben tener en cuenta los siguientes puntos:

- Recopilación de información sobre el establecimiento José Simeón Cañas, planteamiento de objetivos, investigación sobre el grupo objetivo y marco teórico.
- Proceso de diseño, digitalización de bocetos, elaboración de ilustraciones, diagramación y propuesta preliminar.

- Meses trabajados: 5 meses (20 semanas).

- Horas trabajadas por semana: 10 horas por semana.

- Horas trabajadas por día: 2 horas por día.

- Total de horas trabajadas en 5 meses: 200 horas.

El pago por día trabajado es de Q135.00, la hora tiene un valor de Q45.00.

- Precio total por horas: 300 horas x Q45.00 = Q13, 000.00.

10.2. Plan de costos de producción:

En esta etapa fue necesario complementar la cantidad tiempo invertido en la elaboración de artes finales, validación con el cliente, expertos y grupo objetivo.

El valor de hora trabajada es de Q 65.00 por hora

Proceso de Validación: (13 horas) Q 845.00

Propuesta gráfica final: (4 horas) Q 260.00

Precio total por horas: Q845.00 + Q260.00 = Q1, 105.00

10.3. Plan de costos de reproducción:

En esta etapa solo se tomará en cuenta el precio del CD con los archivos editables debido a que la reproducción de las piezas gráficas virtuales es por medio de redes sociales y estas no tienen ningún costo. El contenido del CD será: ilustraciones editables en ilustrador, artes finales en photoshop y las diferentes tipografías utilizadas para las piezas gráficas virtuales.

- Costo de CD Q.10.00.

- 3 copias en CD = Q30.00.

10.4. Plan de costos de distribución:

Las piezas gráficas virtuales serán publicadas en las redes sociales de Facebook del colegio José Simeón Cañas, por esta razón no existen gastos de distribución.

10.5. Cuadro con resumen general de costos:

El costo total del proyecto en sus fases de elaboración, producción, reproducción y distribución asciende a:

Costos de elaboración	Q13, 500.00
Costos de producción	Q1,105.00.
Costos de reproducción	Q30.00.
Costos de distribución	Q0.00.
Subtotal 1 del proyecto	Q14, 635.00
Margen de Utilidad 20%	2,927.00
Subtotal 2	17,562.00
IVA 12%	1,756.20
Total:	19,318.20

Capítulo XI

Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones

11.1. Conclusiones:

11.1.1 Se diseñaron piezas gráficas virtuales para dar a conocer a través de redes sociales, el servicio de educación que brinda a clientes actuales y potenciales el colegio José Simeón Cañas, Chimaltenango.

11.1.2 Se diagramaron los textos e imágenes de una manera proporcionada y ordenada, con el propósito que sea comprensible y de fácil lectura la información.

11.1.3 Se investigó la información relacionada con publicidad en redes sociales y piezas gráficas virtuales para implementarla en este proyecto.

11.1.4 Se ilustraron por medio de vectores y fotografías las diferentes carreras que brinda el colegio, para hacer llamativas las piezas gráficas virtuales a la vista de sus clientes.

11.1.5 Se recopiló toda la información necesaria acerca del cliente, el servicio, grupo objetivo e información general de la empresa, para establecer una línea gráfica que refleje la imagen de colegio José Simeón Cañas.

11.2. Recomendaciones:

11.2.1 Promover las piezas gráficas virtuales por medio de las redes sociales del Colegio José Simeón cañas (Facebook), para que sus clientes y consumidores conozcan las carreras que brinda el establecimiento educativo.

11.2.2 Las tendencias de diseño están en constante cambio y la tecnología cada día avanza mucho más, se recomienda estar en constante investigación sobre la publicidad en redes sociales y piezas gráficas. Esto ayudará a que el contenido realizado sea totalmente innovador.

11.2.3 El colegio José Simeón Cañas debe recopilar toda la información necesaria acerca de sus clientes, grupo objetivo, etc., para tener el conocimiento adecuado al momento de realizar nuevas piezas gráficas virtuales.

11.2.4 Se debe mantener una diagramación ordenada y proporcionada al momento de elaborar las piezas gráficas virtuales, esto ayudará a enviar un mensaje claro y fácil de comprender.

11.2.5 Para la elaboración de futuras piezas gráficas virtuales es recomendable utilizar ilustraciones y fotografías en cada una de ellas, esto ayudará que sus clientes se identifiquen con el servicio y se logrará en su totalidad captar la atención de los mismos.

Capítulo XII

Capítulo XII: Conocimiento general

Las piezas gráficas virtuales que se le diseñaron al colegio José Simeón Cañas fueron gracias a los 4 años de conocimiento adquirido en la Licenciatura en Comunicación y Diseño.

La comunicación se utilizó como la base del proyecto en su totalidad, debido a que el objetivo principal de las piezas gráficas virtuales era el de comunicar su mensaje a través del diseño. Fue necesaria la implementación del curso de investigación de mercados el cual ayudó a descubrir la problemática de la empresa.

A partir de la problemática encontrada se procedió a la elaboración de las piezas gráficas virtuales, en las cuales se implementaron los conocimientos relacionados con el diseño gráfico, partiendo desde los fundamentos básicos del diseño.

El concepto de las piezas gráficas virtuales comenzó con una idea producto de la creatividad, y a partir de esta se comenzó el proceso de diseño. Con los conocimientos de los cursos de visualización gráfica y diseño visual y composición se procedió a elaborar bocetos, que luego se digitalizarían y transformarían en piezas gráficas virtuales.

Se utilizaron los conocimientos de software y de los programas de ilustrador y photoshop para la creación de ilustraciones, tipografía, diagramación, edición y composición del color de las fotografías.

Los conocimientos obtenidos en los cursos de técnicas de redacción, lenguaje y gramática fueron de suma importancia al momento de la elaboración de las piezas gráficas virtuales, debido a que un error gramatical podría implicar grandes pérdidas para la

empresa y el desprestigio de la misma, por lo que todo se trabajó teniendo mucho cuidado con la redacción y faltas ortográficas.

Las ciencias auxiliares fueron de gran ayuda durante el proceso completo de la elaboración de este proyecto. Se utilizó la semiología principalmente para determinar qué elementos visuales se deberán de utilizar en la elaboración de las piezas gráficas virtuales.

A través de la psicología, psicología del color y psicología del consumidor se pudo analizar lo que los clientes necesitaban y como se podían persuadir visualmente.

A continuación se muestra una infografía de las áreas de conocimiento, así como también cómo ayudaron a influenciar y aportar las habilidades necesarias para la realización del proyecto de graduación.

12.2 Demostración de conocimiento:



Capítulo XIII

Capítulo XIII: Referencias

13.1. Bibliografía

A continuación se presenta en orden alfabético de las fuentes consultadas en la cual se fundamenta en el marco teórico de comunicación y diseño.

A:

Albornoz, R. C. (2011). *todo fotografía*. Obtenido de <http://todo-fotografia.com/2013/el-significado-de-la-fotografia/>

Alvarado, S. (09 de 06 de 2005). *la sociología*. Obtenido de <http://www.mailxmail.com/curso-sociologia-ciencia-servicio-humanidad/sociologia-como-ciencia>

Arte Dinamico. (16 de 11 de 2003). Obtenido de https://www.artedinamico.com/portal/sitio/articulos_mo_comentarios.php?it=718

B:

Bérmudez, C. P. (2.010). *Lo que enseña el arte*. Valencia.

C:

Cattáneo, B. (5 de 06 de 2,014). *Cátedra Cosgaya*. Obtenido de <http://www.catedracosgaya.com.ar/tipoblog/2014/tipografia-como-una-herramienta-de-ilustracion/>

D:

Descals, A. M. (2006). *Comportamiento del Consumidor*. Barcelona: Editorial UOC.

Diferencias entre Semiótica y semiología. (08 de 6 de 2,016). Recuperado el 2,017, de Diferencias entre Semiótica y semiología: <https://diferenciasentre.org/diferencias-semiotica-semiologia/>

E:

Eguaras, M. (9 de 11 de 2,015). *piezas graficas para crear marcas.* Obtenido de <http://marianaeguaras.com/piezas-graficas-para-crear-marca-y-potenciar-tu-trabajo/>

Escolano, F. (2,003). *Inteligencia Artificial.* España: Paraninfo.

G:

Graformar. (14 de 12 de 2,012). Obtenido de La teoría de la Gestalt y la percepción: <http://graformar.com.ar/tag/la-teoria-de-la-gestalt-y-la-percepcion/>

H:

Hernández, A. T. (18 de 12 de 2,013). *millenio.com.* Recuperado el 2.017, de http://www.milenio.com/firmas/alfonso_torres_hernandez/concepto-formacion_18_210758979.html

L:

Lopez, C. D. (05 de 03 de 2,012). *Estudiante.* Obtenido de <http://cristianparaguayo.blogspot.com/2012/03/definicion-del-estudiante.html>

Losada, T. (20 de 07 de 2011). *La comunicación y sus elementos.* Obtenido de <https://es.slideshare.net/TeresaLosada/la-comunicacin-y-sus-elementos-9333340>

M:

Meilán, J. J. (1 de 1 de 2006). *Concepto de psicología, entre la diversidad conceptual*. Recuperado el 2017, de <http://www.redalyc.org/pdf/802/80280107.pdf>

Miller, I. I. (29 de 08 de 2,006). *fundeu*. Obtenido de <http://www.fundeu.es/noticia/hablemos-del-idioma-maestro-profesor-o-catedratico-3408/>

N:

Nogales, J. L. (2003). *Filosofía y fenomenología de la religión*. Salamanca, España: Graficas Cervantes S.A.

O:

Ospina, S. (28 de 03 de 2,014). *Prezi*. Obtenido de <https://prezi.com/qd55x5kdq3hp/tipos-de-piezas-graficas/>

P:

Pepe, E. G. (2,008). *Tipografía Expresiva*. Redargenta.

Pérez, J. (23 de 07 de 2,015). *Blog de Diseño*. Recuperado el 2,017, de <https://www.ida.cl/blog/disenio/linea-grafica-imagenes-propias/>

R:

Ricupero, S. A. (2,007). *Diseño Gráfico en el Aula*. Buenos Aires, Argentina.

Robertson, Zielinski y Ward. (1984). Obtenido de <https://psicologosenlinea.net/911-psicologia-del-consumidor-definicion-de-psicologia-del-consumidor-segun-algunos-autores-y-factores-que-influyen-en-el.html>

S:

Sanchez, J. C. (2004). *Metodología De La Investigación Científica y Tecnología*. Barcelona, España: Editogrados S.A.

Sanguinetti, J. J. (1980). *academia.edu*. Obtenido de
http://www.academia.edu/3878083/El_concepto_de_orden

V:

Vallina, M. M. (2.010). *Aplicaciones Ofimáticas*. Madrid, España: Paraninfo.

Capítulo XIV

Capítulo XIV: Anexos

14.1 Encuesta para validación del proyecto:



Universidad Galileo
Facultad de Comunicación (FACOM)
Licenciatura en Comunicación y Diseño
Proyecto de Tesis

Tesis: Diseño de material gráfico para dar a conocer a través de redes sociales el servicio de educación que brinda el colegio José Simeón Cañas Chimaltenango, Guatemala 2,018.

Edad: _____

Género M___ F___

Cliente___ Experto___

Nombre: _____

Profesión: _____

Puesto: _____

Años de experiencia: _____

INSTRUCCIONES: En base a la explicación previa, observe el material gráfico para dar a conocer a través de redes sociales el servicio de educación que brinda el colegio José Simeón Cañas y según su criterio conteste las siguientes preguntas de validación, subrayando las respuestas.

Parte Objetiva:

1. ¿Considera necesario diseñar piezas gráficas virtuales para dar a conocer a través de redes sociales, los servicios que brinda el colegio José Simeón Cañas en el ciclo escolar 2,018?

SI NO

2. ¿Considera importante investigar la información relacionada con publicidad en redes Sociales para aplicarlo en este proyecto?

SI NO

3. ¿Considera necesario recopilar toda la información necesaria acerca del cliente, el servicio que brinda, tipos de consumidores e información general de la empresa para establecer una línea gráfica que refleje la imagen del Colegio José Simeón Cañas?

SI NO

4. En su opinión, ¿considera que es indispensable diagramar los textos e imágenes de una Manera ordenada y proporcionada para que la información sea comprensible y de fácil Lectura?

SI NO

5. ¿Considera que es importante ilustrar por medio de vectores y fotografías el servicio, las instalaciones, promociones etc. para hacer llamativas las piezas gráficas virtuales a la vista de los consumidores?

SI NO

Parte Semiológica.

6. ¿Cree adecuados los colores que se utilizaron en el diseño de los materiales gráficos virtuales?

Adecuados Poco Adecuados Nada Adecuados

7. ¿Considera apropiada la diagramación del diseño de los materiales gráficos publicitarios?

Apropiado Poco Apropiado Nada Apropiado

8. ¿Considera las tipografías legibles en el diseño de los materiales gráficos publicitarios?

Legibles Poco Legibles Nada Legibles

9. ¿Considera efectivas las fotografías que se utilizaron para enriquecer el diseño de los materiales gráficos virtuales?

Mucho Suficiente Poco

Parte Operativa.

10. ¿Considera que la diagramación utilizada en las piezas gráficas virtuales es correcta?

SI NO

11. ¿Las piezas gráficas virtuales llaman su atención?

SI NO

12. ¿Considera adecuadas las medidas que se aplicaron en las piezas gráficas virtuales?

SI NO

OBSERVACIONES:-

14.2 Plan de medios

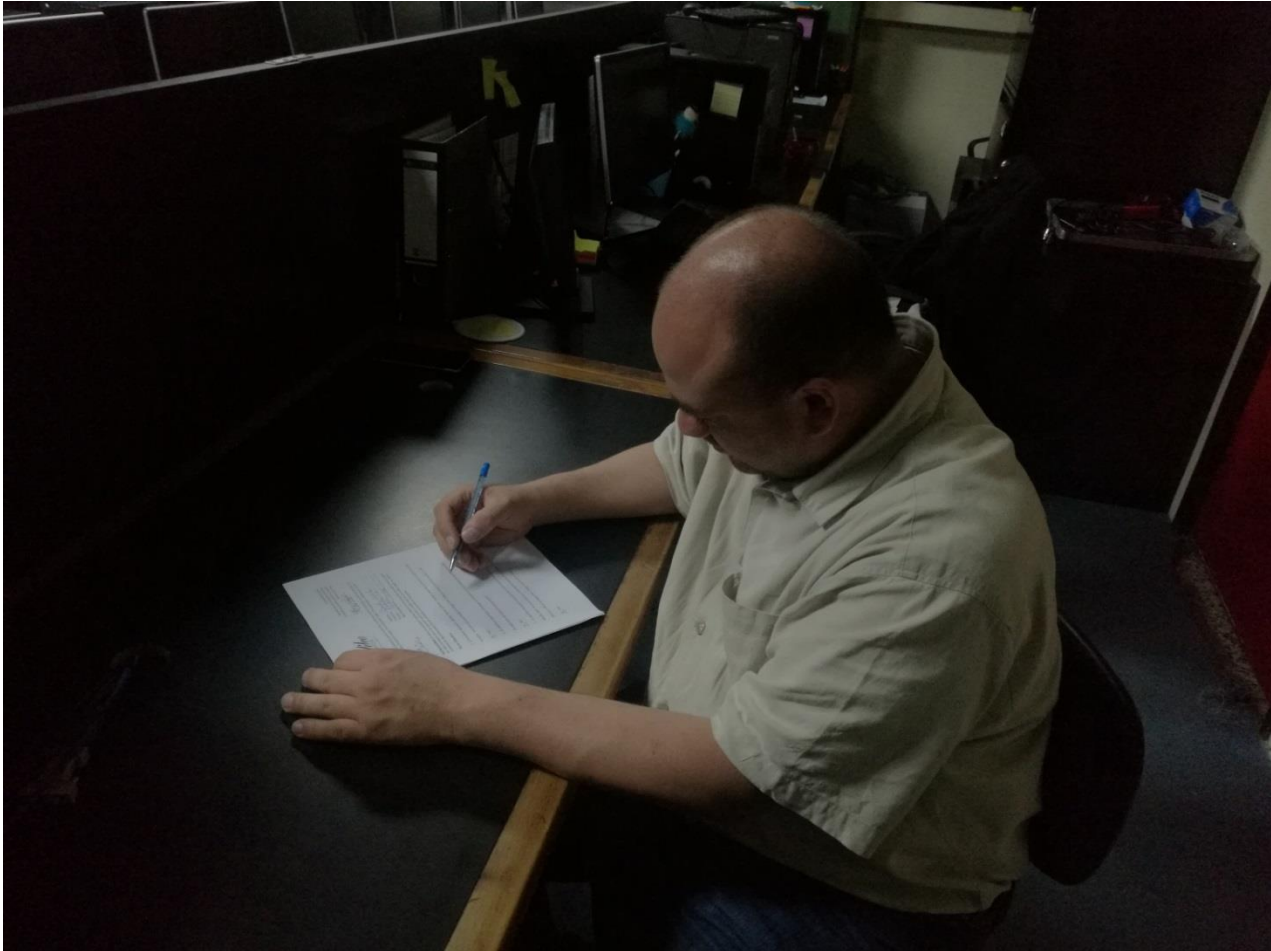
CALENDARIO PLAN DE MEDIOS

Sema na	Día	Tema	Red Social		Tipo Contenido				Objetivo	
			Fb	IG	Enlace	Texto	Imagen	Video		
S1	Lunes	Inscripción	X	X	X		X		Branding	
	Martes									
	Miércoles	Bachillerato y Perito en informática	X	X			X		Presencia en redes sociales	
	Jueves									
	Viernes	Secretariado Oficinista	X	X	X		X		Posicionamiento de marca	
	Sábado									
	Domingo	Perito Contador en Computación	X	X			X		Presencia en redes sociales	
S2	Lunes									
	Martes	Bachillerato en turismo y Admón. de hoteles	X	X			X		Presencia en redes sociales	
	Miércoles									
	Jueves	Bachillerato y Perito en Arquitectura e Ingeniería	X	X	X		X		Posicionamiento de marca	
	Viernes									
	Sábado	Bachillerato y Perito en Electricidad	X	X			X		Presencia en redes sociales	
	Domingo									
S3	Lunes	Bachillerato en Computación	X	X			X		Presencia en redes sociales	
	Martes									
	Miércoles	Perito en administración de Empresas	X	X	X		X		Generar clientes	
	Jueves									
	Viernes	Secretariado Bilingüe	X	X			X		Generar clientes	
	Sábado									
	Domingo	Bachillerato en Diseño Gráfico	X	X			X		Generar clientes	
S4	Lunes									

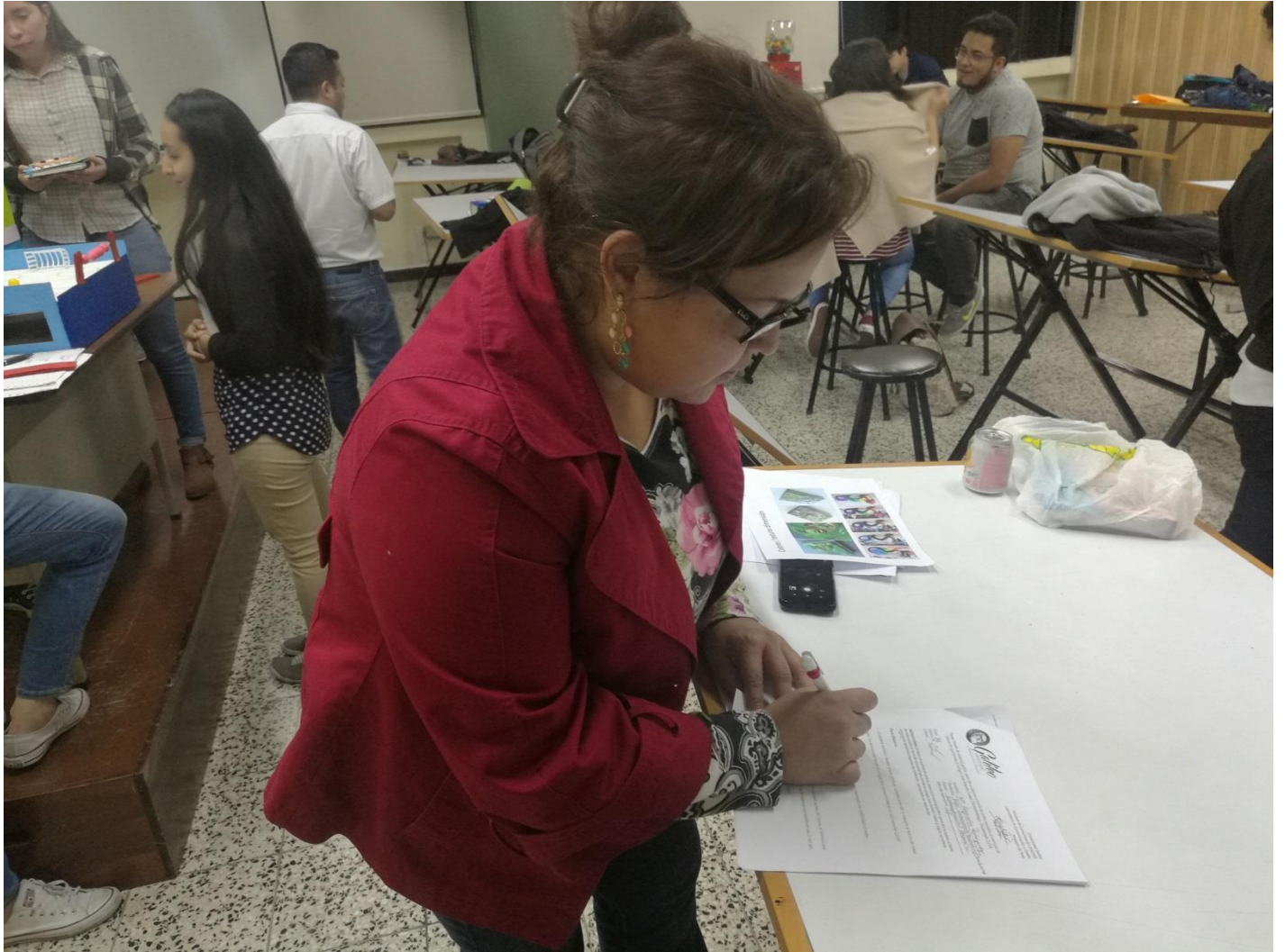
	Martes	Perito en Mercadotecnia y Publicidad	X	X			X		Presencia en redes sociales
	Miércoles								
	Jueves	Bachillerato y Perito en Electrónica Digital y Microprocesadores	X	X	X		X		Presencia en redes sociales
	Viernes								
	Sábado	Bachillerato en construcción	X	X			X		Presencia en redes sociales
	Domingo								
S5	Lunes	Frase inspiradora	X	X			X		Generar clientes

14.3 Proceso de validación con expertos.

□ Lic. David Castillo – Productor de Tv.



□ Licda. María Alejandra Rodríguez – Mgr. Innovación Educativa/Creativa



□ Lic. José Monroy Cruz – Licenciado en Publicidad



□ Licda. Andrea Aguilar – Licenciada en Comunicación y Diseño



□ Licda. Aura Lissette Pérez Aguirre – Licenciada en Ciencias de la Comunicación

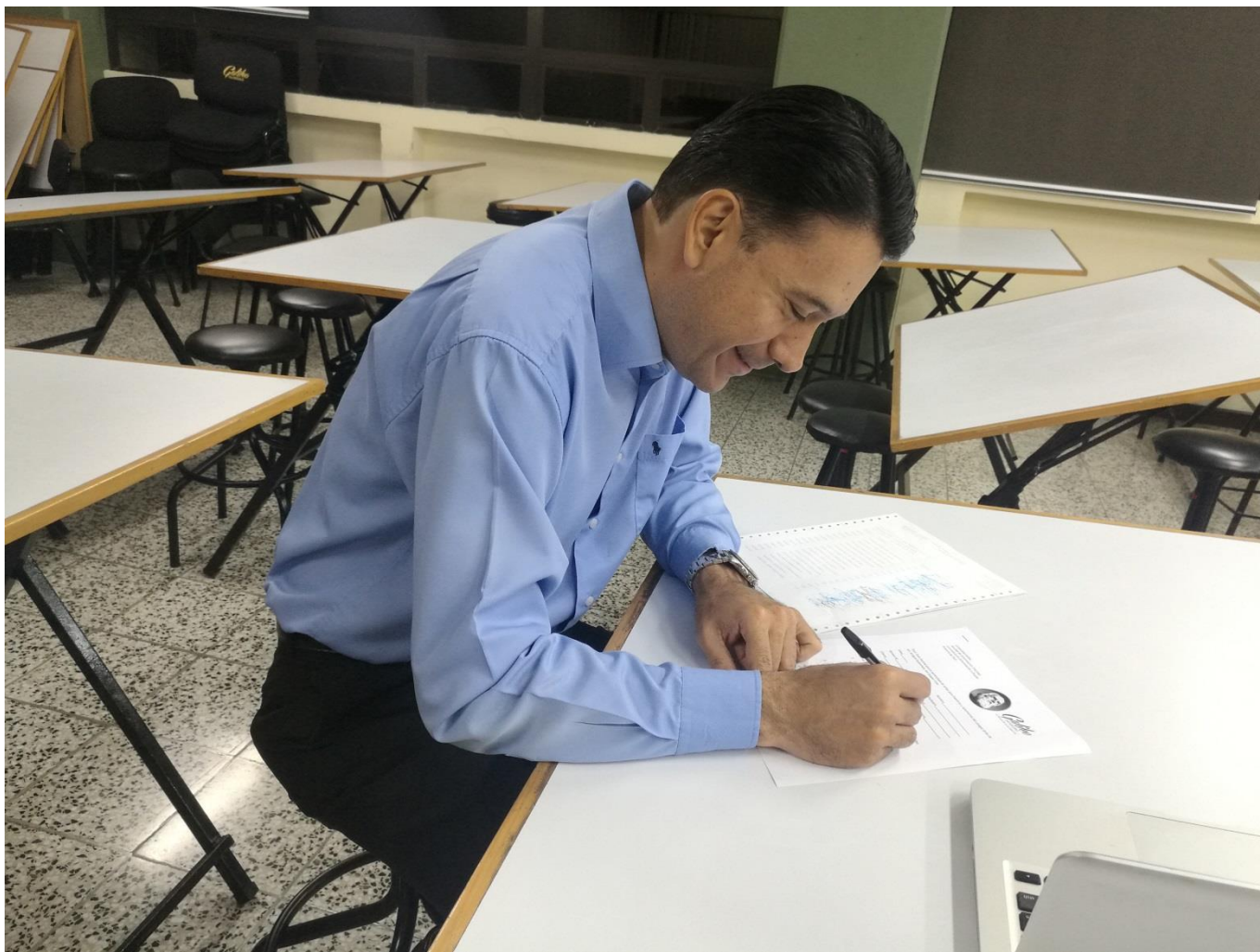


14.3 Proceso de validación con profesionales.

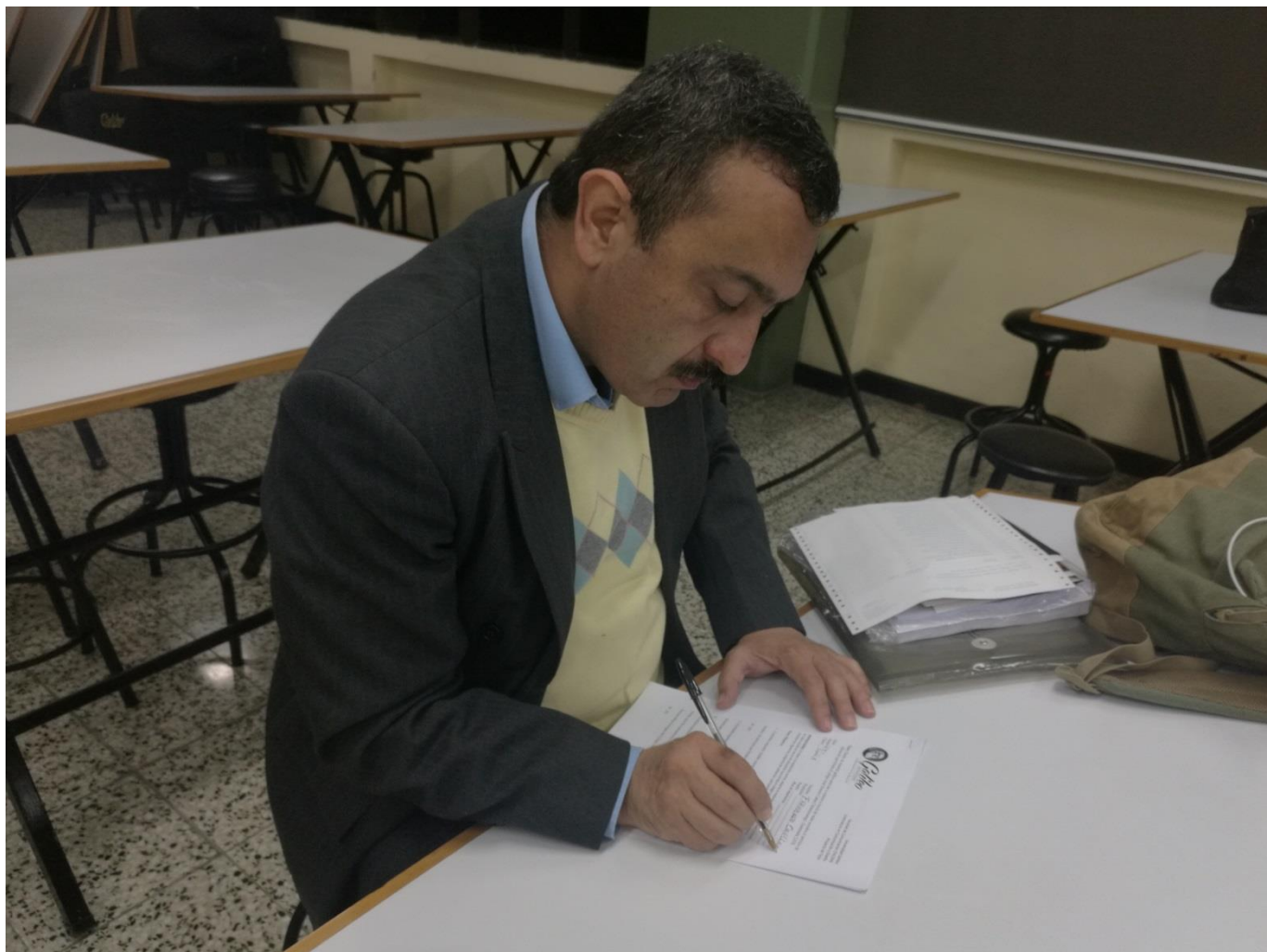
□ Lic. Joaquín Mendoza – Pedagogo



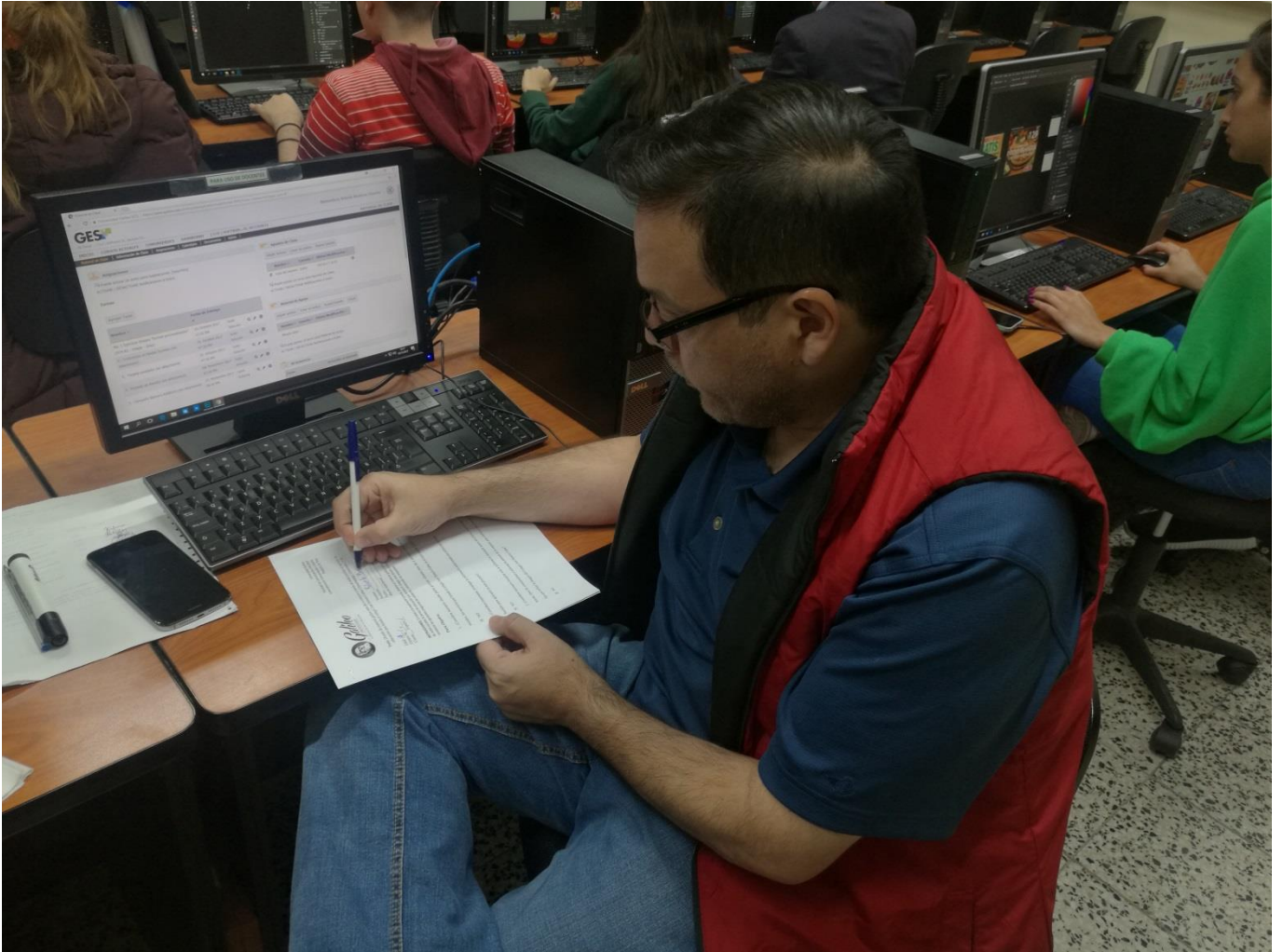
□ Lic. Mario Vásquez Alfaro – Administrador



□ Lic. Fernando Orellana – Docente Universitario



□ Lic. Rolando Barahona - Diseñador Gráfico



14.4. Fotografías tomadas al grupo objetivo:

