

Galileo
UNIVERSIDAD

La Revolución en la Educación

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Diseño de materiales digitales para promover en Facebook e Instagram, el curso de lengua de señas de Asociación de Sordos de Guatemala -ASORGUA- a clientes actuales y potenciales. Guatemala, Guatemala 2024.

PROYECTO DE GRADUACIÓN

Presentado a la Facultad de Ciencias de la comunicación, Guatemala, C.A.

ELABORADO POR:

Luis Angel Pérez García

Carné: 20004146

Para optar al título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción, enero 2024

Proyecto de graduación

Diseño de materiales digitales para promover en Facebook e Instagram, el curso de lengua de señas de Asociación de Sordos de Guatemala -ASORGUA- a clientes actuales y potenciales

Guatemala, Guatemala 2024

Luis Angel Pérez García

Universidad Galileo

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Autoridades

Dr. Eduardo Suger Cofiño

Rector

Dra. Mayra de Ramírez

Vicerrectora General

Lic. Jean Paul Suger Castillo

Vicerrector Administrativo

Lic. Jorge Retolaza

Secretario General

Lic. Leizer Kachler

Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Lic. Rualdo Anzueto, M.Sc.

Vicedecano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Guatemala 12 de abril de 2023

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 MATERIALES DIGITALES PARA PROMOVER EN FACEBOOK E INSTAGRAM, EL CURSO DE LENGUA DE SEÑAS DE ASOCIACIÓN DE SORDOS DE GUATEMALA -ASORGUA- A CLIENTES ACTUALES Y POTENCIALES**. Así mismo solicito que la Licda. Lissette Pérez Aguirre sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



Luis Angel Pérez García
20004146



Licda. Lissette Pérez Aguirre
Asesora



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 17 de mayo de 2023

Señor:
Luis Angel Pérez García
Presente

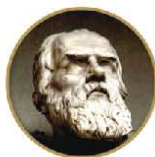
Estimado Señor Pérez:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE MATERIALES DIGITALES PARA PROMOVER EN FACEBOOK E INSTAGRAM, EL CURSO DE LENGUA DE SEÑAS DE ASOCIACIÓN DE SORDOS DE GUATEMALA -ASORGUA- A CLIENTES ACTUALES Y POTENCIALES.** Así mismo, se aprueba a la Licda. Lissette Pérez Aguirre, como asesora de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM

Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 29 de noviembre de 2023

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 MATERIALES DIGITALES PARA PROMOVER EN FACEBOOK E INSTAGRAM, EL CURSO DE LENGUA DE SEÑAS DE ASOCIACIÓN DE SORDOS DE GUATEMALA -ASORGUA- A CLIENTES ACTUALES Y POTENCIALES**. Presentado por el estudiante: Luis Angel Pérez García, con número de carné: 20004146, 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,

Licda. Lissette Pérez Aguirre
Asesora



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 25 de enero de 2024

Señor
Luis Angel Pérez García
Presente

Estimado Señor Pérez:

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, 13 de marzo de 2024.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

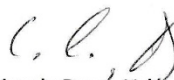
Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: **DISEÑO DE MATERIALES DIGITALES PARA PROMOVER EN FACEBOOK E INSTAGRAM, EL CURSO DE LENGUA DE SEÑAS DE ASOCIACIÓN DE SORDOS DE GUATEMALA – ASORGUA- A CLIENTES ACTUALES Y POTENCIALES**, del estudiante Luis Angel Pérez García, 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, 16 de abril de 2024

Señor:
Luis Angel Pérez García
Presente

Estimado Señor Pérez:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE MATERIALES DIGITALES PARA PROMOVER EN FACEBOOK E INSTAGRAM, EL CURSO DE LENGUA DE SEÑAS DE ASOCIACIÓN DE SORDOS DE GUATEMALA -ASORGUA- A CLIENTES ACTUALES Y POTENCIALES. GUATEMALA, GUATEMALA 2024.** Presentado por el estudiante: Luis Angel Pérez García, 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

Dedicatoria

Como primer plano y centro en mi vida, quiero agradecer a mis padres, Luis Arturo Pérez Puac y a Lilian Beatriz García López, por ser simplemente estar ahí, por criarme, educarme y apoyarme en cada etapa de mi vida. Son personas brillantes y admirables que me han dado el privilegio de heredar sus valores y principios.

Este proyecto tampoco existiría sin la alarmante necesidad de crear una Guatemala más accesible para personas con capacidades diferentes. La sordera es una condicionante en la vida de las personas, pero en un entorno social tan poco adaptado, se ven marginados por gran parte de la población. Este tema es significativo para mí, pues en mi día a día convivo con una persona sorda. Esta experiencia me ha permitido conocer su maravilloso ser que, a pesar de una condicionante física, no limita su capacidad para brillar y ser luz en la vida de las personas.

Me gusta pensar que este proyecto contribuirá a que una persona con esta condicionante pueda estar más cerca de vivir en una Guatemala más equitativa, más consiente de las capacidades diferentes. Quiero que otras personas puedan tener las oportunidades que me hubiera gustado que mis seres queridos tuvieran.

Este proyecto es una gran enseñanza de empatía, estoy orgulloso de no haberme rendido cuando el camino se puso difícil, ya que cada paso recorrido ayudó a construir la mejor versión de mí. Esta es una prueba de ello, es un reto de carácter, una forma de demostrarme que puedo conseguir lo que me proponga.

Finalmente, a mis padres que, aunque los mencioné al inicio de esta dedicatoria, una hoja no basta para describir el orgullo, el aprecio y la admiración que siento por ellos. Gracias.

Resumen

A través del acercamiento con la Asociación de Sordos de Guatemala -ASORGUA- se identificó que carece de materiales digitales para promover en Facebook e Instagram, el curso de lengua de señas a clientes actuales y potenciales.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo: Diseñar materiales digitales para promover en Facebook e Instagram, el curso de lengua de señas de Asociación de Sordos de Guatemala - ASORGUA- a clientes actuales y potenciales.

Se realizó una herramienta de validación para conocer la percepción del cliente, grupo objetivo conformado por hombres y mujeres jóvenes, de entre 20 a 35 años, comprendidos en los niveles socioeconómicos C1, C2 y C3, con mentalidad abierta, preocupación por los problemas sociales y activismo constante, los cuales están dispuestos a aprender lengua de señas y valoran el crecimiento personal y la inclusión social. Participan activamente en las redes sociales, compartiendo contenido y buscando ser agentes de cambio. Finalmente se validó con expertos en las áreas de comunicación y diseño.

Como resultado obtenido se logró diseñar materiales digitales para promover en Facebook e Instagram, el curso de lengua de señas de Asociación de Sordos de Guatemala - ASORGUA- a clientes actuales y potenciales. Se recomendó realizar un seguimiento periódico de la interacción de los usuarios con los materiales digitales en redes sociales, para evaluar la efectividad de la estrategia y realizar ajustes necesarios en función de los resultados obtenidos.

Para efectos legales únicamente el autor, LUIS ANGEL PÉREZ GARCÍA, es responsable del contenido de este proyecto, ya que es una investigación científica y puede ser motivo de consulta por estudiantes y profesionales.

Índice

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.....	5

Capítulo III: Objetivos de 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.....	12
5.2 Perfil demográfico.....	12
5.3 Perfil psicográfico.....	13
5.4 Perfil conductual.....	13

Capítulo VI: Marco teórico.

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio.....	14
--	----

6.2	Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño.....	18
6.3	Ciencias auxiliares, teorías y tendencias.....	22

Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar.

7.1	Aplicación de la Información obtenida en el Marco Teórico.....	36
7.2	Conceptualización.....	39
7.3	Bocetaje.....	43
7.4	Propuesta preliminar.....	63

Capítulo VIII: Validación técnica.

8.1	Población y muestreo.....	84
8.2	Método e Instrumentos.....	85
8.3	Resultados e Interpretación de resultados.....	86
8.4	Cambios en base a los resultados.....	93

Capítulo IX: Propuesta gráfica final.

9.1	Propuesta Gráfica Final.....	95
-----	------------------------------	----

Capítulo X: Producción, reproducción y distribución.

10.1	Plan de costos de elaboración.....	119
10.2	Plan de costos de producción.....	120
10.3	Plan de costos de reproducción.	120
10.4	Plan de costos de distribución.....	120
10.5	Margen de utilidad.....	120
10.5	Cuadro resumen.....	121

Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones.

11.1 Conclusiones.....122

11.2 Recomendaciones.....122

Capítulo XII: Conocimiento general.

12.1 Demostración de conocimientos.....124

Capítulo XIII: Referencias.

13.1 Bibliografía.....125

13.2 Referencias de Revistas.....126

13.3 Biblioweb.....126

13.4 Referencias de Trabajos Académicos.....130

13.5 Referencias de Decretos de Ley.....130

Capítulo XIV: Anexos.....131

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

Capítulo I: Introducción

La Asociación de Sordos de Guatemala –ASORGUA- es una organización no lucrativa, que se visualiza como organización representativa de las personas Sordas. Fue creada en el año 1994 por Mauricio Ernesto Méndez Jerez, su actividad principal es impartir cursos de lengua de señas a los guatemaltecos en general. Sin embargo, en la actualidad no cuenta con materiales digitales para promover en Facebook e Instagram, el curso de lengua de señas a clientes actuales y potenciales.

En un mundo digital, las redes sociales son un medio idóneo para hacer llegar un mensaje a un grupo masivo de personas, por tal motivo, se propuso resolver este problema comunicativo a través de la elaboración del siguiente proyecto: Diseñar materiales digitales para promover en Facebook e Instagram, el curso de lengua de señas de Asociación de Sordos de Guatemala - ASORGUA- a clientes actuales y potenciales. Guatemala, Guatemala 2024.

Para desarrollar este proyecto se recopilará información relacionada con la comunidad Sorda y la Asociación de Sordos de Guatemala, además se investigarán conceptos, términos y nuevas tendencias de materiales digitales a través de distintas fuentes bibliográficas que respaldarán la estrategia del proyecto.

Para crear el concepto creativo se usará el método de Brainstorming y asociaciones forzosas, de esta forma se llegará al concepto “Mientras aprendes, enSeñas”. Concepto que se desplegará en los materiales digitales y unificará al proyecto de comunicación.

Para el desarrollo gráfico se establecerán los elementos visuales característicos de -ASORGUA- y se incorporarán dentro de la propuesta. Se comenzará el proceso mediante el bocetaje de dos caminos gráficos. Al elegir uno de ellos se procederá a digitalizarlos.

Al presentar la propuesta preliminar, se procederá a la validación del proyecto mediante encuestas realizadas al grupo objetivo, al cliente y a un grupo de 5 expertos. La herramienta que se utilizará es la encuesta. Dentro de la encuesta se usará el método de la escala tipo Likert de cinco (5) variables para tener métricas más precisas sobre la percepción de los materiales gráficos. De esta última herramienta se obtendrán cambios importantes para mejorar el resultado, y dejar un producto de comunicación y diseño funcional para el grupo objetivo.

Como hallazgo principal, el 100% de los encuestados considera que es necesario el diseño de materiales digitales para promover en Facebook e Instagram, el curso de lengua de señas de Asociación de Sordos de Guatemala -ASORGUA- a clientes actuales y potenciales.

Se recopilará información relacionada con la lengua de señas que provea la asociación -ASORGUA-, a través del brief proporcionado por el cliente, para que puedan darse a conocer los puntos importantes en la comunicación dirigida a los guatemaltecos.

Se investigarán términos, conceptos y nuevas tendencias de materiales digitales a través de distintas fuentes bibliográficas que puedan respaldar la estrategia de comunicación en la promoción del curso de lengua de señas.

Se diagramarán materiales digitales a través de programas de diseño, para generar imágenes relevantes de valor para los clientes potenciales.

Se diseñarán materiales digitales para promover en Facebook e Instagram, el curso de lengua de señas de Asociación de Sordos de Guatemala -ASORGUA- a clientes actuales y potenciales, al hacerlo se espera que tenga una aceptación positiva por parte del grupo objetivo y sea efectiva en el incremento de inscripciones al curso de Lengua de Señas.

CAPÍTULO II

PROBLEMÁTICA

Capítulo II: Problemática

En conjunto con la Asociación de Sordos de Guatemala –ASORGUA-, se determinó que carece de materiales digitales para promover en Facebook e Instagram, el curso de lengua de señas a clientes actuales y potenciales.

2.1 Contexto

La Asociación de Sordos de Guatemala -ASORGUA- fue creada en el año 1994 por Mauricio Ernesto Méndez Jerez, y actualmente se dedica principalmente a impartir cursos de lengua de señas a los guatemaltecos en general.

La principal fuente de ingreso para la asociación son los cursos que sus agremiados enseñan, sin embargo, al ser una asociación sin fines de lucro no cuenta con los recursos económicos necesarios para invertir en el desarrollo de piezas digitales que permitan promover el curso de lengua de señas en redes sociales. Lo anterior limita la oportunidad de trabajo que tienen las personas sordomudas dentro de la asociación debido a una mal administración de sus canales de comunicación.

Actualmente se tiene poca presencia en Facebook, sin embargo, la página cuenta con una base de 15 mil seguidores. Por otro lado, la cuenta de Instagram tiene una base de 1090 seguidores, por lo tanto, se identificó la necesidad de crear materiales digitales para promover a través de Facebook e Instagram, el curso de lengua de señas a clientes actuales y potenciales.

2.2 Requerimientos de Comunicación y Diseño

La Asociación de Sordos de Guatemala -ASORGUA- carece de materiales digitales para promover en Facebook e Instagram, el curso de lengua de señas a clientes actuales y potenciales.

2.3 Justificación

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. La magnitud de este proyecto alcanza a 294 colaboradores de la Asociación de Sordos de Guatemala -ASORGUA-, graficándose de la siguiente manera.

En la República de Guatemala habitan 18,092,026 millones de personas. Entre ellas se estima que el 10% (más de 1,800,000 millones de personas) tiene alguna discapacidad, de las cuales 250,000 tienen un grado de discapacidad auditiva. ASORGUA beneficia a 294 colaboradores con sus cursos de lengua de señas.



Representación gráfica de la magnitud del proyecto de graduación realizado por el Profesional de Comunicación y Diseño, Luis Angel Pérez García.

2.3.2. Vulnerabilidad. La falta de materiales digitales para promover el curso de lengua de señas limitará el alcance a nuevos clientes potenciales, perjudicando la cantidad de inscripciones al curso y, por lo tanto, reduce la cantidad de personas sordas beneficiadas económicamente, gracias a los cursos impartidos por miembros de la organización.

2.3.3. Trascendencia. Al contar con materiales digitales para promover el curso de lengua de señas, se disminuirá la falta de conocimiento de la existencia de cursos de lengua de señas, que pueden ser encontradas en sus publicaciones de Facebook e Instagram, llegando a clientes actuales y potenciales para incrementar las inscripciones al curso y asegurar el empleo e ingreso para los beneficiarios de -ASORGUA-.

2.3.4. Factibilidad. El proyecto del diseño de materiales digitales para promover en Facebook e Instagram, el curso de lengua de señas de Asociación de Sordos de Guatemala -ASORGUA- a clientes actuales y potenciales sí es factible, ya que cuenta con los recursos necesarios para llevarse a cabo.

2.3.4.1 Recursos Humanos. La Asociación de Sordos de Guatemala -ASORGUA- cuenta con el capital humano adecuado que tiene la capacidad para impartir el curso de lengua de señas a clientes actuales y potenciales dentro de la organización.

2.3.4.2 Recursos Organizacionales. Los ejecutivos de la Asociación de Sordos de Guatemala -ASORGUA- autorizan al personal para que esté en disposición de brindar toda la información necesaria para llevar a cabo este proyecto.

2.3.4.3 Recursos Económicos. La organización actualmente no cuenta con presupuesto para el desarrollo de los materiales digitales para promover el curso de lengua de señas. El profesional de Ciencias de la Comunicación y Diseño Luis Angel Pérez García, donará la cantidad de Q4,208.40 para la ejecución e implementación de este proyecto.

2.3.4.4 Recursos Tecnológicos. La Asociación de Sordos de Guatemala -ASORGUA- no cuenta con el equipo indispensable para ejecutar este proyecto. Por su parte, el comunicador-diseñador cuenta con las competencias profesionales y el siguiente equipo para llevar a cabo el proyecto:

- Computadora MSI de escritorio, con procesador Intel(R) Core(TM) i9-10900KF CPU @ 3.70GHz, 32.0 GB de RAM y una tarjeta gráfica NVIDIA RTX 3060.
- Dos monitores especializados para el diseño gráfico de la marca BenQ y Alienware para visualizar la edición de archivos multimedia.
- Licencia activa de Adobe Creative Cloud con los programas oficiales.
- Licencia comercial para el uso de recursos gráficos y de video en Envato Elements.
- Licencia comercial para el uso de recursos gráficos y de video en Freepik Premium.
- Licencia comercial para el uso de imágenes generadas por inteligencia artificial en Midjourney.
- Cámara Nikon réflex digital de 24.2 MP, con lentes 18-55mm y 70-300mm.
- Acceso a internet de alta velocidad para mantener una comunicación fluida con la organización, al estar conformada por personas sordas es importante tener estabilidad de red para mantener videollamadas con grupos grandes de personas.
- Energía eléctrica estable, además de un UPS para respaldar los equipos electrónicos en todo momento.

CAPÍTULO III

OBJETIVOS DEL DISEÑO

Capítulo III: Objetivos del diseño

3.1 Objetivo general

Diseñar materiales digitales para promover en Facebook e Instagram, el curso de lengua de señas de Asociación de Sordos de Guatemala -ASORGUA- a clientes actuales y potenciales.

3.1 Objetivos específicos

3.2.1 Recopilar información relacionada con la lengua de señas que provea la asociación –ASORGUA-, a través del brief proporcionado por el cliente, para que puedan darse a conocer los puntos importantes en la comunicación dirigida a los guatemaltecos.

3.2.2 Investigar términos, conceptos y nuevas tendencias de materiales digitales a través de distintas fuentes bibliográficas que puedan respaldar la estrategia de comunicación en la promoción del curso de lengua de señas.

3.2.3 Diagramar materiales digitales a través de programas de diseño, para generar imágenes relevantes de valor para los clientes potenciales.

CAPÍTULO IV
MARCO DE REFERENCIA

Capítulo IV: Marco de referencia

4.1 Información general del cliente

- Asociación de Sordos de Guatemala -ASORGUA-.
- 2a. Calle "A" 10-44 zona 10, Guatemala.
- Contacto de la asociación: (502) 2332-2720
- Correo electrónico: asorgua@gmail.com

La Asociación de Sordos de Guatemala -ASORGUA- es una organización, no lucrativa y no gubernamental, afiliada a la Federación Mundial de Sordos (FMS), que se visualiza como una organización representativa de las personas con discapacidad auditiva y que se apoya y solidariza con sus agremiados bajo el respeto y ayuda mutua.

A partir del año 1968, efectuaban sus primeras reuniones en el Parque Central de la Ciudad de Guatemala. Cuatro años después, en 1972, se inició el “Club de Sordos” en la zona 1 de la ciudad capital, pero es hasta 1994 que oficialmente se funda la Asociación de Sordos de Guatemala.

Promueve, divulga y vela por la correcta aplicación de los Derechos de las personas sordas, así como la cultura de la persona sorda, para insertarse en distintos ámbitos, culturales, sociales y económicos

-ASORGUA- trabaja para más de 250,000 personas, buscando los medios idóneos para la correcta comunicación entre personas Sordas y oyentes; auxiliándose ellos de la Lengua de Señas -LENSEGUA-.

A partir de la aprobación del Decreto Número 3-2020, Ley que reconoce y aprueba la lengua de señas de Guatemala -LENSEGUA-, la asociación se ha enfocado en impartir el curso de

Lengua de Señas con personas cuya lengua materna es la Lengua de Señas, convirtiéndose en su principal ingreso económico a lo largo de 10 meses (periodo de duración del curso).

4.2 Promesa

Somos una institución que impulsa acciones para las personas Sordas, con el propósito de trabajar en programas y proyectos en áreas de educación, salud, situación laboral y recreación, para el beneficio de este sector de la población, generando así su inclusión social.

4.3 Compromiso

Ser una organización representativa de las personas Sordas a nivel nacional, facilitadora de procesos para el apoyo mutuo y solidaridad que permita el logro de una vida plena las personas Sordas.

4.4 Competencia

Dentro de la categoría en la que se encuentra la Asociación de Sordos de Guatemala -ASORGUA- existe una asociación principal que participa en actividades afines:

Benemérito Comité Pro-Ciegos y Sordos de Guatemala:

- Dirección: 9 Calle 3-07, Zona 1, Guatemala
- Sitio web: <https://prociegossordos.org.gt/>
- Redes sociales: www.facebook.com/ProCiegosySordos/
- Teléfono: 2382-1800
- Perfil General: Brinda servicios educativos y de rehabilitación a niños, adolescentes, adultos y adultos mayores. Cuenta con cinco centros educativos para personas con discapacidad auditiva, un centro educativo para personas con discapacidad visual, tres centros regionales que atienden a personas con discapacidad visual y auditiva, dos Centros de Rehabilitación y 36 programas de apoyo técnico y tecnológico.

- Áreas de cobertura: Quetzaltenango, Zacapa, Retalhuleu y Ciudad Capital.
- Pilares de trabajo: División médica, conformada por ocho centros hospitalarios.

Dirección educacional, con cinco centros educativos para personas con discapacidad auditiva. División Lotería Santa Lucía, venta de billetes de la Lotería Santa Lucía, siendo esta la base económica para el funcionamiento de los diferentes programas y servicios.

4.5 Organigrama



Organigrama de Asociación de Sordos de Guatemala -ASORGUA- realizado por el Profesional de Comunicación y Diseño, Luis Angel Pérez García.

4.6 FODA



Asociación de Sordos de Guatemala

ANÁLISIS FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">Experiencia y conocimiento en la enseñanza de lengua de señas, con instructores Sordos, quienes transmiten su lengua natural de comunicación.Miembro Ordinario de RIADIS (Red Latinoamericana de Organizaciones de Personas con Discapacidad) y del CONADI (Consejo Nacional para la Atención de las Personas con Discapacidad), otorgando visibilidad y prestigio a -ASORGUA-.Comunidad de seguidores en redes sociales (15 mil seguidores en Facebook).El 99.9% de la planilla son personas sordas, lo que representa un gran diferenciador frente a la competencia, la cual cuenta solo con un 20%.	<ul style="list-style-type: none">Crear conciencia sobre la inclusión y la diversidad en Guatemala.Desarrollar contenido digital innovador, al ser una temática poco explorada, tiene el potencial de impactar al grupo objetivo y tener mayor alcance.Generar alianzas estratégicas con otras organizaciones para promover conjuntamente la inclusión de las personas sordas y difundir los cursos de lengua de señas con instructores Sordos.Sensibilizar y educar a las empresas sobre la importancia de la inclusión de las personas sordas en el entorno laboral.	<ul style="list-style-type: none">Poca presencia en redes sociales, a pesar de tener una comunidad de seguidores en Facebook, la presencia y la actividad en redes sociales son limitadas.Recursos económicos limitados, invertir en el desarrollo de materiales digitales y promoción en redes sociales es muy difícil por presupuesto.La dependencia de los bajos ingresos obtenidos por el curso de lenguas puede ser una limitante para el crecimiento de -ASORGUA-.No hay personal especializado para el manejo del marketing digital.	<ul style="list-style-type: none">Competencia de otras instituciones o programas de lengua de señas.Cambios en las políticas y regulaciones gubernamentales, pudiendo afectar los recursos para organizaciones sin fines de lucro como -ASORGUA-.Falta de conciencia y comprensión sobre las necesidades de las personas sordas, lo cual podría ser una limitante en el contexto cultural guatemalteco.Estigmas y barreras sociales que afectan la demanda de los cursos de lengua de señas, por la percepción de algunas personas debido a la falta de aceptación y comprensión.

Análisis FODA de Asociación de Sordos de Guatemala -ASORGUA- realizado por el Profesional de Comunicación y Diseño, Luis Angel Pérez García.

CAPÍTULO V

DEFINICIÓN DEL GRUPO OBJETIVO

Capítulo V: Definición del grupo objetivo

El proyecto está dirigido a un grupo objetivo comprendido por hombres y mujeres jóvenes, de entre 20 a 35 años, comprendidos en los niveles socioeconómicos C1, C2 y C3, con mentalidad abierta, preocupación por los problemas sociales y activismo constante. Están dispuestos a aprender lengua de señas y valoran el crecimiento personal y la inclusión social. Participan activamente en las redes sociales al compartir contenido y buscar ser agentes de cambio.

5.1 Perfil geográfico

El grupo objetivo reside en zonas urbanas de la Ciudad de Guatemala, según el nivel socioeconómico C1, C2 y C3 pueden encontrarse en las siguientes zonas: 10, 14, 15, 16, 11, 7, 6, 12, 5, 18, 21. Trabajan como ejecutivos medios, comerciantes o vendedores, además transitan en áreas urbanas tanto peatonales como automovilísticas. En el caso de interés de esta investigación, se entretienen en las redes sociales consumiendo contenido digital en las plataformas de Facebook e Instagram.

5.2 Perfil demográfico

El grupo objetivo está conformado por hombres y mujeres que oscilan entre 20 a 35 años, comprendidos en los niveles socioeconómicos: C1, C2 y C3 *Multivex* (2018).

El estudio de niveles socioeconómicos estima que la clase C1 tiene ingresos mensuales por encima de Q25,600, son ejecutivos medios, comerciantes o vendedores, con hijos menores en colegios privados, posee educación superior, licenciatura y un post grado en extranjero con beca. Revela el mismo estudio que el nivel socioeconómico C2 posee ingresos mensuales iguales a Q17,500, contando con educación superior y licenciatura, con hijos menores en colegios

privados, ejecutivos, comerciantes, vendedores o dependientes, contando con un teléfono celular e internet. Indica el mismo estudio que el nivel socio económico C3 tiene ingresos equivalentes a Q11,900 mensuales, con licenciatura, comerciantes, vendedores o dependientes, poseedores de un teléfono celular e internet, *Multivex* (2015).

5.3 Perfil psicográfico

Se caracterizan por su mentalidad abierta, su preocupación por los problemas sociales y su activismo constante por causas que promuevan el desarrollo de la sociedad, acostumbran a formar parte de colectivos.

Tienen interés por aprender, suelen ser ávidos aprendices y valoran el crecimiento personal y profesional. Están dispuestos a asumir el desafío de aprender una nueva lengua y reconocen los beneficios tanto a nivel personal como a nivel social.

Se perciben a sí mismos como los únicos responsables de generar un cambio de paradigmas en la sociedad, permitiendo que más gente pueda tener igualdad de oportunidades. Pueden sentir empatía hacia las personas Sordas y desean contribuir a su inclusión social.

5.4 Perfil conductual

El grupo objetivo se comporta activamente en las redes sociales Facebook e Instagram, participa en grupos que promuevan la inclusión social por las causas correctas, comparten contenido que aporte a la sociedad y buscan ser parte del cambio.

Poseen una actitud abierta hacia la diversidad y disposición para aprender, por lo que buscan constantemente invertir en ellos mismos y su desarrollo, lo que genera interés en los retos y en desarrollar habilidades como la interpretación de lengua de señas.

CAPÍTULO VI

MARCO TEÓRICO

Capítulo VI: Marco teórico

Para la creación de materiales digitales para promover los cursos de lengua de señas de la Asociación de Sordos de Guatemala -ASORGUA-, es imprescindible adquirir conocimientos generales acerca del lenguaje de señas y comunicación digital, de esta forma tendremos una base sólida sobre la cual basar los cimientos del proyecto.

A continuación, se presentan algunos conceptos respaldados y fundamentados en el marco teórico del proyecto. Estos conceptos contribuyen a alcanzar los objetivos establecidos.

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio

6.1.1 Asociación. Las asociaciones podrían comprenderse como la unión tanto personas físicas como jurídicas persiguiendo un objetivo en común. Según el Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados (ACNUR, 2018) es una agrupación de personas que desarrollan actividades colectivas de forma estable, democrática y sin ánimo de lucro.

Según ACNUR (2018) pueden segmentarse según la magnitud de los beneficiarios en dos tipos: Por su finalidad y por el ámbito de actuación.

6.1.1.1 Asociaciones por su finalidad. Este tipo de asociaciones pueden segmentarse dependiendo de su magnitud. Si las actividades realizadas en la organización benefician únicamente a los miembros de la asociación, podría considerarse como una asociación con fines particulares. El caso es diferente cuando se trata de actividades que además favorecen a personas fuera de la asociación, en este caso estamos frente a asociaciones con fines generales.

6.1.1.2 Asociaciones por su ámbito de actuación. Este tipo de organizaciones suele determinarse por el tipo de ámbito para el que desarrollan las actividades. Pueden estar destinadas a la infancia, a los integrantes de una vecindad, enfocarse en la educación,

pueden estar relacionadas con defender los derechos relacionados con el trabajo, también pueden ser Organizaciones No Gubernamentales destinadas a cooperar para el desarrollo y la sensibilización de determinados problemas que afecten a colectivos y su interacción con la sociedad.

6.1.2 Sordera. La sordera podría definirse como una discapacidad auditiva de grado severo a profundo, según la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2018) se habla de pérdida de audición con grado de discapacidad cuando se pierden más de 35 decibelios (dB) en el oído que funciona mejor. Estima también que el 80% de la población que padece este tipo de problema vive en países en vías de desarrollo, con ingresos bajos y medianos.

Se sabe que más del 5% de la población mundial padece de pérdida de audición que limita las capacidades de quienes la padecen y requieren rehabilitación. La pérdida de audición puede ser leve, moderada, grave o profunda. Tiene la capacidad de afectar ambos oídos o en algunos casos solo uno de ellos.

En cuanto a las medidas disponibles para rehabilitar a personas con pérdida de audición según la OMS (2018), existen alternativas como el uso de tecnologías para amplificar el sonido, ya sean audífonos, implantes o el desarrollo de tecnologías para aumentar la capacidad auditiva de la persona. Además, existen alternativas como el uso de lengua de señas, la practicidad de la lectura de labios y la comunicación por signos.

6.1.3 Personas Sordas. Según la OMS (1018) las personas Sordas son las que suelen padecer pérdida de audición profunda, lo que significa que su capacidad de audición es nula o muy escasa, por lo que en estos casos la alternativa para comunicarse está en el lenguaje de signos.

6.1.4 LENSEGUA (Lengua de señas de Guatemala). Según el Congreso de la República de Guatemala (2020) en su Decreto 3-2020, la Lengua de Señas de Guatemala [LENSEGUA] fue reconocida y aprobada oficialmente como medio de comunicación para las personas Sordas en la república de Guatemala. Citando el artículo 4 y 5 del Decreto 3-2020, [LENSEGUA] “se establece como el medio de comunicación compuesto por el conjunto de gestos, formas, mímicas manuales y movimientos corporales característicos con gramática propia de las personas sordas”, además se declara el veintitrés de septiembre de cada año como el día de la Lengua de Señas de Guatemala en todo el territorio.

6.1.5 Educación. Según Dewey (1917), en un inicio la educación se basaba en transferir conocimiento de una generación a otra, no existían materiales ni instituciones encargadas de la formación del individuo y su integración con la sociedad. El individuo se formaba observando y actuando como los demás en sociedad.

A medida que la civilización avanza, también crecen las capacidades entre la gente joven y los adultos. Gracias a esto la capacidad de un individuo para ejercer un rol en la sociedad como adulto se basa en adiestrarse previamente. La forma en la que se lleva a cabo es mediante la educación, en este caso se conforman entidades especializadas con el fin de adiestrar a los jóvenes -las escuelas- y se crea material profundo para que sea impartido -los estudios-. La tarea de enseñar se delega a personas especializadas en la enseñanza.

6.1.6 Inclusión social. Es un concepto que busca la equidad, según Olvera García (2018) comprendiendo que en la sociedad existen paradigmas resultado de las exigencias de la sociedad, la inclusión social busca crear condiciones para que las personas con

disimilitudes puedan integrarse de forma positiva a la sociedad, no solo conservando su derecho a formar parte de un grupo y de estar, sino trascendiendo y dando lugar a la igualdad para participar activamente y desarrollarse en la sociedad.

6.1.7 Intérprete de lengua de señas. Un intérprete de lengua de señas es el profesional reconocido y competente con conocimiento amplio en la lengua de señas y en el sistema oral de su entorno, el Congreso de la República de Guatemala (2020) en el Decreto 3-2020 artículo 2 lo define como la persona que es capaz de traducir mensajes de una lengua a otra, facilitando el proceso de comunicación entre personas usuarias de la lengua de señas y personas oyentes.

6.1.8 Trabajo social. El trabajo social es una profesión que se basa en actividades que ayudan al fortalecimiento de los grupos sociales, contribuyendo al bienestar de las personas. Según Alayon (1987) el servicio social se basa en el reconocimiento del ser humano y sus capacidades de desarrollo, se trata de alinear conocimientos científicos para conseguir un sistema de relaciones que permita a comunidades, grupos e individuos satisfacer sus necesidades e interactuar con la sociedad.

6.1.9 Comunidad Sorda. El Congreso de la República de Guatemala (2020) en el Decreto 3-2020 artículo 2 la define como el conjunto de personas que poseen, reconocen u utilizan una lengua de señas, ya sea en contextos geográficos, sociales o culturales.

Según Paz C. y Salamanca Salucci (2009), la Comunidad Sorda está conformada principalmente por Sordos que se identifican con su cultura, sin embargo, también participan personas oyentes que tienen familiares con pérdida de audición profunda o personas que se han relacionado con Sordos por mucho tiempo.

6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño

6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación.

6.2.1.1 Concepto de comunicación. Linares, M. J. P., & Varó, E. A. (1997) definen a la comunicación como el “proceso mediante el que un mensaje emitido por un individuo, llamado emisor, es comprendido por otro llamado receptor o destinatario, que es la persona o entidad a quien va dirigido el mensaje, gracias a la existencia de un código común”. Por lo tanto, se dice que la comunicación en sí misma es un proceso en el que dos individuos que interactúan entre sí, enviándose mensajes codificados en ambas vías para concluir el proceso. En el proceso se reinterpreta al emisor y receptor, convirtiéndoles en codificador y decodificador.

6.2.1.2 Comunicación no verbal. Según Davis (2012) la comunicación no verbal ha sido relevante en las personas a lo largo de la historia, pintores y escultores siempre tuvieron la capacidad de transmitir mensajes por medio de la pose o gesto de sus obras.

Davis está de acuerdo con la idea de que el ser humano es capaz de comunicarse a través de la posición de la cabeza, los ojos, el tacto, el oído, la postura y el olfato. Lo que sugiere que la civilización humana en sus inicios basó sus interacciones en la comunicación no verbal. Por lo tanto, la comunicación no verbal es aquella que transmite mensajes con la ausencia de signos lingüísticos como palabras o lenguaje, mediante el uso corporal y visual, desempeñando un rol crucial en la interacción humana.

6.2.1.3 Comunicación visual. Es un proceso en el que se transmiten significados de forma clara y concisa a través de elementos visuales como imágenes, gráficos y diseños. Lifeder (2020) destaca su relevancia en nuestra sociedad debido a que el sentido que

predomina es la vista, siendo la vía principal por la que las personas interactúan con el entorno.

6.2.1.4 Comunicación digital. Según Gitnux (2023) cuando se habla de comunicación digital se refiere al “intercambio de información a través de canales digitales”. En este tipo de comunicación el emisor y el receptor transfieren datos a través de un punto a otro punto en cualquier parte del mundo. La comunicación digital ha revolucionado la forma en la que interactúan las personas en la cotidianidad, dando lugar a una nueva era digital.

6.2.1.5 Redes Sociales. El término redes sociales se refiere a los medios de comunicación basados en entornos digitales entre dispositivos (teléfonos inteligentes, laptops, computadoras o tablets) para dar lugar al intercambio de imágenes, textos, contenidos audiovisuales y audios entre usuarios del mundo.

Según Lifeder. (2022) se trata de redes, pues se encargan de hacer que las personas conecten entre sí, sin importar la distancia física, fronteras territoriales, cultura o algún aspecto físico que impida la comunicación entre una o más personas. Además son consideradas sociales ya que la finalidad de su existencia es la de facilitar el intercambio de todo tipo de contenidos entre personas o grupos de personas, convirtiendo en un proceso natural el intercambio de ideas y opiniones.

Alrededor de cuatro mil cuatrocientos ochenta millones de personas usan las redes sociales, lo que equivale aproximadamente al 56.8% de la población mundial. Lo que representa un gran impacto en la forma en la que interactúan las personas en la época moderna. Entre las redes sociales más famosas se destacan: Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, LinkedIn, WhatsApp, YouTube, Spotify, Telegram, Snapchat o Pinterest entre muchas más (Lifeder, 2022).

6.2.1.6 Signos. El Editorial Etecé (2022) lo define como “entidades o fenómenos con los que podemos representar y/o sustituir a un referente específico”, en otras palabras, es aquello que se puede utilizar para referirse a un objeto sin que esté presente físicamente. Continúa el Editorial Etecé (2022) con su definición del signo como una “entidad mental que consiste en la unión de dos partes, un significado y un significante”, gracias a esta característica los signos pueden categorizarse dependiendo de donde provenga el significante, de origen natural o por la intervención humana, clasificándolos en tres tipos: Indicios o indicadores, Íconos y Símbolos.

6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño.

6.2.1.1 Diseño. Hay múltiples conceptos que ayudan a definir al diseño, según Frías-Peña, J. (2005) en su tesis doctoral define al diseño como “un proceso creativo proyectual, que nos permite innovar para mejorar la calidad de vida del ser humano”. Por lo tanto, se puede decir que el diseño en sí mismo es un proceso, que permite solucionar problemas de forma simple y clara, siendo capaz de impactar positivamente a las personas.

6.2.1.2 Composición visual. Al crear una imagen se busca generar impacto en los observadores, llamar su atención y provocar en ellos sensaciones y emociones. Adobe Latinoamérica (2023) define a la composición visual como “elementos organizados de una manera específica que, al unirlos, forman una imagen y producen un efecto”. Podría decirse que los elementos posicionados en puntos determinados crean una composición, creando la unidad en la imagen.

La composición visual puede contribuir a mejorar el proceso de transmitir mensajes mediante la imagen, por ello, existen normas visuales que aportan a la

construcción de imágenes con objetivos de comunicación específicos, en su blog, Adobe (2023) recopila normas que aportan a este proceso:

6.2.1.2.1 Ritmo visual. Busca la armonía, creando secuencias o repeticiones de elementos visuales, se puede entender como: Ritmo continuo o discontinuo o bien como ritmo creciente y decreciente.

6.2.1.2.2 Jerarquía visual. Ayuda a transmitir información de forma clara, asignando roles de prioridad en la composición a los elementos gráficos por medio de estas variantes: Tamaño, color, alineaciones, repeticiones, proximidad, espacio, texturas y contrastes.

6.2.1.2.3 Yuxtaposiciones. Se puede entender como la asociación entre dos términos, se refiere al vínculo que se crea entre varios objetos si que interfieran entre sí.

6.2.1.2.4 Proporción visual. Se construye en relación con el tamaño, proporción y división de elementos gráficos dentro de un diseño generando unidad.

6.2.1.2.5 Balance visual. Se puede clasificar el balance de una imagen como: Balance simétrico, asimétrico y radial.

6.2.1.3 Paleta de colores. Son un grupo selecto de colores utilizados en una obra, pieza gráfica, diseño, decoración y cualquier objeto fabricado por los seres humanos. Pueden componerse de todos los tonos cromáticos, o bien, seleccionar solo algunos que a su vez generen armonía en una composición visual (Ad, R,2021).

6.2.1.4 Boceto. Según Pérez Porto, J., Merino, M. (2009) “es una ilustración esquemática, que carece de detalles y, en la mayoría de los casos, no posee terminaciones”, es por esta razón que generalmente se hace sobre cualquier papel y generalmente con lápiz. Se entiende como la forma en la que se plasman ideas de forma rápida sobre un lienzo en

blanco, tiene mucha utilidad para los diseñadores gráficos, artistas, arquitectos y a cualquier persona que requiera plasmar ideas principales sobre un papel.

6.2.1.5 Maquetación. Esposito, C. (2019) la define como “la organización y disposición de objetos y elementos en un determinado espacio”, los elementos que componen la maquetación en un diseño gráfico son usualmente texto e imágenes. Por lo tanto, la maquetación es la forma en que se ordenan los elementos gráficos dentro de una composición visual respetando el balance, equilibrio, proporción y jerarquías en su estructura.

6.2.1.6 Narrativas transmedia. Scolari, C. A. (2013) define a la narrativa transmedia como “una particular forma narrativa que se expande a través de diferentes sistemas de significación (verbal, icónico, audiovisual, interactivo, etc.) y medios (cine, cómic, televisión, videojuegos, etc.)”. Por lo tanto, en la actualidad el contenido transmedia ha migrado a dispositivos digitales, la posibilidad de replicar un contenido de comunicación en varias plataformas físicas o digitales permiten que las marcas puedan promover un mensaje en múltiples medios a la vez, creando un ecosistema de comunicación.

6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias

6.3.1 Ciencias auxiliares.

6.3.1.1 Semiología. Es la ciencia que estudia los sistemas de signos, tales como: lengua, códigos, señalizaciones, etc. Por lo tanto, se encarga del estudio de los signos que expresan ideas en un contexto social (Guiraud, P, 1979).

6.3.1.2 Sociología. La sociología es el estudio científico de la sociedad, abordando grupos sociales, instituciones, cambios y conflictos mediante una metodología propia de las ciencias sociales. Busca comprender y explicar el cambio social, siendo también un

proyecto político y moral de impulsar la modernización Antonio, D. M. J., & María, R. R. R. (2018).

6.3.1.3 Psicología. Se refiere a la disciplina que investiga procesos mentales en personas y animales en diversas dimensiones: cognitiva, afectiva y conductual. Afirma Pérez Porto, J., Gardey, A. (2008) que “la psicología moderna se ha encargado de recopilar hechos sobre conductas y las experiencias de los seres vivos”, gracias a esto es posible organizarlos de forma sistemática para su comprensión, permitiendo explicar su comportamiento y predecir sus acciones futuras.

Según Pérez Porto, J., Gardey, A. (2008) la psicología se divide en dos grandes ramas para el estudio de la psicología en la actualidad: la que entiende a la disciplina como una ciencia básica o experimental, y otra que busca comprender el fenómeno psicológico mediante metodologías cualitativas que ayuden a comprender procesos. Existen muchas corrientes psicológicas, sin embargo, la escuela de psicología más conocida es la cognitiva, aquella encargada de estudiar el acto del conocimiento, comprendiendo la forma en la que se organiza, percibe y comprende la información recibida a través de los sentidos de un individuo, para luego estudiar funciones como la percepción, la memoria y el lenguaje.

6.3.1.4 Psicología del color. Assael, D. (2022) define a la psicología del color como el estudio del color y sus efectos en el comportamiento humano, “siendo esta una rama del campo más amplio de la psicología del comportamiento”. Esta ciencia se basa en el argumento de que las personas sienten el color y que, por lo tanto, tiene un grado de influencia sobre el estado de ánimo y mental de cada individuo.

Reflexiona Heller, E. (2004) acerca de la importancia de la psicología del color en las personas que trabajan con colores (diseñadores gráficos, artistas, terapeutas, arquitectos, diseñadores de productos industriales y derivados), agrega que “deben saber qué efecto producen los colores en los demás”. Por lo tanto, independientemente del rubro de trabajo en el que se desarrolle cada profesional, el efecto derivado de los colores implementados es universal. Además, plantea que se conocen más sentimientos que colores, lo que provoca que cada color pueda evocar distintas emociones, aun cuando estas son contradictorias.

6.3.1.4.1 Cómo el contexto determina el efecto. Heller (2004) afirma que “ningún color carece de significado. El efecto de cada color está determinado por su contexto, es decir, por la conexión de significados en la cual percibimos el color”, por ejemplo: el color de la vestimenta de una persona se valora diferente al de una habitación, se aprecia diferente en un vehículo y se percibe distinto en la comida.

6.3.1.4.2 ¿Qué es un acorde cromático? Heller (2004) lo define como la composición de aquellos colores frecuentemente asociados a un efecto en concreto.

6.3.1.5 Antropología. Tal como lo define Martínez, E. (2023) la antropología es una ciencia social dedicada a estudiar los aspectos de la naturaleza humana. “Es la ciencia que coloca en el centro de sus investigaciones al ser humano”.

Entre los temas que analiza se encuentran la diversidad étnica, la diversidad cultural, las prácticas sociales, las creencias y los procesos de cambio.

Los estudios antropológicos revelan la amplia gama de culturas que han existido a lo largo de la historia, lo cual ha contribuido a fomentar el respeto y la tolerancia hacia perspectivas y tradiciones diferentes (Martínez, 2023).

6.3.1.6 Marketing. En el libro Fundamentos de Marketing, Kotler, P., & Armstrong, G. (2013) lo definen como “el proceso mediante el cual las empresas crean valor para sus clientes y generan fuertes relaciones con ellos para, en reciprocidad, captar el valor de sus clientes”. Actualmente el marketing ha abandonado la idea de ser simplemente ser el promotor de la compra y venta de un producto o servicio, el marketing actual ha trascendido a un sentido más profundo, Kotler, P., & Armstrong, G. (2013) lo describen también como el “sentido de satisfacer las necesidades de los clientes”.

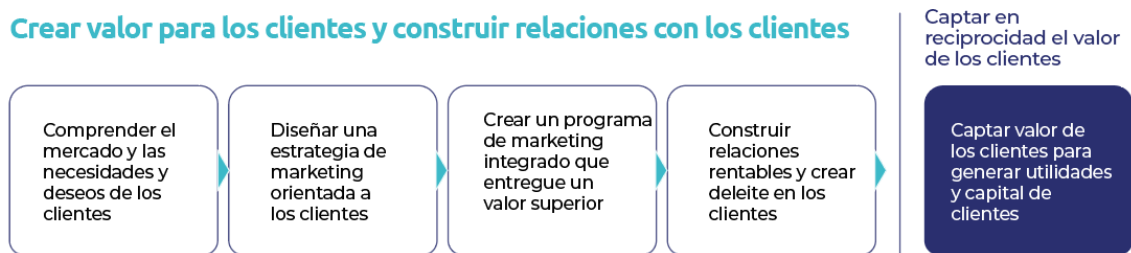


Tabla propia basada en el modelo del proceso de marketing de Kotler, P., & Armstrong, G. (2013) en Fundamentos de Marketing.

6.3.1.7 Lingüística. El Equipo Editorial, Etecé. (2020) la define como “la ciencia que estudia el lenguaje”. abarcando diversos aspectos como sus orígenes, evolución, fundamentos y estructura. Su objetivo principal es comprender las dinámicas inherentes a las lenguas vivas, es decir, las que se utilizan en la actualidad, así como también las lenguas muertas, que son las antiguas de las cuales se derivan las lenguas contemporáneas.

Entre las diferentes disciplinas que se enfocan en el estudio del lenguaje, destacan la filología y la lingüística. La filología se centra en el análisis histórico del lenguaje y su manifestación en textos escritos, especialmente aquellos de naturaleza filosófica y literaria.

La lingüística se orienta hacia el estudio del lenguaje hablado y examina cómo opera en un determinado momento histórico, aunque también considera los textos escritos. Tanto la filología, de origen más antiguo, como la lingüística, de origen más moderno, tienen sus raíces en la gramática de las antiguas culturas clásicas, como la grecorromana (Equipo Editorial, Etecé, 2020).

6.3.1.8 Cibernética. Se refiere a una disciplina científica que compara el funcionamiento de máquinas y seres vivos, especialmente en términos de comunicación y mecanismos de regulación. También se utiliza como adjetivo para describir lo relacionado con la realidad virtual y lo controlado por computadoras.

La comunicación y el control son funciones tanto internas como externas de los sistemas, y los expertos en cibernética han logrado imitar aspectos del funcionamiento de los organismos vivos en diferentes tipos de máquinas a través del estudio de estas funciones (Pérez Porto, Gardey, A., 2016).

6.3.1.9 Estadística. La estadística tiene sus raíces en el análisis de datos estatales y su relación con el gobierno y sus cuerpos administrativos. En la actualidad, la estadística se considera una rama de las matemáticas que se encarga de recopilar e interpretar datos obtenidos en estudios.

Estas estadísticas permiten la toma de decisiones tanto en el ámbito gubernamental como en el mundo empresarial y comercial. Además, la estadística se apoya en instrumentos como los niveles de medición (intervalo, nominal, razón y ordinal), los estudios observacionales y las técnicas de análisis estadístico (Pérez Porto, J., Merino, M., 2008).

6.3.2 Artes.

6.3.2.1 Fotografía. Pérez Porto, J., Gardey, A. (2009) define la fotografía como “el procedimiento y arte que permite fijar y reproducir, a través de reacciones químicas y en superficies preparadas para ello, las imágenes que se recogen en el fondo de una cámara oscura”. La cámara oscura proyecta una imagen capturada a través de un agujero, reduciendo su tamaño para mejorar la nitidez. La imagen se puede almacenar en película fotosensible, sensores CCD/CMOS o dispositivos de memoria digital en fotografía digital.

Actualmente, las fotografías se retocan con software para eliminar imperfecciones y realizar ajustes como realzar colores, enfoque y superponer imágenes. Además de su uso científico, la fotografía se ha convertido en un arte, exhibiéndose en exposiciones y museos.

Pérez Porto, J., Gardey, A. (2009) detalla cuales son las partes más importantes de una cámara réflex:

6.3.2.1.1 El objetivo. Formado por las lentes que se encargan de dirigir la luz hacia el sensor para conseguir la mejor fidelidad a la escena que se desea capturar.

6.3.2.1.2 El obturador. Está formado por un conjunto de aspas que permiten el paso de la luz, controlando la cantidad que debe entrar en la cámara.

6.3.2.1.1 El visor Permite que el fotógrafo vea la escena y escoja el motivo de la imagen antes de capturarla.

6.3.2.1.1 El sensor. Se encarga de captar la información de la escena; se encuentra formado por píxeles que son sensibles a la luz que graban los datos de la imagen que posteriormente será procesado.

6.3.2.2 Tipografía. La tipografía es el arte y técnica de diseñar y utilizar tipos de letra para la impresión o visualización de texto, para McLean, R. (1993) la tipografía comprende la realización de libros, revistas, periódicos, folletos, opúsculos, posters, anuncios, rótulos y cualquier material impreso o digital que comunica a las personas mediante palabras.

La tipografía debe ser clara y legible, además su principal objetivo será transmitir un mensaje claro, por lo tanto, se dice que la tipografía ayuda a las personas a comunicar la claridad que una idea necesita para ser contada.

6.3.2.3 Iconografía. Se refiere al estudio e interpretación de los símbolos, imágenes y representaciones visuales utilizadas en el arte, la cultura y la comunicación para transmitir significados específicos y simbólicos. Gardey, A. (2009) la define como “la disciplina que hace foco en el estudio del origen y la elaboración de las imágenes y sus relaciones simbólicas y/o alegóricas.”

6.3.2.4 Ilustración. La ilustración es el arte de crear imágenes visualmente atractivas y narrativas que complementan o amplían textos, conceptos o ideas, utilizando diversas técnicas y estilos, con el objetivo de comunicar de manera efectiva y cautivar al espectador.

Moro, J. M. (2004) explica que “la variedad de contextos en los que se aplica el concepto de ilustración está en relación directa con el peso que, como recurso epistemológico, tiene en nuestra cultura”. Por lo tanto, el concepto de ilustración es relevante dentro de la cultura humana, asumiendo la interconexión de información y la representación de la realidad. Al representar conceptos, la ilustración debe contemplar dos factores determinantes: por una parte, debe antecederlo una idea y, por otra, la forma

necesaria en la que se materializará mediante un tipo de expresión gráfica para comunicarla.

Plantea Moro (2004) el estado actual de la ilustración, enfocándose más el concepto de conocimientos menos logocéntrico y más simbólico y ritual, en el que se crea un balance determinístico entre ambos.

6.3.2.4.1 El lenguaje de la ilustración. En primer lugar, se reconoce a los valores en blanco y negro como el marco físico en el que se manifiestan la gama cromática de sus componentes. Agrega Moro (2004) que “las ilustraciones gráficas son elaboraciones articuladas estética e intelectualmente, cuya principal finalidad es la de su efectividad comunicativa”.

6.3.2.5 Arte digital. Es una forma de expresión artística que tiene lugar por medio de tecnología digital o electrónica. Este tipo de arte tiene como resultado una imagen digital (HA!, 2020).

En su blog, Crehana (2022) amplía las características del arte digital y las describe de la siguiente forma: a) Las piezas de arte digital no pueden palparse en un mundo físico, a menos que se imprima la imagen o modelo 3D. b) El arte digital puede combinar imagen, sonido o incluso lenguaje. c) Es accesible para todos, lo que se conoce como democratización del arte. d) Brinda la posibilidad de alterar, rehacer o eliminar por completo una pieza.

Existen diversos tipos de arte digital, Crehana (2022) los clasifica por sus características de la siguiente forma:

6.3.2.5.1 Arte vectorial. Se trata de una modalidad basada en figuras, puntos y líneas llamados gráficos vectoriales.

6.3.2.5.2 *Arte generativo*. En el arte generativo se crea una obra desde cero por medio de programas informáticos, cuyos parámetros son dados por el artista.

6.3.2.5.3 *Modelado 3D*. Utiliza mallas 3D para crear piezas en tres dimensiones, con la capacidad de migrar a la animación, videojuegos, publicidad y otros fines creativos.

6.3.2.5.4 *Arte tipográfico*. Se usan formas de letras, símbolos y números para crear composiciones tipográficas de valor estético y conceptual. Destaca el lettering.

6.3.2.5.5 *Pixel Art*. Es aquella en la que se generan imágenes con la intención de imitar la apariencia de los primeros videojuegos e imágenes digitales.

6.3.2.5.6 *Escultura digital*. Mediante realidad virtual, los artistas pueden crear y mostrar sus obras al público.

6.3.3 Teorías.

6.3.3.1 Teoría del color. Se conoce como teoría del color a una serie de reglas en las que se mezclan colores o pigmentos para provocar los efectos deseados. Es una teoría que se aplica con relevancia en las disciplinas visuales como el diseño gráfico, la pintura, la fotografía, la imprenta, la televisión y contenido digital entre otros.

Asegura Editorial Etecé (2022) que uno de los principales insumos de la teoría es el círculo cromático. “Se trata de una representación circular de todos los colores del espectro visual, organizados de tal manera que los colores contrarios se enfrenten y los colores complementarios estén próximos el uno al otro”. Esto permite que se pueda aplicar de forma intuitiva la aplicación y conjunción de los colores en una composición.

Editorial Etecé (2022) afirma que el círculo cromático permite identificar los colores primarios o puros, y aquellos que se consideran derivados, en simples palabras

fruto de mezclar colores. Según la teoría del color, cada variación del color cuenta con estas tres propiedades: Matiz, Luminosidad y Saturación.

6.3.3.1.1 Matiz. Llamado también “croma”, alude a un color en sí mismo, permite distinguir de otro.

6.3.3.1.2 Luminosidad. También se le conoce como “valor”, y hace alusión a la cantidad de luz que presenta el color, determinando el rango si está más cercano al espectro blanco o el negro.

6.3.3.1.3 Saturación. Se refiere a la pureza del color, se puede medir por la cantidad de gris que posee, mientras más gris tenga la composición el color se verá más opaco.

6.3.3.2 Teoría de la Gestalt. La palabra Gestalt viene del alemán y significa literalmente “forma”, pero en general también puede traducirse como “representación”. Según Torres A. (2015) el pensamiento holístico en el que se funda la teoría de la Gestalt puede reducirse a la afirmación: “el todo es siempre más que la suma de sus partes”. La frase revela los principios fundamentales de la teoría que busca descubrir porqué el cerebro humano interpreta un conjunto de elementos como un único mensaje y cómo se agrupa la información en categorías mentales propiamente concebidas a través de experiencias.

En las artes gráficas es importante la forma en la que el ojo humano interpreta las formas y los elementos que componen un esquema, ya que este se afectará cómo se recibe el mensaje y el significado que se le atribuye. En el ámbito gráfico, si se sabe formular bien un mensaje desde su estructura, los elementos a emplear y cómo disponerlos en el espacio se logrará comunicar de forma eficaz a una audiencia.

En su blog Torres A. (2015) explica algunos elementos de la Gestalt:

6.3.3.2.1 La relación entre figura y fondo. El fondo es todo lo que no se percibe como figura, es decir los elementos al margen del objeto principal. El cerebro no puede interpretar un objeto como figura o fondo al mismo tiempo. Sin embargo, esta ley permite que la figura y el fondo funcionen como fondo y figura respectivamente.

6.3.3.2.2 El cierre. Esta ley afirma que los seres humanos tienden a completar la forma y el significado de conformidad con el todo. Se produce cuando hay un elemento que no está completo o bien, que no está cerrado y el cerebro humano es capaz de unirlo de forma lógica.

6.3.3.2.3 Simplicidad, continuidad, proximidad. Se entiende la capacidad del cerebro de identificar signos y objetos en su forma más abstracta, sencilla y elemental, destacando los aspectos más relevantes. El individuo organiza sus percepciones a través de rasgos simples y regulares, sintetizándolos en un significado único.

6.3.3.2.4 Semejanza. Explica la capacidad del cerebro humano de agrupar elementos similares en una entidad. No solo ayuda a asumir la relación de elementos entre sí, sino que implica una estructura que se basa en un patrón emergente.

6.3.3.3 Teoría de la persuasión. Es una teoría de la comunicación de masas que se ocupa de los mensajes destinados a cambiar sutilmente las actitudes de los receptores. Según esta teoría, el proceso de comunicación consta de un modelo de tres fases: Comunicación, Actitudes y Comportamiento (Profesor de Negocios, 2022).

6.3.3.4 Teoría del aprendizaje visual. El aprendizaje visual se basa en el uso de estímulos visuales, como imágenes, pictogramas, gráficos y colores, con el fin de ayudar a los alumnos a comprender y retener ideas. Este enfoque de enseñanza se centra en

aprovechar el sentido de la vista para fortalecer el aprendizaje y consolidar conceptos en los estudiantes (Ruíz, M. L., 2020).

6.3.4 Tendencias.

6.3.4.1 *Inbound marketing.* Se enfoca en establecer relaciones duraderas con los clientes al ofrecerles soluciones y contenido de valor durante todo el proceso de compra. Se busca que el cliente se sienta cómodo y se fidelice con el producto o servicio, brindándole acompañamiento y contacto a largo plazo. Esto se logra mediante la entrega de contenido adecuado y amigable en diversas plataformas (Pacheco, J. (2023).

6.3.4.2 *Inteligencia artificial.* La Inteligencia Artificial, según la RAE, es la disciplina científica que busca crear programas informáticos que realizan operaciones similares a las de la mente humana, como el aprendizaje y el razonamiento lógico. En términos generales, se pueden identificar cuatro enfoques principales de la Inteligencia Artificial: sistemas que imitan el pensamiento humano, sistemas que imitan la actuación humana, sistemas que piensan de manera racional y sistemas que actúan de manera racional.

La Inteligencia Artificial tiene un impacto significativo en el campo del diseño gráfico, ya que puede automatizar tareas intelectuales y optimizar los procesos. Esto ha llevado a las empresas a utilizar herramientas de IA para alcanzar sus objetivos de manera más eficiente. Además, la inteligencia artificial está evolucionando para desempeñar tareas creativas y agilizar el trabajo de los diseñadores, lo que les proporciona una ventaja en términos de rapidez y eficacia (Maceira, J., 2023).

6.3.4.3 *Diseño inclusivo.* El diseño inclusivo abarca una filosofía, un proceso y un resultado que va más allá de productos y entornos, incluyendo también servicios y eventos. Según Hua Dong, profesora de diseño en la Universidad Brunel, en Londres,

esta perspectiva implica pensar de manera más amplia, considerando quiénes pueden enfrentar desafíos, por qué y cómo. Los diseñadores tienen la responsabilidad de abordar estas cuestiones y buscar soluciones inclusivas. Sharon Cook, colega de Hua Dong, destaca la importancia de reflexionar sobre qué acciones pueden tomar los diseñadores para abordar estas problemáticas. En resumen, el diseño inclusivo busca ampliar la visión y tomar acciones para garantizar la inclusión en todas las áreas del diseño.

En líneas generales, se pueden identificar cuatro enfoques que la evolución del diseño inclusivo ha tenido en los últimos años, según el Inclusive Design Research: Productos, Interacción, Experiencia y Sistema (García, F., 2022).

6.3.4.4 Tipografía creativa. La tipografía creativa es una tendencia en diseño gráfico que busca experimentar con las formas y estilos de las letras para crear diseños más atractivos y llamativos. Comenta Moliz, A. (2017) que a lo largo de la historia, la tipografía siempre ha tenido una dimensión estética. La página de un libro, como objeto visual, es apreciada en su conjunto por su diseño tipográfico, donde se utilizan términos como mancha textual, color tipográfico, espaciado y superficie. Desde figuras históricas como William Morris y Johannes Gutenberg hasta diseñadores contemporáneos como Paula Scher y Matthew Carter, se ha experimentado y creado de manera emocionante a lo largo de los siglos en el campo de la tipografía. Aunque a veces la experimentación tipográfica pasa desapercibida, hay ocasiones en que alguien la hace evidente, revelando lo que estaba oculto a simple vista para todos.

6.3.4.5 Minimalismo El minimalismo es una corriente artística que se caracteriza por utilizar elementos mínimos y básicos, eliminando todo lo que es innecesario o accesorio. Su objetivo es generar sentido a partir de lo mínimo, simplificando los elementos

mediante un lenguaje sencillo, colores puros y líneas simples (J, P. P., & Gardey, A., 2021).

6.3.4.6 Tablero de tendencias

Elaborado por:
Luis Angel Pérez García
20004146
x + x +

Fuente
Ariadnaandreu. (2022). 10 tendencias en diseño gráfico para este 2023 | Mediactiu. Mediactiu. <https://mediactiu.com/10-tendencias-en-diseño-gráfico-para-este-2023/>

Tendencias del diseño gráfico 2023

Movimiento

Contar historias en movimiento



El contenido audiovisual en movimiento es crucial para captar la atención de los usuarios que están constantemente en movimiento y saturados de información.

Ilustraciones 3D



Las ilustraciones 3D están en auge como tendencia de diseño. Desde imágenes realistas hasta formas flotantes con relieves, se utilizan en entornos en línea para agregar movimiento y efectos parallax a las páginas web.

La nueva modernidad



El diseño tradicional con líneas limpias y minimalistas está siendo reemplazado por una nueva modernidad caótica y llamativa. La Generación Z busca gráficos saturados y desordenados para sentirse conectada con esta nueva estética.

Ecoestética

Concienciados con la sostenibilidad



La preocupación medioambiental es un factor importante en la comunicación de marca, y el diseño juega un papel clave en este cambio hacia la sostenibilidad. El uso de tintas y acabados sostenibles también está ganando valor en el diseño.

Gráfica inclusiva



Es prioritario incluir a grupos minoritarios y adaptar los sistemas para mejorar la accesibilidad. Esta tendencia se refleja en campañas comerciales, aplicaciones móviles y sitios web. En 2023, el objetivo continuará siendo hacer que todos los públicos se sientan parte de la marca.

Glasmorfismo



El efecto "vidrio esmerilado" consiste en utilizar elementos gráficos que imiten visualmente el aspecto del cristal mediante la transparencia, desenfoque y movimiento. Se utiliza principalmente en entornos en línea, como sitios web y aplicaciones. Este efecto resalta los elementos y garantiza su legibilidad.

Collage

Volvemos a los 90'



Nos lleva de vuelta a los años 90, con un enfoque gráfico caracterizado por el cambio, el desorden y lo experimental. Inspirado en la práctica de recortar fotografías de revistas de moda para crear nuevas imágenes, esta tendencia evoca la creatividad de los adolescentes de la época.

Tipografías tipo retro



aparecen fuentes onduladas y deformadas, algunas con efecto líquido. Con una clara influencia de las tipografías psicodélicas que se usaron en los 70. Fuentes tipográficas con estilo retro y una ejecución contemporánea.

Maximalismo al poder



Se busca destacar mediante el uso de tipografías grandes, colores llamativos y formas que ocupen todo el formato. Se rechazan las reglas del diseño gráfico tradicional de legibilidad y minimalismo. Bajo el lema "más es más".

La inteligencia artificial como referencia gráfica



Prompt: "orange samurai cat"
Imagen generada por Midjourney

La IA ha revolucionado el mundo del diseño, permitiendo crear imágenes impresionantes con solo unos pocos parámetros. Algunas marcas ya están utilizando estas imágenes en sus campañas publicitarias. Aunque surgen preocupaciones sobre los derechos de autor y el reemplazo de la creatividad humana, es importante tener en cuenta esta modalidad y aprender de lo que puede ofrecernos.

Imágenes bajo licencia para uso comercial de Angel Pérez.

Infografía realizada por el Profesional de Comunicación y Diseño, Luis Angel Pérez García.

CAPÍTULO VII

PROCESO DE DISEÑO Y PROPUESTA PRELIMINAR

Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar

Para el desarrollo del proyecto de graduación y el cumplimiento de los objetivos presentados en el capítulo III, se implementarán los conocimientos y conceptos desarrollados en el marco teórico referentes a ciencias, artes, teorías y tendencias, para fundamentar las propuestas que se presentarán a la Asociación de Sordos de Guatemala -ASORGUA-.

7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico

7.1.1 Concepto de comunicación. Se comprende como el proceso en el que un mensaje es emitido de un emisor a un receptor, gracias a la existencia de un código común. Es precisamente un código relevante el que se implementará para llevar el mensaje clave al grupo objetivo de forma eficaz.

7.1.2 Comunicación visual. Ha tomado un rol fundamental en la sociedad, además de ser mediante el sentido de la vista que las personas interactúan con el entorno físico y digital, es también la forma en que a través de gráficos, formas, imágenes y diseños visuales puede transmitirse un mensaje claro.

7.1.3 Composición visual. La composición visual puede mejorar el proceso de transmitir un mensaje mediante la imagen, por ello se ubicarán los elementos de forma estratégica dentro del formato digital, con el fin de representar fielmente el mensaje y se transmita de forma eficaz.

7.1.4 Maquetación. Es la forma en que se organizan elementos dentro de determinado espacio, siguiendo un orden lógico para la lectura y unificación de los contenidos se establecerán jerarquías y proporciones que mejoren la comprensión del mensaje.

7.1.5 Ciencias auxiliares.

7.1.5.1 Semiología. Es la ciencia que estudia los sistemas de signos y su estructura. Es importante tener en cuenta los fundamentos de esta disciplina para transmitir correctamente el mensaje que se desea transmitir, relacionando significante y significado para completar el proceso comunicativo.

7.1.5.2 Psicología del color. Analiza los efectos del color en el comportamiento humano y su capacidad de influenciar en su forma de percibir las cosas. Es fundamental considerar cuál es el efecto que evocan los colores selectos en las personas, su forma de interpretarlos y la aceptación que genere en ellos.

7.1.6 Artes.

7.1.6.1 Tipografía. Es el arte que utiliza tipos de letra para la visualización de texto en diferentes formatos, contribuyendo a la comprensión del mensaje gracias a las características únicas de cada tipo. La selección de las tipografías para el proyecto se realizará estratégicamente considerando sus formas, legibilidad y lo que transmitan.

7.1.6.2 Iconografía. Interpreta símbolos, imágenes y representaciones visuales usadas en la sociedad para transmitir significados concretos y simbólico. Para enriquecer la comunicación se utilizará iconografía universal que pueda ser comprendida por el grupo objetivo.

7.1.7 Teorías.

7.1.7.1 Teoría del color. Serie de reglas en las que se mezclan pigmentos con el fin de provocar efectos deseados, en ella, se ordena de forma lógica valores como la saturación, matiz y luminosidad. Se contemplará la unificación de una paleta de colores armoniosa que permita transmitir de forma óptima el mensaje.

7.1.7.2 Teoría de la Gestalt. Considera que el todo es siempre más que la suma de sus partes. La correcta formulación de los elementos que componen la composición visual afectará positivamente la forma en la que el grupo objetivo interpretará el mensaje.

7.1.8 Tendencias.

7.1.8.1 Inbound marketing. Se caracteriza por establecer relaciones duraderas con los clientes a través de generar contenido relevante y de valor. Es precisamente el tipo de comunicación que genera interés en el grupo objetivo, pues las personas que buscan ser agentes de cambio, por lo general, están interesados en sentirse parte de un bien mayor.

7.1.8.2 Tipografía creativa. Busca experimentar con formas y estilos de letras para generar más interés. Usando la tipografía como elemento gráfico dentro de la composición se buscará atribuirle un rol relevante en la comunicación.

7.1.8.3 Diseño inclusivo. Abarca una filosofía que trasciende el bien o servicio que se desarrolla, se enfoca en abarcar una perspectiva diferente al momento de diseñar, considerando quienes pueden enfrentar desafíos, porqué y cómo. Siendo un proyecto que se enfoca en la inclusión de las personas Sordas en la sociedad guatemalteca, es importante tomar desde otras perspectivas la información que se comunicará, favoreciendo la inclusión de los integrantes de la asociación, considerando el impacto del mensaje y su efecto.

7.1.8.4 La nueva modernidad. Aunque el minimalismo sigue siendo una tendencia importante, a medida que avanza el tiempo se ve reemplazado por la nueva modernidad caótica y llamativa. El grupo objetivo prefiere los gráficos saturados, desordenados y llamativos, que buscan nuevas estéticas para sentirse conectados con ellas.

7.2 Conceptualización

La conceptualización servirá de referencia para la elaboración de todos los elementos que serán desarrollados en el proyecto del diseño de materiales digitales para promover en Facebook e Instagram, el curso de lengua de señas de Asociación de Sordos de Guatemala -ASORGUA- a clientes actuales y potenciales.

7.2.1 Método. Brainstorming. Según IONOS S, G. (2023) la técnica fue concebida por un publicista llamado Alex Osborn en la década de 1930. En 1939, Osborn publicó un libro titulado "Your Creative Power", donde presentó por primera vez el concepto de "brainstorming" como una herramienta para fomentar la creatividad en grupo.

La lluvia de ideas se basa en la premisa de que, al fomentar un ambiente de libertad para expresar ideas sin juicio o crítica inicial, se puede estimular la creatividad y la generación de soluciones innovadoras a problemas o desafíos específicos.

El proceso básico de la lluvia de ideas se puede resumir en los siguientes pasos:

a) Definición del objetivo: Se comienza por definir claramente el objetivo del proceso creativo, identificando el problema o tema específico sobre el cual se desean generar ideas innovadoras.

b) Selección del entorno adecuado: Se busca un lugar tranquilo y libre de distracciones donde el individuo pueda concentrarse plenamente en el proceso de brainstorming.

c) Establecimiento del tiempo límite: Se establece un límite de tiempo para la sesión de brainstorming con el propósito de mantener el enfoque y la productividad durante el proceso creativo.

d) Uso de herramientas: Se opta por utilizar papel y lápiz o herramientas digitales para anotar las ideas que surjan durante la sesión.

e) Generación de ideas: El individuo se enfoca en generar tantas ideas como sea posible, sin preocuparse por su viabilidad o calidad en esta etapa inicial.

f) Fomento de la creatividad sin censura: Se alienta al participante a ser creativo y sin censura, evitando juzgar negativamente sus propias ideas y permitiendo que fluyan libremente.

g) Búsqueda de asociaciones y combinaciones: A medida que se generan más ideas, el individuo busca conexiones y combinaciones entre ellas para descubrir soluciones originales y perspectivas frescas.

h) Descanso y renovación: Si la creatividad comienza a estancarse, se toma un breve descanso para despejar la mente antes de retomar el proceso de brainstorming.

i) Revisión y evaluación: Una vez completada la sesión de brainstorming, el individuo revisa todas las ideas generadas y selecciona aquellas que considera más interesantes o viables.

j) Desarrollo de las ideas seleccionadas: Se trabaja en desarrollar y mejorar las ideas seleccionadas, ampliándolas y explorando diferentes enfoques para llevarlas a un nivel más detallado.

7.2.1.1 Aplicación del método.

Lluvia de ideas Palabras y conceptos

Consecuentes del brief

- Juventud
- Universitarios
- Inclusión
- Diversidad
- Cambio
- Igualdad
- Empoderamiento
- Compromiso
- Activismo
- Conciencia social
- Participación
- Comunidad
- Liderazgo
- Curso
- Solidaridad
- Tolerancia
- Respeto
- Empatía
- Colaboración
- Transformación
- Equidad
- Responsabilidad social
- Inspiración
- Colectivo
- Participación ciudadana
- Aprendizaje
- Comunicación
- Comunidad sorda
- Inclusión social
- Sordos

Relacionada con los beneficiarios

Sordos

- Empoderamiento
- Identidad
- Igualdad
- Derechos
- Accesibilidad
- Autonomía
- Cooperación
- Sensibilidad
- Reconocimiento
- Paradigma
- Barreras
- Sordera
- Visibilidad
- Diferencias
- Inclusión
- Soledad
- Falta de acceso
- Discriminación
- Comunicación
- Visual
- Cultura
- Minoría
- Expresión
- Manos
- Lensegua
- Todas las edades diferentes tipos
- Asociación
- Empatía
- No música
- Otros caminos
- Oportunidad
- Integración
- Amor
- Signos
- Representación
- Talento
- Capacidad
- Energía
- Creatividad
- Normalidad a su manera
- Un mundo distinto
- Sensaciones
- Estímulos

Relacionada con el grupo objetivo

Juventud

- Energía
- Cuestionamiento
- Reinvención
- Acción
- Futuro
- Trabajo
- Movimiento
- Unidad
- Empatía
- Diversidad
- Cambio
- Liderazgo
- Tolerancia
- Respeto
- Responsabilidad social
- Agentes de cambio
- Colectivo
- Aprendizaje
- Vida
- Fuerza
- Experiencias
- Alegría
- Hermandad
- Diversión
- Aventura
- Recuerdos
- Emoción
- Pasión
- Música
- Moda
- Estilo
- Tatuajes
- Locuras
- Frescura
- Sueños
- Metas
- Hobbys
- Gustos
- Formación
- Concierto
- Amor
- Participación
- Conexión
- Conciencia

Consecuencias del producto

Curso

- Aprendizaje
- Posibilidades
- Futuro
- Educación
- Interés
- Memoria
- Enseñanza
- Maestros
- Información
- Habilidades
- Tareas
- Forjamiento
- Disciplina
- Mejora
- Nuevos horizontes
- Camino
- Clases
- Superación
- Innovación
- Crecimiento
- Herramientas
- Avance
- Progreso
- Experiencia
- Recursos
- Práctica
- Contenido

Cambio

- Movimiento
- Evolución
- Transformación
- Progreso
- Mejora
- Desarrollo
- Revolución
- Meramorfosis
- Avance
- Nuevas perspectivas
- Flexibilidad
- Replantear

Trends

- Viajes y Turismo
- Sustentabilidad
- Entretenimiento
- Arte Urbano
- Voluntariado
- Autocuidado
- Tecnología
- Cultura pop
- Influencers
- Moda
- Estilo de vida
- Sostenibilidad
- Bienestar
- Fitness
- Autoexpresión
- Igualdad de género
- Mentalidad abierta
- Movimientos sociales
- Aprendizaje en línea

Asociaciones

Una forma diferente de expresarte.
Una forma diferente de darte copia en el exámen.
Habla a tu forma.
Las manos sienten, ahora hablan.
Cambiar es otra forma de crecer.
Ser parte es estar.
Una oportunidad para tí y para mí.
Ser consciente se siente.
Ser diferente lo tenemos en común.
Ser inclusivo no le toca solo a Disney.
La inclusión la formamos todos.

Diversidad una realidad.
Las señas ahora representan a una cultura.
Señas en acción, Juventud en conexión
Las señas son nuestra identidad, no la de los mareros.
Somos más urbanos que los "urbanos".
Señactivismo: Activismo impulsado por señas.
Señas que enseñan.
El poder de las señas.
EnSEÑAR para SOÑAR

Mientras aprendes, EnSeñas

- Mientras aprendes, enSeñas Esperanza
- Mientras aprendes, enSeñas Empatía
- Mientras aprendes, enSeñas inclusión
- Mientras aprendes, enSeñas Empoderamiento.
- Mientras aprendes, enSeñas Cambio.
- Mientras aprendes, enSeñas Comunicación.
- Mientras aprendes, enSeñas Solidaridad.

Concepto electo

- Mientras aprendes, enSeñas Comunidad.
- Mientras aprendes, enSeñas Diversidad.
- Mientras aprendes, enSeñas Conexiones.
- Mientras aprendes, enSeñas Inclusividad.
- Mientras aprendes, enSeñas Respeto.
- Mientras aprendes, enSeñas Equidad.

7.2.2 Definición del concepto. Después de aplicar la técnica creativa se determinó que el concepto elegido para este proyecto es **“Mientras aprendes, enSeñas”**.

A través de un juego de palabras, se conjugan varios conceptos: La Lengua de Señas, el aprendizaje y el efecto que tiene en la sociedad. Mientras el estudiante aprende se convierte en ejemplo de: inclusión, empatía, valor, respeto, unidad, esperanza, oportunidades, equidad, diversidad y solidaridad. Verlo desde esta perspectiva construye un mensaje contundente, resaltando el potencial transformador que agrega aprender esta valiosa habilidad.

Es una frase versátil y simple, con la capacidad de adaptarse y funcionar de manera efectiva en diferentes situaciones, contextos, formas o medios de comunicación sin perder su esencia o impacto. Bajo el concepto principal existirán frases que incluyan uno de los valores que enseñan los jóvenes al tomar la decisión de aprender Lengua de Señas, construyendo un ecosistema coherente de comunicación. Frases a continuación:

- Mientras aprendes, enSeñas Esperanza.
- Mientras aprendes, enSeñas Empatía.
- Mientras aprendes, enSeñas inclusión.
- Mientras aprendes, enSeñas Oportunidad.
- Mientras aprendes, enSeñas Cambio.
- Mientras aprendes, enSeñas Solidaridad.
- Mientras aprendes, enSeñas Diversidad.
- Mientras aprendes, enSeñas Respeto.
- Mientras aprendes, enSeñas Equidad.

El concepto sugiere que el aprendizaje de la lengua de señas es un acto de empoderamiento personal. Al adquirir esta habilidad, los estudiantes pueden mejorar su comunicación, aumentar su confianza y sentirse más capacitados para interactuar y relacionarse con personas Sordas de manera inclusiva.

El concepto tiene la capacidad de captar la atención y generar una conexión emocional con el grupo objetivo, los jóvenes guatemaltecos interesados en ser agentes de cambio y promotores de la igualdad. Su enfoque en el empoderamiento, la inclusión y la comunicación crea una narrativa emocionalmente poderosa que puede resonar en los jóvenes guatemaltecos y motivarlos a ser parte de un cambio positivo en la sociedad.

7.3 Bocetaje

Con base en el concepto “**Mientras aprendes, enSeñas**” se procede a realizar el proceso de bocetaje, pasando por las siguientes variantes: Tabla de requisitos, bocetaje y digitalización de la propuesta.

7.3.1 Tabla de requisitos.

Elemento gráfico	Propósito	Técnica	Emoción
Color	<ul style="list-style-type: none"> • Crear unidad entre la comunicación y los colores del brandbook. Ser coherentes con la marca garantiza la credibilidad. 	<p>Adobe Color: Elegir una paleta de colores fundamentada en las tonalidades de marca para aplicar en los elementos de la composición.</p>	<p>Seguridad Creatividad Compromiso Verdad</p>
Tipografía	<ul style="list-style-type: none"> • Crear jerarquías para facilitar la lectura a las personas. • Reconocer la marca utilizando las fonts permitidas. • Crear una composición que llame a la lectura y comprensión. • Plasmar un juego de palabras a través del uso contraste de color. 	<ul style="list-style-type: none"> • Utilizar las tipografías que proveyó cliente para garantizar el correcto uso de los recursos en la composición. • Jugar con los pesos permitidos y variantes tipográficas para crear jerarquías, además de cambiar el color de algunas letras para el juego de palabras. 	<p>Tranquilidad Estabilidad Orden Formalidad Cercanía</p>
Imágenes generadas por Inteligencia Artificial	<ul style="list-style-type: none"> • Generar imágenes de personas con mayor parentesco a los rasgos de la cultura guatemalteca, ya que los recursos en internet están basados en personas de otras culturas, perdiendo el factor de identidad para el grupo objetivo. • Manipular las manos de los modelos para formar el logo de ASORGUA con ellas, institucionalizando la lengua de señas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Midjourney: Generar mediante directrices específicas imágenes de personas apegadas al grupo objetivo, consiguiendo una producción de alta calidad y ahorrando costos para el cliente. • Adobe Photoshop: Complementar las imágenes generadas del grupo objetivo y modificarlas a través de un proceso de montaje avanzado para hacer creíble la posición de las manos. 	<p>Empatía Responsabilidad Identidad Conexión Aspiración Confianza Empoderamiento</p>
Diagramación	<ul style="list-style-type: none"> • Diagramar de forma adecuada la información de los contenidos, con el fin de poner en primer lugar la legibilidad y comprensión del mensaje. 	<ul style="list-style-type: none"> • Adobe Photoshop: Implementar guías para mantener una estructura estándar en los materiales digitales, para crear unidad y dar relevancia al mensaje. 	<p>Organización Control Comprensión Certeza</p>
Elementos gráficos proveídos por ASORGUA	<p>Utilizar los lineamientos y recursos gráficos como el logotipo, la textura representativa de la lengua de señas y aplicarlo dentro de la propuesta.</p>	<p>Adobe Illustrator: Utilizar los elementos compartidos en Ai para adaptarlos a Adobe Photoshop e incluirlos en los lienzos.</p>	<p>Confiableidad Conexión Respaldo Seguridad</p>

Tabla elaborada por el Profesional de Comunicación y Diseño Luis Angel Pérez García.

7.3.2 Bocetaje.

Bocetaje 1: Diseño de publicación para Instagram y Facebook. 1080x1080px.

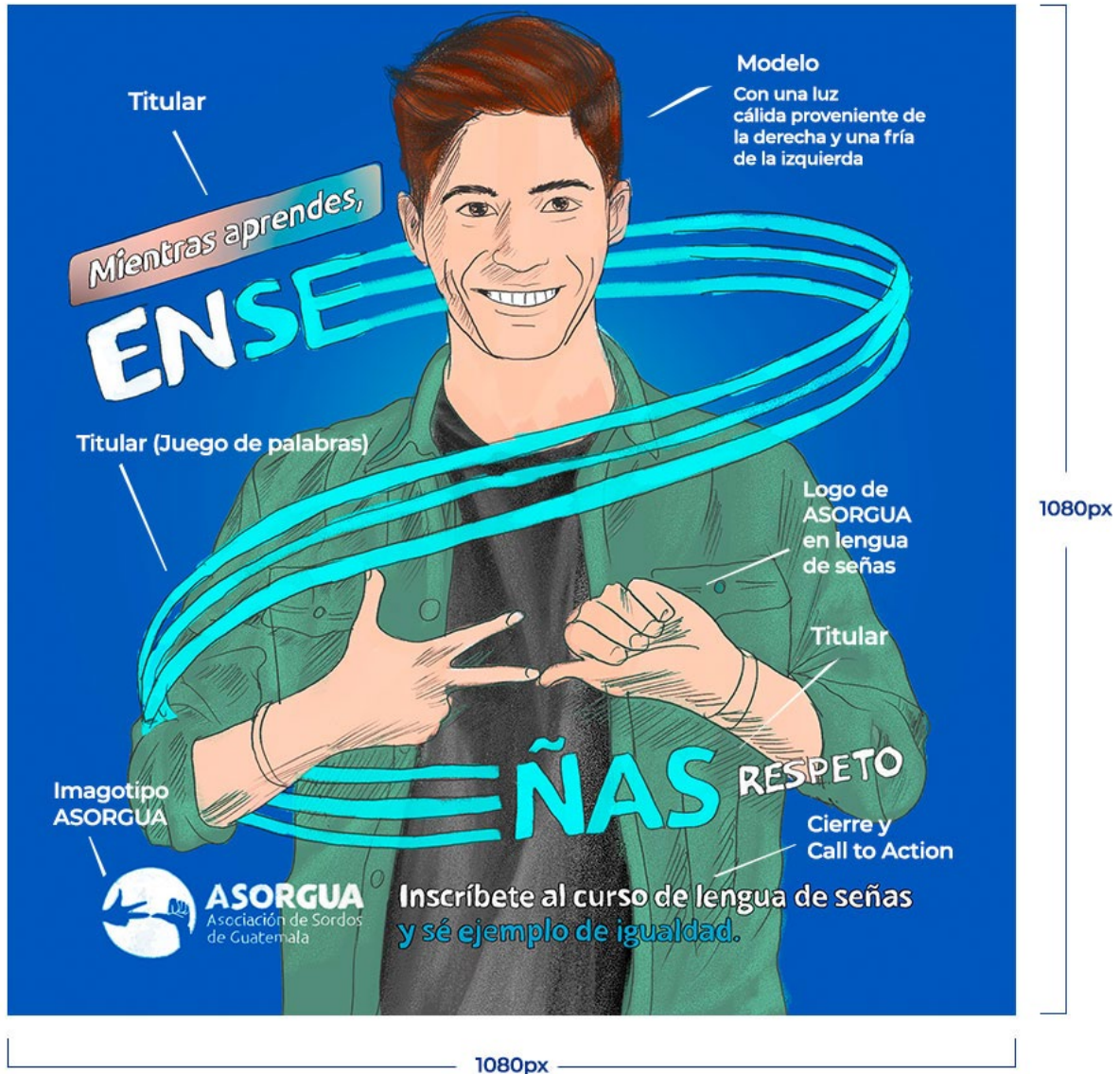


Bocetaje 2: Diseño de publicación para Instagram y Facebook. 1080x1080px.



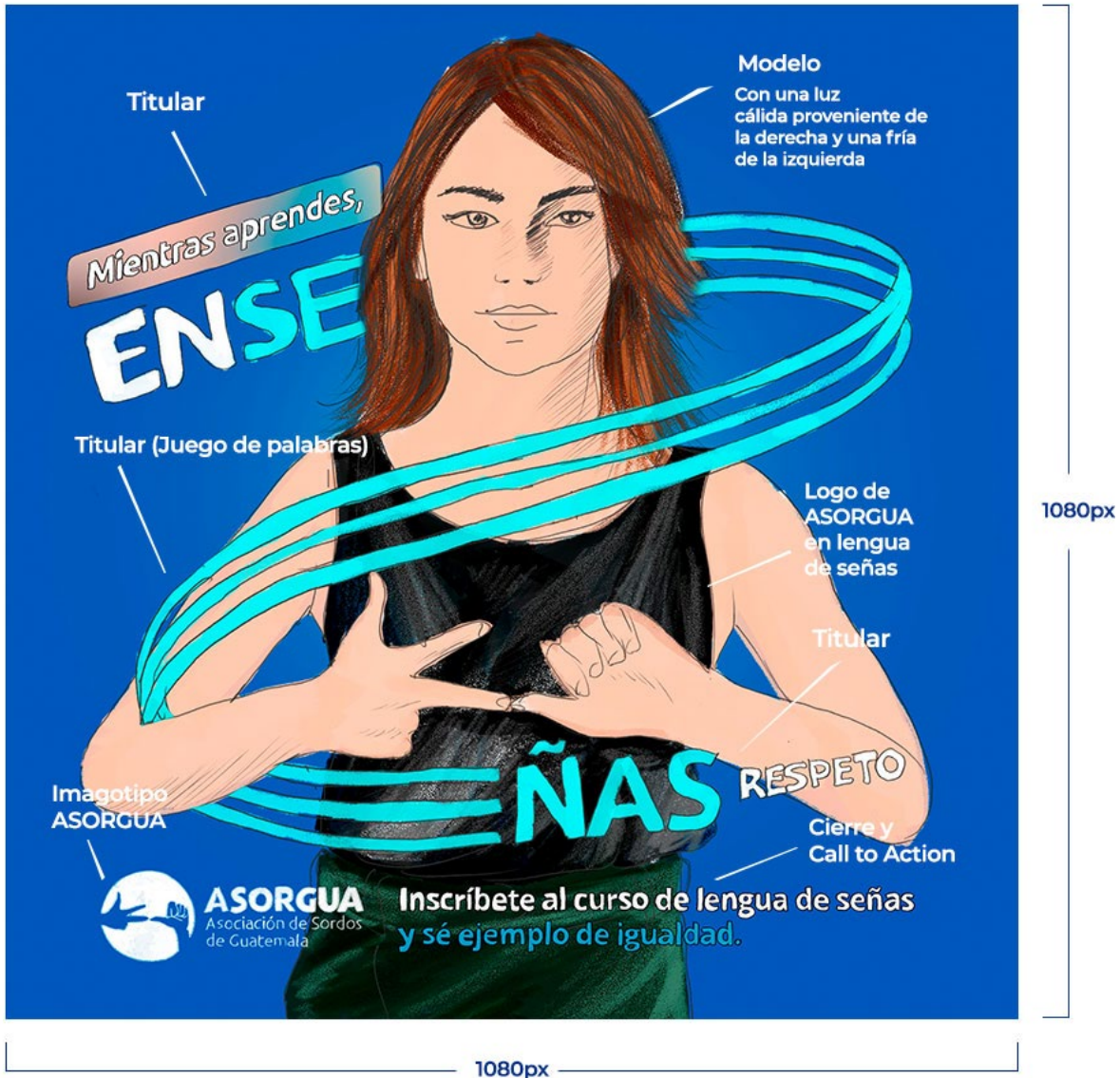
Bocetaje 3: Diseño de publicación para Instagram y Facebook.

Línea gráfica 2 1080x1080px.

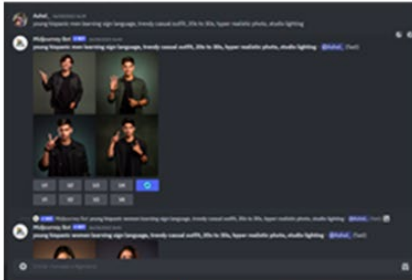


Bocetaje 4: Diseño de publicación para Instagram y Facebook.

Línea gráfica 2 1080x1080px.



7.3.3 Proceso de digitalización de los bocetos. A continuación, se describen los procesos de digitalización para cada pieza de comunicación, comenzando por la estandarización de los recursos gráficos.



La Inteligencia artificial jugó un papel fundamental, gracias a esta tecnología se crearon imágenes de personas afines al grupo objetivo, garantizando una conexión directa. Este cast será protagonista en los Key Visuales de la campaña.



Prompts utilizados en Midjourney
 young hispanic men learning sign language, trendy casual outfit, 20s to 30s, hyper realistic photo, studio lighting
 young hispanic women learning sign language, trendy casual outfit, 20s to 30s, hyper realistic photo, studio lighting



Se muestran seleccionadas las mejores opciones del cast

En cuanto al aspecto general de la propuesta, se utilizaron los insumos proveídos por -ASORGUA- para unificar las propuestas en función del tono de comunicación que desempeña la marca.

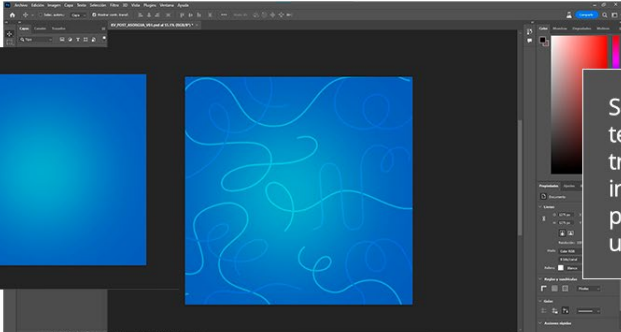


Resumen de elementos gráficos utilizados proveídos por el cliente -ASORGUA-.

Pieza 1: Como primer paso se estandarizó el fondo que se implementó en las demás composiciones. Es una mezcla del lenguaje visual de -ASORGUA- y la caracterización del degradado para unificar los materiales desarrollados para promocionar el curso de Lengua de Señas. A continuación, se detalla el proceso para la primera pieza:

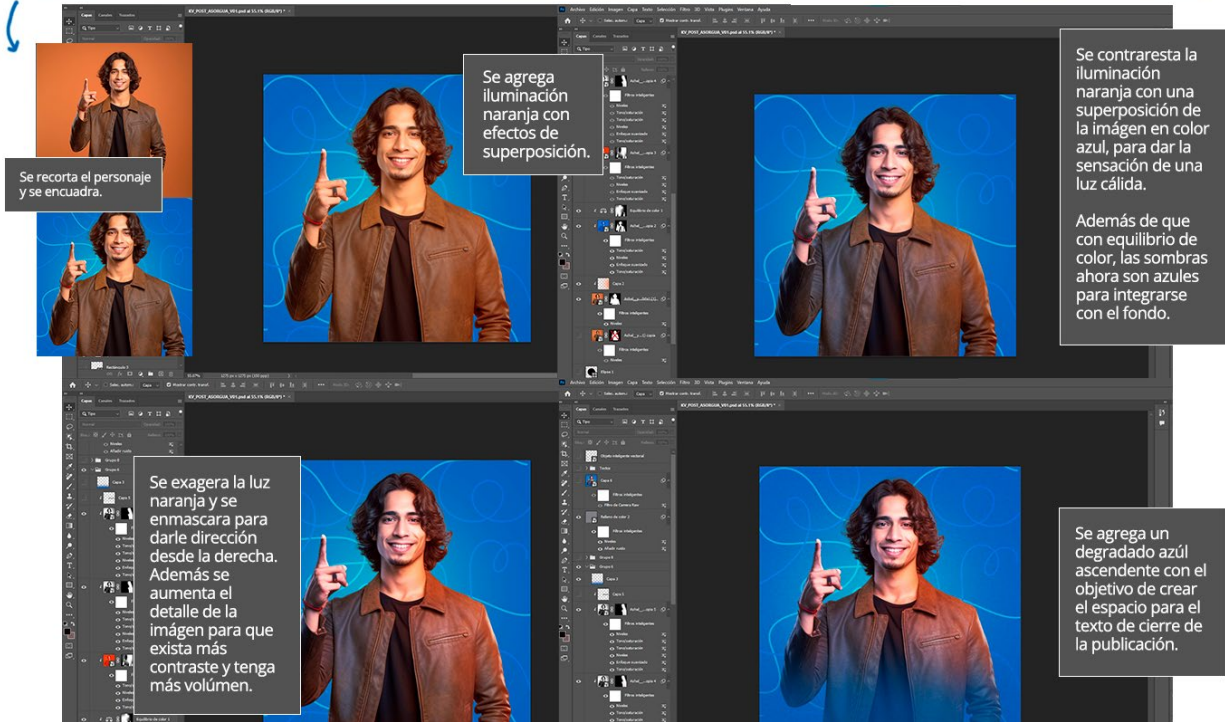
1

Se crea el lienzo con las dimensiones especificadas en Photoshop y se agregan los colores abstraídos del branbook en forma de gradiente para dar protagonismo al personaje.



Se agrega la textura de trazos institucional para unificar.

2 Se encuadra al personaje, se recorta y comienza el tratamiento del color para que sea diferenciador y unificado.



3 Al analizar el significado de una persona señalando hacia el frente, se decidió modificarlo y para aumentar la conexión con la marca, se definió que las personas estarán formando el logo de la organización con sus manos.



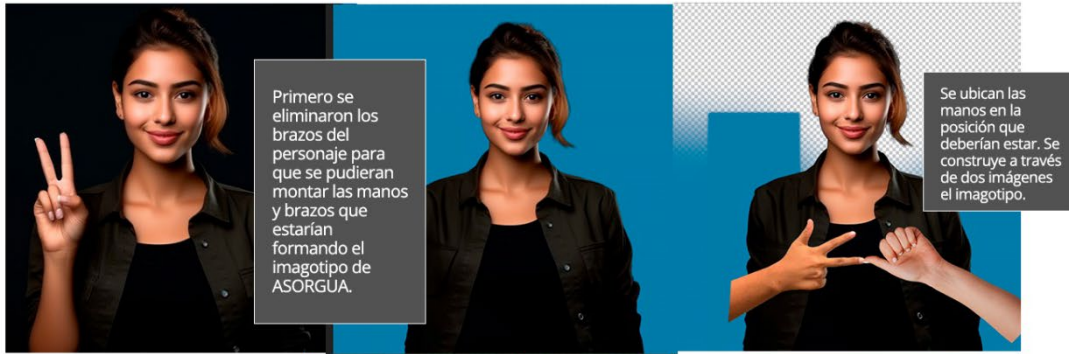
4

Se aumenta el detalle del personaje subiendo la iluminación de las sombras, pero a demás, se incorpora el layout característico de los contenidos, con elementos como el imago tipo, el titular (modular) y el cierre.

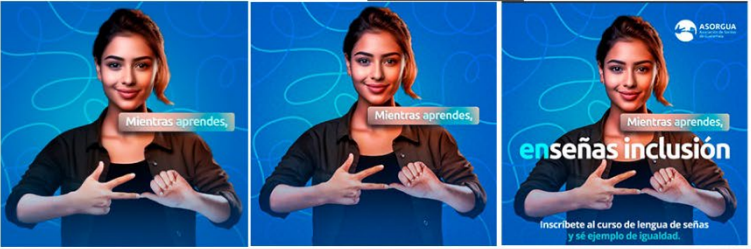


Pieza 2: Se conservarán elementos como el fondo, el tratamiento de la imagen en general (la colorización de los personajes), la distribución de los elementos gráficos en el espacio y el tratamiento final de la imagen, en donde se aumenta el detalle de la composición y se agrega una capa de ruido que unificará las demás piezas desarrolladas. Además, se varía la frase, modificando la palabra “empatía” por “equidad”.

1 Al tener la base gráfica del fondo y layout de la Pieza 1 se procede directamente a manipular la imagen para que la persona forme el imagotipo de ASORGUA con sus manos.

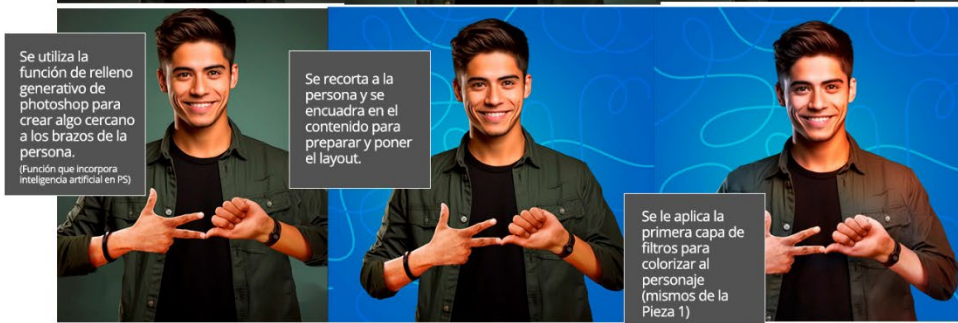
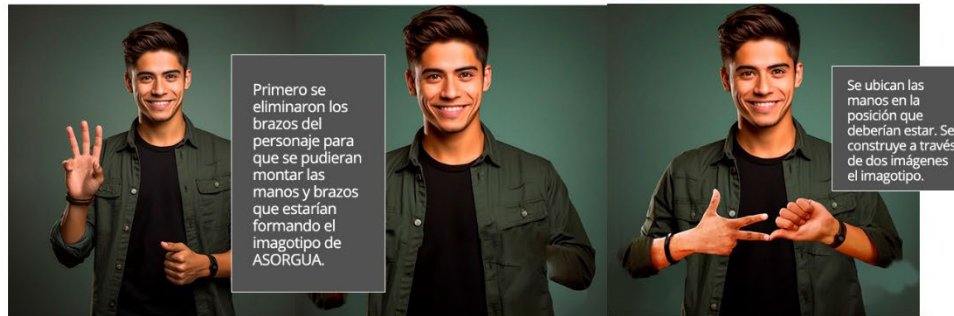


2 Se aplican los ajustes de imagen finales de la Pieza 1, pero a demás, se incorpora el layout definido previamente.



Pieza 3: Se toma como base gráfica las piezas anteriores. Se cambia al sujeto, se integra con los mismos efectos, y se cambia la palabra “equidad” por “respeto”.

1 Al tener la base gráfica del fondo y layout de la Pieza 1 se procede directamente a manipular la imagen para que la persona forme el imogotipo de ASORGUA con sus manos.



2 Se aplican los ajustes de imagen finales de la Pieza 1, pero a demás, se incorpora el layout definido previamente.



Pieza 4: Se toma como base gráfica las piezas anteriores. Se cambia al sujeto, se integra con los mismos efectos, y se cambia la palabra “respeto” por “cambio”.

1 Se usó la misma línea gráfica y colorización para la persona, el proceso de la formación del imagotipo es similar al de las piezas anteriores, se parte de una imagen base, se eliminan los brazos, se ubican las manos con imágenes externas para formar el imagotipo y por último se integran los brazos para formar la imagen completa.



imagen original

Se utiliza la función de relleno generativo de photoshop para crear algo cercano a los brazos de la persona.
(Función que incorpora inteligencia artificial en PS)

Se recorta a la persona y se encuadra en el contenido para preparar y poner el layout.

Se le aplica la primera capa de filtros para colorizar al personaje (mismos de la Pieza 1)

2 Se aplican los ajustes de imagen finales de la Pieza 1, pero a demás, se incorpora el layout definido previamente.

Se corrigen proporciones e intensifican los efectos.

Mientras aprendes,

Mientras aprendes,
enseñas cambio
Inscríbete al curso de lengua de señas y sé ejemplo de inclusión.



Se agrega el layout final definido en la Pieza 1 y el efecto del noise.

Al final se despegaron un poco más los brazos del sujeto.

Pieza 5: Se toma como base gráfica las piezas anteriores. Se cambia al sujeto, se integra con los mismos efectos, y se cambia la palabra “cambio” por “diversidad”.

1 Se usó la misma línea gráfica y colorización para la persona, el proceso de la formación del imagotipo es similar al de las piezas anteriores, se parte de una imagen base, se eliminan los brazos, se ubican las manos con imágenes externas para formar el imagotipo y por último se integran los brazos para formar la imagen completa.

imagen original

Se utiliza la función de relleno generativo de photoshop para crear algo cercano a los brazos de la persona.
(Función que incorpora inteligencia artificial en PS)

Se recorta a la persona y se encuadra en el contenido para preparar y poner el layout.

Se le aplica la primera capa de filtros para colorizar al personaje (mismos de la Pieza 1)

2 Se aplican los ajustes de imagen finales de la Pieza 1, pero a demás, se incorpora el layout definido previamente.

Se agrega el layout final definido en la Pieza 1 y el efecto del noise.

Pieza 6: Se toma como base gráfica las piezas anteriores. Se cambia al sujeto, se integra con los mismos efectos, y se cambia la palabra “diversidad” por “esperanza”.

1 Se usó la misma línea gráfica y colorización para la persona, el proceso de la formación del imagotipo es similar al de las piezas anteriores, se parte de una imagen base, se eliminan los brazos, se ubican las manos con imágenes externas para formar el imagotipo y por último se integran los brazos para formar la imagen completa.



imagen original

Se utiliza la función de relleno generativo de photoshop para crear algo cercano a los brazos de la persona.
(Función que incorpora inteligencia artificial en PS)

Se recorta a la persona y se encuadra en el contenido para preparar y poner el layout.

Se le aplica la primera capa de filtros para colorizar al personaje (mismos de la Pieza 1)



2 Se aplican los ajustes de imagen finales de la Pieza 1, pero a demás, se incorpora el layout definido previamente.

Se cambiaron las manos por otro conjunto, más natural, más integrado.

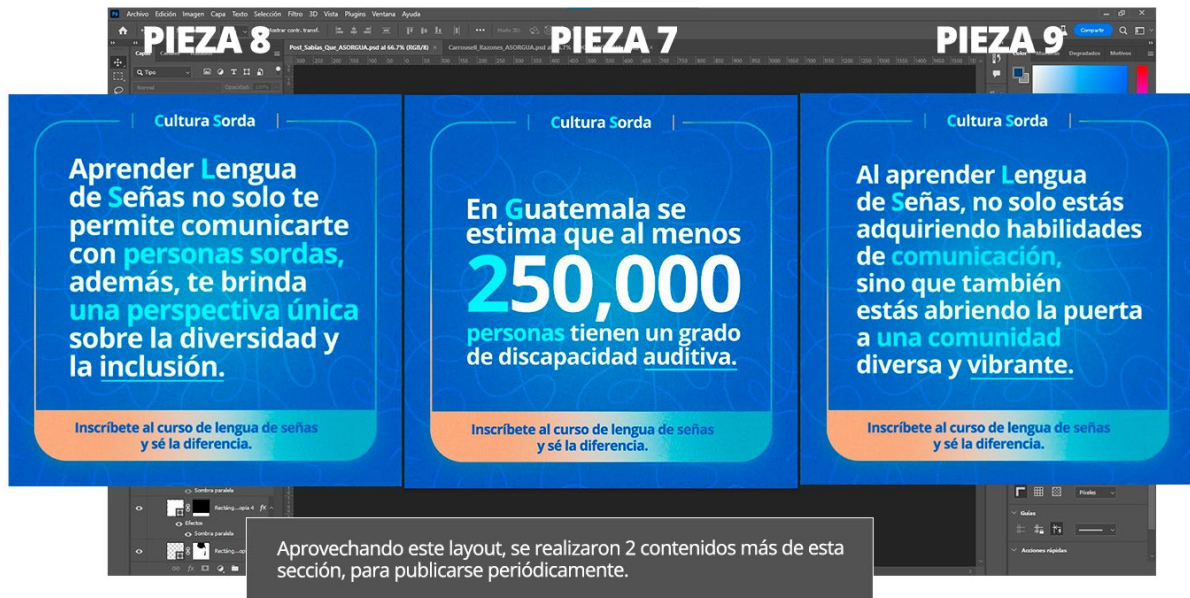
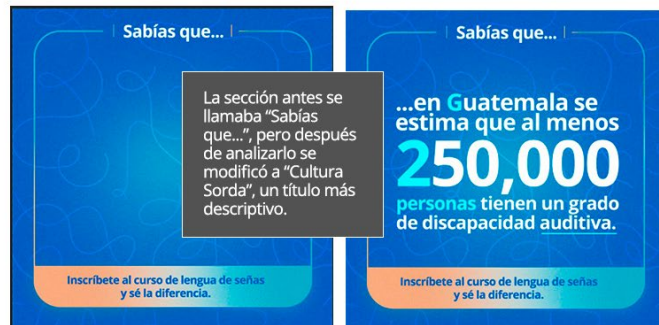




Se agrega el layout final definido en la Pieza 1 y el efecto del noise.

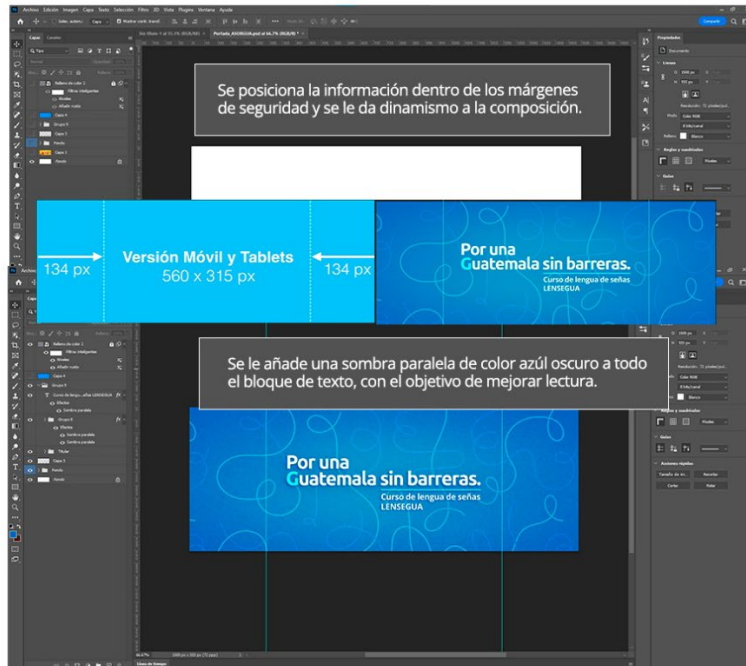
Pieza 7, 8 y 9: Se crea un nuevo segmento dentro de los materiales elaborados, el segmento “Cultura Sorda” busca mostrar datos de interés acerca de la cultura Sorda en Guatemala para concientizar a las personas sobre la importancia de la Lengua de Señas en Guatemala. Parte como base de los fondos creados para las anteriores piezas, cuenta con un efecto de ruido para unificar y los tratamientos en las tipografías son idénticas, para crear un ecosistema de piezas de comunicación, uniforme y contundente.

Se empieza creando el lienzo de 1080x1080px, se agrega el mismo fondo que se utilizó en la Pieza 1, además se incorpora un cuadrado, el cual servirá para hacer el segmento “Cultura Sorda”. Se trata de publicaciones tipográficas que buscan concientizar sobre la cultura Sorda en Guatemala. El cierre es una variación del de la Pieza 1.



Pieza 10: Se diseñó la portada de Facebook para que la campaña cree un ecosistema en los materiales que se publicarán.

Se crea el lienzo con las dimensiones de 1500x555px. Se añade el fondo utilizado en las piezas anteriores, pero además, se delimita un margen de seguridad, el cual indica el área segura de la información para que cuando se vea en un dispositivo móvil no corte información importante.



Pieza 11: Se parte de la misma base gráfica de las piezas anteriores, se toman elementos como el fondo, el ruido de la imagen, el layout cuadrado utilizado para las piezas 7,8 y 9. Tomado esta base, se crea un carrusel en Instagram, formato popular en la red social que busca transmitir los principales diferenciales de estudiar en ASORGUA.

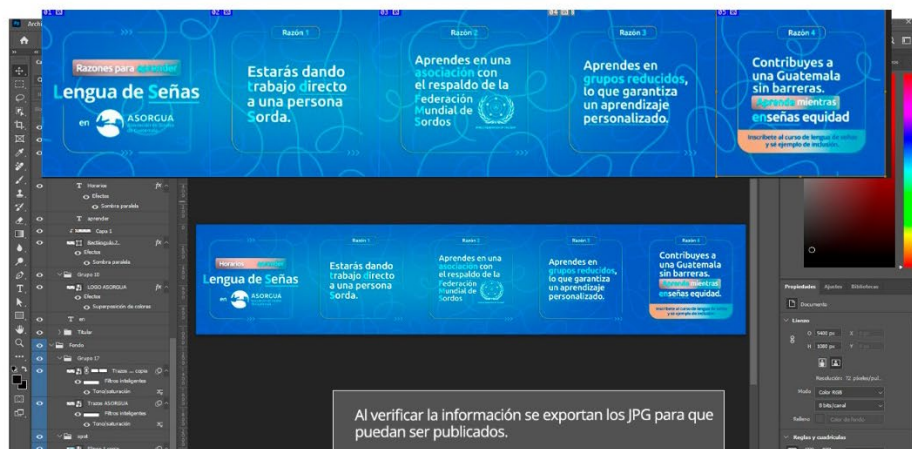
- 1 Para este tipo de contenido, es necesario crear el documento de 1080x1080px y luego multiplicarlo por la cantidad de post que necesitamos desplegar, en este caso se inició con 4 post, sin embargo se añadió un 5 post al final de la elaboración. Después de ello, con la herramienta "Sectores" se divide en varios fragmentos, que al momento de exportar a JPG se exportarán individualmente.



- 2 Se procede a diagramar la información dentro de cada segmento individualmente, para posteriormente exportarlo como un conjunto.

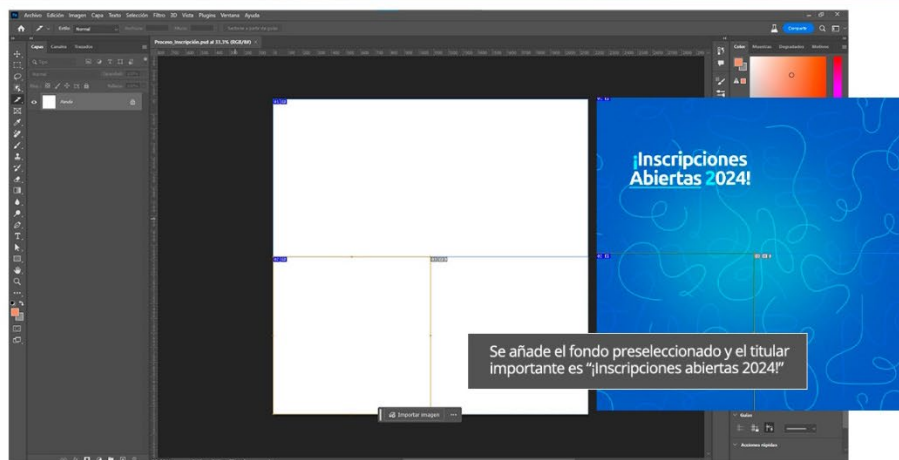


- 3 Se agrega un quinto post, el cuál tiene como objetivo cerrar con las razones para estudiar en ASORGUA y muestra un call to action para que las personas se inscriban en el curso.

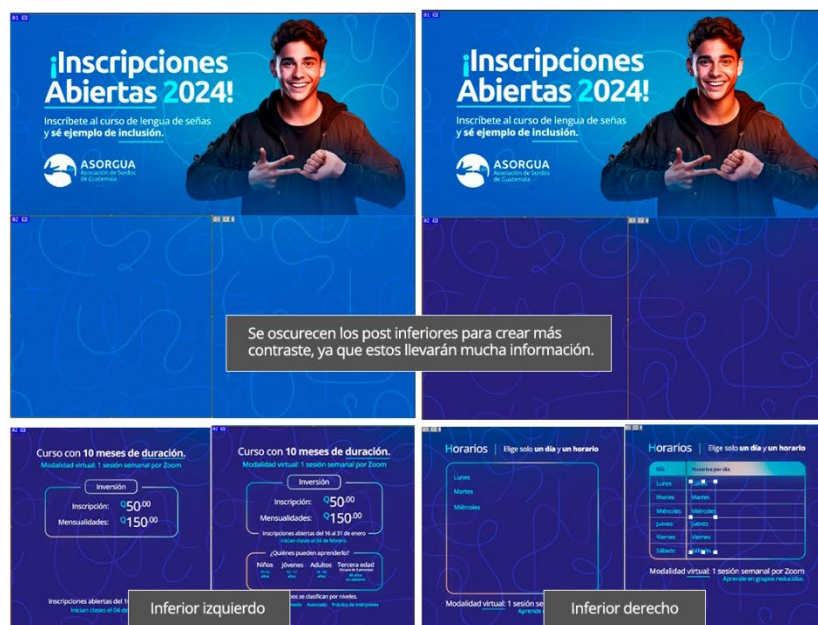


Pieza 12: Se parte de la misma base gráfica de las piezas anteriores, el objetivo de esta publicación es comunicar los detalles con respecto al curso de Lengua de Señas de -ASORGUA-, se utilizó el formato álbum de Facebook para que la información estuviera condensada, pero al ampliar una imagen las personas pueden leer el contenido.

- 1 Para este tipo de contenido, es necesario crear el documento de 1080x1080px y luego multiplicarlo por la cantidad de post que necesitamos desplegar, en este caso se necesitan dos de alto y ancho. Después de ello, con la herramienta "Sectores" se divide en varios fragmentos, que al momento de exportar a JPG se exportarán individualmente.



- 2 Se procede a diagramar la información dentro de cada segmento individualmente, para posteriormente exportarlo como un conjunto. Se añade personaje en la portada del álbum.

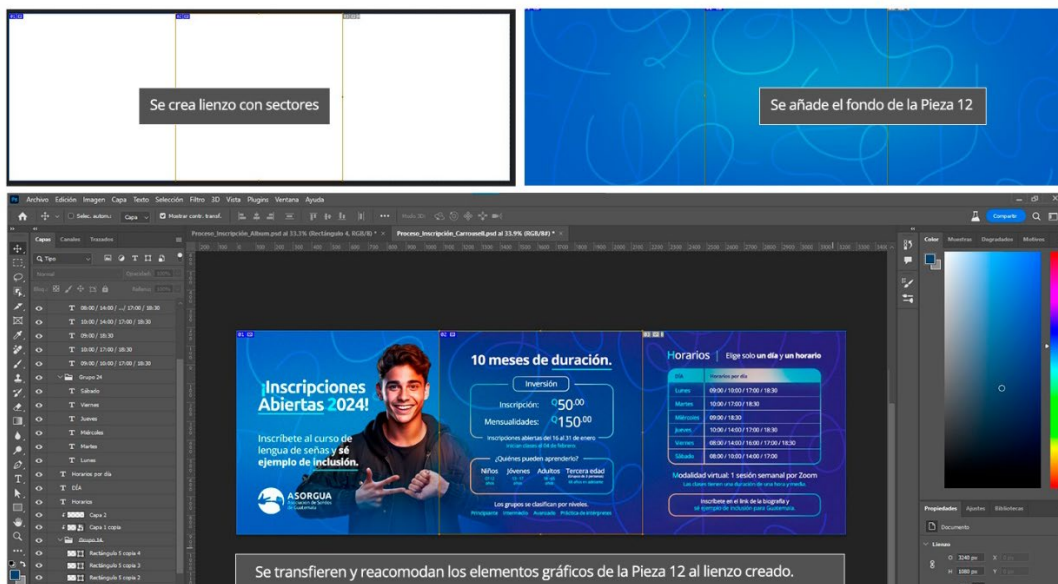


- Se terminó de pulir la información, se mejoraron los espacios y agregaron detalles finales en la estructura de los posts inferiores.



Pieza 13: Es la adaptación de la Pieza 12 (un contenido diseñado para publicarse en Facebook) a un carrusel, tipo de publicación popular para la red de Instagram. De este modo, esta información tan fundamental se puede encontrar tanto en la comunidad de Facebook como en Instagram.

Para este tipo de contenido, es necesario crear el documento de 1080x1080px y luego multiplicarlo por la cantidad de post que necesitamos desplegar, en este caso se necesitan uno de alto y tres de ancho. Después de ello, con la herramienta "Sectores" se divide en varios fragmentos, que al momento de exportar a JPG se exportarán individualmente.



7.4 Propuesta preliminar

7.4.1 Justificación de la propuesta preliminar.

Pieza 1: Diseño de publicación para Instagram y Facebook. Mientras aprendes, enseñas empatía. 1080x1080px.



Pieza 2: Diseño de publicación para Instagram y Facebook. Mientras aprendes, enseñas equidad. 1080x1080px.



Pieza 3: Diseño de publicación para Instagram y Facebook. Mientras aprendes, enseñas respeto. 1080x1080px.



Pieza 4: Diseño de publicación para Instagram y Facebook. Mientras aprendes, enseñas cambio. 1080x1080px.



Pieza 5: Diseño de publicación para Instagram y Facebook. Mientras aprendes, enseñas diversidad. 1080x1080px.



Pieza 6: Diseño de publicación para Instagram y Facebook. Mientras aprendes, enseñas esperanza. 1080x1080px.



Pieza 7: Diseño de publicación para Instagram y Facebook. Contenido tipográfico cuyo objetivo es compartir información relevante sobre la Cultura Sorda en Guatemala, reforzando el conocimiento general del tema. 1080x1080px.

Cultura Sorda

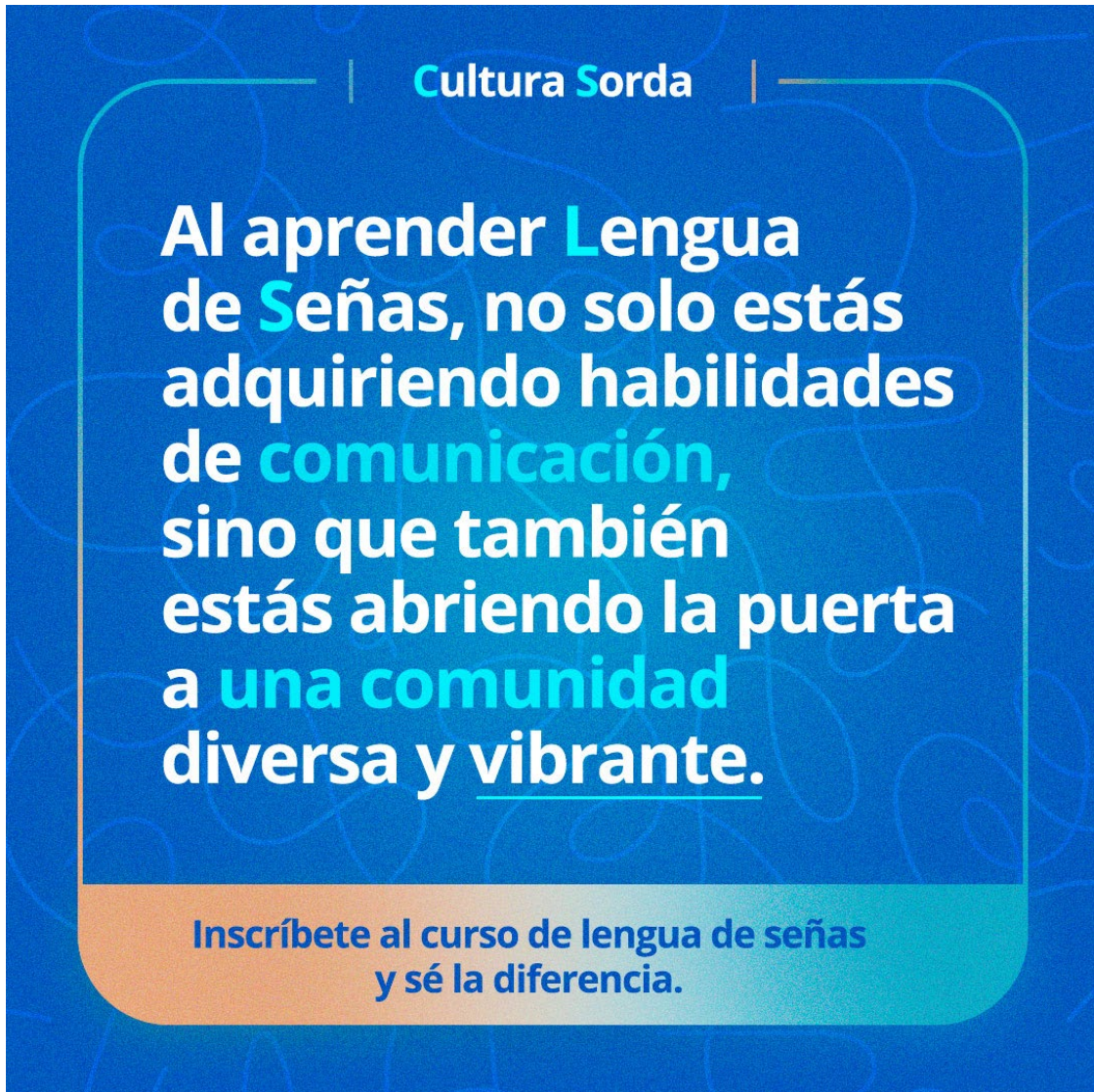
En Guatemala se
estima que al menos
250,000
personas tienen un grado
de discapacidad auditiva.

Inscríbete al curso de lengua de señas
y sé la diferencia.

Pieza 8: Diseño de publicación para Instagram y Facebook. Contenido tipográfico cuyo objetivo es compartir información relevante sobre la Cultura Sorda en Guatemala, reforzando el conocimiento general del tema. 1080x1080px.



Pieza 9: Diseño de publicación para Instagram y Facebook. Contenido tipográfico cuyo objetivo es compartir información relevante sobre la Cultura Sorda en Guatemala, reforzando el conocimiento general del tema. 1080x1080px.



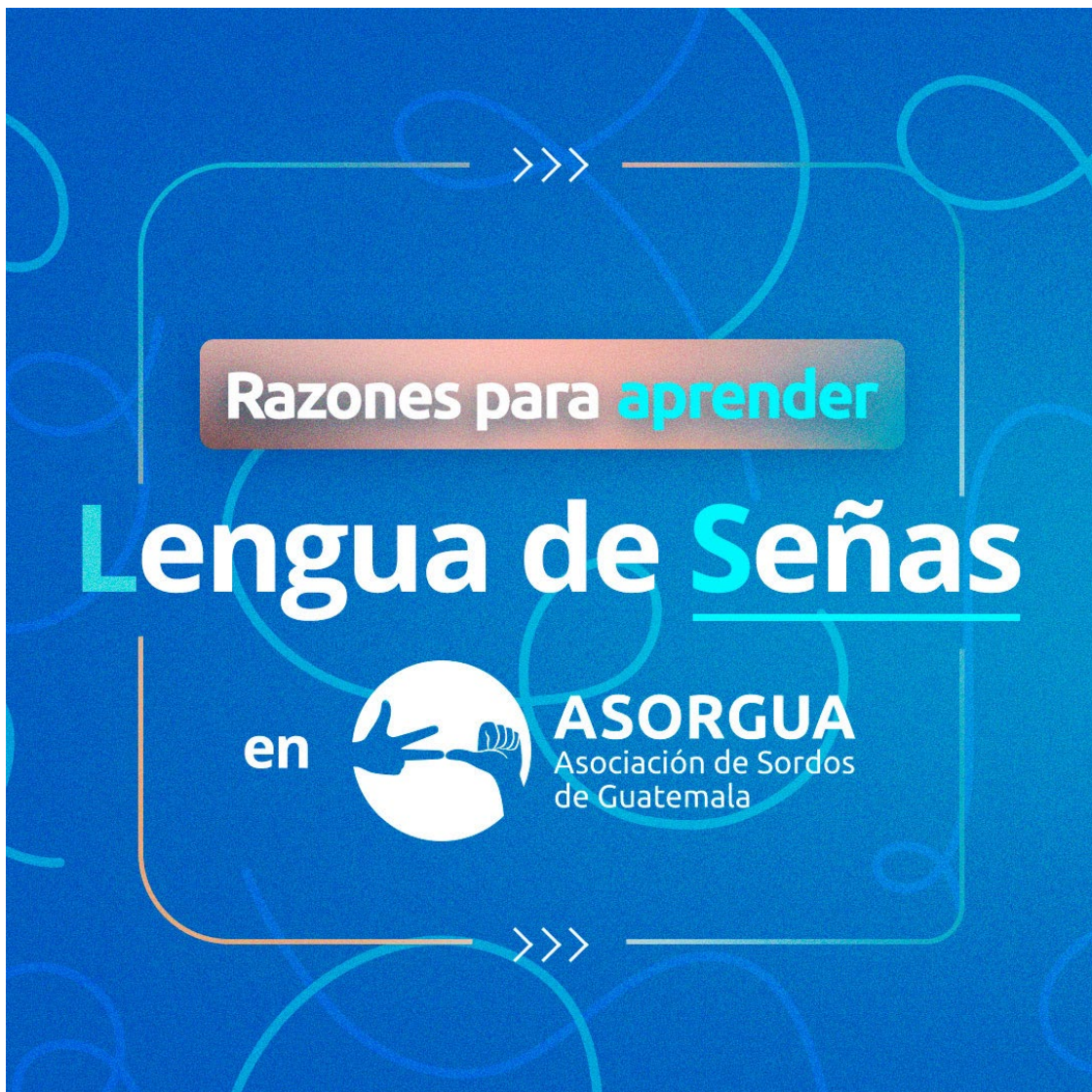
Pieza 10: Diseño de portada para Facebook. Portada tematizada con la línea gráfica de ASORGUA y un llamado a la acción para la inscripción de las personas. 1500x555px.



Pieza 11: Carrusel Instagram. Contenido que busca informar acerca de razones que refuerzan la importancia de estudiar lengua de señas en ASORGUA. 1080x1080px por cada post. En total 3240x1080px.



Se muestra una visualización del contenido ensamblado en orden.



Razón 1

**Estarás dando
trabajo directo
a una persona
Sorda.**



Razón 2

Aprendes en una
asociación con
el respaldo de la
Federación
Mundial de
Sordos



WORLD FEDERATION OF THE DEAF



Razón 3

Aprendes en **grupos reducidos,** lo que garantiza un aprendizaje personalizado.



Razón 4

**Contribuyes a
una Guatemala
sin barreras.**

**Aprende mientras
enseñas equidad.**

**Inscríbete al curso de lengua de señas
y sé ejemplo de inclusión.**

Pieza 12: Álbum para Facebook. Contenido que sintetiza la información del curso de Lengua de Señas y la transmite de forma amigable. 2160x1080px la portada de álbum y 1080x1080px cada post.

¡Inscripciones Abiertas 2024!

Inscríbete al curso de lengua de señas y sé ejemplo de inclusión.

ASORGUA
Asociación de Sordos de Guatemala

10 meses de duración.

Inversión

Inscripción: **Q50.00**

Mensualidades: **Q150.00**

Inscripciones abiertas del 16 al 31 de enero
Inician clases el 04 de febrero.

¿Quiénes pueden aprenderlo?

Niños (5-12 años) | Jóvenes (13-17 años) | Adultos (18-60 años) | Tercera edad (60 años en adelante)

Los grupos se clasifican por niveles.
Principiante | Intermedio | Avanzado | Práctico de intérpretes

Horarios | Elige solo un día y un horario.

Día	Horarios por día
Lunes	09:00 / 10:00 / 17:00 / 18:30
Martes	10:00 / 17:00 / 18:30
Miércoles	09:00 / 18:30
Jueves	10:00 / 14:00 / 17:00 / 18:30
Viernes	08:00 / 14:00 / 16:00 / 17:00 / 18:30
Sábado	08:00 / 10:00 / 14:00 / 17:00

Modalidad virtual: 1 sesión semanal por Zoom
Las clases tienen una duración de una hora y media.

Inscríbete en el link de la publicación y sé ejemplo de inclusión para Guatemala.

Se muestra una visualización del contenido ensamblado en orden.

¡Inscripciones Abiertas 2024!

Inscríbete al curso de lengua de señas y sé ejemplo de inclusión.

ASORGUA
Asociación de Sordos de Guatemala

10 meses de duración.

Inversión

Inscripción: Q50.00

Mensualidades: Q150.00

Inscripciones abiertas del 16 al 31 de enero
Inician clases el 04 de febrero.

¿Quiénes pueden aprenderlo?

Niños

07-12
años

Jóvenes

13 - 17
años

Adultos

18 - 65
años

Tercera edad

(Grupos de 3 personas)
66 años en adelante

Los grupos se clasifican por niveles.

Principiante Intermedio Avanzado Práctica de intérpretes

Horarios | Elige solo **un día** y **un horario**.

Día	Horarios por día
Lunes	09:00 / 10:00 / 17:00 / 18:30
Martes	10:00 / 17:00 / 18:30
Miércoles	09:00 / 18:30
Jueves	10:00 / 14:00 / 17:00 / 18:30
Viernes	08:00 / 14:00 / 16:00 / 17:00 / 18:30
Sábado	08:00 / 10:00 / 14:00 / 17:00

Modalidad virtual: 1 sesión semanal por Zoom

Las clases tienen una duración de una hora y media.

Inscríbete en el link de la publicación y
sé ejemplo de inclusión para Guatemala.

Pieza 13: Carrusel Instagram. Adaptación del contenido de Facebook que sintetiza la información del curso de Lengua de Señas y la transmite de forma amigable.

1080x1080px por cada post. En total 3240x1080px.

Inscripciones Abiertas 2024!
Inscríbete al curso de lengua de señas y sé ejemplo de inclusión.

10 meses de duración.

Inversión
Inscripción: ₡50.00
Mensualidades: ₡150.00

Procesamiento de inscripciones del 16 al 31 de enero. Inscribir a más de 04 estudiantes.

¿Quiénes pueden aprenderlo?

Niños	Jóvenes	Adultos	Tercera edad
5-12 años	13-17 años	18-64 años	65 años o más

Los grupos se clasifican por niveles: Principiante, Intermedio, Avanzado, Práctica de comprensión.

Horarios | Elige solo un día y un horario.

Día	Horarios por día
Lunes	09:00 / 10:00 / 17:00 / 18:30
Martes	10:00 / 17:00 / 18:30
Miércoles	09:00 / 18:30
Jueves	10:00 / 14:00 / 17:00 / 18:30
Viernes	08:00 / 14:00 / 16:00 / 17:00 / 18:30
Sábado	08:00 / 10:00 / 14:00 / 17:00

Modalidad virtual: 1 sesión semanal por Zoom. Las clases tienen una duración de una hora y treinta minutos.

Inscríbete en el link de la biografía y sé ejemplo de inclusión para Guatemala.

Se muestra una visualización del contenido ensamblado en orden.

¡Inscripciones Abiertas 2024!

Inscríbete al curso de lengua de señas y sé ejemplo de inclusión.

ASORGUA
Asociación de Sordos de Guatemala

10 meses de duración.

Inversión

Inscripción: Q50.00

Mensualidades: Q150.00

Inscripciones abiertas del 16 al 31 de enero
Inician clases el 04 de febrero.

¿Quiénes pueden aprenderlo?

Niños

07-12
años

Jóvenes

13 - 17
años

Adultos

18 - 65
años

Tercera edad

(Grupos de 3 personas)
66 años en adelante

Los grupos se clasifican por niveles.

Principiante Intermedio Avanzado Práctica de intérpretes

Horarios | Elige solo **un día** y **un horario**.

Día	Horarios por día
Lunes	09:00 / 10:00 / 17:00 / 18:30
Martes	10:00 / 17:00 / 18:30
Miércoles	09:00 / 18:30
Jueves	10:00 / 14:00 / 17:00 / 18:30
Viernes	08:00 / 14:00 / 16:00 / 17:00 / 18:30
Sábado	08:00 / 10:00 / 14:00 / 17:00

Modalidad virtual: 1 sesión semanal por Zoom

Las clases tienen una duración de una hora y media.

Inscríbete en el link de la biografía y
sé ejemplo de inclusión para Guatemala.

CAPÍTULO VIII

VALIDACIÓN TÉCNICA

Capítulo VIII: Validación técnica

Al finalizar el proceso de bocetaje, desarrollar las dos propuestas gráficas y ejecutar efectivamente los materiales para la propuesta, se elaboró un proceso de validación para determinar la calidad y efectividad del material elaborado a través de la retroalimentación del cliente, expertos en el área y público objetivo.

El enfoque del trabajo de investigación es mixto, por cuanto se utilizará el enfoque cuantitativo y cualitativo. El primero servirá para cuantificar los resultados de la encuesta aplicada a los sujetos y a través del enfoque cualitativo se intentará evaluar el nivel de percepción de los encuestados con respecto a la propuesta del diseño.

La herramienta que se utilizará es una encuesta de respuesta múltiple que se aplicará al cliente, a treinta (30) personas, hombres y mujeres del grupo objetivo y a cinco (5) expertos en el área de comunicación y diseño.

8.1 Población y muestreo

Las encuestas se realizaron a una muestra de 36 personas divididas en tres grupos:

Cliente:

Mauricio Méndez. Intérprete de lengua de señas y coordinador general de la Asociación de Sordos de Guatemala, -ASORGUA-.

Expertos:

Manuel Mendoza. Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

Mario Marroquín. Director General de Satori Studio y un experto en publicidad.

Otto Gramajo. Director General de Inzomnio Agency y un experto en publicidad.

Gustavo Tovar. Director Creativo asociado de Ogilvy Guatemala.

Ricardo Mendoza. Chief Creative Officer de Ogilvy Guatemala.

Grupo objetivo: Para este proyecto, se tomarán en cuenta treinta hombres y mujeres jóvenes, de entre 20 a 35 años, comprendidos en los niveles socioeconómicos C1, C2 y C3, con mentalidad abierta, preocupación por los problemas sociales y activismo constante.

8.2 Método e instrumentos

La herramienta que se usará es la encuesta. La encuesta consiste en un procedimiento a través del que se recopilan datos por medio de un cuestionario previamente diseñado. Dentro de la encuesta se usará el método de la escala tipo Likert de cinco (5) variables. Esta escala consiste en una forma psicossomática usada comúnmente en cuestionarios. Se colocan distintos grados o niveles en los que el encuestado estará de acuerdo o en desacuerdo con una declaración, pregunta o ítem y posteriormente se procesan los resultados obtenidos. Este es un método cualitativo y produce datos descriptivos.

Así mismo se hará uso de preguntas dicotómicas en las que el encuestado responderá “sí” o “no”, según considere.

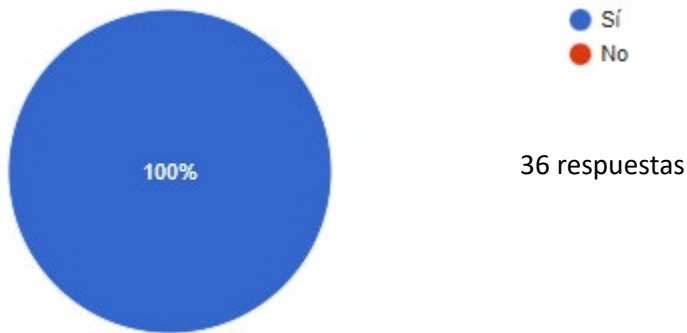
La encuesta se dividirá en una serie de enunciados y preguntas que se distribuyen en cuatro secciones: contexto, parte objetiva, parte semiológica y parte operativa.

El método utilizado para validar las propuestas preliminares fue la encuesta a través de la plataforma *Google Forms*.

8.3 Resultados e interpretación de resultados

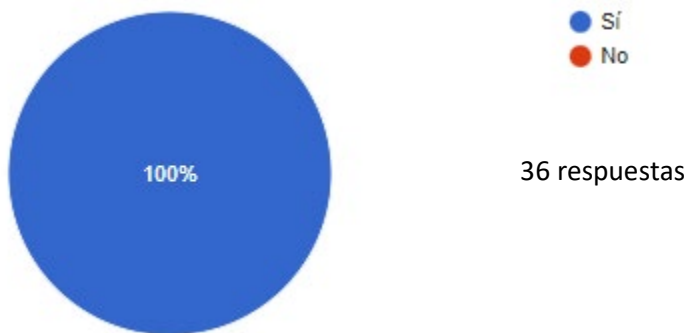
Parte Objetiva:

Pregunta 1: ¿Considera necesario diseñar materiales digitales para promover en Facebook e Instagram, el curso de lengua de señas de Asociación de Sordos de Guatemala -ASORGUA- a clientes actuales y potenciales?



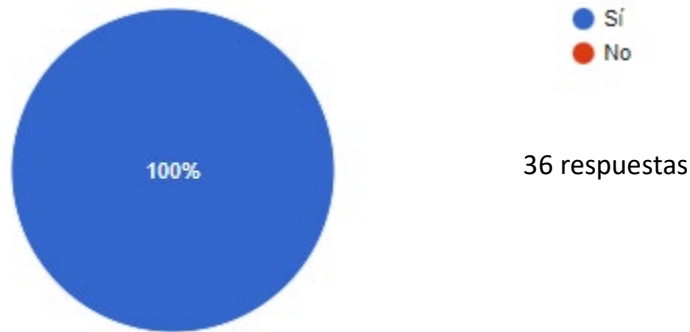
Interpretación. El 100% de los encuestados considera necesario diseñar materiales digitales para promover en Facebook e Instagram, el curso de lengua de señas de Asociación de Sordos de Guatemala -ASORGUA- a clientes actuales y potenciales.

Pregunta 2: ¿Considera importante recopilar información relacionada con la lengua de señas que provea la asociación –ASORGUA-, a través del *brief* proporcionado por el cliente, para que puedan darse a conocer los puntos importantes en la comunicación dirigida a los guatemaltecos?



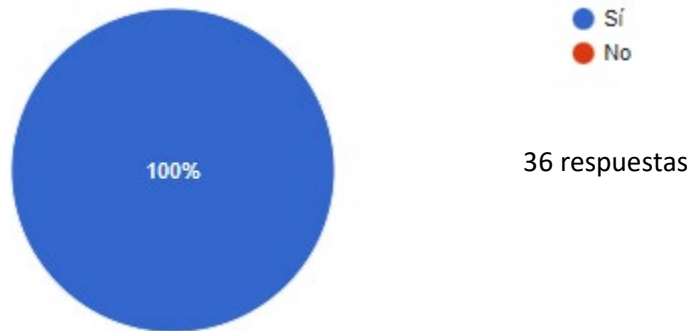
Interpretación. El 100% de los encuestados considera necesario recopilar información relacionada con la lengua de señas que provea la asociación –ASORGUA-, a través del *brief* proporcionado por el cliente, para que puedan darse a conocer los puntos importantes en la comunicación dirigida a los guatemaltecos.

Pregunta 3: ¿Considera necesario investigar términos, conceptos y nuevas tendencias de materiales digitales a través de distintas fuentes bibliográficas que puedan respaldar la estrategia de comunicación en la promoción del curso de lengua de señas?



Interpretación. El 100% de los encuestados considera necesario investigar términos, conceptos y nuevas tendencias de materiales digitales a través de distintas fuentes bibliográficas que puedan respaldar la estrategia de comunicación en la promoción del curso de lengua de señas.

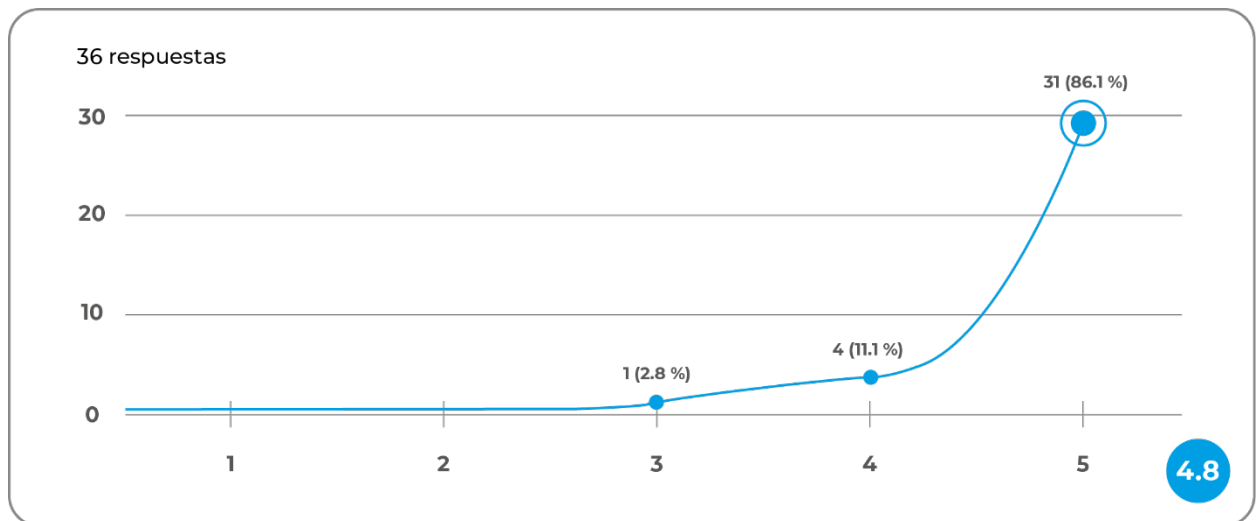
Pregunta 4: ¿Considera necesario diagramar materiales digitales a través de programas de diseño, para generar imágenes relevantes de valor para los clientes potenciales?



Interpretación. El 100% de los encuestados considera necesario diagramar materiales digitales a través de programas de diseño, para generar imágenes relevantes de valor para los clientes potenciales.

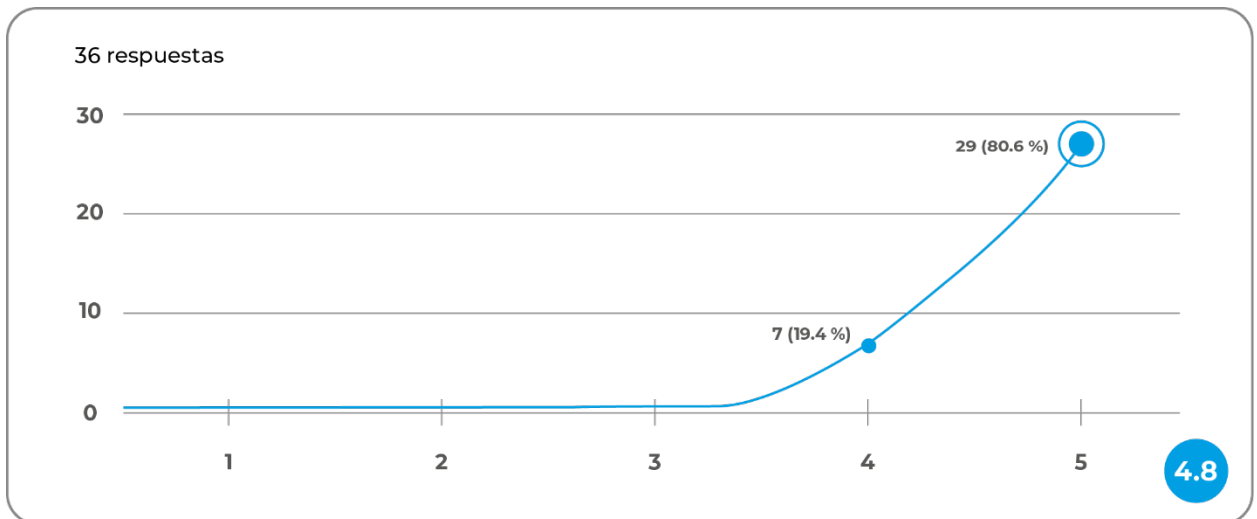
Parte semiológica:

Pregunta 5: Fotografía adecuada al grupo objetivo.



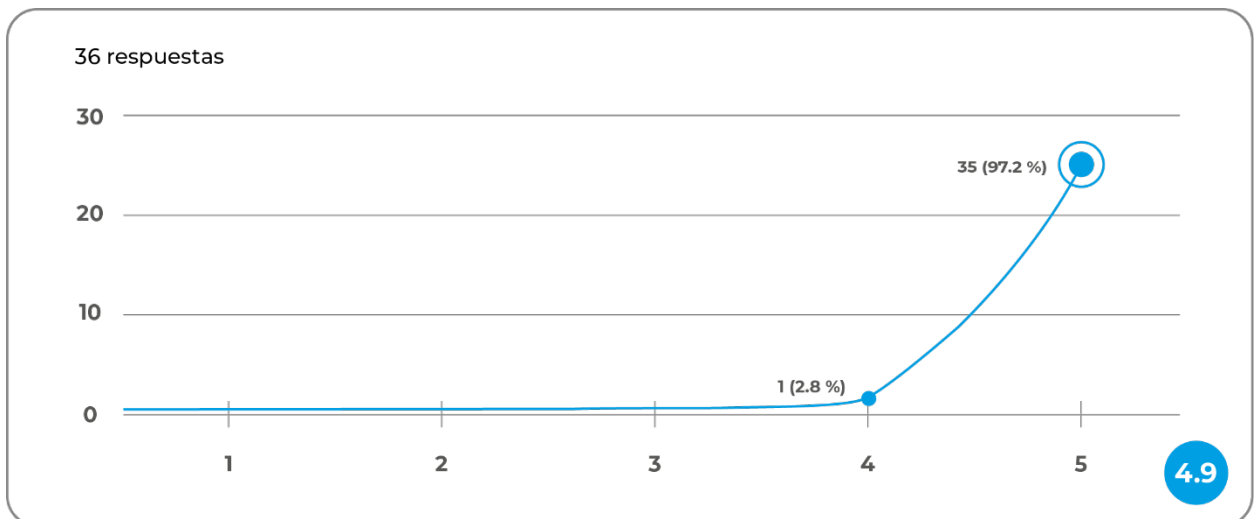
Interpretación. En la escala de 1 a 5, siendo 5 muy adecuada, la puntuación de los encuestados dio como resultado 4.8 puntos, lo que afirma que la fotografía es adecuada para el grupo objetivo.

Pregunta 6: Manejo de color.



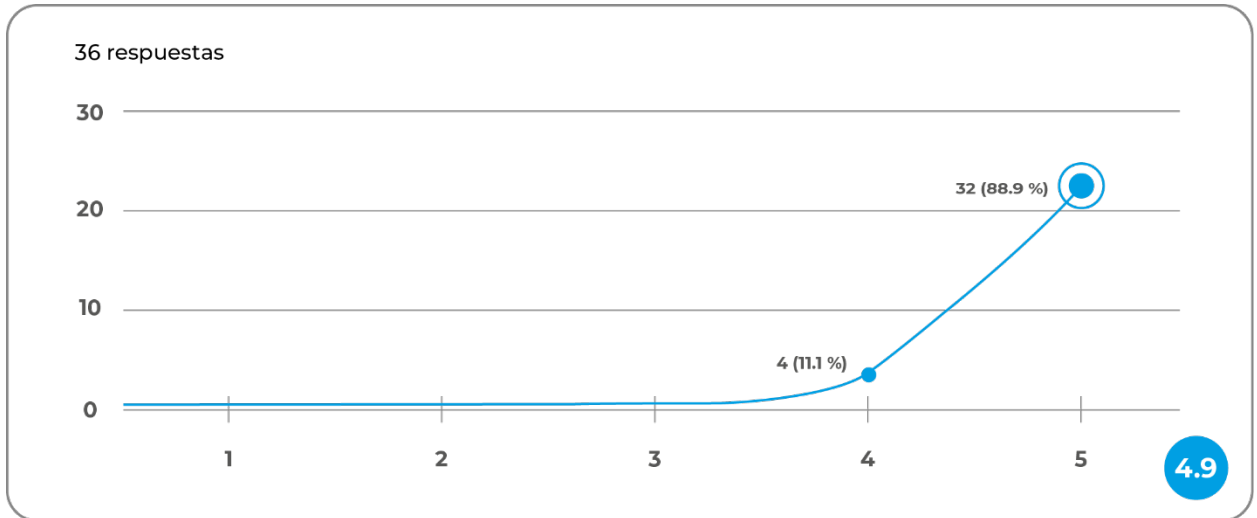
Interpretación. En la escala de 1 a 5, siendo 5 muy llamativo, la puntuación de los encuestados dio como resultado 4.8 puntos, lo que afirma que el manejo del color es muy llamativo.

Pregunta 7: Tipografía.



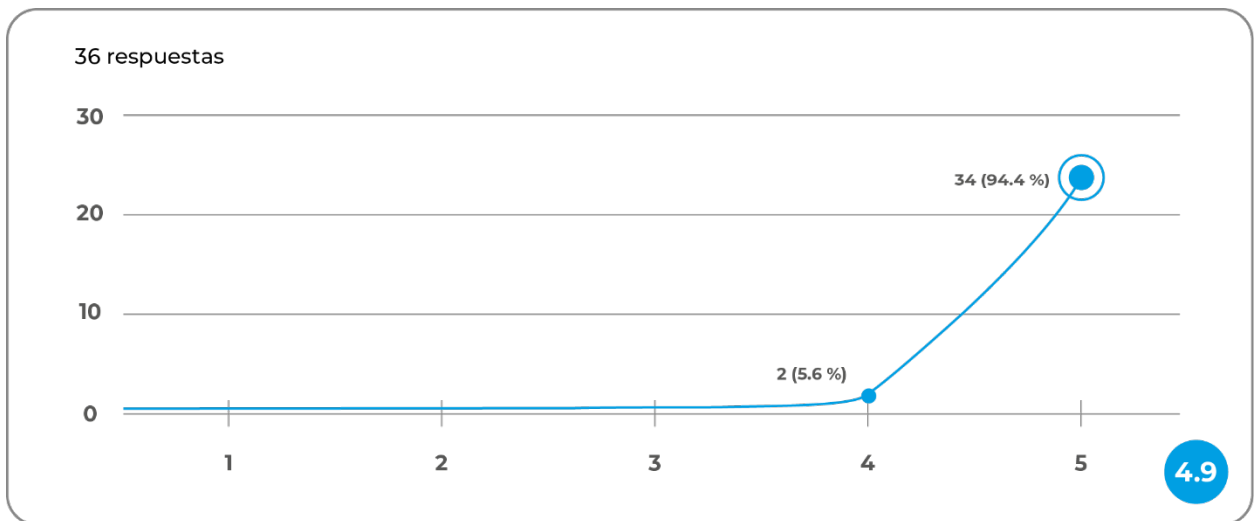
Interpretación. En la escala de 1 a 5, siendo 5 muy legible, la puntuación de los encuestados dio como resultado 4.9 puntos, lo que afirma que la tipografía es legible.

Pregunta 8: Distribución de elementos gráficos.



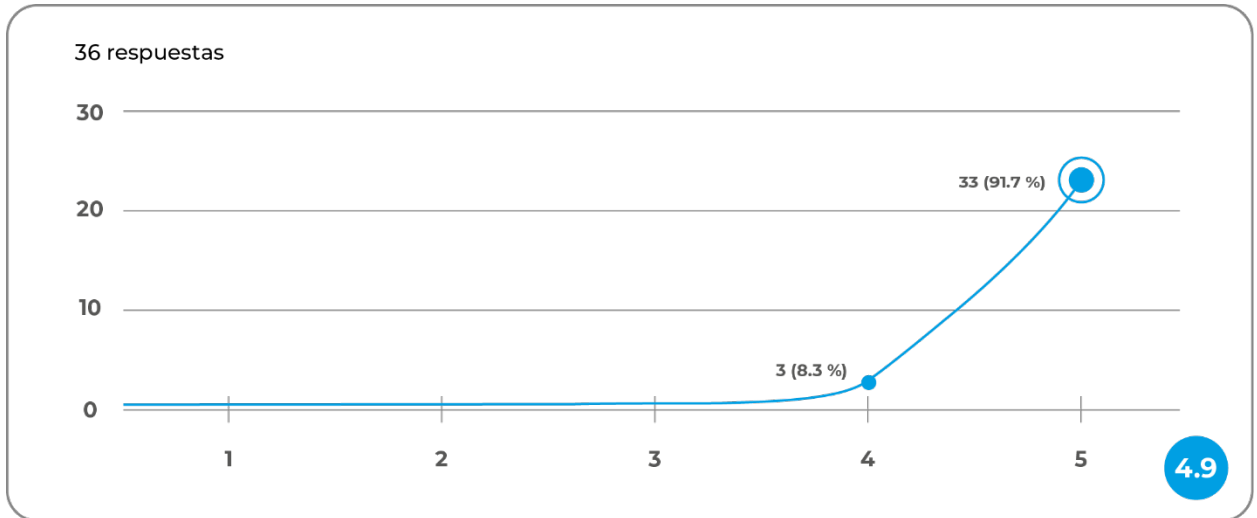
Interpretación. En la escala de 1 a 5, siendo 5 muy amigable, la puntuación de los encuestados dio como resultado 4.9 puntos, lo que afirma que la distribución de elementos gráficos es amigable y clara.

Pregunta 9: Relevancia del mensaje.



Interpretación. En la escala de 1 a 5, siendo 5 muy adecuada, la puntuación de los encuestados dio como resultado 4.9 puntos, lo que afirma el mensaje es relevante para el grupo objetivo.

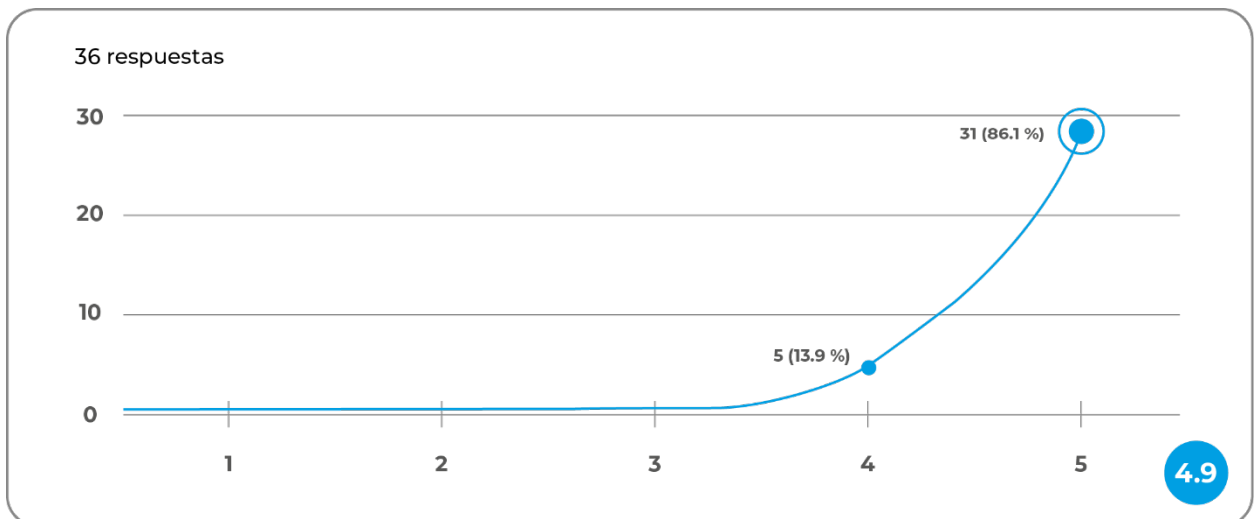
Pregunta 10: Materiales unificados en mensaje y forma.



Interpretación. En la escala de 1 a 5, siendo 5 muy integrados, la puntuación de los encuestados dio como resultado 4.9 puntos, lo que afirma que los materiales digitales desarrollados en la propuesta están unificados en mensaje y forma.

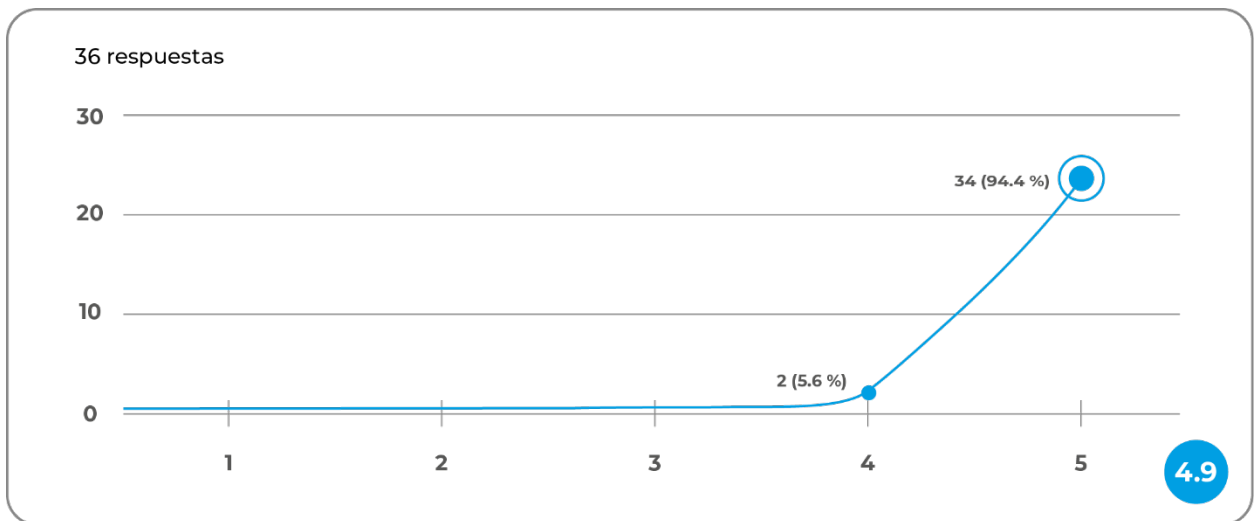
Parte operativa:

Pregunta 11: Cantidad de materiales de la propuesta.



Interpretación. En la escala de 1 a 5, siendo 5 muy adecuados, la puntuación de los encuestados dio como resultado 4.9 puntos, lo que afirma que la cantidad de materiales digitales desarrollados en la propuesta son adecuados.

Pregunta 12: Funcionalidad de materiales.



Interpretación. En la escala de 1 a 5, siendo 5 muy funcionales, la puntuación de los encuestados dio como resultado 4.9 puntos, lo que afirma la funcionalidad de los materiales digitales de la propuesta.

Pregunta 13: Si tiene algún comentario, sugerencia o crítica personal relacionada con el proyecto puede colocarla en el espacio a continuación:

Me gusta mucho todo el material, de hecho siento que se entiende muy bien el mensaje y motiva de gran manera a formar parte de la iniciativa.	Me encanta la paleta de colores! muy buen proyecto!	Excelente trabajo	Las gráficas están muy bien hechas, tienen excelente visibilidad y son llamativas.
Excelente manejo del concepto y todos los elementos gráficos, transmite el mensaje de manera clara y concisa de manera que cumple con la función de captar al grupo objetivo. ¡Buenísima ejecución!	Es un gran proyecto, con mucho potencial para ayudar a crear una cultura de inclusión, tolerancia y empatía a las personas que desean superarse no importando su discapacidad.	¡Me encanta la propuesta completa! Es un tema muy importante que tiene poca relevancia dentro de la sociedad guatemalteca, con estos mensajes se puede impulsar a otro nivel la comunicación sin barreras con todas las personas.	El material gráfico es realmente impresionante. La elección de la frase "enseñas" es perfecta, y los colores y patrones están muy bien equilibrados, lo que demuestra una excelente planificación y diseño.
	Me alegra mucho este movimiento para aprender lenguaje de señas	Excelente calidad del diseño, muy creativo y adecuado para el público que queremos ganar ahora.	

8.4 Cambios en base a resultados

Con base a los datos obtenidos en la fase de validación para la implementación del presente proyecto se refleja que:

- Cumple con el objetivo general y con cada uno de los objetivos específicos.
- No se mencionaron cambios relevantes en el diseño propuesto según las encuestas, sin embargo, el cliente solicitó cambiar la redacción en dos piezas gráficas para diferenciarse de la competencia. Las piezas en las que se ajustará la redacción son: Pieza gráfica 7 (post de Cultura Sorda) y pieza gráfica 10 (portada de Facebook).

8.4.1 Pieza gráfica digital #7



Justificación. Posterior a la validación con cliente, se optó por reemplazar el texto “personas tienen un grado de discapacidad auditiva” por “personas son Sordas” abreviándolo y volviéndolo mucho más claro.

8.4.2 Pieza gráfica digital #10 (Portada de Facebook)

Antes



Después



Justificación. Posterior a la validación con cliente, se solicitó cambiar el inicio de la frase de portada, ya que la competencia tiene una portada que empieza por “Por una Guatemala...”, sin embargo, la asociación anhela un país sin barreras como ideal. Conservando este ideal se llegó a la frase “Construyendo un futuro sin barreras”, frase que muestra a -ASORGUA- como un actor fundamental en la construcción de un futuro sin barreras.

CAPÍTULO IX
PROPUESTA GRÁFICA FINAL

Capítulo IX: Propuesta gráfica final

Respondiendo al brief y la problemática de la asociación, luego de hacer la validación con expertos, grupo objetivo y las aprobaciones posteriores con cliente, se presentan los materiales digitales para su publicación.

Pieza 1: Diseño de publicación para Instagram y Facebook. Mientras aprendes, enseñas empatía.
1080x1080px.

1080 px



1080 px

Pieza 2: Diseño de publicación para Instagram y Facebook. Mientras aprendes, enseñas equidad.

1080x1080px.

1080 px

ASORGUA
Asociación de Sordos
de Guatemala

Mientras aprendes,
enseñas equidad

Inscríbete al curso de lengua de señas
y sé ejemplo de inclusión.

1080 px

Pieza 3: Diseño de publicación para Instagram y Facebook. Mientras aprendes, enseñas respeto.

1080x1080px.

1080 px



1080 px

Pieza 4: Diseño de publicación para Instagram y Facebook. Mientras aprendes, enseñas cambio.

1080x1080px.

1080 px



1080 px

Pieza 5: Diseño de publicación para Instagram y Facebook. Mientras aprendes, enseñas diversidad. 1080x1080px.

1080 px



ASORGUA
Asociación de Sordos
de Guatemala

Mientras aprendes,

enseñas diversidad

Inscríbete al curso de lengua de señas
y sé ejemplo de inclusión.

1080 px

Pieza 6: Diseño de publicación para Instagram y Facebook. Mientras aprendes, enseñas esperanza. 1080x1080px.

1080 px

ASORGUA
Asociación de Sordos
de Guatemala

Mientras aprendes,
enseñas esperanza

Inscríbete al curso de lengua de señas
y sé ejemplo de inclusión.

1080 px

Pieza 7: Diseño de publicación para Instagram y Facebook. Contenido tipográfico cuyo objetivo es compartir información relevante sobre la Cultura Sorda en Guatemala, reforzando el conocimiento general del tema. 1080x1080px.

1080 px

Cultura Sorda

En Guatemala se
estima que al menos
250,000
personas son **Sordas**

Inscríbete al curso de lengua de señas
y sé la diferencia.

1080 px

Pieza 8: Diseño de publicación para Instagram y Facebook. Contenido tipográfico cuyo objetivo es compartir información relevante sobre la Cultura Sorda en Guatemala, reforzando el conocimiento general del tema. 1080x1080px.

1080 px



1080 px

Pieza 9: Diseño de publicación para Instagram y Facebook. Contenido tipográfico cuyo objetivo es compartir información relevante sobre la Cultura Sorda en Guatemala, reforzando el conocimiento general del tema. 1080x1080px.

1080 px

Cultura Sorda

Al aprender Lengua de Señas, no solo estás adquiriendo habilidades de comunicación, sino que también estás abriendo la puerta a una comunidad diversa y vibrante.

Inscríbete al curso de lengua de señas y sé la diferencia.

1080 px

Pieza 10: Diseño de portada para Facebook. Portada tematizada con la línea gráfica de ASORGUA y un llamado a la acción para la inscripción de las personas. 1500x555px.

1080 px



1080 px



Se muestra una visualización del contenido.

Pieza 11: Carrusel Instagram. Contenido que busca informar acerca de razones que refuerzan la importancia de estudiar lengua de señas en ASORGUA. El contenido se fragmenta en 5 posts de 1080x1080px por cada post. En total 3240x1080px.

1080 px



1080 px

Portada de carrusel (1/5).

1080 px

Razón 1

**Estarás dando
trabajo directo
a una persona
Sorda.**

>>>

The graphic features a dark blue background with a pattern of light blue, overlapping circular and oval shapes. A white rounded rectangle is centered at the top, containing the text 'Razón 1'. Below it, a larger white rounded rectangle contains the main text. The text 'trabajo directo' is underlined, and 'Sorda' is in a larger font size. Three white chevrons are positioned in the bottom right corner of the graphic.

1080 px

Post 2 (2/5).

1080 px

Razón 2

Aprendes en una asociación con el respaldo de la Federación Mundial de Sordos

WORLD FEDERATION OF THE DEAF

>>>

1080 px

Post 3 (3/5).

1080 px

Razón 3

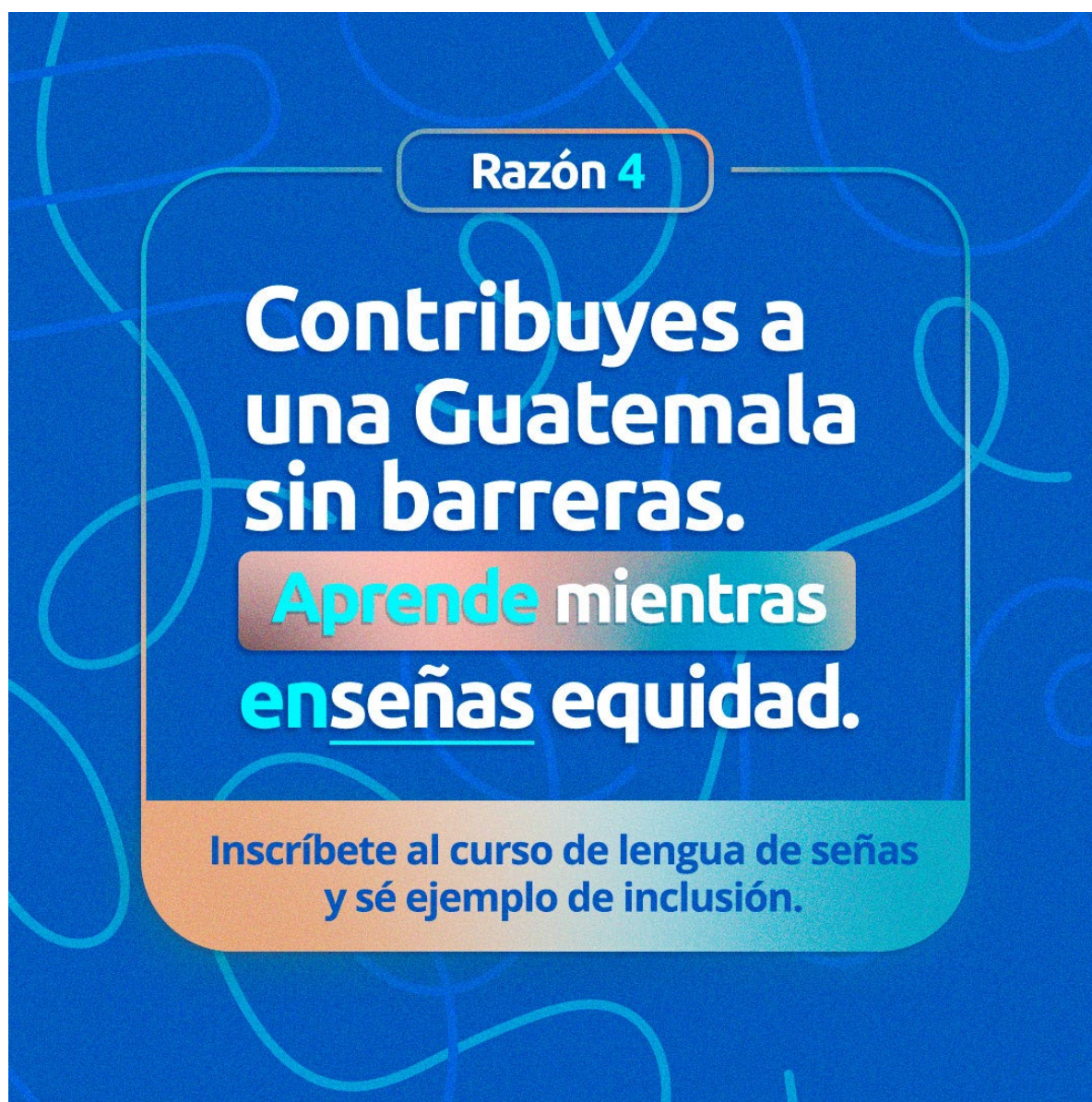
**Aprendes en
grupos reducidos,
lo que garantiza
un aprendizaje
personalizado.**

>>>

1080 px

Post 4 (4/5).

1080 px



Razón 4

Contribuyes a una Guatemala sin barreras.

Aprende mientras enseñas equidad.

Inscríbete al curso de lengua de señas y sé ejemplo de inclusión.

1080 px

Post 5 (5/5).



Se muestra una visualización del contenido ensamblado en orden.

Pieza 12: Álbum para Facebook. Contenido que sintetiza la información del curso de Lengua de Señas y la transmite de forma amigable. 2160x1080px la portada de álbum y 1080x1080px cada post.

2160 px



1080 px

Portada de álbum (1/3).

10 meses de duración.

Inversión

Inscripción: **Q50.00**

Mensualidades: **Q150.00**

Inscripciones abiertas del 16 al 31 de enero
Inician clases el 04 de febrero.

¿Quiénes pueden aprenderlo?

Niños 07-12 años	Jóvenes 13 - 17 años	Adultos 18 - 65 años	Tercera edad (Grupos de 3 personas) 66 años en adelante
-------------------------------	-----------------------------------	-----------------------------------	--

Los grupos se clasifican por niveles.

Principiante Intermedio Avanzado Práctica de intérpretes

1080 px

Post 2 (2/3).

Horarios

Elige solo **un día** y **un horario**.

Día	Horarios por día
Lunes	09:00 / 10:00 / 17:00 / 18:30
Martes	10:00 / 17:00 / 18:30
Miércoles	09:00 / 18:30
Jueves	10:00 / 14:00 / 17:00 / 18:30
Viernes	08:00 / 14:00 / 16:00 / 17:00 / 18:30
Sábado	08:00 / 10:00 / 14:00 / 17:00

Modalidad virtual: 1 sesión semanal por Zoom
Las clases tienen una duración de una hora y media.

Inscríbete en el link de la publicación y
sé ejemplo de inclusión para Guatemala.

1080 px

Post 3 (3/3).



Se muestra una visualización del contenido ensamblado en orden.

Pieza 13: Carrusel Instagram. Adaptación del contenido de Facebook que sintetiza la información del curso de Lengua de Señas y la transmite de forma amigable. El contenido se divide en una secuencia de 3 publicaciones de 1080x1080px por cada post. En total 3240x1080px.

1080 px



1080 px

Post 1 (1/3).

10 meses de duración.

Inversión

Inscripción: **Q50.00**

Mensualidades: **Q150.00**

Inscripciones abiertas del 16 al 31 de enero
Inician clases el 04 de febrero.

¿Quiénes pueden aprenderlo?

Niños 07-12 años	Jóvenes 13 - 17 años	Adultos 18 - 65 años	Tercera edad (Grupos de 3 personas) 66 años en adelante
----------------------------	--------------------------------	--------------------------------	--

Los grupos se clasifican por niveles.
Principiante Intermedio Avanzado Práctica de intérpretes

1080 px

Post 2 (2/3).

Horarios

Elige solo **un día** y **un horario**.

Día	Horarios por día
Lunes	09:00 / 10:00 / 17:00 / 18:30
Martes	10:00 / 17:00 / 18:30
Miércoles	09:00 / 18:30
Jueves	10:00 / 14:00 / 17:00 / 18:30
Viernes	08:00 / 14:00 / 16:00 / 17:00 / 18:30
Sábado	08:00 / 10:00 / 14:00 / 17:00

Modalidad virtual: 1 sesión semanal por Zoom
Las clases tienen una duración de una hora y media.

Inscríbete en el link de la biografía y
sé ejemplo de inclusión para Guatemala.

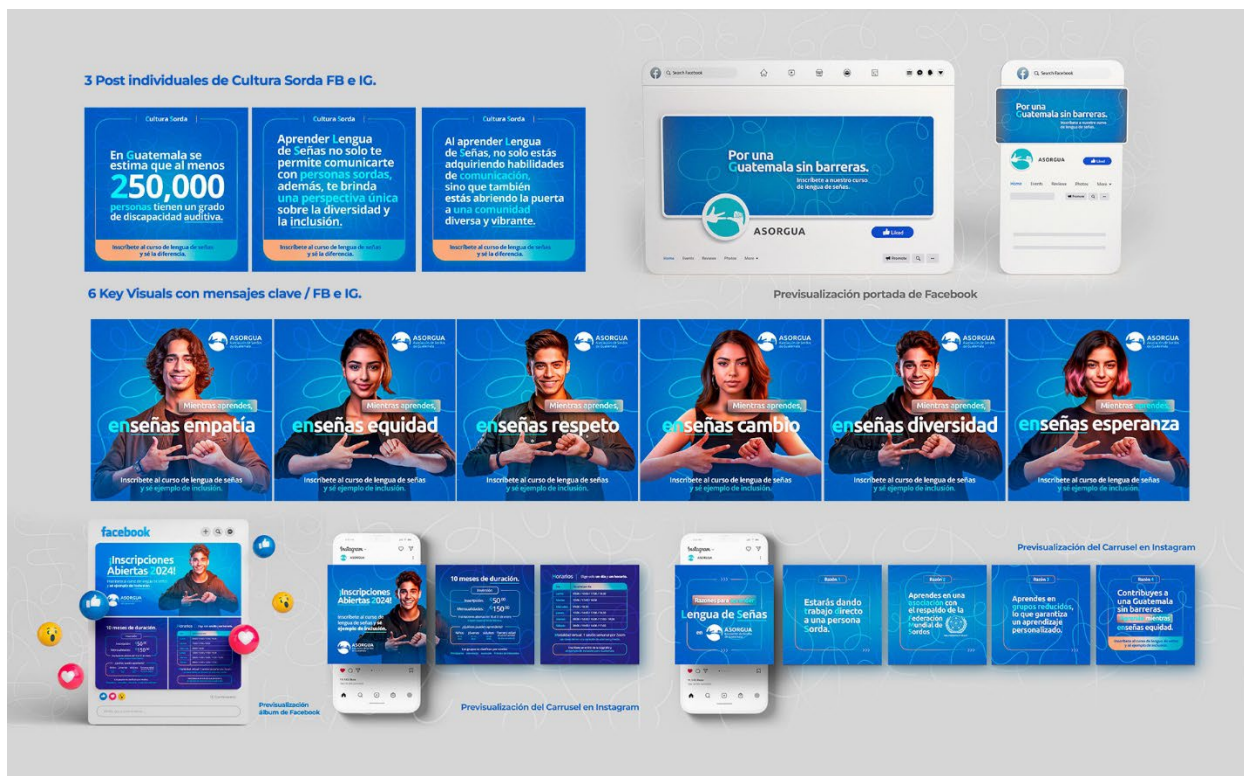
1080 px

Post 3 (3/3).



Se muestra una visualización del contenido ensamblado en orden.

A continuación, se muestra la visualización de la propuesta gráfica final:



CAPÍTULO X

PRODUCCIÓN, REPRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Capítulo X: Producción, reproducción y distribución

El desarrollo del proyecto de comunicación conlleva disponer de recursos monetarios para que la empresa vea las utilidades obtenidas a partir del diseño propuesto.

- Plan de costos de elaboración
- Plan de costos de producción
- Plan de costos de reproducción
- Plan de costos de distribución

10.1 Plan de costos de elaboración

Tomando en cuenta que un diseñador gráfico promedio tiene un salario mensual de Q. 7,500.00 el pago del día trabajado es de Q. 250.00 y la hora se estima en un valor de Q. 31.25.

Descripción	Semanas	Horas empleadas	Costo
Análisis de la necesidad de diseño/comunicación, identificación de áreas y recopilación de información general del cliente.	02	3.5	Q109.40
Recopilación de información relacionada con el tema a solucionar, conceptos y tendencias.	01	05	Q156.25
Conceptualización	01	05	Q156.25
Bocetaje	02	10	Q312.50
Total de costos de elaboración			Q734.40

10.2 Plan de costos de producción

Descripción	Semanas	Horas empleadas	Costo
Imágenes del grupo objetivo generadas con inteligencia artificial.	1/2	3.5	Q109.40
Digitalización de bocetos y propuesta gráfica (13 materiales realizados).	2	55	Q1,718.75
Ajustes sobre la propuesta preliminar.	1/2	1	Q31.25
Costos variables de operación. (Luz, Internet, suscripciones a Adobe Suit, MidJourney y Freepik Premium)			Q600.00
Total de costos de producción			Q2,459.40

10.3 Plan de costos de reproducción

El cliente no tendrá costos de reproducción, ya que el material se replicará en redes sociales.

10.4 Plan de costos de distribución

El presente proyecto no requiere un costo de distribución, ya que será divulgado en las redes sociales del cliente de forma orgánica.

10.5 Margen de utilidad

Se estima para el presente proyecto un promedio de 17.65% de utilidad sobre los costos.

Costo total = Q3,193.80

Utilidad 17.65% = Q563.70

10.6 Cuadro con resumen general de costos

Cuadro con resumen general de costos

Total de costos de elaboración	Q	734.40
Total de costos de producción	Q	2,459.40
Plan de costos de reproducción	Q	00
Plan de costos de distribución	Q	00
SUBTOTAL I	Q	3,193.80
Margen de utilidad 17.65%	Q	563.70
SUBTOTAL II	Q	3,757.50
IVA 12%	Q	450.90
TOTAL	Q	4,208.40

CAPÍTULO XI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones

11.1 Conclusiones

- Se logró diseñar materiales digitales para promover en Facebook e Instagram, el curso de lengua de señas de Asociación de Sordos de Guatemala -ASORGUA- a clientes actuales y potenciales.
- Se recopiló información relacionada con la lengua de señas que proveyó la asociación –ASORGUA-, a través del brief proporcionado por el cliente, para que puedan darse a conocer los puntos importantes en la comunicación dirigida a los guatemaltecos.
- Se investigó los términos, conceptos y nuevas tendencias de materiales digitales a través de distintas fuentes bibliográficas que puedan respaldar la estrategia de comunicación en la promoción del curso de lengua de señas.
- Se diagramaron materiales digitales a través de programas de diseño, para generar imágenes relevantes de valor para los clientes potenciales.

11.2 Recomendaciones

- Se sugiere realizar un seguimiento periódico de la interacción de los usuarios con los materiales digitales en redes sociales, para evaluar la efectividad de la estrategia y realizar ajustes necesarios en función de los resultados obtenidos.
- Se recomienda implementar una sección educativa en las redes sociales de -ASORGUA- para difundir conocimientos relevantes sobre la comunidad Sorda y fomentar una mayor conciencia y comprensión entre el público guatemalteco.
- Dado el constante cambio y evolución en las tendencias de diseño y comunicación digital, se recomienda establecer una revisión periódica de las estrategias de

contenido para asegurar que el material se mantenga relevante y atractivo para la audiencia objetivo.

- Se recomienda seguir empleando una disposición uniforme y un estilo gráfico consistente para fortalecer la identidad visual de ASORGUA y asegurar que la audiencia identifique rápidamente los mensajes clave y la información relevante.

CAPÍTULO XII
CONOCIMIENTO GENERAL

Capítulo XII: Conocimiento general

12.1 Demostración de conocimientos

Conocimiento general

Comunicación

La implementación de estrategias de redacción y diseño permitió la transmisión efectiva de mensajes claros y atractivos para la audiencia objetivo, lo que fomentó una conexión más profunda con los seguidores de -ASORGUA-. El concepto "Mientras aprendes, enSeñas" jugó un papel fundamental en la comunicación.

Diseño

La aplicación de principios de diseño gráfico garantizó la creación de materiales digitales visualmente atractivos y funcionalmente eficientes, lo que contribuyó a una presentación coherente y atractiva de la información relevante.

Teoría del color

El conocimiento de la teoría del color y su impacto en la percepción visual ayudó a seleccionar esquemas de color adecuados para transmitir mensajes y emociones específicos, utilizando el naranja como tono complementario del azul para crear más contraste y dar un toque cálido a los materiales digitales.

Composición visual

La cuidadosa organización y disposición de elementos visuales en los materiales digitales aseguró una presentación clara y estructurada de la información, facilitando la comprensión y la interacción intuitiva con el contenido proporcionado por ASORGUA.

Inbound Marketing

La aplicación de estrategias de inbound marketing permitió la generación de contenido valioso y relevante para atraer y retener a la audiencia, fomentando una relación significativa y duradera con los seguidores interesados en el curso de lengua de señas.

Bocetaje

El desarrollo de bocetos iniciales contribuyó a la conceptualización y refinamiento efectivo de las ideas, facilitando la planificación y ejecución eficiente del diseño de los materiales digitales para promover el curso de lengua de señas de -ASORGUA-.

Estadística

La utilización de herramientas y técnicas estadísticas proporcionó información esencial para analizar el rendimiento y la efectividad de la campaña de promoción, lo que permitió tomar decisiones informadas y realizar ajustes precisos para optimizar la estrategia de comunicación.

Semiología

La aplicación de los conceptos semióticos permitieron la interpretación y el diseño efectivo de los mensajes visuales y verbales para -ASORGUA-. Al considerar el impacto de los signos y símbolos en la percepción del grupo objetivo, se logró una transmisión más precisa y persuasiva de los valores y objetivos de la asociación.

Infografía realizada por el Profesional de Comunicación y Diseño, Luis Angel Pérez García.

CAPÍTULO XIII

REFERENCIAS

Capítulo XIII: Referencias

13.1 Bibliografía

A.

Alayon, N. (1987). *Definiendo al Trabajo Social (2da ed., corregida y aumentada)*. Lumen-Hvmanitas, Buenos Aires.

Antonio, D. M. J., & María, R. R. R. (2018). *INTRODUCCIÓN A LA SOCIOLOGÍA ACTUAL PARA CIENCIAS SOCIALES*. Editorial Universidad Nacional de Educación a Distancia. España.

D.

Davis, F. (2012). *La comunicación no verbal*. Alianza Editorial. Madrid. España.

Dewey, J. (1917), *Democracia y educación*. Buenos Aires, Losada, 14-15.

G.

Guiraud, P. (1979). *La semiología*. Siglo XXI. México.

H.

Heller, E. (2004). *Psicología del color: cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón*. Editorial Gustavo Gili. Barcelona.

K.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de marketing*. Pearson. México.

L.

Linares, M. J. P., & Varó, E. A. (1997). *Diccionario de lingüística moderna*. Editorial Ariel. España.

M.

McLean, R. (1993). *Manual de tipografía*. Tursen Hermann Blume Ediciones. España.

Moro, J. M. (2004). *La ilustración como categoría: una teoría unificada sobre arte y conocimiento*. Ediciones Trea. España.

S.

Scolari, C. A. (2013). *Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan*. Editorial DEUSTO, España.

13.2 Referencias de Revistas

O.

Olvera García, J. (2018), *La inclusión social desde los derechos humanos*. Revista Cofactor, Vol. 7, pág. 34.

P.

Paz C., M. V., & Salamanca Salucci, M. (2009). *Elementos de la Cultura Sorda: Una base para el currículum intercultural*. REXE. Revista de Estudios y Experiencias en Educación, 8(15), 31-49.

13.3 Biblioweb

A.

Ad, R. (2021). *¿Qué es una paleta de colores? ¿Cómo crear una y para qué sirve?* Recuperado de <https://www.admagazine.com/interiorismo/paleta-de-colores-que-es-para-que-sirve-y-como-hacerla-20210614-8647-articulos>

Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados [ACNUR] (2018). *¿Qué tipos de asociaciones existen?* Recuperado de https://eacnur.org/es/blog/que-tipos-de-asociaciones-existen-tc_alt45664n_o_pstn_o_pst

Ariadnaandreu. (2022). *10 tendencias en diseño gráfico para este 2023* | *Mediactiu*. Recuperado de <https://mediactiu.com/10-tendencias-en-diseno-grafico-para-este-2023/>

Assael, D. (2022). *La psicología del color: el significado de los colores y cómo aplicarlos a tu marca*. Canva. Recuperado de https://www.canva.com/es_mx/aprende/psicologia-del-color/

C.

Crehana (2022). *¿Qué es arte digital? Características y ejemplos*. Recuperado de <https://www.crehana.com>. <https://www.crehana.com/blog/estilo-vida/que-es-arte-digital/>

E.

Equipo editorial, Etecé (2022) *Teoría del color*. Recuperado de <https://concepto.de/teoria-del-color/>

Equipo Editorial, Etecé. (2020). *Lingüística - Concepto, objetivo, campo de estudio y áreas*. Recuperado de <https://concepto.de/linguistica/>

Equipo Editorial, Etecé. (2022). *Signo*. Recuperado de <https://concepto.de/signo/>

Esposito, C. (2019). *Crear un diseño gráfico claro para imprimir: la maquetación*. El Blog De Pixartprinting. Recuperado de <https://www.pixartprinting.es/blog/disenogratico-maquetacion/>

G.

Garcia, F. (2022). *Diseño inclusivo: cómo sumarse al desafío de crear productos para cada uno*. *Think with Google*. Recuperado de <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/es-419/futuro-del-marketing/creatividad/disenoinclusivo-como-sumarse-al-desafio-de-crear-productos-para-cada-uno/>

Gitnux. (2023). *¿Qué es la comunicación digital y cómo funciona?* Recuperado de <https://blog.gitnux.com/es/comunicacion-digital/>

H.

HA! (2020) *Arte digital*. Recuperado de <https://historia-arte.com/tecnicas/arte-digital>

J, P. P., & Gardey, A. (2021). *Minimalismo - Qué es, definición, en la música y características*. Recuperado de <https://definicion.de/minimalismo/>

I.

IONOS S, G. (2023). *Brainstorming: Qué es y cómo funciona. (s. f.)*. Recuperado de <https://www.ionos.es/startupguide/productividad/brainstorming-o-lluvia-de-ideas/>

L.

Latinoamérica, A. (2023, 16 enero). *Elementos básicos de la composición visual | Blog Adobe Latinoamérica*. Adobe Blog. <https://blog.adobe.com/es/publish/2023/01/16/aprende-sobre-composicion-visual-y-aplicala-en-tus-proyectos-graficos>

Lifeder. (2020). *Comunicación visual: características, elementos, técnicas, ejemplos*. Recuperado de <https://www.lifeder.com/comunicacion-visual/>

Lifeder. (2022). *Redes sociales*. Recuperado de <https://www.lifeder.com/redes-sociales/>

M.

Maceira, J. (2023). *Inteligencia Artificial en el diseño gráfico, top 10 de herramientas*. Recuperado de <https://jesusmaceira.com/inteligencia-artificial-diseno-grafico/>

Martínez, E. (2023). *Antropología*. Significados. Recuperado de <https://www.significados.com/antropologia/>

Moliz, A. (2017). *Tipografía creativa. En los límites de la letra | Rayitas Azules*. Recuperado de <https://www.rayitasazules.com/tipografia-creativa-los-limites-la-letra/>

O.

Organización Mundial de la Salud [OMS] (2018). *Sordera y pérdida de audición*. Recuperado de <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/deafness-and-hearing-loss>

P.

Pacheco, J. (2023). *Inbound marketing*. Recuperado de <https://enciclopediaeconomica.com/inbound-marketing/>

Pérez Porto, J., Gardey, A. (2008). *Psicología - Qué es, teoría, aplicaciones y ramas*. Definición.De. Recuperado de <https://definicion.de/psicologia/>

Pérez Porto, J., Gardey, A. (2009). *Fotografía - Qué es, definición y concepto*. Definición.De. Recuperado de <https://definicion.de/fotografia/>

Pérez Porto, J., Gardey, A. (2016). *Cibernética - Qué es, teoría, definición y concepto*. Definición.De. Recuperado de <https://definicion.de/cibernetica/>

Pérez Porto, J., Gardey, A. (25 de septiembre de 2009). *Iconografía - Qué es, utilidad, definición y concepto*. Definición.De. Recuperado de <https://definicion.de/iconografia/>

Pérez Porto, J., Merino, M. (2008). *Estadística - Qué es, herramientas, clasificación y métodos*. Definición.De. Recuperado de <https://definicion.de/estadistica/>

Pérez Porto, J., Merino, M. (2009). *Boceto - Qué es, definición, en la arquitectura y clasificación*. Definición.De. Recuperado de <https://definicion.de/boceto/>

Profesor de Negocios (2022). *¿Qué es la teoría de la persuasión?* Recuperado de <https://profesordenegocios.com/que-es-la-teoria-de-la-persuasion/>

R.

Ruíz, M. L. (2020). *Aprendizaje visual: qué es, y maneras de potenciarlo*. Recuperado de <https://psicologiaymente.com/desarrollo/aprendizaje-visual>

T.

Torres A. (2015) *Teoría de la Gestalt: leyes y principios fundamentales*. Recuperado de <https://psicologiaymente.com/psicologia/teoria-gestalt>

13.4 Referencias de Trabajos Académicos

F.

Frías-Peña, J. (2005). *The Strategic role of industrial designers in developing innovative products (Tesis doctoral)*. Nottingham University Business School, England.

G.

Grzona, M. A. (2014). *La accesibilidad educativa en las aulas inclusivas. Una mirada didáctica*. Investigación y Postgrado, 29(2), 137-149.

13.5 Referencias de Decretos de Ley

C.

Congreso de la República de Guatemala. (2020). Decreto Número 3-2020: *Ley que reconoce y aprueba la lengua de señas en Guatemala*. 28 de enero de 2020.

CAPÍTULO XIV

ANEXOS

Capítulo XIV: Anexos

Anexo I: Brief.



Brief

Datos del estudiante

Nombre del estudiante	Luis Angel Pérez García
No de Carné	20004146
Teléfono	3059-2154
E-mail	20004146@galileo.edu
Proyecto	Diseño de materiales digitales para promover en Facebook e Instagram, el curso de lengua de señas de Asociación de Sordos de Guatemala -ASORGUA- a clientes actuales y potenciales. Guatemala, Guatemala 2024.

Datos del cliente

Empresa	Asociación de Sordos de Guatemala
Nombre del cliente	Mauricio Ernesto Méndez Jerez
Teléfono	23322720
E-mail	asorgua@gmail.com
Antecedentes	<p>La Asociación de Sordos de Guatemala es una organización sin fines de lucro con el objetivo de favorecer la inclusión social de las personas Sordos en Guatemala.</p> <p>El 99% de la junta directiva está conformada por personas Sordas, al 1% lo conforma Mauricio Ernesto Méndez Jerez - Director de la organización, quien es hijo de personas Sordas.</p> <p>Actualmente la Asociación tiene como principal fuente de ingreso los cursos de Lengua de Señas que son impartidos por personas Sordas que conforman la asociación.</p>
Oportunidad identificada	Actualmente la asociación no cuenta con personal ni recursos para invertir en la promoción de sus cursos de lengua de señas, lo que limita el alcance que podría tener este curso de cara a un grupo objetivo más amplio.



Datos de la empresa

Misión	Somos una institución que impulsa acciones para las personas sordas con el propósito de trabajar programas y proyectos en áreas de educación, salud, situación laboral y recreación para el beneficio de este sector de la población generando así su inclusión social.
Visión	Ser una organización representativa de las personas sordas a nivel nacional, facilitadora de procesos para el apoyo mutuo y solidaridad que permitan el logro de una vida plena a las personas sordas.
Delimitación geográfica	La ciudad de Guatemala y sus alrededores. (La cobertura del grupo de señas) Apoyan más organizaciones de sordos. Si alguien fuera del país se refiere con otras organizaciones cercanas al sector de donde los llaman. El trabajo como asociación se realiza en toda la república de Guatemala.
Grupo objetivo	No tienen grupo objetivo. Platicaremos en la reunión del jueves.
Principal beneficio al Grupo Objetivo	El proyecto está dirigido a un grupo objetivo comprendido por hombres y mujeres jóvenes, de entre 20 a 35 años, con mentalidad abierta, preocupación por los problemas sociales y activismo constante. Están dispuestos a aprender lengua de señas y valoran el crecimiento personal y la inclusión social.
Competencia	Si hay competencia, el Benemérito Comité Pro-Ciegos y Sordos de Guatemala. Ellos no necesitan un ingreso económico, ya que cuentan con el apoyo de Lotería Santa Lucía. Los cursos cuestan Q80 anuales, frente a los Q150 al mes que cuesta en ASORGUA (Total anual de Q1,500). Ellos también prestan servicios de interpretación de señas. Ellos cuentan con Sordos pero los Sordos representan un 20% de su planilla, no representa la totalidad como lo es en -ASORGUA-.



Posicionamiento	Actualmente la empresa tiene un posicionamiento adecuado por su trayectoria a través de los años, sin embargo, los jóvenes no conocen la asociación y es una gran oportunidad para posicionarse dentro de este grupo objetivo.
Factores de diferenciación	-ASORGUA- al estar conformado 99% por personas Sordas, crea un ecosistema idóneo para aprender la lengua de señas. Es como quienes buscan aprender inglés, siempre preferirán aprender con hablantes nativos. Los cursos están hechos por grupos pequeños, lo que garantiza el aprendizaje y lo personaliza.
Objetivo de mercado	Generar interés en las personas jóvenes, además de hacerles conciencia sobre la importancia de la accesibilidad para todos en Guatemala.
Objetivo de comunicación	Promover en Facebook e Instagram, el curso de lengua de señas a clientes actuales y potenciales.
Mensaje clave a comunicar	Curso de lengua de señas.
Estrategia de comunicación	La estrategia será utilizando nuestros canales de comunicación Facebook e Instagram, ya que cuenta con una base de seguidores que pueden aprovecharse.
Reto del diseñador y trascendencia	Diseñar materiales digitales diferenciales, que promuevan el curso de lengua de señas mediante la implementación de un concepto creativo y gráficas visualmente atractivas.
Materiales para realizar	<ul style="list-style-type: none"> - Se realizarán Key Visuals, que sean pilares de la comunicación para llamar la atención de clientes potenciales. - También se desarrollarán piezas digitales que hablen acerca de la cultura Sorda, que muestren datos relevantes para reforzar la sensibilidad sobre este tema. - Por último, se realizarán materiales digitales que tienen como objetivo mostrar el proceso de inscripción, precios y beneficios de estudiar en - ASORGUA-.
Presupuesto	No se tiene ningún presupuesto para este proyecto, por lo que queda a disposición del estudiante.



Datos de la imagen gráfica

<p>Logotipo</p>	
<p>Colores</p>	<p>Pantone 2735 C Pantone 300 C Pantone 319 C Blanco 100%</p>
<p>Tipografía</p>	<p>Títulos Ubuntu Medium y Bold</p> <p>ABCDEF GHIJ KLMNŃOPQRST UVWXYZ abcdefghijklmñopqrstuvwxy 0123456789 !"#\$%&/()=?_!*</p> <p>Cuerpos de texto Open Sans <i>Italic</i>, regular, semibold, bold, extrabold</p> <p>ABCDEF GHIJ KLMNŃOPQRST UVWXYZ abcdefghijklmñopqrstuvwxy 0123456789 !"#\$%&/()=?_!*</p>

Fecha: 10 / 02 / 2023

Anexo II: Tabla de Niveles Socio Económicos 2015/Multivex.

Tabla Niveles Socio Económicos								
Actualización 2015								
CARACTERÍSTICAS	NIVEL A	NIVEL B	NIVEL C1	NIVEL C2	NIVEL C3	NIVEL D1	NIVEL D2	NIVEL E
Ingresos	+ de Q100,000.00	Q61,200.00	Q25,600.00	Q17,500.00	Q11,900.00	Q7,200.00	Q3,400.00	- de Q1,00.00
Educación padres	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura	Superior, Licenciatura,	Licenciatura	Media completa	Primaria completa	Sin estudios
Educación hijos	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U del extranjero	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U local, post grado extranjero	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas y post grado extranjero con beca	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas o estatal	Hijos menores escuelas, mayores en U estatal	Hijos en escuela	Hijos en escuela	Sin estudios
Desempeño	Proprietario, Director Profesional exitoso	Empresario, Ejecutivos de alto nivel, Profesional, Comerciantes	Ejecutivo medio, comerciante, vendedor	Ejecutivo, comerciante, vendedor, dependiente	Comerciante, vendedor, dependiente	Obrero, dependiente	Obrero, dependiente	Dependiente o sujeto de caridad
Vivienda	Casa/departamento de lujo, en propiedad, 5-6 recámaras, 4 a 6 baños, 3-4 salas, pantry, alacena, estudios area de servicio separada, garage para 5-6 vehículos	Casa/departamento de lujo, en propiedad, financiado, 3-4 recámaras, 2-3 baños, 2 salas, pantry, alacena, 1 estudio area de servicio separada, garage para 2-4 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio area de servicio, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1 baño, sala	Casa/cuarto rentado, 1-2 recámaras, 1 baño, sala-comedor	Casa improvisada o sin hogar
Otras propiedades	Finca, casas de descanso en lagos, mar, Antigua, con comodidades	Sitios/terrenos condominios cerca de costas	Sitios/terrenos interior por herencias					
Personal de servicio	Personal de planta, en el hogar, limpieza, cocina, jardín, seguridad y chofer	1-2 personas de tiempo completo, chofer	Pcr día	Por día, eventual	Eventual			
Servicios financieros	3-4 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC Intl, Seguros y ctas en US\$	2-3 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC Intl, Seguros y ctas en US\$	1-2 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, 1-2 TC Intl, Seguro colectivo salud	1 cta Q monetarios y ahorro, 1 TC local	1 cta Q ahorro, TC local	cta Q ahorro		
Posesiones	Autos del año, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, Larcha, moto acuatica, moto, helicoptero-avion-avionea	Autos de 2-3 años, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, moto	Autos compactos de 3-5 años, asegurados por Financiera	Auto compacto de 4-5 años, sin seguro	Auto compacto de 8-10 años, sin seguro	moto, por trabajo		
Bienes de comodidad	3 tel minimo, cel cada miembro de la familia, Tv satelital, Internet de alta velocidad, 2 o + equipos de audio, 3-5 TV, maquinas de lavar y secar platos, ropa, computadoras/miembro, seguridad domiciliar, todos los electrodomesticos. Todos los servicios de Internet.	2 tel minimo, cel cada miembro de la familia, TV satelital, internet de alta velocidad, 2 equipos de audio, 3 TV, maquinas de lavar y secar platos ropa, computadora, internet porton eléctrico y todos los electrodomesticos. Todos los servicios de Internet.	1 teléfono, 1-2 celulares, cable, internet, equipo de audio, más de 2 TV, maquina de lavar ropa, computadora/miembrole básicos.	1 teléfono fijo, minimo, 1-2 cel, cable, radio, 2 TV, electrodomesticos básicos	1 teléfono fijo, celular cada miembro mayor, cable, equipo de audio, TV, electrodomesticos básicos	1 cel, cable, radio, TV, electrodomesticos básicos	1 cel, radio, TV, estufa	Radio, cocina de leña.
Diversión	Clubes privados, vacaciones en el exterior.	Clubes privados, vacaciones en el interior o exterior	Cine, CC, parques temáticos locales,	Cine, CC, parques temáticos locales,	Cine eventual, CC, parques, estadio	CC, parques, estadio	Parques	

Anexo III: Cotización estimada para el proyecto por parte de Studio A.



COTIZACIÓN

ASORGUA

Campaña de comunicación para redes sociales

Conceptualización **Q2,350.00**

- Investigación y análisis para comprender la necesidad de comunicación, identificación de áreas problemáticas, oportunidades y objetivos
- Estudio del grupo objetivo, gustos, cultura visual y necesidades
- Conceptualización de mensajes, creación de insights y composiciones visuales para plasmar las ideas según la información obtenida

Desarrollo de materiales **Q2,270.00**

- Creación de línea gráfica, bajo concepto e insights
- Segmentación de material según objetivo: informativo/educacional
- Adaptación de 20 materiales, bajo línea gráfica desarrollada

Informativo

- 6 post Facebook e Instagram
- 1 portada Facebook
- 1 carrusel (3 imágenes) para Facebook e Instagram
- 1 álbum (3 imágenes) para Facebook

Educacional

- 3 post Facebook e Instagram
- 1 carrusel (5 imágenes) para Facebook e Instagram

Total Q4,620.00

COMUNICACIÓN

Solicitamos mantener la comunicación a través de correo con copia al equipo y Whatsapp o Telegram para mejorar el tiempo de respuesta.

TIEMPOS DE ENTREGA

Los tiempos de entrega serán estimados a convenir según las necesidades del cliente, estipulando plazos para el desarrollo de proyectos, cambios (máximo 3 cambios por visual presentado) y adaptaciones.

FORMATOS DE ENTREGA

Arte digitales se entregan en formatos PNG, JPG, SVG o según corresponda. Compartidos por medio de correo electrónico con enlace a carpeta de dropbox o drive. Si se requiere un arte o post adicional se cobrará Q85 por cada uno.

REDES SOCIALES

El manejo de redes sociales será únicamente a través de cliente, **no se manejarán redes o pautas**. Se recomienda que el cliente invierta en publicidad para exponer la campaña a más personas.

Costo incluye IVA

Se cobrará 50% anticipado por mes inicial, cotización válida durante 15 días hábiles.

Guatemala, 6 de noviembre, 2023

Anexo IV: Cotización estimada para el proyecto por parte de Kreema Agency.



Cliente: ASORGUA

Descripción general: Campaña de comunicación para redes sociales

Fecha:

06/11/23

Descripción de servicio

Valor

Conceptualización y Research:

- Research, análisis de oportunidades y áreas de problemas en la comunicación actual.
- Análisis y estudio de G.O.
- Conceptualización, creatividad y artes visuales en base a estrategia.

\$295 / Q2,200.00

Materiales:

- Creación de línea gráfica, bajo concepto e insights
- Segmentación de material según objetivo: informativo/educacional
- Adaptación de 20 materiales, bajo línea gráfica desarrollada

Informativo:

- 6 post Facebook e Instagram
- 1 portada Facebook
- 1 carrusel (3 imágenes) para Facebook e Instagram
- 1 álbum (3 imágenes) para Facebook
- Educativo
- 3 post Facebook e Instagram
- 1 carrusel (5 imágenes) para Facebook e Instagram

\$269 / Q2,150.00

Total


*El tipo de cambio en la implementación es de Q8 x cada dolar.

\$564 / Q4,350.00

OBSERVACIONES:


Esta orden de compra puede verse sujeta a cambios dependiendo de las solicitudes de cliente.

Anexo V: Encuesta: <https://forms.gle/DdS5XFurP5HWumn68>



Asociación de Sordos de Guatemala

Validación de proyecto de graduación - Angel Pérez / Universidad Galileo

angelgpcpg@gmail.com [Cambiar cuenta](#) 

* Indica que la pregunta es obligatoria

Correo electrónico *

Registrar angelgpcpg@gmail.com como el correo electrónico que se incluirá en mi respuesta

Nombre y Apellido

Edad *

Contexto del proyecto

La Asociación de Sordos de Guatemala -ASORGUA- es una organización sin fines de lucro, se dedica a la promoción de la inclusión de personas con discapacidad auditiva y ofrece cursos de lengua de señas para fomentar la comunicación inclusiva.

Problemática:

La asociación cuenta con el curso más completo de lengua de señas, sin embargo, enfrenta desafíos en la promoción de los mismos debido a limitaciones presupuestarias y recursos limitados para desarrollar materiales digitales efectivos.

Resolución

Para abordar esta problemática, se diseñaron materiales digitales que incluyen imágenes, mensajes y llamados a la acción en las redes sociales. Estos materiales están destinados a motivar a los usuarios a inscribirse en el curso de lengua de señas y a fomentar la conciencia sobre la importancia de la inclusión de las personas con discapacidad auditiva en la sociedad guatemalteca.

La campaña busca atraer a un público objetivo de jóvenes comprometidos con la inclusión y la igualdad.

Parte Objetiva

A continuación se mostrarán una serie de preguntas cerradas, por favor responda Sí o No según su criterio.

¿Considera necesario diseñar materiales digitales para promover en Facebook e Instagram, el curso de lengua de señas de Asociación de Sordos de Guatemala - ASORGUA- a clientes actuales y potenciales? *

- Sí
 No

¿Considera importante recopilar información relacionada con la lengua de señas que provea la asociación -ASORGUA-, a través del brief proporcionado por el cliente, para que puedan darse a conocer los puntos importantes en la comunicación dirigida a los guatemaltecos? *

- Sí
 No

¿Considera necesario investigar términos, conceptos y nuevas tendencias de materiales digitales a través de distintas fuentes bibliográficas que puedan respaldar la estrategia de comunicación en la promoción del curso de lengua de señas? *

- Sí
 No

¿Considera necesario diagramar materiales digitales a través de programas de diseño, para generar imágenes relevantes de valor para los clientes potenciales? *

- Sí
 No

Parte semiológica

Elija la escala que considere correcta para evaluar las piezas desarrolladas en la propuesta según su criterio.

Fotografía adecuada al grupo objetivo *

- | | | | | | | |
|---------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|----------------------------------|--------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Nada adecuada | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input checked="" type="radio"/> | Muy adecuada |

Manejo de color *

- | | | | | | | |
|----------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|----------------------------------|---------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Nada llamativo | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input checked="" type="radio"/> | Muy llamativo |

Tipografía *

- | | | | | | | |
|--------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|----------------------------------|-------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Nada legible | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input checked="" type="radio"/> | Muy legible |

Distribución de elementos gráficos *

	1	2	3	4	5	
Nada amigable	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	Muy amigable

Relevancia del mensaje *

	1	2	3	4	5	
Nada relevante	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	Muy relevante

Materiales unificados en mensaje y forma *

	1	2	3	4	5	
Nada integrados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	Muy integrados

Parte Operativa

Elija la escala que considere correcta para evaluar las piezas desarrolladas en la propuesta según su criterio.

Cantidad de materiales de la propuesta *

	1	2	3	4	5	
Nada adecuados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	Muy adecuados

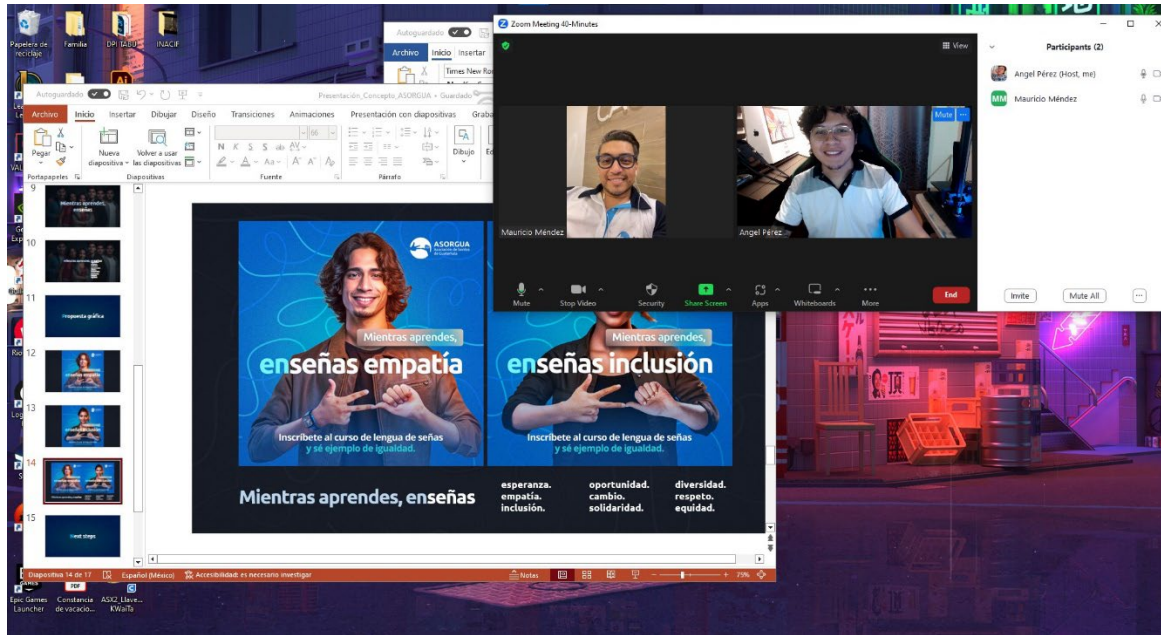
Funcionalidad de los materiales *

	1	2	3	4	5	
Nada funcionales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	Muy funcionales

Si tiene algún comentario, sugerencia o crítica personal relacionada con el proyecto puede colocarla en el espacio a continuación:

Tu respuesta _____

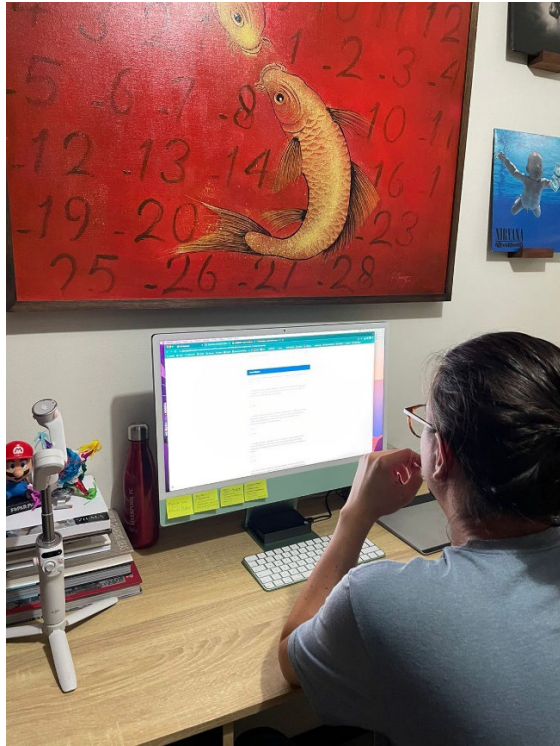
Anexo VI: Captura de pantalla de la presentación del concepto y línea gráfica al cliente.



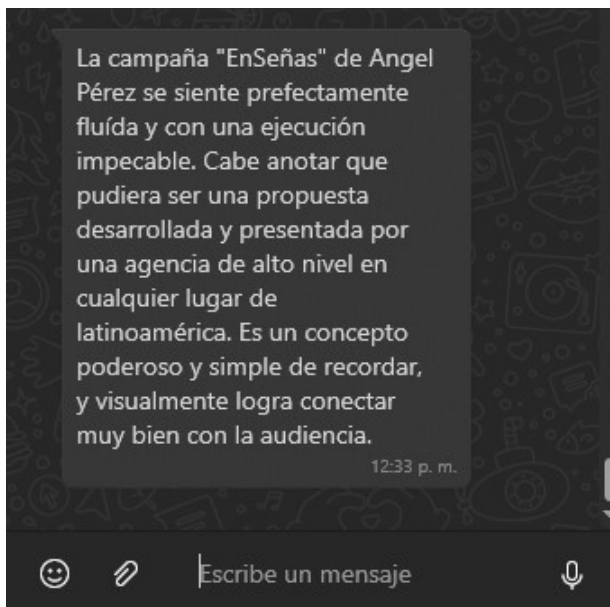
Anexo VII: Fotografía del cliente validando el proyecto.



Anexo VIII: Fotografía Mario Marroquín (Experto 1) validando el proyecto.



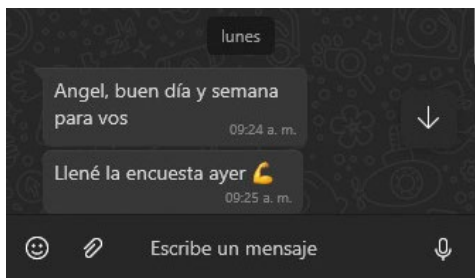
Anexo IX: Captura de pantalla de Ricardo Mendoza (Experto 2) validando el proyecto.



Anexo X: Fotografía de Manuel Mendoza (Experto 3) validando el proyecto.



Anexo XI: Capturas de pantalla del mensaje de confirmación y comentario extraído de la encuesta de Otto Gramajo (Experto 4) validando el proyecto.



Si tiene algún comentario, sugerencia o crítica personal relacionada con el proyecto puede colocarla en el espacio a continuación:

Muy buena campaña. Directa, fácil de interpretar y visualmente impactante y memorable.

Anexo XII: Captura de pantalla del comentario extraído de la encuesta de Gustavo Tovar (Experto 5) validando el proyecto.

Si tiene algún comentario, sugerencia o crítica personal relacionada con el proyecto puede colocarla en el espacio a continuación:

Maravilloso proyecto que busca algo que la sociedad moderna está pidiendo y en lo que está interesada. La inclusión. Muy buena ejecución técnica, moderna y llamativa