



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Diseño de piezas gráficas digitales para dar a conocer en la red social Instagram los servicios y eventos que ofrece la empresa BPM Music School a clientes reales y potenciales. Guatemala, Guatemala 2023.

PROYECTO DE GRADUACIÓN

Presentado a la facultad de Ciencias de la comunicación
Guatemala C.A.

ELABORADO POR:

Adriana Lucía Maldonado García

Carné: 19000570

Para optar al título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción

Proyecto de graduación

Diseño de piezas gráficas digitales para dar a conocer en la red social Instagram los servicios y eventos que ofrece la empresa BPM Music School a clientes reales y potenciales. Guatemala, Guatemala.

Adriana Lucía Maldonado 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

Dr. Jorge Retolaza

Secretario general

Lic. Leizer Kachler

Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Lic. Rualdo Anzueto, M.Cs.

Vicedecano de la facultad de Ciencias de la Comunicación

Guatemala 11 de abril de 2022

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

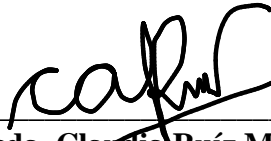
Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado: **DISEÑO DE PIEZAS GRÁFICAS DIGITALES PARA DAR A CONOCER EN LA RED SOCIAL INSTAGRAM LOS SERVICIOS Y EVENTOS QUE OFRECE LA EMPRESA BPM MUSIC SCHOOL A CLIENTES REALES Y POTENCIALES. GUATEMALA, GUATEMALA.** Así mismo solicito que la Licda. Claudia Ruíz Marchena sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



Adriana Lucía Maldonado García
19000570



Licda. Claudia Ruíz Marchena
Asesora



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 13 de mayo de 2022

Señorita:
Adriana Lucía Maldonado García
Presente

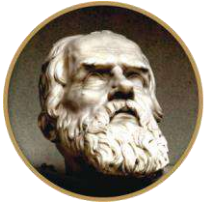
Estimada Señorita Maldonado:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE PIEZAS GRÁFICAS DIGITALES PARA DAR A CONOCER EN LA RED SOCIAL INSTAGRAM LOS SERVICIOS Y EVENTOS QUE OFRECE LA EMPRESA BPM MUSIC SCHOOL A CLIENTES REALES Y POTENCIALES. GUATEMALA, GUATEMALA.** Así mismo, se aprueba a la Licda. Claudia Ruíz Marchena, 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, 09 de diciembre de 2022

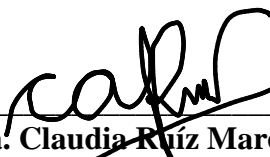
Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE PIEZAS GRÁFICAS DIGITALES PARA DAR A CONOCER EN LA RED SOCIAL INSTAGRAM LOS SERVICIOS Y EVENTOS QUE OFRECE LA EMPRESA BPM MUSIC SCHOOL A CLIENTES REALES Y POTENCIALES. GUATEMALA, GUATEMALA.** Presentado por la estudiante: Adriana Lucía Maldonado García, con número de carné: *19000570*, 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. Claudia Ruiz Marchena
Asesora



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 25 de agosto de 2023

Señorita
Adriana Lucía Maldonado García
Presente

Estimada Señorita Maldonado:

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, 8 de noviembre de 2023.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: **DISEÑO DE PIEZAS GRÁFICAS DIGITALES PARA DAR A CONOCER EN LA RED SOCIAL INSTAGRAM LOS SERVICIOS Y EVENTOS QUE OFRECE LA EMPRESA BPM MUSIC SCHOOL A CLIENTES REALES Y POTENCIALES. GUATEMALA, GUATEMALA.** de la estudiante Adriana Lucía Maldonado García, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente.



Lic. Edgar Lizardo Porrés Velásquez

Asesor Lingüístico

Universidad Galileo



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 01 de diciembre de 2023

Señorita:
Adriana Lucía Maldonado García
Presente

Estimada Señorita Maldonado:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE PIEZAS GRÁFICAS DIGITALES PARA DAR A CONOCER EN LA RED SOCIAL INSTAGRAM LOS SERVICIOS Y EVENTOS QUE OFRECE LA EMPRESA BPM MUSIC SCHOOL A CLIENTES REALES Y POTENCIALES. GUATEMALA, GUATEMALA 2023.** Presentado por la estudiante: Adriana Lucía Maldonado 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

Dedico este proyecto de graduación principalmente a Dios, por darme la fuerza necesaria, la salud, el conocimiento y la convicción para culminar esta meta con éxito.

A mis papás, Ingrid y Gustavo, quienes siempre estuvieron para mí apoyándome en todo momento brindándome su amor incondicional, al proporcionar los recursos necesarios para mi carrera y motivándome a seguir adelante siendo una persona de bien.

También le dedico este proyecto a mi hermana Daniella, por brindarme su apoyo en muchas tareas y ayudar en todo momento.

Y finalmente, a mi abuelita Esperanza, que está en el cielo, por siempre creer y hacer de mí una mujer de buen corazón, por todo el amor que me dio, los cuidados que tuvo conmigo, las lecciones de vida y por su apoyo incondicional.

Resumen

A través del acercamiento con la empresa BPM Music School se identificó que no cuenta con el diseño de piezas gráficas digitales para dar a conocer en la red social Instagram los servicios y eventos a clientes reales y potenciales.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo: Diseñar piezas gráficas digitales para dar a conocer en la red social Instagram los servicios y eventos que ofrece la empresa BPM Music School a clientes reales y potenciales.

Se realizó una herramienta de validación para conocer la percepción del cliente, grupo objetivo conformado por hombres y mujeres, de 18 a 24 años, con un NSE D1 Y C3, con gustos con interés en la música, videojuegos, la vida nocturna y tendencias a frecuentar bares, clubes, fiestas y festivales de música electrónica y expertos en las áreas de comunicación y diseño.

El resultado obtenido fue se diseñaron piezas gráficas digitales para dar a conocer en la red social Instagram los servicios y eventos dirigidos a hombres y mujeres con interés en la música, de 18 a 24 años, para la empresa BPM Music School. Se recomendó que el material para post en la red social Instagram sea colocado en forma de carrusel, ya que así el diseño no perderá dinamismo y el público objetivo podrá encontrar toda la información que necesita en una misma publicación.

Para efectos legales únicamente la autora, ADRIANA LUCÍA MALDONADO 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.....	2
-------------------	---

2.2 Requerimiento de comunicación y diseño.....	2
---	---

2.3 Justificación.....	3
------------------------	---

2.3.1 Magnitud.....	3
---------------------	---

2.3.2 Vulnerabilidad.....	4
---------------------------	---

2.3.3 Trascendencia.....	4
--------------------------	---

2.3.4 Factibilidad.....	4
-------------------------	---

Capítulo III: Objetivos de diseño.

3.1. Objetivo general.....	6
----------------------------	---

3.2. Objetivos específicos.....	6
---------------------------------	---

Capítulo IV: Marco de referencia.

4.1 Información general del cliente.....	7
--	---

Capítulo V: Definición del grupo objetivo.

5.1 Perfil geográfico.....	12
5.2 Perfil demográfico.....	13
5.3 Perfil psicográfico.....	14
5.4 Perfil conductual.....	14

Capítulo VI: Marco teórico.

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio.....	15
6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño.....	17
6.3 Ciencias auxiliares, teorías y tendencias.....	27

Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar.

7.1 Aplicación de la Información obtenida en el Marco Teórico.....	35
7.2 Conceptualización.....	36
7.3 Bocetaje.....	40
7.4 Propuesta preliminar.....	64

Capítulo VIII: Validación técnica.

8.1 Población y muestreo.....	81
8.2 Método e Instrumentos.....	82
8.3 Resultados e Interpretación de resultados.....	88
8.4 Cambios en base a los resultados.....	104

Capítulo IX: Propuesta gráfica final.

9.1 Propuesta gráfica final.....	109
----------------------------------	-----

Capítulo X: Producción, reproducción y distribución.

10.1 Plan de costos de elaboración.....	143
10.2 Plan de costos de producción.....	144
10.3 Plan de costos de reproducción.....	144
10.4 Margen de utilidad.....	144
10.5 Cuadro resumen.....	145

Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones.

11.1 Conclusiones.....	146
11.2 Recomendaciones.....	147

Capítulo XII: Conocimiento general.

12.1 Demostración de conocimientos.....148

Capítulo XIII: Referencias.

13.1 Bibliografía.....149

13.2 Biblioweb.....150

13.1 Egrafía.....152

Capítulo XIV: Anexos.....159



CAPÍTULO I
INTRODUCCIÓN

Capítulo I

1.1 Introducción

BPM Music School ha ofrecido a hombres y mujeres, de 18 a 24 años sus servicios desde 2011. Sin embargo, en la actualidad no cuenta con el diseño de piezas gráficas digitales para dar a conocer en la red social Instagram los servicios y eventos a clientes reales y potenciales. Por esta razón se propuso resolver este problema comunicativo a través de la elaboración del siguiente proyecto: Diseño de piezas digitales para dar a conocer en la red social Instagram los servicios y eventos que ofrece la empresa BPM Music School a clientes reales y potenciales.

Para crear el concepto creativo se usará el método de Brainstorming o Lluvia de Ideas y a través de un método de investigación lógico inductivo, se creará un marco teórico que respalde la investigación.

A través de herramientas de investigación, comunicación, diseño y validación se desarrollará el proceso de este proyecto. Los métodos de validación serán encuestas al grupo objetivo, clientes y un grupo de expertos. 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.

En conclusión, se diseñarán piezas gráficas digitales para dar a conocer en la red social Instagram los servicios y eventos dirigidos a hombres y mujeres con interés en la música, de 18 a 24 años, para la empresa BPM Music School. A través de entrevistas con el cliente, se recopilará la información necesaria de la empresa para el diseño de las piezas gráficas digitales.



CAPÍTULO II
PROBLEMÁTICA

Capítulo II: Problemática

La empresa BPM Music School no cuenta con las suficientes piezas gráficas digitales en la red social de Instagram para dar a conocer los diferentes servicios y eventos que brindan como organización. Al crear y hacer uso de estas piezas digitales en esta red social, podrán llegar a otro tipo de público y por ende aumentar la cantidad de alumnos que estén en su escuela.

2.1 Contexto

La empresa BPM Music School es dirigida desde el año 2011 por Alejandro Noriega, y actualmente se dedica principalmente a la formación de músicos digitales en la actual era de la música del siglo XXI. Su misión es brindar una educación integral y de alta calidad a sus estudiantes. Al proporcionar cursos en todas las áreas que un artista necesita desarrollar para ser exitoso en la era digital de la música.

Al brindar varios servicios y eventos especiales es necesario que BPM Music School los de a conocer en su red social principal que es Instagram. Debido a esto es fundamental la creación de piezas gráficas que sean digitales para su uso en redes sociales y de esta forma promover la asistencia de clientes potenciales a este tipo de eventos y estimular el beneficio que trae obtener uno de sus servicios,

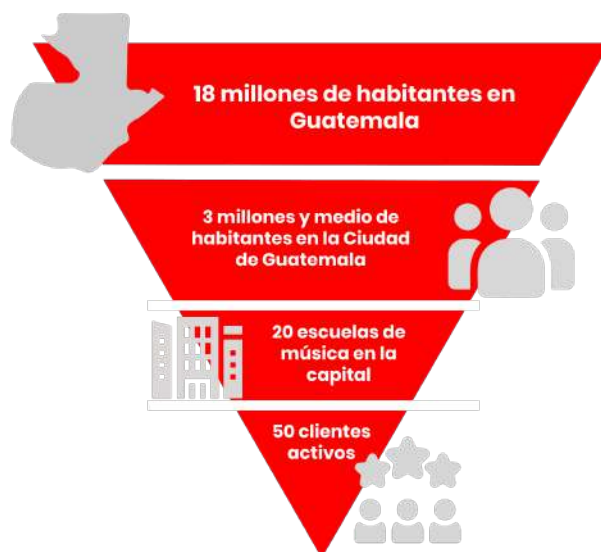
2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño

La empresa BPM Music School no cuenta con el diseño de piezas gráficas digitales para dar a conocer en la red social Instagram los servicios y eventos a clientes reales y potenciales.

2.3 Justificación

Para sustentar de manera consistente las razones por las cuales 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. En la República de Guatemala habitan 18 millones de personas, está dividida en 22 departamentos. Entre ellos se encuentra Guatemala que en la actualidad acoge a 3 millones y medio de habitantes. Dentro de este departamento existen 20 empresas dedicadas a la actividad de su empresa, y entre ellas, se encuentra BPM Music School que atiende aproximadamente a 50 clientes reales.



Gráfica de magnitud realizada por la diseñadora Adriana Maldonado.

2.3.2. Vulnerabilidad. Sí BPM Music School no realiza piezas gráficas digitales para dar a conocer en la red social Instagram, se perderá la oportunidad de darse a conocer y por lo tanto al no comunicar este mensaje los clientes potenciales y reales pueden pasar por desapercibido los servicios y eventos de la empresa y por ende la compañía descendería en el mercado de forma considerable.

2.3.3. Trascendencia. Al contar con piezas gráficas digitales, la empresa podrá darse a conocer en la red social Instagram para aumentar la cantidad de clientes reales, por consiguiente, la empresa será reconocida en el mercado.

2.3.4. Factibilidad. El proyecto diseño de piezas gráficas digitales para dar a conocer en la red social Instagram los servicios y eventos de la empresa BPM Music School a clientes reales y potenciales es factible, porque cuenta con los recursos necesarios para llevarse a cabo.

2.3.4.1 Recursos Humanos. BPM Music School cuenta con el capital humano adecuado que tiene la capacidad, el conocimiento, la experiencia y las habilidades para el manejo de las funciones que se desempeñan dentro de la organización.

2.3.4.2 Recursos Organizacionales. Los ejecutivos de BPM Music School autorizan al personal para que esté en disposición de brindar toda la información necesaria de la empresa para llevar a cabo este proyecto.

2.3.4.3 Recursos Económicos. BPM Music School cuenta actualmente con los recursos necesarios, que posibilita la realización de este proyecto.

2.3.4.4 Recursos Tecnológicos. BPM Music School cuenta con el equipo y las herramientas indispensables para elaborar, producir y distribuir el resultado del proyecto de graduación. Por su parte, el comunicador-diseñador cuenta con las competencias profesionales y el siguiente equipo para llevar a cabo el proyecto:

- Computador
- Softwares de diseño
- Conocimientos adecuados
- Acceso a internet



CAPÍTULO III
OBJETIVOS DE DISEÑO

Capítulo III: Objetivos del diseño

3.1 El objetivo general

Diseñar piezas gráficas digitales para dar a conocer en la red social Instagram los servicios y eventos que ofrece la empresa BPM Music School a clientes reales y potenciales.

3.2 Los objetivos específicos

3.2.1 Recopilar toda la información necesaria de BPM Music School a través de los datos que el cliente proporcione por medio del Brief para que sea integrado en el diseño de las piezas digitales y facilite al usuario tener conocimiento de las diferentes actividades y eventos.

3.2.2 Investigar términos, conceptos, teorías y tendencias de diseño relacionados con el diseño gráfico digital a través de fuentes bibliográficas que respalden científicamente la propuesta del diseño de piezas gráficas digitales que serán visualizadas por el grupo objetivo.

3.2.3 Diseñar a través de los diferentes softwares de diseño piezas digitales para posteriormente incluirlas en la red social Instagram.

Ver cuadro de objetivos en Anexo I.



CAPÍTULO IV
MARCO DE REFERENCIA

Capítulo IV: Marco de referencia

4.1 Información general del cliente

- BPM Music School
- Vía 6 3-56 zona 4 Edificio OEG 2do nivel
- **Contacto:** 3297630
- **Correo electrónico:** hola@estoyenbpm.com

BPM Music School fue creada el año 2011 por Alejandro Noriega, y actualmente se dedica principalmente a la formación de músicos digitales en la actualidad de la música en el siglo XXI. Desde entonces ha formado a más de 300 DJs, productores musicales y músicos.

En la actualidad se imparten los cursos de DJ, DJ Plus, Producción Musical, Producción Musical Avanzada, Piano, Guitarra y Marketing Musical; esperándose en el futuro próximo agregar los cursos de Composición Musical, Teoría Musical, Diseño Sonoro, Music Business y Salud Mental para Artistas.

Anteriormente, se han publicado piezas digitales en la red social Instagram sin embargo no han sido suficientes para comunicar los diferentes servicios y eventos que hay en BPM.

BPM Music School ya dispone de una identidad de marca clara, pero necesita comunicarse apropiadamente con audiencias externas para ganar nuevos clientes a través de la red social Instagram

La oportunidad identificada en BPM Music School es la de utilizar diseños innovadores para dar a conocer los diferentes cursos que impartes, información importante y los eventos que tienen por medio de la red social Instagram.

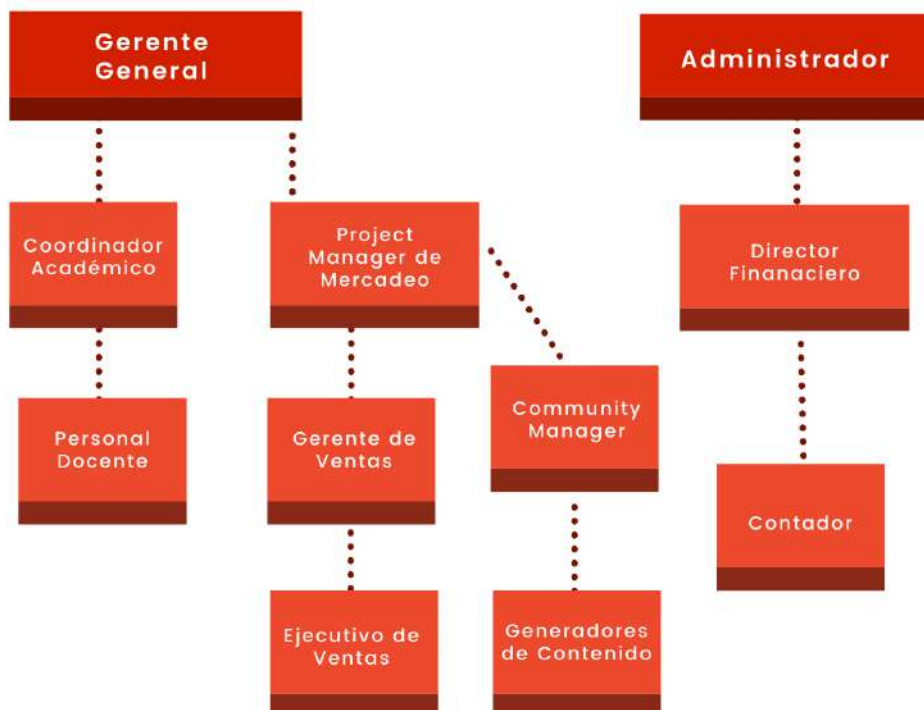
4.2 Misión

Su misión es brindar una educación integral y de alta calidad a sus estudiantes. Proporcionando cursos en todas las áreas que un artista necesita desarrollar para ser exitoso en la era digital de la música, con el fin último de revolucionar la industria musical en Centroamérica y Latinoamérica con artistas profesionales de talla mundial.

4.3 Visión

Su visión es ser la mejor escuela de música de Latinoamérica, siendo un paso esencial para cualquier persona que desee desarrollar un camino de vida exitoso y fructífero con la música como profesión.

4.4 Organigrama de BPM Music School



Organigrama elaborado por la diseñadora Adriana Maldonado.

4.5 FODA



Análisis FODA elaborado por la diseñadora Adriana Maldonado.

En el análisis FODA realizado para BPM Music School se puede observar que sus fortalezas son ser una de las empresas líderes en la creación de músicos digitales y los precios accesibles que manejan, sus oportunidades son la capacidad de adaptación que tienen y la posibilidad de crecimiento en el mercado guatemalteco, entre sus debilidades se encuentran que poseen un mercado reducido y una organización deficiente, para finalizar, entre las amenazas se pueden encontrar la falta de posicionamiento y el estancamiento del mercado.

La delimitación geográfica es Ciudad de Guatemala, dirigida a un público objetivo que reside en Guatemala, con un nivel socioeconómico D1 Y C3 con interés en la música, videojuegos y la vida nocturna.

El principal beneficio ofrecido al grupo objetivo es proporcionar cursos acerca de todas las áreas musicales para ser un artista exitoso en la era digital. Su competencia son las escuelas DJ's House de Casa Instrumental y Pitchware Academy.

BPM Music School cuenta con un imagotipo ya que consta de dos partes las cuales funcionan muy bien por sí solas. El imagotipo tiene tres versiones, vertical, horizontal y horizontal a una línea, todas en color negro.



Logotipo de BPM Music School.

Ver Brief completo en anexo II.



CAPÍTULO V
DEFINICIÓN DEL GRUPO
OBJETIVO

Capítulo V: Definición del grupo objetivo

Las piezas gráficas digitales están dirigidas a un grupo objetivo comprendido por hombres y mujeres, de 18 a 24 años, con un NSE D1 Y C3, con gustos por con interés en la música, videojuegos, la vida nocturna y tendencias a frecuentar bares, clubes, fiestas y festivales de música electrónica.

5.1 Perfil geográfico

El grupo objetivo está ubicado en las zonas urbanas de la Ciudad de Guatemala, con un nivel socioeconómico D1 Y C3. Guatemala es un país que cuenta con 14 millones de habitantes, se encuentra dividido en 22 departamentos, entre los cuales se encuentra la Ciudad de Guatemala, la cual comprende los 3,015,081 de habitantes, tiene una superficie de 108.890 Km², su densidad poblacional es de 165 habitantes por Km². El idioma oficial de Guatemala es el español. La Ciudad de Guatemala cuenta con un clima tropical y subtropicales.

5.2 Perfil demográfico

El grupo objetivo está conformado por hombres y mujeres entre los 18 y 24 años, con un nivel de educación mínimo de secundaria, con ingresos entre los Q7,200 y Q11,900. Jóvenes comerciantes, vendedores, obreros, dependientes.

	<i>NIVEL C3</i>	<i>NIVEL D1</i>
<i>Ingresos</i>	Q11,900.00	Q7,200.00
<i>Educación padres</i>	Licenciatura	Media completa
<i>Educación hijos</i>	Hijos menores en escuelas Hijos mayores en universidades estatales	Hijos en escuela
<i>Desempeño</i>	Comerciante, vendedor o dependiente	Obrero, dependiente
<i>Vivienda</i>	Casa/departamento, rentada o financiada, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala	Casa/departamento, rentada o financiada, 1-2 recámaras, 1 baño, sala
<i>Personal de servicio</i>	Eventual	-
<i>Servicios financieros</i>	1 cta Q de ahorro, TC Local	Cta Q de ahorro
<i>Posesiones</i>	Auto compacto de 8 – 10 años, sin seguro	Moto, por trabajo
<i>Bienes de comodidad</i>	1 teléfono fijo, celular cada miembro mayor, cable, equipo de audio, TV, electrodomésticos básicos.	1 celular, cable, radio, TV, electrodomésticos básicos.
<i>Diversión</i>	Cine eventual, CC, parques, estadio	CC, parque, estadio

Ver Tabla de Niveles Socio Económicos 2018/Multivex en anexo III.

5.3 Perfil psicográfico

La personalidad del grupo objetivo es extrovertida, atrevida y dinámica. Gusta de géneros musicales como la música electrónica, principalmente Techno, Tech House y EDM. Frecuenta lugares en los cuales pueda divertirse como lo son bares, fiestas y festivales de música electrónica. Entre sus hábitos se pueden encontrar la música, videojuegos y la vida nocturna. Las redes sociales que más utiliza son Facebook, Instagram, Youtube, Soundcloud y Spotify.

5.4 Perfil conductual

El grupo objetivo se comporta de forma positiva ante los servicios y eventos de BPM Music School, siempre son bien recibidos cada uno de los nuevos proyectos presentados ante las redes sociales que poseen. El grupo objetivo prefiere BPM Music School debido a los precios y al ambiente que se maneja en el lugar.



CAPÍTULO VI
MARCO TEÓRICO

Capítulo VI: Marco teórico

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio

6.1.1 Empresa. Una empresa es una organización de personas y recursos que buscan la consecución de un beneficio económico con el desarrollo de una actividad en particular. Esta unidad productiva puede contar con una sola persona y debe buscar el lucro y alcanzar una serie de objetivos marcados en su formación. (Galán, 2015)

Aquella entidad formada con un capital social, y que aparte del propio trabajo de su promotor puede contratar a un cierto número de trabajadores. Su propósito lucrativo se traduce en actividades industriales y mercantiles, o la prestación de servicios.

(Andrade, 2015)

6.1.2 Escuela de música. Las escuelas de música están para formar músicos aficionados, para disfrutar de la música y comenzar un primer contacto con ella. (Elige tu violín, 2020)

6.1.3 BPM. Número de pulsaciones que la canción en cuestión tendrá en un solo minuto (beats per minute). (Hernández, 2016)

El pulso y la velocidad de una obra musical se puede establecer de manera similar que cuando se toma el pulso a una persona; se enumera la cantidad de pulsos o tiempos que transcurren en 15 o 30 segundos y luego multiplicamos por cuatro o por dos, respectivamente; ello nos dará la velocidad en bpm de la música en cuestión.

(Martínez, 2022)

6.1.4 Instagram. Es una red social muy popularizada entre jóvenes que ofrece la posibilidad de compartir fotografías con otros usuarios y poder recibir comentarios o “me gustas” (likes) de tus seguidores. (Soto, 2020)

6.1.5 Servicios. Un servicio es todo acto o actividad que se ofrece para satisfacer una necesidad. Estos son esencialmente intangibles, no dan como resultado ninguna propiedad y su producción puede vincularse a un producto físico o no.

(Editorial Grudemi, 2020)

Los servicios son actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen en renta o a la venta, y que son esencialmente intangibles y no dan como resultado la propiedad de algo. (Sandhusen, 2002)

6.1.6 Eventos. La palabra evento hace referencia a un acontecimiento especialmente importante o bien aquellos sucesos imprevistos. De esta manera podemos hablar de eventos tales como actividades sociales, ceremonias, convenciones, festivales o fiestas. Estos eventos pueden tener distintos tipos de organización, ejecución y hasta códigos de vestimenta. (Tilio, 2021)

6.1.7 Clientes Reales. Un cliente real es una persona que en el momento actual compra los bienes y servicios que una empresa ofrece al mercado. (Quiroa, 2019)

6.1.8 Clientes Potenciales. Los clientes potenciales son aquellos que probablemente adquirirán alguno de los productos o servicios que ofreces, pero aún no concretan la compra. (Pursell, 2021)

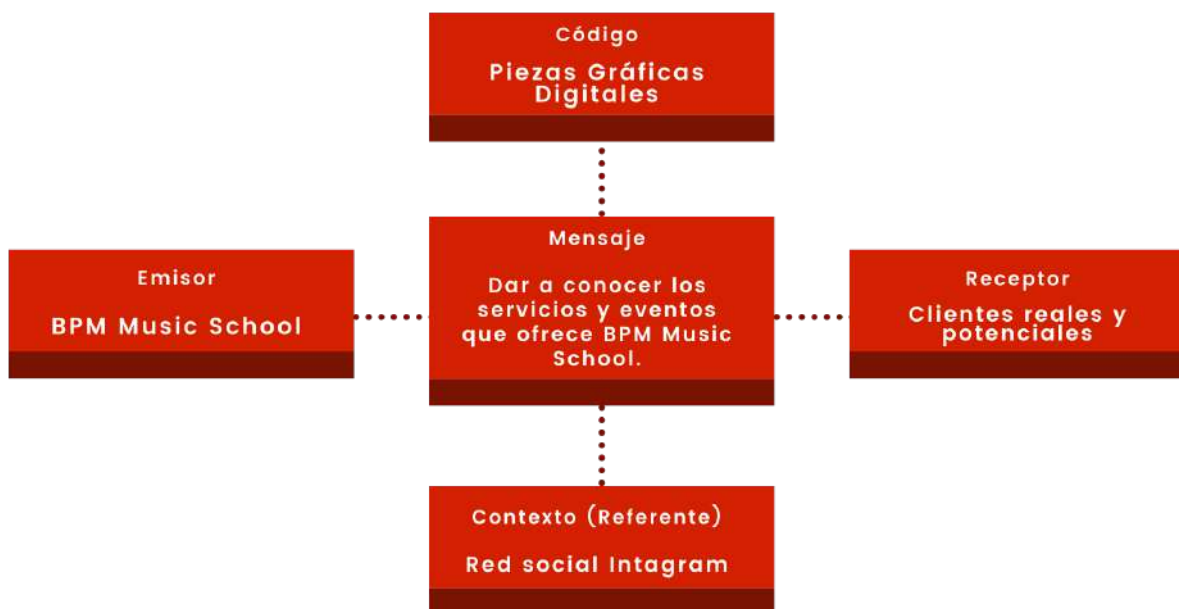
6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño

6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación.

6.2.1.1 Concepto de comunicación. Es un modo de intercambio de información entre un emisor y un receptor, en el cual el primero transmite el mensaje y el segundo interpreta y produce una respuesta, de ser necesario. En lo que se refiere a los seres humanos, esta es una actividad psíquica propia, derivada del pensamiento, el lenguaje y del desenvolvimiento de las capacidades psicosociales de las relaciones. (Yirda, 2021)

El intercambio de información entre personas. Significa volver común un mensaje o una información. Constituye uno de los procesos fundamentales de la experiencia humana y la organización social. (Chiavetano, 2006)

6.2.1.2 Esquema de comunicación.



Esquema de comunicación elaborado por la diseñadora Adriana Maldonado.

6.2.1.3 Comunicación Organizacional. La comunicación organizacional es el proceso comunicativo que gestiona el intercambio de información interna y externa en las organizaciones y con todos los clientes o usuarios con los que ésta se relaciona.

(Grudemi, 2018)

En la perspectiva del lente la comunicación organizacional trata a la comunicación como un filtro que se centra en la búsqueda, recogida y canalización de la información. (

6.2.1.4 Principales autores de la comunicación.

6.2.1.4.1 Abraham Nosnik. Es considerado uno de los padres de la comunicación en Latinoamérica, señaló que las organizaciones son responsables directas en incidir en la creatividad de sus empleados. Añadió que la motivación debe ser considerada una acción o estrategia que las empresas deben realizar -sí o sí- para contar con empleados más creativos. (Escuela de Comunicación, 2020)

6.2.1.4.2 B.F Lomonosov. Según B.F Lomonosov, la comunicación es todo proceso de interacción social por medio de símbolos y sistemas de mensajes. Incluye todo proceso en el cual la conducta de un ser humano actúa como estímulo de la conducta de otro ser humano. (Stuart, 2019)

6.2.1.4 Proceso de Comunicación. El proceso de comunicación se da entre emisor y receptor, pero para ello es importante tener en cuenta que intervienen una serie de elementos importantes. Cuando se quiere dar un mensaje es esencial que haya dos o más personas para que se lleve a cabo ese proceso de comunicación. Estos son los elementos esenciales para que se lleve a cabo el proceso de comunicación: Emisor, mensaje, codificación, canal, decodificación y receptor. (Peiró, 2020)

Podemos decir que toda comunicación humana tiene alguna fuente, es decir, alguna persona o grupo de personas con un objetivo y una razón para ponerse en comunicación. Una vez dada la fuente, con sus ideas, necesidades, intenciones, información y un propósito por el cual comunicarse, se hace necesario un segundo componente. El propósito de la fuente tiene que ser expresado en forma de mensaje. (Berlo, 1984)

6.2.1.5 Tipos de comunicación. Los principales tipos de comunicación son:

6.2.1.5.1 Comunicación verbal o lingüística. Aquella que se produce mediante el uso de un lenguaje, es decir, de un sistema de signos que son las palabras. Dichos signos representan ideas, objetos u otros referentes del universo físico y mental de los seres humanos, y pueden ser representados mediante sonidos articulados. (Uriarte, 2020)

6.2.1.5.2 Comunicación no verbal. Todas aquellas formas de comunicación que no involucran la palabra, como los gestos, las expresiones faciales, la expresión corporal, entre otros. Cuando un perro le muestra los dientes a otro, le está comunicando una idea de modo no verbal. (Uriarte, 2020)

Al observar las expresiones y los movimientos del cuerpo es posible detectar e interpretar pensamientos, sentimientos e intenciones que no llegan a verbalizarse, pero que dicen mucho de los demás; más incluso de lo que la gente está dispuesta a contar. (Kuhnke, 2017)

6.2.1.5.3 Comunicación mixta. Todas las formas comunicativas que combinan la comunicación verbal y la no-verbal, como ocurre en los cómics, por ejemplo, donde se combinan palabras y formas para transmitir un mensaje. (Uriarte, 2020)

6.2.1.5.4 Comunicación escrita. Vinculada con la comunicación verbal, la escrita incluye palabras, pero plasmadas en un soporte mediante algún tipo de marcas o trazos, esto es, una segunda forma de representación del pensamiento (una representación de los sonidos que lo representan). La escritura es artificial y debe ser aprendida, pero cuenta con las enormes ventajas de que puede comunicar a un emisor y un receptor separados por años o incluso siglos, o bien por kilómetros de distancia. (Uriarte, 2020)

6.2.1.6 Funciones de la Comunicación. La comunicación tiene diversas funciones. Estas funciones no se excluyen entre sí: por el contrario, frecuentemente se solapan o superponen. Algunas de ellas son:

6.2.1.6.1 Función informativa. Cuando tiene como propósito principal compartir una información más o menos objetiva, esto es, describir un aspecto de la realidad o señalar un elemento del mundo real. (Editorial Etecé, 2022)

6.2.1.6.2 Función formativa. Cuando se propone incidir sobre el receptor con fines pedagógicos o de enseñanza, para transmitir hábitos, ideas o convicciones. (Editorial Etecé, 2022)

6.2.1.6.3 Función persuasiva. Cuando busca convencer al interlocutor de que adopte un punto de vista o que lleve a cabo algún tipo de acciones determinadas. (Editorial Etecé, 2022)

6.2.1.6.4 Función expresiva. Cuando la comunicación está centrada en la transmisión de impresiones subjetivas, sentimientos o emociones. (Editorial Etecé, 2022)

El lenguaje se utiliza para transmitir la actitud del emisor ante lo expresado. (Oxford Education, 2017)

6.2.1.6.5 Función estética. Cuando se busca comunicar un mensaje que provoque un placer estético, como ocurre con la poesía y, en general, el arte. (Editorial Etecé, 2022)

6.2.1.6.6 Función de integración social. Cuando el objetivo primordial de la comunicación es establecer un vínculo con otro u otros individuos. (Editorial Etecé, 2022)

6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño.

6.2.2.1 Concepto de diseño. Un diseño es el resultado final de un proceso, cuyo objetivo es buscar una solución idónea a cierta problemática particular, pero tratando en lo posible de ser práctico y a la vez estético en lo que se hace. (Yirda, 2020)

6.2.2.2 Concepto de diseño gráfico. El diseño gráfico es una especialidad o profesión, cuyo objetivo es satisfacer las necesidades de comunicación visual con un fin específico, como, por ejemplo, la publicidad. Se ocupa de organizar las imágenes y los textos, producidos en general por medios industriales, para comunicar un mensaje específico a un determinado grupo social y con objetivos claros y definidos. (Martínez, 2021)

El diseño gráfico es una disciplina integradora de diferentes metodologías y conceptos dirigidos a la construcción de mensajes visuales para públicos definidos. (Barrera, 2019)

6.2.2.3 Principales autores del diseño.

6.2.2.3.1 Storm Thorgerson. Fue un artista británico, considerado uno de los principales exponentes en el diseño gráfico de todos los tiempos. Todas sus obras y diseños se caracterizaron por su toque surrealista e imaginativo, tan característico de su arte. Este diseñador fue especialmente conocido y admirado por sus colaboraciones con algunos de los grupos musicales más famosos de todos los tiempos. (Pérez, 2018)

6.2.2.3.2 Andreas Preis. Este diseñador alemán es uno de los exponentes en el diseño gráfico que más te inspirarán si tu especialidad es el diseño publicitario. Es especialmente famoso y reconocido por sus inspiradores diseños. Estos se basan en las figuras geométricas y los juegos de líneas, mayoritariamente. Andreas Preis es uno de los exponentes en el diseño gráfico que defienden que la inspiración puede encontrarse en cualquier lugar. (Pérez, 2018)

6.2.2.4 Diseño Digital y elementos del diseño. Es un tipo de diseño gráfico caracterizado por la aplicación de la tecnología al diseño gráfico y al arte convencionales. De esta manera, la unión entre diseño y tecnología permite dar vida a elementos del diseño gráfico con la ayuda de un ordenador. E incluso ir más allá, y aplicar también el diseño gráfico al mundo de la multimedia y a las creaciones interactivas que tengan que ver con el mundo del diseño y el arte.

Uno de los principales elementos que caracterizan al diseño digital es el uso de la tecnología para desarrollarlo. La base de este tipo de diseño sigue siendo el diseño que sale de la cabeza y las manos del diseñador, solo que, para darle vida, en lugar de métodos tradicionales como pinceles, papel, pintura o lienzo, ahora utilizará un ordenador, una tableta gráfica y software de diseño.

El diseño digital facilita el transporte de las obras generadas. Ya sea en un soporte físico, como un stick de memoria o un disco portátil, o en la nube. En este último caso estará accesible desde cualquier equipo o dispositivo que cuente con conexión a Internet. También se caracteriza por ofrecer facilidades para cambiar su tamaño o disposición, lo que ofrece facilidades para integrar los diseños en todo tipo de soportes y formatos. (Ruiz, 2022)

La Web, las redes sociales y los medios digitales son los nuevos soportes del denominado diseño gráfico digital, un diseño gráfico cuyo destino ha dejado de ser el papel y ha pasado a ser la pantalla de un ordenador o de múltiples dispositivos. (López, 2019)

6.2.2.5 Piezas gráficas digitales. Las piezas gráficas son expresiones visuales de una marca en diferentes soportes y formatos que configuran su identidad visual.

Estas composiciones visuales siguen el manual de identidad corporativa de la marca y persiguen objetivos específicos en la promoción de un servicio o producto. (Comuniza, 2022)

Piezas gráficas pensadas principalmente para difusión por medios digitales. Estas piezas no requieren de presupuesto para su ejecución. (González)



(Piezas Gráficas Digitales, Trabajos Web Chan)



(Medidas y Tamaño de Portada de Facebook, Twitter, Youtube, Instagram, Pinterest, Postcron)

Como en cada red social las imágenes se pueden ver independiente maximizadas se dará las medidas en el tamaño máximo para que las reducciones de móviles mantengan la calidad y en el ordenador se vean a gran pantalla igual de bien, todas las medidas son en pixeles.

6.2.2.5.1 Post:

- Cuadrado: 1080 x 1080 px
- Horizontal: 1080 x 566 px
- Vertical: 1080 x 1350 px

6.2.2.5.2 Anuncios:

- Cuadrado: 1200 x 1200 px
- Horizontal: 1080 x 566 px
- Colección: 1200 x 628 px
- Story: 750 x 1334 px (Perdomo, 2021)

6.2.2.5.3 Mockup: Un mockup, traducido del inglés como bosquejo, es un fotomontaje a través del cual los diseñadores gráficos pueden presentar sus propuestas a los clientes.

Los mockups cuentan con muchos usos. No sólo sirven para presentar las propuestas del diseño de logos. Se utilizan también con mucha frecuencia en el diseño web y el diseño de apps. (Perdomo, 2021)

6.2.2.6 Elementos del diseño.

6.2.2.6.1 Fotografía. Es la técnica y el arte de obtener imágenes fijas y duraderas a través de la proyección de la luz. Esto se logra gracias a materiales que reaccionan químicamente a ella o, más recientemente, en dispositivos electrónicos sensibles a ella. (Uriarte, 2020)

6.2.2.6.2 Vectores. El concepto de vector o imagen vectorial está vinculado a la imagen digital que se compone de objetos geométricos independientes, estos pueden ser (segmentos, polígonos, arcos, muros, etc.). Las características de estos objetos están definidas por atributos matemáticos que indican su color, posición, etc. (Freepsai, 2021)

6.2.2.6.3 Degradados. Es la combinación de dos o más colores, de manera que uno de ellos va perdiendo intensidad a medida que el otro va ganando. Esto como resultado, da una transición cromática de colores, que tiene una vista impactante para el espectador. Se puede decir que no hay saltos de color y una línea que separe a estos, sino más bien se nota la transición entre ellos. (Mott, 2019)

6.2.2.6.4 Tipografía. La palabra tipografía proviene del griego «typos», que significa molde, y «graphein», que quiere decir escritura. Dentro del diseño gráfico, se define como «el arte de colocar letras» para lograr que el texto se acomode estéticamente de acuerdo con la composición y el propósito del material. (Lenis, 2021)

La manifestación visual del lenguaje. Su papel es decisivo a la hora de convertir los caracteres individuales en palabras y las palabras en mensajes. (Cheng, 2006)

6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias

6.3.1. Ciencias auxiliares. Una ciencia auxiliar es aquella que funciona como soporte de otra ciencia para que ésta cumpla con sus metas y objetivos. Se trata de disciplinas científicas que pueden complementar a una ciencia en ciertos casos específicos.

Aunque el término puede referirse a distintas ciencias, la noción de ciencias auxiliares se encuentra estrechamente vinculada a la historia. Por eso hay casos en que la mención a las ciencias auxiliares hace referencia explícita a las ciencias auxiliares de la historia. (Porto y Merino, 2009)

6.3.1.1 Semiología. La semiología o semiótica es la disciplina que se encarga del estudio de los signos, es decir, las ideas que asociamos en nuestra mente con diferentes elementos de la realidad. Los signos, en el proceso comunicativo, son utilizados por un emisor para transmitir un significado a un receptor. (Editorial Etecé, 2020)

La semiología tiene por objeto todos los sistemas de signos, cualquiera que fuere la sustancia y los límites de estos sistemas: las imágenes, los gestos, los sonidos melódicos, los objetos y los conjuntos de estas sustancias. (Barthes)

6.3.1.2 Lingüística. La lingüística es la ciencia que estudia los fenómenos del lenguaje, así como sus orígenes, sus cambios en el tiempo, su estructura y funcionamiento. Su propósito es entender mejor tanto las lenguas vivas como las muertas, o sea, aquellas que ya nadie habla, pero que explican el modo en que las lenguas modernas han surgido. (Uriarte, 2020)

6.3.1.3 Psicología. La psicología es la disciplina que investiga sobre los procesos mentales de personas y animales. La palabra proviene del griego: psico- (actividad mental o alma) y -logía (estudio). Esta disciplina analiza las tres dimensiones de los mencionados procesos: cognitiva, afectiva y conductual. (Porto y Gardey, 2008)

La psicología habla de nosotros, y eso quizás explique por qué resulta tan atractiva y compleja a la vez. A lo largo de la historia, por ejemplo, la psicología ha sido definida como "El estudio del Alma", "de la Conducta", "de la Conciencia", "de la Mente"...

(Bur, 2013)

6.3.1.4 Psicología de la comunicación. El enfoque psicológico de la comunicación se refiere a la percepción, aprendizaje, memoria, persuasión e influencia.

(AméricaEconomía.com, 2022)

6.3.1.5 Psicología del consumidor. La psicología del consumidor estudia el comportamiento humano y se enfoca en su manera de ser como comprador de productos o servicios; es decir, analiza sus preferencias, patrones de compra y costumbres de consumo. También observa sus reacciones y preferencias ante los mensajes y acciones de publicidad. (Terreros, 2022)

En general, la psicología del consumidor es, por lo tanto, una interacción de una multitud de procesos psicológicos. (Mittelstaedt, 2019)

6.3.1.6 Psicología del color. La psicología del color es un campo de estudio dirigido a analizar los efectos que pueden producir los colores sobre nosotros y de qué maneras emocionales o mentales, pueden influir en nuestras decisiones. (Llasera, 2021)

Conocemos muchos más sentimientos que colores. Por eso, cada color puede producir muchos efectos distintos, a menudo contradictorios. Un mismo color actúa en cada ocasión de manera diferente. (Heller, 2004)

6.3.1.7 Psicología organizacional. La psicología organizacional se encarga de evaluar, monitorear y supervisar el comportamiento de los trabajadores, así como la integridad con sus compañeros, la resolución de conflictos y su adaptabilidad. Apunta a mantener un clima laboral óptimo y las condiciones adecuadas para trabajar en paz, de manera asertiva y enfocándose al desarrollo profesional. (Conexión ESAN, 2019)

6.3.1.8 Sociología. La sociología es una ciencia social que estudia la sociedad humana, enfocándose tanto en su estructuración como en su funcionamiento. Su nombre proviene del concepto de lo social, comprendido como todo aquello que atañe al ser humano y sus relaciones en sociedad. (Uriarte, 2020)

La Sociología sería aquella ciencia que trata de las determinaciones sociales que inciden en la conducta humana y a lo largo de su historia ha tenido puntos nodales, cuestiones centrales para analizar la conducta humana. (Villanueva, 2013)

6.3.1.9 Andragogía. Se puede definir andragogía como el campo de estudio que tiene como objetivo la educación para individuos adultos. Es la guía o conducción, de un conjunto de técnicas de aprendizaje y enseñanzas, donde los aprendices son los adultos; es la contraparte de la pedagogía, que es la orientación o enseñanza a niños.

El modelo a seguir de la educación andragógica se basa en las exigencias del adulto, el cual decide qué estudiar y para qué desea estudiar, según su requerimiento o necesidad de aprender. (Váldez, 2022)

6.3.2. Artes.

6.3.2.1 Música. La música es una de las llamadas Bellas Artes, es decir, a un género artístico, que consiste en conseguir efectos estéticos a través de la manipulación de sonidos vocales o instrumentales, conforme a estándares culturales de ritmo, armonía y melodía.

La música es una de las mayores formas de expresión artística desde tiempos ancestrales. Existen muchas y diversas maneras de producir música, algunas muy tradicionales como una orquesta clásica, y otras más contemporáneas como una banda de rock. Sin embargo, el principio que las guía es similar. Cada una pertenece a un contexto específico en cuanto a historia, cultura, valores y consideraciones en torno a lo que es y lo que no es el arte. (Editorial Etecé, 2022)

6.3.2.2 Fotografía. Se llama fotografía a una técnica y a una forma de arte que consiste en capturar imágenes empleando para ello la luz, proyectándola y fijándose en forma de imágenes sobre un medio sensible (físico o digital).

La fotografía toda se basa en el mismo principio de la “cámara oscura”, un instrumento óptico que consiste en un compartimento totalmente oscuro dotado de un agujero pequeño en uno de sus extremos, por el cual ingresa la luz y proyecta sobre el fondo oscurecido las imágenes de lo que ocurra afuera del compartimiento, aunque invertidas.

Las imágenes obtenidas así también se denominan fotografías o fotos, y son el resultado de décadas de perfeccionamiento de la técnica y de los materiales fotosensibles, hasta lograr la calidad óptica de las cámaras modernas. Además, esta tecnología permitió el desarrollo y perfeccionamiento de otras semejantes, incluida la cinematografía.

(Editorial Etecé, 2021)

6.3.3. Teorías.

6.3.3.1 Teoría de recorrido visual. El recorrido visual es lo que establece la relación entre los elementos que se encuentran contenidos en la composición.

Dentro de la composición, las imágenes siempre causarán mayor atracción y representarán la mayor importancia visual. Es muy importante cuidar su ubicación dentro de la composición, ya que son capaces de determinar el orden de la lectura.

El recorrido visual que siempre realizamos de forma establecida por sistema de percepción visual es en forma de “Z” desde el ángulo superior izquierdo (de entrada) hasta el opuesto inferior derecho (de salida), directamente relacionado con el sentido de escritura y lectura en occidente. Por lo tanto, tendemos a mantener esta direccionalidad en la decodificación de los mensajes que percibimos. (Morante, 2006)

Aunque lo intuitivo sería creer que vemos por nuestros ojos, es mucho más correcto decir que el que ve es nuestro cerebro. La mayor parte del proceso de visión se produce en él y los ojos pueden considerarse como meros receptores de estímulos luminosos o, en todo caso, como la primera fase del proceso de percepción visual. (Alberich, 2013)

6.3.4. Tendencias.

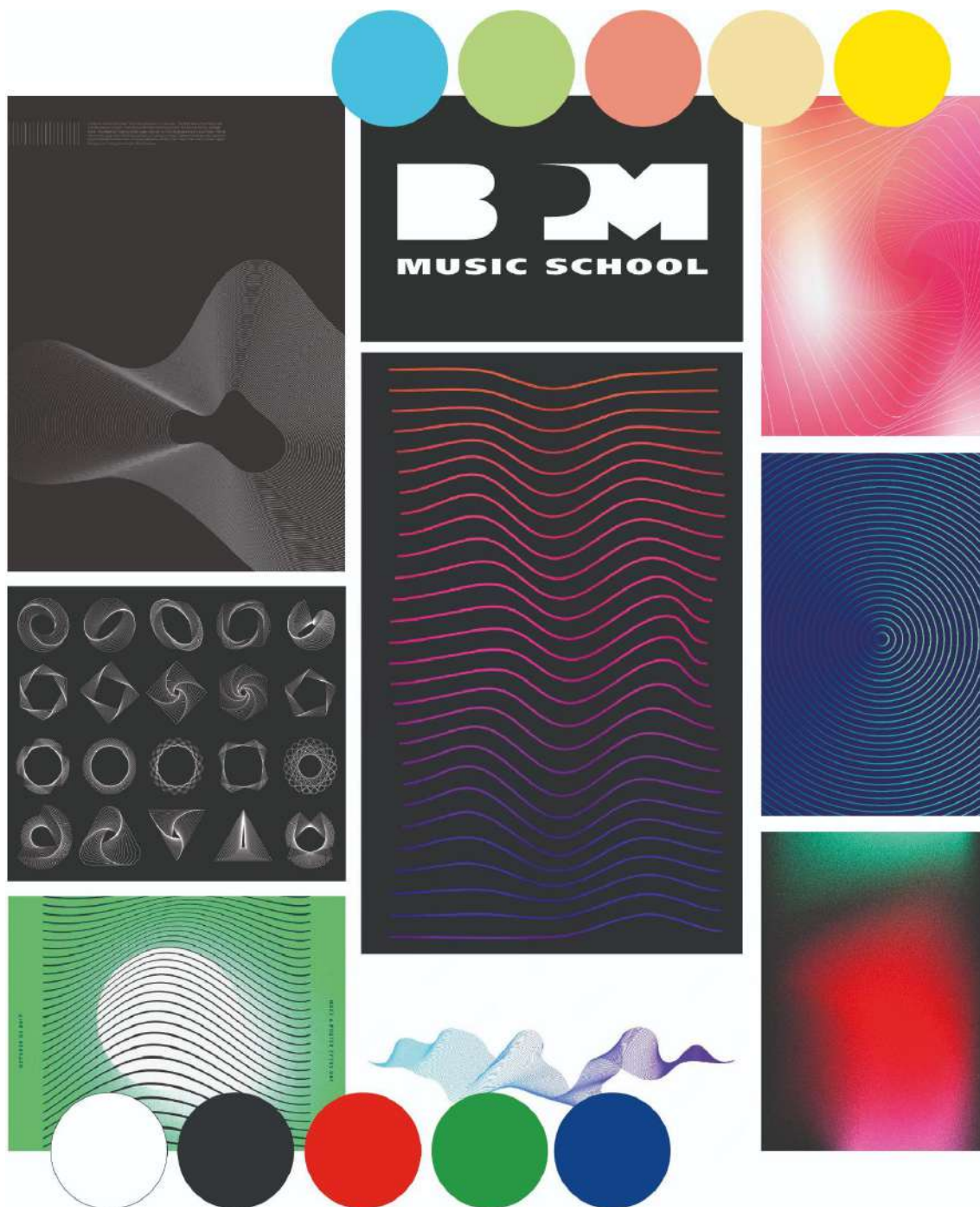
6.3.4.1 Geométrica. El Diseño Geométrico es una divertida tendencia que se enfoca en la belleza simplista de mezclar ciertas formas, líneas y curvas para obtener resultados creativos. Lo podrías haber visto incorporado a nuevos diseños de tatuajes, fondos abstractos e incluso en diseño de joyería. (Nieves, 2021)

La ventaja de emplear figuras geométricas está en su facilidad de adaptación y combinación con diferentes colores. Estas pueden utilizarse como fondos, como técnicas ilustrativas o como elementos individuales dentro de una pieza. (Crehana, 2020)

6.3.4.2 Arte Conceptual. En historia del arte y otras disciplinas cercanas, se conoce como arte conceptual a una tendencia artística contemporánea en la que el concepto o la idea detrás de la pieza artística resulta mucho más importante que su forma, o incluso que el objeto físico o material que la contiene.

Es decir, se trata de una forma de arte fundamentalmente mental y del campo de las ideas, que es indiferente a la técnica y a los aspectos materiales de la representación artística. Así, el arte conceptual abarca un inmenso conjunto de expresiones y métodos expresivos, que van desde las artes visuales, la música, el happening y las artes escénicas, hasta la poesía y la fabricación de objetos. (Uriarte, 2021)

6.3.4.3 Tablero de inspiración.



Tablero de Inspiración elaborado por la diseñadora Adriana Maldonado.

Ver fotografías en anexo IV.



***CAPÍTULO VII
PROCESO DE DISEÑO Y
PROPUESTA PRELIMINAR***

Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar

7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico

En este proyecto, se utilizará una variedad de ciencias, teorías, artes y tendencias investigadas y compiladas para respaldar los elementos aplicados en la propuesta de piezas gráficas digitales para dar a conocer en la red social Instagram los servicios y eventos que ofrece la empresa BPM Music School a clientes reales y potenciales.

7.1.1 Semiología. Se utilizará de tal manera que los símbolos y signos colocados en las piezas digitales sean los adecuados para que el grupo objetivo pueda interpretar y recibir el mensaje de forma correcta.

7.1.2 Psicología del color. Para que el mensaje llegue y sea comunicado apropiadamente se utilizará una paleta de colores entre los cuales están: tonalidades de azul, verde, rojo y amarillo. El color blanco predominará en la tipografía y en los gráficos lineales que se utilicen.

7.1.3 Andragogía. Las piezas gráficas digitales se basarán en el modelo a seguir de esta ciencia, el cual dice que un adulto decide qué estudiar y para qué desea estudiar según su requerimiento o la necesidad que este tenga. Es por eso que las piezas tendrán un lenguaje y una composición de acuerdo con su grupo objetivo.

7.1.4 Sociología. Debido a que esta ciencia es la que estudia a grupos de personas en diferentes entornos y en este caso el entorno será la red social de Instagram, esta se utilizará para saber cómo segmentar de una mejor forma a su grupo objetivo.

7.1.5 Psicología de la comunicación. Se verá la influencia que tendrán las piezas gráficas en el grupo objetivo, cómo perciben el mensaje y si es memorable.

7.1.6 Música. Se utilizarán gráficos lineales en las piezas gráficas para dar la sensación de ondas de sonido, estos agregarán movimiento a la composición.

7.1.7 Teoría del recorrido visual. Los elementos en el diseño estarán colocados de forma clave, por lo que se buscará que el grupo objetivo realice un recorrido visual en Z o C, ya que es lo más convencional, estratégico y natural para el ojo humano.

7.1.8 Geométrica. Los elementos principales en cada una de las piezas serán las diferentes curvas, ondas y figuras geométricas que se crearán para dar un toque simplista pero llamativo.

7.1.9 Arte Conceptual. Se imitarán con diferentes patrones lineales las ondas sonoras que emiten los géneros musicales que manejan BPM Music School.

7.2 Conceptualización

La conceptualización servirá de referencia para la elaboración de todos los elementos que irán colocados en el proyecto diseño de piezas digitales para dar a conocer en la red social Instagram los servicios y eventos que ofrece la empresa BPM Music School a clientes reales y potenciales.

7.2.1 Método.

7.2.1.1 Brainstorming o Lluvia de Ideas. Es la técnica para generar ideas más conocida. Fue desarrollada por Alex Osborn (especialista en creatividad y publicidad) en los años 30 y publicada en 1963 en el libro “Applied Imagination”.

Es la base sobre la que se sostiene la mayoría del resto de las técnicas.

El Brainstorming, también llamado torbellino de ideas, tormenta de ideas, remolí de cervells, lluvia de ideas... es una técnica eminentemente grupal para la generación de ideas.

7.2.1.1.1 Etapas del proceso.

- Calentamiento: Ejercitación del grupo para un mejor funcionamiento colectivo.
- Generación de ideas: Se establece un número de ideas al que queremos llegar. Se marca el tiempo durante el que vamos a trabajar. Y las cuatro reglas fundamentales que se mencionan a continuación:
 - Toda crítica está prohibida
 - Toda idea es bienvenida
 - Tantas ideas como sea posible
 - El desarrollo y asociación de las ideas es deseable

Los participantes dicen todo aquello que se les ocurra de acuerdo con el problema planteado y guardando las reglas anteriores.

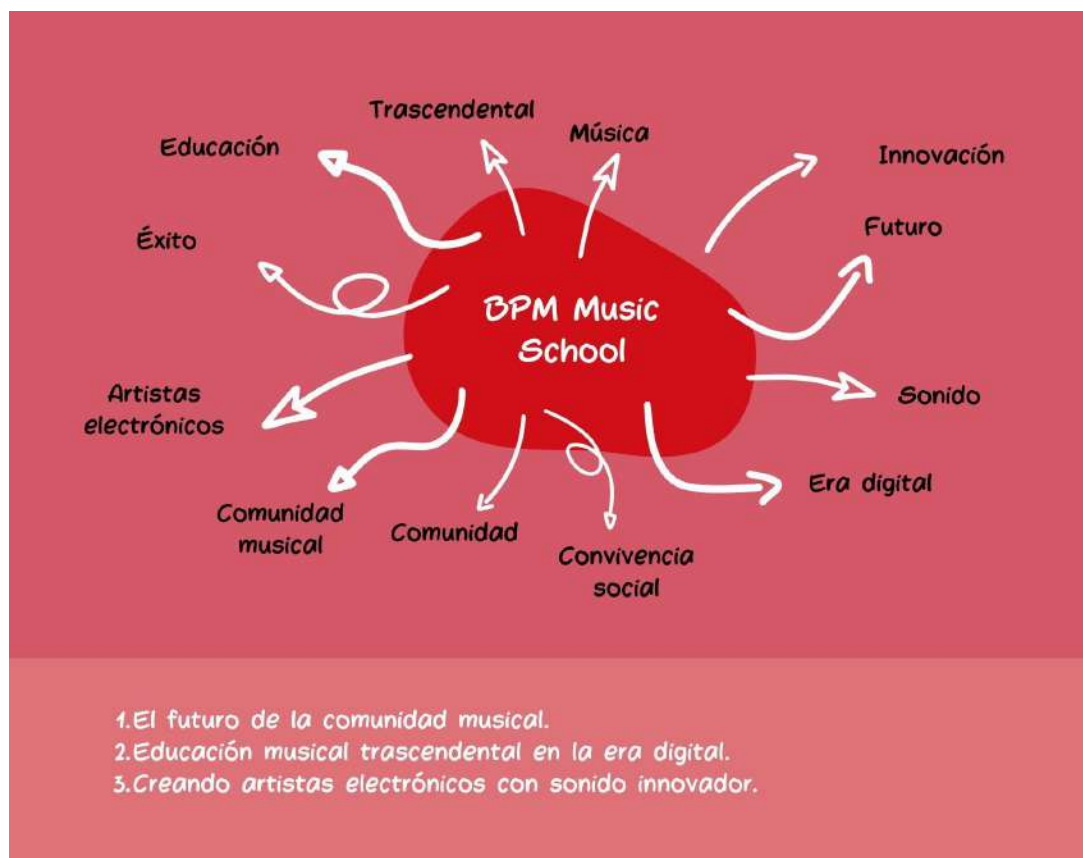
- Trabajo con las ideas: Las ideas existentes pueden mejorarse mediante la aplicación de una lista de control; también se pueden agregar otras ideas. Osborn recomienda el empleo de preguntas como las que siguen:
 - ¿aplicar de otro modo?
 - ¿modificar?
 - ¿ampliar?
 - ¿reducir?
 - ¿sustituir?

- ¿reorganizar?
- ¿invertir?
- ¿combinar?

Tras estas etapas, se pueden utilizar las siguientes técnicas para variar la forma de trabajarlo:

- el trabajo del grupo es complementado y/o sustituido por el trabajo individual o por contactos intergrupales;
- la comunicación verbal es complementada y/o cambiada por comunicación escrita;
- la reunión de ideas sin valoración es interrumpida por fases de valoración;
- el comienzo sin ideas ya existentes es modificado mediante un inicio con un “banco de ideas”;
- la reunión constructiva de estímulos es complementada por una compilación destructiva de desventajas;
- la integración espontánea de ideas puede ser complementada y/o sustituida por una integración sucesiva;
- la lista de control puede ser complementada y/o cambiada por estímulos visuales.

· Evaluación: Tras la generación de ideas, el grupo establece los criterios con los cuales va a evaluar las ideas. (Neuronilla 2008)



Lluvia de Ideas realizada por la diseñadora Adriana Maldonado.

7.2.2 Definición del concepto. Para el proyecto diseño de piezas digitales para dar a conocer en la red social Instagram los servicios y eventos que ofrece la empresa BPM Music School a clientes reales y potenciales, se aplicó la técnica de creatividad titulada Brainstorming o Lluvia de Ideas. Se desarrollaron los siguientes pasos:

- Calentamiento: Examinar con detenimiento los requerimientos de la empresa y los recursos dados por ellos.
- Generación de ideas: Se procede a la creación de tres ideas diferentes relacionadas con BPM Music School.

Trabajo con las ideas: Las tres ideas iniciales se mejoraron con el uso de distintas preguntas y técnicas descritas anteriormente.

- Evaluación: Se evaluó de forma minuciosa la idea que se adapte más a lo que es la empresa BPM Music School.

De la aplicación de la técnica creativa se llegó a la conclusión que el concepto de diseño se basará en la frase “Educación musical trascendental en la era digital”.

Sin embargo, como la compañía ya cuenta con un eslogan, esta frase se usará únicamente como fuente de inspiración para el proyecto.

7.3 Bocetaje

Con base en la frase “Educación musical trascendental en la era digital” se procede a realizar el proceso de bocetaje, pasando por las siguientes variantes: Tabla de requisitos, bocetaje de diagramación o bocetaje inicial, bocetaje formal y digitalización de la propuesta.

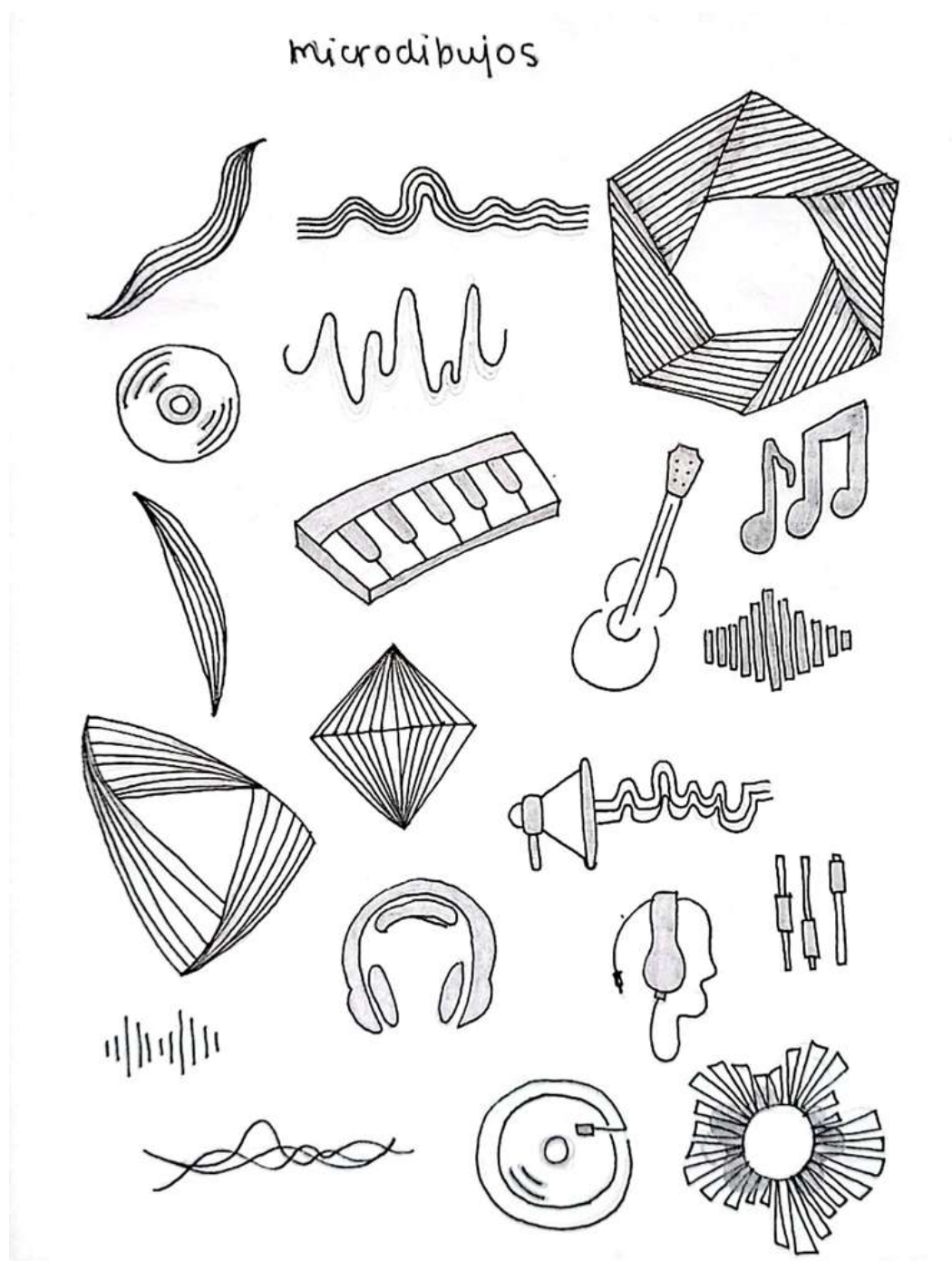
7.3.1 Tabla de requisitos.

Elemento gráfico	Propósito	Técnica	Emoción
Colores: Amarillo, rosado, verde limón, verde oscuro, celeste, azul y rojo.	Identificar a la empresa con sus colores corporativos respectivamente.	Adobe Color: Colocar la paleta de colores de la empresa y determinar combinaciones adecuadas.	Compromiso Motivación Bienestar
Tipografía	Mostrar orden y jerarquías para obtener armonía visual. Facilitar e incentivar la lectura de los textos para el grupo objetivo.	Poppins: Utilizar una o dos tipografías en cada pieza. Utilizar bold en los títulos.	Estabilidad Confianza Determinación
Fotografías	Representar la esencia de la empresa ilustrando sus actividades.	Unsplash: Colocar en el buscador el término que más se adapte a la pieza. Se buscarán fotografías en formato vertical y cuadrado.	Fortaleza Convicción Idealismo
Diagramación: formato historia (1080 x 1920 px) y formato post (1400 x 1400 px)	Organización del contenido visual y escrito para generar coherencia y un recorrido visual adecuado.	Adobe Illustrator	Armonía Equilibrio Dinamismo
Elementos gráficos	Establecer un orden entre los elementos para definir	Adobe Illustrator	Concordancia

	congruencia entre sí.		Inspiración
--	-----------------------	--	-------------

Tabla de requisitos realizada por la diseñadora Adriana Maldonado.

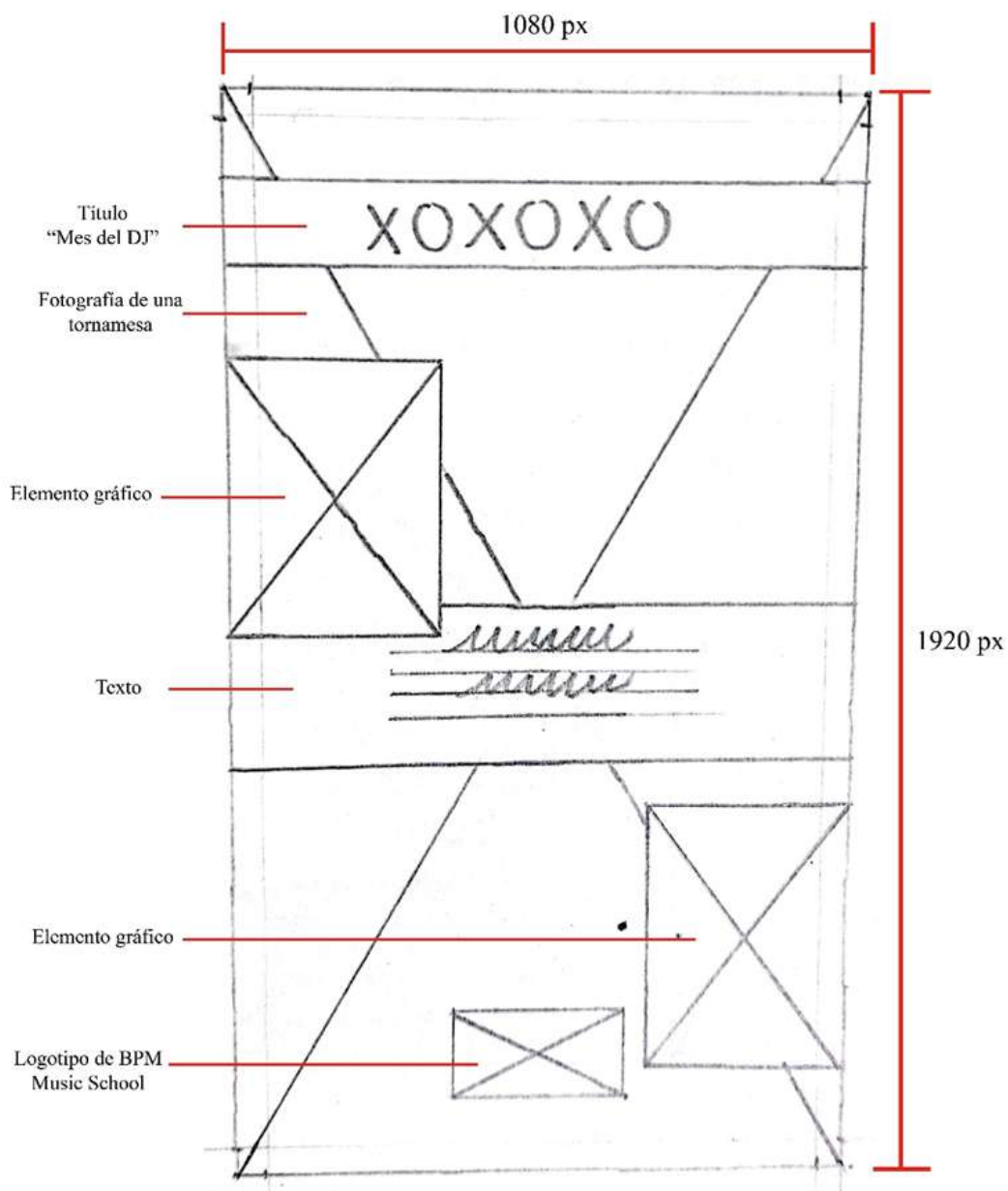
7.3.2 Microdibujos.



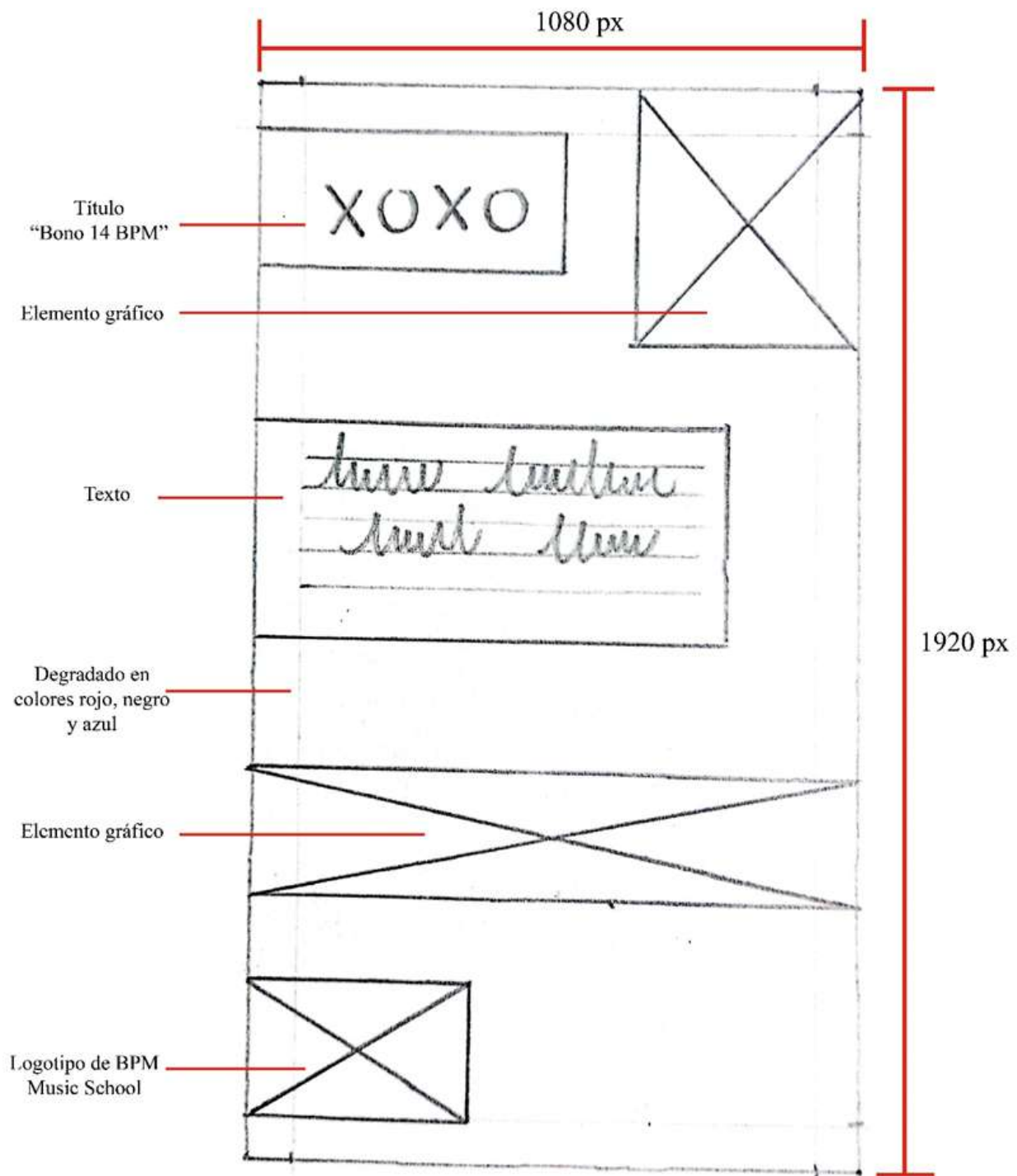
Microdibujos realizados por la diseñadora Adriana Maldonado.

7.3.3 Bocetaje de diagramación

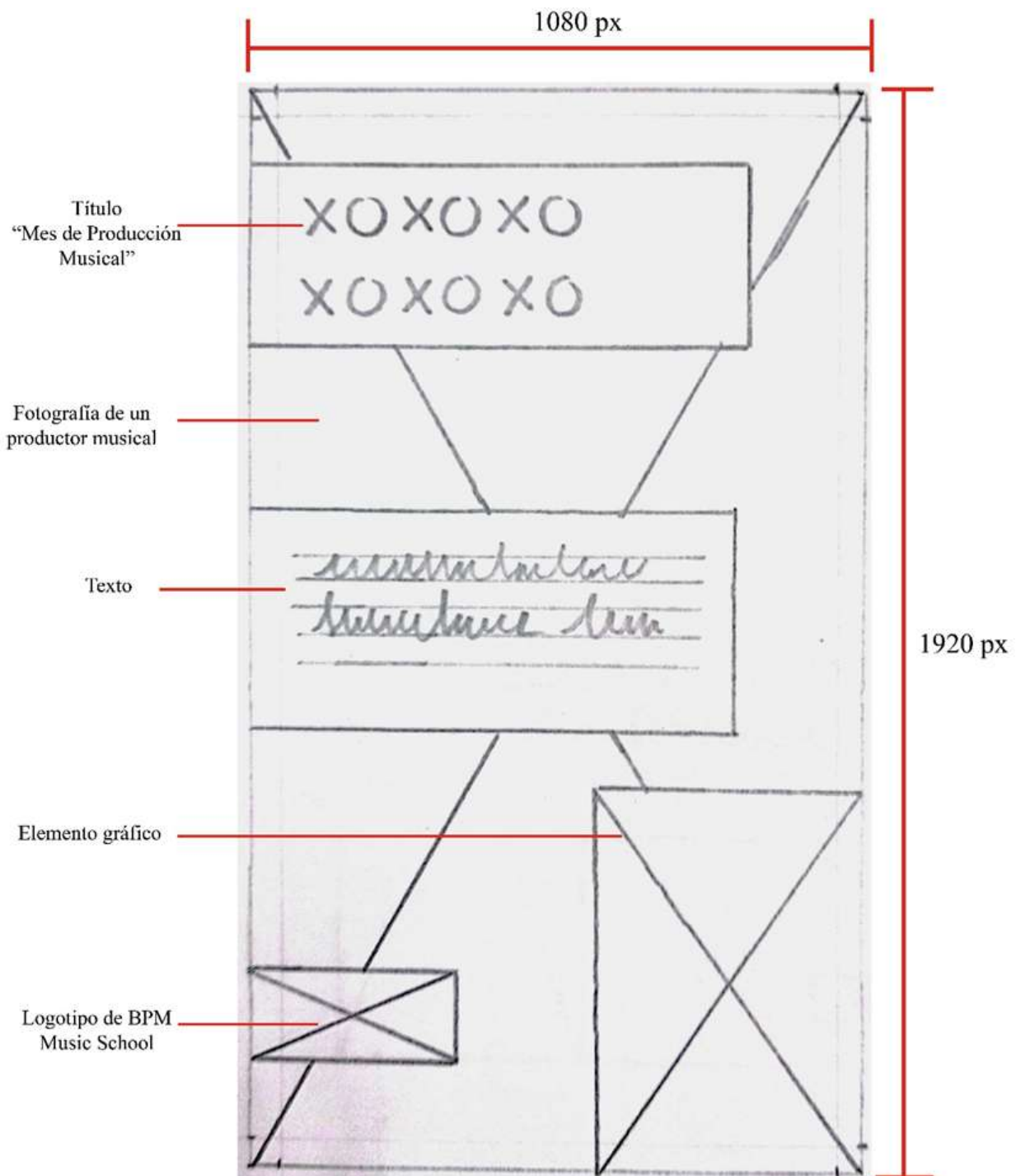
Pieza gráfica #1. Historia Mes del DJ



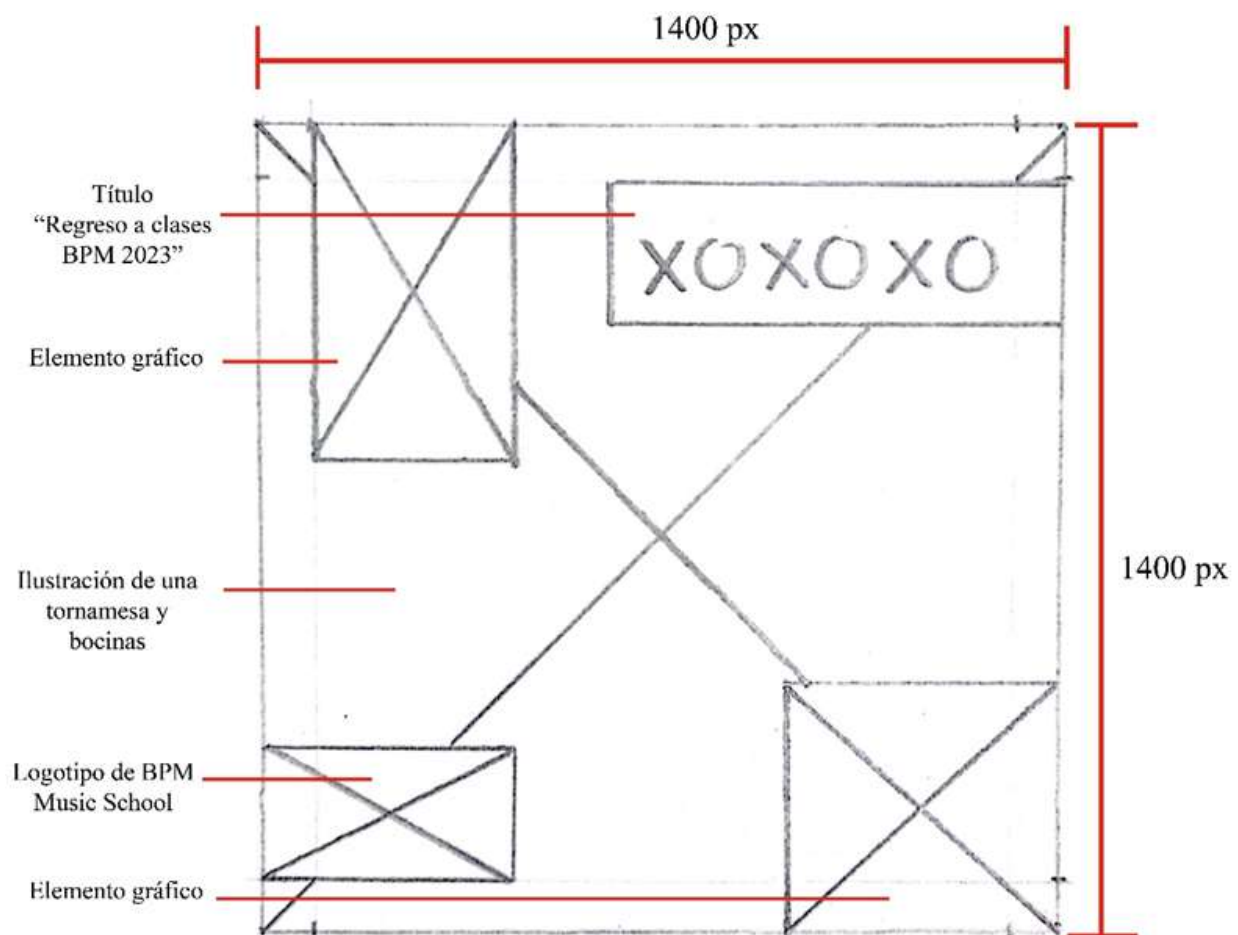
Pieza gráfica #2. Historia Bono 14 BPM



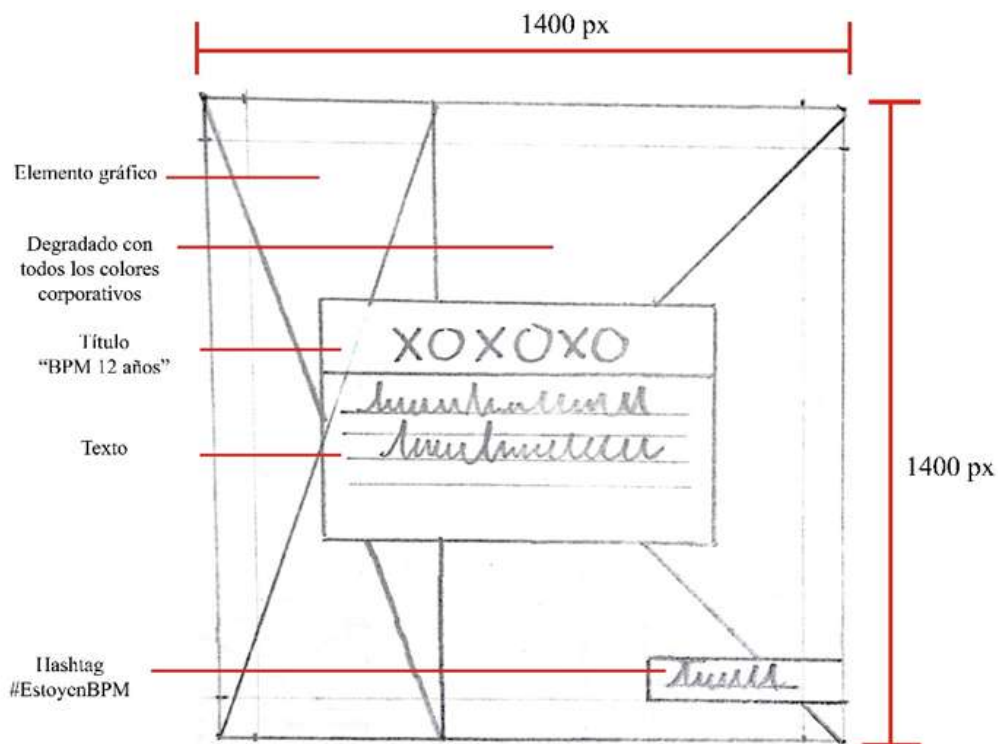
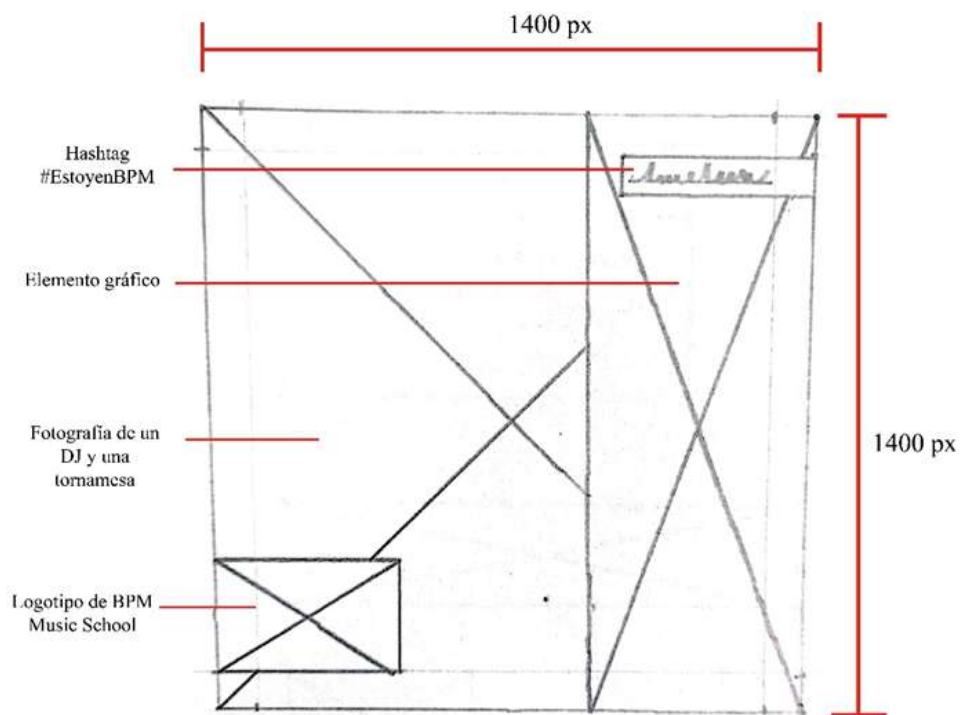
Pieza gráfica #3. Historia Mes de Producción Musical



Pieza gráfica #4. Post Regreso a clases BPM 2023

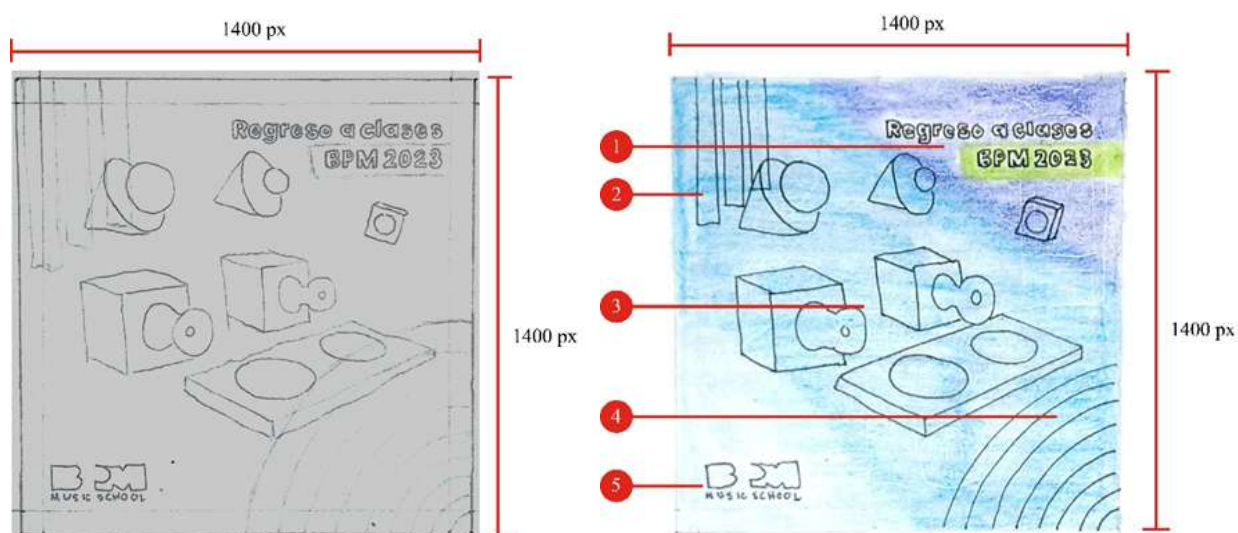


Pieza gráfica #5. Carrusel Aniversario BPM



7.3.4 Bocetos Formales.

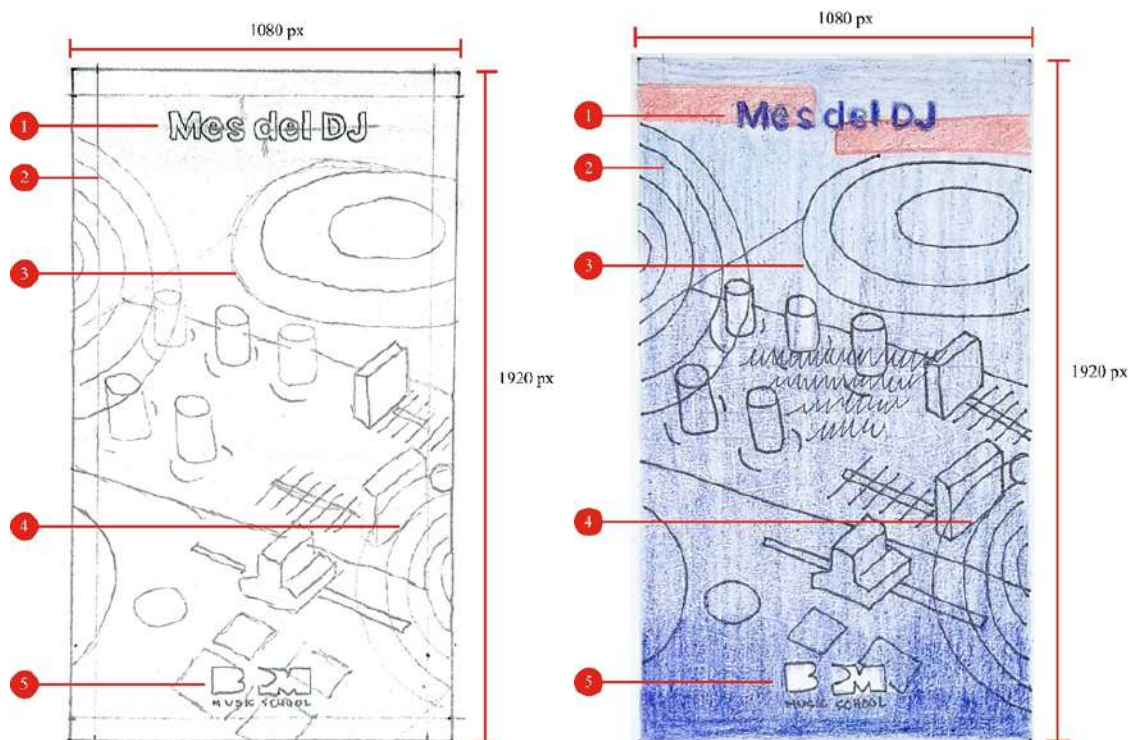
Pieza gráfica #1. Post Regreso a clases BPM 2023



1. Título “Regreso a clases BPM 2023”
2. Elemento gráfico: líneas verticales blancas con opacidad baja
3. Ilustración de tornamesa y bocinas con un degradado azul y celeste
4. Elemento gráfico: contorno de varios círculos con opacidad baja
5. Logotipo de BPM Music School

Bocetos Formales.

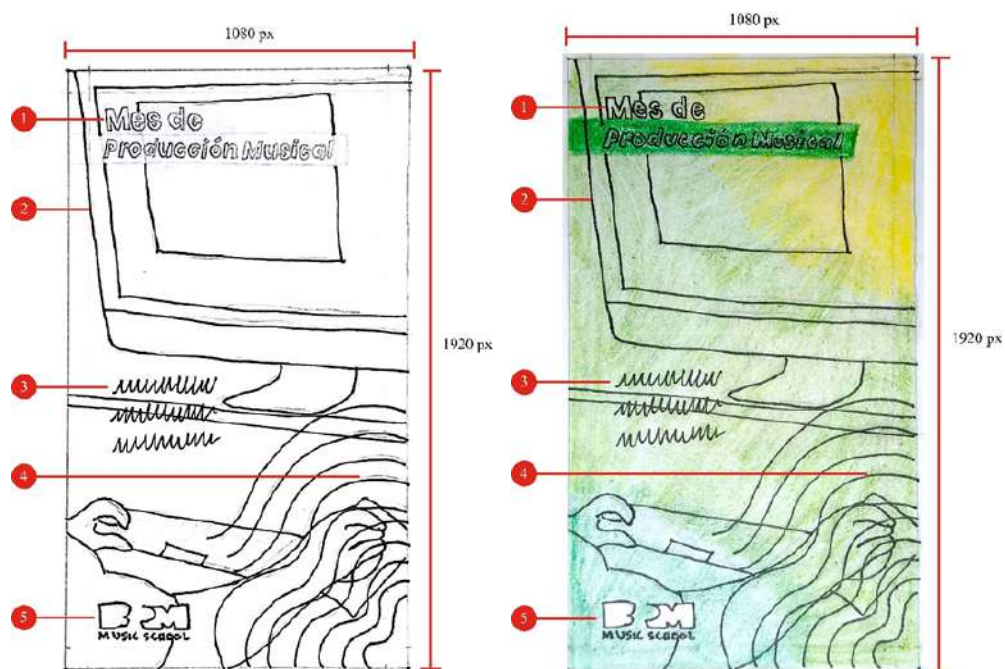
Pieza gráfica #2. Historia Mes del DJ



- 1 Título “Mes del DJ”
- 2 Elemento gráfico: contorno de varios círculos con opacidad baja
- 3 Fotografía de tornamesa
- 4 Elemento gráfico: contorno de varios círculos con opacidad baja
- 5 Logotipo de BPM Music School

Bocetos Formales.

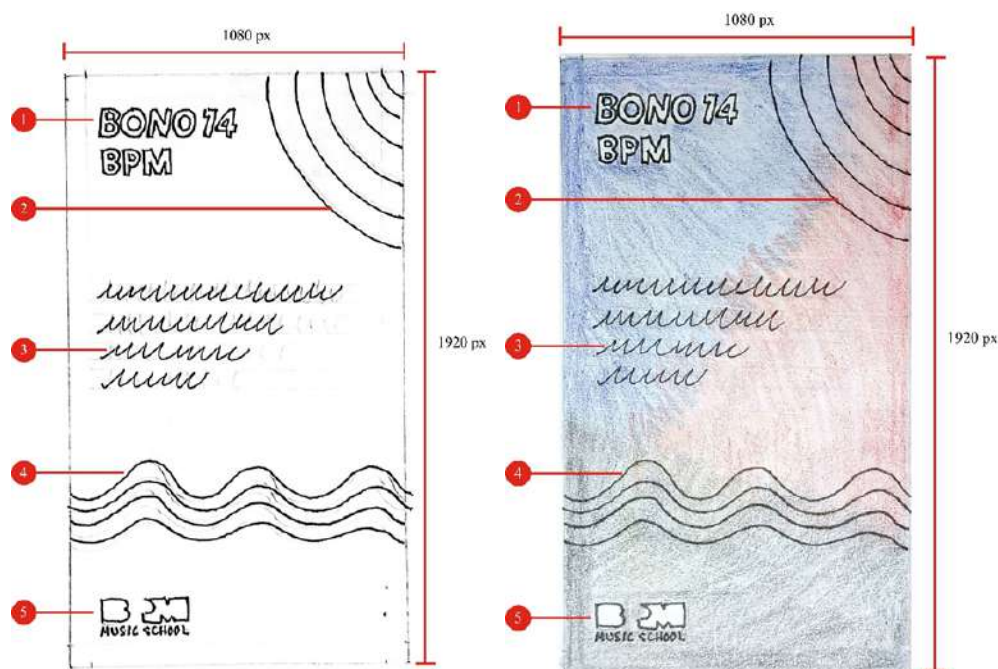
Pieza gráfica #3. Historia Mes de Producción Musical



- 1 Título "Mes de Producción Musical"
- 2 Fotografía de un productor musical
- 3 Texto
- 4 Elemento gráfico: contorno de ondas con opacidad baja
- 5 Logotipo de BPM Music School

Bocetos Formales.

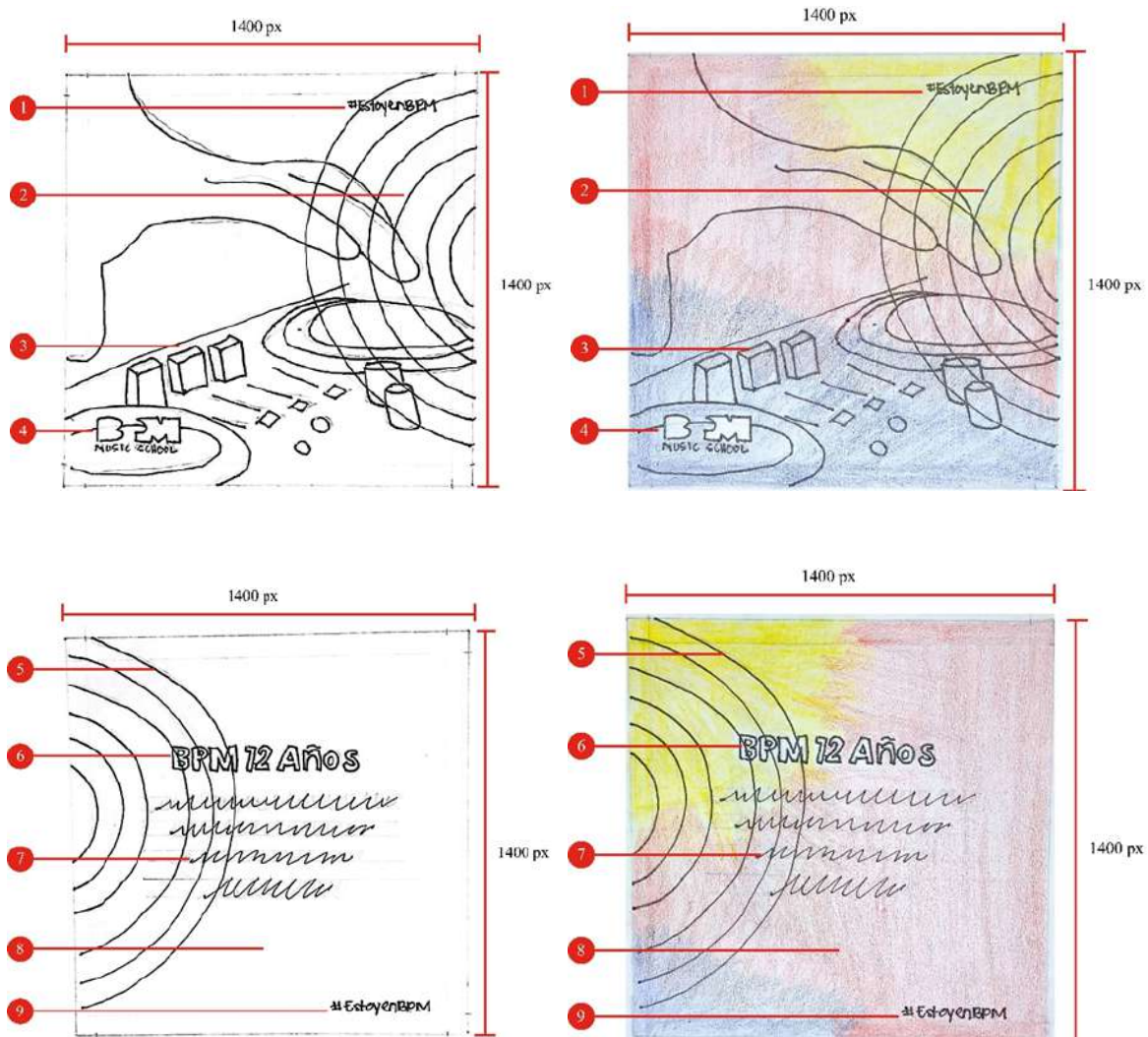
Pieza gráfica #4. Historia Bono 14 BPM



- 1 Título “Bono 14 BPM”
- 2 Elemento gráfico: contorno de varios círculos con opacidad baja
- 3 Texto
- 4 Elemento gráfico: contorno de ondas con opacidad baja
- 5 Logotipo de BPM Music School

Bocetos Formales.

Pieza gráfica #5. Carrusel Aniversario BPM

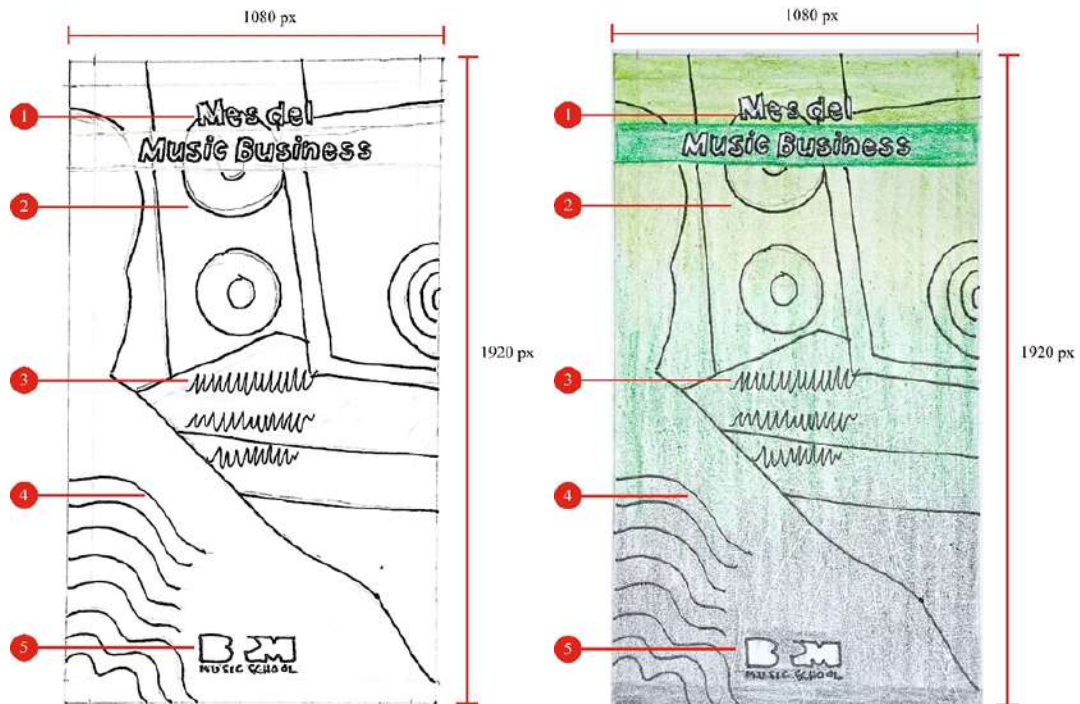


- 1 Hashtag #EstoyenBPM
- 2 Elemento gráfico: contorno de varios círculos con opacidad baja
- 3 Fotografía de DJ tocando una tornamesa
- 4 Logotipo de BPM Music School

- 5 Elemento gráfico: contorno de varios círculos con opacidad baja
- 6 Título “BPM 12 años”
- 7 Texto
- 8 Fondo con degradado utilizando los colores corporativos
- 9 Hashtag #EstoyenBPM

Bocetos Formales.

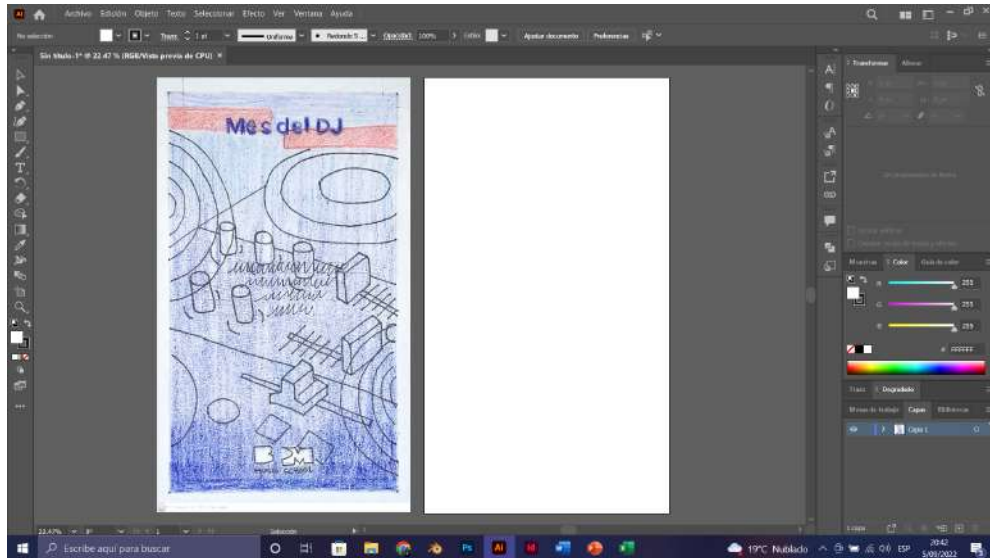
Pieza gráfica #6. Historia Mes de Producción Musical



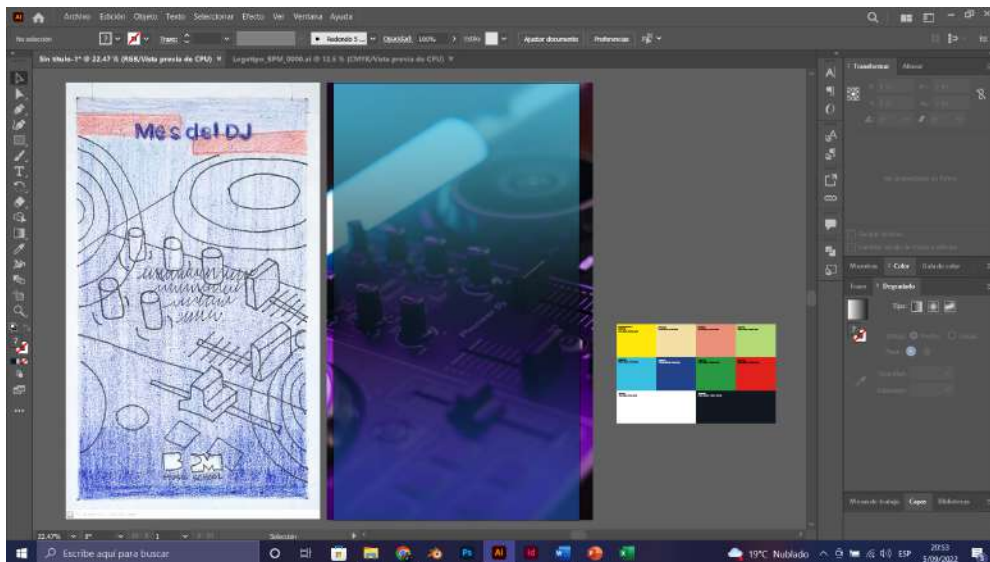
- 1 Título "Mes del Music Business"
- 2 Fotografía de alguien en un estudio de grabación
- 3 Texto
- 4 Elemento gráfico: contorno de ondas con opacidad baja
- 5 Logotipo de BPM Music School

7.3.5. Proceso de digitalización de los bocetos.

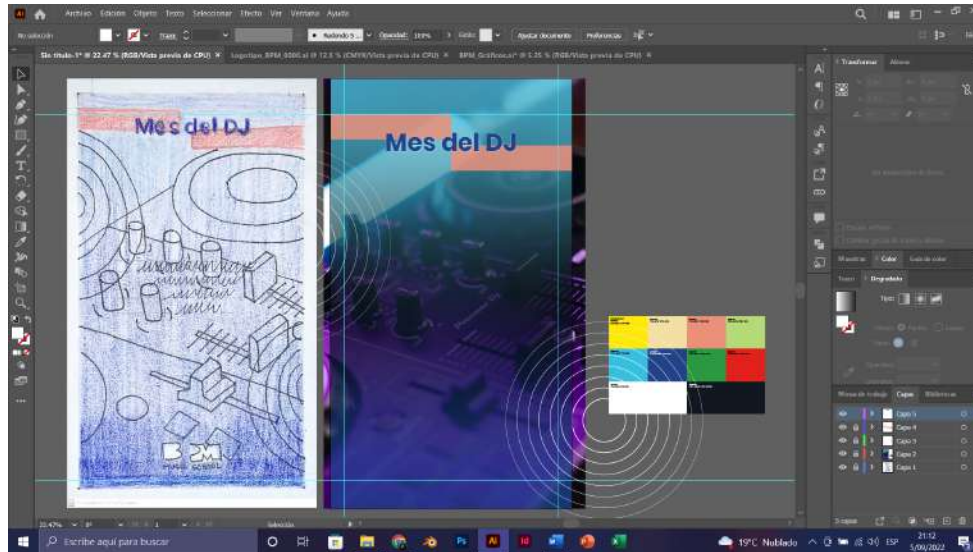
Pieza Gráfica Digital #1



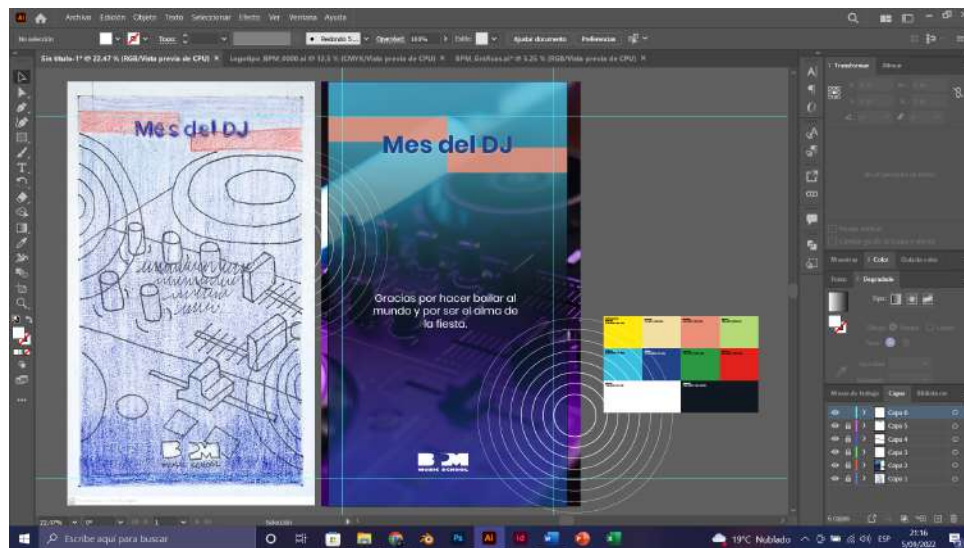
Paso 1: Se colocó el boceto de referencia para empezar a diseñar.



Paso 2: Se posicionó en la mesa de trabajo la fotografía a utilizar, luego se colocaron los colores corporativos y se hizo un degradado en azul y celeste con opacidad de 75% encima de la fotografía.

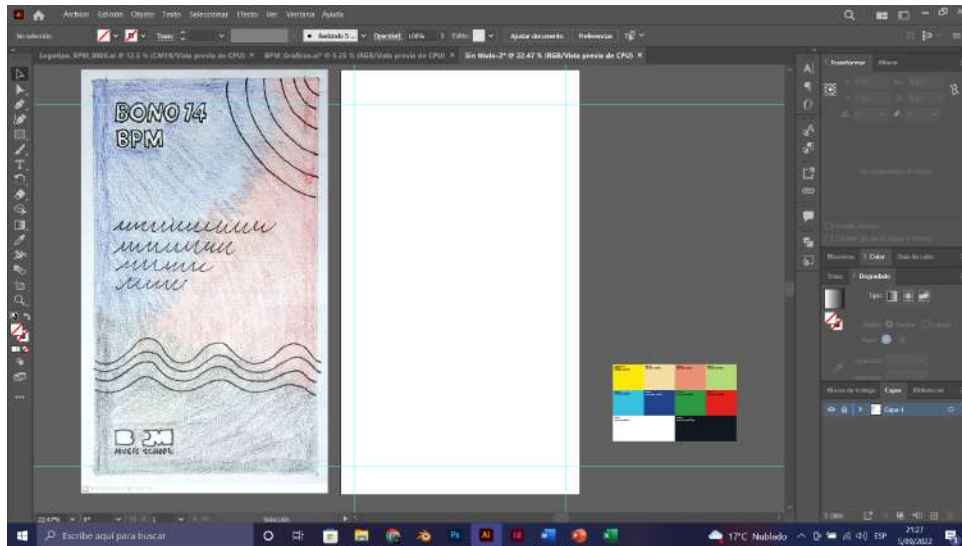


Paso 3: Se agregaron elementos gráficos, líneas guías y el título fue escrito en color azul con la tipografía Poppins Bold.

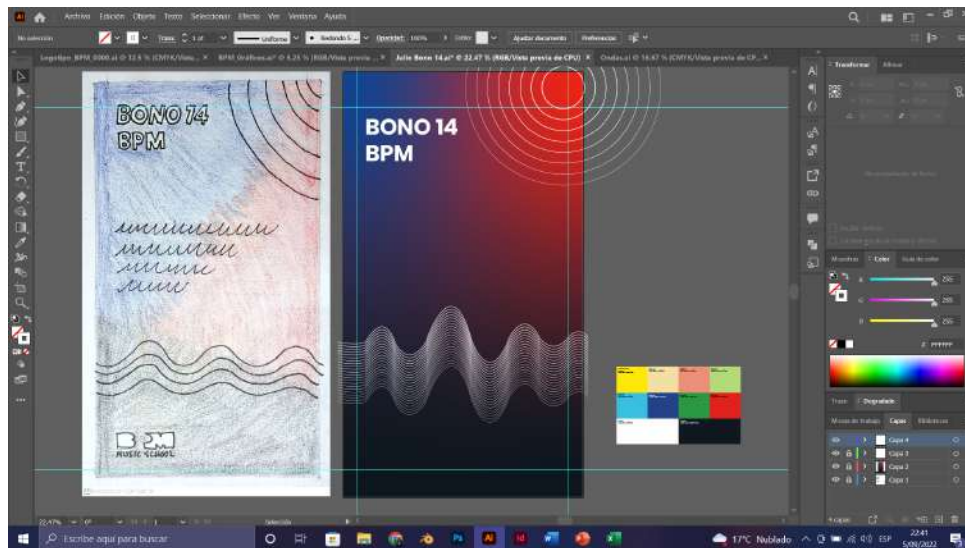


Paso 4: Se escribió el cuerpo del texto en el centro de la pieza y en color blanco con la tipografía Poppins Regular, por último se colocó el logotipo de BPM Music School.

Pieza Gráfica Digital #2



Paso 1: Fueron colocadas las líneas guías en la mesa de trabajo, luego se colocaron los colores corporativos y el boceto de referencia para empezar a diseñar.

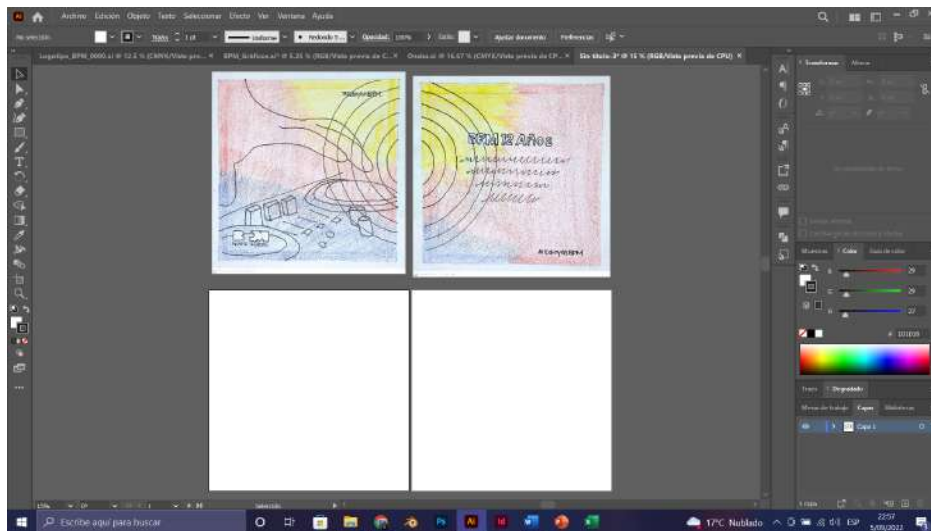


Paso 2: Se hizo un degradado con los colores negro, azul y rojo para el fondo, posteriormente se posicionaron los elementos gráficos y se pasó a escribir el título de la pieza.

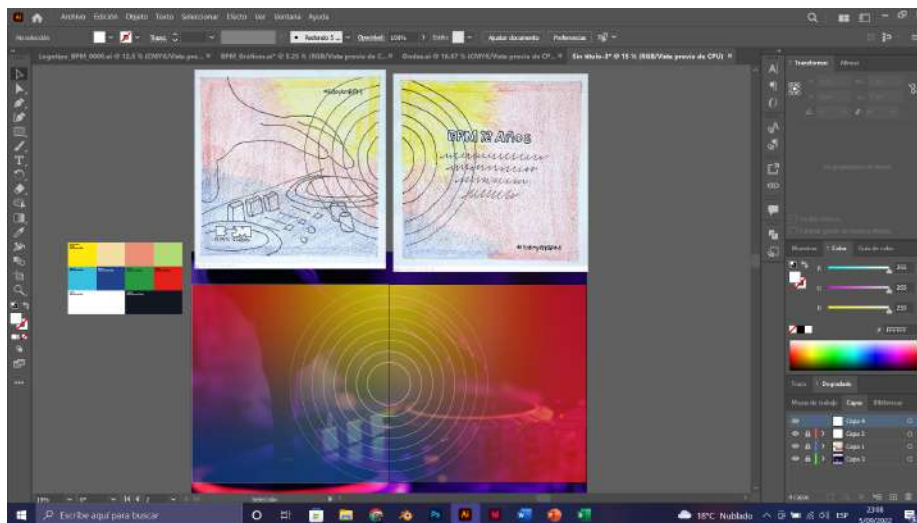


Paso 3: Para finalizar, se escribió el cuerpo del texto y fue colocado el logotipo de BPM Music School.

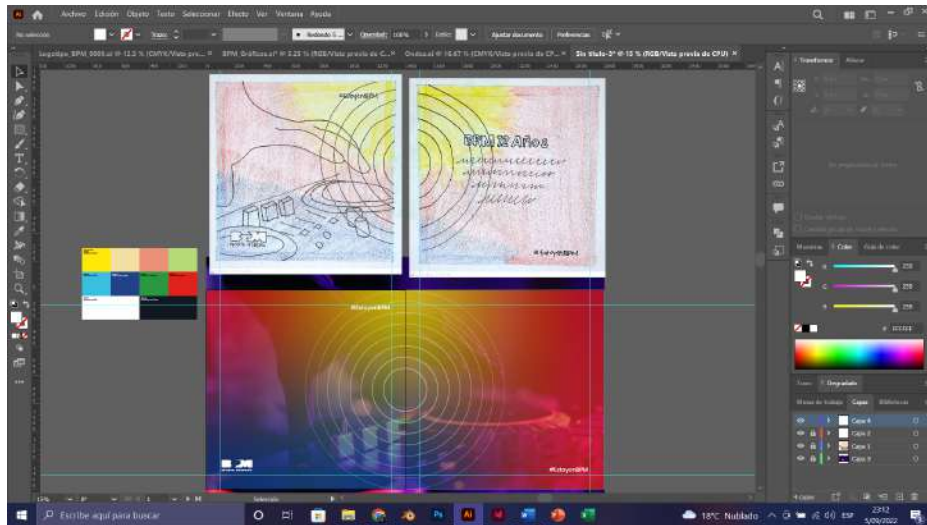
Pieza Gráfica Digital #3



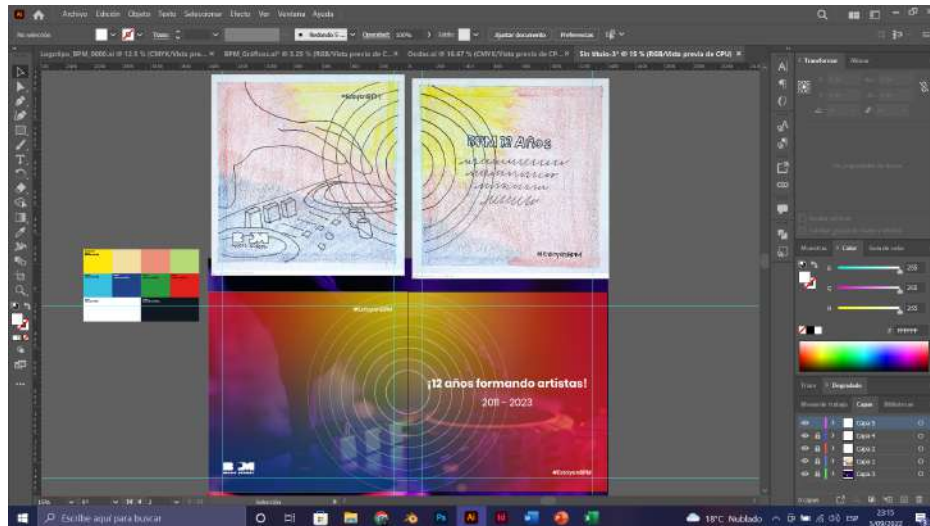
Paso 1: Colocación del boceto para referencia y empezar a diseñar.



Paso 2: Los colores corporativos fueron colocados en la mesa de trabajo y se procedió a crear un degradado con opacidad en colores azul, rojo y amarillo, luego fue ubicado un elemento gráfico en medio de las dos piezas.

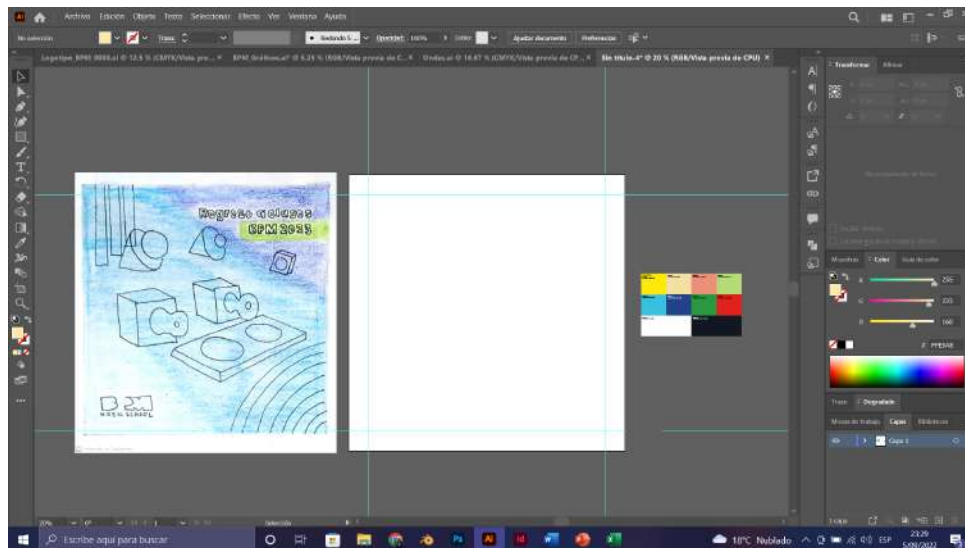


Paso 3: Se procede a acomodar los textos que incluyen el hashtag de la empresa y a colocar el logo de la misma.

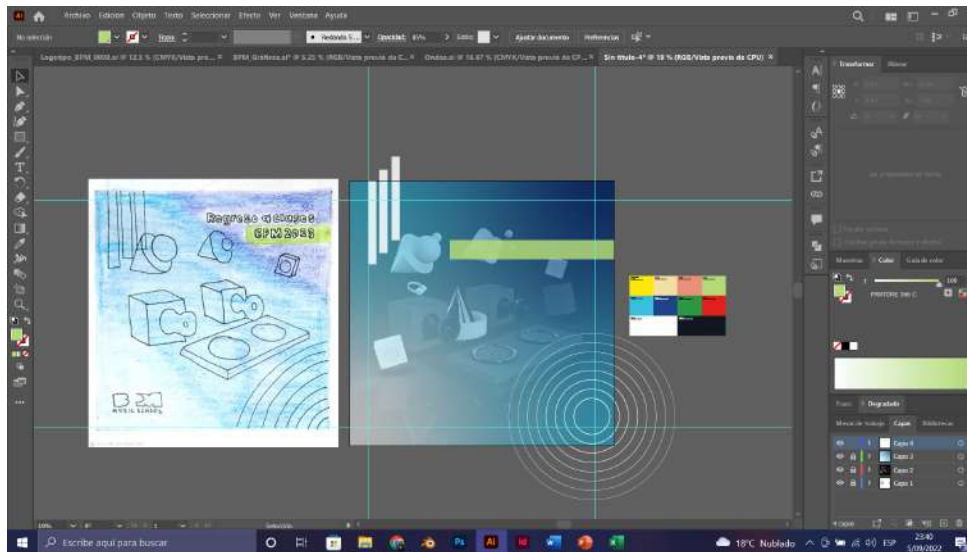


Paso 4: Para terminar, el cuerpo del texto fue escrito al igual que el título.

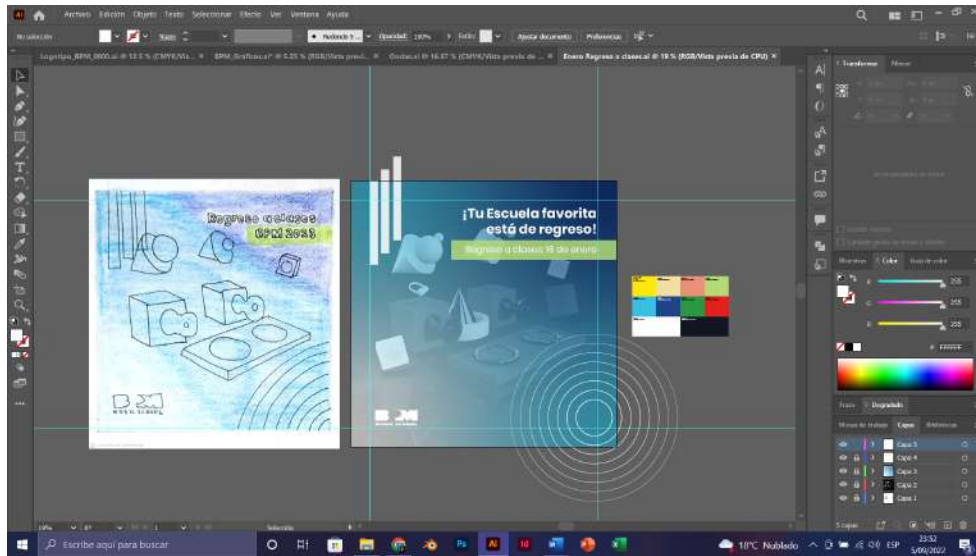
Pieza Gráfica Digital #4



Paso 1: Se colocaron líneas guías y el boceto de la pieza a realizar.



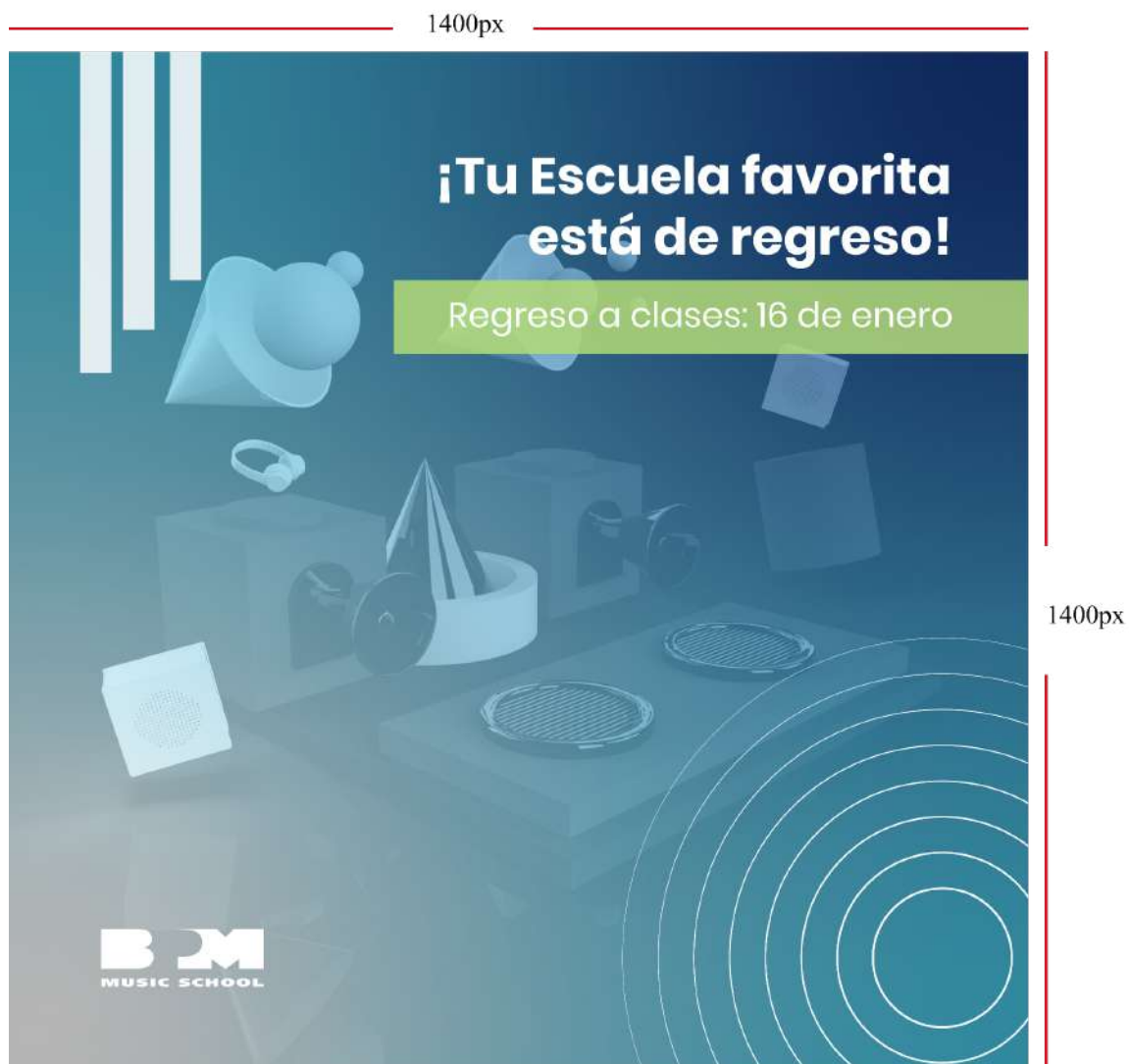
Paso 3: Fue colocada la fotografía con un degradado en colores azul, celeste y blanco con opacidad 70%, también se colocaron elementos gráficos en color blanco y verde limón.



Paso 4: Para terminar, se escribió el título y el cuerpo del texto para después colocar el logotipo de BPM Music School.

7.4 Propuesta preliminar

Pieza gráfica digital #1 - 1400x1400px



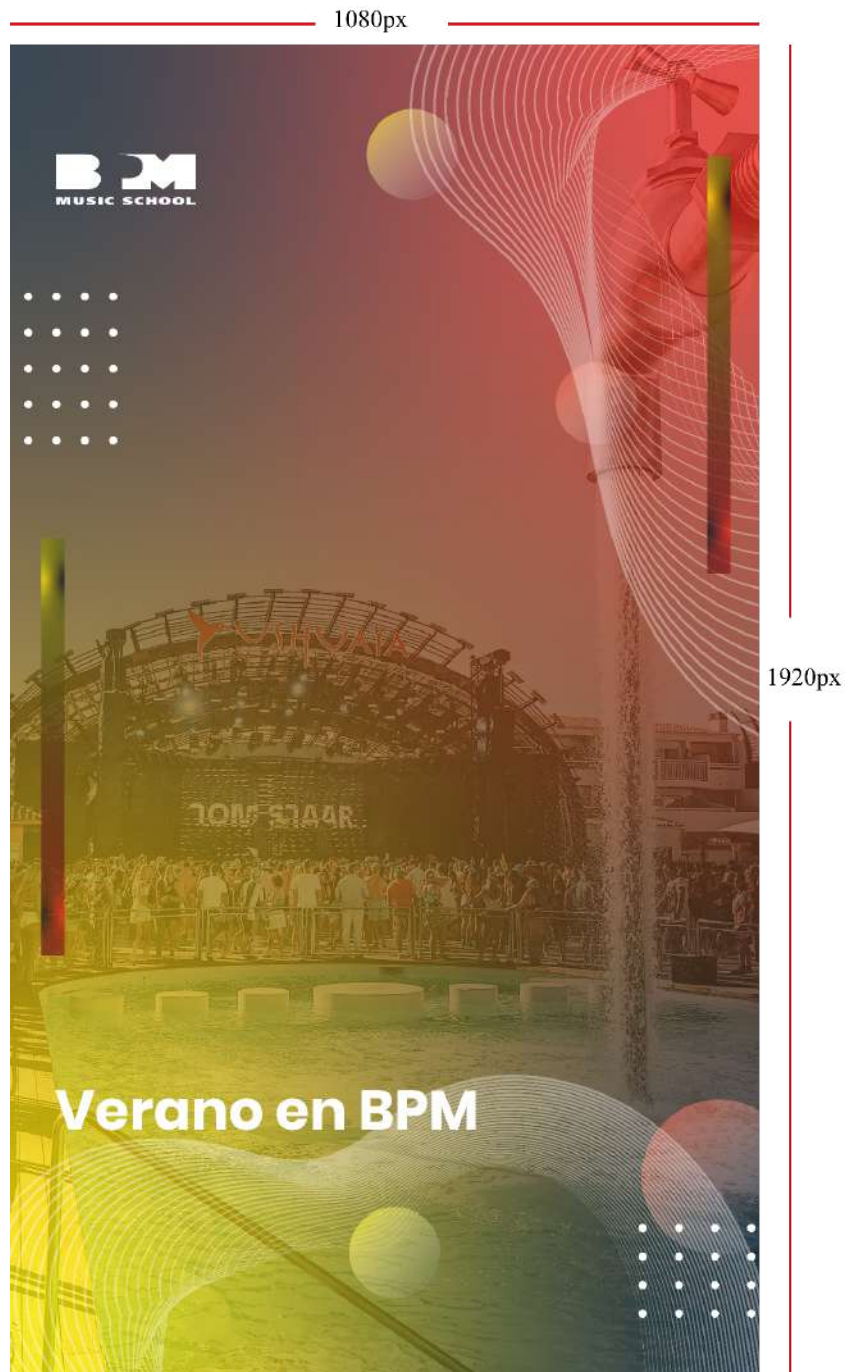
Esta pieza busca anunciar y/o avisar a los estudiantes que el nuevo ciclo está por comenzar y por ende causar intriga en los clientes potenciales para que puedan inscribirse en los cursos que estén disponibles.

Pieza gráfica digital #2 - 1400x1400px

Este carrusel o piezas individuales abrirán la temporada llamada “Mes del Amor Propio” ya que para BPM Music School es muy importante tener esto en cuenta porque esta empresa tiene la filosofía de que la base de todas las metas es el amor propio y que si las personas creen en sí mismas podrán alcanzar todo lo que se propongan.

Pieza gráfica digital #3 - 1080x1920px

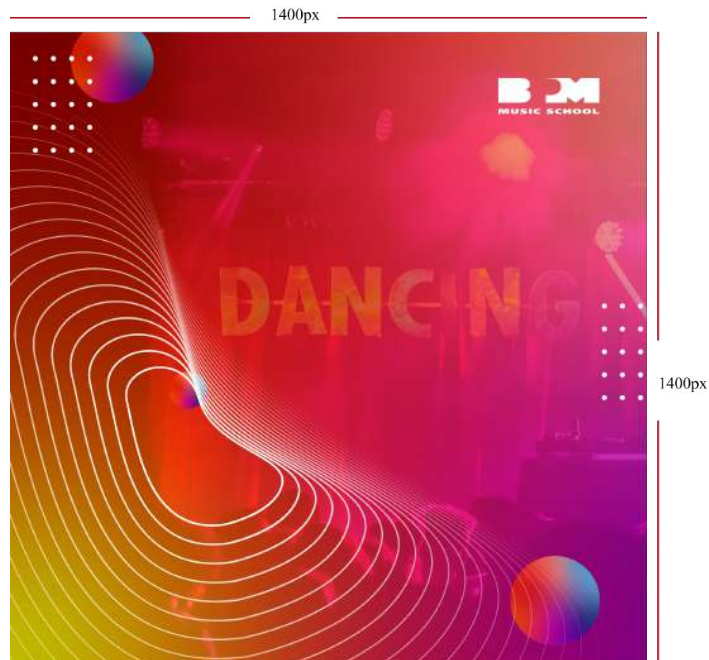
Con esta pieza se quiere lograr no solo que las personas sepan que en marzo existe el día del DJ sino que también crear conciencia de que ellos también son parte importante de la fiesta o evento.

Pieza gráfica digital #4 - 1080x1920px

Esta pieza da comienzo a la temporada de verano en donde se busca crear más aliados y contactos de esta industria para formar una comunidad al estar en más eventos para darse a conocer.

Pieza gráfica digital #5 - 1080x1920px

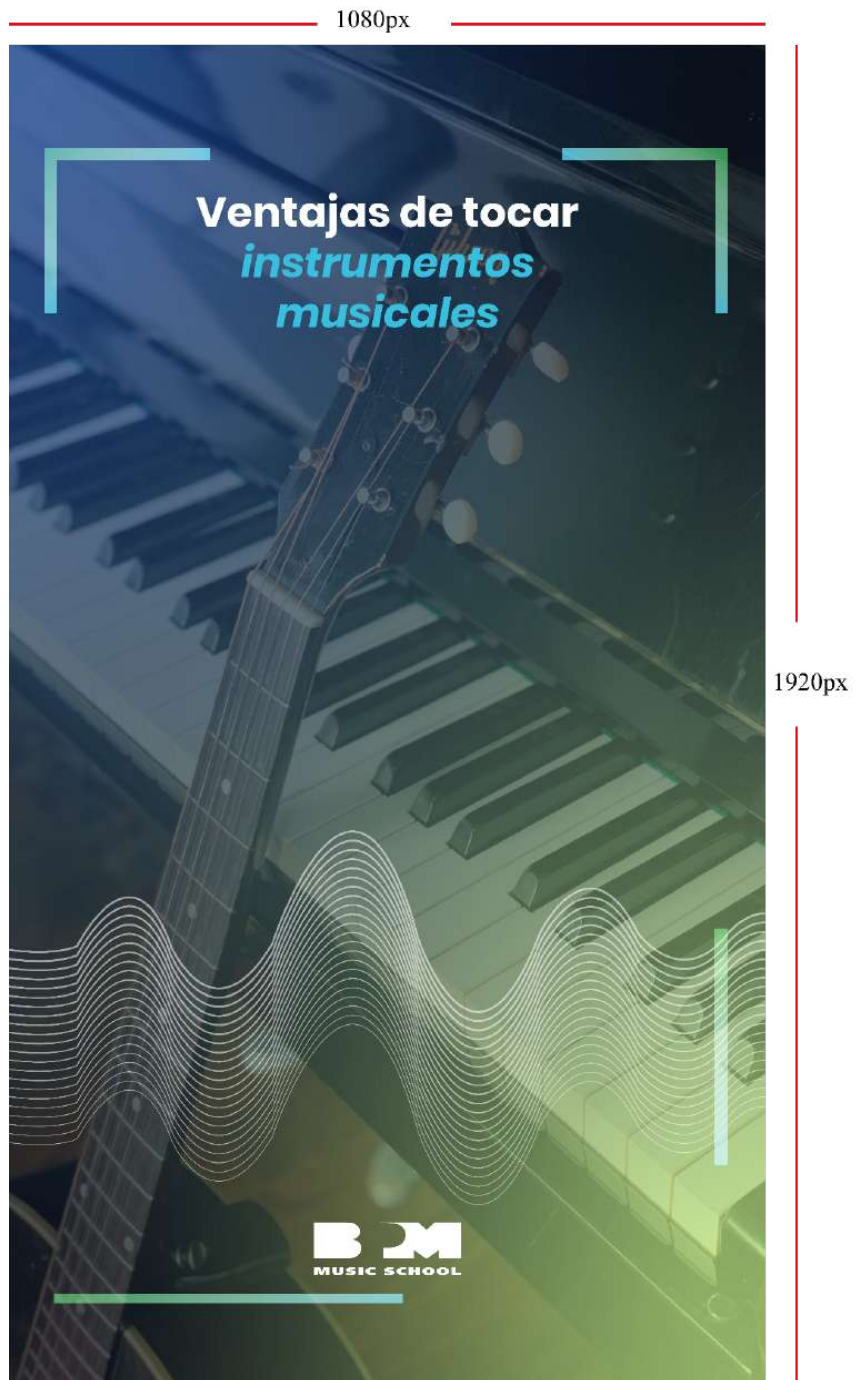
Esta pieza busca generar interés en el público objetivo y clientes potenciales para que la empresa pueda resolver sus dudas y sacar más post o historias al respecto.

Pieza gráfica digital #6 - 1400x1400px

Por medio de este carrusel se pretende darle la bienvenida al “Mes de la Inclusión”, para darle a entender al público objetivo y clientes potenciales que BPM Music School que todas las personas son iguales si se mueven para alcanzar un mismo objetivo.

Pieza gráfica digital #7 - 1080x1920px

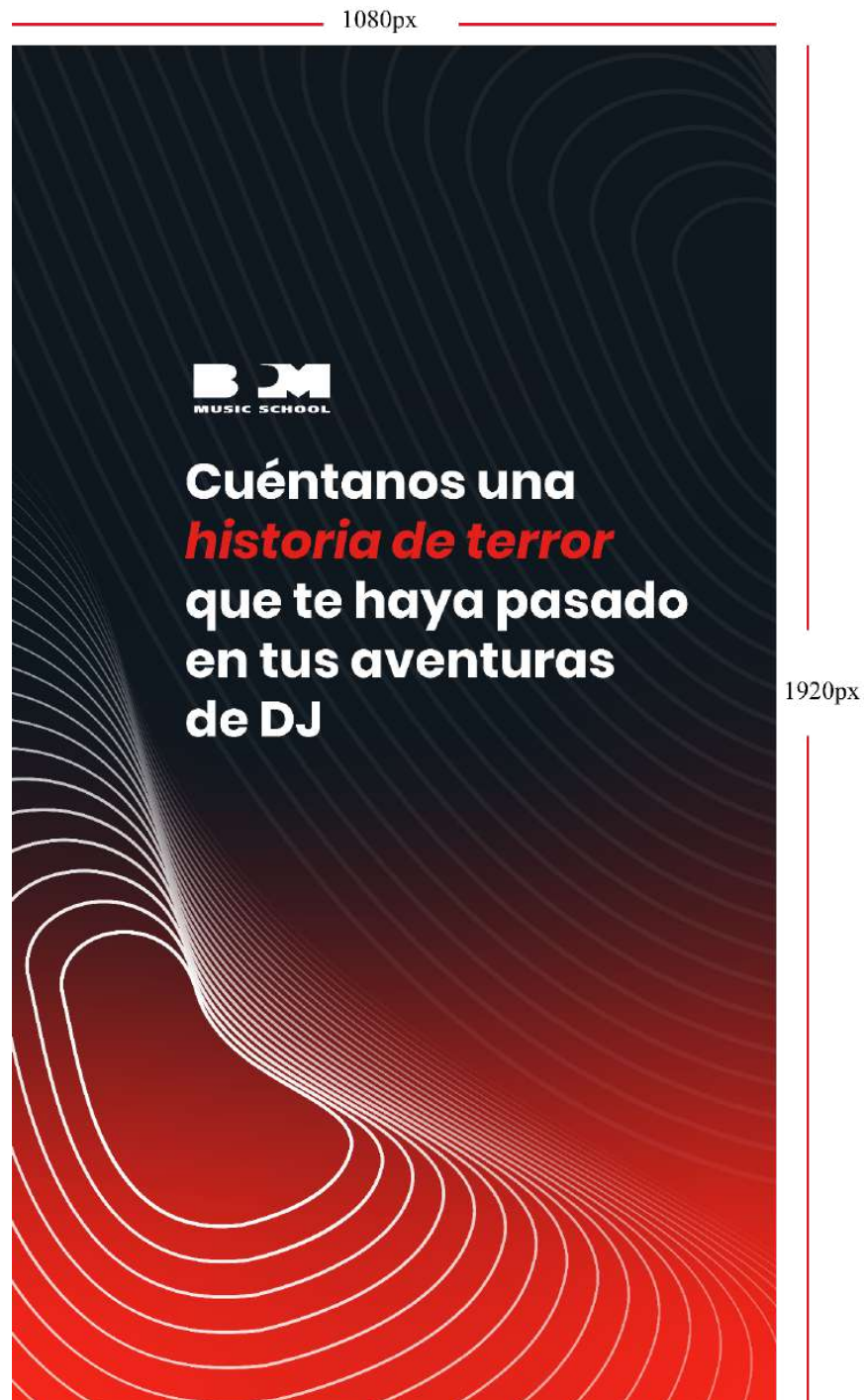
Para esta pieza se quiso comunicar el mensaje de que es importante invertir para alcanzar metas y sueños para que de esta manera todo se logre realizar y puedan empezar a generar.

Pieza gráfica digital #8 - 1080x1920px

Esta pieza será la portada de una serie de historias que se trabajarán más adelante en donde se hablarán sobre las ventajas que tiene la Educación Clásica, es decir, los instrumentos convencionales que la mayoría de las personas conocen.

Pieza gráfica digital #9 - 1400x1400px

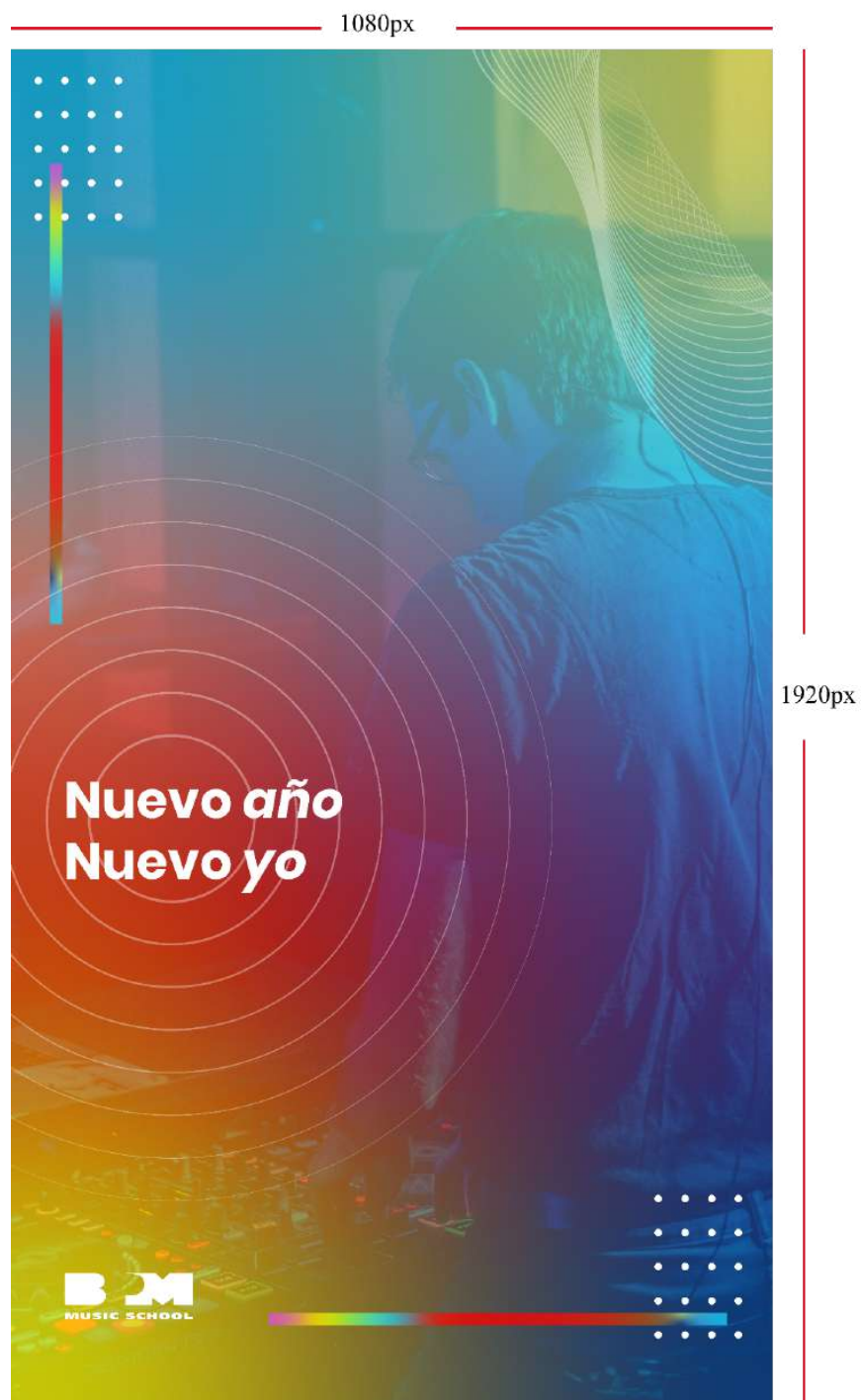
Este carrusel se creó con motivo del aniversario número 12 de BPM Music School. 12 años en el que han sido formados artistas de calidad.

Pieza gráfica digital #10 - 1080x1920px

Esta pieza fue creada para interactuar con el público objetivo y estudiantes con el fin de conocerlos más y crear un vínculo entre la empresa y el estudiante o la empresa y el cliente potencial.

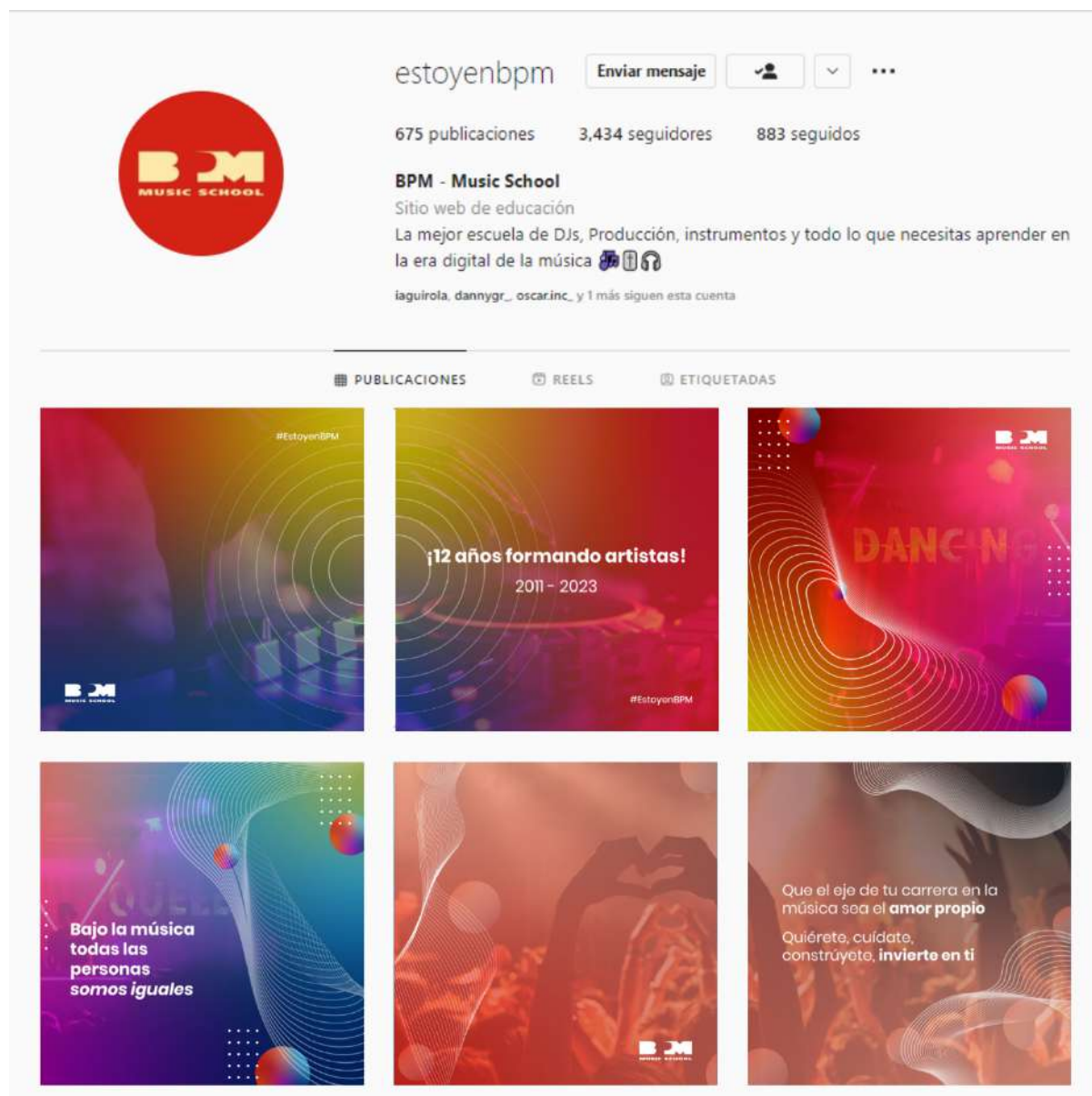
Pieza gráfica digital #11 - 1080x1920px

Esta pieza en cuestión fue creada única y exclusivamente para informar al estudiante o cliente potencial sobre el negocio de la música y lo importante de proteger de alguna manera su trabajo como profesional de la industria.

Pieza gráfica digital #12 - 1080x1920px

Esta historia fue diseñada con el único propósito de anunciar las fiestas de fin de año e iniciar las inscripciones para el ciclo 2023 de BPM Music School.

7.4.1 Mockup del perfil de instagram



Con el fin de que el cliente pudiera apreciar cómo se vería el feed de su empresa en Instagram, se creó este mockup en donde fueron colocadas las piezas una por una para que de esta manera se logren visualizar correctamente, pero es decisión del cliente si los utiliza como carruseles.

7.4.2 Mockup de historias de instagram

7.4.2.1 Mockup de historia #1



7.4.2.2 Mockup de historia #2



7.4.2.3 Mockup de historia #3





CAPÍTULO VIII
VALIDACIÓN TÉCNICA

Capítulo VIII: Validación técnica

Al finalizar la propuesta preliminar de Diseño de piezas gráficas digitales para dar a conocer en la red social Instagram los servicios y eventos que ofrece la empresa BPM Music School a clientes reales y potenciales, se dará inicio al proceso de validación técnica, mostrando el proyecto a clientes, expertos y grupo objetivo. El instrumento de validación será la encuesta personal, en ellas se crearán preguntas cerradas y calificación basada en la escala de Likert.

Las encuestas se realizarán de forma virtual a través de Google Forms para clientes, grupo objetivo y expertos.

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 a utilizar es una encuesta de respuesta múltiple que se aplicará al cliente, a veintidós (23) personas, hombres y mujeres del grupo objetivo y a seis (6) expertos en el área de comunicación y diseño.

8.1 Población y muestreo

Las encuestas se realizaron a una muestra de 33 personas divididas en tres grupos:

Clientes: Alejandro Noriega, Rodrigo Dávila y Héctor Moller.

Expertos: Profesionales en distintas áreas de la comunicación, el diseño y la publicidad.

Licenciada Claudia Bocaletti, Diseñadora Gráfica.

Licenciada Alejandra Esquivel, Diseñadora Gráfica.

Licenciado Carlos Jiménez, Diseñador Gráfico.

Licenciado Arnulfo Guzman, Comunicólogo.

Ingeniero Christian Rossell, Ingeniero en Sistemas.

Licenciado Carlos Franco, Comunicador Visual.

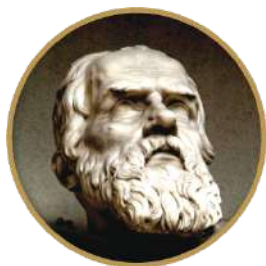
Grupo objetivo: Hombres y mujeres, de 18 a 24 años, con gustos por o con interés en la música, videojuegos, la vida nocturna y tendencias a frecuentar bares, clubes, fiestas y festivales de música electrónica.

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. Esta escala consiste en una forma psicométrica 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.

8.2.1. Modelo de la encuesta



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

Facultad de Ciencias de la Comunicación

-FACOM-

Licenciatura en Comunicación y Diseño

Proyecto de graduación

Género F	<input type="checkbox"/>	Experto	<input type="checkbox"/>	Nombre	<input type="text"/>
M	<input type="checkbox"/>	Cliente	<input type="checkbox"/>	Profesión	<input type="text"/>
Edad	<input type="text"/>	Grupo Objetivo	<input type="checkbox"/>	Puesto	<input type="text"/>

Encuesta de Validación del proyecto de:

Diseño de piezas gráficas digitales para dar a conocer en la red social Instagram los servicios y eventos que ofrece la empresa BPM Music School a clientes reales y potenciales.

Antecedentes:

La empresa BPM Music School fue creada el año 2011, actualmente está dirigida por Alejandro Noriega. BPM Music School se dedica principalmente a la formación de músicos digitales en la actualidad de la música en el siglo XXI.

Al visitar BPM Music School se pudo observar que no cuenta con el diseño de piezas gráficas digitales para dar a conocer en la red social Instagram los servicios y eventos a clientes reales y potenciales.

Por lo que se ha planteado el objetivo de Diseñar piezas gráficas digitales para dar a conocer en la red social Instagram los servicios y eventos que ofrece la empresa BPM Music School a clientes reales y potenciales.

Instrucciones:

Con base a lo anterior, observe la propuesta del Diseño de piezas digitales para dar a conocer en la red social Instagram los servicios y eventos que ofrece la empresa BPM Music School a clientes reales y potenciales y según su criterio conteste las siguientes preguntas de validación, colocando una “X” en los espacios en blanco.

Parte Objetiva:

1. ¿Considera usted necesario Diseñar piezas gráficas digitales para dar a conocer en la red social Instagram los servicios y eventos que ofrece la empresa BPM Music School a clientes reales y potenciales?

SI ___ NO ___

2. ¿Considera importante investigar toda la información necesaria de BPM Music School a través de los datos que el cliente proporcione por medio del Brief para que sea integrado en el diseño de las piezas digitales y facilite al usuario tener conocimiento de las diferentes actividades y eventos?

SI ___ NO ___

3. ¿Considera adecuado recopilar términos, conceptos, teorías y tendencias de diseño relacionados con el diseño gráfico digital a través de fuentes bibliográficas que respalden científicamente la propuesta del diseño de piezas gráficas digitales que serán visualizadas por el grupo objetivo?

SI ___ NO ___

4. ¿Considera adecuado diseñar a través de los diferentes softwares de diseño piezas digitales para posteriormente incluirlas en la red social Instagram?

SI ___ NO ___

Parte Semiológica:

1. ¿Considera que los colores amarillo, rosado, verde limón, verde oscuro, celeste, azul y rojo, propuestos en las piezas gráficas digitales denotan?

Mucho dinamismo ___ Poco dinamismo ___ Nada de dinamismo ___

2. ¿Cree que la tipografía “Poppins Regular” utilizada en el cuerpo del texto es?

Muy legible ___ Poco legible ___ Nada legible ___

3. ¿Cree que la tipografía “Poppins Bold” utilizada en títulos de las piezas gráficas digitales es?

Muy legible ___ Poco legible ___ Nada legible ___

4. ¿Las fotografías utilizadas en el fondo de cada pieza gráfica son?

Muy comprensibles ___ Poco comprensibles ___ Nada comprensibles ___

5. ¿Considera que los elementos gráficos empleados en las piezas gráficas aportan al diseño?

Mucha armonía ___ Poca armonía ___ Nada de armonía ___

6. ¿La utilización de degradados con poca opacidad los encuentra?

Muy llamativos ___ Poco llamativos ___ Nada llamativos ___

Parte Operativa:

1. Considera que la tipografía utilizada en el diseño de las piezas gráficas es de forma:

Muy acertada ___ Poco acertada ___ Nada acertada ___

2. Considera que las piezas gráficas digitales propuestas son:

Muy acertadas ___ Poco acertadas ___ Nada acertadas ___

3. ¿Cree visibles los elementos gráficos adicionales en las piezas gráficas digitales presentadas?

Muy visible ___ Poco visible ___ Nada visible ___

4. Según su criterio ¿El tamaño elegido para formato historia (1080x1920px) es ideal para ver en dispositivos móviles?

SI ___ NO ___

5. Según su criterio ¿El tamaño elegido para formato post (1400x1400px) es ideal para ver en dispositivos móviles?

SI ___ NO ___

6. Según su criterio ¿La tendencia de diseño geométrico fue aplicada de manera correcta?

SI ___ NO ___

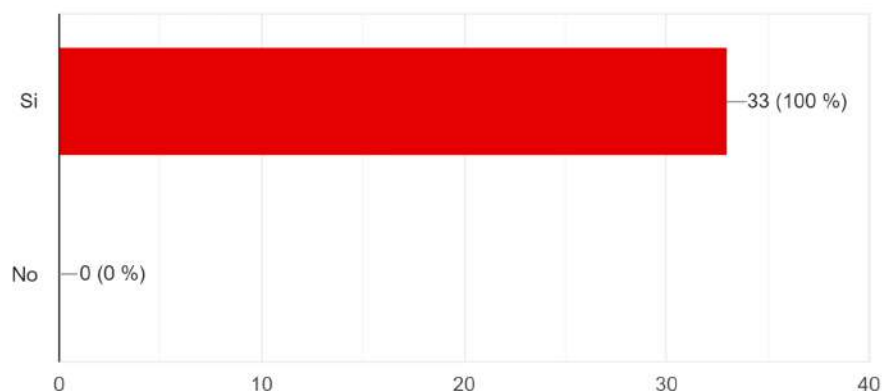
De antemano se agradece la atención y el tiempo brindado para contestar esta encuesta. Si en caso usted tiene alguna sugerencia, comentario o crítica personal puede hacerlo en el siguiente espacio:

Ver modelo de encuesta en Anexo V.

8.3. Resultados e interpretación de resultados

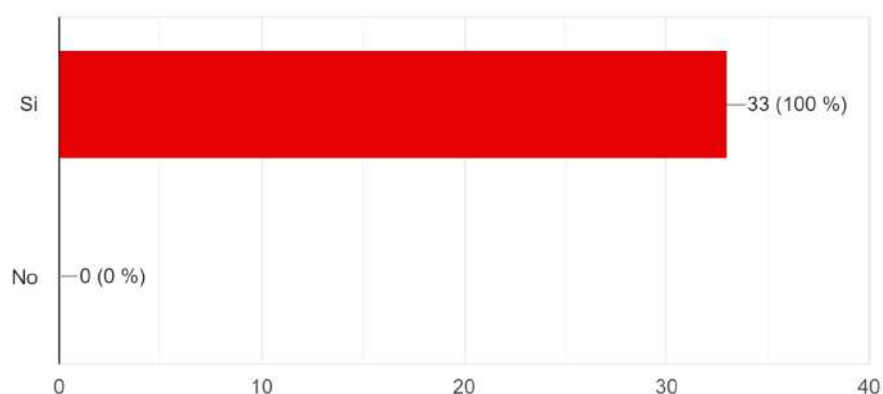
Parte Objetiva:

1. ¿Considera usted necesario diseñar piezas gráficas digitales para dar a conocer en la red social Instagram los servicios y eventos que ofrece la empresa BPM Music School a clientes reales y potenciales?



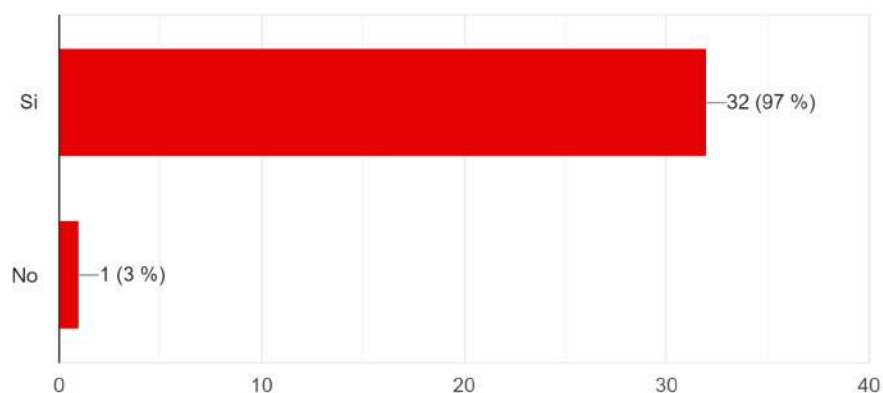
Interpretación. El 100% de los encuestados indicaron que es necesario diseñar piezas gráficas digitales para dar a conocer en la red social Instagram los servicios y eventos que ofrece la empresa BPM Music School a clientes reales y potenciales. Por consiguiente, esto demuestra que el objetivo general del proyecto si se cumple.

2. ¿Considera importante recopilar toda la información necesaria de BPM Music School a través de los datos que el cliente proporcione por medio del Brief para que sea integrado en el diseño de las piezas digitales y facilite al usuario tener conocimiento de las diferentes actividades y eventos?



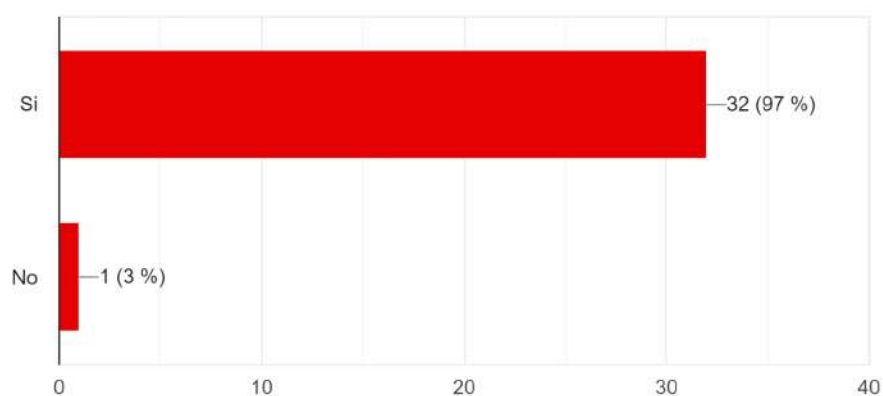
Interpretación. El 100% de los encuestados indicaron que sí es importante investigar toda la información necesaria de BPM Music School a través de los datos que el cliente proporcione por medio del Brief para que sea integrado en el diseño de las piezas digitales y facilite al usuario tener conocimiento de las diferentes actividades y eventos. Por consiguiente, esto demuestra que el primer objetivo específico del proyecto si se cumple.

3. ¿Considera adecuado investigar términos, conceptos, teorías y tendencias de diseño relacionados con el diseño gráfico digital a través de fuentes bibliográficas que respalden científicamente la propuesta del diseño de piezas gráficas digitales que serán visualizadas por el grupo objetivo?



Interpretación. El 97% de los encuestados indicaron adecuado recopilar términos, conceptos, teorías y tendencias de diseño relacionados con el diseño gráfico digital a través de fuentes bibliográficas que respalden científicamente la propuesta del diseño de piezas gráficas digitales que serán visualizadas por el grupo objetivo, mientras que el 3% de los encuestados se mostraron en desacuerdo. Por consiguiente, esto demuestra que el segundo objetivo específico del proyecto si se cumple.

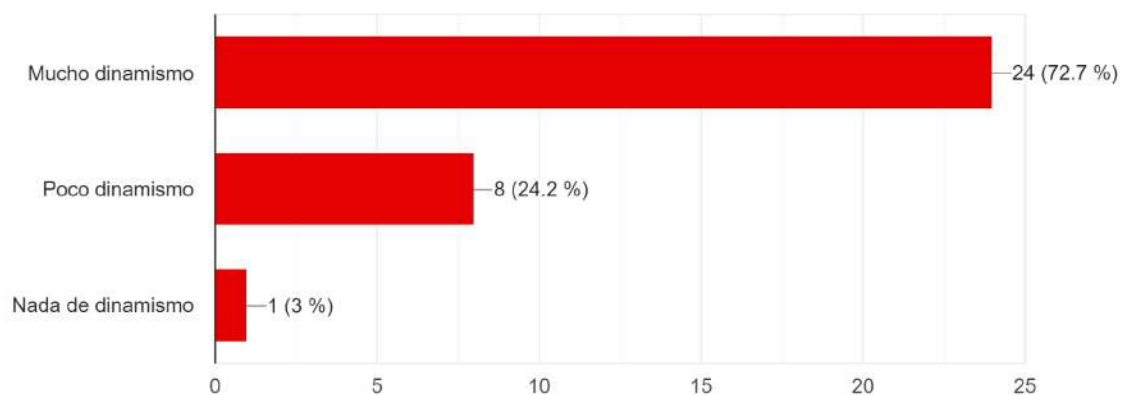
4. ¿Considera adecuado diseñar a través de los diferentes softwares de diseño piezas digitales para posteriormente incluirlas en la red social Instagram?



Interpretación. El 97% de los encuestados indicaron adecuado diseñar a través de los diferentes softwares de diseño piezas digitales para posteriormente incluirlas en la red social Instagram, mientras que el 3% de los encuestados se mostraron en desacuerdo. Por consiguiente, esto demuestra que el tercer objetivo específico del proyecto si se cumple.

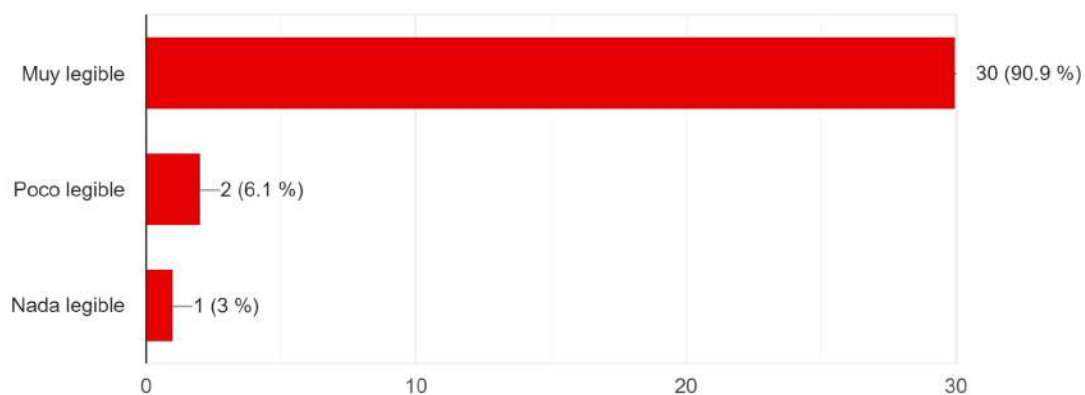
Parte Semiológica:

1. ¿Considera que los colores amarillo, rosado, verde limón, verde oscuro, celeste, azul y rojo, propuestos en las piezas gráficas digitales denotan?



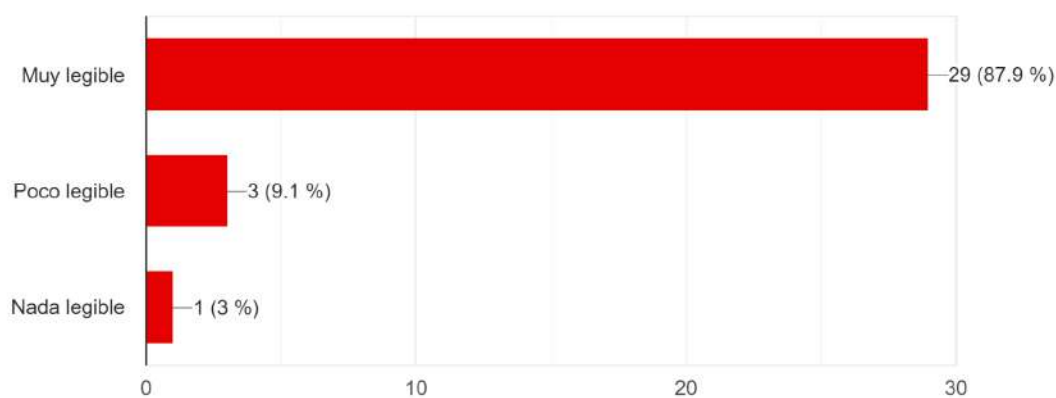
Interpretación. El 72.7% de los encuestados indicaron que los colores amarillo, rosado, verde limón, verde oscuro, celeste, azul y rojo denotaban mucho dinamismo, el 24.2% de los encuestados mostraron que denotaban poco dinamismo y por último el 3% contestó que los mismos denotaban nada de dinamismo. Por consiguiente, esto demuestra que los colores utilizados denotan mucho dinamismo en las piezas gráficas digitales.

2. ¿Cree que la tipografía “Poppins Regular” utilizada en el cuerpo del texto es?



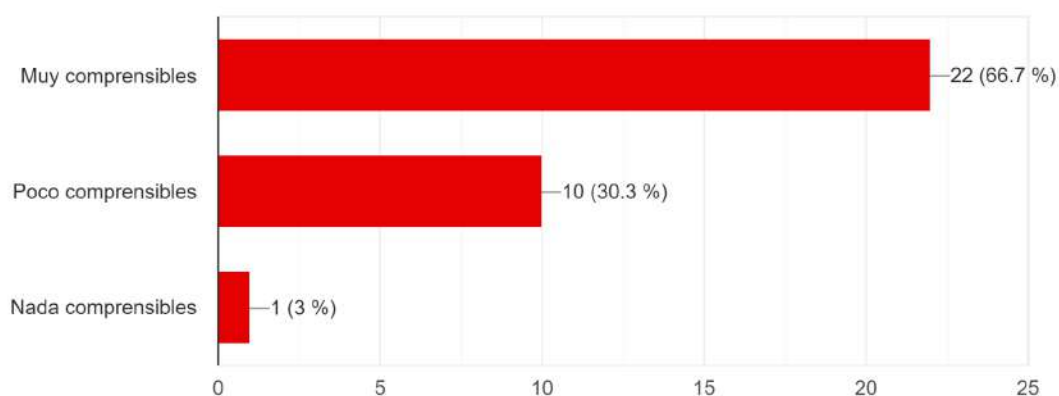
Interpretación. El 90.9% de los encuestados indicaron que la tipografía “Poppins Regular” utilizada en el cuerpo del texto es muy legible, el 6.1% indicaron que es poco legible y el 3% contestó que la tipografía es nada legible. Por consiguiente, esto demuestra que la tipografía Poppins Regular es muy legible en el cuerpo del texto.

3. ¿Cree que la tipografía “Poppins Bold” utilizada en títulos de las piezas gráficas digitales es?



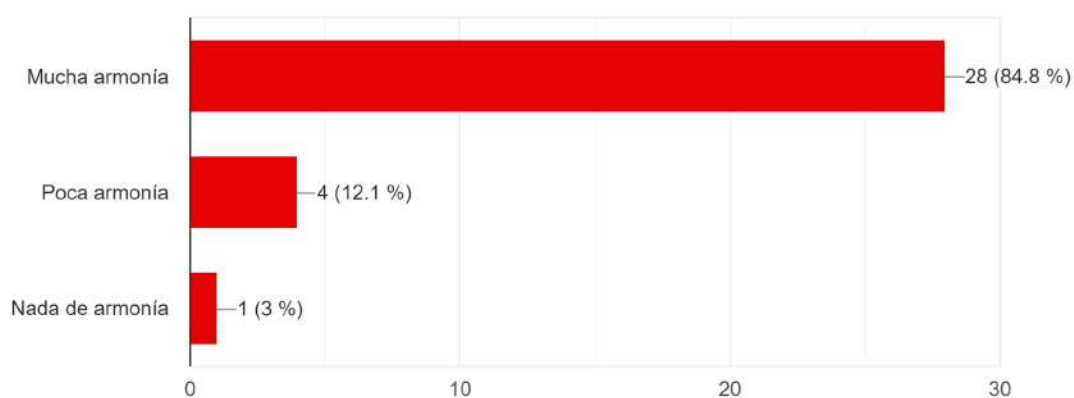
Interpretación. El 87.9% de los encuestados indicaron que la tipografía “Poppins Bold” utilizada en títulos de las piezas gráficas digitales es muy legible, el 9.1% indicaron que es poco legible y el 3% contestó que la tipografía es nada legible. Por consiguiente, esto demuestra que la tipografía Poppins Bold es muy legible en los títulos de las piezas gráficas digitales.

4. ¿Las fotografías utilizadas en el fondo de cada pieza gráfica son?



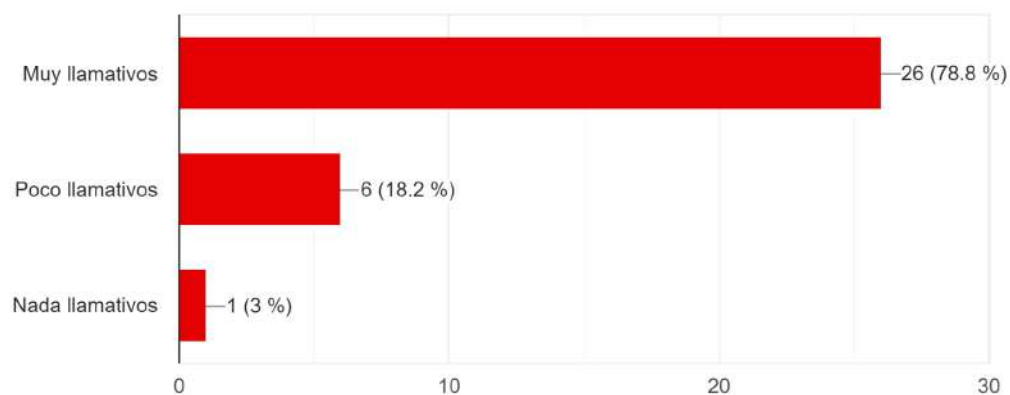
Interpretación. El 66.7% de los encuestados indicaron que las fotografías utilizadas en el fondo de cada pieza gráfica son muy comprensibles, el 30.3% indicaron que son poco comprensibles y el 3% contestó que son nada comprensibles. Por consiguiente, esto demuestra que las fotografías utilizadas en el fondo de cada pieza gráfica son muy comprensibles.

5. ¿Considera que los elementos gráficos empleados en las piezas gráficas aportan al diseño?



Interpretación. El 84.8% de los encuestados indicaron que los elementos gráficos empleados en las piezas gráficas aportan al diseño mucha armonía, el 12.1% indicaron que aportan poca armonía y el 3% contestó que los elementos gráficos empleados aportan nada de armonía. Por consiguiente, esto demuestra que los elementos gráficos empleados en las piezas gráficas aportan al diseño mucha armonía.

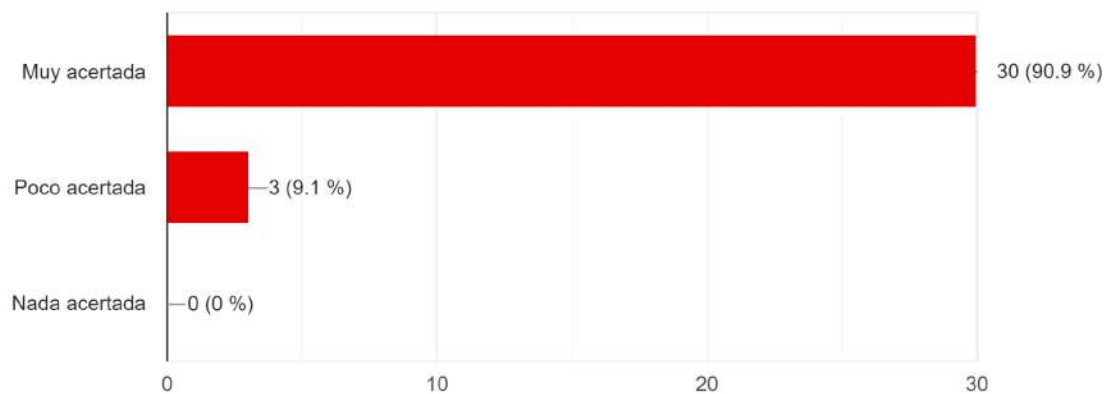
6. ¿La utilización de degradados con poca opacidad los encuentra?



Interpretación. El 78.8% de los encuestados indicaron que la utilización de degradados con poca opacidad los encuentran muy llamativos, el 18.2% indicaron que los degradados con poca opacidad son poco llamativos y el 3% contestó que los encuentran nada llamativos. Por consiguiente, esto demuestra que la utilización de degradados con poca opacidad son muy llamativos.

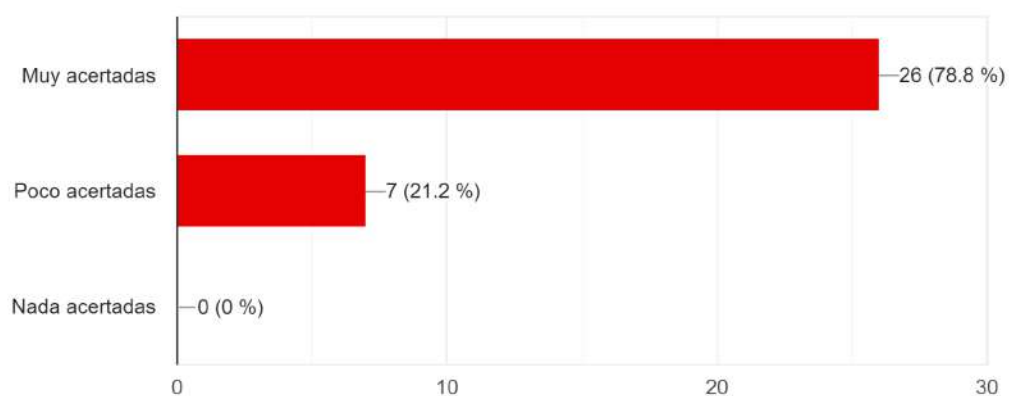
Parte Operativa:

1. Considera que la tipografía utilizada en el diseño de las piezas gráficas es de forma:



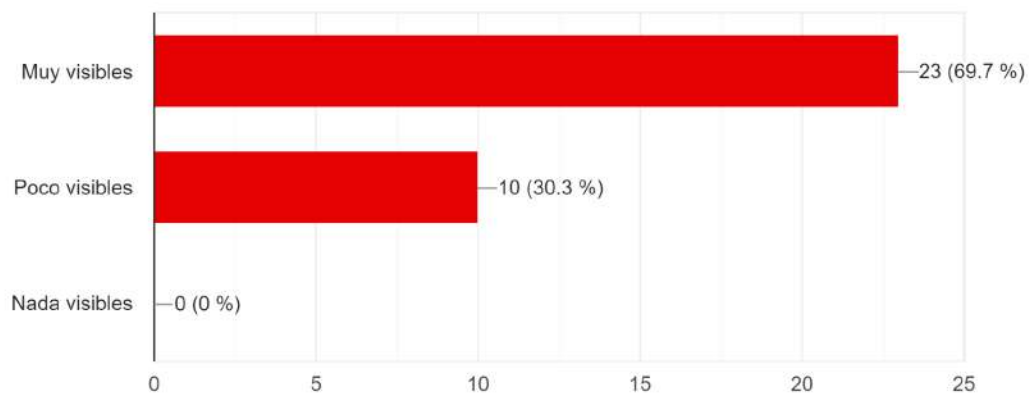
Interpretación. El 90.9% de los encuestados indicaron que la tipografía utilizada en el diseño de las piezas gráficas es de forma muy acertada y el 9.1% indicaron que la tipografía utilizada fue poco acertada. Por consiguiente, esto demuestra que la tipografía utilizada en el diseño de las piezas gráficas es muy acertada.

2. Considera que las piezas gráficas digitales propuestas son:



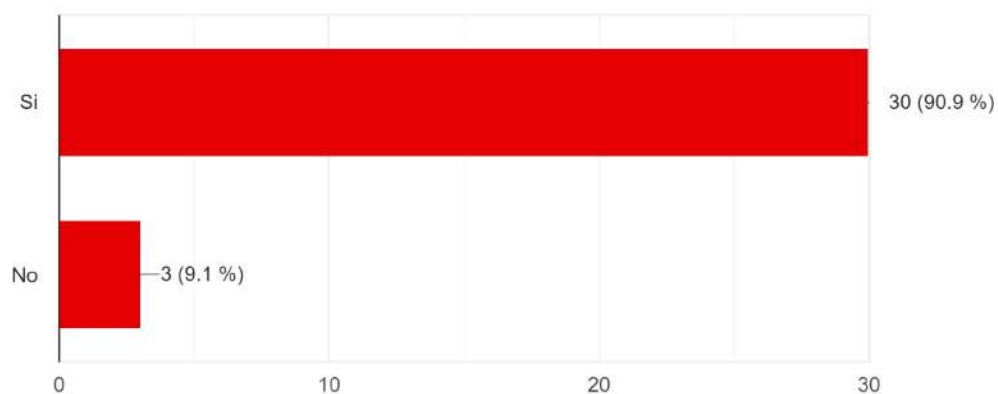
Interpretación. El 78.8% de los encuestados indicaron que las piezas gráficas digitales propuestas son muy acertadas y el 21.2% indicaron que las mismas son poco acertadas. Por consiguiente, esto demuestra que las piezas gráficas digitales son muy acertadas.

3. ¿Cree visibles los elementos gráficos adicionales en las piezas gráficas digitales presentadas?



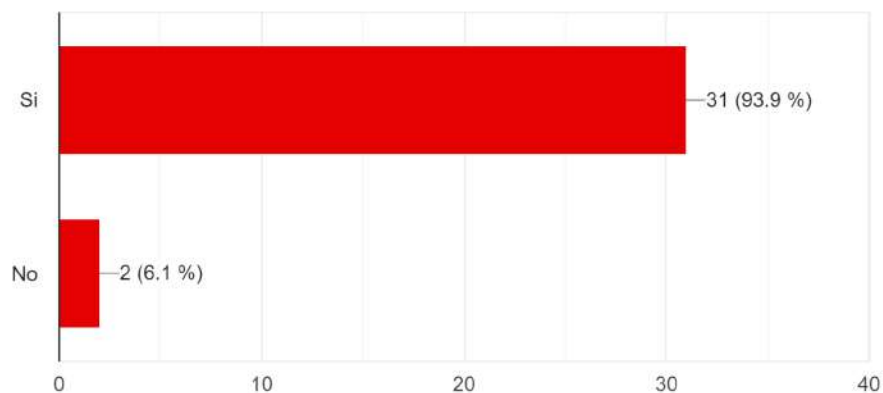
Interpretación. El 69.7% de los encuestados indicaron que los elementos gráficos adicionales en las piezas gráficas digitales presentadas son muy visibles y el 30.3% indicaron que los mismos son poco visibles. Por consiguiente, esto demuestra que los elementos gráficos adicionales son muy visibles.

4. Según su criterio ¿El tamaño elegido para formato historia (1080x1920px) es ideal para ver en dispositivos móviles?



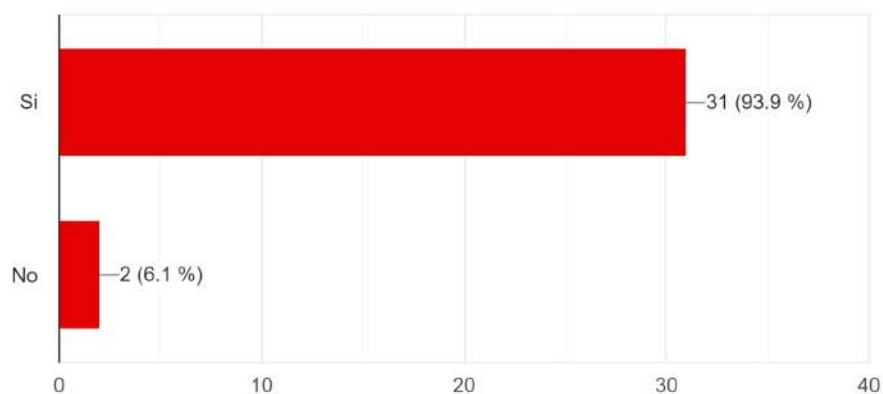
Interpretación. El 90.9% de los encuestados indicaron que el tamaño elegido para formato historia (1080x1920px) es ideal para ver en dispositivos móviles y el 9.1% indicaron que ese tamaño no es el adecuado. Por consiguiente, esto demuestra que el tamaño para formato historia es el ideal para ver en dispositivos móviles.

5. Según su criterio ¿El tamaño elegido para formato post (1400x1400px) es ideal para ver en dispositivos móviles?



Interpretación. El 93.9% de los encuestados indicaron que el tamaño elegido para formato post (1400x1400px) es ideal para ver en dispositivos móviles y el 6.1% indicaron que ese tamaño no es el adecuado. Por consiguiente, esto demuestra que el tamaño para formato post es el ideal para ver en dispositivos móviles.

6. Según su criterio ¿La tendencia de diseño geométrico fue aplicada de manera correcta?



Interpretación. El 93.9% de los encuestados indicaron que la tendencia de diseño geométrico fue aplicada de manera correcta y el 6.1% contestaron que la tendencia no fue aplicada de forma correcta. Por consiguiente, esto demuestra que la tendencia de diseño geométrico fue aplicada de manera correcta.

8.4. Cambios en base a los resultados

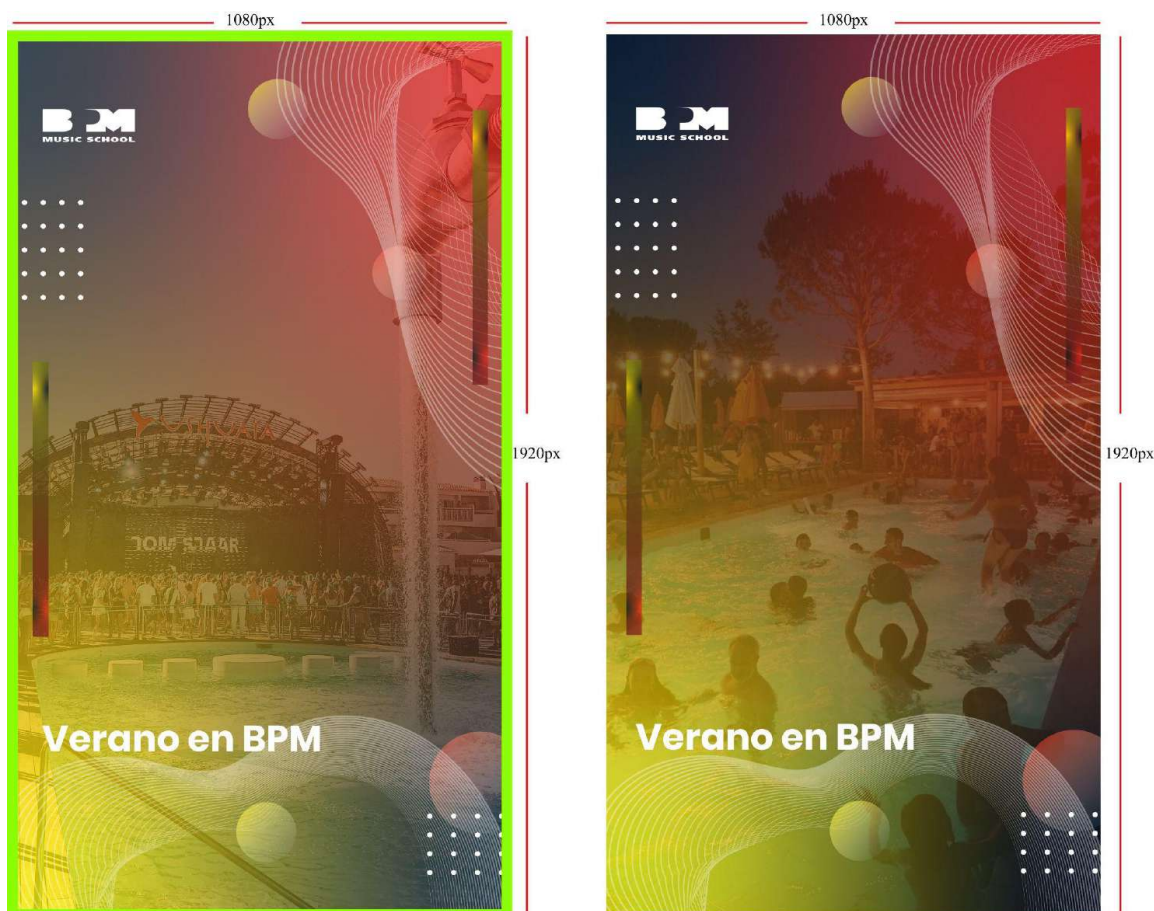
Con base a los datos obtenidos en la fase de validación para la implementación del presente proyecto se refleja que:

- Cumple con el objetivo general y con cada uno de los objetivos específicos.
- Es necesario cambiar las fotografías de algunas piezas, específicamente de la pieza del mes de Abril.
- Es necesario cambiar la opacidad y/o elementos adicionales que se encuentran en las piezas debido a su poca visibilidad, específicamente de los meses de Febrero y Noviembre.

8.4.1 Observaciones

- Me parece un excelente proyecto, muy acorde al grupo objetivo, a la empresa y años servicios que presta. Me gustó mucho la propuesta.
- Totalmente de acuerdo con el diseño ya que desde mí perspectiva es muy llamativo todo muy bien aplicado con la necesidad del cliente.
- Buen trabajo, es evidente la dedicación. Únicamente cambiaría la fotografía del mes de Abril por la de una Pool Party.
- Muy buena propuesta, los degradados le dan buen dinamismo a los posts.
- Me parece un diseño acertado para el estímulo del grupo objetivo.

Antes y Después

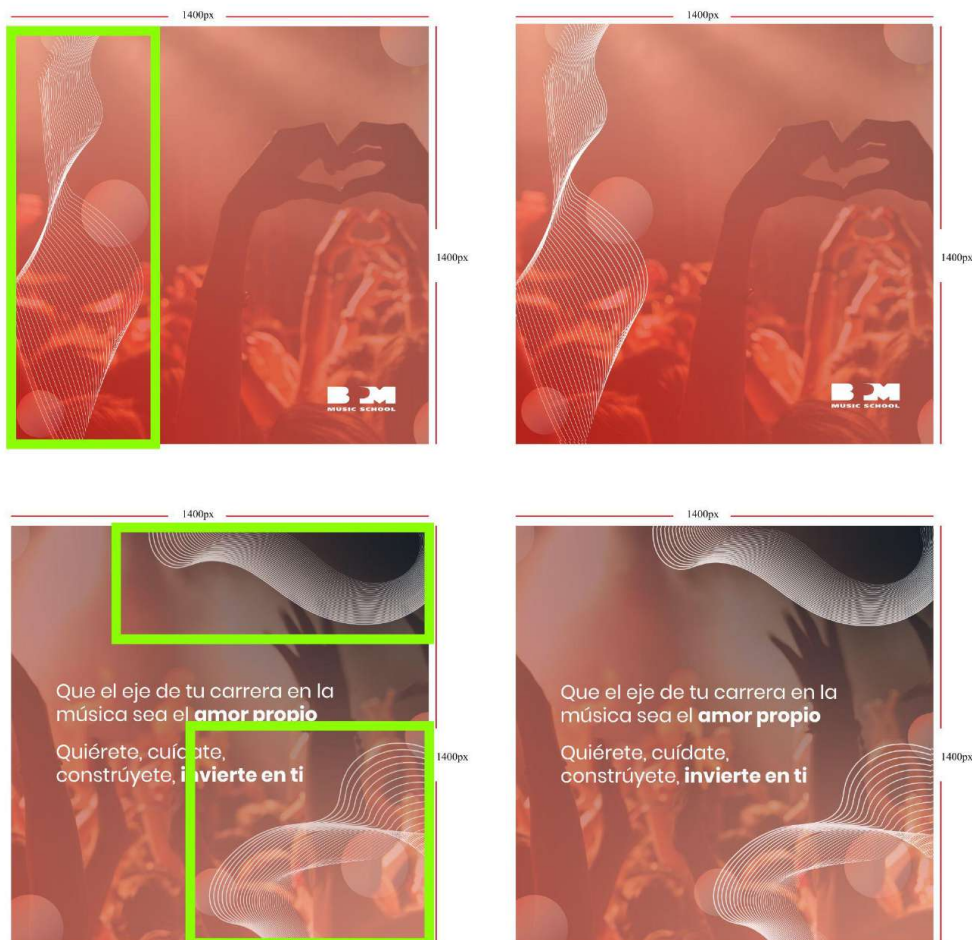


Justificación

Después de la validación en la parte semiológica, se determinó que lo mejor era cambiar la fotografía de fondo por otra que muestre de forma más clara el concepto de una “Pool Party” y de esta forma resaltar los colores colocados en el degradado.

Cambios en base a los resultados

Antes y Después

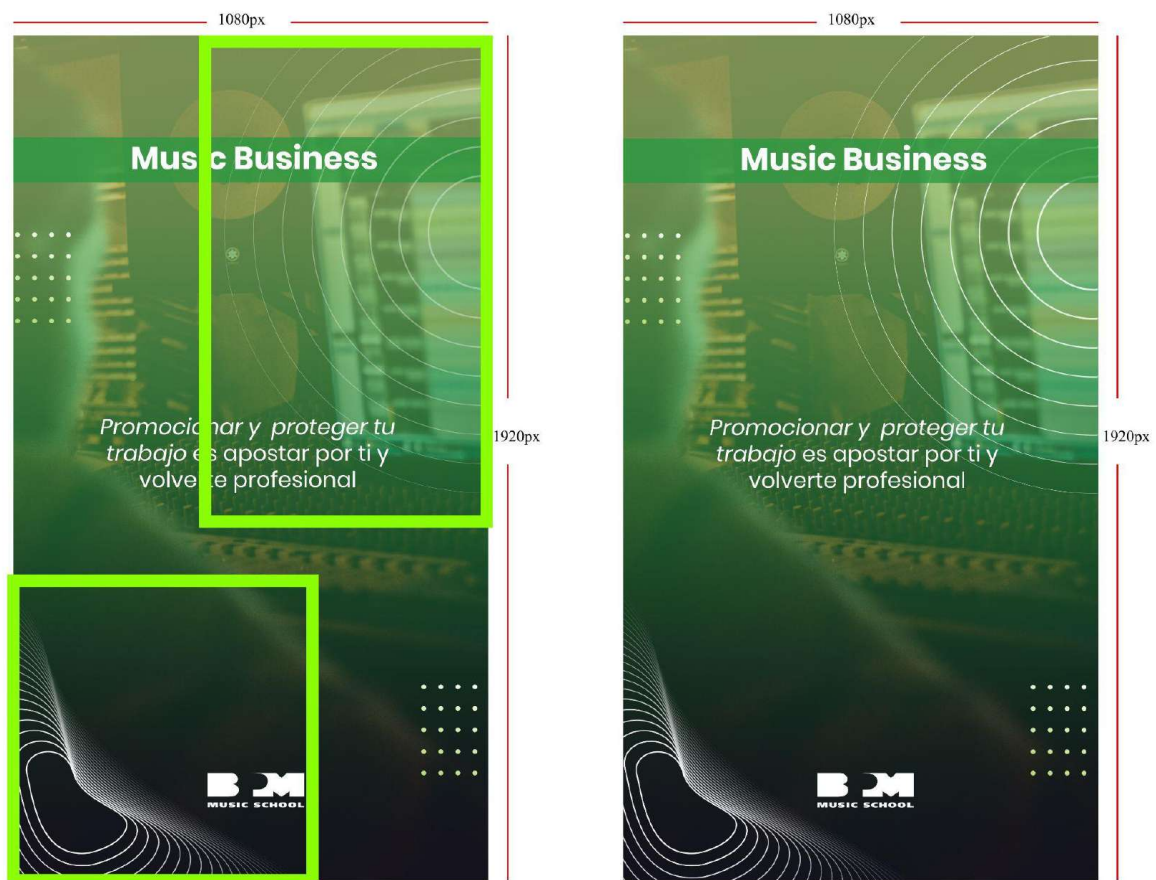


Justificación

De acuerdo a los comentarios de las personas encuestadas en la parte operativa, los cambios que se realizaron fueron aumentar la opacidad de los elementos gráficos que se encuentran en las esquinas y en los costados de las piezas, esto para aumentar su visibilidad.

Cambios en base a los resultados

Antes y Después



Justificación

Después de la validación en la parte operativa, se determinó que al igual que las piezas anteriores se aumentó la opacidad de los elementos gráficos que se encuentran en las esquinas para aumentar su visibilidad en las pantallas de medios digitales.



CAPÍTULO IX
PROPUESTA
GRÁFICA FINAL

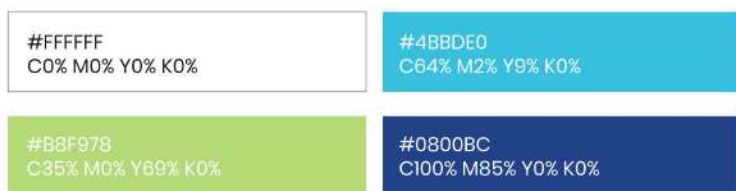
Capítulo IX: Propuesta Gráfica Final

Posterior a realizar los cambios recomendados por los expertos, se obtuvo la propuesta gráfica final del Diseño de piezas digitales para dar a conocer en la red social Instagram los servicios y eventos que ofrece la empresa BPM Music School a clientes reales y potenciales. En la propuesta gráfica final se definieron los tamaños 1080x1920px y 1400x1400px. Dentro del diseño del proyecto se puede observar la paleta de colores negro, blanco, rosado, rojo, verde, azul, celeste y amarillo, como elementos gráficos, iconos utilizados en aplicaciones y a su vez las fuentes utilizadas en títulos y subtítulos Poppins Bold y en textos Poppins Regular.

9.1 Datos Generales

Pieza Gráfica 1. Se trata de la primera pieza del año, esta se utilizará como introducción al nuevo ciclo escolar en BPM. Medidas 1400 X 1400 px

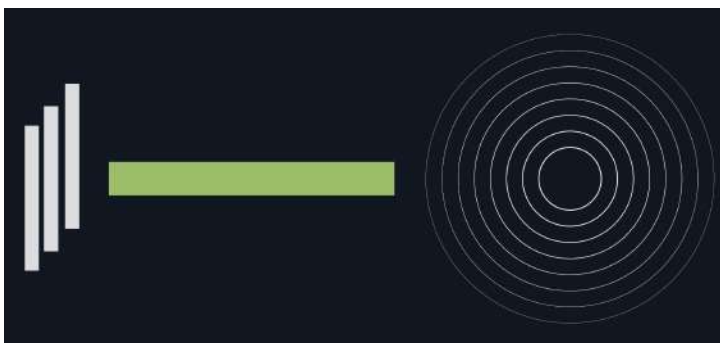
Paleta de colores. Se utilizaron colores celestes y azules en forma de degradado.



Tipografía. La tipografía utilizada fue Poppins Regular.



Elementos gráficos. Elementos gráficos en forma de círculo y líneas paralelas blancas y verdes.



Pieza Final

1400px



1400px

Datos Generales

Pieza Gráfica 2. Esta segunda pieza se utilizará como carrusel para el mes de febrero y se hizo de esa forma en conmemoración del día del cariño.

Medidas 1400 X 1400 px.

Paleta de colores. Se utilizaron colores rojos y rosados en forma de degradado.

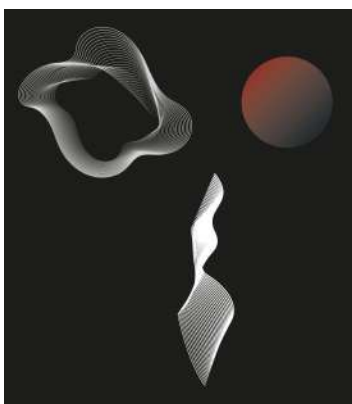


Tipografía. La tipografía utilizada fue Poppins Regular y Poppins Bold.

Aa ABCDEFGHIJKLMÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
 1234567890

Aa ABCDEFGHIJKLMÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
 1234567890

Elementos gráficos. Los elementos gráficos en forma de ondas blancas dando alusión a las ondas que se forman cuando se hace un sonido.



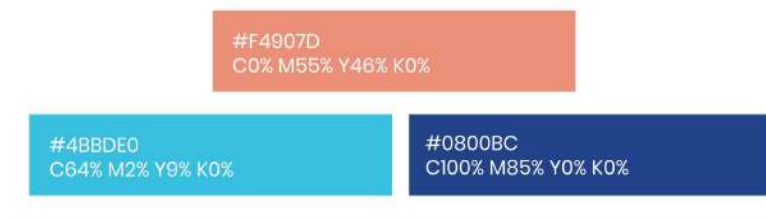
Pieza Final



Datos Generales

Pieza Gráfica 3. La tercera pieza se trata del mes de marzo, mes del DJ. Medidas 1080 X 1920 px.

Paleta de colores. Se utilizaron colores azules, celeste y un cintillo rosa.



Tipografía. La tipografía que se empleó fue Poppins Regular y Poppins Bold.



Elementos gráficos. Los elementos gráficos que se encuentran en la pieza son en forma de círculo, el cual está formado por delgadas líneas blancas.



Pieza Final

1080px



Mes del DJ

Gracias por hacer bailar al mundo y por ser el alma de la fiesta.



1920px

Datos Generales

Pieza Gráfica 4. Con la cuarta pieza se quiso dar la bienvenida al verano en BPM, es por eso que la fotografía de fondo es la de una Pool Party. Medidas 1080 X 1920 px.

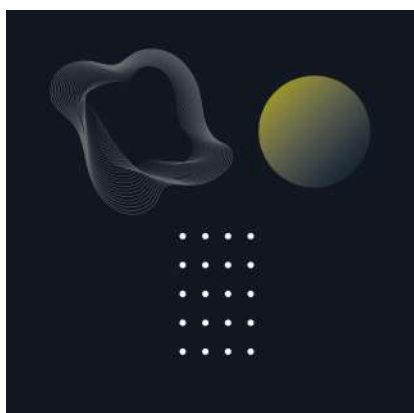
Paleta de colores. Se utilizó el color rojo, amarillo y negro en forma de degradado.



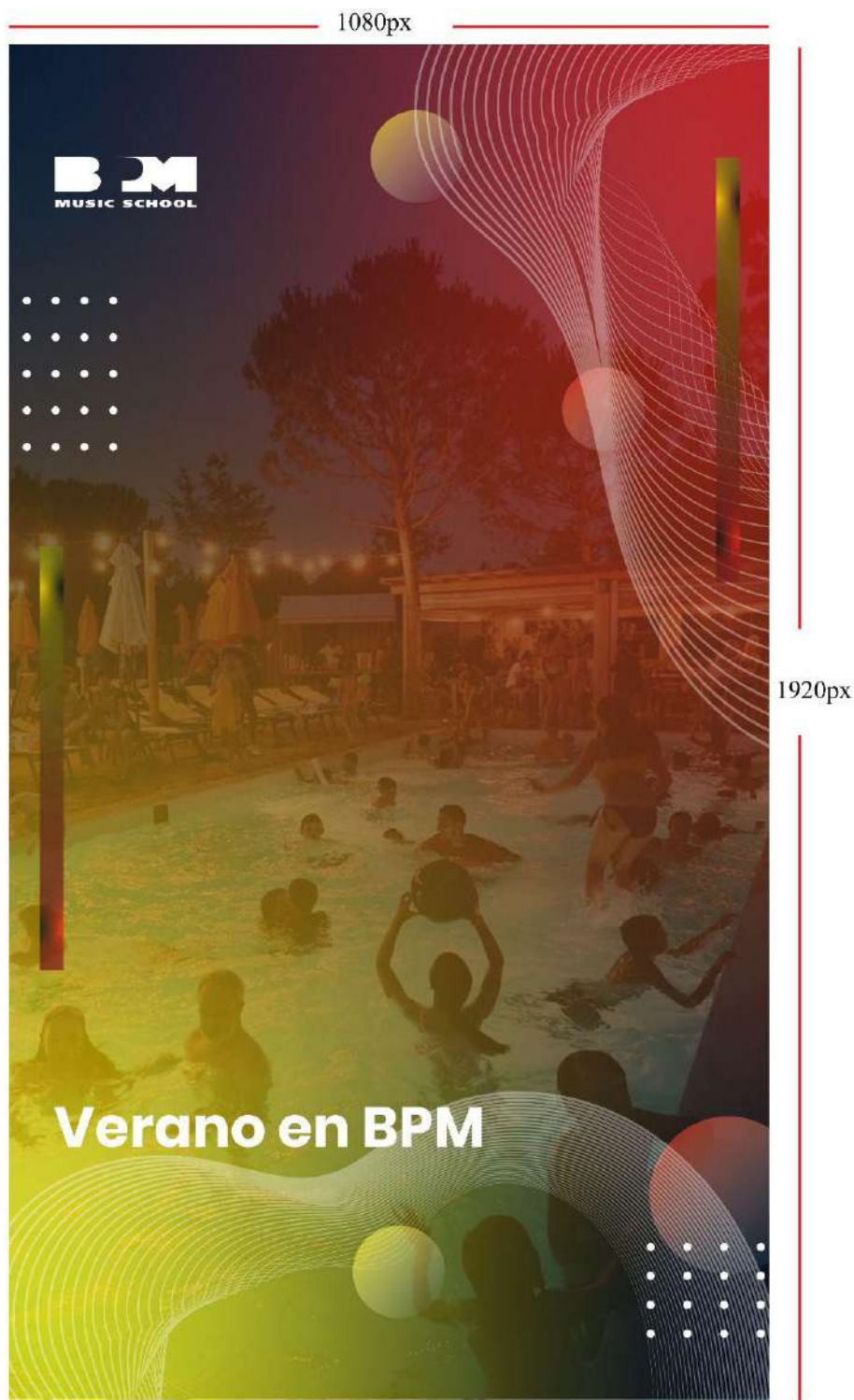
Tipografía. La tipografía que se empleó fue Poppins Bold.



Elementos gráficos. Elementos gráficos en forma de ondas, conformadas por líneas delgadas en color blanco, rectángulos delgados con el mismo degradado pero con más opacidad y puntos blancos a los costados.



Pieza Final



Datos Generales

Pieza Gráfica 5. Esta pieza fue pensada para darle una introducción al tema de Producción Musical. Medidas 1080 X 1920 px.

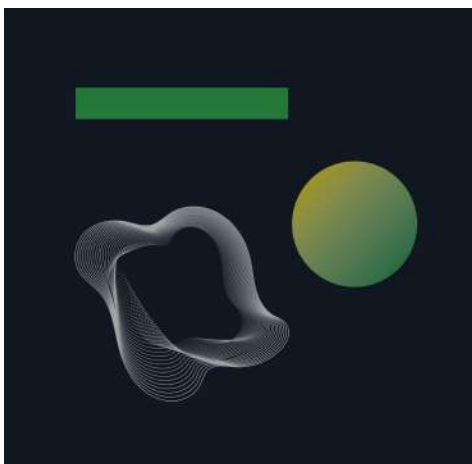
Paleta de colores. Se utilizaron colores verdes y amarillos en forma de degradado.



Tipografía. La tipografía utilizada fue Poppins Bold.



Elementos gráficos. Elementos gráficos en forma de ondas y pequeños círculos con el degradado de fondo pero con más opacidad.



Pieza Final

1080px

¿Qué es la Producción Musical?

1920px

B M
MUSIC SCHOOL



Datos Generales

Pieza Gráfica 6. Esta pieza es para conmemorar el mes de la inclusión.

Medidas 1400 X 1400 px.

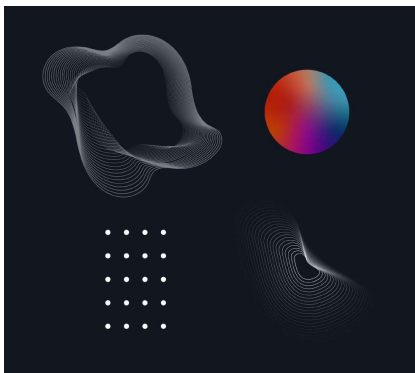
Paleta de colores. Se utilizaron todos los colores existentes en la paleta de BPM en forma de degradado.

#FFB00A C3% M4% Y90% K0%	#FFDAB9 C1% M7% Y42% K0%
#F4907D C0% M55% Y48% K0%	#88F07B C35% M0% Y69% K0%
#4BBDE0 C64% M2% Y9% K0%	#0800BC C100% M85% Y0% K0%
#1EA400 C79% M2% Y100% K0%	#D32000 C9% M96% Y100% K2%

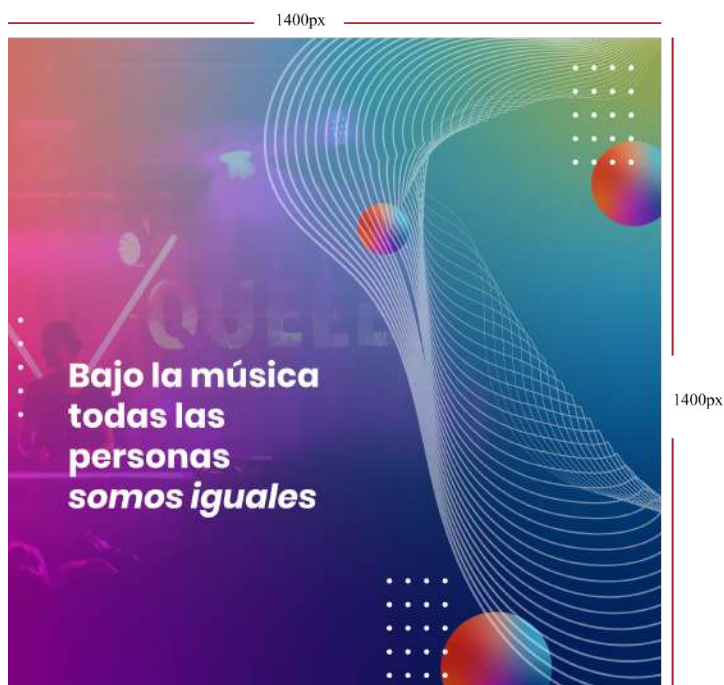
Tipografía. La tipografía utilizada fue Poppins Bold.

Aa ABCDEFGHIJKLMÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890

Elementos gráficos. Forma de ondas, puntos blancos a los costados de cada pieza y círculos con los mismos colores.



Pieza Final



Datos Generales

Pieza Gráfica 7. La pieza es para promover los cursos que proporciona BPM.

Medidas 1080 X 1920 px.

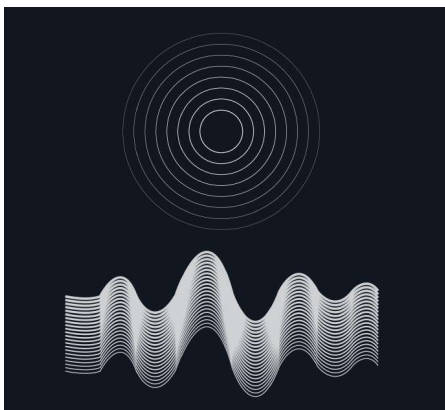
Paleta de colores. Los colores principales fueron rojo y azul en forma de degradado.



Tipografía. La tipografía utilizada fue Poppins Regular y Poppins Bold.



Elementos gráficos. Los elementos gráficos utilizados son un círculo y ondas blancas.



Pieza Final

1080px

BONO 14 BPM

Invierte en materializar tus
sueños.

1920px

BPM
MUSIC SCHOOL

Datos Generales

Pieza Gráfica 8. Esta pieza se creó para el mes de Agosto y para que el público objetivo sepa las ventajas que tienen este tipo de instrumentos.

Medidas 1080 X 1920 px.

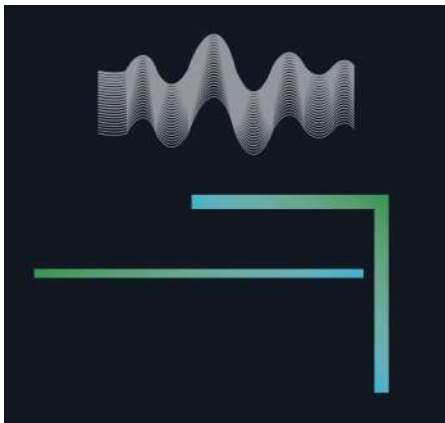
Paleta de colores. Se utilizaron colores celestes y azules en forma de degradado.



Tipografía. La tipografía utilizada fue Poppins Regular y Poppins Bold.



Elementos gráficos. Forma de ondas de sonido y líneas con degradado formando un marco.



Pieza Final

1080px



Ventajas de tocar
instrumentos
musicales

1920px

BM
MUSIC SCHOOL

Datos Generales

Pieza Gráfica 9. Se trata de la pieza más importante ya que son los posts que se utilizaran para el aniversario de BPM. Medidas 1400 X 1400 px.

Paleta de colores. Se emplearon todos los colores en la paleta en forma de degradado.

#FFE00A C3% M4% Y90% K0%	#FFD966 C1% M7% Y42% K0%
#F4907D C0% M55% Y48% K0%	#B8F978 C35% M0% Y69% K0%
#4BBDE0 C64% M2% Y9% K0%	#0800BC C100% M85% Y0% K0%
#1EA400 C79% M2% Y100% K0%	#D32000 C9% M96% Y100% K2%

Tipografía. La tipografía utilizada fue Poppins Regular y Poppins Bold.



Elementos gráficos. Los elementos gráficos han sido en forma de círculo formado por líneas blancas.



Pieza Final



Datos Generales

Pieza Gráfica 10. Para el mes de octubre se necesitaba dar un tono de terror. Medidas

1080 X 1920 px.

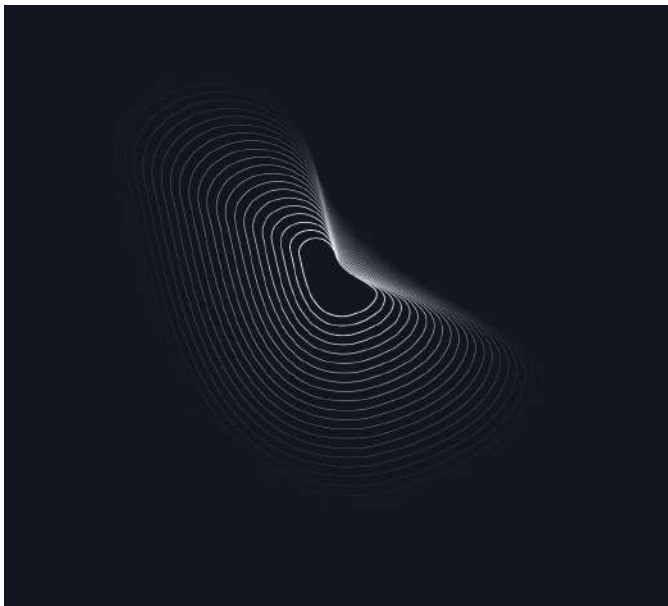
Paleta de colores. Se utilizaron los colores rojo y negro para el fondo.



Tipografía. La tipografía utilizada fue Poppins Bold.



Elementos gráficos. El elemento gráfico utilizado es en forma de ondas irregulares blancas.



Pieza Final

1080px



1920px

Datos Generales

Pieza Gráfica 11. Para el mes de Music Business se utilizó de fondo una fotografía de un productor musical. Medidas 1080 X 1920 px.

Paleta de colores. Se utilizaron los colores verde y negro en forma de degradado.



Tipografía. La tipografía utilizada fue Poppins Regular y Poppins Bold.



Elementos gráficos. Forma de círculo, ondas irregulares y puntos a los costados.



Pieza Final



Datos Generales

Pieza Gráfica 12. Esta pieza es para despedir el año escolar en BPM y anunciar el próximo pensum. Medidas 1080 X 1920 px.

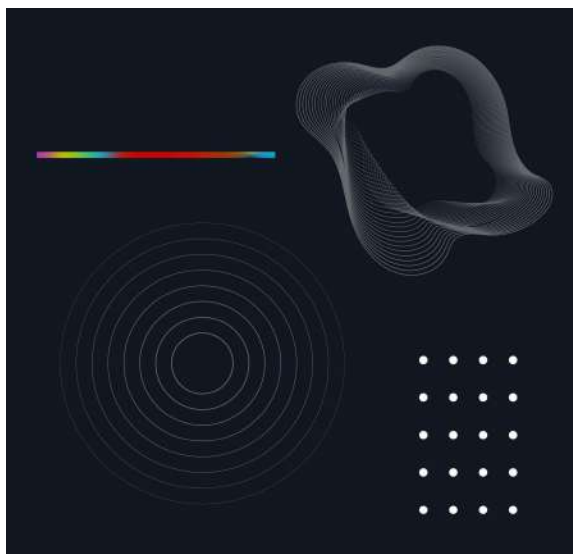
Paleta de colores. Se utilizaron todos los colores de la paleta existente.

#FFE60A C3% M4% Y90% K0%	#FFEAA9 C1% M7% Y42% K0%
#F4907D C0% M55% Y46% K0%	#B8F97B C35% M0% Y69% K0%
#4BBDE0 C64% M2% Y9% K0%	#0800BC C100% M85% Y0% K0%
#1EA400 C79% M2% Y100% K0%	#D32000 C9% M96% Y100% K2%

Tipografía. La tipografía utilizada fue Poppins Bold.

Aa ABCDEFGHIJKLMÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
 1234567890

Elementos gráficos. En elementos gráficos se encuentran un círculo, líneas paralelas con degradado y puntos blancos a los costados.



Pieza Final

1080px



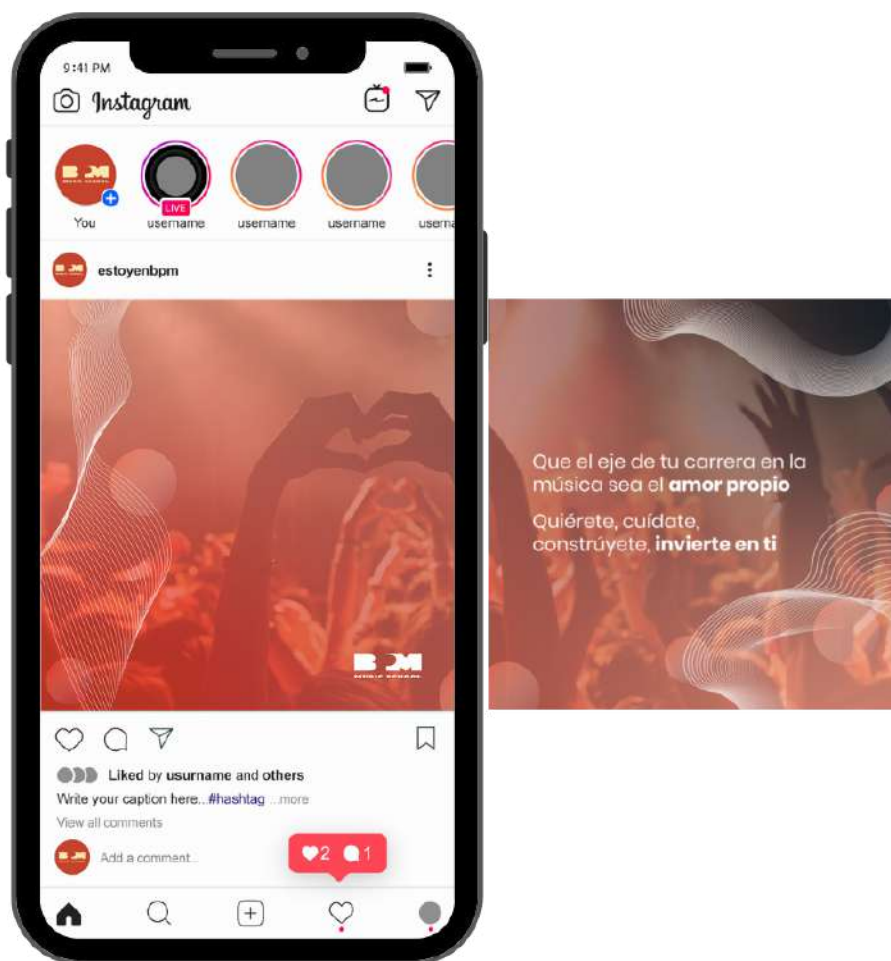
1920px

9.2 Mockups

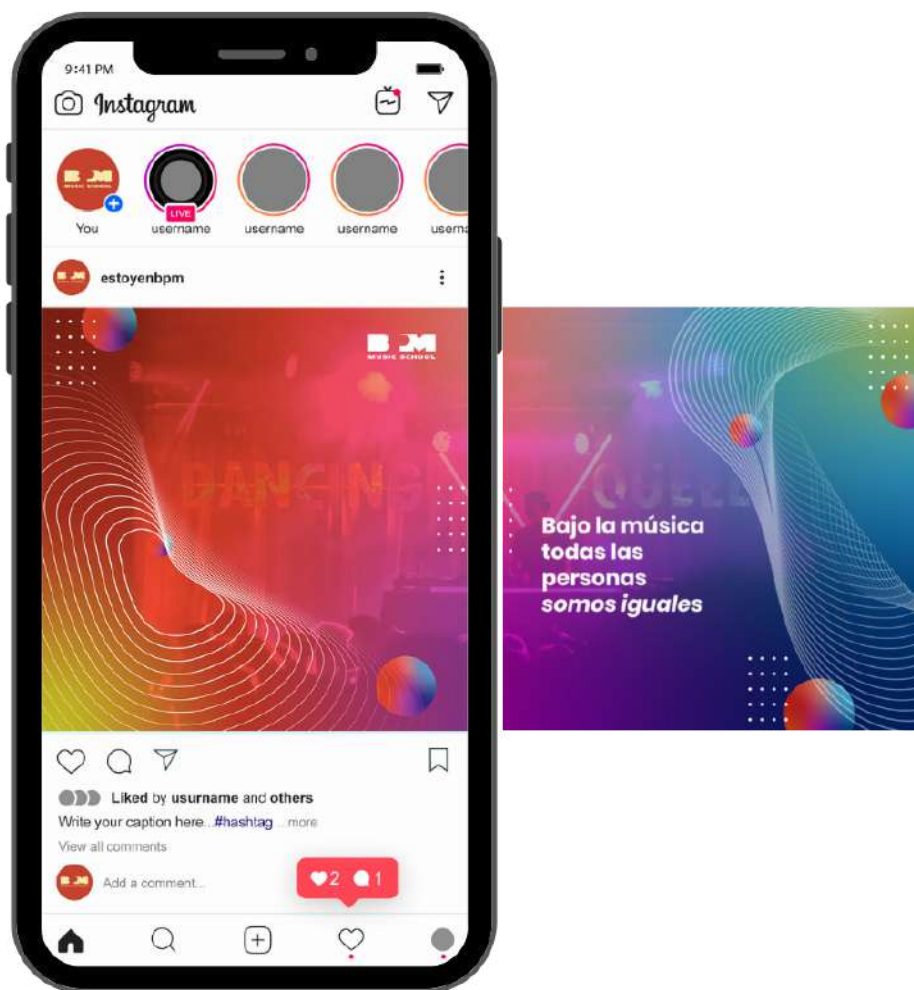
Pieza gráfica Enero



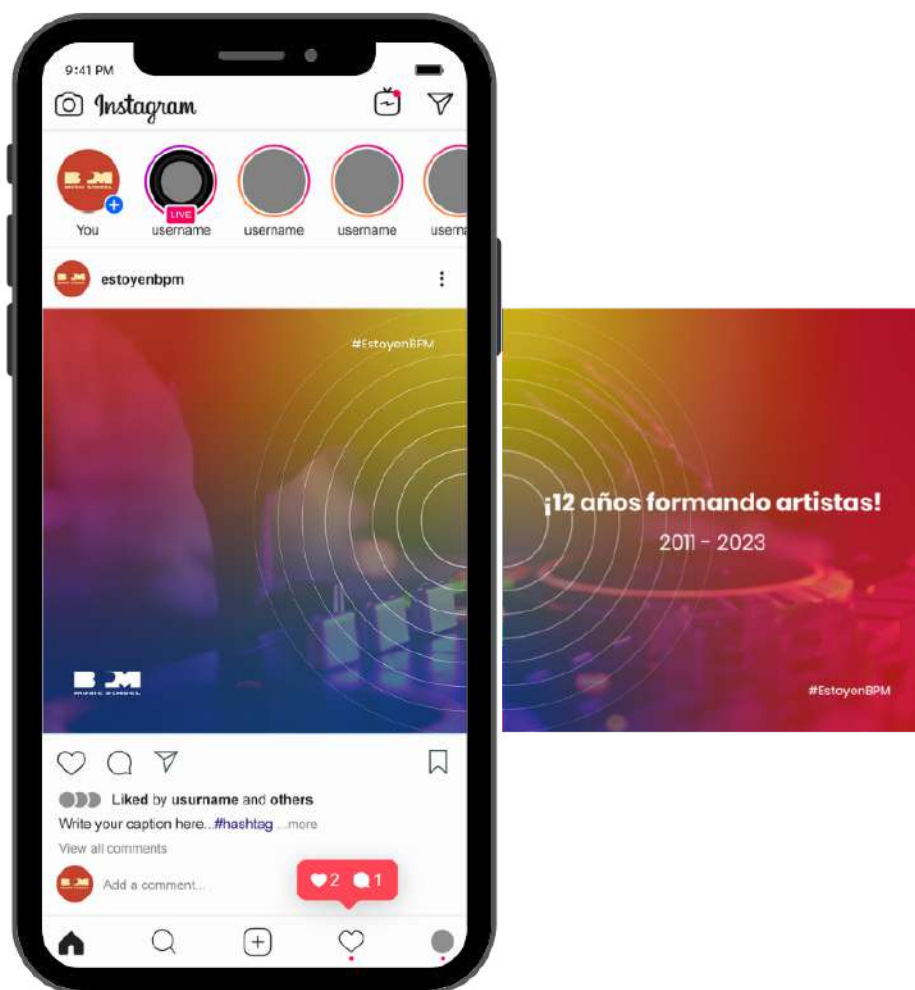
Pieza gráfica Febrero



Pieza gráfica Junio



Pieza gráfica Septiembre



Pieza gráfica Octubre



Pieza gráfica Noviembre

estoyenbpm 6h

Music Business

Promocionar y proteger tu trabajo es apostar por ti y volverte profesional

B.M.
MUSIC SCHOOL

Leave a message

The image is a screenshot of an Instagram post. At the top left, there is a red circular logo with 'B.M.' and 'MUSIC SCHOOL' below it. To its right, the text 'estoyenbpm 6h' is displayed. A white 'X' icon is in the top right corner. A green horizontal bar contains the text 'Music Business' in white. Below this, the main text reads 'Promocionar y proteger tu trabajo es apostar por ti y volverte profesional' in a white, italicized font. At the bottom center, the 'B.M. MUSIC SCHOOL' logo is shown. The bottom of the post features a white bar with a camera icon, the text 'Leave a message', three dots, and a paper plane icon. The background is a dark green with abstract white and yellow patterns, including concentric circles and a grid of dots.

Pieza gráfica Diciembre



Feed de Instagram

The image shows the Instagram profile for 'estoyenbpm'. The profile picture is a red circle with the 'BPM MUSIC SCHOOL' logo. The bio states: 'BPM - Music School', 'Sitio web de educación', and 'La mejor escuela de DJs, Producción, instrumentos y todo lo que necesitas aprender en la era digital de la música'. It also lists '675 publicaciones', '3,434 seguidores', and '883 seguidos'. Below the bio are navigation tabs for 'PUBLICACIONES', 'REELS', and 'ETIQUETADAS'. The main content area displays a grid of six posts, each with a vibrant, abstract background and text.

estoyenbpm [Enviar mensaje](#)

675 publicaciones 3,434 seguidores 883 seguidos

BPM - Music School
Sitio web de educación
La mejor escuela de DJs, Producción, instrumentos y todo lo que necesitas aprender en la era digital de la música

iaguirola, dannygr_, oscar.inc_ y 1 más siguen esta cuenta

[PUBLICACIONES](#) [REELS](#) [ETIQUETADAS](#)

Post 1: #EstoyenBPM

Post 2: ¡12 años formando artistas!
2011 - 2023

Post 3: DANCING

Post 4: Bajo la música todas las personas somos iguales

Post 5: BPM

Post 6: Que el eje de tu carrera en la música sea el **amor propio**
Quiérete, cuídate, construyete, **invierte en ti**

9.3 Calendario

Mes	Red Social	Hora	Objetivo del mensaje	Temática	Copy
Enero	Instagram	11:00	Informar a los alumnos sobre el comienzo de las clases en BPM	Regreso a clases	Regreso a clases: 16 de enero 2023. #EstoyEnBPM #DJ #DJPro #ProduccionMusical #Piano #Guitarra #BPMMusicSchool #Music #MusicSchool #Arte #ArteYMusica
Febrero	Instagram	14:00	Crear conciencia sobre el amor propio	Mes del Amor Propio	Que el eje de tu carrera en la música sea el amor propio. #EstoyEnBPM #FelizDiaDelCariño #DiaDelCariño #DJ #EscuelaDeMusica
Marzo	Instagram	10:00	Festejar el día del DJ	Mes del DJ	Gracias por hacer bailar al mundo y por ser el alma de la fiesta. #EstoyEnBPM
Abril	Instagram	12:00	Comienzo de nuevos eventos por el verano en BPM	Verano	Verano BPM. #EstoyEnBPM
Mayo	Instagram	15:00	Instruir al público sobre lo que es Producción Musical	Mes de Producción Musical	¿Qué es la Producción Musical? #EstoyEnBPM
Junio	Instagram	10:00	Crear conciencia de la importancia de la inclusión en estos días	Mes de la Inclusión	Bajo la música, todas las personas somos iguales. #EstoyEnBPM #BPMMusicSchool #Music #MusicSchool #Arte #Inspiración #Motivación #CrecimientoPersonal

					#CrecimientoProfesional
Julio	Instagram	13:00	Informar sobre las promociones en cursos en BPM	Promociones de Bono 14	Invierte en materializar tus sueños. #EstoyEnBPM
Agosto	Instagram	15:00	Enseñarle a los alumnos la importancia de este tipo de educación	Mes de la Educación Clásica	Ventajas de tocar instrumentos musicales. #EstoyEnBPM
Septiembre	Instagram	10:00	Festejo por el aniversario número 12 de BPM	Aniversario BPM	12 años formando artistas. #EstoyEnBPM #DJ #DJPro #ProduccionMusical #Piano #Guitarra #BPMMusicSchool #Music #MusicSchool #Arte #ArteYMusica
Octubre	Instagram	17:00	Crear conexión el público teniendo interacción con el	Halloween	Cuéntanos una historia de terror que te haya pasado en tus aventuras de DJ. #EstoyEnBPM
Noviembre	Instagram	11:00	Informar acerca del Music Business	Mes del Music Business	Promocionar y proteger tu trabajo es apostar por ti y volverte profesional. #EstoyEnBPM
Diciembre	Instagram	16:00	Despedir el año escolar	Inscripciones para Enero	Nuevo año, nuevo yo. #EstoyEnBPM



***CAPÍTULO X
PRODUCCIÓN,
REPRODUCCIÓN Y
DISTRIBUCIÓN***

Capítulo X Producción, Reproducción y distribución

Como parte fundamental para el desarrollo del Diseño de piezas digitales para dar a conocer en la red social Instagram los servicios y eventos que ofrece la empresa BPM Music School a clientes reales y potenciales, es necesario implementarlo 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.6,000.00 el pago del día trabajado es de Q. 200.00 y la hora se estima en un valor de Q.25.00.

DESCRIPCIÓN	SEMANAS	HORAS EMPLEADAS	COSTO
Análisis de la necesidad de diseño, identificación de áreas y recopilación de información general del cliente.	1	3	Q75
Recopilación de información.	1	3	Q75
Bocetaje	3	12	Q300
Total de costos de elaboración			Q450

10.2 Plan de costos de producción

DESCRIPCIÓN	SEMANAS	HORAS EMPLEADAS	COSTO
Digitalización de bocetos y propuesta gráfica.	4	65	Q 1,625
Costos variables de operación (luz, internet)		20	Q 500
Artes finales de su diseño.	3	30	Q 750
Total de costos de elaboración			Q 2,875

10.3 Plan de costos de reproducción

Publicaciones pautadas en la red social Instagram.

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNIDAD	PRECIO TOTAL
Publicación pagada en forma de publicidad en la red social Instagram.	12	Q35	Q420
Total			Q420

10.4 Margen de utilidad

Se estima para el presente proyecto un promedio de 15% de utilidad sobre los costos.

Costo total = Q 3,745.00

Utilidad 15% = Q561.75

10.5 Cuadro con resumen general de costos

Detalle	Total de costo
Plan de costos de elaboración	Q 450.00
Plan de costos de producción	Q 2,875.00
Plan de costos de reproducción	Q 420.00
Plan de costos de distribución	Q 0.00
Subtotal I	Q 3,745.00
Margen de utilidad 15%	Q 561.75
Subtotal II	Q 4,306.75
IVA 12%	Q 516.81
TOTAL	Q 4,823.56

Ver en anexo VI el precio por unidad en anuncios de Instagram.



CAPITULO XI
CONCLUSIONES Y
RECOMENDACIONES

Capítulo XI Conclusiones y Recomendaciones

11.1. Conclusiones

11.1.1 En conclusión, se diseñaron piezas gráficas digitales para dar a conocer en la red social Instagram los servicios y eventos dirigidos a hombres y mujeres con interés en la música, de 18 a 24 años, para la empresa BPM Music School.

11.1.2 En cuanto a lo abordado con anterioridad, se puede concluir también que a través de entrevistas con el cliente, se recopiló la información necesaria de la empresa para la creación de piezas gráficas digitales.

11.1.3 En este sentido, se investigaron a través del marco teórico las referencias bibliográficas y en sitios web acerca del diseño gráfico digital para la creación del diseño de piezas gráficas digitales para la red social Instagram.

11.1.4 En conclusión, se diseñaron piezas gráficas digitales a través de distintos softwares de diseño para posteriormente incluirlas en la red social Instagram.

11.1.5 Adicionalmente se crearon diferentes elementos gráficos que se adecuaban a las diferentes piezas gráficas digitales diseñadas.

11.2. Recomendaciones

11.2.1 Se recomienda a BPM Music School colocar el material para post en la red social Instagram en forma de carrusel, ya que así el diseño no perderá dinamismo y el público objetivo podrá encontrar toda la información que necesita en una misma publicación.

Ya que de lo contrario, el usuario perderá tiempo en buscar la publicación que le sigue.

11.2.2 Se sugiere que haya más interacción con el público objetivo con las diferentes piezas diseñadas y las que se diseñan en un futuro.

11.2.3 Es importante que la empresa busque que los usuarios interactúen con las publicaciones que se realizan puesto que esto les genera más visibilidad en redes sociales y por ende, ser más conocidos por el trabajo que se lleva a cabo.

11.2.4 Se recomienda que las publicaciones en redes sociales sean de forma constante considerando que de esta manera, al ser más activos, es más probable que las mismas lleguen a más personas, las cuales pueden estar dentro del público al que se están dirigiendo.

11.2.5 Se aconseja a BPM Music School definir el tipo de feed que desean utilizar en el futuro, y asimismo definir si se trabajarán más con fotografías o ilustraciones. Esto ayudará a que el feed de Instagram no se vea de una manera desordenada y le sea más fácil al usuario encontrar determinada información.



CAPÍTULO XII
CONOCIMIENTO GENERAL

Capítulo XII Conocimiento general

12.1. Demostración de conocimientos



Infografía de conocimientos generales realizada por la diseñadora Adriana Maldonado.



CAPÍTULO XIII
REFERENCIAS

Capítulo XIII Referencias

13.1 Bibliografía

A

Andrade, S. (2015). *Diccionario de Economía* (3.ª ed.). “SIMON ANDRADE ESPINOZA” Editorial.

B

Berlo, D. K. (1984). *Proceso de la comunicación: Introducción a la teoría y a la práctica*. Buenos Aires, Argentina. “El Ateneo” Editorial.

Bur, R. (2013). *Psicología para principiantes*. “Longseller S.A” Editorial.

C

Cheng, K. (2006). *Diseñar tipografía*. (Gustavo Gilli ed.) Barcelona España.

Chiavenato, I. (2006). *Introducción a la Teoría General de la Administración* (7.ª ed.). “McGraw Hill Interamericana” Editorial.

H

Heller, E. (2004). *Psicología del color* (1.ª ed.). Editorial Gustavo Gili.

L

López, A. M. (2019). *Diseño gráfico digital*. “ANAYA MULTIMEDIA” Editorial.

M

Mittelstaedt, M. (2019). *Psicología del consumidor*.

S

Sandhusen, R. L. (2002). *Mercadotecnia* (1.^a ed.). México: “Cecsa (Compañía Editorial Continente)” Editorial.

V

Villanueva, E., Eberhardt, M. L. & Nejamkis, L. (2013). *Introducción a la sociología*. Argentina: “Universidad Nacional Arturo Jauretche” Editorial.

13.2 Biblioweb

A

Alberich, J., Gómez, D. & Ferrer, A. (2013). Percepción visual (UOC). Recuperado de:

[https://www.exabyteinformatica.com/uoc/Disseny_grafic/Diseno_grafico/Diseno_grafico_\(Modulo_1\).pdf](https://www.exabyteinformatica.com/uoc/Disseny_grafic/Diseno_grafico/Diseno_grafico_(Modulo_1).pdf)

B

Barrera, M. (2019). EL DISEÑO GRÁFICO Las transformaciones tecnológicas de una profesión creativa (1.^a ed.). Universidad Autónoma de Aguascalientes. Recuperado de:

https://editorial.uaa.mx/docs/disenio_grafico.pdf

BARTHES, R. (s. f.). ELEMENTOS DE SEMIOLOGÍA. COMUNICACIÓN SERIE B. (2.^a ed.).

ALBERTO CORAZÓN. Recuperado de:

https://monoskop.org/images/2/24/Barthes_Roland_Elementos_de_semiolog%C3%ADa_1971.pdf

C

Crehana for business. (2020). Tendencias en Diseño Grafico Enero - Marzo 2021. Crehana.

Recuperado de:

<https://es.scribd.com/document/491651136/Tendencias-en-Diseno-Grafico-Ene-Mar-2021-1>

1-1

G

Garrido, F. J. & Putnam, L. L. (2018). Comunicación Organizacional 2.0 (2.^a ed.). Red Mundial de Comunicación Organizacional. México. Recuperado de:

<https://www.comuniteca.org/uploads/libros/6417a743df360f4a1fd6785d66b74ad6880422cf.pdf>

González, O. (s. f.). MANUAL DE PIEZAS GRÁFICAS. DIVISIÓN DE

ACOMPañAMIENTO INTEGRAL. Bogotá, Colombia. Recuperado de:

http://www.bienestar.unal.edu.co/fileadmin/user_upload/Manual_Piezas_Graificas.pdf

K

Kuhnke, E. (2017). Lenguaje no verbal para Dummies. Wiley Publishing, Inc. Barcelona, España. Recuperado de:

https://www.planetadelibros.com/libros_contenido_extra/36/35529_LENGUAJE_NO_VERBAL_PARA_DUMMIES%20tot.pdf

M

Martínez, I., Arias, A., Giraud, L., Libro, H. & Medeiros, C. (2022). Introducción a los estudios musicales universitarios. Universidad Nacional de Córdoba. Recuperado de:

<https://artes.unc.edu.ar/wp-content/blogs.dir/2/files/sites/2/APUNTE-MUSICA-2022.pdf>

Morante, R. (2006). Persuasión e imagolectura como discurso visual. En El poder persuasivo de la imagolectura como estrategia de diagramación en revistas de arte y cultura. (pp.

76–77). Recuperado de:

http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/ldf/morante_1_r/capitulo3.pdf

O

Oxford Education. (2017). Aprueba tus exámenes. Lengua castellana y Literatura (2.^a ed.).

España. Oxford University Press España, S.A. Recuperado de:

<https://docplayer.es/72704121-La-comunicacion-elementos-y-funciones.html>

13.1 Egrafía

A

Adrián, Y. (16 de marzo de 2021). Comunicación. Concepto de - Definición de.

<https://conceptodefinicion.de/comunicacion/>

Adrián, Y. (26 de julio de 2020). Diseño. Concepto de - Definición de.

<https://conceptodefinicion.de/disenio/>

AméricaEconomía.com. (18 de febrero de 2022). El rol de la psicología en la comunicación.

AméricaEconomía | AméricaEconomía.

<https://www.americaeconomia.com/articulos/notas/el-rol-de-la-psicologia-en-la-comunicacion#:~:text=El%20enfoque%20psicol%C3%B3gico%20de%20la,diversos%20procesos%20psicol%C3%B3gicos%20se%20disparan.>

C

C. (5 de mayo de 2022). Que es son las piezas gráficas | Branding diccionario de. Comuniza.
<https://comuniza.com/diccionario-branding/piezas-graficas#:~:text=Las%20piezas%20gr%C3%A1ficas%20son%20expresiones,de%20un%20servicio%20o%20producto.>

D

de Comunicación, E. (27 de enero de 2020). La motivación es fundamental en la creatividad:

Abraham Nosnik. Anáhuac Mayab.

<https://merida.anahuac.mx/comunicacion/blog/la-motivaci%C3%B3n-es-fundamental-en-la-creatividad-abraham-nosnik>

de Rivas, S. (15 de mayo de 2008). Brainstorming o Lluvia de Ideas. Neuronilla.

<https://neuronilla.com/brainstorming/>

E

Equipo editorial, Etecé. (2021, agosto). *Fotografía: Concepto, Historia, Tipos y Características*.

Concepto. Recuperado 20 de octubre de 2022, de <https://concepto.de/fotografia/>

Editorial Etecé. (6 de septiembre de 2020). Semiología - Concepto, función y relación con la semántica. Concepto. <https://concepto.de/semiologia/>

Editorial Etecé. (2 de febrero de 2022). Música - Qué es, concepto, historia, géneros, características. Concepto. <https://concepto.de/musica/>

Editorial Grudemi. (5 de mayo de 2022). Comunicación organizacional. Enciclopedia Económica. <https://enciclopediaeconomica.com/comunicacion-organizacional/>

Editorial Grudemi. (2022, 29 abril). Servicios. Enciclopedia Económica. Recuperado de <https://enciclopediaeconomica.com/servicios/>

ESAN, C. (2019, 28 agosto). Psicología organizacional: su importancia en el éxito de una empresa | Conexión ESAN. esan Business. Recuperado de:
<https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/psicologia-organizacional-su-importancia-en-el-exito-de-una-empresa#:~:text=La%20psicolog%C3%ADa%20organizacional%20se%20encarga,de%20conflictos%20y%20su%20adaptabilidad.>

Etecé, E. (26 de mayo de 2022). Comunicación - Concepto, funciones, elementos y características. Concepto. <https://concepto.de/comunicacion/>

F

F. (20 de marzo de 2021). Que es un Vector en Diseño Grafico - Freepsai Recursos Graficos. Descarga GRATIS recursos gráficos Vectores, PSD, Flyer y mucho más.
<https://freepsai.com/que-es-un-vector-en-diseno-grafico/>

G

Galán, J. S. (12 de abril de 2021). Empresa. Economipedia. Recuperado de
<https://economipedia.com/definiciones/empresa.html>

H

Hernández, G. (8 de diciembre de 2019). ¿Qué es el BPM y para qué sirve? Wololo Sound. Recuperado de <https://wololosound.com/tecnologia/bpm-que-es-para-que-sirve/>

L

Lenis, A. (20 de diciembre de 2021). Tipografías en diseño gráfico: importancia, tipos y fuentes más usadas. HubSpot.
<https://blog.hubspot.es/marketing/tipografia-diseno-grafico#:~:text=La%20palabra%20tipograf%C3%ADa%20proviene%20del,y%20el%20prop%C3%B3sito%20del%20material.>

Llasera, J. P. (20 de octubre de 2021). Psicología del color: Qué es y cómo escoger el mejor para tu marca. Imborrable. <https://imborrable.com/blog/psicologia-del-color/>

M

M. (29 de agosto 2019). Degradado. mott.pe. <https://glosario.mott.pe/disenio/palabras/degradado>

Martínez, A. (28 de septiembre de 2021). Diseño gráfico. Concepto de - Definición de.

<https://conceptodefinicion.de/disenio-grafico/>

[Medidas y Tamaño de Portada de Facebook, Twitter, Youtube, Instagram, Pinterest]. (s. f.).

Postcron.

<https://postcron.com/es/blog/medidas-tamanos-dimensiones-de-portada-redes-sociales/>

N

Nieves, M. (19 de julio de 2021). ¿Qué es el Diseño Geométrico? Diseño en 60 Segundos.

Design & Illustration Envato Tuts+.

<https://design.tutsplus.com/es/articles/what-is-geometric-design-design-in-60-seconds--cms-28079>

P

Peiró, R. (1 de diciembre 2020). Proceso de comunicación. Economipedia.

<https://economipedia.com/definiciones/proceso-de-comunicacion.html>

Pérez, A. (31 de agosto de 2021). Los 5 principales exponentes en el diseño gráfico mundial.

ESDESIGN.

<https://www.esdesignbarcelona.com/actualidad/disenio-grafico/los-5-principales-exponentes-en-el-diseno-grafico-mundial>

Perdomo, S. (29 de diciembre de 2021). Guía de formatos y tamaños para diseños en redes sociales. Deusto.

<https://www.deustoformacion.com/blog/redes-sociales/guia-formatos-tamanos-para-disenos-redes-sociales>

[Piezas Gráficas Digitales]. (s. f.). Trabajos Web Chan.

<http://agenciachan.com/trabajos/disenio-digital-timelines-piezas-graficas-facebook-hostal-providencia/>

Porto, J., & Gardey, A. (2008). Definición de psicología — Definicion.de. Definición.de.

<https://definicion.de/psicologia/>

Porto, J., & Merino, M. (2009). Definición de ciencias auxiliares — Definicion.de.

Definición.de. <https://definicion.de/ciencias-auxiliares/>

Pursell, S. (2021, 1 septiembre). Clientes potenciales: qué son, qué tipos existen y cómo identificarlos. HubSpot. Recuperado de

<https://blog.hubspot.es/marketing/tipos-de-clientes-potenciales>

Q

Quiroa, M. (2019, 11 noviembre). Cliente real. Economipedia. Recuperado de

<https://economipedia.com/definiciones/cliente-real.html>

R

Ruiz, A. (1 de marzo de 2022). El diseño digital como presente y futuro. ESDESIGN.

<https://www.esdesignbarcelona.com/actualidad/disenio/el-diseno-digital-como-presente-y-futuro>

S

Soto, J. A. (16 de agosto de 2020). ¿Qué es Instagram y para qué sirve? - Definición.

GEEKNETIC. Recuperado de

<https://www.geeknetic.es/Instagram/que-es-y-para-que-sirve>

Stuart, I. (2019). Conceptos de la comunicación - Conceptos de la 1. B Lomonosov. La es todo proceso de social por. StuDocu.

<https://www.studocu.com/pe/document/universidad-nacional-daniel-alcides-carrion/inmunizaciones/conceptos-de-la-comunicacion/4490103>

T

Terreros, D. (9 de marzo de 2022). ¿Qué es la psicología del consumidor y por qué es

importante? HubSpot. <https://blog.hubspot.es/marketing/psicologia-del-consumidor>

U

Uriarte, J. (13 de febrero de 2020). Comunicación: elementos, tipos, funciones y características.

Características. <https://www.caracteristicas.co/comunicacion/>

Uriarte, J. (22 de abril de 2020). Fotografía: qué es, tipos, elementos y características.

Características. <https://www.caracteristicas.co/fotografia/>

Uriarte, J. (4 de noviembre de 2020). Lingüística - Qué es, objeto de estudio, ramas y ejemplos.

Características. <https://www.caracteristicas.co/linguistica/>

Uriarte, J. (29 de abril de 2020). Sociología: qué es, estudios, importancia y características.

Características. <https://www.caracteristicas.co/sociologia/>

Uriarte, J. (2021, 7 septiembre). Arte Conceptual: características, origen, artistas y obras.

Características. <https://www.caracteristicas.co/arte-conceptual/>

V

Váldez, W. (2022, 18 mayo). Andragogía. Concepto de - Definición de.

<https://conceptodefinicion.de/andragogia/>

Violin, E. T. (6 de junio de 2020). Escuela de música o conservatorio. Diferencias y características. Eligetuvolin.com. Recuperado de

<https://www.eligetuvolin.com/blog/169-escuela-de-musica-conservatorio>



CAPÍTULO XIV
ANEXOS

Capítulo XIV Anexos

Anexo I: Desarrollo de objetivos

Tipo	Objetivo	¿Qué?	¿A través de qué?	¿Para qué?	¿Para quién?
General	Diseñar piezas gráficas digitales para dar a conocer en la red social Instagram los servicios y eventos que ofrece la empresa BPM Music School a clientes reales y potenciales.	Diseñar	Piezas gráficas digitales	Dar a conocer los servicios y eventos de la empresa BPM Music School	Clientes reales y potenciales.
Específico	Recopilar toda la información necesaria de BPM Music School a través de los datos que el cliente proporcione por medio del Brief para que sea integrado en el diseño de las piezas digitales y facilite al usuario tener conocimiento de las diferentes actividades y eventos.	Recopilar	BRIEF	Para que sea integrado en el diseño de las piezas digitales y facilite al usuario tener conocimiento de las diferentes actividades y eventos.	El usuario
Específico	Investigar términos, conceptos, teorías y tendencias de diseño relacionados con el diseño gráfico digital a través de fuentes bibliográficas que respalden científicamente la propuesta del diseño de piezas gráficas digitales que serán visualizadas por el grupo objetivo.	Investigar	Fuentes bibliográficas	Respaldar científicamente la propuesta del diseño de piezas gráficas digitales	Grupo Objetivo
Específico	Diseñar a través de los diferentes softwares de diseño piezas digitales para posteriormente incluirlas en la red social Instagram.	Diseñar	Softwares de diseño	Para posteriormente incluirlas en la red social Instagram.	Grupo Objetivo

Anexo II: BRIEF del cliente



BRIEF

BRIEF: Es un documento escrito que debe contener toda la información necesaria para el desarrollo del proyecto de graduación. Es un instrumento de mercadeo que sirve como la plataforma el cual define los objetivos de mercadeo y de comunicación de la organización.

DATOS DEL ESTUDIANTE

Nombre del estudiante: Adriana Lucia Maldonado García **No. de Carné:** 19000570
Celular: 30276608 **Email:** adrianaestrada519mail.com
Proyecto: Diseño de piezas digitales para dar a conocer en la red social Instagram los servicios y eventos que ofrece la empresa BPM Music School a clientes reales y potenciales.

DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA)

Nombre del cliente (empresa): BPM Music School
Dirección: Edificio OEG, Nivel 2, ruta 4, zona 4
Email: hola@estoyenbpm.com **Tel:** 32976301
Contacto: Alejandro Noriega **Celular:** 53002407
Antecedentes: Promotor, DJ y educador dentro de la Industria Musical Underground local y regional.
Oportunidad identificada: La falta de visión de las personas en la Escena Musical especialmente en la electrónica o sintetizada, la demanda de diferentes grupos y empresas por querer resaltar en la sociedad y sobretodo la pasión de muchos por querer ser quienes lleven esta expresión musical a la sociedad, DJs, Productores Musicales, Artistas Musicales Underground y Comerciales en general.

DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA)

Misión: Ayudar a los creadores y apasionados de la música a convertirse en profesionales en su área musical.

Visión: Ser uno de los ejes principales de la Industria Musical local y regional.

Delimitación geográfica: Latinoamérica

Grupo objetivo: Personas amantes de la música de 13 a 40 años

Principal beneficio al grupo objetivo: Aprender las técnicas y el mindset necesario para ser competitivo en la Industria Musical

Competencia: DJ Lab en Costa Rica, En Guatemala consideramos que no hay, porque van y vienen las escuelas de música electrónica, no son estables en el largo plazo

Posicionamiento: Más de 10 años de estar enseñando a futuros DJs y Productores Musicales nos han dado el boca a boca necesario para crecer y seguir adelante

Factores de diferenciación: Años de experiencia, exposición en eventos de nuestro grupo objetivo y alianzas con marcas

Objetivo de mercadeo: Generar más de 1,000 inscripciones en la escuela en 2022

Objetivo de comunicación: Que nuestras audiencias sepan que somos la mejor escuela para aprender música electrónica en Guatemala y Centroamérica

Mensajes claves a comunicar: Años de experiencia, frescura (estética actual) y Calidad de enseñanza (técnicas, equipo nuevo y métodos)

Estrategia de comunicación: Eventos, boca a boca y Redes Sociales

Reto del diseño y trascendencia: Lograr que lo sonoro sea percibido por otros sentidos

Materiales a realizar: Piezas gráficas digitales para Instagram

Presupuesto: _____

DATOS DEL LOGOTIPO

Colores: Blanco y negro primarios

Tipografía: Personalizada

Forma: BPM con la P en contraforma

LOGOTIPO

BPM
MUSIC SCHOOL

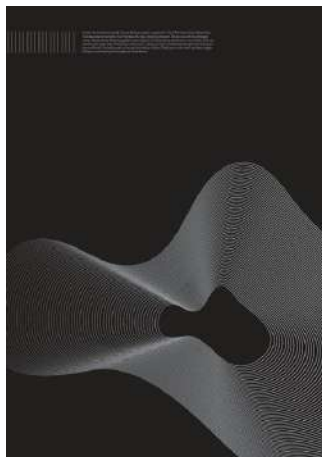
Fecha: 11 de julio de 2022

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Amich', with a long horizontal stroke underneath.

Anexo III: Tabla de Niveles Socio Económicos 2018/Multivex

CARACTERÍSTICAS	NIVEL A	NIVEL B	NIVEL C1	NIVEL C2	NIVEL C3	NIVEL D1	NIVEL D2	NIVEL E
Ingresos	+ de Q100,000.00	Q60,000.00	Q25,000.00	Q17,000.00	Q11,000.00	Q7,000.00	Q3,400.00	- de Q1,000.00
Educación padres	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura	Superior, Licenciatura	Licenciatura	Medio 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	Propietario, Director, Profesional exitoso	Empresario, Ejecutivo 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, estudio, área de servicio separado, garage para 5-6 vehículos	Casa/departamento de lujo, en propiedad, financiado, 3-4 recámaras, 2-3 baños, 2 salas, pantry, alacena, 1 estudio, área de servicio separado, garage para 2-4 vehículos	Casa/departamento, rentado o financiado, 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio, área de servicio, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentado o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentado o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala	Casa/departamento, rentado 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	Fincas, casas de descanso en lago, mar, Antigua, con comodidades	Silos, terrenos, condominios cerca de costas	Silos, 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	Por día	Por día, eventual	Evirtual			
Servicios financieros	3-4 ctas Q monetarias y ahorro, Plazo fijo, TC Intl, Seguros y ctas en US\$	2-3 ctas Q monetarias y ahorro, Plazo fijo, TC Intl, Seguros y ctas en US\$	1-2 ctas Q monetarias y ahorro, Plazo fijo, 1-2 TC Intl, Seguro colectivo salud	1 cta Q monetaria y ahorro, 1 TC local	1 cta Q ahorro, TC local	cta Q ahorro		
Posesiones	Autos del año, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, Lancha, moto acuática, moto, helicóptero, avioneta	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 mínimo, 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 electrodomésticos, Todos los servicios de Internet	2 tel mínimo, 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, computadoras, internet, porton eléctrico y todos los electrodomésticos, Todos los servicios de Internet	1 teléfono, 1-2 celulares, cable, internet, equipo de audio, más de 2 TV, maquina de lavar ropa, computadora/miembro electrodomésticos básicos	1 teléfono fijo, mínimo, 1-2 cel, cable, radio, 2 TV, electrodomésticos básicos	1 teléfono fijo, celular cada miembro mayor, cable, equipo de audio, TV, electrodomésticos básicos	1 cel, cable, radio, TV, electrodomésticos básicos	1 cel, radio, TV, estufa	Radio, cocina de leña
Diversión	Clubs privados, vacaciones en el exterior	Clubs privados, vacaciones en el interior o exterior	Cine, CC, parques temáticos locales	Cine, CC, parques temáticos locales	Cine eventual, CC, parques, estado	CC, parques, estado	Parques	

Anexo IV: Fotografías cuadro de inspiración



Título	Inspired by Music
Autor	Technosoul
Técnica	Ondas digitales abstractas
Medidas	470 x 665 px
Año	-

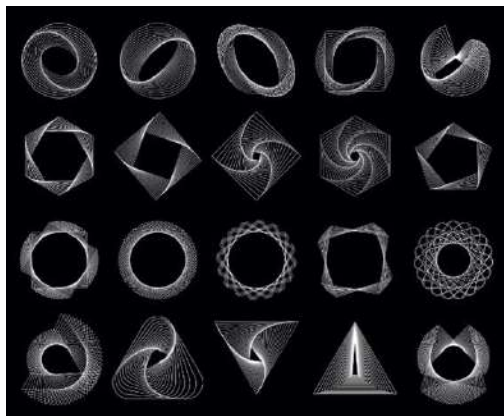
Recuperado de: <https://www.designspiration.com/save/37497467685/>



Título	Full Pink Fantasy Fashion Technology Line Background
Autor	千图网
Técnica	Geométrica
Medidas	1024 x 1369 px
Año	2019

Recuperado de:

https://pngtree.com/freebackground/full-pink-fantasy-fashion-technology-line-background-material_962616.html



Título	Abstract geometric elements set vector
Autor	Busbus
Técnica	Geométrica
Medidas	1200 x 1000 px
Año	-

Recuperado de:

<https://www.rawpixel.com/image/486938/free-illustration-vector-spiral-swirl-abstract-lines>



Título	Black shirt with orange, pink, and purple stripes
Autor	-
Técnica	Ondas digitales abstractas
Medidas	1080 x 1920 px
Año	-

Recuperado de:

<https://www.wallpaperflare.com/black-shirt-with-orange-pink-and-purple-stripes-photoshop-wallpaper-pqsrx>



Título	Line Background Irregular Lines
Autor	588Ku
Técnica	Geométrica
Medidas	2000 x 3000 px
Año	2019

Recuperado de:

https://pngtree.com/freebackground/line-background-irregular-lines-fashion-trend-line-irregular-point_909073.html



Título	Lorem De Loop
Autor	Lukas Bruhn
Técnica	Geométrica
Medidas	696 x 929 px
Año	2017

Recuperado de: <https://weandthecolor.com/poster-day-lukas-bruhn-aka-lorem-de-loop/91543>



Título	Telón de fondo abstracto
Autor	<u>DniproDD</u>
Técnica	Ondas digitales abstractas
Medidas	1380 x 776 <u>px</u>
Año	-

Recuperado de:


https://www.freepik.es/vector-premium/telon-fondo-abstracto-lineas-degradado-onda-colores-sobre-fondo-blanco-fondo-tecnologia-moderna-diseno-onda-ilustracion-vectorial_19737518.htm



Título	GRAINYENTS
Autor	Michel Carvalho
Técnica	Degradado
Medidas	750 x 1334 <u>px</u>
Año	2019

Recuperado de: <https://www.behance.net/gallery/76429299/GRAINYENTS>

Anexo V: Encuesta



Validación proyecto de graduación: Piezas Gráficas Digitales para la empresa BPM Music School

Encuesta de Validación del proyecto de:



Diseño de piezas gráficas digitales para dar a conocer en la red social Instagram los servicios y eventos que ofrece la empresa BPM Music School a clientes reales y potenciales.

Antecedentes:

La empresa BPM Music School fue creada el año 2011, actualmente está dirigida por por Alejandro Noriega. BPM Music School se dedica principalmente a la formación de músicos digitales en la actualidad de la música en el siglo XXI.

Al visitar BPM Music School se pudo observar que no cuenta con el diseño de piezas gráficas digitales para dar a conocer en la red social Instagram los servicios y eventos a clientes reales y potenciales.

Por lo que se ha planteado el objetivo de Diseñar piezas gráficas digitales para dar a conocer en la red social Instagram los servicios y eventos que ofrece la empresa BPM Music School a clientes reales y potenciales.

 adrianaestrada519@gmail.com (no se comparten) 

[Cambiar cuenta](#)



*Obligatorio

Facultad de Ciencias de la Comunicación

-FACOM-

Licenciatura en Comunicación y Diseño

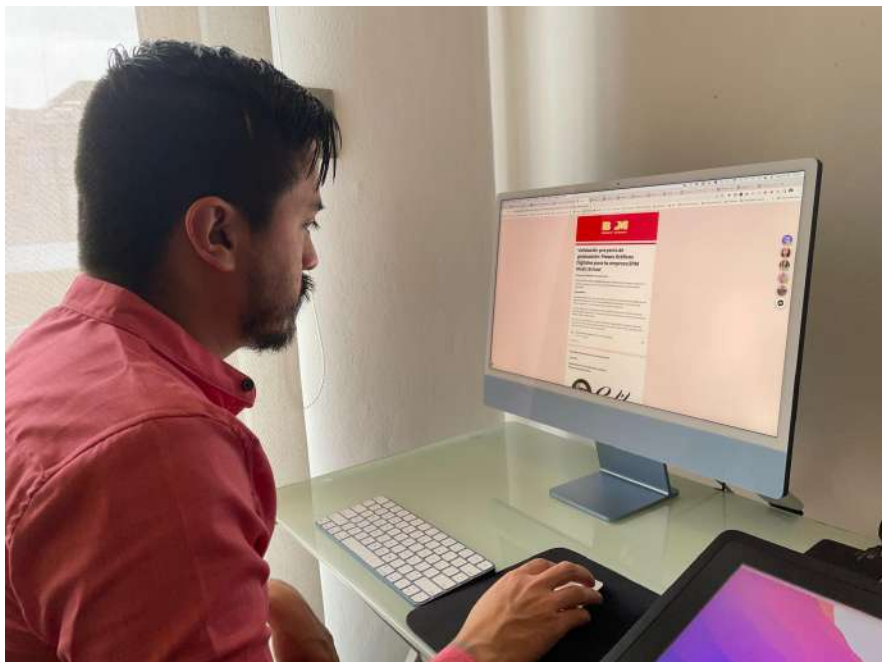
Proyecto de graduación

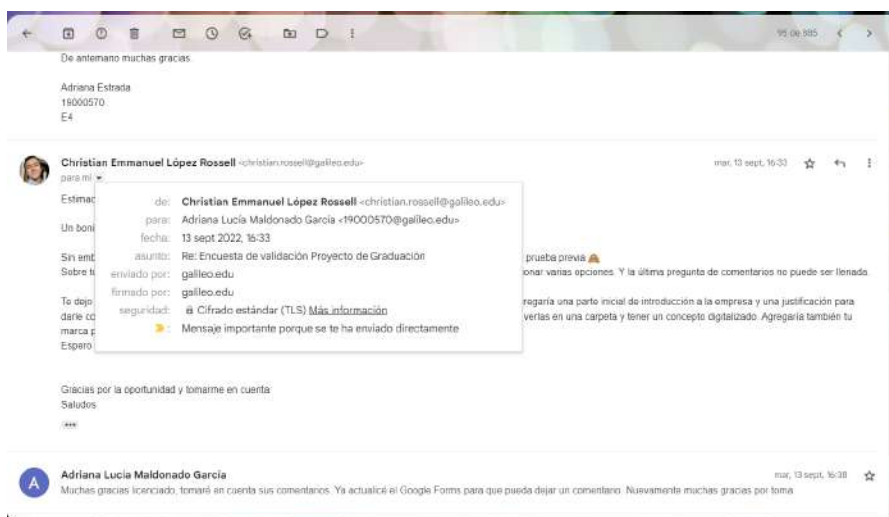
Instrucciones:

Con base a lo anterior, observe la propuesta de las Piezas Gráficas Digitales y según su criterio conteste las siguientes preguntas de validación, colocando una "X" en los espacios en blanco. [VER PROPUESTA](#)

Evidencias fotográficas



Experto: Carlos Jiménez, Diseñador Gráfico.



Experto: Christian Rossell, Ingeniero en Sistemas.



Experto: Arnulfo Guzman, Comunicólogo.



Experto: Carlos Franco, Comunicador Visual.



Experta: Claudia Bocaletti, Diseñadora Gráfica.



Experta: Alejandra Esquivel, Diseñadora Gráfica.



Cliente: Alejandro Noriega



Cliente: Rodrigo Dávila

Anexo VI: Costo para pautar en Instagram

← Presupuesto y duración ⓘ

GTQ245 durante 7 días

Gasto total

8,800 - 23,000

Alcance estimado

Presupuesto

GTQ35 por día

Duración

Publicar este anuncio hasta que lo pause

Definir duración

7 días

Siguiente

The screenshot shows a mobile interface for setting an Instagram ad budget and duration. At the top, there is a back arrow and the title 'Presupuesto y duración' with an information icon. The main heading is 'GTQ245 durante 7 días'. Below this, it shows 'Gasto total' (Total spend) as '8,800 - 23,000' and 'Alcance estimado' (Estimated reach). Under the 'Presupuesto' section, a slider is set to 'GTQ35 por día'. In the 'Duración' section, there are two radio button options: 'Publicar este anuncio hasta que lo pause' (unselected) and 'Definir duración' (selected). Below the selected option, a slider is set to '7 días'. At the bottom, there is a blue button labeled 'Siguiente'.