



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Diseño de Materiales Digitales para anunciar en la red social Facebook, las actividades que realiza la Asociación Deportiva Departamental de Tenis de Mesa de Guatemala -ADETEME- Guatemala, Guatemala 2020.

PROYECTO DE GRADUACIÓN

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

ELABORADO POR:

José Alfredo Montalvo Herrera

Carné 16002574

Para optar al título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción, Enero 2020

Diseño de Materiales Digitales para anunciar en la red social Facebook, las actividades que realiza la Asociación Deportiva Departamental de Tenis de Mesa de Guatemala -ADETEME- Guatemala, Guatemala 2020.

José Alfredo Montalvo Herrera

Universidad Galileo

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Nueva Guatemala de la Asunción, 2020

Autoridades

- Rector. Dr. Eduardo Suger Cofiño
- Vicerrectora General, Dra. Mayra de Ramírez
- Vicerrector Administrativo, Lic. Jean Paul Suger Castillo
- Secretario General, Lic. Jorge Retolaza
- Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Lic. Leizer Kachler
- Vicedecano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Lic. Rualdo Anzueto, M. Sc.

Guatemala 16 de abril de 2019

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

Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado: **DISEÑO DE MATERIALES DIGITALES PARA ANUNCIAR EN LA RED SOCIAL FACEBOOK, LAS ACTIVIDADES QUE REALIZA LA ASOCIACIÓN DEPORTIVA DEPARTAMENTAL DE TENIS DE MESA DE GUATEMALA - ADETEME- GUATEMALA, GUATEMALA 2020**. Así mismo solicito que la Licda. Lissette Pérez Aguirre sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



José Alfredo Montalvo Herrera
16002574



Licda. Lissette Pérez Aguirre
Asesora



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 17 de mayo de 2019

Señor:
José Alfredo Montalvo Herrera
Presente

Estimado Señor Montalvo:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE MATERIALES DIGITALES PARA ANUNCIAR EN LA RED SOCIAL FACEBOOK, LAS ACTIVIDADES QUE REALIZA LA ASOCIACIÓN DEPORTIVA DEPARTAMENTAL DE TENIS DE MESA DE GUATEMALA - ADETEME- GUATEMALA, GUATEMALA 2020**. Así mismo, se aprueba a la Licda. Lissette Pérez Aguirre, como asesora de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 23 de enero de 2020

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

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE MATERIALES DIGITALES PARA ANUNCIAR EN LA RED SOCIAL FACEBOOK, LAS ACTIVIDADES QUE REALIZA LA ASOCIACIÓN DEPORTIVA DEPARTAMENTAL DE TENIS DE MESA DE GUATEMALA - ADETEME- GUATEMALA, GUATEMALA 2020**. Presentado por el estudiante: José Alfredo Montalvo Herrera, con número de carné: 16002574, está concluido a mi entera satisfacción, por lo que se extiende la presente aprobación para continuar así el proceso de titulación profesional.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Licda. Lissette Pérez Aguirre
Asesora



FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 11 de marzo de 2020

Señor
José Alfredo Montalvo Herrera
Presente

Estimado Señor Montalvo:

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, 22 de mayo de 2020.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

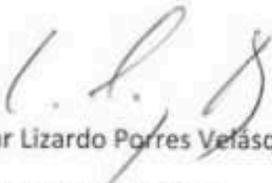
Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: ***DISEÑO DE MATERIALES DIGITALES PARA ANUNCIAR EN LA RED SOCIAL FACEBOOK, LAS ACTIVIDADES QUE REALIZA LA ASOCIACIÓN DEPORTIVA DEPARTAMENTAL DE TENIS DE MESA DE GUATEMALA -ADETEME- GUATEMALA, GUATEMALA 2020***, del estudiante José Alfredo Montalvo Herrera, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente.



Lic. Edgar Lizardo Porres Velásquez
Asesor Lingüístico
Universidad Galileo



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM

Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 25 de mayo de 2020

Señor:

José Alfredo Montalvo Herrera

Estimado Señor Montalvo:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado **DISEÑO DE MATERIALES DIGITALES PARA ANUNCIAR EN LA RED SOCIAL FACEBOOK, LAS ACTIVIDADES QUE REALIZA LA ASOCIACIÓN DEPORTIVA DEPARTAMENTAL DE TENIS DE MESA DE GUATEMALA - ADETEME- GUATEMALA, GUATEMALA 2020**. Presentado por el estudiante: José Alfredo Montalvo Herrera, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciado en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler

Decano

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Dedicatoria

Primero quiero agradecer a Dios, por ser mi guía en todo momento, por iluminarme con la sabiduría y fuerza necesaria para afrontar todos los retos que se me plantearon y lograr culminar esta etapa tan importante en mi vida.

Quiero agradecer a mis padres, ellos son un pilar fundamental en mi vida, ya que ellos son los que han estado siempre a mi lado, para brindarme ese apoyo incondicional. Gracias por hacer el esfuerzo de educarme e inculcar valores en mí, sin ellos esto hubiera sido imposible lograrlo. Gracias por esos consejos que siempre estaban cuando más los necesitaba, e inyectar esa fuerza que me motivaba a lograr los resultados que deseaba.

Gracias a mis hermanos, Jhony y Edwin, por recordarme siempre lo incondicional que es la familia, porque a pesar de tener episodios en la vida que no se esperan, con la fuerza y el amor de nosotros todo se puede superar. Gracias por ser mi ejemplo a seguir, por motivarme cada vez a seguir luchando por este sueño, para alegría de nuestros padres.

Especialmente le quiero dedicar este triunfo a mi abuelito José, quien me cuida y guía desde el cielo, dónde seguramente está feliz por verme finalizar esta etapa. Por la paciencia y carisma que tuviste para corregirme en varias ocasiones. Muchas gracias por siempre darme el cariño tan especial que solo tú sabías dar.

Gracias a ti, Flor, por ese apoyo incondicional que tuviste a lo largo de toda mi carrera universitaria, definitivamente fuiste un pilar fundamental para que pudiera lograr esto. Gracias por demostrarme tu cariño en todo momento, por todas las noches de desvelo conmigo, por ser esa persona en la que podía confiar sin importar nada.

Gracias a mis grandes amigas Alejandra y Griselda, por estar junto a mí desde el comienzo, por estar siempre a mi lado para brindarme su apoyo. Gracias por compartir las

sonrisas, enojos, desvelos, frustraciones y alegrías que vivimos durante todos estos años y motivarme constantemente para lograr nuestro sueño.

Gracias a mi asesora, por guiarme y así realizar de la mejor manera mi proyecto, por el tiempo empleado en observar cada detalle de este trabajo y que culminara de la forma más exitosa.

Sinopsis

A través del acercamiento con la Asociación Deportiva Departamental de Tenis de Mesa de Guatemala -ADETEME- se identificó que carece de materiales digitales en la red social Facebook para anunciar las actividades que realizan.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo: Diseñar materiales digitales para anunciar en la red social Facebook, las actividades que realiza la Asociación Deportiva Departamental de Tenis de Mesa de Guatemala -ADETEME-.

El enfoque de esta investigación es mixto, porque se utilizó el método cuantitativo y el método cualitativo. El primero para cuantificar los resultados de la muestra, y el segundo evalúa el nivel de percepción y utilidad del proyecto.

La herramienta de investigación se aplicó a 30 personas, desglosadas entre el grupo objetivo, cliente y expertos en el área de comunicación y diseño.

El principal hallazgo, entre otros, es que se logró diseñar materiales digitales para la red social Facebook de la Asociación y poder informar al público las diferentes actividades que realizan.

Se recomendó que los materiales digitales estén disponibles y accesibles en la red social Facebook de la Asociación para informar sobre los horarios de atención, horarios de entrenamiento y las diferentes actividades que se llevan a cabo.

Para efectos legales, únicamente el autor, José Alfredo Montalvo Herrera, es responsable del contenido de este proyecto, ya que es una investigación científica y puede ser motivo de consulta por estudiantes y profesionales.

Índice

Capítulo I: Introducción

1.1 Introducción.....	1
-----------------------	---

Capítulo II: Problemática

2.1 Contexto.....	3
2.2 Requerimiento de comunicación y diseño.....	4
2.3 Justificación.....	4
2.3.1 Magnitud.....	4
2.3.2 Vulnerabilidad.....	5
2.3.3 Trascendencia.....	5
2.3.4 Factibilidad.....	6

Capítulo III: Objetivos de diseño

3.1 Objetivo general.....	7
3.2 Objetivos específicos.....	7

Capítulo IV: Marco de referencia

4.1 Información general del cliente.....	8
------------------------------------------	---

Capítulo V: Definición del grupo objetivo

5.1 Perfil geográfico.....	12
5.2 Perfil demográfico.....	12
5.3 Perfil psicográfico.....	13
5.4 Perfil conductual.....	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, artes, teorías y tendencias.....	21

Capítulo VII: Procesos de Diseño en el Marco Teórico

7.1	Aplicación de la información obtenida en el Marco Teórico.....	29
7.2	Conceptualización.....	31
7.3	Bocetaje.....	33
7.3.1	Proceso de Bocetaje.....	34
7.3.2	Proceso de Digitalización de los Bocetos.....	37
7.4	Propuesta preliminar.....	54

Capítulo VIII: Validación Técnica

8.1	Población y muestreo.....	60
8.2	Método e Instrumentos.....	61
8.3	Resultados e Interpretación de resultados.....	62
8.4	Cambios con base a los resultados.....	71

Capítulo IX: Propuesta Gráfica Final

	Propuesta Gráfica Final.....	75
--	------------------------------	----

Capítulo X: Producción, Reproducción y Distribución

10.1	Plan de costos de elaboración.....	79
10.2	Plan de costos de producción.....	80
10.3	Plan de costos de reproducción.....	80
10.4	Plan de costos de distribución.....	81
10.5	Margen de utilidad.....	81
10.6	IVA.....	82

10.7 Cuadro resumen general de costos.....	82
Capítulo XI: Conclusiones y Recomendaciones	
11.1 Conclusiones.....	83
11.2 Recomendaciones.....	84
Capítulo XII: Conocimiento General	
12.1 Conocimiento General.....	85
Capítulo XIII: Referencias	
13.1 Referencias libros.....	86
13.2 Referencias de páginas en el world wide web.....	88
13.3 Blogs.....	89
Capítulo XIV: Anexos	
14.1 BRIEF.....	90
14.2 Tabla de Niveles Socioeconómicos.....	93
14.3 Encuestas.....	94
14.3.1 Encuesta Grupo Objetivo, Profesionales y Cliente.....	94
14.5 Validación.....	97
14.5.1 Validación Cliente.....	97
14.5.2 Validación Grupo Objetivo.....	98
14.5.3 Validación Expertos.....	100

Capítulo I: Introducción

Capítulo I: Introducción

La Asociación Deportiva Departamental de Tenis de Mesa de Guatemala -ADETEME- es la entidad que tiene a cargo velar por el desarrollo deportivo de los atletas para aportar con el crecimiento físico y personal y así representar al departamento de Guatemala en eventos nacionales e internacionales de la mejor manera.

La Asociación busca aportar al país al desarrollar atletas con valores, donde permitan al deportista desenvolverse en su vida deportiva y personal. Por eso, su grupo objetivo se enfoca a hombres y mujeres de 15 a 45 años de edad.

El problema radica en que no cuentan con materiales digitales que puedan posicionar tanto a la Asociación como al deporte, por lo que se planteó como objetivo general diseñar materiales digitales para anunciar en la red social Facebook, las actividades que realiza la Asociación Deportiva Departamental de Tenis de Mesa de Guatemala -ADETEME-.

Se busca a través de la comunicación y el diseño se resuelva esa problemática por medio del siguiente proyecto de tesis titulado: “Diseño de Materiales Digitales para anunciar en la red social Facebook, las actividades que realiza la Asociación Deportiva Departamental de Tenis de Mesa de Guatemala -ADETEME- Guatemala, Guatemala 2020.”.

Para la validación del presente proyecto se encuestó a un grupo de personas, divididas en grupo objetivo, expertos en el área de Comunicación y Diseño y finalmente, la Junta Directiva de la Asociación, siendo este último, el cliente.

El principal hallazgo es que el 100% de la población considera necesario diseñar materiales digitales para anunciar en la red social Facebook, las actividades que realiza la Asociación.

En consecuencia de los resultados positivos que mostró la encuesta, se concluye que es necesario:

- Diseñar materiales digitales para anunciar en la red social Facebook, las actividades que realiza la Asociación.
- Recopilar información acerca de la Asociación por medio del brief que el cliente proporcione, y así enriquecer el contenido del material visual que se publicará.
- Investigar términos, técnicas, conceptos y tendencias de diseño relacionadas al desarrollo de los materiales digitales a través de fuentes bibliográficas que respalden científicamente el diseño de materiales para la red social Facebook.
- Diagramar el contenido de los materiales digitales al utilizar los materiales, equipos y procesos técnicos necesarios para la creación artística de piezas con un impacto visual en los seguidores del tenis de mesa.

Con el diseño de materiales digitales se espera generar mayor interés en el deporte del tenis de mesa, y de igual manera, anunciar en la red social Facebook a la población para que conozca las diferentes actividades que realiza la Asociación.

Capítulo II: Problemática

Capítulo II: Problemática

En la actualidad vivimos en la era de la tecnología. El acceso a la información cada vez es más instantánea y fácil de obtener, por lo que se vuelve indispensable para una empresa u organización contar con plataformas digitales para así comunicar todo tipo de información a un grupo de personas o público en general.

En conjunto con el cliente, se determina que la Asociación Deportiva Departamental de Tenis de Mesa de Guatemala carece de materiales digitales en su red social Facebook, para dar a conocer información a los atletas y seguidores, como sus horarios de atención, horarios de entrenamientos y eventos que se desarrollan en las instalaciones de la Federación Nacional de Tenis de Mesa de Guatemala -FNTM-.

Por esta razón se realizaron materiales digitales para anunciar en la red social Facebook, las actividades que efectúa la Asociación Deportiva Departamental de Tenis de Mesa de Guatemala -ADETEME-.

2.1 Contexto

El tenis de mesa, también conocido como ping-pong, es un deporte que se juega con pelota pequeña y raquetas. Los partidos pueden ser individuales o de dobles. Se practica sobre una mesa rectangular dividida en su mitad por una red. Se juega entre dos o cuatro jugadores. El objetivo del juego es conseguir que el contrario no devuelva el golpe después del primer bote de la pelota sobre su lado de la mesa.

La Federación Nacional de Tenis de Mesa de Guatemala se fundó el 19 de marzo de 1949 por el señor Daniel Warren Orbaugh Mills, con el motivo de promover la formación de jóvenes deportistas íntegros como personas y competitivos en la práctica de este deporte, a través del apoyo técnico, administrativo y profesional que les permita representar dignamente

a Guatemala tanto nacional como internacionalmente. Actualmente están ubicados en el tercer nivel del Edificio Polideportivo de la 12 Avenida y 27 Calle, Zona 5.

Se lleva a cabo una reunión en la instalaciones de la Asociación Deportiva Departamental de Tenis de Mesa de Guatemala -ADETEME- y se pudo observar que no cuenta con materiales digitales para promover este deporte por las diferentes plataformas sociales con las que posee actualmente. Adicional, no posee una página de Facebook pública para dar a conocer todo tipo de información a todos los seguidores del Tenis de Mesa. Por esta razón, a través de la comunicación y el diseño es necesario realizar materiales digitales con una línea gráfica adecuada al grupo objetivo, para dar a conocer toda la información y logros que han obtenido los tenimesistas de dicha asociación.

2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño

La Asociación Deportiva Departamental de Tenis de Mesa de Guatemala -ADETEME- carece de materiales digitales para anunciar en la red social Facebook las actividades que efectúan, lo cuál incide en que el público que gusta de este deporte no obtenga la información de las diferentes actividades que se realizan en las instalaciones de la Federación.

2.3 Justificación

Para sustentar las razones por las que se consideró importante el problema y la intervención del diseñador – comunicador, se justifica la propuesta a partir de cuatro variables: a) magnitud; b) trascendencia; c) vulnerabilidad; y d) factibilidad

2.3.1 Magnitud. Este proyecto de graduación tiene un alcance de 15 colaboradores de la Asociación Deportiva Departamental de Tenis de Mesa de Guatemala -ADETEME-, como se presenta en la siguiente gráfica:



2.3.2 Vulnerabilidad. La Asociación Deportiva Departamental de Tenis de Mesa de Guatemala -ADETEME- no cuenta con materiales digitales actualizados en la red social Facebook, lo cuál perjudica el conocimiento de las diferentes actividades y eventos que se realizan en la Federación.

2.3.3 Trascendencia. La falta de materiales digitales con una línea gráfica que impacte al grupo objetivo ha provocado que los seguidores de la Asociación Deportiva Departamental de Tenis de Mesa de Guatemala no se mantengan

interesados en la información de torneos, precios de inscripción, horarios de entrenamiento.

Con la elaboración de los materiales digitales se disminuirá la falta de información para que los seguidores se interesen de nuevo sobre las actividades que se realizan constantemente en las instalaciones de la Federación Nacional de Tenis de Mesa.

2.3.4 Factibilidad. Este proyecto de graduación sí es factible, dado que la Asociación Deportiva Departamental de Tenis de Mesa de Guatemala posee los siguientes recursos:

2.3.4.1 Recursos Humanos. La Asociación tiene el capital humano adecuado, y tiene la capacidad, conocimiento, experiencia y habilidades para el buen manejo de las funciones que se desempeñan dentro de la organización.

2.3.4.2 Recursos Organizacionales. La junta directiva de la Asociación Deportiva Departamental de Tenis de Mesa de Guatemala, autorizan al personal para que estén en disposición de brindar toda la información necesaria para llevar a cabo este proyecto.

2.3.4.3 Recursos Económicos. La Asociación carece de un presupuesto para la elaboración de los materiales digitales en redes sociales, el Profesional de Comunicación y Diseño José Alfredo Montalvo Herrera, donará la elaboración de estos materiales y su respectiva publicación, monto que asciende a Q7,392.00

2.3.4.4 Recursos Tecnológicos. El profesional de comunicación y diseño José Alfredo Montalvo Herrera cuenta con el equipo, conocimiento y herramientas indispensables para elaborar y producir el resultado del proyecto de graduación.

Capítulo III: Objetivos del diseño

Capítulo III: Objetivos del diseño

3.1 Objetivo general

Diseñar materiales digitales para anunciar en la red social Facebook, las actividades que realiza la Asociación Deportiva Departamental de Tenis de Mesa de Guatemala -ADETEME-.

3.2 Objetivos específicos

Recopilar información acerca de la Asociación por medio del brief que el cliente proporcione, y así enriquecer el contenido del material visual que se publicará.

Investigar términos, técnicas, conceptos y tendencias de diseño relacionadas al desarrollo de los materiales digitales a través de fuentes bibliográficas que respalden científicamente el diseño de materiales para redes sociales.

Diagramar el contenido de los materiales digitales al utilizar los materiales, equipos y procesos técnicos necesarios para la creación artística de piezas con un impacto visual en los seguidores del tenis de mesa.

Capítulo IV: Marco de referencia

Capítulo IV: Marco de referencia

4.1 Información general del cliente

Nombre: Asociación Deportiva Departamental de Tenis de Mesa de Guatemala

-ADETEME-

Dirección: 12 Av. 27 Calle, Zona 5, Edificio Polideportivo, 3er nivel.

Teléfono: 2383 3201

Correo: adetemeguatemala@gmail.com

Contacto: Mercedes Sanjay

Presentación

La Asociación Deportiva Departamental de Tenis de Mesa de Guatemala es la entidad deportiva encargada de formar jóvenes deportistas íntegros como personas y competitivos en la práctica de este deporte, a través del apoyo técnico, administrativo y profesional que les permita representar dignamente a Guatemala tanto nacional como internacionalmente.

Asimismo, es la máxima autoridad de su deporte en el sector federado en el Departamento de Guatemala, y está constituida por la Junta Directiva, entrenadores y tenimesistas individuales que practiquen el tenis de mesa y que se encuentren afiliados a la Asociación.

Misión: Tener el control, fomento, desarrollo, planificación, fiscalización y coordinación del tenis de mesa dentro del Departamento de Guatemala.

Visión: Desarrollar el tenis de mesa en un ambiente familiar, por medio del fomento de valores que le permitan al atleta crecer como persona integral y representar dignamente a Guatemala.

Valores: Los valores o principios que se cultivan en esta institución de acuerdo a su misión y visión son los siguientes:

- **Respeto.** Reconocer y aceptar a todas las personas, por su valor individual, comprender y aceptar que existen distintas creencias entre las personas, luchar por los derechos sin afectar los derechos de los individuos.
- **Honestidad.** Mantener un compromiso permanente con la verdad y ser congruentes entre pensamientos, dichos y acciones.
- **Responsabilidad.** Hacerse cargo de las acciones y de las consecuencias que estas podrían provocar, Cuidar de la integridad de la Federación, el de los atletas, las personas y procurar el bienestar de los demás.
- **Eficiencia.** Tener la capacidad de lograr los resultados deseados de las metas programadas en el tiempo planificado con los recursos asignados, para brindarle buen desempeño nacional e internacional del juego de Tenis de Mesa.

Organigrama



Organigrama 1, fuente de elaboración propia, según información obtenida por la secretaria de la Asociación Departamental de Tenis de Mesa de Guatemala.

4.1.5 FODA.

FORTALEZAS

1. La Asociación cuenta con la disponibilidad de nuevas estrategias de comunicación para dar a conocer su información.
2. El costo de la inscripción es baja, por lo que cualquier persona que quiera practicar este deporte es capaz de adquirir.
3. Los medios digitales tienen bastante auge en la era actual.

OPORTUNIDADES

1. La viralización de un contenido de calidad.
2. La cantidad de exposición en medios digitales sin ningún costo puede ser muy alta.
3. Grupo objetivo adecuado para poder capturar por medios digitales.

DEBILIDADES

1. No se cuenta con un presupuesto para poder apoyar los materiales digitales.
2. La mala administración de plataformas digitales hace que no se pueda explotar un medio de comunicación gratuito para dar a conocer información.
3. Falta de recurso humano y económico para poder desarrollar una estrategia de comunicación basada en medios digitales.

AMENAZAS

1. Una mala comunicación puede generar malos comentarios y por ende mala reputación a la Asociación.
2. Exposición abierta a todo público.
3. Debido a la falta del recurso humano, la poca disponibilidad para dar respuesta a los comentarios o dudas que surgen en los medios digitales.

Capítulo V: Definición del grupo objetivo

Capítulo V: Definición del grupo objetivo

La estrategia de comunicación está definida al grupo objetivo, que se define entre hombres y mujeres de 15 a 45 años de edad. Sin embargo, el grupo objetivo comunicacional está dirigido a hombres y mujeres de 15 a 25 años de edad, con el fin de promover el deporte del tenis de mesa y aumentar el contenido en redes sociales para la Asociación Deportiva Departamental de Tenis de Mesa de Guatemala -ADETEME-.

5.1 Perfil geográfico

Este proyecto se desarrollará en la Ciudad de Guatemala, en la República de Guatemala. El departamento de Guatemala está integrado por 17 municipios, la mayoría con un clima templado, una superficie de 2253 kilómetros cuadrados y una población total de 5,103,685 habitantes, siendo el municipio de Guatemala el más poblado con un aproximado de 2,450,212 habitantes.

5.2 Perfil demográfico

La demografía a evaluar para este proyecto es de hombres y mujeres de 15 a 25 años de edad del departamento de Guatemala, donde se ubican los niveles, C+, C, C- y D+ que residen en la Ciudad Capital de Guatemala y zonas aledañas. Los jóvenes cursan grados de educación académica en nivel medio y superior.

Las personas adultas cuentan con la educación media terminada, cursan educación superior, algunos ya poseen el nivel de licenciatura, maestría y doctorado. Laboran como ejecutivos de alto nivel, profesionales, empresarios, emprendedores, comerciantes, vendedores y de trabajo dependiente. Viven en casa o apartamento propio, o que alquilan con cuartos de dos cuatro cuartos y de uno a dos baños, con sala, garaje y que tienen vehículos propios.

5.3 Perfil psicográfico

El grupo objetivo a quien está dirigido este proyecto es a hombres y mujeres de 15 a 25 años, que actualmente ejercen como profesionales y que también están en proceso de formación académica.

Utilizan su tiempo libre para navegar por internet, y estar actualizados con el contenido de las diferentes plataformas sociales que existen. Les gusta estar informados sobre los acontecimientos sucedidos a nivel nacional e internacional y su interés por la salud física.

CARACTERÍSTICAS	Nivel C+	Nivel C	Nivel C-	Nivel D+
INGRESOS	Q25,600	Q17,500	Q11,900	Q7,200
EDUCACIÓN DE PADRES	Superior, licenciatura	Superior, licenciatura	Licenciatura	Media completa
EDUCACIÓN DE HIJOS	Colegios privados, U privadas y post grado extranjero con beca	Colegios privados, U privadas o estatal	Escuelas y universidad estatal	Escuelas
DESEMPEÑO	Ejecutivo medio, comerciante, vendedor	Ejecutivo, comerciante, vendedor, dependiente	Comerciante, vendedor, dependiente	Obrero, dependiente
VIVIENDA	Casa rentada, 2-3 cuartos, 2-3 baños, 1 sala, estudio, área de servicio, garage para 2 vehículos	Casa rentada o financiada, 1-2 cuartos, 1-2 baños, sala, garage para 2 vehículos	Casa rentada o financiada, 1-2 cuartos, 1-2 baños, sala	Casa rentada o financiada, 1-2 cuartos, 1 baño, sala
OTRAS PROPIEDADES	Sitios o terrenos en el interior por herencias			
PERSONAL DE SERVICIO	Por día	Por día, eventual	Eventual	
SERVICIOS FINANCIEROS	1-2 cuentas monetarias y ahorro, plazo fijo, 1-2 tarjetas de crédito internacional, seguro colectivo y salud	1 cuenta monetaria y ahorro, 1 tarjeta de crédito local	1 cuenta monetaria y ahorro, 1 tarjeta de crédito local	Cuenta de ahorro
POSESIONES	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	1 teléfono, 1-2 celulares, cable, internet, más de 2 TV, lavadora, computadora, electrodomésticos básicos	1 teléfono fijo, 1-2 celulares, cable, radio, 2 TV, electrodomésticos básicos	1 teléfono, celular cada miembro mayor, cable, radio, TV, electrodomésticos básicos	1 celular, cable, radio, TV, electrodomésticos básico
DIVERSIÓN	Cine, centros comerciales, parques temáticos locales	Cine, centros comerciales, parques temáticos locales	Cine eventual, centros comerciales, parques, estadio	Centros comerciales, parques, estadio

Fuente: Niveles Socioeconómicos 2015/Multivex

5.4 Perfil conductual

Jóvenes y adultos que les gusta la música y el deporte, están en constante movimiento, se preocupan por su salud física. Les gusta la tecnología y estar a la vanguardia con las actualizaciones que trae consigo el internet. Cuentan con un teléfono inteligente, tablet o computadora donde les permite ingresar a la web y ver sus redes sociales para estar informados de cualquier tipo de evento, hecho o acontecimiento.

Este proyecto beneficiará a hombres y mujeres de 15 a 25 años de edad, que consistirá en la realización de materiales digitales para que el grupo objetivo esté informado sobre los diferentes eventos que se realizan en las instalaciones de la Federación Nacional de Tenis de Mesa de Guatemala -FNTM-.

Capítulo VI: Marco Teórico

Capítulo VI: Marco Teórico

Se presentarán algunos conceptos relacionados a este proyecto, que respaldan y fundamentan el marco teórico, estos contribuyen a cumplir con los objetivos planteados.

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio

6.1.1 Deporte. Es la superación del juego al traspasar la línea divisoria entre diversión y dedicación, sin por ello dejar de provenir del juego. Posteriormente el deporte adquiere matices que le llevan a convertirse en trabajo, debido a que las exigencias requeridas por su práctica, que dejan en un segundo lugar el sentido de diversión, aunque no renuncia a éste.

Puede decirse que el deporte se convierte más en trabajo que en diversión y procura dar cierto sentido de las obligaciones que impone.

El deporte puede ser considerado como la magnificación del juego, expresada por la constante repetición de los ejercicios, a fin de conseguir la perfección física, técnica y táctica del jugador. Ello significa que si la práctica en el juego es natural, en el deporte se produce una vez que han sido analizadas las variables que pueden proporcionar un mejor rendimiento del jugador en la práctica del juego. (Alcoba, 2001)

6.1.2 Tenis de Mesa. El tenis de mesa es un deporte de pelota de interior para dos jugadores (competición individual) o cuatro (competición de dobles). Los jugadores se sirven de unas raquetas con las que golpean una pelota de celuloide sobre una mesa dividida en su mitad por una red. (Martínez, 1995)

6.1.3 Jugador. La responsabilidad del jugador es, por tanto, mayor que la del practicante de un juego, ya que la práctica se efectúa como esparcimiento, mientras en el deporte el jugador es consciente de que sus facultades físicas y experiencia le obliga una exigencia que no se impone al practicante del juego. (Alcoba, 2001)

Las aptitudes más importantes que debe tener un jugador de Tenis de Mesa son tres principalmente: reflejos, movilidad y coordinación. Al mismo tiempo debe reunir una buena preparación física, una gran capacidad de observación y un buen sentido de la anticipación.

En la actualidad, los países del área asiática están a la cabeza de este deporte. Coreanos, chinos y japoneses se han apoderado del dominio técnico de esta especialidad que junto a los suecos y alemanes son los mejores jugadores del mundo. (Martínez, 1995)

6.1.4 Federación deportiva. Son entidades privadas jurídica propia, cuyo ámbito de actuación se extiende al conjunto del territorio del Estado, en el desarrollo de las competencias que le son propias integradas por Federaciones deportivas de ámbito autonómico, clubes deportivos, deportistas, técnicos, jueces y árbitros, ligas profesionales si las hubiese, y otros colectivos interesados que promueven, practican o contribuyen al desarrollo del deporte. (Blanco, Burriel, Camps, Carretero, Landaberea, Montes, 2006)

6.1.5 Asociación deportiva. Una asociación deportiva tendrá por objeto la promoción de una o varias modalidades deportivas, la práctica de éstas por sus asociados, así como, en su caso, la participación en actividades y competiciones deportivas.

Una asociación es una entidad sin ánimo de lucro que se constituye para conseguir un objetivo social. Todas las asociaciones funcionan como una persona jurídica cuyo beneficio o excedente económico no se pueden repartir entre los socios anualmente, ya que tiene que ser una entidad sin ánimo de lucro. Dichos beneficios deberán reinvertirse en el cumplimiento de los objetivos de la entidad.

Lo principal antes de crear una asociación o club es saber qué ámbito de actuación le queremos dar. En función de ello usted puede decidirse entre los ámbitos Estatal o Autonómico. (Maestre, Brotóns, Manzano, 2002)

6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño

6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación.

6.2.1.1 Comunicación. La comunicación es la acción por la que se hace participar a un individuo o a un organismo situado en una época, en un punto R dado, en las experiencias y estímulos del entorno de otro individuo de otro sistema situado en otra época, en otro lugar e, utilizando los elementos de comunicación que tienen en común. (Morales, 1975)

La palabra comunicación viene del latín “comunis”, “comunicare”. Según esto deberíamos aceptar por comunicación la acción de comunicar, de establecer una comunidad de interpretación con alguien, al compartir información, ideas, conceptos o actitudes. Algunos definen comunicación diciendo que la sociedad es comunicación, otros dicen que es la respuesta discriminada de un organismo a un estímulo, los demás adjudican a la comunicación el rol de impartir información y dicen también que es interacción.

Sea cual fuere la definición que más nos acomode, podemos decir sin temor a error que la comunicación es un atributo del ser humano (entendiendo por esto la comunicación de: ideas, conceptos, actitudes, valores, etc.) y que el hombre, de una forma u otra, se encuentra siempre envuelto en una o varias formas del proceso de comunicarse con sus semejantes y el medio que lo rodea. (Molestina, 1970)

6.2.1.2 La ciencia de la comunicación. Emitir y percibir mensajes es establecer diálogo entre uno mismo y el entorno. El hombre se propone, pues, a través del medio artificial que él se ha creado (cultura) y que ha superpuesto al cuadro natural del

entorno de donde ha salido, describir el mundo, iniciando así una larga serie de paradojas. Para resolver este problema filosófico, los psicólogos han introducido el concepto de observador, individuo que se supone exterior al hombre en situación y a los hombres en comunicación, no implicado en sus calores, y que se expresa en un metalenguaje (un lenguaje a propósito del o de los lenguajes), dirigido por igual a los que como él están fuera del circuito de comunicación que se estudia. (Morales, 1975)

6.2.1.3 Comunicación y diseño. El diseñador de comunicación visual trabaja en la interpretación, el ordenamiento y la presentación visual de mensajes. Su sensibilidad para la forma debe ser paralela a su sensibilidad para el contenido. Un diseñador de textos no ordena tipografía, sino que ordena palabras, trabaja en la efectividad, la belleza, la pertinencia y la economía de los mensajes. Este trabajo, más allá de la cosmética, tiene que ver con la planificación y estructuración de las comunicaciones, con su producción y con su evaluación. (Frascara, 2006)

6.2.1.4 Publicaciones. Las publicaciones son plataformas que nos permiten compartir contenido con trabajadores, clientes o cualquier persona en la Red, de tal manera que aportamos un valor en el contenido que publicamos.

Por ejemplo, podemos decidir compartir todos los powerpoints de las presentaciones y conferencias que realiza nuestra empresa. Con esto conseguiremos por un lado incrementar el branding de nuestra marca y por otro la posibilidad de mejorar nuestro posicionamiento como expertos en el tema del que se habla. Destacar también que podemos utilizar estas plataformas como canal de captación de emails con el fin de incrementar la base de datos de nuestros potenciales clientes. (Merodio, 2010)

6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño.

6.2.2.1 *Diseño.* El diseño es un proceso de creación visual con un propósito. A diferencia de la pintura y de la escultura, que son la realización de las visiones personales y los sueños de un artista, el diseño cubre exigencias prácticas. Una unidad de diseño gráfico debe ser colocada frente a los ojos del público y transportar un mensaje prefijado. Un producto industrial debe cubrir las necesidades de un consumidor. En pocas palabras, un buen diseño es la mejor expresión visual de la esencia de “algo”, ya sea esto un mensaje o producto. (Wong, 1995)

6.2.2.2 *Diseño gráfico.* El diseño gráfico, a partir de ideas, conceptos, textos e imágenes, presenta mensajes de forma visualmente atractiva en medios impresos, electrónicos y audiovisuales. El diseño gráfico impone un orden y una estructura al contenido a fin de facilitar el proceso de comunicación, para que el mensaje sea captado y comprendido por el público al que va dirigido. Un diseñador cumple su objetivo manipulando los elementos, que pueden ser de carácter filosófico, estético, sensorial, emocional o político. (Ambrose, 2009)

6.2.2.3 *Redes sociales.* Redes Sociales no son más que la evolución de las tradicionales maneras de comunicación del ser humano, que han avanzado con el uso de nuevos canales y herramientas, y que se basan en la co-creación, conocimiento colectivo y confianza generalizada.

Dentro de estos nuevos canales podemos encontrar multitud de clasificaciones diferentes como son blogs, agregadores de noticias, wikis... que usados conjuntamente nos permiten una potencial interacción con miles de personas con nuestras mismas inquietudes.

Las Redes Sociales podemos categorizarlas en varias opciones en función de su utilidad y aplicaciones, y en este aspecto he mismo multitud de variantes, por lo que no hay una mejor que otra sino diferente manera de ver las cosas, y en mi caso veo 15 categorías de Redes Sociales:

- Redes Sociales
- Publicaciones
- Fotografías
- Audios
- Videos
- Microblogging
- Emisión en Streaming
- Videojuegos
- Juegos
- Aplicaciones de Productividad
- Agregadores de Noticias
- RSS
- Búsquedas
- Móviles
- Interpersonales

(Merodio, 2010)

6.2.2.4 Diagramación. Es la distribución y organización de elementos de un mensaje mediante criterios de jerarquización (importancia) buscando la

funcionalidad del mensaje (fácil lectura) bajo una apariencia estética agradable utilizando una adecuada aplicación de tipografías y colores.

Cuando hablamos de los fundamentos de la diagramación nos referimos en esencia a los fundamentos del diseño gráfico: la tipografía, el color y la composición.

Cuando queremos organizar un material de lectura necesitamos saber:

- Qué es lo que vamos a organizar (textos e imágenes)
- Cómo lo vamos a organizar (criterios de tipografía, color y composición)

(Cumpa, 2002)

6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias

6.3.1 Ciencias auxiliares.

6.3.1.1 *Semiología.* La semiología es la ciencia que estudia los sistemas de signos: lenguas, códigos, señalizaciones, etc. De acuerdo con esta definición, la lengua sería una parte de la semiología. En realidad, se coincide generalmente en reconocer al lenguaje un status privilegiado y autónomo que permite definir a la semiología como “el estudio de los sistemas de signos no lingüísticos”, definición que adoptaremos aquí.

La semiología fue concebida por Ferdinand de Saussure como “la ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de la vida social”, donde Saussure destaca la función social del signo. (Guiraud, 1972)

6.3.1.2 *Psicología.* Definimos a la psicología como la ciencia de la conducta y los procesos mentales. La palabra clave en esta definición es ciencia. Los psicólogos confían en el método científico cuando tratan de responder preguntas. Obtienen datos a partir de la observación cuidadosa y sistemática. De esta forma, al igual que todos

los científicos, los psicólogos usan el método científico para describir, entender, predecir y, a la larga, obtener cierto grado de control sobre lo que estudian. (Morris, Maisto, 2005)

6.3.1.3 Psicología del color. La psicología del color es un campo de estudio que está dirigido a cómo las personas perciben y se comportan ante distintos colores, así como las emociones que suscitan en ellos dichos tonos. Hay ciertos aspectos subjetivos en la psicología del color, por lo que cabe mencionar que pueden existir ciertas variaciones en la interpretación y el significado entre culturas.

La psicología del color investiga cómo los colores afectan a un individuo. Los colores pueden cambiar la percepción, alterar los sentidos, emocionar, entre otras consecuencias. Los colores tienen el poder de mejorar la memoria y atención e incluso el poder de influir en la toma de una decisión. Conocer el significado de los colores es clave para entender mejor la conducta. (Arranz, 2017)

6.3.1.4 Cibernética. Podemos definir que la cibernética consiste en una ciencia de las leyes generales de la comunicación, aplicadas a una diversidad de entidades, en la cual el concepto de información ocupa un lugar privilegiado en las formas de comprender al ser humano y sus relaciones con el ambiente. Según el enfoque cibernético, la comunicación representa “el modo de ser” de todos los fenómenos y, por lo tanto, su estudio no debe asumirse como un saber más, sino como el elemento común de todas las disciplinas. (Siles, 2007)

6.3.2 Artes.

6.3.2.1 Tipografía. Es el arte de poder comunicar mediante la utilización de la palabra impresa, para transmitir las palabras de una forma innovadora, elegante y eficaz.

Consiste en crear tipos con el fin de comunicar un mensaje. También, se encargada de estudiar y clasificar los distintos tipos de fuente en familias, según sus características.

Una tipografía juega el papel de intermediario entre los mensajes emitidos por la marca y las ideas del diseñador, pues de acuerdo con el estilo o apariencia de los caracteres, provoca distintas impresiones que pueden ser utilizadas para identificar el tono de voz del autor o cliente. La tipografía por sí misma puede persuadir y reforzar ideas con las palabras.

Para escoger la tipografía ideal, es necesaria su clasificación, por familia o aspecto, por lo que la tipografía se divide en:

-Serif: Letras que poseen pequeñas líneas en las terminaciones, en los trazos verticales o diagonales. La utilidad de la serif es facilitar la lectura, pues estas crean en el ojo la ilusión de una línea horizontal por la que la vista se desplaza al leer. Son utilizadas en periódicos, libros y revistas, así como en publicaciones con textos extensos.

-Sin serif/Palo seco: Aquellas que no poseen ningún tipo de terminación, y son consideradas como inadecuadas para un texto largo pues la lectura resulta tediosa. Debido a su fácil lectura, son utilizadas en titulares, rótulos, anuncios y publicaciones de textos cortos.

La tipografía se divide en distintas ramas, y la tipografía creativa es una de ellas. Esta rama de la tipografía le da prioridad a comunicar un mensaje como una imagen, utilizando la famosa metáfora visual. Para esto se toman en cuenta las siguientes características:

- Distintos estilos
- Imágenes
- Composición variada
- Interlineados
- Contornos
- Ruptura de líneas.

(Santa María, 2014)

6.3.2.2 Fotografía. Puede referirse a utilizar imágenes grabadas para “escribir” sobre nuestros ojos, para comunicar o transmitir información a nosotros a través de un canal gráfico. Una fotografía comunica, transmite información, conmueve y todo esto sucede en un tiempo muy corto. (Ritchey, 2006)

La fotografía es, sobre todo, una manifestación que por su extraordinaria capacidad de cortar la realidad en milésimas de segundo, puede cargar consigo una serie de contenidos culturales sujetos de ser analizados por la sociología. (Suárez, 2008)

6.3.3 Teorías.

6.3.3.1 Teoría del color. Para intentar definir color, podríamos decir que el color es la sensación, resultante de la estimulación visual, por parte de determinadas longitudes de onda de la luz.

El color es un atributo de los objetos que los percibimos cuando hay luz, que a través del sentido de la vista, nos permite captar las imágenes.

Los colores definen y aportan la identidad de una marca a los ojos del receptor del mensaje visual, y en ello se encuentra esa su eficacia comunicativa. (Guzmán, 2011)

6.3.4 Tendencias.

6.3.4.1 *Tendencias en redes sociales.* Según Hotmart (2019)

6.3.4.1.1 *Fast Content / Contenido Efímero.* Como usuarios, cada vez somos más impacientes, queremos la información de manera inmediata. Por eso, desde que los teléfonos inteligentes se han convertido en principal puerta de entrada a Internet, las redes sociales nos acompañan a todos lados, y en nuestros pequeños tiempos libres nos dedicamos a ver las redes sociales. Por eso el usuario prefiere el fast content; contenido corto concentrado con la información precisa que permita saltar de una a otra con rapidez.

Esta tendencia comenzó con la red social Snapchat y sus “snapshots”, contenidos que desaparecían a los 10 segundos desde que el receptor viera el mensaje. Luego llegaron las “stories” tanto a Snapchat, Facebook y por supuesto a Instagram, que se convirtió en la red social de moda. Las marcas deben adecuar sus estrategias de comunicación a esta tendencia, informado al usuario de su producto o servicio de forma rápida y condensada.

6.3.4.1.2 *Marketing de Influencia.* Esta tendencia toma fuerza cuando nuestro producto o servicio es recomendado por un tercero, la confianza de los consumidores aumenta. Por eso, esta forma de marketing es indiscutible, por eso grandes marcas esperan llevar a cabo contratos y campañas con líderes de opinión en un futuro.

Durante 2017, el 86% de los anunciantes utilizaron influencers, y de ellos un 92% quedaron satisfechos con el resultado. Por eso, para una efectiva campaña de marketing de influencia, es necesario elegir de manera adecuada al influencer, y que sea acorde a nuestro grupo objetivo.

6.3.4.2 Tendencias en diseño gráfico. Según McCready (2019)

6.3.4.2.1 *Colores vívidos.* En la comunicación de diseño en las últimas tendencias se puede apreciar colores intensos, brillantes, con luz, combinación de colores contrastante uno con otro; podemos apreciar colores amarillos combinados con morado, degradados de agua hacia un azul pavo.

Esto se ha debido al rechazo de lo simple, de lo aburrido o plano, un ejemplo de esto son las marcas como Apple, Spotify que agregaron colores vívidos a sus diseños, en sus presentaciones de producto, en donde las marcas ya piensan en utilizar colores vívidos como estrategia creativa y de marca para capturar la atención de sus consumidores de una manera más rápida y eficaz.

6.3.4.2.2 *Tipografías llamativas.* Se logran apreciar una gran variedad de fuentes en estos tiempos, en donde se utilizan de una mejor manera, en negrilla o mayúsculas. Los textos con fuentes en negrilla hacen más fácil su lectura en las redes sociales y dispositivos móviles, además que proyectan de forma instantánea una fuerte innovación e individualidad. Marcas como Adidas o Samsung presentan una gama de ejemplos en esta tendencia.

6.3.4.2.3 *Colores claros y oscuros.* Las grandes marcas de la tecnología están utilizando diseño de doble color. Estos usan varios tonos para que sean más útiles

para el usuario, el esquema que usan de color dual juega con la visión para crear contraste y tendencia.

6.3.4.2.4 *Duotonos / Degrades*. Los degrades son una de las formas que hacen la creación de volumen, utilizando colores vividos y patrones futuristas, dejando de ser los típicos fondos planos. Los duotonos son otra estrategia de diseño que van muy bien con las otras tendencias, lucen futuristas y coloridos, cambiando los blancos y negros a dos colores contrastantes.

6.3.4.2.5 *Fotografías auténticas*. Las fotos son la imagen de la marca, demuestran un target, un estilo, una forma mas fácil para comunicar al consumidor que así lo ve la marca y así lo hace participe de ella. Son fotografías muy editadas, mas auténticas, naturales, representando escenas reales o genuinas que en algunos casos, es mejor mostrar algo que se puede realizar. En algunos casos las fotos llevan la combinación de otras tendencias, usando degrades o contrastes de colores en ellas para que se vuelva una sola comunicación.

Tablero de tendencias, donde se muestra la recopilación de ideas con base a las tendencias de diseño seleccionadas para aplicar en el proyecto de graduación.



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

El responsable de resolver los problemas de la comunicación visual es el diseñador gráfico, que tiene la capacidad de identificar las soluciones con teorías y conocimientos prácticos que ha adquirido en su carrera, los trabajos se realizan mediante algunas disciplinas que juntas se complementan y logran justificar la solución.

El diseño gráfico como todas las ciencias, se mantiene innovando constantemente y sufriendo transformaciones para lograr acertar las soluciones ante los diversos problemas de comunicación que se encuentre una empresa o producto.

El proyecto “Diseño de Materiales Digitales para anunciar en la red social Facebook, las actividades que realiza la Asociación Deportiva Departamental de Tenis de Mesa de Guatemala -ADETEME-“ requiere el uso y aplicación de ciencias auxiliares como fundamento para sustentar dicho proyecto.

El presente proyecto de graduación cuenta con la cantidad suficiente de investigación y conocimiento que respaldan la información, siendo fundamentales para orientar las decisiones de diversos trabajos. Estas ciencias mantienen relación con el diseño gráfico para brindar a hombres y mujeres de 15 a 25 años de edad de la Ciudad Capital de Guatemala, una serie de materiales digitales en redes sociales que comunique la información sobre la Asociación Deportiva Departamental de Tenis de Mesa -ADETEME-.

7.1.1 Comunicación. La comunicación es la disciplina en la que se encuentra fundamentado el proyecto, junto con el diseño gráfico para crear la solución del problema.

Este proyecto resuelve la falta de conocimiento en la población de la Ciudad Capital sobre la Asociación Deportiva Departamental de Tenis de Mesa de Guatemala.

7.1.2 Diseño gráfico. El diseño gráfico apoyará visualmente los mensajes que se necesitan comunicar. En la aplicación aportará la propuesta del proyecto, iniciando por los bocetos hasta las propuestas gráficas finales.

Esta rama del diseño proporciona los elementos que sean necesarios para crear un material final atractivo y genere impacto en la sociedad. El resultado final de este proyecto se apreciará por plataformas, medios y dispositivos digitales.

7.1.3 Diseño digital. Este proyecto al tratarse de materiales para utilizar en los diferentes medios digitales, el producto final no será impreso, por lo que se comunicará por medio de plataformas y dispositivos digitales.

7.1.4 Redes sociales. Gran parte de la comunicación en medios digitales se realizará en las redes sociales, ya que es un medio gratuito y con gran capacidad de alcance en las personas de la Ciudad Capital.

7.1.5 Diagramación. Como en todas las piezas de publicidad es necesaria una maquetación con los diferentes elementos que contarán los materiales digitales, por lo que la diagramación es un aspecto fundamental para que los materiales puedan generar un impacto positivo en el grupo objetivo.

7.1.6 Tipografía. La tipografía es un elemento de gran apoyo en los diferentes materiales publicitarios, por eso es de gran importancia la correcta elección de un grupo de tipografías, para que el mensaje a comunicar sea recibido por el grupo objetivo de manera clara.

7.1.7 Fotografía. Las fotografías son un elemento poderoso, se puede describir muy bien las acciones o resaltar los elementos gráficos, y por ser medios digitales tienen que ser materiales que hablen por sí mismos, por lo que en este proyecto es necesario el uso de fotografías.

7.1.8 Colores vívidos. Por ser una de las tendencias que está en pleno apogeo, es necesario adecuar esta tendencia gráfica, utilizando las diferentes gamas de colores con la suficiente tonalidad y contraste, para poder generar un impacto en todos los materiales digitales en que se comunicarán las piezas gráficas.

7.1.9 Duotonos / degradés. Definir una paleta de colores para utilizarla en una línea gráfica para una entidad o empresa es de gran ayuda, ya que permite realizar la mezcla de estos colores y lograr una mezcla visualmente agradable. Es una de las tendencias en diseño gráfico y digital, por lo cual al utilizarla en este proyecto aseguramos tener un buen impacto visual.

7.1.10 Colores claros y oscuros. En un material digital, es importante obtener un contraste, y por lo general esto se logra al mezclar un color claro y otro oscuro lo que genera una combinación fácil de identificar para el grupo objetivo.

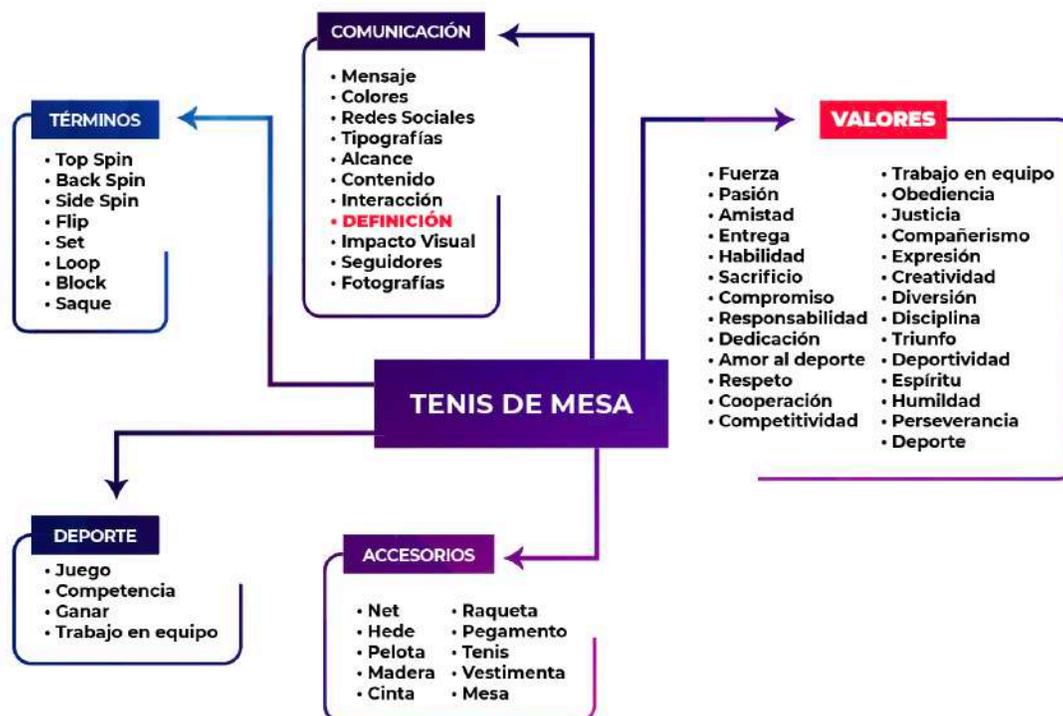
7.2 Conceptualización

7.2.1 Método. Para un proyecto de comunicación y diseño es necesario conceptualizar, y esto significa determinar la o las ideas que permitirán estructurar y fundamentar el mensaje y la propuesta gráfica. Para este proyecto, el método a utilizar para conceptualizar será “mapas mentales”. Esta técnica de creatividad es popularizada por Tony Buzan, quien fue un gran investigador en el campo de la inteligencia y presidente de la Brain

Foundation. Se trata de un diagrama utilizado para representar palabras, ideas, tareas u otros conceptos ligados partiendo de una palabra clave o de una idea central.

Los mapas mentales son un método muy eficaz, para extraer y memorizar información. Son una forma lógica y creativa de tomar notas, organizar, asociar y expresar ideas, que consiste en plasmar las ideas principales sobre un tema y es representado por medio de dibujos, imágenes o puede no llevarlas e identificarlas únicamente con colores.

Esta técnica es de múltiples usos, pero su principal aplicación para el desarrollo del proceso creativo es la exploración del problema y generación de ideas a través de la unión de palabras. Por lo general, los mapas mentales se pueden mejorar y enriquecer visualmente ayudados de colores, imágenes, códigos y dimensiones que les proporciona jerarquía, distinción y peso. (Fuente: neuronilla.com)



Mapa mental, fuente de elaboración propia, según información obtenida de la investigación realizada.

7.2.2 Definición del concepto. Luego de aplicar la técnica de “Mapas mentales” por Tony Buzan, se obtuvo la frase conceptual para elaborar el proyecto: “*Valores que te definen*”. En este concepto se basará el diseño y la comunicación para la Asociación Deportiva Departamental de Tenis de Mesa de Guatemala.

El objetivo y significado que tiene este concepto es empoderar a todas aquellas personas que quieran sumarse a la práctica de este deporte, ya sea que lo practiquen por entretenimiento o de manera profesional. Lo que se quiere alcanzar con el desarrollo de los materiales digitales es que más gente pueda tener en cuenta un deporte que no es muy practicado en este país de manera profesional, y así incrementar la afluencia de personas en las instalaciones de la Federación Nacional de Tenis de Mesa de Guatemala, ubicadas en la zona 5 de la Ciudad Capital.

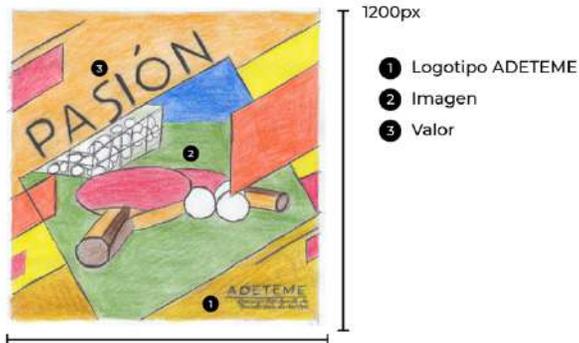
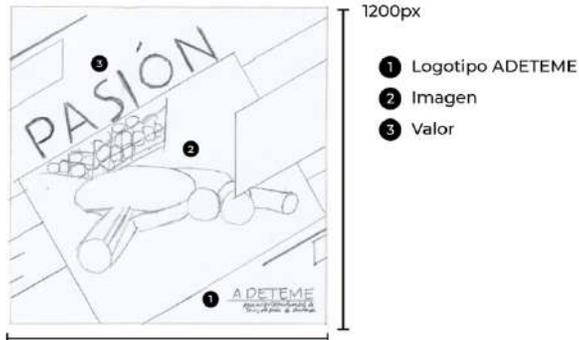
7.3 Bocetaje

Las primeras ideas que se realizaron acerca del concepto establecido fueron plasmadas en papel y lápiz, para después pulirlas con rapidógrafo y crayones de colores para mejorar la claridad del diseño y que sea más exacta la idea al momento de digitalizar la propuesta.

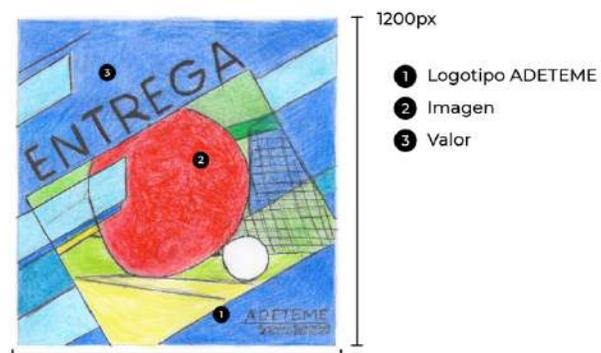
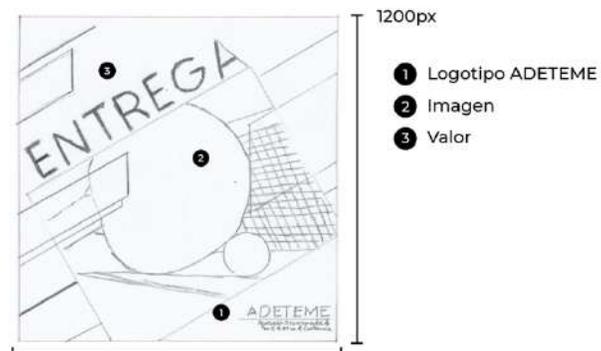
7.3.1 Proceso de bocetaje. Se realizaron los bocetos de los materiales digitales.

Propuesta 1

Pieza 1



Pieza 2

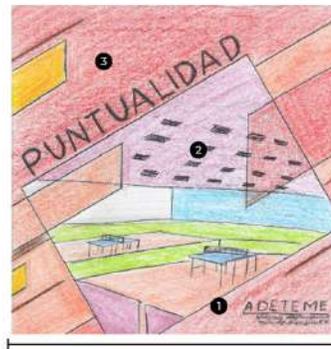


Pieza 3



1200px

- 1 Logotipo ADETEME
- 2 Imagen
- 3 Valor

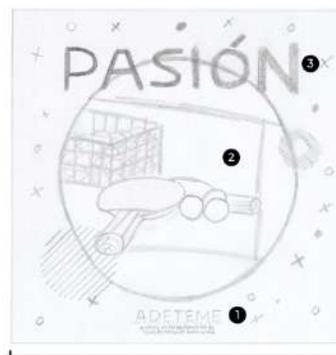


1200px

- 1 Logotipo ADETEME
- 2 Imagen
- 3 Valor

Propuesta 2

Pieza 1



1200px

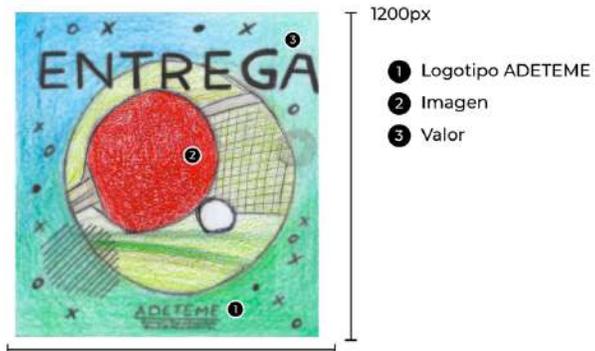
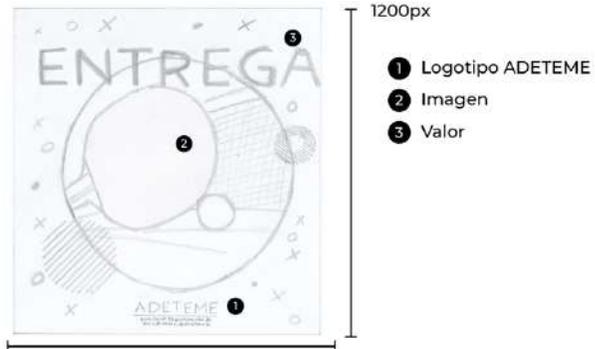
- 1 Logotipo ADETEME
- 2 Imagen
- 3 Valor



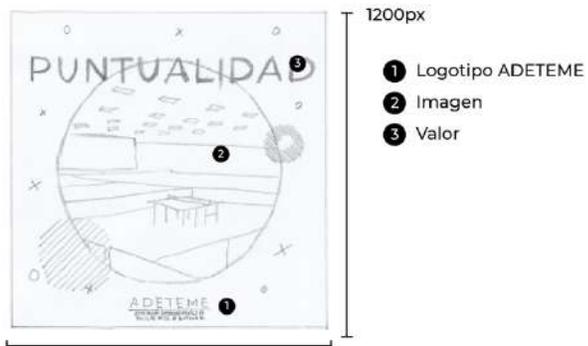
1200px

- 1 Logotipo ADETEME
- 2 Imagen
- 3 Valor

Pieza 2



Pieza 3

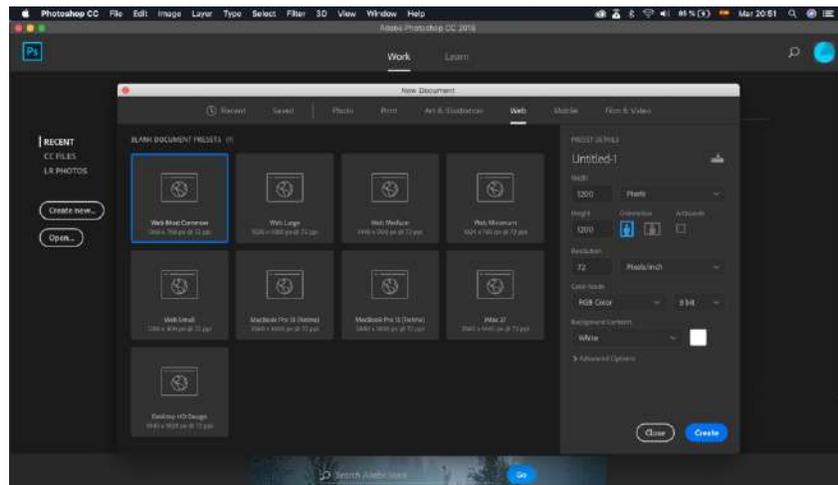


7.3.2 Proceso de digitalización de los bocetos. Digitalización de propuesta de materiales digitales para la Asociación Deportiva Departamental de Tenis de Mesa de Guatemala -ADETEME-, utilizando el software Adobe Photoshop CC.

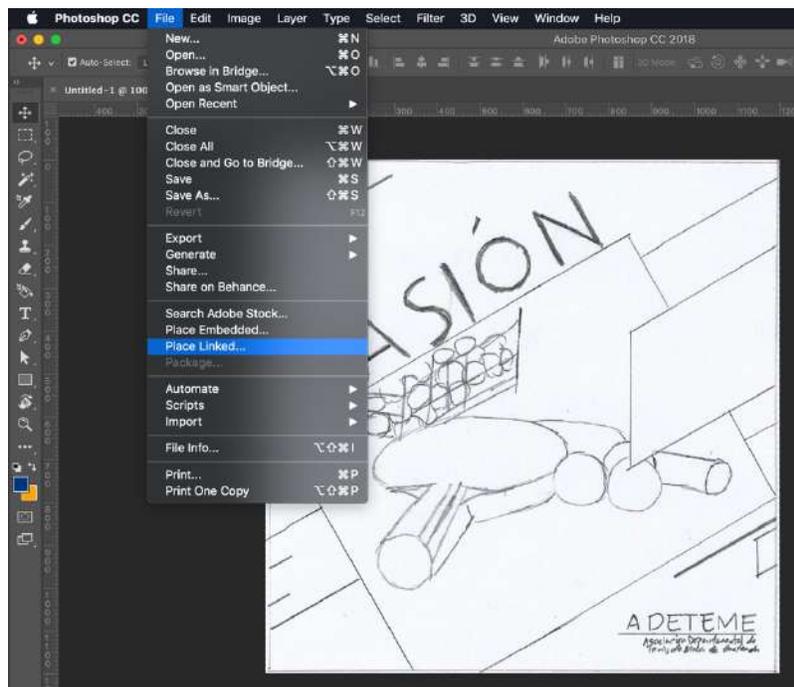
Propuesta 1

Pieza 1

Apertura de Adobe Photoshop CC y colocar dimensiones de la pieza.



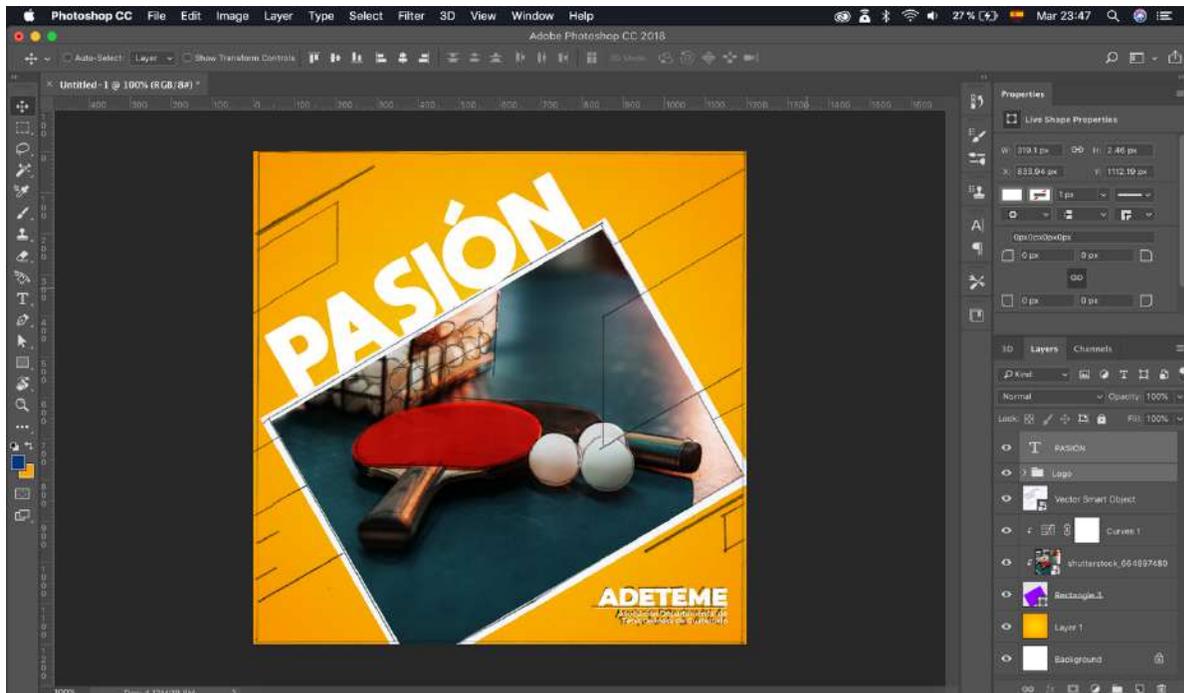
Se colocó el boceto en el documento para realizar la digitalización.



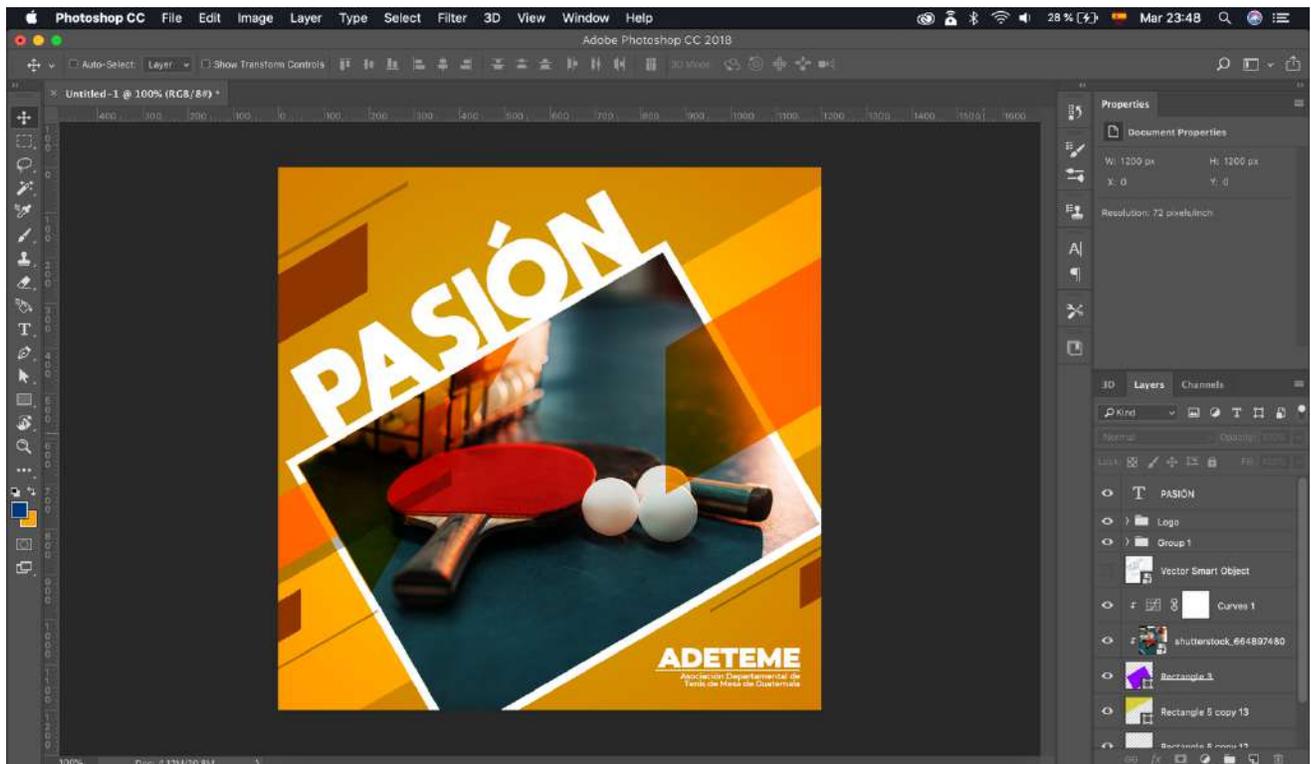
Se colocó el fondo con degradé y se recortó la imagen dentro de un rectángulo.



Se seleccionó una tipografía San Serif para el texto de la pieza.

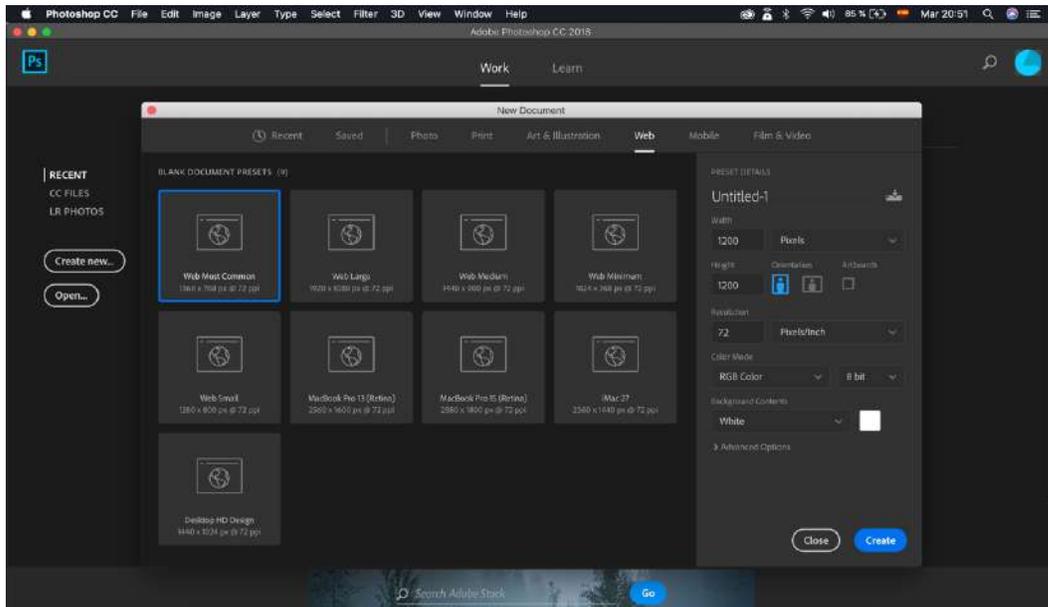


Se agregaron los elementos y detalles faltantes a la pieza.

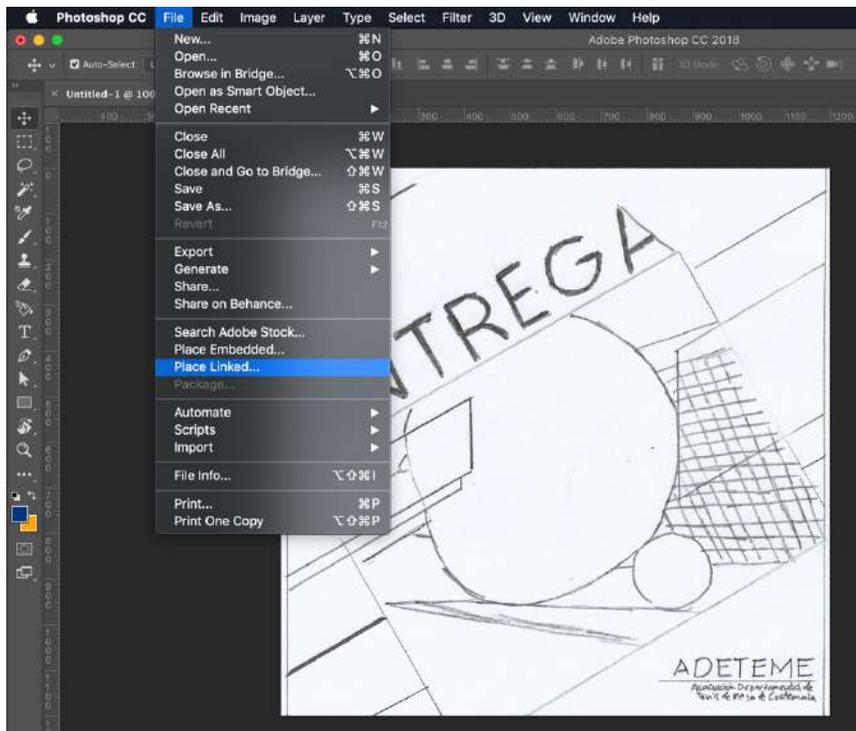


Pieza 2

Apertura de Adobe Photoshop CC y colocar dimensiones de la pieza.



Se colocó el boceto en el documento para realizar la digitalización.



Se colocó el fondo con degradé y se recortó la imagen dentro de un rectángulo.



Se seleccionó una tipografía San Serif para el texto de la pieza.

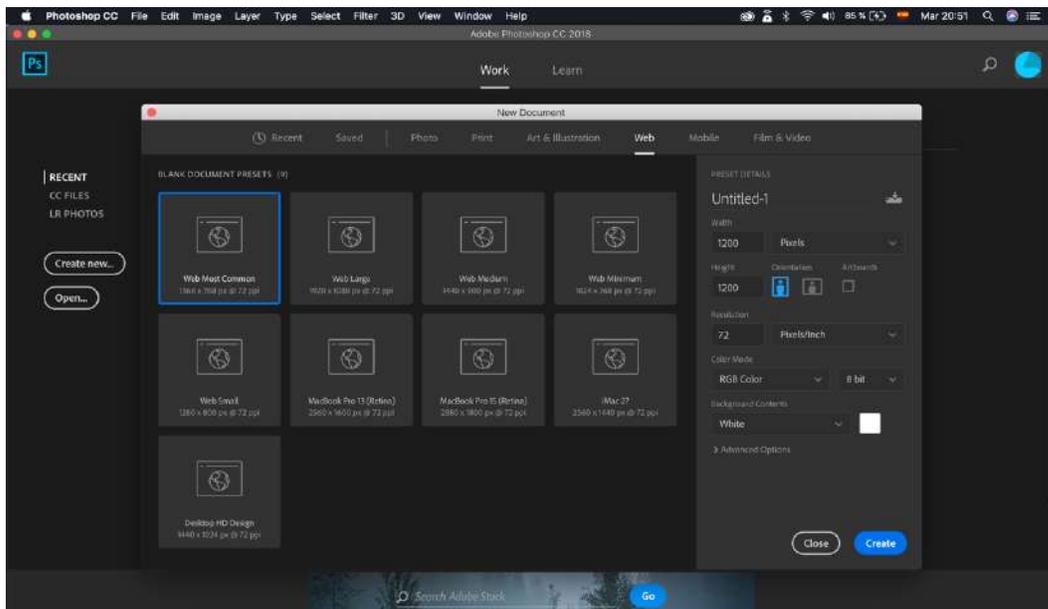


Se agregaron los elementos y detalles faltantes a la pieza.

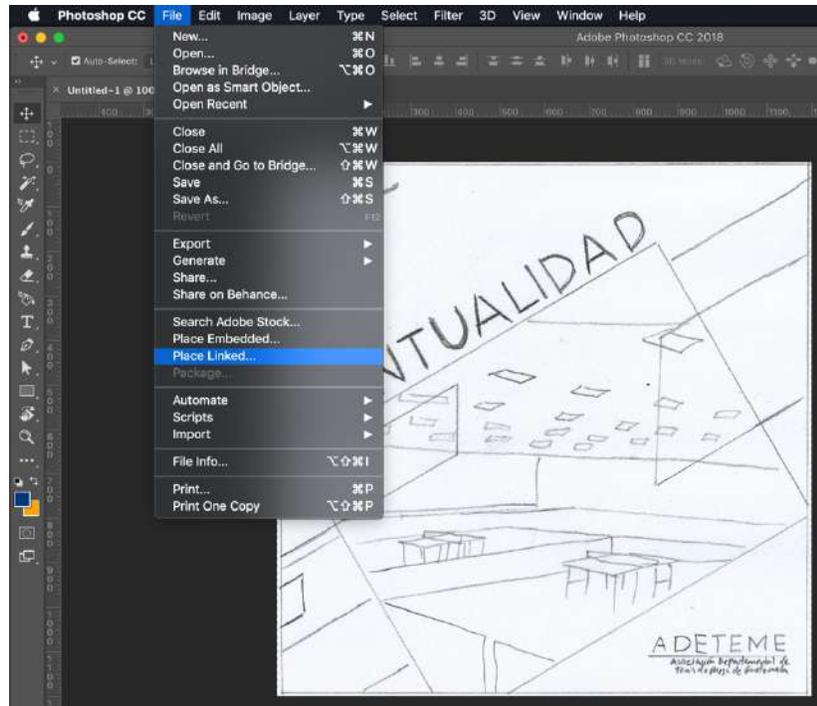


Pieza 3

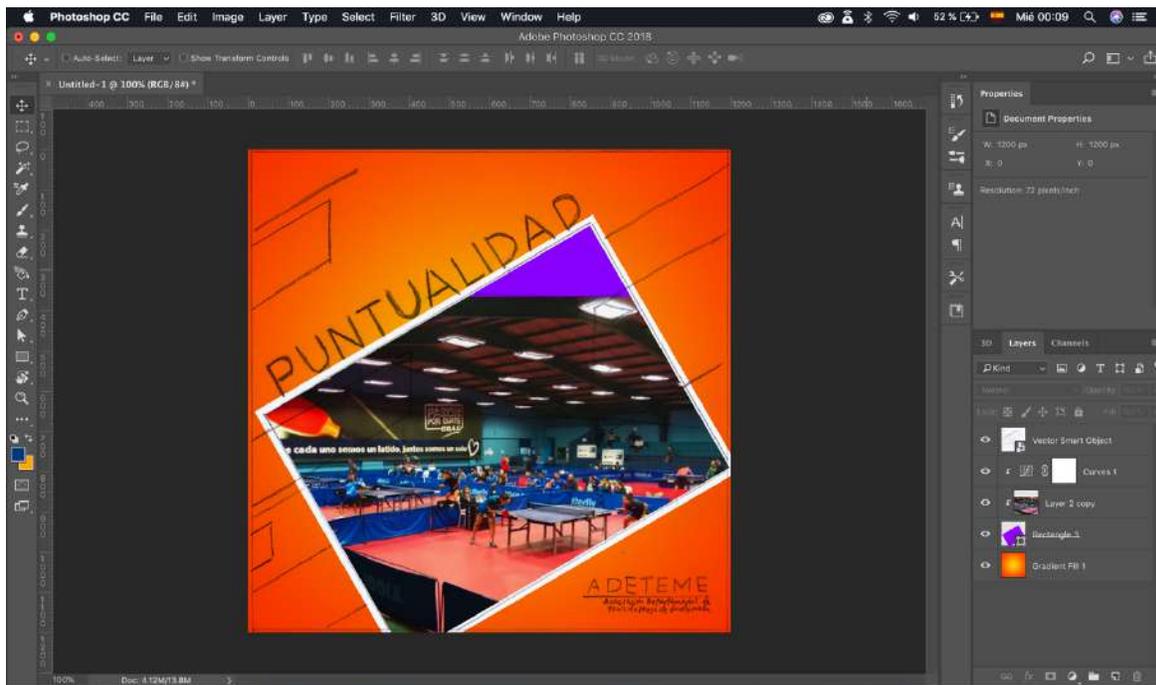
Apertura de Adobe Photoshop CC y colocar dimensiones de la pieza.



Se colocó el boceto en el documento para realizar la digitalización.



Se colocó el fondo con degradé y se recortó la imagen dentro de un rectángulo.



Se seleccionó una tipografía San Serif para el texto de la pieza.



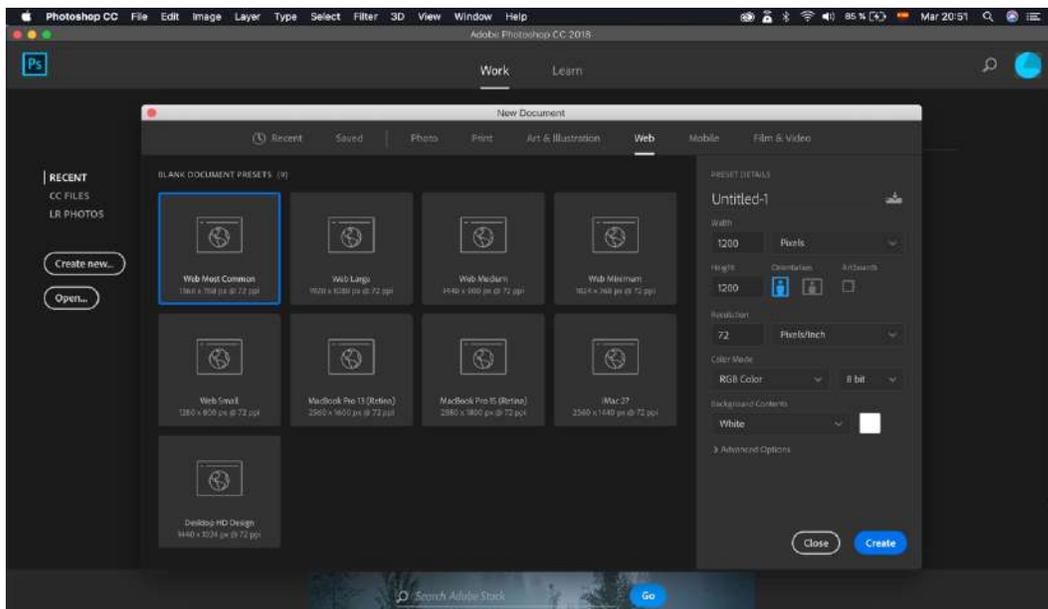
Se agregaron los elementos y detalles faltantes a la pieza.



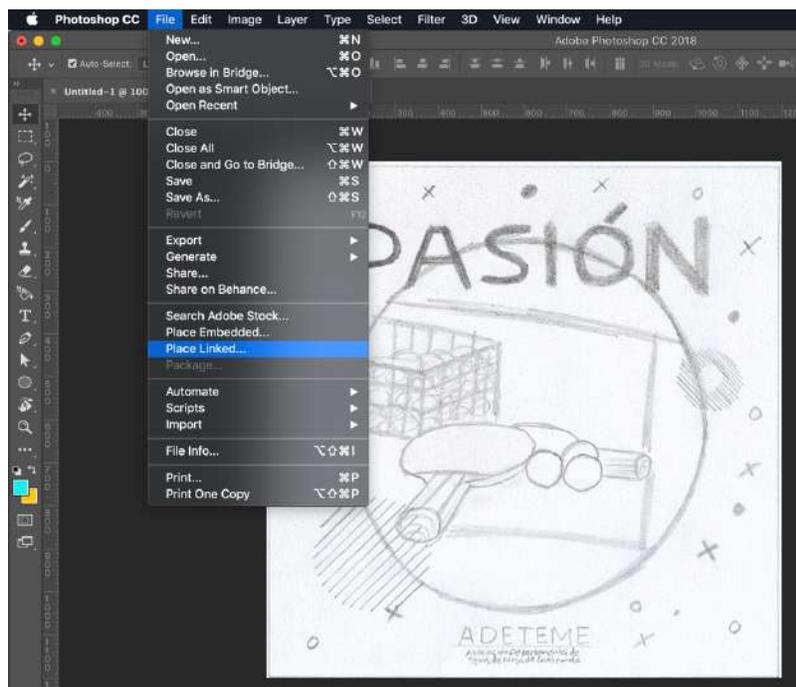
Propuesta 2

Pieza 1

Apertura de Adobe Photoshop CC y colocar dimensiones de la pieza.



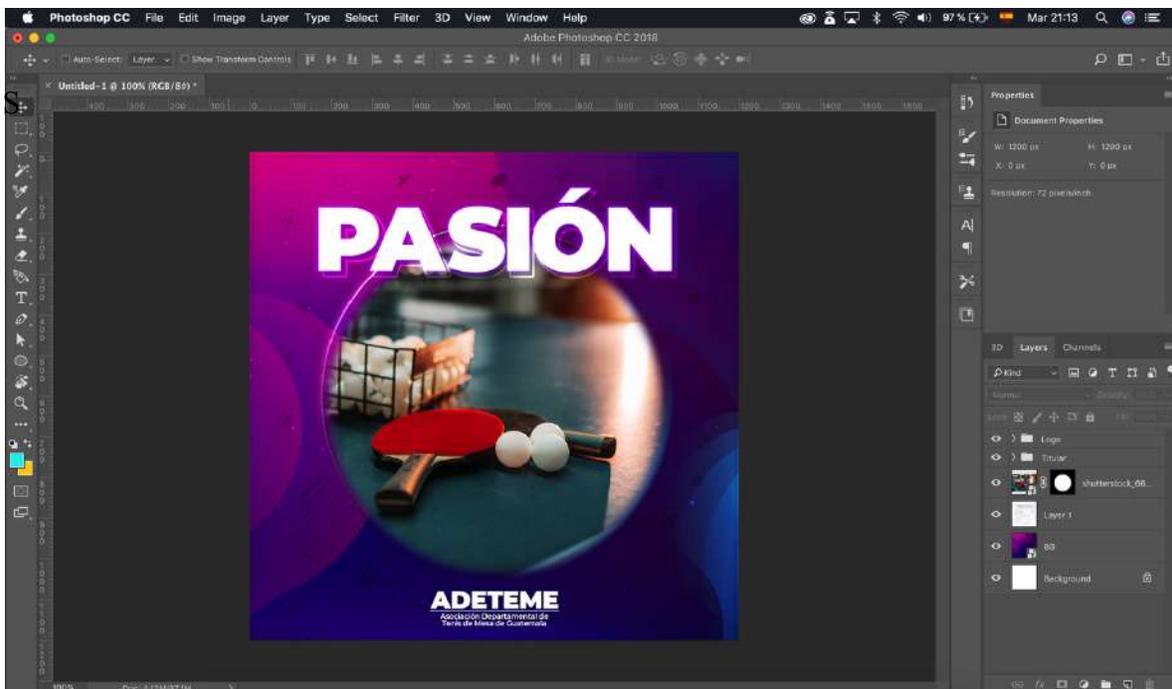
Se colocó el boceto en el documento para realizar la digitalización.



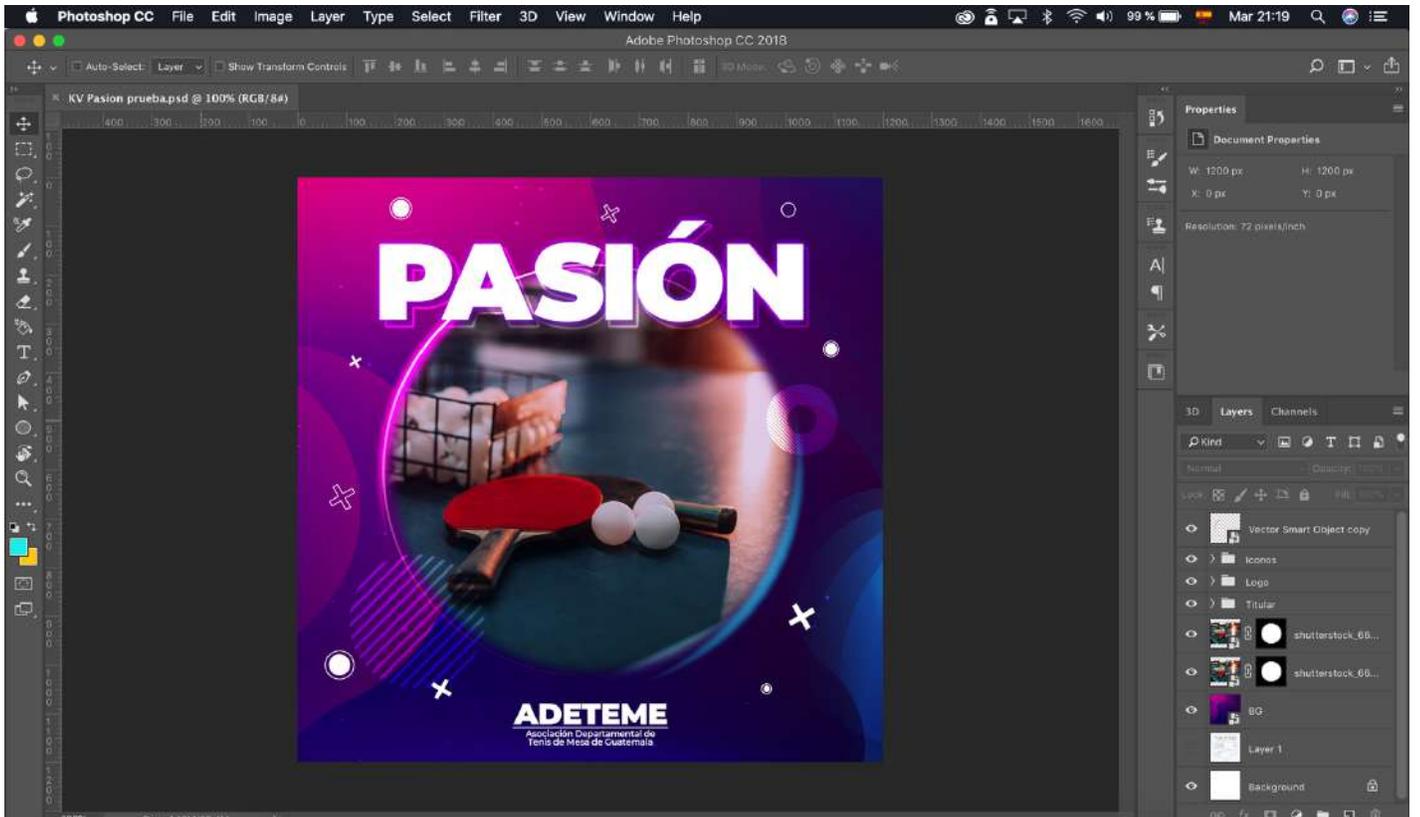
Se colocó el fondo con degradé y se recortó la imagen dentro de un círculo.



Se seleccionó una tipografía San Serif para el texto de la pieza.

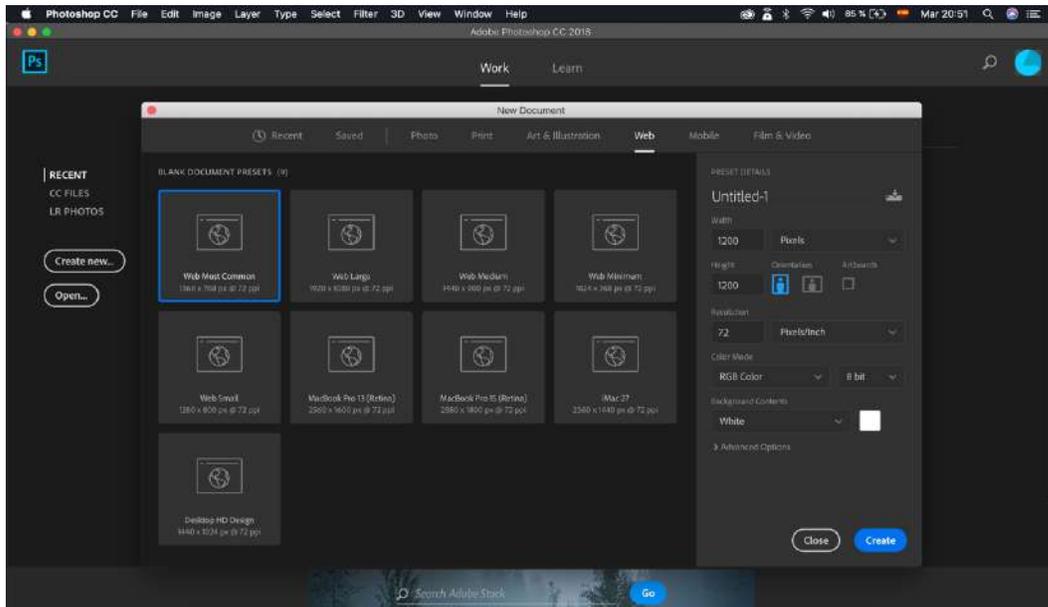


Se agregaron los íconos y detalles faltantes a la pieza.



Pieza 2

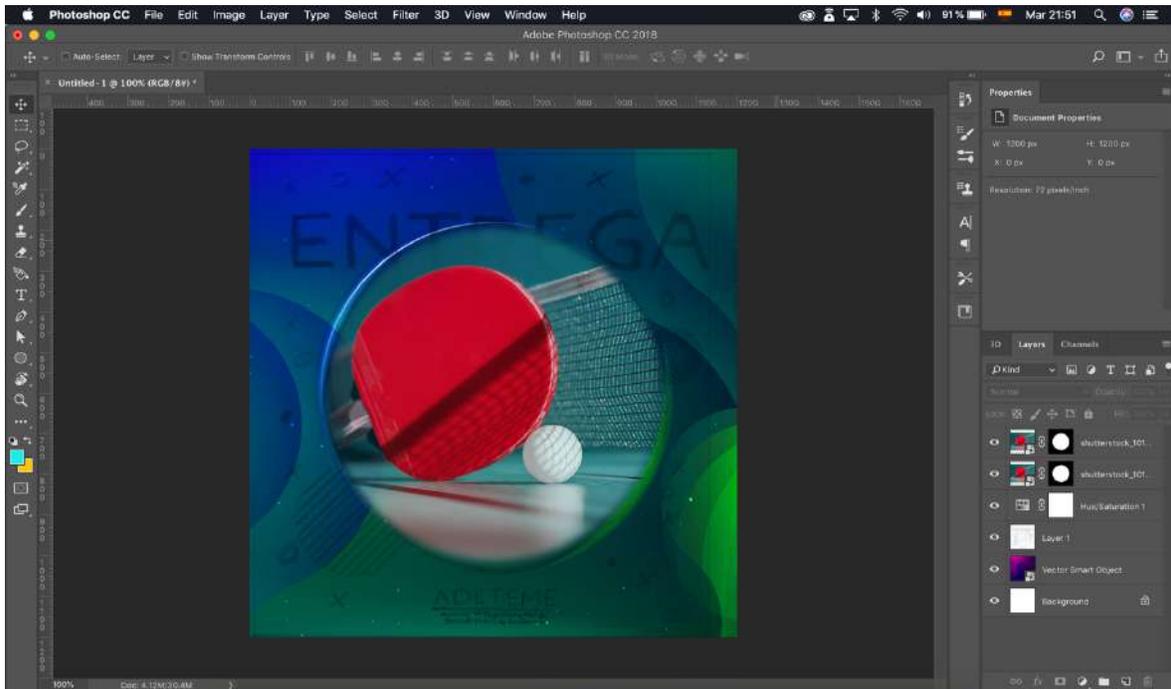
Apertura de Adobe Photoshop CC y colocar dimensiones de la pieza.



Se colocó el boceto en el documento para realizar la digitalización.



Se colocó el fondo con degradé y se recortó la imagen dentro de un círculo.



Se seleccionó una tipografía San Serif para el texto de la pieza.

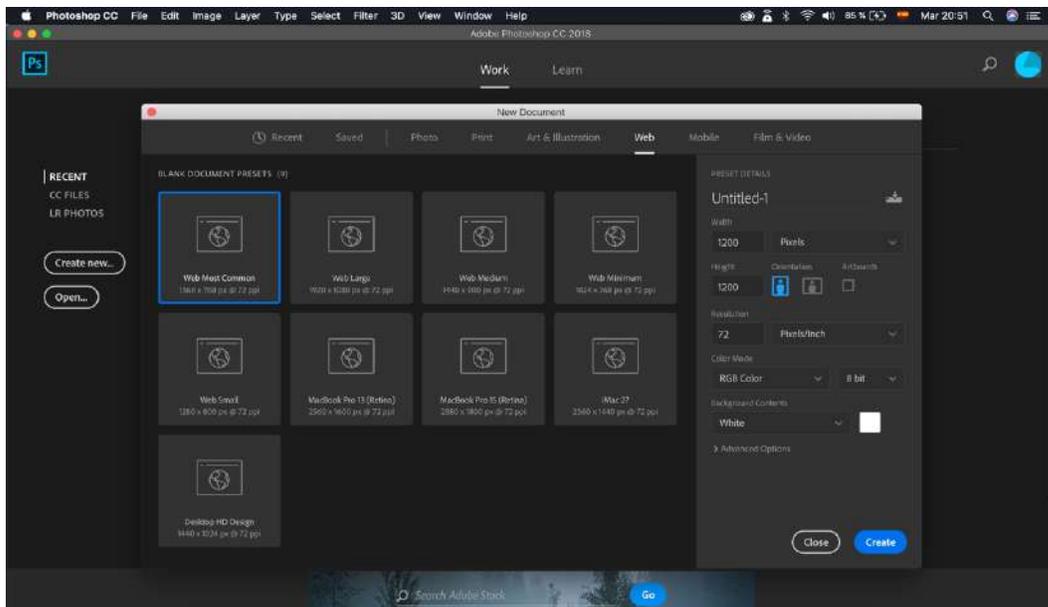


Se agregaron los íconos y detalles faltantes a la pieza.

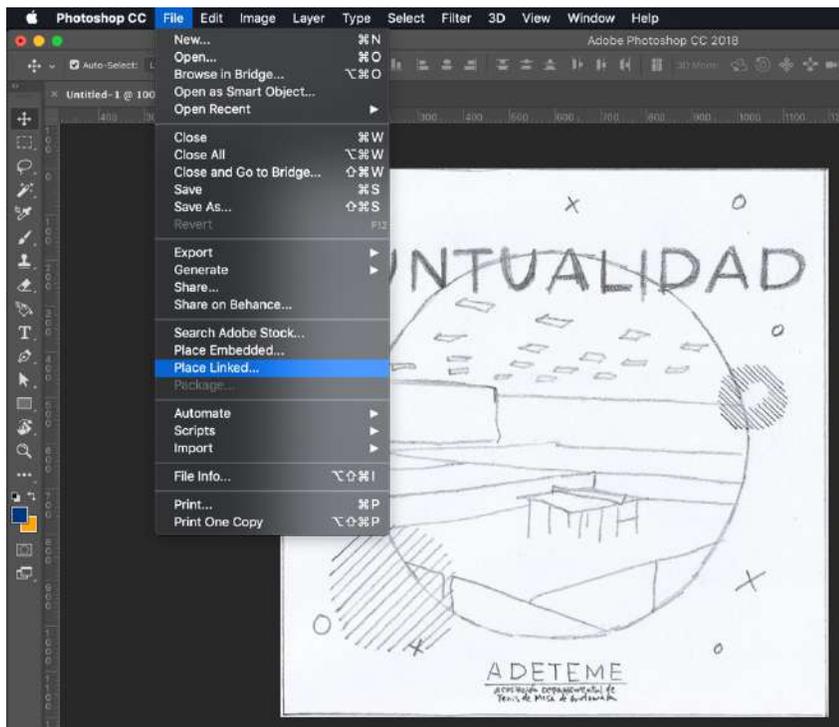


Pieza 3

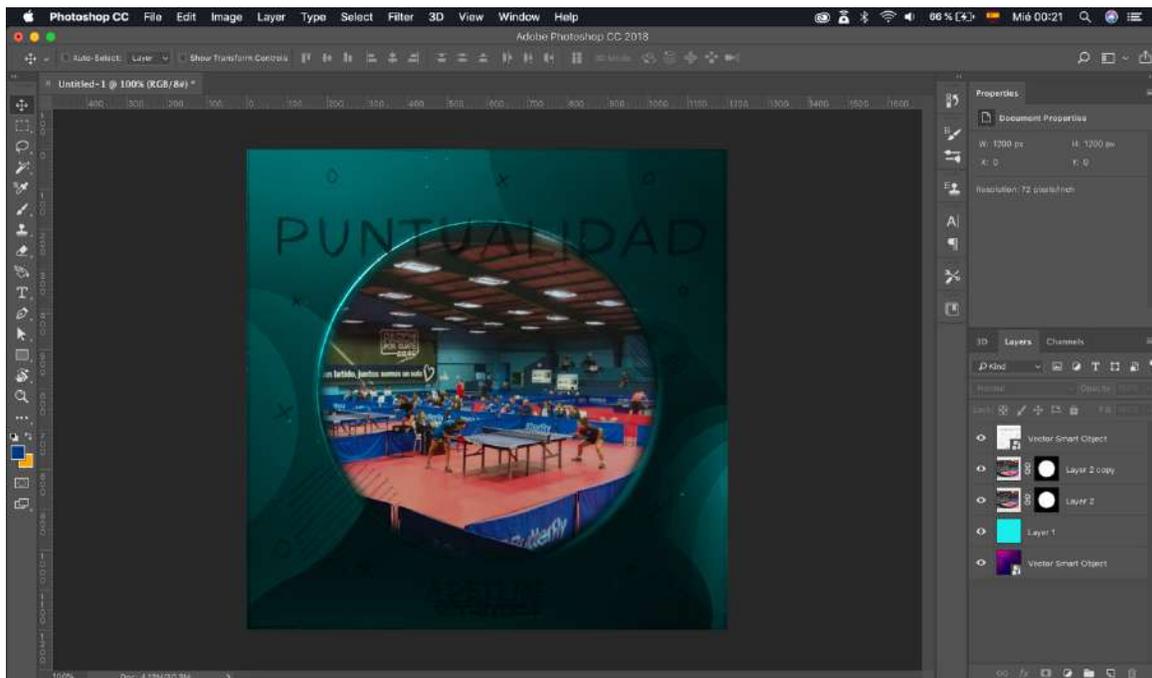
Apertura de Adobe Photoshop CC y colocar dimensiones de la pieza.



Se colocó el boceto en el documento para realizar la digitalización.



Se colocó el fondo con degradé y se recortó la imagen dentro de un círculo.



Se seleccionó una tipografía San Serif para el texto de la pieza.



Se agregaron los íconos y detalles faltantes a la pieza.



La propuesta 2 de los materiales digitales fue la seleccionada por el cliente, por su diagramación, colores, tipografía y composición que fue más agradable y conveniente. Asimismo, ésta será la propuesta utilizada para el diseño de los materiales digitales para la Asociación Deportiva Departamental de Tenis de Mesa de Guatemala -ADETEME-.

Tipografía:

La tipografía para comunicar los valores fue la familia tipográfica Montserrat, debido a que por su estética y fácil legibilidad, lo convierte en un arte con fácil detección en los medios digitales para el grupo objetivo. Además, es una tipografía que demuestra seriedad y fortaleza a la marca.

Diseño:

El diseño de los materiales digitales está conformado con elementos relacionados con la tendencia de diseño Memphis, tendencia que se ve influenciada por el contraste de colores vívidos, con degradados y elementos dispersos por el área de trabajo. También ayuda a darle protagonismo a la imagen y al texto de la pieza sin que se vea saturada.

Colores:

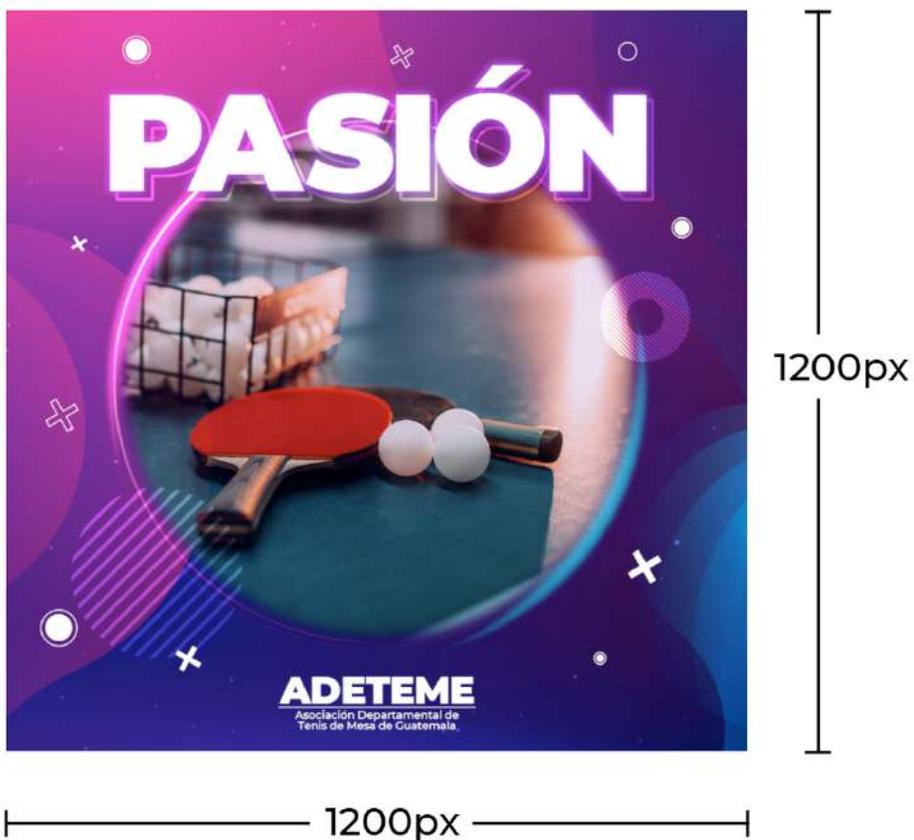
La gama de colores utilizada está bajo la tendencia de colores vívidos, con colores fuertes y para capturar la atención del grupo objetivo. Debido a que son materiales para utilizar en medios digitales, se implementan en RGB lo cual ayuda a generar más contraste.

Las tonalidades de los colores aplicados fueron seleccionados cuidadosamente con los colores que están en tendencia en los diferentes medios digitales.

7.4 Propuesta preliminar

A continuación se presenta la propuesta preliminar basándose en la composición de elementos, colores y degradados utilizados, implementación y uso de la tipografía en los titulares de la línea gráfica de seleccionada por el cliente.

Pieza 1



Texto que acompaña a la imagen:

¡Comienza a desarrollar tus habilidades y saca tu máximo potencial!

Inscríbete HOY llamando al 2383-3201. #ValoresQueTeDefinen

Pieza 2



1200px

1200px

Texto que acompaña a la imagen:

¡Da lo mejor de ti en cada entreno! Recuerda que los grandes atletas siempre entregan todo en cada punto. #ValoresQueTeDefinen

Pieza 3



Texto que acompaña a la imagen:

¿Consideras que tienes las habilidades para practicar #TenisDeMesa?

¡Solicita una clase de prueba al llamar al 2383-3201! #ValoresQueTeDefinen

Pieza 4



Texto que acompaña a la imagen:

¡La puntualidad define a nuestros atletas! Te recordamos que nuestros horarios de entrenamiento de lunes a viernes son de 15:00 a 17:00 horas y de 17:00 a 19:00 horas.

#ValoresQueTeDefinen

Pieza 5



Texto que acompaña a la imagen:

¡Participa en el Torneo del Día del Cariño y demuestra el esfuerzo que pusiste en cada entreno! #ValoresQueTeDefinen

Día: Sábado 15 de febrero

Hora: 9:00 horas

Instalaciones: Eificio Polideportivo, Zona 5

Pieza 6



Texto que acompaña a la imagen:

¿Te interesa practicar #TenisDeMesa? ¡Te esperamos en el 3er. Nivel del Edificio Polideportivo de la Zona 5! #ValoresQueTeDefinen

Capítulo VIII: Validación técnica

Capítulo VIII: Validación técnica

Al concluir con el proceso de diseño de la propuesta 1 y 2, se presentaron al cliente ambas propuestas, al seleccionar la propuesta número 2. Tomando en cuenta las observaciones.

8.1 Población y Muestreo

Una vez concluida la pre validación y la propuesta preliminar del diseño de materiales digitales, se procedió a realizar la validación técnica para dictaminar el porcentaje de aceptación del proyecto.

Se llevó a cabo un instrumento de medición cuantitativo y cualitativo, desglosado en tres áreas de la comunicación y el diseño, conformado de la siguiente manera:

- Parte Objetiva
- Parte Semiológica
- Parte Operativa

Las mencionadas anteriormente están enfocadas en corroborar los resultados obtenidos con base a los objetivos que han sido planteados en el presente proyecto. Comprobar los elementos que fueron utilizados en los materiales digitales para la Asociación Deportiva Departamental de Tenis de Mesa de Guatemala – ADETEME-.

Para la validación técnica se realizó una recolección de conocimiento, criterio y preferencia de tres grupos de personas, siendo las siguientes:

Especialistas en comunicación y Diseño Gráfico

El aporte de 5 especialistas en la rama de comunicación, diseño gráfico y diseño publicitario fue de vital importancia, debido a que su opinión se enfocó desde la perspectiva profesional, con base a los elementos semiológicos que conforman los materiales digitales.

Cliente

La validación por parte del cliente fue realizada por el Presidente de la Asociación Departamental de Tenis de Mesa de Guatemala, Ingeniero Roberto Díaz, el Secretario Estuardo Ruiz, la Tesorera Carmen Girón y la Secretaria Administrativa Mercedes Sanjay. La opinión del cliente es muy valiosa, debido a que conoce profundamente la necesidad de los materiales digitales.

Grupo Objetivo

La validación con el grupo objetivo 21 personas, se realizó en la Ciudad de Guatemala, entre hombres y mujeres de 15 a 45 años de edad, que les gusta hacer ejercicio y estar informado de los eventos realizados en las instalaciones de la Federación Nacional de Tenis de Mesa de Guatemala -FNTM-.

8.2 Método e Instrumento

Para el alcance de los objetivos que se desean, fue necesario concretar una metodología a implementar para validar el presente proyecto, eligiendo una herramienta de investigación que otorgue reunir la información relacionada con la efectividad del diseño de los materiales digitales para comunicar las actividades que difunde la Asociación Deportiva Departamental de Tenis de Mesa de Guatemala -ADETEME-, a la población de hombres y mujeres de 15 a 45 años de edad de la Ciudad de Guatemala, y de esa manera estimar alcance y efectividad de los objetivos planteados.

La Encuesta

Las encuestas están compuestas por 10 preguntas, separadas en tres secciones primordiales para mejorar y lograr los resultados esperados. Las tres secciones son: parte objetiva, parte semiológica y parte operativa.

La parte objetiva es la que determina y evalúa los objetivos planteados para el diseño de los materiales digitales, dentro de ellos el objetivo general como también los específicos y los objetivos de comunicación y diseño.

La parte semiológica es la que conforma el conjunto de elementos visuales, informativos, el entendimiento de los mensajes que contiene el diseño del sitio web y la idea conceptual, conformado por los colores, fotografía, forma y estilo.

La parte operativa busca determinar que el diseño de los materiales digitales sea funcional, efectivo y agradable para el grupo objetivo.

8.3 Resultados e interpretación de resultados

Como resultado de la interpretación de los resultados obtenidos con base al instrumento de investigación utilizado, a continuación se presenta por medio de gráficas las conclusiones, acompañado de la interpretación de cada una.

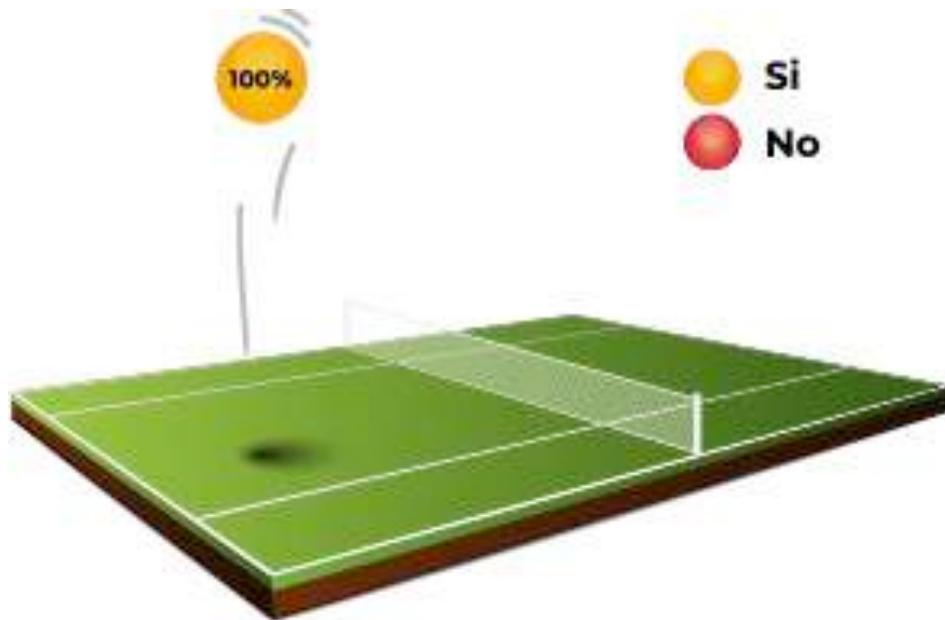
Parte Objetiva:

1. **¿Cree necesario diseñar materiales digitales para la Asociación Deportiva Departamental de Tenis de Mesa de Guatemala sobre las actividades que realiza?**



El 100% de la población cree que sí es necesario diseñar materiales digitales para anunciar las actividades que realiza la Asociación Departamental de Tenis de Mesa de Guatemala.

2. **¿Considera necesario recopilar información acerca de la Asociación Deportiva Departamental de Tenis de Mesa de Guatemala para establecer el contenido de los materiales digitales y facilite la información al grupo objetivo?**



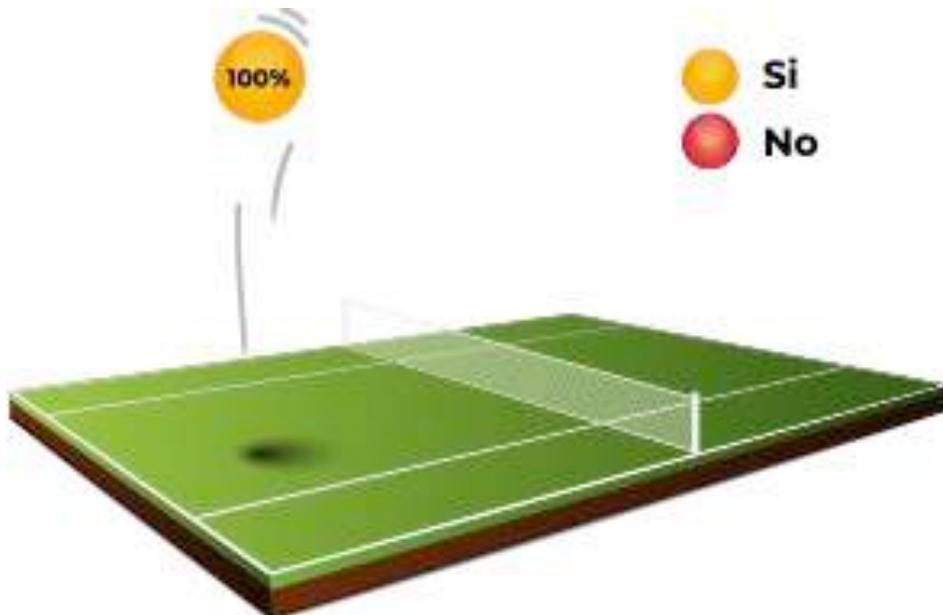
El 100% de la población considera necesario recopilar información acerca de la Asociación Departamental de Tenis de Mesa de Guatemala para establecer el contenido de los materiales digitales y facilite la información al grupo objetivo.

3. **¿Considera útil investigar términos, conceptos y tendencias de diseño relacionados a materiales digitales, que respalden científicamente la propuesta del diseño de los materiales digitales de este proyecto?**



El 100% de la población considera útil investigar términos, conceptos y tendencias de diseño relacionados a materiales digitales, que respalden científicamente la propuesta del diseño de materiales digitales de este proyecto.

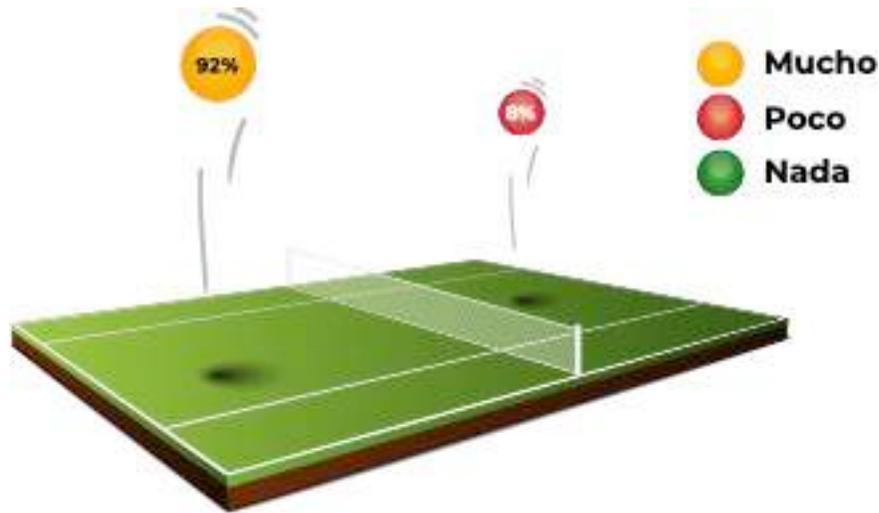
4. **¿Considera importante diagramar los materiales digitales para facilitar el mensaje al público?**



El 100% de la población considera importante diagramar los materiales digitales para facilitar el mensaje al público.

Parte Semiológica:

5. **¿Considera el diseño de los materiales digitales para la Asociación Deportiva Departamental de Tenis de Mesa de Guatemala visualmente atractivos?**



El 92% de la población afirma que los materiales digitales para la Asociación Departamental de Tenis de Mesa de Guatemala son atractivos. Mientras que el 8% considera que es poco atractivo.

6. **¿Considera que los colores transmiten dinamismo y son atractivos para el público?**



El 100% de la población considera que los colores transmiten dinamismo y son atractivos para el público.

7. **¿Considera que la diagramación de los materiales digitales es ordenada y tiene equilibrio visual con los elementos gráficos?**



El 100% de la población considera que la diagramación de los materiales digitales es ordenada y tiene equilibrio visual con los elementos gráficos.

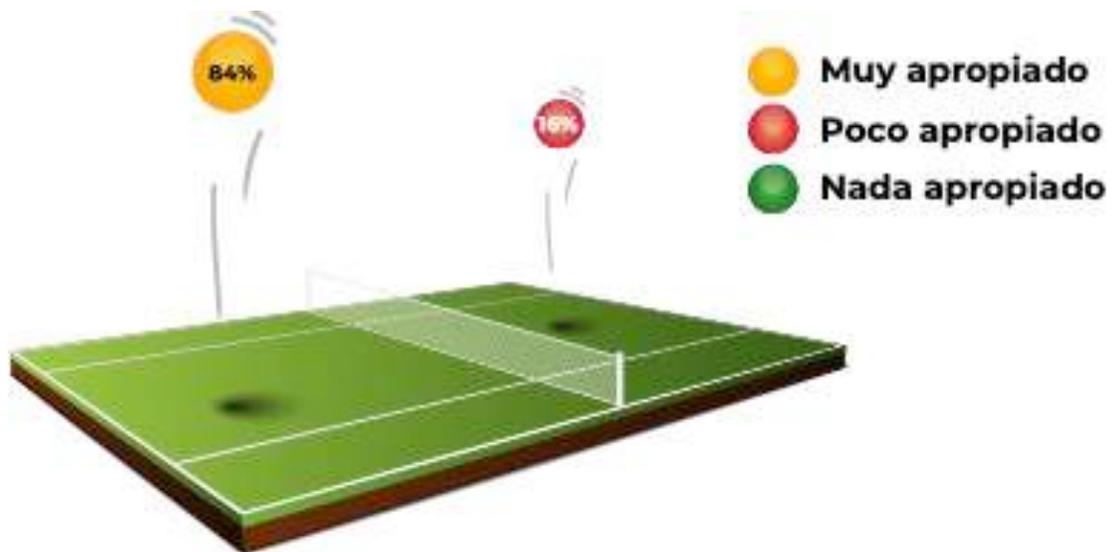
Parte Operativa:

8. **¿Considera que la tipografía utilizada es legible?**



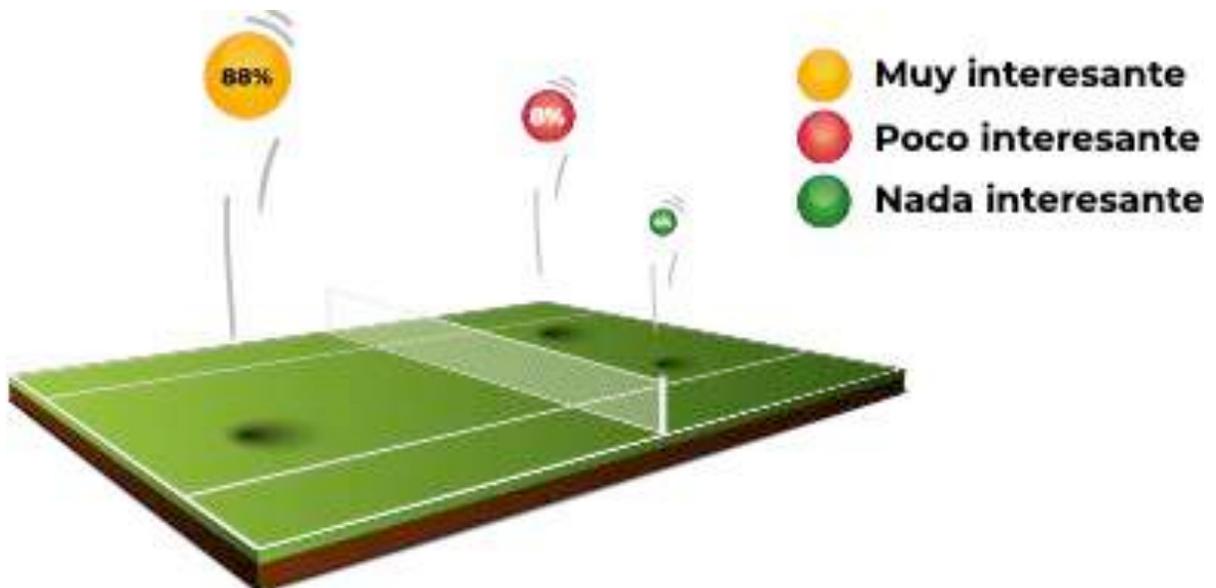
El 100% de la población considera que la tipografía es legible.

9. **¿Considera que utilizar materiales digitales para dar a conocer la Asociación Deportiva Departamental de Tenis de Mesa de Guatemala es apropiado?**



El 84% de la población considera que es apropiado utilizar materiales digitales para dar a conocer la Asociación Departamental de Tenis de Mesa de Guatemala. Mientras que el 16% considera que es poco apropiado.

10. **¿Considera que el contenido e información colocada en los materiales digitales es interesante?**



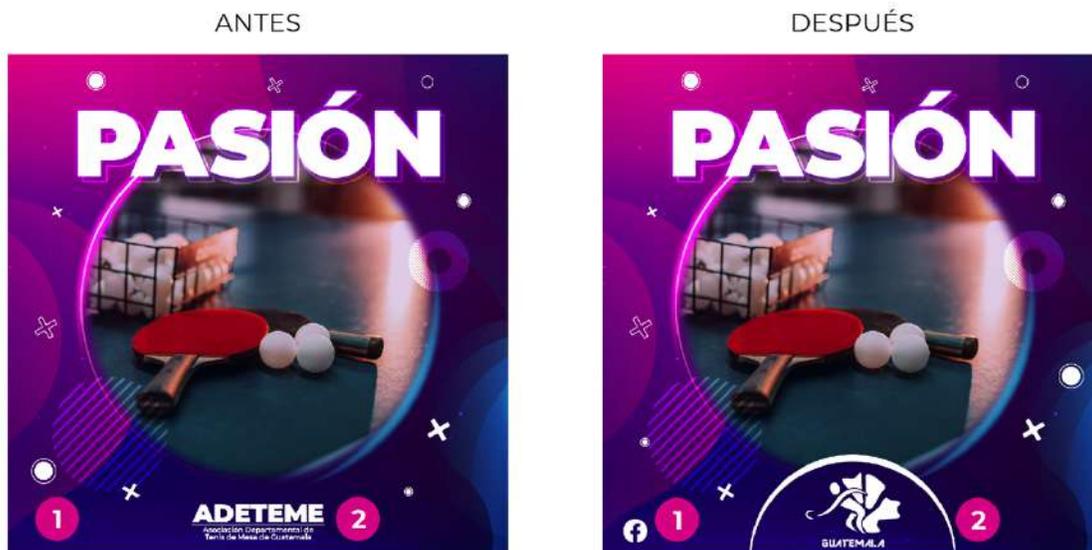
El 88% de la población considera que el contenido e información colocada en los materiales digitales es interesante. Mientras que el 8% considera que es poco interesante. Y el 4% restante opina que no es nada interesante.

8.4 Cambios con base a los resultados

De acuerdo con las encuestas realizadas al grupo objetivo, se indicó que los materiales digitales elaborados no necesitan cambios, sin embargo, se tomaron en cuenta las opiniones y sugerencias del cliente y los expertos, por lo que se realizaron algunos cambios fundamentales a la propuesta de diseño preliminar, los cuales se presentan a continuación:

Pieza 1

1. Se agregó el ícono de la red social Facebook
2. Se reemplazó el logotipo de la Asociación por el proporcionado



Pieza 2

1. Se agregó el ícono de la red social Facebook
2. Se reemplazó el logotipo de la Asociación por el proporcionado



Pieza 3

1. Se agregó el ícono de la red social Facebook
2. Se reemplazó el logotipo de la Asociación por el proporcionado



Pieza 4

1. Se agregó el ícono de la red social Facebook
2. Se reemplazó el logotipo de la Asociación por el proporcionado
3. Se cambió la imagen



Pieza 5

1. Se agregó el ícono de la red social Facebook
2. Se reemplazó el logotipo de la Asociación por el proporcionado
3. Se cambió la imagen



Pieza 6

1. Se agregó el ícono de la red social Facebook
2. Se reemplazó el logotipo de la Asociación por el proporcionado
3. Se cambió la imagen

ANTES



DESPUÉS



Capítulo IX: Propuesta gráfica final

Capítulo IX: Propuesta Gráfica Final

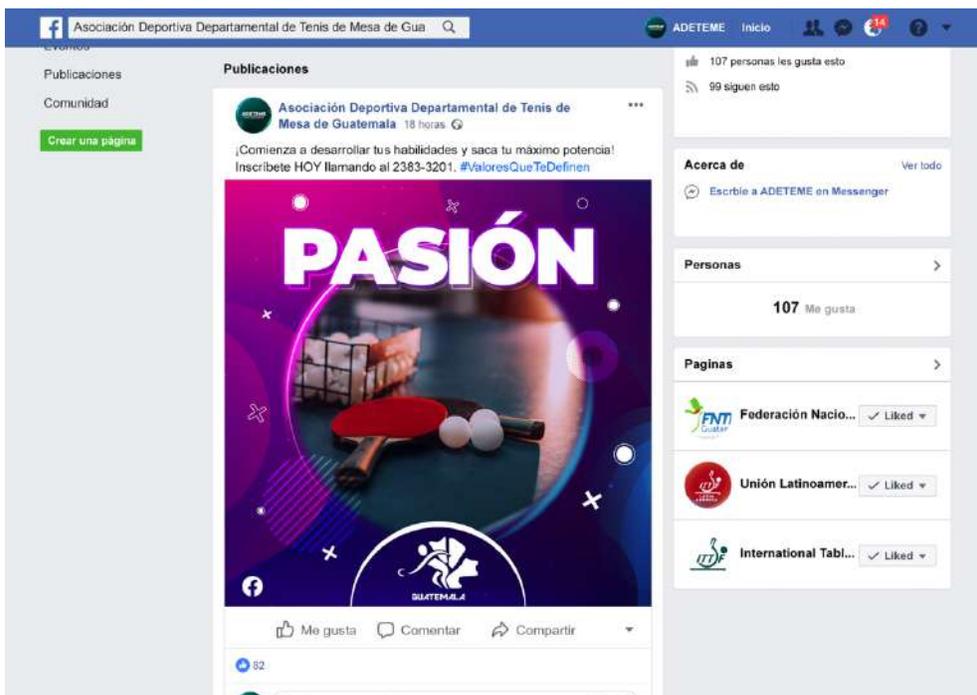
Según la solicitud del cliente, se elaboró el diseño de materiales digitales, para fundamentar el proyecto de graduación, que se titula:

“Diseño de Materiales Digitales para anunciar en la red social Facebook, las actividades que realiza la Asociación Deportiva Departamental de Tenis de Mesa de Guatemala -ADETEME- Guatemala, Guatemala 2020.”

El diseño de materiales digitales, será utilizado para anunciar en la red social Facebook, las actividades que realizar la Asociación Deportiva Departamental de Tenis de Mesa de Guatemala, y mantener informados a hombres y mujeres de 15 a 25 años de edad sobre las diferentes actividades que se desarrollan.

Por lo que los materiales digitales están conformados por seis piezas gráficas, que serán publicadas en las diferentes redes sociales de la Asociación, para que estén a disposición del público y obtener interacción.

Pieza 1: Valor Pasión. Medidas: 1200 x 1200 pixeles.



Pieza 2: Valor Entrega. Medidas: 1200 x 1200 pixeles.



Pieza 3: Valor Habilidad.

Medidas: 1200 x 1200 pixeles.



Pieza 4: Valor Puntualidad.

Medidas: 1200 x 1200 pixeles.



Pieza 5: Valor Esfuerzo. Medidas: 1200 x 1200 pixeles.



Pieza 6: Valor Deportividad. Medidas: 1200 x 1200 pixeles.



Capítulo X: Producción, reproducción y distribución

Capítulo X: Producción, Reproducción y Distribución

La realización de algunos proyectos conlleva disponer de diversos recursos, siendo necesario realizar una inversión a corto o mediano plazo para poder financiar su elaboración. De ese punto se realiza un presupuesto que establece una serie de instrumentos que proporcionan el rumbo para su desarrollo y culminación.

Para cumplir la finalidad de los materiales digitales que es darse a conocer al grupo objetivo, es necesario disponer de recursos económicos, técnicos y tecnológicos. Para respaldar económicamente el proyecto se tomarán en cuenta los siguientes elementos:

10.1 Plan de Costos de Elaboración

La labor realizada dentro del plan de costos de elaboración corresponde a la elaboración de las propuestas iniciales presentadas al cliente para definir la línea gráfica. Seguido de ello, la elaboración de la propuesta preliminar.

Costos de Elaboración

Total de semanas laboradas	8 semanas
Total de días laborados	40 días (5 días a la semana)
Total de horas laboradas	160 horas (4 horas al día)
Total del costo de elaboración: 160 horas por Q25 cada hora	Q4,000.00

10.2 Plan de Costos de Producción

La labor realizada dentro del plan de costos de producción corresponde a la elaboración de la propuesta final.

Costos de Producción

Total de semanas laboradas	4 semanas
Total de días laborados	20 días (5 días a la semana)
Total de horas laboradas	60 horas (3 horas al día)
Total del costo de producción: 60 horas por Q25 cada hora	Q1,500.00

10.3 Plan de Costos de Reproducción

La reproducción de los materiales digitales no tendrá costo, ya que se utilizarán en plataformas web gratuitas.

Costos de Reproducción

Total del costo de reproducción:	Q0.00
-----------------------------------------	--------------

10.4 Plan de Costos de Distribución

La distribución de los materiales digitales no tendrá costo, ya que se utilizarán en plataformas web gratuitas.

Costos de Distribución

Total del costo de distribución:	Q0.00
-----------------------------------------	--------------

10.5 Margen de Utilidad

El porcentaje de margen de utilidad es del 20%.

Margen de Utilidad

Subtotal	Q5,500.00
Total margen de utilidad (20%)	Q1,100.00

10.6 IVA

El monto del impuesto sobre la renta se obtiene del 12% del plan de costos de elaboración, producción y margen de utilidad.

IVA	
Subtotal	Q6,600.00
Total del Impuesto al Valor Agregado	Q792.00

10.7 Cuadro con resumen general de costos

A continuación se detalla el resumen general de costos, que incluye los costos de: elaboración, producción, margen de utilidad e IVA.

Detalle	
Plan de costos de elaboración	Q4,000.00
Plan de costos de producción	Q1,500.00
Plan de costos de reproducción	Q0.00
Plan de costos de distribución	Q0.00
Subtotal	Q5,500.00
Margen de utilidad 20%	Q1,100.00
Subtotal	Q6,600.0
IVA	Q792.00
Gran Total	Q7,392.00

Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones

Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones

11.1 Conclusiones

Se logró diseñar materiales digitales para anunciar en la red social Facebook de la Asociación Deportiva Departamental de Tenis de Mesa de Guatemala -ADETEME-, acerca de su información general y las diferentes actividades que se realizan.

Se recopiló información acerca de la Asociación sobre los horarios de atención, horarios de entrenamiento y las diferentes actividades que se llevan a cabo en las instalaciones de la Federación Nacional de Tenis de Mesa de Guatemala -FNTM-, a través de la información que el cliente proporcionó por medio del brief.

Se investigaron términos, conceptos y tendencias de diseño relacionados con el desarrollo de los materiales digitales, a través de fuentes bibliográficas, que respaldan científicamente la propuesta del diseño, que serán vistos por el público en general del departamento de Guatemala.

Se diagramó el contenido de los materiales digitales utilizando los materiales, equipos y procesos técnicos necesarios para la creación de piezas con un impacto visual en los seguidores del tenis de mesa.

11.2 Recomendaciones

Que las redes sociales de la Asociación estén disponibles y accesibles como herramienta para anunciar a los seguidores del tenis de mesa la información general y las diferentes actividades que se realizan en la Federación Nacional de Tenis de Mesa de Guatemala -FNTM- .

Que se encuentren bajo supervisión las redes sociales de la Asociación, para que el usuario pueda estar al tanto de la información actualizada y verificada por una fuente confiable, y no tenga dudas sobre las actividades y horarios.

Que la recopilación de información acerca de la Asociación, y el formato de publicación, se actualice periódicamente para que la entidad ofrezca información correcta al público del departamento de Guatemala al momento que naveguen en las redes sociales.

Capítulo XII: Conocimiento general

Capítulo XII: Conocimiento general

12.1 Demostración de conocimientos



Capítulo XIII: Referencias

Capítulo XIII: Referencias

13.1 Referencias Libros

A

Ambrose, Harris (2009). Grupo Editorial Norma de América Latina, Fundamentos del diseño gráfico, Barcelona, España

Alcoba López , Antonio (2001) M.G. Comunicación Gráfica, Enciclopedia del deporte, Madrid, España

B

Blanco Eduardo, Burriel Joan Carles, Camps Andreu, Carretero José Luis, Landabarea Juan Antonio, Montes Vicente (2006) Wanceulen Editorial Deportiva, S.L., Manual de gestión para federaciones deportivas, Sevilla, España.

C

Cumpa González, Luis Alberto (2002) Fondo Editorial de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Fundamentos de la Diagramación, Lima, Perú.

F

Frascara, Jorge (2006) Global Press, El diseño de la comunicación, Buenos Aires, Argentina.

G

Guzmán Galarza, Manuel (2011) Teoría y práctica del color. Cuenca, Ecuador.

M

Merodio, Juan (2010) Marketing en Redes Sociales, España.

Morales, Abraham, Zeltman, Claude (1975) Ediciones Mensajero, Diccionario del saber moderna la comunicación y los más media, Bilbao, España

Morris, Charles G., Maistro Albert A. (2005) Pearson Educacion, Introducción a la psicología, México

Molestina Escudero, Carlos Julio (1970) Algunos conceptos sobre comunicación y crecimiento demográfico, Guatemala

Martínez Gámez, Manuel (1995) Librerías Deportivas Esteban Sanz, S.L, Educación del ocio y tiempo libre con actividades físicas alternativas, Madrid, España.

Maestre Sancho Juan A., Brotóns Piqueres José Manuel, Manzano Manuel Álvaro (2002) INO Reproducciones, S.A., La gestión deportiva: Clubes y federaciones, Barcelona, España.

P

Pierre Guiraud, (1972) Siglo XXI Editores, S.A. de C.V., La semiología, D.F., México

R

Ritchey, William F. (2006) La fotografía, La búsqueda de fotos llamativas, impactantes y comunicativas. California, Estados Unidos.

S

Suárez, Hugo José (2008) La fotografía como fuente de sentidos. Costa Rica.

W

Wong, Wucius (1995) Editorial Gustavo Gili, S.A., Fundamentos del Diseño, Barcelona, España

13.2 Referencias de páginas en el world wide web

H

Hotmart Blog, (2019) Las tendencias de Social Media que triunfarán en 2020

<https://blog.hotmart.com/es/tendencias-de-social-media/>

N

Mapas mentales (s.f). <https://www.neuronilla.com/mapas/>

S

Santa María, F. (2014) Tipografía: Todo lo que debes saber

<http://www.staffcreativa.pe/blog/tipografia/>

S

Santa María, F. (2014) Tipografía: Todo lo que debes saber

<http://www.staffcreativa.pe/blog/tipografia/>

Siles González, Ignacio (2007) Signo y pensamiento, Bogotá, Colombia

<http://www.redalyc.org/pdf/860/86005007.pdf>

13.3 Blogs

A

Arranz, A. (2017) Psicología del color: Cómo nos afectan los colores y qué significan cada uno. <https://blog.cognifit.com/es/psicologia-del-color-significado-colores/>

Capítulo XIV: Anexos

Capítulo XIV: Anexos

14.1 Brief



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:	<u>José Alfredo Montalvo Herrera</u>	
No. de Carné:	<u>16002574</u>	Celular: <u>(502) 5968-7732</u>
Email:	<u>jose.montalvo@galileo.edu</u>	
Proyecto:	<u>Diseño de materiales digitales para Redes Sociales con la finalidad de incentivar a los seguidores de la Asociación Departamental de Tenis de Mesa de Guatemala (ADETEME). Guatemala, Guatemala 2019.</u>	

DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA)

Nombre del cliente (empresa):	<u>Asociación Deportiva Departamental de Tenis de Mesa de Guatemala</u>	
Dirección:	<u>12 Avenida 27 calle, Zona 5, Edificio Polideportivo, 3er. Nivel</u>	
Email:	<u>adetemeguatemala@gmail.com</u>	Tel: <u>(502) 2383-3201</u>
Contacto:	<u>Mercy Sanjay</u>	Celular: <u>(502) 5663-1316</u>
Antecedentes:	<u>La Asociación Departamental de Tenis de Mesa de Guatemala nace como la entidad que tiene a cargo, velar por el desarrollo de los atletas del departamento de Guatemala, para poder aportar con el crecimiento físico, deportivo y personal para representar al país en eventos nacionales e internacionales.</u>	
Oportunidad identificada:	<u>Con la presencia de materiales digitales en las Redes Sociales la Asociación Deportiva Departamental de Tenis de Mesa de Guatemala podrá incentivar a los seguidores de este deporte para que lo puedan practicar.</u>	

BRIEF

DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA)

Misión: Tener el control, fomento, desarrollo, planificación, fiscalización y coordinación del tenis de mesa dentro del Departamento de Guatemala.

Visión: Desarrollar el tenis de mesa en un ambiente familiar, por medio del fomento de valores que le permitan al atleta crecer como una persona integral y representar dignamente a Guatemala.

Delimitación geográfica: Departamento de Guatemala

Grupo objetivo: Hombres y mujeres de 15 a 45 años de edad

Principal beneficio al grupo objetivo: Tener un lugar donde puedan practicar este deporte

Competencia: Las otras Asociaciones Departamentales de Guatemala

Posicionamiento: Se desea posicionar la Asociación, a la población del departamento de Guatemala

Factores de diferenciación: La Asociación Departamental de Tenis de Mesa de Guatemala cuenta con las mejores instalaciones y entrenadores calificados para poder aprender este deporte

Objetivo de mercadeo: Conseguir que hombres y mujeres de 5 a 75 años de edad, que residen en el Departamento de Guatemala puedan utilizar las instalaciones y estén informados de los eventos.

Objetivo de comunicación: Conseguir que el grupo objetivo esté informado de los horarios, eventos nacionales e internacionales, para que puedan participar.

Mensajes claves a comunicar: Que el grupo objetivo conozca un poco más acerca de este deporte y puedan acercarse a practicarlo, y conozcan el lugar de entrenamiento Salón República de China.

Estrategia de comunicación: Posicionar a la Asociación Deportiva Departamental de Tenis de Mesa de Guatemala (ADETEME) y conozcan las instalaciones

Reto del diseño y trascendencia: Diseñar materiales digitales para Redes Sociales para posicionar a la Asociación Departamental de Tenis de Mesa de Guatemala (ADETEME).

BRIEF

Materiales a realizar: Diseño de materiales digitales para posicionar a la Asociación Deportiva
Departamental de Tenis de Mesa de Guatemala (ADETEME).

Presupuesto: Q.000.00

DATOS DEL LOGOTIPO

Colores: Negro y azul

Tipografía: San Serif

Forma: Cuadrada

LOGOTIPO



Fecha: 16 de octubre de 2019



14.2 Tabla de Niveles Socioeconómicos

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

Fuente: Niveles Socioeconómicos 2015/Multivex

14.3 Encuestas

14.3.1 Encuesta Grupo Objetivo, Profesionales y Cliente



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

Edad: _____

Nombre: _____

Género: F M

Profesión: _____

Cliente Experto Grupo Objetivo

Puesto: _____

Años de experiencia: _____

Encuesta de validación de proyecto:

Diseño de Materiales Digitales para Redes Sociales con la finalidad de incentivar a los seguidores de la Asociación Departamental de Tenis de Mesa de Guatemala -ADETEME-.

Antecedentes

La Asociación Departamental de Tenis de Mesa de Guatemala es la entidad deportiva encargada de formar jóvenes deportistas íntegros como personas y competitivos en la práctica de este deporte, a través del apoyo técnico, administrativo y profesional que les permita representar dignamente a Guatemala tanto nacional como internacionalmente. Su grupo objetivo está enfocado en hombres y mujeres de 15 a 45 años de edad.

La Asociación Departamental de Tenis de Mesa de Guatemala no cuenta con materiales digitales para promover y comunicar la información de horarios, entrenamientos y torneos que se llevan a cabo en las instalaciones de la Federación Nacional de Tenis de Mesa de Guatemala.

Objetivo de la investigación

El propósito de la encuesta es evaluar el diseño, legibilidad y contenido de los materiales digitales para la Asociación Departamental de Tenis de Mesa de Guatemala -ADETEME-, para mujeres y hombres de 15 a 45 años de edad que vivan en la Ciudad de Guatemala. Los resultados obtenidos se analizarán y podrán realizar las mejoras necesarias para lograr el resultado esperado.

Instrucciones:

En base a la información previa, observe el diseño de los materiales digitales para la Asociación Departamental de Tenis de Mesa de Guatemala -ADETEME-, que se le presenta y según su criterio conteste las siguientes preguntas de validación, marcando su respuesta con una X.

Parte Objetiva

1. ¿Cree necesario diseñar materiales digitales para la Asociación Departamental de Tenis de Mesa de Guatemala sobre las actividades que realiza?
Si No
2. ¿Considera necesario recopilar información acerca de la Asociación Departamental de Tenis de Mesa de Guatemala para establecer el contenido de los materiales digitales y facilite la información al grupo objetivo?
Si No
3. ¿Considera útil investigar términos, conceptos y tendencias de diseño relacionados a materiales digitales, que respalden científicamente la propuesta del diseño de los materiales digitales de este proyecto?
Si No
4. ¿Considera importante diagramar los materiales digitales para facilitar el mensaje al público?
Si No

Parte Semiológica

5. ¿Considera el diseño de los materiales digitales para la Asociación Departamental de Tenis de Mesa de Guatemala visualmente atractivos?
Mucho Poco Nada
6. ¿Considera que los colores transmiten dinamismo y son atractivos para el público?
Mucho Poco Nada
7. ¿Considera que la diagramación de los materiales digitales es ordenada y tiene equilibrio visual con los elementos gráficos?
Mucho Poco Nada

14.5 Validación

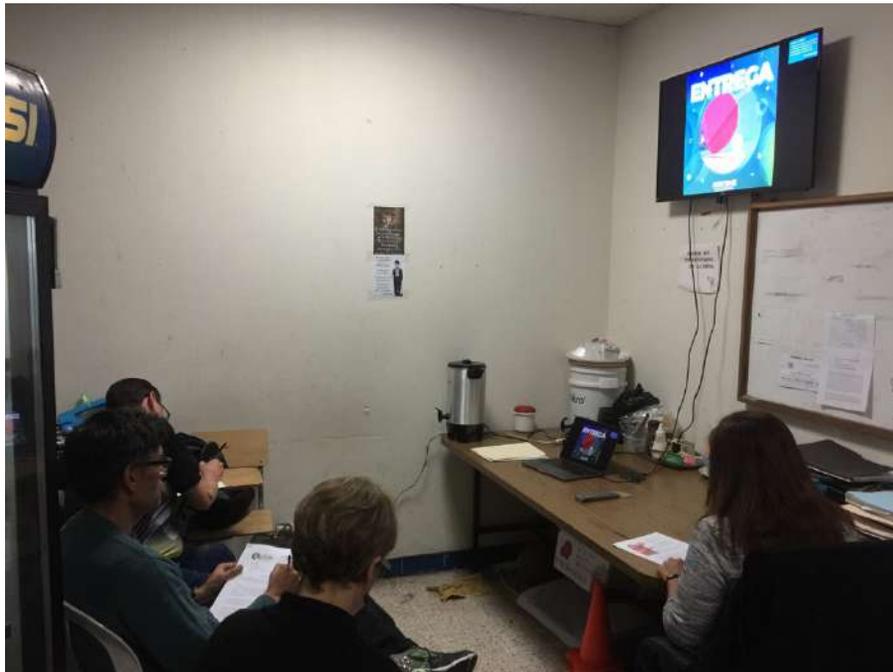
14.5.1 Validación Cliente



Ing. Roberto Diaz



Junta Directiva ADETEME



Junta Directiva ADETEME

14.5.1 Validación Grupo Objetivo

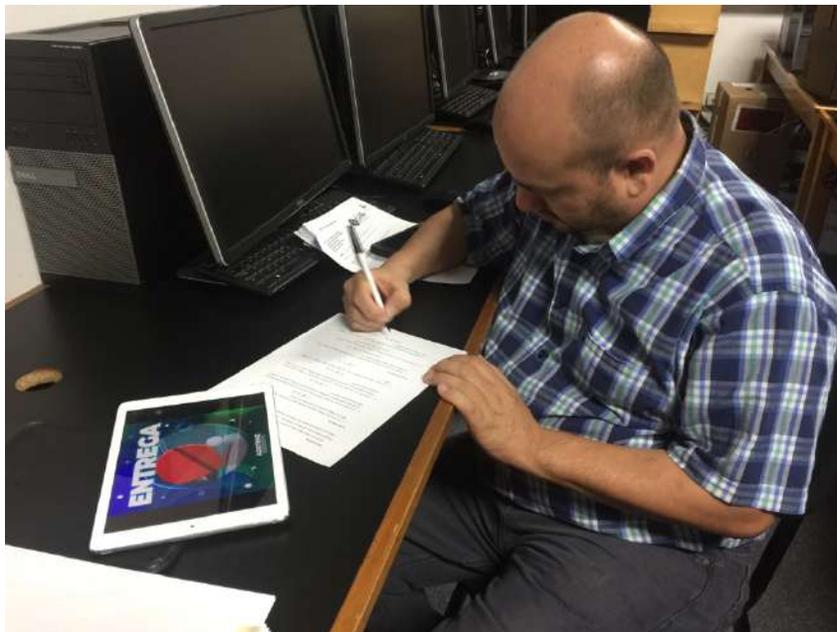




14.5.3 Validación Expertos



Licenciado Carlos Jimenez



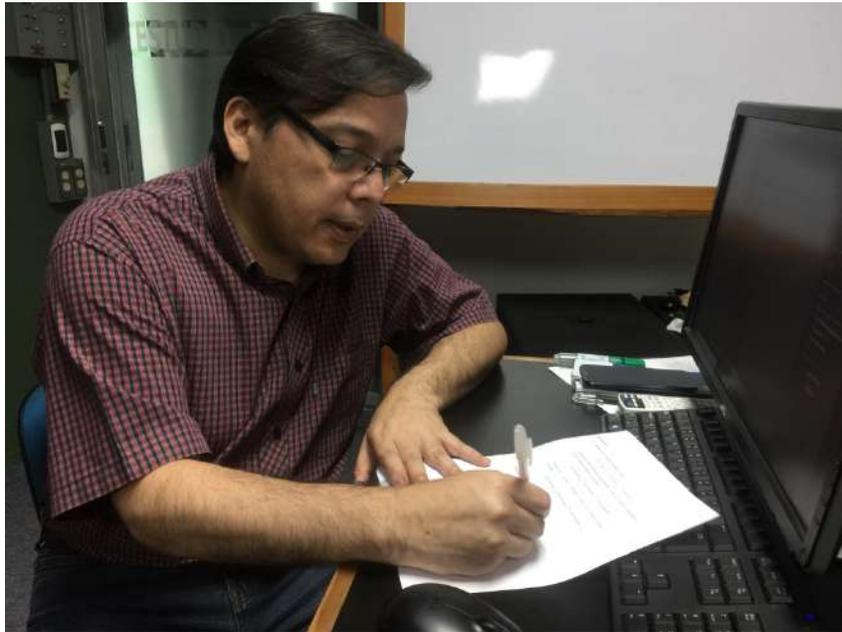
Licenciado David Castillo



Licenciado Guillermo García



Licenciada Lourdes Donis



Licenciado Rolando Barahona