



Facultad de Ciencias de la Comunicación

Diseño de materiales gráficos digitales para promover en clientes reales y potenciales, a través de la red social Facebook, el arte marcial que imparte la escuela KarateKa.

Guatemala, Guatemala, 2018

Proyecto de Graduación

Presentado a la Facultad de ciencias de la comunicación

Guatemala C.A.

Elaborado por:

Estuardo Aguilar Saravia

15002007

Para optar por el título de:

Licenciado en Comunicación y Diseño

Licenciatura en Comunicación y Diseño

Nueva Guatemala de la Asunción, enero 2018



Facultad de Ciencias de la Comunicación

Diseño de materiales gráficos digitales para promover en clientes reales y potenciales, a través de la red social Facebook, el arte marcial que imparte la escuela KarateKa.

Guatemala, Guatemala, 2018

Proyecto de Graduación

Presentado a la Facultad de ciencias de la comunicación

Guatemala C.A.

Elaborado por:

Estuardo Aguilar Saravia

15002007

Para optar por el título de:

Licenciado en Comunicación y Diseño

Licenciatura en Comunicación y Diseño

Nueva Guatemala de la Asunción, enero 2018

Guatemala 28 de abril de 2017

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

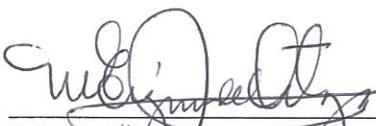
Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado:
**DISEÑO DE MATERIALES GRÁFICOS DIGITALES PARA PROMOVER EN
CLIENTES REALES Y POTENCIALES, A TRAVÉS DE LA RED SOCIAL
FACEBOOK, EL ARTE MARCIAL QUE IMPARTE LA ESCUELA
KARATEKA. GUATEMALA, GUATEMALA, 2018.** Así mismo solicito que la
Licda. María Eugenia Aguilar sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



Estuardo Aguilar Saravia
15002007



Licda. María Eugenia Aguilar
Asesora



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM | Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 4 de mayo del 2017

**Señor
Estuardo Aguilar Saravia
Presente**

Estimado Señor Aguilar:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE MATERIALES GRÁFICOS DIGITALES PARA PROMOVER EN CLIENTES REALES Y POTENCIALES, A TRAVÉS DE LA RED SOCIAL FACEBOOK, EL ARTE MARCIAL QUE IMPARTE LA ESCUELA KARATEKA. GUATEMALA, GUATEMALA, 2018.** Asimismo, se aprueba a la Licda. María Eugenia Aguilar 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



Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 1 de diciembre 2017

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 GRÁFICOS DIGITALES PARA PROMOVER EN CLIENTES REALES Y POTENCIALES, A TRAVÉS DE LA RED SOCIAL FACEBOOK, EL ARTE MARCIAL QUE IMPARTE LA ESCUELA KARATEKA. GUATEMALA, GUATEMALA, 2018.** Presentada por el estudiante *Estuardo Aguilar Saravia* con número de carné 15002007 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. María Eugenia Aguilar
Asesora



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación



Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 11 de enero 2018

Señor
Estuardo Aguilar Saravia
Presente

Estimado Señor Aguilar:

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, 1 de marzo de 2018.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

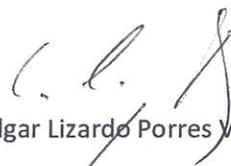
Universidad Galileo

Presente

Señor Decano:

Le informo que la tesis: ***DISEÑO DE MATERIALES GRÁFICOS DIGITALES PARA PROMOVER EN CLIENTES REALES Y POTENCIALES, A TRAVÉS DE LA RED SOCIAL FACEBOOK, EL ARTE MARCIAL QUE IMPARTE LA ESCUELA KARATEKA. GUATEMALA, GUATEMALA, 2018***, del estudiante Estuardo Aguilar Saravia, 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, 1 de enero 2018

Señor
Estuardo Aguilar Saravia
Presente

Estimado señor Aguilar:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado **DISEÑO DE MATERIALES GRÁFICOS DIGITALES PARA PROMOVER EN CLIENTES REALES Y POTENCIALES, A TRAVÉS DE LA RED SOCIAL FACEBOOK, EL ARTE MARCIAL QUE IMPARTE LA ESCUELA KARATEKA. GUATEMALA, GUATEMALA, 2018.** presentada por el estudiante **Estuardo Aguilar Saravia**, 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

- **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.

Resumen

A través del acercamiento con la escuela de artes marciales KarateKa, se identificó que se carece de un diseño de materiales gráficos digitales para promover en clientes reales y potenciales, a través de la red social Facebook, el arte marcial que se imparte en la escuela.

Por lo que se planteó el objetivo de: Diseñar materiales gráficos digitales para promover en clientes reales y potenciales, a través de la red social Facebook, el arte marcial que se imparte en la escuela KarateKa.

Se realizó una herramienta de validación para conocer la percepción de 19 personas, hombres y mujeres que conforman el grupo objetivo, 2 clientes y 4 expertos en las áreas de comunicación y diseño.

El resultado obtenido fue que se diseñaron materiales gráficos digitales para promover en clientes reales y potenciales, a través de la red social Facebook, el arte marcial que se imparte en la escuela KarateKa y se recomendó al cliente a que todos los materiales gráficos digitales sean difundidos en otras redes sociales, además de Facebook y así incrementar el conocimiento de la marca y abarcar nuevos clientes que no utilizan la red social Facebook.

Para efectos legales únicamente el autor es responsable del contenido de este proyecto.

- Portada.

| | | |
|-------|--|------|
| i. | Portada interior..... | i |
| ii. | Carta de solicitud de tema (estudiante a FACOM)..... | ii |
| iii. | Carta de aprobación de tema y asesor (a) (FACOM a estudiante)..... | iii |
| iv. | Carta de asesor (a) entera satisfacción del proyecto..... | iv |
| v. | Carta de información de examen privado..... | v |
| vi. | Carta de corrector de estilo..... | vi |
| vii. | Carta de publicación del proyecto (FACOM a estudiante) | vii |
| viii. | Autoridades de la Universidad..... | viii |
| ix. | Resumen o sinopsis..... | viii |
| x. | Hoja de autoría. | viii |

- **Índice**

| | |
|--|----------|
| Capítulo I – Introducción..... | 1 |
| Capítulo II – Problemática..... | 2 |
| 2.1 Contexto..... | 2 |
| 2.2 Requerimiento de comunicación y diseño | 2 |
| 2.3 Justificación | 2 |
| Capítulo III – Objetivos de diseño..... | 5 |
| 3.1 Objetivo general..... | 5 |
| 3.2 Objetivos específicos | 5 |
| Capítulo IV – Marco de referencia..... | 6 |
| 4.1 Información General del cliente..... | 6 |

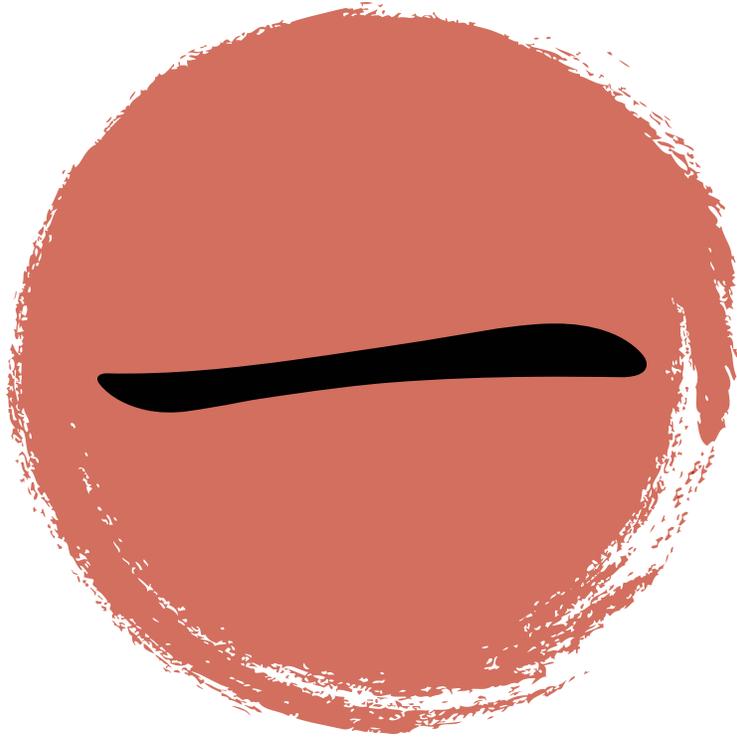
| | |
|---|-----------|
| Capítulo V – Definición del grupo objetivo | 10 |
| 5.1 Perfil Geográfico..... | 10 |
| 5.2 Perfil Demográfico..... | 10 |
| 5.3 Perfil Psicográfico..... | 11 |
| 5.4 Perfil Conductual | 11 |
| Capítulo VI – Marco Teórico..... | 12 |
| 6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio..... | 12 |
| 6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño..... | 13 |
| 6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias | 17 |
| Capítulo VII – Proceso de diseño y propuesta preliminar | 20 |
| 7.1 Aplicación de la Información obtenida en el Marco Teórico | 20 |
| 7.2 Conceptualización..... | 20 |
| 7.3 Bocetaje..... | 22 |
| 7.4 Propuestas preliminares | 37 |
| Capítulo VIII – Validación técnica..... | 47 |
| 8.1 Población y muestreo | 47 |
| 8.2 Método e Instrumentos | 47 |
| 8.3 Resultados e Interpretación de resultados..... | 49 |
| 8.4 Cambios en base a los resultados..... | 63 |
| Capítulo IX – Propuesta gráfica final | 70 |
| 9.1 Propuesta gráfica final de material gráfico digital 1 para comunicar acerca de los Beneficios de la competencia. | 70 |

| | |
|---|-----------|
| 9.2 Propuesta gráfica final de material gráfico digital 2 para colocar el imagotipo de KarateKa en la foto de perfil..... | 71 |
| 9.3 Propuesta gráfica final de material gráfico digital 3 para comunicar acerca de las amistades que se crean en las artes marciales..... | 72 |
| 9.4 Propuesta gráfica final de material gráfico digital 4 para comunicar sobre el día del Padre..... | 73 |
| 9.5 Propuesta gráfica final de material gráfico digital 5 para comunicar acerca del valor de lealtad..... | 74 |
| 9.6 Propuesta gráfica final de material gráfico digital 6 para informar sobre la promoción de cintas..... | 75 |
| 9.7 Propuesta gráfica final de material gráfico digital 7 para comunicar sobre la navidad.. | 76 |
| 9.8 Propuesta gráfica final de material gráfico digital 8 para informar sobre el cambio de localidad física de la escuela..... | 77 |
| 9.9 Propuesta gráfica final de material gráfico digital 9 para colocar de portada del perfil de Facebook..... | 78 |
| 9.10 Propuesta gráfica final de material gráfico digital 10 para colocar de portada del perfil de Facebook..... | 79 |
| Capítulo X – Producción, reproducción y distribución..... | 80 |
| 10.1 Plan de costos de elaboración..... | 80 |
| 10.2 Plan de costos de producción..... | 80 |
| 10.3 Plan de costos de reproducción..... | 80 |
| 10.4 Plan de costos de distribución..... | 80 |
| 10.5 Margen de utilidad..... | 80 |

| | |
|---|-----------|
| 10.5 Margen de utilidad | 81 |
| 10.6 IVA | 81 |
| 10.7 Cuadro con resumen general de costos | 81 |
| Capítulo XI – Conclusiones y recomendaciones | 82 |
| Capítulo XII – Conocimiento general | 84 |
| Capítulo XIII - Referencias..... | 85 |
| 13.1 Referencias de documentos físicos | 85 |
| 13.2 Referencias de documentos electrónicos | 85 |
| Capítulo XIV – Anexos..... | 87 |
| 14.1 Tabla de requisitos:..... | 87 |
| 14.2 Tablas de Tabulación | 88 |
| 14.3 Herramienta de validación de proyecto de graduación..... | 91 |
| 14.4 Encuestas de expertos | 95 |
| 14.5 Fotografías a encuestados | 99 |

名譽

忠實



◆ Capítulo I ◆
Introducción

Capítulo I – Introducción

La finalidad de diseñar materiales gráficos digitales nació con el afán de otorgar a la escuela KarateKa, un crecimiento de fans para la página y mayor conocimiento de la misma marca en la ciudad de Guatemala.

La escuela no ha podido incrementar el número de alumnos por no darse a conocer en las redes sociales.

Se desarrolló el tema: **Diseño de materiales gráficos digitales para promover en clientes reales y potenciales, a través de la red social Facebook, el arte marcial que se imparte en la escuela KarateKa. Guatemala, Guatemala, 2018.**

La metodología usada en el proyecto fue a través de un listado de atributos que llevó un procedimiento para determinar el concepto creativo.

La herramienta utilizada fue la encuesta para llevar a cabo la validación y aceptación de los expertos, clientes y grupo objetivo con el que trabaja la escuela KarateKa. Para determinar qué proyecto se iba a realizar, se llevó a cabo la investigación, que permitió conocer cuáles eran las oportunidades más fuertes de la escuela. Al mismo tiempo se realizó una entrevista en la que se observó el gusto o disgusto de los grupos y así permitieron confirmar las necesidades que se detectaron para mejorar la propuesta gráfica final.

La implementación de los materiales gráficos digitales en la red social Facebook posterior al diseño, logrará promover en clientes reales y potenciales el arte marcial que forja a hombres y mujeres que entrenan con satisfacción en su dojo.

名譽

忠實



◆ - Capítulo II - ◆
Problemática

Capítulo II – Problemática

La escuela de artes marciales KarateKa no cuenta con materiales digitales para promocionar el arte marcial que forja a hombres y mujeres que entrenan con satisfacción en su dojo.

2.1 Contexto

La escuela de artes marciales KarateKa se ha dedicado a formar atletas desde el año 2002 en Guatemala.

Por eso se realizó una revisión y se concluyó que la forma de comunicarse con el público ha sido monótona y no efectiva para incrementar clientes. El día 2 de diciembre de 2016 en una reunión con el propietario de la escuela expresó su interés por captar la atención de un grupo objetivo específico por medio de la red social Facebook.

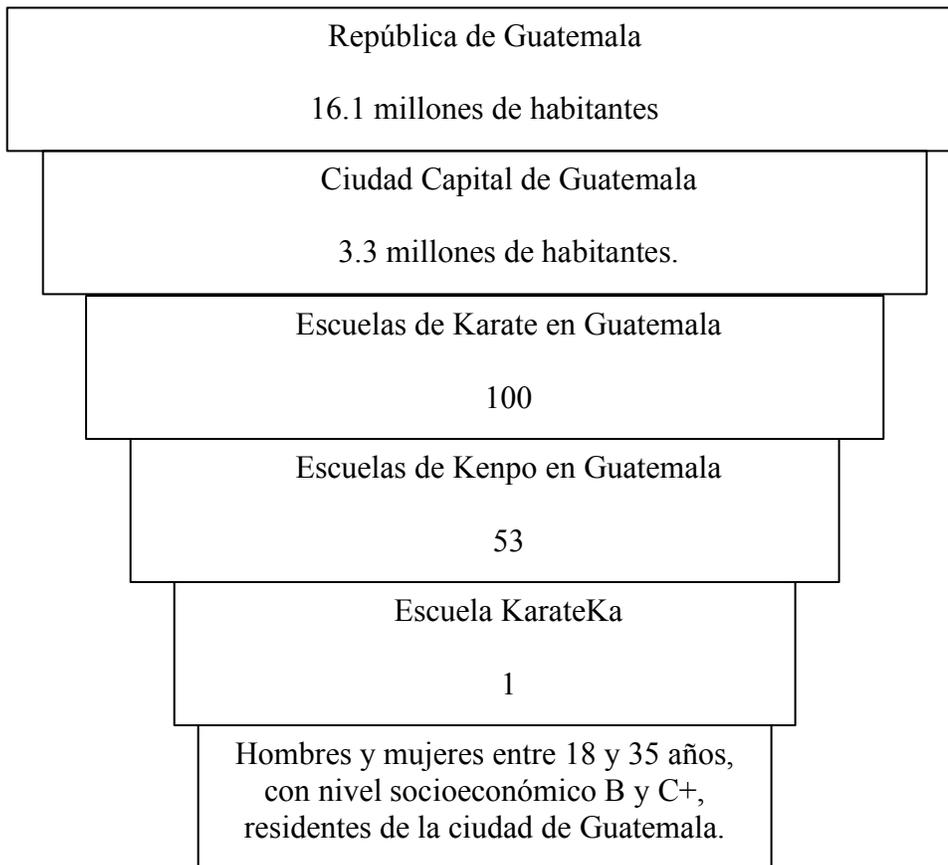
2.2 Requerimiento de comunicación y diseño

A través del acercamiento con la escuela de artes marciales KarateKa se identificó que se carece de un diseño de materiales gráficos digitales para promover en clientes reales y potenciales a través de la red social Facebook el arte marcial que se imparte en la escuela.

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



Según el Instituto Nacional de Estadística -INE-, los habitantes de la República de Guatemala son 16.1 millones, de la ciudad capital tantos.

Existen en Guatemala 100 escuelas de Karate, 53 de Kenpo y 1 escuela KarateKa.

El grupo objetivo en la red social Facebook son hombres y mujeres entre 18 y 35 años con nivel socioeconómico B y C+.

2.3.2 Vulnerabilidad

Se requiere de la realización de materiales gráficos digitales para promover el arte marcial que se imparte en la escuela KarateKa. Si este proyecto no es realizado, la escuela no

podrá contar con comunicación efectiva con los clientes reales y potenciales; por lo tanto, puede llegar a perder clientela y causar un declive en la empresa.

2.3.3 Trascendencia

Con la realización de los materiales gráficos digitales se podrá promocionar la escuela y comunicar los beneficios del arte marcial que se imparte en la escuela KarateKa, así, se incrementarán los clientes reales y potenciales que tiene actualmente la escuela.

2.3.4 Factibilidad

El proyecto de materiales gráficos digitales para promover en clientes reales y potenciales a través de la red social Facebook el arte marcial, es factible porque se cuenta con los siguientes recursos:

2.3.4.1 Recursos humanos: La escuela cuenta con el factor humano adecuado, que posee las habilidades y el conocimiento necesario para el desarrollo y realización del proyecto.

2.3.4.2 Recursos organizacionales: La escuela autoriza la realización de este proyecto, de manera que están dispuestos a brindar la información necesaria para el desarrollo del proyecto.

2.3.4.3 Recursos económicos: La escuela cuenta con los recursos económicos necesarios para la realización de la propuesta digital para ser realizada y publicada en la red social Facebook.

2.3.4.4 Recursos tecnológicos: Para la elaboración y producción del proyecto se utilizarán las herramientas de propiedad del autor. La empresa cuenta con las herramientas necesarias para la distribución del proyecto.

名譽

忠實



◆— Capítulo III —◆
Objetivos de Diseño

Capítulo III – Objetivos de diseño

3.1 Objetivo general

Diseñar materiales gráficos digitales para promover en clientes reales y potenciales, a través de la red social Facebook, el arte marcial que se imparte en la escuela KarateKa.

3.2 Objetivos específicos

3.2.1 Investigar a través de referencias bibliográficas acerca de la elaboración y producción de materiales gráficos digitales para la construcción de marca en la red social Facebook.

3.2.2 Recopilar información acerca de las actividades que realiza la escuela de artes marciales KarateKa, para incluirla en los materiales gráficos digitales.

3.2.3 Ilustrar las actividades que realiza la escuela de artes marciales KarateKa, para incluirlas en los materiales gráficos digitales.

3.2.4 Diagramar los elementos gráficos mediante criterios de jerarquías para facilitar la lectura de la información.

名譽

忠實



◆— Capítulo IV —◆
Marco de Referencia

Capítulo IV – Marco de referencia

4.1 Información General del cliente

Nombre de la empresa: KarateKa

Dirección: 9na Calle 20-81 zona 14 Club Delfines

Correo electrónico: kasynergy@gmail.com

Teléfono: 2322-7777

Historia

En sus inicios la escuela KarateKa fue fundada por los Hermanos Morales con el nombre de Karate Action Hermanos Morales en el año 2002. A partir del año 2007, el Sensei Luis Alberto Morales (Sensei Moralitos 6to Dan) se separó de sus hermanos y continuó con la escuela hasta la fecha. Actualmente conocida con el nombre de KarateKa.

La escuela cuenta con distintos programas internacionales SKILLZ específicos para cada edad, creados por psicólogos expertos en las áreas del desarrollo de aprendizaje de los niños. Así mismo, cuenta con el programa internacional reconocido, Hyper Pro-training y Fightclub, estos programas son específicos para el entrenar armas, katas y combate.

También cabe mencionar que los procesos de competencia de la escuela tienen el aval de la Federación Nacional de Taekwondo, que permite federar a los alumnos, competir en juegos nacionales y si tienen la capacidad, ser parte de selección nacional para buscar un sueño olímpico.

Misión

Cultivar la práctica de las artes marciales, fomentar un mejor estilo de vida, la búsqueda de mejor condición física y desarrollar líderes de toda edad.

Visión

Poner al alcance de la sociedad guatemalteca la filosofía de las artes marciales, convertir a cada persona en una versión mejorada de sí mismos.

Valores

KarateKa es una familia que desarrolla liderazgo en personas de toda edad y enseña la importancia de la humildad y el respeto de individuos en una sociedad.

El enfoque de KarateKa es ayudar a los estudiantes a crear confianza en sí mismos, a ser fuertes física y mentalmente y a tener una pensamientos positivos en todos los aspectos de su vida.

Competencia

- Schumann's Martial Arts Training Center
- Side Kick Karate
- Karate Guatemala (Wolfpack)

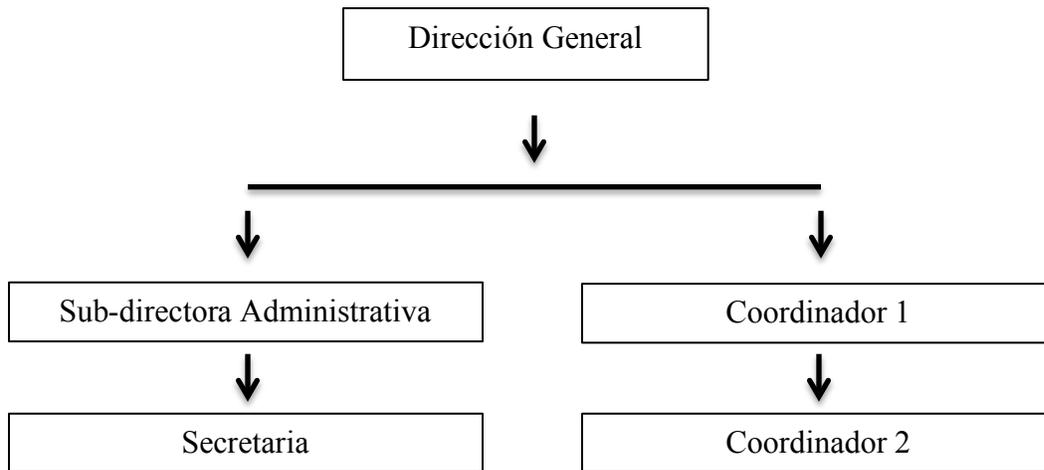
Mensaje a comunicar

- Un mejor estilo de vida a tu alcance

Estrategia de marketing

La estrategia de marketing para el diseño de materiales gráficos digitales, para promover en clientes reales y potenciales, a través dela red social Facebook, el arte marcial que imparte la escuela KarateKa, es mejorar la imagen de marca. Para ello se enfocará en realizar dicho material para dar a conocer al receptor cómo las artes marciales mejoran todos los aspectos de la vida de un artista marcial.

Organigrama de la escuela KarateKa



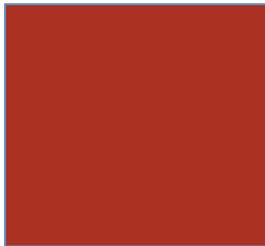
Análisis FODA

| | |
|---|--|
| <p>Fortalezas</p> <p>Buena formación académica en las artes marciales.</p> <p>Profesores capacitados y profesionales.</p> <p>Variedad de programas de artes marciales.</p> | <p>Oportunidades</p> <p>Interés en las artes marciales.</p> <p>Interés de actividades extracurriculares en padres de familia.</p> <p>Popularidad de las artes marciales en Guatemala.</p> |
| <p>Debilidades</p> <p>Comunicación deficiente.</p> <p>Poco conocimiento de marca.</p> <p>Parqueo pagado.</p> | <p>Amenazas</p> <p>Inestabilidad económica.</p> <p>Gran competencia nacional.</p> <p>Consideración del deporte como violento.</p> |

Logotipo



Paleta de colores

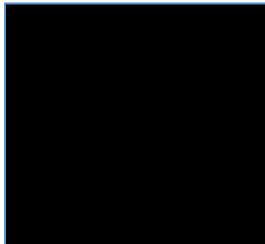


Pantone: PMS 1805C

CMYK: C:0, M:91, Y:100, K:23

RGB: R:175, G:41, B:46

HEX:



Negro

Prueba Tipográfica

Papyrus

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

1234567890

名譽

忠實



◆— Capítulo V —◆
Definición de Grupo Objetivo

Capítulo V – Definición del grupo objetivo

El siguiente proyecto fue desarrollado para hombres y mujeres entre 18 y 35 años, con nivel socioeconómico B y C+, residentes de la ciudad de Guatemala.

5.1 Perfil Geográfico

- Región: Región Metropolitana. Ciudad Capital de Guatemala.
- Área: 108,890 km²
- Tamaño de ciudad: 692 km²
- Densidad poblacional: 1,555 Hab/km²
- Clima: La capital de Guatemala es la más alta de toda Centroamérica, puede alcanzar temperaturas muy bajas en los meses fríos. La mayor parte del año posee un clima templado; varía de época lluviosa a seca.

5.2 Perfil Demográfico

Entre las características demográficas del grupo objetivo se encuentran:

- Edad: 18-35 años de edad.
- Género: Masculino y femenino.
- Ciclo de vida: Solteros, casados y con hijos.
- Ocupación: Estudiantes, empresarios, profesionales.
- Educación: Escolar y universitaria.
- Nacionalidad: Guatemaltecos o extranjeros.
- Nivel socioeconómico: B y C+.
- Vivienda: Viven en casas rentadas o financiadas de 2, 3 o 4 habitaciones, 2 o 3 baños, 1 o 2 salas área de servicio, y garage para 2-4 vehículos.

5.3 Perfil Psicográfico

Son individuos interesados en el deporte, padres que buscan actividades extracurriculares para los hijos, salen a divertirse y buscan otro tipo de actividades fuera de la rutina diaria.

5.4 Perfil Conductual

Las características del grupo objetivo a quien va dirigidos los materiales digitales son interesados en deportes de cualquier tipo, personas que buscan mejorar su salud, tanto física como mental. Tienen el hábito de consumo de lugares donde se pueden ejercitar ellos y su familia. Están interesados en la formación del arte marcial.

名譽

忠實



◆— Capítulo VI —◆
Marco Teórico

Capítulo VI – Marco Teórico

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio

6.1.1 Escuela: Es un establecimiento o institución en donde se dan o se reciben ciertos tipos de instrucción.

(Definición.de, 2008-2017)

6.1.2 Digital: Es un término que se refiere a la interacción que puede tener el ser humano con cualquier tipo de tecnología.

(Definición.de, 2008-2017)

6.1.3 Redes sociales: Son sitios de internet formados por comunidades de individuos con intereses o actividades en común (como amistad, parentesco, trabajo) y que permiten la creación de perfiles y el contacto entre estos, de manera que se puedan comunicar e intercambiar información. Las redes no se limitan solamente a individuos, y permiten la interacción con productos, marcas y empresas por medio de publicidad en las páginas web de las redes sociales o por medio de la interacción con perfiles que representan a la marca o producto.

(FotoNostra, s.f.)

6.1.4 Cliente real: Es un cliente existente para la empresa por el que ya se ha trabajado.

6.1.5 Cliente potencial: Es una persona o empresa que se podría beneficiar por los servicios profesionales que puede proveer un individuo u empresa pero que aún no ha confirmado el interés y pagado los mismos.

6.1.6 Artes marciales: Son técnicas y métodos creados para la defensa y lucha en combate. Se originan en el antiguo oriente y existen gran variedad de estilos, entre ellos el Kenpo, el Karate Do, el Tae Kwon Do y el Jiu Jitsu.

6.1.7 Karate: Es un arte marcial de defensa personal de origen japonés. Consiste en brindar golpes con las piernas y las manos alternados de forma armónica con la alineación y la respiración, la fuerza y el equilibrio con el fin de derribar al atacante con un solo golpe.

(Definición.de, 2008-2017)

6.1.8 American Kenpo: Es un arte marcial y sistema de autodefensa moderno, con raíces en artes marciales tradicionales de oriente, creado por Edmund Parker. Es caracterizado por el uso técnicas de manos en rápida sucesión.

6.1.9 Dojo: Es un término empleado en Japón para designar un espacio destinado a la práctica y enseñanza de las artes marciales.

6.1.10 Alumno: Es una persona que recibe enseñanza.

(Definición.de, 2008-2017)

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: Es la acción y el efecto de comunicar; es decir, acción de descubrir, manifestar o hacer saber a alguien algo.

(Willman, H. M. 2009)

6.2.1.2 Proceso de comunicación: Es un proceso complejo de carácter social e interpersonal en el que se lleva a cabo un intercambio de información verbal y no verbal, en el que se establece un contacto entre los participantes en persona o a distancia, a través de medios artificiales. Los componentes esenciales del proceso de comunicación son: el emisor del mensaje, el receptor de este dicho mensaje y el canal a través del que se transmite. (Kotler Philip, C.D. 2000)

6.2.1.3 Tipos de comunicación

6.2.1.3.1 Comunicación comercial: Es la demostración del vendedor de distintas ideas para convencer al cliente. Aplica el conocimiento e intercambio de información, de manera que pueda saber un poco más acerca de lo que son las necesidades del cliente y de este modo brindarles las soluciones precisas a cualquier problema que tengan y para que el mismo quede satisfecho.

(Kotler Philip, C.D. 2000)

6.2.1.3.2 Comunicación persuasiva: Es una comunicación que cambia, forma, o refuerza las actitudes de las personas, es decir, lo que opinan de cosas, grupos, personas, acciones, ideas, marcas, empresas y otras.

(Kotler Philip, C.D. 2000)

6.2.1.3.3 Comunicación escrita: Es una comunicación que a diferencia de la oral, no está sometida a los conceptos de espacio y tiempo ya que la interacción entre el emisor y receptor no es inmediata. Dicha comunicación que queda plasmada en texto.

(Willman, H. M. 2009)

6.2.1.3.4 Comunicación educativa: Es un proceso de intercambio de información entre el que enseña (por lo general un maestro) y el que aprende (el alumno) para transmitir una enseñanza que lleva al aprendizaje.

(Willman, H. M. 2009)

6.2.1.3.5 Comunicación en medios interactivos: Consiste en que a través de una plataforma por la que el receptor puede interactuar con dicha comunicación que transmite el emisor.

6.2.1.4 Funciones de la comunicación

6.2.1.4.1 Función referencial o cognoscitiva: La comunicación tiene como función principal informar, por lo tanto el énfasis está puesto en el mensaje.

(Morris, Charles G.; Maisto, Albert A. 2010)

6.2.1.4.2 Función connotativa: La comunicación que se centra en el oyente; consiste en convencer, aconsejar e influir en el receptor al esperar una respuesta a cambio.

(Morris, Charles G.; Maisto, Albert A. 2010)

6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño

6.2.2.1 Diseño: Es programar, proyectar, coordinar, seleccionar y organizar una serie de factores y de elementos con miras a la realización de objetos destinados a producir comunicaciones visuales.

(Hauser, Arnold. 1978)

6.2.2.2 Diseño gráfico: Visto como actividad, es la acción de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales, producidas en general por medios industriales y destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos determinados.

(Perera, Mamen. 2012)

6.2.2.2.1 Elementos de diseño

6.2.2.2.1.1 El punto: Es la señal de dimensiones pequeñas, normalmente circular, que, por contraste de color o relieve, es perceptible en una superficie.

(Definición.de, 2008-2017)

6.2.2.2.1.2 La línea: Es la unión de dos o más puntos. (Definición.de, 2008-2017)

6.2.2.2.1.3 El plano: Permite fragmentar y dividir el espacio, para poder delimitar y clasificar las diferentes zonas de una composición.

(FotoNostra, s.f.)

6.2.2.2.1.4 Equilibrio visual: En diseño, el equilibrio actúa como un catalizador de la forma: Ancla y activa los elementos en el espacio. El equilibrio visual surge cuando el peso de uno o más elementos se distribuye de manera uniforme o proporcional en el espacio.

(FotoNostra, s.f.)

6.2.2.2.1.5 Boceto: Es el esquema o proyecto en que se bosqueja cualquier obra. Se trata de un apunte general previo a la ejecución.

(FotoNostra, s.f.)

6.2.2.2.1.6 Composición: Es la distribución o disposición de todos los elementos que se incluyen en un diseño o estructura, de una forma perfecta y equilibrada. Los elementos que se sitúan en la parte derecha, poseen mayor peso visual, y transmiten una sensación de avance. En cambio los que se encuentran en la parte izquierda, proporciona una sensación de ligereza.

(FotoNostra, s.f.)

6.2.2.2.1.7 Color: Es el aspecto de la sensación visual que permite al observador humano distinguir las diferencias entre dos campos de luz libres de estructura que tienen el mismo tamaño, forma y duración.

(Definición.de, 2008-2017)

6.2.2.3 Tipos de Diseño

6.2.2.3.1 Diseño gráfico digital: Es el arte y la práctica que consiste en planificar y proyectar ideas y experiencias con un contenido textual y visual; específicamente el contenido es creado y transmitido digitalmente.

6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias

6.3.1 Ciencias

6.3.1.1 Semiología: Es el estudio de los signos en la vida social.

(Definición.de, 2008-2017)

6.3.1.2 Semiología de la imagen: Es el estudio del signo icónico y los procesos de sentido y significación a partir de la imagen.

(FotoNostra, s.f.)

6.3.1.3 Psicología del color: Es un campo de estudio que está dirigido a analizar el efecto del color en la percepción y la conducta humana.

(Ilusión y Estudio, 2010)

6.3.1.4 Sociología: Es la ciencia que trata de la estructura y funcionamiento de las sociedades humanas.

(Willman, H. M. 2009)

6.3.1.5 Estadística: Es una ciencia mediante la que se puede tomar decisiones para optimizar estrategias basado en una recolección, análisis e interpretación de datos.

(Definición.de, 2008-2017)

6.3.2 Artes

6.3.2.1 Ilustración: Es un componente gráfico que complementa o realza un texto, son imágenes que representan un mensaje. (Definición.de, 2008-2017)

6.3.2.2 Tipografía: Es el modo o estilo en que se visualiza un texto.

(Santillana S.A. 2006)

6.3.2.3 Abstracción: Es la representación de ideas, conceptos, pensamientos y sentimientos en donde la función de la imagen es restituir la impresión visual de algo real, con mayor o menor grado de realidad reproductiva.

(FotoNostra, s.f.)

6.3.3. Teorías

6.3.3.1 Teoría del color: Es un grupo de reglas básicas en la mezcla de colores para conseguir el efecto deseado al combinar colores de luz o pigmento.

(Caballero, M.J. 2012)

6.3.3.2 Teoría de Gestalt: Es un movimiento de la psicología que surgió a comienzos del siglo XX en Alemania y consiste en que la mente se encarga de configurar, mediante diversos principios, todos aquellos elementos que se pasan a formar parte de ella gracias a la acción de la percepción o al acervo de la memoria. Para la psicología de la Gestalt, el todo nunca es igual a la sumatoria de sus diversas partes, sino que es algo diferente.

(Morris, Charles G.; Maisto, Albert A. 2010)

6.3.4. Tendencias

6.3.4.1 Conceptualismo: Es un movimiento artístico que surge a finales de los años sesenta que propone un tipo de arte en el que cuenta primordialmente la idea o el concepto; para los artistas conceptuales prima el sentido de las obras sobre su forma plástica y el pensamiento implícito en ellas sobre la experiencia sensual.

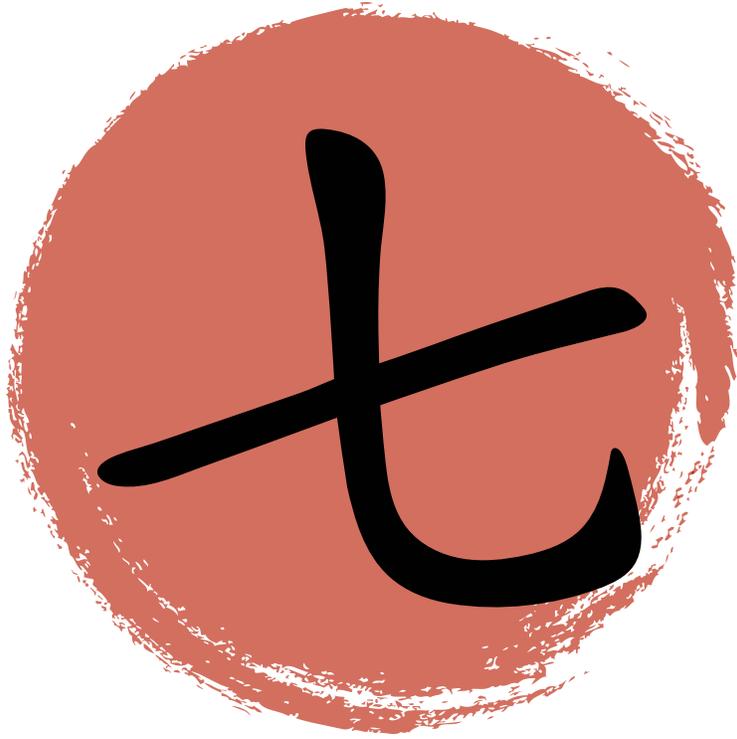
(Definición.de, 2008-2017)

6.3.4.2 Minimalismo: Es una corriente artística que se basa en la reducción de objetos reales a formas simplificadas, geométricas, personales y frías. Es una tendencia de reducir a lo esencial, sin elementos sobrantes que rellenen sin un sentido.

(Definición.de, 2008-2017)

名譽

忠實



◆ - 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

7.1.1 Semiología: A través de símbolos y abstracciones se sustentará los mensajes visuales que se desean comunicar a través de los distintos materiales gráficos digitales.

7.1.2 Semiología de la imagen: Debido a la necesidad e reducir textos, la realización de signos y símbolos será vital para la transmisión de mensajes de una manera más atractiva y sencilla para los receptores.

7.1.3 Psicología del color: La correcta utilización del color es importante para no saturar o hacer poco atractivo un material y el receptor comprenda y se interese en la comunicación.

7.1.4 Tecnología: La tecnología es el medio que se utilizará para la realización y la transmisión de mensajes a través de materiales gráficos digitales.

7.2 Conceptualización.

7.2.1 Método: Para realizar la conceptualización de este proyecto se utilizará la técnica de Mapa conceptual. Se elaboró por primera vez en 1972 en el transcurso del programa de investigación de Novak en Cornell University, donde el equipo trató de seguir y entender los cambios en el conocimiento de las ciencias que tenían los niños (Novak y Musonda, 1991). Durante el estudio los investigadores entrevistaron a muchos niños y descubrieron que era difícil identificar cambios específicos en la comprensión de conceptos científicos por parte de los niños mediante el análisis de las transcripciones de las entrevistas. Este programa se basó en la psicología del aprendizaje de David Ausubel (Ausubel, 1963, 1968; Ausubel, Novak y Hanesian, 1978). Los mapas conceptuales son una representación que muestra relaciones explícitas entre

conceptos usando palabras de enlace entre estos y organizando las ideas expresadas en forma jerárquica.

Para elaborar un mapa mental es necesario:

- Tomar una hoja de papel.
- En el centro colocar el asunto de mayor importancia o el problema.
- Los principales temas relacionados con el problema irradian de la imagen central de forma ramificada.
- De esos temas parten palabras o imágenes claves que son trazadas sobre líneas abiertas de forma automática, pero clara.
- Las ramificaciones forman una estructura nodal.

7.2.1.1 Aplicación del método:



7.2.2 Definición del concepto

A través de la técnica del mapa conceptual, en el que se han hecho relaciones de palabras asociadas a lo que se busca alcanzar con el proyecto, se han extraído las siguientes propuestas de concepto:

- Imágenes con valores.
- Contenido interactivo.
- Comunicación que impacta.
- Contenido con alcance.
- Imágenes que impactan.
- Comunicación con valor.
- Mensajes con valor.
- Un mejor estilo de vida a tu alcance.

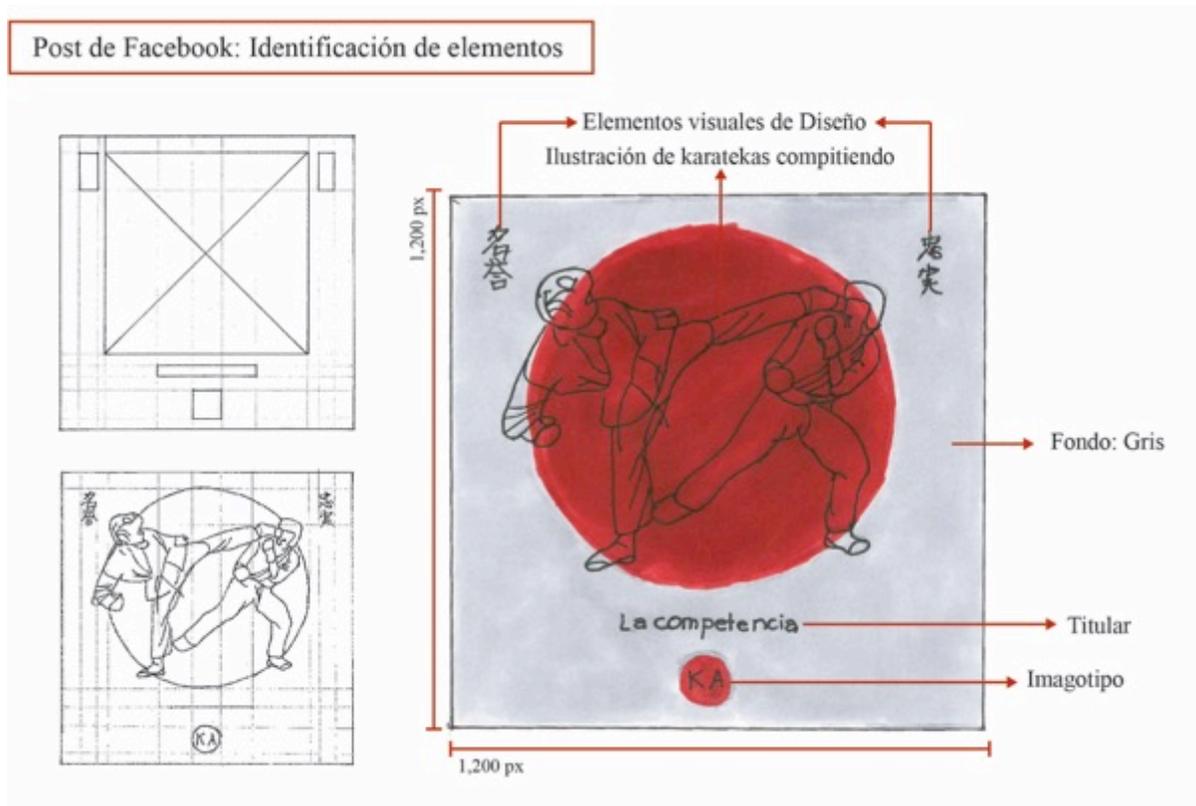
Se eligió el concepto de “Un estilo de vida a tu alcance”, ya que abarca lo que se busca comunicar a través de el proyecto, que es la realización de diseño de materiales gráficos digitales para dar a conocer a clientes reales y potenciales las artes marciales que se imparten en la escuela KarateKa.

7.3 Bocetaje

El primer paso del proceso de bocetaje se realizó a mano en hojas de papel con textura para lápiz tamaño carta, para ilustrar los materiales gráficos digitales. Para la realización de los bocetos se ha tomado en cuenta los elementos de diagramación, composición, tipografía, uso de color, texturas, fotografías, ilustraciones, efectos, formas, tamaños y medidas del formato.

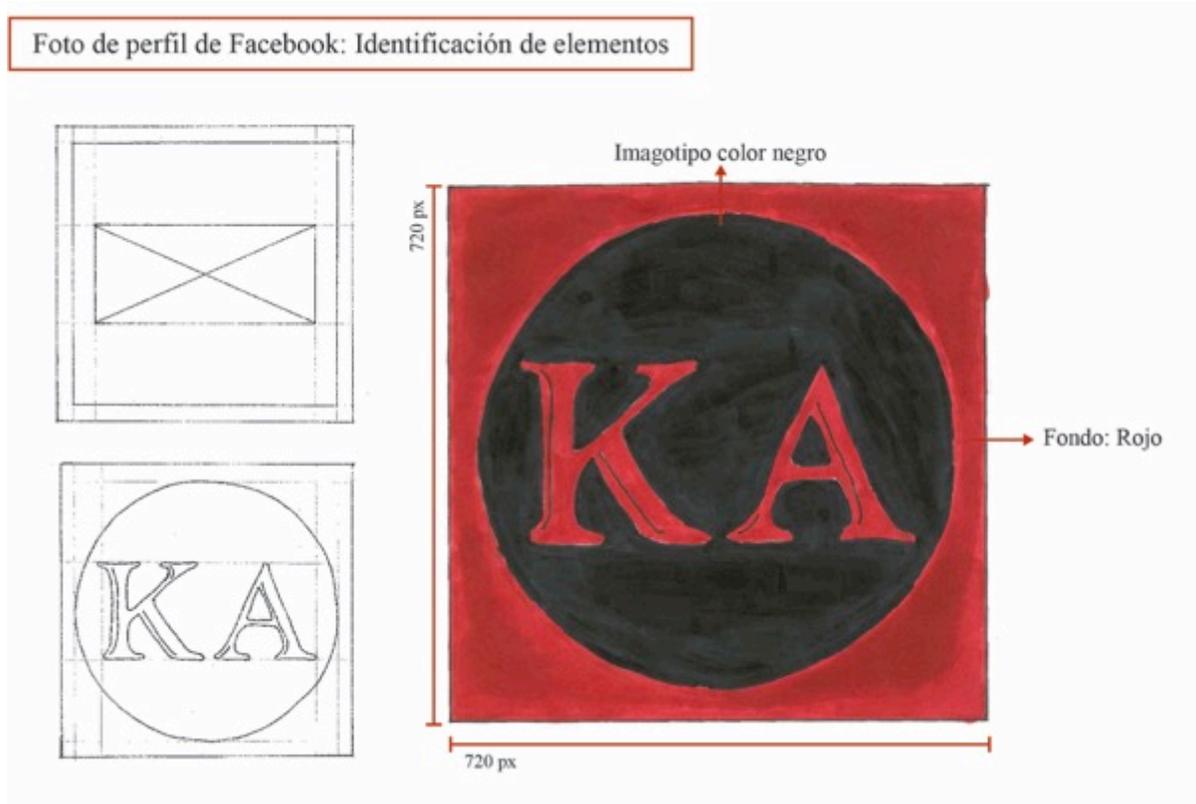
7.3.1 Proceso de bocetaje formal

Boceto de material gráfico digital 1 para comunicar acerca de los beneficios de la competencia.



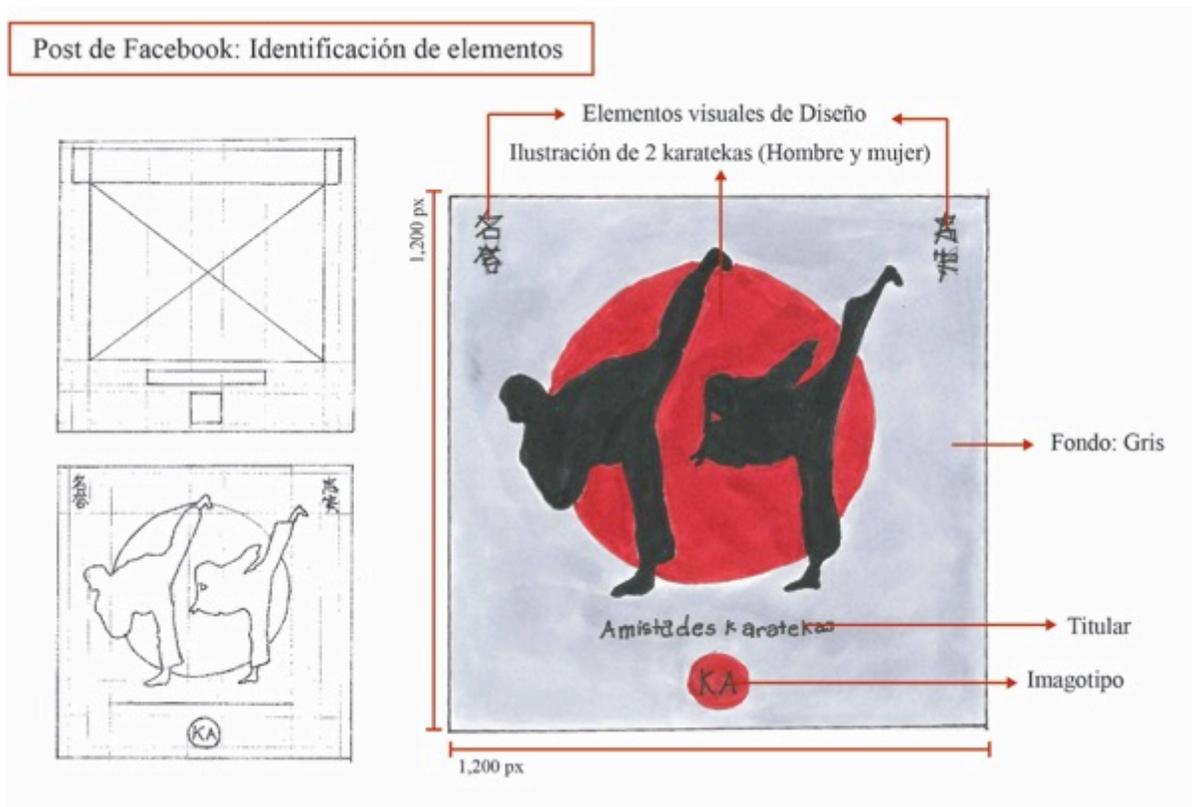
- Tamaño: 1,200 x 1200 pixeles.
- Fondo: El fondo es un gris plano.
- Titular: El titular del Post es: “La competencia”.
- Ilustración: Se ha colocado una ilustración de dos karatekas que compiten sobre un círculo rojo que fue extraído del logotipo.
- Elementos visuales de diseño: Se utilizaron dos símbolos japoneses que representan los valores de honor y lealtad.

Boceto de material gráfico digital 2 para colocar el imagotipo de KarateKa en la foto de perfil.



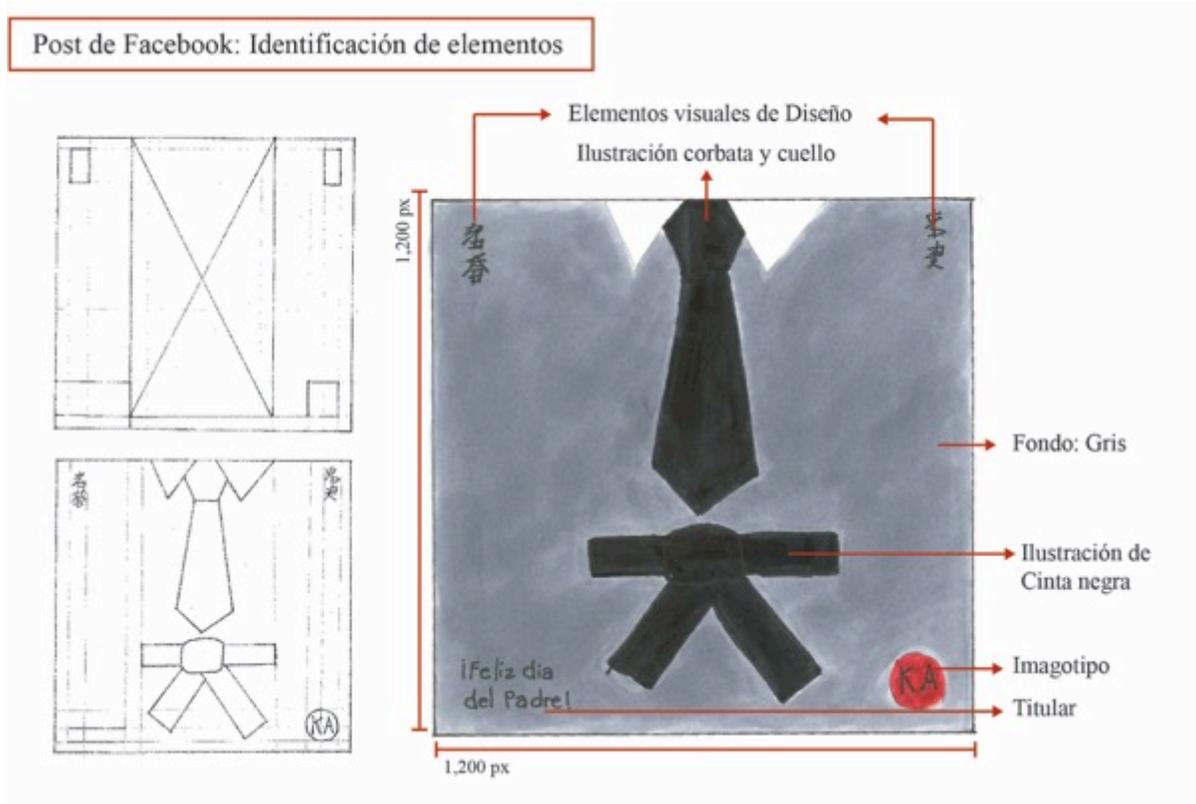
- Tamaño: 720 x 720 píxeles.
- Fondo: El fondo es un rojo plano.
- Imagotipo: Se ha colocado el imagotipo de KarateKa en color negro para que resalte sobre rojo.

Boceto de material gráfico digital 3 para comunicar acerca de las amistades que se crean en las artes marciales.



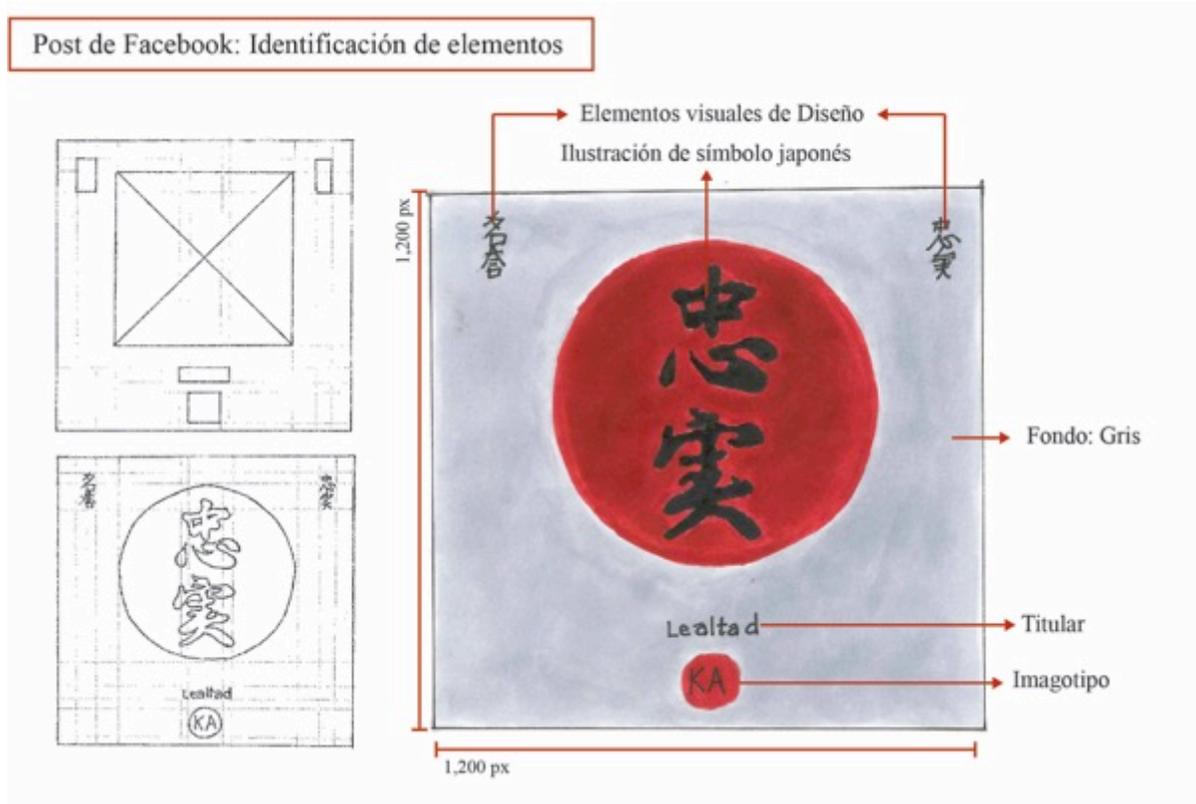
- Tamaño: 1,200 x 1200 pixeles.
- Fondo: El fondo es un gris plano.
- Titular: El titular del Post es: “Amistades Karatekas”.
- Ilustración: Se ha colocado una ilustración de dos karatekas (hombre y mujer) sobre un círculo rojo que fue extraído del logotipo.
- Elementos visuales de diseño: Se utilizaron dos símbolos japoneses que representan los valores de honor y lealtad.

Boceto de material gráfico digital 4 para comunicar sobre el día del Padre.



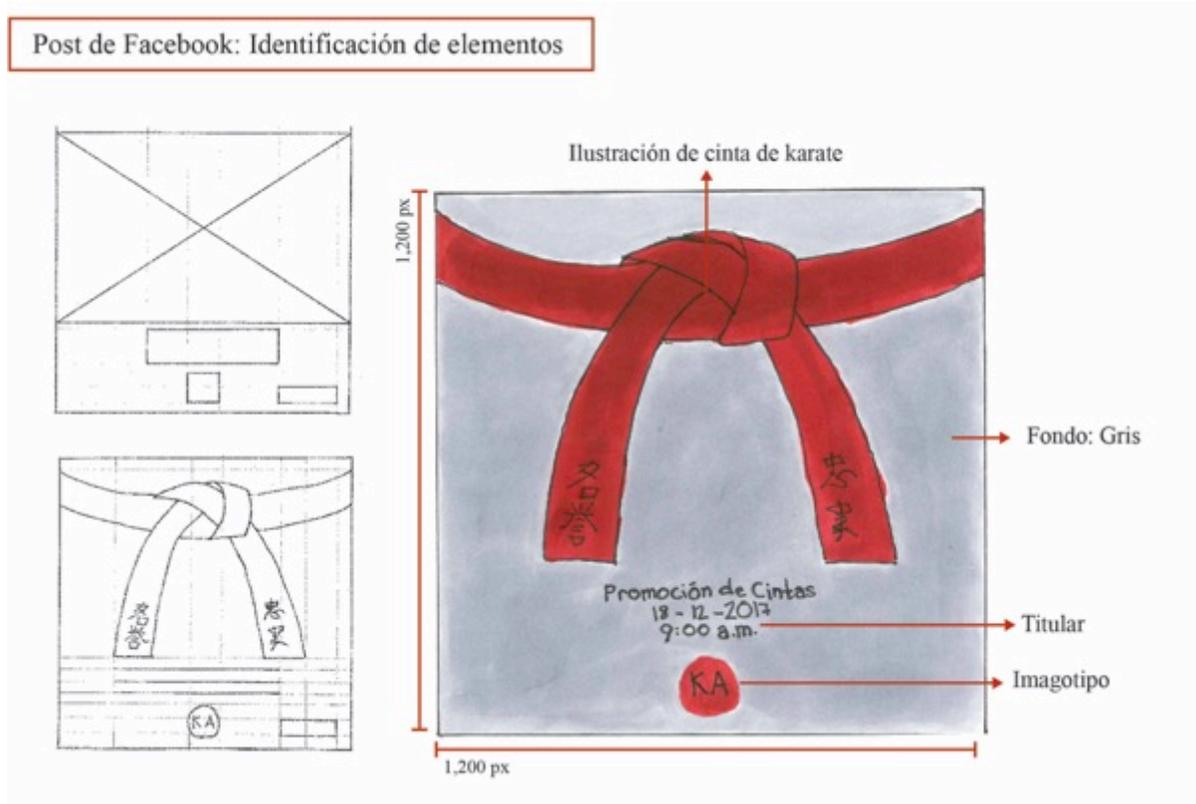
- Tamaño: 1,200 x 1200 píxeles.
- Fondo: El fondo es un gris plano.
- Titular: El titular del Post es: “¡Feliz día del Padre!”.
- Ilustración: Se ha colocado una ilustración un cuello con corbata y una cinta negra debajo.
- Elementos visuales de diseño: Se utilizaron dos símbolos japoneses que representan los valores de honor y lealtad.

Boceto de material gráfico digital 5 para comunicar acerca del valor de lealtad.



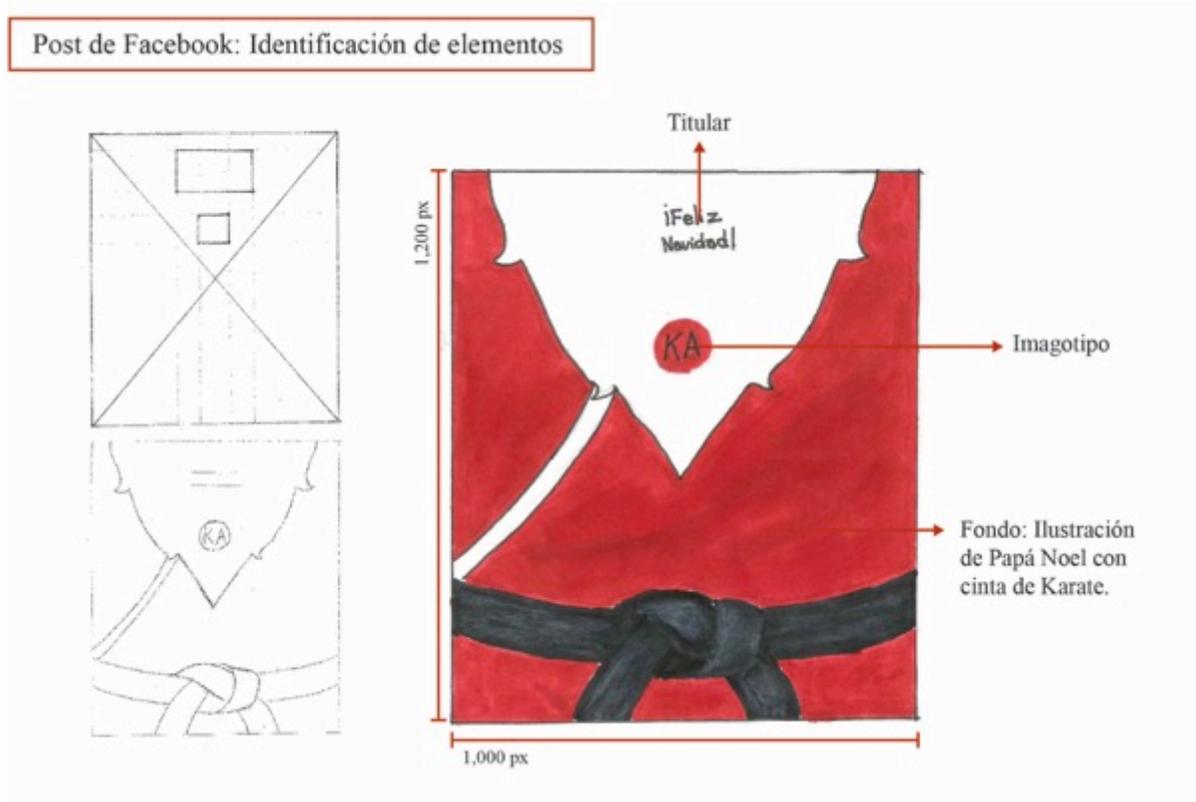
- Tamaño: 1,200 x 1200 pixeles.
- Fondo: El fondo es un gris plano.
- Titular: El titular del Post es: “Lealtad”.
- Ilustración: Se ha colocado una ilustración un símbolo japonés que representa la lealtad sobre un círculo rojo que fue extraído del logotipo.
- Elementos visuales de diseño: Se utilizaron dos símbolos japoneses que representan los valores de honor y lealtad.

Boceto de material gráfico digital 6 para informar sobre la promoción de cintas.



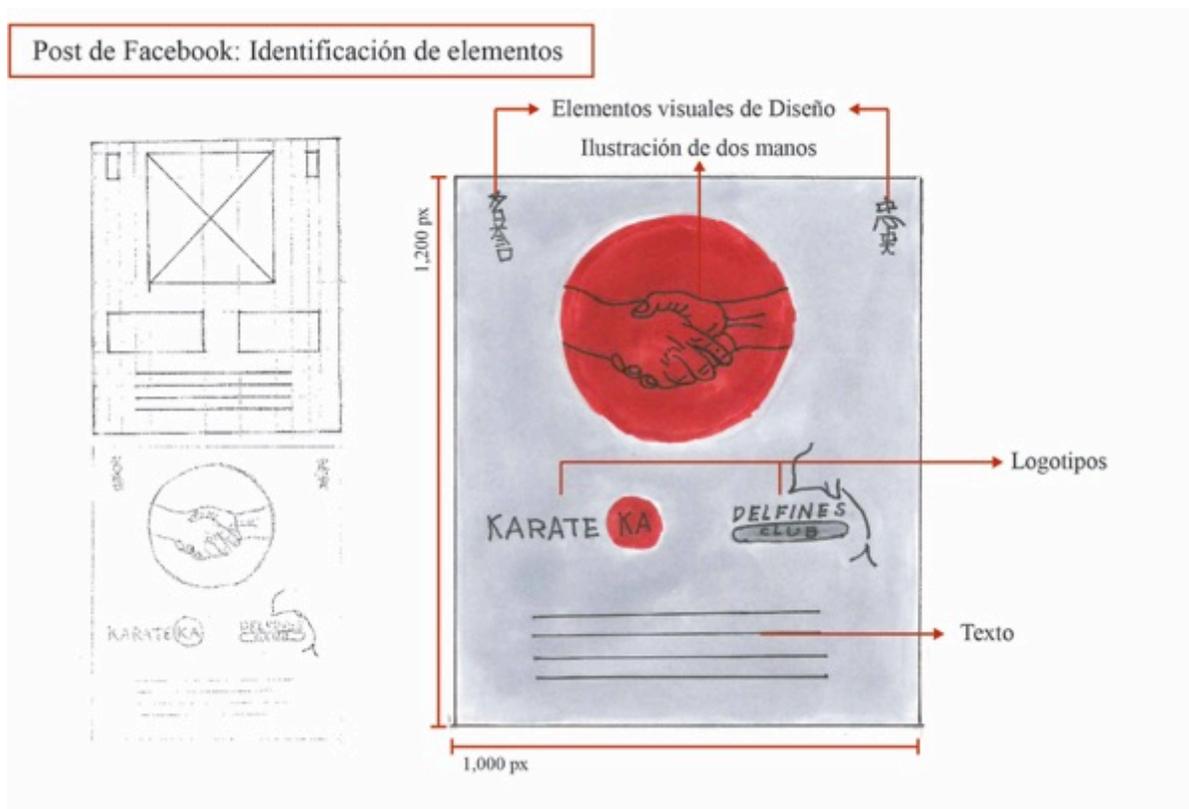
- Tamaño: 1,200 x 1200 píxeles.
- Fondo: El fondo es un gris plano.
- Titular: El titular del Post es: “Promoción de Cintas” con la fecha y la hora.
- Ilustración: Se ha colocado una ilustración de una cinta de karate con dos símbolos japoneses que representan los valores de honor y lealtad.

Boceto de material gráfico digital 7 para comunicar sobre la navidad.



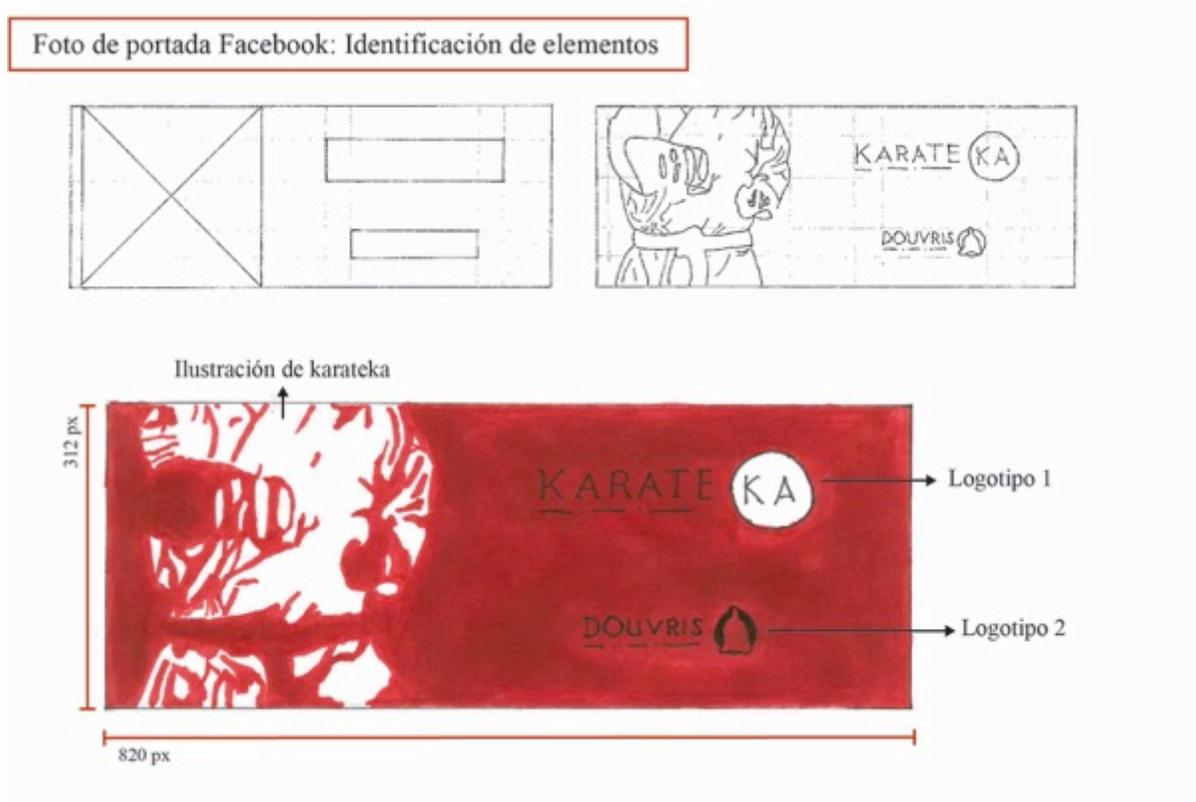
- Tamaño: 1,200 x 1,000 píxeles.
- Fondo: El fondo es una ilustración de Papá Noel, simulando una cinta de karate en su cintura en lugar de su cinturón.
- Titular: El titular del Post es: "Feliz Navidad".

Boceto de material gráfico digital 8 para informar sobre el cambio de localidad física de la escuela.



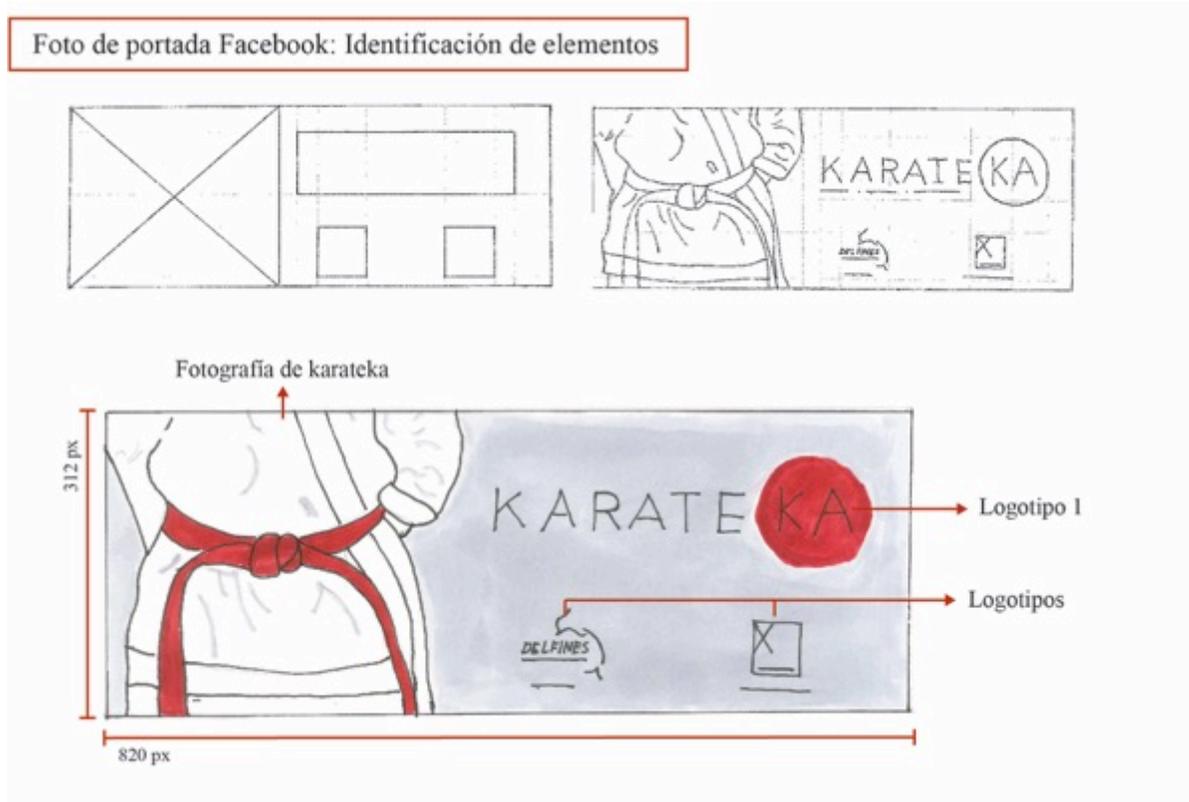
- Tamaño: 1,200 x 1,000 píxeles.
- Fondo: El fondo es un gris plano.
- Logotipos: Se colocaron los logotipos de KarateKa y Delfines Club.
- Ilustración: Se ha colocado una ilustración de dos manos apretándose la mano.
- Texto: Se colocará el texto: “KarateKa se une con el Club Delfines para brindarte el mejor servicio. Muy pronto podrás encontrarnos en: 9 Calle 20-81 Zona 14, Ciudad de Guatemala.”

Boceto de material gráfico digital 9 para colocar de portada del perfil de Facebook.



- Tamaño: 820 x 312 pixeles.
- Fondo: El fondo es rojo plano
- Logotipo 1: Se ha colocado el logotipo de KarateKa.
- Logotipo 2: Se ha colocado el logotipo de Douvriz Martial Arts.
- Ilustración: Se ha colocado una ilustración de un karateka.

Boceto de material gráfico digital 10 para colocar de portada del perfil de Facebook.



- Tamaño: 820 x 312 pixeles.
- Fondo: Se ha colocado la fotografía de un karateka en un dojo de karate.
- Logotipo 1: Se ha colocado el logotipo de KarateKa.
- Logotipos: Se han colocado los logotipos de Delfines Club y del gimnasio Exerzone

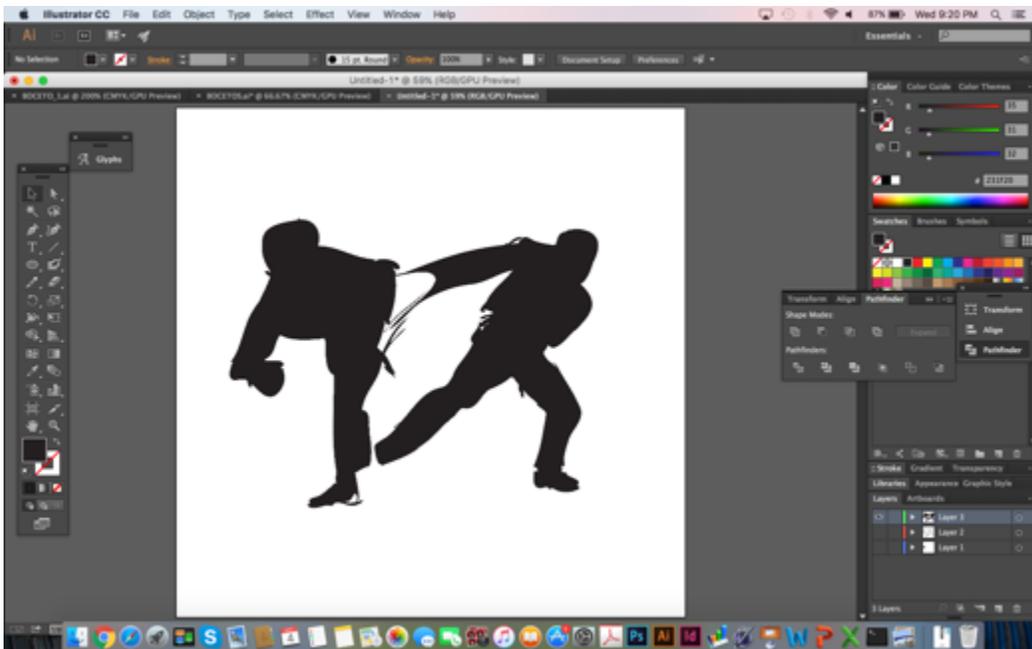
7.3.2 Proceso de digitalización de los bocetos

Digitalización de material gráfico 1 para comunicar acerca de los beneficios de la competencia.

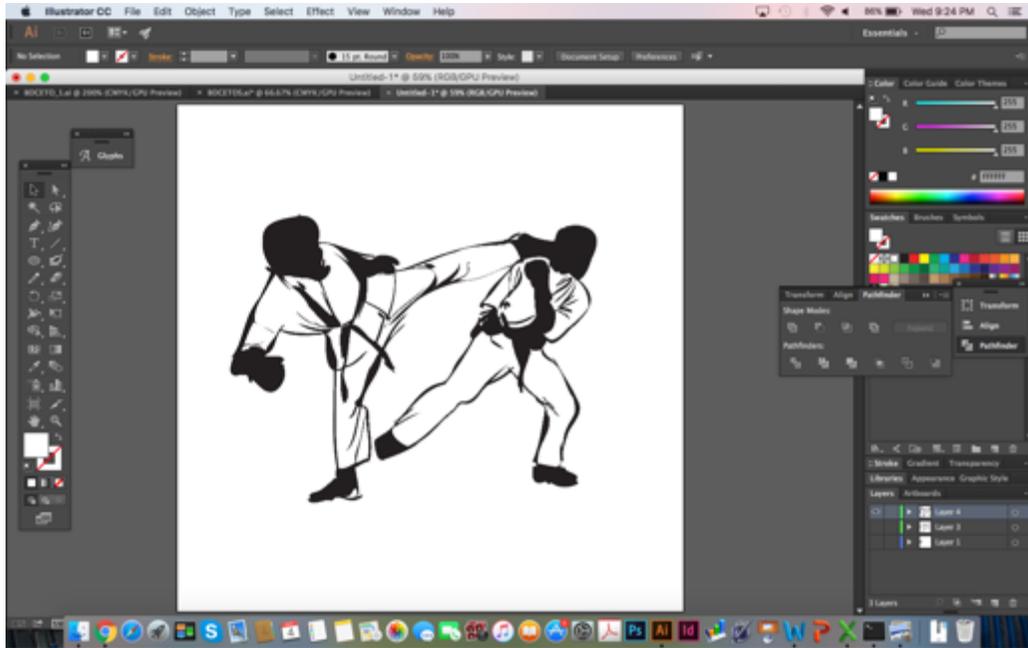
- **Paso 1:** Se ilustró la silueta de los peladores compitiendo.



- **Paso 2:** Se agregaron detalles a la silueta para darle forma a los peleadores.



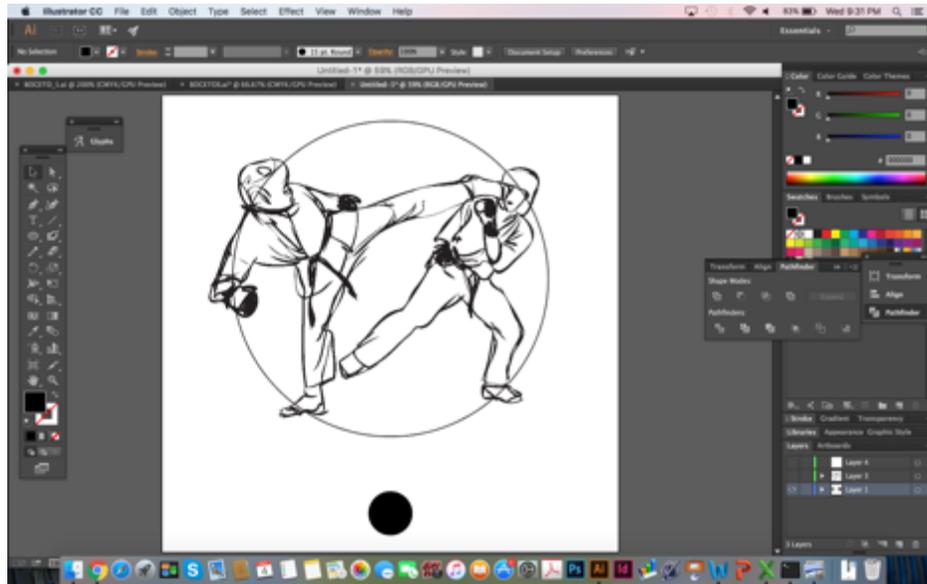
- **Paso 3:** Se agregaron detalles como las cintas y se consideran sombras de pies, casco y guantes a los peleadores.



- **Paso 4:** Se agregaron los últimos detalles a la ilustración de los peleadores compitiendo.



- **Paso 5:** Se colocó un círculo extraído del logotipo de KarateKa detrás de la ilustración para darles mayor importancia y se colocó el espacio donde se pondrá el imagotipo de KarateKa.



- **Paso 6:** Se colocaron los símbolos japoneses que representan honor y lealtad, el imagotipo de KarateKa y el titular: “La competencia”.

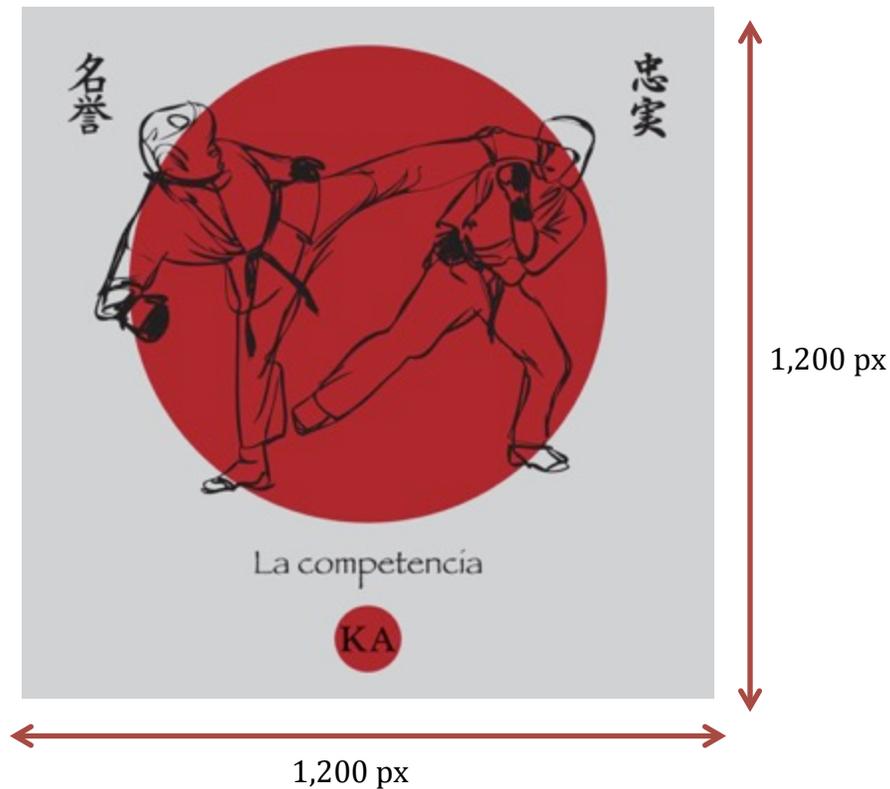


- **Paso 7:** Se agregó color al material. Un fondo gris plano, color rojo al Imagotipo y el círculo que se encuentra detrás de la ilustración y negro al titular, los símbolos japoneses y la ilustración de los karatekas.



7.4 Propuestas preliminares

Propuesta preliminar de material gráfico digital 1 para comunicar acerca de los beneficios de la competencia.



En este arte se utiliza para dar a conocer algunos beneficios que tiene la competencia de un Karateka en su vida. Se mantiene el visual lo más limpio y atractivo posible y se sugiere colocar el siguiente texto como descripción del post:

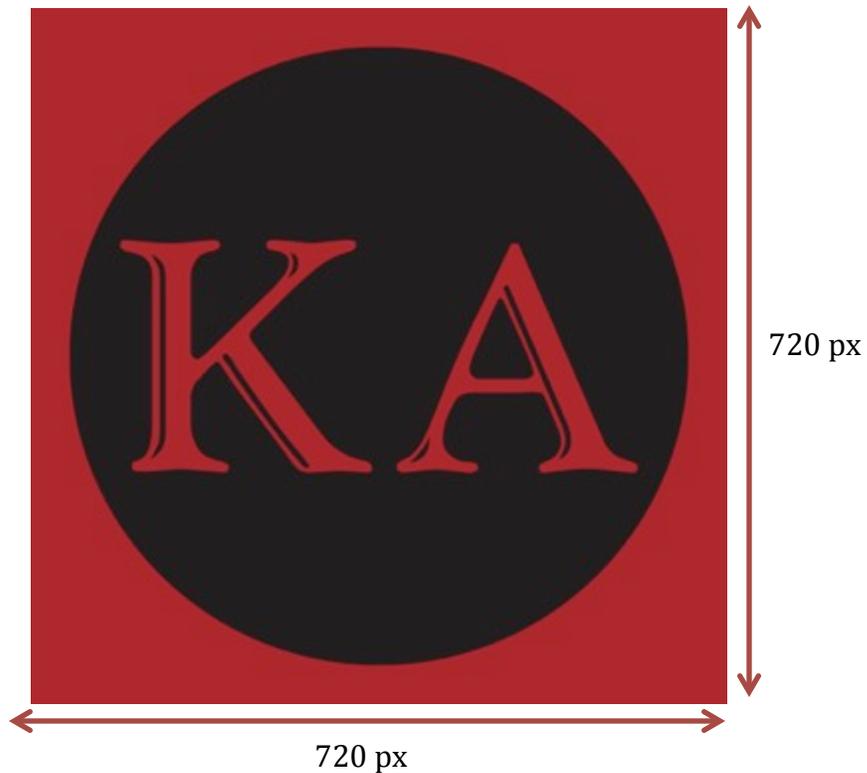
“¡La competencia enseña lecciones valiosas para la vida!

En deportes competitivos se aprende de la derrota más que de la victoria. Recuperarse de una derrota, y luchar por una victoria es una lección de vida que fortalece el espíritu.

En KarateKa te enseñamos a luchar por tus metas en la vida y no rendirte hasta a alcanzarlas.

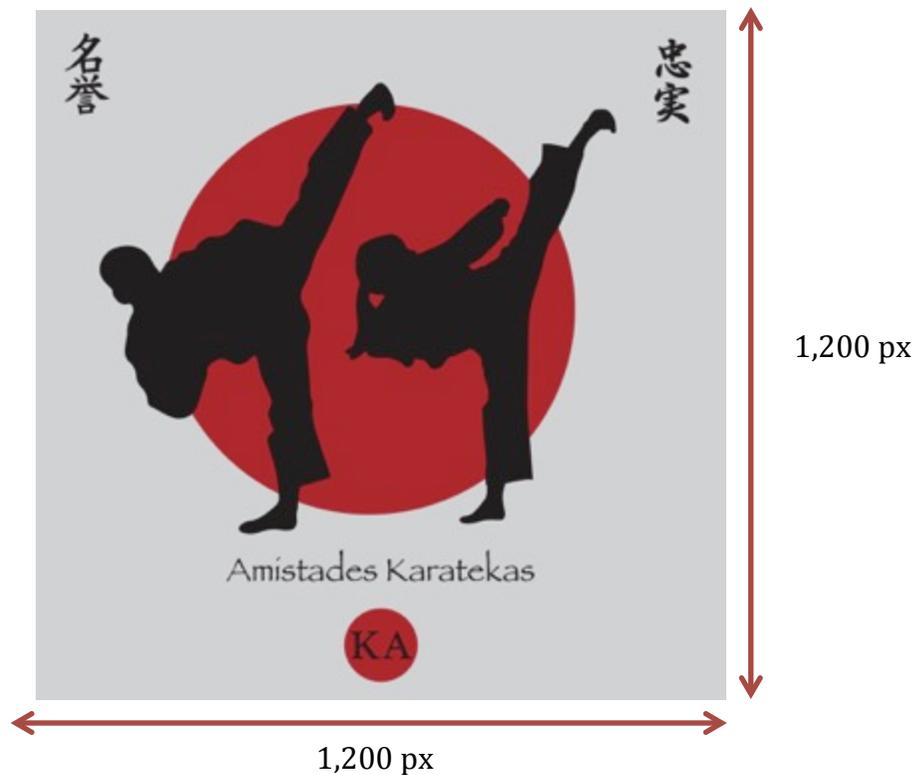
Si deseas más información, escríbenos vía Inbox.”

Propuesta preliminar de material gráfico digital 2 para colocar el imagotipo de KarateKa en la foto de perfil.



En este arte se utiliza colocar el imagotipo de KarateKa como foto de perfil en la página de Facebook. Se usan los dos colores de la paleta de la marca de modo que las personas empiecen a identificar la marca cada vez que ven la foto de perfil.

Propuesta preliminar de material gráfico digital 3 para comunicar acerca de las amistades que se crean en las artes marciales.



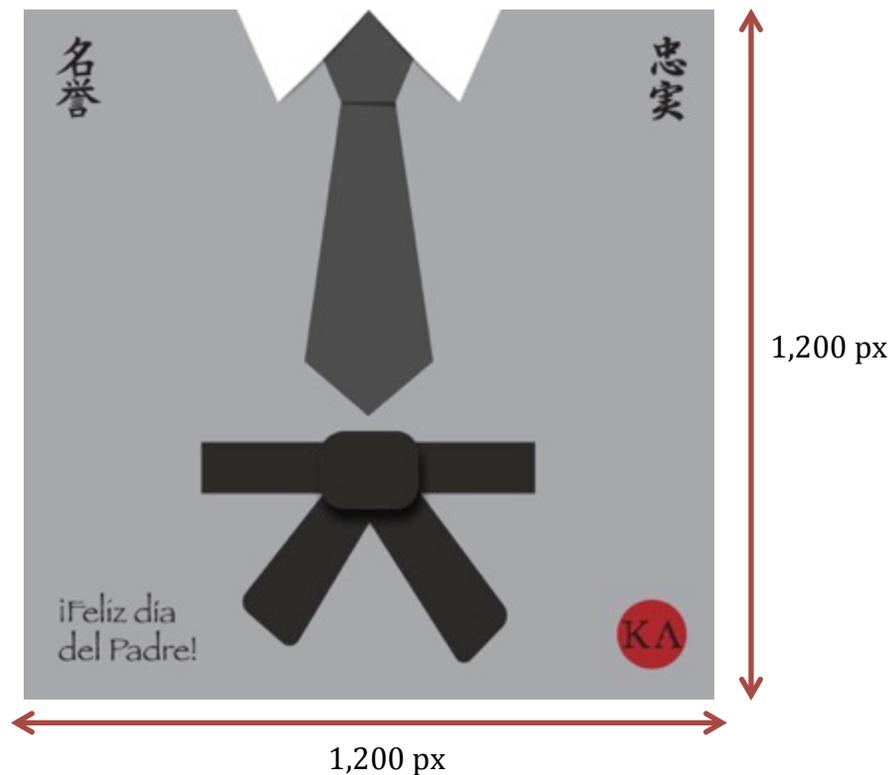
En este arte se comunica acerca de la ventaja de crear amistades que compartan la pasión por las artes marciales, se solicitó para comunicar la amistad en el mes de febrero y se sugiere colocar el siguiente texto como descripción del post:

“Amistades Karatekas.

La amistad que proviene de compartir un deporte es una de las relacioness más fuertes que se pueden tener en la vida. Nos ayuda a crecer como seres humanos y goza de valores que forman una persona integral.

Este mes de la amistad aprovecha nuestro 2x1 para empezar esta fraternidad con la persona que desees. ¡Pregunta por nuestra promoción vía Inbox!.”

Propuesta preliminar de material gráfico digital 4 para comunicar sobre el día del Padre.



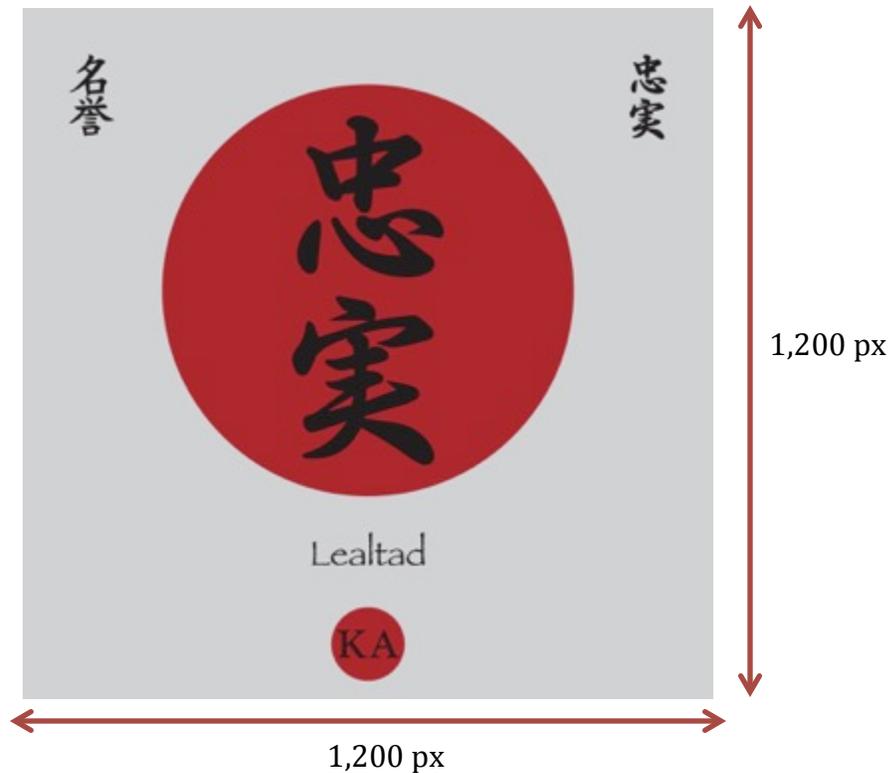
Este arte se utiliza para dar a desear un feliz Día del Padre a todos los fans de la página de Facebook. Se colocó la imagen de una corbata y debajo un cinturón, para representar a un padre KarateKa y se sugiere colocar el siguiente texto en la descripción del post:

“Un padre KarateKa.

Para un KarateKa, su papá es de las personas más importantes en su formación marcial. Un papá KarateKa es constante en llevar a su hijo a todos sus entrenos, o apoya para cumplir sus metas marciales y lo ayuda a comprender la importancia del sacrificio.”

Durante el mes de junio KarateKa invita a todos los padres a probar una clase con sus hijos.

Propuesta preliminar de material gráfico digital 5 para comunicar acerca del valor de lealtad.



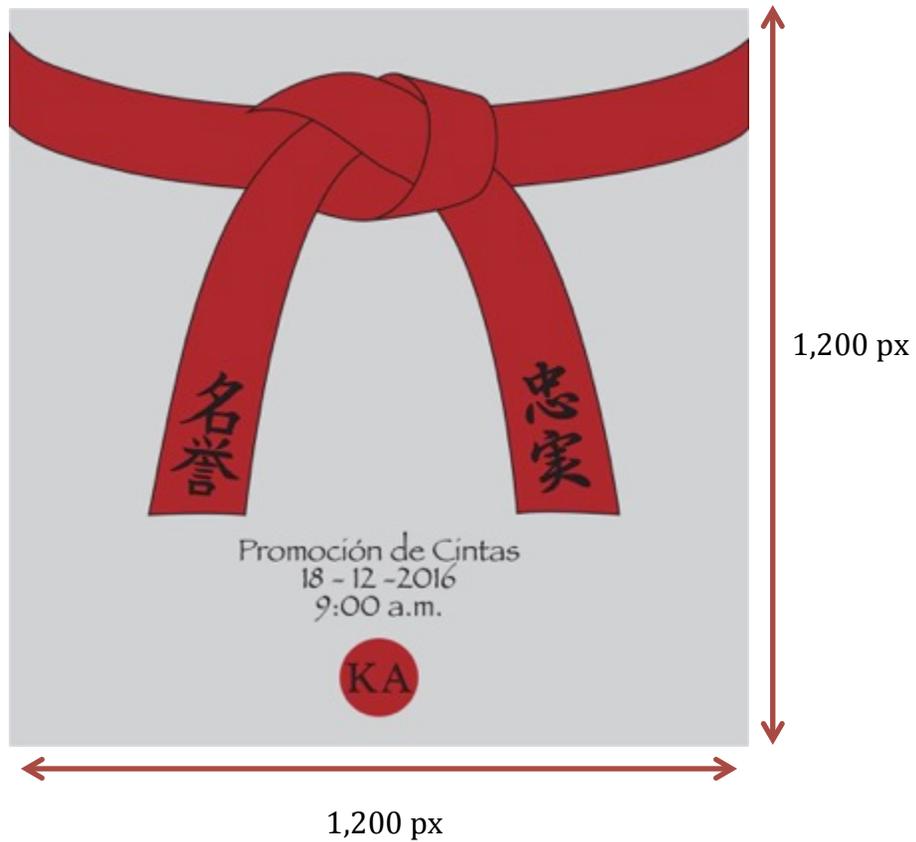
Este arte se utiliza para comunicar acerca del valor de la lealtad que se desarrolla en las artes marciales y lo importante que es para la vida. Se sugiere colocar el siguiente texto como descripción del post:

“¡La lealtad de un KarateKa!

La lealtad es un valor que se vive y se desarrolla primero internamente. Es la unión del respeto, la comprensión, la confianza, la sinceridad y el relacionarse con los demás.

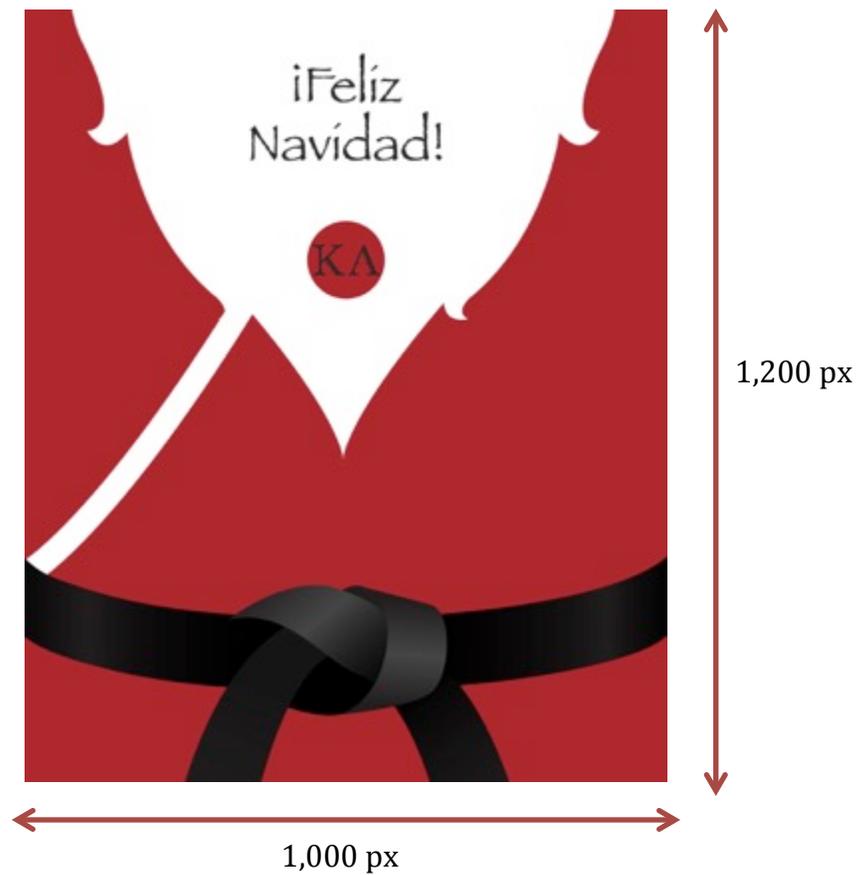
La lealtad es un valor escaso en el mundo y nuestra sociedad y en KarateKa estamos orgullosos de ser de los pocos gimnasios en donde se refuerza. Si deseas más información, envíanos tus datos por Inbox.”

Propuesta preliminar de material gráfico digital 6 para informar sobre la promoción de cintas.



Este arte se utiliza para informar acerca de la fecha y la hora promoción de cintas a los padres de familia y estudiantes que siguen la página de KarateKa en Facebook.

Propuesta preliminar de material gráfico digital 7 para comunicar sobre la navidad.



Este arte se utiliza para desear una Feliz Navidad a todos los fans de la página de Facebook. Se colocó la ilustración del frente de un Papá Noel y, debajo, un cinturón de karateca en lugar de su clásico cinturón.

Propuesta preliminar de material gráfico digital 8 para informar sobre el cambio de localidad física de la escuela.



En este arte se informa acerca del cambio de locación física que tendrá la escuela de KarateKa. Se pretende comunicar la sociedad que se estará formando con el Club Delfines y se sugiere colocar el siguiente texto en la descripción del post:

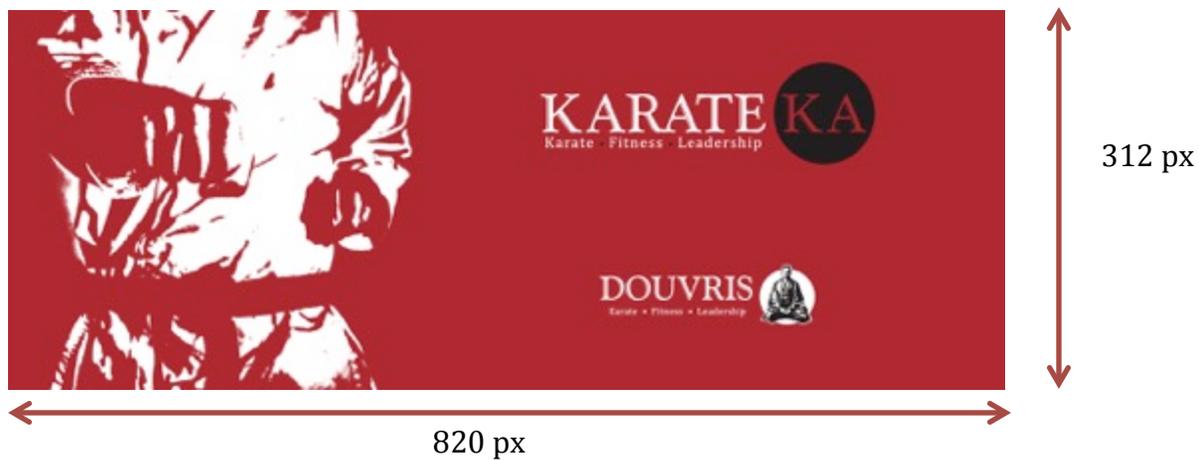
Muy pronto.

¡KarateKa zona 13 y Delfines Club se unen para brindarte el mejor servicio!

En las nueva ubicación podrás contar con: Amplias instalaciones, Parqueo con seguridad, Vestidores y Duchas, Seguridad, Misma calidad de enseñanza, Opción a distintas actividades en un mismo lugar.

Envíanos tu información por inbox si deseas inscribirte.

Propuesta preliminar de material gráfico digital 9 para colocar de portada del perfil de Facebook.



Este arte se utiliza para colocar de portada en la página de Facebook de KarateKa. Se integró la ilustración de un Karateca y los logos de KarateKa como principal y el de Douvris como secundario.

Propuesta preliminar de material gráfico digital 10 para colocar de portada del perfil de Facebook.



Este arte se utiliza para colocar de portada en la página de Facebook de KarateKa. Se incluyó la fotografía de un karateca en un dojo como fondo, el logo de KarateKa como principal y los logos de Delfines Club y del gimnasio Exerzone como secundarios.

名譽

忠實



◆ Capítulpo VIII ◆
Validación Técnica

Capítulo VIII – Validación técnica.

Luego de haber finalizado la propuesta preliminar de los materiales gráficos digitales, para promover a clientes reales y potenciales a través de la red social Facebook las diferentes artes marciales que imparte la escuela KarateKa, se ha iniciado el proceso de validación con el que se verifica la eficacia del proyecto y se da a conocer al grupo objetivo.

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

La herramienta a utilizar es una encuesta de respuesta múltiple que se aplicará a 2 clientes, a 19 personas, hombres y mujeres del grupo objetivo y a 4 expertos en el área de comunicación y diseño.

8.1 Población y muestreo

Las encuesta se realiza a 25 personas, divididas en 3 grupos.

- **Cientes:** Luis Alberto Morales y Geraldina Escobar de Morales
- **Expertos:** Profesionales con experiencia en comunicación y diseño gráfico y en redes sociales. Dentro de este grupo se ha tomado la opinión de 4 licenciados de la facultad de Ciencias de la Comunicación, de Universidad Galileo.
- **Grupo Objetivo:** Personas, hombres y mujeres entre 18 a 35 años de niveles socioeconómicos B y C+ que les guste las artes marciales.

8.2 Método e Instrumentos

Se utiliza el método de entrevista por lo que se podrá observar la reacción de las personas por su gusto o disgusto a contemplar los materiales gráficos digitales. Se hará entrevistas

personales y se aplicará una encuesta para obtener datos para mejorar el proyecto. El instrumento consta de catorce preguntas, dividido en tres partes:

8.2.1 Parte objetiva

Evalúa aspectos relacionados a los objetivos del proyecto, consiste en 5 preguntas y da a conocer la percepción de las personas. Se utilizará respuesta dicotómica de Sí-No

8.2.2 Parte semiológica

Evalúa la percepción de elementos del diseño gráfico y consiste en 5 preguntas con respuestas de escala de Likert

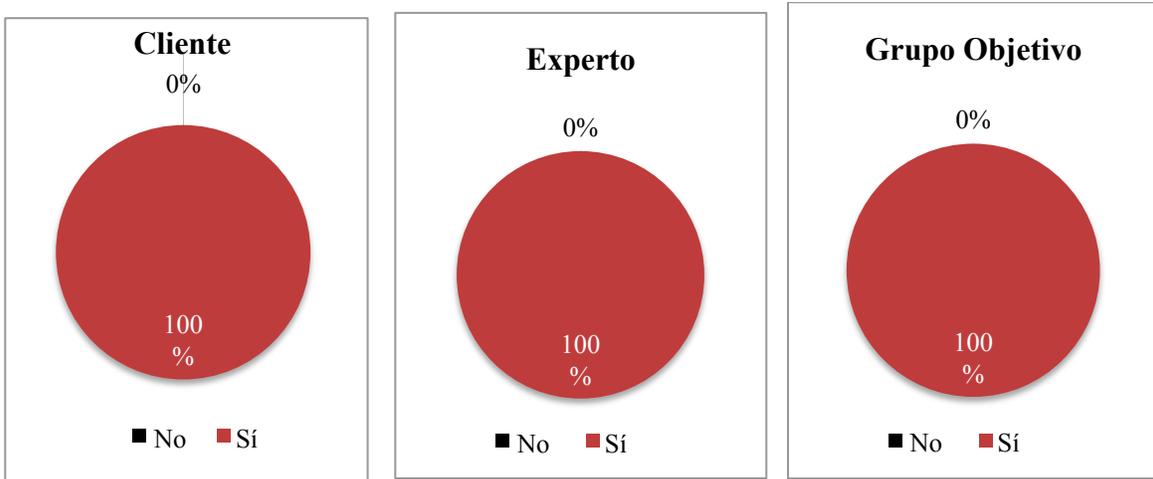
8.2.3 Parte operativa

Evalúa la funcionalidad de la propuesta que se brinda al cliente y consiste en 4 preguntas con respuestas de escala de Likert.

8.3 Resultados e Interpretación de resultados.

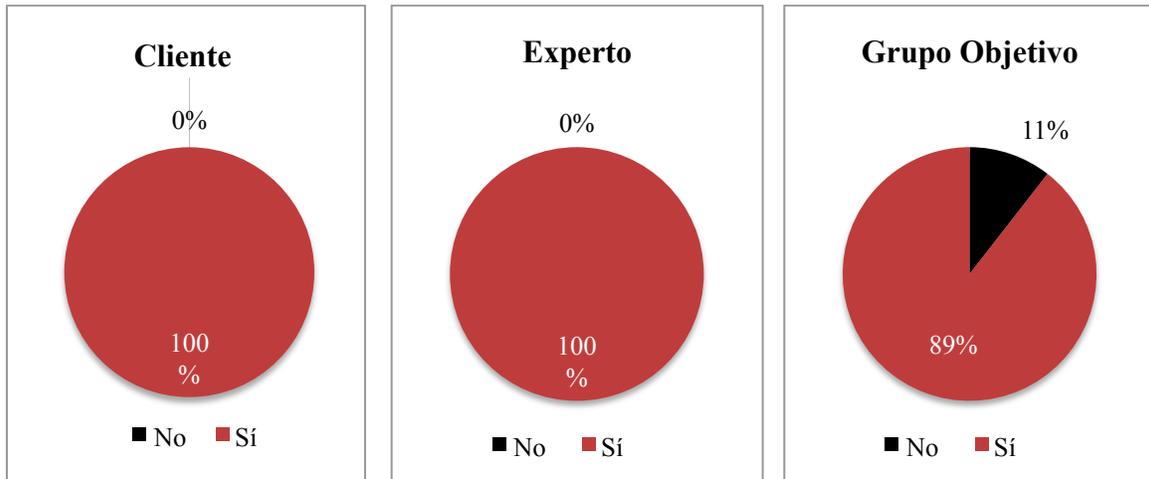
8.3.1 Parte Objetiva

8.3.1.1 Pregunta 1: ¿Considera usted necesario el diseño de materiales gráficos digitales para promover en clientes reales y potenciales a través de redes sociales el arte marcial que imparte la escuela KarateKa por lo que se cumple el objetivo general.



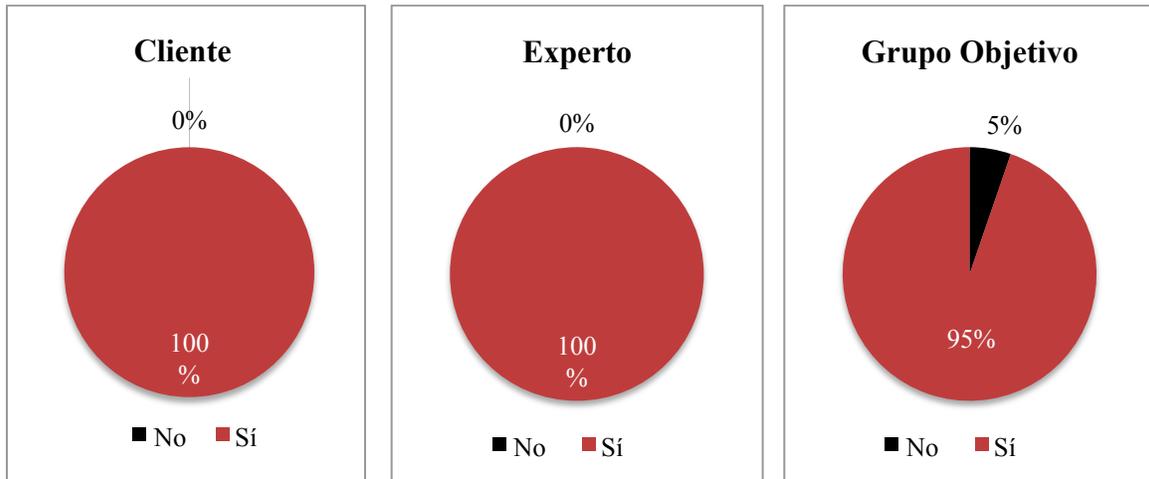
Interpretación: El 100% de los expertos, clientes y grupo objetivo encuestado, considera necesario el diseño de materiales gráficos digitales para promover en clientes reales y potenciales el arte marcial que imparte la escuela KarateKa. Por lo que se cumple el objetivo general.

8.3.1.2 Pregunta 2: ¿Considera usted necesario investigar a través de referencias bibliográficas acerca de la elaboración y producción de materiales gráficos digitales para la construcción de marca en redes sociales?



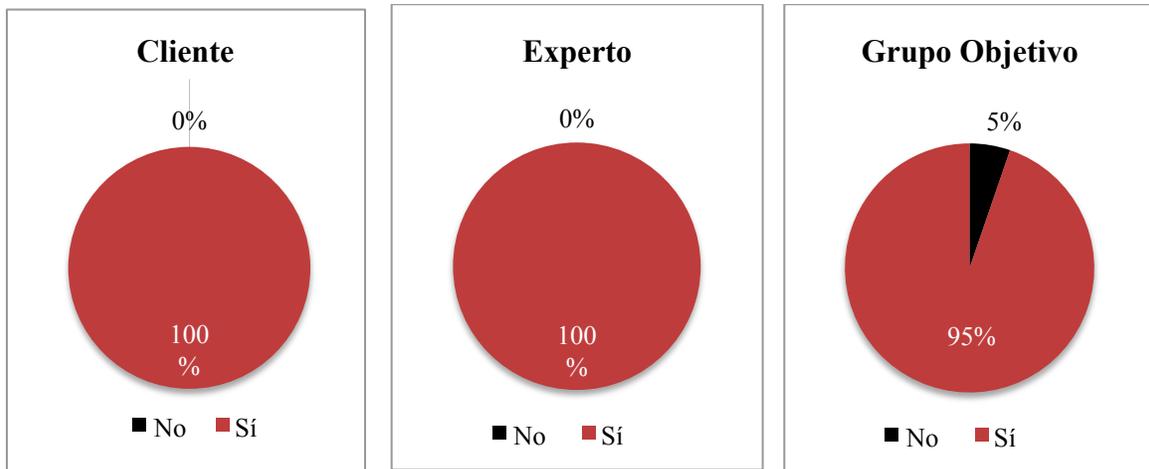
Interpretación: El 100% de los expertos y clientes y el 89% del grupo objetivo encuestado consideran necesario investigar a través de referencias bibliográficas, acerca de la elaboración y producción de materiales gráficos digitales para la construcción de marcas en redes sociales. Por lo que el primer objetivo específico se cumple.

8.3.1.3 Pregunta 3: ¿Considera usted que es importante recopilar información acerca de las actividades que realiza la escuela KarateKa y del arte marcial American kenpo para incluirla en los materiales gráficos digitales?



Interpretación: El 100% de los expertos y clientes y el 95% del grupo objetivo encuestado considera importante recopilar información acerca de las actividades que realiza la escuela KarateKa y del arte marcial American Kenpo, para incluirla en los materiales gráficos digitales. Por lo que se cumple el segundo objetivo específico.

8.3.1.4 Pregunta 4: ¿ Cree usted que es necesario ilustrar las actividades que realiza la escuela KarateKa para integrarlas en los materiales gráficos digitales?



Interpretación: El 100% de los expertos y clientes y el 95% del grupo objetivo encuestado opina que es necesario ilustrar las actividades que realiza la escuela KarateKa, para integrarlas en los materiales gráficos digitales. Por lo que se da cumplimiento al tercer objetivo específico.

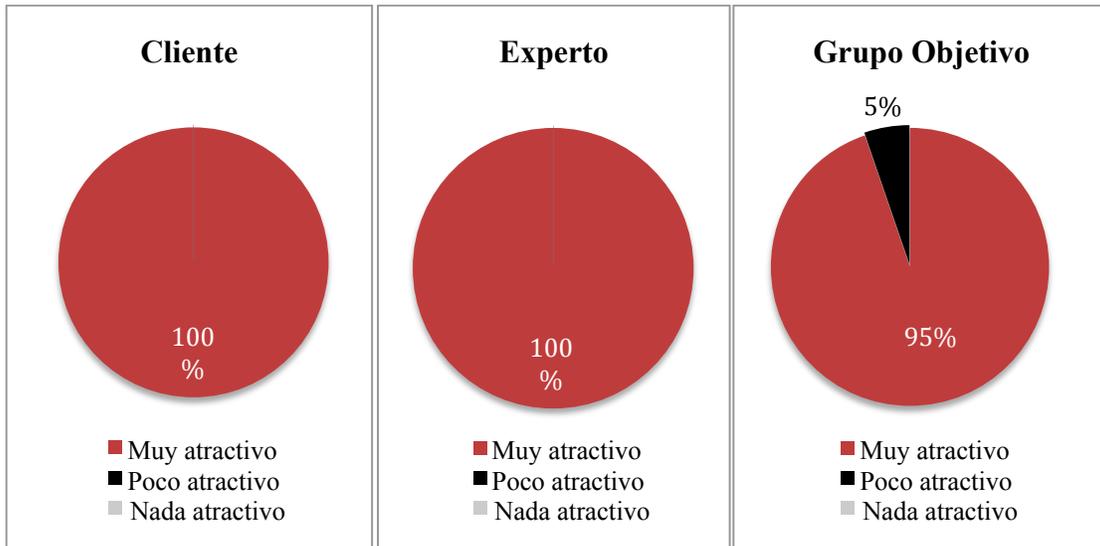
8.3.1.5 Pregunta 5: ¿Considera usted que es fundamental diagramar los elementos gráficos mediante criterios de jerarquías para facilitar la lectura de la información?



Interpretación: El 100% de los expertos, clientes y grupo objetivo encuestado considera fundamental diagramar los elementos gráficos mediante criterios de jerarquías, para facilitar la lectura de la información. Por lo planteado, se cumple este último objetivo específico.

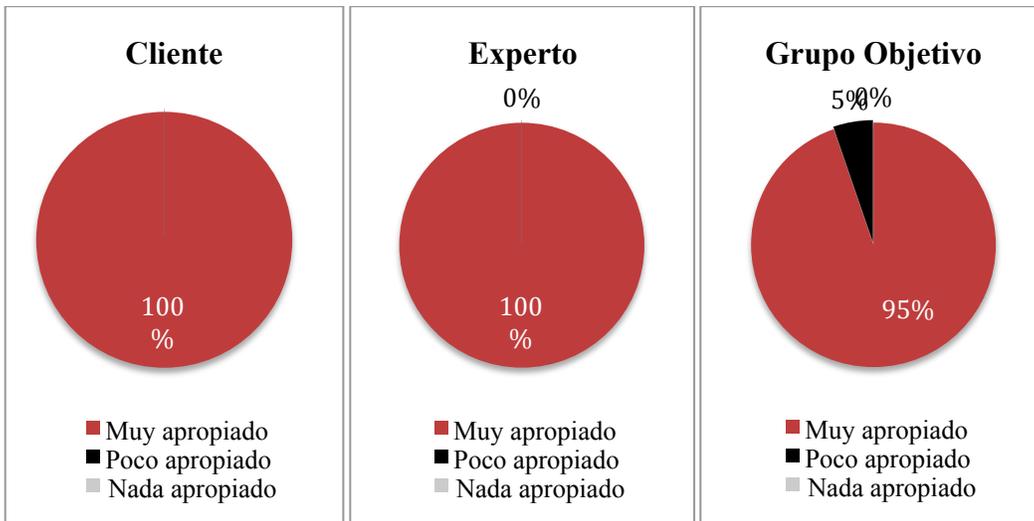
8.3.2 Parte Semiológica

8.3.2.1 Pregunta 6: Considera que el diseño de los materiales gráficos digitales para comunicar es:



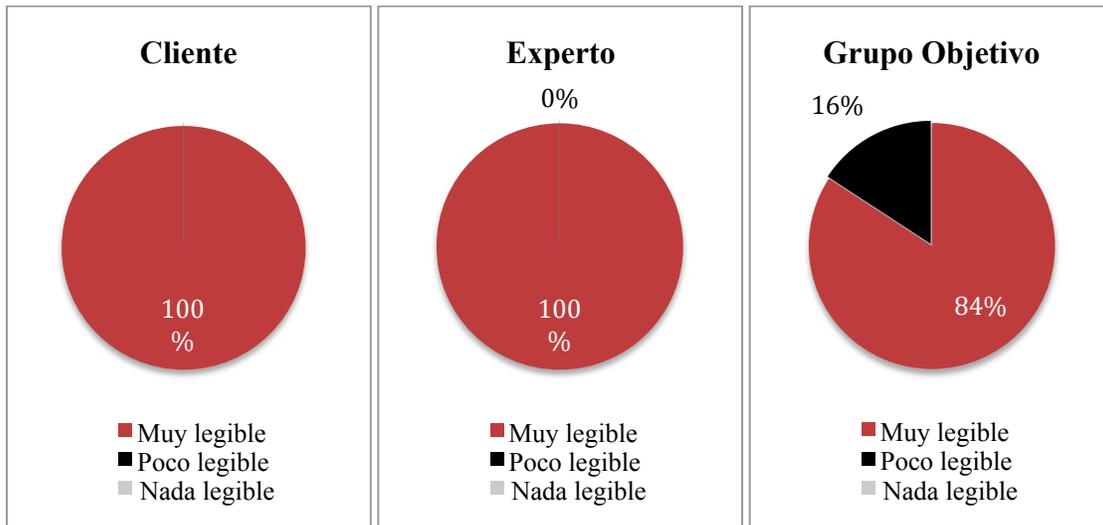
Interpretación: El 100% de los expertos y clientes y el 95% del grupo objetivo encuestado considera que el diseño de los materiales gráficos digitales para comunicar es muy atractivo.

8.3.2.2 Pregunta 7: Según su criterio, los colores utilizados en la propuesta de proyecto de graduación son:



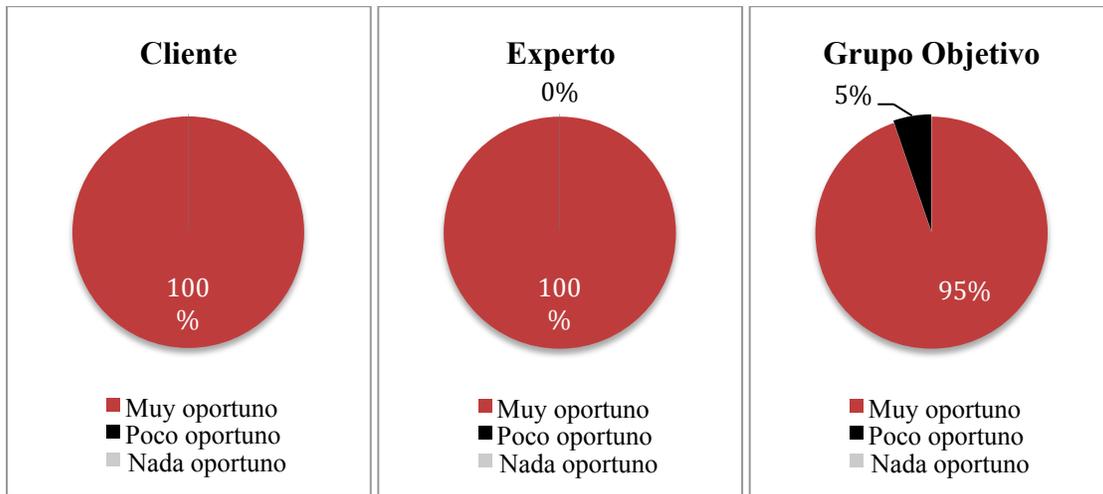
Interpretación: El 100% de los expertos y clientes y el 95% del grupo objetivo encuestado considera que los colores utilizados para el proyecto de graduación son muy apropiados.

8.3.2.3 Pregunta 8: Según su criterio, la tipografía es:



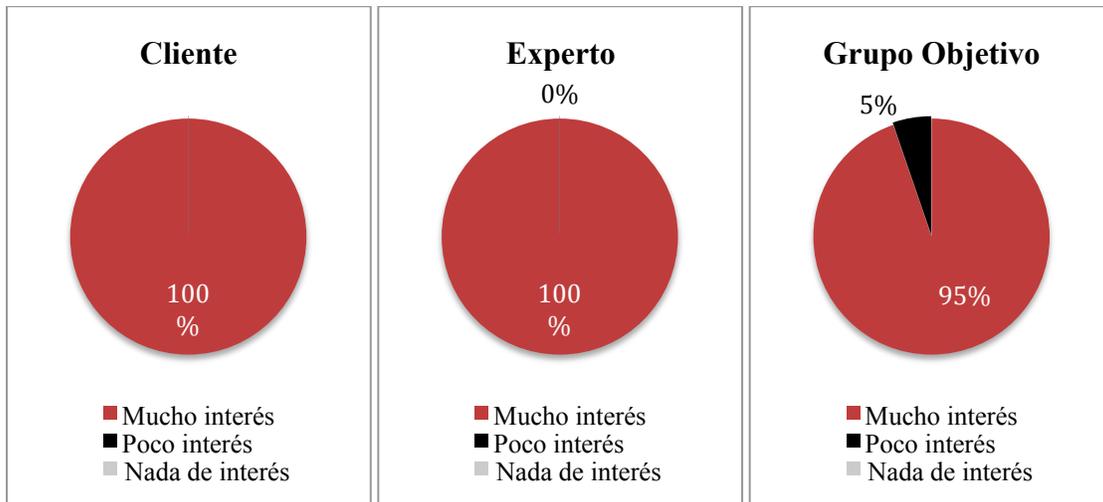
Interpretación: El 100% de los expertos y clientes y el 84% del grupo objetivo encuestado considera que la tipografía utilizada es muy legible.

8.3.2.4 Pregunta 9: Según su criterio, utilizar material ilustrado en los materiales gráficos digitales para informar es:



interpretación: El 100% de los expertos y clientes y el 95% del grupo objetivo encuestado considera que utilizar material ilustrado en los materiales gráficos digitales es muy oportuno.

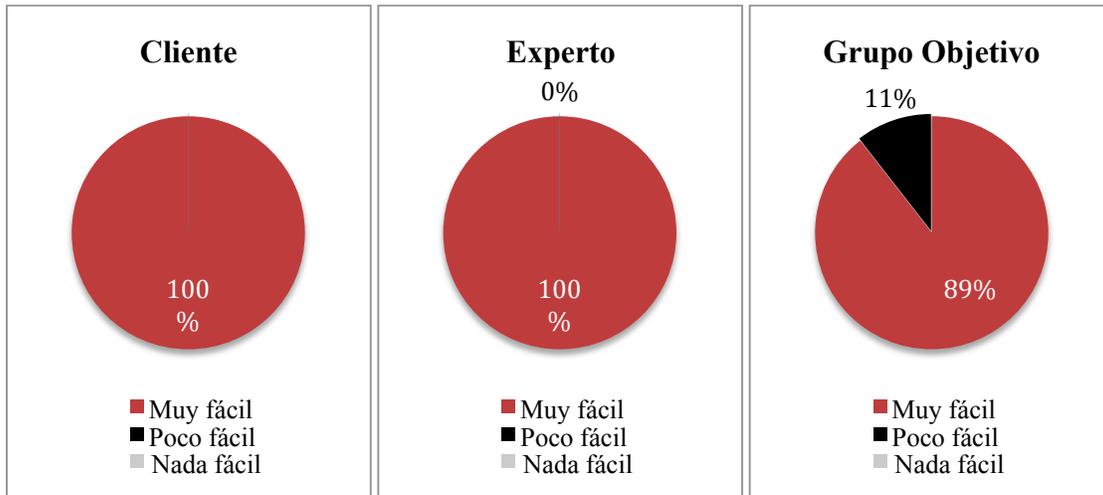
8.3.2.5 Pregunta 10: Según su criterio, la diagramación del diseño de los materiales gráficos digitales de comunicación crea:



Interpretación: El 100% de los expertos y clientes y el 95% del grupo objetivo encuestado considera que la diagramación de los materiales gráficos digitales de comunicación crea mucho interés.

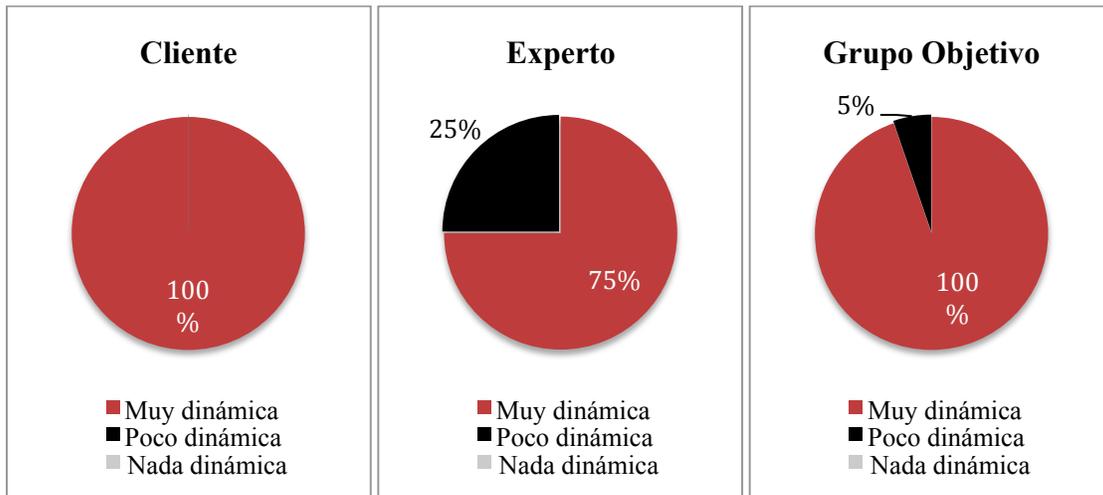
8.3.3 Parte Operativa

8.3.3.1 Pregunta 11: Considera que navegar dentro del contenido de los materiales gráficos digitales colocado en la red social Facebook es:



Interpretación: El 100% de los expertos y clientes y el 89% del grupo objetivo encuestado considera que navegar dentro de los materiales gráficos digitales colocados en Facebook es muy fácil.

8.3.3.2 Pregunta 12: Considera que la estructura de la red social Facebook es:



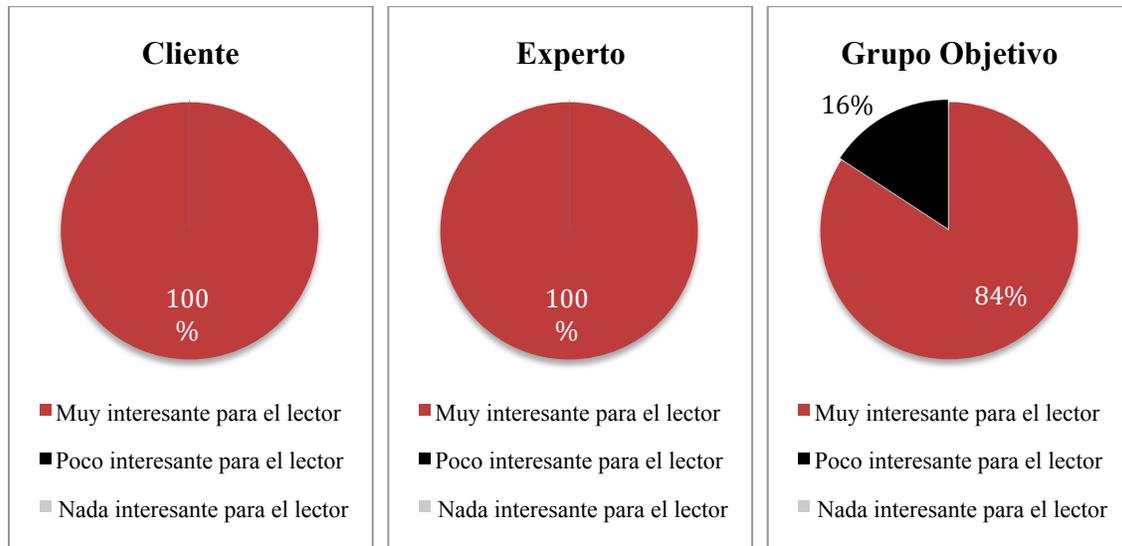
Interpretación: El 100% de los clientes, el 75% de los expertos y el 95% del grupo objetivo encuestado considera que la estructura de la red social Facebook es muy dinámica.

8.3.3.3 Pregunta 13: Considera que utilizar posts para dar a conocer la escuela KarateKa en la red social facebook es:



Interpretación: El 100% de los expertos, clientes y grupo objetivo encuestado considera que utilizar posts para dar a conocer la escuela KarateKa en la red social Facebook es muy apropiado.

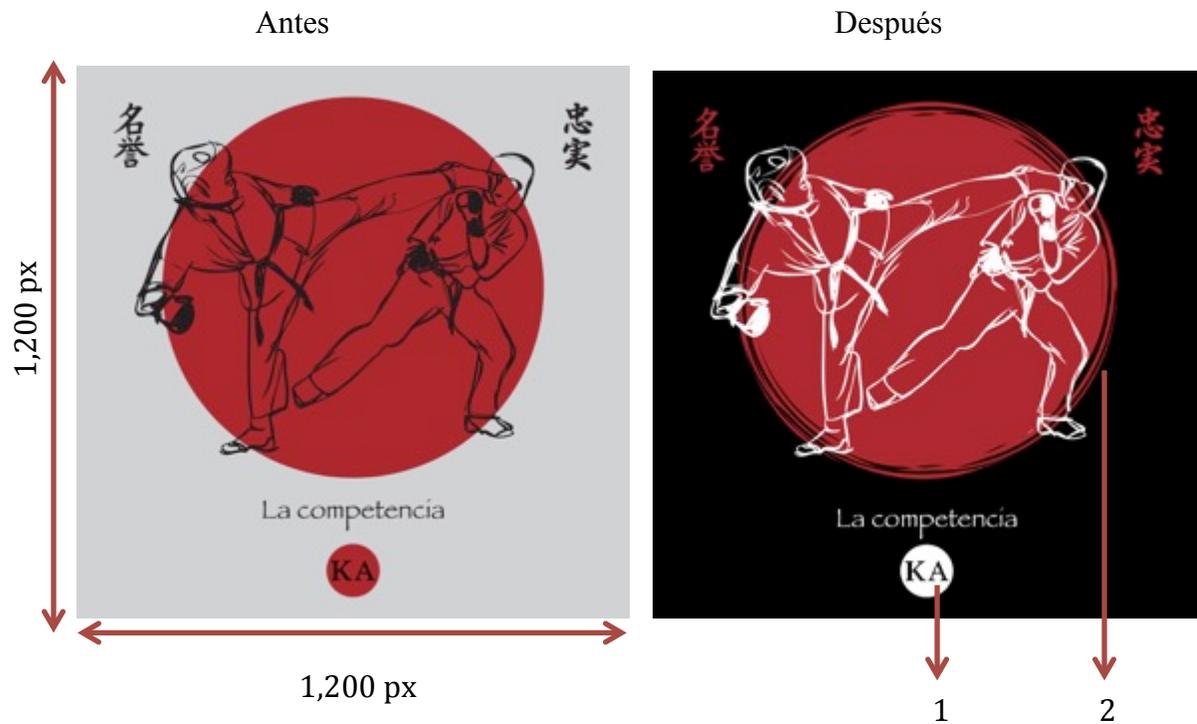
8.3.3.4 Pregunta 14: Considera que el contenido e información colocados en los materiales gráficos digitales de información son:



Interpretación: El 100% de los expertos, y clientes y el 84% del grupo objetivo considera que el contenido e información colocados en los materiales gráficos digitales de información son muy interesantes para el lector.

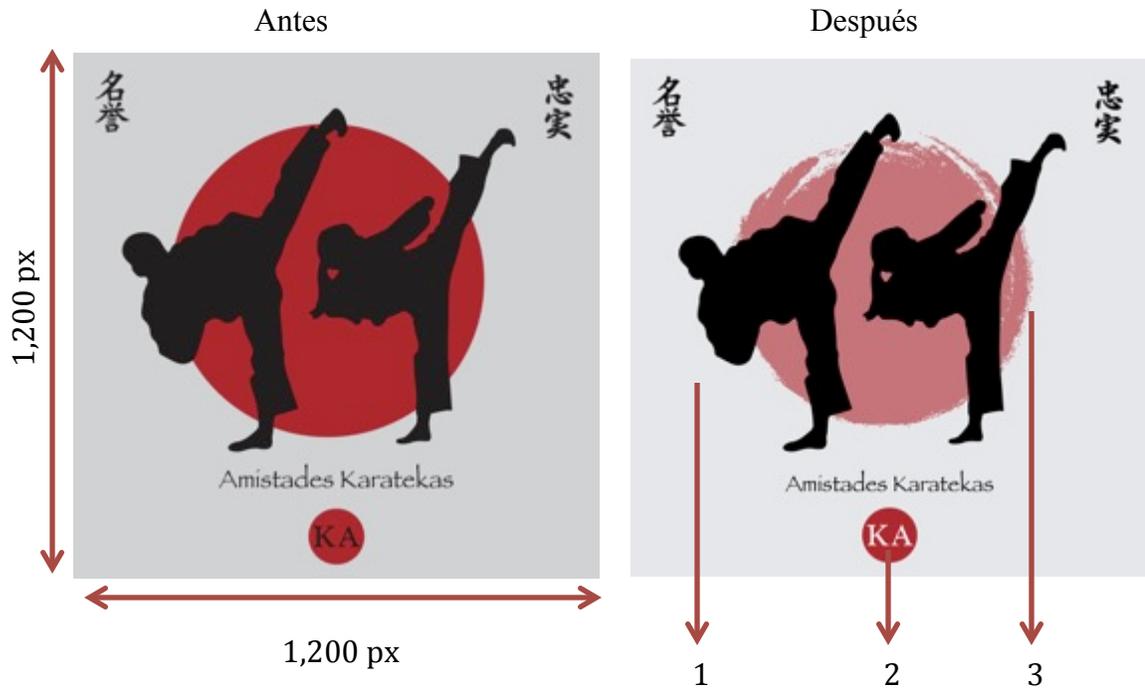
8.4 Cambios en base a los resultados.

8.4.1 Material gráfico digital 1 para comunicar acerca de los Beneficios de la competencia.



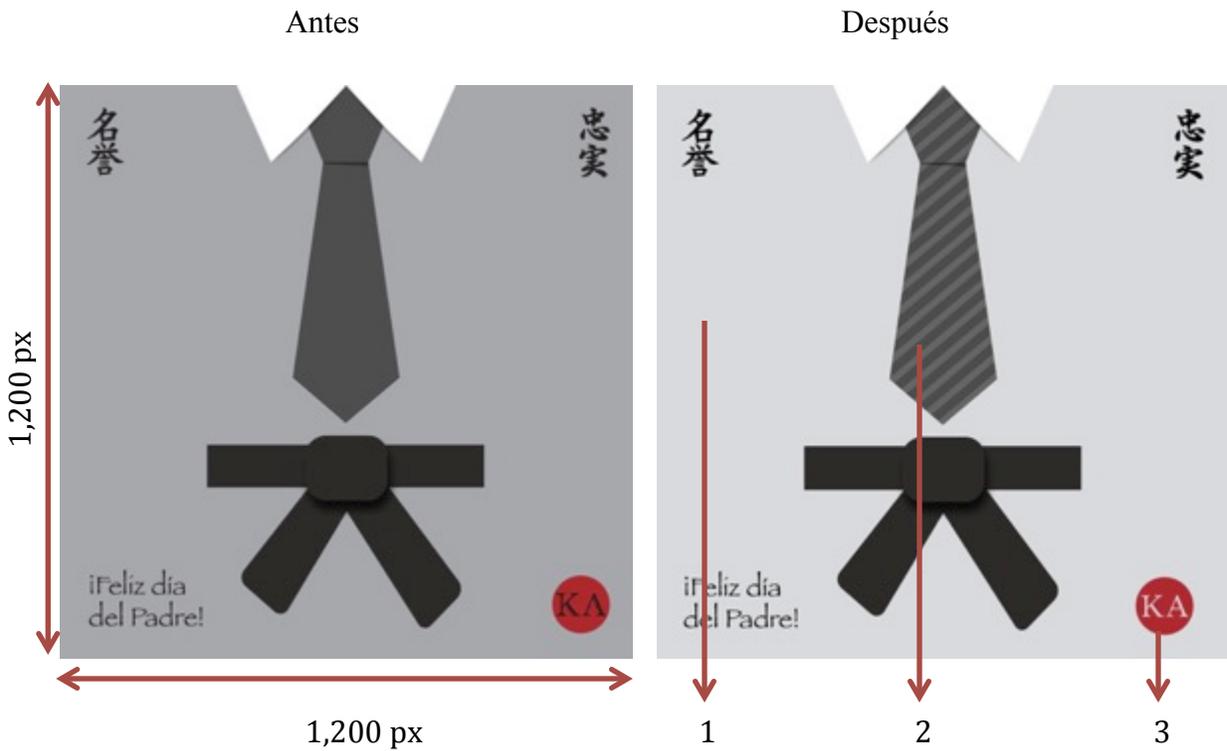
1. Se realizó el cambio del logotipo para darle una mejor lectura.
2. Se transformó el círculo central de la ilustración y el color del fondo y algunos elementos para llamar más la atención del lector.

8.4.2 Material Gráfico 3 para comunicar acerca de las amistades que se crean en las artes marciales.



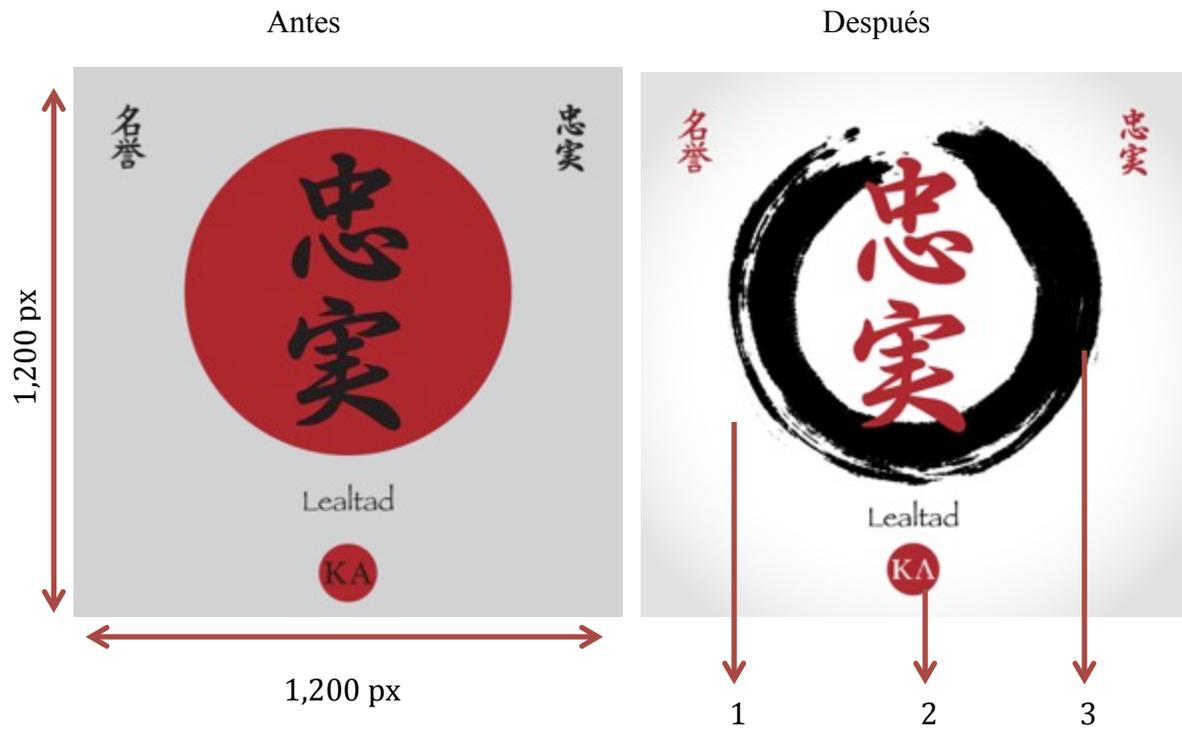
1. Se cambió el tono de color del fondo y del círculo para darle más importancia al mensaje y la ilustración central.
2. Se cambió de color el texto del ícono de KA para mejorar su lectura.
3. Se modificó el círculo central del fondo de la ilustración para llamar más la atención del lector.

8.4.3 M material gráfico digital 4 para comunicar sobre el día del Padre.



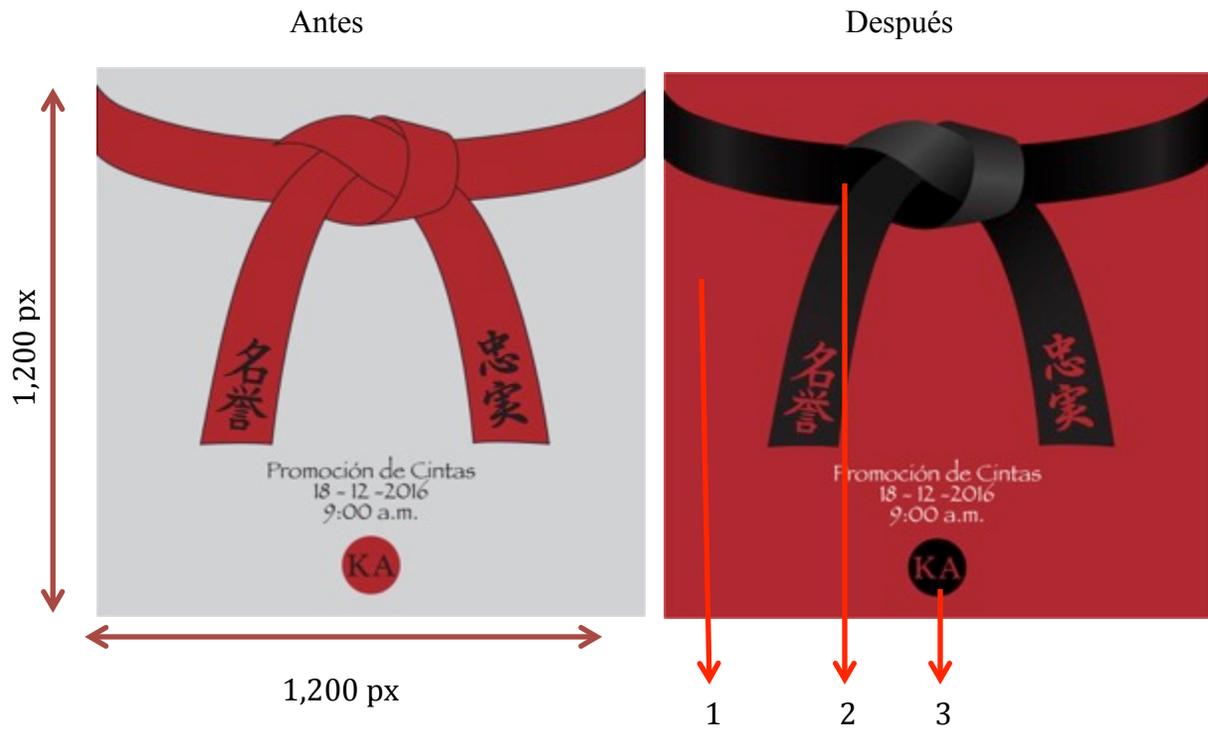
1. Se cambió el tono de color del fondo para darle más importancia al mensaje y la ilustración central.
2. Se agregaron líneas a la corbata para dar mejor representación visual de la ilustración.
3. Se cambió de color el texto del ícono de KA para mejorar su lectura.

8.4.4 Material gráfico digital 5 para comunicar acerca del valor de lealtad.



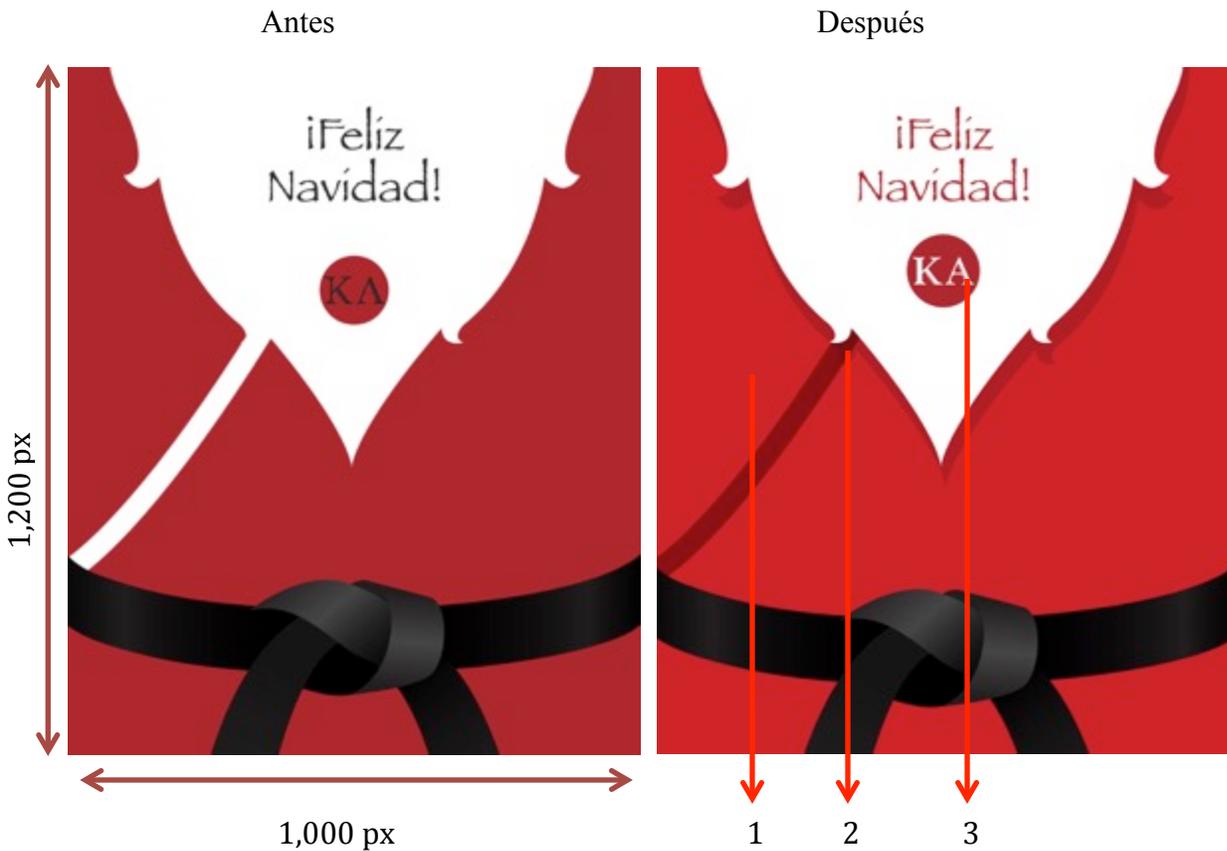
1. Se cambió el tono de color del fondo y del círculo para darle más importancia al mensaje y la ilustración central.
2. Se cambió de color el texto del ícono de KA para mejorar su lectura.
3. Se modificó el círculo central del fondo de la ilustración para llamar más la atención del lector.

8.4.5 Material gráfico digital 6 para informar sobre la promoción de cintas.



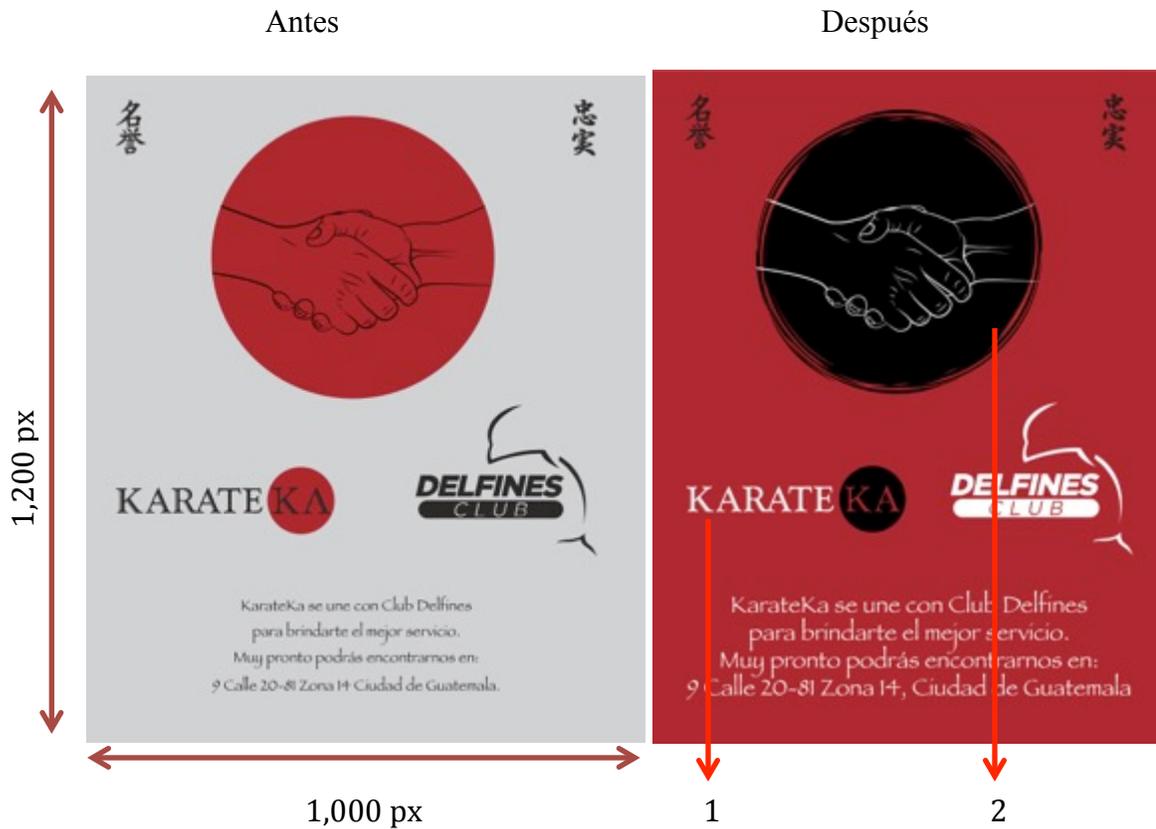
1. Se modificó el color del fondo y la cinta para llamar más la atención del lector.
2. Se mejoró la ilustración de la cinta con efectos de sombras para dar mejor representación visual de la ilustración.
3. Se cambió de color el texto del ícono de KA para mejorar su lectura.

8.4.6 Material gráfico digital 7 para comunicar sobre la navidad.



1. Se modificó el color del fondo y el texto para llamar más la atención del lector.
2. Se mejoró la ilustración con efectos de sombras para dar mejor representación visual de la ilustración.
3. Se cambió de color el texto del ícono de KA para mejorar su lectura.

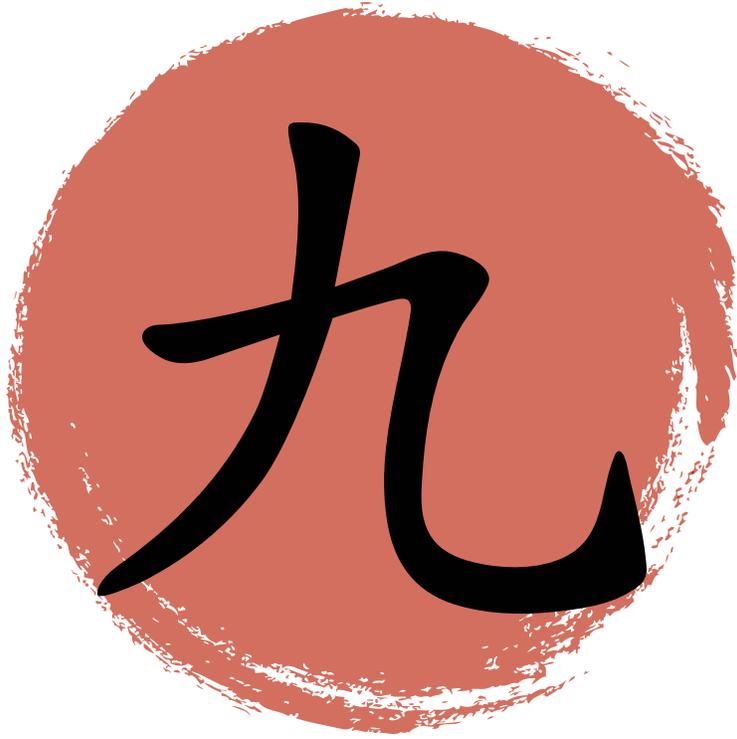
8.4.7 Material gráfico digital 8 para informar sobre el cambio de localidad física de la escuela.



1. Se modificó el color del fondo del texto y de los logotipos para darle más importancia al mensaje y la ilustración central
2. Se modificó el círculo central del fondo de la ilustración para llamar más la atención del lector.

名譽

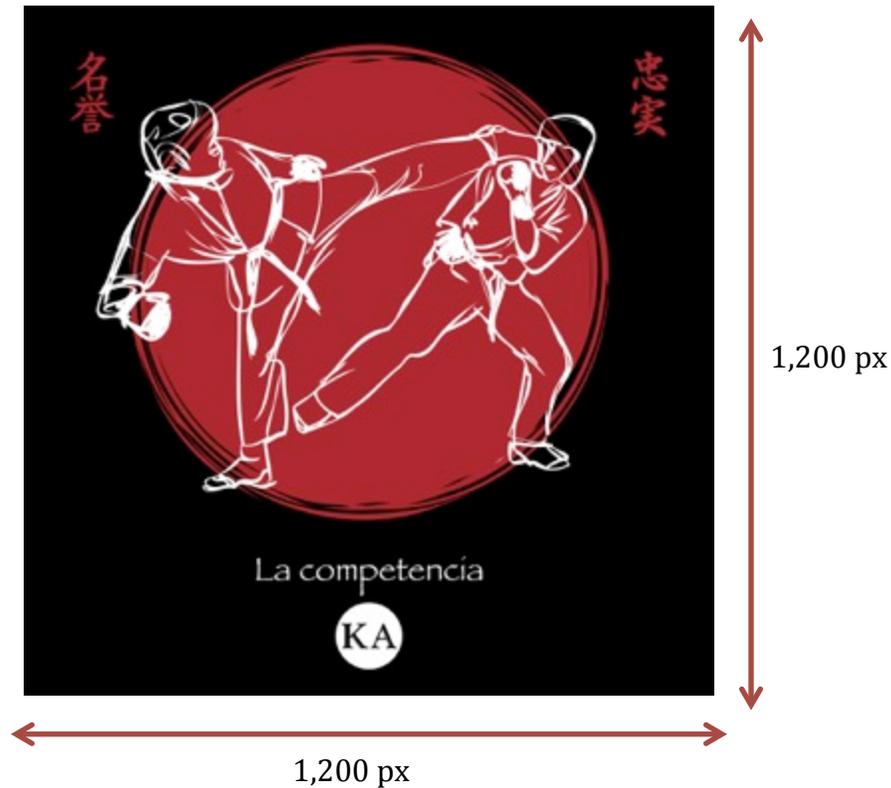
忠實



◆ Capítulo IX ◆
Propuesta Gráfica Final

Capítulo IX – Propuesta gráfica final

9.1 Propuesta gráfica final de material gráfico digital 1 para comunicar acerca de los beneficios de la competencia.



En este arte se da a conocer algunos beneficios que tiene la competencia de un Karateka en su vida. Se mantiene el visual lo más limpio y atractivo posible y se sugiere colocar el siguiente texto como descripción del post:

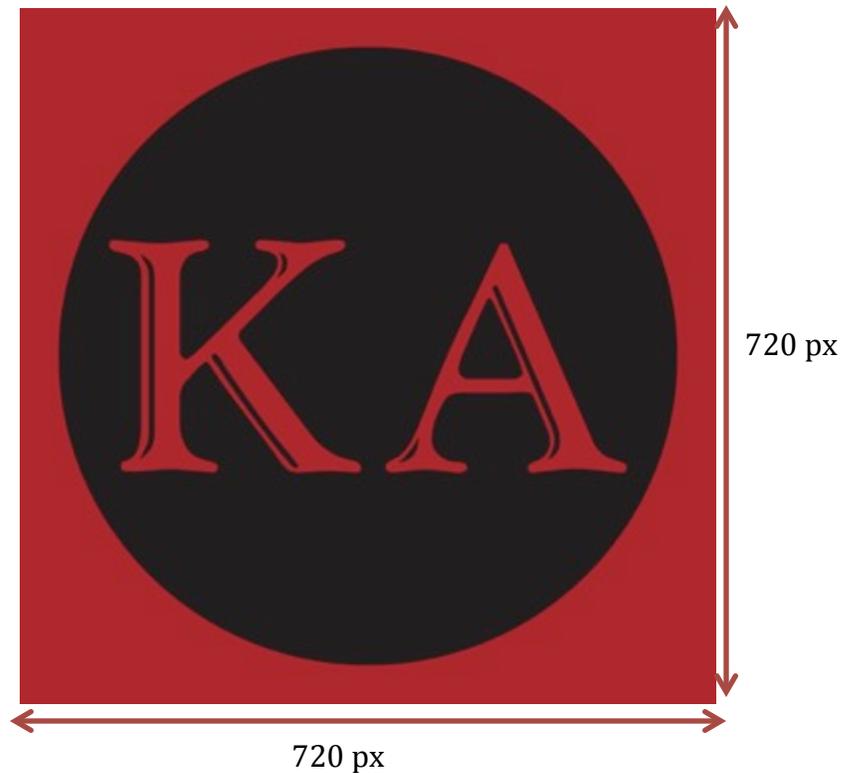
“¡La competencia enseña lecciones valiosas para la vida!

En deportes competitivos se aprende de la derrota más que de la victoria. Recuperarse de una derrota, y luchar por una victoria es una lección de vida que fortalece el espíritu.

En KarateKa te enseñamos a luchar por tus metas en la vida y no rendirte hasta a alcanzarlas.

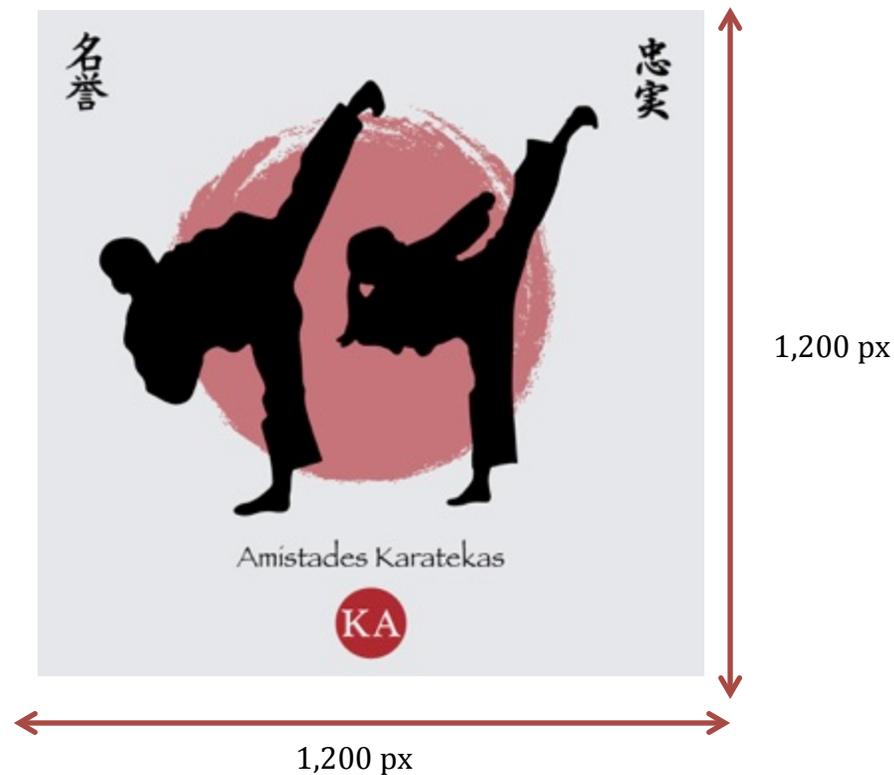
Si deseas más información, escríbenos vía Inbox.”

9.2 Propuesta gráfica final de material gráfico digital 2 para colocar el imagotipo de KarateKa en la foto de perfil.



En este arte se coloca el imagotipo de KarateKa para utilizar como foto de perfil en la página de Facebook. Se usan los dos colores de la paleta de la marca, de modo que las personas empiecen a identificar la marca cada vez que ven la foto de perfil.

9.3 Propuesta gráfica final de material gráfico digital 3 para comunicar acerca de las amistades que se crean en las artes marciales.



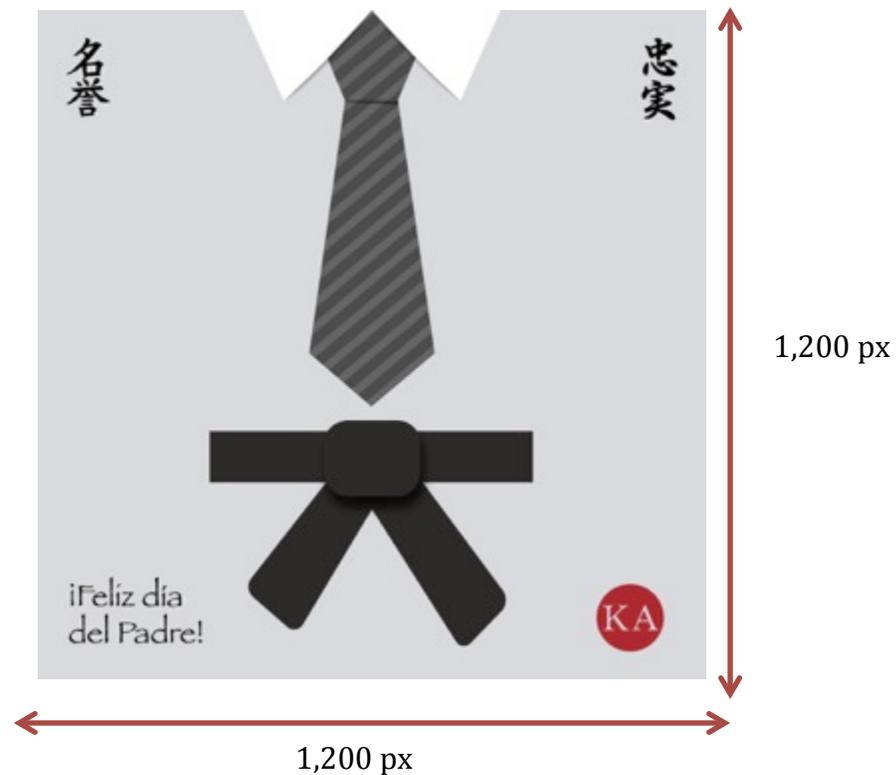
En este arte se comunica acerca de la ventaja de crear amistades que compartan la pasión por las artes marciales, se solicitó para comunicar el compañerismo en el mes de febrero y se sugiere colocar el siguiente texto como descripción del post:

“Amistades Karatekas.

La confianza que proviene de compartir un deporte es una de las relaciones más fuertes que se pueden tener en la vida. Nos ayuda a crecer como seres humanos y goza de valores que forman una persona integral.

Este mes de la amistad aprovecha nuestro 2x1 para empezar esta fraternidad con la persona que desees. ¡Pregunta por nuestra promoción vía Inbox!.”

9.4 Propuesta gráfica final de material gráfico digital 4 para comunicar sobre el día del Padre.



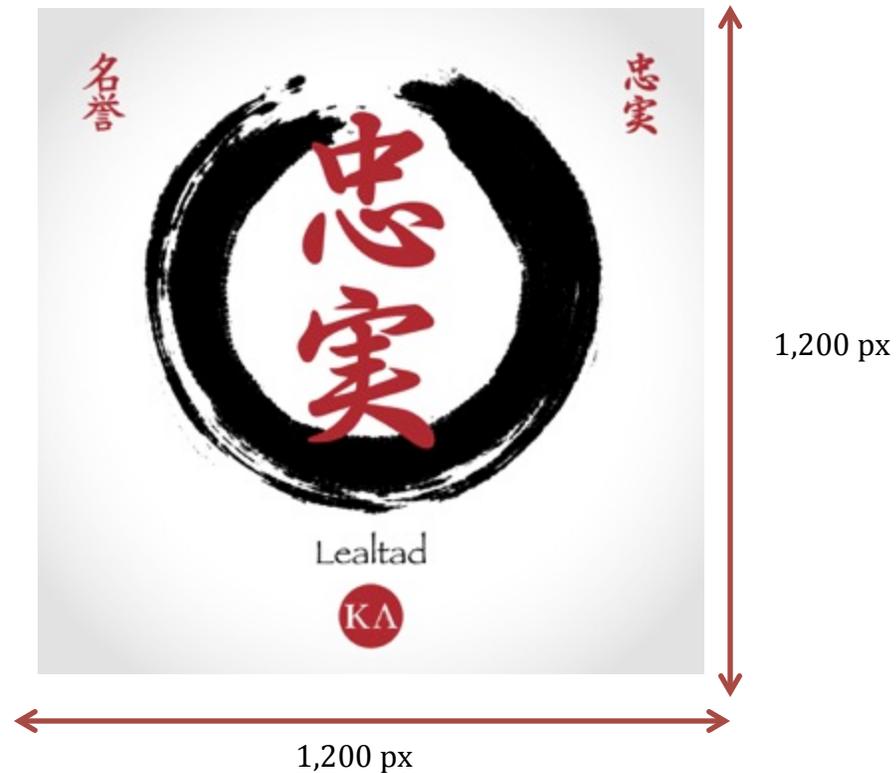
Este arte se utiliza para dar a desear un feliz Día del Padre a todos los fans de la página de Facebook. Se colocó la imagen de una corbata y debajo un cinturón para representar a un padre KarateKa y se sugiere colocar el siguiente texto en la descripción del post:

“Un padre KarateKa.

Para un KarateKa, su papá es de las personas más importantes en su formación marcial. Un progenitor KarateKa es constante en llevar a su hijo a todos sus entrenos, o apoya para cumplir sus metas marciales y lo ayuda a comprender la importancia del sacrificio.”

Durante el mes de junio KarateKa invita a todos los padres a probar una clase con sus hijos.

9.5 Propuesta gráfica final de material gráfico digital 5 para comunicar acerca del valor de lealtad.



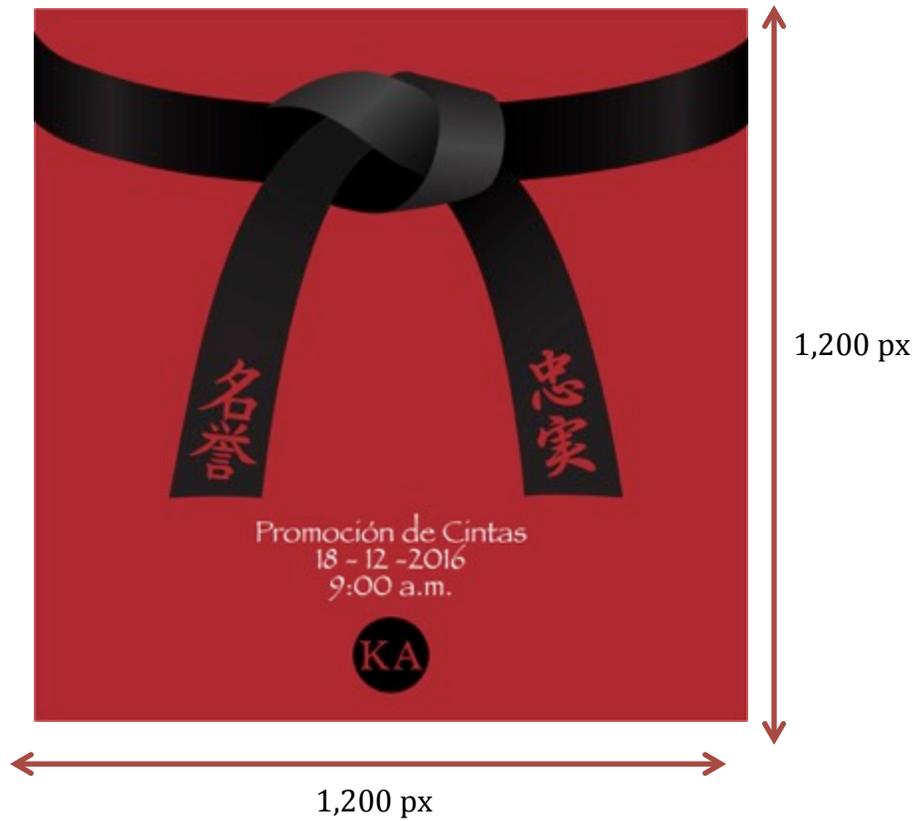
Este arte se utiliza para comunicar acerca del valor de la lealtad que se desarrolla en las artes marciales y lo importante que es para la vida. Se sugiere colocar el siguiente texto como descripción del post:

“¡La lealtad de un KarateKa!

La fidelidad es un valor que se vive y se desarrolla primero internamente. Es la unión del respeto, la comprensión, la confianza, la sinceridad y el relacionarse con los demás.

Dicho valor es escaso en el mundo y nuestra sociedad y en KarateKa estamos orgullosos de ser de los pocos gimnasios en donde se refuerza. Si deseas más información, envíanos tus datos por Inbox.”

9.6 Propuesta gráfica final de material gráfico digital 6 para informar sobre la promoción de cintas.



Este arte se utiliza para informar acerca de la fecha y la hora promoción de cintas a los padres de familia y estudiantes que siguen la página de KarateKa en Facebook.

9.7 Propuesta gráfica final de material gráfico digital 7 para comunicar sobre la navidad.



Este arte se utiliza para dar a desear una Feliz Navidad a todos los fans de la página de Facebook. Se colocó la ilustración del frente de un Papá Noel y, debajo, un cinturón de karateca en lugar de su clásico cinturón.

9.8 Propuesta gráfica final de material gráfico digital 8 para informar sobre el cambio de localidad física de la escuela.



En este arte se informa acerca del cambio de locación física que tendrá la escuela de KarateKa. Se pretende comunicar a la sociedad que se estará formando con el Club Delfines y se sugiere colocar el siguiente texto en la descripción del post:

Muy pronto.

¡KarateKa zona 13 y Delfines Club se unen para brindarte el mejor servicio!

En las nueva ubicación podrás contar con: Amplias instalaciones, Parqueo con seguridad, Vestidores y Duchas, Seguridad, Misma calidad de enseñanza, Opción a distintas actividades en un mismo lugar.

Envíanos tu información por inbox si deseas inscribirte.

9.9 Propuesta gráfica final de material gráfico digital 9 para colocar de portada del perfil de Facebook.



Este arte se utiliza para colocar de portada en la página de Facebook de KarateKa. Se integró la ilustración de un karateca y los logos de KarateKa, como principal, y el de Douvris como secundario.

9.10 Propuesta gráfica final de material gráfico digital 10 para colocar de portada del perfil de Facebook.



Este arte se utiliza para colocar de portada en la página de Facebook de KarateKa. Se incluyó la fotografía de un karateca en un dojo como fondo, el logo de KarateKa, como principal, y los logos de Delfines Club y del gimnasio Exerzone como secundarios.

名譽

忠實



◆ Capítulo X ◆
Producción, reproducción y Distribución

Capítulo X – Producción, reproducción y distribución

10.1 Plan de costos de elaboración

Para el proceso creativo y la elaboración de la propuesta preliminar se utilizaron 15 horas semanales por el período de 2 meses –120 horas– a un costo de Q25.00 por hora. Total: Q3,000.00.

| | |
|-----------------------------|------------------------------|
| Total de semanas trabajadas | 8 |
| Total de días trabajados | 40 días (5 días a la semana) |
| Total de horas trabajadas | 120 horas (3 horas al día) |

10.2 Plan de costos de producción.

Para la propuesta gráfica final a partir de la validación se trabajó 16 horas semanales por el período de un mes –80 horas– a un costo de Q25.00 por hora. Total: Q2,000.00.

| | |
|-----------------------------|------------------------------|
| Total de semanas trabajadas | 8 |
| Total de días trabajados | 40 días (5 días a la semana) |
| Total de horas trabajadas | 80 horas (2 horas al día) |

10.3 Plan de costos de reproducción

No se generan costos de reproducción, ya que los materiales gráficos digitales se utilizan en una plataforma web. En la red social Facebook.

10.4 Plan de costos de distribución

Los materiales de información no requieren gastos de distribución debido a que se utilizan en la red social Facebook.

10.5 Margen de utilidad

Planes de costos de elaboración, producción, preproducción y distribución: Q5,000.00 x
20% del margen de utilidad: Q1,000.00

10.5 Margen de utilidad

| | |
|---------------------------------|------------------|
| Costo total de elaboración | Q3,000.00 |
| Costo total de producción | Q2,000.00 |
| Costo total de reproducción | Q0.00 |
| Costo total de distribución | Q0.00 |
| Subtotal | Q5,000.00 |
| Margen de utilidad (20%) | Q1,000.00 |

10.6 IVA

Planes de costos de elaboración, producción, reproducción y distribución:

Q5,000.00 x 12% del impuesto del valor agregado: Q600.00.

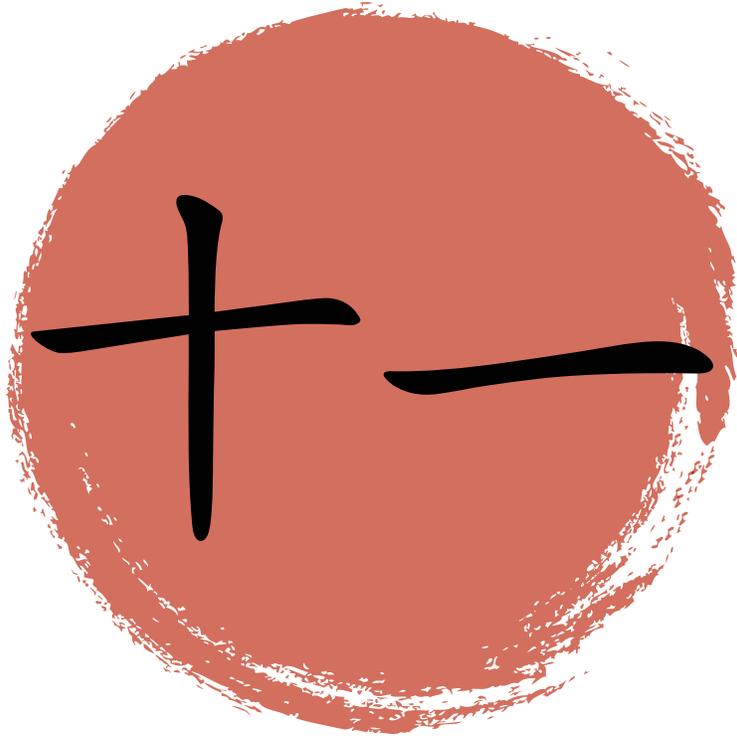
| | |
|-----------------------------|-----------------|
| Costo total de elaboración | Q3,000.00 |
| Costo total de producción | Q2,000.00 |
| Costo total de reproducción | Q0.00 |
| Costo total de distribución | Q0.00 |
| Subtotal | Q5,000.00 |
| IVA (12%) | Q,600.00 |

10.7 Cuadro con resumen general de costos

| Detalle | Valor Total |
|-------------------------------|--------------------|
| Plan de costo de elaboración | Q3,000.00 |
| Plan de costo de producción | Q2,000.00 |
| Plan de costo de reproducción | Q0.00 |
| Plan de costo de distribución | Q0.00 |
| Subtotal | Q5,000.00 |
| Margen de Utilidad | Q1,000.00 |
| IVA (12%) | Q600.00 |
| Gran total | Q6,600.00 |

名譽

忠實



◆ Capítulo XI ◆
Conclusiones y Recomendaciones

Capítulo XI – Conclusiones y recomendaciones

11.1 Conclusiones: En base a el trabajo realizado en el proyecto de graduación: se puede concluir lo siguiente:

- Se diseñaron materiales gráficos digitales para promover, en clientes reales y potenciales, a través de la red social Facebook, el arte marcial que se imparte en la escuela KarateKa.
- Se investigó, a través de referencias bibliográficas, acerca de la elaboración y producción de materiales gráficos digitales para la construcción de marca en la red social Facebook.
- Se recopiló información acerca de las actividades que realiza la escuela de artes marciales KarateKa, para incluirla en los materiales gráficos digitales.
- Se ilustraron las actividades que realiza la escuela de artes marciales KarateKa, para incluirlas en los materiales gráficos digitales.
- Se diagramaron los elementos gráficos mediante criterios de jerarquías, para facilitar la lectura de la información.

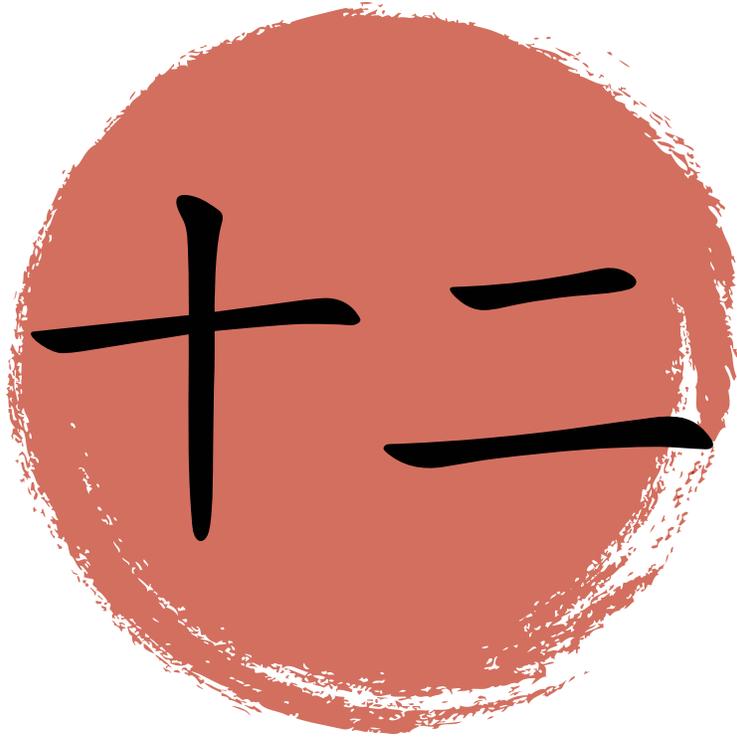
11.2 Recomendaciones: Según lo concluido, se recomienda lo siguiente:

- Se motiva al cliente a que todos los materiales gráficos digitales sean difundidos en otras redes sociales, además de Facebook y así incrementar el conocimiento de la marca y abarcar nuevos clientes que no utilizan la red social Facebook.
- Formular una solución concreta y accesible para los problemas de comunicación que se encuentren en la escuela es vital, para que los resultados sean positivos y se alcancen los objetivos deseados.
- Investigar acerca del proceso de elaboración y producción de los materiales a realizar para tener conocimiento de las bases requeridas para cada estilo de material y de cómo debe colocarse en la plataforma a utilizar, ya sea digital o impresa.

- Recopilar la información requerida para colocarla en los materiales a realizar, de esta manera el mensaje será bien transmitido y será fácil de comprender para el grupo objetivo a quien se dirige, logrando así una comunicación efectiva y concreta.
- Colocar fotografías y/o ilustraciones en materiales gráficos es recomendable, ya que causa interés en el lector y hace la información más atractiva y mejora su comprensión.

名譽

忠實



◆ Capítulo XII ◆
Conocimiento General

Capítulo XII – Conocimiento general



名譽

忠實



◆ Capítulo XIII ◆
Referencias

Capítulo XIII - Referencias

13.1 Referencias de documentos físicos

H

- Hauser, Arnold (1978). Historia Social de la Literatura y el Arte (14a. Edición). Barcelona, España: Guadarrama, Punto Omega.

K

- Kane, J. (2012). Manual de Tipografía. Barcelona: Gustavo Gili.
- Kotler Philip, C. D. (2000). Dirección de Marketing (1ra. Edición). Prentice Hall Iberia. S.R.L.

M

- Morris, Charles G.; Maisto, Albert A. (2010). Psicología (13a. Edición). Prentice Hall.

P

- Perera, Mamen (2012) Gran Libro de Diseño Web. Madrid España: Impresa Ibérica

S

- Santillana, S.A. (2006). Tipografía . En Diccionario Santillana del Español (pág. 802). Distrito Federal, México: EDITORIAL SANTILLANA, S.A. DE C.V.

W

- Willman, H. M. (2009). Manual de Comunicación Oral. México: Pearson Educación.

13.2 Referencias de documentos electrónicos

C

- Caballero, M. J. (Junio de 2012). eHow en Español. Recuperado el 25 de Julio de 2016, de http://www.ehowenespanol.com/definicion-teoria-del-color-sobre_151644/

D

- Definicion.de. (2008-2017). Definicion.de. Recuperado el 05 de 2017 Española, R. A. (2015). Real Academia Española. Recuperado el 06 de 2016, de <http://www.rae.es/>

F

- Free Graphic resources for everyone (2016) Recuperado el 06 de 2017 de, <https://www.freepik.com/>
- FotoNostra. (s.f.). Fotonostra. Recuperado el 10 de Julio de 2014, de <http://www.fotonostra.com/digital/redesociales.htm>

I

- Ilusión y Estudio. (2010). Psicología del Color y Teoría del Color. Recuperado el 20 de Julio de 2015, de: <http://www.psicologiadelcolor.es/johann-wolfgang-von-goethe-y-la-teoria-del-color/>

Y

- Yanez, J. (2014). Psicólogos en Línea 2014. Recuperado el 24 de Julio de 2014, de <http://psicologosenlinea.net/2146-psicologia-del-color-que-es-la-psicologia-del-color-los-colores-y-lo-que-representan.html>

名譽

忠實



◆ Capítulo XIV ◆
Anexos

Capítulo XIV – Anexos

14.1 Tabla de requisitos:

| Elemento Gráfico | Propósito | Técnica | Emoción |
|-------------------------|--|--------------------|----------------|
| Color | Trabajar con los colores de la escuela KarateKa para crear identificación de marca. | Adobe illustrator. | Liderazgo |
| Tipografía | Crear títulos y textos con tipografía que represente el dinamismo y la tradición de las artes marciales. | Adobe illustrator. | Tradicición |
| Ilustraciones | Crear ilustraciones simples y llamativas que identifiquen las artes marciales. | Adobe illustrator. | Dinamismo |
| Diagramación | Realizar una diagramación agradable para la vista y no muy saturada de modo que se pueda captar la atención de los visitantes y sea fácil interpretar el mensaje de los materiales gráficos digitales. | Adobe illustrator | Serenidad |

14.2 Tablas de Tabulación

14.2.1 Tablas de Tabulación de Pregunta 1:

| | A | B |
|---|----|---------|
| 1 | | Cliente |
| 2 | No | 0 |
| 3 | Sí | 2 |

| | A | B |
|---|----|---------|
| 1 | | Experto |
| 2 | No | 0 |
| 3 | Sí | 4 |

| | A | B |
|---|----|----------------|
| 1 | | Grupo Objetivo |
| 2 | No | 0 |
| 3 | Sí | 19 |

14.2.2 Tablas de Tabulación de Pregunta 2:

| | A | B |
|---|----|---------|
| 1 | | Cliente |
| 2 | No | 0 |
| 3 | Sí | 2 |

| | A | B |
|---|----|---------|
| 1 | | Experto |
| 2 | No | 0 |
| 3 | Sí | 4 |

| | A | B |
|---|----|----------------|
| 1 | | Grupo Objetivo |
| 2 | No | 2 |
| 3 | Sí | 17 |

14.2.3 Tablas de Tabulación de Pregunta 3:

| | A | B |
|---|----|---------|
| 1 | | Cliente |
| 2 | No | 0 |
| 3 | Sí | 2 |

| | A | B |
|---|----|---------|
| 1 | | Experto |
| 2 | No | 0 |
| 3 | Sí | 4 |

| | A | B |
|---|----|----------------|
| 1 | | Grupo Objetivo |
| 2 | No | 1 |
| 3 | Sí | 18 |

14.2.4 Tablas de Tabulación de Pregunta 4:

| | A | B |
|---|----|---------|
| 1 | | Cliente |
| 2 | No | 0 |
| 3 | Sí | 2 |

| | A | B |
|---|----|---------|
| 1 | | Experto |
| 2 | No | 0 |
| 3 | Sí | 4 |

| | A | B |
|---|----|----------------|
| 1 | | Grupo Objetivo |
| 2 | No | 1 |
| 3 | Sí | 18 |

14.2.5 Tablas de Tabulación de Pregunta 5:

| | A | B |
|---|----|---------|
| 1 | | Cliente |
| 2 | No | 0 |
| 3 | Sí | 2 |

| | A | B |
|---|----|---------|
| 1 | | Experto |
| 2 | No | 0 |
| 3 | Sí | 4 |

| | A | B |
|---|----|----------------|
| 1 | | Grupo Objetivo |
| 2 | No | 0 |
| 3 | Sí | 19 |

14.2.6 Tablas de Tabulación de Pregunta 6:

| | A | B |
|---|----------------|---------|
| 1 | | Cliente |
| 2 | Muy atractivo | 2 |
| 3 | Poco atractivo | 0 |
| 4 | Nada atractivo | 0 |
| 5 | | |

| | A | B |
|---|----------------|---------|
| 1 | | Experto |
| 2 | Muy atractivo | 4 |
| 3 | Poco atractivo | 0 |
| 4 | Nada atractivo | 0 |
| 5 | | |

| | A | B |
|---|----------------|--------------|
| 1 | | Grupo Objeto |
| 2 | Muy atractivo | 18 |
| 3 | Poco atractivo | 1 |
| 4 | Nada atractivo | 0 |
| 5 | | |

14.2.7 Tablas de Tabulación de Pregunta 7:

| | A | B |
|---|----------------|---------|
| 1 | | Cliente |
| 2 | Muy apropiado | 2 |
| 3 | Poco apropiado | 0 |
| 4 | Nada apropiado | 0 |
| 5 | | |

| | A | B |
|---|----------------|---------|
| 1 | | Experto |
| 2 | Muy apropiado | 4 |
| 3 | Poco apropiado | 0 |
| 4 | Nada apropiado | 0 |
| 5 | | |

| | A | B |
|---|----------------|--------------|
| 1 | | Grupo Objeto |
| 2 | Muy apropiado | 18 |
| 3 | Poco apropiado | 1 |
| 4 | Nada apropiado | 0 |
| 5 | | |

14.2.8 Tablas de Tabulación de Pregunta 8:

| | A | B |
|---|--------------|---------|
| 1 | | Cliente |
| 2 | Muy legible | 2 |
| 3 | Poco legible | 0 |
| 4 | Nada legible | 0 |
| 5 | | |

| | A | B |
|---|--------------|---------|
| 1 | | Experto |
| 2 | Muy legible | 4 |
| 3 | Poco legible | 0 |
| 4 | Nada legible | 0 |
| 5 | | |

| | A | B |
|---|--------------|--------------|
| 1 | | Grupo Objeto |
| 2 | Muy legible | 16 |
| 3 | Poco legible | 3 |
| 4 | Nada legible | 0 |
| 5 | | |

14.2.9 Tablas de Tabulación de Pregunta 9:

| | A | B |
|---|---------------|---------|
| 1 | | Cliente |
| 2 | Muy oportuno | 2 |
| 3 | Poco oportuno | 0 |
| 4 | Nada oportuno | 0 |
| 5 | | |

| | A | B |
|---|---------------|---------|
| 1 | | Experto |
| 2 | Muy oportuno | 4 |
| 3 | Poco oportuno | 0 |
| 4 | Nada oportuno | 0 |
| 5 | | |

| | A | B |
|---|---------------|--------------|
| 1 | | Grupo Objeto |
| 2 | Muy oportuno | 18 |
| 3 | Poco oportuno | 1 |
| 4 | Nada oportuno | 0 |
| 5 | | |

14.2.10 Tablas de Tabulación de Pregunta 10:

| | A | B |
|---|-----------------|---------|
| 1 | | Cliente |
| 2 | Mucho interés | 2 |
| 3 | Poco interés | 0 |
| 4 | Nada de interés | 0 |
| 5 | | |

| | A | B |
|---|-----------------|---------|
| 1 | | Experto |
| 2 | Mucho interés | 4 |
| 3 | Poco interés | 0 |
| 4 | Nada de interés | 0 |
| 5 | | |

| | A | B |
|---|-----------------|--------------|
| 1 | | Grupo Objeto |
| 2 | Mucho interés | 18 |
| 3 | Poco interés | 1 |
| 4 | Nada de interés | 0 |
| 5 | | |

14.2.11 Tablas de Tabulación de Pregunta 11:

| | A | B |
|---|------------|---------|
| 1 | | Cliente |
| 2 | Muy fácil | 2 |
| 3 | Poco fácil | 0 |
| 4 | Nada fácil | 0 |
| 5 | | |

| | A | B |
|---|------------|---------|
| 1 | | Experto |
| 2 | Muy fácil | 4 |
| 3 | Poco fácil | 0 |
| 4 | Nada fácil | 0 |
| 5 | | |

| | A | B |
|---|------------|--------------|
| 1 | | Grupo Objeto |
| 2 | Muy fácil | 17 |
| 3 | Poco fácil | 2 |
| 4 | Nada fácil | 0 |
| 5 | | |

14.2.12 Tablas de Tabulación de Pregunta 12:

| | A | B |
|---|---------------|---------|
| 1 | | Cliente |
| 2 | Muy dinámica | 2 |
| 3 | Poco dinámica | 0 |
| 4 | Nada dinámica | 0 |
| 5 | | |

| | A | B |
|---|---------------|---------|
| 1 | | Experto |
| 2 | Muy dinámica | 3 |
| 3 | Poco dinámica | 1 |
| 4 | Nada dinámica | 0 |
| 5 | | |

| | A | B |
|---|---------------|--------------|
| 1 | | Grupo Objeto |
| 2 | Muy dinámica | 18 |
| 3 | Poco dinámica | 1 |
| 4 | Nada dinámica | 0 |
| 5 | | |

14.2.13 Tablas de Tabulación de Pregunta 13:

| | A | B |
|---|----------------|---------|
| 1 | | Cliente |
| 2 | Muy apropiado | 2 |
| 3 | Poco apropiado | 0 |
| 4 | Nada apropiado | 0 |
| 5 | | |

| | A | B |
|---|----------------|---------|
| 1 | | Experto |
| 2 | Muy apropiado | 4 |
| 3 | Poco apropiado | 0 |
| 4 | Nada apropiado | 0 |
| 5 | | |

| | A | B |
|---|----------------|--------------|
| 1 | | Grupo Objeto |
| 2 | Muy apropiado | 19 |
| 3 | Poco apropiado | 0 |
| 4 | Nada apropiado | 0 |
| 5 | | |

14.2.14 Tablas de Tabulación de Pregunta 14:

| | A | B |
|---|---------------------------------|---------|
| 1 | | Cliente |
| 2 | Muy interesante para el lector | 2 |
| 3 | Poco interesante para el lector | 0 |
| 4 | Nada interesante para el lector | 0 |

| | A | B |
|---|---------------------------------|---------|
| 1 | | Experto |
| 2 | Muy interesante para el lector | 4 |
| 3 | Poco interesante para el lector | 0 |
| 4 | Nada interesante para el lector | 0 |

| | A | B |
|---|---------------------------------|----------------|
| 1 | | Grupo Objetivo |
| 2 | Muy interesante para el lector | 16 |
| 3 | Poco interesante para el lector | 3 |
| 4 | Nada interesante para el lector | 0 |
| 5 | | |

14.3 Herramienta de validación de proyecto de graduación



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

Universidad Galileo
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Licenciatura en Comunicación y Diseño

Técnica de validación

Diseño de materiales digitales gráficos para promover en clientes reales y potenciales a través de redes sociales el arte marcial que imparte la escuela KarateKa.

Favor brindar los siguientes datos

Nombre:

Segmento al que pertenece *

- Grupo objetivo
- Cliente real o potencial
- Experto

Profesión *

ANTECEDENTES:

Actualmente no se cuenta con materiales gráficos digitales para dar a conocer en redes sociales, a clientes reales y potenciales, el arte marcial que imparte la escuela KarateKa. Por lo que se pudo observar que es necesario diseñar materiales gráficos digitales para dar a conocer la escuela en redes sociales.

Herramienta de validación de proyecto de graduación

INSTRUCCIONES

Con base a la información anterior, observe los diseños propuestos y según su criterio responda las siguientes preguntas:

Parte objetiva

1. ¿Considera usted necesario el diseño de materiales gráficos digitales para promover en clientes reales y potenciales a través de redes sociales el arte marcial que imparte la escuela KarateKa.

 Sí
 No

2. ¿Considera usted necesario investigar a través de referencias bibliográficas acerca de la elaboración y producción de materiales gráficos digitales para la construcción de marca en redes sociales?

 Sí
 No

3. ¿Considera usted que es importante recopilar información acerca de las actividades que realiza la escuela de KarateKa y del arte marcial American kenpo para incluirla en los materiales gráficos digitales?

 Sí
 No

4. ¿Cree usted que es necesario ilustrar las actividades que realiza la escuela KarateKa para integrarlas en los materiales gráficos digitales?

 Sí
 No

5. ¿Considera usted que es fundamental diagramar los elementos gráficos mediante criterios de jerarquías para facilitar la lectura de la información?

 Sí
 No

Herramienta de validación de proyecto de graduación

Parte semiológica

6. Considera que el diseño de los materiales gráficos digitales para comunicar es:

- Muy atractivo
- Poco atractivo
- Nada atractivo

7. Según su criterio, los colores utilizados en la propuesta de proyecto de graduación son:

- Muy apropiados
- Poco apropiados
- Nada apropiados

8. Según su criterio, la tipografía es:

- Muy Legible
- Poco Legible
- Nada Legible

9. Según su criterio, utilizar material ilustrado en los materiales gráficos digitales para informar es:

- Muy oportuno
- Poco oportuno
- Nada oportuno

10. Según su criterio, la diagramación del diseño de los materiales gráficos digitales de comunicación crea:

- Mucho interés
- Poco interés
- Nada de interés

Herramienta de validación de proyecto de graduación

Parte operativa

11. Considera que navegar dentro del contenido de materiales gráficos digitales colocado en redes sociales es:

- Muy Fácil
- Poco fácil
- Nada fácil

12. Considera que la estructura de la red social Facebook es:

- Muy dinámica
- Poco dinámica
- Nada dinámica

13. Considera que utilizar posts para dar a conocer la escuela de KarateKa en redes sociales es:

- Muy apropiado
- Poco apropiado
- Nada apropiado

14. Considera que el contenido e información colocados en los materiales gráficos digitales de información son:

- Muy interesantes para la atención del lector
- Poco interesantes para la atención del lector
- Nada interesantes para la atención del lector

OBSERVACIONES:

Muchas gracias por sus respuestas.

14.4 Encuestas de expertos

14.4.1 Encuesta Experto 1

 **Universidad Galileo**
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Licenciatura en Comunicación y Diseño

Técnica de validación

Diseño de materiales digitales gráficos para promover en clientes reales y potenciales a través de redes sociales el arte marcial que imparte la escuela KarateKa.

Favor brindar los siguientes datos:

Nombre:
Lucía Quiroga

Segmento al que pertenece *

Grupo objetivo
 Cliente real o potencial
 Experto

Profesión *
Docente, vida en Comunicación

ANTECEDENTES:
Actualmente no se cuenta con materiales gráficos digitales para dar a conocer en redes sociales, a clientes reales y potenciales, el arte marcial que imparte la escuela KarateKa. Por lo que se pudo observar que es necesario diseñar materiales gráficos digitales para dar a conocer la escuela en redes sociales.

INSTRUCCIONES
Con base a la información anterior, observe los diseños propuestos y según su criterio responda las siguientes preguntas:

Parte subjetiva

1. ¿Considera usted necesario el diseño de materiales gráficos digitales para promover en clientes reales y potenciales a través de redes sociales el arte marcial que imparte la escuela KarateKa?
 Sí
 No
2. ¿Considera usted necesario investigar acerca de la elaboración y producción de materiales gráficos digitales para la construcción de marca en redes sociales?
 Sí
 No
3. ¿Considera usted que es importante recopilar información acerca de las actividades que realiza la escuela de KarateKa y del arte marcial American kenpo para incluirla en los materiales gráficos digitales?
 Sí
 No
4. ¿Cree usted que es necesario incluir las actividades que realiza la escuela KarateKa para integrarla en los materiales gráficos digitales?
 Sí
 No
5. ¿Considera usted que es fundamental diagramar los elementos gráficos mediante criterios de jerarquía para facilitar la lectura de la información?
 Sí
 No

Parte semiótica

6. Considere que el diseño de los materiales gráficos digitales para comunicar es:
 Muy atractivo
 Poco atractivo
 Nada atractivo
7. Según su criterio, los colores utilizados en la propuesta de proyecto de graduación son:
 Muy apropiados
 Poco apropiados
 Nada apropiados
8. Según su criterio, la tipografía es:
 Muy Legible
 Poco Legible
 Nada Legible
9. Según su criterio, utilizar material ilustrado en los materiales gráficos digitales para informar es:
 Muy oportuno
 Poco oportuno
 Nada oportuno
10. Según su criterio, la diagramación del diseño de los materiales gráficos digitales de comunicación es:
 Mucho interés
 Poco interés
 Nada de interés

Parte operativa

11. Considere que navegar dentro del contenido de materiales gráficos digitales colocado en redes sociales es:
 Muy Fácil
 Poco Fácil
 Nada Fácil
12. Considere que la estructura de la red social Facebook es:
 Muy dinámica
 Poco dinámica
 Nada dinámica
13. Considere que utilizar posts para dar a conocer la escuela de KarateKa en redes sociales es:
 Muy apropiado
 Poco apropiado
 Nada apropiado
14. Considere que el contenido e información colocados en los materiales gráficos digitales de información son:
 Muy interesantes para la atención del lector
 Poco interesantes para la atención del lector
 Nada interesantes para la atención del lector

OBSERVACIONES:

1. Texto demasiado rojo (visión celular)
2. GIF para desanimar
3. Texto blanco en fondo negro (1º)
4. Post por videos

Muchas gracias por sus respuestas. 

14.4.2 Encuesta Experto 2



Universidad Galileo
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Licenciatura en Comunicación y Diseño

Técnica de validación

Diseño de materiales digitales gráficos para promover en clientes reales y potenciales a través de redes sociales el arte marcial que imparte la escuela KarateKa.

Favor brindar los siguientes datos

Nombre:

Lissette Pérez Aguirre

Segmento al que pertenece *

- Grupo objetivo
 Cliente real o potencial
 Experto

Profesión *

la Ciencias de la Comunicación

ANTECEDENTES:

Actualmente no se cuenta con materiales gráficos digitales para dar a conocer en redes sociales, a clientes reales y potenciales, el arte marcial que imparte la escuela KarateKa. Por lo que se pudo observar que es necesario diseñar materiales gráficos digitales para dar a conocer la escuela en redes sociales.

INSTRUCCIONES

Con base a la información anterior, observe los diseños propuestos y según su criterio responda las siguientes preguntas:

Parte objetiva

- ¿Considera usted necesario el diseño de materiales gráficos digitales para promover en clientes reales y potenciales a través de redes sociales el arte marcial que imparte la escuela KarateKa?
 Sí
 No
- ¿Considera usted necesario investigar acerca de la elaboración y producción de materiales gráficos digitales para la construcción de marca en redes sociales?
 Sí
 No
- ¿Considera usted que es importante recopilar información acerca de las actividades que realiza la escuela de KarateKa y del arte marcial American kenpo para incluirla en los materiales gráficos digitales?
 Sí
 No
- ¿Cree usted que es necesario ilustrar las actividades que realiza la escuela KarateKa para integrarlas en los materiales gráficos digitales?
 Sí
 No
- ¿Considera usted que es fundamental diagramar los elementos gráficos mediante criterios de jerarquías para facilitar la lectura de la información?
 Sí
 No

Parte semiológica

- Considera que el diseño de los materiales gráficos digitales para comunicar es:
 Muy atractivo
 Poco atractivo
 Nada atractivo
- Según su criterio, los colores utilizados en la propuesta de proyecto de graduación son:
 Muy apropiados
 Poco apropiados
 Nada apropiados
- Según su criterio, la tipografía es:
 Muy legible
 Poco legible
 Nada legible
- Según su criterio, utilizar material ilustrado en los materiales gráficos digitales para informar es:
 Muy oportuno
 Poco oportuno
 Nada oportuno
- Según su criterio, la diagramación del diseño de los materiales gráficos digitales de comunicación es:
 Mucho interés
 Poco interés
 Nada de interés

Parte operativa

- Considera que navegar dentro del contenido de materiales gráficos digitales colocado en redes sociales es:
 Muy fácil
 Poco fácil
 Nada fácil
- Considera que la estructura de la red social Facebook es:
 Muy distintiva
 Poco distintiva
 Nada distintiva
- Considera que utilizar posts para dar a conocer la escuela de KarateKa en redes sociales es:
 Muy apropiado
 Poco apropiado
 Nada apropiado
- Considera que el contenido e información colocados en los materiales gráficos digitales de información son:
 Muy interesantes para la atención del lector
 Poco interesantes para la atención del lector
 Nada interesantes para la atención del lector

OBSERVACIONES:

El diseño es apropiado, atractivo y moderno. Me gusta. Qualifier

Muchas gracias por sus respuestas.

Qualifier

14.4.3 Encuesta Experto 3



Galileo
UNIVERSIDAD
La Universidad en la Educación

Universidad Galileo
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Licenciatura en Comunicación y Diseño

Técnica de validación

Diseño de materiales gráficos digitales para promover en clientes reales y potenciales a través de redes sociales el arte marcial que imparte la escuela KarateKa.

Favor brindar los siguientes datos

Nombre:
Alex Villalón

Segmento al que pertenece *

Grupo objetivo

Cliente real o potencial

Experto

Profesión *
MSc. en Comunicación

ANTECEDENTES:
Actualmente no se cuenta con materiales gráficos digitales para dar a conocer en redes sociales, a clientes reales y potenciales, el arte marcial que imparte la escuela KarateKa. Por lo que se pudo observar que es necesario diseñar materiales gráficos digitales para dar a conocer la escuela en redes sociales.

Parte semiológica

6. Considera que el diseño de los materiales gráficos digitales para comunicar es:

Muy atractivo

Poco atractivo

Nada atractivo

7. Según su criterio, los colores utilizados en la propuesta de proyecto de graduación son:

Muy apropiados

Poco apropiados

Nada apropiados

8. Según su criterio, la tipografía es:

Muy Legible

Poco Legible

Nada Legible

9. Según su criterio, utilizar material ilustrado en los materiales gráficos digitales para informar es:

Muy oportuno

Poco oportuno

Nada oportuno

10. Según su criterio, la diagramación del diseño de los materiales gráficos digitales de comunicación es:

Mucho interés

Poco interés

Nada de interés

INSTRUCCIONES
Con base a la información anterior, observe los diseños propuestos y según su criterio responda las siguientes preguntas:

Parte objetiva

1. ¿Considera usted necesario el diseño de materiales gráficos digitales para promover en clientes reales y potenciales a través de redes sociales el arte marcial que imparte la escuela KarateKa.

Sí

No

2. ¿Considera usted necesario investigar acerca de la elaboración y producción de materiales gráficos digitales para la construcción de marca en redes sociales?

Sí

No

3. ¿Considera usted que es importante recopilar información acerca de las actividades que realiza la escuela de KarateKa y del arte marcial American kenpo para incluirla en los materiales gráficos digitales?

Sí

No

4. ¿Cree usted que es necesario ilustrar las actividades que realiza la escuela KarateKa para integrarlas en los materiales gráficos digitales?

Sí

No

5. ¿Considera usted que es fundamental diagramar los elementos gráficos mediante criterios de jerarquías para facilitar la lectura de la información?

Sí

No

Parte operativa

11. Considera que navegar dentro del contenido de materiales gráficos digitales colocado en redes sociales es:

Muy Fácil

Poco fácil

Nada fácil

12. Considera que la estructura de la red social Facebook es:

Muy dinámica

Poco dinámica

Nada dinámica

13. Considera que utilizar posts para dar a conocer la escuela de KarateKa en redes sociales es:

Muy apropiado

Poco apropiado

Nada apropiado

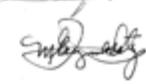
14. Considera que el contenido e información colocados en los materiales gráficos digitales de información son:

Muy interesantes para la atención del lector

Poco interesantes para la atención del lector

Nada interesantes para la atención del lector

OBSERVACIONES:
Se a conocer los principios de la Escuela para que se vean valores en los participantes.

Muchas gracias por sus respuestas.

14.4.4 Encuesta Experto 4

| | |
|--|---|
|  <p>Universidad Galileo Facultad de Ciencias de la Comunicación Licenciatura en Comunicación y Diseño</p> <p>Técnica de validación</p> <p>Diseño de materiales digitales gráficos para promover en clientes reales y potenciales a través de redes sociales el arte marcial que imparte la escuela KarateKa.</p> <p>Favor brindar los siguientes datos</p> <p>Nombre: <u>David Castillo</u></p> <p>Segmento al que pertenece *</p> <p><input type="radio"/> Grupo objetivo</p> <p><input type="radio"/> Cliente real o potencial</p> <p><input checked="" type="radio"/> Experto</p> <p>Profesión *</p> <p><u>Productor TV</u></p> <p>ANTECEDENTES: Actualmente no se cuenta con materiales gráficos digitales para dar a conocer en redes sociales, a clientes reales y potenciales, el arte marcial que imparte la escuela KarateKa. Por lo que se pudo observar que es necesario diseñar materiales gráficos digitales para dar a conocer la escuela en redes sociales.</p> | <p>INSTRUCCIONES Con base a la información anterior, observe los diseños propuestos y según su criterio responda las siguientes preguntas:</p> <p>Parte objetiva</p> <p>1. ¿Considera usted necesario el diseño de materiales gráficos digitales para promover en clientes reales y potenciales a través de redes sociales el arte marcial que imparte la escuela KarateKa.</p> <p><input checked="" type="radio"/> Sí <input type="radio"/> No</p> <p>2. ¿Considera usted necesario investigar acerca de la elaboración y producción de materiales gráficos digitales para la construcción de marca en redes sociales?</p> <p><input checked="" type="radio"/> Sí <input type="radio"/> No</p> <p>3. ¿Considera usted que es importante recopilar información acerca de las actividades que realiza la escuela de KarateKa y del arte marcial American kenpo para incluirla en los materiales gráficos digitales?</p> <p><input checked="" type="radio"/> Sí <input type="radio"/> No</p> <p>4. ¿Cree usted que es necesario ilustrar las actividades que realiza la escuela KarateKa para integrarlos en los materiales gráficos digitales?</p> <p><input checked="" type="radio"/> Sí <input type="radio"/> No</p> <p>5. ¿Considera usted que es fundamental diagnosticar los elementos gráficos mediante criterios de jerarquías para facilitar la lectura de la información?</p> <p><input checked="" type="radio"/> Sí <input type="radio"/> No</p> |
| <p>Parte semioligica</p> <p>6. Considere que el diseño de los materiales gráficos digitales para comunicar es:</p> <p><input checked="" type="radio"/> Muy atractivo</p> <p><input type="radio"/> Poco atractivo</p> <p><input type="radio"/> Nada atractivo</p> <p>7. Según su criterio, los colores utilizados en la propuesta de proyecto de graduación son:</p> <p><input checked="" type="radio"/> Muy apropiados</p> <p><input type="radio"/> Poco apropiados</p> <p><input type="radio"/> Nada apropiados</p> <p>8. Según su criterio, la tipografía es:</p> <p><input checked="" type="radio"/> Muy Legible</p> <p><input type="radio"/> Poco Legible</p> <p><input type="radio"/> Nada Legible</p> <p>9. Según su criterio, utilizar material ilustrado en los materiales gráficos digitales para informar es:</p> <p><input checked="" type="radio"/> Muy oportuno</p> <p><input type="radio"/> Poco oportuno</p> <p><input type="radio"/> Nada oportuno</p> <p>10. Según su criterio, la diagramación del diseño de los materiales gráficos digitales de comunicación es:</p> <p><input checked="" type="radio"/> Mucho interés</p> <p><input type="radio"/> Poco interés</p> <p><input type="radio"/> Nada de interés</p> | <p>Parte operativa</p> <p>11. Considere que navegar dentro del contenido de materiales gráficos digitales colocado en redes sociales es:</p> <p><input checked="" type="radio"/> Muy Fácil</p> <p><input type="radio"/> Poco fácil</p> <p><input type="radio"/> Nada fácil</p> <p>12. Considere que la estructura de la red social Facebook es:</p> <p><input checked="" type="radio"/> Muy dinámica</p> <p><input type="radio"/> Poco dinámica</p> <p><input type="radio"/> Nada dinámica</p> <p>13. Considere que utilizar posts para dar a conocer la escuela de KarateKa en redes sociales es:</p> <p><input checked="" type="radio"/> Muy apropiado</p> <p><input type="radio"/> Poco apropiado</p> <p><input type="radio"/> Nada apropiado</p> <p>14. Considere que el contenido e información colocados en los materiales gráficos digitales de información son:</p> <p><input checked="" type="radio"/> Muy interesantes para la atención del lector</p> <p><input type="radio"/> Poco interesantes para la atención del lector</p> <p><input type="radio"/> Nada interesantes para la atención del lector</p> <p>OBSERVACIONES: <u>Evidente Falta de interés</u></p> <p>Muchas gracias por sus respuestas.</p>  |

14.5 Fotografías a encuestados

14.5.1 Fotografías a Clientes



Sensei Luis Alberto Morales
Gerente General de KarateKa



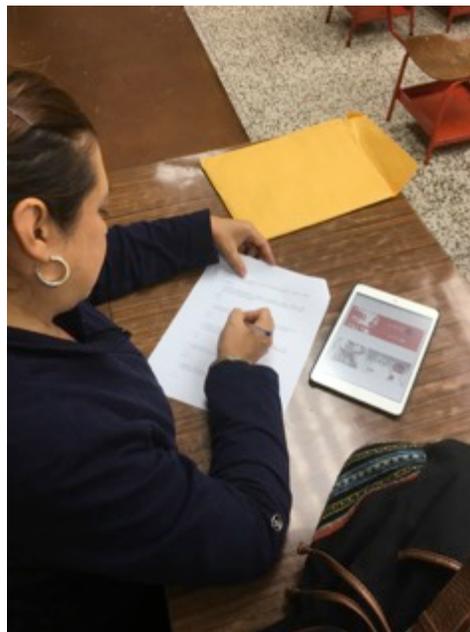
Sensei Geraldina Escobar de Morales
Directora General de KarateKa

14.5.2 Fotografías a Expertos



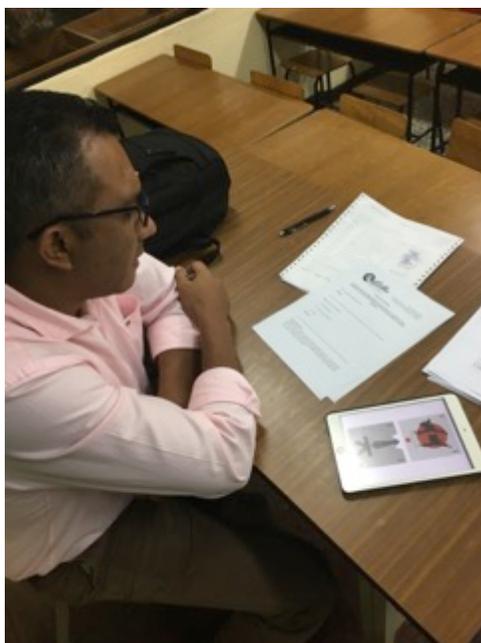
Licda. Lourdes Donis

Licenciada en Comunicación y Diseño



Licda. Lisette Perez

Licenciada en Comunicación y Diseño



Lic. Alexander Villagrán

Docente en Comunicación y Diseño



Lic. David Castillo

Licenciado en Comunicación y Diseño

14.5.3 Fotografías a Grupo Objetivo



Alejandra Soto Valle



Alfredo Arévalo



Ane Mendez-Vides



Boris Lemus

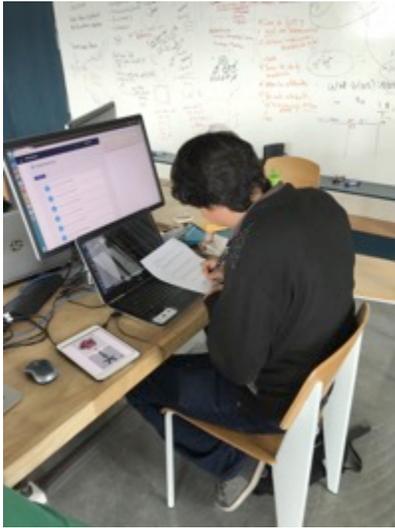


Carlos Bautista



Cecilia Toscana

Fotografías a Grupo Objetivo



Ernesto Solis



Eva Ramirez



Irene Castillo



Jose Rivas



Leonel Cali

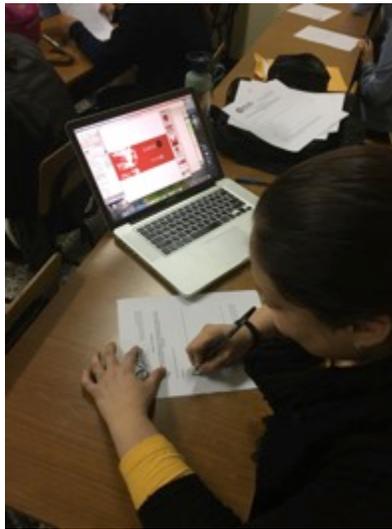


Luis Toscana

Fotografías a Grupo Objetivo



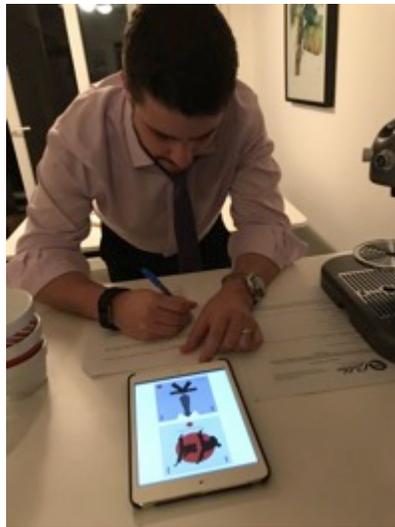
Maria Inés Mendez-Vides



Maria José Campollo



Pablo Estrada



Tomás Rodríguez



Valentina Rangel