USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Universidad de San Carlos de Guatemala
Facultad de Arquitectura
Escuela Diseño Gráfico

Desarrollo de campaña publicitaria para fortalecer y visibilizar la imagen del Centro Cultural Mosaico de Guatemala en redes sociales.

Iza Fernanda Morales Marroquín

Universidad de San Carlos de Guatemala
Facultad de Arquitectura
Escuela de Diseño Gráfico

Desarrollo de campaña publicitaria para fortalecer y visibilizar la imagen del Centro Cultural Mosaico de Guatemala en redes sociales.

Proyecto desarrollado por: Iza Fernanda Morales Marroquín
Para optar al título de: Licenciada en Diseño Gráfico.

Guatemala, abril de 2025.

"Me reservo los derechos de autor haciéndome responsable de las doctrinas sustentadas adjuntas, en la originalidad y contenido del Tema, en el Análisis y Conclusión final, eximiendo de cualquier responsabilidad a la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala"

Junta Directiva

Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini	**Decano**
MSc. Lcda. Ilma Judith Prado Duque	**Vocal I**
Arq. Mayra Jeanett Díaz Barillas	**Vocal II**
Br. Oscar Alejandro La Guardia Arriola	**Vocal IV**
Br. Laura del Carmen Berganza Pérez	**Vocal V**
M.A. Arq. Juan Fernando Arriola Alegría	**Secretario Académico**

Tribunal Examinador

Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini	**Decano**
M.A. Arq. Juan Fernando Arriola Alegría	**Secretario Académico**
Lcda.Anggely Enríquez	**Examinador**
M.A. Lcda. Carolina Aguilar	**Examinador**
Ing. Lyz Colocho	**Examinador**

Agradecimientos

A Dios, por ser mi guía constante y darme la fortaleza para superar cada reto en este camino, así como por rodearme de personas que me impulsan a ser mejor.

A mi familia, por su apoyo incondicional y amor inagotable. A mis padres, por enseñarme el valor de la perseverancia y el esfuerzo, y por confiar en mí en cada paso de este proceso.

A mi hermana, gracias por tu apoyo constante, por estar siempre dispuesta a escucharme y ayudarme.

A mis amigos, quienes han sido un pilar fundamental en este recorrido. Gracias por su amistad, sus palabras de aliento y por hacer que el proceso fuera más llevadero y especial.

Y a Diego por su comprensión, apoyo y amor en cada etapa de este proyecto. Gracias por creer en mí y por acompañarme en cada paso, celebrando conmigo los logros y dándome fuerzas en los momentos difíciles.

Gracias.

CONTENIDO:

Capítulo 01 Pág 14.

Introducción

Antecedentes del Problema de Comunicación Visual 16
Definición y delimitación del problema de comunicación visual 22
Justificación del proyecto 23
Objetivos 27

Capítulo 02 Pág 28

Perfiles

Perfil de la institución 30
Organización: Nombre, dirección y contacto
Características del tipo de industria
Generales
Caracterización del Grupo Objetivo 36
Características geográficas 36
Características sociodemográficas 36
Características socioeconómicas 37
Características psicográficas 37
Relación entre el grupo objetivo y la institución 37

Capítulo 03 Pág 38

Planeación Operativa

Previsión de insumos y costos 40
Flujograma 43
Cronograma 49

Capítulo 04 Pág 50

Marco Teórico

Dimensión Social y Ética sobre el Arte, la Cultura y la Salud Mental en Guatemala 52
Innovación de campaña publicitaria para promover la cultura y el arte en Guatemala 54

Capítulo 05 Pág 56.

Definición Creativa

Elaboración del brief de diseño 58
Estrategia TTL (Throught The Line) 64
Insight 66
Concepto creativo 73
Premisas de diseño 84
Códigos visuales 94

Capítulo 06 Pág 108

Proceso de Producción Gráfica

Publicaciones 110
Nivel de producción gráfica 1 111
Síntesis del proceso 112

Capítulo 07 Pág 114

Definición Creativa

Nivel de producción gráfica 2 116
Nivel de producción gráfica 3 125
Propuesta gráfica final fundamentada 156
Vista preliminar de la campaña publicitaria 159
Lineamientos para la puesta en práctica 189
Honorarios 193

Capítulo 08 Pág 200

Síntesis del proceso

Lecciones aprendidas 202
Conclusiones 204
Recomendaciones 206
Fuentes consultadas 210
Glosario 213
Anexos 215
índice de fíguras 218
índice de tablas 219

Introducción

El Centro Cultural Mosaico Guatemala (CCMG) es un espacio dedicado a promover el arte, la cultura y el bienestar en la comunidad guatemalteca. Ubicado en la histórica Casa Oliver, un edificio del siglo XVIII declarado Monumento Histórico y Patrimonio Cultural de la Nación, el CCMG se ha convertido en un punto de encuentro donde convergen la creatividad, el desarrollo comunitario y la diversidad cultural.

La campaña publicitaria busca posicionar al CCMG como un espacio de descubrimiento y conexión con la cultura guatemalteca, generando un vínculo emocional con el público y aumentar el reconocimiento del Centro como un referente cultural en la comunidad. Además, se implementará una gestión activa de la comunidad en redes, incentivando la participación e interacción para crear una comunicación cercana y auténtica.

01

Capítulo

Introducción

En este capítulo se comprenden los hechos relacionados a los que debe enfrentarse el Centro Cultural Mosaico Guatemala en sus campañas publicitarias. También se expone el proyecto planteado y los objetivos.

Antecedentes del Problema de Comunicación Visual

La salud mental es el estado general de bienestar emocional, psicológico y social en el que una persona es capaz de afrontar y gestionar el estrés de la vida diaria, trabajar productivamente y contribuir a la comunidad. Incluye la capacidad de gestionar emociones y pensamientos, así como la capacidad de adaptarse a los cambios y afrontar los desafíos de la vida. La salud mental es vital para el funcionamiento diario y el bienestar general.
Según la Organización Mundial de la Salud mental se refiere a ella como: "La salud mental es más que la mera ausencia de trastornos mentales. Se da en un proceso complejo, que cada persona experimenta de una manera diferente, con diversos grados de dificultad y angustia y resultados sociales y clínicos que pueden ser muy diferentes."[01]

En Guatemala el arte, la comunidad y la salud mental son áreas interconectadas que enfrentan diversos desafíos y oportunidades. El arte juega un papel importante en la expresión cultural y la identidad guatemalteca, pero muchas comunidades carecen de acceso a recursos culturales y artísticos debido a limitaciones económicas y geográficas.

El arte es importante para expresar la cultura y la identidad guatemalteca. Sin embargo, muchas comunidades enfrentan limitaciones económicas y geográficas que limitan el acceso a los recursos culturales y artísticos. Las limitaciones financieras dificultan la participación en las artes, el acceso a recursos y la participación en eventos culturales. No tener tierra también ayuda, ya que las zonas rurales tienen menos oportunidades de participar en actividades culturales.

La cooperación y el desarrollo humano en Guatemala se caracterizan por una diversidad cultural y grandes desafíos. La disparidad económica y la falta de infraestructura afectan la capacidad de las personas para organizarse y participar en actividades culturales y artísticas. Además, la falta de espacio adecuado ayuda a reducir la interacción y la participación en actividades sociales, que son importantes para fortalecer la cultura de las personas y promover el compromiso espiritual.

01 Organización Mundial de la Salud, «Salud mental: fortalecer nuestra respuesta», acceso el 23 de abril de 2024, https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/mental-health-strengthening-our-response.

En Guatemala, la salud mental enfrenta varios desafíos significativos. Entre ellos se destacan la falta de acceso a servicios de calidad, el estigma social hacia las enfermedades mentales y una limitada conciencia pública sobre su importancia.

Este estigma, ampliamente presente en la sociedad guatemalteca, se refleja en una falta de políticas públicas efectivas y una inversión insuficiente en el sector de salud mental. Esta situación perpetúa una cultura de silencio y exclusión, que desalienta a las personas a buscar y recibir la ayuda necesaria. Además, problemas estructurales como la pobreza, la desigualdad económica y la inseguridad impactan negativamente la salud mental. La pobreza extrema y la falta de oportunidades generan altos niveles de estrés, ansiedad y otras condiciones relacionadas, lo que agrava aún más las disparidades en el acceso a servicios esenciales de salud mental.

"Los trastornos más frecuentes que padece la población guatemalteca son la depresión, ansiedad y trastornos mentales debido al uso de sustancias psicoactivas. Aún más preocupante es el hecho de que, la mayoría de suicidios reportados durante el 2022 involucró a adolescentes y jóvenes entre 11 y 30 años." [02]

Las intervenciones promocionales y preventivas se centran en identificar los determinantes personales, sociales y estructurales de la salud mental y luego intervenir para reducir el riesgo, mejorar la resiliencia y crear un entorno de apoyo para la salud mental. Pueden dirigirse a individuos, grupos específicos o poblaciones enteras.
En Guatemala, varias fundaciones se dedican al fomento del arte, el bienestar y el fortalecimiento comunitario. Estas organizaciones trabajan arduamente para promover la apreciación del arte, ofrecer oportunidades educativas en diversas disciplinas artísticas y mejorar la calidad de vida de las comunidades a través de programas de desarrollo integral.

Un ejemplo es Fundadela, fundación guatemalteca, establecida por artistas del país. La Fundación Amigos de Arte se dedica a la creación, gestión, implementación y promoción de actividades y proyectos centrados en la educación y diversas disciplinas artísticas.[03]

02 UNICEF, «La salud mental en Guatemala: Un grito de ayuda que no podemos ignorar», accedido 5 de marzol de 2024, https://www.unicef.org/guatemala/comunicados-prensa/la-salud-mental-en-guatemala-un-grito-de-ayuda-que-no-podemos-ignorar.
03 Fundación Amigos del Arte - FUNDADELA - Guatemala, «fundadela», fundadela, fundadela (blog), 2024, https://fundadela.org/.

con el objetivo de fomentar el desarrollo integral del individuo y potenciar el progreso social. A través de iniciativas y programas artísticos y educativos. Otra fundación es la Fundación Paiz de Guatemala, fundada en 1980, organización sin fines de lucro que promueve el arte y la cultura en el país. A través de exposiciones, conciertos, festivales y programas educativos, colabora con artistas e instituciones para enriquecer la vida cultural de Guatemala. Su Festival Internacional de Cultura es un evento destacado que reúne a artistas de diversas disciplinas y países. [04]

Por último, la Asociación Psiquiátrica de Guatemala nace en 2007 de la iniciativa de sus miembros, con el propósito de promover la salud mental y la psiquiatría en Guatemala de forma accesible y sin fines de lucro. Su objetivo general es ofrecer una atención en Salud Mental económica como una alternativa para mejorar la salud mental de la población. Esta atención es proporcionada por psiquiatras miembros de la asociación en las clínicas de la sede del proyecto.[05]

Según el Artículo 57 de la Constitución de la República de Guatemala, "Toda persona tiene derecho a participar libremente en la vida cultural y artística de la comunidad, así como a beneficiarse del progreso científico y tecnológico de la Nación."[06]

La Fundación Luis Colocho, fundada el 19 de mayo de 2021, es un espacio en el Centro Cultural Mosaico, dedicado al desarrollo del arte, el bienestar y la comunidad en Guatemala. "Está situado en la Casa Oliver, construida en 1792, y catalogada como Monumento Histórico y Patrimonio Cultural de la Nación." [07]

Su principal objetivo es fomentar una dinámica de arte inclusivo, llevando el arte, la cultura y la salud a la comunidad guatemalteca a través de diversas actividades y programas.

La fundación nace de la genuina intención de sus miembros fundadores de apoyar a la ciudadanía guatemalteca en términos de salud mental, utilizando el arte, la cultura y la creación de comunidad como herramientas fundamentales.

04Fundación Paiz «Fundación Paiz», 2020, https://fundacionpaiz.org.gt/acerca-de-nosotros/.
05 Asoación Psiquiatrica de Guatemala, «Apoyo Social», accedido 23 de abril de 2024, http://asociacionpsiquiatricadeguatemala.org/servicios-2/.
06 Herrera Saúl Dighero et al., «INTEGRACIÓN DE LA CORTE DE CONSTITUCIONALIDAD», accedido 23 de abril de 2024.
07 Mosaico Guatemala, «Centro Cultural», accedido 02 de marzo de 2024, https://www.mosaicoguatemala.org/centrocultural.

Para cumplir con objetivos, en Fundación Luis Colocho se han creado tres programas principales: Salud mental y prevención del suicidio, Estimulación temprana emocional y Promoción del arte y la cultura guatemalteca. Todas las actividades llevadas a cabo en el centro cultural buscan la vinculación con la salud mental, ya sea como actividades complementarias a terapias con especialistas como psicólogos o psiquiatras, o como parte integral de su enfoque holístico hacia el bienestar de la comunidad. Destacando por un compromiso genuino con el bienestar de la sociedad guatemalteca, promoviendo la importancia del arte y la cultura en la vida cotidiana.

Antecedentes gráficos

El Centro Cultural Mosaico Guatemala se destaca por su participación activa en las redes sociales, promocionando constantemente sus eventos y talleres a través de una variedad de recursos visuales. Debería cumplir una doble función: promover sus programas y actividades, y reflejar la esencia de su misión, difundiendo valores de inclusión, creatividad y comunidad.

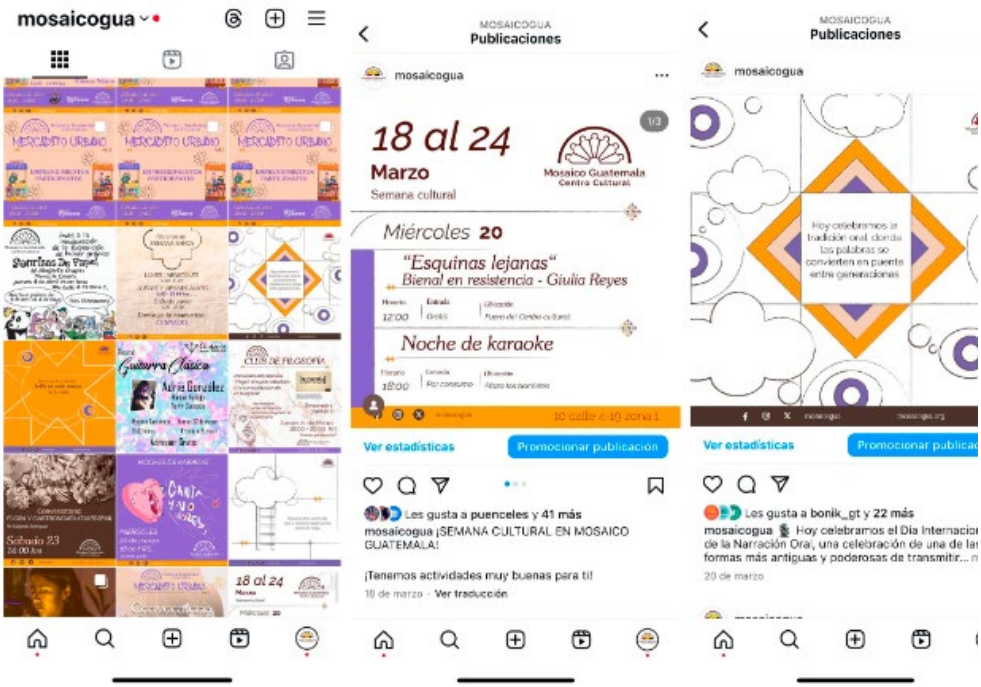


Figura 01 - Instagram y Tiktok @mosaicogua
Recuperado
https://www.instagram.com/mosaicogua/

El Centro Cultural Mosaico Guatemala utiliza principalmente posts en Facebook e Instagram con ilustraciones y textos para promocionar sus actividades culturales. En sus historias de Instagram, repostean menciones de seguidores para fortalecer la interacción comunitaria. No suelen usar el formato de reels o historias animadas, enfocándose en contenido más estático para captar la atención del público y promover su oferta cultural.

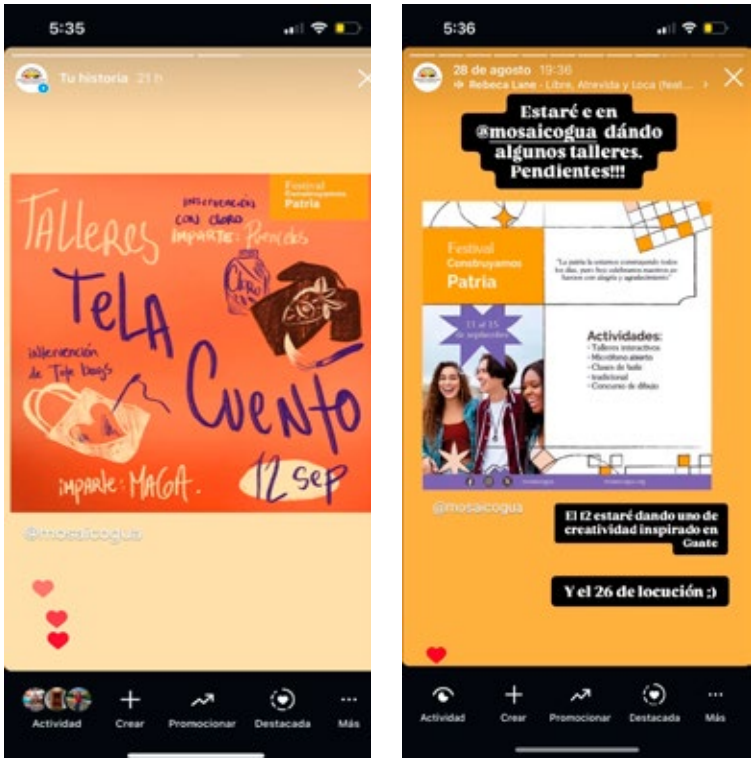


Figura 2 y 3 - Antecedentes de comunicación.
Centro Cultural Mosaicos (s.f.)
Recuperado de: https://www.mosaicoguatemala.org/centrocultural
https://www.instagram.com/mosaicogua/

Definición y delimitación del problema de comunicación visual

Se realizó un diagnóstico de comunicación visual que incluyó una entrevista detallada con los directivos del Centro Cultural Mosaico Guatemala, como se detalla en el anexo 1 y 2 . Este análisis permitió identificar y clasificar los principales problemas de comunicación en medios digitales que enfrenta la institución. Entre los desafíos identificados se encuentran:

La institución tiene problemas para destacar sus valores y esencia de manera que la diferencie claramente de otras instituciones similares. Además, la comunicación con sus interlocutores es ambigua.

En cuanto al contenido digital, la institución no está aprovechando al máximo las redes sociales y otros medios digitales para comunicarse con su audiencia, lo que resulta en un bajo compromiso y participación en línea.

La poca planificación del contenido mensual también perjudica el feed de las redes sociales del Centro Cultural Mosaico Guatemala. La falta de un calendario de contenidos bien estructurado y coherente contribuye a una comunicación inconsistente y a la incapacidad de mantener el interés del público.

El Centro Cultural Mosaico Guatemala principalmente enfrenta dificultades en su comunicación visual, lo que ha llevado a corto plazo un desconocimiento por parte del público sobre las actividades y propuestas de la institución. Esta falta de claridad ha generado una percepción de poca profesionalidad e impacto en la comunidad, lo que se refleja a un largo plazo una baja participación de voluntarios, así como en dificultades en los procesos de aprendizaje de los beneficiarios.

Justificación del proyecto

Trascendencia del proyecto

Si no se implementa una campaña publicitaria efectiva y planificada, es probable que el Centro Cultural Mosaico enfrente un mayor desconocimiento y una menor participación de la comunidad, lo que afectaría negativamente su impacto y sostenibilidad a largo plazo.

Además, al no mejorar su comunicación a través de campañas publicitarias, se perdería la oportunidad de apoyar y promover la salud mental y el arte en Guatemala, lo que podría tener un impacto positivo en la sociedad y la región en general. Una mayor visibilidad y comprensión de las actividades culturales y comunitarias pueden fomentar la participación y el apoyo de la comunidad, así como aumentar la conciencia sobre temas importantes relacionados con el arte, la cultura y la salud mental.

Incidencia

La implementación de una campaña publicitaria en redes sociales puede ser clave para resolver problemas de comunicación visual. Con una gestión y producción gráfica adecuada, se puede lograr una comunicación sólida y coherente que refleje la misión y los valores de la institución. Esto aumentaría la visibilidad y comprensión de las actividades y propuestas del Centro Cultural, atrayendo a más participantes y artistas a los distintos eventos.

Si no se lleva a cabo esta campaña, el Centro Cultural Mosaico podría seguir enfrentando desafíos en su comunicación visual. Esto podría traducirse en una menor participación en las actividades y una disminución en la presencia de artistas dispuestos a exponer sus obras, afectando el impacto y la sostenibilidad de la institución a corto plazo.

Factibilidad

La institución cuenta con la información necesaria sobre sus actividades, misión y valores, lo que facilita la creación de una campaña publicitaria para mantener una misma idea y mensaje. También existe disposición por parte de la institución para colaborar con el epesista, lo que asegura la calidad y eficacia de los resultados.
Se dispone del tiempo necesario para planificar, diseñar y producir los materiales gráficos de manera efectiva y oportuna.

En cuanto a la capacidad y disponibilidad del epesista, se requiere que el profesional del diseño gráfico tenga la experiencia y habilidades necesarias para llevar a cabo el proyecto de manera exitosa. Además, es importante mencionar que se cuenta con el tiempo y dedicación suficientes para cumplir con los plazos establecidos.

En este capítulo se da a conocer el perfil de grupo objetivo, objetivo general y los específicos que guiarán cada una de las acciones del proceso del proyecto.

Objetivos

General (Impacto social)

Maximizar el impacto del Centro Cultural Mosaico Guatemala (CCMG) de la Fundación Luis Colocho mediante una campaña publicitaria integral y estrategias en redes sociales, enfocadas en la promoción de sus actividades relacionadas con la salud mental, la prevención del suicidio, la estimulación temprana emocional, y el fomento del arte y la cultura. Se busca aumentar la visibilidad y el alcance del CCMG, incentivar la participación y asistencia a sus eventos, mejorar la percepción pública sobre la importancia de estas actividades, y documentar casos de éxito y colaboración en la comunidad.

Objetivo comunicación visual

Facilitar la difusión y promoción de las actividades del Centro Cultural Mosaico Guatemala ofrecidas por la Fundación Luis Colocho, destinadas al bienestar de la sociedad guatemalteca, mediante el diseño de materiales que permitan a la audiencia conocer la institución y su centro cultural de manera clara, ordenada y atractiva.

Objetivo de diseño

Desarrollar una campaña publicitaria moderna y efectiva para el Centro Cultural Mosaico Guatemala, dirigida a la sociedad guatemalteca a través de redes sociales, con el fin de comunicar de manera clara sus actividades y servicios. La campaña deberá optimizar el impacto visual y comunicativo utilizando elementos clave como logotipo, colores institucionales y tipografías. Es esencial definir objetivos precisos, entender al público objetivo y crear un mensaje atractivo. Además, se debe seleccionar las plataformas de redes sociales más adecuadas, establecer un plan de medición para evaluar el desempeño. La campaña debe destacar por su creatividad e innovación, manteniendo una coherencia en todos los aspectos.

02

Capítulo

Perfiles

Centro Cultural Mosaico Guatemala, el historial de la institución, servicios que presta a diversos usuarios. Identidad y comunicación visual. También se defnen las características geográficas, socioeconómicas, psicográfcas del grupo objetivo.

Mosaico Guatemala
Centro Cultural

Perfil de la Institución

Perfil de la organización

Información de la fundación
Nombre del cliente: Centro Cultural Mosaico Guatemala
Ubicación: 10A Calle 4-19 zona 1, Ciudad de Guatemala
Contacto: Lyz Mellina Colocho
Instagram: @mosaicogua
Cargo: Directora Ejecutiva
Número de teléfono:4005 8234

¿Quiénes son?

El Centro Cultural Mosaico Guatemala es un espacio dedicado al arte, el bienestar y la comunidad en Guatemala. Fundada en 2021, su objetivo es fomentar el arte inclusivo y llevar cultura y salud a la comunidad a través de diversos programas.

Misión
Promover, a través de actividades realizadas en el Centro Cultural Mosaico Guatemala, la creación de modelos comunitarios inclusivos que permitan el abordaje preventivo de salud mental de la sociedad guatemalteca.

Visión
Promover la salud mental, el arte y la comunidad.

Historial de la institución
La Fundación Luis Colocho, establecida el 19 de mayo de 2021, es un espacio dentro del Centro Cultural Mosaico Guatemala dedicado al fomento del arte, el bienestar y la comunidad en Guatemala. Se encuentra ubicada en la Casa Oliver, una edificación construida en 1792 y catalogada como Monumento Histórico y Patrimonio Cultural de la Nación. "Desde entonces se promueve, a través de actividades realizadas en el Centro Cultural Mosaico Guatemala, la creación de modelos comunitarios inclusivos que permiten el abordaje preventivo de salud mental de la sociedad guatemalteca." [08]

Objetivo General
Promover, a través de actividades realizadas en el Centro Cultural Mosaico Guatemala, la creación de modelos comunitarios inclusivos que permitan el abordaje preventivo de salud mental de la sociedad guatemalteca.[4]

Objetivos específicos
Concientizar sobre la salud mental
Crear espacios para la expresión artística y emocional
Fomentar la solidaridad comunitaria
Promover la cultura inclusiva
Prevención temprana y oportuna del suicidio

08 Mosaico Guatemala, «Centro Cultural», accedido 03 de marzo de 2024, https://www.mosaicoguatemala.org/centrocultural.

Estrategia: Fases y componentes

Atención temprana (Estimulación temprana)

- Biblioteca y ludoteca
- Prevención de violencia

Atención transformadora (Reingeniería emocional)

- Arte inclusivo
- Cultura
- Investigación

Atención Reactiva (Atención de crisis)

- Centro de mediación familiar
- Centro comunitario de prevención del suicidio

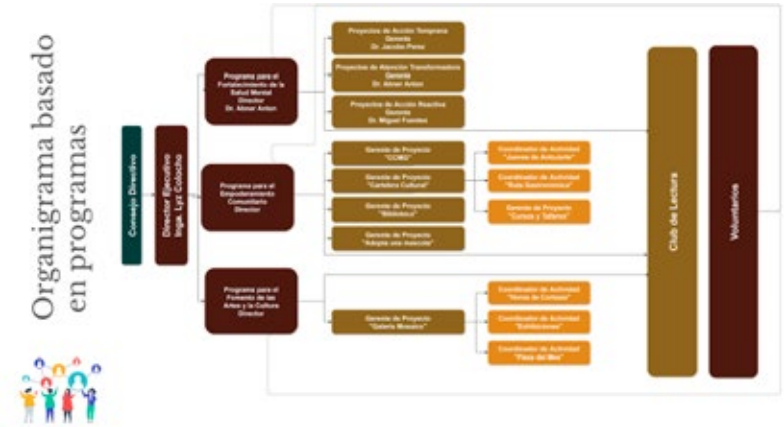


Figura 04 - Organigrama
Centro cultural Mosaicos (s.f.)
Recuperado de https://www.mosaicoguatemala.org/fundacionluiscolocho

Figura 05 - Casa Oliver
Recuperado de: https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fwww.mosaicoguatemala.org%2Fcasaoliver&psig=AOvVaw1vAJeTm8PaImHOuq2XEzzR&ust=1712812572902000&source=images&cd=vfe&opi=89978449&ved=0CBIQjRxqFwoTCNiL65vytoUDFQAAAAAdAAAAABAZ

Figura 06 - Casa Oliver
Fotografías propias

Identidad y comunicación visuales

La Casa Oliver, donde se encuentra ubicado el Centro Cultural Mosaico Guatemala, es una construcción histórica de estilo colonial construida en 1792. Su arquitectura presenta características típicas de la época, como muros de adobe, techos de teja roja, amplios corredores y detalles decorativos en madera. La casa cuenta con una fachada principal imponente, con puertas y ventanas enmarcadas en madera tallada, que reflejan la influencia de la arquitectura colonial española en Guatemala.

El Centro Cultural Mosaico Guatemala no cuenta con una estrategia digital adecuada, lo que está afectando la eficacia de sus publicaciones. Debido a la gran cantidad de actividades y la limitación de tiempo, el responsable enfrenta retrasos en la publicación de materiales, ya que la falta de planificación y desarrollo de campañas publicitarias hace que la gestión sea complicada. Esta falta de coordinación se refleja en las redes sociales, generando discrepancias en la información sobre las actividades y causando confusión entre los seguidores.

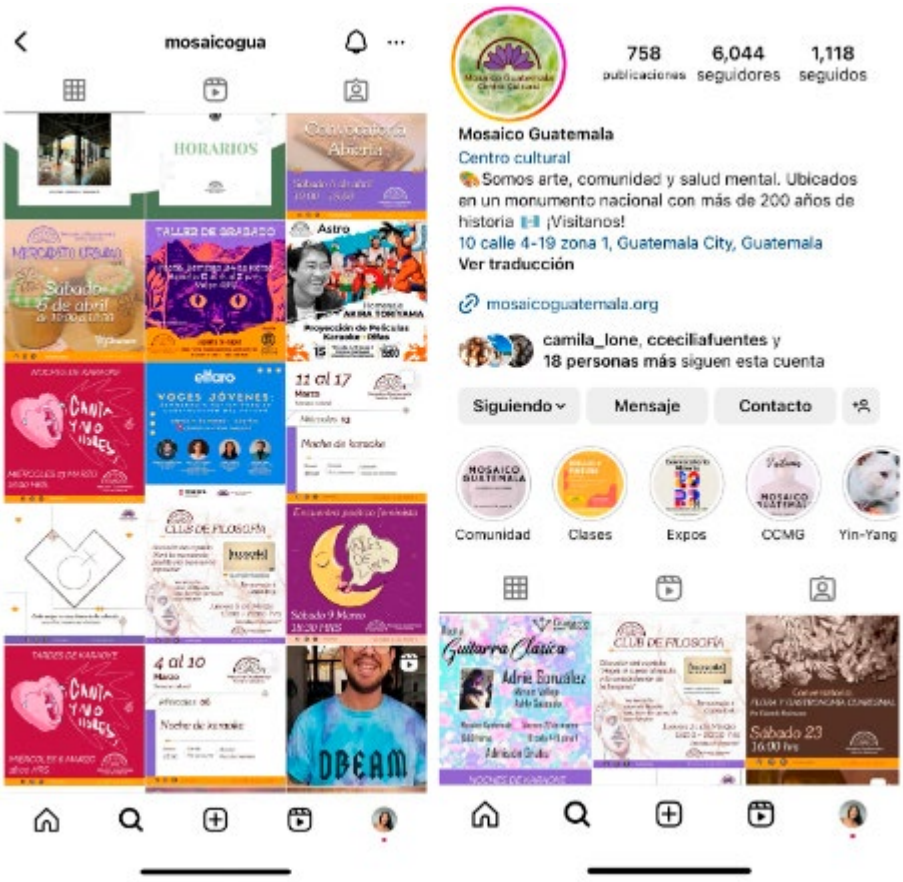
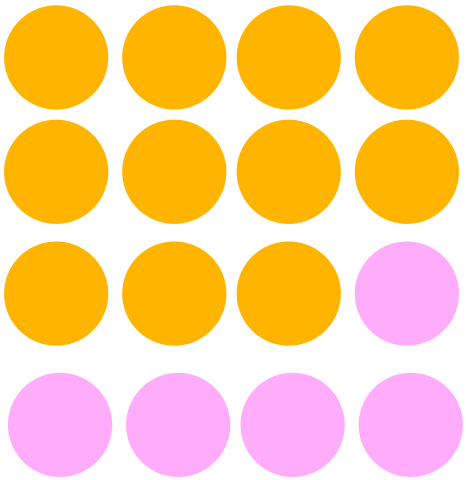


Figura 7 y 8 - Comunicación visual
Centro cultural Mosaicos (s.f.)
Recuperado de:https://www.instagram.com/mosaicogua/

Caracterización del Grupo Objetivo

63.64%

De los entrevistados se identifican con el género femenino



Grupo objetivo

Adultos de 18 a 35 años

Características geográficas

El público objetivo del Centro debe vivir actualmente en la ciudad de Guatemala, específicamente en sus 22 zonas urbanas. Pueden provenir también de otras regiones del país, ya que es un centro de referencia cultural a nivel nacional.

Espacio geográfico

País: Guatemala
Departamento: Guatemala
Municipio: Ciudad de Guatemala
Actualmente se encuentran disponibles dentro de la ciudad de la ciudad específicamente de en los alrededores de Zona 6, Zona 7, Zona 8, Zona 9 y Zona 10 de la ciudad. (Ver anexo 2)

Características sociodemográficas

El grupo objetivo que se presenta en este estudio presenta las siguientes características:
Edad: rango entre 18 y 35 años de edad
Género: 63.64 % mujeres 36.36 % hombres
Escolaridad: Adultos independientes, trabajadores.
(Ver anexo 3 y 4)

Características socioeconómicas

En este estudio se emplea la estructuración de clases sociales en la ciudad de Guatemala y en el país, según un estudio socioeconómico presentado en Guatemala la tarde del jueves 28 de noviembre del 2013 por representantes de la Unión Guatemalteca de Agencias de Publicidad (UGAP) los grupos objetivos pertenece en un porcentaje de 40% a clase media alta con ingresos promedios entre Q11, 000 y Q25, 000 y 60% media baja, en este último caso, tienen un ingreso mensual promedio por debajo de los Q7.200. La mayoría de las personas trabajan como comerciantes o únicamente se dedican al estudio, lo cual les permite invertir en sus estudios y tener objetivos académicos a largo plazo dentro de su desempeño profesional.

Características psicográficas

Gran parte del público objetivo tiene acceso a tecnología y dispositivos electrónicos, lo que les permite mantenerse en contacto con redes interesadas en el aprendizaje social y cultural, siendo Instagram una de las plataformas más utilizadas. Son personas que valoran los buenos hábitos culturales, como la lectura y la participación en actividades cultura les, y disfrutan pasar tiempo con su familia y amigos. Además, tienden a hacer uso del espacio público, participando activamente en actividades ofrecidas por lugares como el Centro Cultural Mosaico Guatemala.
(Ver anexo 3 y 4).

Relación entre el grupo objetivo y la institución.

El Centro Cultural Mosaico Guatemala se esfuerza por satisfacer las necesidades y expectativas de su público objetivo, adaptando constantemente su oferta cultural y sus servicios para incluir y beneficiar a este público diverso. A través de actividades como exhibiciones, ferias gastronómicas, talleres artísticos y artesanales, academias de música, baile y teatro, así como servicios de terapia psicológica y mercados, la institución busca promover un ambiente donde la cultura sea un puente hacia el bienestar y la inclusión social.

El grupo objetivo busca en las actividades y servicios del Centro Cultural Mosaico Guatemala una experiencia cultural que sea receptiva, curiosa y anuente a nuevas experiencias. Buscan establecer una relación basada en la credibilidad y la confianza, encontrando en el centro programas y actividades que satisfagan sus intereses y necesidades culturales.

03

Capítulo

Planeación Operativa

La planificación operativa es un plan detallado de cómo una organización llevará a cabo sus actividades diarias para alcanzar sus objetivos, transformando las metas en acciones y tareas diarias a ejecutar.[09]

09 Codeglia Ana, 29 de mayo de 2024 «¿Qué es la planificación operativa y cómo hacerla bien?», Blog del E-commerce, https://www.tiendanube.com/blog/planificacion-operativa/.https://www.tiendanube.com/blog/planificacion-operativa/Codeglia.

Previsión de Insumos y Costos

Es el proceso de calcular y planificar los recursos (insumos) y los gastos que se necesitan para realizar un proyecto o actividad. Incluye encontrar materiales, mano de obra, equipos y otros recursos importantes, así como calcular los costos relacionados, para garantizar que el proyecto se ejecute de manera efectiva y dentro del presupuesto.

Listado de insumos .

Inmueble
Centro Cultural Mosaico Guatemala (CCMG)

Mobiliario

Escritorio
Silla

Equipo

Laptop
Mouse
Cargador de *laptop*
Celular *iphone* 13
Cámara Cannon T7
Soft Box

Software

Creative Cloud
Illustrator
Photoshop
Indesign
After Effects
Business Suite
Google Suite

Librería

100 hojas carta 80g.
Lapicero Gel negro
Resaltadores
Lápiz
Borrador
Libreta
SketchBook
Agenda
Borrador
Libreta
Agenda

Transporte

Automóvil propio

Horarios y tiempos

Lunes y miércoles
8:00 a.m. -4:30 p.m.
Martes-Miércoles
8:00 a.m. -5:30 p.m.
Viernes
8:00 a.m - 5:00 p.m.
Total de Horas: 45 horas estipuladas.

Recursos Humanos

Diseñadora Iza Morales
Asesor metodológico
Asesor gráfico
Director de la institución
Jefe inmediato Lyz Colocho

Cálculo de costos Agosto 2024

Tabla 02- Costos de servicios

Costos de servicios
Energía eléctrica
Consumo total de los meses junio(Q150) julio(Q150) agosto(Q150)=**Q450** **Fórmula** **Total de lo últimos 3 meses / 30 días / 24 h** = Costo por hora
Q450 / 30 días / 24 h= Q 0.63 costo por hora Los datos del total por mes fueron consultados de las facturas correspondientes emitidas por la empresa eléctrica EEGSA.
Internet
Consumo total de servicio de internet de teléfono= Q150 **Fórmula** **Total servicio de internet/ 30 días x 24 h**= Costo por hora
Q240/ 30 días x 24 h= Q 0.21 costo por hora Los datos de consumo mensual del servicio de internet fueron consultados de la factura del mes correspondiente emitida por la empresa Claro.
Transporte
Visitas a la institución **Costo de gasolina**= Q32.9 galón + gastos extras **Gastos extras= Comida(Q35)+parqueo diario (Q35)** **Total**= Q102.9 Los datos obtenidos del costo de gasolina fueron obtenidos de la página de PUMA
Visitas diarias al Centro Cultural Mosaico Guatemala **Total de transporte= Q102.9** Los datos del costo del transporte fueron obtenidos luego de utilizarlos para la primera semana en la institución.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 03- Costos de servicios

Software
Creative Cloud
Costo mensual de la Licencia= **Q70.68** **Fórmula** **Total del costo de la licencia/ 30 días x 24 h=** Costo por hora
Q75/ 30 días x 24 h= Q 0.10 costo por hora Los datos del costo mensual fueron obtenidos de la membresía estudiantil adquirida en Creative Cloud.
Depreciación de equipo
Computadora
Valor de la computadora (2023)= **Q7,300.00** **Fórmula depreciación (valor actual)** **Valor de la computadora - 33%=** Valor actual **2023• Q7,300 -33%= Q4,020** **2024• Q4,891 -33%= Q3,276.97**
Fórmula **Valor actual del equipo/ 12 mese x 30 días x 24 h=** Costo por hora **Q2,693.4/ 12 mese x 30 días x 24 h=** Q0.32
Celular (Iphone 13)
Valor celular(2023)= **Q6,500** El valor del celular fue obtenido por medio de la factura emitida por tiendas MAX **Fórmula depreciación (valor actual)** **Valor celular - 33%=** Valor actual **2023• Q6,500 -33%= Q4,355.00** **2024• Q4,355.00 -33%= Q2,917.85**
Fórmula **Valor actual del celular/ 12 mese x 30 días x 24 h=** Costo por hora **Q2,917.85/ 12 mese x 30 días x 24 h=** Q0.34

Fuente: Elaboración propia.

Flujograma

Tabla 04- Flujograma

Desarrollo de campaña publicitaria para fortalecer la imagen del Centro Cultural Mosaicos de Guatemala en redes sociales.

Sesión inicial del proceso

Agendar sesión presencial con la Institución:
Explicación de los procesos y tiempos que se realizan para el proyecto de graduación.
Definición del problema de comunicación detectado.
Ideas inicial para el diseño de campaña publicitaria a realizar.

Evaluación:
Recopilación de resultados de brief.

Insumos:
Computadora, celular, internet, energía eléctica, transporte.

Tiempo:
Preparación de instrumentos para el proyecto: 4 horas
Realización del Brief y listado de ideas u otras anotaciones: 8 horas.
Presentación: 8 h
Reunión presencial: 3 h
Total: 23 h / 3 días

Costos:
Energía eléctrica=Q14.49 Internet= Q4.83, Creative Cloud= Q2.30, Computadora= Q7.36, celular= Q7.77, transporte= Q308.7

Total:
Insumos: Q365.45 / Horas: 23 / Días: 3 días.

Definición creativa

Investigación y revisión de proyectos similares.
Investigación del perfil del proyecto.
Creación de instrumentos para verificación del Grupo Objetivo.
Detección de Insights
Creación de Moodboards.
Analizar posibles estrategias creativas y proceso de investigacion del desarrollo de posible ideas a desarrollar.

Insumos:
Computadora, celular, internet, Creative Cloud, transporte.

Tiempo:
Investigación y recopilación: 4 h
Investigación sobre el grupo objetivo (G.O): 2 h
Instrumentos para el G.O.: 4 h
Verificación del G.O. 6 h
Detección de Insights : 4 h
Moodboard: 2 h
Análisis y proceso de investigación: 8 h
Total: 28 h / 4 días

Costos:
Energía eléctrica=Q17.64 Internet= Q5.88, Creative Cloud= Q2.30, Computadora= Q7.36, celular= Q7.77, transporte= Q411.6

Total:
Insumos: Q452.55 / Horas: 28 / Días: 4 días.

Validación Definición creativa

Crear instrumentos de validación para los códigos de conceptualización.
Presentación de la definición creativa
Recopilar datos de la validación
Analizar datos de la validación.

Insumos:
Computadora, celular, internet, Creative Cloud, trasporte, cuaderno, lapicero

Tiempo:
Instrumentos de validación 3h
Desarrollo de presentación 4 h
Presentación y reunión 3h
Recopilación y análisis de datos 6 h

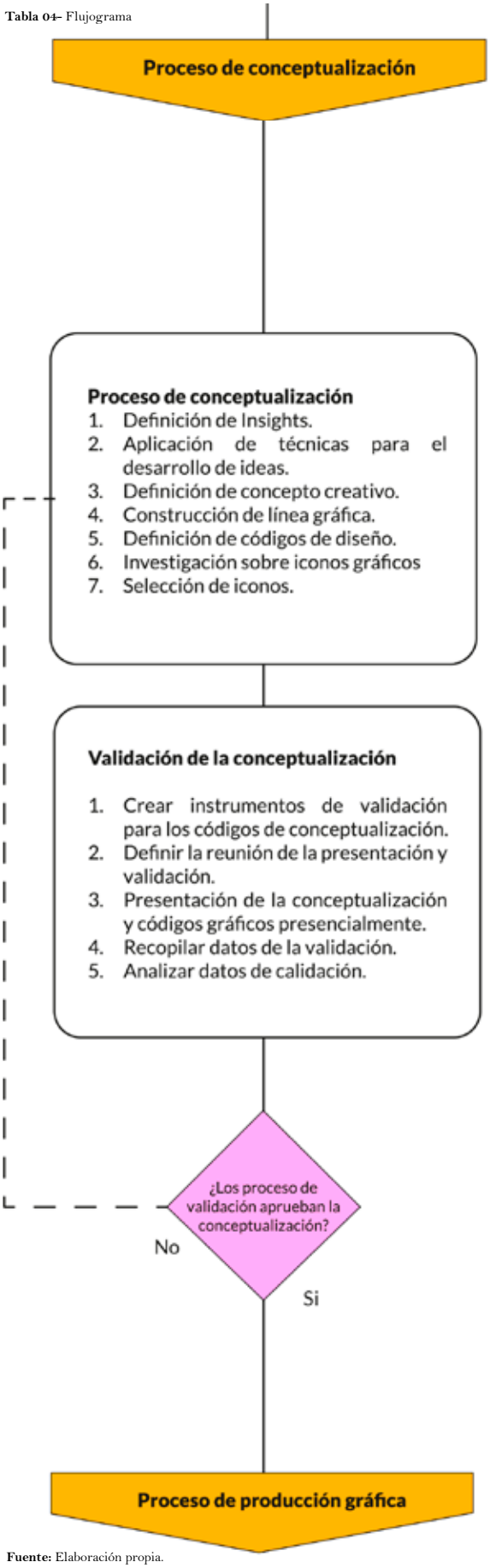
Total: 16 h / 2 días

Costos:
Energía eléctrica=Q10.08 Internet= Q3.36, Creative Cloud= Q1.60, Computadora= Q5.12, celular= Q5.44, transporte= Q205.8

Total:
Insumos: Q231.4 / Horas: 16 h / Días: 2 días.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 04- Flujograma



Insumos:
Computadora, celular, internet, energía electica, transporte.

Tiempo:
Definición de insight. 4 hrs
Aplicación de técnicas 6 hrs
Definición de concepto creativo 1 hr
Construcción línea gráfica 4 hrs
Definir códigos de diseño. 5 hrs
Selección de códigos 6 hrs
Total: 26 horas/ 3 días

Costos:
Energía electrica=Q16.38 internet= Q5.46, Creative Cloud= Q2.60, Computadora= Q8.32, celular= Q8.84, transporte= Q308.7

Total:
Insumos: Q350.3 / Horas: 26 / Días: 3 días.

Insumos:
Computadora, celular, internet, Creative Cloud, transporte.

Tiempo:
Realizar instrumentos de validación 4h
Desarrollo de presentación 3 h
Presentación y reunión 3h
Recopilación y validación de datos 3 h
Total: 13 h / 2 días

Costos:
Energía eléctrica=Q8.19 internet= Q2.73, Creative Cloud= Q1.30, Computadora= Q4.16, celular= Q4.42, transporte= Q205.8

Total:
Insumos: Q226.6 / Horas: 13 / Días: 2 días.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 04– Flujograma

Previsualización: *Brief y estrategia*

Definir/Referencias para un Brief creativo.

- Definir estrategias pertinentes para la campaña: ¿Qué? ¿Para qué? ¿Con qué? ¿Con quiénes? ¿Dónde? ¿Cuándo?
- Análisis de estrategias.
- Investigar proyectos similares.
- Matriz de contenido

Insumos:
Computadora, energía eléctrica, celular, internet, Creative Cloud, cuaderno, lápiz, transporte.

Tiempo:
Brief Creativo 5 h
Estrategias para la campaña 5 h
Matriz de contenido 5 h

Costos:
Energía electrica=Q9.45 internet= Q3.15, Creative Cloud= Q1.50, Computadora= Q4.80, celular= Q5.10, transporte= Q205.8

Total:
Insumos: Q229.8/ Horas: 15/ Días: 2 días.

Nivel de visualización 1 : *Bocetaje*

Bocetaje de propuesta a mano
Bocetaje de diagramación.
Selección de bocetos más acertados.
Elaboración de mejoras de propuestas.

Insumos:
Computadora, energía eléctrica, celular, internet, Creative Cloud, cuaderno, lápiz, transporte.

Tiempo:
Bocetaje de publicaciones 10 h
Bocetos de historias 6 h
Bocetos de reels/tiktoks 6 h
Bocetos de hightligts 5 h
Seleccion de bocetos 4h

Costos:
Energía electrica=Q19.53 internet= Q6.51, Creative Cloud= Q3.10 Computadora= Q9.92, celular= Q10.54, transporte= Q411.6

Total:
Insumos: Q872.8 / Horas: 31 / Días: 4 días.

Nivel de visualización 1 : *Autoevaluación*

Crear instrumentos de validación.
Calificar las diferentes propuestas.
Tabulación de resultados sobre los bocetos.
Análisis de resultados.

Insumos:
Computadora, energía electrica, celular, internet, Creative Cloud, transporte.

Tiempo:
Instrumentos de validación 4h
Evaluación de propuestas 4h
Tabulación de resultados 2h
Análisis de resultados 3h

Costos:
Energía eléctrica=Q8.19 internet= Q2.73, Creative Cloud= Q1.30 Computadora= Q4.16, celular= Q4.42, transporte= Q154.35

Total:
Insumos: Q175.15 / Horas: 13 / Días: 1.5 días.

¿Los proceso de validación aprueban la etapa de bocetaje?

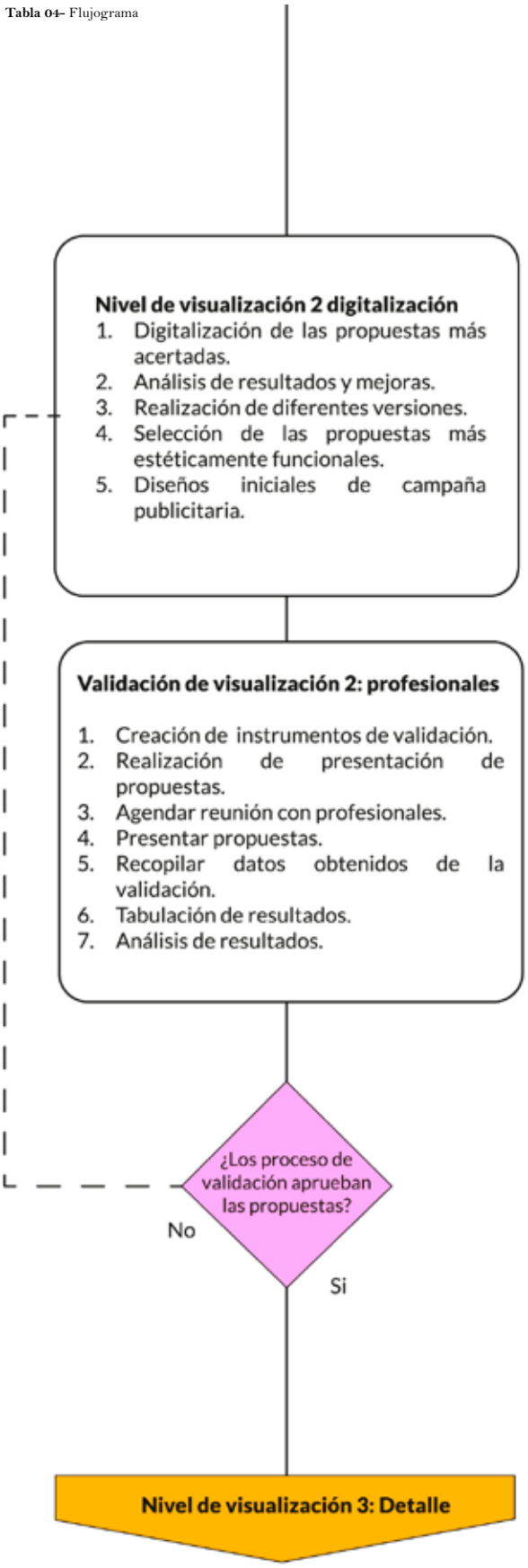
No

Si

Proceso de visualización 2 digitalización

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 04- Flujograma



Insumos:
Computadora, energía eléctrica, celular, internet, Creative Cloud, transporte.

Tiempo:
Digitalización de propuestas 5h
Mejora detalles según validación 3 h
Selección de mejores propuestas 2h
Primera etapa de campaña 8h

Costos:
Energía eléctrica=Q11.34 internet= Q3.78 Creative Cloud= Q1.8 Computadora= Q5.76, celular= Q6.12 , transporte= Q219.8

Total:
Insumos: Q248.6 / Horas: 18/ Días: 2 días.

Insumos:
Computadora, energía eléctrica, celular, internet, Creative Cloud, transporte.

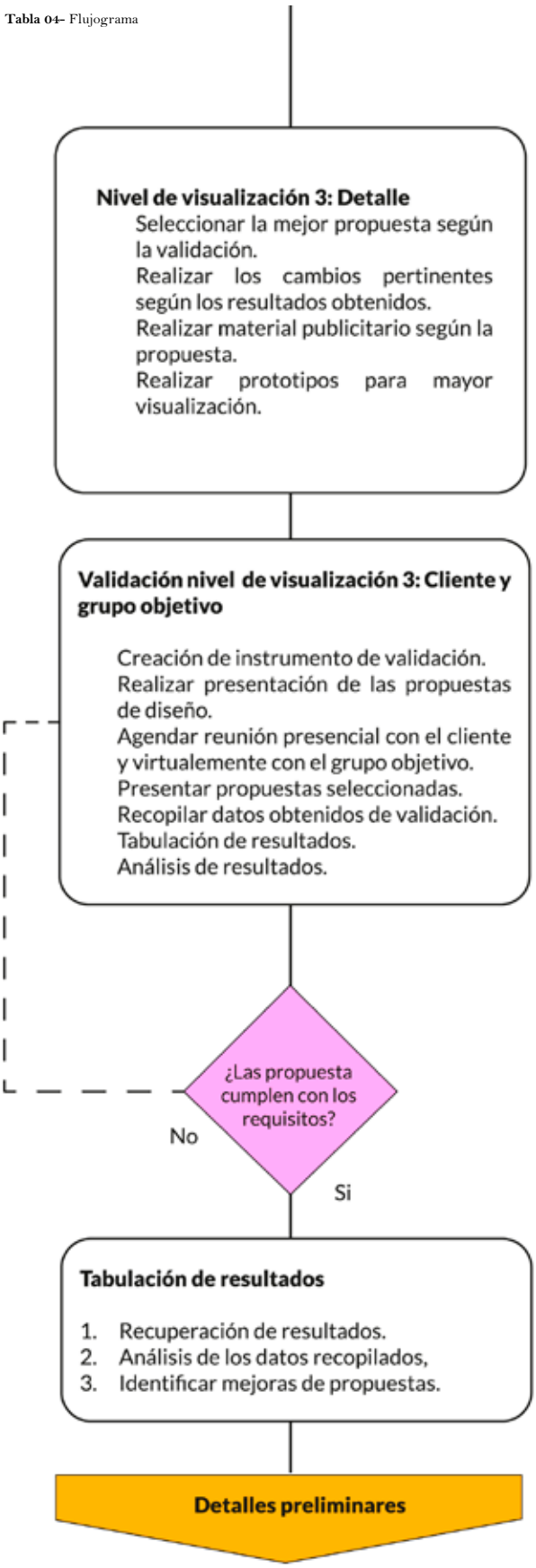
Tiempo:
Instrumentos de validación 3h
Diseño de presentación 4h
Presentación de propuestas 2h
Recopilación de datos 4 h
Tabulación y análisis de datos 4h

Costos:
Energía eléctrica=Q13.86 internet= Q4.62, Creative Cloud= Q2.2 Computadora= Q7.04 celular= Q7.48, transporte= Q308.7

Total:
Insumos: Q344.26 / Horas: 22 / Días: 3 días

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 04– Flujograma



Insumos:
Computadora, energía eléctrica, celular, internet, Creative Cloud, transporte.

Tiempo:
Selección de propuesta mejor aceptada 2h
Realizar cambios 8 h
Diseño de campaña etapa 2 40 h
Diseño de campaña etapa 3 16 h

Costos:
Energía eléctrica=Q41.58 internet= Q13.86 Creative Cloud= Q6.6 Computadora= Q21.12 celular= Q22.44, transporte= Q823.2

Total:
Insumos: Q1752.00 / Horas: 66/ Días: 8 días.

Insumos:
Computadora, energía eléctrica, celular, internet, Creative Cloud, transporte.

Tiempo:
Instrumentos de validación 3h
Diseño de presentación 4h
Presentación de propuestas 2h
Recopilación de datos 4 h
Tabulación y análisis de datos 4h

Costos:
Energía electrica=Q13.86 internet= Q4.62, Creative Cloud= Q2.2 Computadora= Q7.04 celular= Q7.48, transporte= Q308.7

Total:
Insumos: Q344.26 / Horas: 22 / Días: 3 dias

Insumos:
Computadora, energía eléctrica, celular, internet, Creative Cloud, transporte.

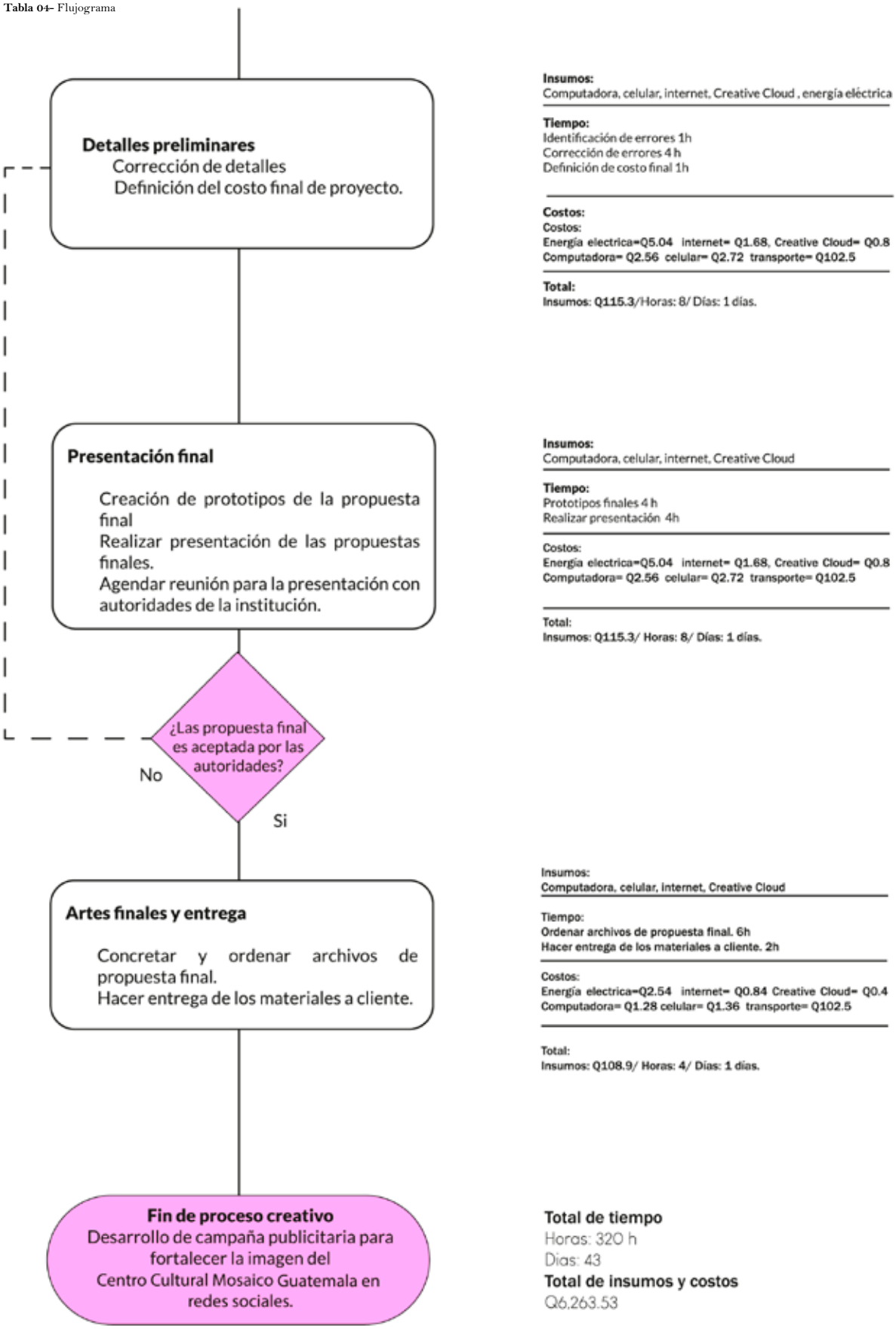
Tiempo:
Recuperación de resultados 2h
Análisis de datos 4h
Identificar mejoras 4h

Costos:
Energía electrica=Q6.3 internet= Q2.1 Creative Cloud= Q1 Computadora= Q3.2 celular= Q3.4, transporte= Q102.9

Total:
Insumos: Q118.9 / Horas: 10 / Días: 1 día.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 04- Flujograma



Fuente: Elaboración propia.

Cronograma de actividades

Tabla 05- Cronograma de actividades

JULIO 2024						
	SEMANAS	1	2	3	4	5
NO.	ACTIVIDADES					29-30
1.	Inicio del proceso creativo					

AGOSTO 2024						
	SEMANAS	1	2	3	4	5
NO.	ACTIVIDADES	1-3	5-9	12-16	19-23	26-30
2.	Definición creativa					
3.	Validación, definición creativa					
4.	Proceso de conceptualización					

SEPTIEMBRE 2024						
	SEMANAS	1	2	3	4	5
NO.	ACTIVIDADES	2-6	9-13	16-20	23-27	30
5.	Previsualización: Brief y estrategia					
6.	Validación del procreso de conceptualización					
7.	Nivel de visualización 1: Bocetaje					
8.	Validación 1, Autoevaluación					
9.	Nivel de visualización 2: Digitalización					
10.	Validación 2, Profesionales					
11.	Nivel de visualización 3: Detalles					
12.	Validación 3, cliente y G.O					

OCTUBRE 2024						
	SEMANAS	1	2	3	4	5
NO.	ACTIVIDADES	1-4	7-11	14-18	21-25	28-31
12.	Validación 3, cliente y G.O					
14.	Tabulación de resultados					
15.	Entrega del modulo 3					
16.	Detalles preliminares					
17.	Presetanción Final					

NOVIEMBRE 2024						
	SEMANAS	1	2	3	4	5
	ACTIVIDADES	1	4-8	11-15	18-22	25-29
18.	Arte final y entrega					

Fuente: Elaboración propia.

04

Capítulo

Marco Téorico

Este capítulo consiste en el desarrollo de un soporte teórico desde el cual se aborda el problema y se fundamenta la toma de decisiones en el proceso de producción gráfica desde la experiencia y pensamiento de especialistas.

Dimensión Social y Ética sobre el Arte, la Cultura y la Salud Mental en Guatemala

En un país con una historia marcada por la exclusión social, la discriminación y la desigualdad, la dimensión social también examina cómo ciertos grupos, como los pueblos indígenas, las mujeres y cómo las personas vulnerables experimentan y afrontan estas desigualdades. Además, incluye las fuerzas sociales que promueven o dificultan el desarrollo humano y el bienestar colectivo, así como las iniciativas encaminadas a mejorar las condiciones de vida y promover una mayor cohesión social. El acceso al arte y a la cultura puede jugar un papel crucial en la promoción de la salud mental y el desarrollo comunitario. Este ensayo explora la dimensión social y ética del arte y la cultura en Guatemala, analizando cómo estas disciplinas pueden contribuir al bienestar emocional y psicológico, así como a la construcción de una sociedad más inclusiva y equitativa.

El mundo cultural tiene el desarrollo como asignatura pendiente. Nosotros los humanos tenemos el desarrollo de nuestro potencial creativo como asignatura pendiente. Juntar estas dos asignaturas pendientes puede hacernos mejores personas, capaces de ayudar a mejorar la cara del mundo. Y, evidentemente, como el mundo es muy grande, lo que se puede hacer es tener iniciativas de incidencia localizada de los entornos donde estamos contextualizados.[10] Las artes y la cultura son pilares fundamentales para la construcción de la sociedad. En Guatemala, un país caracterizado por la diversidad étnica y cultural, así como por una historia de conflicto y desigualdad, estos factores juegan un papel importante en la salud mental de la población. A través del arte se pueden expresar emociones, dar forma a la identidad y sanar heridas del pasado. Las artes y la cultura tienen el poder de transformar la sociedad porque permiten que se expresen las voces de los marginados y fomentan el diálogo entre diferentes grupos sociales. En Guatemala, con su rica herencia maya y mestiza, las expresiones culturales brindan un espacio para la reflexión sobre la identidad, la memoria histórica y la justicia social. Sin embargo, es necesario tener en cuenta el acceso desigual a estos espacios de expresión, lo que plantea interrogantes éticos sobre quién tiene la oportunidad de participar en la creación y disfrute del arte.

> **El arte es una de las piedras angulares de la civilización y, por ello, ninguna cultura o sociedad ha florecido sin él.**[11]

10 Caroline Bucler et al., *El libro del arte*, *Georgina Palffy y Sam Atkinson* (Gran Bretaña: Penguin Random House, 2016).
11 Caroline Bucler et al., *El libro del arte*, *Georgina Palffy y Sam Atkinson* (Gran Bretaña: Penguin Random House, 2016).

El acceso a las actividades culturales y artísticas es limitado en las áreas rurales y marginadas del país. Esta disparidad es un reflejo de las desigualdades estructurales que afectan a la población y a las comunidades más vulnerables. La exclusión cultural puede tener consecuencias graves para la salud mental, ya que impide que las personas encuentren un canal de expresión y reconocimiento de sus experiencias. La mente humana tiene una doble potencialidad. En ella habita el bien y el mal, la locura y la cordura, la compasión y la impiedad. la mente puede crear la más deslumbrante belleza o la más devastadora destrucción, puede ser la causante de los actos más nobles y altruistas o la responsable del egoísmo más infame. La mente puede dignificar o degradar, amar u odiar, alegrarse o deprimirse, salvar o matar, soñar hasta el cansancio o desanimarse hasta el suicidio. [12] La expresión artística se desarrolla cada vez más en paralelo al desarrollo de la sociedad y juega un papel fundamental en muchos aspectos de la vida, incluida la salud.

La comunidad, este grupo unido afectivamente por lazos de confianza, reciprocidad y respeto mutuo, es el principal actor de los cambios sociales producidos por procesos de innovación socio cultural. La comunidad es "quien" puede reunir las fuerzas individuales necesarias para vencer los procesos de entropía social.[13] El acceso a los servicios de salud mental en Guatemala es limitado, especialmente para comunidades como personas LGBTQ, adolescentes y otros grupos vulnerables. La mayoría de los recursos y servicios se concentran en áreas urbanas como Guatemala, lo que deja a grandes segmentos de la población sin acceso a atención especializada. Además, la atención de salud mental suele ser escasa debido al número limitado de profesionales de la salud mental, como psiquiatras, psicólogos y trabajadores sociales. Este acceso desigual se ve exacerbado por el estigma y la discriminación, lo que crea barreras adicionales para quienes buscan ayuda. En Guatemala, el estigma relacionado con los problemas de salud mental es especialmente fuerte en las comunidades vulnerables, quienes a menudo enfrentan actitudes negativas y el rechazo de la sociedad. Esta discriminación no sólo impide que muchas personas busquen el apoyo que necesitan, sino que también crea el aislamiento y el sufrimiento emocional.

En conclusión, la relación entre el arte, la cultura y la salud mental en Guatemala resalta la capacidad de estas disciplinas para fomentar una sociedad más equitativa e inclusiva. Aunque persisten desafíos como el acceso limitado a los servicios de salud mental y la presencia del estigma y la discriminación, el arte y la cultura ofrecen un espacio vital para la expresión, la sanación y el fortalecimiento de la comunidad. El arte y la cultura no solo inspiran y estimulan la creatividad, también tienen un impacto tangible en la salud física y mental de las personas. Lo afirma un exhaustivo estudio de la Organización Mundial de la Salud (OMS), que destaca la eficacia de las intervenciones artísticas como complemento a los tratamientos biomédicos convencionales.[14] Es importante eliminar las barreras que impiden que los diferentes grupos participen plenamente en estos espacios, garantizando que todos tengan la oportunidad de contribuir al bienestar colectivo. Al abordar estos temas desde una perspectiva social y ética, Guatemala promueve un desarrollo más equitativo y fortalece la cohesión social al crear un entorno donde todos pueden sentirse incluidos y valorados.

12 Walter Riso, Pensar bien, sentirse bien, Adriana Delgado E. (Norma S.A., 2008).
13 Angélica Sátiro, Creatividad social, la creatividad como motor de desarrollo (Antigua Guatemala: EFCI, 2007)
14 Sonia Recio, «El arte y la cultura benefician seriamente la salud», El País, 16 de mayo de 2024, https://elpais.com/cultura/branded/cultura-con-impacto/2024-05-16/el-arte-y-la-cultura-benefician-seriamente-la-salud.html..

Innovación de campaña publicitaria para promover la cultura y el arte en Guatemala

La riqueza cultural de Guatemala es uno de sus tesoros más preciados. Con una historia que abarca miles de años, una vibrante diversidad étnica y un patrimonio artístico expresado en muchas formas desde la arquitectura maya hasta la música contemporánea, el país tiene un enorme potencial para destacarse en el escenario cultural a nivel mundial. Sin embargo, este potencial no siempre se refleja en el reconocimiento o apoyo nacional, especialmente a los jóvenes guatemaltecos. La juventud es una etapa de la vida humana en la cual movilizamos muchas energías y recursos internos, a la vez que ampliamos nuestra capacidad de actuar en el mundo. Esto genera un poder especial que caracteriza la fuerza de la juventud como agentes de transformación.[15]

A pesar de su riqueza cultural, Guatemala enfrenta desafíos significativos en la promoción del arte y la cultura. El acceso a eventos culturales y espacios artísticos está a menudo limitado a áreas urbanas, mientras que en comunidades más alejadas, las oportunidades para participar en actividades culturales son escasas. Además, el apoyo financiero para las artes es limitado, lo que dificulta la creación y difusión de nuevas obras y expresiones artísticas. Fomentar la creatividad y expresión artística en jóvenes guatemaltecos aumentaría la interactividad y participación comunitaria. La creatividad aporta a la construcción de la ciudadanía, cuando ayuda a imaginar futuros posibles que no necesariamente son la consecuencia lógica de las causas del pasado. Se trata de romper esquemas, ampliar la visión, vislumbrar otras posibilidades, buscar desarrollar un imaginario colectivo.[16] En este contexto, la publicidad es una herramienta crucial para las iniciativas que buscan promover la cultura y el arte, ayudando a dar visibilidad a eventos y expresiones culturales y a conectar con audiencias diversas. Se entiende a la campaña publicitaria como una planificación estratégica que está dirigida a la publicidad, la cual se realiza mayoritariamente en redes sociales donde se consiguen como resultados leads, likes en la fan page de la marca y ventas. [17]

En Guatemala, una campaña publicitaria bien diseñada puede desempeñar un papel clave en elevar el perfil de la riqueza cultural del país y en facilitar el acceso a experiencias artísticas, fortaleciendo así el vínculo entre la cultura y la comunidad. los jóvenes, en particular las redes sociales, son fundamentales para alcanzar a un público.

15 Sátiro Angélica, Creatividad social, la creatividad como motor de desarrollo (Antigua Guatemala: EFCI, 2007).
16 Sátiro.
17 Zambrano Macias Javier Ignacio, «Impacto de campañas publicitarias en redes sociales», Revista de Investigación en Ciencias de la Administración ENFOQUES 6, n.o 24 (2022): 381-90.

Una campaña publicitaria debe utilizar estas herramientas para distribuir contenido visual y multimedia que capte la atención y sea fácilmente comprensible. Incorporar *influencers* locales, artistas y figuras culturales puede potenciar la visibilidad y autenticidad de la campaña, ampliando su impacto y conexión con la audiencia. Fomentar la participación activa del público es esencial para garantizar el éxito de una campaña, esto se puede lograr por medio de concursos, historias interactivas, trivias o eventos interactivos que animen a las personas a compartir su propio contenido relacionado con el arte y la cultura guatemalteca.

El éxito de una campaña publicitaria para promover la cultura y el arte en Guatemala se puede medir de diversas maneras. A corto plazo, se pueden rastrear métricas como el alcance de la campaña en redes sociales, la participación del público en eventos y actividades, y el aumento en la asistencia a eventos culturales. A largo plazo, el objetivo sería ver un mayor reconocimiento y apoyo para las artes en la sociedad guatemalteca, un incremento en la producción y consumo de arte local, y un fortalecimiento de la identidad cultural a través de la participación activa de la ciudadanía. Lo que entregue el mensaje o creatividad siempre se basará en las herramientas clásicas del arte de vender y la psicología humana, pero la forma en que lo entrega puede cambiar abrupta y radicalmente. Por suerte, no importa cuál sea el camino, la meta se logrará siempre que se mantenga el enfoque en el performance, en los datos y no en la subjetividad o vanidad. [18]

Promover la cultura y el arte en Guatemala demanda una campaña publicitaria que no solo sea innovadora, sino también profundamente arraigada en las tradiciones y la identidad del país. Al fusionar narrativas auténticas, tecnología avanzada y una participación comunitaria activa, se puede diseñar una campaña que motive a la población a redescubrir y participar en movimientos artísticos y culturales. Además de fortalecer la cohesión social y el orgullo nacional, una campaña bien ejecutada puede incrementar los ingresos para los centros culturales al atraer más visitantes y patrocinadores.

Este enfoque no solo asegura que la rica cultura de Guatemala siga siendo una fuente de inspiración y creatividad, sino que también contribuye a la sostenibilidad y el crecimiento de las iniciativas culturales en el país principalmente en los jóvenes.

18 Linkedin, «¿Qué hace que una campaña publicitaria tenga éxito y cuál es el papel de una agencia de publicidad en todo esto?», accedido 24 de agosto de 2024, https://es.linkedin.com/pulse/qu%C3%A9-hace-que-una-campa%C3%B1a-publicitaria-tenga-%C3%A9xito-y-cu%C3%A1l-guerrero.

05

Capítulo

Definición Creativa

Se centra en definir cómo se alcanzarán los objetivos específicos. Para ello, se consideran tanto el problema identificado como la información recopilada sobre el grupo objetivo, los cuales ya están detallados en el protocolo. Además, se integra el sustento teórico previamente desarrollado, lo que permite tener una visión más completa del tema de estudio y facilita la resolución del problema de diseño.

Elaboración del *brief* de diseño

Nombre del proyecto
Desarrollo de campaña publicitaria para fortalecer y visibilizar la imagen del Centro Cultural Mosaico Guatemala en redes sociales

Cliente
Centro Cultural Mosaico Guatemala

Cliente inmediato
Lyz Colocho

Grupo objetivo
El grupo objetivo que se presenta en este estudio presenta las siguientes características:
Edad: rango entre 18 a 35 años de edad
Género: 61.5% mujeres 38.5 % hombres
Escolaridad: Jóvenes, Adultos, trabajadores.

Contenido

Desarrollar una campaña publicitaria creativa y efectiva que incremente la visibilidad y la participación en las actividades culturales del Centro Cultural Mosaico Guatemala. La campaña debe resonar con el grupo objetivo, atraer su interés y fomentar un mayor compromiso con el centro.

La ejecución exitosa de este proyecto permitirá al Centro Cultural Mosaico Guatemala mejorar su presencia y eficacia en redes sociales, logrando un mayor impacto y alcance en la promoción de sus actividades culturales.

Se entiende a la campaña publicitaria como una planificación estratégica que está dirigida a la publicidad, la cual se realiza mayoritariamente en redes sociales donde se consiguen como resultados *leads*, *likes* en la *fan page* de la marca y ventas. [19]

Problema

El principal problema de las campañas publicitarias del Centro Cultural Mosaico Guatemala es su enfoque limitado en los formatos de contenido que utilizan. Aunque publican una cantidad considerable de *posts* en Facebook e Instagram con ilustraciones y textos, no están aprovechando formatos más dinámicos y populares como reels e historias animadas. Además, no están subiendo contenido a TikTok, una plataforma crucial para captar la atención de audiencias más jóvenes.

19 Javier Ignacio Zambrano Macias, «Impacto de campañas publicitarias en redes sociales», Revista de Investigación en Ciencias de la Administración ENFOQUES 6, n.o 24 (2022): 381-90.

Metas

1. **Fortalecer la Presencia del Centro Cultural Mosaico Guatemala en Redes Sociales** Convertir al Centro Cultural Mosaico Guatemala en una referencia cultural en las redes sociales a nivel nacional.

2. **Aumentar el Compromiso de la Comunidad con el Arte y la Cultura** Lograr que el Centro Cultural Mosaico sea un punto central de interacción cultural para diversas comunidades en Guatemala.

3. **Mejorar la Percepción Pública del Arte y la Cultura en Guatemala** Contribuir a una mayor apreciación y participación en actividades culturales a nivel nacional.

4. **Crear Modelos Comunitarios Inclusivos para la Salud Mental** Desarrollar e implementar modelos comunitarios inclusivos que permitan el abordaje preventivo de la salud mental, integrando el arte y la cultura como herramientas clave para el bienestar de la sociedad guatemalteca.

5. **Crear Espacios para la Expresión Artística y Emocional** Establecer espacios dedicados dentro del Centro Cultural Mosaico Guatemala donde las personas puedan expresarse artísticamente y emocionalmente, fomentando la creatividad y el bienestar psicológico de la comunidad.

Objetivos de comunicación

Incrementar el número de seguidores en redes sociales

Aumentar el número de seguidores en las plataformas sociales del Centro Cultural Mosaico Guatemala en los cuatro meses de campaña.

Elevar la asistencia a eventos

Lograr más asistencia a eventos y actividades organizadas por el Centro Cultural Mosaico Guatemala en los cuatro meses de la campaña.

Generar mayor participación en actividades interactivas

Incrementar la participación en talleres, actividades y exposiciones de arte en redes sociales durante los cuatro meses de la campaña.

Asegurar claridad sobre actividades y funcionamiento

Comunicar de manera clara y efectiva las actividades, programas y el funcionamiento del Centro Cultural Mosaico Guatemala a través de contenido informativo y accesible.

Adaptar la Línea Gráfica Actual

Mejorar y adaptar la línea gráfica existente del Centro Cultural Mosaico Guatemala para alinearse con las preferencias y gustos del grupo objetivo, asegurando que el contenido visual sea atractivo y fomente la participación de los seguidores en las actividades del centro.

Beneficio

El principal beneficio de la campaña publicitaria es fortalecer la imagen y presencia del Centro Cultural Mosaico Guatemala en las redes sociales, lo que ayudará a aumentar el conocimiento y relevancia en la comunidad guatemalteca. Al adaptar la línea de marca existente a las preferencias del grupo objetivo, se proporcionará contenido visual más atractivo y adecuado, lo que aumentará la participación del público en las actividades culturales y el arte del Centro. Además, la campaña ayudará a aumentar los ingresos del Centro Cultural Mosaico Guatemala al aumentar la asistencia a eventos y las donaciones, así como también crear modelos comunitarios inclusivos que integren herramientas artísticas y culturales para los enfoques de prevención de la salud mental en la sociedad guatemalteca. Esto beneficiará no solo al Centro Cultural Mosaico Guatemala sino también a la comunidad en general al promover un mayor acceso a las artes, la cultura y la salud mental.
La propia visión de "cultura de marca" parte del supuesto de que una marca es un artefacto cultural que porta significados atractivos y que evidencian códigos ideológicos, culturales y sociales.[20]

Presupuesto

El presupuesto para esta campaña publicitaria se financiará gracias al apoyo de las donaciones generadas a través de las actividades y talleres organizados por el Centro Cultural Mosaico Guatemala. Estos fondos permitirán la creación de contenidos visuales atractivos, la implementación de campañas en redes sociales.

20 María José Sheen Moreno y Francisco Arbaiza, «El uso de la identidad cultural en los anuncios publicitarios para afianzar la relación consumidor-marca. Campaña "Tenemos Barrio, Tenemos Mundial" de cerveza Cristal.», Revista de Comunicación 19, n.o 2 (febrero de 2020): 285-301.

6WS

¿Qué?
Desarrollo de una campaña publicitaria integral para fortalecer la imagen del Centro Cultural Mosaico Guatemala en redes sociales.

¿Para qué?
Aumentar la visibilidad y participación en las actividades del Centro Cultural Mosaico Guatemala, promoviendo el arte y la cultura en Guatemala. La campaña también busca incrementar los ingresos a través de donaciones y asistencia a eventos, así como fomentar la cohesión social y el orgullo cultural.

¿Con qué?
La campaña será financiada con las donaciones obtenidas de las actividades y talleres del Centro Cultural Mosaico Guatemala. Se utilizarán las redes sociales.

¿Con quiénes?
La campaña contará con la participación de la Ingeniera Lyz Colocho, Directora Ejecutiva del Centro Cultural Mosaico Guatemala, la especista en diseño gráfico Iza Morales, y los seguidores del CCMG.

¿Cuándo?
La campaña se llevará a cabo durante un período de cuatro meses, con una planificación en etapas que incluirá el lanzamiento, seguimiento de actividades y programación de los materiales.

¿Dónde?
La campaña se divulgará en el perfil Facebook e Instagram de el CCMG, debido a que son las redes sociales más utilizadas por el grupo objetivo al que se dirige la campaña.

Estrategia TTL (Throught The Line)

Este tipo de publicidad combina tanto ATL como BTL para articular estrategias que sean integradas y efectivas, es decir, esta técnica combina los beneficios de ambos enfoques, utilizando medios masivos para crear conciencia de marca y acciones personalizadas para llegar directamente al consumidor. [21]

Tabla 06- Estrategía TTL

Material	Ventajas	Desventajas
Campaña publicitaria	Aumento de la Visibilidad: • Una campaña publicitaria bien diseñada incrementa la visibilidad de la marca o el centro cultural, logrando que llegue a un público más amplio y diverso. Incremento de la Participación y Compromiso: • Al utilizar plataformas digitales y eventos interactivos, se fomenta una mayor participación del público y se fortalece el compromiso con el centro cultural. Fortalecimiento de la Imagen de Marca: • La campaña ayuda a construir y reforzar la imagen y reputación del Centro Cultural Mosaico, destacando sus valores y objetivos. Generación de Ingresos: • Una campaña efectiva puede aumentar los ingresos a través de donaciones y participación en las actividades.	Costos Financieros: • Descripción: Las campañas publicitarias pueden implicar gastos significativos en producción, publicidad y eventos. Riesgo de Baja Retención de Público: • Si la campaña no está bien alineada con los intereses y preferencias del público objetivo, puede no generar el impacto deseado. Dificultad en la Medición de Resultados: • Evaluar el éxito de una campaña publicitaria puede ser complicado, especialmente si no se han definido claramente los indicadores de rendimiento.
Estrategia TTL **(Through The Line)**	• Permite dirigirse a segmentos específicos de manera precisa (BTL) mientras se mantiene una exposición masiva (ATL). • La estrategia TTL puede adaptarse a diferentes etapas del embudo de marketing, desde la creación de conciencia hasta la conversión. • Mayor posibilidad de interacción y compromiso del público, mejorando la percepción y la lealtad a la marca. • Facilita la evaluación del impacto a través de múltiples puntos de contacto y canales, proporcionando datos más completos.	• Combinar elementos de ATL y BTL puede implicar una inversión significativa en términos de recursos y tiempo. • Mantener una comunicación coherente a través de diferentes canales puede ser un desafío, especialmente cuando se combinan ATL y BTL.

Fuente: Elaboración propia.

21 Nicolás Quiroga Montenegro, «¿Qué es Marketing TTL y qué diferencias tiene con los medios ATL y BTL?», Dosis Agency, 20 de abril de 2023, https://dosisagency.com/que-es-el-marketing-ttl-y-que-diferencias-tiene-con-los-medios-atl-y-btl/.

La estrategia TTL para la campaña publicitaria proporciona al CCMG una solución integral que no solo amplía su alcance y fortalece su imagen, sino que también fomenta una conexión más profunda y significativa con la comunidad, promoviendo así la participación activa y el apoyo continuo a sus iniciativas y actividades culturales. creación.

Insight

El *insight*, ese mecanismo único que vincula al consumidor con los caracteres del producto o servicio a consumir: "El poder o acto de ver en una situación: penetración, resultado de aprender o captar la naturaleza interna de las cosas o el acto de ver intuitivamente". Se convierte en el componente insondable que incide a gastar de forma instintiva. La estrategia publicitaria depende del público objetivo, en tanto según Alvarado, sostiene que al público objetivo le podría interesar: "comparar beneficios emocionales más que sólo productos, razón por la cual la publicidad está dejando de ser racional para pasar a transmitir sensaciones y emociones.[22]

22 Julissa Elizabeth Reyna Gonzalez y Jimmy Fernando Sánchez García, «El Insight del Cliente y la Satisfacción en el servicio», UCV-HACER. Revista de Investigación y Cultura 8, n.o 1 (2019): 85-92.

Investigación cualitativa del grupo objetivo

Población y muestra

El estudio utilizó una muestra representativa de 12 personas que compartían características clave de la población objetivo del Centro Cultural Mosaico Guatemala. Este grupo, de 18 a 35 años, fue seleccionado para proporcionar una comprensión más profunda y detallada de las percepciones, comportamientos y necesidades del público objetivo. La información obtenida de esta plantilla se utiliza para crear un mapa de empatía que refleje con precisión las expectativas y preferencias del grupo, facilitando así el desarrollo de estrategias más efectivas y adaptadas a sus beneficios.

Aspectos a evaluar e instrumento

El objetivo de evaluar a los jóvenes es identificar los aspectos comunes que comparten y entender sus necesidades y preferencias. Para ello, se empleó un mapa de empatía, herramienta diseñada para explorar y analizar las respuestas de los participantes a través de un formulario. Este enfoque permitió obtener una visión detallada de los intereses, sentimientos y comportamientos de los jóvenes, facilitando una comprensión más profunda de sus experiencias y expectativas. (Ver anexo 4)

Mapa de empatía (Ver anexo 1)

¿Qué hacen?
¿Qué redes sociales utilizas más?
¿Qué tipo de contenido consumes más en redes sociales?
¿Cómo descubres nuevas cuentas o páginas en redes sociales?
¿Qué actividades culturales realizas con mayor frecuencia en tu tiempo libre?
¿Utilizas redes sociales para descubrir nuevas actividades?
¿Qué dicen?
¿Qué características buscas en una cuenta de redes sociales antes de seguirla?
¿Qué opinas sobre el acceso a espacios culturales en Guatemala?
¿Cuál es tu percepción sobre la importancia del arte y la cultura en la sociedad?
¿Qué sienten?
¿Cómo te sientes al ver varias publicaciones al día de una sola cuenta en redes sociales?
¿Qué sensaciones te provoca el descubrimiento de nuevos lugares para salir de la rutina?
¿Qué piensan?
¿Qué piensas sobre la importancia de participar en talleres de arte y cultura?
¿Qué factores consideras para dejar de seguir una cuenta en redes sociales?

Resultados

¿Qué red social utilizas con más frecuencia?

Los participantes expresaron su preferencia principalmente a Instagram y TikTok. Estas plataformas son populares por su capacidad para ofrecer contenido dinámico y visualmente atractivo, como historias y videos, que son los formatos de contenido más utilizados por este grupo.

¿Qué tipo de contenido utilizas con más frecuencia en las redes sociales?

El grupo objetivo consume principalmente historias y vídeos, lo que refleja una preferencia por contenidos breves, visualmente impresionantes y accesibles. Este tipo de contenido permite una interacción rápida y es relevante para sus hábitos de consumo digital.

¿Cómo encuentro nuevas cuentas o páginas en las redes sociales?

La mayoría de ellos abren nuevas cuentas o páginas a través de publicaciones o anuncios patrocinados, lo que demuestra que las estrategias de publicidad digital y la participación en el contenido orgánico son efectivas para atraer su atención.

¿A qué eventos culturales asistes con más frecuencia en tu tiempo libre?

El público objetivo suele asistir a eventos culturales como conciertos, representaciones teatrales y actuaciones en vivo. Esto demuestra un interés positivo por vivir experiencias culturales, mostrando la importancia de promover estos eventos en las redes sociales.

¿Utilizan las redes sociales para descubrir nuevas actividades?

Sí, las redes sociales son una herramienta importante para descubrir nuevos eventos culturales. Este hallazgo resalta la importancia de una presencia digital fuerte y atractiva para captar la atención del público objetivo.

¿Qué características busca en una cuenta de redes sociales antes de registrarse?

Buscan contenido relevante y de alta calidad. El valor percibido de una cuenta es importante para la decisión de seguirla, lo que significa que es esencial crear contenido atractivo y bien elaborado.

¿Qué opinas sobre el acceso a espacios culturales en Guatemala?

Los participantes sintieron que había una falta de promoción y visibilidad de los espacios culturales en Guatemala, sugiriendo la posibilidad de mejorar la comunicación y visibilidad de estos espacios a través de campañas más efectivas.

¿Qué opinas sobre la importancia del arte y la cultura en la sociedad?

Creen que el arte y la cultura son fundamentales para el desarrollo personal y social. Esta visión enfatiza la importancia de las actividades culturales y artísticas en la vida de los individuos y la sociedad.

¿Cómo te sientes cuando ves varias publicaciones por día de una cuenta de red social?

No les afecta mucho, lo principal es el contenido adecuado. Esto muestra que la frecuencia de publicación no es un problema siempre que la calidad del contenido siga siendo alta.

¿Cómo te hace sentir explorar nuevos lugares?

Se sienten emocionados y entusiasmados cuando aprenden algo nuevo. Esta respuesta indica que el grupo objetivo está abierto a nuevas experiencias y lugares que pueden utilizarse para promover nuevos eventos y actividades culturales.

¿Qué opinas sobre la importancia de participar en talleres culturales y artísticos?

Creen que son necesarios para el crecimiento personal y creativo. Esta idea enfatiza la necesidad de seminarios y actividades educativas en el campo cultural, enfatizando su valor para el desarrollo personal.

¿Qué factores crees que impiden que las personas sigan cuentas de redes sociales?

El contenido duplicado o de baja calidad es la principal razón por la que se deja de seguir a las cuentas. Esto enfatiza la importancia de mantener el contenido fresco, interesante y de calidad.

¿Qué opinas del perfil de Instagram del CCMG?

Los participantes señalaron que el perfil de Instagram del Centro Cultural Mosaico Guatemala necesita una mejor estructuración de sus eventos, ya que les resulta difícil identificar qué es relevante y qué no. Aunque encuentran interesantes los anuncios de eventos, sugieren la inclusión de videos o fotos de eventos pasados para captar mejor la atención de los seguidores. Además, comentaron que la cuenta carece de una línea gráfica consistente y que sus elementos visuales podrían mejorarse. Este análisis ofrece una visión clara de las percepciones y preferencias del grupo objetivo en cuanto a las actividades culturales y su interacción en redes sociales, lo cual puede guiar el desarrollo de estrategias más efectivas para el Centro Cultural Mosaico Guatemala.

Grupos de influencia

Las redes sociales como Instagram y TikTok juegan un papel crucial, ya que a través de estas plataformas consumen contenido visualmente atractivo que inspira interacción y participación. Las campañas publicitarias en redes sociales también influyen directamente en su percepción, destacando la importancia de eventos culturales, artisticos y comunitarios.

Factores Individuales Psicológicos

Culturales

Este grupo valora el arte y la cultura como pilares fundamentales para el crecimiento personal y social. Perciben los espacios culturales en Guatemala como insuficientemente promovidos, lo que resalta la necesidad de campañas efectivas que visibilicen mejor estos espacios. Buscan espacios inclusivos y donde se puedan sentir ellos mismo.

Estatus y Afectivo

El estatus social de este grupo se asocia con la participación activa en actividades culturales y el consumo de contenido de alta calidad. Su motivación para seguir cuentas de redes sociales se basa en la relevancia y calidad del contenido que publican.

Interés

El grupo objetivo muestra un claro interés por descubrir nuevos eventos y actividades culturales. Sienten entusiasmo al explorar lugares nuevos y asistir a eventos como conciertos, obras de teatro y actuaciones en vivo, buscan micro escapadas por medio de las redes sociales, buscando nuevos lugares.

Motivación y Actitud

Su actitud hacia las publicaciones frecuentes es positiva, siempre que el contenido sea relevante y de alta calidad. Están motivados por el deseo de estar informados y participar en nuevas experiencias culturales y artisticas.

Frase del Insight

"Hay mucho contenido en sus redes sociales, pero no me motiva a participar porque no me siento conectado. "

Se refiere a que el centro publica con frecuencia y tiene un flujo constante de contenido en sus redes sociales, ese contenido no está logrando captar la atención necesaria para motivar a los seguidores. Esto sugiere que el contenido puede ser visto por los usuarios, pero no está conectando de manera significativa con ellos o no está resaltando lo suficientemente bien los beneficios o la emoción de participar. A pesar de la cantidad de publicaciones, no se está despertando suficiente curiosidad para que los seguidores tomen el siguiente paso: inscribirse en un evento, asistir a una exposición o interactuar con la comunidad.
Para mejorar, el Centro Cultural Mosaico Guatemala podría enfocarse en hacer su contenido más atractivo, centrado en los beneficios de participar, o usando formatos que generan más interacción, como videos y fotografías reales del CCMG.

Hallazgo

El contenido podría no estar siendo lo suficientementeatractivo, relevante, o interactivo para los usuarios enn redes sociales.

Hecho

La cuenta no está logrando captar la atención ni motivar a la audiencia a interactuar.

Concepto creativo
Técnica SCAMPER

Este método de creatividad para el diseño consiste en una lista de verificación generadora de ideas creada por Eberle (1996) a partir de la propuesta por Osborn (1953). Eberle inventó una mnemónica que llamó SCAMPER, acrónimo de los siete tipos de preguntas que deben ser formuladas ante un desafío.[23]

***Substitute* (Sustituir)**
Sustituir el enfoque tradicional de promoción de eventos con la creación de contenido inmersivo que lleve al usuario a experimentar el evento desde sus redes sociales antes de asistir.

Cambiar la forma de presentar los eventos: en lugar de solo anunciar fechas y horarios, sustituir por fotografías y videos de eventos pasados que reflejen su impacto.

***Combine* (Combinar)**
Combinar arte y tecnología mediante el uso de tiktok, donde los usuarios puedan interactuar virtualmente con obras de arte expuestas en el centro. Fusionar eventos culturales con causas sociales para atraer a un público que se identifica con temas como el bienestar comunitario, la sostenibilidad o la inclusión social.

***Adapt* (Adaptar)**
Adaptar el tono de la campaña para que resuene con el grupo objetivo, utilizando un lenguaje fresco y cercano, que invite a participar activamente en la cultura local. Adaptar el diseño de las publicaciones en redes sociales para diferentes plataformas, asegurando que el contenido se vea y funcione bien tanto en formato cuadrado (Instagram) como en formato vertical (*Stories*, *Reels*, TikTok).

23 J Vicente Chulvi, Ma Carmen González-Cruz, y Elena Mulet, «Influencia de perfiles de personalidad lógicos y no estructurados en la elaboración de diseños creativos», Anales de Psicología 31, n.o 3 (2015): 1062-68.

Modify **(Modificar)**

Modificar el formato de los eventos para hacerlos más dinámicos e interactivos, incorporando elementos participativos que permitan al público ser parte del proceso artístico.

Alterar la frecuencia de publicaciones en redes sociales para mantener el interés constante, asegurando que cada post tenga un propósito claro y un llamado a la acción específico.

Put to another use **(Dar otro uso)**

Utilizar los espacios del Centro Cultural Mosaico Guatemala como sets para la grabación de contenido creativo por parte de creadores de contenido, atrayendo nuevos públicos a través de sus seguidores.

Utilizar las herramientas de las redes sociales para conocer las preferencias del público, por ejemplo usar las encuestas para seleccionar las películas de noche de películas.

Eliminate **(Eliminar)**

Eliminar el exceso de texto en los diseños para hacerlos más visuales y atractivos, dejando que las imágenes y gráficos hablen por sí mismos.
Quitar elementos innecesarios que puedan distraer del mensaje principal, simplificando el diseño para que sea más directo y efectivo.

Rearrange **(Reorganizar)**

Reorganizar la disposición de los elementos gráficos para lograr un mejor equilibrio visual, asegurando que los ojos del espectador sigan un flujo natural a través del diseño.

Reestructurar el esquema de color para reflejar las distintas estaciones del año o eventos temáticos, creando una conexión emocional con el público.

Conceptos desarrollados:

- Cultura Expandida
- Epifanía Cultural
- Arte en Movimiento

Concepto elegido

"Epifanía Cultural"

Es un término que se refiere a un momento de revelación súbita o comprensión profunda. Es cuando alguien experimenta una nueva forma de ver algo que antes era ordinario o no se comprendía del todo.
Al utilizar "Epifanía" como concepto, sería provocar esos momentos de revelación en el público. La campaña podría estar diseñada para que las personas vean el Centro Cultural Mosaico Guatemala no sólo como un lugar para eventos, sino como un espacio donde pueden descubrir nuevas ideas, emociones, y conexiones con su cultura y comunidad.

Concepto creativo
Técnica Sombreros para pensar

Es una técnica creada por Edward De Bono (1985), la cual permite la resolución o el análisis de problemas desde distintos puntos de vista o perspectivas y potencia la comunicación. Esta técnica en su ejecución, permite pensar de manera más eficaz. Los seis sombreros de diferentes colores, simbolizan seis maneras diferentes de pensar y deben ser razonados como direcciones de pensamiento no como etiquetas para el pensamiento, es decir, que los sombreros se utilizan proactivamente y no reactivamente. De Bono propone seis colores de sombreros que representan las seis direcciones del pensamiento que debemos utilizar a la hora de enfrentarnos a un problema.[24]

Sombrero Blanco (Hechos y Datos)

¿Qué se sabe?: El Centro Cultural Mosaico Guatemala es un espacio cultural que busca acercar el arte y la cultura a la comunidad guatemalteca. Su grupo objetivo son jóvenes adultos interesados en actividades culturales.

¿Qué datos se tienen?El centro tiene presencia en redes sociales (Instagram, Facebook, TikTok), pero necesita mejorar la consistencia visual y la estructura de su contenido.

Sombrero Rojo (Emociones e Intuiciones)

¿Cómo se siente al respecto?: Se quiere que la campaña transmita una sensación de descubrimiento y conexión con la cultura guatemalteca. Buscamos generar emociones positivas, como orgullo, inspiración, y pertenencia.

24 Angélica Sátiro, Creatividad social, la creatividad como motor de desarrollo (Antigua Guatemala: EFCI, 2007).

Sombrero Negro (Cautela y Riesgos)

¿Qué problemas podrían surgir? El principal riesgo es que la campaña no conecte emocionalmente con el público o que no logre diferenciarse de otras ofertas culturales en Guatemala.

¿Qué obstáculos se enfrentan? La implementación de los cambios de marca obtenidos en la Auditoría podría dificultar la creación de una identidad visual fuerte y memorable para la campaña.

Sombrero Amarillo (Optimismo y Beneficios)

¿Qué aspectos positivos se tienen? Una campaña bien diseñada puede reforzar la identidad del Centro Cultural Mosaico, aumentar su visibilidad, y atraer a más jóvenes interesados en participar en el arte y la cultura.
¿Qué oportunidades se presentan? Existe la oportunidad de posicionar al Centro como un referente cultural en Guatemala, utilizando un diseño gráfico innovador y atractivo que refleje los valores de la marca.

Sombrero Verde (Creatividad y Nuevas Ideas)

¿Qué ideas podemos generar?:
Incorporar fotografías y videos de las actividades reales dentro del CCMG.
Diseñar gráficos dinámicos y vibrantes que reflejan la energía de los eventos y actividades del Centro. utilizando colores vibrantes.
Generar una diagramación más moderna y ordenada.
Historias destacadas semanalmente sobre las actividades que se realizaran.

Sombrero Azul (Organización y Procesos)

¿Cómo implementamos estas ideas?:
Planificación: Crear un calendario de contenido gráfico que siga una narrativa clara y coherente, mostrando diferentes aspectos del Centro cada semana.
Ejecución: Implementar la línea gráfica existente de una manera adecuada que se aplique en todas las plataformas de redes sociales y en el material promocional del Centro.

Conceptos desarrollados:

- Translúcido
- Vibra Local
- Fusión Digital

Concepto elegido

Translúcido

Se centra en diseñar de manera que los usuarios no solo vean las actividades y objetivos del Centro Cultural Mosaico Guatemala, sino que también obtengan una comprensión más profunda y clara a través de un diseño gráfico que permite una visión más allá de la superficie. Este concepto se basa en la idea de que los elementos visuales no solo presentan la información, sino que también permiten ver más allá de la superficie, revelando la esencia y los valores de la institución.

Concepto creativo
Técnica Análisis morfológico

También conocido como caja morfológica o caja de las ideas es un método analítico combinatorio creado en 1969 por Fritz Zwicky, astrónomo del California Institute of Technology, su objetivo era resolver un problema mediante el análisis de las partes que lo componen. Se basa en la concepción de que cualquier objeto de nuestro pensamiento está compuesto o integrado por cierto número de elementos y en la consideración de que estos tienen identidad propia y pueden ser aislados. El objetivo del análisis morfológico no es utilizar el azar para despertar nuestra mente ante una posible idea, sino realizar un análisis completo de todas las posibilidades y variaciones disponibles para elegir la más adecuada.[25]

Tabla 07- Técnica análisis morfológico

Parámetro	Variable 1	Variable 2	Variable 3	Variable 4	Variable 5
Elementos Visuales	Fotografías	Ilustraciones	Iconos	Gráficos	Videos
Mensajes	Información de eventos	Testimonios	Días festivos	Talleres	Clases
Colores	Colores cálidos	Colores fríos	Combinacione s vibrantes	Colores neutros	Gradientes
Formatos	Reels	Historias	Publicaciones	Carruseles	Tik Toks
Redes sociales	Instagram	Facebook	tiktok	X	Shorts Youtube
Interacción	Compartidos	Guardados	Comentarios	Clics	Respuestas

Fuente: Elaboración propia.

25 «A4115.pdf», accedido 27 de agosto de 2024, https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/encuentro2007/02_auspicios_publicaciones/actas_diseno/articulos_pdf/A4115.pdf.

Combinaciones y Conceptos

Tabla 08- Combinaciones y conceptos

Combinación	Descripción del concepto
Fotografías + Información de Eventos + Colores Cálidos + Feed + Deslizamientos	Imágenes vibrantes de eventos pasados con detalles sobre próximos eventos, visibles al deslizar en el feed.
Ilustraciones + Llamadas a la Acción + Colores Neutros + Stories + Clics	Ilustraciones artísticas que destacan llamadas a la acción, visibles en las historias con interacción por clic.
Videos + Historias de Éxito + Gradientes + Carruseles + Comparticiones	Videos de eventos e historias de éxito con gradientes llamativos, en formato de carruseles que fomentan comparticiones.
Fotografías + buena diagramación + Colores Neutros + Feed + Clics	Fotografías con citas inspiradoras en colores neutros en el feed, con botones de clic para más detalles.
Gráficos + Historias de Éxito + Colores Neutros + Anuncios Patrocinados + Comparticiones	Anuncios patrocinados con gráficos que muestran historias de éxito en colores neutros, diseñados para ser compartidos.
Videos + Llamadas a la Acción + Combinaciones Vibrantes + Carruseles + Desenfoques	Vídeos dinámicos con llamadas a la acción en combinaciones de colores vibrantes, en formato de carrusel con efectos de desenfoque para atraer la atención.

Fuente: Elaboración propia.

Esta tabla proporciona una visión clara de cómo diferentes parámetros y sus variables se pueden combinar para desarrollar conceptos creativos innovadores para la campaña de diseño gráfico del Centro Cultural Mosaico Guatemala.

Conceptos desarrollados:

- Neo escape
- Ráfaga
- Vértice

Concepto elegido

Vértice

Es un concepto creativo que explora la idea de encuentros y convergencia cultural utilizando ángulos agudos y perspectivas visuales poco convencionales. El vértice, en términos geométricos, es el punto donde dos líneas o superficies se encuentran, creando una intersección. Aplicado al diseño gráfico para una campaña publicitaria del Centro Cultural Mosaico Guatemala, este concepto puede manifestarse a través de composiciones visuales que destacan las conexiones entre diferentes elementos culturales, artísticos o comunitarios.

Descripción
de Autoevaluación

Los condicionales se analizarán en el marco de los requerimientos del proyecto.
Se partió del concepto de la evaluación como aprendizaje, de evaluar para aprender, en el cual el estudiantado participa activamente como un método para mejorar su propio aprendizaje. Es en este contexto donde los y las estudiantes "reflexionan sobre su propio aprendizaje y hacen ajustes para lograr una comprensión más profunda [26]

Tabla 09- Autoevaluación

Categoría		**Concepto 1** Epifanía Cultural	**Concepto 2** Translúcido	**Concepto 3** Vértice
Claridad del Concepto	Define claramente el problema o necesidad.	4	3	2
	Fácil de entender para el público objetivo.	3	4	2
	Se alinea con las tendencias actuales del mercado.	4	3	2
Relevancia y Adaptación	Responde adecuadamente a las necesidades del público objetivo.	5	4	3
	Adaptable a diferentes contextos o plataformas.	4	4	3
Impacto y Valor	Potencial impacto positivo en el público objetivo.	4	3	2
	Proporciona un valor claro a los usuarios del CCMG.	4	3	2
Originalidad y Creatividad	Perspectiva o enfoque novedoso.	5	2	4
	Nivel de creatividad y memorabilidad del concepto.	5	3	4
Total		38	29	24

Fuente: Elaboración propia.

26 José María Foronda Torrico y Claudia Lorena Foronda Zubieta, «LA EVALUACIÓN EN EL PROCESO DE APRENDIZAJE», 2007.

Concepto seleccionado

Epifanía cultural

Es un término que se refiere a un momento de revelación súbita o comprensión profunda. Es cuando alguien experimenta una nueva forma de ver algo que antes era ordinario o no se comprendía del todo.
Al utilizar "Epifanía" como concepto, sería provocar esos momentos de revelación en el público. La campaña podría estar diseñada para que las personas vean el Centro Cultural Mosaicoo Guatemala no sólo como un lugar para eventos, sino como un espacio donde pueden descubrir nuevas ideas, emociones, y conexiones con su cultura y comunidad.

Premisas de diseño
Experiencia visual

Todo el diseño nace de las palabras como sustancia expresiva de las ideas para transformarse en imágenes como resultado de la materialización de un pensamiento previo que sufre unas alteraciones en su modo de expresión para resultar más atractivo y cumplir su objetivo comunicativo. Pero el Diseño Gráfico, más que una forma de autoexpresión del autor, responde a la necesidad de solucionar un problema de índole comunicativa que tiene un cliente particular o una compañía en el que el diseñador cumple una función de mediador entre quien realiza un encargo y el público al que va dirigido el mensaje que ha creado con elementos propios del lenguaje visual con el objetivo de convencer y persuadir [27]

27 J Roberto Gamonal Arroyo, «Del Boceto Al Diseño. La Materialización Del Discurso Visual En El Diseño Gráfico», Vivat Academia, n.o 119 (2012): 42-57.

Moodboard

Figura 9-21- Moodboard
Pinterest

Tipografía

La tipografía, con sus características morfológicas, sus variables de tono, contraste, forma o tamaño, pueden expresar ideas, sentimientos o reforzar el significado de las palabras; ese debe ser el objetivo de escoger una tipografía.[28]

Se utilizarán las tipografías establecidas en el manual de marca, ya que han sido aprobadas y valoradas positivamente por el grupo objetivo ver anexo 06. La paleta tipográfica incluye una sans serif seleccionada por su legibilidad e inteligibilidad, ideal para asegurar textos claros y directos. Esta se complementa con una tipografía serif de fácil adaptación, que aporta un toque contemporáneo y transmite cercanía y formalidad. La combinación de ambas tipografías evoca la escritura humana y un estilo clásico y hogareño, fortaleciendo la identidad visual de la marca y alineándose con los valores del Centro Cultural Mosaico Guatemala.

28 Manuel David Isin Vilema, Gabriela Fernanda Vimos Ramírez, y Andrés Leandro Rodríguez Galán, «La Importancia Del Código Tipográfico En El Diseño De Los Periódicos: La Prensa Y Los Andes, De La Ciudad De Riobamba», Revista Chakiñan de Ciencias Sociales y Humanidades, n.o 6 (diciembre de 2018): 46-66.

Raleway
Principal y secundaria

Es una elegante san-serif creada por Matt McInerney. En 2012, Pablo Impallari y Rodrigo Fuenzalida expandieron la familia de fuentes.

Uso principal
Está destinada a encabezados y otros usos de gran tamaño. Es altamente legible, por lo que es una fuente excelente tanto para impresión como para la *web*.

La versión regular está creada para textos largos, si en dado caso no se puede usar esta versión para parrafos usar la tipografía Arial.

Aa

1234

!”#$

Souvenir
Secundario

Souvenir es un tipo de letra serif diseñado en 1914 por Morris Fuller Benton para American Type Founders. Se basó libremente en Schelter-Antiqua y Schelter-Kursiv, un tipo Art Nouveau de 1905 emitido por J.G. Fundición Schelter & Giesecke en Leipzig

Uso principal
La tipografía Souvenir está destinada a subtitulos o titulos grandes acompañando a Raleway pero no se debe usar para textos muy largos o parrafos.

Aa

1234

!”#$

Código cromático

Desde el punto de vista publicitario las capacidades expresivas que tiene el color para generar un significado connotado son las que más interesan, pues son las que permiten de forma más definitiva grabar la marca en la mente del receptor. De hecho, el color se considera un elemento protagonista en las transformaciones publicitarias que acontecen en el actual paradigma comunicativo. [29]

Los códigos cromáticos se han establecido con base en los resultados obtenidos en la auditoría de marca (Ver anexo 07), la cual reveló que el grupo objetivo tiene una clara preferencia por los colores vibrantes en plataformas digitales. Esta selección cromática busca captar la atención y transmitir la energía y vitalidad que caracteriza al Centro Cultural Mosaico Guatemala, alineándose con las expectativas visuales de la audiencia. La paleta de colores vibrantes no sólo refuerza la identidad visual del centro, sino que también contribuye a una experiencia más atractiva y dinámica en su presencia digital.

Morado: Transmite creatividad y sofisticación, atrayendo a quienes buscan experiencias únicas.

Rosado: Evoca cercanía y amabilidad, ideal para conectar emocionalmente con el público.

Naranja: Estimula y motiva a la acción, aportando dinamismo y energía a la campaña.

Rojo: Llama la atención de inmediato, generando un impacto emocional fuerte.

Negro: Aporta elegancia y profesionalismo, destacando los elementos clave de forma equilibrada.

29 Carmen Llorente-Barroso, Francisco García-García, y Virginia Soria-Jiménez, «Análisis Comparativo De La Simbología Cromática En Publicidad. Nike En China Y España», Vivat Academia, n.o 142 (2018): 51-77.

01

#f7b229
RGB : 110, 23, 250
CMYK: 79, 80, 0, 0

02

#ffabf7
RGB : 255,171,247
CMYK: 1,42,0,0

03

#f7b229
RGB : 227, 178, 41
CMYK: 0, 36, 90, 0

04

#FFF5E8
RGB : 255, 255, 255
CMYK: 0, 0, 0, 0

05

#fa1c2e
RGB : 250,28,46
CMYK: 0,90,70,0

06

#1c1c1c
RGB: 28,28,28
CMYK: 78,68,61,86

Formato y plataforma

Las redes sociales son herramientas para visualizar contenidos al instante y las marcas utilizan sus mensajes adecuados en estos canales con sus campañas publicitarias, donde se viralizan los contenidos por los usuarios de las marcas analizadas.

Según los datos obtenidos en las encuestas realizadas al grupo objetivo (Ver anexo 02 y 03), se identificó que los formatos preferidos son las historias y los vídeos cortos, que capturan la atención de manera rápida y efectiva. En cuanto a las plataformas, Instagram se posiciona como la favorita del público, seguida de TikTok y Facebook. Esta preferencia por contenidos breves y plataformas dinámicas como Instagram y TikTok resalta la importancia de adaptar la estrategia de contenido a estos medios, asegurando así una mayor conexión y relevancia con la audiencia.

Fotografías

Se intervendrán las fotografías de las actividades con dibujos digitales que incorporen la textura establecida en el manual de uso, aportando un toque creativo y distintivo que resuene con la identidad visual de la marca.

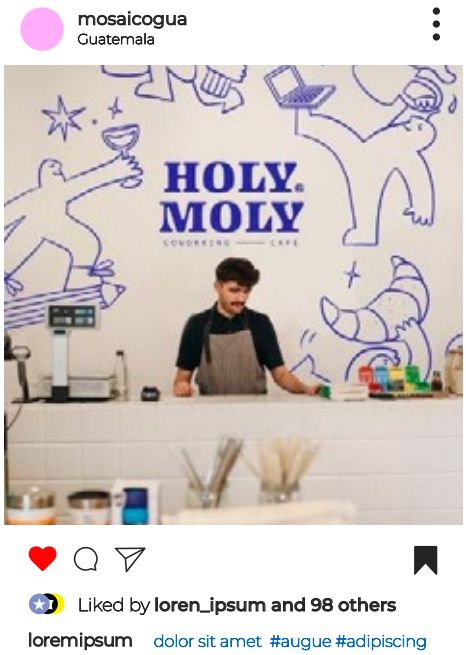


Figura 22- Fotografías Pinterest

30 Javier Ignacio Zambrano Macias, «Impacto de campañas publicitarias en redes sociales», Revista de Investigación en Ciencias de la Administración ENFOQUES 6, n.o 24 (2022): 381-90.

Videos e historias

Los videos se grabarán con teléfono móvil, lo cual permitirá que el contenido se perciba como más orgánico y auténtico, alineándose con las preferencias del grupo objetivo. Esta combinación de intervenciones gráficas y la naturalidad de los videos busca generar una conexión genuina y cercana con la audiencia, manteniendo al mismo tiempo una coherencia visual en toda la campaña.

Área de seguridad

Se respetará el área de seguridad de cada plataforma, garantizando que los textos y elementos clave se mantengan dentro de los márgenes adecuados para una correcta visualización en Instagram, TikTok y otras redes sociales.

TikTok

Resolución de Video: 1080 x 1920 píxeles (9:16)
Área de Seguridad: Mantener los elementos clave dentro de los 1080 x 1420 píxeles desde la parte superior. Evitar colocar textos y gráficos en los 250 píxeles inferiores y en los 150 píxeles superiores para evitar superposiciones con la descripción y los botones de la interfaz.

Instagram (Reels e Historias)

Resolución de Video e historias: 1080 x 1920 píxeles (9:16)
Área de Seguridad: Mantener los elementos clave dentro de los 1080 x 1420 píxeles desde la parte superior. Evitar los 250 píxeles superiores e inferiores para no interferir con el texto del usuario, botones de interacción y otros elementos de la interfaz.

Facebook (Historias y Videos Verticales)

Resolución de Video: 1080 x 1920 píxeles (9:16)
Área de Seguridad: Mantener los elementos dentro de los 1080 x 1420 píxeles desde la parte superior. Los 250 píxeles superiores e inferiores pueden estar obstruidos por las interfaces de la aplicación, así que deben evitarse para colocar información clave.

Ilustración

Se incorporarán ilustraciones que simularán dibujos a mano alzada, añadiendo un toque personal y artesanal a las fotografías de las actividades. Estas intervenciones gráficas seguirán la textura establecida en el manual de uso, fusionando lo digital con un estilo que evoca lo hecho a mano.

Figura 23- Ilustración
Pinterest

Retícula de publicaciones

En la campaña publicitaria se utilizará una retícula modular para la composición de los elementos gráficos, asegurando una distribución equilibrada y armónica en cada pieza visual. Al utilizar una retícula modular, se garantizará una estructura consistente que refuerce la identidad visual de la marca, aportando orden y facilidad de lectura, además de ofrecer flexibilidad para adaptar los contenidos a diferentes formatos y plataformas sin perder la integridad del diseño.

Es, en esencia, una retícula de columnas con gran número de líneas de flujo horizontales que subdividen las columnas en filas, creando una matriz de celdas llamadas módulos. Es adecuado para el diseño de programaciones o sistemas de navegación.[31]

Figura 24- Retícula
Pinterest

31 undefined, «El uso de retículas en los diseños de impresión | Pixartprinting», El Blog de Pixartprinting, accedido 17 de abril de 2024, https://www.pixartprinting.es/blog/reticulas/.

Accesibilidad

Las redes sociales son herramientas o medios para que las marcas se den a conocer a su público objetivo. Precisamente por esto, la publicidad en redes sociales es por medio de un anuncio publicado, a través de canales publicitarios que las marcas utilizan para tener más alcance y visibilidad; además los bajos costes en publicidad ayudan a obtener una mayor penetración de la marca en su *target*.[32]

32 Javier Ignacio Zambrano Macias, «Impacto de campañas publicitarias en redes sociales», Revista de Investigación en Ciencias de la Administración ENFOQUES 6, n.o 24 (2022): 381-90.

Códigos visuales

Los códigos de diseño son conjuntos de directrices que establecen los principios fundamentales sobre los cuales se desarrollará la apariencia visual de los elementos que serán creados para definir la línea gráfica para el manual de señalización.

Aspecto estético

Tendencias

Representación inclusiva real es una tendencia donde se observa que el concepto de diversidad está ganando más fuerza cada día. Por ello, no es tanto una tendencia de diseño gráfico como una necesidad de evolución constante hacia un universo más inclusivo. Algo tan sencillo como reconocer un símbolo familiar o un guiño cultural en un anuncio puede hacer que las personas se sientan representadas. Y, por lo tanto, les permite conectar con tu marca de una forma que no lo hacían antes. [33]

Aspecto didáctico

Perspectiva visual

Se enfocaría en la educación cultural y la sensibilización artística del público objetivo, promoviendo la participación activa en las actividades y eventos del Centro Cultural Mosaico Guatemala. A través de los elementos visuales, se busca no solo informar, sino también generar una reflexión sobre el valor del arte, la cultura y la historia en la comunidad. La identidad visual plantea comunicar al grupo objetivo la dinámica para participar en la iniciativa cultural:

Educación sobre el arte y la cultura: Los mensajes visuales y textuales deben resaltar la importancia de la diversidad artística y cómo el Centro Cultural Mosaico Guatemala ofrece un espacio para explorar, aprender y compartir estas experiencias.

Participación ciudadana: La campaña debe incentivar a los espectadores a participar activamente en las actividades culturales, como talleres, exposiciones y eventos comunitarios. Mediante una narrativa visual implementada de forma correcta.

33 Dylan Culhane, «10 tendencias de diseño gráfico para redes sociales en 2024», GoDaddy Resources - Spain, 1 de febrero de 2024, https://www.godaddy.com/resources/es/crearweb/tendencias-diseno-redes-sociales.

Reflexión sobre el Valor del Patrimonio: A través de la campaña, se podría generar conciencia sobre el valor del patrimonio cultural y arquitectónico de Guatemala de la Casa Oliver.

Aspecto morfológico

Función sugestiva

No se trata solo de informar o comunicar datos, sino de persuadir e influir en el comportamiento del público. Se busca que, al interactuar con el material visual, las personas se sientan inclinadas a participar, motivadas por una conexión emocional que ofrece el CCMG.

Elementos visuales

Contraste de colores

Utilizar combinaciones de colores llamativas para destacar los elementos clave y guiar la atención del espectador.

Simplicidad

Un diseño claro y directo que facilita la comprensión y genera una conexión inmediata, facilitar el acceso a la información de actividades y talleres dentro del CCMG.

Originalidad

Propuestas creativas que captan la atención y destacan por su innovación visual, haciendo que el mensaje sea memorable.

Fotografía y videos evocativos

Imágenes que generen emociones y refuercen la conexión con el público, reflejando la experiencia que se quiere transmitir a los usuarios.

Aspecto sintáctico

La combinación de tipografías sans serif y serif crea una jerarquización efectiva que facilita la lectura, con títulos destacados y cuerpo de texto accesible. La composición utiliza una retícula modular, logrando una organización visual que guía naturalmente la mirada y da un aspecto profesional a cada pieza. La paleta de colores vibrante se usa estratégicamente para resaltar elementos clave. Las fotografías intervenidas con ilustraciones digitales aportan creatividad y atractivo visual, asegurando que el público identifique de inmediato la información relevante y se conecte emocionalmente con la campaña.

Matrices de contenido

Las matrices de contenido son una herramienta esencial para la planificación y gestión efectiva de las redes sociales, y en el caso de Instagram, Facebook y TikTok, se vuelven aún más cruciales dado el dinamismo y la diversidad de cada plataforma. Para los primeros meses del año 2025, desarrollar una matriz de contenido estratégica permitirá al Centro Cultural Mosaico Guatemala mantener una presencia constante y coherente en estas plataformas

Instagram y Facebook

Tabla 10 – Parrilla de contenido enero

	Fecha -Horario	Objetivo	Contenido Visual (Post / Historia / Reel)
Enero	**SEMANA 1** Miércoles 01 12:00 p.m.	- Destacar eventos y actividades realizadas en el Centro durante el 2024	Carrusel, Historia
	Jueves 02 3:00 p.m.	Destacar la ubicación del centro para las actividades de la semana.	Historia
	SEMANA 2 Domingo 05 10:00 a.m.	Una serie de historias destacando las actividades y eventos programados para la semana 2.	Historia
	Martes 07 8:00 a.m.	Frase de artista guatemalteco, destacando la cultura.	Carrusel, Historia
	Jueves 09 12:00 p.m.	¿Qué es el Centro Cultural Mosaico Guatemala?	Reel
	SEMANA 3 Domingo 12 12:00 a.m.	Una serie de historias destacando las actividades y eventos programados para la semana 03.	Historia
	Lunes 13 12:00 p.m.	Día mundial contra la depresión	Carrusel, Historia
	Jueves 16 8:00 a.m.	Crear engagement con los seguidores.	Historia
	SEMANA 4 Domingo 19 3:00 p.m.	Una serie de historias destacando las actividades y eventos programados para la semana 04.	Historia
	Martes 21 6:00 p.m.	Convocatoria de emprendimientos mercadito urbano Febrero.	Historia
	Jueves 23 12:00 p.m	Invitación al mercadito urbano amor en el aire.	Carrusel, Historia
	SEMANA 5 Domingo 26 10:00 a.m.	Una serie de historias destacando las actividades y eventos programados para la semana 05.	Historia
	Miércoles 29 8:00 a.m.	Reel de invitación a la Biblioteca del CCMG	Reel
	Viernes 31 12:00 p.m.	Cuenta regresiva para mercadito de febrero.	Historia

Fuente: Elaboración propia.

Copy In -Voz en off	Copy out	Link de referencia	Comentarios
¡Bienvenido 2025! El Centro Cultural Mosaico te agradece por acompañarnos en un 2024 lleno de cultura, arte y comunidad.	Este año, sigamos construyendo juntos momentos de inspiración y creatividad. ¡Síguenos para no perderte nuestras actividades y eventos!		
¿Te gustaría visitarnos pero no sabes cómo llegar? ¡Te lo ponemos fácil! 10 calle 4-19 zona 1		https://pin.it/1YJKZ84Oi	
Portada: ¡El 2025 ya comenzó y estamos listos! Actividades entre lunes 06 al sábado 11 de enero. 10 calle 4-19 zona 1		https://pin.it/5DMJwAhvU	Se hará una historia por actividad, contemplando la portada y se coloca en historias destacadas.
"El arte es un lenguaje universal, pero nace de las raíces más profundas de la cultura de un pueblo." – Carlos Mérida	Carlos Mérida, un pionero del arte moderno en América Latina, nos dejó con una visión única sobre el arte y la cultura.	https://pin.it/2F0MnvbSv	
Un espacio dedicado a promover el arte, la cultura y el bienestar comunitario. Ofrecemos talleres, exposiciones y eventos para todos los amantes del arte y la cultura. ¡Descubre lo que hacemos y únete a nosotros!			
Semana llena de arte y cultura en el Centro Cultural Mosaico! Aquí te dejamos todas las actividades que no te puedes perder.		https://pin.it/5DMJwAhvU	
Conmemoramos el Día Mundial de la Depresión 13 de enero	En el Centro Cultural Mosaico, estamos comprometidos con la promoción del bienestar emocional y mental. Únete a nosotros para aprender más, compartir y apoyar a quienes luchan con la depresión. Juntos podemos hacer una diferencia.		Usar la herramienta de caja de preguntas en las platadormas.
Sube tu recuerdo favorito del 2024 Herramienta "Tu turno"		https://pin.it/7j0N45QGT	
¡Echa un vistazo a lo que tenemos preparado! Del lunes 20 al domingo 27 de enero		https://pin.it/5DMJwAhvU	Se hará una historia por actividad, contemplando la portada y se coloca en historias destacadas.
Amor en el Aire: Mercadito Urbano ¡Convocatoria abierta!			Dejar espacio para agregar link de convocatoria.
¡El amor está en el aire! Fecha: [Fecha del evento] Ubicación: CCMG Hora: [Hora del evento]	¡No te pierdas esta oportunidad de disfrutar de una jornada llena de amor y apoyo a los emprendedores locales! Ven y celebra con nosotros. Fecha: [Fecha del evento] Ubicación: CCMG Hora: [Hora del evento]	https://pin.it/3RAIhQuWA	Agregar fotografías en carrusel de mercaditos anteriores.
¡Guarda las fechas de esta semana! Del lunes 20 al domingo 27 de enero		https://pin.it/4T6TGxW0N	Se hará una historia por actividad, contemplando la portada y se coloca en historias destacadas.
Visítanos y descubre el mundo que te espera entre las páginas. ¡Te esperamos!	¡Ven a explorar nuestra Biblioteca en el Centro Cultural Mosaico Guatemala! □ Desde libros inspiradores hasta un espacio acogedor para leer y aprender,		
Amor en el Aire: Mercadito Urbano ¡Te esperamos!		https://pin.it/2Vyfndihy	Dejar espacio para agregar cuenta regresiva

Instagram y Facebook

Tabla 10 - Parrilla de contenido febrero

Febrero	Fecha -Horario	Objetivo	Contenido Visual (Post / Historia / Reel)
	SEMANA 1 Domingo 02 10:00 a.m.	Una serie de historias destacando las actividades y eventos programados para la semana 1.	Historia
	Martes 04 8:00 a.m.	Tour Rápido por el Centro Cultural	Reel
	Jueves 06 12:00 p.m.	Dato de artista de puertas de Casa Oliver.	Carrusel Historia
	SEMANA 2 Domingo 09 12:00 a.m.	Una serie de historias destacando las actividades y eventos programados para la semana 1.	Historia
	Lunes 10 12:00 p.m.	Felinos residentes	Reel
	Viernes 14 8:00 a.m.	Publicación especial con un mensaje sobre el amor y la cultura.	Carrusel Historia
	SEMANA 3 Domingo 16 3:00 p.m.	Una serie de historias destacando las actividades y eventos programados para la semana 1.	Historia
	Martes 18 6:00 p.m.	Convocatoria de emprendimientos mercadito urbano Marzo.	Historia
	Jueves 20 12:00 p.m.	Día nacional de la marimba	Carrusel Historia
	SEMANA 4 Domingo 23 10:00 a.m.	Una serie de historias destacando las actividades y eventos programados para la semana 1.	Historia
	Miércoles 26 8:00 a.m.	Invitación al mercadito urbano marzo.	Carrusel Historia
	Viernes 28 12:00 p.m.	Actividades diferentes en Guatemala	Reel

Fuente: Elaboración propia.

Copy In -Voz en off	Copy out	Link de referencia	Comentarios
¡Bienvenido febrero! Da inicio al mes con nuestro calendario de eventos y actividades 02 al 08 de febrero			Se hará una historia por actividad, contemplando la portada y se coloca en historias destacadas.
Bienvenidos al Centro Cultural Mosaico Guatemala, un espacio donde el arte, la cultura y la comunidad se encuentran.	¿Listo para descubrir más? Explora nuestros talleres creativos, eventos especiales y mucho más. ¡Ven y vive la experiencia! #Guatemala #Museos #Ideas #Recomendaciones		
"El arte no es solo lo que vemos, es lo que sentimos a través de él." – Carlos Valenti El Pionero del Impresionismo en Guatemala.	A través de su arte, Valenti nos invita a ver el mundo con una nueva perspectiva, donde los colores y las emociones se funden en cada pincelada. #Guatemala #Pintores #CCMG		
Ven a explorar nuestras actividades de la semana ¡No te lo pierdas!			Se hará una historia por actividad, contemplando la portada y se coloca en historias destacadas.
¿Sabías que acariciar gatos y escuchar su ronroneo puede reducir notablemente el estrés?	Somos guardianes y precursores de la política "pet-friendly" del CCMG. ¡Te esperamos!		
Celebra el amor en todas sus formas: el amor por el arte, la cultura y la comunidad.	Hoy es un día perfecto para reflexionar sobre cómo la cultura nos une y nos inspira. Comparte momentos especiales con tus seres queridos en un entorno lleno de creatividad y calidez.		
¡No te pierdas todo lo que tenemos preparado esta semana!			Se hará una historia por actividad, contemplando la portada y se coloca en historias destacadas.
Mercadito Urbano Marzo (Fecha) ¡Convocatoria abierta!			Dejar espacio para agregar link de convocatoria.
Hoy celebramos el sonido que llena de orgullo el corazón ¡Feliz Día Nacional de la Marimba!	Hoy, rendimos homenaje a uno de los mayores tesoros de Guatemala: la marimba, cuyo sonido único y vibrante conecta generaciones y enriquece nuestra cultura. Únete a nuestras actividades y disfruta de su música en vivo en el Centro Cultural Mosaico. ¡No te lo pierdas!	https://pin.it/7I4MIpC2I	
Ven y disfruta de una semana llena de creatividad del 23 febrero al 01 marzo			Se hará una historia por actividad, contemplando la portada y se coloca en historias destacadas.
¡El Mercadito Urbano regresa en marzo! Fecha: [Fecha del evento] Ubicación: CCMG Hora: [Hora del evento]	Ven y descubre productos artesanales, comidas deliciosas, moda sostenible y mucho más. ¡Un evento para toda la familia! ¡Te esperamos para disfrutar de una experiencia única!	https://pin.it/2xsYO5xNK	
¡Prepárate para una semana llena de diversión! ¡No te pierdas nuestras actividades únicas en el Centro Cultural Mosaico!	Sigue al Centro Cultural Mosaico para estar al tanto de todas las actividades y eventos emocionantes. ¡No te lo pierdas!		Usar recap de videos de actividades.

Instagram y Facebook

Tabla 11 - Parrilla de contenido marzo

Marzo	Fecha -Horario	Objetivo	Contenido Visual (Post / Historia / Reel)
	SEMANA 1 Domingo 02 12:00 p.m.	Resumen de actividades de la semana	Historia
	Miercoles 05 3:00 p.m	Encuesta interactiva para próxima semana	Historia
	SEMANA 2 Domingo 09 10:00 a.m.	Resumen de actividades de la semana	Historia
	Martes 11 8:00 a.m.	Un día en el Centro Cultural Mosaico	Reel
	Jueves 13 12:00 p.m.	Convocatoria de emprendimientos mercadito urbano Abril.	Historia
	SEMANA 3 Domingo 16 12:00 a.m.	Resumen de actividades de la semana	Historia
	Miercoles 19 12:00 p.m.	Día internacional del Sueño	Carrusel Historia
	Jueves 20 8:00 a.m.	Día internacional de la Narración Oral	Historia
	SEMANA 4 Domingo 23 3:00 p.m.	Resumen de actividades de la semana	Historia
	Martes 25 6:00 p.m.	Noche de Karaoke	Reel
	Jueves 27 12:00 p.m.	Invitación al mercadito urbano abril	Carrusel Historia
	SEMANA 5 Domingo 30 10:00 a.m.	Resumen de actividades de la primera semana de abril	Historia

Fuente: Elaboración propia.

Copy In -Voz en off	Copy out	Link de referencia	Comentarios
Recordatorio de las actividades de la semana Lunes 03 al sábado 08 de marzo.			Se hará una historia como calendario, contemplando la portada y se coloca en historias destacadas.
¿Qué tipo de películas te gustaría ver en honor a akira toriyama? ¡Vota y cuéntanos tu favorita!		https://pin.it/54lg5aRCN	
Cartelera de la semana lunes 10 al sábado 15 de marzo			
Un Día en el Centro Cultural Mosaico	¡Vive una experiencia cultural completa en el corazón de Guatemala! □□ Visítanos y disfruta de arte, actividades, y mucha creatividad. □ ¿Qué esperas para ser parte del Mosaico?		
Mercadito Urbano Abril (Fecha) ¡Convocatoria abierta!			Dejar espacio para agregar link de convocatoria.
Consulta nuestra cartelera de esta semana lunes 17 al sábado 22 de marzo			Se hará una historia como calendario, contemplando la portada y se coloca en historias destacadas.
El arte de vivir también incluye saber cuándo parar y disfrutar de un buen descanso.	Hoy celebramos el poder de un buen sueño y cómo impacta positivamente nuestra creatividad y bienestar. ¡Recuerda que tu cuerpo necesita descansar para seguir brillando cada día!	https://pin.it/R7MOJu5dp https://pin.it/6JC6jhcbp	
La narración es mucho más que contar historias, es mantener vivas nuestras raíces y tradiciones.		https://pin.it/7xSQGuU7g	
Consulta nuestra cartelera de esta semana lunes 24 al sabado 29 de marzo			Se hará una historia como calendario, contemplando la portada y se coloca en historias destacadas.
¡Mañana Noche de Karaoke! Entrada Gratis	Ven con tus amigos, elige tu canción favorita y vive una noche llena de música, diversión y talento.		
¡El Mercadito Urbano Abril! Fecha: [Fecha del evento] Ubicación: CCMG Hora: [Hora del evento]	Ven y descubre productos artesanales, comidas deliciosas, moda sostenible y mucho más. ¡Un evento para toda la familia! ¡Te esperamos para disfrutar de una experiencia única!	https://pin.it/2xsYO5xNK	
Cartelera de la semana lunes 31 al sábado 05 de abril			Se hará una historia como calendario, contemplando la portada y se coloca en historias destacadas.

Instagram y Facebook

Tabla 12 - Parrilla de contenido abril

Abril	Fecha -Horario	Objetivo	Contenido Visual (Post / Historia / Reel)
	SEMANA 1 Martes 01 12:00 p.m.	- Gimnasia para adultos mayores	Reel
	Jueves 03 3:00 p.m.	Cuenta regresiva Mercadito Urbano Abril	Historia
	SEMANA 2 Domingo 06 10:00 a.m.	Resumen de actividades de la semana	Historia
	Martes 08 8:00 a.m.	Taller de crochet	Reel
	Jueves 10 12:00 p.m.	¿Sabías qué? Casa Oliver	Carrusel, Historia
	SEMANA 3 Domingo 13 12:00 a.m.	Resumen de actividades de la semana	Historia
	Lunes 14 12:00 p.m.	Incluir mi evento Centro Cultural Mosaico	Reel
	Jueves 17 8:00 a.m.	Convocatoria de emprendimientos mercadito urbano Mayo	Historia
	SEMANA 4 Domingo 20 3:00 p.m.	Resumen de actividades de la semana	Historia
	Martes 22 6:00 p.m.	Voluntariado	Reel
	Jueves 24 12:00 p.m.	Invitación al mercadito urbano Mayo	Carrusel, Historia
	SEMANA 5 Domingo 27 10:00 a.m.	Resumen de actividades de la primera semana de abril	Historia
	Martes 29 8:00 a.m.	Frase de artista guatemalteco, destacando la cultura.	Carrusel, Historia

Fuente: Elaboración propia.

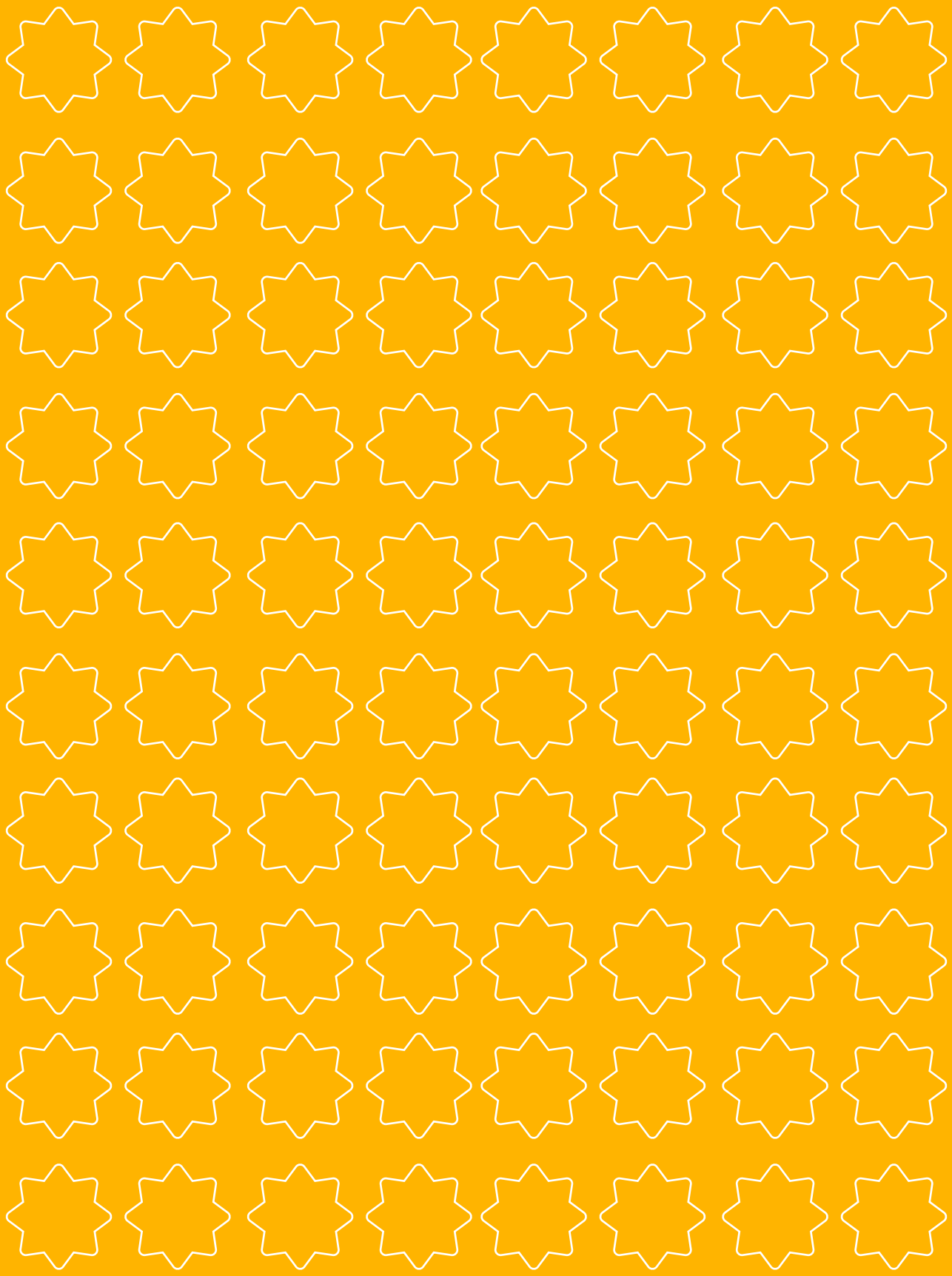
Copy In -Voz en off	Copy out	Link de referencia	Comentarios
¿Conoces algun adulto mayor? Clases de gimnasia rítmica Q35 mensuales de donación	¿Quieres empezar tus mañanas con energía? Grupo de baile "Medalla Milagrosa" Clases lunes, miércoles y viernes Más info por mensaje o al número 4286 1636		
¡La cuenta regresiva ha comenzado! Falta poco para el Mercadito Urbano 10 calle 4-19 zona 1		https://pin.it/6Sr2WK9EX	
Cartelera de la semana lunes 07 al sábado 12 de abril			Se hará una historia como calendario, contemplando la portada y se coloca en historias destacadas.
Taller de crochet todos los miércoles 9:00 am Inscribete	No importa si eres principiante o experto, ¡todos son bienvenidos! Ven y disfruta de un espacio relajado, creativo y lleno de aprendizaje. ¡Inscríbete ahora y descubre lo que puedes crear con hilo y aguja!		
¿Sabías que? El Centro Cultural Mosaico está ubicado en la histórica Casa Oliver, fue declarada Monumento Histórico y Patrimonio Cultural de la Nación en Guatemala	La Casa Oliver no solo es un edificio histórico, es un lugar que sigue vivo a través del arte y la cultura. Ven y conoce más de este tesoro arquitectónico en el Centro Cultural Mosaico.	https://pin.it/ItFjbZF2n	
Cartelera de la semana lunes 14 al sábado 19 de abril			Se hará una historia como calendario, contemplando la portada y se coloca en historias destacadas.
Desde exposiciones de arte hasta talleres y eventos culturales, estamos abiertos a incluir propuestas que enriquezcan nuestra programación y conecten a más personas con la cultura.	Para realizar su evento artístico o cultural en el Centro Cultural Mosaico Guatemala, comunícate al teléfono 24584510 para presentar tu propuesta.		
Mercadito Urbano Mayo (Fecha) ¡Convocatoria abierta!			Dejar espacio para agregar link de convocatoria.
Cartelera de la semana lunes 21 al sábado 26 de abril			
¿Quiere ser parte del cambio? Únase a nuestra comunidad de socios y voluntarios para seguir transformando vidas	Aceptamos solicitudes de voluntariado para el CCMG, la Galería Mosaico y la Fundación Mosaico.		
¡El Mercadito Urbano Mayo! Fecha: [Fecha del evento] Ubicación: CCMG Hora: [Hora del evento]	Ven y descubre productos artesanales, comidas deliciosas, moda sostenible y mucho más. ¡Un evento para toda la familia! ¡Te esperamos para disfrutar de una experiencia única!	https://pin.it/2xsYO5xNK	
Cartelera de la semana lunes 27 abril al sábado 03 de mayo			Se hará una historia como calendario, contemplando la portada y se coloca en historias destacadas.
"El arte no solo refleja el amor, sino que también lo transforma y lo eterniza." – Guillermo Pineda	Déjate inspirar por la visión de Guillermo Pineda sobre el arte y el amor. El arte tiene el poder de capturar y eternizar los sentimientos más profundos.	https://pin.it/2F0MnvbSv	

Tik Tok

Tabla 13 – Parrilla de contenido tiktok

	Fecha -Horario	Objetivo	Copy In -Voz en off	Copy out
Enero	Jueves 09 8:00 p.m.	¿Qué es el Centro Cultural Mosaico Guatemala?	un espacio dedicado a promover el arte, la cultura y el bienestar comunitario. Ofrecemos talleres, exposiciones y eventos para todos los amantes del arte y la cultura. ¡Descubre lo que hacemos y únete a nosotros!	
	Domingo 19 9:00 p.m.	Reel de invitación a la Biblioteca del CCMG	Visítanos y descubre el mundo que te espera entre las páginas. ¡Te esperamos!	¡Ven a explorar nuestra Biblioteca en el Centro Cultural Mosaico Guatemala! Desde libros inspiradores hasta un espacio acogedor para leer y aprender.
	Martes 28 7:00 p.m.	Recorrido al CCMG	¿Cómo llegar al CCMG? Acompañanos	
Febrero	Martes 04 8:00 p.m.	Tour Rápido por el Centro Cultural	Bienvenidos al Centro Cultural Mosaico Guatemala, un espacio donde el arte, la cultura y la comunidad se encuentran.	¿Listo para descubrir más? Explora nuestros talleres creativos, eventos especiales y mucho más. ¡Ven y vive la experiencia! #Guatemala #Museos #Ideas #Recomendaciones
	Domingo 16 9:00 p.m.	Felinos residentes	¿Sabías que acariciar gatos y escuchar su ronroneo puede reducir notablemente el estrés?	Somos guardianes y precursores de la política "pet-friendly" del CCMG. ¡Te esperamos!
	Jueves 27 7:00 p.m.	Actividades diferentes en Guatemala	¡Prepárate para una semana llena de diversión! ¡No te pierdas nuestras actividades únicas en el Centro Cultural Mosaico!	Sigue al Centro Cultural Mosaico para estar al tanto de todas las actividades y eventos emocionantes. ¡No te lo pierdas!
Marzo	Sábado 08 8:00 p.m.	Un día en el Centro Cultural Mosaico	Un Día en el Centro Cultural Mosaico	¡Vive una experiencia cultural completa en el corazón de Guatemala! ☐☐ Visítanos y disfruta de arte, actividades, y mucha creatividad. ☐ ¿Qué esperas para ser parte del Mosaico?
	Jueves 18 9:00 a.m.	Noche de Karaoke	¡Mañana Noche de Karaoke! Entrada Gratis	Ven con tus amigos, elige tu canción favorita y vive una noche llena de música, diversión y talento.
	Domingo 30 7:00 p.m.	Talleres		
Abril	Sábado 08 8:00 p.m.	Incluir mi evento Centro Cultural Mosaico	Desde exposiciones de arte hasta talleres y eventos culturales, estamos abiertos a incluir propuestas que enriquezcan nuestra programación y conecten a más personas con la cultura.	Para realizar su evento artístico o cultural en el Centro Cultural Mosaico Guatemala, comunícate al teléfono 24584510 para presentar tu propuesta.
	Jueves 18 9:00 a.m.	Taller de crochet	Taller de crochet todos los miércoles 9:00 am Inscríbete	No importa si eres principiante o experto, ¡todos son bienvenidos! Ven y disfruta de un espacio relajado, creativo y lleno de aprendizaje. ¡Inscríbete ahora y descubre lo que puedes crear con hilo y aguja!
	Domingo 30 7:00 p.m.	Mecadito urbano		

Fuente: Elaboración propia.



06

Capitulo

Proceso de producción gráfica

Al igual que en la escritura, un boceto o borrador es un trabajo en el cual se desarrollan las ideas preliminares de una obra que se pretende realizar posteriormente. El resultado que obtenemos cuando trabajamos en un boceto es provisional, es uno de los diferentes tipos de dibujo a lápiz y sirve de guía para desarrollar un trabajo libre de errores. [34]

Un boceto para una campaña publicitaria es una representación visual preliminar o esquemática de las ideas creativas que se van a implementar en la campaña. Sirve como una guía para mostrar la estructura.

Publicaciones

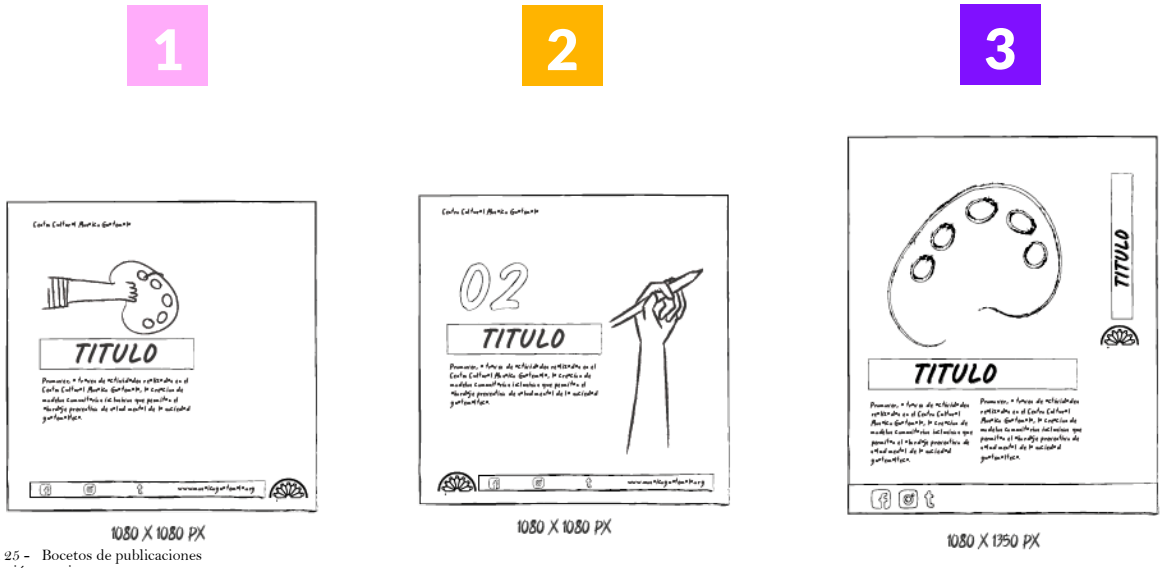


Figura 25 - Bocetos de publicaciones
Elaboración propia

Historias

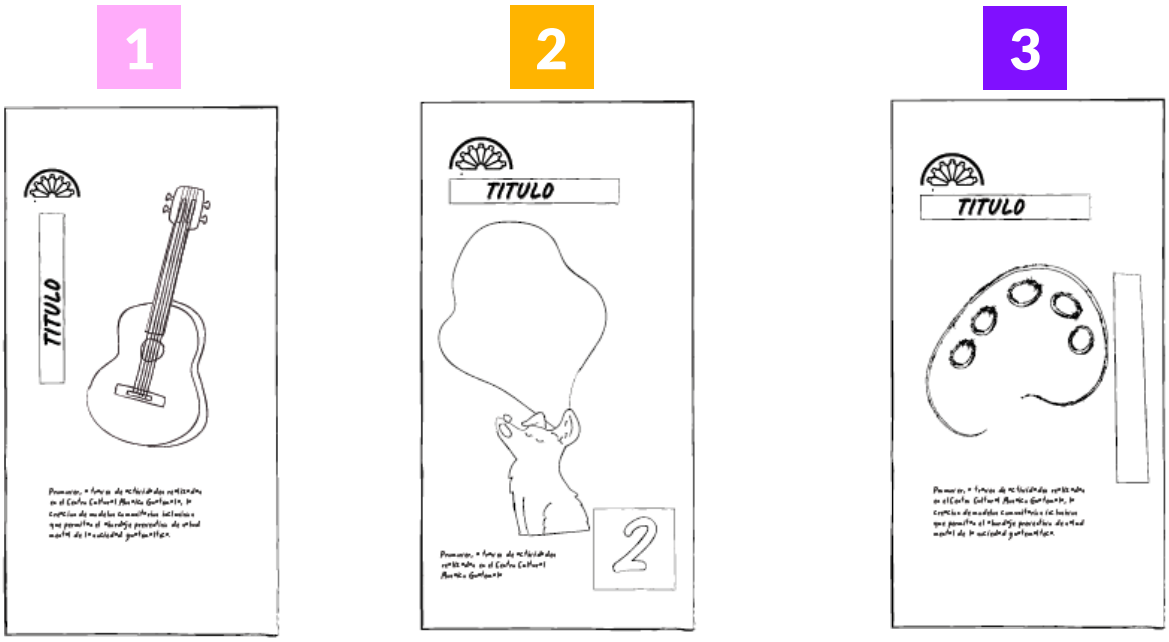


Figura 26 - Bocetos de historias
Elaboración propia

Nivel de previsualización 1
Autoevaluación

En esta autoevaluación, se busca revisar los bocetos de posts publicitarios bajo criterios fundamentales de diseño gráfico, con el objetivo de asegurar la correcta distribución y equilibrio visual de los elementos. A través de la evaluación de aspectos como el uso de la retícula, la alineación, la jerarquía visual y el espaciado, el creador podrá identificar áreas de mejora que potencien la coherencia y efectividad de la composición. Los rangos de calificación varían desde 1, que indica un desempeño deficiente, hasta 5, que representa la nota más alta.

Este proceso permitirá optimizar las piezas gráficas, garantizando que comuniquen de manera clara y atractiva, respetando los principios básicos del diseño y la identidad visual de la marca.

Síntesis del proceso

Publicaciones

Tabla 14 - Validación publicaciones

Criterios de evaluación	Propuesta 01	Propuesta 02	Propuesta 03
Uso de la retícula	4	5	3
Posicionamiento de elementos	4	5	2
Jerarquía visual	5	4	4
Margenes y sangrados	4	4	3
Simetría y equilibrio	3	4	3
Aplicación en diversos formatos	4	3	2
Adaptabilidad	4	5	2
Formato y tamaño	5	5	3
Total	**33**	**35**	**22**

Fuente: Elaboración propia.

Propuesta 02

La propuesta 2 ha sido seleccionada debido a su enfoque más dinámico y adaptable, lo que se alinea perfectamente con la visión de la campaña. Su diseño permite ajustarse de manera eficiente a distintos formatos y plataformas, ofreciendo flexibilidad sin perder coherencia visual.
La medida utilizada es la más reconocida en el entorno digital, lo que facilita su manipulación y adaptación en las diversas fases de la campaña.

Historias

Tabla 15 - Validación historias

Criterios de evaluación	Propuesta 01	Propuesta 02	Propuesta 03
Uso de la retícula	3	4	4
Posicionamiento de elementos	4	5	3
Jerarquía visual	2	4	5
Margenes y sangrados	4	5	3
Simetría y equilibrio	4	4	3
Aplicación en diversos Formatos	3	4	3
Adaptabilidad	4	3	4
Formato y tamaño	4	4	4
Total	28	33	29

Fuente: Elaboración propia.

Propuesta 02

La propuesta 2 ha sido seleccionada por su enfoque en el formato vertical, ideal para mostrar videos o imágenes que representen las actividades de manera visualmente atractiva. Este formato es particularmente efectivo para las plataformas sociales actuales, donde el contenido vertical tiene mayor alcance y captación de atención. La disposición de los elementos facilita la narrativa visual, permitiendo destacar momentos clave y ofrecer una representación clara y directa de las actividades de la campaña.

07

Capitulo

Definición Creativa

En esta fase el diseñador establece el aspecto y la expresión formal de todos los elementos que constituyen el discurso gráfico dentro de una primera disposición elaborada en el formato y la retícula. Es el momento de darle forma a los argumentos siguiendo las guías establecidas, de rellenar la retícula y darle cuerpo a la estructura compositiva. Para ello el diseñador tendrá que tomar decisiones relativas a una microdisposición dentro de la retícula que potenciarán el poder persuasivo de su discurso visual.[34]

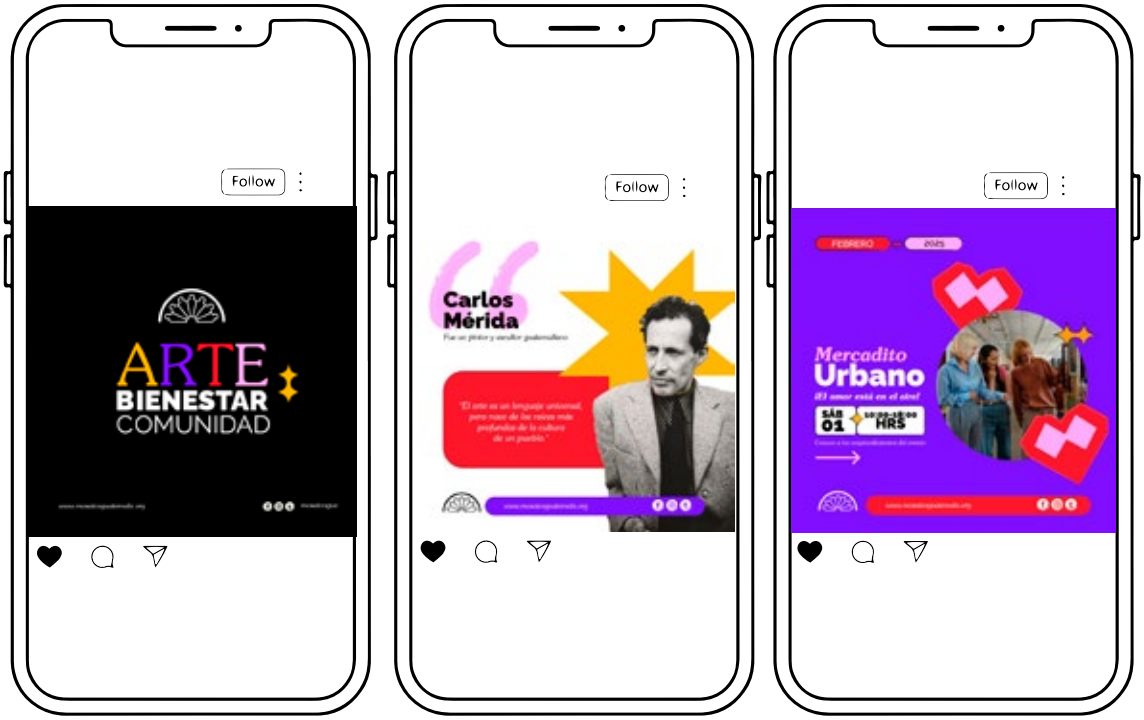
Se diseñaron propuestas en base a los resultados obtenidos en la fase anterior, es necesario hacer mejoras para la marca según lo obtenido en la auditoria de marca realizada en el proyecto B.

Nivel de producción gráfica 02

Pieza gráfica: Publicaciones

Descripción y fundamentación

Se desarrollaron tres piezas gráficas como ejemplos para la campaña publicitaria, cumpliendo con los lineamientos establecidos en el proyecto. Cada pieza destaca por su dinamismo y jerarquía visual, utilizando fotografías conforme a las premisas de diseño. La primera, centrada en el Centro Cultural Mosaico, presenta los enfoques del centro.
La segunda pieza, con una frase célebre de un artista guatemalteco, combina imagen y texto de manera que resalta la autenticidad y la relevancia cultural.
La tercera, una invitación al Mercadito Urbano mensual, destaca por su uso de gráficos llamativos y una jerarquía clara que facilita la lectura de la información clave. El cintillo informativo se incorporó para crear uniformidad en el feed, pero no es necesario en todas las piezas, permitiendo flexibilidad creativa según lo requerido en la campaña.



Figuras 27-29 - Previsualización 02 de publicaciones.

Creación propia.

Pieza gráfica: Historias

Descripción y fundamentación

Se desarrollaron tres piezas gráficas como ejemplos para la campaña publicitaria, cumpliendo con los lineamientos establecidos en el proyecto. Cada pieza destaca por su dinamismo y jerarquía visual, utilizando fotografías conforme a las premisas de diseño. La primera, centrada en el Centro Cultural Mosaico, presenta los enfoques del centro.

La segunda pieza, con una frase célebre de un artista guatemalteco, combina imagen y texto de manera que resalta la autenticidad y la relevancia cultural.

La tercera, una invitación al Mercadito Urbano mensual, destaca por su uso de gráficos llamativos y una jerarquía clara que facilita la lectura de la información clave. El cintillo informativo se incorporó para crear uniformidad en el feed, pero no es necesario en todas las piezas, permitiendo flexibilidad creativa según lo requerido en la campaña.

Figuras 30-32 - Previsualización 02 de historias.

Creación propia.

Pieza gráfica: *Reels*/ Tik Tok

Descripción y fundamentación

Los *reels* se desarrollarán con una duración mínima de 30 segundos, asegurando el tiempo suficiente para compartir un mensaje claro y efectivo. Se utilizarán cortes limpios para mantener el dinamismo y fluidez del contenido, garantizando una experiencia visual atractiva. La tipografía nativa de las plataformas será implementada, lo que permitirá que los reels se perciban de manera más orgánica y natural dentro de los entornos digitales, facilitando la conexión con el público.

Además, se incorporarán efectos de sonido estratégicos para potenciar el impacto emocional del mensaje y captar la atención de los usuarios. Al finalizar cada reel, se incluirá una animación del logo del Centro Cultural Mosaico Guatemala en color blanco, reforzando la identidad visual de la marca de manera sutil pero efectiva.

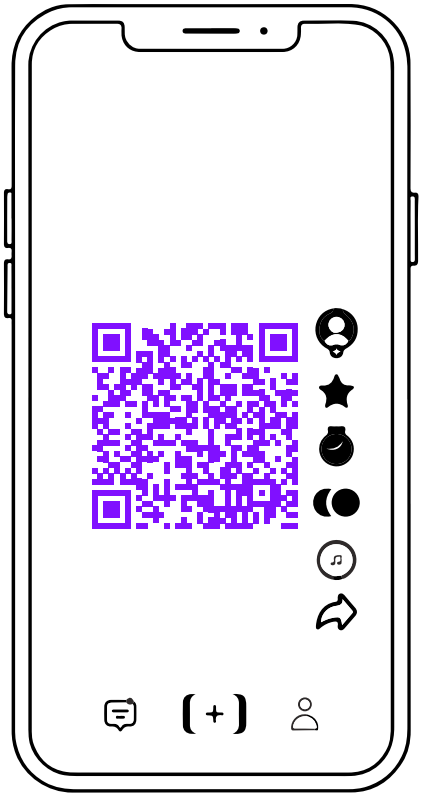


Figura 33 - Previsualización 02 de reel/ Tik Tok.

Creación propia.

Nivel de previsualización 02

Descripción de validación

Se compartió una presentación con las propuestas visuales para publicaciones, historias y reels, acompañada de una rúbrica de evaluación. Posteriormente, se dio seguimiento a los cambios sugeridos por los profesionales, asegurando que se implementaran las modificaciones necesarias de acuerdo con su retroalimentación. (Ver anexo 08)

Muestra

Cantidad de personas evaluadas

Se evaluó el material desarrollado en la campaña publicitaria con la participación de seis especialistas en diseño y creatividad digital:

Carlos Alberto Santizo Linares, Diseñador gráfico experto en diseño digital.

Guillermo Puente, artista y exdiseñador del CCMG.

Josué Fernando Godoy Raymundo, creativo digital.

Luigi Coguox, especialista en creación de contenido digital, producción de video y fotografía. Docente en la Escuela de Diseño Gráfico de la USAC.

Miguel Flores, diseñador gráfico para medios digitales.

Raúl Alejandro Cancinos Soto, también docente en la Escuela de Diseño Gráfico de la USAC.

Todos ellos tienen entre 29 y 35 años de edad.

Resultados de validación

Carlos Alberto Santizo Linares

Diseñador gráfico experto en diseño digital

Destacó la importancia de prestar especial atención al uso de los colores dentro de la campaña, señalando que una adecuada selección cromática es fundamental para garantizar la claridad y el impacto visual del mensaje. En su análisis, mencionó específicamente la palabra "ARTE", que, al utilizar colores que no contrastan lo suficiente con el fondo negro, pierde relevancia y presencia en la composición gráfica.

Enfatizó que una correcta elección de colores no solo mejora la estética, sino también la legibilidad y el mensaje que se desea transmitir, aspectos clave para el éxito de cualquier campaña publicitaria.

Guillermo Puente

Artista y exdiseñador del CCMG

Guillermo Puente expresó una valoración positiva sobre la propuesta, destacando su dinamismo y el uso vibrante de colores como elementos clave que contribuyen a su atractivo visual. Manifestó su entusiasmo por la forma en que los colores fueron integrados para generar una campaña enérgica y llamativa, lo cual, a su juicio, facilita una conexión emocional con la audiencia.

Puente señaló que esta combinación de dinamismo y colorido no solo capta la atención, sino que también refuerza el mensaje de la campaña, haciendo que se sienta fresca y moderna.

Josué Fernando Godoy Raymundo

Creativo digital

Destacó el excelente desarrollo de la identidad gráfica, calificando el trabajo como "increíble" por su coherencia y fuerza visual. Sin embargo, recomendó complementar la campaña con formatos y piezas que fomenten la creación de contenido generado por los usuarios (UGC). Según su análisis, incluir estos elementos permitiría a la marca conectar de manera más directa con su audiencia, potenciando la interacción y participación a través de plataformas digitales.

A pesar de esta sugerencia, Godoy reafirmó que el trabajo realizado hasta el momento es muy sólido y efectivo, resaltando la consistencia y calidad en la presentación gráfica.

Resultados de validación

Luigi Coguox

Especialista en creación de contenido digital, producción de video y fotografía. Docente en la Escuela de Diseño Gráfico de la USAC.

Realizó observaciones constructivas sobre la propuesta, afirmando que las piezas gráficas están bien elaboradas. Sin embargo, sugirió que algunas stories, en especial aquellas que destacan la "actividad de la semana", deberían ser consideradas de manera más permanente, ya que su naturaleza efímera podría limitar su impacto. También propuso la utilización de carruseles en las piezas estáticas, ya que este formato tiende a aumentar el *engagement* al permitir que los usuarios interactúen con el contenido de manera más dinámica.

En cuanto a los videos, Coguox señaló que la calidad visual podría mejorar, haciendo hincapié en que la toma del dron, que debía proporcionar contexto sobre la ubicación en la zona 1, no lograba captar un plano lo suficientemente amplio para ofrecer una visión clara del entorno.

Recomendó trabajar en la planificación de estas tomas para asegurar que los videos reflejen la misma calidad y profesionalismo que el resto de los elementos de la campaña.

Miguel Flores

Diseñador gráfico para medios digitales.

Destacó que, aunque el diseño general de la propuesta es sólido, la elección de la tipografía en cursiva (Italic) presenta desafíos en términos de legibilidad. Señaló que en ciertas combinaciones de fondo, como el rojo cerezo, la lectura se vuelve más difícil, lo que puede afectar la comprensión del mensaje.

Flores recomendó considerar ajustes en la tipografía o en los colores de fondo para garantizar que el texto sea claro y accesible para todos los usuarios. Esta mejora no solo facilitaría la lectura, sino que también contribuiría a una experiencia visual más efectiva y agradable para la audiencia.

Raúl Alejandro Cancinos Soto

Docente en la Escuela de Diseño Gráfico de la USAC.

Comentó que el proyecto se ve muy bonito y que tiene buenas posibilidades de éxito. Sin embargo, señaló que los videos no están bien alineados con el estilo de las piezas gráficas, ya que, excepto por el logo que aparece al final, no reflejan la misma imagen. Cancinos sugirió que sería útil trabajar en hacer que los videos se parezcan más a las otras piezas de la campaña. Esto ayudaría a que el mensaje de la marca sea más claro y a que la audiencia se sienta más conectada con el proyecto en su conjunto.

Puntuación de 1 a 5 a cada uno de los elementos que se describen.

	Claridad del mensaje	Versatilidad	Capacidad de atracción	Calidad gráfica	Legibilidad
Carlos Alberto	4	4	5	4	4
Guillermo Puente	5	5	5	5	5
Josué Fernando	5	5	5	5	4
Luigi Coguox	4	5	4	4	5
Miguel Flores	5	4	5	4	4
Raúl Alejandro Cancinos	4	5	5	4	2

Nivel de previsualización 02

Descripción y fundamentación de la decisión final

La decisión final de diseño se basó en la necesidad de crear una identidad visual coherente, atractiva y funcional que se alineara con los objetivos de la campaña. Además, se priorizó la coherencia visual en todas las piezas gráficas y audiovisuales para asegurar que el mensaje de la campaña sea claro y consistente.

Selección de colores

Mejorar la elección de los colores para que contrasten mejor con los fondos y logren mayor visibilidad e impacto. Esta mejora garantizará que el mensaje visual sea más impactante y visible para el público, evitando que los colores se mezclen con el fondo.

Incorporación de formatos UGC

Se integrarán nuevos formatos y piezas que fomenten la creación de contenido generado por los usuarios (UGC), con el fin de aumentar la participación e interacción del público. Esta acción permitirá a la audiencia interactuar más con la campaña, promoviendo una mayor conexión con la marca. Se desarrollarán estrategias específicas para incentivar a los usuarios a compartir su propio contenido relacionado con la campaña, como desafíos.

Uso de carruseles en piezas estáticas

Se reemplazarán las piezas estáticas actuales por carruseles en plataformas como Instagram y Facebook, con el objetivo de mejorar el *engagement* y ofrecer una experiencia más dinámica. Los carruseles permiten a los usuarios interactuar de manera más prolongada con el contenido, lo que genera un mayor nivel de retención de la audiencia.

Ajuste en la tipografía para mejorar la legibilidad

Se modificará la tipografía cursiva (Italic) utilizada en algunos textos para asegurar que sea completamente legible sobre diversos fondos, especialmente sobre el color rojo cerezo, que actualmente dificulta la lectura. Se evaluarán diferentes combinaciones de tipografía y colores de fondo para encontrar una opción que no comprometa la claridad del mensaje.

Alineación visual entre videos y piezas gráficas

Se trabajará en la coherencia visual entre los videos y las piezas gráficas de la campaña. Actualmente, los videos no mantienen una relación estética sólida con el resto de las piezas, salvo por el logo que aparece al final. Para corregir esto, se integrarán elementos gráficos y estilísticos similares a los de las piezas estáticas dentro de los videos

Nivel de producción gráfica 03

En esta fase el diseñador establece el aspecto y la expresión formal de todos los elementos que constituyen el discurso gráfico dentro de una primera disposición elaborada en el formato y la retícula. Es el momento de darle forma a los argumentos siguiendo las guías establecidas, de rellenar la retícula y darle cuerpo a la estructura compositiva. Para ello el diseñador tendrá que tomar decisiones relativas a una microdisposición dentro de la retícula que potenciarán el poder persuasivo de su discurso visual.[34]

Se diseñaron propuestas en base a los resultados obtenidos en la fase anterior, es necesario hacer mejoras para la marca según lo obtenido en la auditoria de marca realizada en el proyecto B. (Ver anexo 09) Se realizaron cambios en las grillas de contenido para mejorar el objetivo de la campaña y su estructura.

Instagram y Facebook

Tabla 15 - Parilla de contenido enero nivel 03

	Fecha -Horario	Objetivo	Contenido Visual (Post / Historia / Reel)
Enero	Fase de expectativa **SEMANA 1** Miércoles 01 12:00 p.m.	- Destacar pilares del centro cultural y dar el inicio al cambio de feed.	Post Historia
	Jueves 02 3:00 p.m.	Destacar eventos y actividades realizadas en el Centro durante el 2024	Carrusel Historia
	Viernes 03 10:00 a.m.	Invitar a los usuarios a las actividades del centro	Post Historia
	Sábado 04 10:00 a.m.	Destacar la ubicación del centro.	Historia
	Fase de lanzamiento **SEMANA 2** Domingo 05 10:00 a.m.	Una serie de historias destacando las actividades y eventos programados para la semana 2.	Historia
	Martes 07 8:00 a.m.	Frase de artista guatemalteco, destacando la cultura.	Carrusel Historia
	Jueves 09 12:00 p.m.	¿Qué es el Centro Cultural Mosaico Guatemala?	Reel
	SEMANA 3 Domingo 12 12:00 a.m.	Una serie de historias destacando las actividades y eventos programados para la semana 03.	Historia
	Lunes 13 12:00 p.m.	Día mundial contra la depresión	Carrusel Historia
	Jueves 16 8:00 a.m.	Crear engagement con los seguidores.	Historia
	SEMANA 4 Domingo 19 3:00 p.m.	Una serie de historias destacando las actividades y eventos programados para la semana 04.	Historia
	Martes 21 6:00 p.m.	Convocatoria de emprendimientos mercadito urbano Febrero.	Historia
	Jueves 23 12:00 p.m.	Invitación al mercadito urbano amor en el aire.	Carrusel Historia
	SEMANA 5 Domingo 26 10:00 a.m.	Una serie de historias destacando las actividades y eventos programados para la semana 05.	Historia
	Miércoles 29 8:00 a.m	Reel de invitación a la Biblioteca del CCMG	Reel
	Viernes 31 12:00 p.m.	Cuenta regresiva para mercadito de febrero.	Historia

Fuente: Elaboración propia.

ivo

Copy In -Voz en off	Copy out	Link de referencia	Comentarios
DESARROLLO DE ARTE BINESTAR COMUNIDAD	Somos el Centro Cultural Mosaico Guatemala, un espacio para el desarrollo del arte, el bienestar y la comunidad. ¡Te esperamos! #cultura #Guatemala #actividades	https://pin.it/J9sJY3jUw	Se usará para separar la grilla anterior del centro 2024 y comenzar desde el 01 de enero con la nueva imagen.
¡Bienvenido 2025! El Centro Cultural Mosaico te agradece por acompañarnos en un 2024 lleno de cultura, arte y comunidad.	Este año, sigamos construyendo juntos momentos de inspiración y creatividad. ¡Siguenos para no perderte nuestras actividades y eventos! #Gt #recreación #cultura	https://pin.it/4xvz8q5DF	Colocar fotografías propias de los uaurios en el Centro Cultural Mosaico Guatemala
Conecta con el arte y la comunidad ¡Acércate! Te esperamos	¡Acércate y sé parte de nuestra historia! Te esperamos para disfrutar juntos de un espacio único donde el arte y la cultura nos unen. #Guatemala #ViveElArte #CentroCultural		
¡Visítanos! 10 calle 4-19 zona 1 Buscanos en Waze como Centro Cultural Mosaico Guatemala	Conecta con el arte y la comunidad ¡Acércate! Te esperamos	https://pin.it/1YJKZ84Oi	Agregar icono de waze y un pequeño mapa para guiar a los usuarios
Portada: ¡El 2025 ya comenzó y estamos listos! Actividades entre lunes 06 al sábado 11 de enero. 10 calle 4-19 zona 1		https://pin.it/5DMJwAhvU	Se hará una historia con todas las actividades, contemplando la portada y se coloca en historias destacadas.
"El arte es un lenguaje universal, pero nace de las raíces más profundas de la cultura de un pueblo." – Carlos Mérida	Carlos Mérida, un pionero del arte moderno en América Latina, nos dejó con una visión única sobre el arte y la cultura. #Guatemala #Artistas #CCMG #fyp	https://pin.it/2F0MnvbSv	
Un espacio dedicado a promover el arte, la cultura y el bienestar comunitario. Ofrecemos talleres, exposiciones y eventos para todos los amantes del arte y la cultura. ¡Descubre lo que hacemos y únete a nosotros!	Un espacio donde el arte, la cultura y la comunidad se unen para inspirar y conectar. ¿Aquí hay algo para todos! Descubre, crea y forma parte. #CCMG #CulturaGuatemala #Actividades #fyp		
Semana llena de arte y cultura en el Centro Cultural Mosaico! Aquí te dejamos todas las actividades que no te puedes perder.		https://pin.it/5DMJwAhvU	
Conmemoramos el Día Mundial de la Depresión 13 de enero	En el Centro Cultural Mosaico, estamos comprometidos con la promoción del bienestar emocional y mental. Únete a nosotros para aprender más, compartir y apoyar a quienes luchan con la depresión. Juntos podemos hacer una diferencia. #CCMG #FY #Gt #SaludMental		
Sube tu recuerdo favorito del 2024 Herramienta "Tu turno"		https://pin.it/7j0N45QGT	Usar la herramienta de caja de Plantilla tu turno colocar una imagen de referencia.
¡Echa un vistazo a lo que tenemos preparado! Del lunes 20 al domingo 27 de enero		https://pin.it/5DMJwAhvU	Se hará una historia por actividad, contemplando la portada y se coloca en historias destacadas.
Amor en el Aire: Mercadito Urbano ¡Convocatoria abierta!			Dejar espacio para agregar link de convocatoria.
¡El amor está en el aire! Fecha: [Fecha del evento] Ubicación: CCMG Hora: [Hora del evento]	¡No te pierdas esta oportunidad de disfrutar de una jornada llena de amor y apoyo a los emprendedores locales! Ven y celebra con nosotros. Fecha: [Fecha del evento] Ubicación: CCMG Hora: [Hora del evento]	https://pin.it/3RAIhQuWA	Dejar espacio para logo de emprendimientos
¡Guarda las fechas de esta semana! Del lunes 27 al domingo 01 de feb		https://pin.it/4T6TGxW0N	Se hará una historia por actividad, contemplando la portada y se coloca en historias destacadas.
Visítanos y descubre el mundo que te espera entre las páginas. ¡Te esperamos!	¡Ven a explorar nuestra Biblioteca en el Centro Cultural Mosaico Guatemala! ▫ Desde libros inspiradores hasta un espacio acogedor para leer y aprender. #Libros #Biblioteca #Zona 1 #GT #fyp		
Amor en el Aire: Mercadito Urbano ¡Te esperamos!		https://pin.it/2Vyfndihy	Dejar espacio para agregar cuenta regresiva

Tabla 15- Parrilla de contenido enero.
Nivel de producción gráfica 03
Elaboración propia

Instagram y Facebook

Tabla 16 - Parilla de contenido febrero nivel 03

Febrero

*Todos los copy out deben incluirles emojis relacionados con el contenido para hacerlo más atractivo y visualmente llamativ

Fecha -Horario	Objetivo	Contenido Visual (Post / Historia / Reel)
Fase de mantenimiento		
SEMANA 1		
Domingo 02 10:00 a.m.	Una serie de historias destacando las actividades y eventos programados para la semana 1.	Historia
Martes 04 8:00 a.m.	Tour Rápido por el Centro Cultural	Reel
Jueves 06 12:00 p.m.	Dato de artista de puertas de Casa Oliver.	Post Historia
Sábado 08 10:00 a.m.	Interactuar con los usuarios	Historia
SEMANA 2		
Domingo 09 12:00 a.m.	Una serie de historias destacando las actividades y eventos programados para la semana 1.	Historia
Lunes 10 12:00 p.m.	Felinos residentes	Reel
Viernes 14 8:00 a.m.	Publicación especial con un mensaje sobre el amor y la cultura.	Post Historia
SEMANA 3		
Domingo 16 3:00 p.m.	Una serie de historias destacando las actividades y eventos programados para la semana 1.	Historia
Martes 18 6:00 p.m.	Convocatoria de emprendimientos mercadito urbano Marzo.	Historia
Jueves 20 12:00 p.m.	Día nacional de la marimba	Carrusel Historia
SEMANA 4		
Domingo 23 10:00 a.m.	Una serie de historias destacando las actividades y eventos programados para la semana 1.	Historia
Miércoles 26 8:00 a.m.	Invitación al mercadito urbano marzo.	Carrusel Historia
Viernes 28 12:00 p.m.	Casa oliver	Reel

Fuente: Elaboración propia.

vo

Copy In -Voz en off	Copy out	Link de referencia	Comentarios
¡Bienvenido febrero! Da inicio al mes con nuestro calendario de eventos y actividades 02 al 08 de febrero			Se hará una historia por actividad, contemplando la portada y se coloca en historias destacadas.
Bienvenidos al Centro Cultural Mosaico Guatemala, un espacio donde el arte, la cultura y la comunidad se encuentran.	¿Listo para descubrir más? Explora nuestros talleres creativos, eventos especiales y mucho más. ¡Ven y vive la experiencia! #Guatemala #Museos #Ideas #Recomendaciones		
"El arte no es solo lo que vemos, es lo que sentimos a través de él." – Carlos Valenti El Pionero del Impresionismo en Guatemala.	A través de su arte, Valenti nos invita a ver el mundo con una nueva perspectiva, donde los colores y las emociones se funden en cada pincelada. #Guatemala #Pintores #CCMG		
Pregunta del día ¿Cuál es tu forma favorita de relajarte? Queremos conocerte			Hacer uso de las encuestas en IG *Dejar referencia en el lugar donde se debe incorporar
Ven a explorar nuestras actividades de la semana ¡No te lo pierdas!			Se hará una historia por actividad, contemplando la portada y se coloca en historias destacadas.
¿Sabías que acariciar gatos y escuchar su ronroneo puede reducir notablemente el estrés?	Somos guardianes y precursores de la política "pet-friendly" del CCMG. ¡Te esperamos!		
Celebra el amor en todas sus formas: el amor por el arte, la cultura y la comunidad.	Hoy es un día perfecto para reflexionar sobre cómo la cultura nos une y nos inspira. Comparte momentos especiales con tus seres queridos en un entorno lleno de creatividad y calidez.		
¡No te pierdas todo lo que tenemos preparado esta semana!			Se hará una historia por actividad, contemplando la portada y se coloca en historias destacadas.
Mercadito Urbano Marzo (Fecha) ¡Convocatoria abierta!			Dejar espacio para agregar link de convocatoria.
Hoy celebramos el sonido que llena de orgullo el corazón ¡Feliz Día Nacional de la Marimba!	Hoy, rendimos homenaje a uno de los mayores tesoros de Guatemala: la marimba, cuyo sonido único y vibrante conecta generaciones y enriquece nuestra cultura. Únete a nuestras actividades y disfruta de su música en vivo en el Centro Cultural Mosaico. ¡No te lo pierdas!	https://pin.it/7I4MIpC2I	
Ven y disfruta de una semana llena de creatividad del 23 febrero al 01 marzo			Se hará una historia por actividad, contemplando la portada y se coloca en historias destacadas.
¡El Mercadito Urbano regresa en marzo! Fecha: [Fecha del evento] Ubicación: CCMG Hora: [Hora del evento]	Ven y descubre productos artesanales, comidas deliciosas, moda sostenible y mucho más. ¡Un evento para toda la familia! **¡Te esperamos para disfrutar de una experiencia única!**	https://pin.it/2xsYO5xNK	
¿Alguna vez has pasado enfrente de esta casa? Casa Oliver, ubicada en 10 Calle de la Zona 1 Construida en 1792* Valle de Panchoy.* Patrimonio Nacional Clase 'A'* Ahora puedes disfrutar de las actividades del Centro Cultural Mosaico Guatemala.*	Ven y descubre un espacio donde la historia cobra vida y la creatividad no tiene límites. #CCMG #Guatemala #fyp #centrohistorico		Usar video de drone.

Instagram y Facebook

Tabla 17 - Parilla de contenido marzo nivel 03

*Todos los copy out deben incluirles emojis relacionados con el contenido para hacerlo más atractivo y visualmente llamat

	Fecha -Horario	Objetivo	Contenido Visual (Post / Historia / Reel)
Marzo	**SEMANA 1** Domingo 02 12:00 p.m.	Resumen de actividades de la semana	Historia
	Miercoles 05 3:00 p.m.	Encuesta interactiva para próxima semana	Historia
	SEMANA 2 Domingo 09 10:00 a.m.	Resumen de actividades de la semana	Historia
	Martes 11 8:00 a.m.	Un día en el Centro Cultural Mosaico	Reel
	Jueves 13 12:00 p.m.	Convocatoria de emprendimientos mercadito urbano Abril.	Historia
	SEMANA 3 Domingo 16 12:00 a.m.	Resumen de actividades de la semana	Historia
	Miercoles 19 12:00 p.m.	Día internacional del Sueño	Carrusel Historia
	Jueves 20 8:00 a.m.	Día internacional de la Narración Oral	Carrusel Historia
	SEMANA 4 Domingo 23 3:00 p.m	Resumen de actividades de la semana	Historia
	Martes 25 6:00 p.m.	Noche de Karaoke	Reel
	Jueves 27 12:00 p.m.	Invitación al mercadito urbano abril	Carrusel Historia
	SEMANA 5 Sábado 29 12:00 a.m.	Recorrido al CCMG	Reel
	Domingo 30 10:00 a.m	Resumen de actividades de la primera semana de abril	Historia

Fuente: Elaboración propia.

tivo

Copy In -Voz en off	Copy out	Link de referencia	Comentarios
Recordatorio de las actividades de la semana lunes 03 al sábado 08 de marzo.			Se hará una historia como calendario, contemplando la portada y se coloca en historias destacadas.
¿Qué tipo de películas te gustaría ver en honor a akira toriyama? ¡Vota y cuéntanos tu favorita!		https://pin.it/54Ig5aRCN	
Cartelera de la semana lunes 10 al sábado 15 de marzo			
Un Día en el Centro Cultural Mosaico	¡Vive una experiencia cultural completa en el corazón de Guatemala! □□ Visítanos y disfruta de arte, actividades, y mucha creatividad. □ ¿Qué esperas para ser parte del Mosaico? #fyp #recomendaciones #gt		
Mercadito Urbano Abril (Fecha) ¡Convocatoria abierta!			Dejar espacio para agregar link de convocatoria.
Consulta nuestra cartelera de esta semana lunes 17 al sábado 22 de marzo			Se hará una historia como calendario, contemplando la portada y se coloca en historias destacadas.
El arte de vivir también incluye saber cuándo parar y disfrutar de un buen descanso.	Hoy celebramos el poder de un buen sueño y cómo impacta positivamente nuestra creatividad y bienestar. ¡Recuerda que tu cuerpo necesita descansar para seguir brillando cada día!	https://pin.it/R7MOJu5dp https://pin.it/6JC6jhcbp	
La narración es mucho más que contar historias, es mantener vivas nuestras raíces y tradiciones.	"La narración es mucho más que contar historias; es mantener vivas nuestras raíces, nuestras tradiciones y la esencia de quienes somos. □□ Únete a nosotros y descubre el poder de la palabra para preservar nuestra cultura. #Narración #Tradición #RaicesVivas #CulturaGuatemalteca"	https://pin.it/7xSQGuU7g	
Consulta nuestra cartelera de esta semana lunes 24 al sabado 29 de marzo			Se hará una historia como calendario, contemplando la portada y se coloca en historias destacadas.
¡Mañana Noche de Karaoke! Entrada Gratis	Ven con tus amigos, elige tu canción favorita y vive una noche llena de música, diversión y talento. Fecha: Miércoles 26 de Marzo Hora: 7:00 PM Costo de entrada: ¡Gratis! #karaoke #gt #actividades #fyp		
¡El Mercadito Urbano Abril! Fecha: [Fecha del evento] Ubicación: CCMG Hora: [Hora del evento]	Ven y descubre productos artesanales, comidas deliciosas, moda sostenible y mucho más. ¡Un evento para toda la familia! ¡Te esperamos para disfrutar de una experiencia única! #Gt #recomendacion #fyp #like #zona1	https://pin.it/2xsYO5xNK	
¿Cómo llegar al CCMG? estamos cerca de la torre de parqueos, la contraloria general de cuentas. Hacer enfasis en los parqueos cercanos	Encuéntranos en Waze como 'Centro Cultural Mosaico Guatemala. ¡Te esperamos a solo una cuadra de la sexta avenida! #CómoLlegar #CCMG #Zona1		Hacer un recorrido por calles cercanas al CCMG
Cartelera de la semana lunes 31 al sábado 05 de abril			Se hará una historia como calendario, contemplando la portada y se coloca en historias destacadas.

Instagram y Facebook

Tabla 18 - Parilla de contenido abril nivel 03

Abril

*Todos los copy out deben incluirles emojis relacionados con el contenido para hacerlo más atractivo y visualmente llamat

Fecha -Horario	Objetivo	Contenido Visual (Post / Historia / Reel)
SEMANA 1 Martes 01 12:00 p.m.	- Gimnasia para adultos mayores	Reel
Jueves 03 3:00 p.m.	Cuenta regresiva Mercadito Urbano Abril	Historia
SEMANA 2 Domingo 06 10:00 a.m.	Resumen de actividades de la semana	Historia
Martes 08 8:00 a.m	Taller de crochet	Reel
Jueves 10 12:00 p.m.	¿Sabías qué? Casa Oliver	Carrusel Historia
SEMANA 3 Domingo 13 12:00 a.m.	Resumen de actividades de la semana	Historia
Lunes 14 12:00 p.m.	Incluir mi evento Centro Cultural Mosaico	Reel
Jueves 17 8:00 a.m.	Convocatoria de emprendimientos mercadito urbano Mayo	Historia
SEMANA 4 Domingo 20 3:00 p.m.	Resumen de actividades de la semana	Historia
Martes 22 6:00 p.m.	Edgardo Rodriguez	Reel
Jueves 24 12:00 p.m.	Invitación al mercadito urbano Mayo	Carrusel Historia
SEMANA 5 Domingo 27 10:00 a.m.	Resumen de actividades de la primera semana de abril	Historia
Martes 29 8:00 a.m.	Frase de artista guatemalteco, destacando la cultura.	Carrusel Historia

Fuente: Elaboración propia.

:ivo

Copy In -Voz en off	Copy out	Link de referencia	Comentarios
¿Conoces algun adulto mayor? Clases de gimnasia ritmica Q35 mensuales de donación	¡Empieza las mañanas con toda la energía del baile! Únete al grupo de baile 'Medalla Milagrosa' y disfruta de clases llenas de ritmo y movimiento los lunes, miércoles y viernes. Más info por mensaje o al 4286-1636. ¡No te lo pierdas!		
¡La cuenta regresiva ha comenzado! Falta poco para el Mercadito Urbano 10 calle 4-19, zona 1.		https://pin.it/6Sr2WK9EX	
Cartelera de la semana lunes 07 al sábado 12 de abril			Se hará una historia como calendario, contemplando la portada y se coloca en historias destacadas.
Taller de crochet todos los miércoles 9:00 am Inscríbete	No importa si eres principiante o experto, ¡todos son bienvenidos! Ven y disfruta de un espacio relajado, creativo y lleno de aprendizaje. ¡Inscríbete ahora y descubre lo que puedes crear con hilo y aguja! #gt #crochet #talleres		
¿Sabías que? El Centro Cultural Mosaico está ubicado en la histórica Casa Oliver, fue declarada Monumento Histórico y Patrimonio Cultural de la Nación en Guatemala	La Casa Oliver no solo es un edificio histórico, es un lugar que sigue vivo a través del arte y la cultura. Ven y conoce más de este tesoro arquitectónico en el Centro Cultural Mosaico. ¡Visítanos hoy!	https://pin.it/ItFjbZF2n	
Cartelera de la semana lunes 14 al sábado 19 de abril			Se hará una historia como calendario, contemplando la portada y se coloca en historias destacadas.
Desde exposiciones de arte hasta talleres y eventos culturales, estamos abiertos a incluir propuestas que enriquezcan nuestra programación y conecten a más personas con la cultura.	¿Tienes una propuesta artística o cultural? ▫▫ Realiza tu evento en el Centro Cultural Mosaico Guatemala. Comunícate al 2458-4510 y cuéntanos tu idea. ¡Hagamos cultura juntos! #eventos #guatemala #centrohistorico		
Mercadito Urbano Mayo (Fecha) ¡Convocatoria abierta!			Dejar espacio para agregar link de convocatoria.
Cartelera de la semana lunes 21 al sábado 26 de abril			
Don Edgardo y resalta su rol en el Centro Cultural Mosaico, enfatizando la conexión cultural y su impacto positivo en la comunidad.	Hoy les presentamos a Don Edgardo, una de las personas que forman parte de nuestra historia y comunidad. #Guatemala #fyp #CCMG		
¡El Mercadito Urbano Mayo! Fecha: [Fecha del evento] Ubicación: CCMG Hora: [Hora del evento]	Ven y descubre productos artesanales, comidas deliciosas, moda sostenible y mucho más. ¡Un evento para toda la familia! ¡Te esperamos para disfrutar de una experiencia única!	https://pin.it/2xsYO5xNK	
Cartelera de la semana lunes 27 abril al sábado 03 de mayo			Se hará una historia como calendario contemplando la portada y se coloca en historias destacadas.
"El arte no solo refleja el amor, sino que también lo transforma y lo eterniza." – Guillermo Pineda	Déjate inspirar por la visión de Guillermo Pineda sobre el arte y el amor. El arte tiene el poder de capturar y eternizar los sentimientos más profundos. #Arte #Gt #cultura	https://pin.it/2F0MnvbSv	

Tik Tok

Tabla 19 - Parilla de contenido Tiktok nivel 03

*Todos los copy out deben incluirles emojis relacionados con el contenido para hacerlo más atractivo y visualmente llamativo

	Fecha -Horario	Objetivo	Copy In -Voz en off	Copy out
Enero	Jueves 09 8:00 p.m.	¿Qué es el Centro Cultural Mosaico Guatemala?	un espacio dedicado a promover el arte, la cultura y el bienestar comunitario. Ofrecemos talleres, exposiciones y eventos para todos los amantes del arte y la cultura. ¡Descubre lo que hacemos y únete a nosotros!	Un espacio donde el arte, la cultura y la comunidad se unen para inspirar y conectar. ¡Aquí hay algo para todos! Descubre, crea y forma parte. #CCMG #CulturaGuatemala #Actividades #fyp
	Domingo 19 9:00 p.m.	Reel de invitación a la Biblioteca del CCMG	Visítanos y descubre el mundo que te espera entre las páginas. ¡Te esperamos!	¡Ven a explorar nuestra Biblioteca en el Centro Cultural Mosaico Guatemala! Desde libros inspiradores hasta un espacio acogedor para leer y aprender. #libros #Gt #gratuito
	Martes 28 7:00 p.m.	Noche de Karaoke	¡Mañana Noche de Karaoke! Entrada Gratis	¡Todos los miércoles! Ven con tus amigos, elige tu canción favorita y vive una noche llena de música, diversión y talento. #Karaoke #guatemala #recomendaciones
Febrero	Martes 04 8:00 p.m.	Tour Rápido por el Centro Cultural	Bienvenidos al Centro Cultural Mosaico Guatemala, un espacio donde el arte, la cultura y la comunidad se encuentran.	¿Listo para descubrir más? Explora nuestros talleres creativos, eventos especiales y mucho más. ¡Ven y vive la experiencia! #Guatemala #Museos #Ideas #Recomendaciones
	Domingo 16 9:00 p.m.	Felinos residentes	¿Sabías que acariciar gatos y escuchar su ronroneo puede reducir notablemente el estrés?	Somos guardianes y precursores de la política "pet-friendly" del CCMG. ¡Te esperamos! #petfriendly #gt #centrohistorico
	Jueves 27 7:00 p.m.	Casa Oliver	¿Alguna vez has pasado enfrente de esta casa? Casa Oliver, ubicada en 10 Calle de la Zona 1 Construida en 1792" Valle de Panchoy" Patrimonio Nacional Clase 'A' Ahora puedes disfrutar de las actividades del Centro Cultural Mosaico Guatemala."	Ven y descubre un espacio donde la historia cobra vida y la creatividad no tiene límites. #CCMG #Guatemala #fyp #centrohistorico
Marzo	Sábado 08 8:00 p.m.	Un día en el Centro Cultural Mosaico	Un Día en el Centro Cultural Mosaico	¡Vive una experiencia cultural completa en el corazón de Guatemala! Visítanos y disfruta de arte, actividades, y mucha creatividad. ¿Qué esperas para ser parte del Mosaico?
	Jueves 18 9:00 a.m.	Recorrido al CCMG	¿Cómo llegar al CCMG? Acompañanos	Encuéntranos en Waze como 'Centro Cultural Mosaico Guatemala. ¡Te esperamos a solo una cuadra de la sexta avenida! #CómoLlegar #CCMG #Zona1
	Domingo 30 7:00 p.m.	Talleres	Desde arte y danza hasta escritura y música, nuestros talleres están diseñados para inspirarte y conectar con tu comunidad. Únete y descubre lo que puedes crear. ¡Te esperamos en el Centro Cultural Mosaico!	¡Conoce todos nuestros taller por medio de nuestras redes sociales! #Guatemala #Talleres #gt #fyp #actividades
Abril	Sábado 08 8:00 p.m.	Incluir mi evento Centro Cultural Mosaico	Desde exposiciones de arte hasta talleres y eventos culturales, estamos abiertos a incluir propuestas que enriquezcan nuestra programación y conecten a más personas con la cultura.	Para realizar su evento artístico o cultural en el Centro Cultural Mosaico Guatemala, comunícate al teléfono 24584510 para presentar tu propuesta.
	Jueves 18 9:00 a.m.	Taller de crochet	Taller de crochet todos los miércoles 9:00 am Inscríbete	No importa si eres principiante o experto, ¡todos son bienvenidos! Ven y disfruta de un espacio relajado, creativo y lleno de aprendizaje. ¡Inscríbete ahora y descubre lo que puedes crear con hilo y aguja!
	Domingo 30 7:00 p.m.	Mecadito urbano	¡El Mercadito Urbano Abril! Fecha: [Fecha del evento] Ubicación: CCMG Hora: [Hora del evento]	Ven y descubre productos artesanales, comidas deliciosas, moda sostenible y mucho más. ¡Un evento para toda la familia! ¡Te esperamos para disfrutar de una experiencia única! #Gt #recomendacion #fyp #like #zona1

Fuente: Elaboración propia.

Selección de colores

Se implementaron ajustes en la paleta cromática, especialmente en la palabra "ARTE", logrando un contraste mucho más definido con el fondo negro. Ahora, los colores destacan de manera efectiva, facilitando la lectura y aumentando el impacto visual. Estos cambios se implementarán en toda la campaña para asegurar que todos los elementos gráficos mantengan una visibilidad óptima.

Antes

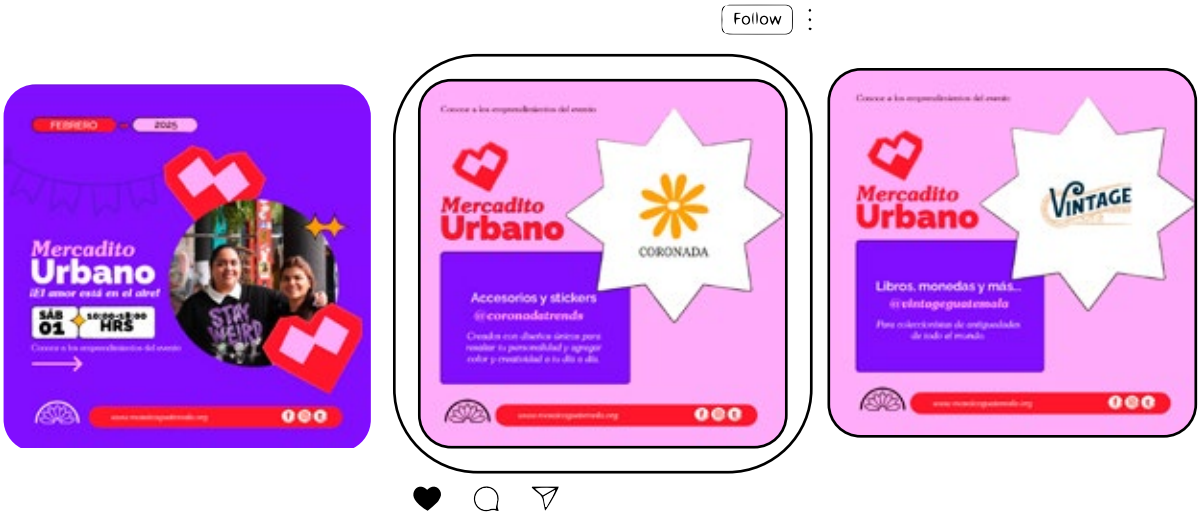
Después

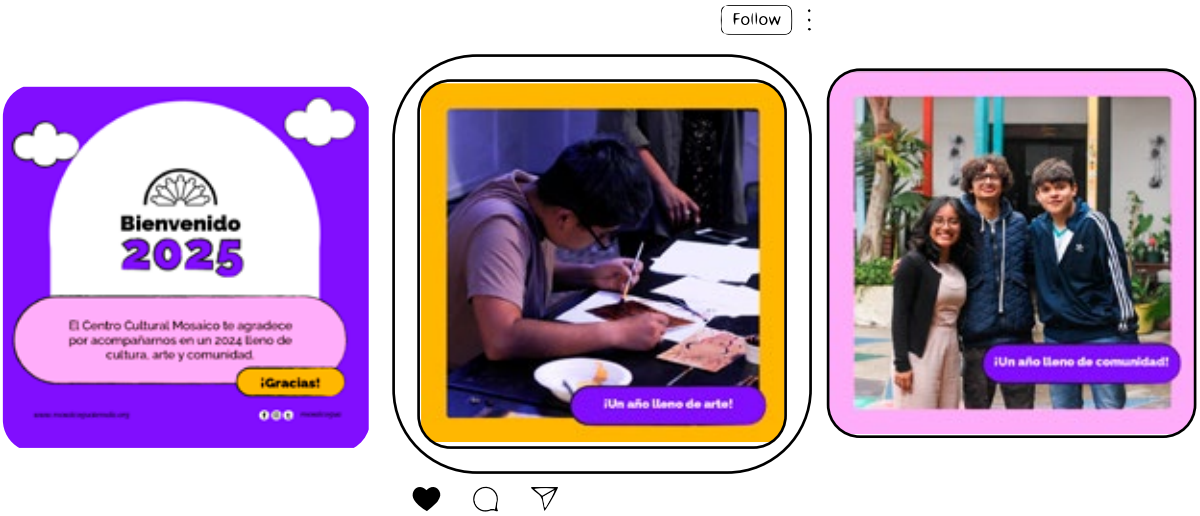
Incorporación de formatos UGC

Se integraron exitosamente nuevos formatos diseñados para fomentar la creación de contenido generado por los usuarios (UGC). A través de dinámicas interactivas en redes sociales, como desafíos y convocatorias de participación. Esta estrategia será implementada a lo largo de toda la campaña, promoviendo una interacción continua y fortaleciendo la comunidad de seguidores en todas las plataformas digitales.

Uso de carruseles en piezas estáticas

Las piezas estáticas han sido sustituidas por carruseles en Instagram y Facebook para potenciar el *engagement* y ofrecer una experiencia más interactiva. Esta estrategia permite que los usuarios pasen más tiempo explorando el contenido.




Follow
Bienvenido
2025
El Centro Cultural Mosaico te agradece por acompañarnos en un 2024 lleno de cultura, arte y comunidad.
¡Gracias!
¡Un año lleno de arte!
¡Un año lleno de comunidad!

Follow
Día Mundial contra la
Depresión
Queremos crear conciencia de que cualquiera puede sufrir depresión y que el apoyo es fundamental.
¡Juntos podemos generar un cambio!
13 de enero
3 consejos para prevenir la
depresión
Cuida tu higiene del sueño
Comparte tiempo
Fortalece tu autoestima

Historias

CARTELERA
Cultural
Semana llena de arte y cultura
en el Centro Cultural Mosaico

Actividades
de la semana
EN ENERO
2025
MIER 08
Noche de karaoke
¡Entrada gratis!
6:00 PM
JUEV 09
Noche de poesía
Voces en verso
¡Entrada gratis!
6:00 PM
VIER 10
Cine Mosaico
Gladiador ¡Entrada gratis!
6:00 PM
SÁB 11
Micrófono abierto
¡Entrada gratis!
6:00 PM
Escríbenos para más información
¡Te esperamos!

CONVOCATORIA
ABIERTA
MERCADITOURBANO
Sábado
01
Para emprendedores que
quieran mostrar su creatividad
Formulario de marzo
¡Llena el formulario y reserva tu lugar!

Alineación visual entre videos y piezas gráficas

Se ha implementado el cambio visual logrando coherencia entre los videos y las piezas gráficas de la campaña. Anteriormente, los videos solo compartían el logotipo al final, pero ahora se han integrado elementos gráficos, efectos visuales y auditivos alineados con el diseño de las piezas estáticas. Se han incorporado colores vibrantes, transiciones suaves y tipografías consistentes, lo que asegura una estética unificada y refuerza la identidad visual de la campaña.

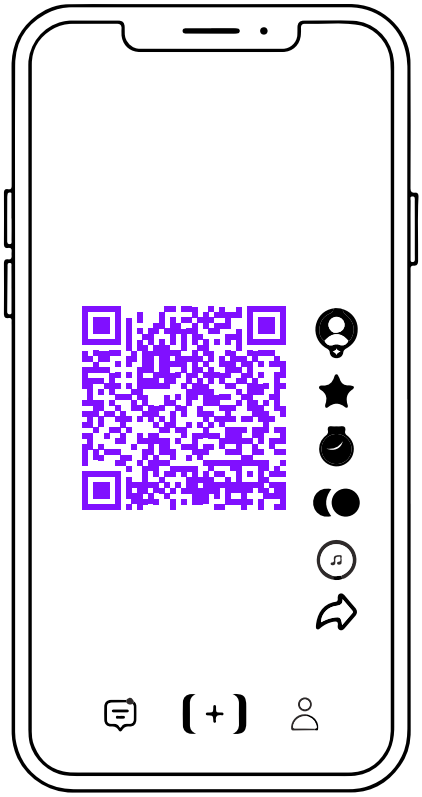


Figura 34 - Previsualización 03 de reel/ Tik Tok.

Creación propia.

Nivel de previsualización 03

Descripción de validación

Se compartió una presentación con las propuestas visuales para publicaciones, historias y reels, acompañada de una rúbrica de evaluación. Se realizó un formulario en Google Forms con un apartado de sugerencias para que el grupo objetivo presente sus comentarios sobre la funcionalidad de la campaña publicitaria.

Muestra

Cantidad de personas evaluadas

Para mantener la coherencia del proyecto la validación se realizó con personas cercanas a la institución y personas con las caracteristicas establecidas en el grupo objetivo.

Se seleccionaron 20 personas del grupo objetivo, todas residentes actuales en la ciudad de Guatemala hombres y mujeres entre las edades de 18 a 35 años. (Ver anexo 10)

Aspectos evaluados

Atractivo Visual de las historias
Se pidió a los participantes que calificaran lo atractivas que les parecen visualmente las historias del Centro Cultural.

Interés en el contenido semanal de las historias
Se evaluó el nivel de interés en consultar el contenido semanal de actividades que se presenta en las historias. Se pidió a los participantes que calificaran lo atractivas que les parecen visualmente las historias del Centro Cultural.

Motivación para participar en actividades
Se analizó si las historias incentivan a los usuarios a participar en las actividades del centro.

Interés en el contenido de los carruseles
Se examinó si el contenido de los carruseles resulta interesante y fomenta una conexión con el arte, la cultura y la comunidad.

Capacidad de los Reels/TikToks para captar atención
Se evaluó si los Reels o TikToks logran captar la atención del usuario desde el inicio, destacando edición, tipografía y tomas.

Motivación para interactuar con los Reels/TikToks
Se valoró si estos formatos inspiran a los usuarios a interactuar, ya sea dando “me gusta”, comentando, compartiendo o reaccionando a el contenido del Centro Cultural Mosaico Guatemala.

Atractivo de la paleta de colores
Se pidió opinión sobre la atracción que generan las paletas de colores utilizadas en las publicaciones y los sentimientos que generan en ellos.

Resultados de validación

De 1 a 5, siendo 1 la puntuación más baja y 5 la más alta

Promedio de puntaje

¿Las historias del Centro Cultural Mosaico te parecen atractivas visualmente?
El promedio de puntaje resultante es 4.55, lo que refleja una valoración mayormente positiva sobre el atractivo visual de las historia presentadas al Grupo Objetivo. Esto asegura que las historias son visualmente atractivas por su composición.

4.55

¿Te interesa ver el contenido semanal de actividades en las historias ?
El promedio de puntaje es 4.85, lo que indica un alto nivel de interés por parte de los participantes en seguir el contenido semanal que se presenta en las historias del centro. Esto será una forma más ordenada y fácil de encontrar las actividades de la semana.

4.85

¿ Las historias te motivan a participar en las actividades del centro?
El promedio de puntaje es 4.75, lo que sugiere que la mayoría de los participantes se sienten motivados a involucrarse en las actividades del centro tras ver las historias. El recibimiento de las fotografias y calendarios fue bien recibida.

4.75

¿El diseño de los carruseles es claro y te resulta fácil navegar entre las imágenes?
El promedio de puntaje es 4.8, lo que refleja que la mayoría de los participantes considera que el diseño de los carruseles es claro y fácil de navegar. Este formato de material genera más interés, ya que es dinámico en el feed de los usuarios.

4.8

¿El contenido de los carruseles es interesante y te ayuda a conectar con el arte, cultura y comunidad?
El promedio de las puntuaciones es 4.7, lo que indica que la gran mayoría de los participantes consideraron que el contenido de los carruseles es muy interesante y efectivo para ayudarles a conectar con el Centro Cultural Mosaico Guatemala y sus valores.

4.7

Promedio de puntaje

¿Los *Reels*/TikToks del Centro Cultural Mosaico Guatemala captan tu atención desde el inicio?
El promedio de las puntuaciones es 4.8, lo que indica que los videos captan la atención de la audiencia desde el inicio de manera muy efectiva

4.80

¿ Los Reels/TikToks me motivan a interactuar (Dar me gusta, comentar, compartir, reaccionar)?
El resultado es 4.75. Esto indica que la gran mayoría de los encuestados se sienten motivados a interactuar con el contenido, esto refleja que los videos generan un alto nivel de *engagement* y cumplen su objetivo de incentivar la participación en las actividades del CCMG.

4.75

¿La paleta de colores utilizada en las publicaciones es atractiva para ti?
El resultado de la aceptación de la paleta de colores es de 4,40. Esto demuestra que es una buena selección de tonos para la campaña y para las redes sociales del CCMG.

4.40

¿ El diseño general de los materiales te invita a seguir el contenido del Centro Cultural Mosaico Guatemala?
Se obtuvo una puntuación de 4,5. representando la aceptación positiva al diseño en general de los materiales para la campaña publicitaria.

4,5

Comentarios de validación

"Me gusta el contenido, la paleta de colores es diferente a la que usualmente miremos en otras cuentas."

Diego Mencos

"Me parece un gran aporte a la imagen del Centro Cultural Mosaico, es un lugar donde siempre hay actividades o algo que hacer, pero actualmente no tiene el imparto en redes y el alcance por el potencial que tiene, sin duda está nueva imagen va a atraer a más personas y difundir las muchas actividades que organizan semanalmente :)."

Gilberto René González Domínguez

"Me encanta como se ve todo!"

Melanie Chinchilla

"La sobresaturacion de colores en momentos creo que es una sobreestimulacion algo fuerte en momentos,aunque se ven muy bonitos de igual manera"

Ximena Alejandra Cruz Gonzalez

"En mi opinión, me gusta todo, aunque revisaría un poco la paleta de colores, ya que a veces, por ser tan fuertes, algunos tonos destacan más que otros, quitando el protagonismo a lo que se quiera comunicar."

José Emanuel Medina Méndez

"buen trabajo!! ya quiero ver la nueva imagen en acción"

Isabella María Monterroso Maselli

"Creo que es cuestión de percepción pero a mí me gustan los colores más sobrios, entonces una paleta de colores más oscuros me hubiera gustado más, aunque probablemente no sea lo que prefiera la mayoría del publico general. También en las publicaciones se puede agregar algún video que genere intriga para enganchar más :)"

Jorge Castillo

¡Éxitos!

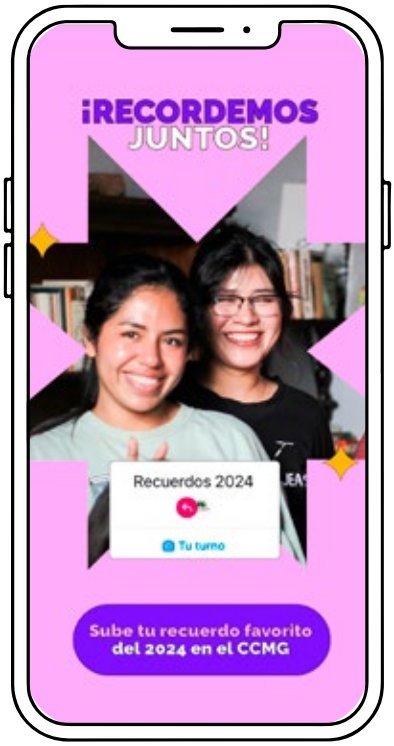
Devany Elizabeth Hernández Istupe

Se diseñaron propuestas en base a los resultados obtenidos con el grupo objetivo, es necesario hacer mejoras que los participantes recomendaron para obtener resultados óptimos.

Aplicación Efectiva de paleta de colores

Como resultado de las sugerencias del grupo objetivo, se concluyó que los participantes prefieren un mejor dominio del color en las redes del CCMG. Expresaron su deseo de mantener la misma paleta de colores, pero aplicándola de manera más armoniosa en diferentes materiales, en lugar de concentrar todos los colores en un solo diseño. Este enfoque no solo facilita la comprensión del mensaje, sino que también mejora la estética general de las piezas gráficas, creando una conexión más efectiva con la audiencia.

Antes



Después

Figura 35 - Previsualización historia
Creación propia.

Se mejoraron las propuestas de carruseles, priorizando las fotografías de las actividades y reduciendo la saturación de color según las sugerencias. Logrando una mejor composición y enfocado en el mensaje principal.

Antes

Después

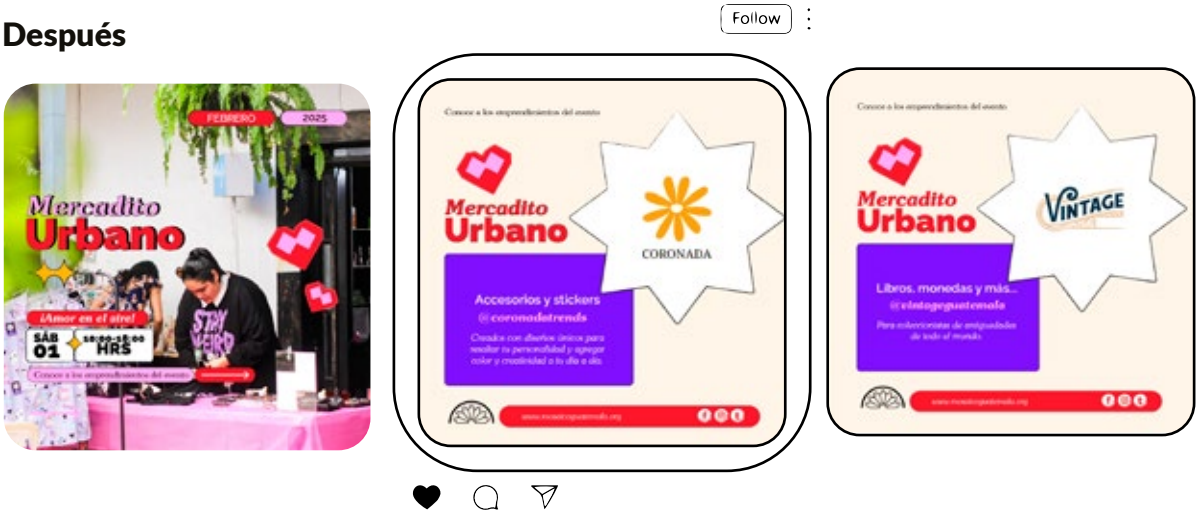
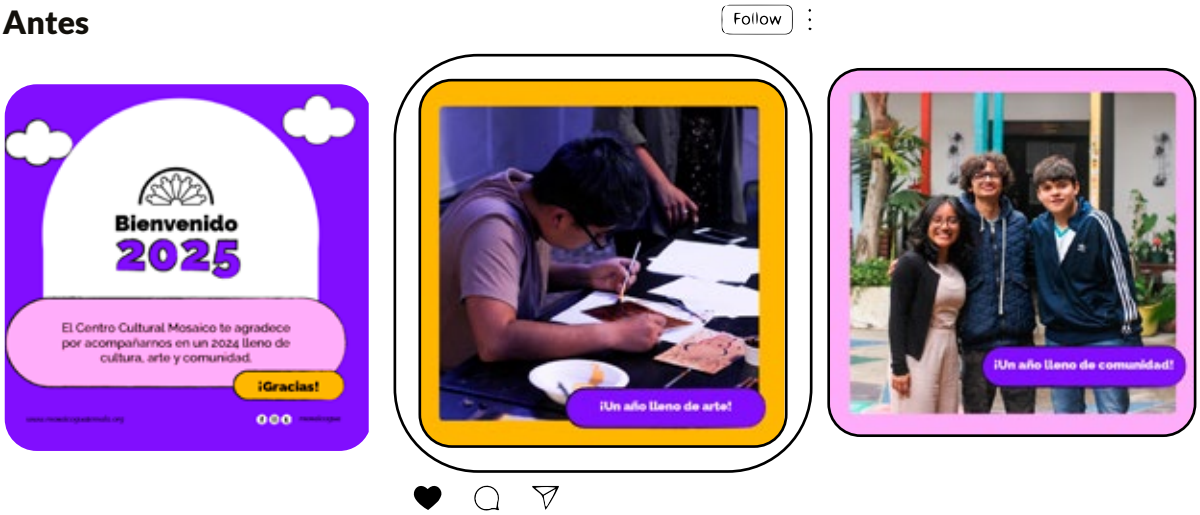


Figura 36 - Previsualización carrusel
Creación propia.

Antes



Después

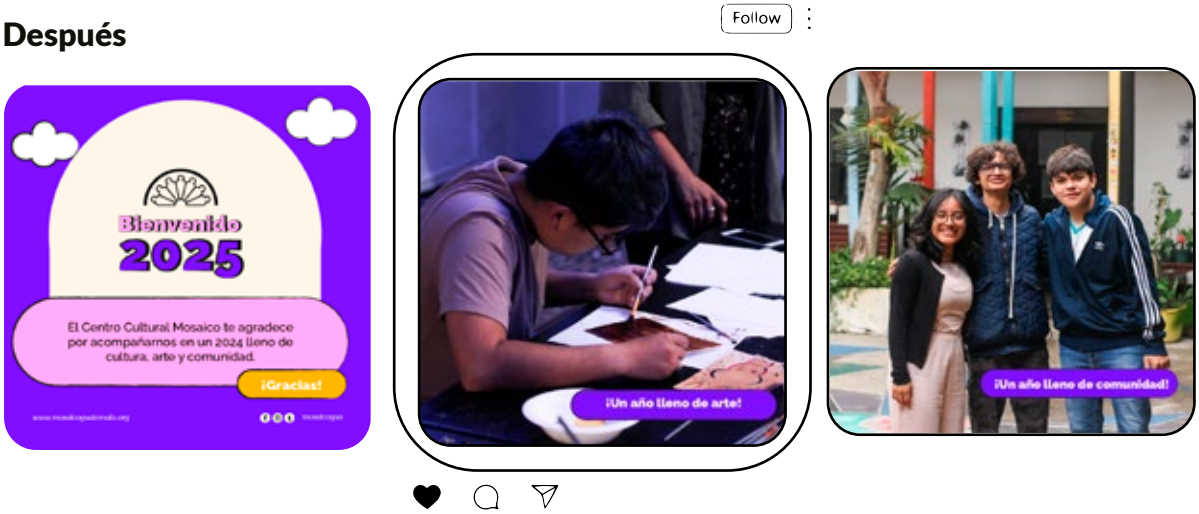


Figura 37 - Previsualización carrusel
Creación propia.

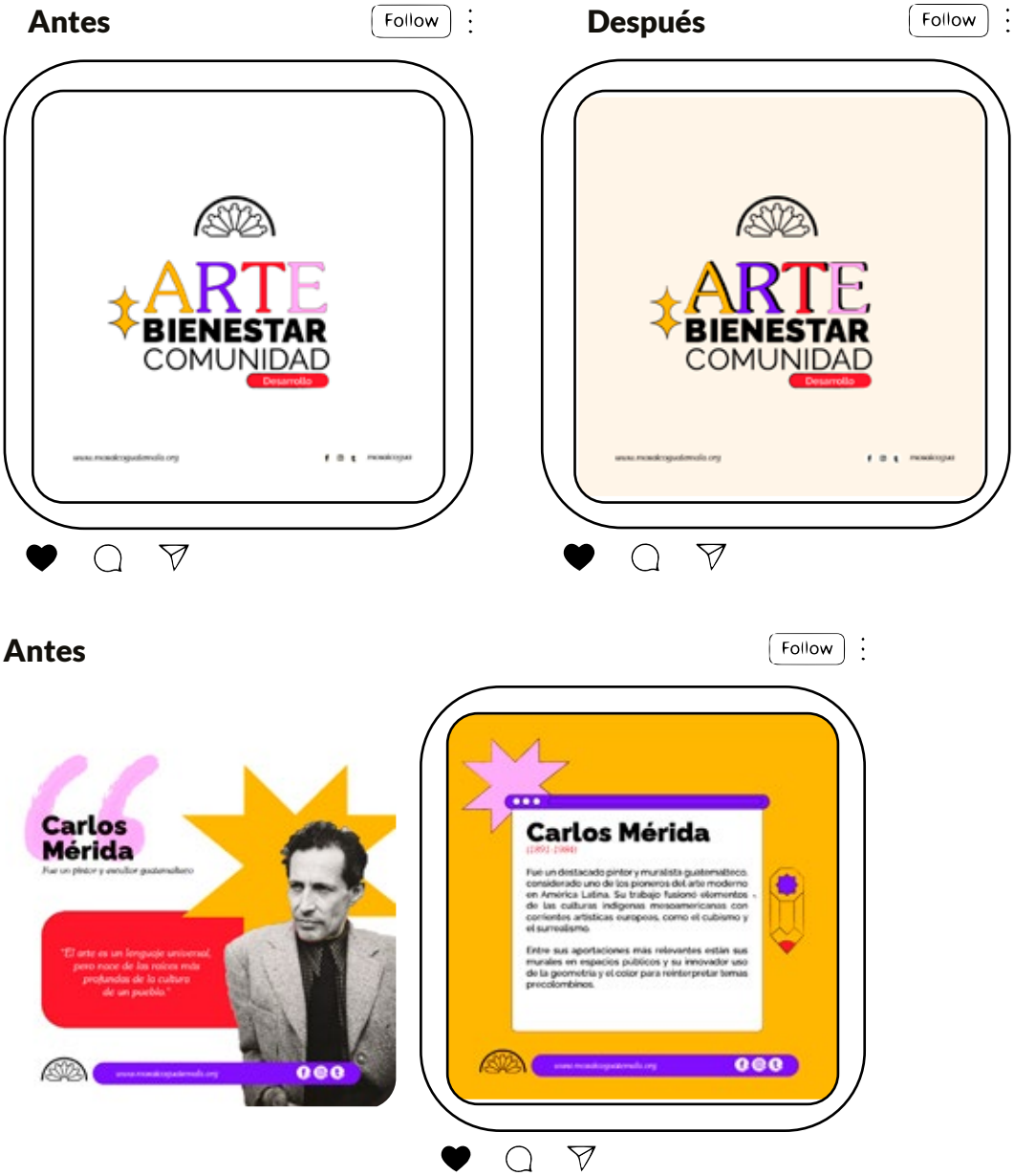


Figura 38- Previsualización carrusel
Creación propia.

Después

Antes

Después

Figura 39- Previsualización de historia y carrusel
Creación propia.

Antes

Después

Figura 40- Previsualización de carrusel dia mundial contra la depresión
Creación propia.

Nivel de previsualización 03

Descripción de validación

Se presentó una propuesta visual para publicaciones, historias y reels, la cual fue evaluada a través de una encuesta diseñada para validar su efectividad. Por medio de una presentación con key visual y *mock up* de dispositivos.

Muestra

Cantidad de personas evaluadas

Con el fin de garantizar la coherencia del proyecto, la validación se realizó en conjunto con la directora ejecutiva, Lyz Colocho, y la secretaria, Aracely.

Aspectos evaluados cliente

Descripción del proceso de validación

El proceso de validación consistió en la revisión y aprobación por parte de los clientes, quienes evaluaron tanto el diseño como la funcionalidad de la campaña. A través de su retroalimentación, se aseguraron de que los elementos visuales y estratégicos cumplieran con sus expectativas y objetivos.

Resultados de validación

Ingeniera Lyz Colocho

La ingeniera Lyz Colocho aprobó positivamente el proyecto de campaña publicitaria, expresando acuerdo y satisfacción con los resultados presentados. Destacó que los colores elegidos y el diseño de la información eran exactamente lo que el Centro Cultural Mosaico Guatemala necesitaba para transmitir su esencia y atraer al público objetivo. También elogió el uso de fotografías reales y videos, señalando que estos elementos visuales complementan efectivamente la identidad del centro y realzan su imagen cultural y artística.

Figura 40- Ingeniera Lyz Colocho
Fotografía propia

Secretaria Aracely Canté

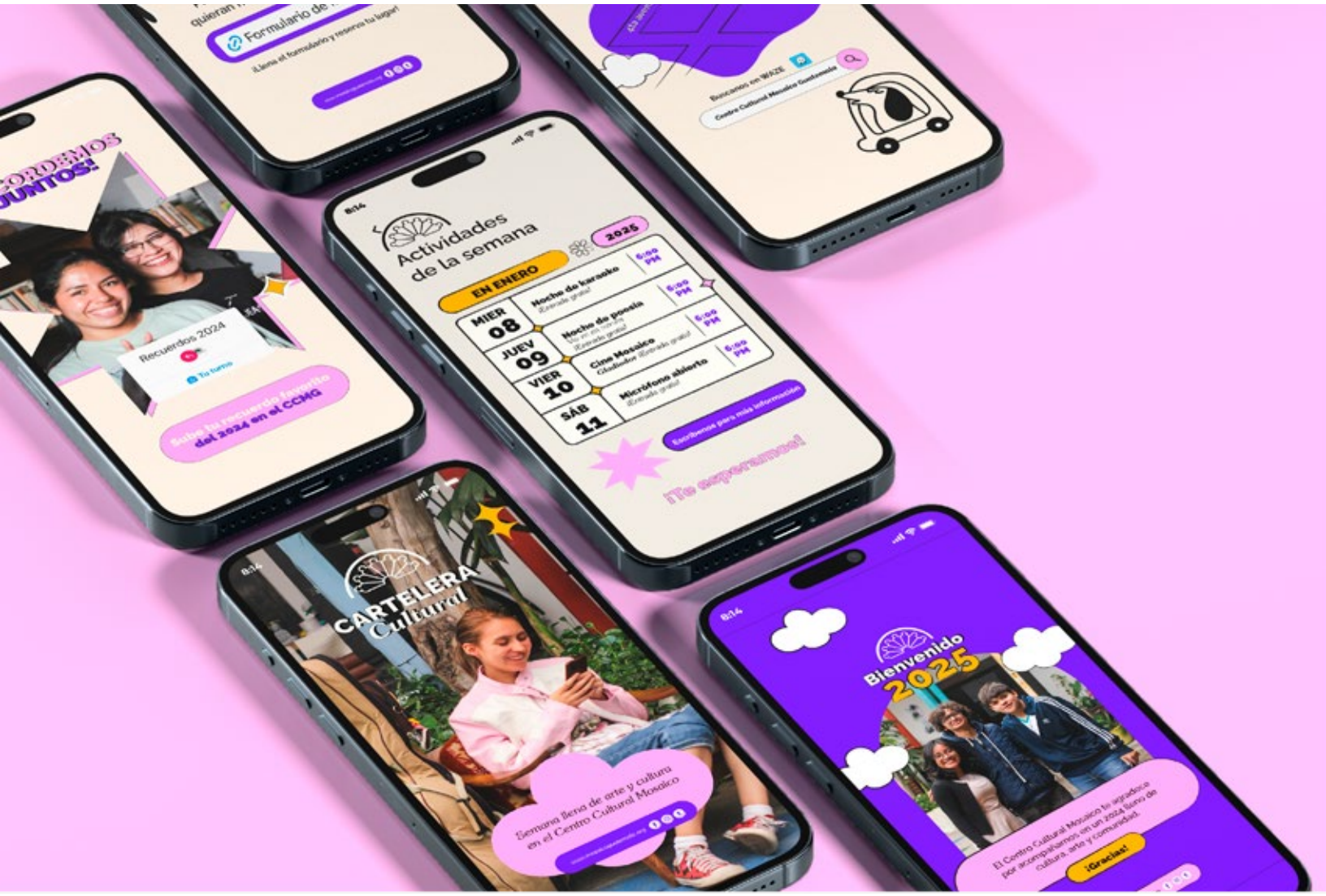
Ella expresó que la campaña será de gran ayuda para organizar mejor las actividades y que el uso de colores llamativos captará la atención del público. No se recibieron comentarios negativos ni se solicitaron cambios, lo que confirma que la propuesta cumplió con las expectativas planteadas para el Centro Cultural Mosaico Guatemala.

Figura 41 Secretaria Aracely Canté
Fotografía propia

@morales.iza

Conectando Esencias

CAMPAÑA PUBLICITARIA



FEBRERO
2025
Mercadito
Urbano
¡Amor en el aire!
SÁB
01
10:00-18:00
HRS
Conoce a los emprendimientos del evento

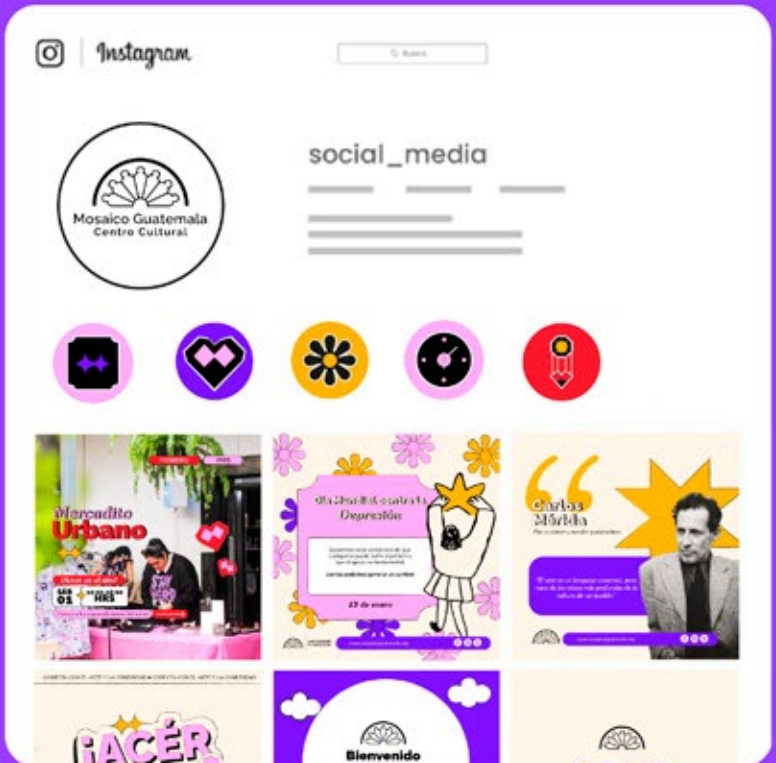
ARTE
BIENESTAR
COMUNIDAD
Desarrollo

¡Un año lleno de comunidad!

¿SABÍAS QUÉ?
El Centro Cultural Mosaico está ubicado en la histórica Casa Olivor, fue declarada Monumento Histórico y Patrimonio Cultural de la Nación en Guatemala.

Día Mundial contra la
Depresión
Queremos crear conciencia de que cualquiera puede sufrir depresión y que el apoyo es fundamental.
¡Juntos podemos generar un cambio!
13 de enero

3 consejos para prevenir la
depresión
Cuida tu higiene del sueño
Procura dormir entre 6 a 8 horas diarias
Comparte tiempo
Con amigos y familiares. No te aísles
Fortalece tu autoestima
Reconoce tus cualidades


Instagram
Mosaico Guatemala
Centro Cultural
social_media
Mercadito
Urbano
Día Mundial contra la
Depresión
Charlas
Móvil
Bienvenido

Propuesta gráfica final fundamentada

En este capitulo se presenta la versión definitiva del proyecto con base a un análisis sólido y justificado. Esta propuesta presenta todos los elementos visuales que serán utilizados en publicaciones, historias y videos cortos para la campaña publicitaria, el fundamento se basa en los resultados obtenidos en los diferentes niveles de validación.

Piezas gráfica I: Publicaciones

Descripción y fundamentación

La campaña publicitaria se compone principalmente de carruseles, ya que generan mayor engagement entre los usuarios y permiten ofrecer más información. Sin embargo, también se emplea el formato de publicación única para destacar frases de artistas guatemaltecos.

Piezas gráfica II: Historias

Descripción y fundamentación

Para reforzar la idea de que se trata de una iniciativa cultural alineada con el manual de marca, se han incorporado elementos característicos de la identidad visual. Además, se han implementado herramientas digitales como encuestas, cuentas regresivas y reacciones para captar la atención de los usuarios, haciendo las historias más interactivas. También se adaptaron las publicaciones para que la información sea recibida a través de historias, mejorando el alcance y la interacción con la audiencia.

Vista preliminar de la campaña publicitaria

En este capitulo se presenta una versión de cómo se verá y funcionará la campaña antes de su lanzamiento oficial. Esta vista incluye una presentación de los conceptos creativos, diseños estáticos y videos para reels y TikTok.
El objetivo es revisar y ajustar los elementos antes de la implementación final, permitiendo obtener una visión general para optimizar los resultados.

Instagram y Facebook
Enero 2025

Publicaciones de expectativa

Enero 2025

Historias de expectativa

Enero 2025

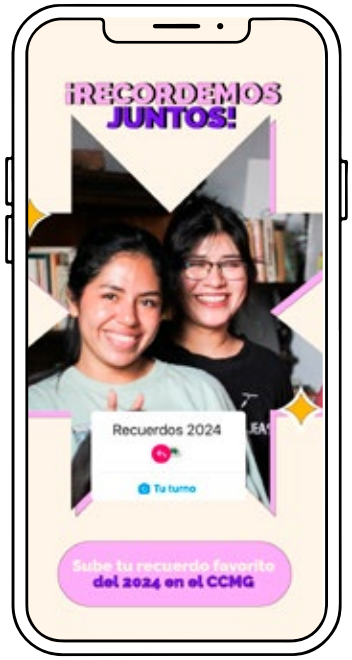
Publicaciones de lanzamiento

Enero 2025

Publicaciones de lanzamiento

Enero 2025

Historias de lanzamiento


¡RECORDEMOS JUNTOS!
Recuerdos 2024
Tu turno
Sube tu recuerdo favorito del 2024 en el CCMG

CARTELERA Cultural
Escríbenos para más información

Actividades de la semana
EN ENERO
2025
MIER 22
Noche de karaoke
JUEV 23
Noche de poesía
VIER 24
Cine Mosaico
SÁB 25
Micrófono abierto
Escríbenos para más información
¡Te esperamos!

CONVOCATORIA ABIERTA
MERCADITO URBANO
Sábado 01
Para emprendedores que quieran mostrar su creatividad
Formulario de marzo
¡Llena el formulario y reserva tu lugar!

FEBRERO
2025
Mercadito Urbano
¡Amor en el aire!
SÁB 01
10:00-18:00 HRS
Apoyemos a emprendedores

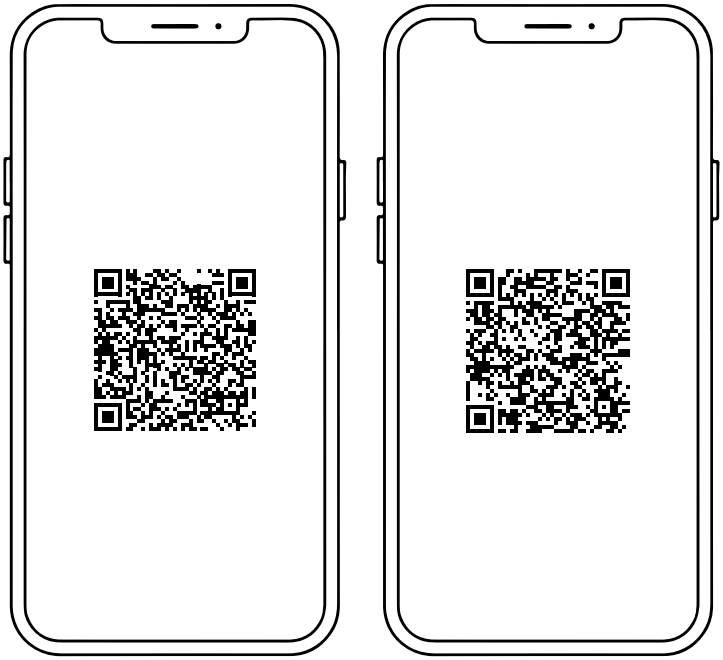
CARTELERA
Cultural
Del 27 en al 01 de feb
Escríbenos para más información

Actividades
de la semana
ENERO Y FEB
2025
MIER 29
Noche de karaoke
6:00 PM
JUEV 30
Noche de poesía
6:00 PM
VIER 31
Cine Mosaico
6:00 PM
SÁB 01
Micrófono abierto
6:00 PM
Escríbenos para más información
¡Te esperamos!

Mercadito
Urbano
MERCADITO FEBRERO
03:30:03

Enero 2025

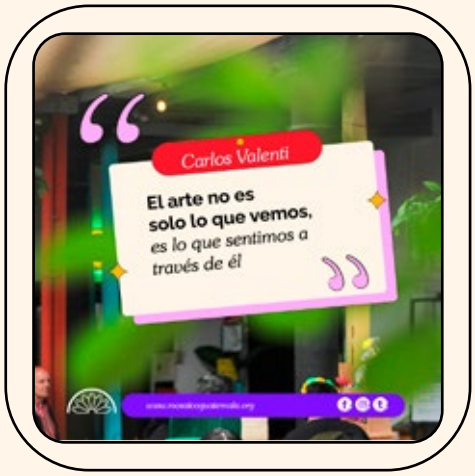
Videos cortos- Reels y TikToks

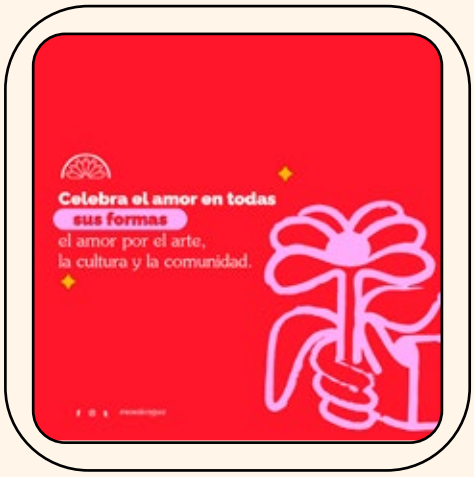


¿Qué es el CCMG? **Biblioteca**

Febrero 2025

Publicaciones de mantenimiento





Febrero 2025

Historias de mantenimiento

CARTELERA
Cultural
Escríbenos para más información

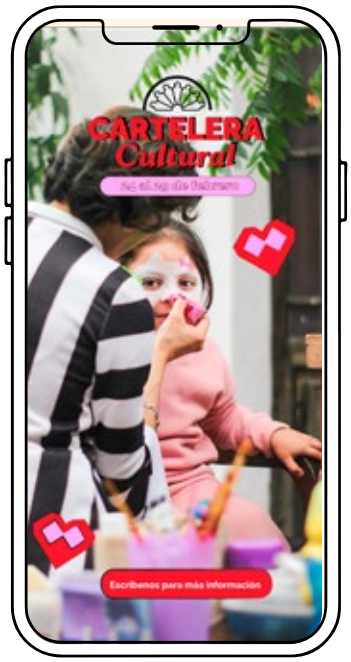
Actividades
de la semana
EN FEBRERO
2025
MIER 12
Noche de karaoke
6:00 PM
JUEV 13
Noche de poesía
6:00 PM
VIER 14
Cine Mosaico
La la Land
6:00 PM
SÁB 15
Micrófono abierto
6:00 PM
¡Te esperamos!
Escríbenos para más información

Celebra el amor en todas
sus formas
el amor por el arte,
la cultura y la comunidad.

CARTELERA
Cultural
17 al 22 de febrero

Actividades
de la semana
EN FEBRERO
2025
MIER 19
Noche de karaoke
6:00 PM
JUEV 20
Noche de poesía
6:00 PM
VIER 21
Cine Mosaico
6:00 PM
SÁB 22
Micrófono abierto
6:00 PM
¡Te esperamos!
Escríbenos para más información

CONVOCATORIA
ABIERTA
MERCADITO URBANO
Sábado
01
Para emprendedores que
quieran mostrar su creatividad
Formulario de marzo
¡Llena el formulario y reserva tu lugar!


CARTELERA
Cultural
Escríbenos para más información

Actividades
de la semana
EN FEBRERO
2025
MIER 26
Noche de karaoke
¡Entrada gratis!
6:00 PM
JUEV 27
Noche de poesía
¡Entrada gratis!
6:00 PM
VIER 28
Cine Mosaico
Dragon Ball Z
¡Entrada gratis!
6:00 PM
SÁB 29
Micrófono abierto
¡Entrada gratis!
6:00 PM
¡Te esperamos!
Escríbenos para más información

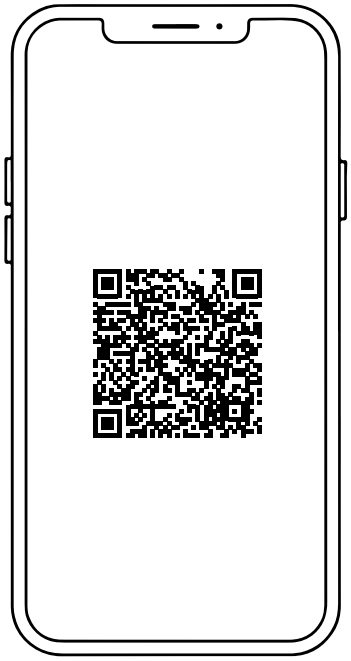
Día Nacional de
la Marimba
Hoy conmemoramos el sonido
que llena de orgullo el corazón

MARZO
Mercadito
Urbano
¡Regresa en Marzo!
SÁB 01
10:00-18:00 HRS
¡Te esperamos!

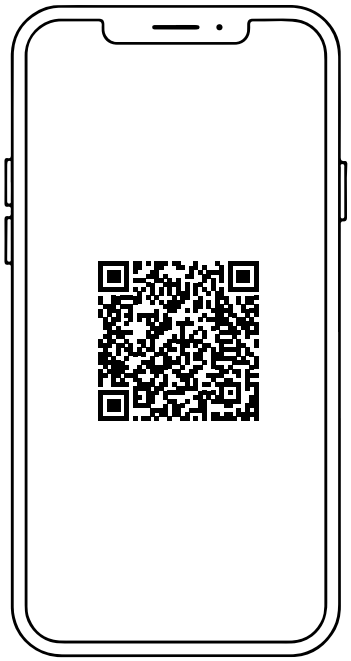
PREGUNTA DEL DÍA
¿Cuál es tu forma favorita de relajarte?
¡Vote!
Leer un libro
Salir con amigos
Ver una película
QUEREMOS CONOCERTE

Febrero 2025

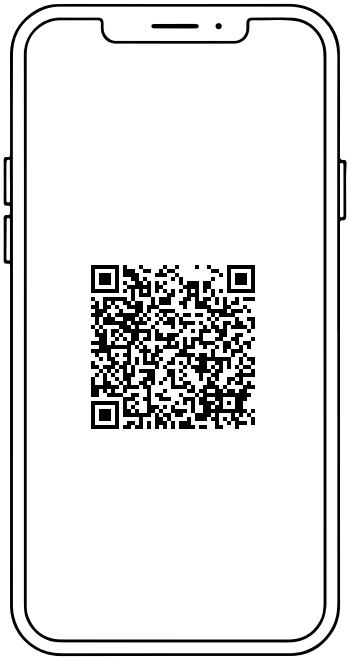
Videos cortos- Reels y TikToks



Recorrido en CCMG



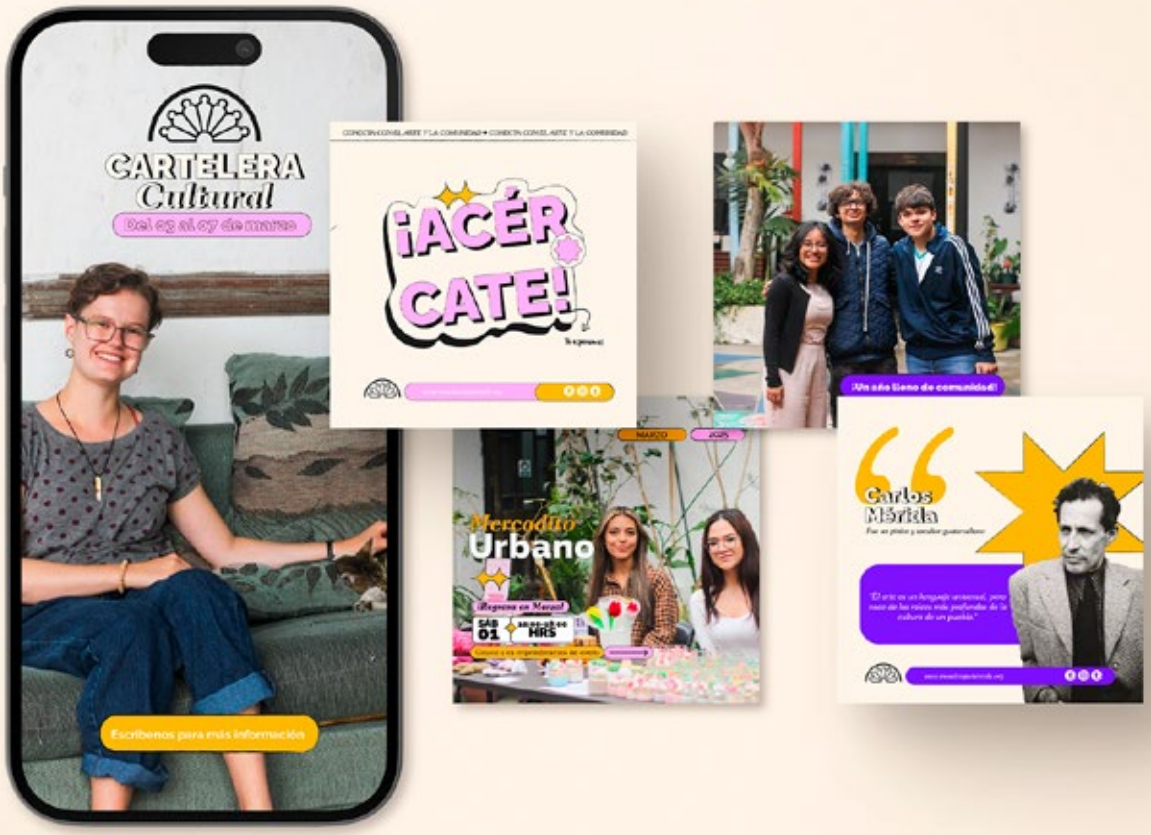
Felinos residentes



Casa Olíver

Marzo 2025

Publicaciones de mantenimiento


CARTELERA
Cultural
Del 03 al 07 de marzo
Escríbenos para más información
¡ACÉR
CATE!
¡Un año lleno de comunidad!
Mercadito
Urbano
Carlos
Mérida

Día Mundial contra la
Depresión
CONVOCATORIA
ABIERTA
MERCADITO
Sábado
01
Para emprendedores que
quieran mostrar su creatividad
Formulario de marca

Actividades
de la semana
2025
EN MAYO
MIER 30
Noche de karaoke
JUEV 01
Noche de poesía
VIER 02
Cine Mosaico
SÁB 03
Micrófono abierto
¡Te esperamos!
Bienvenido
2025
¡Gracias!
CARTELERA
Cultural
Semana lleno de arte y cultura en el Centro Cultural Mosaico

Celebra el amor en todas
sus formas
el amor por el arte,
la cultura y la comunidad.
Mercadito
Urbano
03:30:03
El arte no solo refleja el amor, sino que también lo transforma y lo eterniza
CARTELERA
Cultural

Marzo 2025

Historias de mantenimiento

CARTELERA
Cultural
Escríbanos para más información

Actividades
de la semana
EN MARZO
2025
MIER 19
Noche de karaoke
(Entrada gratis)
6:00 PM
JUEV 20
Noche de poesía
(Entrada gratis)
6:00 PM
VIER 21
Cine Mosaico
Volver al futuro
(Entrada gratis)
6:00 PM
SÁB 22
Micrófono abierto
(Entrada gratis)
6:00 PM
¡Te esperamos!

SUEÑO
Día internacional
del sueño

CARTELERA
Cultural
Escríbanos para más información

Actividades
de la semana
EN MARZO
2025
MIER 26
Noche de karaoke
(Entrada gratis)
6:00 PM
JUEV 27
Noche de poesía
(Entrada gratis)
6:00 PM
VIER 28
Cine Mosaico
Harry Potter
(Entrada gratis)
6:00 PM
SÁB 29
Micrófono abierto
(Entrada gratis)
6:00 PM
¡Te esperamos!

Día internacional
de la naración oral

CARTELERA
Cultural
Escríbenos para más información

Actividades
de la semana
EN ABRIL
2025
MIER 02
Noche de karaoke
(Entrada gratis)
6:00 PM
JUEV 03
Noche de poesía
Voces en ornada
(Entrada gratis)
6:00 PM
VIER 04
Cine Mosaico
Star Wars
(Entrada gratis)
6:00 PM
SÁB 05
Micrófono abierto
(Entrada gratis)
6:00 PM
Escríbenos para más información
¡Te esperamos!

Mercadito
Urbano
¡Nos vemos en abril!
SÁB 05
10:00-18:00 HRS
¡Te esperamos con sorpresas!

Marzo 2025

Videos cortos- Reels y TikToks

Día a Día en CCMG **Felinos residentes** **Como llegar**

Abril 2025

Publicaciones de mantenimiento

Abril 2025

Historias de mantenimiento

CARTELERA
Cultural
Escríbenos para más información

Actividades
de la semana
EN ABRIL
2025
MIER 16
Noche de karaoke
6:00 PM
JUEV 17
Noche de poesía
6:00 PM
VIER 18
Cine Mosaico
6:00 PM
SÁB 19
Micrófono abierto
6:00 PM
Escríbenos para más información
¡Te esperamos!

¿SABÍAS
QUÉ?

CARTELERA
Cultural
Escríbenos para más información

Actividades
de la semana
EN ABRIL
2025
MIER 23
Noche de karaoke
6:00 PM
JUEV 24
Noche de poesía
6:00 PM
VIER 25
Cine Mosaico
6:00 PM
SÁB 26
Micrófono abierto
6:00 PM
Escríbenos para más información
¡Te esperamos!

CONVOCATORIA
ABIERTA
MERCADITO URBANO
MAYO
Sábado
05
Para emprendedores que busquen
destacar sus creaciones
¡Llena el formulario y reserva tu lugar!

CARTELERA
Cultural
Escríbenos para más información

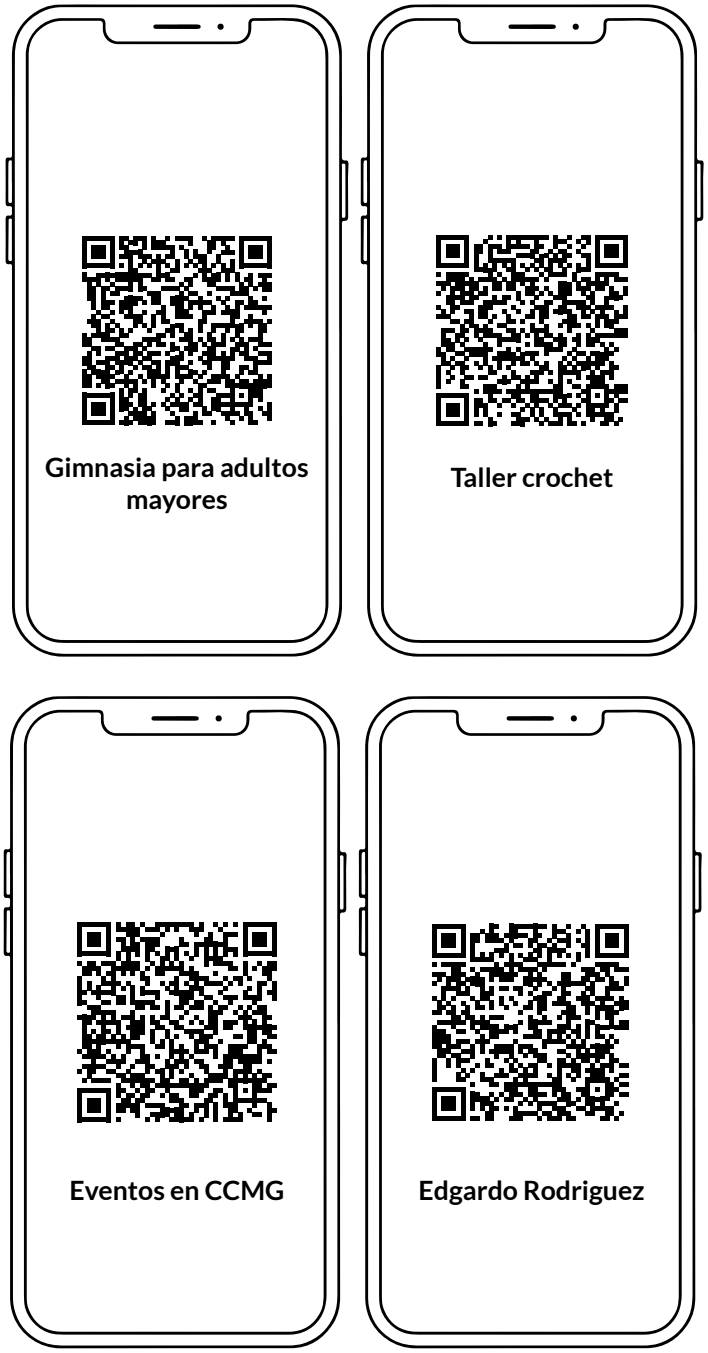
Actividades
de la semana
EN MAYO
2025
MIER 30
Noche de karaoke
(Entrada gratis)
6:00 PM
JUEV 01
Noche de poesía
Voces en versos
(Entrada gratis)
6:00 PM
VIER 02
Cine Mosaico
Mamma Mia!
(Entrada gratis)
6:00 PM
SÁB 03
Micrófono abierto
(Entrada gratis)
6:00 PM
¡Te esperamos!

MAYO
2025
Mercadito
Urbano
¡Nos vemos en mayo!
SÁB 05
10:00-18:00 HRS
¡Apoya a los emprendedores!

El arte no solo refleja **el amor**, sino que también lo **transforma y lo eterniza**.
– Guillermo Pineda

Abril 2025

Videos cortos- Reels y TikToks



TikTok

Enero 2025

¿Qué es el CCMG?

Biblioteca

Karaoke

Febrero 2025

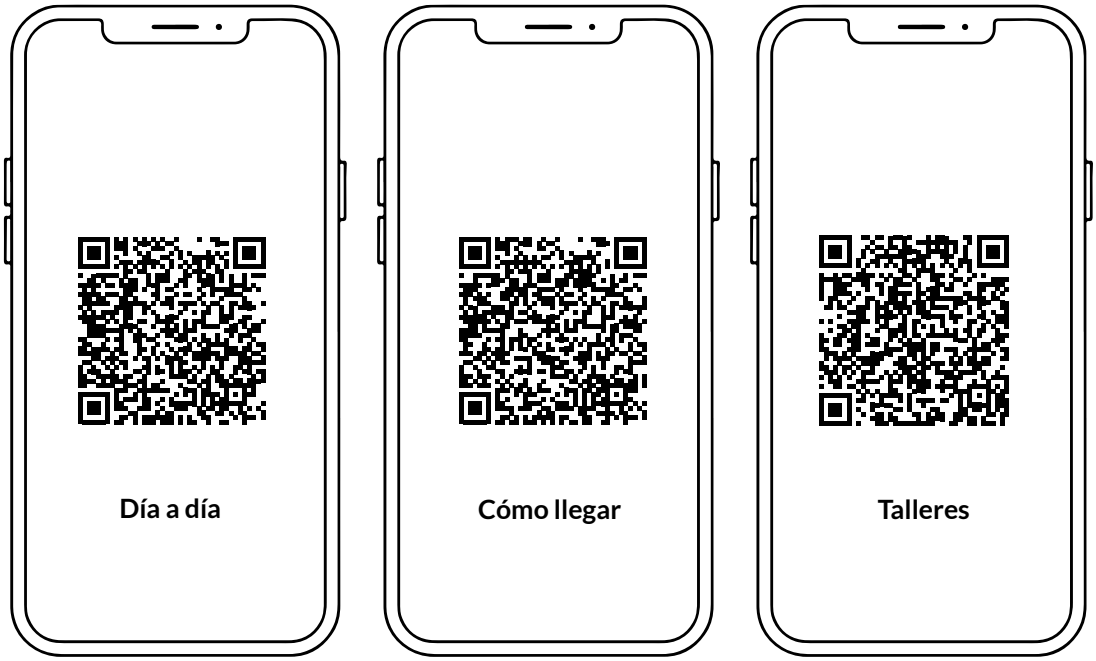
Recorrido CCMG

Felinos

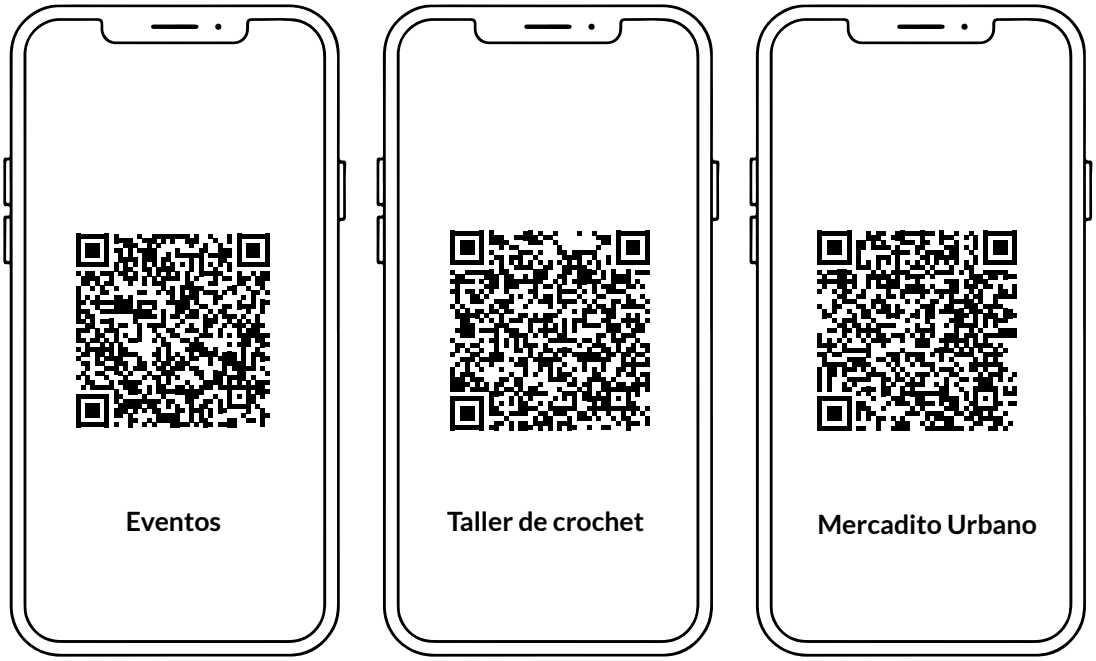
Casa Olíver

TikTok

Marzo 2025



Abril 2025



CARTELERA
Cultural
Del 19 al 25 de enero
Escríbenos para más información

Actividades
de la semana
EN ENERO
2025
MIER 22
Noche de karaoke
¡Entrada gratis!
6:00 PM
JUEV 23
Noche de poesía
¡Entrada gratis!
6:00 PM
VIER 24
Cine Mosaico
Titanic ¡Entrada gratis!
6:00 PM
SÁB 25
Micrófono abierto
¡Entrada gratis!
6:00 PM
Escríbenos para más información
¡Te esperamos!

¡RECORDEMOS
JUNTOS!
Recuerdos 2024
Tu turno
Sube tu recuerdo favorito
del 2024 en el CCMG

¡VISÍTANOS!
10 CALLE 4-19 ZONA 1
4ta avenida
10ma Calle
Buscanos en WAZE
Centro Cultural Mosaico Guatemala

mosaicogt
Carlos Valenti
El arte no es
solo lo que vemos,
es lo que sentimos a
través de él

mosaicogt
Celebra el amor en todas
sus formas
el amor por el arte,
la cultura y la comunidad.

mosaicogt
MARZO
2026
Mercodito
Urbano
¡Regresa en Marzo!
SÁB
01
HRS

CARTELERA
Cultural

Lineamientos para la puesta en práctica

Lineamientos para la puesta en práctica

Instrucciones de utilización

Estos son un conjunto de pautas y directrices diseñadas para asegurar la correcta implementación y ejecución de la campaña de enero a abril 2025. Estas instrucciones detallan cómo deben utilizarse los distintos materiales desarrollados.

Material publicitario

Publicaciones

Las publicaciones y carruseles están diseñadas para ser publicadas en plataformas digitales, principalmente para Instagram y Facebook con una medida de 2000 x 2000 px. Los archivos deben ser exportados en un formato JPG en alta calidad con un peso menor a 10 MB para poder ser publicado sin complicaciones.

Se recomienda hacer uso de la matriz de contenido con las fechas y horarios para garantizar mayor interacción de los usuarios, así como el uso del *copy out* para cada una de las publicaciones o carruseles. Es necesario que se haga uso de la programación del material por medio de la plataforma Business Suite, principalmente para fecha festivas o conmemorativas.

Historias

Los diseños de las historias y adaptaciones están realizadas en un tamaño de 1920 x 1080 px, garantizando la calidad de visualización de este material. Es fundamental que estas historias se programen siguiendo las fechas y horarios establecidos en la matriz de contenido, lo que garantiza que las actividades se publiquen de manera ordenada y coherente. Para mejorar la organización del perfil y evitar que el feed se vea saturado o desordenado, las actividades semanales se han trasladado a historias destacadas. Esto permite una navegación más fluida y enfocada para los usuario.

También se recomienda subir las publicaciones manuales que llevan alguna herramienta de interacción como son las encuestas.

Videos Cortos

Los videos están diseñados en formato vertical con una duración mínima de 20 segundos para ser publicados en Instagram o Tiktok con una medida de 1080 x 1920 píxeles. Se produjeron diversos videos que muestran las actividades, el espacio físico y la misión del Centro Cultural, con el objetivo de captar la atención de los usuarios. Al final de cada video, se añadió una animación del logotipo de la marca para reforzar la identidad visual y crear un identificador constante a lo largo de toda la campaña.

Proceso de Reproducción y publicación

Publicaciones

La publicación principal se realizará en las plataformas de Instagram y Facebook en formato JPG para asegurar una visualización óptima y coherente, exportados en colores RGB para evitar variaciones en los perfiles oficiales del CCMG.

Los archivos serán entregados en dos formatos. Primero, en archivos editables de Adobe Illustrator, organizados y empaquetados. Segundo, en carpetas accesibles en la plataforma de Canva, proporcionando una opción más amigable y accesible. Estos archivos se cargarán en la cuenta oficial de del centro, asociada al correo coordinacion@mosaicoguatemala.org.

Historias

Las historias se publicarán principalmente en Instagram y Facebook, buscando conectar con los usuarios en su formato preferido. Para asegurar la fidelidad de los colores, se exportarán en formato JPG y en perfil de color RGB.

Los archivos se entregarán en dos formatos: primero, como archivos editables empaquetados de Adobe Illustrator; y segundo, en carpetas organizadas en Canva, ofreciendo una alternativa accesible y fácil de gestionar. Estos archivos se cargarán en la cuenta oficial del centro, asociada al correo coordinacion@mosaicoguatemala.org.

Videos cortos

Los videos cortos, además de publicarse en Instagram, también pueden difundirse en TikTok. Para que resulten atractivos para el grupo objetivo, es esencial grabarlos desde diferentes ángulos y mostrar diversas actividades.
El material se entregará en una carpeta de Google Drive donde se le cedarán todos los permisos de propiedad al Centro Cultural Mosaico Guatemala.

Es importante seguir la matriz de contenido para aprovechar los días y horarios que generen mayor engagement. Además, los videos pueden compartirse a través de los canales y grupos de WhatsApp para invitar a los usuarios a participar en las actividades del CCMG. Se recomienda utilizar la herramienta CapCut para la edición de futuros videos, ya que es accesible desde el teléfono y ofrece múltiples funciones.

Historias destacadas

Las historias destacadas se diseñaron para organizar de manera efectiva las actividades semanales y proporcionar información esencial del Centro. Este material se entregará en formato editable de Adobe Illustrator, debidamente organizado y empaquetado, así como en formato PNG en una carpeta de Google Drive para facilitar su uso en Instagram

En particular, la historia de la cartelera cultural deberá actualizarse al menos una vez por semana, garantizando que los usuarios puedan acceder fácilmente a la programación semanal y validar las actividades disponibles.

Proceso de medición de resultados

El proceso de medición de resultados para la campaña publicitaria del Centro Cultural Mosaico Guatemala se debe basar en una combinación de métricas cuantitativas y cualitativas durante los cuatro meses de campaña. Entre las herramientas principales se deben utilizar las analíticas de las plataformas sociales, Instagram Facebook y Tiktok, para evaluar el alcance, el engagement, la tasa de interacción y el crecimiento de seguidores. Se debe monitorear el rendimiento de publicaciones, historias, reels y TikToks en función de las visualizaciones, clics, comentarios y compartidos. Además, se analizar los datos para identificar los mejores horarios de publicación y el contenido más efectivo, según la respuesta del público objetivo.

Paralelamente, se deben monitorear comentarios directos de los usuarios para obtener retroalimentación cualitativa, lo que permitirá medir el impacto emocional y la percepción general de la campaña. Esto ayudará a identificar áreas de mejora y ajustar futuras estrategias.

Para registrar y evaluar las visitas, el documento de memoria de visitantes servirá como una herramienta clave, ya que recopila datos sobre la afluencia y el perfil del público, permitiendo un análisis más preciso y facilitando la toma de decisiones informadas.

La combinación de estos enfoques permitirá obtener una visión integral del éxito de la campaña y garantizará que las acciones de comunicación estén alineadas con los objetivos del Centro Cultural Mosaico Guatemala.

Honorarios

Total de horas reales de producción gráfica

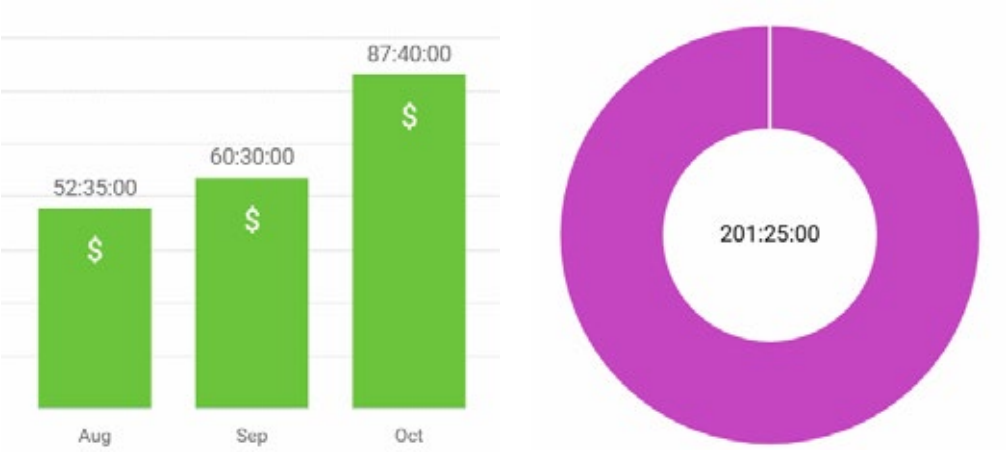


Figura 42- Captura de pantalla de reporte de horas totales proyecto A
Fuente: Clockify

Las horas acumuladas para la creación de la campaña publicitaria del CCMG sumaron un total de 201:25. Este tiempo se distribuyó entre las distintas fases del proyecto de graduación, según los registros obtenidos en la plataforma Clockify.

Costos e insumos del proyecto

A continuación, se presentan tablas detalladas que muestran los costos e insumos empleados a lo largo del desarrollo del proyecto. Estos datos fueron recopilados y actualizados en octubre de 2024, proporcionando un desglose completo de los recursos utilizados en cada fase del proceso.

Tabla 20 - Honorarios
Servicios básicos y costos de transporte

Servicios básicos				
Internet				
Últimos 3 meses	**Promedio de consumo mensual**	**Consumo por hora**	**Horas del proyecto**	**Consumo total**
Servicio de Claro de internet móvil	Q100.00	Q0.14	176,25	**Q24.68**
Teléfono				
Últimos 3 meses	**Promedio de consumo mensual**	**Consumo por hora**	**Horas del proyecto**	**Consumo total**
Servicio de Claro de internet móvil	Q150.00	Q0.21	176,25	**Q36.71**
Total Categoría				**Q61.40**

Costos de transporte		
Volkswagen Jetta Hybrid 2014		
Gasolina		
Últimos 3 meses	**Promedio de consumo mensual**	**Costo total**
Agosto Galón: Q33.60 *20 días	Q620	**Q1,860**
Septiembre Galón: Q29.39 *20 días		
Octubre Galón: Q30.35 *20 días		
Depreciación de vehículo		
Valor de la inversión	**Depreciación por hora**	**Costo total**
Q50,000.00	Q1.74 por hora x 2 horas diarias x 60 días	**Q208.8**
Parqueo		
Costo diario parqueo público	**Cantidad de días**	**Costo total**
Q35 por día	60 días	**Q2,100**
Total de categoría		**Q4,168.8**

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 21 - Honorarios
Depreciación de equipo

Depreciación de equipo				
Para calcular el valor del activo a la fecha se calculó un 33% por año de depreciación sobre el valor de inversión. Cabe destacar que los equipos enlistados tienen menos de un año de depreciación a la fecha de octubre 2024.				
Laptop Huawei Mate				
Valor de inversión	**Depreciación anual**	**Depreciación por hora**	**Horas del proyecto**	**Consumo total**
Q7,500.00	Q3,276.97	Q0.32	201.25	**Q64.40**
Celular Iphone 13				
Valor de inversión	**Depreciación anual**	**Depreciación por hora**	**Horas del proyecto**	**Consumo total**
Q6,500.00	Q2,917.85	Q0.34	201.25	**Q68.43**
Audifonos inalambricos AirPods Pro (2.ª generación)				
Valor de inversión	**Depreciación anual**	**Depreciación por hora**	**Horas del proyecto**	**Consumo total**
Q2,499.00	Q1,750	Q0.20	201.25	**Q40.25**
Disco duro externo 2TB				
Valor de inversión	**Depreciación anual**	**Depreciación por hora**	**Horas del proyecto**	**Consumo total**
Q714.00	Q499.8	Q0.10	201.25	**Q20.12**
Microfonos inalambricos de solapa USB steren				
Valor de inversión	**Depreciación anual**	**Depreciación por hora**	**Horas del proyecto**	**Consumo total**
Q 269.00	Q 269.00	Q0.03	201.25	**Q6.03**
Total categoría				**Q 199.24**

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 22 - Honorarios
Membresía de software y costos de librería

Membresía de software			
Creative Cloud			
Pago de membresía mensual	**Depreciación por hora**	**Horas del proyecto**	**Consumo total**
Q70.68	Q0.10	201.25	**Q20.13**
Total categoría			**Q20.13**

Costos de librería			
Material	**Cantidad**	**Precio**	**Total**
Lapicero negro de gel (Paquete de dos)	2	Q24.00	Q24.00
Lápiz de madera de marca Miniso (Paquete de 12)	2	Q24.00	Q4.00
Resaltadores stabilo (Paquete de 4)	4	Q60.00	Q60.00
Regla	1	Q5.00	Q5.00
Resma de hojas blancas (500 hojas)	1	Q52.00	Q52.00
Total categoría librería			**Q145.00**

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 24 - Honorarios
Servicios técnicos

Servicios Técnicos			
Diseño de material publicitario			
Piezas	**Número de materiales**	**Costo por unidad**	**Costo total**
Publicaciones (1 sola)	6	Q75.00	Q450.00
Carruseles	10	Q150.00	Q1500.00
Historias estáticas	59	Q50.00	Q2950.00
Videos cortos	11	Q200.00	Q2200.00
Narración de videos			
Descripción	**Costo por minutos**	**Minutos del proyecto**	**Costo total**
Narración para videos de campaña	Q90	5	Q450
Drone DJI			
Descripción	**Costo por día**	**Día del proyecto**	**Costo total**
Alquiler de drone	Q500	Q500	Q500
Total categoría librería			**Q8,050.00**

Servicios profesionales			
Etapas de elaboración	**Costo/hora**	**Tiempo**	**Costo total**
Proceso de investigación	Q154	28.15	Q 4,335.10
Bocetaje		9:40	Q1,447.6
Proceso creativo- Animación		130	Q20,020
Proceso de validación		19:20	Q 2,956.8
Preparación de piezas par		14.50	Q2,233
Total categoría			**Q30,992.5**

Fuente: Elaboración propia.

En Guatemala, el salario promedio para un diseñador gráfico varía según la experiencia. Para niveles de diseñadores con pensum cerrado los sueldos tienden a estar en un rango de Q10,000 mensuales. El promedio salarial es de Q10,000 al mes, Q500 al día y Q63 por hora.

Tabla 25 - Honorarios
Honorarios totales e IVA

Honorarios Totales	
Rubros	**Total**
Insumos	Q4,603.42
Servicios Técnicos	Q8,050.00
Servicios Profesionales	Q30,992.5
Total	**Q43,645.92**

IVA				
	Costo Proyecto	**Costo por mes de trabajo**	**Facturación Anual**	**Total**
Este proyecto entra en el régimen general de facturación por lo que se le aplicó el 12% de IVA.[1]	Q43,645.92	Q14,548.64	Q175,000.00	Q48,883.43
	IVA			
	Q5,237.51			
Total		**Q48,883.43**		

Fuente: Elaboración propia.

El costo total de este proyecto representa una contribución significativa a la sociedad guatemalteca a través del Centro Cultural Mosaico Guatemala. Esto se logra mediante el Ejercicio Profesional Supervisado y el proyecto de graduación del año 2024,

08

Capitulo

Síntesis del proceso

La síntesis del proceso de este proyecto ofrece un resumen detallado de las etapas clave, los avances logrados y los resultados obtenidos a lo largo de su ejecución. Abarca desde la definición de los objetivos iniciales y las metodologías empleadas, hasta los desafíos enfrentados y las soluciones implementadas.

Este análisis integral permite reflejar cómo se abordaron las distintas fases del proyecto, destacando los aprendizajes adquiridos y las recomendaciones para futuros esfuerzos y, finalmente, las recomendaciones para profesionales en el área de diseño gráfico, para la escuela de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala y para la institución a la que va dirigida este proyecto.

Lecciones aprendidas

Proceso de gestión del proyecto

Durante el desarrollo del proyecto, se aprendió la importancia de seguir un método organizado, coordinar bien los recursos y tiempos, y aplicar teorías que guíen las decisiones de diseño. Es fundamental mantener un orden claro, buscar fuentes físicas confiables y entender bien el problema para definir objetivos específicos. Este proceso ayudó a identificar qué aspectos influyen en el diseño, qué prácticas han sido efectivas, y cómo fortalecer futuros proyectos para lograr resultados que se alineen mejor con los objetivos de cada proyecto.

En cuanto a la planeación operativa, un cronograma bien estructurado permite coordinar las diferentes etapas del proyecto, asegurando que cada tarea se complete a tiempo y que todas las piezas del proyecto se integren de manera coherente.

Además, documentar cada etapa del proceso proporciona un valioso recurso para futuras referencias, permitiendo aprender de las experiencias pasadas y aplicar esos conocimientos en próximos proyectos.

La comunicación con la institución es parte fundamental para el éxito del proyecto. Mantener un canal de comunicación abierto permite asegurar que ambas partes tengan claridad sobre los objetivos, las expectativas y los avances. Además, facilita la resolución oportuna de dudas y la alineación en los procesos, evitando posibles malentendidos y retrasos. También, establecer una estructura bien delineada para evitar la asignación de tareas adicionales que no estaban contempladas en el plan original. La falta de definición temprana puede generar desvíos y recarga de trabajo, afectando los tiempos y la calidad de la ejecución. Por ello, es esencial acordar desde el principio los límites y responsabilidades del proyecto para garantizar que todos los recursos y esfuerzos estén alineados con los resultados esperados.

Producción del diseño gráfico

Durante el proceso de producción, se ha aprendido que una fase de preproducción bien planificada es fundamental para el éxito del proyecto. Por ejemplo: la elaboración de una matriz de contenido para una campaña publicitaria determina la elaboración de piezas clave con un mensaje definido.

A lo largo de la producción, se ha evidenciado que realizar revisiones y ajustes en etapas con tiempo del diseño es esencial para lograr un resultado final exitoso. La retroalimentación constante, tanto del cliente como de expertos permite identificar áreas de mejora y realizar cambios antes de llegar a las etapas finales, a lo largo de la producción, se ha evidenciado la necesidad de ser adaptable a los cambios que pueden surgir.

Se ha evidenciado que la usabilidad debe ser una prioridad en el diseño publicitario. Es fundamental considerar cómo interactuará los uaurios con el producto final, asegurando que sea y fácil de entender. También, se ha comprobado que el prototipado es una práctica invaluable que permite visualizar y probar ideas antes de la implementación final. Crear prototipos facilita la identificación de problemas potenciales y áreas de mejora, siempre contar por lo menos con tres propuestas.

Una buena gestión de archivos y recursos es crucial para mantener la organización y la eficiencia. Implementar un orden para nombrar, clasificar y almacenar archivos facilita el acceso rápido a los recursos necesarios, minimizando el tiempo perdido en la búsqueda de documentos para el proyecto.

Conclusiones

Objetivo General (Impacto social)

Maximizar el impacto del Centro Cultural Mosaico Guatemala (CCMG) de la Fundación Luis Colocho mediante una campaña publicitaria integral y estrategias en redes sociales, enfocadas en la promoción de sus actividades relacionadas con la salud mental, la prevención del suicidio, la estimulación temprana emocional, y el fomento del arte y la cultura. Se busca aumentar la visibilidad y el alcance del CCMG, incentivar la participación y asistencia a sus eventos, mejorar la percepción pública sobre la importancia de estas actividades, y documentar casos de éxito y colaboración en la comunidad.

Objetivo comunicación visual

Facilitar la difusión y promoción de las actividades del Centro Cultural Mosaico Guatemala ofrecidas por la Fundación Luis Colocho, destinadas al bienestar de la sociedad guatemalteca, mediante el diseño de materiales que permitan a la audiencia conocer la institución y su centro cultural de manera clara, ordenada y atractiva.

A través de este proyecto, se ha logrado que las estrategias en redes sociales y la campaña publicitaria permita no solo en un 42.4% la visibilidad y un mayor interés asistencia a los eventos del CCMG, si no también la percepción pública de la importancia de estas iniciativas, posicionando al centro como un espacio confiable en el ámbito cultural y de bienestar a partir del 2025.

Este proyecto ha construido bases sólidas para el crecimiento continuo del CCMG, facilitando su conexión con los seguidores y nuevos usuarios, fortaleciendo su impacto positivo en Guatemala.
La implementación de este proyecto permitió crear contenido que conectará con el público objetivo, como un recurso valioso para el bienestar emocional y el desarrollo integral de sus visitantes y participantes. En definitiva, el proyecto ha puesto en marcha una dinámica de cambio, influencia y concientización que perdurará a largo plazo, extendiendo los beneficios culturales y de salud mental a la comunidad guatemalteca.

La campaña publicitaria para el Centro Cultural Mosaico Guatemala está proyectada a ser un éxito, ya que se realizaron pruebas previas que validaron la efectividad de los materiales visuales diseñados. Estas pruebas confirmaron que los diseños son claros, organizados y atractivos, logrando captar la atención del público y comunicar de manera efectiva la esencia y los valores del CCMG.

Los resultados obtenidos durante las evaluaciones indican que los materiales no solo cumplen con su función informativa, sino que también inspiran a la comunidad a participar activamente en las actividades culturales, educativas y de salud que ofrece el centro.

Objetivo de diseño

Desarrollar una campaña publicitaria moderna y efectiva para el Centro Cultural Mosaico Guatemala, dirigida a la sociedad guatemalteca a través de redes sociales, con el fin de comunicar de manera clara sus actividades y servicios. La campaña deberá optimizar el impacto visual y comunicativo utilizando elementos clave como logotipo, colores institucionales y tipografías. Es esencial definir objetivos precisos, entender al público objetivo y crear un mensaje atractivo. Además, se debe seleccionar las plataformas de redes sociales más adecuadas, establecer un plan de medición para evaluar el desempeño. La campaña debe destacar por su creatividad e innovación, manteniendo una coherencia en todos los aspectos.

El análisis del público objetivo permitió adaptar el mensaje de forma que resultará relevante y atractivo, desde la paleta de color que fue adaptada para una mejor aceptación del público objetivo por medio de una auditoria de marca hasta la toma de fotografías y videos reales del CCMG que han aportado coherencia en la identidad de la campaña, logrando presencia visual distintiva y reconocible. Utilizar plataformas fuertes para los usuarios logrará impactar a más personas, ya que la utilización de materiales cortos y directos es de gran impacto en la actualidad para los jóvenes

Esta campaña no solo ha logrado fortalecer la identidad visual y la conexión entre el CCMG y su audiencia en redes sociales, sino que también ha consolidado un modelo replicable de comunicación moderna y efectiva para el centro. Gracias a esta nueva estructura, estará mejor posicionado para seguir promoviendo su labor en Guatemala y profundizar su impacto en la sociedad guatemalteca

Este proyecto para el Centro Cultural Mosaico Guatemala (CCMG) ha sido fundamental para fortalecer su misión de acercar el arte, la cultura y el bienestar a la sociedad guatemalteca, especialmente a los jóvenes. A través de la campaña publicitaria para los primeros cuatro meses del año 2025 se incrementará la visibilidad, alcanzando un público amplio y motivando su participación en sus actividades.
La creación de una identidad cherente y atractiva en redes sociales ha proporcionado a la campaña una presencia como un espacio accesible y relevante para distintos sectores de la comunidad.Esta identidad, combinada con mensajes claros y empáticos, ha captado el interés del público objetivo, conectando con las necesidades y expectativas de la audiencia y destacando la importancia de la labor del CCMG.

Recomendaciones

A la institución

Se recomienda a la institución que, desde el comienzo de las prácticas, se establezca una comunicación clara y constante entre el equipo y el epesista. Es fundamental que se definan desde el inicio los tiempos internos y se asignen correctamente los proyectos al epesista. Esto garantizará que el epesista comprenda plenamente sus responsabilidades y pueda planificar su trabajo de manera eficiente, contribuyendo al logro de los objetivos institucionales.

Para garantizar un buen proceso del proyecto, se recomienda asignar como jefe inmediato a una persona comprometida, dispuesta a brindar apoyo y tiempo en cada etapa. Esta persona debe mostrar actitud de apertura y cooperación hacia el epesista, facilitando un ambiente de trabajo de aprendizaje y un buen ambiente. No solo beneficia al proyecto, sino que también enriquece la experiencia dentro de la institución.

Dado el tiempo limitado para la elaboración de proyectos, es importante evitar asignar altas demandas de tareas adicionales al epesista más allá de las horas estipuladas. Se recomienda establecer desde el inicio los proyectos (A, B Y C), asegurando las actividades dentro de las 500 horas de práctica. Esto permitirá que los objetivos del proyecto se cumplan y obteniendo una experiencia significativa sin sobrecargas que puedan afectar las entregas de los resultados.

Es fundamental que la institución promueva una comunicación interna clara y efectiva para el desarrollo exitoso del proyecto. Una comunicación fluida entre el equipo, el supervisor y el episista permite alinear objetivos, resolver dudas rápidamente y coordinar esfuerzos, lo cual es esencial para cumplir con el proyecto en el tiempo estipulado. También, proporcionar al estudiante en prácticas los recursos básicos necesarios para el desarrollo exitoso de sus actividades, sin limitaciones en el acceso a herramientas esenciales como electricidad, internet y otros insumos. La falta de estos recursos puede impactar negativamente en la productividad y en la calidad del trabajo, además de crear una experiencia desfavorable para el estudiante.

A futuros estudiantes de Proyecto de Graduación

Se recomienda a futuros estudiantes que realicen su proyecto de graduación que se involucren de manera activa en la institución, asegurando su presencia constante. Es indispensable convivir con el grupo objetivo para comprender a fondo sus necesidades y expectativas. Este acercamiento permitirá diseñar estrategias más efectivas y alineadas con la realidad de la institución, asegurando que los resultados del proyecto sean relevantes y tengan un impacto positivo.

Se debe mantener una organización eficiente. Esto incluye planificar las etapas del proyecto, definir metas específicas y establecer plazos realistas para cada tarea. Ser autocrítico ayuda a reconocer errores, aprender de ellos y, en última instancia, elevar el nivel de calidad en los resultados.

Ser autodidacta y autocrítico es fundamental para alcanzar resultados de calidad y fomentar el desarrollo del proyecto. La capacidad de resolver inconvenientes de manera independiente y hacer uso de la autocrítica permite evaluar el propio desempeño con objetividad, identificar áreas de mejora y ajustar estrategias de trabajo según sea necesario durante el desarrollo.

Es recomendable que los estudiantes en prácticas hagan un uso eficiente del tiempo asignado, organizando bien sus tareas para evitar tener que trabajar fuera del horario establecido por la universidad. Administrar el tiempo cuidadosamente les permitirá cumplir con los objetivos del proyecto dentro de los límites recomendados, asegurando un balance saludable entre las prácticas y otras responsabilidades académicas o personales. Además, mantener una comunicación constante y abierta con el licenciado asignado es clave para recibir orientación y resolver dudas a tiempo, lo que contribuye a un proceso más fluido y productivo.

Al gremio de diseño gráfico

Para el gremio de diseñadores gráficos, se recomienda investigar proyectos similares tanto a nivel nacional como internacional, analizando cómo han sido abordados y resueltos en otras experiencias de profesionales. Utilizar plataformas de inspiración como Behance o Pinterest, permitiendo explorar diferentes estilos y soluciones creativas. Esta práctica no solo amplía la perspectiva visual y técnica, sino que también fomenta la innovación al adaptar ideas efectivas a las necesidades específicas de cada proyecto según las tendencias internacionales. La búsqueda de inspiración en estas plataformas puede convertirse en una herramienta invaluable para enriquecer la creatividad y aportar un valor diferencial en el diseño final.

Se recomienda al gremio de diseñadores gráficos llevar a cabo una serie de encuestas y utilizar diferentes herramientas de investigación para obtener datos más exactos y completos. Este enfoque facilita una comprensión más precisa de las necesidades y preferencias del público objetivo, lo que contribuye a la creación de soluciones de diseño más efectivas y alineadas con las expectativas del cliente.

Para cualquier proyecto de diseño es necesario que comunique un mensaje claro a través de sus elementos visuales. Es importante que cada pieza de diseño refleje una narrativa que refuerce el mensaje, permitiendo que el grupo objetivo conecte con la marca. También implementar revisiones periódicas durante el proceso de diseño y recibir retroalimentación tanto de la institución como de otros profesionales del diseño, permitiendo ajustar detalles y mejorar la calidad visual.

Fuentes consultadas

Asociación Psiquiatrica de Guatemala «Apoyo Social», accedido 23 de abril de 2024, http://asociacionpsiquiatricadeguatemala.org/servicios-2/.

Auspicios «A4115.pdf», accedido 27 de agosto de 2024, https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/encuentro2007/02_auspicios_publicaciones/actas_diseno/articulos_pdf/A4115.pdf.

Bucler, Caroline et al., El libro del arte, Georgina Palffy y Sam Atkinson (Gran Bretaña: Penguin Random House, 2016).

Bucler, Caroline et al., El libro del arte, Georgina Palffy y Sam Atkinson (Gran Bretaña: Penguin Random House, 2016).

Chulvi, Vicente y Mulet, Elena, «Influencia de perfiles de personalidad lógicos y no estructurados en la elaboración de diseños creativos», Anales de Psicología 31, n.o 3 (2015): 1062-68.

Codeglia, Ana, «¿Qué es la planificación operativa y cómo hacerla bien?», Blog del E-commerce, 29 de mayo de 2024, https://www.tiendanube.com/blog/planificacion-operativa/. https://www.tiendanube.com/blog/planificacion-operativa/Codeglia.

Culhane, Dylan, «10 tendencias de diseño gráfico para redes sociales en 2024», GoDaddy Resources - Spain, 1 de febrero de 2024, https://www.godaddy.com/resources/es/crearweb/tendencias-diseno-redes-sociales.

Fundación Amigos del Arte - FUNDADELA - Guatemala, «fundadela», fundadela, fundadela (blog), 2024, https://fundadela.org/.

Fundación Paiz, «Fundación Paiz», 2020, https://fundacionpaiz.org.gt/acerca-de-nosotros/.

Gamonal Arroyo, Roberto,«Del Boceto Al Diseño. La Materialización Del Discurso Visual En El Diseño Gráfico», Vivat Academia, n.o 119 (2012): 42-57.

Gamonal Arroyo, Roberto, «Del Boceto Al Diseño. La Materialización Del Discurso Visual En El Diseño Gráfico», Vivat Academia, n.o 119 (2012): 42-57.

Herrera Dighero, Saúl et al., «INTEGRACIÓN DE LA CORTE DE CONSTITUCIONALIDAD», s. f.

Isin Vilema, Manuel David, Vimos Ramírez Gabriela Fernanda, y Rodríguez Galán Andrés Leandro, «La Importancia Del Código Tipográfico En El Diseño De Los Periódicos: La Prensa Y Los Andes, De La Ciudad De Riobamba», Revista Chakiñan de Ciencias Sociales y Humanidades, n.o 6 (diciembre de 2018): 46-66.

Linkedin «¿Qué hace que una campaña publicitaria tenga éxito y cuál es el papel de una agencia de publicidad en todo esto?», accedido 24 de agosto de 2024, https://es.linkedin.com/pulse/qu%C3%A9-hace-que-una-campa%C3%B1a-publicitaria-tenga-%C3%A9xito-y-cu%C3%A1l-guerrero.

Llorente-Barroso Carmen, García-García Francisco, y Soria-Jiménez Virginia, «Análisis Comparativo De La Simbología Cromática En Publicidad. Nike En China Y España», Vivat Academia, n.o 142 (2018): 51-77.

Mosaico Guatemala, «Centro Cultural», accedido 02 de marzo de 2024, https://www.mosaicoguatemala.org/centrocultural.

Organización Mundial de la Salud, «Salud mental: fortalecer nuestra respuesta», acceso el 23 de abril de 2024, https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/mental-health-strengthening-our-response.

Quiroga Montenegro, Nicolás, «¿Qué es Marketing TTL y qué diferencias tiene con los medios ATL y BTL?», Dosis Agency, 20 de abril de 2023, https://dosisagency.com/que-es-el-marketing-ttl-y-que-diferencias-tiene-con-los-medios-atl-y-btl/.

Recio, Sonia, «El arte y la cultura benefician seriamente la salud», El País, 16 de mayo de 2024, https://elpais.com/cultura/branded/cultura-con-impacto/2024-05-16/el-arte-y-la-cultura-benefician-seriamente-la-salud.html.

Reyna Gonzalez, Julissa Elizabeth y Sánchez García, Jimmy Fernando, «El Insight del Cliente y la Satisfacción en el servicio», UCV-HACER. Revista de Investigación y Cultura 8, n.o 1 (2019): 85-92.

Riso, Walter, Pensar bien, sentirse bien, Adriana Delgado E. (Norma S.A., 2008).

Sátiro, Angélica, Creatividad social, la creatividad como motor de desarrollo (Antigua Guatemala: EFCI, 2007).

Sátiro, Angélica, Creatividad social, la creatividad como motor de desarrollo (Antigua Guatemala: EFCI, 2007).

Sátiro, Angélica, Creatividad social, la creatividad como motor de desarrollo (Antigua Guatemala: EFCI, 2007).

Sátiro.

Sheen Moreno, María José y Arbaiza, Francisco, «El uso de la identidad cultural en los anuncios publicitarios para afianzar la relación consumidor-marca. Campaña “Tenemos Barrio, Tenemos Mundial” de cerveza Cristal.», Revista de Comunicación 19, n.o 2 (fe-

brero de 2020): 285-301.

Pixartprints Blog, «El uso de retículas en los diseños de impresión | Pixartprinting», Pixartprints Blog, accedido 17 de abril de 2024, https://www.pixartprinting.es/blog/reticulas/.

UNICEF, «La salud mental en Guatemala: Un grito de ayuda que no podemos ignorar», acceso el 5 de marzol de 2024, https://www.unicef.org/guatemala/comunicados-prensa/la-salud-mental-en-guatemala-un-grito-de-ayuda-que-no-podemos-ignorar.

Zambrano Macias, Javier Ignacio, «Impacto de campañas publicitarias en redes»

Zambrano Macias, Javier Ignacio, «Impacto de campañas publicitarias en redes sociales», Revista de Investigación en Ciencias de la Administración ENFOQUES 6, n.o 24 (2022): 381-90.

Zambrano Macias, Javier Ignacio, «Impacto de campañas publicitarias en redes sociales», Revista de Investigación en Ciencias de la Administración ENFOQUES 6, n.o 24 (2022): 381-90.

Zambrano Macias, Javier Ignacio, «Impacto de campañas publicitarias en redes sociales», Revista de Investigación en Ciencias de la Administración ENFOQUES 6, n.o 24 (2022): 381-90.

Glosario

Auditoría de marca.
Proceso de evaluación y análisis exhaustivo de los elementos de una marca, incluyendo su identidad visual, percepción del público, y efectividad en el mercado.

Connotación.
Es el "doble sentido" o sentido figurado que se le atribuye a las palabras según el contexto.

Denotación.
Es el significado universal de una palabra que tiene para todos los conocedores de una lengua, sin discrepancias, fuera de cualquier contexto.

Engagement.
Nivel de interacción y compromiso que una marca o contenido genera en su audiencia.

Estigma.
Marca o señal que se atribuye a una persona o grupo debido a su asociación con alguna característica o condición, a menudo negativa.

Formatos.
Tipos o estilos de presentación de contenido que pueden variar en tamaño, dimensiones o plataforma.

Identidad gráfica.
Conjunto de elementos visuales que representan y diferencian a una marca, incluyendo logotipos, colores, tipografías y otros elementos gráficos.

Insight.
Término de psicología que significa "visión interna" o "percepción". Es la comprensión profunda que permite al sujeto captar una verdad o concepto revelador.

Jerarquía visual.
Organización de los elementos en una composición para dirigir la atención del espectador según su importancia o relevancia.

Key visual.
Elemento visual clave que representa y se usa consistentemente para identificar una campaña o marca en todos sus materiales.

Manual de marca. Documento que recoge las directrices y normas de uso de la identidad visual de una marca.

Matrices de contenido.
Herramienta de planificación que organiza tipos de contenido, temas y objetivos para asegurar consistencia y efectividad en la comunicación de una marca.

Mock up.
Representación visual o maqueta de cómo se verá un diseño final en un contexto real o sobre un objeto físico.

Paleta de colores.
Selección de colores predeterminados utilizados en el diseño para mantener consistencia en la identidad visual de una marca.

Retícula.
Estructura compuesta de líneas verticales y horizontales que ayuda a ordenar coherentemente los elementos de una composición, como títulos y textos.

Salud mental.
Estado de bienestar emocional, psicológico y social de una persona que afecta su pensamiento, comportamiento y relaciones.

Socioeconómico.
Relativo a la interacción entre factores sociales y económicos que caracterizan a una población o grupo.

Suicidio.
Acto de quitarse intencionadamente la propia vida.

Tendencia.
Propensión o inclinación de personas o cosas hacia determinados fines o comportamientos.

Validación.
Proceso de establecer evidencia documentada para asegurar que un proceso específico produce consistentemente un producto que cumple con especificaciones y estándares de calidad predeterminados.

Anexos

ANEXO 01
Mapa de empatía

¿Qué piensa y siente?
Se identifica con la misión y los valores del Centro Cultural. Ve al centro como un espacio donde puede expresarse libremente, aprender, compartir experiencias y contribuir al desarrollo cultural y social de Guatemala, puede sentir la necesidad de mejorar su bienestar emocional y mental. Puede valorar el arte y la cultura como formas de expresión y sanación.

¿Qué oye?
Oye testimonios de personas que han encontrado apoyo emocional y creatividad en las actividades de la fundación, así como recomendaciones de profesionales de la salud sobre la importancia de la expresión artística para la salud mental.

¿Qué ve?
Muestra profundo interés y aprecio por las artes y la cultura, considerándose como medios fundamentales para el enriquecimiento personal y social. Valora el arte no solo como una forma de expresión individual, sino también como una herramienta poderosa para fomentar la conexión con los demás y fortalecer el tejido social de la comunidad guatemalteca. Ven la cultura como un elemento vital que puede mejorar su calidad de vida, promover la diversidad y preservar la identidad cultural de Guatemala.

¿Qué dice y hace?
Valora la creatividad, la expresión artística y la diversidad cultural. Busca experiencias significativas que le permitan desarrollarse como individuos y contribuir al bienestar de la comunidad. Ve redes sociales, principalmente Instagram como su canal principal de comunicación, en sus tiempos libres ve videos cortos para informarse como los reels.

Entrevista

ANEXO 02.
Entrevista CCMG 28 de febrero

Modelo Resultados

ANEXO 03.
Encuesta digital

ANEXO 04.
Encuesta fisica grupo objetivo

Modelo Resultados

Modelo Resultados

ANEXO 05.
Encuesta digital análisis grupo objetivo

ANEXO 06.
Manual de marca

Manual

ANEXO 07.
Encuesta de auditoria de marca.

Modelo Resultados

ANEXO 08.
Encuesta de validación con expertos

Modelo Resultados

ANEXO 09.
Auditoria de marca

Documento

ANEXO 10.
Encuesta de validación con grupo objetivo

Modelo Resultados

Índice de figuras

Figura 01 - Instagram y Tiktok @mosaicogua
Recuperado
https://www.instagram.com/mosaicogua/

Figura 2 y 3 - Antecedentes de comunicación.
Centro Cultural Mosaicos (s.f.)
Recuperado de: https://www.mosaicoguatemala.org/centrocultural
https://www.instagram.com/mosaicogua/

Figura 04 - Organigrama
Centro cultural Mosaicos (s.f.)
Recuperado de https://www.mosaicoguatemala.org/fundacionluiscolocho

Figura 05 - Casa Oliver
Recuperado de: https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fwww.mosaicoguatemala.org%2Fcasaoliver&psig=AOvVaw1vAJeTm8PaImHOuq2XEzzR&ust=1712812572902000&source=images&cd=vfe&opi=89978449&ved=0CBIQjRxqFwoTCNiL65vytoUDFQAAAAAdAAAAABAZ

Figura 06 - Casa Oliver
Fotografías propias
https://es.pinterest.com/

Figura 7 y 8 - Comunicación visual
Centro cultural Mosaicos (s.f.)
Recuperado de:https://www.instagram.com/mosaicogua/

Figura 9-21- Moodboard
Pinterest
https://es.pinterest.com/

Figura 22- Fotografías
Pinterest
https://es.pinterest.com/

Figura 23- Ilustración
Pinterest
https://es.pinterest.com/

Figura 24- Retícula
Pinterest
https://es.pinterest.com/

Figura 25 - Bocetos de publicaciones
Elaboración propia
https://es.pinterest.com/

Figura 26 - Bocetos de historias
Elaboración propia

Figuras 27-29 - Previsualización 02 de publicaciones.
Creación propia.

Figuras 30-32 - Previsualización 02 de historias.
Creación propia.

Figura 33 - Previsualización 02 de reel/ Tik Tok.
Creación propia.

Figura 34 - Previsualización 03 de reel/ Tik Tok.
Creación propia.

Figura 35 - Previsualización historia
Creación propia.

Figura 36 - Previsualización carrusel
Creación propia.

Figura 37 - Previsualización carrusel
Creación propia.

Figura 38- Previsualización carrusel
Creación propia.

Figura 39- Previsualización de historia y carrusel
Creación propia.

Figura 40- Previsualización de carrusel dia mundial contra la depresión
Creación propia.

Figura 40- Ingeniera Lyz Colocho
Fotografía propia

Figura 41 - Secretaria Aracely
Fotografía propia

Figura 42- Captura de pantalla de reporte de horas totales proyecto A
Fuente: Clockify

Índice de tablas

Tabla 01- Costos de servicios
Elaboración propia

Tabla 02- Costos
Elaboración propia

Tabla 03- Costos de software y depreciación de equipo
Elaboración propia

Tabla 04- Cronograma
Elaboración propia

Tabla 05- Cuadro comparativo de Estrategia TTL
Elaboración propia

Tabla 06- Concepto creativo técnica análisis Morfológico
Elaboración propia

Tabla 07- Combinaciones y conceptos
Elaboración propia

Tabla 08-Concepto Cretivo
Autovalidación
Elaboración propia

Tabla 09- Parrilla de contenido enero.
Elaboración propia.

Tabla 10- Parrilla de contenido febrero.
Elaboración propia.

Tabla 11- Parrilla de contenido marzo
Elaboración propia.

Tabla 12- Parrilla de contenido abril
Elaboración propia.

Tabla 13- Parrilla de Tik Tok
Elaboración propia.

Tabla 14- Validación de bocetos no fumar.
Elaboración propia

Tabla 15- Validación de bocetos no fumar.
Elaboración propia

Tabla 16- Parrilla de contenido enero.
Nivel de producción gráfica 03
Elaboración propia

Tabla 17- Parrilla de contenido febrero.
Nivel de producción gráfica 03
Elaboración propia

Tabla 18- Parrilla de contenido marzo
Nivel de producción gráfica 03
Elaboración propia

Tabla 19- Parrilla de contenido abril
Nivel de producción gráfica 03
Elaboración propia

Tabla 20- Parrilla de Tik Tok
Nivel de producción gráfica 03
Elaboración propia

Tabla 21- Honorarios
Servicios básicos y costos de transporte
Elaboración propia

Tabla 22- Honorarios
Depreciación de equipo
Elaboración propia

Tabla 23- Honorarios
Membresía de software y costos de librería
Elaboración propia

Tabla 24- Honorarios
Servicios técnicos
Elaboración propia

Tabla 25- Honorarios
Honorarios totales e IVA
Elaboración propia

Lilian Patricia Guzmán Ramírez
Licenciada en Letras por la USAC
Colegiada activa 7596
patricia.guzman2014@gmail.com
Cel.: 55652717

Guatemala, 1 de abril de 2025

Arquitecto
Sergio Francisco Castillo Bonini
Decano
Facultad de Arquitectura
Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimado señor Decano:

Por este medio hago de su conocimiento que he realizado la revisión de estilo, ortografía y redacción del proyecto de graduación: **"DESARROLLO DE CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA FORTALECER Y VISIBILIZAR LA IMAGEN DEL CENTRO CULTURAL MOSAICO DE GUATEMALA EN REDES SOCIALES"** de la estudiante **IZA FERNANDA MORALES MARROQUÍN**, quien se identifica con carné **201804213** de la Escuela de Diseño Gráfico de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala para obtener el título de Diseñadora Gráfica en el grado académico de licenciatura.

Luego de las adecuaciones y correcciones que se consideraron pertinentes en el campo lingüístico, considero que el proyecto de graduación que se presenta cumple con la calidad técnica y científica requerida.

Al agradecer la atención que se sirva brindar a la presente, me suscribo respetuosamente,

Lilian Patricia Guzmán Ramírez
LCDA. EN LETRAS
COLEGIADA No. 7596

Lic. Lilian Patricia Guzmán Ramirez
Licenciada en Letras
Colegiada 7596

USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Imprímase:

"Desarrollo de campaña publicitaria para fortalecer y visibilizar la imagen del Centro Cultural Mosaico Guatemala en redes sociales"

Proyecto de Graduación desarrollado por:

Iza Fernanda Morales Marroquin

Asesorado por:

M.A. Ana Carolina Aguilar
Castro de Flores

Licda. Anggely María
Suceth Enriquez

Ingeniera agrónoma
Lyz Colocho

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini
Decano

Universidad de
San Carlos
De Guatemala

Facultad De
Arquitectura

Escuela De
Diseño Gráfico