

Arq. Francisco Haroldo Alfaro Salazar

Director de la División

Ciencias y Artes para el Diseño

UAM Xochimilco

INFORME FINAL DE SERVICIO SOCIAL

Desarrollo Rural Sustentable LU'UM A.C.

Periodo: 18 de julio de 2023 al 18 de enero de 2024

Proyecto: TALLER LU'UM

Clave: XCAD000800

Responsable del Proyecto: Ángel Cruz Hernández

Asesor Interno: MTRO. JOSE BENITO ANTÓN GRACIA

Zarco Aguilar Roberto Amitzin Tlanezi

Matrícula: 2192038861

Licenciatura: Diseño de la comunicación Gráfica

División de Ciencias y Artes para el Diseño

Tel: 21570257

Cel.: 5566949721

Correo electrónico: 2192038861@alumnos.xoc.uam.mx

Introducción

En este documento se relatarán las actividades que fueron llevadas a cabo durante el desarrollo del servicio social en la organización Desarrollo Rural Sustentable LU'UM A.C. Esta es una organización sin fines de lucro, la cual nace en 2009, con el fin de crear y desarrollar programas de acompañamiento para mujeres de diferentes zonas rurales del país, con difícil acceso.



Estos programas consisten en apoyar a artesanas principalmente y artesanos, de diferentes ambientes rurales, los cuales, por medio del programa de acompañamiento crean oportunidades de autoempleo digno, independencia financiera y emprendimiento.

Como estudiante egresado de la carrera de diseño de la comunicación gráfica con especialidad en medios audiovisuales, las tareas a desarrollar se enfocaron principalmente en el levantamiento de material audiovisual, esto incluye tanto video como fotografía. Estas enfocadas en la difusión de actividades realizadas por la organización, por medio de redes sociales, como lo son Instagram, Facebook, tik tok y LinkedIn.

Objetivo general

Apoyar en el aumento y reafianzar a los seguidores en las redes sociales de la organización

Actividades realizadas

Julio

LU'UM A.C. cuenta con plan de comunicación, así como un perfil de organización y manual de marca, al comenzar a realizar actividades, como enlace de comunicación de la organización, estos documentos fueron leídos y revisados a profundidad para familiarizarse con cada uno de ellos, esto con el fin de crear material gráfico y audiovisual orientado y adecuado con la visión y misión de esta ONG.

Esferas Wixárikas

La primera actividad que se realizó fue un plan de comunicación para la venta y promoción de esferas artesanales hechas por una comunidad Wixárika pertenecientes a la cebolleta, ubicada en Mezquitic, sierra norte de Jalisco, estas esferas son hechas con una técnica de cartonería y chaquira pegada a mano sobre cera de abeja.



El plan consistió en crear una serie de publicaciones para Instagram emocionalmente atractivas, para un público de mujeres entre 25 y 35 años y hombres entre 35 y 45 años, pertenecientes a la ciudad de México y que gusten de comprar artesanías.

El primer paso, fue realizar una serie de fotografías de producto donde no se mostraba a las esferas como un producto artesanal común, sino como uno que pudiese encontrarse entre los artículos de ornamentación doméstica de tiendas departamentales de alta gama. Este plan fue realizado con el objetivo de ejecutarse al comienzo de agosto.

Papelería



La organización poseía papelería desactualizada, entre estas tarjetas de presentación del director y de la Administradora, también hacían falta postales, las cuales son usadas en los eventos a los que se invita a la organización como método de difusión, por ello se realizaron tarjetas de presentación nuevas, con formatos más adecuados al perfil de la organización, con una cantidad menor de tinta, esto para evitar la huella de carbono que produce la organización y agregando códigos QR que dirigen a quien lo escanee al perfil de Instagram, red social en la

que LU'UM tiene más presencia.

Las postales fueron hechas con una ilustración que representa a un venado azul, leyenda icónica de la cultura obsequiarlas con las esferas, buscando toda una experiencia en la compra de este producto.

Agosto

Esferas Wixárikas

Dándole seguimiento a esta actividad comenzaron a realizarse las publicaciones donde se mostraban las esferas, a la par se comenzó a desarrollar toda una experiencia de producto para este artículo, esto incluía una caja innovadora, que fue trabajada en conjunto con el equipo de servicio social, una postal donde se contase más acerca de la cultura Wixárika, siendo está la mencionada anteriormente con una ilustración sobre el venado azul, una base donde la esfera pudiese lucirse y no solo colocarse a manera de esfera, una tarjeta de autenticidad, donde los clientes pudiesen comprobar que la esfera era única e irreplicable y un par de etiquetas, donde se expusieran los cuidados para la esfera y otra donde se haga presente el trabajo en equipo que LU'UM A.C. realizó con la comunidad.

Plan de comunicación

Se solicitó realizar un análisis de la estrategia de comunicación que la agencia contratada por la organización estaba llevando a cabo para redes sociales, en la cual se detectaron varios puntos débiles, a los que debían prestarles atención, entre ellos, falta de paleta de color, homogeneidad en las publicaciones y falta de material actualizado.



Conectando Raíces AT&T

Programa que estaba en su primera fase, consiste en una serie de talleres impartidos por miembros del equipo, así como por expertos externos para la inclusión digital de mujeres pertenecientes a la comunidad de Tequisquiapan, Querétaro, con el apoyo de AT&T México, Motorolas y General Motors.

Se realizó el primer viaje de campo en el cual el objetivo fue recolectar material adecuado para que fuese utilizado en redes, esto con el fin de difundir el trabajo que LU'UM realiza como parte de los programas de acompañamiento, para comunidades rurales.

**CONECTANDO
RAICES
AT&T**

UNA RED DE ARTESANÍAS
EN EL MUNDO DIGITAL

Septiembre

Esferas Wixárikas

En el mes de septiembre las esferas continuaron siendo un proyecto de venta para obtener ganancias en caja chica, se hizo uso de los convenios con empresas aliadas como lo es patio 77, para realizar una serie de productos dentro de sus instalaciones, así como se proporcionó un set de esferas y canastas artesanales traídas de Tequisquiapan,



esto con el fin de que los huéspedes del hotel pudiesen apreciar las esferas en vivo y poder adquirir y escoger la que más les gustase.

Plan de comunicación

Las recomendaciones proporcionadas con medio mes de antelación fueron ignoradas por la agencia y en consecuencia, fue solicitada una presentación con referencias, para mostrar lo que buscaba la organización en cuanto a la renovación de la presencia gráfica en redes sociales.

En esta presentación fueron incluidas propuestas de paleta de color en base a la identidad y el manual de marca de la organización, temas propuestos para abordar en las futuras publicaciones, información complementaria en los copy's y propuestas para crear expectativas en los futuros eventos a los que la organización fuese a participar.

Octubre

Durante el mes de octubre, se ha trabajado arduamente en el proyecto de creación de contenido para redes sociales, siguiendo las tareas previamente definidas y dando pasos firmes hacia el cumplimiento de los objetivos planteados.

En este sentido, se ha dado especial atención al desarrollo de contenido para el mes de noviembre, enfocándonos en efemérides importantes como el Día de

Muertos, una fecha de gran relevancia para la cultura mexicana. Con el objetivo de transmitir un mensaje de libertad y respeto por las tradiciones, se ha elaborado un guion para un video en formato horizontal que sería publicado próximamente.

Para enriquecer el material audiovisual y fotográfico, se ha participado en diversos eventos en la Ciudad de México, como el desfile de catrinas, y se han recorrido mercados locales donde se respira la esencia de esta festividad. Además, se ha levantado una ofrenda en la oficina, documentando el proceso para mostrar una de las tradiciones más arraigadas de México, también se definió una paleta de colores, la cual sería usada más adelante.



En paralelo a estas actividades, se ha finalizado la edición de las fotografías de producto de las esferas wixárikas, completando así esta importante tarea.

Es importante destacar que, como parte del proceso continuo de mejora, se recomienda realizar un análisis del rendimiento del contenido publicado en las redes sociales para identificar qué tipo de contenido genera mayor impacto en la audiencia. Asimismo, se sugiere explorar nuevas plataformas y herramientas para la creación y distribución de contenido, así como mantener una comunicación constante con la audiencia para fomentar el engagement y la fidelización de los seguidores.

En general, el mes de octubre fue un periodo de gran productividad y avance en el proyecto de creación de contenido para redes sociales.

Noviembre

Noviembre de 2023 se caracterizó por un ritmo de trabajo intenso y logros significativos en diversos proyectos.

Se publicaron videos en formato horizontal y vertical en diferentes plataformas, obteniendo un excelente resultado. Estos videos, grabados y desarrollados en octubre, atrajeron nuevos seguidores y superaron la media de reacciones en las plataformas.

Se dio continuidad a la venta de esferas Wixárikas mediante una segunda sesión de fotos de producto en el "Patio 77". El contenido generado se subió a las redes sociales para impulsar las ventas de este artículo.

A mediados de noviembre, se realizó un viaje de campo a Tequisquiapan, Querétaro, con el objetivo de entregar a un segundo grupo de artesanas sus equipos telefónicos donados por Movistar y AT&T para el proyecto "Conectando Raíces AT&T". Además de la entrega de los equipos, se les brindó una capacitación para su uso. Se capturó material fotográfico y audiovisual para su uso en redes sociales y futuros reportes para los patrocinadores del proyecto.



Tras el viaje de campo, se inició la planificación de una visita especial a Tequisquiapan, en la que estarían presentes gerentes de diferentes áreas de AT&T México, así como diversos medios de comunicación.

Talleres con artesanas locales: Los días 22 y el 23 de noviembre, se llevaron a cabo varios talleres con las artesanas locales de Tequisquiapan en preparación para el evento especial.

Evento de reconocimiento a las artesanas: El 24 de noviembre se celebró el evento de reconocimiento a las artesanas por su incansable trabajo. Se prepararon diversas actividades, incluyendo el montaje de espacios, la captura de imágenes y el apoyo al equipo de AT&T en la elaboración de los reconocimientos.



Esté fue un mes de gran actividad y logros en diversos proyectos. La publicación de videos en redes sociales, la continuidad en la venta de esferas Wixárikas, el viaje de campo a Tequisquiapan y el exitoso evento de reconocimiento a las artesanas son solo algunos ejemplos del trabajo realizado durante este período.

Diciembre

Diciembre de 2023 marcó un nuevo capítulo en la estrategia de venta de artesanías, impulsada por la búsqueda de alternativas más efectivas ante los resultados obtenidos en redes sociales. Aprovechando la sólida relación con "Mercado el 100", se gestionó un espacio para exhibir y comercializar los productos de las artesanas de Tequisquiapan, incluyendo las esferas Wixárikas. La iniciativa se materializó en dos jornadas dominicales, el 10 y 17 de diciembre,



coincidiendo con los días de mayor afluencia en el mercado. Las semanas previas se dedicaron a la preparación y organización meticulosa del evento, con el objetivo de garantizar una experiencia exitosa. Para registrar la participación y compartirla con la comunidad, se capturó material fotográfico que posteriormente se publicó en las redes sociales.

En el ámbito de la comunicación, la organización enfrentó un cambio significativo: la desvinculación del equipo contratado. Ante esta situación, Roberto Zarco, autor del presente informe, asumió las responsabilidades en materia comunicacional. Dedicó un tiempo considerable a la definición de lineamientos estratégicos para los planes de comunicación futuros, incluyendo el desarrollo de una propuesta de renovación de imagen en redes sociales.



ESFERAS WIXARIKAS

ADQUIERE LA TUYA EN MERCADO EL 100
Plaza del Lanzador; Orizaba esquina con Antonio M. Anza en la colonia Roma, alcaldía Cuauhtémoc.

17 DE DICIEMBRE
9AM - 2PM

Para celebrar el cierre del año y fomentar la unión del equipo, se organizó una comida de convivencia. El evento incluyó un intercambio de regalos y un ambiente propicio para fortalecer los lazos de camaradería entre los miembros del equipo.

En definitiva, diciembre se caracterizó por la implementación de una nueva estrategia de venta de artesanías, el establecimiento de bases sólidas para la comunicación futura y un cierre de año marcado por la integración y el espíritu de equipo.

Enero

Tras el receso vacacional, se reanudaron las actividades con ímpetu, dando continuidad al proyecto "Conectando Raíces AT&T". Se llevaron a cabo reuniones con el gerente de apoyos sociales para presentar un informe detallado de los logros alcanzados en el proyecto.



En paralelo, se inició la elaboración del informe anual correspondiente al año 2023, siguiendo las

especificaciones establecidas por el director de la organización.

Con el objetivo de ampliar el alcance de la organización, se continuó desarrollando planes de marketing estratégicos para las redes sociales.

Metas alcanzados

Los logros alcanzados por el prestador de servicios fueron:

- Identificar las áreas de mejora en el plan de comunicación actual.
- Reforzar la presencia digital de la organización a través de una renovación de su imagen en redes sociales.
- Actualizar la identidad visual de la organización para reflejar mejor su esencia y valores.
- Expandir el acervo documental de la organización con materiales de alta calidad y relevancia.
- Elevar los estándares de calidad en la producción de imágenes para la organización.

Resultados y conclusiones

1. Plan de comunicación:

- Se realizó un análisis exhaustivo del plan de comunicación actual, identificando sus fortalezas y debilidades.
- Se establecieron objetivos de comunicación claros y medibles.
- Se desarrollaron estrategias de comunicación efectivas para cada canal y público objetivo.
- Se produjo contenido de alta calidad y relevante para la audiencia.
- Se midió y evaluó el impacto de las acciones de comunicación de manera regular.

2. Imagen en redes sociales:

- Se desarrolló una estrategia de marca coherente para las redes sociales.
- Se creó contenido atractivo y visualmente impactante.
- Se interactuó con los seguidores de manera regular y significativa.

- Se utilizaron herramientas de análisis para comprender el comportamiento de la audiencia en redes sociales.
- Se invirtió en publicidad en redes sociales para llegar a un público más amplio.

3. Identidad visual:

Se realizó un estudio de mercado para comprender las tendencias de diseño actuales.

- Se desarrolló un nuevo logotipo y paleta de colores que reflejan la esencia de la organización.
- Se actualizó el diseño del sitio web y otros materiales de comunicación.
- Se aseguró la coherencia de la nueva identidad visual en todas las plataformas.

4. Material documental:

- Se identificaron los tipos de materiales documentales que necesita la organización.
- Se crearon nuevos materiales documentales o se adquirieron materiales existentes.
- Se organizó y catalogó adecuadamente el material documental.
- Se facilitó el acceso al material documental para los empleados y el público.

5. Calidad de las imágenes:

- Se establecieron estándares de calidad para la producción de imágenes.
- Se invirtió en equipos y software de fotografía de alta calidad.
- Se capacitó al personal en técnicas de fotografía y edición de imágenes.
- Se utilizaron imágenes de alta calidad en todos los materiales de comunicación.

Conclusión:

Gracias al trabajo del prestador de servicios, la organización ha logrado avances significativos en materia de comunicación y presencia digital. Se ha identificado un plan de comunicación más sólido, se ha reforzado la imagen en redes sociales, se ha actualizado la identidad visual, se ha ampliado el acervo documental y se ha mejorado la calidad de las imágenes. Estos logros contribuirán a un mayor

reconocimiento de la marca, un mayor compromiso con la audiencia y, en última instancia, un mayor éxito para la organización.

Recomendaciones

1. Seguimiento a los planes de comunicación:

Es fundamental mantener un seguimiento constante a los planes de comunicación preestablecidos. Esto implica revisar de manera periódica su efectividad, realizar ajustes cuando sea necesario y evaluar el cumplimiento de los objetivos establecidos.

2. Enfoque en la producción de material:

Se recomienda no perder de vista los enfoques ya acordados para la toma de material nuevo. Es crucial mantener la coherencia en el estilo, el mensaje y la calidad del contenido producido para garantizar una comunicación efectiva con la audiencia objetivo.

3. Supervisión y crecimiento de la comunidad en redes:

Es esencial continuar brindando supervisión activa a la comunidad de redes sociales de la organización. Esto implica responder a comentarios y mensajes de manera oportuna, fomentar la interacción entre los miembros de la comunidad y generar contenido que estimule el engagement.

4. Alineación con las necesidades de la organización:

El crecimiento de la comunidad en redes sociales debe estar alineado con las necesidades y objetivos estratégicos de la organización. Es importante enfocar los esfuerzos en atraer y fidelizar a usuarios que sean relevantes para el negocio y que puedan contribuir al éxito de la organización.

En resumen, se recomienda a la organización implementar un enfoque proactivo y estratégico para la gestión de su comunicación y presencia en redes sociales. Mediante el seguimiento constante a los planes, la producción de contenido de alta calidad, la supervisión activa de la comunidad y la alineación con las necesidades de la organización, se podrá lograr un crecimiento sostenido y significativo en las redes sociales.