

Dr. Francisco Javier Soria López
Director de la División de Ciencias y Artes para el Diseño
UAM Xochimilco



Casa abierta al tiempo

INFORME FINAL DE SERVICIO SOCIAL
Elaboración de materiales didácticos para
Sfera LAB A.C.

Periodo: 10 de junio de 2024 a 10 de diciembre de 2024

Proyecto: Elaboración de materiales didácticos para Sfera LAB A.C.

Clave: XCAD000870

Responsable del proyecto: Mtro.

Alumno: Lucero López Aguilar

Matrícula: 2172039282

Licenciatura: Diseño de la Comunicación Gráfica

Cel: 5619952541

Correo electrónico: 2172039282@alumnos.xoc.uam.mx

INTRODUCCIÓN

A continuación, se presenta un informe que resume de manera detallada las principales actividades realizadas y los resultados obtenidos durante el período de prestación del servicio social en SFERA LAB A.C., comprendido entre el 10 de junio de 2024 y el 10 de diciembre de 2024. Durante este lapso, se participó activamente en diversas tareas orientadas a promover y fortalecer la comunicación interna y externa de la organización, con especial énfasis en la identidad gráfica, el diseño y desarrollo de materiales visuales, así como la producción de imágenes dirigidas a potenciar la presencia y difusión en las redes sociales.

Este informe tiene como objetivo proporcionar un análisis detallado sobre la participación y la experiencia adquirida en el ámbito del diseño gráfico y la comunicación visual, a través de las actividades y proyectos previamente mencionados.

OBJETIVOS GENERALES DEL SERVICIO SOCIAL

Durante el período de prestación del servicio social en SFERA LAB A.C., se llevaron a cabo diversas tareas relacionadas con la creación y distribución de materiales audiovisuales para la difusión en redes sociales. El objetivo principal de estas actividades fue aumentar la visibilidad de la organización en plataformas digitales, ampliando su alcance y logrando una mayor conexión con una audiencia más extensa. A través de la producción de contenido visual atractivo y pertinente, se buscó fomentar una participación activa del público, contribuyendo a la consolidación de la presencia de la entidad en el entorno digital.

Además de las labores enfocadas en redes sociales, se desarrollaron otras actividades dentro de SFERA LAB, tales como la realización de levantamientos fotográficos y videográficos en eventos empresariales. Estas

actividades fueron esenciales para documentar y promocionar los diferentes eventos y proyectos de la organización, asegurando la correcta representación visual de sus iniciativas y fortaleciendo la comunicación tanto interna como externa.

ACTIVIDADES DESARROLLADAS

Uno de los primeros pasos para el desarrollo del proyecto consistió en la definición de objetivos claros y específicos que guiarán el proceso de trabajo. Entre las metas establecidas se incluyeron el aumento del reconocimiento de la marca, la mejora de la interacción con el público y la generación de leads. Estos objetivos fueron fundamentales para orientar las estrategias de comunicación y asegurar su efectividad. Además, se incluyeron metas específicas relacionadas con la producción de material audiovisual y gráfico, los cuales desempeñarán un papel crucial en la visibilidad de la marca en las plataformas digitales.

Como primer paso en el servicio social en SFERA LAB, se estableció una calendarización de actividades y tiempo para realizar cada una de ellas. De modo de ser más organizados y facilitar la revisión de las tareas asignadas; este calendario se dividió en 4 etapas principales que son las siguientes:

- INICIO DEL PROYECTO Y PLANIFICACIÓN
- CREACIÓN Y PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS
- EJECUCIÓN Y MONITOREO INICIAL
- OPTIMIZACIÓN Y EVALUACIÓN FINAL

Cada etapa se desplazará conforme a las actividades que se fueron realizando en cada una de ellas.

Reunión de Lanzamiento

En el inicio del proyecto, se organizó una reunión de lanzamiento con los tres estudiantes de servicio social, en la cual se presentó el proyecto en su totalidad, así como los roles y responsabilidades de cada uno. Durante este encuentro, se explicaron en detalle los objetivos del proyecto y las expectativas a cumplir. En particular, se subrayó la importancia de las tareas asignadas relacionadas con la creación de contenido audiovisual y gráfico, enfatizando el impacto de dichos materiales en la promoción de la organización a través de redes sociales.

Investigación Preliminar

Previo al desarrollo de las actividades prácticas, se realizó un análisis exhaustivo del mercado y la competencia, con el fin de identificar las mejores prácticas y oportunidades para posicionar el contenido de manera efectiva. Asimismo, se llevó a cabo una investigación sobre las tendencias actuales en redes sociales, así como un estudio sobre el comportamiento del consumidor en el área metropolitana de la Ciudad de México.

Estos hallazgos fueron esenciales para orientar las decisiones estratégicas en cuanto a estilo, formato y enfoque del material audiovisual y gráfico. Finalmente, se estudiaron ejemplos exitosos de contenido similar en redes sociales, lo que permitió identificar enfoques visuales y de comunicación que habían tenido un alto impacto en audiencias semejantes, con el fin de adaptarlos a las necesidades y objetivos del proyecto.

Creación de Contenidos

Otra área clave del servicio social fue la producción de contenido audiovisual con el objetivo de generar un mayor impacto en el público objetivo, se elaboraron imágenes para publicaciones en redes sociales, infografías informativas y banners promocionales. Estas piezas fueron desarrolladas siguiendo los lineamientos gráficos de la marca y considerando las tendencias actuales en diseño visual.

Se emplearon herramientas profesionales como Adobe Photoshop, Illustrator y Canva, lo que permitió garantizar la calidad y la originalidad de los materiales producidos.

Otra área clave del servicio social fue la producción de contenido audiovisual con el objetivo de generar un mayor impacto en el público objetivo de la marca. Se adquirieron habilidades técnicas y creativas en el ámbito del diseño gráfico, y la redacción de contenidos.

Dentro de este apartado también se realizaron actividades fuera del calendario programado, como lo es el levantamiento de fotografía y video.

Programación de Publicaciones

La gestión eficiente de las publicaciones en redes sociales fue una actividad esencial para asegurar la consistencia y el impacto de las campañas. Se emplearon herramientas como Buffer para programar publicaciones siguiendo un calendario de contenidos previamente establecido por el jefe de proyecto, optimizando los tiempos.

Para garantizar la efectividad del contenido programado, se realizó la primera semana de pruebas y ajustes permitiendo optimizar el rendimiento de las publicaciones y adaptarlas mejor a las preferencias de la audiencia objetivo. De igual forma se dividieron fechas establecidas en el calendario donde cada integrante del servicio social subiera el contenido que previamente se había realizado individualmente.

Ejecución de la Estrategia

El lanzamiento de la estrategia de marketing desarrollada marcó el inicio de la ejecución de actividades llevadas a cabo, se comenzó con la publicación sistemática de contenido en las plataformas digitales, siguiendo el calendario de contenidos establecido y asegurando consistencia en la comunicación.

Se implementaron tareas de respuesta a comentarios y mensajes directos, promoviendo una comunicación activa y cercana con la audiencia.

Monitoreo y Ajustes

Se monitorearán indicadores como el alcance, la interacción (likes, comentarios y compartidos) y el crecimiento de seguidores, obteniendo información valiosa para ajustar futuras estrategias.

Tras analizar los datos recopilados durante el primer mes, se realizaron ajustes en las estrategias de contenido, se realizó un nuevo ajuste en el calendario de propagación y publicaciones. Estas modificaciones fueron diseñadas para maximizar el impacto y la relevancia del contenido en la audiencia objetivo.

METAS ALCANZADAS

Después de llevar a cabo diversas tareas durante el servicio social, los objetivos logrados fueron:

- CREACIÓN DE REDES SOCIALES

Se crearon redes sociales de Sfera Lab como proyecto principal del servicio social, las cuales fueron Instagram, Facebook y LinkedIn. Junto con una investigación de campo lo cual nos llevó a determinar el público objetivo y el tipo de contenido a publicar en cada una de estas redes sociales.

- DISEÑO MANUAL DE IDENTIDAD:

Se llevó a cabo el diseño del manual corporativo ya que no se contaba con uno, se implementaron los elementos gráficos, papelería, mockups de uniformes, se definieron los colores y el acomodo del logotipo final. Esto con el fin de tener una estructura más sólida para diseños futuros dentro de la agencia.

- FOTOGRAFIA DE ESTUDIO

En el periodo del servicio social se realizó lo que es la fotografía de estudio y fotoproducto, esto ayudándonos a saber un poco más sobre como es el montaje de luces, lámparas y reflectores. Al mismo tiempo de que se practicó y se reforzó la parte de edición con diferentes programas.

- MEDIA TRAINING

Se llevaron a cabo varios entrenamientos de medios para clientes de la agencia, estos se realizaban con la finalidad de llevar a pie una entrevista de manera limpia y precisa, incluyendo factores externos. Estos factores eran desde incomodar al entrevistador hasta aturdir con preguntas.

- INSTALACIÓN DE EQUIPO Y RECOPIACIÓN

Se aprendió a instalar un equipo de fotografía profesional, incluyendo la posiciones de luces, las posiciones de las cámaras de video o fotográficas y al mismo tiempo de audio. Esto se llevó a cabo en múltiples ocasiones cuando se requería el servicio de fotografía y video.

Al mismo tiempo llevaba a cabo la recopilación de material, parte de este material es para las redes sociales y mantener actualizado las redes sociales y que futuros potenciales clientes vean la calidad de trabajo.

RESULTADOS

Al finalizar satisfactoriamente el servicio social, se obtuvieron resultados positivos en las tareas realizadas. Esta experiencia no solo facilitó el fortalecimiento de habilidades si no de igual forma conocimientos prácticos en el campo del diseño.

El efecto producido en la agencia fue significativo, fortaleciendo su visibilidad en medios digitales, particularmente en redes sociales, y alcanzando una comunicación más eficiente y cercana con su audiencia.

RECOMENDACIONES

Como recomendación se puede implementar un área especializada en medios audiovisuales, destinada a la creación y producción de contenido atractivo y de alta calidad. Este contenido debe ser un reflejo fiel de la esencia de la agencia y de las expectativas de los clientes. Asimismo, como desarrollar animaciones, esto permitirá desarrollar proyectos específicos en este ámbito, consolidando la propuesta de valor de la agencia y atrayendo a un público más amplio.

BIBLIOGRAFIA

- <https://www.gsfera.com/>
- Capriotti Peri, P. (2009). *Branding corporativo. Fundamentos para la gestión estratégica de identidad corporativa*. Santiago de Chile: Colección de Libros de la Empresa.
- Schmitt, B. y Simonson, A. (1998). *Marketing y estética. La gestión estratégica de la marca, la identidad y la imagen*. Bilbao: Deusto.
- Eugeni Rosell. *Rediseño de la imagen corporativa*. Edición Castellana, Editorial G. Gill. México. 2002. PP 159

ANEXOS



SFERA INC

¿Que es el Branding?

...

SFERA INC

Tips de Tipografía

...

LIMITA EL USO DE

TIPOGRAFIA

Si usas muchas tipografías solo conseguirás la dificultad de lectura.

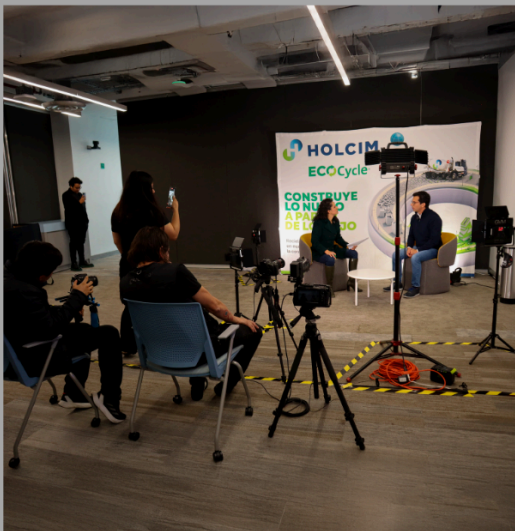
...

SFERA INC

3

Tips para un Bloqueo creativo

...



- Identidad visual
- Tono de voz
- Experiencia del cliente
- Posicionamiento
- Valores y cultura
- Personalidad

...

