

Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente

PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)

Diseño Social Libre



ITESO

Universidad Jesuita
de Guadalajara

Hábitat y desarrollo humano

DSL Diseño y redes sociales para Punta Ixtal

PRESENTAN

Programas educativos y Estudiantes

Ana Isabel Díaz Barriga

Priscila Bojórquez

Paulina Velasco

Miguel Valencia

Luis Mario Blancarte Díaz

Jorge Alberto Aguilar Sánchez

Tlaquepaque, Jalisco

ÍNDICE

Contenido

REPORTE PAP	2
Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional	2
Resumen	2
1. Introducción	2
1.1. Objetivos	2
1.2. Justificación	2
1.3 Antecedentes	3
1.4. Contexto	3
2. Desarrollo	3
2.1. Sustento teórico y metodológico	3
2.2. Planeación y seguimiento del proyecto	3
3. Resultados del trabajo profesional	4
4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto	4
5. Conclusiones	7

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional

Los Proyectos de Aplicación Profesional (PAP) son una modalidad educativa del ITESO en la que el estudiante aplica sus saberes y competencias socio-profesionales para el desarrollo de un proyecto que plantea soluciones a problemas de entornos reales. Su espíritu está dirigido para que el estudiante ejerza su profesión mediante una perspectiva ética y socialmente responsable.

A través de las actividades realizadas en el PAP, se acreditan el servicio social y la opción terminal. Así, en este reporte se documentan las actividades que tuvieron lugar durante el desarrollo del proyecto, sus incidencias en el entorno, y las reflexiones y aprendizajes profesionales que el estudiante desarrolló en el transcurso de su labor.

Resumen

El programa de aplicación profesional Diseño Social Libre tiene como objetivo vincular diversos actores mediante estrategias de comunicación que inciden en la transformación social de nuestro entorno, partiendo de conceptos como comunidad, responsabilidad y trabajo colaborativo.

DSL y Punta Ixtal

Busca generar un vínculo con el campamento desde hace aproximadamente 4 años con la comunidad nahua de la playa Ixtapilla, Michoacán. En este semestre se llevo a cabo el Festival Arribazon 2019 en el que a lo largo del semestre planeamos el festival que se llevó a cabo a principios de Noviembre, y posteriormente continuamos con las áreas de mejora para el festival del próximo año.

1. Introducción

1.1. Objetivos

Objetivo general:

El programa de aplicación profesional Diseño Social Libre tiene como objetivo vincular diversos actores mediante estrategias de comunicación que indican en la transformación social de nuestro entorno, partiendo desde conceptos como comunidad, responsabilidad y trabajo colaborativo.

Diseñar la identidad gráfica para Arribazón 2019.

Proponer aplicaciones de la marca.

Plantear estrategias de comunicación de la marca y dar seguimiento a las redes sociales.

Esta campaña tiene el objetivo de generar un mayor tráfico en redes sociales y mejorar la vinculación con usuarios y público. Difundir a gran escala las actividades realizadas en la campaña de recaudación de fondos que se llevarán a cabo durante todo el semestre cubriendo de febrero a agosto.

- Generar mayor tráfico en redes sociales y subscriptores.
- Generar contenido atractivo que resulte en una apropiación del material por parte de los usuarios.

1.2. Justificación

La razón por la que decidimos utilizar Instagram, fue por la gran participación que tiene en la vida diaria. Con esta estrategia se logró llegar a más personas y así poder transmitir las necesidades de Punta Ixtal y el festival Arribazón; para hacer acciones concretas como subir fotos y datos informativos e invitando a gente a participar.

1.3 Antecedentes

Punta Ixtal se encuentra en Michoacán, donde se lleva a cabo la segunda arribada de tortugas golfinas más importante de México y la función del campamento es cuidar a las tortugas que llegan, contabilizarlas, proteger el huevo y asegurar que regrese la cría al mar, para preservar la especie y concientizar a la sociedad. El proyecto al ya estar desarrollado, nos permitió enfocarnos en el funcionamiento y distribución de las redes sociales..

Con la información que ya existe en redes sociales se han generado una nueva imagen digital que promuevan comentarios e impresiones positivas del trabajo que realiza Punta Ixtal, sobre todo en temporada de liberaciones de tortugas.

Como proyecto de marca, Punta Ixtal ya cuenta con una novedosa estrategia de marketing digital que consiste en lograr una serie de vínculos de colaboración entre los proyectos vinculados (arribazón) y aquellas personas con una gran visibilidad y protagonismo en internet que estén dentro del pap.

1.4. Contexto

Punta Ixtal es una construcción con características ecológicas, la cual está actualmente en construcción dentro de la localidad de Ixtapilla, Michoacán; éste proyecto tiene como finalidad solventar las necesidades en torno al manejo y conservación de la tortuga golfina (*Lepidochelys olivácea*), la cual desova en "Playa de Ixtapilla" perteneciente al municipio de Aquila, Michoacán. Punta Ixtal

atiende a una de las mayores poblaciones de tortuga marina en el país, ya que está registrado como un punto de anidadas más.

Misión: Proteger y conservar a las especies de tortugas que llegan a anidar en la playa de Ixtapilla, fomentando el respeto hacia las mismas a través de actividades que involucren la participación activa de la sociedad.

Visión: Fomentar la cultura de conservación y preservación de diversos ecosistemas; al mismo tiempo ser un campamento tortuguero con reconocimiento a nivel nacional e internacional, manteniendo la identidad comunitaria que lo caracteriza.

2. Desarrollo

2.1. Sustento teórico y metodológico

Se crea como una parte principal una estructura visual (diseño de campaña) y de contenido (calendario) en Instagram para que la página sea más atractiva, ya que es la primera impresión que le darás al cliente que te busca por este medio.

2.2. Planeación y seguimiento del proyecto

- Redes sociales Festival Arribazon
 - Actualizamos la página/perfil con al menos 3 publicaciones semanales.
 - Publicamos de noticias relevantes del festival Arribazon.
 - Publicamos las actividades en temporada de arribos, eventos, fechas relevantes del calendario ambiental.
 - Publicamos instastories para mantener al usuario activo y generar más interacción en nuestro perfil.

- Seguimiento y actualización de calendario del semestre pasado, ahora con 4 estrategias de publicaciones:
 - Fun facts : Gracias a las estadísticas de instagram pudimos notar que los seguidores muestran mayor interés en las publicaciones sobre tortugas. Con los fun facts se pretende contextualizar e involucrar al usuario para que primero que nada, se interese por el tema.

- #TURTLETUESDAY : Éste es un hashtag popular utilizado mundialmente en el que no sólo el usuario puede participar y subir sus propios #turtletuesday y hacer un acervo fotográfico en común, sino que también se hace una estrategia en la que se le da una secuencia de que cada martes el usuario sabe que habrá un post de Festival Arribazon, provocando expectativa.
- Calendario ambiental: Festival Arribazon no sólo trata acerca del festival que ocurre cada año en el campamento de Punta Ixtal, es todo un concepto de cuidado por la naturaleza, preservación de la vida silvestre/marina y concientización ambiental. Al recordarles de los días que se celebran en todo el año referentes al medio ambiente, logramos hacer conciencia y sensibilizamos al usuario.
- Giveaways : Estas publicaciones son gracias a nuestros patrocinios que tienen como propósito darnos a conocer y conseguir más followers en redes sociales.

- Desarrollo de propuesta de mejora

Creamos un punto de información y credibilidad sobre temas sociales y propuestas de mejora para el Festival Arribazon; presentando en redes un tema concreto, con presencia e influencia de contenido que puede llegar a convertirse en un medio de difusión interesante para la campaña del festival. El equipo de redes sociales creó una novedosa estrategia de marketing que consiste en lograr una serie de vínculos de colaboración entre las marcas, las empresas y aquellas personas con una gran visibilidad y protagonismo en internet.

3. Resultados del trabajo profesional

¿QUÉ HICIMOS?

REDES FESTIVAL ARRIBAZON.

- Se actualizó el calendario del semestre pasado, ya que se cambió la fecha del festival.
- Se le dio una nueva imagen a la pagina de instagram.
- Se organizaron las publicaciones en la app UNUM.

- Se creó una página de internet que se colocó en instagram donde se mostraba más información sobre el festival.
- -Se encontraron posibles patrocinadores y organizaciones que pudieran estar interesados en la participación del festival y que quieran colaborar con el proyecto de Punta Ixtal para poder generar más interés ante los usuarios en redes y tener mayor participación de diferentes empresas y personas para difundir el mensaje de liberación y apoyo de esta campaña en Punta Ixtal.
- Se generaron posibles materiales y elementos gráficos que fueran a ser necesarios para publicaciones en instagram.
- Se hizo edición de cada una de las fotos en instagram.

4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto

A lo largo de este proyecto se desarrollaron competencias de diseño gráfico y manejo de redes en donde logramos adaptarnos a los diferentes mercados de cada uno de los proyectos en los que se trabajaron, para crear propuestas de valor y difusión de contenido con una meta que cumplir. Se aprendió también a diseñar no sólo las publicaciones, sino el cómo y cuándo iban a ser publicadas, lo que hace un proyecto de community management completo.

En cuanto a las implicaciones éticas, es muy importante tener en cuenta que manejar redes sociales tiene un fuerte impacto en la sociedad, ya que la difusión del mensaje es sumamente rápido y eficaz, por lo que la información que estás por publicar debe de ser 100% real, y que concientice a tu público, ya que todas las razones de las asociaciones en las que estuvimos trabajando tenían un giro social y ético, y las redes sociales tienen que mantener presente ese tema siempre y comunicarlo de manera correcta y eficaz.

- Aprendizajes sociales y éticos

Miguel Valencia

Me gustó mucho haber formado parte del staff de Festival Arribazón y haber aportado por segunda ocasión el los proyectos de DSL..

En cuanto a mi equipo de redes sociales también me quedo satisfecho, ya que hicimos una buena planeación, una buena estrategia de publicidad y gracias a eso

estuvimos creando buen contenido para nuestro público, haciendo publicaciones y subiendo historias constantemente, lo que nos ayudó a generar más seguidores e incrementar nuestro promedio de likes y visitas a la página. Dentro del mismo contenido también estuvimos manteniendo informados a nuestros invitados de todo lo referente al festival por medio de Instagram. Con todo esto creo que puedo decir que se cumplió el objetivo y dejamos una buena base para seguir por esa misma línea.

Por último, fuera de el trabajo realizado, me gustó mucho el PAP en general, me gustó mucho el grupo, el convivio, las tortugas, el mismo objetivo del PAP y mas que nada el Festival Arribazón.

Priscila Bojórquez

Me quedo satisfecha con el trabajo que mi equipo y yo logramos, creo la imagen que le dimos al Instagram del festival es justo lo que queríamos, algo muy juvenil, alegre y que transmite esta conexión con la naturaleza, que se vivió en Arribazón. En general, creo que la comunicación de nuestro equipo fue buena, ya que, pudimos complementar nuestras ideas para las publicaciones que teníamos en mente. A pesar de que el número de seguidores no es el más alto, los interesados en el evento, al ver el Instagram de Arribazón, si se quedaban con más ganas de asistir.

En cuanto al festival, también me quedo muy contenta con el resultado, aunque hay varios aspectos por mejorar, creo que la experiencia que vivimos los alumnos del PAP así como los invitados fue muy padre.

Paulina Velasco

Ser parte del equipo de redes por segunda vez en el PAP me hizo más capaz de manejar ciertas situaciones que se nos fueron presentando, creo que mi desempeño creció al del semestre pasado. Considero que la comunicación con todo el salon era muy importante específicamente este semestre de festival, ya que todos necesitábamos estar en la misma página y publicar todo lo que era necesario para cada uno de los equipos.

Me quedo muy satisfecha con lo que mi equipo y el grupo logró para este semestre, estoy contenta con la buena relación que creamos entre todos y esto facilitó mucho el trabajo.

5. Conclusiones

En conclusión consideramos que hicimos un buen trabajo en equipo ya que tuvimos mejores resultados de los que habíamos planeado al principio del semestre.

Concordamos que nuestro interés por parte de todo el equipo hacia el PAP tuvo mucho que ver para lograr esta meta, aunque somos conscientes que hay cosas en la organización que podríamos mejorar para realizar el trabajo con mayor rapidez y poder aprovechar ese tiempo.