

ANEXO II

AFALAC I

ANÁLISIS Y ESTRATEGIA

Denise Bustos Nácher

Facultat de Belles Arts de Sant Carles
Grado en Diseño y Tecnologías Creativas
Curso 2021-2022



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA
FACULTAT DE BELLES ARTS DE SANT CARLES

FASE 1. ANÁLISIS

FASE 1. ANÁLISIS

Análisis interno / Diagnóstico

Posicionamiento territorios

Categoría y territorio

Puntos de contacto

Análisis externo / Investigación

Análisis de la competencia

Análisis comparativo

Análisis gráfico

Análisis cromático

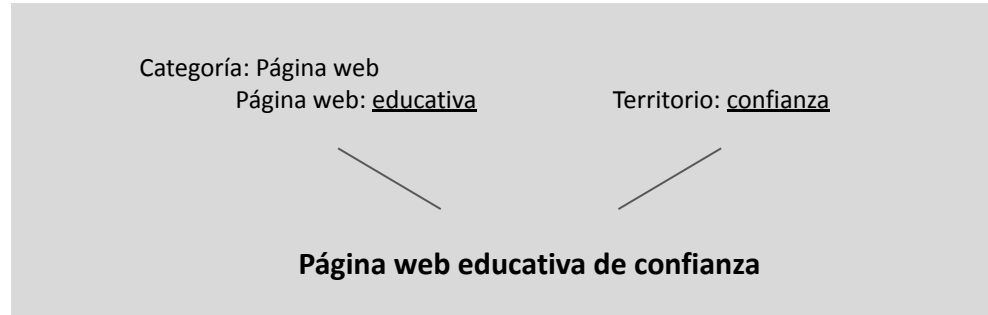
Público objetivo

Conclusiones

FASE 1. ANÁLISIS

Análisis interno / Diagnóstico

Categoría y territorio



- **Perspectiva emocional/personal:**

Recopilamos actividades para niños y niñas con diversidad funcional para facilitar su búsqueda a las profesoras y madres que las buscan y aplican.

- **Perspectiva racional/funcional:**

Somos de confianza, todas las actividades pasan un filtro antes de aparecer en la web. Es importante verificar las actividades para asegurar que son seguras y eficaces para los niños y niñas.

FASE 1. ANÁLISIS

Análisis interno / Diagnóstico

Posicionamiento territorios: WEBs

Diferentes necesidades: Recopila actividades dirigidas a diferentes necesidades de aprendizaje.

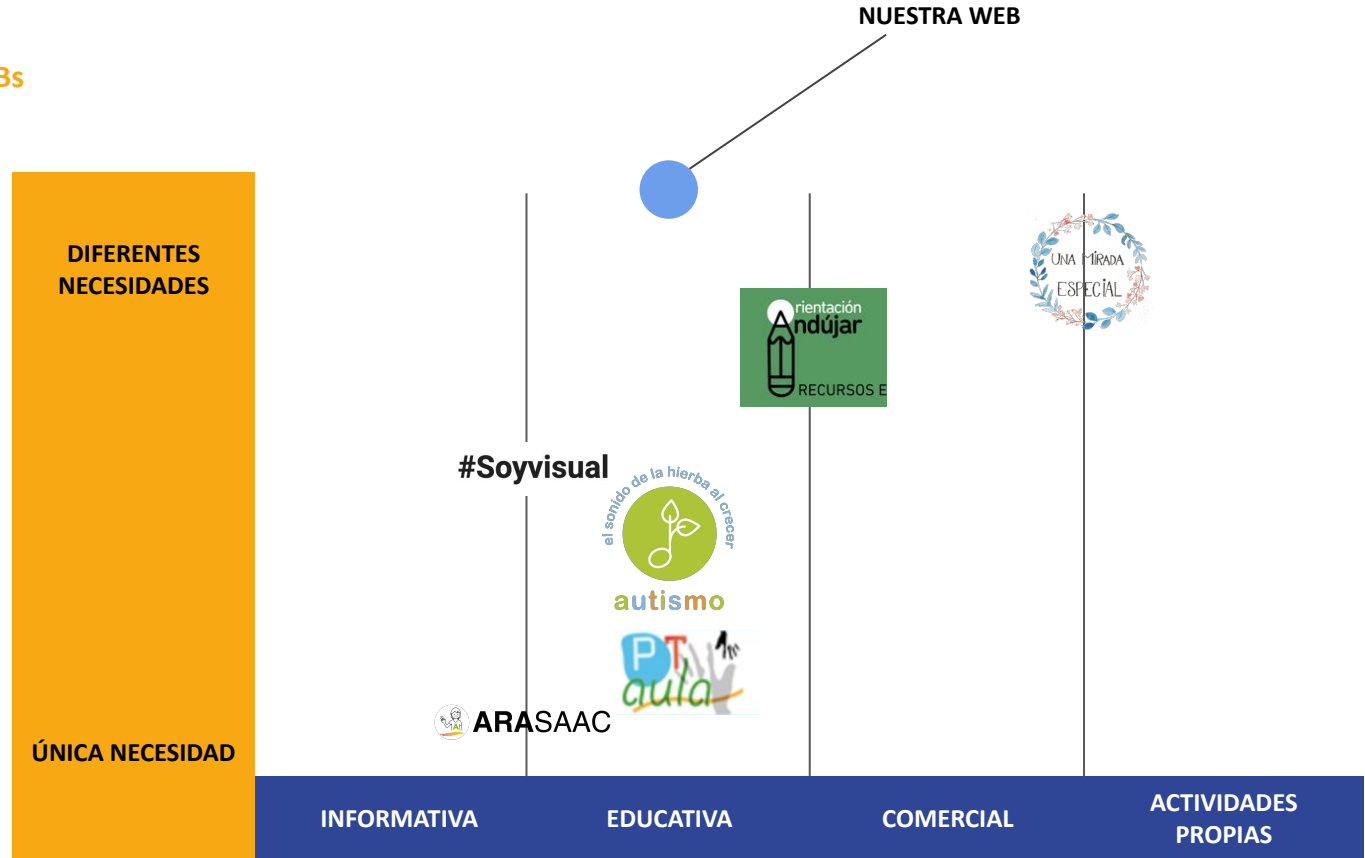
Necesidad única: Recopila actividades dirigidas a una sola necesidad de aprendizaje.

Informativa: Informa sobre temas relacionados con la educación para niños con diversidad funcional.

Educativa: Recopila actividades gratuitas para el desarrollo y aprendizaje de niños con diversidad funcional.

Comercial: Vende actividades para el desarrollo y aprendizaje de niños con diversidad funcional.

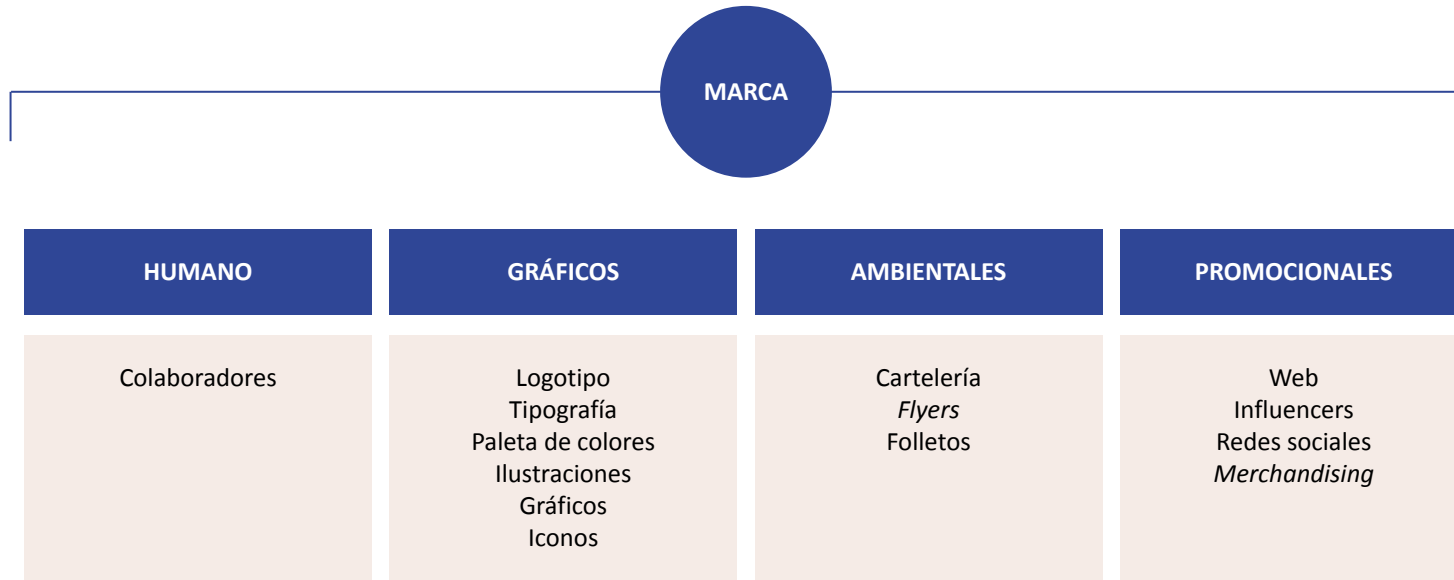
Actividades propias: Crea y comparte actividades para el desarrollo y aprendizaje de niños con diversidad funcional.



FASE 1. ANÁLISIS

Análisis interno / Diagnóstico

Puntos de contacto



FASE 1. ANÁLISIS

Análisis interno / Diagnóstico

Puntos de contacto

	ANTES DE LA EXPERIENCIA WEB	DURANTE LA EXPERIENCIA WEB	DESPUÉS DE LA EXPERIENCIA WEB
ONLINE	<p>Redes sociales</p> <p>Boca a boca</p> <p>Anuncios en RR.SS</p> <p>Banners en webs</p> <p>Recomendaciones</p> <p>Valoraciones</p> <p>Correos electrónicos de promoción, <i>newsletters</i></p>	<p>Web</p> <p>Funcionalidades</p> <p>Guía de uso</p> <p>Información</p> <p>Logo</p> <p>Colores</p> <p>Tipografía</p>	<p>Crear cuenta</p> <p>Crear carpetas de actividades</p> <p>Compartir actividades</p> <p>Seguir otras RR.SS</p>
OFFLINE	<p>Cartelería</p> <p><i>Flyers</i></p> <p>Folleto</p>		<p>Impresión de las actividades</p> <p>Aplicación de las actividades</p>

FASE 1. ANÁLISIS

Análisis externo / Investigación

Análisis de la competencia

#Soyvisual

Público objetivo:

- Personas del ámbito educativo
- Madres/padres con hijos/hijas con necesidades de lenguaje o comunicación
- Dan importancia a la coherencia y diseño de las web que visitan

Personalidad:

Directa, divertida, clara y educativa.

Valores y atributos:

Comprensión, sencillez, desarrollo y aprendizaje.

Territorio: Educación

Tipografía:

Sans serif geométrica en minúscula para el logo, podemos suponer que es una Roboto, no se aprecian distorsiones a primera vista.

En la web parece ser que utilizan la misma tipografía en diferentes pesos.

Habilidades básicas | Lectoescritura | Pragmática
¿Por qué se siente así?



Colores:

En el logo apreciamos solamente el negro. En la web, en cambio, observamos colores no muy saturados, pero contrastados entre ellos, principalmente el morado, el verde y el naranja, siendo este último el más utilizado.



Dirección de arte, iconos y ilustraciones:

Encontramos ilustraciones muy realistas de las actividades, realizadas por el estudio Tropical especialmente para la web

Mensajes:

Claros, principalmente explicativos sobre las actividades, vocabulario formal/técnico.



Canales de comunicación:

- Facebook
- <https://www.soyvisual.org/>

FASE 1. ANÁLISIS

Análisis externo / Investigación

Análisis de la competencia



Público objetivo:

- Personas del ámbito educativo
- Madres/padres con hijos/hijas con autismo
- Personas preocupadas por aprender sobre los problemas de aprendizaje y desarrollo de los niños/niñas

Personalidad:

Escolar, colorida y cuidadora.

Valores y atributos:

Aprendizaje, apoyo, comprensión y familia.

Territorio: Educación

Tipografía:

Sans serif redondeada en minúscula para el logo.

En la web utilizan tipografías de palo seco como la Arial y la Ubuntu en títulos textos más largos.



Colores:

Hay mucha variedad de colores, nada más entrar vemos actividades y fotografías recopiladas que no dan aspecto de identidad consolidada.

Destacan el naranja y el verde.



Dirección de arte, iconos y ilustraciones:

La web es recopilatoria, por lo tanto, no encontramos actividades hechas específicamente para la web, tampoco encontramos iconos, solo el de el logotipo y la ilustración del banner.

Mensajes:

Mensajes explicativos sobre la aplicación de actividades, vocabulario más informal.



Canales de comunicación:

- Pinterest
- <https://elsonidodelahierbaelcrecer.blogspot.com/>

FASE 1. ANÁLISIS

Análisis externo / Investigación

Análisis de la competencia



Público objetivo:

- Personas del ámbito educativo
- Madres/padres con hijos/hijas con necesidades de comunicación
- Interesados en los diferentes tipos de comunicación

Personalidad:

Sencilla, educativa y clara.

Valores y atributos:

Comprensión, aprendizaje, apoyo y progresión.

Territorio: Educación

Tipografía:

Sans serif geométrica en mayúscula para el logo, combinando dos pesos, uno más bold y otro más thin.

En los textos de la web parece ser que utilizan la Roboto en diferentes pesos.



Colores:

En el logo apreciamos el color negro acompañado de un naranja/rojo y una letra A en verde, que es el color que se utiliza por lo general en toda la web.

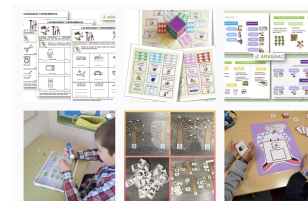
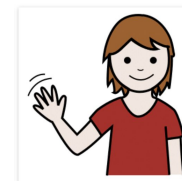
Pictogramas

Materiales

Aula Abierta

Dirección de arte, iconos y ilustraciones:

Encontramos pictogramas bastante unificados con respecto al estilo, lo mismo para las fotografías de la Lengua de Signos. Aunque en redes sociales no encontramos un estilo unificado de dirección de arte.



Mensajes:

Claros, principalmente explicativos sobre las actividades, vocabulario formal/técnico en web, en redes sociales podemos encontrar un vocabulario más informal.

Canales de comunicación:

- Facebook, IG, Pinterest, Twitter y Youtube.
- <https://arasaac.org/>

FASE 1. ANÁLISIS

Análisis externo / Investigación

Análisis de la competencia



Público objetivo:

- Personas del ámbito educativo con alumnos y alumnas con problemas lectoescritores

Personalidad:

Organizada, sencilla y escolar.

Valores y atributos:

Apoyo, crecimiento, comunidad y cooperación.

Territorio: Educación

Tipografía:

Sans serif mayúscula (PT) y minúscula (aula).
Script.

En el resto de textos de la web encontramos una tipografía parecida, sans serif, redondeada y desigual.

Comprensión lectora de textos
cortos: Los planetas

3 mayo, 2022 by María • Dejar un comentario

Colores:

En la web se utiliza principalmente el azul, el blanco y el gris. EL azul para la barra del menú y para destacar palabras.



Dirección de arte, iconos y ilustraciones:

No encontramos imágenes que ayuden a entender y unificar la identidad, solo aparecen las imágenes de las actividades que dan aspecto caótico a la web. En redes sociales tampoco vemos un estilo unificado.

Mensajes:

Claros, principalmente explicativos sobre las actividades, vocabulario informal, de profesor/profesora a profesor/profesora.

Comprensión lectora de textos
cortos: Los planetas

3 mayo, 2022 by María • Dejar un comentario

Nueva actividad para trabajar una vez más la lectura comprensiva de frases y textos cortos. He utilizado una temática que suele gustar mucho a nuestros alumnos: los planetas. Por lo que seguro que disfrutaron descifrando el enigma: cuál es cuál, asociando cada imagen con su descripción.



aulapt.org

Blog de recursos para la
elaboración de ACIS



Canales de comunicación:

- Facebook, IG, Pinterest, Twitter y Youtube.
- <https://www.aulapt.org/>

FASE 1. ANÁLISIS

Análisis externo / Investigación

Análisis de la competencia



Público objetivo:

- Personas del ámbito educativo con alumnos y alumnas con necesidades educativas y de orientación.

Personalidad:

Sobria, educativa y clara.

Valores y atributos:

Progresión, aprendizaje, comunidad y apoyo.

Territorio: Educación

Tipografía:

Sans serif geométrica minúscula con bordes redondeados.

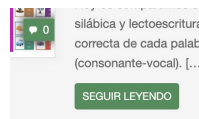
En los cuerpos de texto de la web encontramos la Helvética para una mejor legibilidad.

RECURSOS EDUCATIVOS ACCESIBLES Y GRATUITOS



Colores:

En el logotipo encontramos los colores blanco, negro y, como predominante, el verde. Este se repite en la web para destacar elementos. Se acompaña de blancos, grises y negros.

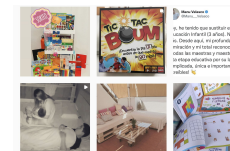
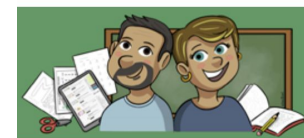


Dirección de arte, iconos y ilustraciones:

Solo aparecen las imágenes de las actividades que dan aspecto caótico a la web, no encontramos ilustraciones propias de la identidad, solamente la del banner. En redes sociales tampoco vemos un estilo unificado.

Mensajes:

Claros, principalmente explicativos sobre las actividades, vocabulario informal, de profesor/profesora a profesor/profesora.



Canales de comunicación:

- IG, Facebook, Youtube y Twitter.
- <https://www.orientacionandujar.es/>

FASE 1. ANÁLISIS

Análisis externo / Investigación

Conclusiones

Según los resultados del análisis que he ido extrayendo, he llegado a unas conclusiones generales que podemos observar de este tipo de marcas.

- Son marcas destinadas principalmente a mujeres de mediana edad
- Estas mujeres trabajan en el sector y, por lo tanto, lo entienden. También encontramos a madres de niños con diversidad funcional
- Los valores a los que más importancia se les da son: apoyo, comprensión y aprendizaje.
- Son marcas que dan mucha importancia a la igualdad.

FASE 1. ANÁLISIS

Análisis externo / Investigación

Análisis de la competencia



Público objetivo:

- Personas del ámbito de educación especial
- Padres/madres con hijos/hijas que requieran de actividades de apoyo para su desarrollo

Personalidad:

Divertida, tierna y sencilla.

Valores y atributos:

Comprensión, desarrollo, aprendizaje y apoyo.

Territorio: Educación

Tipografía:

Sans serif mayúscula para el logotipo, podemos decir que tiene efecto script. Para el resto de la web se utilizan tipos script para los títulos y sans serif redondeadas para los textos.

EDUCACIÓN ESPECIAL

"Nadie sabe lo que puede conseguir hasta que lo intenta"

Colores:

Tanto en el logotipo, como en el resto de la web, los colores que destacan son el azul y rosa empolvados. También, observamos el blanco en fondos y textos en negro.

EDUCACIÓN ESPECIAL

Recursos, manualidades, juegos, lecturas...

DESCARGAR MATERIALES

UNA MIRADA ESPECIAL es un espacio dedicado a
En un principio, este proyecto nació para compartir material
Recursos en este espacio están en libertad de uso para todos los usuarios

Dirección de arte, iconos y ilustraciones:

Tanto en la web como en las redes sociales encontramos ilustraciones figurativas que ayudan a cohesionar la marca. También, aparecen en algunas actividades.

Mensajes:

Claros, principalmente explicativos sobre las actividades. Vocabulario cercano y amable.



Canales de comunicación:

- Facebook, IG y Twitter.
- <https://miradaespecial.com/>

FASE 1. ANÁLISIS

Análisis externo / Investigación

Análisis comparativo

#Soyvisual

Comprensión

Sencillez

Desarrollo

Aprendizaje

El sonido de la hierba al crecer

Aprendizaje

Apoyo

Comprensión

Familia

ARASAAC

Comprensión

Aprendizaje

Progresión

Apoyo

PT aula

Apoyo

Crecimiento

Comunidad

Cooperación

Orientación Andújar

Progresión

Aprendizaje

Comunidad

Apoyo

UNA MIRADA ESPECIAL

Comprensión

Desarrollo

Aprendizaje

Apoyo



FASE 1. ANÁLISIS

Análisis externo / Investigación

Análisis gráfico

Conclusiones:

La categoría que engloba más logos es la de Sans Serif minúscula, después, la mayúscula y, finalmente, la Script.

Por lo tanto, podemos seguir la moda actual del sector utilizando un logo con tipografía Sans Serif/Script o diferenciarnos utilizando una Serif.

Además, se pueden explorar los logos plenamente tipográficos.

TIPOGRÁFICO		#Soyvisual		
	Serif	Sans Serif minúscula	Sans Serif mayúscula	Script



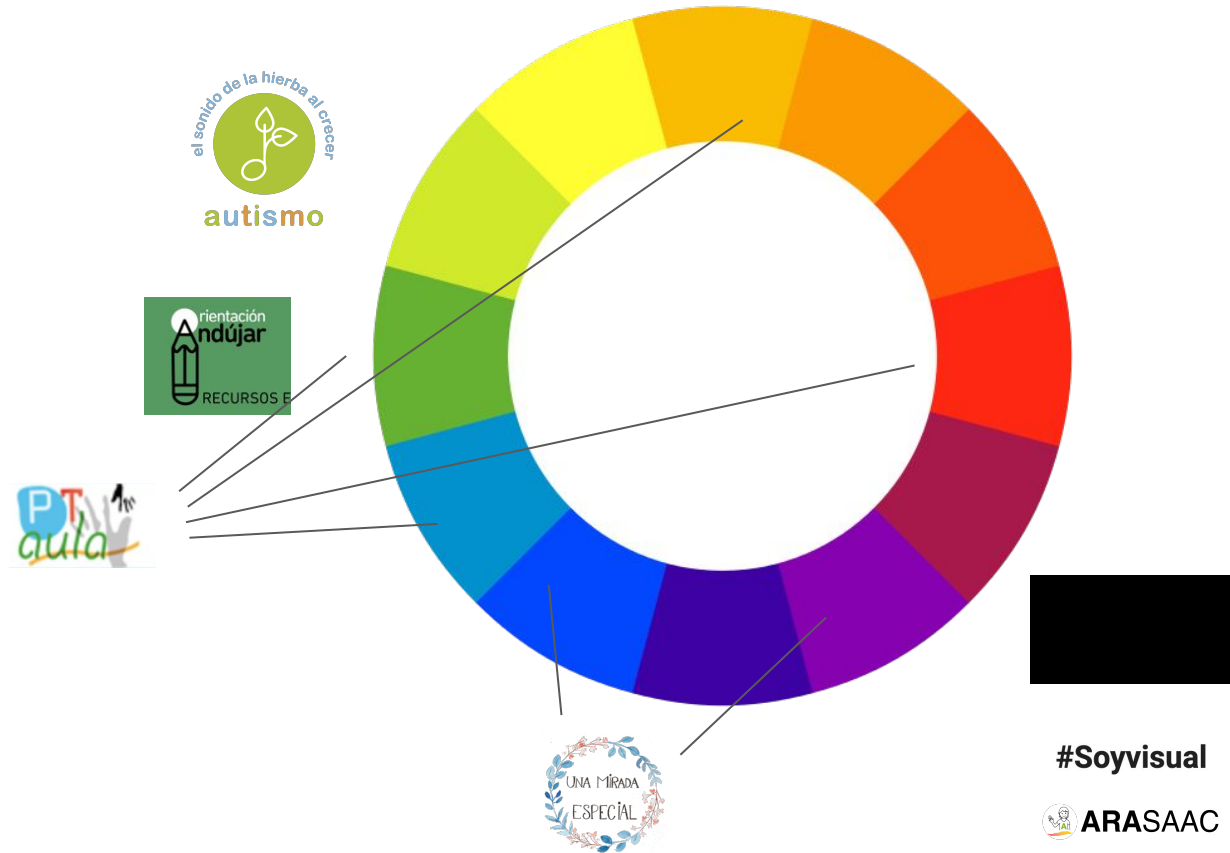
FASE 1. ANÁLISIS

Análisis externo / Investigación

Análisis cromático

Conclusiones:

Sobre todo, encontramos logotipos con mezclas de colores, siendo el verde y el negro los colores más utilizados, seguidos por el azul. Por eso, puede resultar interesante utilizar colores oscuros, huyendo de los claros.



FASE 2. ESTRATEGIA

Plataforma de marca

Valores

Diversión

Valoramos la diversión en la educación para hacer más fácil y entretenido el proceso, sobre todo en el caso de los niños y niñas con dificultades de aprendizaje, ya que en estos casos el camino puede resultar más tedioso.



FASE 1. ANÁLISIS

Análisis externo / Investigación

Público objetivo



María López

EDAD 33 años

EMPLEO En un centro Educación Especial

ESTADO CIVIL Casada

ESTATUS Clase media

LOCALIZACIÓN Sueca

NIVEL ACADÉMICO Licenciada en Terapia Ocupacional

ARQUETIPO La sabia

Biografía

María trabaja en un centro de Educación Especial, su pasión es la enseñanza. Es madre de una niña de 5 años y está casada con Pablo, arquitecto y fan de la botánica. Como terapeuta, trabaja con niños y niñas de hasta 6 años con diversidad funcional. Su relación con las madres de los menores es muy estrecha ya que le preguntan mucho por actividades que poder realizar con sus hijos para que sigan aprendiendo fuera del cole ya sea para divertirse o para aprender tareas cotidianas. A María le encanta ayudar, pero no siempre tiene tiempo de buscar y validar recursos en internet que sean totalmente aptos para poder enviárselos, también, apuesta por la inclusión e intenta buscar actividades en las que todo niño pueda participar a pesar de su enfermedad.

CREATIVA INNOVADORA ORDENADA EXTROVERTIDA SENSIBLE

Motivaciones



Necesidades

- Seguir aprendiendo sobre Terapia Ocupacional
- Buscar una web fiable para las familias que contenga recursos para niños con diversidad funcional
- Crear jornadas informativas de inclusividad para informar a sus compañeros

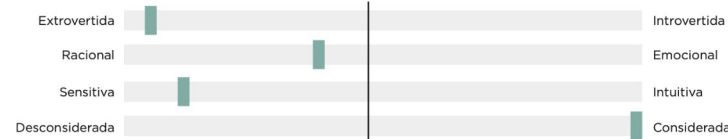
Frustraciones

- No le gusta que etiqueten a los niños por enfermedades
- No poder trabajar más con sus niños porque las familias no reciben subvenciones suficientes
- No tener tiempo para validar actividades y recursos para las madres de sus alumnos

Marcas



Personalidad



FASE 1. ANÁLISIS

Análisis externo / Investigación

Público objetivo



Lola Valverde

EDAD 41 años
EMPLEO Pastelera
ESTADO CIVIL Casada
ESTATUS Clase media
LOCALIZACIÓN Valencia
NIVEL ACADÉMICO Bachillerato
ARQUETIPO La mujer corriente

Biografía

Lola está casada con Jorge, con el que tiene un Horno/Pastelería, es madre de dos niños, uno de 7 años y otra con TEA de 5 años. Se lo detectaron hace un año, gracias a la educadora de la escuela ya que cuenta con un aula de Educación Especial. Además, va un par de veces a la semana a una Terapeuta y a una Psicóloga, es consciente de que es privilegiada ya que no siempre esas ayudas llegan a todos. Además, Lola pide a estas profesionales que le brinden recursos para poder colaborar correctamente en el desarrollo de su hija en casa. En sus ratos libres busca en Internet actividades inclusivas para niños con y sin NEE que puedan aprovechar su hijo de 7 años, pero también, su hija de 5.

PREOCUPADA CARIÑOSA CURIOSA INTUITIVA PLANEADORA

Motivaciones



Necesidades

- Emplear en casa actividades y juegos que sirvan para el desarrollo evolutivo de sus hijos
- Conseguir que el colegio de sus hijos sea plenamente inclusivo
- Encontrar una web en la que poder encontrar recursos con especificaciones claras para niños y niñas con diversidad funcional

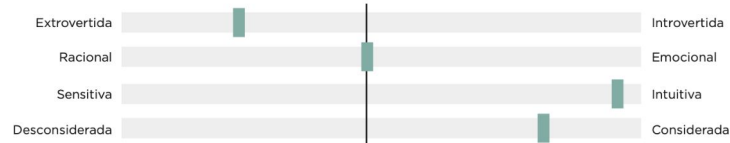
Frustraciones

- No sabe qué hacer para conseguir una buena rutina diaria para sus hijos: alimentación, comunicación, relaciones entre iguales...
- No sabe identificar qué recursos de los que encuentra en internet son válidos
- No saber como adaptar algunos juegos para que sus hijos jueguen juntos

Marcas



Personalidad



FASE 2. ESTRATEGIA

FASE 2. ESTRATEGIA

Plataforma de marca

Tendencias

Misión

Visión

Valores

Atributos

Personalidad

Propuesta de valor

FASE 2. ESTRATEGIA

Plataforma de marca

Tendencias

Mayor **digitalización** a causa del Covid-19

Uso de Webs e Instagram para compartir recursos para niños con diversidad funcional

Las **ayudas** que reciben las familias para apelar a profesionales **no son suficientes**. Estos profesionales provienen a las familias actividades sacadas de Webs recopilatorias

Los **profesionales** están acostumbrados a **utilizar los medios tecnológicos**, siendo el móvil el más utilizado, pero con uso también generalizado del ordenador de sobremesa

Los **centros educativos no están preparados** para introducir a un número relativamente grande de alumnos con discapacidad dentro del aula

Más de un **14% de la población de España tiene discapacidad**

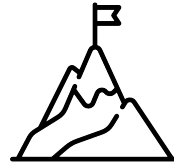
Fake news e información incorrecta en Internet

La **escolarización es obligatoria a partir de 6 años**, por lo tanto, hay niños que no se escolarizan hasta esa edad

FASE 2. ESTRATEGIA

Plataforma de marca

Misión



MISIÓN

Recopilamos recursos para niños y niñas con diversidad funcional para **facilitar su búsqueda** mediante la organización y clasificación, basándonos en sus necesidades de desarrollo y aprendizaje.

FASE 2. ESTRATEGIA

Plataforma de marca

Visión



VISIÓN

Queremos ser la web recopilatoria en la que **confían los y las profesionales** para buscar recursos y actividades para realizar con sus alumnos/as con diversidad funcional o para compartirla con las madres y padres.

FASE 2. ESTRATEGIA

Plataforma de marca

Valores

Sensibilidad

Para nosotras es fundamental que los niños y niñas aprendan mientras se sienten comprendidos, esto se consigue mediante la sensibilidad y el intentar meterse en la piel de esos niños y niñas.



FASE 2. ESTRATEGIA

Plataforma de marca

Valores

Educación

La educación es fundamental para los niños y niñas con diversidad funcional ya que, en muchos casos, necesitan reforzarla para conseguir desarrollar habilidades básicas del día a día, como: comer, comunicarse...



FASE 2. ESTRATEGIA

Plataforma de marca

Valores

Igualdad

Los niños y niñas tienen menos prejuicios que los adultos, por eso, hay que aprovechar para inculcarles que todos somos iguales, independientemente del sexo y las diversidades funcionales.

THINK
ABOUT
THINGS
DIFFERENTLY

FASE 2. ESTRATEGIA

Plataforma de marca

Atributos



Seguridad

Somos rigurosas con la recopilación de actividades, nos aseguramos de que sean beneficiosas para los niños y niñas y que no suponga ningún peligro para ellos y ellas su realización.

FASE 2. ESTRATEGIA

Plataforma de marca

Atributos



Actual

Los materiales están actualizados en base a los avances de la educación para niños y niñas con diversidad funcional y se tiene en cuenta la posible caducidad las actividades.

FASE 2. ESTRATEGIA

Plataforma de marca

Atributos



Facilidad

El tiempo es muy valioso para nosotras, por eso, tanto la identidad visual como la web están diseñadas para que la búsqueda y recopilación de estos materiales sea sencilla y rápida.

FASE 2. ESTRATEGIA

Plataforma de marca

Atributos



Diseño

El diseño de la marca y de la web se adecuan a las tendencias actuales del sector educativo para facilitar el entendimiento a las/los profesionales. Asimismo, poco a poco incorporamos la accesibilidad para romper la brecha digital.

FASE 2. ESTRATEGIA

Plataforma de marca

Personalidad

Somos...

Una marca comprensiva para personas resilientes en la que te puedes apoyar y sentir comprendido y comprendida porque en nuestra comunidad no existen prejuicios ni distinciones.



FASE 2. ESTRATEGIA

Plataforma de marca

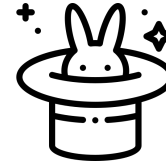
Personalidad: arquetipos



CUIDADOR

ARQUETIPO PRINCIPAL

Buscamos ofrecer protección y cuidado de manera altruista a aquellos que nos importan. Buscamos entender y empatizar con lo que te pasa. Somos seguros, somos alguien en quien confiar.



MAGO

ARQUETIPO SECUNDARIO

Queremos inspirarte y que consigas todo aquello que te propones. Además, te ayudamos en el proceso y te brindamos recursos necesarios para llegar a tus metas.

FASE 2. ESTRATEGIA

Plataforma de marca

Propuesta de valor



“COMPARTIMOS CRECIMIENTO”

SOMOS ESA WEB QUE TE BRINDA
MATERIALES PARA QUE PUEDES
AYUDAR A NIÑOS Y NIÑAS CON
DIVERSIDAD FUNCIONAL EN SU
DESARROLLO Y CRECIMIENTO.