

*Galileo*  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

## **Facultad de Ciencias de la Comunicación**

Diseño de interfaz de sitio web para dar a conocer a clientes reales y potenciales los productos y servicios publicitarios que ofrece la empresa Martes Creativo Studio.

Guatemala, Guatemala. 2021

### **Proyecto de Graduación**

Presentado a la Facultad de Ciencias de comunicación, Guatemala, C.A.

#### **Elaborado por:**

García Aguilar Alejandra Noemí

17007640

Para optar al título de:

**Licenciatura en Comunicación y Diseño**

Nueva Guatemala de la Asunción, enero 2021

Diseño de interfaz de sitio web para dar a conocer a clientes reales y potenciales los productos y servicios publicitarios que ofrece la empresa Martes Creativo Studio.

Guatemala, Guatemala. 2021

García Aguilar Alejandra Noemí

Universidad Galileo

Facultad de Ciencias de la Comunicación –FACOM–

Guatemala de la Asunción, enero 2021.

**Autoridades**

**Rector**

Dr. Eduardo Suger Cofiño

**Vicerrectora General**

Dra. Mayra de Ramírez

**Vicerrector Administrativo**

Lic. Jean Paul Suger Castillo

**Secretario General**

Lic. Jorge Retolaza

**Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación**

Lic. Leizer Kachler

**Vicedecano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación**

Lic. Rualdo Anzueto, M.Sc.

Guatemala 13 de abril de 2020

Licenciado  
Leizer Kachler  
Decano-Facultad de Ciencias de la Comunicación  
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado: **DISEÑO DE INTERFAZ DE SITIO WEB PARA DAR A CONOCER A CLIENTES REALES Y POTENCIALES LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS PUBLICITARIOS QUE OFRECE LA EMPRESA MARTES CREATIVO STUDIO**. Así mismo solicito que la Ms.C. Lourdes Donis sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



Alejandra Noemí García Aguilar  
17007640



Ms.C. Lourdes Donis  
Asesora  
Colegiado 26246



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Universidad de la Innovación

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala 18 de mayo de 2020

**Señorita:**  
**Alejandra Noemí García Aguilar**  
**Presente**

Estimada Señorita García:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE INTERFAZ DE SITIO WEB PARA DAR A CONOCER A CLIENTES REALES Y POTENCIALES LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS PUBLICITARIOS QUE OFRECE LA EMPRESA MARTES CREATIVO STUDIO**. Así mismo, se aprueba a la Ms.C. Lourdes Donis, como asesora de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

---

**Lic. Leizer Kachler**  
**Decano**  
**Facultad de Ciencias de la Comunicación**



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
LA REVOLUCIÓN DE LA EDUCACIÓN

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

**Guatemala, 11 de diciembre de 2020**

**Lic. Leizer Kachler**  
**Decano**  
**Facultad de Ciencias de la Comunicación**  
**Universidad Galileo**

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE INTERFAZ DE SITIO WEB PARA DAR A CONOCER A CLIENTES REALES Y POTENCIALES LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS PUBLICITARIOS QUE OFRECE LA EMPRESA MARTES CREATIVO STUDIO**. Presentado por la estudiante Alejandra Noemi García Aguilar, con número de carné: 17007640, está concluido a mi entera satisfacción, por lo que se extiende la presente aprobación para continuar así el proceso de titulación profesional.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

---

**Ms.C. Lourdes Donis**  
**Asesora**  
**Colegiado 26246**



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Pasión por la Educación

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

**Guatemala, 04 de junio de 2021**

**Señorita  
Alejandra Noemí García Aguilar  
Presente**

Estimada Señorita García:

Después de haber realizado su examen privado para optar al título de Licenciatura en Comunicación y Diseño de la **FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN** de la Universidad Galileo, me complace informarle que ha **APROBADO** dicho examen, motivo por el cual me permito felicitarle.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

**Lic. Leizer Kachler**  
**Decano**  
**Facultad de Ciencias de la Comunicación**

Ciudad de Guatemala, 23 de julio de 2021.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

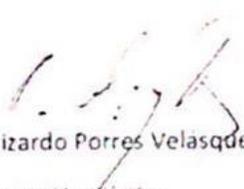
Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: **DISEÑO DE INTERFAZ DE SITIO WEB PARA DAR A CONOCER A CLIENTES REALES Y POTENCIALES LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS PUBLICITARIOS QUE OFRECE LA EMPRESA MARTES CREATIVO STUDIO. GUATEMALA, GUATEMALA 2021**, de la estudiante Alejandra Noemi Garcia Aguilar, ha sido objeto de revision gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente.



Lic. Edgar Lizardo Porres Velásquez

Asesor Lingüístico

Universidad Galileo



*Galileo*  
UNIVERSIDAD  
de Investigación y la Educación

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 31 de agosto de 2021

**Señorita:**  
**Alejandra Noemí García Aguilar**  
**Presente**

Estimada Señorita García:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE INTERFAZ DE SITIO WEB PARA DAR A CONOCER A CLIENTES REALES Y POTENCIALES LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS PUBLICITARIOS QUE OFRECE LA EMPRESA MARTES CREATIVO STUDIO. GUATEMALA, GUATEMALA 2021.** Presentado por la estudiante: Alejandra Noemí García Aguilar, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciada en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

**Lic. Leizer Kachler**  
**Decano**  
**Facultad de Ciencias de la Comunicación**

## **Resumen**

A través del acercamiento con la empresa Martes Creativo Studio se identificó que carece de una interfaz de sitio web para dar a conocer a clientes reales y potenciales, los servicios y productos publicitarios que la empresa ofrece.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo: Diseñar una interfaz de sitio web para dar a conocer a clientes reales y potenciales los productos y servicios publicitarios que ofrece la empresa Martes Creativo Studio. El enfoque de la investigación es mixto, debido a que se utilizó el método cuantitativo y el método cualitativo. El primero para cuantificar los resultados de la muestra, y el segundo evalúa el nivel de percepción y utilidad del proyecto.

La herramienta de investigación se aplicó a un grupo de 20 personas, entre ellos el grupo objetivo, cliente y expertos en comunicación y diseño.

El principal hallazgo es el diseño de una interfaz de sitio web para dar a conocer a clientes reales y potenciales, los productos y servicios publicitarios que ofrece la empresa Martes Creativo Studio. Se recomendó que el sitio web sea supervisado para que los clientes reales y potenciales siempre obtengan el mejor servicio y atención.

Para efectos legales, únicamente la autora, ALEJANDRA NOEMÍ GARCÍA AGUILAR, es responsable del contenido de este proyecto, ya que es una investigación científica y puede ser motivo de consulta por estudiantes y profesionales.

# Índice

## **Capítulo I: Introducción**

Introducción.....	1
-------------------	---

## **Capítulo II: Problemática**

2.1 Contexto.....	2
2.2 Requerimiento de comunicación y diseño.....	2
2.3 Justificación.....	3
2.3.1 Magnitud.....	3
2.3.2 Vulnerabilidad.....	3
2.3.3 Trascendencia.....	4
2.3.4 Factibilidad.....	4

## **Capítulo III: Objetivos de diseño**

3.1. Objetivo general.....	5
3.2. Objetivos específicos.....	5

## **Capítulo IV: Marco de referencia**

4.1 Información general del cliente. ....	6
4.1.1. Datos del logotipo.....	9
4.1.2. Logotipo.....	9
4.2. FODA.....	10
4.3. Organigrama de la empresa.....	11

## **Capítulo V: Definición del grupo objetivo**

5.1 Perfil geográfico.....	12
5.2 Perfil demográfico.....	13
5.3 Perfil psicográfico.....	14
5.4 Perfil conductual.....	14

## **Capítulo VI: Marco teórico**

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio.....	15
6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño.....	16
6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias.....	20
6.3.1 Ciencias Auxiliares.....	20
6.3.2 Artes.....	22
6.3.3 Teorías.....	24
6.3.4 Tendencias.....	27

## **Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar**

7.1 Aplicación de la Información obtenida en el Marco Teórico.....	30
7.2 Conceptualización.....	34
7.3 Bocetaje.....	37
7.4 Propuesta preliminar.....	48

## **Capítulo VIII: Validación técnica**

8.1 Población y muestreo.....	52
8.2 Método e Instrumentos.....	57
8.3 Resultados e Interpretación de resultados.....	57

8.4 Cambios en base a los resultados.....	72
---	----

## **Capítulo IX: Propuesta gráfica final**

9.1 Propuesta gráfica final.....	74
----------------------------------	----

## **Capítulo X: Producción, reproducción y distribución**

10.1 Plan de costos de elaboración.....	80
10.2 Plan de costos de producción.....	80
10.3 Plan de costos de reproducción.....	80
10.4 Plan de costos de distribución.....	80
10.5 Margen de utilidad.	
10.6 IVA.....	80
10.7 Cuadro con resumen general de costos .....	81

## **Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones**

11.1 Conclusiones.....	82
11.2 Recomendaciones.....	83

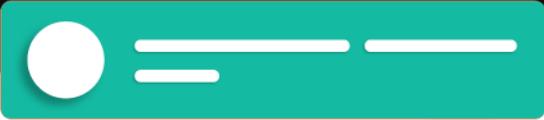
## **Capítulo XII: Conocimiento general**

12.1 Conocimiento general.....	84
--------------------------------	----

## **Capítulo XIII: Referencias**

13.1 Referencias electrónicas.....	85
------------------------------------	----

<b>Capítulo XIV: Anexos.....</b>	<b>92</b>
----------------------------------	-----------



# Capítulo I

# Introducción



## **Capítulo I: Introducción**

La empresa Martes Creativo Studio cuenta con 4 años dentro del mercado publicitario. Se especializa en creación de marcas, generación de contenido en redes sociales, mercadeo, estudio de fotografía. Además, cuenta con un negocio en línea de ropa y accesorios personalizados.

Al analizar la situación, la directora creativa notó que no han podido destacar ante la competencia y que el crecimiento de la organización ha sido lento por carecer de una plataforma virtual para comunicar la esencia de su marca, así como los servicios y productos, lo que interrumpe en sus estrategias de mercadeo para la atracción de nuevos clientes y en sus ventas.

Por lo que se determina la necesidad del tema: Diseño de interfaz de un sitio web para dar a conocer a clientes reales y potenciales los productos y servicios publicitarios que ofrece la empresa Martes Creativo Studio. De esta manera, se realizará un marco teórico que ayudará a entender de manera más profunda, temas acerca comunicación y diseño para estudios de diseño, los factores para tener en cuenta para el desarrollo la integración del contenido y las tendencias, con la finalidad de ejecutar un proceso creativo donde se bocetará de manera formal y se digitalizará.

Se obtendrá una propuesta preliminar que posteriormente será validada mediante entrevistas y se aplicará una encuesta como técnica cuantitativa, para que se elaboren los cambios con base a resultados y se logrará la propuesta gráfica final que será entregada al cliente.

El resultado será el diseño del interfaz del sitio web con las tendencias actuales de programación y diseño, a la vez se recopiló información que la organización desea establecer y fotografías para connotar la personalidad de la empresa.



# Capítulo II

# Problemática



## **Capítulo II: Problemática**

La empresa Martes Creativo Studio carece de un canal de comunicación virtual que dé a conocer acerca de los servicios y productos a clientes reales y potenciales mediante dispositivos móviles y computadoras. Por lo que esto causa que no tengan presencia de marca y ventas.

Al observar el crecimiento lento de la organización y poca identificación de la marca, se determina que es necesario el diseño de interfaz de sitio web para dar a conocer a clientes reales y potenciales los servicios y productos que la empresa ofrece.

### **2.1 Contexto**

La empresa Martes Creativo Studio cuenta con 4 años de experiencia dentro del mercado publicitario. La organización se especializa en creación de marca —branding en inglés—, generación de contenido en redes sociales, mercadeo y estudio de fotografía. Además, la misma cuenta con un negocio en línea de ropa y accesorios personalizados.

Al analizar la situación, la directora creativa notó que no han podido destacar ante la competencia y que el crecimiento de la organización ha sido lento por carecer de una plataforma virtual para comunicar la esencia de su marca, así como los servicios y productos, lo que interrumpe en sus estrategias de marketing para la atracción de nuevos clientes y en sus ventas.

### **2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño**

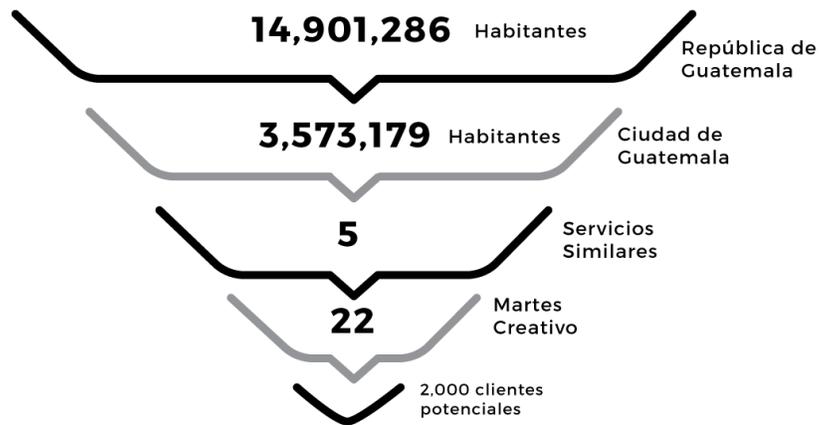
La empresa Martes Creativo Studio no cuenta con interfaz de sitio web para dar a conocer a clientes reales y potenciales los servicios y productos publicitarios.

El equipo a cargo de promover el modelo de negocio tendrá la oportunidad de obtener un material que pueda recolectar datos puntuales, almacenamiento de archivos, comunicarse con los nuevos consumidores y principalmente elevar el volumen de ventas mediante la estrategia de marketing que se planteó y dentro de la que está el desarrollo en el proyecto.

## 2.3 Justificación

Para sustentar las razones por las que se consideró importante el problema y la intervención del diseñador - comunicador, se justifica la propuesta a partir de cuatro variables:

### 2.3.1 Magnitud.



Elaboración propia. Información recuperada de: (INE, 2020)

Según el Instituto Nacional de Estadística —INE— (INE, 2020) en la República de Guatemala hay un total de 14, 901, 286 habitantes y estima que 3.5 millones de ellos viven en la Ciudad de Guatemala. Hay cinco empresas que ofrecen productos y servicios publicitarios; entre ellas las más destacadas: Designery, Popcorn, Makina, Braining y Eikon. La empresa Martes Creativo Studio desea dar a conocer a 2,000 clientes potenciales los productos y servicios publicitarios que ofrece.

**2.3.1 Vulnerabilidad.** Al no contar con un interfaz de sitio web para darse a conocer e impulsar su imagen, limita al equipo para implementar campañas a diversos clientes y así poder brindar servicios y productos publicitarios de calidad, posicionamiento y tampoco se puede incrementar la cartera de clientes.

**2.3.2 Trascendencia.** Al contar con una interfaz de sitio web diseñada para dar a conocer todos los productos y servicios publicitarios y así cubrir las necesidades del cliente y de sus consumidores, tendrán la posibilidad de acceder de forma fácil y tener una buena experiencia de usuario y abrir la posibilidad de que clientes potenciales se acerquen.

**2.3.3 Factibilidad.** La elaboración del proyecto es factible, debido a que la empresa Martes Creativo Studio cuenta con los recursos humanos, organizacionales, económicos y tecnológicos para ejecutar el desarrollo y programación de la interfaz del sitio web, una vez esté finalizado el diseño y prototipo de este.

**2.3.4.1 Recursos Humanos.** La empresa dispone de personal capacitado con alto grado conocimiento, experiencia y destrezas para el desarrollo de materiales necesarios dentro de la empresa.

**2.3.4.2 Recursos Organizacionales.** La directora creativa, ejecutiva de cuentas y coordinadora general de la compañía proporcionan toda la información y recursos que sean requeridos para la realización del proyecto.

**2.3.4.3 Recursos Económicos.** La organización tiene los recursos económicos para llevar a cabo satisfactoriamente este proyecto.

**2.3.4.4 Recursos Tecnológicos.** El estudiante posee equipo de computación de alta calidad marca Apple-MAC, que incluye licencias de softwares de diseño de Adobe Suit, así como la compilación de fotografías y todas las herramientas necesarias para elaborar el diseño y prototipo del proyecto de graduación.



**Capítulo III**

**Objetivos del  
Diseño**



## **Capítulo III: Objetivos del diseño**

### **3.1 Objetivo general**

Diseñar una interfaz de sitio web para dar a conocer a clientes reales y potenciales los productos y servicios publicitarios que ofrece la empresa Martes Creativo Studio.

### **3.2 Objetivos específicos**

Recopilar información acerca de la empresa Martes Creativo Studio, así como de sus productos y servicios publicitarios para integrar los datos al proyecto y comunicar al grupo objetivo su identidad.

Investigar los conceptos, términos, teorías y nuevas tendencias relacionadas al diseño de interfaces de sitios web para que respalden científicamente la página web que visitará el usuario.

Diagramar los elementos gráficos de la interfaz del sitio web que establezca un orden jerárquico y que este pueda facilitar la navegación del grupo objetivo.

Compilar fotografías de los servicios y productos publicitarios que ofrece la empresa Martes Creativo Studio brinda para implementarlos dentro del diseño de la interfaz del sitio web y así permitir que los usuarios los visualicen en cada visita.



**Capítulo IV**  
**Marco de**  
**Referencia**



## Capítulo IV: Marco de referencia

### 4.1 Información general del cliente

- **Nombre de la empresa.** Martes Creativo Studio S.A
- **Dirección.** Diagonal 6, 12-42 zona 10, Edificio Design Center, Torre 2 oficina 706
- **Email.** hola@martescreativo.
- **Teléfono.** 2216-3200
- **Contacto.** Sharon Cohen
- **Celular.** 5510-5737
- **Antecedentes.** Su fundadora Sharon Cohen, de 28 años, estudió Dirección de Arte con Publicidad y Comunicación Creativa en Buenos Aires, Argentina, para especializarse en el mercado publicitario, permitiéndole en creer y demostrar el lado humano de las marcas a través del diseño. Al regresar a Guatemala, trabajó dos años en Ogilvy, una agencia de publicidad a cargo de Ramiro Eduardo, uno de los directores creativos más reconocidos de la región. En el 2016 decide dar ese paso de crear su propio estudio de diseño boutique, así es como empieza la empresa Martes Creativo Studio.

Hoy, Martes Creativo Studio es un estudio de diseño boutique en donde tienen como objetivo principal “diseñar tus ideas” – ya que les apasiona el diseño gráfico en general y la publicidad. Diseñan desde una invitación hasta una campaña 360.

Cuentan con un equipo de 9 personas que juntas comparten el amor por diseñar y sobre todo el amor hacia las marcas.

Actualmente manejan 22 cuentas en redes sociales y han creado más de 100 marcas –diseño de logotipo, generación de contenido y comunicación–. Llevan más de 4 años trabajando para marcas increíbles que llevan de la mano la creatividad y el diseño como tal. Como

buenos creativos les encanta crear algo que no existe, el tener una hoja en blanco es el primer paso para la inspiración. Y es ahí donde juntando varias cabezas creativas y compartir el amor por las playeras, el diseño gráfico y la obsesión por las tipografías nace la empresa Martes Creativo Shop. Donde se diseñan playeras y productos publicitarios que sacan una sonrisa, que tienen un fondo sarcástico y una intención única.

- **Oportunidad Identificada.** Llegar a ser reconocidos en el mercado publicitario al brindar soluciones innovadoras y creativas para nuestros clientes.
- **Misión.** Diseñamos tus ideas. Creamos y gestionamos marcas utilizando el diseño, desarrollando contenido con valor e innovando en la comunicación.
- **Visión.** Demostrar el poder del diseño. Demostrar el lado humano de las marcas a través del diseño, con el fin de poder conectar con el consumidor de manera directa y creativa. Dejar que el diseño hable por sí solo, darles ese valor único a los negocios a través de su imagen e identidad.
- **Delimitación Geográfica.** Oficinas de Zona 10. Ciudad de Guatemala, Guatemala.
- **Grupo objetivo.** Todas aquellas personas que se encuentren en un nivel socioeconómico A y B, que necesiten en una guía y acompañamiento en diseñar su marca y poder comunicarla al mercado. Desde nuevos emprendedores hasta marcas ya existentes que quieren darle un giro a su imagen y comunicación de negocio.
- **Principal beneficio al grupo objetivo:** Eficiencia, calidad de servicios y productos publicitarios, disponibilidad de horarios y precios accesibles.
- **Competencia.** Estudios y agencias de Diseño que prestan servicios similares, tales como: Designery, Eikon, Imprimés Branding Boutique, Art.igo, Popcorn Agency y Reforma Branding.

- **Posicionamiento.** Con tan solo 4 años de brindar servicios y productos publicitarios de calidad, ha logrado que las empresas recomienden a la empresa Martes Creativo Studio, lo que les ha permitido reconocimiento y crecimiento de la cartera de clientes.
- **Factores de diferenciación.** Se cuenta con un equipo con criterio, que lleva el diseño a un nivel único, simple y elegante de la mano de las últimas tendencias en herramientas de diseño y mercadeo.
- **Objetivo de mercadeo.** Dar a conocer quiénes son, que hacen y cómo lo hacen. El cómo es importante que se vea reflejado en el diseño del sitio web, así como también en una sección de portafolio.
- **Objetivo de comunicación.** Que los clientes conozcan de los servicios y productos publicitarios.
- **Mensajes claves a comunicar** ¡Nos apasiona el diseño!
- **Estrategia de comunicación** Sitio web y a través de recomendaciones de una empresa a otra.
- **Reto del diseño y trascendencia.** El diseño de la interfaz de sitio web debe proyectar un orden y a la vez que sea intuitivo para los usuarios, así como innovador en la composición de sus elementos para que su contenido sea comprendido fácilmente.
- **Materiales para realizar.** Diseño de interfaz de sitio web para la empresa Martes Creativo Studio.

#### 4.1.1 Datos del logotipo

- Prueba de colores



#20B9A1

R: 32 G:185 B: 161  
C: 73% M: 0% Y: 47% K: 0%



#231F20

R: 35 G:31 B:32  
C: 0% M: 0% Y: 0% K: 100%

- Tipografía Greatesque Brush Script

A B C D E f G H I J K L M N  
O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m n o p  
q r s t u v w x y z  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

- Forma Logotipo con tipografía script

#### 4.1.2 Logotipo

Martes  
Creativo  
studio

Martes  
Creativo  
studio

## 4.2 FODA

### Fortalezas

- Asesoría profesional y diagnóstico del ciclo de vida en el que se encuentra el producto o servicio que ofrecen los clientes reales y potenciales a sus consumidores.
- Calidad de servicio.
- Garantía de entrega.
- Personal altamente actualizado y capacitado.

### Oportunidades

- Posicionamiento como empresa.
- Adquirir nueva cartera de clientes.
- Crecimiento del recurso humano y tecnológico.
- Uso de las últimas herramientas tecnológicas para implementarlas en campañas publicitarias.

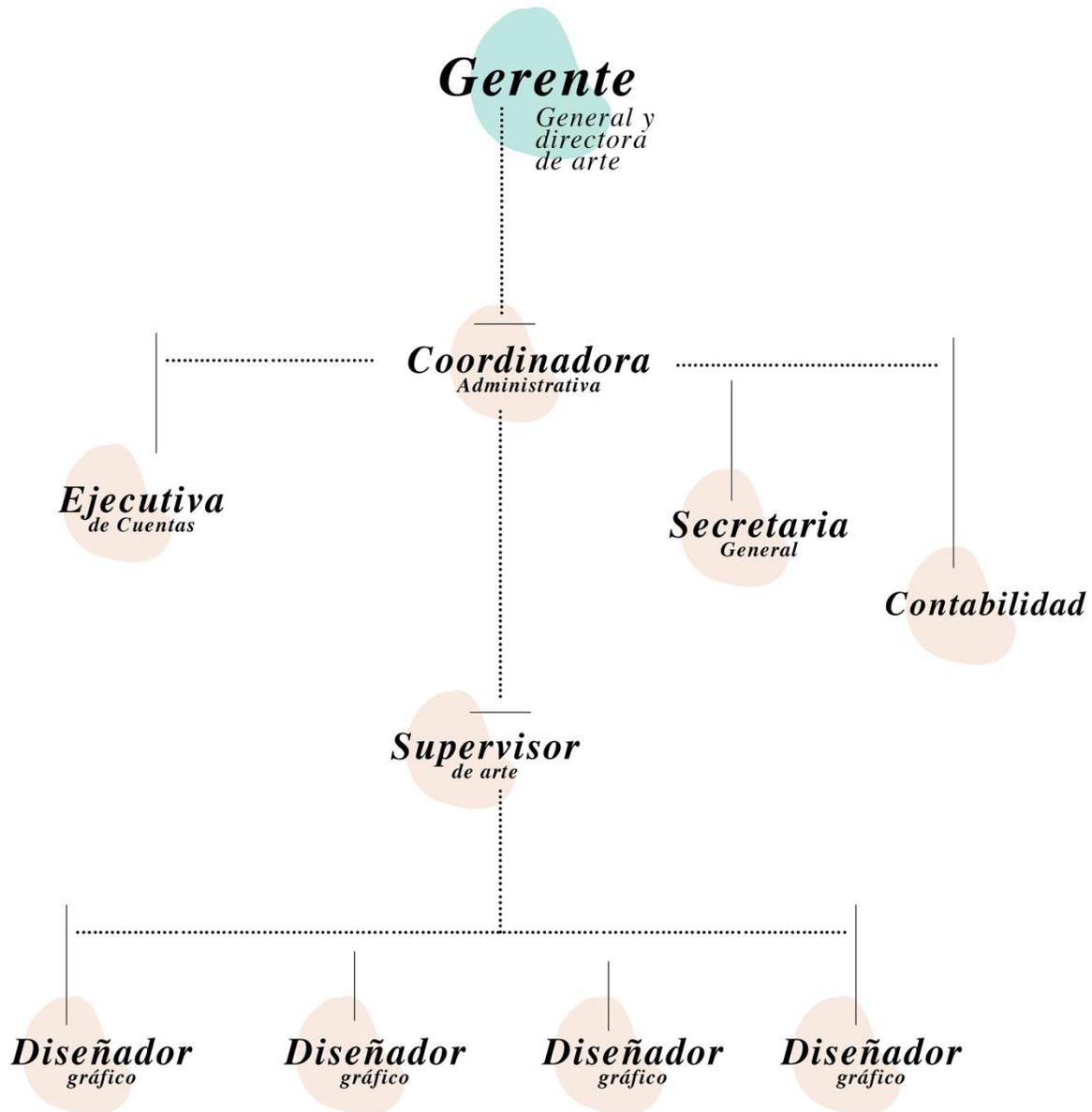
### Debilidades

- Falta de personal para trabajar proyectos de alta gama.
- Poca promoción para impulsar la presencia en plataformas digitales.
- Falta de una interfaz de sitio web.
- Poca atención a la promoción de los servicios y productos publicitarios que ofrece la empresa Martes Creativo Studio.

### Amenazas

- Situación económica del país.
- Ofertas en precios de la competencia.
- Mercado saturado.
- Surgimiento de herramientas en línea gratuitas para la creación de materiales publicitarios.

### 4.3 Organigrama de la empresa Martes Creativo Studio





**Capítulo V**

**Definición del  
Grupo Objetivo**



## **Capítulo V: Definición del grupo objetivo**

El grupo objetivo inicial que será beneficiado por el proyecto son hombres y mujeres, empresarios entre 30 a 40 años. Con un nivel socioeconómico A y B. Este grupo tiene una personalidad emprendedora, social, decidida, motivadora, con altos niveles de innovación y creatividad para mantener o impulsar la imagen de sus organizaciones.

### **5.1 Perfil Geográfico**

La República de Guatemala se encuentra en la región Centroamericana y limita al Norte con México, al Este con Belice y al Sur con Honduras y El Salvador. Su territorio cuenta con 108.889 km<sup>2</sup>. La población del país es de 14, 901, 286 habitantes, según el Instituto Nacional de Estadística –INE–. El idioma oficial de Guatemala es el español, además cuenta con otros 23 idiomas mayas, más los idiomas xinca y garífuna.

El país se divide en tres regiones: Las tierras altas que se encuentran las montañas de mayor altura; la costa pacífica, que se localiza al sur de las montañas; y la región de El Petén, ubicada al norte de la nación.

El clima del país es muy variado según el sector, en el sector montañoso puede ser frío, en el Pacífico el clima es tropical, mientras que al oriente del país el clima es árido. Por último, Guatemala cuenta con una variedad extensa de flora y fauna.

El territorio donde se ubica actualmente forma parte de Mesoamérica y en él se desarrollan culturas mayas y olmecas, que son reconocidas mundialmente por la riqueza histórica y por ser tan representativos en el desarrollo de la sociedad, por ello es considerada como el Corazón del Mundo Maya.

## 5.2 Perfil Demográfico

<b>características</b>	<b>Divisiones</b>
<b>Edad</b>	30 a 40.
<b>Sexo</b>	Masculino, femenino.
<b>Nivel socioeconómico</b>	A y B.
<b>Ingresos</b>	Q.61,000.00 hasta Q.100,000.00.
<b>Tipos de viviendas</b>	Casa/departamento de lujo, 5 - 6 habitaciones, 4-6 baños, 5-6 vehículos.
<b>Profesiones</b>	Propietarios, empresarios, ejecutivos de alto nivel, profesionales y comerciantes.
<b>Estudios</b>	Licenciaturas, ingenierías, maestrías, doctorados.
<b>Posesiones</b>	Vehículos del año asegurados, motos, lanchas, helicópteros, avión-avioneta.
<b>Ciclo de vida familiar</b>	Casado sin hijos, casado con hijos menores, casado con hijos mayores de 18 años.
<b>Bienes de comodidad</b>	Computadoras y celulares por cada miembro de la familia, internet de alta velocidad, todos los electrodomésticos.

Ver anexo B: (*Multivex, 2015. Tabla de Niveles Socioeconómicos*).

### **5.3 Perfil psicográfico**

Los clientes potenciales de la empresa Martes Creativo Studio tienen una personalidad emprendedora, decidida y con altos niveles de innovación. Entre sus pasatiempos está pasar tiempo con amigos, visitar clubes y asistir a fiestas exclusivas. Asimismo, acostumbran a ir a restaurantes distinguidos, realizar actividades con la familia y asistir a eventos sociales como de negocios, por lo mismo suelen viajar al interior o exterior del país.

### **5.4 Perfil Conductual**

El grupo objetivo sabe qué es lo que quiere, por eso se siente identificado con la empresa Martes Creativo Studio por ser una empresa innovadora y decidida, porque les gusta explicar de forma concreta lo que se necesitan de forma visual, atractiva e intuitiva. Al mismo tiempo, están abiertos a los cambios y adaptarse a los mismos, sin que se pierda la esencia de sus negocios como la de ellos. Además, siempre están en busca de calidad, creatividad y puntualidad para la entrega de sus materiales.



# Capítulo VI

## Marco Teórico



## Capítulo VI: Marco teórico

### 6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio

**6.1.1 Empresa.** Es la unidad de personas dedicadas a realizar actividades industriales, comerciales o bien prestación de servicios para la satisfacción de necesidades y por el que se obtengan beneficios económicos. (RAE, 2020)

**6.1.2 Estudio de diseño gráfico.** Es una empresa especializada a la creación de la imagen e identidad corporativa eficaz de cualquier entidad, donde establecen las bases de la comunicación visual de las ideas, valores y objetivos para generar impacto y atracción a través de la construcción de las marcas. (Heartize, 2020).

**6.1.2 Servicio de branding.** Se enfoca en desarrollar, evaluar, mantener y mejorar la imagen de las marcas, que busca fortalecer la comunicación con herramientas adecuadas para integrar sus valores, promesas e identidad mediante estrategias de mercadeo que permite revitalizarlas. (Magenta, 2020)

**6.1.3 Gestión de marcas.** Paulino Sulz (Sulz, 2020) sostiene que la gestión de marcas se basa en los procesos de planificación y estructura del diseño gráfico para la reproducción en los medios de comunicación, administración y promoción y así garantizar un buen posicionamiento, reputación impecable y un crecimiento inteligente y duradero en la audiencia.

**6.1.4 Gestión de publicidad impresa.** Esta gestión se apoya con el diseño gráfico, ya que se piensa en cada detalle, acabados, y sustratos de un negocio para captar la atención de sus clientes; de manera que facilita la impresión de materiales con las mejores imprentas

para brindar a organizaciones la mejor calidad para sus materiales impresos. (creaactiva, 2020)

**6.1.5 Mercadeo de contenidos.** Es una estrategia enfocada en la atracción y adquisición de clientes potenciales de manera orgánica a través de la generación de contenido de interés, que es distribuida en distintos canales y medios digitales para tener una visión positiva y adecuada en la mente de los usuarios. (Giraldo, 2020)

## **6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño**

### **6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación.**

**6.2.1.1 Comunicación.** Es el intercambio de ideas, símbolos y mensajes entre dos individuos que permite establecer un tipo de relación social en la que se logra que las personas entiendan y establezcan sus opiniones, así como una postura según sea el caso. Por lo que el proceso de comunicación está compuesto por los siguientes elementos:

- Emisor. Es aquella persona que inicia la comunicación emitiendo un mensaje mediante un canal que codifica la información para el receptor.
- Receptor. Es el individuo que recibe e interpreta el mensaje del emisor, este se encarga de decodificar e interpretarlo; este emite una respuesta y genera la acción comunicativa.
- Código. Se basa en los signos que se emplean en el mensaje para que este pueda ser comprendido. Además, puede ser de forma verbal con códigos lingüísticos y no verbales.
- Mensaje. Es el contenido compuesto por símbolos, códigos lingüísticos, imágenes, sonidos, gestos y señales reconocidas por el emisor y receptor.

- Canal. Es el medio que permite enviar la información del emisor hacia el receptor.
- Contexto. Se basa en la situación en la que se desarrolla la comunicación, es decir, se toma en cuenta el entorno o circunstancias donde se crea la comunicación.
- Ruido. Son aquellas alteraciones externas que distorsionan el mensaje y que afectan el desarrollo de la comunicación.
- Retroalimentación. Es aquella información que devuelve el receptor al emisor y permite que ambos se conviertan en interlocutores.

(Morales A. , 2020).

**6.2.1.2 Comunicación interactiva.** Es aquella en la que el receptor controla el flujo de información mediante las nuevas tecnologías de información donde origina un proceso retroactivo en cualquier ámbito. Sin embargo, es producido principalmente en la educación y la publicidad. (Enciclopedia Online, 2020)

**6.2.1.3 Comunicación corporativa.** Se le conoce como la disciplina que dirige todos los mensajes que una organización desea transmitir para crear las bases beneficiarias hacia la relación, percepción de la identidad e imagen al público interno como externo de los que la empresa depende.

- Identidad corporativa. También es conocida como la personalidad de la corporación; debido a que se centra en la percepción que tiene sobre sí misma, muy parecido cuando una persona tiene su propia identidad, de modo que posee una filosofía, cultura empresarial, credos, valores éticos y morales. Así como, el logotipo, la visión, y la misión de las entidades.

- Imagen corporativa. Según Joan Costa (Costa J. M., 2020), la imagen corporativa es la imagen que tienen todos los públicos de la organización en cuanto entidad, es decir, es la estructura mental que forman los individuos sobre sus productos, actividades y toda información referente a la compañía.

**6.2.1.4 Comunicación digital.** Se le conoce como la forma de comunicarse a través del internet y en sus diversas redes de forma escrita, visual, audiovisual en el que estos elementos se integran por la interacción y colaboración entre todos los involucrados que se encuentren interconectados en la red. Este tipo de comunicación se distingue por ser dinámica, participativa, y estratégica. (Duro Limia, 2020)

**6.2.1.5 Comunicación publicitaria.** Es la comunicación que dedica a la transmisión de mensajes de una entidad a otra, es decir, cuando una organización desea actuar con publicidad para la promoción de un producto o servicio, está debidamente planificada e implementada estratégicamente para un grupo de personas en específico que hacen uso frecuente en medios de difusión como prensa, radio, televisión, internet, entre otros. (Hernández, 2020)

## **6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño**

**6.2.2.1 Diseño.** Es un proceso de creación, planificación y ejecución donde se buscan formas de resolver problemas de comunicación mediante soluciones gráficas, además también es conocido por la forma de expresar o comunicar ideas, sentimientos o conceptos. (Ferreira, 2020)

**6.2.2.2 Diseño gráfico.** Es el sistema de signos gráficos organizados con base a criterios estéticos y funcionales que expresan un concepto o mensaje razonado que orienta a solucionar un problema de comunicación de manera visual para ser reproducido en diversos medios de difusión. (Chagas, 2020)

**6.2.2.3 Diseño web.** Consiste en el diseño, concepción y establecer la estructura visual de sitios web, usabilidad, navegación y accesibilidad; con el fin de que los usuarios visitantes encuentran información con facilidad. (NeoAttack, 2020)

**6.2.2.4 Composición visual.** Es uno de los principales fundamentos del diseño por ser una de las técnicas bases para la estructuración y orden de los elementos en un espacio para reforzar un mensaje y facilitar la percepción del receptor, ya que esta cuida el equilibrio, contraste, simetría, profundidad, proporción y unidad de las partes en la composición. (gráfica, 2020)

**6.2.2.5 Maquetación web.** Este permite crear una estructura estética y gráfica de los componentes para que el navegador web interprete correctamente el aspecto que se desea con el lenguaje de programación asignado, tales como HTML, CSS, JavaScript, PHP, entre otros. (Pinayu, 2020)

**6.2.2.6 Diagramación.** Reside en la organización y distribución de textos, imágenes, ilustraciones, fotografías y videos en espacios jerarquizados para formar un adecuado equilibrio, coherencia, armonía y principalmente la secuencia lógica de la lectura en material impreso y digital. (abccolor, 2020)

### **6.2.2.7 Programas –Softwares–.**

- Adobe XD. Programa de la suite de Adobe, utilizada para el diseño de interfaz de sitio web, aplicaciones móviles y sus respectivos prototipos. (Adobe, 2020)
- Adobe Photoshop. Programa de la suite de Adobe, usado para la edición, composición de imágenes, pintura digital, animación y diseño gráfico. (Adobe, 2020)

## **6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias**

### **6.3.1. Ciencias auxiliares.**

**6.3.1.2 Semiología.** Es el sistema de comunicación que estudia los signos lingüísticos y semióticos en la vida social. Estos se refieren a la escritura mientras la semiótica a los signos de origen natural y humano. Para Charles Peirce, esta ciencia se compone de el significado que es el concepto relacionado con al significante –escritura del nombre del elemento– que tienen relaciones semejantes con el símbolo y por último el referente, es el que apela a elemento real.

Además, Saussure sostiene que la semiología puede aplicarse en la vida cotidiana, como los mensajes publicitarios; ya que emiten un mensaje sencillo hacia los receptores y que estos lo interpreten de acuerdo con la idea mental que tienen de los elementos que lo componen. (Nubiola, 2020)

**6.3.1.2.1 Semiología de la imagen.** Karam (Karam. T, 2020) define que la semiología de la imagen es el estudio del signo icónico y el proceso de sentido-significación a partir de la imagen. Este estudio aborda estrictamente pictórico o visual, tal como pueden ser los

análisis de formas, colores, composiciones e iconos, para dar paso a los elementos históricos y socio-antropológicos que forman parte de la semiótica de la imagen.

**6.3.1.1 Sociología.** Es el estudio de la sociedad humana, que se encarga de identificar, describir y explicar los hechos, relaciones, conflictos sociales desde diferentes dimensiones, como lo religioso, cultural, etnias, política, ambiental, económico, entre otros. Además, se caracteriza por enfocarse en observar la forma en la que interactúan y se comportan los individuos en grandes masas, en resumen; la comprensión de las civilizaciones humanas. (Uriarte, 2020)

**6.3.1.3 Psicología del consumidor.** Es el estudio del comportamiento de los consumidores con el fin de conocer actitudes, que los motiva a adquirir un producto o servicio, creencias, costumbres, emociones que intervienen en el deseo y decisión de compra.

Además de analizar la conducta también se enfocan en el contexto donde las personas se desenvuelven en su diario vivir por lo que para esta psicología es utilizada para crear estrategias comerciales para promover una calidad de vida inspiradora. (Arbeláez, 2020)

**6.3.1.4 Ciencias de la comunicación.** Son las disciplinas que tienen como finalidad estudiar los procesos y fenómenos de la comunicación, los medios en los que se emplean y como construyen un conjunto semiótico entre sí. Asimismo, estas generan sus propios métodos de estudio, herramientas analíticas y la capacidad para adaptarse a la constante evolución de los ámbitos de la vida cotidiana del ser humano.

Las ciencias de la comunicación abarcan una diversidad de disciplinas entre las que resaltan: Semiótica, periodismo, diseño gráfico, nuevas tecnologías de la información y la comunicación –NTICS–, fotografía, entre otros. (Raffino, 2020)

**6.3.1.5 Lingüística.** Se le conoce como el estudio científico del lenguaje humano, esta ciencia se concentra principalmente en dicho lenguaje y lengua. Este se caracteriza por la capacidad que tiene un hablante para combinar unidades lingüísticas y agruparlas en forma de oraciones. (edukativos, 2020)

**6.3.1.6 Cibernética.** Ciencia que estudia los sistemas de control, la comunicación de las personas y las máquinas con el fin de comprender la forma en la que operan los mecanismos y fabricación de sistemas mecánicos para el desarrollo humano con la tecnología. (Koval, 2020)

## **6.3.2. Artes.**

**6.3.2.1 Arte digital.** Es una disciplina creativa perteneciente a las artes plásticas, porque todas las artes pueden migrar a las nuevas tecnologías para ser aplicadas en programas de origen vectorial y así ser expuestas en plataformas digitales. Entonces, una representación digital es el resultado de aquellos soportes magnéticos, combinaciones binarias, así como el cálculo matemático para la creación de luz y la derivación de los colores que realiza un ordenador.

Entre los tipos de artes digital más reconocidos se encuentran, el modelado 3D, Pintado con brocha de aire —airbrushing en inglés—, píxel art, arte tipográfico, arte vectorial, arte generativo, entre otros. (artenet, 2020)

**6.3.2.1 Tipografía.** La tipografía es también reconocida como arte por el protagonismo que ha tenido desde el desarrollo de las civilizaciones más antiguas de la sociedad, por lo que su estudio, diseño y clasificación permitieron el avance de la comunicación a lo que es hoy. Además, consta de diversas clasificaciones que tienen rasgos comunes para la difusión de información entre las más famosas y funcionales están: Serif, sans, serif y script.

Por lo tanto, la tipografía apoya a la comunicación escrita y al diseño gráfico, por lo que es vital que una tipografía debe producir textos legibles, establecer jerarquías, constar de signos de puntuación y principalmente ayudar a la comprensión lectora. (Morales A. , 2020)

**6.3.2.2 Fotografía.** Es la técnica y arte de obtener imágenes fijas de objetos en movimiento a través de la proyección de la luz sobre una superficie sensible o sobre un sensor. Esto se logra por los componentes químicos que la componen.

Por otro lado, la fotografía es uno de los medios de expresión artística capaz de despertar todo tipo de emociones para los espectadores, por lo que puede llegar a provocarles tristeza, odio, alegría admiración y hasta deseo de adquirir un producto o servicio. (Uriarte, 2020)

### **6.3.3 Teorías**

**6.3.3.1 Mercadeo.** Stanton define al Mercadeo como el sistema de actividades de pensados para la planeación de productos que cumplan satisfactoriamente las necesidades del público, desde su asignación de precios, promoción y distribuirlos con el fin de lograr los objetivos de la organización. Adicional a esto, analiza cuáles son las gestiones, estrategias y tácticas adecuadas para ofrecer un producto o servicio y así captar la atención

de un consumidor mediante ofertas atractivas con objetivos funcionales, emocionales y a base de experiencias. (Thompson, 2020)

**6.3.3.2 Publicidad.** Se le conoce como el conjunto de estrategias que sirven para anunciar un producto o servicio para la sociedad. También se entiende como una herramienta de pago por las empresas para anunciarse en diferentes medios de difusión que se encuentran en puntos estratégicos de una locación muy transitada por transeúntes. Entre estos existen dos tipos de publicidad:

- **Medios tradicionales.** Se caracterizan por poseer diversidad de formatos y sustratos que en su mayoría son impresos. Por lo general son categorizados como masivos. Entre ellos destacan: Televisión, radio, gigantografías, prensa, indoor, outdoor, entre otros.
- **Medios digitales.** Estos funcionan como una herramienta para la divulgación de productos/servicios a través de internet y en plataformas en las que se desea dirigir a un grupo en específico.

La publicidad consta de peculiaridades muy importantes que permiten distinguir si se cumple con el objetivo deseado, entre ellas se pueden mencionar:

1. Siempre tiene un fin promocional, porque se enfoca en influir en los hábitos y decisión de compra.
2. Es persuasiva, ya que permite marcar las diferencias de los atributos del producto o servicio ante la competencia y cómo estos logran resolver las necesidades de comunicación de los clientes.
3. Consta de una segmentación, lo que posibilita que los mensajes sean dirigidos a la audiencia correcta.

4. Tiene un estricto control de la inversión, es decir, cuenta con presupuestos previamente analizados y presentados para los lanzamientos.
5. Es ética, porque procura controlar todo tipo de campañas desleales que alteren o dañen a los sentimientos del público a dirigirse. (Cyberclick, 2020)

**6.3.3.3 Teoría de la construcción de marcas –Branding en inglés–.** Se le conoce como el proceso de construcción y gestión de una marca, actualmente es conocido por crear una esencia más humana, el desarrollo de una personalidad y de cómo estas pueden ser percibidas y posicionadas en la mente de sus consumidores. (Sulz, 2020)

**6.3.3.4 Teoría del color.** Esta teoría es el conjunto de reglas básicas y fundamentales para el buen uso de los colores y sus mezclas para conseguir composiciones y un equilibrio deseado en cualquier formato en el que sea empleado. Como parte de estas reglas existe el círculo cromático, que se divide en tres grupos partiendo de la luz blanca y los colores primarios que la conforman.



Unayta (2020). Ilustración de la teoría del color [imagen]. Recuperado de <http://unayta.es>

Parte de la teoría afirma que los colores influyen en gran medida a las personas, de modo que a medida en la que se modifica el matiz de dicho color se puede generar distintas sensaciones. (unayta, 2020)

**6.3.3.4 Teoría de la percepción.** Está basada en el análisis de cómo se produce una imagen mental anticipada, misma que es concebida mediante un proceso de selección, organización, e interpretación que al integrarse provocan estímulos a través de sensaciones a los individuos, quienes buscan la manera de adaptarlo a sus niveles de comprensión basado en sus experiencias o semejanzas de los objetos y circunstancias. (Murcia, 2020)

**6.3.3.5 Teoría de Gestalt.** Esta teoría se apoya con la teoría de la percepción, ya que consiste en la capacidad que tiene el ser humano para organizar sus pensamientos y de cómo este logra decodificar los mensajes transformándolos en la máxima simplicidad posible. Por ende, puede establecer un orden perceptivo y visible, lo que facilita diferenciar entre fondo y forma desde los primeros meses de vida del hombre. (Murcia, 2020)

**6.3.3.6 Teoría del recorrido visual.** Se distingue por establecer la dirección en la que los individuos visualizan un contenido de acuerdo con los aspectos culturales que lo conforman, como por ejemplo la forma en la que se lee en Latinoamérica es de izquierda a derecha por lo que se tiende a tener un sentido de direccionalidad.

Por tanto, cuando se dirige la lectura en materiales gráficos, por lo general se aplican diferentes técnicas como lo es la lectura en Z, C, L, T, entre otras. Mismas que son empleadas en todo tipo de medios de comunicación y escritos existentes hoy en día,

mientras para medios digitales como los sitios web se genera la forma de F por la estructura estándar que esta posee entre sus principales fundamentos. (Plata, 2020)

#### **6.3.4 Tendencias**

**6.3.4.1 Minimalismo.** Se caracteriza por simplificar al máximo y dejar lo esencial pero que juega un papel importante para el buen funcionamiento, es una corriente artística que se basa en el lema de “menos es más”, ya que surge en la década de los 70’s y 80’s con el fin de proponer todo lo contrario a los movimientos recargados del Pop art.

Por lo tanto, se enfoca en buscar el propósito de todos los elementos debido a que propicia el orden, la sencillez, elegancia y las áreas de respiro. Además, es considerada como una de las más fuertes influencias dentro del diseño gráfico, así como la arquitectura y decoración de interiores del siglo XXI. (westwing, 2020)

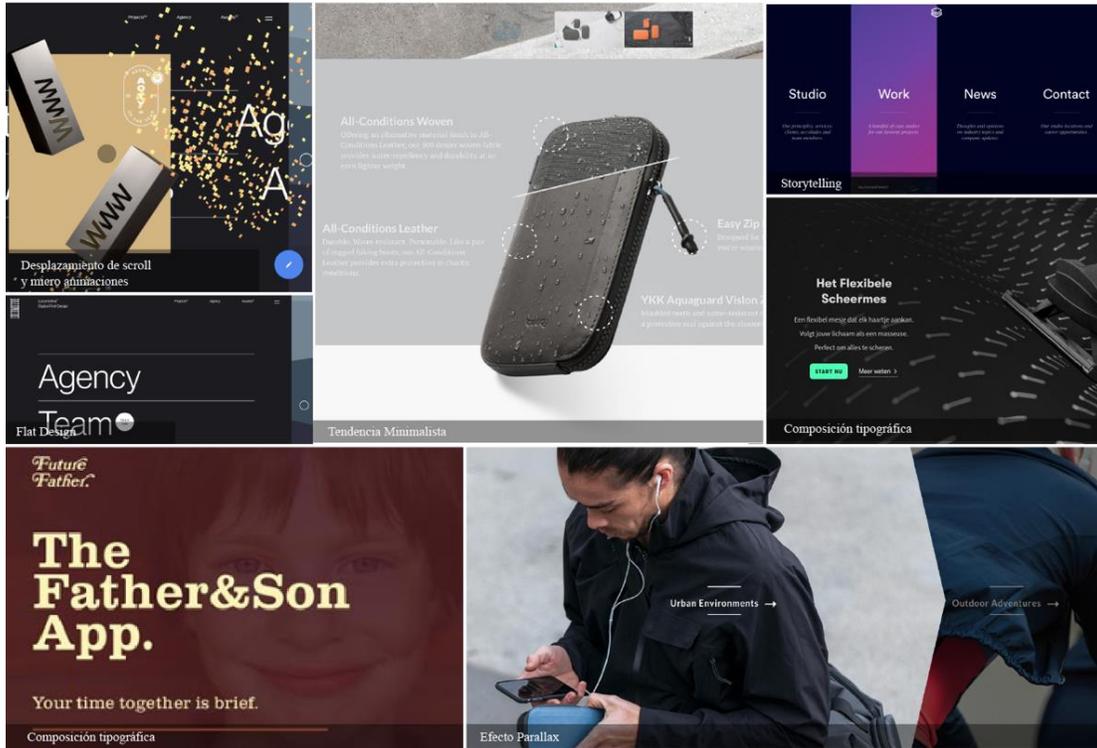
**6.3.4.2 Diseño plano.** Este tipo de tendencia consiste en reducir todo tipo de decoración, que trata de facilitar la comprensión de los mensajes y la funcionalidad ya que es considerado como variante del minimalismo y al mismo tiempo crea una comunicación simple y un diseño impecable por lo que facilita la adaptación de interfaces de sitios web a dispositivos móviles. (Garcia, 2020)

**6.3.4.3 Contar historia –Storytelling en inglés–.** Esta tendencia va en auge debido a que permite que las entidades tengan la capacidad de contar historias de sus productos o servicios y de ellos mismos, pero de una forma más interactiva con el usuario, de modo que genere un sentido de pertenencia. (Alva, 2020)

**6.3.4.5 Efecto Parallax.** Este efecto se genera cuando hay una sección con información muy breve y sencilla y al hacer desplazamiento sobre esta el fondo se mueve a una velocidad diferente en distintas capas en las que se encuentran los elementos. Además, de crear una sensación de movimiento es acompañado de objetos que buscan motivar al usuario a realizar alguna acción. Por consiguiente, es considerado como uno de los mejores aliados para Contar historias —Storytelling en inglés— interactivo.

**6.3.4.6 Desplazamiento infinito.** El desplazamiento infinito permite al usuario descubrir el contenido de una forma dinámica e interactiva de un sitio web al instante que este da click. En efecto, en el momento que se alcanza el final de una sección se carga la siguiente con micro animaciones de los elementos que la componen lo que provoca un efecto de curiosidad de continuar navegando a los visitantes. (ionos, 2020)

### 6.3.4.7 Tendencias 2020.



Tablero de inspiración



## Capítulo VII

# Proceso de diseño y propuesta preliminar



## Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar

### 7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico

#### 7.1.1 Aplicación de los conceptos fundamentales relacionados con la comunicación.

Dentro de la interfaz del sitio web predominará el uso de la comunicación corporativa, ya que se dará a conocer la esencia de la empresa seguido de sus productos y servicios, de forma que se complemente con la comunicación digital para que la información que se desee transmitir pueda ser dinámica y estratégica.

**7.1.2 Aplicación de los conceptos fundamentales relacionados con el diseño.** En este aspecto se pretende que el diseño brinde una buena experiencia a los usuarios, intuitiva, facilidad de navegación y agradable al ojo humano. Por ello, es vital aplicar fundamentos del diseño web como la composición visual, organización y distribución de los elementos, secuencia lógica, equilibrio, proporciones, unidad, contraste y áreas de respiro, así como el prototipo para que pueda ser ejecutado en el lenguaje de programación deseado.

**7.1.3 Aplicación de las ciencias auxiliares.** Entre las ciencias que se aplicarán al proyecto, destaca la utilización de la semiología, ya que analiza aquellos signos lingüísticos de manera simple y que el individuo lo interprete al instante, es decir, cada ícono, imagen y material gráfico tendrá un significado. Asimismo, este se conecta con la psicología del consumidor, ya que estudia la percepción de las personas a la hora de tomar la decisión de adquirir productos o servicios dentro de una interfaz de sitio web.

Además, las ciencias de la comunicación y la cibernética son un claro ejemplo de cómo estas ciencias no pueden funcionar, una sin la otra, en el diseño de un sitio web, de manera que construyen un conjunto semiótico donde los referentes —los objetos reales—

se simplifican en el lenguaje cibernético y el medio como lo es la interfaz logra que estos sean fácilmente comprendidos.

**7.1.4 Aplicación de las artes.** En el área artística dominará el uso de fotografías, tipografías y arte digital, mismas que serán usadas para la proyección de aquellos materiales que se deseen resaltar dentro del sitio web, ya que estas serán puntos clave del proyecto para comunicar con mayor facilidad los productos y servicios publicitarios.

**7.1.5 Aplicación de las teorías.** Para el diseño de interfaz del sitio web se utilizará la teoría del recorrido visual, esto se debe a que permite establecer un orden para los textos y elementos dentro de la interfaz. Y así distinguir aquel contenido que se desee darle mayor énfasis para garantizar a los internautas la facilidad de búsqueda.

Por otra parte, la teoría Gestalt se apoya con lo antes mencionado, con base al orden que maneja, ya que se enfoca en la percepción y la forma en la que los individuos tienen la capacidad para organizar sus pensamientos y como siempre busca simplificar los mensajes, por lo que esto ayuda a que dentro del proyecto pueda diferenciar las categorías que conformen al mismo.

También serán aplicados principios de la teoría del color, por lo que permitirá generar equilibrio y sensaciones para estimular la vista de los usuarios y cómo influirá en el comportamiento con el que va a reaccionar, con la intención de poner en contexto y estimular al usuario para generar una apariencia amigable y confiabilidad, así como de profesionalidad.

**7.1.6 Aplicación de tendencias.** Para el proyecto es importante que se implementen tendencias frescas, modernas e innovadoras. Por eso, la tendencia del minimalismo es uno de los principales protagonistas, ya que propicia el orden, sencillez, elegancia y área de respiro. Además, se apega con el diseño plano –flat design en inglés–, lo que posibilita que ambas aporten una comunicación simple y un fácil funcionamiento para cualquier dispositivo.

Por otro lado, para la comunicación se incorporará el contar historias —Storytelling en inglés—, en vista de que enriquecerá los valores y credos de la entidad; que pueda contar su historia de una forma más interactiva con los usuarios y así crear un sentido de pertenencia. Asimismo, será reforzado con micro animaciones de desplazamiento y el efecto Parallax, que servirán para crear sensaciones de movimiento en los elementos para motivar y guiar a los usuarios a realizar alguna acción dentro del interfaz del sitio web.

## 7.1.7 Tablero de conocimiento

### Tablero de conocimiento

#### Comunicación Corporativa

Permite dar a conocer la esencia de la empresa seguido de sus productos y servicios publicitarios, de forma que se complemente con la comunicación digital para que la información que se desee transmitir pueda ser dinámica y estratégica.

#### Diseño web

Es vital aplicar fundamentos como la composición visual, organización y distribución de los elementos, secuencia lógica, equilibrio, proporciones, unidad, contraste y áreas de respiro para un aspecto visual más amigable para el sitio web, así como el prototipo de este para ser ejecutado en el lenguaje de programación deseado.

#### Semiología

Analiza aquellos signos lingüísticos de manera simple y que el individuo lo interprete al instante, es decir, cada ícono, imagen y material gráfico tendrá un significado.

Asimismo, este se conecta con

#### Psicología del consumidor

puesto que estudia la percepción de las personas a la hora tomar la decisión de adquirir productos o servicios dentro de una interfaz de sitio web.

#### Fotografías + tipografías + arte digital

Estas serán usadas para la proyección de aquellos materiales que se deseen resaltar dentro del sitio web, ya que estas serán puntos clave del proyecto para comunicar con mayor facilidad los productos y servicios publicitarios

#### Teoría del recorrido visual y Gestalt

Ambas teorías permiten establecer un orden para los textos y elementos dentro de la interfaz. Y así distinguir aquel contenido que se desee darle mayor énfasis para garantizar a los internautas la facilidad de búsqueda y que los individuos simplifiquen los mensajes para diferenciar las categorías.

#### Teoría del color

Permite generar equilibrio y sensaciones para estimular la vista de los usuarios y de como influirá en el comportamiento con el que va a reaccionar, con la intención de poner en contexto aquellos botones que lo lleven a una determinada acción.

Enviar

#### Tendencia minimalista + Diseño plano

Ambas tendencias propician el orden, sencillez, elegancia y áreas de respiro. Lo que posibilita que aporten una comunicación simple y un fácil funcionamiento para cualquier dispositivo.

#### Contar historias

+ Micro animaciones y efectos parallax

Esta combinación de tendencias enriquece los valores y credos de la entidad; para esta pueda contar su historia de una forma más interactiva con los usuarios, crear un sentido de pertenencia y sensaciones de movimiento.

## 7.2 Conceptualización

**7.2.1 Método.** Para este proyecto se utilizó la técnica creativa “el arte de preguntar”, creado por Alex Osborn, quien afirma que el cuestionamiento es una de las características más creativas de la conducta humana, por lo que este método consta de una serie de preguntas que permiten explorar el problema a resolver.

Su principal objetivo es generar preguntas relevantes con la intención de profundizar y encontrar soluciones innovadoras. Por tanto, para la realización de esta, parte de preguntarse el porqué del problema y analizar las posibles respuestas a este, para luego cuestionar cómo solucionarlo; donde se abordan los factores que influyen en el problema tomando en cuenta cualquier idea para poder dar una solución eficiente y eficaz.

### 7.2.1.1 El arte de preguntar

# El arte de preguntar

## Problema:

Martes Creativo no cuenta con un interfaz de sitio web que de a conocer a sus clientes reales y potenciales los productos y servicios publicitario.

## ¿Qué hacen?

Branding  
Comunicación corporativa  
Gestión de marcas  
Gestión de publicidad impresa  
Fotografías  
Marketing de contenidos  
Diseño publicitario  
Asesoramiento creativo

## ¿Características?

Disposición  
Compromiso  
Entrega  
Dedicación  
Detallistas  
Pasión  
Honestidad

## ¿Cómo lo utilizan?

Sitio de identidad de la empresa  
Fuente de información  
Información de productos y servicios publicitarios  
Punto de contacto

## ¿Qué son?

Estudio de diseño  
Equipo de siete adictos al diseño  
Desarrolladores de contenido  
Contadores de historias  
Fotógrafos  
Creativos  
Comprometidos  
Dinámicos  
Espontáneos

## ¿Cuál es su enfoque?

Contar historias creativas  
Dar vida a las ideas a través del diseño  
Mejora constante

## ¿Cómo usarlo?

Herramienta para ahorro de tiempo  
Adquisición de cartera de clientes  
Información de la empresa  
Fusión con tienda en línea de productos

## ¿Qué representan?

Apoyo  
Creatividad  
Unidad  
Calidad  
Pasión  
Confianza  
Crecimiento  
Diversión

## ¿Qué buscan?

Innovar  
Dar un mejor servicio  
Experiencia de usuario  
Darse a conocer  
Ampliar cartera de clientes

### 7.2.2 Definición del concepto.

Luego de realizar la técnica creativa se presentan las propuestas en donde se resaltan aquellas que sean utilizadas para solventar el problema de forma diferente, de acuerdo con el mensaje que se desea transmitir. Por lo que las propuestas de esta son las siguientes:

- Innovando con compromiso.
- Contando historias a través del diseño.
- Innovando con historias creativas.
- Dar vida a las ideas a través del diseño.
- **Creando con pasión.**

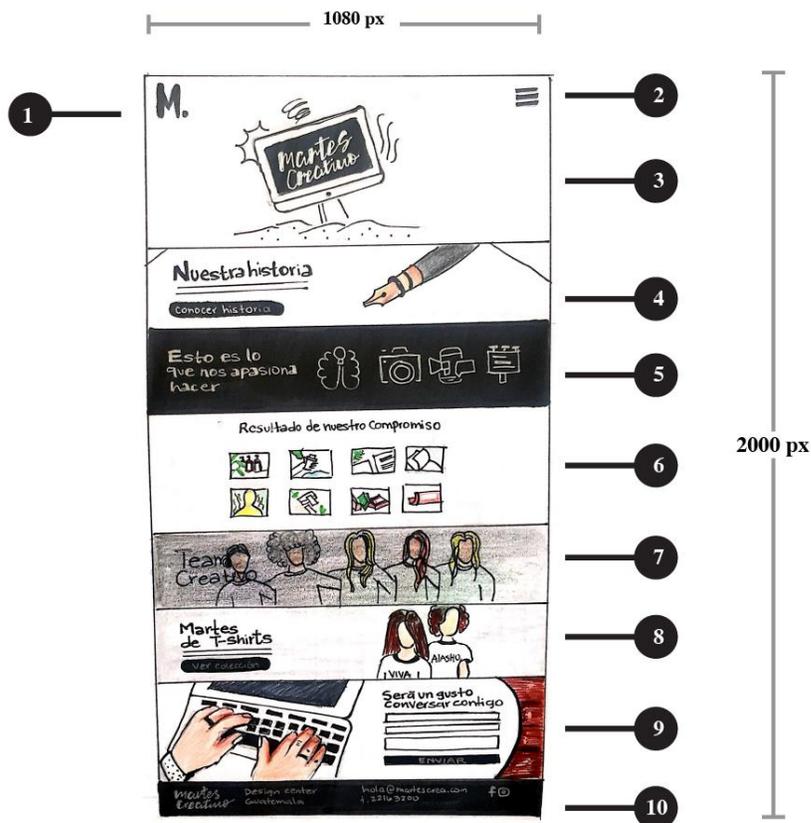
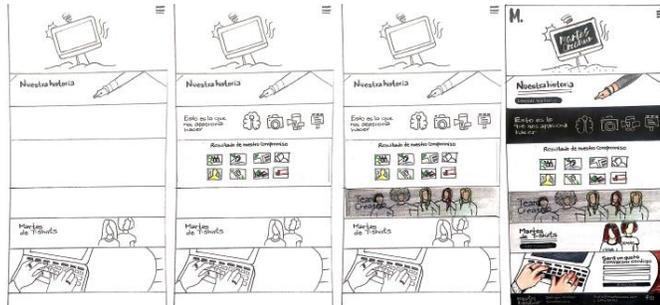
Realizada la actividad, se seleccionó la frase que representaba la esencia de la empresa y para darle mayor valor al usuario. Por eso, el concepto de ***“Creando con pasión”***.

Este concepto se enfoca en la experiencia de usuario que se debe tener en un sitio web, y en alto nivel de detalles que maneja la empresa, ya que este es el cometido del proyecto, brindar mejor servicio, aprecio visual y transmitir la dedicación a los detalles de los productos y servicios publicitarios que este desee adquirir al contratar a la empresa.

## 7.3 Proceso de bocetaje.

### Propuesta A.

### Página de inicio.

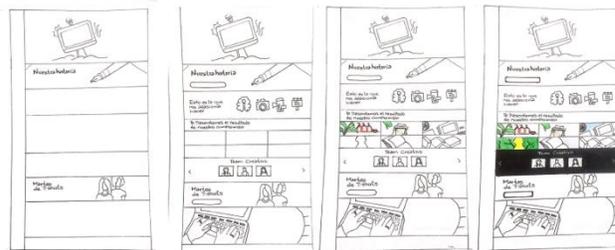


- |                               |                              |                                       |
|-------------------------------|------------------------------|---------------------------------------|
| 1. Isotipo Martes Creativo    | 2. Barra de navegación       | 3. Fondo ilustrado                    |
| 4. Información de la historia | 5. Información de servicios  | 6. Fotografías de trabajos destacados |
| 7. Fotografía del equipo      | 8. Banner de tienda en línea | 9. Sección de contacto                |
| 10. Pie de página informativo |                              |                                       |

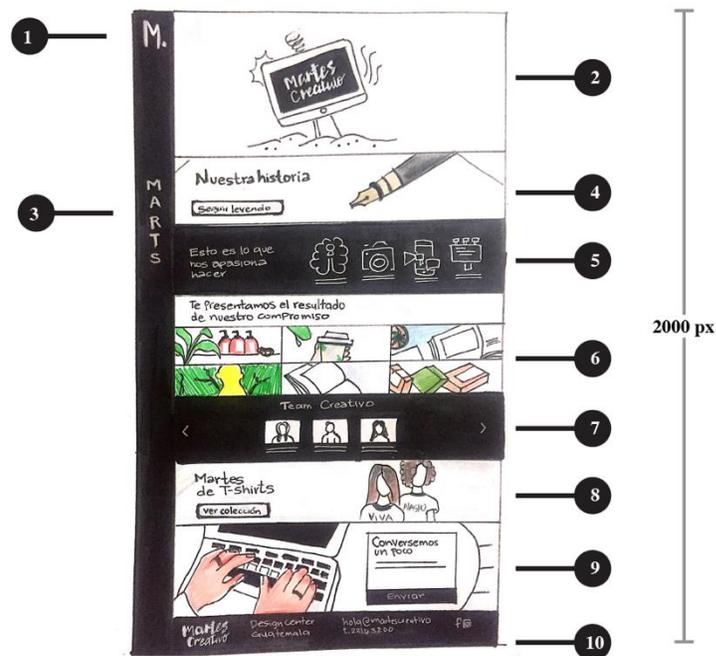
## 7.3 Proceso de bocetaje.

### Propuesta B.

#### Página de inicio.



1080 px



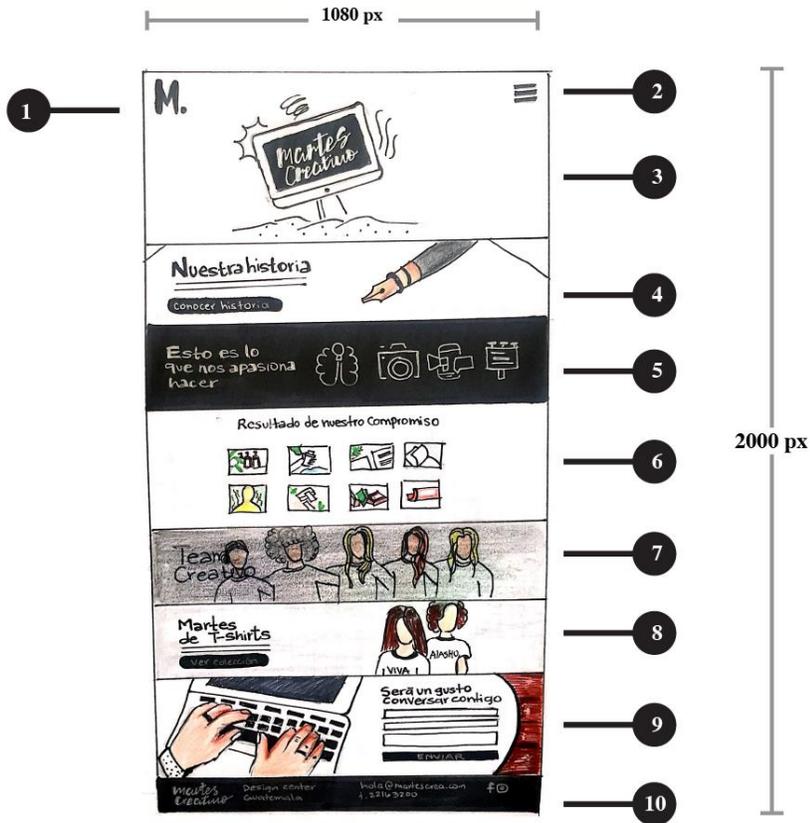
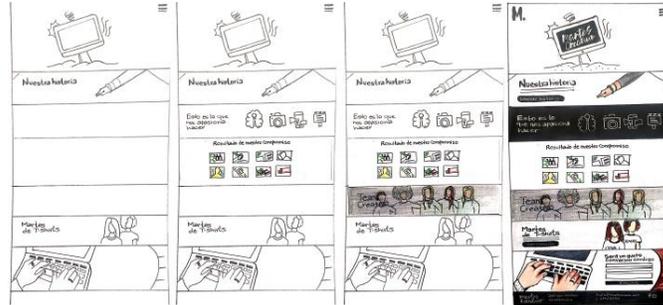
1. Isotipo Martes Creativo
4. Información de la historia
7. Fotografías del equipo
10. Pie de página informativo

2. Fondo ilustrado
5. Sección de servicios
8. Banner tienda en línea

3. Menú de navegación
6. Fotos y breve descripción del equipo
9. Sección de contacto

### 7.3.1 Proceso de bocetaje.

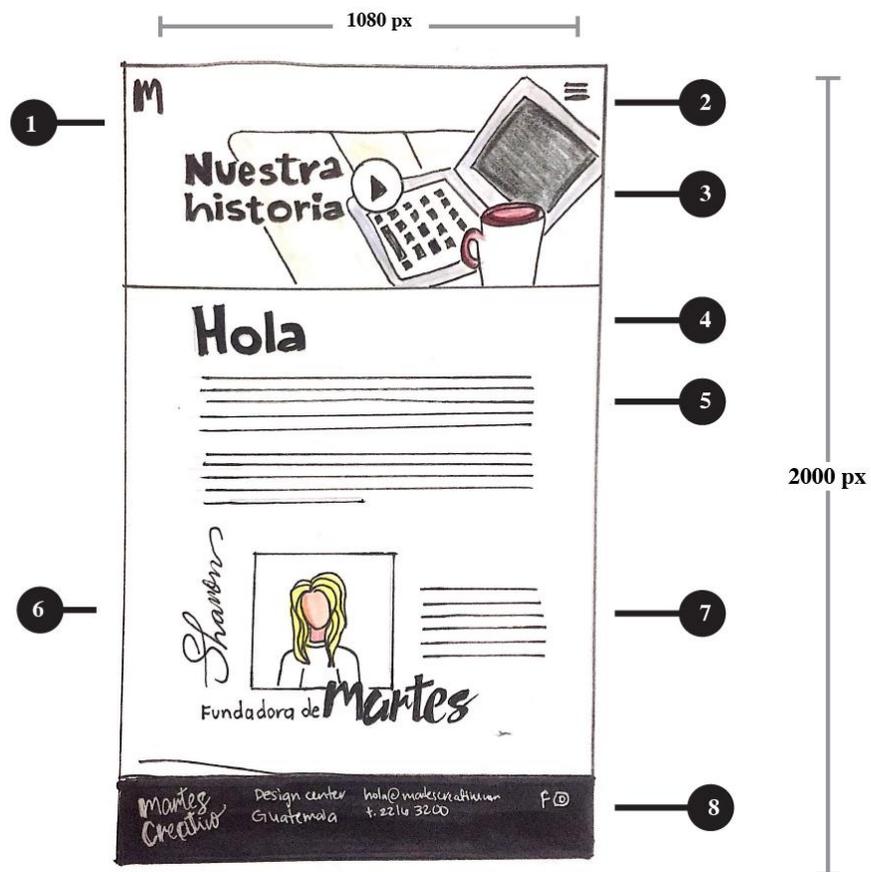
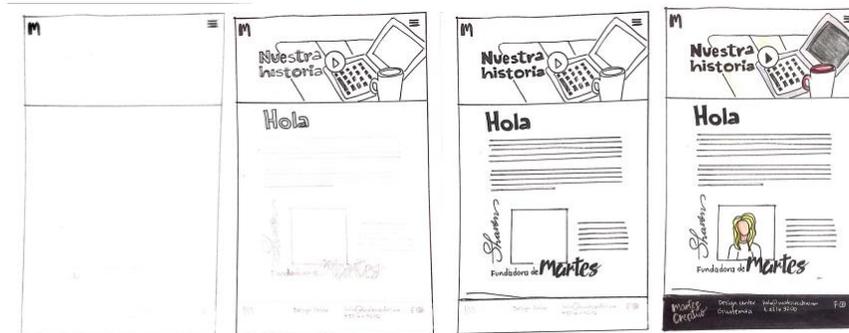
Página de inicio.



- |                               |                              |                                       |
|-------------------------------|------------------------------|---------------------------------------|
| 1. Isotipo Martes Creativo    | 2. Barra de navegación       | 3. Fondo ilustrado                    |
| 4. Información de la historia | 5. Información de servicios  | 6. Fotografías de trabajos destacados |
| 7. Fotografía del equipo      | 8. Banner de tienda en línea | 9. Sección de contacto                |
| 10. Pie de página informativo |                              |                                       |

### 7.3.1. Proceso de bocetaje.

#### Página nuestra historia



1. Isotipo Martes Creativo

2. Menú de navegación

3. Video de presentación

4. Titular de categoría

5. Texto de historia

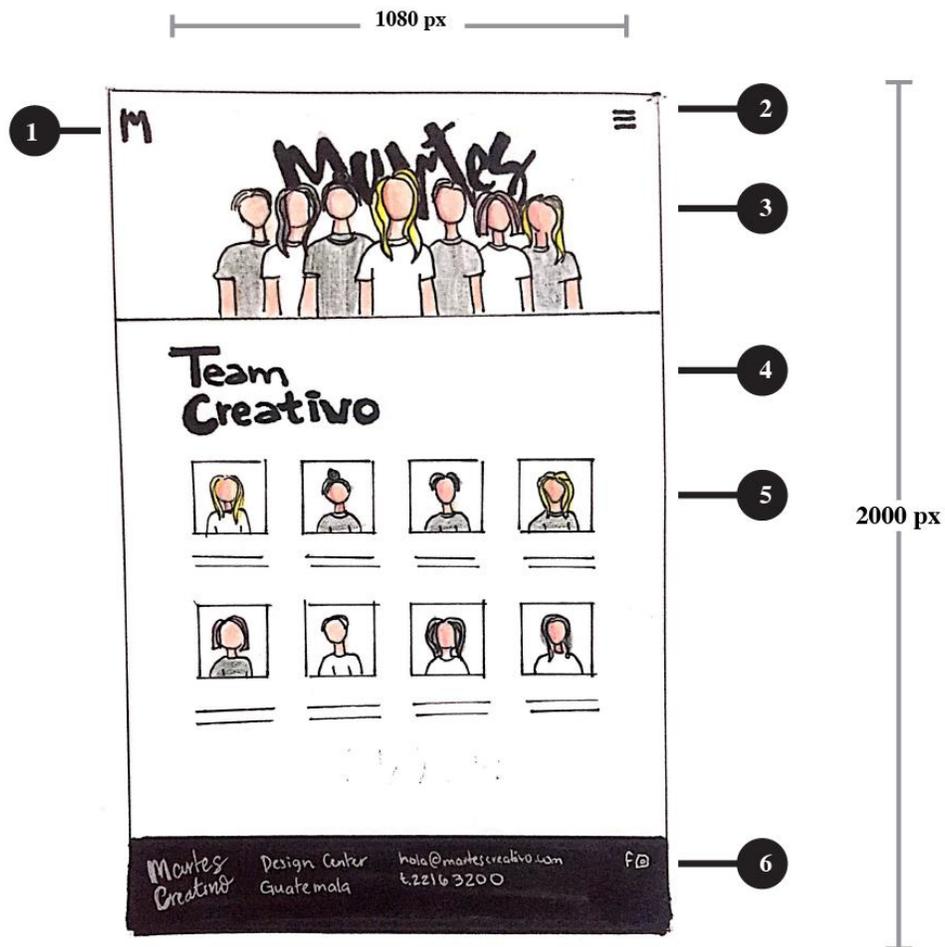
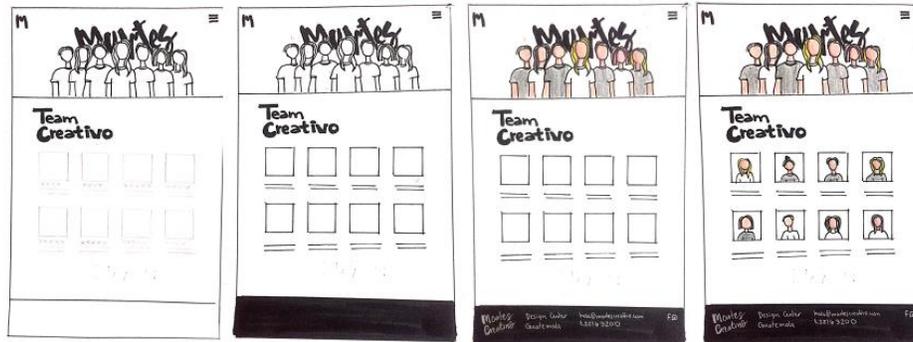
6. Fotografía de la fundadora

7. Breve descripción

8. Pie de página informativo

### 7.3.1. Proceso de bocetaje.

Página equipo creativo creativo



1. Isotipo Martes Creativo

2. Menú de navegación

3. Fotografía del equipo

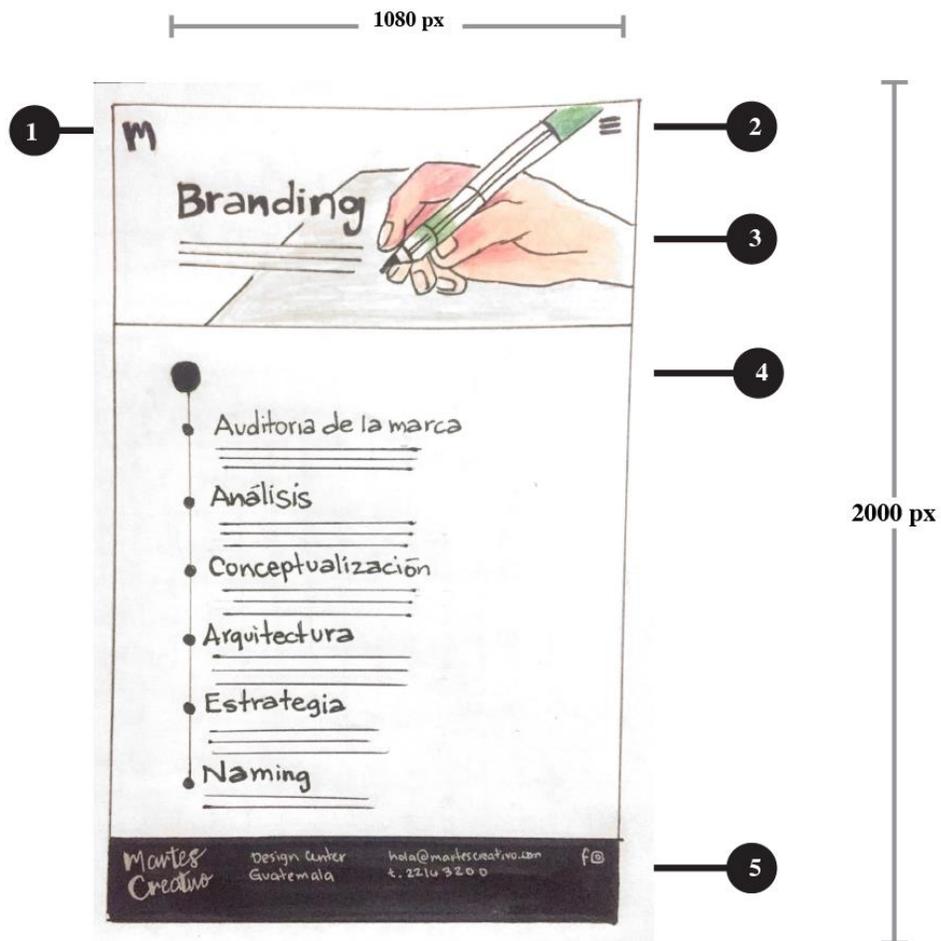
4. Titular de categoría

5. Fotografías del equipo

6. Pie de página informativo

### 7.3.1. Proceso de bocetaje.

Página vista detalle de servicio



1. Isotipo Martes Creativo

2. Menú de navegación

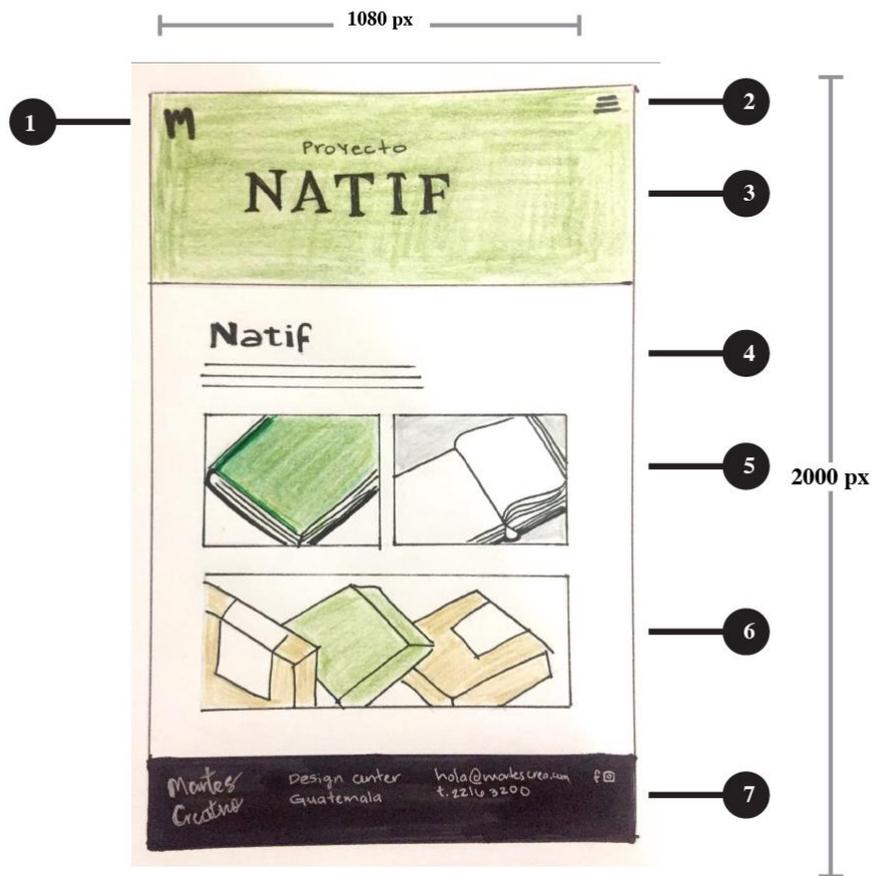
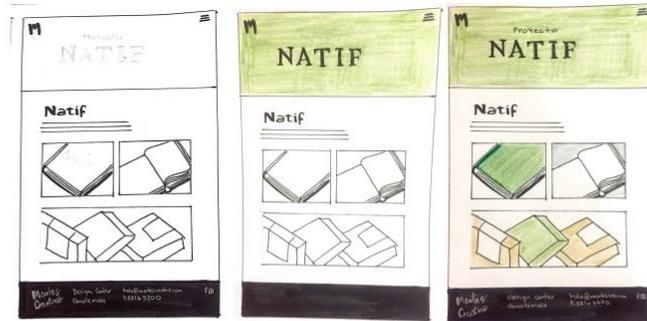
3. Video de la categoría

4. Proceso del servicio

5. Pie de página informativo

### 7.3.1. Proceso de bocetaje.

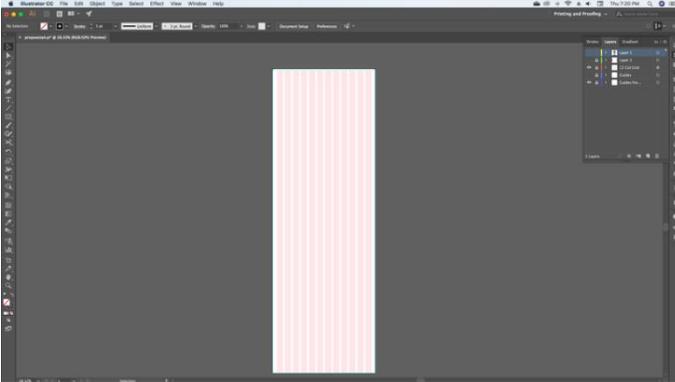
Página vista detalle de portafolio



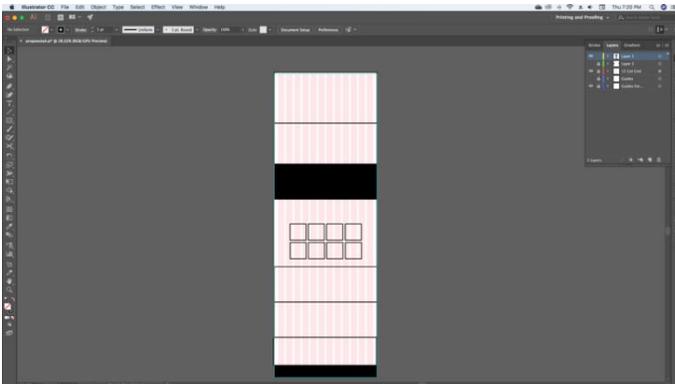
- |                              |                             |                                 |
|------------------------------|-----------------------------|---------------------------------|
| 1. Isotipo Martes Creativo   | 2. Menú de navegación       | 3. Imagen de fondo del proyecto |
| 4. Titular del proyecto      | 5. Fotografías del proyecto | 6. Fotografía del proyecto      |
| 6. Pie de página informativo |                             |                                 |

## 7.3.2. Proceso de digitalización de los bocetos.

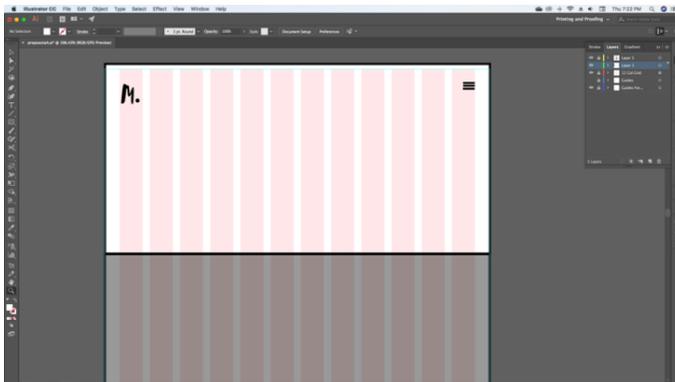
Página de inicio



Paso #1: Abrir Illustrator para comenzar la digitalización de bocetos y crear líneas guía.



Paso #2: Se realiza los contenedores para textos y de imágenes. Se divide el espacio de trabajo en franjas. Esto permite que el diseño web tenga una estructura simple que facilita la maquetación y diagramación de los elementos.



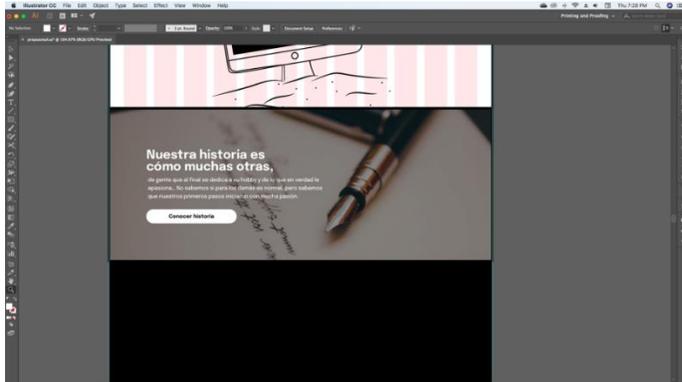
Paso #3: Crear los íconos correspondientes a la barra de menú en la página y la incorporación del isotipo.

## 7.3.2. Proceso de digitalización de los bocetos.

### Página de inicio



Paso #4: Se incorpora la ilustración para el banner principal.

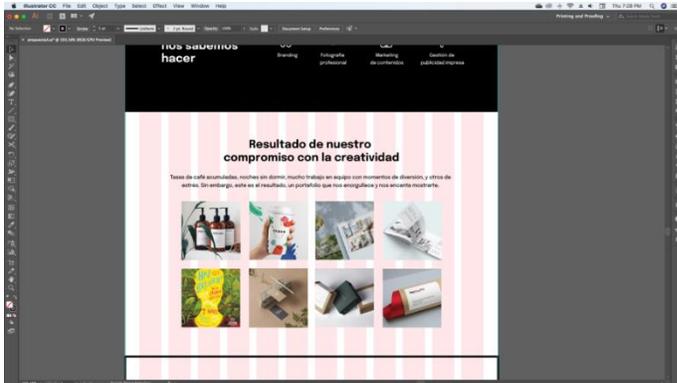


Paso #5: Se buscan las imágenes en la nube de drive compartida por la empresa Martes Creativo Studio para la incorporación de estos dentro de la interfaz del sitio web. Asimismo, permitirá que se comprenda adecuadamente la semiología de cada elemento, botón e icono.

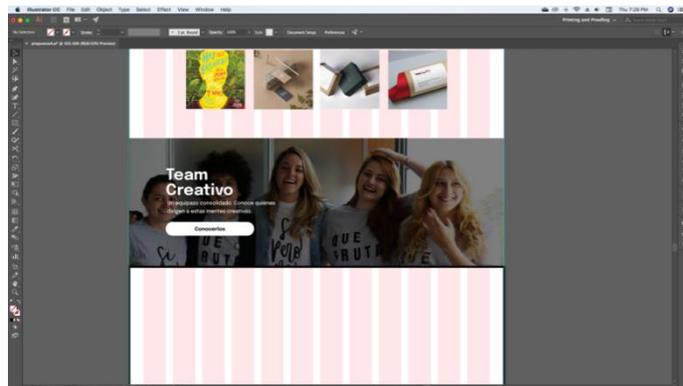
Además, se incorpora la imagen, la descripción de la categoría, así como su respectivo botón.

## 7.3.2. Proceso de digitalización.

### Página de inicio



Paso #6: Se añaden las imágenes dentro de los contenedores para que éstas puedan ser comprendidas fácilmente.



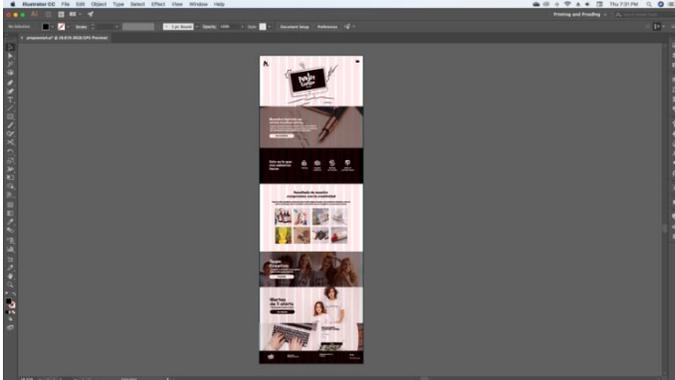
Paso #7: Se integra la fotografía dentro del contenedor, ya que servirá como fondo de la categoría.



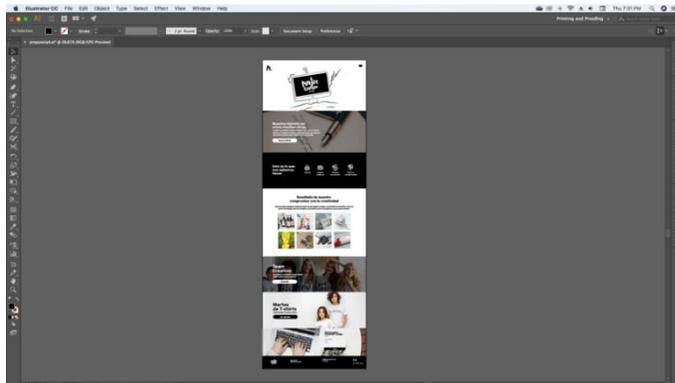
Paso #9: Se integra la sección para la tienda en línea, misma que será enlazada a través del botón para visitar el sitio web de esta. En esta sección se pretende atraer a consumidores potenciales a través de fotografías de las camisas con frases del diario vivir y que este se sienta curioso por conocer y llegar a adquirir los productos.

### 7.3.2. Proceso de digitalización.

#### Página de inicio



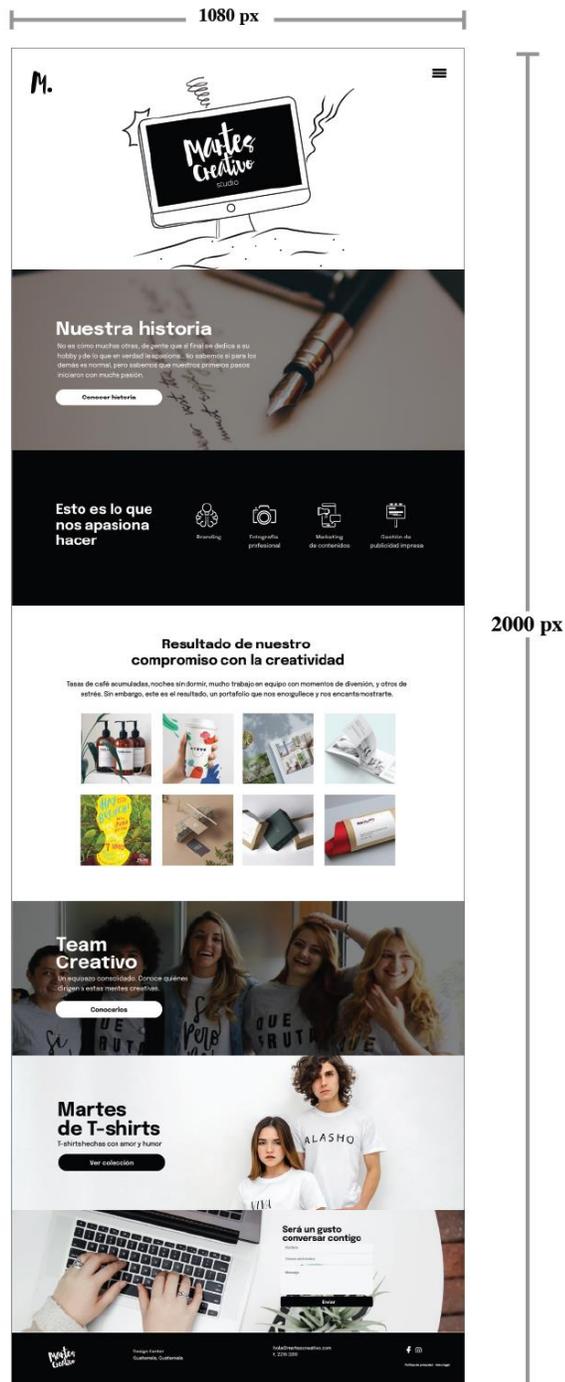
Paso #10: Se verifican las líneas guías con la estructura y los elementos para mantener un adecuado orden y que esta cumpla la teoría del recorrido visual, percepción, así como la de Gestalt.



Paso #11: Por último, se ocultan las líneas guías para una mejor visualización del diseño de la interfaz.

## 7.4 Propuesta preliminar.

### Página de inicio

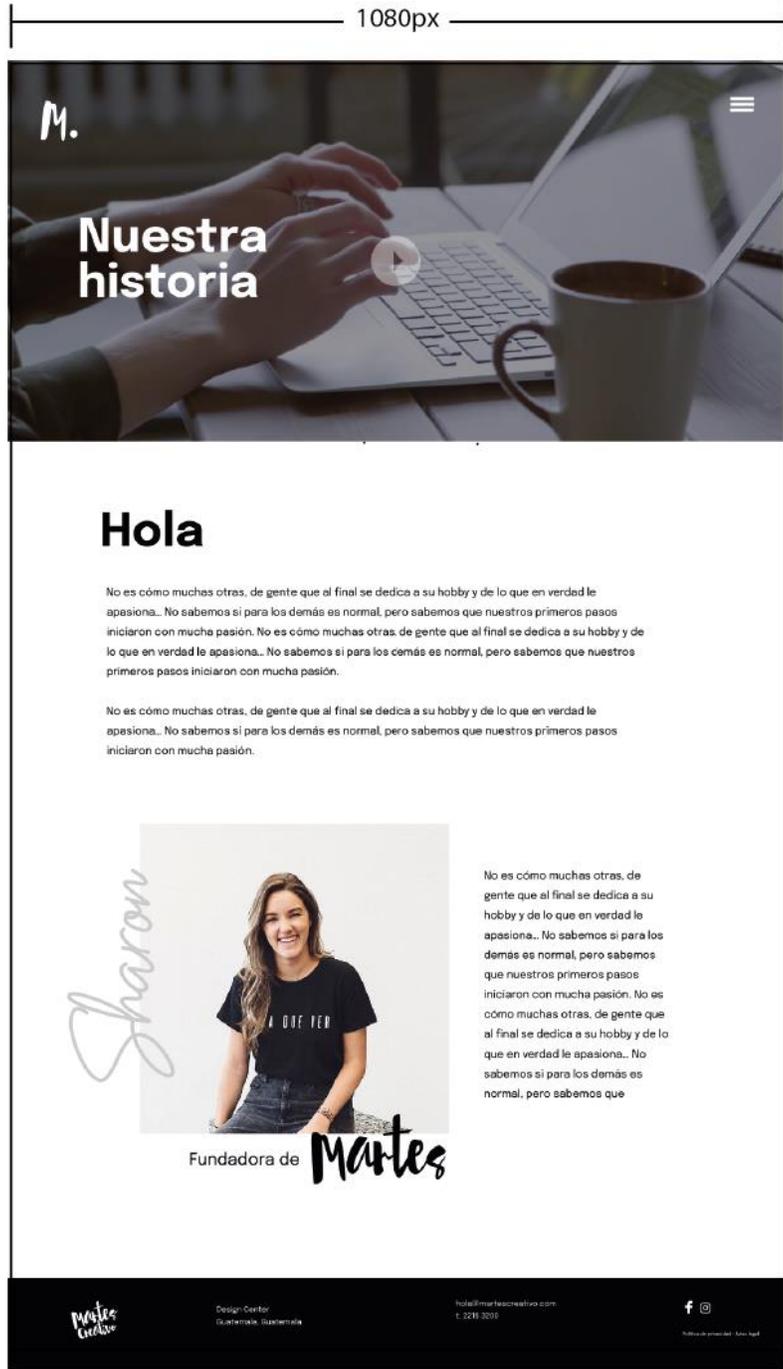
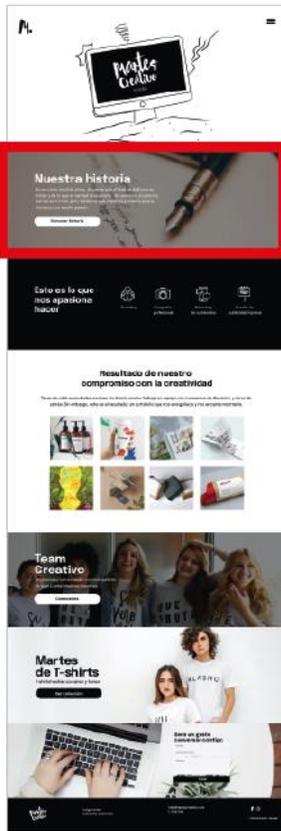




Ver propuesta preliminar en: <https://drive.google.com/file/d/1sRDhTNU-uEQIRJOrC6caQrBJBzI2HBU6/view?usp=sharing>

## 7.4.1 Propuesta preliminar.

### Página de Nuestra Historia



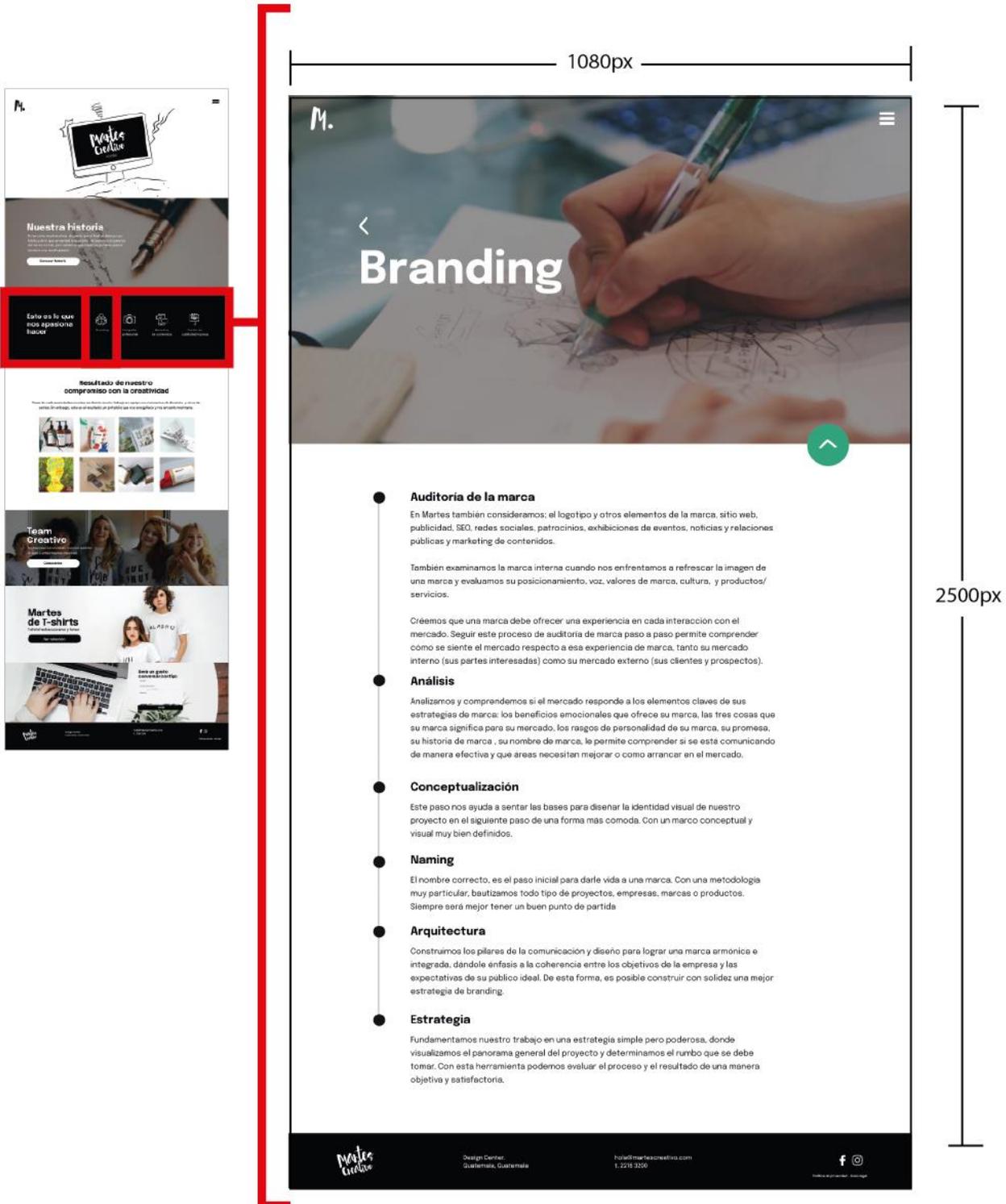
2000px

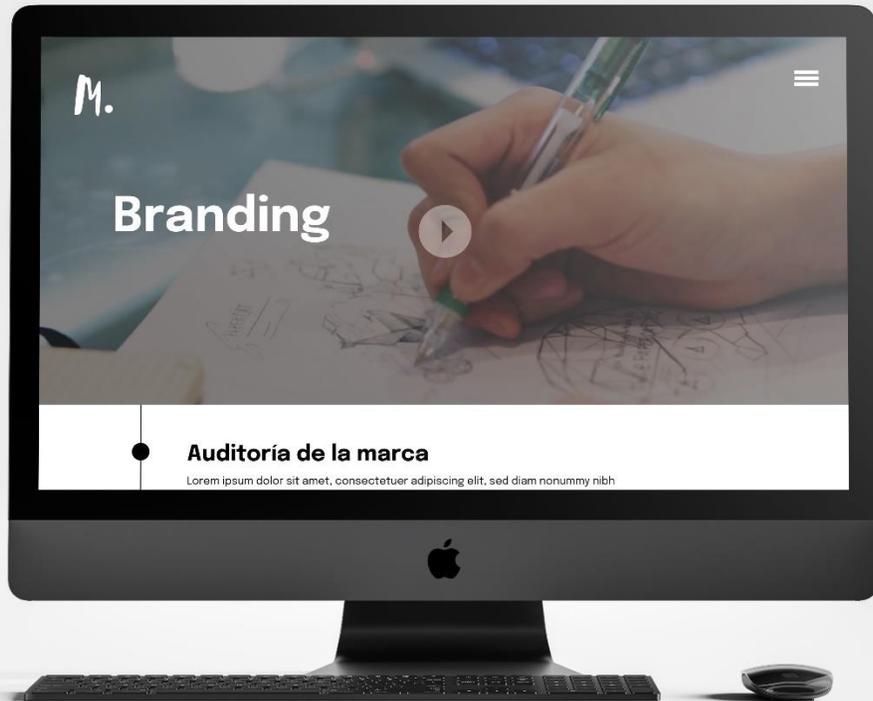


*Ver propuesta preliminar en*  
[https://drive.google.com/file/d/1555ZWcHniR\\_k5sSxfz\\_t7bFJdvw\\_Y9t/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1555ZWcHniR_k5sSxfz_t7bFJdvw_Y9t/view?usp=sharing)

## 7.4.2 Propuesta preliminar.

### Página de ¿Qué hacemos? – Servicio de Branding

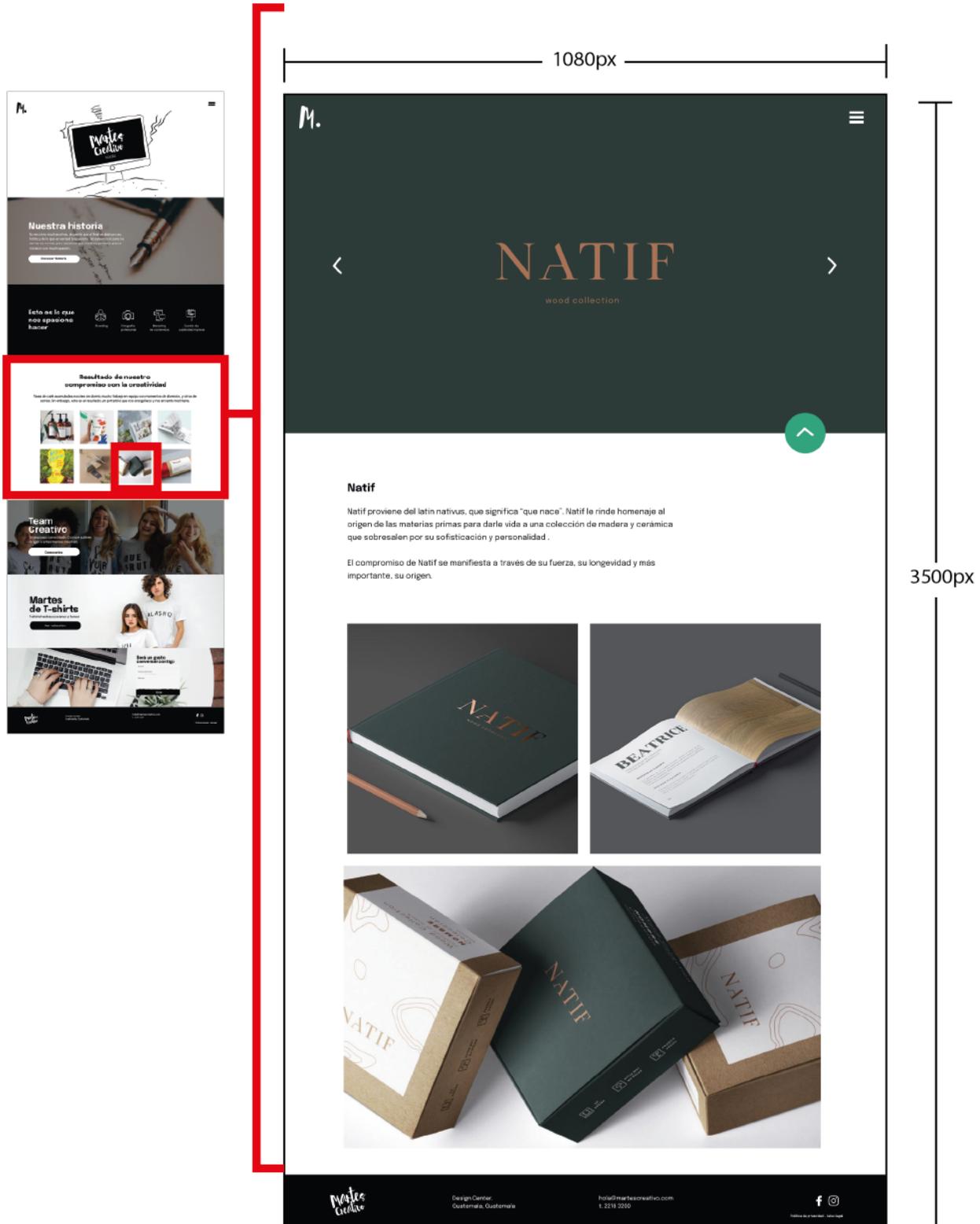




*Ver propuesta preliminar en*  
[https://drive.google.com/file/d/1Kdy55KZC7\\_cVFUEzNi7q\\_e9Ev5crAyb9/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1Kdy55KZC7_cVFUEzNi7q_e9Ev5crAyb9/view?usp=sharing)

### 7.4.3. Propuesta preliminar.

### Página de Portafolio – Detalle de caso de éxito





*Ver propuesta preliminar en [https://drive.google.com/file/d/1R7os0ABX\\_6L6VfJ7tIn-D-ixefTS-5LV/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1R7os0ABX_6L6VfJ7tIn-D-ixefTS-5LV/view?usp=sharing)*



**Capítulo VIII**

**Validación  
técnica**



## **Capítulo VIII: Validación técnica**

El trabajo de investigación es mixto, por cuanto se utilizará el enfoque cuantitativo y el enfoque cualitativo. El primero servirá para cuantificar los resultados de la encuesta aplicada a los sujetos y a través del enfoque cualitativo se evaluará el nivel de percepción de los encuestados con respecto a la propuesta preliminar del diseño.

La herramienta por utilizar es una encuesta en línea de respuesta múltiple que se aplicará al cliente, a diez de las personas, hombres y mujeres que conforman el grupo objetivo y a cinco expertos en el área de comunicación y diseño.

### **8.1 Población y muestreo**

Para la validación de la propuesta preliminar se utilizará una muestra de 17 personas, que incluye como cliente a Sharon Cohen quien es la persona encargada del proyecto en la empresa Martes Creativo Studio, así como cinco especialistas en la comunicación, en el diseño gráfico, en el diseño web e ilustración.

Finalmente, la herramienta de validación se aplicará a once personas del grupo objetivo, que serán seleccionadas en el área geográfica en la que se llevará a cabo el proyecto, esto es Zona 10, de la Ciudad de Guatemala, quienes serán clientes particulares o regulares de la empresa.

### 8.1.1 Población y muestreo

#### Expertos:

- **M.Sc. Wendy Franco**  
*Profesión.* Licenciada en Diseño Gráfico  
*Puesto.* Gerente General  
*Años de experiencia en el mercado.* 25 años
- **M.Sc. Guillermo García**  
*Profesión.* Publicista  
*Puesto.* Docente y Publicista  
*Años de experiencia en el mercado.* 18 años
- **M.Sc. Antonio Gutiérrez**  
*Profesión.* Docente Universitario de Mercadeo  
*Puesto.* Docente y Publicista  
*Años de experiencia en el mercado.* 18 años
- **M.Sc. Carlos E. Franco**  
*Profesión.* Comunicador Profesional  
*Puesto.* Docente y Comunicador Profesional  
*Años de experiencia en el mercado.* 30 años
- **Lic. Carlos Jiménez**  
*Profesión.* Licenciado en Comunicación y Diseño  
*Puesto.* Cofundador en Narvall Studios  
*Años de experiencia en el mercado.* 08

**Cliente:**

- **Lcda. Sharon Cohen**

*Profesión.* Licenciada en Arte Publicitario y Comunicación Creativa

*Puesto.* Directora creativa y Gerente General

*Años de experiencia en el mercado.* 08

**Grupo Objetivo:**

- **Lcda. Wendy Reyes**

*Profesión.* Licenciada en Administración de empresas

*Puesto.* Administradora General

*Años de experiencia en el mercado.* 06

- **Lcda. Diana de León**

*Profesión.* Licenciada en Ciencias de la Comunicación

*Puesto.* Ejecutiva de Cuentas

*Años de experiencia en el mercado.* 06

- **M.Sc. Raynerd Estuardo López Torres**

*Profesión.* Administrador de Empresas

*Puesto.* Supervisor en control de calidad

*Años de experiencia en el mercado.* 06

- **Lcda. Eduardo Pretzazin**

*Profesión.* Licenciado en Diseño Gráfico

*Puesto.* Diseñador Gráfico

*Años de experiencia en el mercado.* 06

- **Lcda. Ana Sofía Rojas**

*Profesión.* Licenciada en Administración de empresas

*Puesto.* Asistente Administrativa

*Años de experiencia en el mercado.* 02

- **M.Sc. Greetel Morales Pérez**

*Profesión.* Licenciada en Ciencias de la Comunicación

*Puesto.* Asistente administrativa

*Años de experiencia en el mercado.* 08

- **Lcda. Jennifer Anleu**

*Profesión.* Publicista

*Puesto.* Publicista y supervisora creativa

*Años de experiencia en el mercado.* 07

- **M.Sc. Melanie Barrera**

*Profesión.* Ingeniera en sistemas

*Puesto.* Gestora de proyectos y Máster web

*Años de experiencia en el mercado.* 07

- **Mariela Pineda**

*Profesión.* Mercadóloga

*Puesto.* Asistente de mercadeo

*Años de experiencia en el mercado.* 04

- **Ana Lucia Aguilar**

*Profesión.* Publicista

*Puesto.* Diseñadora gráfica y publicista

*Años de experiencia en el mercado.* 05

- **Alejandra Flores**

*Profesión.* Mercadóloga Profesional

*Puesto.* Asistente de Mercadeo

*Años de experiencia en el mercado.* 05

## **8.2 Método e instrumento**

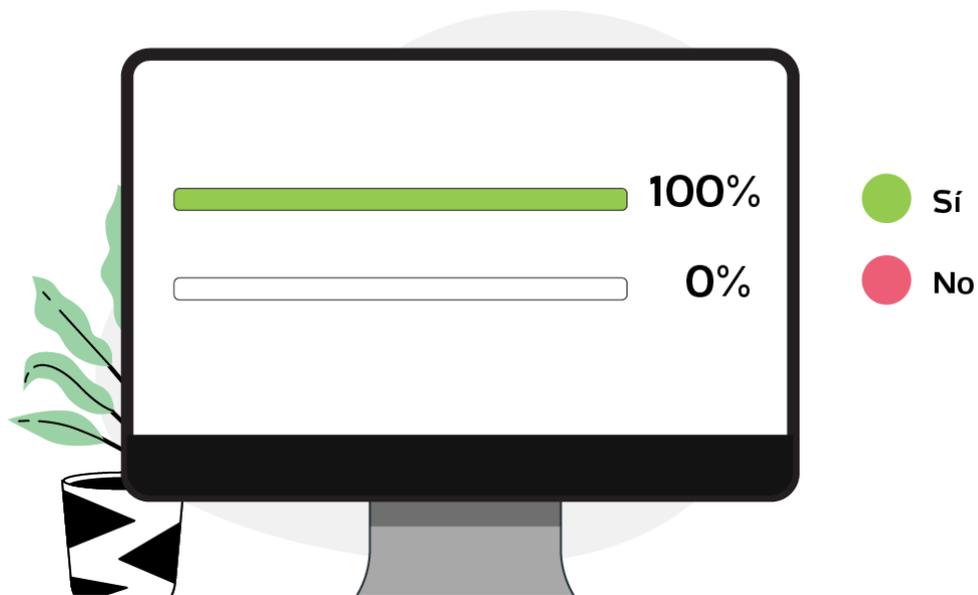
Para la validación del proyecto se utilizará la encuesta virtual a través de los formularios que Google ofrece, dicha herramienta investigativa permite reunir datos que muestren la efectividad, funcionalidad y aprecio visual del sitio web y así comprobar que sí se cumplan los objetivos. Por medio de la tabulación e interpretación de los resultados para concluir su mejora funcional, tecnológica y expresiva de la misma.

*Ver instrumento de validación en: <https://forms.gle/WdMSNwdc3TgmTKPj8> Ver Anexo C*

### 8.3 Resultados e interpretación de resultados

#### Parte objetiva

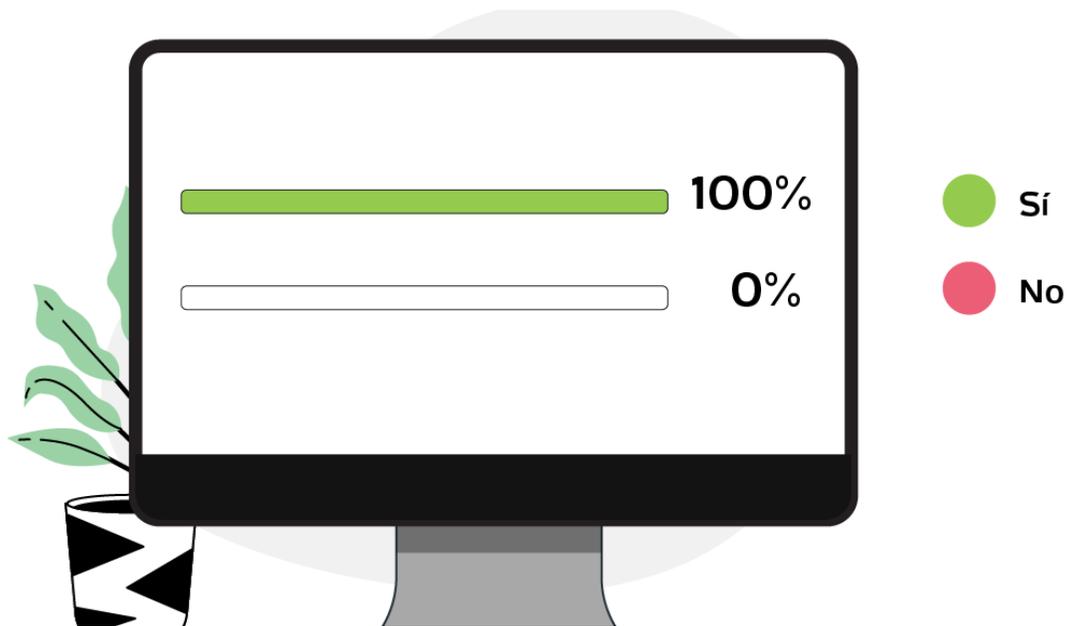
1. ¿Considera necesario diseñar la interfaz de un sitio web para la empresa Martes Creativo Studio y dar para dar a conocer a clientes reales y potenciales los productos y servicios publicitarios?



---

**Interpretación:** El 100% de los encuestados considera necesaria la elaboración de un sitio web para dar a conocer a clientes reales y potenciales los productos y servicios publicitarios que Martes Creativo Studio ofrece.

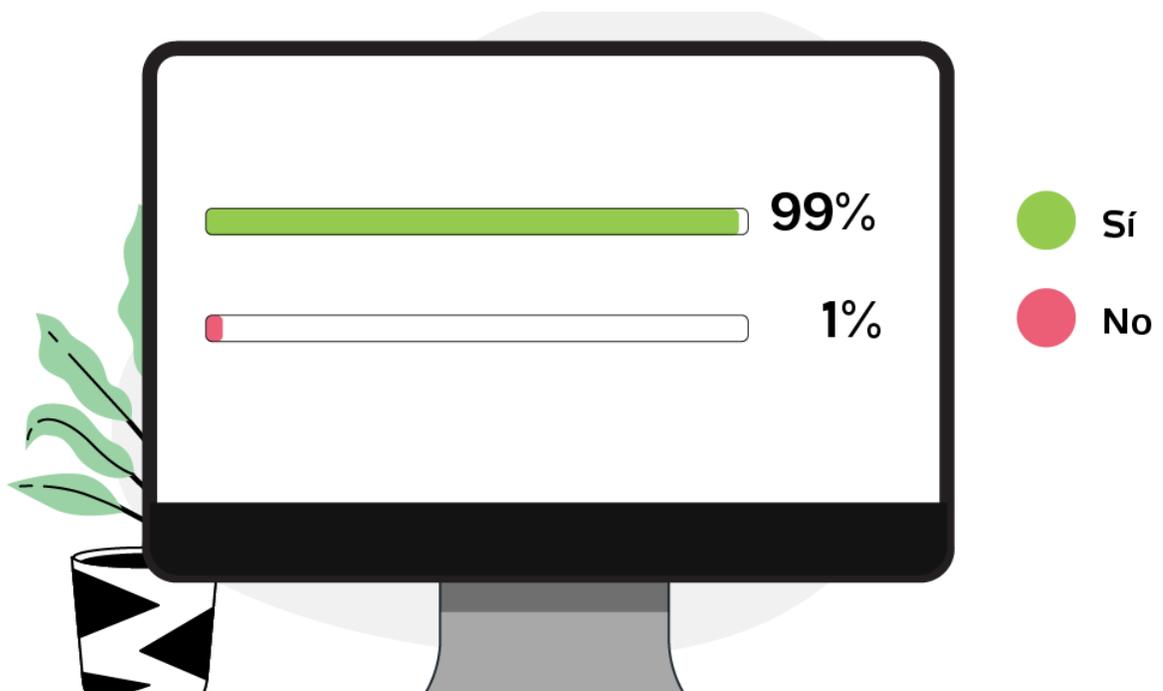
2. ¿Considera necesario recopilar toda la información relacionada con la organización, así como sus productos y servicios que ofrece para integrarlos al sitio web y aplicar correctamente la personalidad de la marca?



---

**Interpretación:** El 100% de los encuestados considera necesaria la recopilación de información relacionada con la organización, así como sus productos y servicios que ofrece para integrarlos al sitio web y aplicar correctamente la personalidad de la marca.

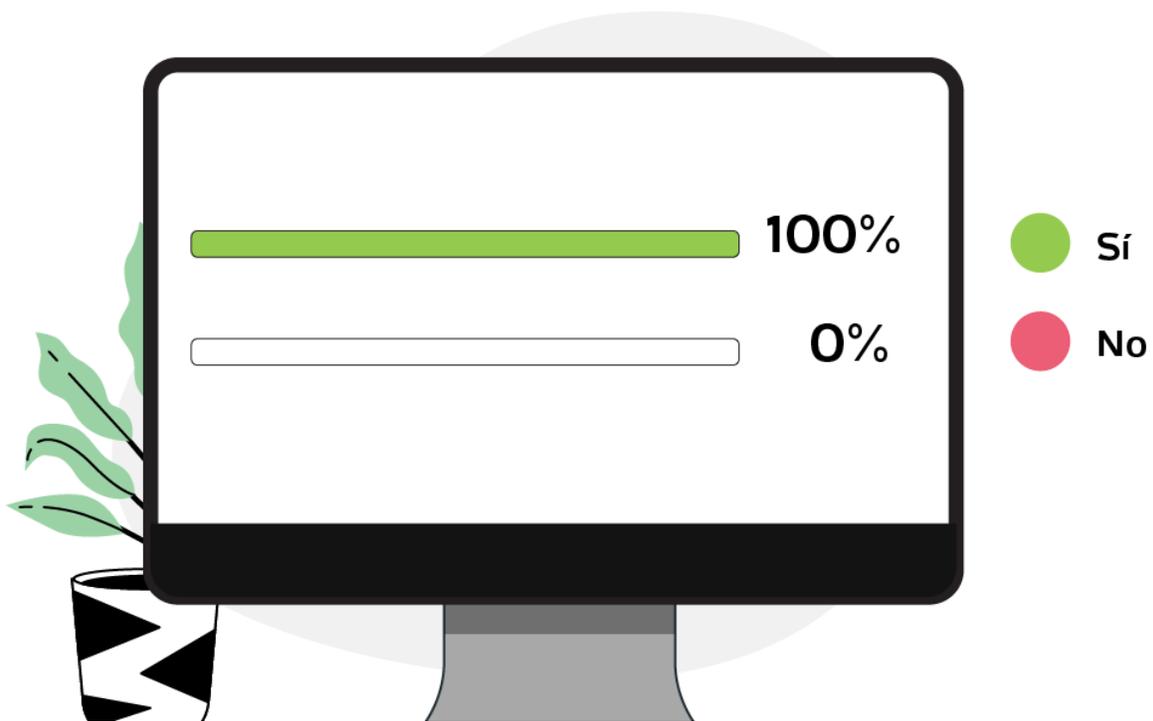
3. ¿A su criterio considera necesario investigar términos, conceptos, ciencias, teorías y tendencias en el diseño y la comunicación de sitios web respaldados por fuentes bibliográficas para desarrollar correctamente el proyecto?



---

**Interpretación:** El 99% de los encuestados estima que es necesario investigar, ciencias, teorías y tendencias en el diseño y comunicación según fuentes bibliográficas para desarrollar correctamente el proyecto.

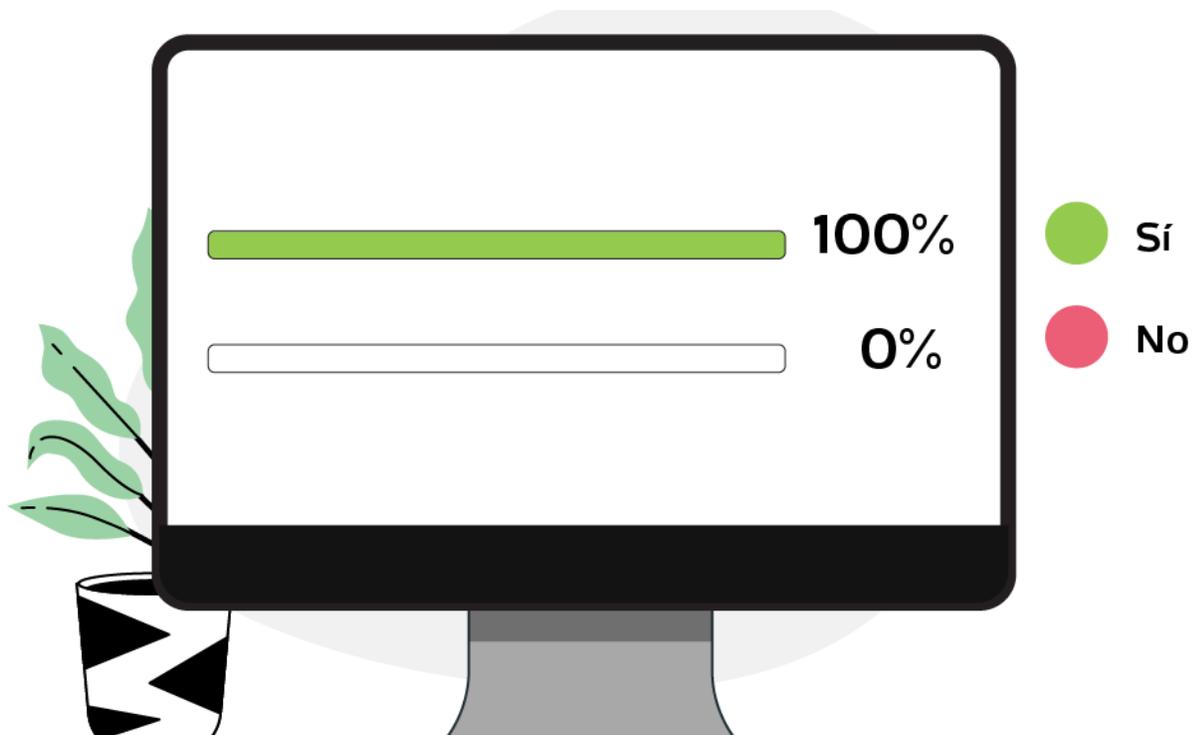
4. ¿Cree que es necesario diagramar los elementos gráficos del sitio web y establecer un orden jerárquico para facilitar a los usuarios el acceso a la información?



---

**Interpretación:** El 100% de los encuestados cree necesario diagramar los elementos gráficos del sitio web para establecer un orden jerárquico y facilitar a los usuarios el acceso a la información.

5. ¿Considera necesario compilar fotografías de los servicios publicitarios que ofrece la empresa Martes Creativo Studio utiliza para implementarlos dentro del sitio web y así dar a conocer cada uno de ellos a los usuarios que ingresen a este?

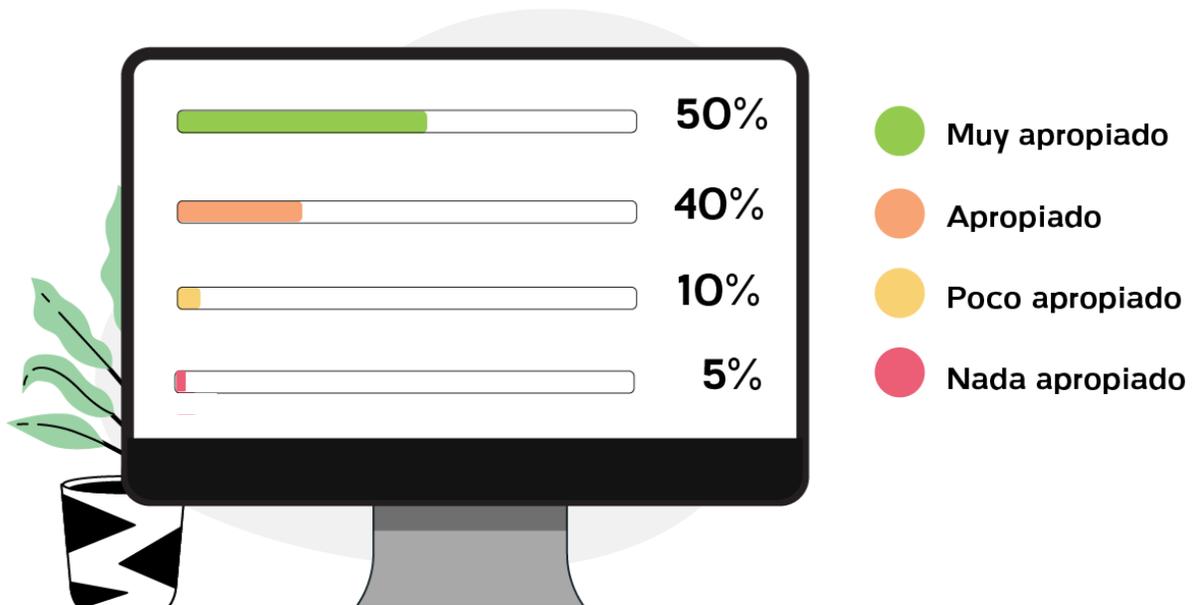


---

**Interpretación:** El 100% de los encuestados considera necesario compilar fotografías de los productos y servicios publicitarios que ofrece la empresa Martes Creativo Studio utiliza para implementarlos dentro del sitio web y así dar a conocer cada uno de ellos a los usuarios que ingresen a este.

## Parte Semiológica

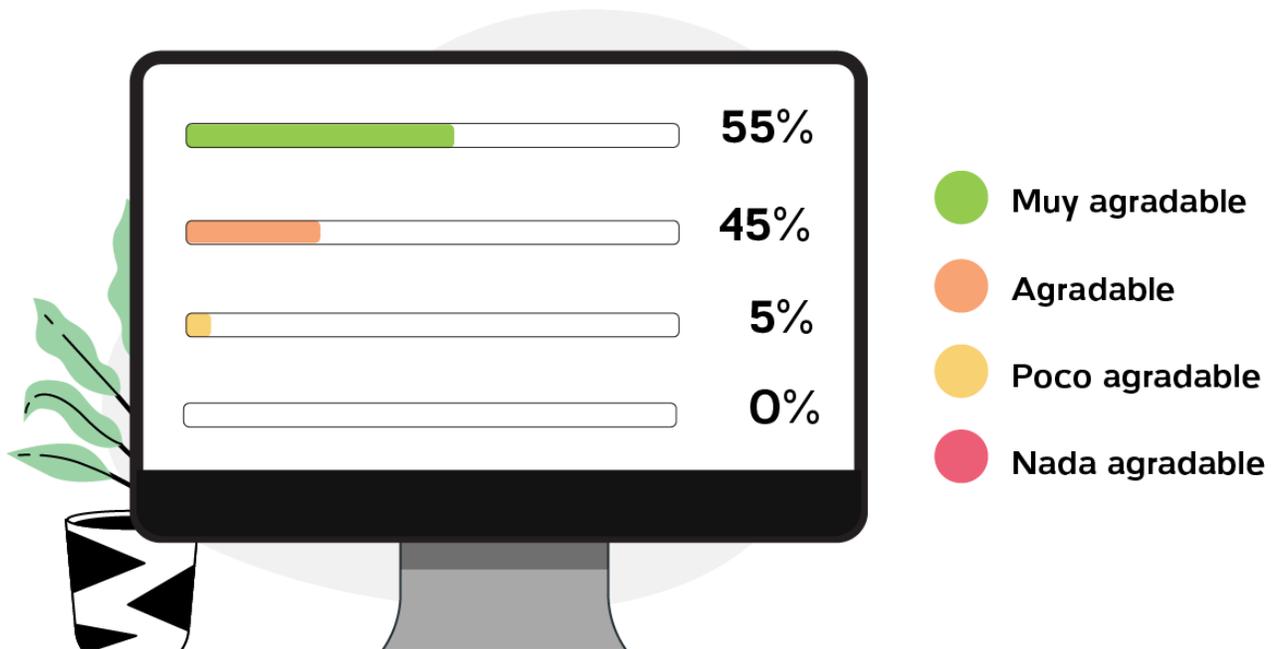
6. ¿Considera apropiado el diseño del sitio web de la empresa Martes Creativo Studio?



---

**Interpretación:** El 50% de los encuestados considera apropiado el diseño del sitio web de Martes Creativo Studio, mientras el 40% cree que el diseño es apropiado y solo el 10% lo considera poco apropiado para la organización.

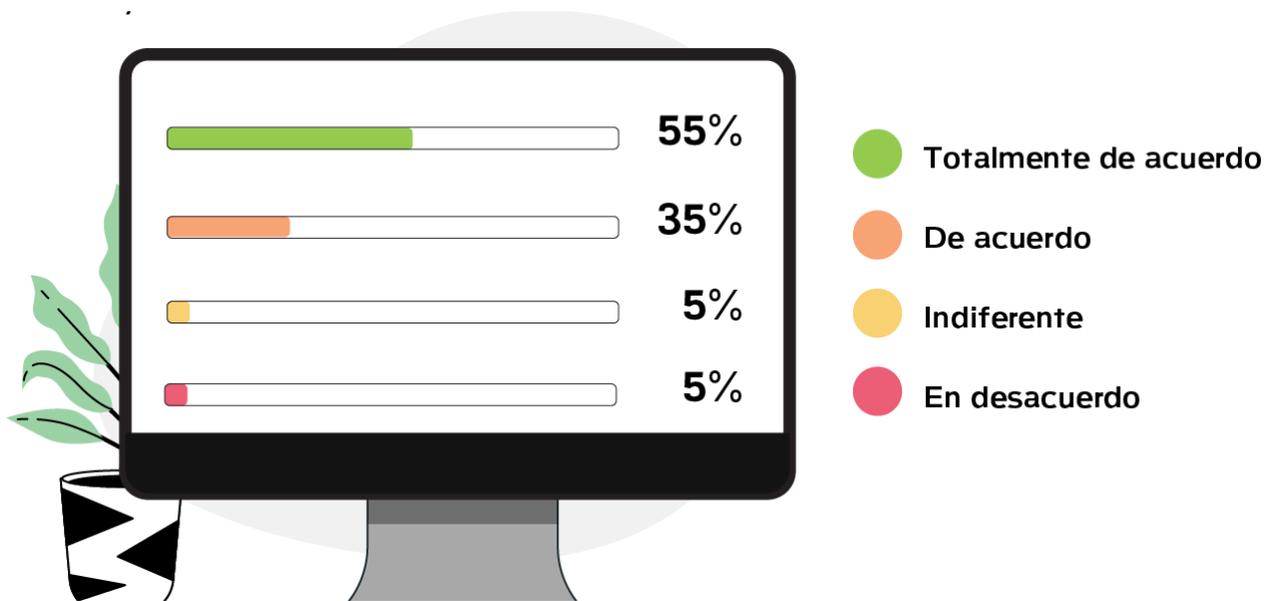
7. La paleta de colores utilizados en el sitio web es:



---

**Interpretación:** El 55% de los encuestados considera muy agradable la paleta de colores del sitio web, mientras el 45% cree que es agradable la paleta de color para el mismo. El 5% considera poco agradable la paleta de color para el sitio web de la empresa.

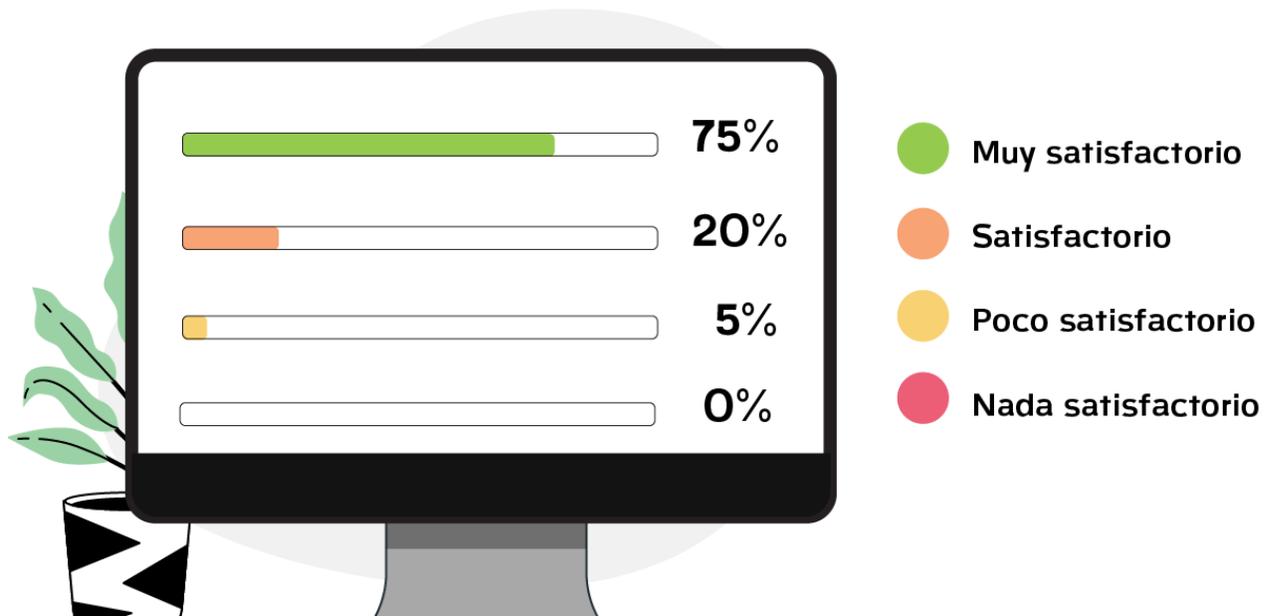
8. ¿Cree que las fotografías utilizadas dentro del proyecto connotan la personalidad de la marca, así como los productos y servicios publicitarios que ofrece la empresa?



---

**Interpretación:** El 55% de los encuestados está totalmente de acuerdo que las fotografías utilizadas dentro del proyecto connotan la personalidad de la marca, así como los productos y servicios publicitarios que ofrece la empresa. El 35% está de acuerdo que las fotografías son adecuadas para el sitio web. El 5% le es indiferente las fotografías utilizadas, mientras el 5% está en desacuerdo el con uso de las fotografías para connotar la personalidad de la marca.

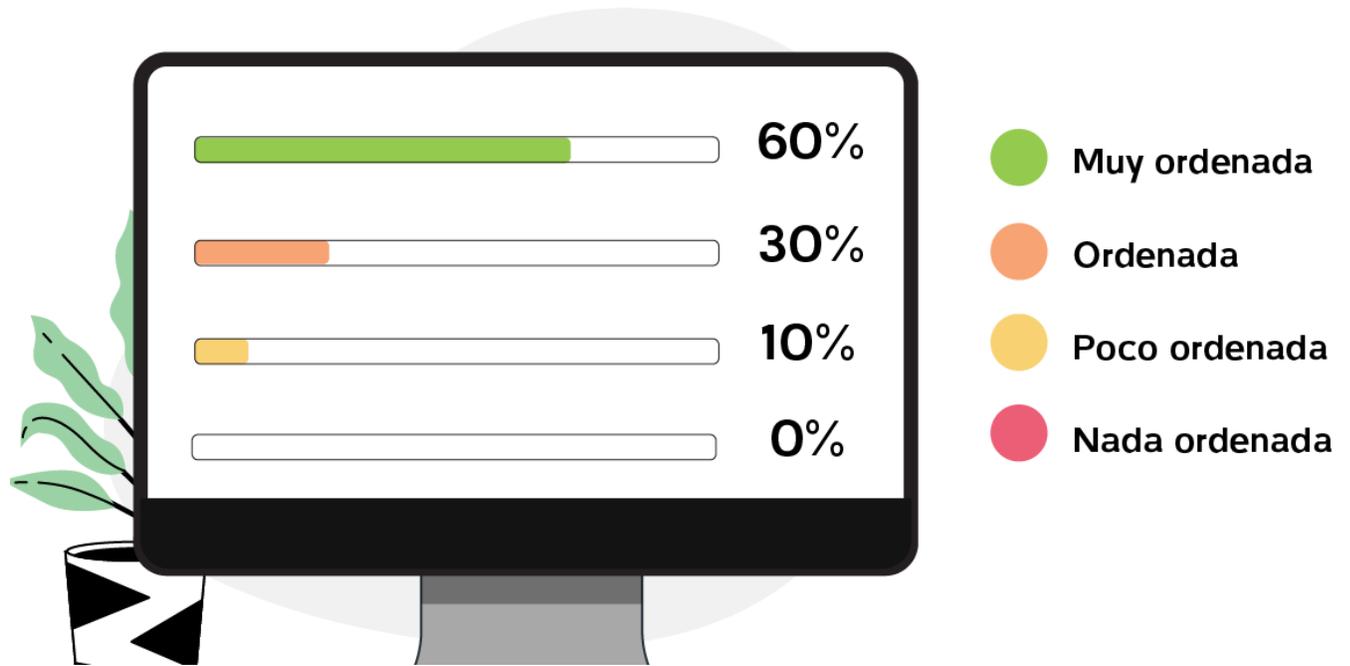
9. A su criterio, ¿Considera que los botones utilizados dentro del proyecto indican satisfactoriamente la función que realizan?



---

**Interpretación:** El 75% de los encuestados considera muy satisfactorio que los botones utilizados dentro del proyecto indican la función que realizan, el 20% considera satisfactorio la función que realizan y solo el 5% considera poco satisfactorio la utilización de los botones dentro del proyecto indican la función que realizan.

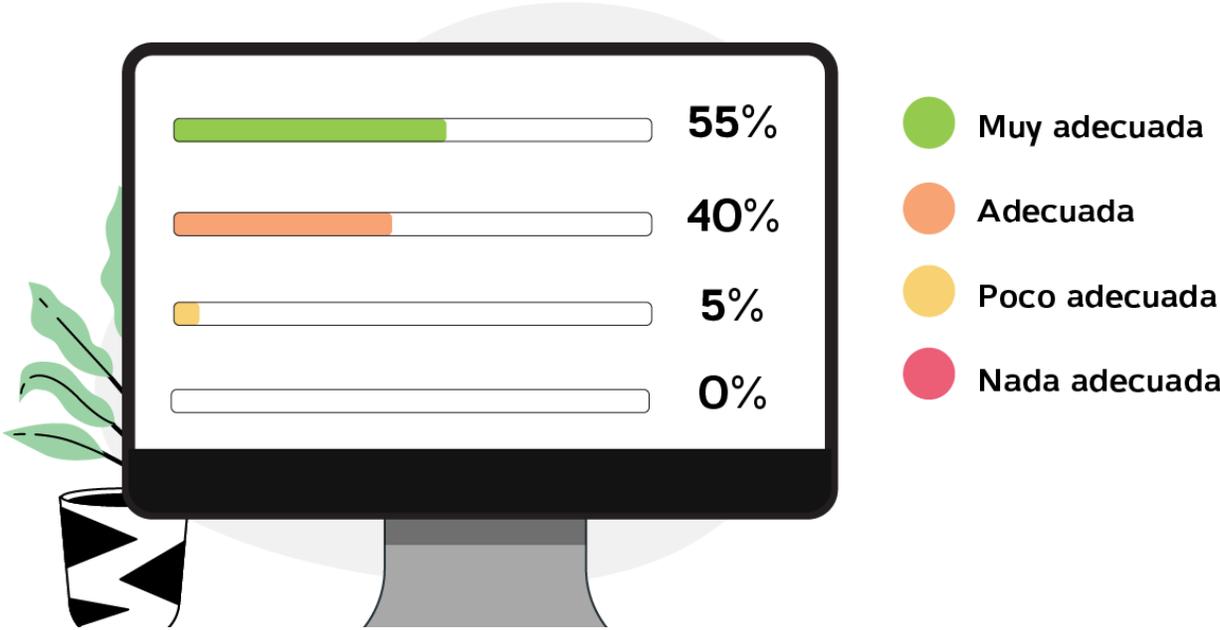
10. La organización de los elementos y categorías dentro de la interfaz web es:



---

**Interpretación:** El 60% de los encuestados considera muy ordenada la organización de los elementos y categorías dentro de la interfaz web. Mientras el 30% considera ordenada la organización de los elementos seguidamente del 10% cree que es poco ordenada el orden que es el sitio web posee.

11. El estilo de la familia tipográfica utilizada en el sitio web es:

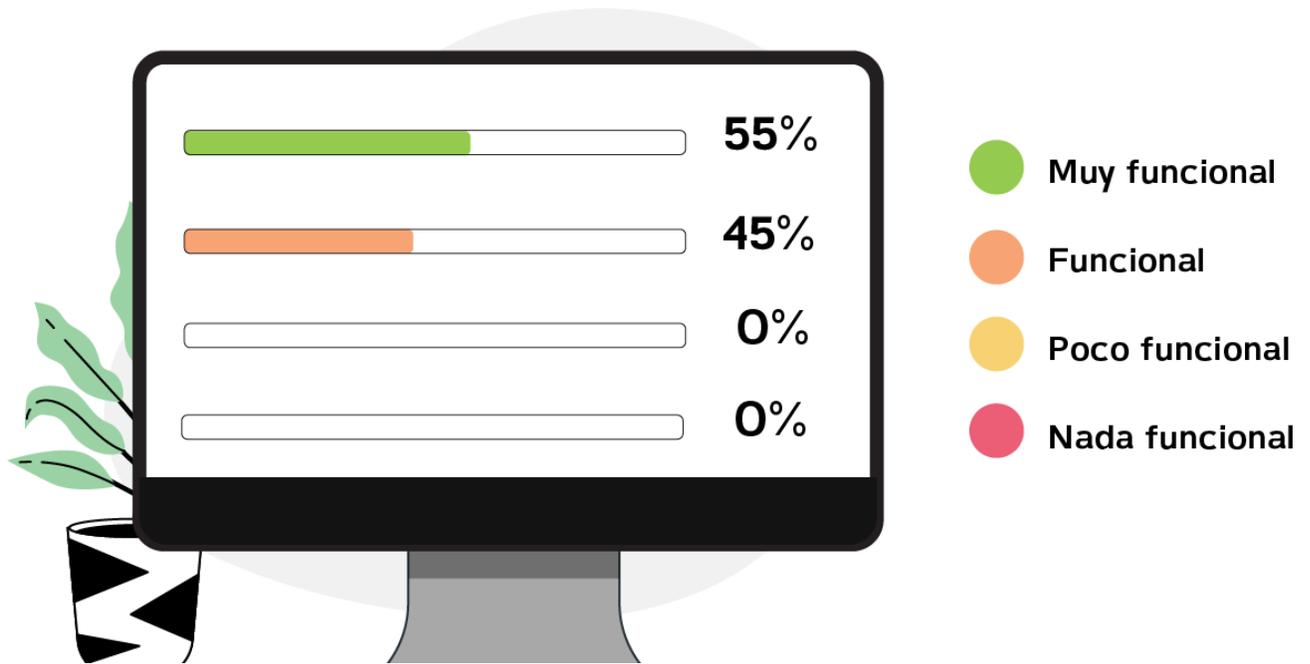


---

**Interpretación:** 55% de los encuestados cree muy adecuada el estilo de la familia tipográfica utilizada en el sitio web, mientras el 40% la considera adecuada y solo el 5% estima que es poco adecuada.

## Parte Operativa

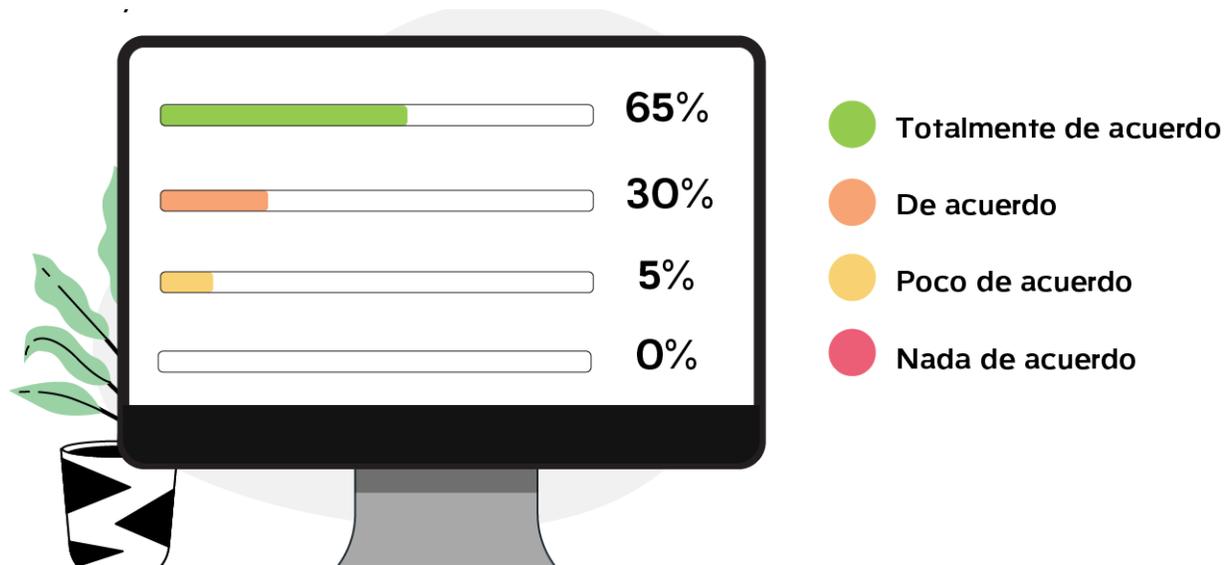
12. ¿Considera funcional la orientación vertical del sitio web de la empresa Martes Creativo Studio?



---

**Interpretación:** El 55% de los encuestados considera muy funcional la orientación vertical del sitio web, mientras el 45% la considera funcional la orientación que esta posee.

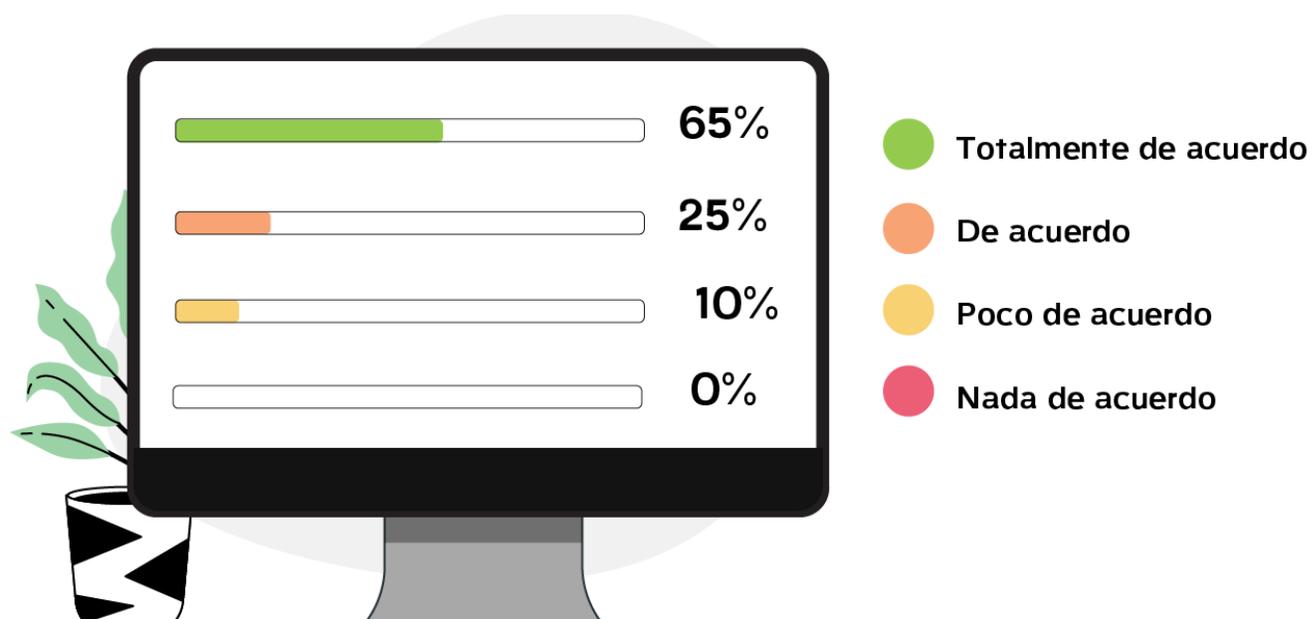
13. ¿Considera que la cantidad de información brindada dentro del sitio web de la empresa Martes Creativo Studio es puntual y suficiente?



---

**Interpretación:** El 65% de los encuestados está totalmente de acuerdo que la cantidad de la información dentro del sitio web es puntual y eficiente, mientras el 30% está de acuerdo con la cantidad de información brindada y solo 5% está un poco de acuerdo con la información.

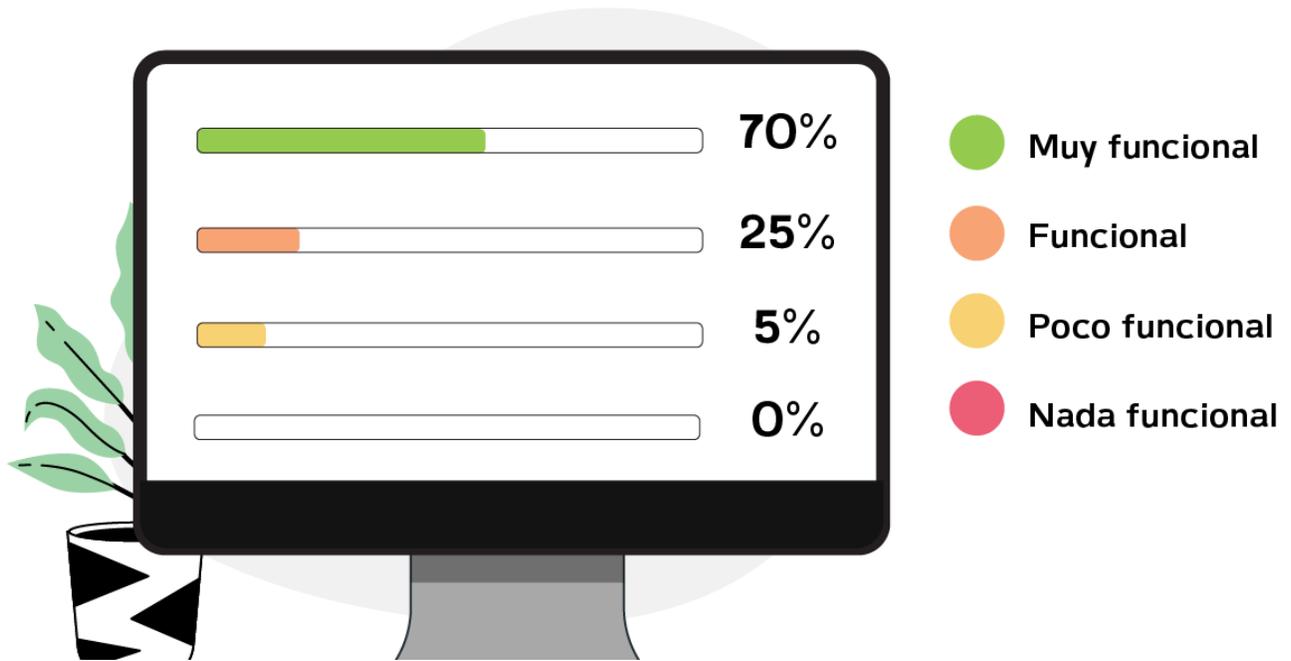
14. A su criterio. ¿Considera que la identidad y esencia de la organización se proyecta adecuadamente dentro del proyecto?



---

**Interpretación:** El 65% de los encuestados está totalmente de acuerdo que la identidad y esencia de la organización se proyecta adecuadamente dentro del proyecto, mientras el 25% está de acuerdo con la proyección y solo el 10% está poco de acuerdo.

15. ¿Considera funcional la navegación a través de la interfaz del sitio web de la empresa?



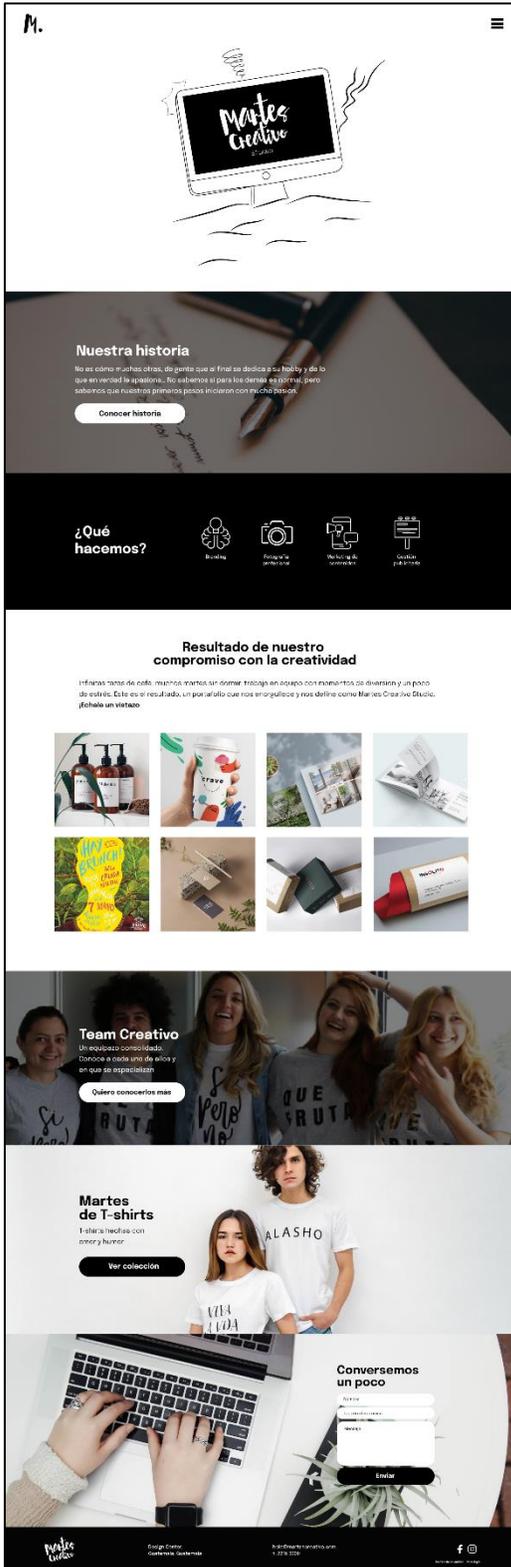
---

**Interpretación:** El 70% de los encuestados considera muy funcional la navegación a través de la interfaz del sitio web de la empresa, mientras el 25% considera funcional la navegación de este y solo el 5% la considera poco funcional.

## 8.4 Cambios con base a los resultados

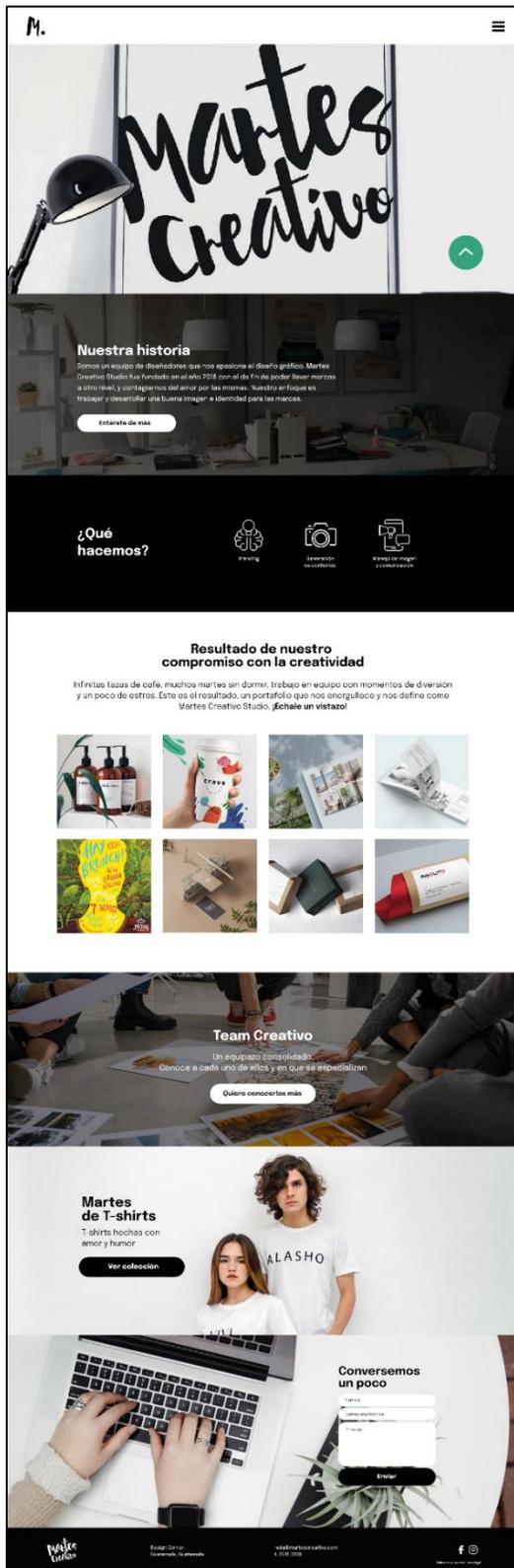
La mayoría de los cambios se solicitaron dentro del inicio de la página, mismas que se muestran a continuación.

### 8.4.1. Antes



- ✓ Imagen principal poca dinámica.
- ✓ Falta de botón de regreso al menú principal
- ✓ Imagen de Nuestra Historia, parece muy genérica.
- ✓ Uno de los servicios no pertenece en la especialización de la empresa.
- ✓ Imagen del Equipo Creativo desactualizada.

## 8.4.2. Después.



### 8.4.2.1 Justificación.

- ✓ Todos los botones tienen acceso a las páginas correspondientes.
- ✓ El icono de regreso al menú principal fue agregado.
- ✓ Se cambió la imagen de Nuestra Historia, así como de su página interna por una foto de la oficina actual.
- ✓ Se mantuvo el orden de las secciones a conveniencia del cliente.
- ✓ Se eliminó uno de los servicios, ya que son los tres primeros en los que el cliente desea que visualicen.
- ✓ Se corrigió la imagen del banner para el Equipo Creativo, debido a que la imagen anterior estaba desactualizada y a solicitud de cliente se incorporó una imagen muy general de las misma.



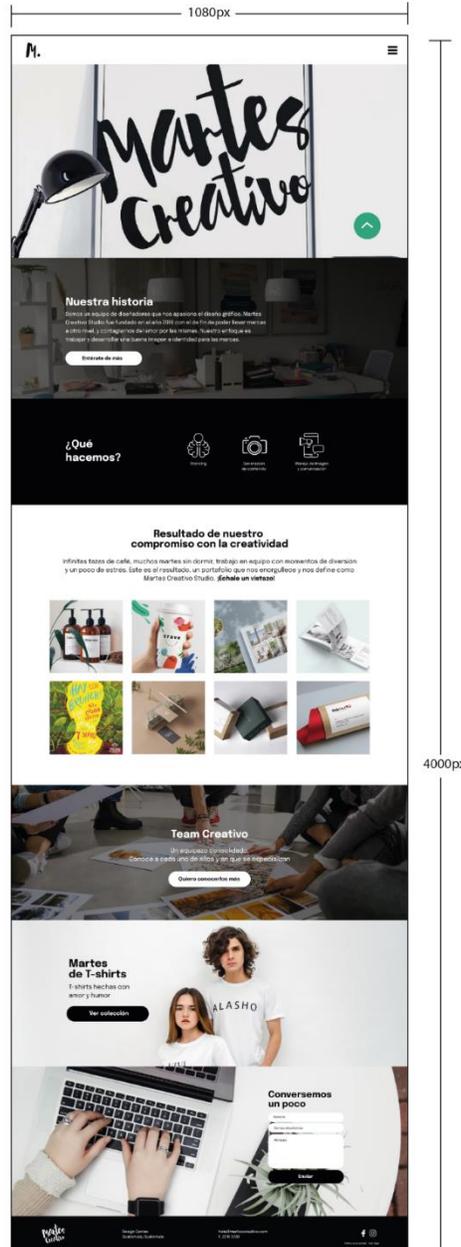
**Capítulo IX**

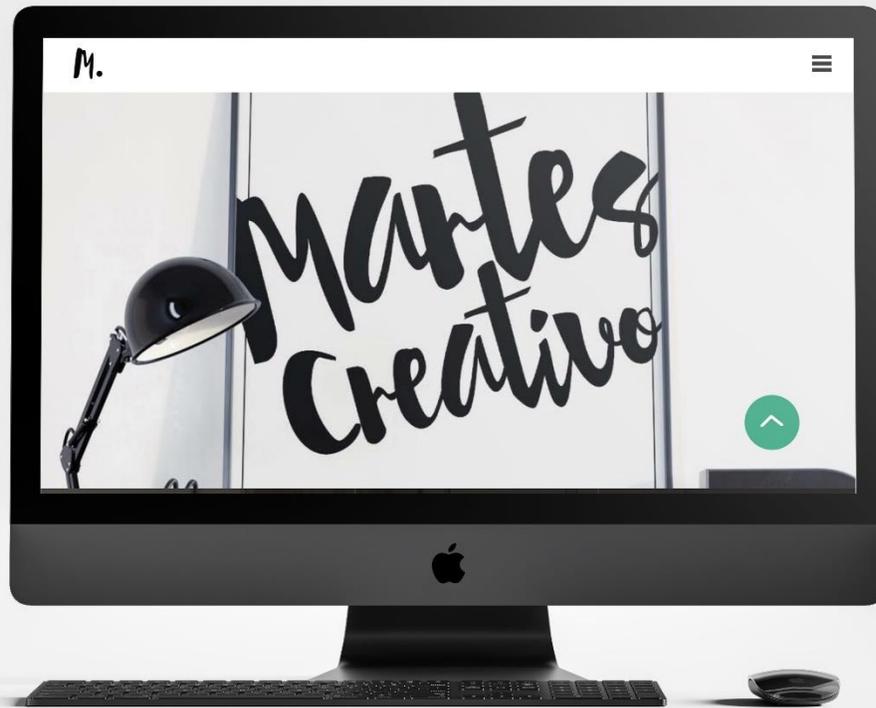
**Propuesta  
gráfica final**



# Capítulo IX: Propuesta gráfica final

## Página de inicio

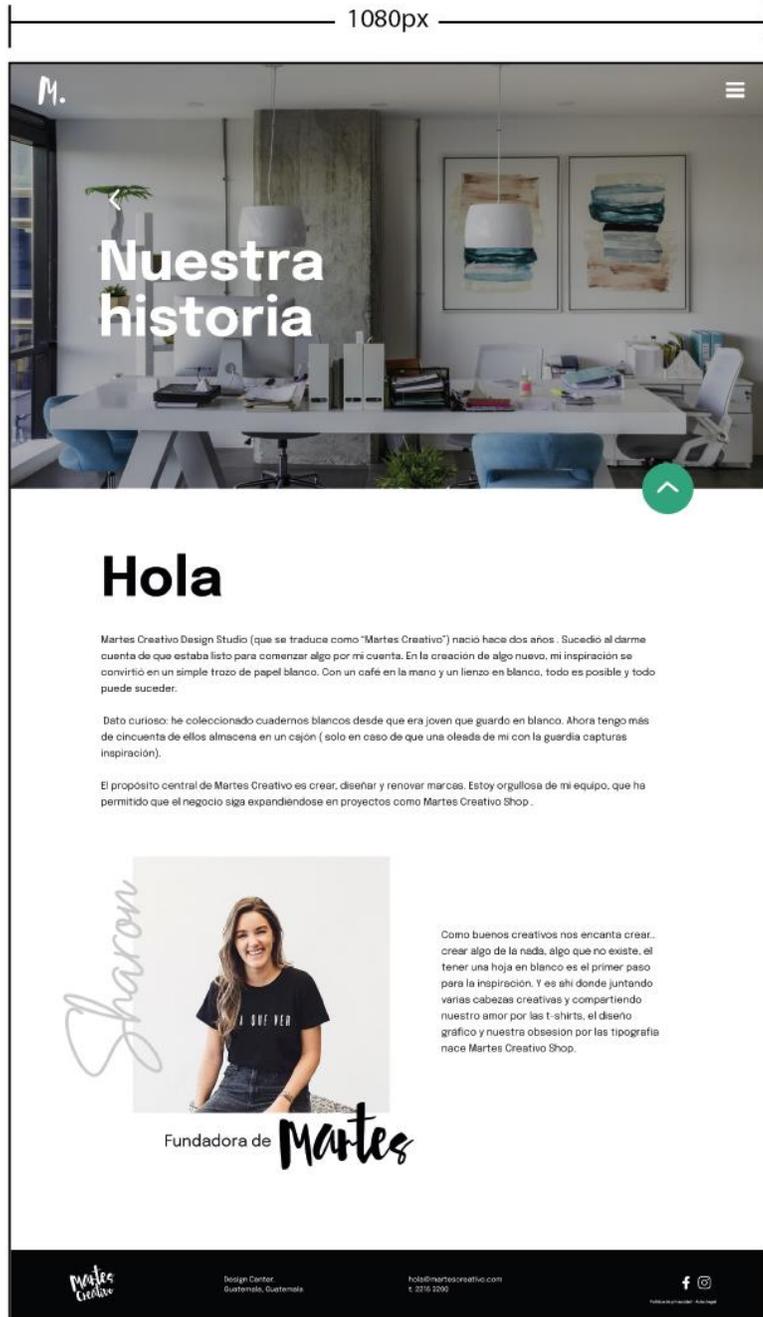




*Ver propuesta gráfica final en:*

[https://drive.google.com/file/d/1EQ1mLqVGQJFmK6S7xKJ\\_OxAQEzTDvL4C/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1EQ1mLqVGQJFmK6S7xKJ_OxAQEzTDvL4C/view?usp=sharing)

[g](#)

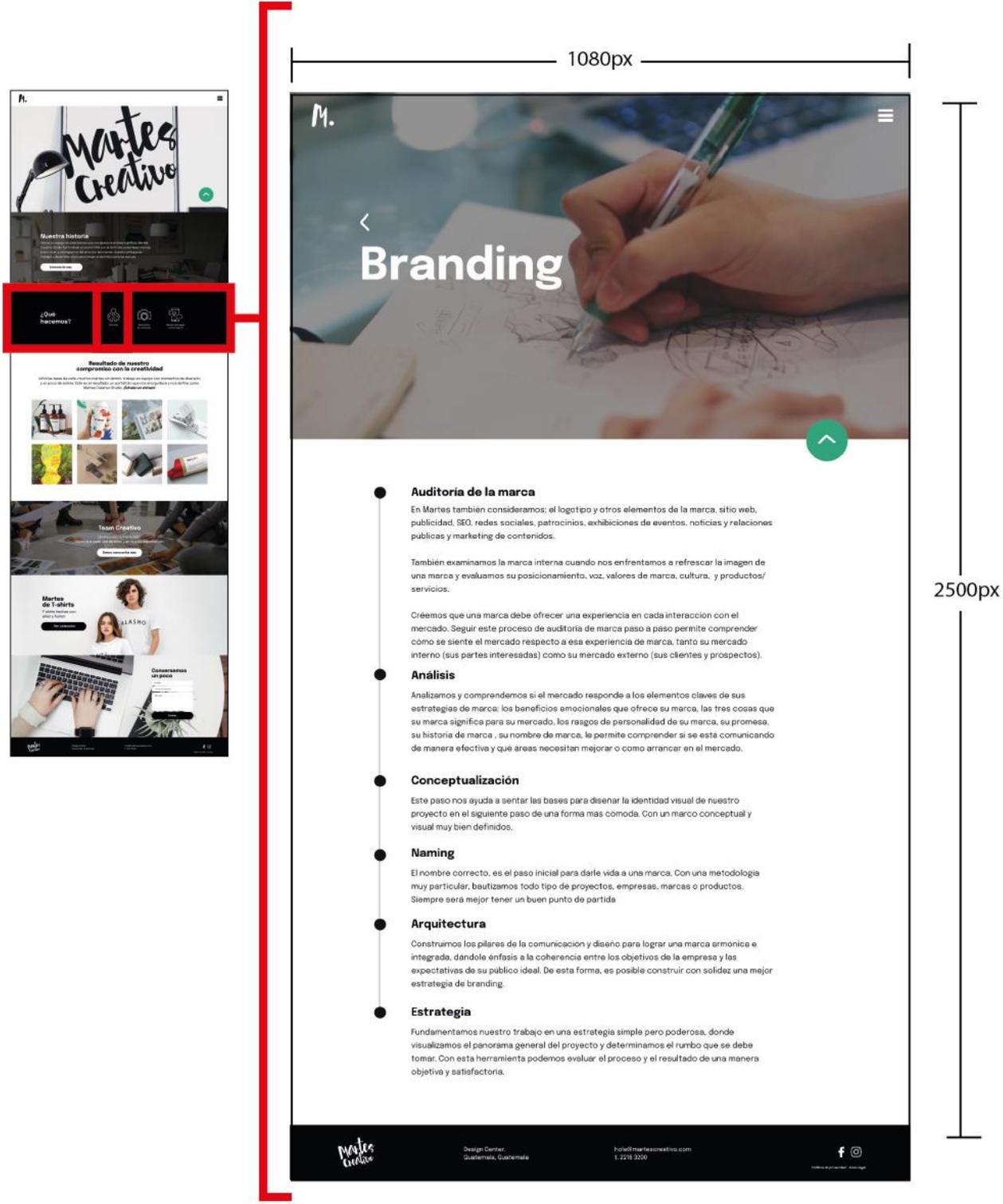




*Ver propuesta gráfica final en:*

[https://drive.google.com/file/d/11miKZx\\_0LNF0QO4y6mYl68v6mXbMiSPD/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/11miKZx_0LNF0QO4y6mYl68v6mXbMiSPD/view?usp=sharing)

[g](#)



1080px

2500px

M.

# Branding

- Auditoria de la marca**

En Martes también consideramos: el logotipo y otros elementos de la marca, sitio web, publicidad, SEO, redes sociales, patrocinios, exhibiciones de eventos, noticias y relaciones publicas y marketing de contenidos.

También examinamos la marca interna cuando nos enfrentamos a refrescar la imagen de una marca y evaluamos su posicionamiento, voz, valores de marca, cultura, y productos/ servicios.

Creemos que una marca debe ofrecer una experiencia en cada interacción con el mercado. Seguir este proceso de auditoria de marca paso a paso permite comprender cómo se siente el mercado respecto a esa experiencia de marca, tanto su mercado interno (sus partes interesadas) como su mercado externo (sus clientes y prospectos).
- Análisis**

Analizamos y comprendemos si el mercado responde a los elementos claves de sus estrategias de marca: los beneficios emocionales que ofrece su marca, las tres cosas que su marca significa para su mercado, los rasgos de personalidad de su marca, su promesa, su historia de marca, su nombre de marca, le permite comprender si se está comunicando de manera efectiva y qué áreas necesitan mejorar o como arrancar en el mercado.
- Conceptualización**

Este paso nos ayuda a sentar las bases para diseñar la identidad visual de nuestro proyecto en el siguiente paso de una forma mas comoda. Con un marco conceptual y visual muy bien definidos.
- Naming**

El nombre correcto, es el paso inicial para darle vida a una marca. Con una metodología muy particular, bautizamos todo tipo de proyectos, empresas, marcas o productos. Siempre será mejor tener un buen punto de partida
- Arquitectura**

Construimos los pilares de la comunicación y diseño para lograr una marca armonica e integrada, dándole énfasis a la coherencia entre los objetivos de la empresa y las expectativas de su publico ideal. De esta forma, es posible construir con solidez una mejor estrategia de branding.
- Estrategia**

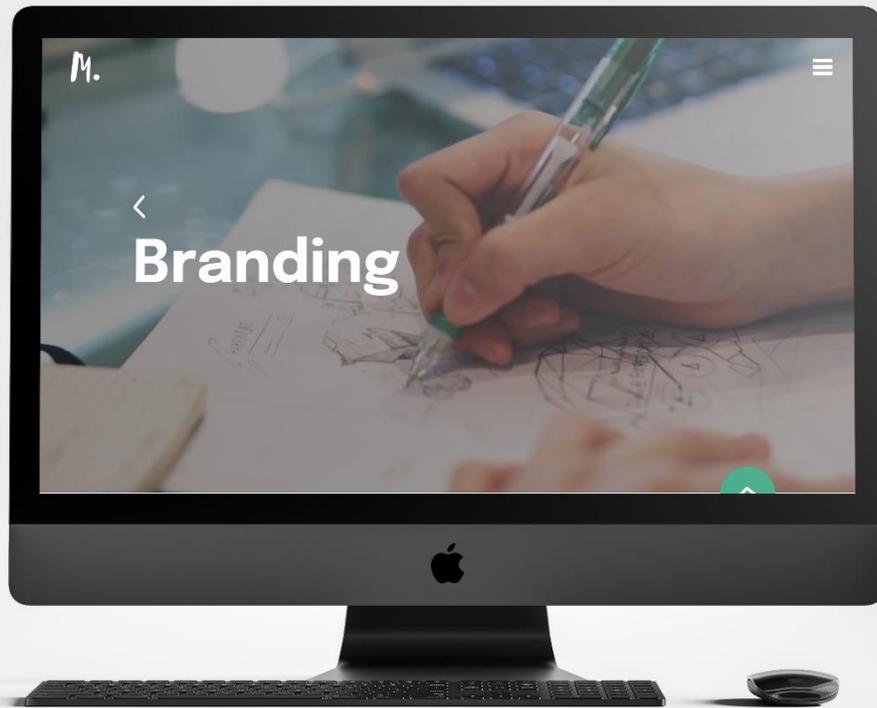
Fundamentamos nuestro trabajo en una estrategia simple pero poderosa, donde visualizamos el panorama general del proyecto y determinamos el rumbo que se debe tomar. Con esta herramienta podemos evaluar el proceso y el resultado de una manera objetiva y satisfactoria.

Martes Creativo

Design Center, Guatemala, Guatemala

hola@martescreativo.com 1.2218.3250

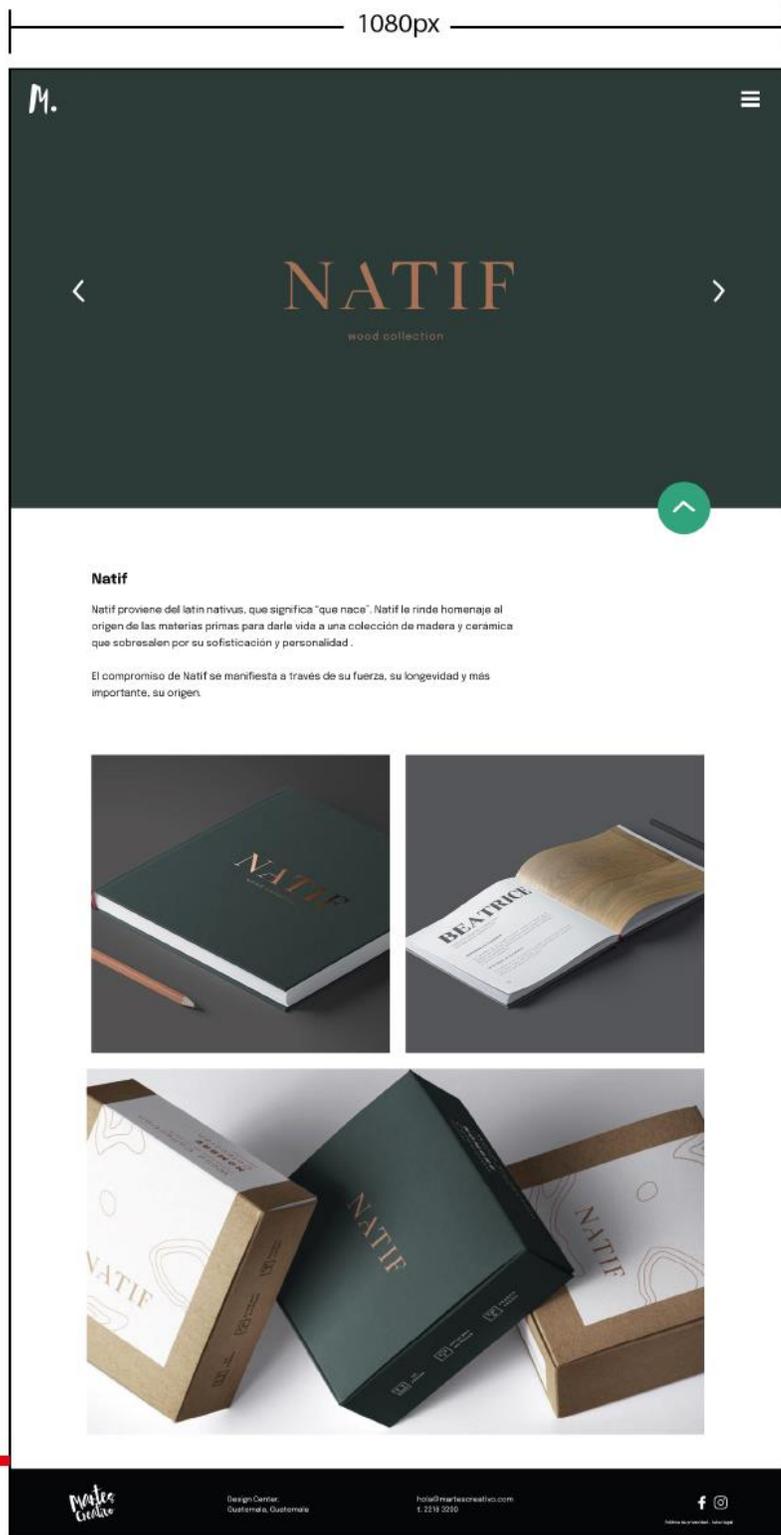
f i



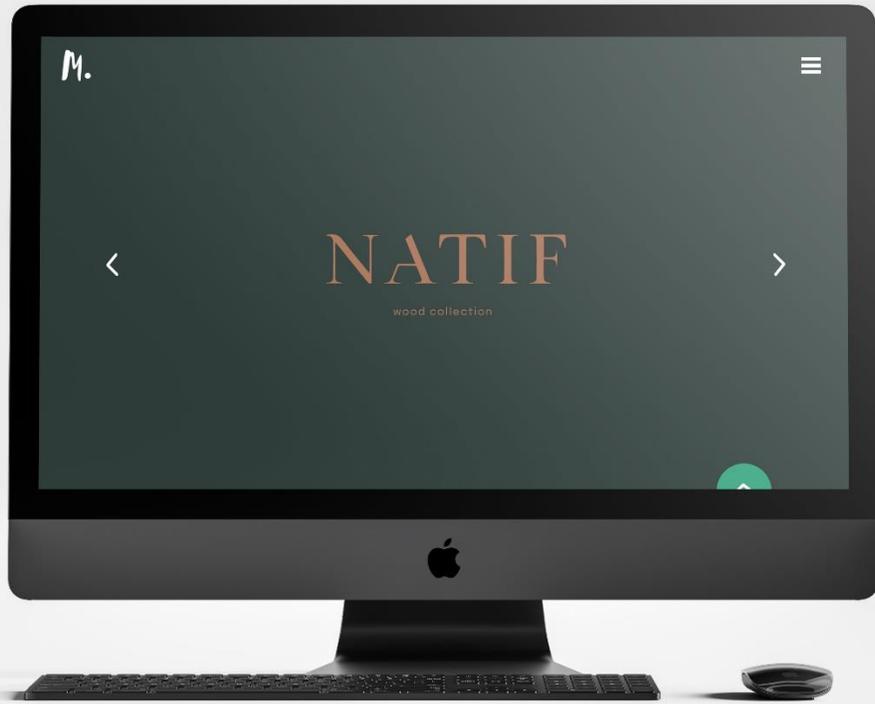
*Ver propuesta gráfica final en:*

<https://drive.google.com/file/d/1c4GchgYWoOxYuww1bUCzzRO7-HgwQQh/view?usp=sharing>

# Página Detalle de Caso de Éxito

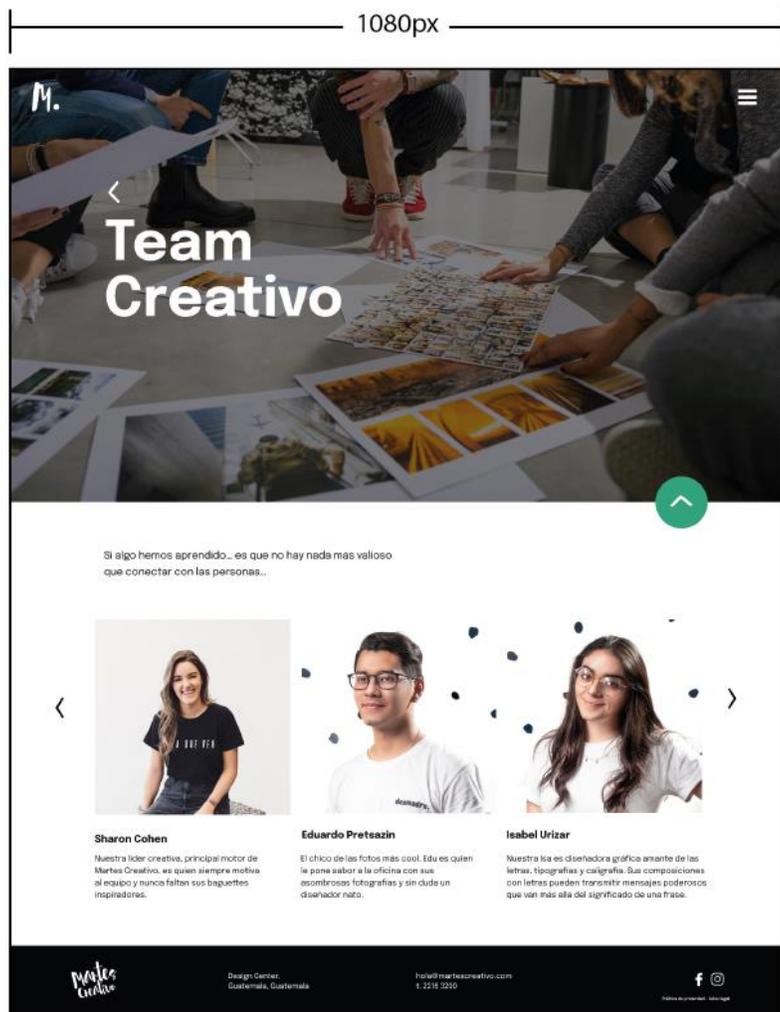


3500px



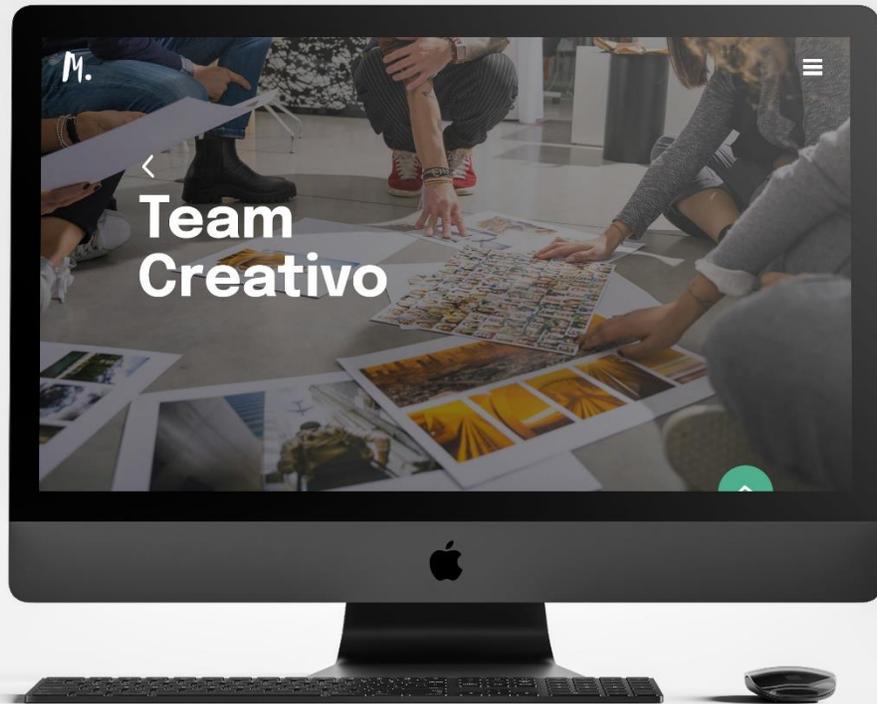
*Ver propuesta gráfica final en:*

<https://drive.google.com/file/d/18GxS7jPhkWBeG5FY18d8Qs0orVv1JhQs/view?usp=sharing>



1080px

1920px



*Ver propuesta gráfica final en:*

[https://drive.google.com/file/d/1x9H\\_8LjCXgOCmUguBjoCBdWfKAraKfyz/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1x9H_8LjCXgOCmUguBjoCBdWfKAraKfyz/view?usp=sharing)



**Capítulo X**

**Producción,  
Reproducción y  
Distribución**



## **Capítulo X: Producción, reproducción y distribución**

### **10.1. Plan de costos de elaboración.**

Proceso creativo 14 horas distribuidas en el mes de mayo, seis horas de bocetaje en la propuesta a; cuatro horas de bocetaje en la propuesta b. Total de horas trabajadas: 24 horas. Para fines académicos se estima una base de Q25.00 por hora trabajada.

### **10.2. Plan de costos de producción.**

Compilación de fotografías, 150 horas distribuidas desde enero a octubre del presente año; digitalización de propuesta a, doce horas; digitalización de propuesta b, doce horas. Diagramación de material: diez horas. Total de horas trabajadas: 180 horas. Para fines académicos se estima una base de Q25.00 por hora trabajada.

### **10.3. Plan de costos de reproducción.**

El sitio web de la empresa Martes Creativo Studio está diseñado para atraer clientes reales y potenciales por medio de comunicación digital por hosting de Guatemala, trabajando en colaboración con la empresa Conversión, quienes son proveedores de servicios informáticos para la empresa Martes Creativo Studio.

### **10.4. Plan de Costos de Distribución.**

Por medio del representante de Conversión, el proyecto se debe entregar vía USB con la capacidad de 32 GB a un costo de Q75.00.

### **10.5. Margen de utilidad.**

Para este proyecto, se estimará un aproximado de 20% de utilidad sobre todos los costos considerados para la elaboración, producción y reproducción para el material final.

### **10.6. IVA.**

Valor agregado del 12% al costo total.

## 10.7 Cuadro con resumen general de costos

### 10.7.1 Elaboración

Descripción	Horas
Proceso Creativo	14
Bocetaje de propuesta A	6
Bocetaje de propuesta B	4
Total de horas	24
Valor de hora	Q.25.00
Total	Q.600.00

### 10.7.2 Producción

Descripción	Horas
Compilación de fotografías	50
Bocetaje de propuesta A	12
Bocetaje de propuesta B	12
Diagramación	110
Total de horas	184
Valor de hora	Q.25.00
Total	Q.4,600.00

### 10.7.3 Reproducción

Descripción	Precio
Cotización	Q.1,500.00
Total	Q.1,500.00

### 10.7.4 Desglose de costos

Detalle	Costo
Plan de costos de elaboración	Q.600.00
Plan de costos de producción	Q.4,600.00
Plan de costos de reproducción	Q.1,500.00
Subtotal	Q.6,700.00
Margen de utilidad 20%	Q.1,340.00
Subtotal	Q.8,040.00
IVA	Q.964.00
Gran total	Q.9,004.00



**Capítulo XI**

**Conclusiones y  
Recomendaciones**



## Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones

### 11.1 Conclusiones

- Se investigaron las Ciencias, Teorías, Artes y Tendencias en el diseño y la Comunicación de sitios web según fuentes bibliográficas que respaldan científicamente la página web que visitará el usuario.
- Se recopiló información acerca de la organización, así como de sus productos y servicios publicitarios para integrar los datos al proyecto y comunicar al grupo objetivo su identidad.
- Se diagramó el contenido del sitio web para que en la interfaz se estableciera la jerarquía de los elementos gráficos y facilitará a los usuarios la navegación dentro del sitio web, así como la accesibilidad a la información.
- Se compilaron fotografías de los servicios y productos publicitarios que ofrece la empresa Martes Creativo Studio brinda para implementarlos dentro del diseño de la interfaz del sitio web y así permitir que los usuarios los visualicen en cada visita.

## 11.2 Recomendaciones

- Las secciones de la página deberán ser modificadas cada 3 años según nuevas tendencias de jerarquización y se cumpla el objetivo de mantener una interfaz amigable y de fácil accesibilidad.
- Revisar las nuevas tendencias de diseño web cada dos años para mantener fresca la apariencia del sitio y su funcionalidad, así como actualizaciones de alto rendimiento. Así como, renovar las fotografías del equipo y de los casos de éxito para que la página esté modernizada y se muestre la variedad de servicios.
- Mantener la optimización de los títulos de página, imágenes y descripciones para asegurarse de posicionarse en los primeros resultados de búsqueda en Google.
- Conservar la navegación sencilla. La información debe ser clara y puntual, sin elementos excesivos ni invasivos en los menús y con un acceso directo a la página de inicio.



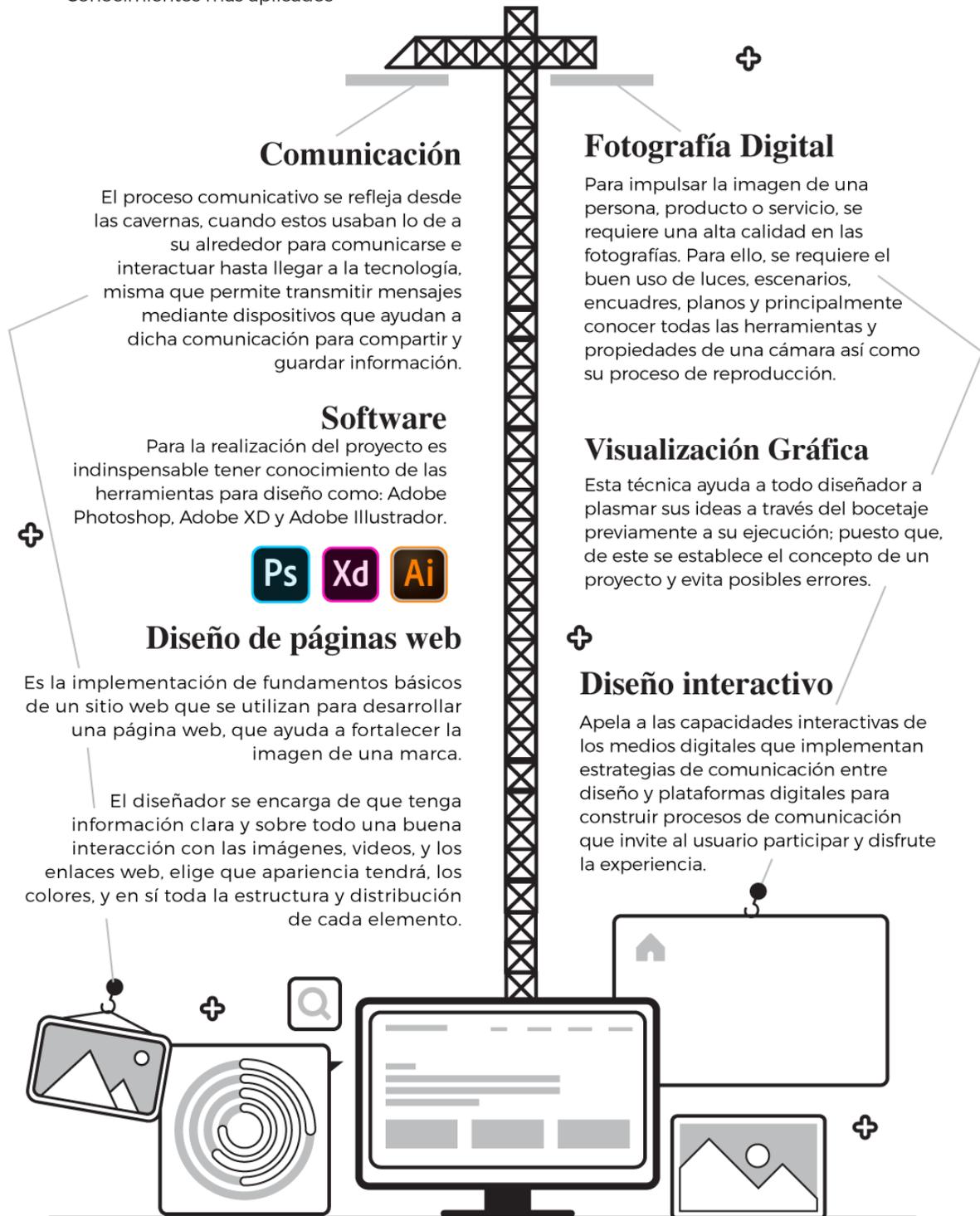
**Capítulo XII**  
**Conocimiento**  
**General**



12.1 Demostración de conocimientos

# Conocimiento general

Conocimientos más aplicados





# Capítulo XIII

# Referencias



## Capítulo XIII: Referencias

### 13.1 Referencias de documentos electrónicos

#### A.

Abccolor.com (2020, 05 05). Obtenido de abccolor.com:

<https://www.abc.com.py/articulos/el-diseno-grafico-y-la-diagramacion-700639.html>

Abccolor.com (2020, 05 20). *abccolor*. Obtenido de abccolor.com:

<https://www.abc.com.py/articulos/el-diseno-grafico-y-la-diagramacion-700639.html>

Abccolor.com (2020, 05 03). Obtenido de abccolor.com:

<https://www.abc.com.py/articulos/el-diseno-grafico-y-la-diagramacion-700639.html>

Abccolor.com (2020, 05 20). Obtenido de abccolor.com:

<https://www.abc.com.py/articulos/el-diseno-grafico-y-la-diagramacion-700639.html>

Abccolor.com (2020, 05 30). Obtenido de abccolor.com:

<https://www.abc.com.py/articulos/el-diseno-grafico-y-la-diagramacion-700639.html>

Adobe.com (2020, 05 30). Obtenido de adobe.com:

<https://www.adobe.com/es/products/xd/details.html>

Adobe.com (2020, 05 30). Obtenido de adobe.com: <https://adobe.ly/3mtLz6n>

Adobe.com (2020, 05 30). Obtenido de adobe.com: <https://adobe.ly/3ocmcq2>

Adobe.com (2020, 05 30). Obtenido de adobe.com: <https://adobe.ly/39wCIgK>

Adobe. (2020, 05 30). Obtenido de Adobe.com: <https://adobe.ly/33w3Jgd>

Alva, A. P. (n.d.). (2020, 05 30). Obtenido de Devcode.la:

<https://devcode.la/blog/10-tendencias-del-diseno-web-actual/>

Alva, A. P. (2020, 06 06). Obtenido de Devcode.la:

<https://devcode.la/blog/10-tendencias-del-diseno-web-actual/>

Arbeláez, M. A. (2020, 06 06). Obtenido de [lamenteesmaravillosa.com](http://lamenteesmaravillosa.com):

<https://lamenteesmaravillosa.com/psicologia-del-consumidor-caracteristicas-modelos-teoricos/>

Artenet.es (2020, 06 06). Obtenido de [artenet.es](http://artenet.es):

<https://www.artenet.top/arte-digital/>

## **C.**

Chagas, Z. (2020, 05 30) Obtenido de [rockcontent.com](http://rockcontent.com):

<https://rockcontent.com/es/blog/disenio-grafico/>

Costa, J. (2020, 05 30). Obtenido de [issuu.com](http://issuu.com):

[https://issuu.com/universidaddelasamericas8/docs/los\\_autores\\_de\\_la\\_comunicaci\\_\\_n\\_corcreaactiva](https://issuu.com/universidaddelasamericas8/docs/los_autores_de_la_comunicaci__n_corcreaactiva). (2020, 06 06). *creaactiva*. From *creaactiva*: <http://crea-activa.com/servicios-disenio-grafico/>

Costa, J. M. (2020, 06 06). Obtenido de Comunicación Corporativa: <https://bit.ly/36LttYa>

Cyberclick.es (2020, 06 06). Obtenido de Cyberclick.es: <https://www.cyberclick.es/publicidad>

## **D.**

Diligent, E. (2020, 01 05). Obtenido de [diligent.es](http://diligent.es): <https://www.diligent.es/tendencias-de-diseno-web-2020/>

## **E.**

Edukativos. (2020, 06 06). Obtenido de [edukativos.com](http://edukativos.com):

<https://edukativos.com/apuntes/archives/8284>

Española, R. A. (2020, 05 29). Obtenido de [rae.es](http://rae.es): <https://dle.rae.es/empresa>

## **F.**

Ferreira, T. (2020, 05 30). Obtenido de rockcontent.com: <https://rockcontent.com/es/blog/que-es-diseno/>

## **G.**

Garcia, J. (2020, 06 06). Obtenido de DepartamentodeInternet:

<https://www.departamentodeinternet.com/que-es-flat-design-diseno-plano/>

Girald, V. (2020, 05 30). Obtenido de rockcontent.com:

<https://rockcontent.com/es/blog/marketing-de-contenidos/>

Giraldo, V. (2020, 05 30). Obtenido de rockcontent.com:

<https://rockcontent.com/es/blog/marketing-de-contenidos/>

Gráfica, V. (2020, 05 30). Obtenido de visualgráfica.wordpress.com:

<https://visualgrafica.files.wordpress.com/2012/03/modulo-composicion-2014.pdf>

## **H.**

Heartize. (2020, 05 29). Obtenido de heartize.com:

<https://heartize.com/grafico/es-un-estudio-de-diseno-grafico-lo-mismo-que-una-agencia-de-publicidad/#>

Hernández, W. (2020, 05 30). Obtenido de subcutáneocreative.com:

<https://www.subcutaneocreative.com/2013/03/concepto-la-comunicacion-publicitaria.html>

## **I.**

Ionos.es (2020, 06 60). Obtenido de ionos.es:

<https://www.ionos.es/digitalguide/paginas-web/disenio-web/tendencias-de-diseno-web/>

censopoblacional.gt (2020, 03 13) Obtenido de Censo Poblacional 2018:

<https://www.censopoblacion.gt/documentacion>

## **K.**

Koval, S. (2020, 06 06). Obtenido de santiagokoval.com:

<http://www.santiagokoval.com/2017/01/09/la-cibernetica-de-norbert-wiener/>

## **L.**

Limia, S. D. (2020, 05 30). Obtenido de durolimia.com:

<https://soniadurolimia.com/como-hacer-una-eficaz-comunicacion-digital-en-las-empresas/#Que-es-comunicacion-digital-Definicion>

## **M.**

Magenta. (2020, 06 06). Obtenido de magentaig.com:

<https://magentaig.com/que-es-una-agencia-de-branding/>

Max, C. (2018, 12 03). *16 tendencias en diseño web para 2019 + ejemplos*. From Max Camñas:

<https://www.maxcf.es/tendencias-diseno-web-2019/>

Mercado, J. A. (2020, 06 06). *Philosophica*. From Philosophica:

<http://www.philosophica.info/voces/peirce/Peirce.html#toc4>

Morales, A. (2020, 06 06). *Andres Morales*. From Andres Morales:

<https://andresmorales.es/blog/importancia-tipografia-diseno-grafico/>

Morales, A. (2020, 05 30). *www.todamateria.com*. From www.todamateria.com:

<https://www.todamateria.com/que-es-la-comunicacion/>

Murcia, U. d. (2020, 06 06). *Universidad de Murcia*. From Universidad de Murcia:

<https://www.um.es/docencia/pguardio/documentos/percepcion.pdf>

## **N.**

NeoAttack. (2020, 05 30). *NeoAttack*. From NeoAttack: <https://neoattack.com/neowiki/disenoweb/>

Nubiola, S. B. (2020, 06 06). *felsemiotica*. From felsemiotica: <https://www.felsemiotica.com/descargas/Barrena-Sara-y-Nubiola-Jaime-Charles-Sanders-Peirce-1.pdf>

## **P.**

Pinayu. (2020, 05 30). *Pinayu*. From Pinayu: <https://www.pinayu.com/blog/que-es-la-maquetacion-web>

Plata, U. N. (2020, 06 06). *Facultad de Periodismo y comunicación social*. From Facultad de Periodismo y comunicación social: [https://perio.unlp.edu.ar/tpm/textos/tpm-lenguaje\\_grafico.pdf](https://perio.unlp.edu.ar/tpm/textos/tpm-lenguaje_grafico.pdf)

## **R.**

RAE. (2020, 05 29). From [www.rae.es](http://www.rae.es): <https://dle.rae.es/empresa>

Raffino, M. E. (2020, 06 06). *conceptode*. From conceptode: <https://concepto.de/ciencias-de-la-comunicacion/>

Rodriguez, A. (2020, 01 2020). *GoDaddy*. From <https://es.godaddy.com/blog/10-tendencias-en-diseno-web-para-2020/>.

## **S.**

softwarelab.org. (n.d.). *¿Qué es un sitio web y una página web? SoftwareLab Blog*. From softwarelab.org: <https://softwarelab.org/es/sitio-web/>

Sulz, P. (2020, 05 29). *www.rockcontent.com*. From [www.rockcontent.com](http://www.rockcontent.com): <https://rockcontent.com/es/blog/branding/>

## T.

Thompson, I. (2020, 06 06). *Marketing Free*. From Marketing Free: <https://www.marketing-free.com/marketing/definicion-marketing.html>

## U.

unayta. (2020, 06 06). *unayta*. From unayta: <https://unayta.es/teoria-del-color/>

unayta. (n.d.). Teoría del color, Guía básica de color. *Teoría del color*.

Uriarte, J. M. (2020, 06 06). From <https://www.caracteristicas.co/sociologia/>

Uriarte, J. M. (2020, 06 06). From <https://www.caracteristicas.co/fotografia/>

Uriarte, J. M. (2020, 06 06). *caracteristicas*. From *caracteristicas*:

<https://www.caracteristicas.co/fotografia/>

Uriarte, J. M. (2020, 03 09). *Páginas Web*. From *Caracteristicas.co*:

<https://www.caracteristicas.co/pagina-web/>

## W.

westwing. (2020, 06 06). *westwing*. From westwing: <https://www.westwing.es/estilo-minimalista/>

wikiuniversidad. (2020, 06 06). *wikiuniversidad*. From wikiuniversidad:

[https://es.wikiversity.org/wiki/Ciencias\\_de\\_la\\_comunicaci%C3%B3n](https://es.wikiversity.org/wiki/Ciencias_de_la_comunicaci%C3%B3n)

Wix, E. (2019, 12 16). *Wix*. From <https://es.wix.com/blog/2019/12/tendencias-diseno-web-2020/>



# Capítulo XIV

# Anexos



## Capítulo XIV: Anexos

### Anexo A: Brief del cliente



# BRIEF

#### DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA)

Nombre del cliente (empresa): Martes Creativo Studio  
Dirección: Diagonal 6, 12-42 zona 10, Edificio Design Center, Torre 2 oficina 706  
Email: hola@martescreativo.com Tel: 22163200

Antecedentes: Somos un estudio dirigido a pequeñas y medianas empresas que quieren definir  
definir su imagen corporativa y comunicarlo al mercado. En Martes Creativo Studio resolvemos sus necesidades de una manera innovadora,  
fresca y sobre todo creativa. Creemos que nuestra mayor fortaleza es la pasión que nos invade a la hora de crear.  
Martes Creativo Studio nace por el único día en que su fundadora tenía para explorar al máximo su creatividad con su equipo de diseñadores,  
quienes se encargaban de aportar ideas frescas de acuerdo a los requerimientos de los clientes.

Oportunidad identificada: Llegar a ser reconocidos en el mercado publicitario al brindar soluciones innovadoras y creativas.

Misión: Diseñamos tus ideas, Creamos y gestionamos marcas utilizando el diseño, desarrollando contenido con valor e innovando  
en la comunicación

Visión: Mostrar el poder del diseño. Mostrar el lado humano de las marcas a través del diseño con el fin de poder conectar con el  
consumidor de manera directa y creativa.

Delimitación geográfica: Oficinas de zona 10. Ciudad de Guatemala, Guatemala

Grupo objetivo: Hombres y mujeres de 30-40 años con un nivel socioeconómico A y B

Principal beneficio al grupo objetivo: Eficiencia, calidad de servicios, disponibilidad de horarios y precios accesibles

Competencia: Designery, Eikon, Imprimés, Art.igo, Popcorn, Agency y Reforma Branding

Posicionamiento: Por sus servicios de calidad ha permitido que se posicione gracias a sus recomendaciones de sus clientes

Factores de diferenciación: Se cuenta con un equipo con criterio que lleva el diseño a un nivel único, simple y elegante de  
de la mano de las últimas tendencias con herramientas de mercadeo.

Materiales a realizar: Diseño de interfaz de sitio web

FODA: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas. (la misma cantidadde ítems para cada una)

#### LOGOTIPOS



Sharon Cohen Arenas  
Directora Creativa



Fecha: 24 de marzo 2020

## Anexo B: Tabla de requisitos

<b>Elemento gráfico</b>	<b>Propósito</b>	<b>Técnica</b>	<b>Emoción</b>
<b>Diagramación</b>	Organizar en la interfaz el contenido escrito y gráfico.	Adobe XD: Distribución para cada categoría, elementos y gráficas en general.	Orden
<b>Retículas</b>	Establecer márgenes para delimitar áreas de respiro y contenido principal.	Adobe XD: espacios adecuados para cada página con guías base que proporciona el software.	Unidad
<b>Logotipo</b>	Facilitar la identificación de Martes Creativo para los clientes.	Illustrator: Digitalizar el logotipo.	Identificación
<b>Color</b>	Generar sensación de contraste en cada uno de los elementos dentro del diseño.	Adobe Colors: Utilización de la paleta de colores de Martes Creativo	Armonía
<b>Tipografías</b>	Establecer jerarquías dentro del interfaz y hacer diferencia entre títulos, cuadros de textos, etc.	Adobe Ilustrador: No más de 3 tipografías. Bold para títulos, Regular para cuerpo de texto.	Jerarquización
<b>Imágenes</b>	Simplificar la comprensión de los productos y servicios publicitarios que ofrece Martes Creativo.	Photoshop: Edición correcta de colores y encuadres de imágenes.	Confianza Deseo
<b>Botones</b>	Facilitar la interacción e identificación del contenido para el usuario en su uso del interfaz.	Illustrator: se generan los botones adecuados para cada ocasión, con una misma línea de diseño.	Unión

## Anexo B: Tabla de Niveles Socioeconómicos Multivex

Tabla Niveles Socio Económicos					
Actualización 2015					
CARACTERÍSTICAS	NIVEL A	NIVEL B	NIVEL C1	NIVEL C2	NIVEL C3
Ingresos	+ de Q100,000.00	Q61,200.00	Q25,600.00	Q17,500.00	Q11,900.00
Educación padres	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura,	Superior, Licenciatura,	Licenciatura
Educación hijos	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U del extranjero	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U local, post grado extranjero	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas y post grado extranjero con beca	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas o estatal	Hijos menores escuelas, mayores en U estatal
Desempeño	Propietario, Director Profesional exitoso	Empresario, Ejecutivos de alto nivel, Profesional, Comerciantes	Ejecutivo medio, comerciante, vendedor	Ejecutivo, comerciante, vendedor, dependiente	Comerciante, vendedor, dependiente
Vivienda	Casa/departamento de lujo, en propiedad, 5-6 recámaras, 4 a 6 baños, 3-4 salas, pantry, alacena, estudios area de servicio separada, garage para 5-6 vehículos	Casa/departamento de lujo, en propiedad, financiado, 3-4 recámaras, 2-3 baños, 2 salas, pantry, alacena, 1 estudio area de servicio separada, garage para 2-4 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio area de servicio, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala,
Otras propiedades	Finca, casas de descanso en lagos, mar, Antigua, con comodidades	Sitios/terrenos condominios cerca de costas	Sitios/terrenos interior por herencias		
Personal de servicio	Personal de planta, en el hogar, limpieza, cocina, jardín, seguridad y chofer	1-2 personas de tiempo completo, chofer	Por día	Por día, eventual	Eventual
Servicios financieros	3-4 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC Intl, Seguros y ctas en US\$	2-3 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC Intl, Seguros y ctas en US\$	1-2 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, 1-2 TC Intl, Seguro colectivo salud	1 cta Q monetarios y ahorro, 1 TC local	1 cta Q ahorro, TC local
Posesiones	Autos del año, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, Lancha, moto acuatica, moto, helicoptero-avion-avioneta	Autos de 2-3 años, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, moto	Autos compactos de 3-5 años, asegurados por Financiera	Auto compacto de 4-5 años, sin seguro	Auto compacto de 8-10 años, sin seguro
Bienes de comodidad	3 tel mínimo, cel cada miembro de la familia, Tv satelital, Internet de alta velocidad, 2 o + equipos de audio, 3-5 TV, maquinas de lavar y secar platos, ropa, computadoras/miembro, seguridad domiciliar, todos los electrodomesticos. Todos los servicios de Internet.	2 tel mínimo, cel cada miembro de la familia, TV satelital, internet de alta velocidad, 2 equipos de audio, 3 TV, maquinas de lavar y secar platos ropa, computadora, internet porton eléctrico y todos los electrodomesticos. Todos los servicios de Internet.	1 teléfono, 1-2 celulares, cable, internet, equipo de audio, más de 2 TV, maquina de lavar ropa, computadora/miembro/electrodomesticos básicos.	1 teléfono fijo, mínimo, 1-2 cel, cable, radio, 2 TV, electrodomésticos básicos	1 teléfono fijo, celular cada miembro mayor, cable, equipo de audio, TV, electrodomésticos básicos
Diversión	Clubes privados, vacaciones en el exterior.	Clubes privados, vacaciones en el interior o exterior	Cine, CC, parques temáticos locales,	Cine, CC, parques temáticos locales,	Cine eventual, CC, parques, estadio

## Anexo C: Instrumento de Validación

Universidad Galileo  
Facultad de Ciencias de la Comunicación  
Licenciatura en Comunicación y Diseño  
Proyecto de Tesis



### Encuesta de Validación de Proyecto

Diseño de interfaz de sitio web para dar a conocer a clientes reales y potenciales los productos y servicios publicitarios de Martes Creativo.

**Datos generales**  
Descripción (opcional)

**Nombre \***  
Texto de respuesta corta

**Profesión \***  
Texto de respuesta corta

**Edad \***  
Texto de respuesta corta

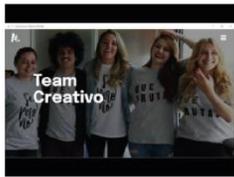
**Género \***  
 Mujer  
 Hombre

**Perfil**  
 Experto  
 Cliente  
 Grupo objetivo

**Antecedentes**  
Martes Creativo Studio S.A cuenta con 4 años de experiencia dentro del mercado publicitario. La organización se especializa en branding, generación de contenido en redes sociales, marketing y estudio de fotografía. Además, la misma cuenta con un negocio en línea de ropa y accesorios personalizados.  
Al analizar la situación con Martes Creativo Studio S.A se identificó que carece de una plataforma virtual para comunicar la esencia de su marca, así como los servicios y productos, lo que interrumpe en sus estrategias de marketing para la atracción de nuevos clientes y en sus ventas.

**Instrucciones**  
En base a la información presentada, observe las pizcos gráficas presentadas en el video, y según su criterio, seleccione la opción más adecuada para cada pregunta.

**Sitio Web Martes Creativo studio**  
<https://youtu.be/gB33mJ6Htc>



#### Parte Objetiva

Descripción (opcional)

1. ¿Considera necesario diseñar la interfaz de un sitio web para Martes Creativo Studio para dar a conocer a clientes reales y potenciales los productos y servicios publicitarios? \*

- Sí  
 No

2. ¿Considera necesario recopilar toda la información relacionada con la organización, así como sus productos y servicios que ofrece para integrarlos al sitio web y aplicar correctamente la personalidad de la marca? \*

- Sí  
 No

3. ¿A su criterio considera necesario investigar términos, conceptos, ciencias, teorías y tendencias en el diseño y la comunicación de sitios web respaldados por fuentes bibliográficas para desarrollar correctamente el proyecto? \*

- Sí  
 No

4. ¿Cree que es necesario diagramar los elementos gráficos del sitio web y establecer un orden jerárquico para facilitar a los usuarios el acceso a la información? \*

- Sí  
 No

5. ¿Considera necesario compilar fotografías de los productos y servicios publicitarios que Martes Creativo Studio S.A utiliza para implementarlos dentro del sitio web y así dar a conocer cada uno de ellos a los usuarios que ingresen a este? \*

- Sí  
 No

# Instrumento de Validación

## Parte Semiológica

Descripción (opcional)

6. ¿Considera apropiado el diseño del sitio web de Martes Creativo Studio? \*

- Muy Apropiado
- Apropiado
- Poco Apropiado
- Nada Apropiado

7. La paleta de colores utilizados en la aplicación es: \*

- Muy Agradable
- Agradable
- Poco Agradable
- Nada Agradable

8. ¿Cree que las fotografías utilizadas dentro del proyecto connotan la personalidad de la marca así como los productos y servicios publicitarios que ofrece la empresa? \*

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indiferente
- En desacuerdo

9. A su criterio, ¿Considera que los botones utilizados dentro del proyecto indican satisfactoriamente la función que realizan? \*

- Muy satisfactorio
- Satisfactorio
- Poco Satisfactorio
- Nada Satisfactorio

10. La organización de los elementos y categorías dentro del sitio web es: \*

- Muy ordenada
- Ordenada
- Poco ordenada
- Nada ordenada

11. El estilo de la familia tipográfica utilizada en el sitio web es: \*

- Muy adecuada
- Adecuada
- Poco adecuada
- Nada adecuada

## Parte Operativa

Descripción (opcional)

12. ¿Considera funcional la orientación vertical del sitio web de Martes Creativo Studio? \*

- Muy funcional
- Funcional
- Poco funcional
- Nada funcional

13. ¿Considera que la cantidad de información brindada dentro del sitio web de Martes Creativo Studio es puntual y suficiente? \*

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Poco de acuerdo
- Nada de acuerdo

14. A su criterio, ¿Considera que la identidad y esencia de la organización se proyecta adecuadamente dentro del proyecto? \*

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Poco de acuerdo
- Nada de acuerdo

15. ¿Considera funcional la navegación a través de la interfaz del sitio web de la empresa? \*

- Muy funcional
- Funcional
- Poco funcional
- Nada funcional

## Observaciones

Descripción (opcional)

Comentarios o sugerencias de mejora para el interfaz de sitio web \*

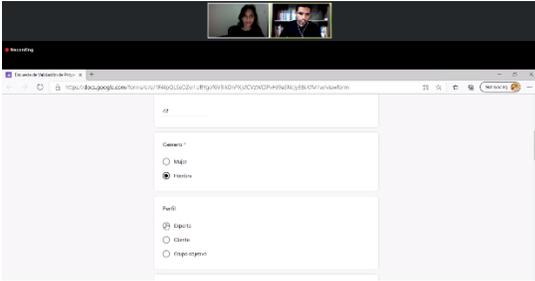
Texto de respuesta larga

Muchas gracias por el tiempo y atención prestada para responder las preguntas anteriores, su opinión será de gran valor para la realización de este proyecto

Descripción (opcional)

## Anexo D: Documentación fotográfica de validación

### Expertos:



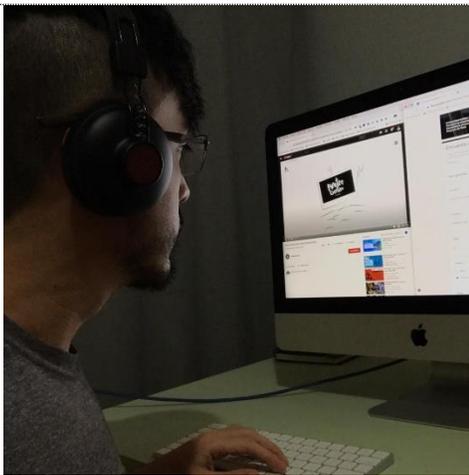
**M.Sc. Antonio Gutiérrez**  
Docente Universitario de Mercadeo



**M.Sc. Wendy Franco**  
Licenciada en Diseño Gráfico



**M.Sc. Guillermo García**  
Publicista Profesional



**Lic. Carlos Jiménez**  
Licenciado en Comunicación y  
Diseño



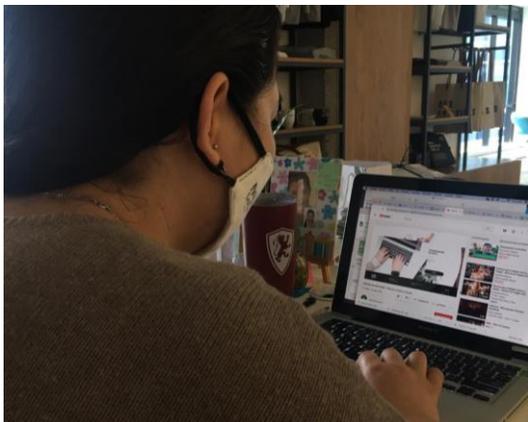
**M.Sc. Carlos Franco**  
Comunicador Profesional

**Ciente:**



**Lcda. Sharon Cohen**  
Directora de Arte en Publicidad y  
Comunicación Creativa

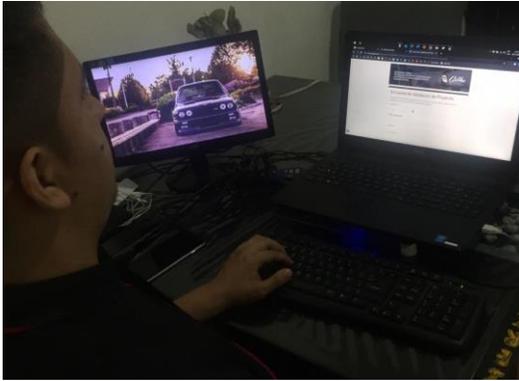
**Grupo Objetivo:**



**Lcda. Wendy Reyes**  
Licenciada en Administración de  
Empresas

**Lcda. Diana de León**

Licenciada en Ciencias de la  
Comunicación



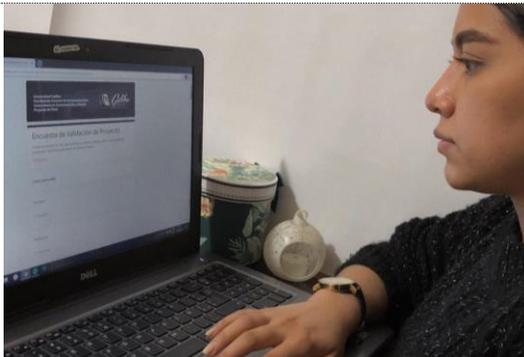
**M.Sc. Raynerd Estuardo López  
Torres**

Licenciado en Administración de  
Empresas



**Lic. Eduardo Pretzazin**

Licenciado en Diseño Gráfico



**Lcda. Ana Sofía Rojas**

Licenciada en Administración de  
Empresas

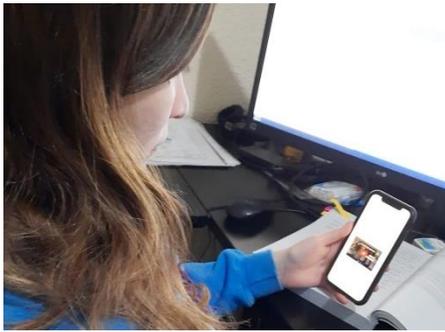


**M.Sc. Greetel Morales Pérez**

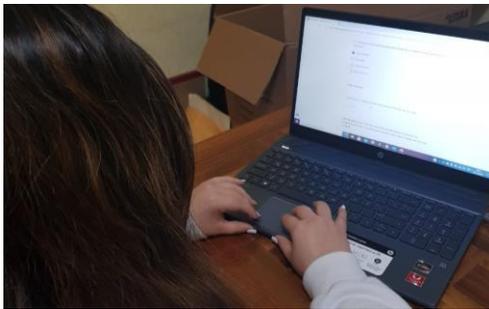
Licenciada en Ciencias de la  
Comunicación



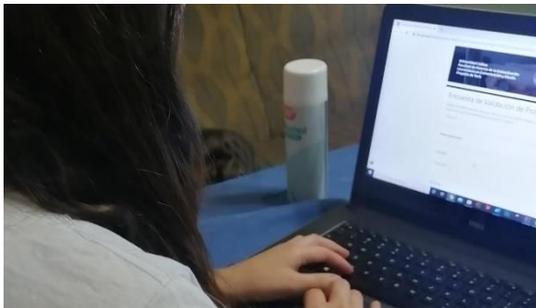
**Lcda. Jennifer Anleu**  
Publicista Profesional



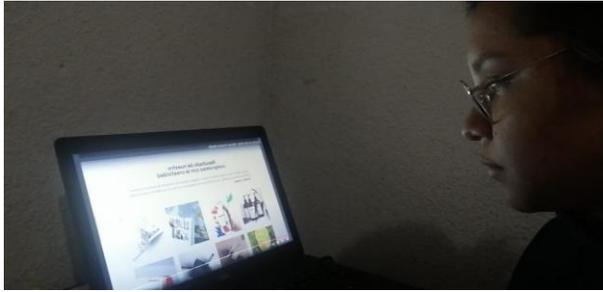
**M.Sc. Melanie Barrera**  
Ingeniera en Sistemas



**Lcda. Mariela Pineda**  
Mercadóloga Profesional



**Lcda. Ana Lucía Aguilar**  
Publicista Profesional



**Lcda. Alejandra Flores**  
Mercadóloga Profesional

## Anexo E: Cotizaciones

### 1. Cotización desarrollo de proyecto – ER Solutions



Guatemala 30 de noviembre 2020

A Quien interese.

Me permito someter a su consideración nuestra propuesta de Desarrollo Web de acuerdo a las necesidades requeridas.

Servicio	Descripción	Costo
Definición y concepto	Reunión para definir contenido para el sitio web	Q.500
Arrendamiento de hosting	Adquisición del espacio para el sitio web y su dominio	Q.1,000
Desarrollo de sitio web	Desarrollo con mockup con Derecho a 3 plugins para la interactividad entre categorías o contenido	Q.3,000
Soporte técnico	Solución a cualquier problema en un periodo de 1 año	Q.4,500
<b>Total</b>		<b>Q.9,000</b>

Erick Ruiz  
WebMaster

## 2. Cotización desarrollo de proyecto – Lumation Services



**Lumation Services LLC**  
2a avenida 10-37 Zona 10  
Guatemala Guatemala  
502 01010  
VAT Number: 9191116-8

**To**  
**Roberto Montes**  
2av. 10-37 zona 10  
Guatemala  
GT  
47887913  
roberto.montes@lumation.co

# Cotización #000889

Diseño Landing page

Date: 30/11/2020  
Open Till: 07/12/2020

#	Item	Qty	Rate	Amount
1	<b>Diseño Landing page</b> Diseño de Landing page:  - Diseño responsive - Página para anuncio de contagios por cada mall.  * Los logos el cliente deberá enviarlos en editable * 2 rondas de cambios * Si se utilizan fotografías se enviarán previo a utilizar para aprobación	4	560.00	2,240.00
			<b>Sub Total</b>	\$2,240.00
			<b>Total</b>	\$2,240.00

**With words: Two Thousand Two Hundred And Forty Dollars**

### 3. Cotización desarrollo de proyecto – Eagle Eye



Cristopher Saquilmer – 30005329  
cristofhersaquilmer@gmail.com

Guatemala,  
29 de noviembre de 2020

A quien interese.

Me permito someter a su consideración nuestra propuesta de Análisis y Desarrollo Web, de acuerdo con su solicitud.

Servicio	Disponibilidad	Descripción	Costo (USD)	
Definición de concepto	Incluido	Reunión con el interesado para definir las ideas primordiales del sitio web.	0	.00
Definición y configuración de ideas.	Incluido	De acuerdo con los datos obtenidos, se procede a realizar el sitio web, 5 módulos.	400	.00
Arrendamiento de hosting	Incluido	Adquisición del espacio para el sitio web.	20	.00
Publicación de contenido y capacitación.	Incluido	Sitio web disponible al público y descripción de su funcionamiento a quien interese.	100	.00
Soporte técnico	Incluido	Solución a cualquier duda o problema durante 5 meses	0	.00
Diseño de imágenes	Opcional	Diseño de iconos e imágenes a utilizarse en el sitio web.	150	.00
<b>Total</b>			<b>\$670</b>	<b>.00</b>

Nota:

Pago mensual directamente con el proveedor de hosting \$ 5.00. Soporte técnico después de los cinco meses \$ 0 – \$ 100, dependiendo solución.  
Tipo de cambio: Q.8.00.

Atentamente,

X   
\_\_\_\_\_  
Firmado por: Cristopher

## **Anexo F: Investigación de tendencias**

**Interfaz de Sitio Web.** Un sitio web es el conjunto de páginas a algún tema en específico estructuradas de forma jerárquica alojadas en internet, el mismo está identificado con un nombre de dominio. Por consiguiente, todos los grupos de sitios web existentes tienen lugar en la red más amplia que se le conoce hoy en día como World Wide Web, que permite acceder desde navegadores como Google Chrome, Internet Explorer, Safari y Mozilla Firefox a todos esos sitios escritos en código HTML.

De modo, que la organización jerárquica antes mencionada de un sitio web, contempla información principal que coincide a su vez con la URL raíz del sitio web. Es decir, se le puede identificar como la base que permite dirigir a los hipervínculos del resto de páginas que lo conforman. Por ende, existen variedad de sitios web por la clase de información que manejan y proporcionan a los usuarios. Entre los más comunes están:

- 1. Blogs personales:** Este se caracteriza por tener artículos sobre gustos, preferencias o temas que domina una persona.
- 2. Corporativos:** Mayormente usados por las compañías para dar a conocer al público en general sus productos y servicios.
- 3. Subastas:** Sitios como eBay es el ejemplo claro, ya que se dedica a la subasta de artículos en la red.
- 4. Noticias:** Dedicados completamente a difusión de información de la actualidad, en esta categoría se encuentran aquellos diarios digitales.
- 5. Comercio electrónico:** Se basa en la venta de productos a través de la red.
- 6. Una página —Onepage o Landing page en inglés—:** En estos sitios toda la información se centra en una sola página ya que ésta suele estar resumida sin dejar

ser efectiva y muy bien segmentada. Mientras el usuario accede al contenido a medida que se va desplazando hacia abajo con el mouse o el teclado.

### **¿Cuál es la diferencia entre página web y sitio web?**

Estas se diferencian dado a que el sitio está conformado por diversas páginas mientras la otra se caracteriza por tener toda la información en una sola.

### **Sus características**

#### **Desarrollo Web:**

La realización de una interfaz web se desarrolla mediante lenguajes como HTML, PHP, ASP, JSP. Por lo que estos lenguajes son analizados por los navegadores y permiten:

- Incluir todo tipo de información, imágenes, sonidos, videos, animaciones, entre otros.
- Brindar interactividad con aplicaciones vinculadas a los sitios.
- Crear enlaces con otras páginas y sitios web.

#### **Diseño Web:**

Este es un factor clave de modo que el diseño debe ser atractivo. Sin embargo, se debe pensar en la facilidad de navegación, de modo que una página web actualmente es la tarjeta de presentación para las organizaciones, empresas y figuras públicas.

#### **Optimización Web:**

Optimizar significa aumentar la compatibilidad de los sitios con los motores de búsqueda. Esto se logra con la implementación de palabras clave como conceptos que establecen de una forma clara las funciones de la interfaz web.

## **Alojamiento:**

Se le conoce como el almacenamiento – hosting en inglés – de la información y archivos con diferentes extensiones. Asimismo, existen diferentes tipos de alojamiento:

- **Gratuito:** Son ideales para aquellas pequeñas empresas que no tienen datos generales y que no requieren mucha privacidad. Sin embargo, las herramientas que ofrecen son muy limitadas.
- **Revendedor:** Brindan amplios espacios y dominios. Están diseñados para proveedores de hospedaje.
- **Servidores virtuales (VPS):** Se posee un máximo control de una computadora a través de máquinas virtuales.
- **Servidores dedicados:** Generalmente son equipos comprados para el uso exclusivo de un único usuario.
- **No administrado:** En este hospedaje la empresa que lo ofrece no se hace cargo por fallas en el sistema.
- **Almacenamiento —Hosting en inglés—:** El proveedor alquila los espacios, donde además ofrece conexión a internet y administración en su totalidad.

## **Pasos importantes para crear una página web efectiva**

### **1. Establece a que se dedicará el proyecto:**

Una página web puede tener diferentes funcionalidades. Por lo que será necesario planificar los estilos de diseño, el contenido, palabras clave, formularios, entre otros. Hay que recordar que existen diferentes tipos, entre los más importantes están:

- Persona/ Portafolios
- Corporativo/ Empresas

- E-Commerce
- Servicios
- Una página

## **2. Define el dominio y compra el Almacenamiento:**

Antes de iniciar con el diseño, es recomendable que se registren estos dos elementos para asegurar los datos de la interfaz web a desarrollar. Lo que facilitará la eficacia de esta. Es importante asignar un nombre fácil de recordar para que la dirección IP lo encuentra rápidamente, entre las extensiones más conocidas y seguras están: .com, .net, .es, .org, .eu, .biz, .us, .info y fr.

## **3. Bosqueja la estructura:**

Al bosquejar la estructura y distribución, permitirá visualizar los elementos del sitio web, que a la vez ayudará a la toma de decisiones para ejecutar el prototipo.

## **4. Establece el diseño:**

Es importante, definir los colores, fuentes, imágenes y otros.

## **5. Crea el contenido:**

Realiza una búsqueda de palabras claves más popular para definir las tuyas.

## **6. Incluir blog:**

Esto permite aumentar las vistas y crear contenido de valor, lo que es ideal para implementar estrategias de mercadeo.

## Tendencias del diseño de Páginas Web

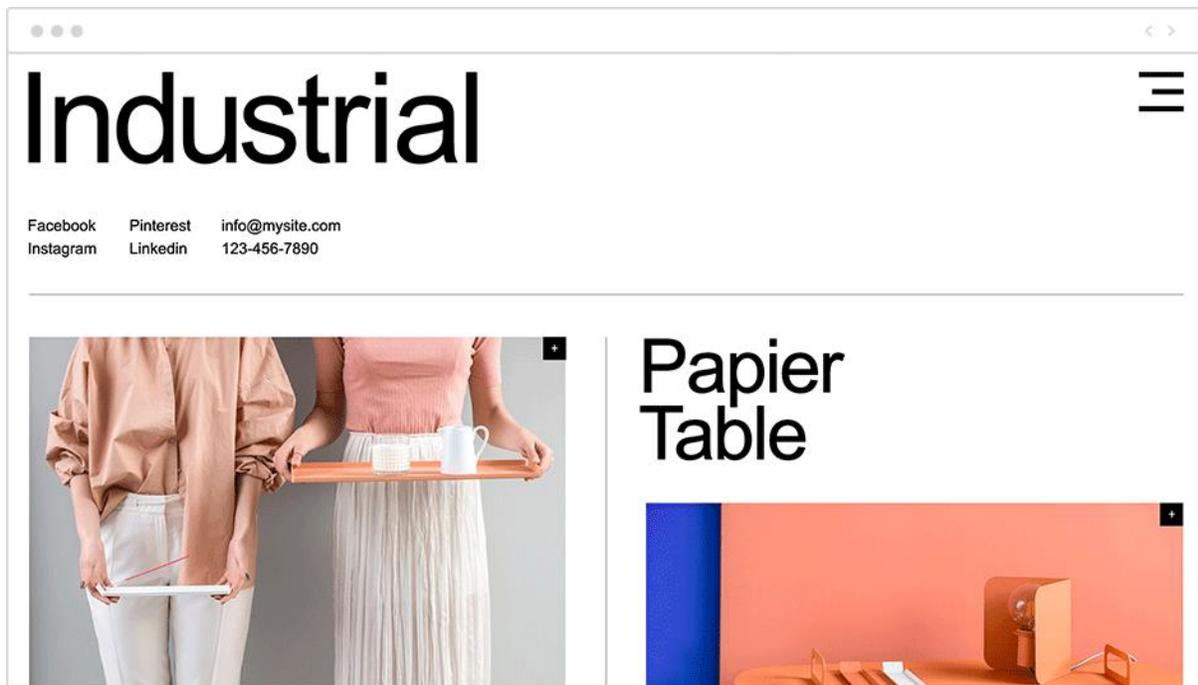
El diseño de interfaz web se mantiene en constante evolución, de modo que los cambios se deben tanto en gustos estéticos como en avances tecnológicos.

Por ello, la tecnología es el principal motor para el desarrollo de interfaces en los últimos años; ya que, la implementación de inteligencia artificial y composiciones visuales permiten una navegación amigable dentro de las plataformas para los usuarios, y que estos obtengan una experiencia eficaz y accesible de acuerdo con sus necesidades.

Entonces, ante ese auge al desarrollo y diseño de interfaz web, se presentan las siguientes tendencias y herramientas que marcan un 2020 lleno de estética visual.

### Elementos de gran tamaño:

Los elementos con mayor peso están en auge, ya que tiene un mayor impacto en los usuarios para llamar su atención.



Elementos de gran tamaño [fotografía]. (2020). Recuperado de <https://bit.ly/36PflDB>

## Las pantallas divididas:

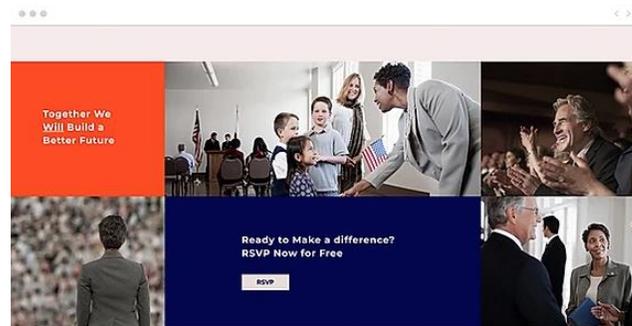
Está en tendencia los efectos asimétricos; el cual requiere un balance con elementos muy puntuales como lo son los textos, debido a que estos logran un buen punto de equilibrio.



Pantallas divididas [fotografía]. (2020). Recuperado de <https://bit.ly/36PFLDB>

## Bloques de color:

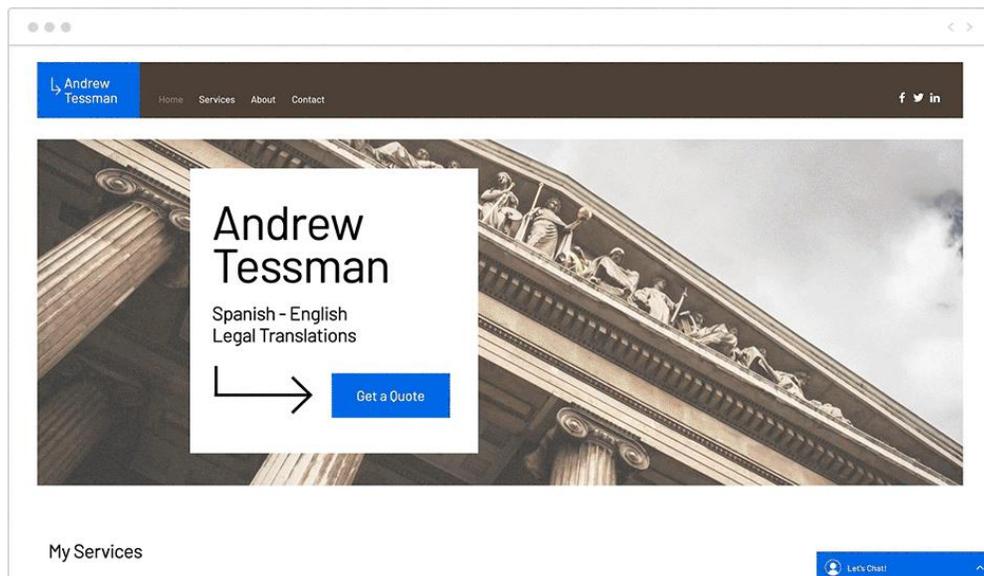
Estos pueden llegar a transmitir un mensaje claro y ordenado, cabe destacar que el contenido de estos puede crear una secuencia de la lectura para los usuarios.



Bloques de color [fotografía]. (2020). Recuperado de <https://bit.ly/36PFLDB>

## Los espacios en blanco:

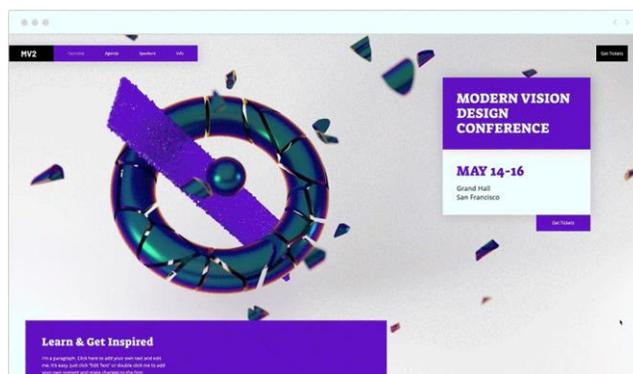
Continúa en las preferencias de diseño, puesto que establece espacios de respiro con los elementos y secciones que componen la interfaz. Adicional a esto, cabe destacar que el blanco también es utilizado como el color principal dentro de los sitios web.



Espacios en blanco [fotografía]. (2020). Recuperado de <https://bit.ly/36PFLDB>

## Imágenes en 3D

La presencia del 3D llenan de personalidad a las marcas, debido a que adoptan una imagen más futurista. El movimiento y dinamismo cada vez más se encarga en captar la atención de los internautas; éstos son utilizados de forma estratégica cuando se desea reforzar un mensaje.

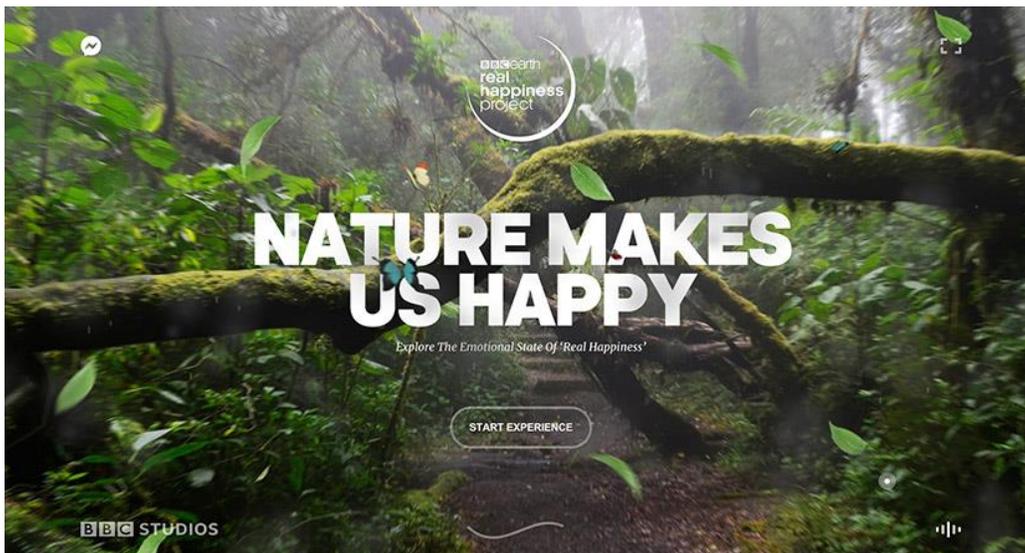


Espacios en 3D [fotografía]. (2020). Recuperado de <https://bit.ly/36PFLDB>

## Experiencia multimedia

Las imágenes a pantalla completa siempre cautivan, debido a que también consiguen seleccionar categorías de intereses comerciales tanto de los usuarios como de la marca.

Además, los videos dentro de las interfaces proyectan la esencia de las empresas mediante el contar historias—storytelling en inglés —; el cual crea la posibilidad de que el usuario pueda formar parte de la historia a través de la interacción.



Experiencias multimedia [fotografía]. (2020). Recuperado de <https://bit.ly/36PflDB>

## Tendencias Tipográficas

### Las tipografías de gran tamaño:

Esta tendencia es una de las más destacadas, sobre todo porque los títulos suelen ir con un tamaño mucho mayor al habitual.



Tipografías de gran tamaño [fotografía]. (2020). Recuperado de <https://bit.ly/2L3tpuj>

### El uso de tipografías sans serif:

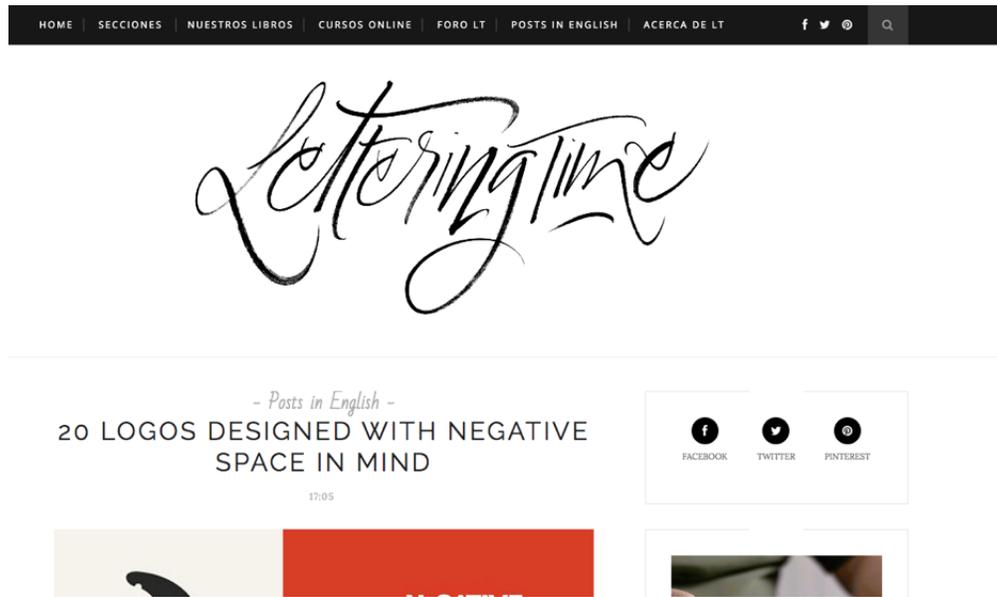
Proyectan una imagen limpia y clara con los mensajes que se desean transmitir.



Tipografías sans serif [fotografía]. (2020). Recuperado de <https://bit.ly/2L3tpuj>

## Fuentes dibujadas a mano —handmade en inglés —:

Las fuentes de pincel con líneas en negrita y bordes en el estilo grunge son especialmente demandadas, ya que se pueden superponer fácilmente con las texturas del papel de aluminio y acuarela, y son insustituibles en los diseños "femeninos" que son extremadamente populares.



Tipografías dibujadas a mano [fotografía]. (2020). Recuperado de <https://bit.ly/2L3tpuj>

## Combinaciones de fuentes:

El combinar dos o más tipos de letras completamente diferentes crean un balance de tipografías.

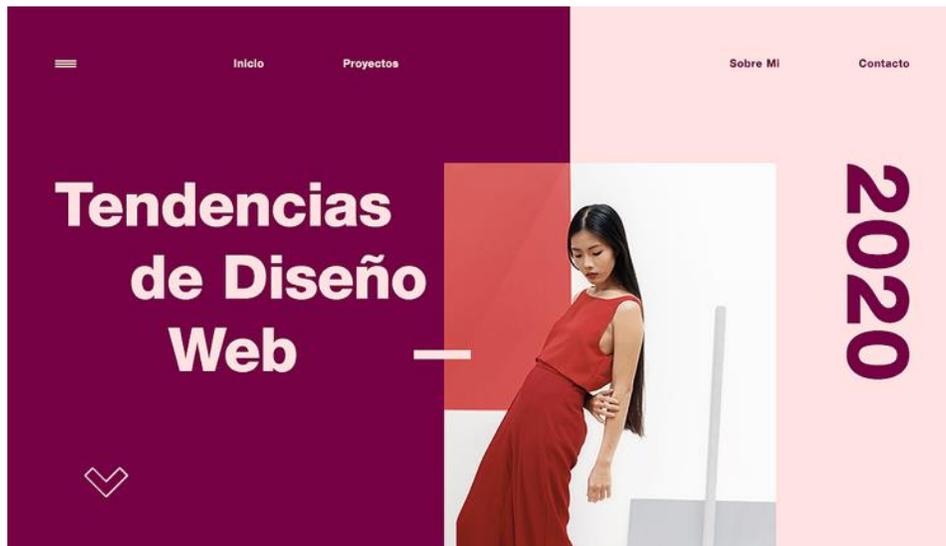


Combinación de fuentes [fotografía]. (2020). Recuperado de <https://bit.ly/2L3tpuj>

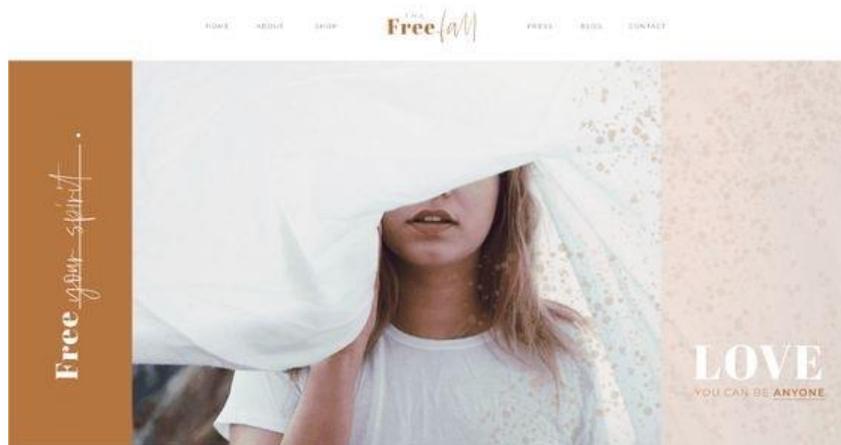
## Tendencia de Color

El color es un elemento tan vital, de manera que es un factor muy expresivo y característico por comunicar y principalmente transmitir pensamientos, sensaciones y sentimientos.

Por ello, las paletas con tonos intensos y brillantes se mantienen a causa de que refuerzan los mensajes, valores y personalidad de las marcas. Sin embargo, los colores planos o sólidos se mantienen para el 2020.



Tendencias de color [fotografía]. (2020). Recuperado de <https://bit.ly/2L3tpuj>



Tendencias de color [fotografía]. (2020). Recuperado de <https://bit.ly/36PFLDB>

## Otras tendencias web obligatorias

### 1. Diseño responsivo

Esta tendencia apunta a la fácil adaptación de dimensiones en los diferentes dispositivos existentes alrededor del mundo, por ello es una tendencia que se mantiene debido al fácil acceso en los buscadores y desarrollo de estrategias de marketing.

### 2. Web segura

Dentro de los estándares de seguridad HTTPS es un requisito indispensable contar con una interfaz segura para la protección de los datos. Por ende, muchas empresas optan por las

### 3. Sistema WPO

Una interfaz web rápida, eficaz y con facilidad de navegación ha posicionado este sistema, inclusive esta tendencia potencia a las marcas en los motores de búsqueda para los servicios y productos que ofrecen en línea.

### 4. Interfaces con capacidad de voz:

Aquellos dispositivos que alojan asistentes inteligentes como Google Now, Siri y Cortana, son utilizados con frecuencia por los usuarios que optan por usar la voz del asistente sobre el texto. Debido a la facilidad de hablar desde un dispositivo, en lugar de ingresar sus consultas o solicitudes de forma manual.

### 5. Inteligencia artificial:

La inteligencia artificial avanzado permitirá a los desarrolladores web y diseñadores de UX / UI a recopilar los detalles de los lectores según el historial y la ubicación de su navegador.