

Galileo
UNIVERSIDAD

La Revolución en la Educación

Diseño de un sitio web para dar a conocer a clientes reales y potenciales los servicios de relaciones públicas que ofrece la empresa -UP Relaciones Públicas-.

Erick Giovanni Batres Silva

Carné: 21003439

Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad Galileo

Para optar al título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción, 29 de mayo de 2025

Proyecto de graduación

Diseño de un sitio web para dar a conocer a clientes reales y potenciales los servicios de relaciones públicas que ofrece la empresa -UP Relaciones Públicas-.

Erick Giovanni Batres Silva

Universidad Galileo

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Autoridades

Dr. Eduardo Suger Cofiño

Rector

Dra. Mayra de Ramírez

Vicerrectora General

Lic. Jean Paul Suger Castillo

Vicerrector Administrativo

Dr. Jorge Retolaza

Secretario General

Lic. Leizer Kachler

Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Lic. Rualdo Anzueto, M.Cs.

Vicedecano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Guatemala 15 de abril de 2024

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 UN SITIO WEB PARA DAR A CONOCER A CLIENTES REALES Y POTENCIALES LOS SERVICIOS DE RELACIONES PÚBLICAS QUE OFRECE LA EMPRESA -UP RELACIONES PÚBLICAS-**. Así mismo solicito que el Mgtr. Arnulfo Guzmán Morán sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



Erick Giovanni Batres Silva
21003439



Mgtr. Arnulfo Guzmán Morán
Asesor
Colegiado 7499



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 13 de mayo de 2024

Señor:
Erick Giovanni Batres Silva
Presente

Estimado Señor Batres:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE UN SITIO WEB PARA DAR A CONOCER A CLIENTES REALES Y POTENCIALES LOS SERVICIOS DE RELACIONES PÚBLICAS QUE OFRECE LA EMPRESA -UP RELACIONES PÚBLICAS-**. Así mismo, se aprueba al Mgtr. Arnulfo Guzmán Morán, como asesor 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 en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 06 de enero de 2025

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 UN SITIO WEB PARA DAR A CONOCER A CLIENTES REALES Y POTENCIALES LOS SERVICIOS DE RELACIONES PÚBLICAS QUE OFRECE LA EMPRESA -UP RELACIONES PÚBLICAS-**. Presentado por el estudiante: Erick Giovanni Batres Silva, con número de carné: 21003439, 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,



Mgtr. Arnulfo Guzmán Morán
Asesor
Colegiado 7499



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 28 de febrero de 2025

Señor
Erick Giovanni Batres Silva
Presente

Estimado Señor Batres:

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

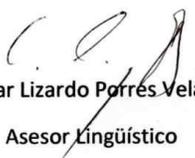
Ciudad de Guatemala, 13 de mayo de 2025.

Licenciado
Leizer Kachler
Decano FACOM
Universidad Galileo
Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: **DISEÑO DE UN SITIO WEB PARA DAR A CONOCER A CLIENTES REALES Y POTENCIALES LOS SERVICIOS DE RELACIONES PÚBLICAS QUE OFRECE LA EMPRESA -UP RELACIONES PÚBLICAS-**, del estudiante Erick Giovanni Batres Silva, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente.



Lic. Edgar Lizardo Porrés Velásquez

Asesor Lingüístico

Universidad Galileo



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 29 de mayo de 2025

Señor:
Erick Giovanni Batres Silva
Presente

Estimado Señor Batres:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE UN SITIO WEB PARA DAR A CONOCER A CLIENTES REALES Y POTENCIALES LOS SERVICIOS DE RELACIONES PÚBLICAS QUE OFRECE LA EMPRESA -UP RELACIONES PÚBLICAS-**. Presentado por el estudiante: Erick Giovanni Batres Silva, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciado en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación

Dedicatoria

Dedico este proyecto a mi mi hermana y a mi mamá, cuyo apoyo incondicional y amor me han impulsado y permitido alcanzar este logro.

A los licenciados, quienes con su guía y enseñanza han facilitado mi formación profesional.

A Dios, por darme la oportunidad de estudiar y de abrir nuevas puertas para mi día con día.

Resumen

A través del acercamiento con la empresa -UP Relaciones Públicas- se identificó que esta carece de un sitio web para dar a conocer a clientes reales y potenciales sus servicios de relaciones públicas.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo: Diseñar un sitio web para dar a conocer a clientes reales y potenciales los servicios de relaciones públicas que ofrece la empresa -UP Relaciones Públicas-.

Se realizó una herramienta de validación para conocer la percepción del cliente, grupo objetivo conformado por hombres y mujeres, comprendidos en un rango de edad entre 28 a 38 años, con un perfil socioeconómico de nivel B y C1 y que, mayormente, ocupan roles en la toma de decisiones, generalmente relacionadas al marketing, en medianas y grandes empresas y expertos en las áreas de comunicación y diseño.

El resultado obtenido fue el diseño de un sitio web para dar a conocer a clientes reales y potenciales los servicios de relaciones públicas que ofrece la empresa -UP Relaciones Públicas. Se recomendó a la empresa -UP Relaciones Públicas- utilizar el sitio web como una herramienta de presentación en reuniones con clientes potenciales, enfatizando las secciones clave como "Nuestros Servicios" y "Portafolio" para reforzar sus propuestas comerciales.

Para efectos legales únicamente el autor, ERICK GIOVANNI BATRES SILVA, es responsable del contenido de este proyecto y de su presentación audiovisual, ya que es una investigación científica y puede ser motivo de consulta y utilidad por estudiantes y profesionales.

El autor también se compromete a hacer el seguimiento respectivo de todo el proceso administrativo y cumplir con todos los requisitos de titulación y graduación para obtener así, el título de licenciado en Comunicación y Diseño.

Índice

Capítulo I: Introducción	17
Capítulo II: Problemática	
Contexto.....	19
Requerimiento de Comunicación y Diseño	19
Justificación	19
Magnitud.....	20
Vulnerabilidad.....	21
Trascendencia.....	21
Factibilidad	21
Capítulo III: Objetivos de Diseño	
Objetivo General.....	24
Objetivos Específicos.....	24
Capítulo IV: Marco de Referencia	
Información General del Cliente.....	26
Capítulo V: Definición del Grupo Objetivo	
Perfil Geográfico.....	29
Perfil Digital.....	29
Perfil Demográfico.....	30
Perfil Psicográfico.....	31
Perfil Conductual	31
Capítulo VI: Marco Teórico	
Conceptos Fundamentales Relacionados con el Producto o Servicio	34

Conceptos Fundamentales Relacionados con la Comunicación y el Diseño.....	36
Ciencias Auxiliares, Artes, Teorías y Tendencias	45
Capítulo VII: Proceso de Diseño y Propuesta Preliminar	
Aplicación de la Información Obtenida en el Marco Teórico.....	55
Conceptualización.....	60
Bocetaje.....	63
Proceso de Digitalización	70
Propuesta Preliminar.....	76
Capítulo VIII: Validación Técnica	
Población y Muestreo	84
Método e Instrumentos	85
Resultados e Interpretación de Resultados	91
Cambios en Base a los Resultados.....	101
Capítulo IX: Propuesta Gráfica Final.....	
Capítulo X: Producción, Reproducción y Distribución	
Plan de Costos de Elaboración.....	115
Plan de Costos de Producción.....	115
Plan de Costos de Reproducción.....	115
Plan de Costos de Distribución.....	116
Margen de Utilidad	116
Capítulo XI: Conclusiones y Recomendaciones	
Conclusiones.....	118
Recomendaciones	119

Capítulo XII: Conocimiento General.....	121
Capítulo XIII: Referencias.....	123
Capítulo XIV: Anexos y Tablas.....	132

Capítulo I: Introducción

Capítulo I: Introducción

La empresa -UP Relaciones Públicas- ha ofrecido a hombres y mujeres que trabajan, principalmente en el área de marketing en medianas y grandes empresas, sus servicios desde hace 9 años. Sin embargo, en la actualidad no cuenta con un sitio web optimizado para dar a conocer a clientes reales y potenciales sus servicios de relaciones públicas.

Por esta razón se propuso resolver este problema comunicativo a través de la elaboración del siguiente proyecto: Diseño de un sitio web para dar a conocer a clientes reales y potenciales los servicios de relaciones públicas que ofrece la empresa -UP Relaciones Públicas-.

Para crear el concepto creativo se usará el método de mapa mental y a través de un método de investigación lógico inductivo, se creará un marco teórico que respalde la investigación.

A través de herramientas de investigación, comunicación, diseño y validación se desarrollará el proceso de este proyecto. Los métodos de validación serán encuestas al grupo objetivo, clientes y un grupo de expertos. De esta última herramienta se obtendrán cambios importantes para mejorar el resultado, y dejar un producto de comunicación y diseño funcional para el grupo objetivo.

Capítulo II: Problemática

Capítulo II: Problemática

El entorno digital actual ha convertido al sitio web como un elemento fundamental para la comunicación estratégica exitosa de cualquier empresa. Esto se debe a sus ventajas clave como lo son una mejor visibilidad en línea, mayor credibilidad de marca, mejor posicionamiento en los motores de búsqueda y en general, un aumento en el conocimiento de la marca, pudiendo aumentar el interés a un público más extenso. Cabe mencionar, que, para que esté sea funcional, debe reflejar una imagen corporativa coherente y actualizada.

Contexto

La empresa-UP Relaciones Públicas- está conformada por un equipo de profesionales dedicado a las relaciones públicas. Cuentan con 9 años de experiencia en el mercado y han trabajado con marcas de renombre como PriceSmart, CMI, Toledo, Pandora, Cementos Progreso, entre otras. Actualmente la marca se encuentra presente en entornos digitales, contando con redes sociales y un sitio web.

Durante el ejercicio de practica supervisada, se realizó un diagnóstico con el fin de evaluar la imagen corporativa en línea de la marca, en el cual se identificó que el sitio web no se encontraba en condiciones óptimas, detectándose un diseño visual poco funcional y efectivo, así como un portafolio desactualizado.

Requerimiento de Comunicación y Diseño

La empresa -UP Relaciones Públicas- carece de un sitio web para dar a conocer a clientes reales y potenciales sus servicios de relaciones públicas.

Justificación

Para sustentar de manera consistente las razones por las cuales se consideró importante el problema y la intervención del diseñador - comunicador, se justifica la propuesta a partir de

cuatro variables: a) magnitud; b) trascendencia; c) vulnerabilidad; y d) factibilidad (se despejan todas y cada una de las variables).

Magnitud

El Instituto Nacional de Estadística Guatemala (2019) estima que la cantidad de habitantes en la República de Guatemala en 2024 es de 17,843,132 millones. El país está dividido en 22 departamentos y, entre ellos se encuentra el departamento de Guatemala, que, según la proyección mencionada, cuenta con 3,679,326 millones de habitantes.

De igual forma, el departamento cuenta con aproximadamente 34 empresas orientadas a brindar servicios de relaciones públicas, en las que se encuentra la empresa -UP Relaciones Públicas-, que, en la actualidad posee 30 clientes reales. Asimismo, la empresa pretende convertir a 11 clientes potenciales a reales para fin de año.



Vulnerabilidad

Si el proyecto no se realiza, la empresa -UP Relaciones Públicas- podría enfrentar repercusiones negativas en todos sus aspectos de negocio, limitando su capacidad para llegar a nuevos clientes, mostrar su experiencia y servicios, y competir en un mercado más y más digitalizado, haciendo que la empresa parezca menos atenta y actualizada en comparación con sus competidores.

Trascendencia

Tener un sitio web puede tener un impacto significativo y positivo para la empresa -UP Relaciones Públicas-, traduciéndose en un aumento de la visibilidad y alcance de marca, mayor credibilidad y profesionalismo, facilitación de la comunicación y el contacto con los clientes, así como una mayor generación de leads y ventas.

Factibilidad

El proyecto de diseño de un sitio web para dar a conocer a clientes reales y potenciales los servicios de relaciones públicas que ofrece la empresa -UP Relaciones Públicas- es factible, porque dispone de todos los recursos para llevarse a cabo.

Recursos Humanos. La empresa -UP Relaciones Públicas- dispone del capital humano adecuado, contando con el conocimiento, la experiencia y las habilidades necesarias en el campo de las relaciones públicas, contribuyendo al manejo eficiente de las funciones que se desempeñan dentro de la organización.

Recursos Organizacionales. La directora ejecutiva de la empresa -UP Relaciones Públicas- autoriza al personal para que esté en disposición de brindar toda la información necesaria de la empresa para llevar a cabo este proyecto.

Recursos Económicos. La empresa -UP Relaciones Públicas- cuenta actualmente con los recursos necesarios, que posibilita la realización de este proyecto.

Recursos Tecnológicos. La empresa -UP Relaciones Públicas- cuenta con el equipo necesario desarrollo, implementación y mantenimiento del resultado del proyecto de graduación. Por su parte, el estudiante cuenta con las competencias profesionales, así como el siguiente equipo y herramientas indispensables para elaborar y producir el resultado del proyecto de graduación:

- Laptop para diseño gráfico HP 245 G7 Notebook.
- Programas de diseño de Adobe Creative Cloud.
- Generador de sitios web Wix.
- Herramienta de creación de imágenes de Inteligencia Artificial de Freepik.

Capítulo III: Objetivos de Diseño

Capítulo III: Objetivos de Diseño

Objetivo General

Diseñar un sitio web para dar a conocer a clientes reales y potenciales los servicios de relaciones públicas que ofrece la empresa -UP Relaciones Públicas-.

Objetivos Específicos

Recopilar información esencial de la empresa -UP Relaciones Públicas-, acerca de los servicios de relaciones públicas que ofrece a sus clientes reales y potenciales, por medio de la información que el cliente proporcione a través del Brief, para que sea incluida en el diseño del sitio y facilite la accesibilidad del usuario.

Investigar términos, conceptos, teorías y tendencias de diseño relacionados con el desarrollo de sitios web a través de fuentes bibliográficas que sustenten científicamente la propuesta del diseño de un sitio web que será visitado por el grupo objetivo.

Crear un prototipo del sitio web de la empresa -UP Relaciones Públicas-, por medio del creador de páginas web Wix, para adecuarlo a computadoras y teléfonos inteligentes.

Capítulo IV: Marco de Referencia

Capítulo IV: Marco de Referencia

Información General del Cliente

Ficha Técnica del Cliente - Brief -

Nombre de la Empresa. -Up Relaciones Públicas-

Nombre del Cliente. Mariana Zavattieri.

Teléfono. 4766-5257.

Correo Electrónico. alejandra @uprelacionespublicas.com

Misión. Crear y brindar estrategias necesarias para que las empresas alcancen sus objetivos con los públicos de interés.

Visión. Ser efectivos en nuestra tarea de comunicar para generar Relaciones Públicas de manera responsable e impactar de manera positiva en la sociedad y el medio ambiente, mejorando así el mundo en el que vivimos.

Organigrama



FODA

Ver Brief completo en Anexo I

Capítulo V: Definición del Grupo Objetivo

Capítulo V: Definición del Grupo Objetivo

La empresa -UP Relaciones Públicas- se enfoca en ofrecer sus servicios a hombres y mujeres, comprendidos en un rango de edad entre 28 a 38 años, con un perfil socioeconómico de nivel B y C1 y que, mayormente, ocupan roles en la toma de decisiones, generalmente relacionadas al marketing, en medianas y grandes empresas. Incluye gerentes, ejecutivos, directivos, comerciantes y vendedores.

Perfil Geográfico

El grupo objetivo reside en Ciudad de Guatemala, República de Guatemala y cuenta con una superficie de 2253 km². (Ciudad de Guatemala, s.f.)

Según proyecciones realizadas por el Instituto de Estadística Nacional Guatemala (2019), la República de Guatemala cuenta con una población de 17,843,132 millones de habitantes en 2024, mientras que la ciudad cuenta con 3,679,326 millones de habitantes.

El país cuenta con una extensión territorial de 108.889 km². Su idioma oficial es el español y el clima es tropical de sabana, con dos temporadas bien marcadas: lluviosa de mayo a octubre y seca de noviembre a abril. (Guatemala, s.f.)

Perfil Digital

Presencia en Redes Sociales

LinkedIn. Presenta una alta actividad, principalmente dedicada al networking profesional, divulgación de logros empresariales y la búsqueda de oportunidades de negocio.

Facebook. Se utiliza frecuentemente para mantener contacto con amigos y familiares, así como para participar en grupos de interés, generalmente empresariales y comunitarios.

Instagram. Se utiliza principalmente para compartir tanto logros personales como profesionales, sin embargo, su uso es menor en comparación a otras plataformas.

X (Anteriormente Twitter). Su principal uso es informar de forma inmediata noticias y tendencias en el ámbito empresarial y económico.

Dicho grupo objetivo también hace uso de sitios web, principalmente de empresas a las que les interesa contratar, por lo que buscan información como la descripción de servicios, portafolio de clientes, blogs, formularios de contacto y datos que facilite esta toma de decisiones.

Perfil Demográfico

El grupo objetivo está conformado de hombres y mujeres comprendidos en un rango de 28 a 38 años, pertenecientes a los grupos socioeconómicos B y C1. Cuentan con estudios de nivel Superior, Licenciaturas, Maestrías y Doctorados. Se desempeñan en el ámbito profesional como gerentes, ejecutivos, directivos, comerciantes y vendedores.

Características	Nivel B	Nivel C1
Ingresos	Q61,200.00	Q25,600.00
Educación padres	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura,
Educación hijos	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
Desempeño	Empresario, Ejecutivos de alto nivel, Profesional, Comerciantes	Ejecutivo medio, comerciante, vendedor
Vivienda	Casa/departamento de lujo, en propiedad, financiado, 3-4 recámaras, 2-3 baños, 2 salas, pantry, alacena, 1 estudio área de servicio separada, garage para 2-4 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio área de servicio, garage para 2 vehículos
Otras propiedades	Sitios/terrenos condominios cerca de costas	Sitios/terrenos interior por herencias
Personal de servicio	1-2 personas de tiempo completo, chofer	Por día
Servicios financieros	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
Poseiones	Autos de 2-3 años, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, moto	Autos compactos de 3-5 años, asegurados por Financiera
Bienes de comodidad	2 TVs 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 portón eléctrico y todos los electrodomésticos. 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 electrodomésticos básicos.
Diversión	Clubes privados, vacaciones en el interior o exterior	Cine, CC, parques temáticos locales,

Ver Tabla completa de Niveles Socio Económicos 2018/Multivex en Anexo II

Perfil Psicográfico

Aspectos Relevantes de Comportamiento del Grupo Objetivo

Valores. Responsabilidad, ética, honestidad, innovación, adaptabilidad y equilibrio vida-trabajo.

Personalidad. Son ambiciosos, proactivos, líderes naturales, resilientes y curiosos.

Intereses. Negocios, finanzas, tecnología, desarrollo personal y profesional, cultura, arte y responsabilidad social.

Estilo de Vida. Procuran mantener un estilo de vida saludable por medio de una dieta balanceada, ejercicio y cuidar su bienestar emocional; buscan un equilibrio con el tiempo que dedican a su trabajo y a compartir con su familia y amigos; utilizan las redes sociales para mantenerse conectados y, estar al tanto de noticias y tendencias.

Actitudes. Optimistas, orientados a resultados, flexibilidad, propician el trabajo en equipo y la colaboración.

Hábitos. Lectura, Networking, planificación, uso de la tecnología.

Hobbies y Actividades. Practicar deportes, viajar, leer, asistir a eventos culturales como exposiciones de arte y conciertos; gastronomía, cine.

Costumbres. Participar en eventos sociales; asistir a conferencias, seminarios y talleres; involucrarse en eventos benéficos y donaciones para causas sociales; registrarse y asistir tanto a cursos como programas para su continua formación.

Perfil Conductual

Actitud del Grupo Objetivo con Relación al Producto/ Servicio

Intención. Mejorar o mantener la imagen corporativa, gestión de crisis, mayor alcance mediático y visibilidad, establecer y fortalecer las relaciones con los medios de comunicación.

Beneficios. Reputación mejorada, Aumento en la visibilidad mediática, gestión de crisis eficiente, desarrollo de relaciones estratégicas con stakeholders y crecimiento de marca.

Etapas del Consumidor. Reconocimiento de necesidad, investigación, evaluación rigurosa de opciones, decisión de compra, implementación, evaluación de resultados obtenidos.

Compromisos. Disposición a invertir económicamente en servicios de alta calidad que ofrezcan un retorno de inversión favorable, Invertir tiempo para colaborar estratégicamente, integrar las estrategias delimitadas en el plan de negocio.

Comportamiento ante el Producto/Servicio. Proactivos, colaborativos, orientados a resultados y fidelidad con la marca.

Capítulo VI: Marco Teórico

Capítulo VI: Marco Teórico

Conceptos Fundamentales Relacionados con el Producto o Servicio

Conocimiento

Segundo (2019) proporciona la siguiente definición: Es el resultado que se obtiene del proceso de conocer. Conocer es lo que sucede cuando un sujeto “cognoscente” (que conoce) aprehende un objeto “de conocimiento” o “cognoscible” (a conocer). De esto se desprende la necesidad de que haya, en todo acto de conocer, dos elementos que coexisten y se dan en una copresencia: el sujeto y el objeto.

Cliente

Rodríguez (2021) lo define de la siguiente manera: “es quien adquiere los productos o servicios de un negocio. Por tanto, es un consumidor, desde la perspectiva de la empresa”.

Cliente Real

Un cliente real es un individuo que compra los productos o servicios ofrecidos por una empresa en el momento actual. En la filosofía del marketing, mantener clientes a largo plazo es fundamental para cualquier empresa, ya que esto les ayuda a conservar su posición dentro del mercado y a crecer competitivamente. (Quiroa, 2019)

Cliente Potencial

Un cliente potencial es aquella persona que puede volverse en un comprador o consumidor de los productos que provee una empresa, lo que representa una oportunidad para aumentar sus ingresos y ganancias. (Quiroa, 2019)

Servicios

Sánchez (2024) ofrece la siguiente definición: “Un servicio, en el ámbito económico, es la acción o conjunto de actividades que satisfacen una determinada necesidad. Los clientes lo compran recibiendo un producto inmaterial y personalizado”. Agrega que se caracterizan por ser intangibles, es decir, que no se pueden ver o tocar; indivisibles, heterogéneos, dicese diversos y no se pueden guardar o conservar.

Empresa

Según Azkue (2017), “una empresa es un tipo de organización comercial en la que dos o más personas se asocian para desarrollar una actividad económica y alcanzar un objetivo común que es obtener ganancias o beneficios”. Agrega que dichas ganancias se obtienen por medio de la producción de bienes y servicios.

Pequeña y Mediana Empresa -Pyme-

Pyme es un acrónimo utilizado para referirse a pequeñas y medianas empresas. En comparación a las grandes corporaciones industriales y comerciales, suelen tener un menor número de empleados, así como un menor volumen de ingresos. En términos generales, son empresas a menor escala. Por lo general, cuentan con entre 50 a 250 empleados y sus ventas se mantienen en un rango de 10 a 50 millones de euros. (Westreicher, 2015)

Gran Empresa

Es un tipo de organización comercial a gran escala. Está presenta dimensiones más amplias en comparación a otras categorías empresariales, siendo de las menos comunes en los diversos tejidos productivos del mundo. Generalmente cuentan con más de 250 empleados y su volumen de facturación supera los 50 millones de euros. (Coll, 2021)

Conceptos Fundamentales Relacionados con la Comunicación y el Diseño

Conceptos Fundamentales Relacionados con la Comunicación

Comunicación. Si bien su definición varía según expertos en la materia, generalmente se define como un proceso complejo centrado en informar o transmitir un mensaje por medio de un canal, ya sea el aire, teléfono celular, medios impresos o audiovisuales; entre un ente emisor y otro receptor. (Torres, 2020)

Independiente a como se dé la comunicación, y si está es intencional o no, está siempre genera un efecto en el receptor. Un mensaje comprendido de forma efectiva, es decir sin malinterpretaciones u omisión de la información, normalmente genera el efecto que el emisor desea. (Torres, 2020)

Elementos de la Comunicación. Son aquellos componentes que forman el proceso de comunicación, permitiendo que la información sea transmitida entre uno o varios individuos.

Ayala (2021) menciona: “Desde que el ser humano comenzó a hablar, el proceso fue perfeccionándose por sí solo. De hecho, para que la comunicación sea eficaz y cumpla el objetivo de transmitir el mensaje, deben estar presentes al menos 7 elementos clave: emisor, receptor, código, mensaje, canal de comunicación, ruido y retroalimentación”.

Además, agrega descripciones para cada uno de los mismos, los cuales se mencionan a continuación:

- **Emisor:** Es el ente que inicia el proceso. Puede ser una persona, país u organización. Decide el mensaje que quiere transmitir y la manera en la que desea hacerlo. Su mensaje puede ser transmitido únicamente si comparte los mismos canales y códigos que el o los receptores, ya que, de lo contrario, la comunicación no se daría.

- Receptor: Es quien recibe la información y la interpreta. Tiene que conocer el código y el canal del emisor tanto para que se dé el proceso de comunicación y posteriormente dicha interpretación. Su participación puede ser voluntaria o involuntaria, es decir, puede estar voluntariamente envuelto en el proceso o puede estar presente en el acto, sin que necesariamente la información se dirija a él.

“Hay que acotar que tanto el emisor como el receptor se intercambian sus posiciones en el esquema comunicativo, dependiendo de si emite o recibe un mensaje (quien habla y quien escucha)”.

- Código: “Es el conjunto de símbolos, signos y normas utilizado por el emisor para enviar el mensaje. Es indispensable que el receptor lo conozca y comparta, para que la comunicación sea efectiva”. Agrega que pueden ser orales o escritos, así como no lingüísticos. Algunos ejemplos incluyen las señales de tráfico, el idioma y el sistema de escritura Braille.
- Mensaje: Es la información que el emisor transmite al receptor a través de un canal específico. Un mensaje puede contener ideas, pensamientos o conceptos, los cuales se transmiten utilizando un código compartido por ambas partes. Además, puede manifestarse de diversas formas, ya sea verbal, no verbal, escrita o visual.
- Canal: “Medio físico por el cual el mensaje es transmitido”. Existen varios: el aire (cuando es comunicación oral), el papel y los ordenadores (cuando es comunicación escrita)”.
- Ruido: También llamado interferencia, es todo aquello que dificulta la comprensión completa del mensaje transmitido.

- **Retroalimentación:** Es importante considerar que la comunicación es un proceso bidireccional, lo que significa que tanto el emisor como el receptor constantemente intercambian roles. Cuando el emisor envía un mensaje, el receptor lo recibe, lo interpreta y responde, lo que lo convierte a su vez en emisor, mientras que el emisor original se convierte en receptor.

Este es un proceso fundamental para que ambas partes puedan saber que los mensajes han sido comprendidos correctamente, permitiendo un flujo de comunicación efectivo.

Comunicación Organizacional. Según la Universidad Internacional de La Rioja (2022), “la comunicación organizacional consta de toda la información que se trasmite desde una empresa o institución y dentro de la misma. Contribuye a la motivación y generar identidad de marca”.

Agrega que se dirige tanto al personal interno de la institución como al público externo y desempeña un papel fundamental en la creación del ambiente laboral, la delimitación de los diferentes canales de comunicación para los públicos y la generación de estrategias. (Universidad Internacional de La Rioja, 2022)

Relaciones Públicas. Castillo (2010) menciona que, en esencia, es una disciplina que busca “conocer, gestionar e investigar a los diferentes públicos que posee una organización” (p.11). Asimismo, menciona que entre sus funciones se encuentra el que las organizaciones cumplan con la responsabilidad social, es decir, devolverle a la sociedad lo que se ha obtenido de ella; prevenir los conflictos que puedan afectar la relación entre los públicos y la organización; y en general, lograr que las organizaciones establezcan vínculos de beneficio mutuo con los diferentes públicos a los que se dirigen sus acciones y objetivos corporativos.

Mercadeo. Conjunto de actividades mercantiles que buscan planear, definir precios, promover y distribuir productos y servicios que atiendan las necesidades de los clientes reales y potenciales en un entorno competitivo, con el objetivo de obtener ventajas competitivas y comparativas basadas en las preferencias de los clientes. (Botero, 2011).

Mercadeo Digital. También llamado Marketing Online, es un conjunto de estrategias dirigidas a la comunicación y la comercialización electrónica de productos y servicios de una organización. Es considerado como una de las principales herramientas que distintas entidades como personas, organizaciones y asociaciones tienen a su disposición para comunicarse con el público de forma directa, oportuna y personalizada. (Peçanha, 2021)

Se hace uso de canales digitales como blogs, sitios web, motores de búsqueda, medios sociales, emails y otros, con el objetivo de solucionar las dolencias y deseos, tanto de los clientes reales como de los potenciales. (Peçanha, 2021)

Publicidad. Giraldo (2019) menciona que, en esencia, “es una estrategia de mercadotecnia que envuelve la compra de un espacio en medios para divulgar un producto, servicio o marca, con el objetivo de alcanzar el público objetivo de la empresa e incentivarlo a comprar”.

Stakeholders. Según Genwords (2024), “hace referencia a todas aquellas personas o entidades que de alguna u otra manera permiten el funcionamiento de una empresa y que, al mismo tiempo, se ven afectadas por las acciones que esta lleva a cabo”. Agrega que estos pueden clasificarse según la relación que tengan con la empresa y su importancia para ella:

- Stakeholders internos: Son los públicos que se encuentran dentro de la empresa.

Incluye a los propietarios, empleados, accionistas, la gerencia y la junta directiva.

- Stakeholders externos: “Son personas o entidades que no forman parte de la empresa, pero que se ven afectadas de forma directa por ella. Por ejemplo, clientes, proveedores o distribuidores”.

Conceptos Fundamentales Relacionados con el Diseño

Diseño Gráfico. Santos (2023) lo define como “una disciplina que busca integrar elementos visuales con el fin de transmitir un mensaje, emoción o idea”. Agrega que el diseño gráfico se basa en la combinación de elementos visuales, gráficos y textuales para crear imágenes que pueden ser empleadas para distintos fines: publicitarios, informativos, emotivos, persuasivos y artísticos.

Elementos de Diseño. Fernández (2023) menciona que “el diseño se divide en seis elementos básicos. Estos son: línea, dirección, forma, tamaño, color y textura. Estos elementos siempre hacen presencia en una composición gráfica y de forma natural desglosan los componentes de esta” (p.27).

Asimismo, proporciona una descripción de estos:

- **Línea:** Constituye un elemento básico, siendo el todo y la nada al comenzar cualquier propuesta de comunicación visual. Puede ser un punto y tener cualquier dirección o estructura.
- **Dirección:** Les otorga a las líneas la posibilidad de transmitir diferentes sensaciones, por ejemplo: las verticales transmiten altura, las horizontales estabilidad, las diagonales crecimiento y más.
- **Forma:** Es la suma de línea con dirección. Las líneas que la conforman pueden ser abiertas o cerradas y pueden ser utilizadas en conjunto con otros principios como el contraste o el color.

- **Tamaño:** Es la escala de los elementos. Un mismo elemento con diferentes escalas puede provocar sensaciones diversas, por ejemplo: un elemento grande en el centro y dos más pequeños en a los lados, pueden crear profundidad.
- **Textura:** Aporta información visual extra sobre la superficie del objeto. Otorga realismo a las composiciones, ya que, en la naturaleza, es poco común encontrar objetos completamente planos.

Color. Fernández (2023) define color como “luz descompuesta, captada a través del ojo humano” (p.41). Agrega que, en su estado puro, la luz es completamente blanca y está se divide en tres rangos de luz que pueden ser detectados principalmente por el ojo humano, los cuales son: rojo, verde y azul. La luz se comporta de forma diferente en respuesta al entorno y su descomposición, lo que permite percibir una variedad de tonalidades o colores.

Imagen. Representación visual de un objeto o persona, y que asemeja o muestra la apariencia de algo o alguien, ya sea tangible o intangible, concreto o abstracto. (Editorial Etecé, 2021)

Tipografía. Hoy en día, la tipografía se entiende como una disciplina que tiene como objetivo mejorar la apariencia de un texto, de manera que este sea tanto atractivo como funcional, con el objetivo de atraer la atención del lector y hacer de la lectura, una experiencia efectiva y agradable. Cabe aclarar que no debe confundirse con otros términos, ya que “Caligrafía es escribir, rotulación es dibujar y tipografía es usar letras que ya existían previamente”. (Piferrer et al., 2018)

Un trabajo tipográfico de alta calidad se caracteriza por una perfecta armonía entre forma y contenido, lo que permite presentar cada mensaje de forma eficiente. Es decir, se trata de adapta y balancear la parte visual del discurso verbal. (Piferrer et al., 2018)

Boceto. También llamado esbozo o borrador, es una representación visual que ayuda a visualizar ideas o conceptos iniciales para el desarrollo de una obra. A diferencia de un proyecto finalizado, el boceto se enfoca en plasmar ideas de manera libre y espontánea, sin profundizar en detalles. Un boceto pueden ser trazos rápidos, anotaciones escritas o composiciones que ayudan a dar vida a las ideas y hacerlas más claras. (Escuela Superior de Dibujo Profesional, 2021)

Prototipo. Es una versión inicial y operativa de un producto o sistema, diseñada con la finalidad de proporcionar una representación visual y funcional, anticipada al producto final. Dicho modelo incluye las características esenciales, funcionales y visuales del producto, permitiéndole a diseñadores, desarrolladores y equipos de proyectos explorar conceptos, probar ideas y reunir retroalimentación antes de proseguir con la producción completa. (Ortega, 2024)

Representaciones Gráficas. Fernández (2023) afirma que son un conjunto de elementos visuales que se utilizan en el diseño gráfico. Dichos elementos son: signo, ícono, símbolo, isotipo e imagotipo. Adicionalmente proporciona una definición de los ya mencionados:

- **Signo:** Unidad que puede transmitir contenidos representativos y comunicar información efectivamente. Por ejemplo: los signos de interrogación, que se utilizan para señalar la presencia de una pregunta o interrogante en un texto.
- **Ícono:** Elemento que simboliza un objeto o una idea y que guarda una relación de identidad y semejanza formal con el mismo.
- **Símbolo:** Signo que fija una conexión de identidad con una realidad, por lo general abstracta, a la cual alude o representa.
- **Isotipo:** Hace referencia a la parte icónica o simbólica de las marcas. En otras palabras, es únicamente un símbolo que representa a una marca y que es entendible por sí solo.

- **Imagotipo:** Se trata de un conjunto icónico-textual, en la cual, la tipografía y el isotipo son claramente distinguibles, pudiendo operar de manera independiente para representar a una marca.

Diseño Web. Proceso creativo enfocado en la parte visual, tanto de entornos, como de materiales digitales. Su función es configurar de manera visible y funcional los elementos que forman las interfaces y layouts de plataformas digitales como sitios web y aplicaciones, con el fin de proporcionar una experiencia satisfactoria al usuario. (Coppola, 2023)

Diseño Web Responsivo. También llamado en inglés Responsive Web Design (RWD), es la integración de enfoques, estrategias y técnicas destinadas a proporcionar una experiencia consistente y unificada a todos los usuarios que visitan un sitio web, sin importar el dispositivo que utilicen o el contexto en el que se encuentren. (González, 2024)

Las causas de su creciente adopción son: mejor rendimiento SEO, contenido único para todas las versiones y ahorro de costos y tiempo. (González, 2024)

Diseño UX. Llamado User Experience o Experiencia de Usuario es un proceso centrado en los elementos funcionales digitales que garantizan que la interacción del usuario sea eficiente, como la estructura de navegación de un sitio web. (Londoño, 2023)

Diseño UI. Llamado User Interface o Interfaz de Usuario es una disciplina enfocada en la utilización eficiente de los elementos visuales de una interfaz como los colores, la tipografía y los botones. (Londoño, 2023)

World Wide Web. Conocido también como WWW o Web, es un sistema de información distribuido a través de Internet que utiliza la tecnología hipertexto/hipermedia, ofreciendo una interfaz universal para distintos tipos de datos y servicios de Internet disponibles, razones que lo convierten en el servicio más popular de Internet. (Manual básico de creación de páginas web, 2024)

URL. Son las siglas de Uniform Resource Locator, traducido en español como Localizador de Recursos Uniforme. En términos simples, es la dirección de un sitio o página web que se encuentra en Internet. Los enlaces URL son elementos que permiten la navegación de una página o sitio web a otro en Internet. (Manual básico de creación de páginas web, 2024)

HTML. Son las siglas de HyperText Markup Language, lo que se traduce al español como Lenguaje de Marcado de Hipertexto. Es el lenguaje estándar utilizando para crear sitios web. Además, es sencillo y permite la descripción de documentos hipertexto. Dicha descripción busca especificar la estructura lógica del texto (títulos, párrafos de texto normal, listas, definiciones, citas, entre otros) así como diferentes efectos deseados, como la aplicación de estilos o gráficos específicos. (Manual básico de creación de páginas web, 2024)

Servidor Web. Según V. (2024) “un servidor web es un ordenador que almacena, procesa y entrega archivos de sitios web a los usuarios desde un navegador”. Agrega que éste se conecta a la red de Internet, permitiendo la transferencia de información o archivos con otros dispositivos conectados a la misma red. Dicha información puede presentarse en distintos formatos, como archivos HTML o imágenes.

Hosting. Servicio en línea que permite que un sitio web sea accesible en Internet. Este le proporciona un espacio en un servidor para almacenar todos los archivos y datos necesarios para su funcionamiento adecuado. (B., 2024)

Dominio Web. Es la dirección única de un sitio web en Internet, permitiendo a los usuarios acceder a él de forma sencilla. Los dominios están formados por un nombre y una extensión, siendo una parte esencial de la estructura de Internet. (B., 2024)

Extensión de Dominio. Según Queiruga (2021) “una extensión de dominio o dominio de nivel superior (TLD), es la terminación de caracteres alfabéticos que se encuentran después del punto y al final de la dirección de un sitio web”. Agrega que frecuentemente, aunque no en todos los casos, una extensión de dominio sirve para reconocer el país de procedencia y la naturaleza de un sitio web, lo que puede ser crucial para generar confianza y credibilidad en el visitante.

Creador de Sitios Web. Es una herramienta en línea que facilita tanto a individuos como a compañías la creación de sitios web, sin requerir un amplio conocimiento en programación. Representa una solución integral que simplifica, agiliza y abarata el proceso de creación de un sitio web. (Vargas, 2024)

Ciencias Auxiliares, Artes, Teorías y Tendencias

Ciencias Auxiliares

Semiología. También utilizado de forma intercambiable con el termino semiótica, es, según el lingüista Ferdinand de Saussure “una ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de la vida social”. Agrega que la semiología permite comprender la naturaleza de los signos, así como las normas que los gobiernan. (De Saussure, 1967, citado por Pedroni, 1995, p.18-19)

Por otra parte, Pedroni (1995), proporciona un concepto más simplificado, definiéndola como: “una disciplina que se ocupa de estudiar científicamente, todos los procesos de significación que hacen posible la comunicación en general y la comunicación humana en particular”. (p. 29)

Pedroni (1995) afirma que el mundo está rodeado de signos, los cuales, de manera muy sencilla, son una entidad, algo que puede percibirse por medio de los sentidos y que proporcionan información sobre algo distinto de sí misma, por lo que enfatiza, que cualquier cosa presente y perceptible en la realidad es un signo.

Pedroni (1995) también agrega que los signos presentan elementos concurrentes, los cuales son:

- Objeto o referente: Es un algo presente en una realidad específica, haciendo posible la comunicación. Este no se limita a algo real; pudiendo ser imaginario, individual, colectivo, concreto o abstracto.
- Significante: También llamado plano de expresión. Es la representación tangible que puede ser percibida por medio de los sentidos.
- Significado: Charles Sanders Peirce lo define como el conjunto de atributos que son esenciales para identificar el referente. En otras palabras, es la imagen mental que se tiene del objeto o referente. (Peirce, 1974, citado por Pedroni, 1995)
- Interpretante: Es un individuo que recibe, procesa y le da una esencia a la existencia del signo.

Conocer el signo y sus componentes permite una comprensión más profunda sobre un hecho comunicativo, principalmente el cómo se utilizan estos componentes en el mensaje y segundo, son útiles para la construcción de mensajes más eficientes y atractivos. (Pedroni, 1995)

Sociología. Ciencia social que se enfoca en estudiar a la sociedad humana, centrándose en su organización y dinámica. Resulta esencial para el análisis de las sociedades humanas, contribuyendo a diversas áreas del conocimiento como la cultura, la política y la antropología.

Asimismo, posibilita la interpretación de los sucesos que tienen lugar en una comunidad, otorgándoles un significado y dirección. (Equipo editorial, Etecé, 2019)

Psicología. Según Gómez (2018), “es la ciencia que busca comprender al ser humano, conocer sobre su vida interior y su interacción con el mundo que lo rodea”. También menciona que se encarga de examinar los procesos mentales a nivel cognitivo, emocional y conductual.

Agrega que también analiza todos los aspectos de la experiencia humana, considerando factores sociales, individuales y culturales. La psicología tiene presencia en todas las áreas de la vida.

Psicología de la Comunicación. Se centra en analizar cómo las personas emiten y reciben mensajes, así como las implicaciones emocionales y mentales que esto puede tener en sus relaciones interpersonales. (Rivas, 2023)

Psicología del Color. Campo de la psicología que estudia cómo el color afecta la percepción y el comportamiento de las personas, estableciendo conexiones entre los colores y los eventos psicológicos asociados a ellos. A lo largo de la historia, los colores han sido asociados con diferentes emociones, desarrollando un simbolismo psicológico por medio de experiencias universales en diversas culturas y tradiciones. (Gómez, 2016)

El contexto juega un papel crucial en la percepción psicológica del color, ya que el mismo puede evocar diferentes emociones, dependiendo de si se relaciona con algún alimento, una prenda de vestir, una habitación o con algún objeto o circunstancia en general, generando sensaciones positivas o negativas. (Gómez, 2016)

Artes

Arte Abstracto. Es una forma de expresión artística caracterizada por la representación de conceptos independientes de la realidad a través de formas, líneas y colores. Tuvo sus orígenes alrededor de 1900 y fue fundamental en el arte moderno, incluyendo movimientos como el cubismo, el surrealismo y De Stijl. El arte abstracto permite generar múltiples puntos de vista, ya que no busca la perfección en sus trazos ni en sus composiciones, logrando la expresión de emociones y sensaciones que aluden a la espontaneidad, separadas de la lógica y la objetividad. (Equipo editorial Etecé, 2017)

Fotografía. Es un proceso que permite capturar momentos en una imagen y preservarlos a lo largo del tiempo. Al combinar elementos químicos y el uso de una cámara, es posible inmortalizar instantes únicos. Este arte, que surgió en Francia en 1893 fusiona aspectos artísticos con técnicas mecánicas y químicas para lograr congelar la realidad en una imagen. (Martín, 2019)

Teorías

Teoría del Color. Es una guía que ayuda a comprender el color con mayor profundidad: definiciones, categorías, conexiones y los efectos para su uso en distintas áreas de trabajo como artes visuales, decoración de interiores y diseño gráfico. Esta teoría resulta fundamental para cualquier proyecto que requiera un uso deliberado del color. De hecho, el uso adecuado del color puede aumentar el reconocimiento de una marca hasta un 80%. (Villalobos, 2021).

Cada color cuenta con características que hacen que se vea de forma distinta y que definen su aspecto final. Dichas características incluyen:

- **Matiz:** Es el color en su estado puro, sin la adición del blanco o negro. Permite la distinción de tonos dentro del círculo cromático.

- Saturación o intensidad: Hace referencia a la viveza o palidez del color.
- Valor o brillo: Es la claridad u oscuridad que puede tener un color. La manipulación de este puede alterar las sensaciones espaciales de la composición. (Gareca, 2011)

Por otro lado, los colores se clasifican por “juegos”, es decir por grupos, según sus cualidades, los cuales son:

- Colores primarios saturados: Son el rojo, azul y amarillo. Estos crean todos los demás colores y no pueden ser obtenidos por otras mezclas de color.
- Colores primarios aditivos o colores luz: Están conformados por el rojo, verde y azul. Se utilizan para la correcta visualización de color en monitores y dispositivos digitales. La mezcla de estos ocasiona la creación de los demás colores y al utilizarlos en cantidades iguales producen la luz blanca.
- Colores pigmento o síntesis sustractiva: Contrarios a los aditivos, estos restan la luz de los aditivos y están conformados por el cian (absorbe el rojo), magenta (absorbe el verde) y amarillo (absorbe el azul). Dichos colores se emplean en las imprentas.
- Colores secundarios: Se obtienen a partir de la mezcla uniforme entre dos colores primarios.
- Colores terciarios: Estos se consiguen mezclando partes iguales de un color primario y de un secundario adyacente. (Gareca, 2011)

Teoría Gestalt. Es una corriente de la psicología moderna que surgió en Alemania alrededor de 1920. Esta se basa en el concepto de forma y está formada por principios que se centran en el estudio de la percepción visual, los cuales son:

- Similitud: Si una composición está formada por elementos muy parecidos entre sí, el espectador percibirá el todo de forma cohesiva y armoniosa.

En algunos casos, se pueden introducir elementos distintos que rompan la regla y que causen atracción, a lo cual se le denomina anomalía.

- **Continuación:** Este principio hace que visualmente el ojo cree la continuidad de una línea, generalmente curva.
- **Cierre:** Hace que el ojo humano al procesar una imagen que, a pesar de no ser una figura cerrada por líneas, el uso de ciertas técnicas transmite la sensación de completitud de forma.
- **Proximidad o agrupación:** Consiste en generar una percepción visual de un solo objeto como resultado de la cercanía entre los elementos individuales que forman una composición.

Sin embargo, para que esto ocurra, dichos objetos deben ser similares de alguna forma, ya sea en su forma, color, tamaño, textura, entre otros.

- **Figura y fondo:** Utiliza la tendencia del ojo de percibir, distinguir y separar los objetos que lo rodean. Uno de los ejemplos más icónicos de esta tendencia es la imagen del jarrón/ candelero, que a su vez forma dos caras que se ven una a la otra, ya que ambas pueden actuar como el objeto o figura principal y el fondo, dependiendo el elemento al que se le preste atención.
- **Simetría y orden:** Consiste en distribuir de forma ordenada los elementos de una composición para transmitir la sensación de serenidad, unidad y coherencia en la misma, a su vez, captando y manteniendo su atención. Cabe mencionar que, si ese no es el objetivo, este principio puede romperse. (Gil, 2021).

Tendencias

Flat Design 2.0. Según Campos (2018) el Flat Design es una corriente de diseño gráfico con “un enfoque minimalista con énfasis en la usabilidad. Presenta espacios limpios, abiertos, colores brillantes e ilustraciones en dos dimensiones.” Esta nueva variante rompe el esquema tradicional del anterior, aportando elementos que generan un mayor atractivo a nivel visual como lo es el uso de luces y sombras, gradientes, paletas de colores más flexibles.

Brutalismo. Se caracteriza por la falta de preocupación por lucir fácil y acogedor, considerado como una reacción en contra del optimismo y ligereza del diseño comercial contemporáneo. (Slidesgo, 2021).

En el diseño gráfico, el brutalismo puede utilizarse para alcanzar una pieza visual despreocupada y traviesa, pero que en el fondo también se preocupa por la armonía, los cálculos y las medidas. (Slidesgo, 2021).

Diseño 3D. Esta tendencia le apuesta al hiperrealismo, dibujando una delgada línea entre lo digital y lo físico. Muchos diseñadores emplean la tendencia para hacer destacar los sitios web, sobre todo porque es un mercado que se encuentra bastante saturado, ya sea combinándolo con imágenes fotográficas, ilustraciones planas o en animaciones. (Maceira, 2021).

Pies de Página y Títulos de Gran Tamaño. Ahora bien, es cierto que los pies de páginas pueden no contener los elementos más emocionantes, no obstante, es el lugar donde a menudo, los usuarios encuentran la información que están buscando. (PresupuestoWP.com, 2024).

En 2024, este elemento busca ser un aspecto de diseño que rompa con ese enfoque tradicional, dándole al usuario emoción e información útil que le facilite conectar con la marca.

Composiciones de Arte Abstracto. Londoño (2023) menciona que actualmente, las formas geométricas, como los círculos y cuadrados, son y continuarán siendo elementos en

tendencia, especialmente, cuando se busca realizar un diseño simple y minimalista, pero que al mismo sea interesante para el público.

Texto Simple y Directo. Esta tendencia resulta ideal cuando se busca reducir las probabilidades que el usuario se distraiga con gráficos o información poco relevante, lo que, a su vez, causa una navegación mucho más rápida, ya que se omite el uso de gráficos o imágenes de gran tamaño. (Netuy, 2023).

Degradados. También llamados transiciones de color o gradientes, son una fusión progresiva de un color a otro color, o de varios, si así se prefiere. La elección de colores adecuados y conocer a la audiencia son elementales para la aplicación de degradados de forma efectiva. Su uso deliberado puede captar a los usuarios de forma efectiva. (Creativo News, 2023)

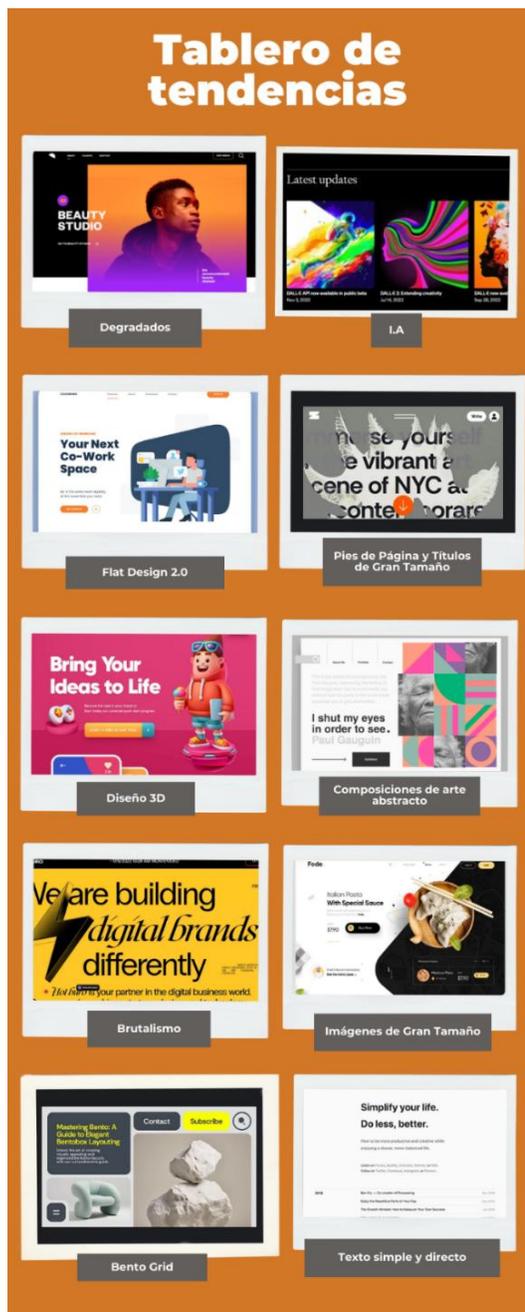
Imágenes de Gran Tamaño. Hoy en día, varios usuarios no cuentan con el tiempo para notar en detalle los elementos de un sitio web. Esto ha llevado a los diseñadores a crear sitios web que contengan elementos más grandes de lo habitual. Una de las ventajas que posee este enfoque es que combina bien con otros elementos, como lo son las ilustraciones en 3D, lo que permite captar la atención de la audiencia con mucha más rapidez. (Londoño, 2023)

Bento Grids. Llamada en español retícula o cuadrícula Bento, es un diseño de cuadrícula inspirado en las cajas bento japonesas. Estas cajas están divididas en compartimientos separados, en los que hay un plato diferente por sección. Dicha retícula se basa en el mismo principio, dividiendo el contenido de un sitio web en distintas secciones. (Milán, 2024)

Este tipo de diseño de interfaz de usuario se caracteriza por ser integral y segmentado, que distribuye eficazmente los elementos digitales en secciones funcionales, permitiendo una mayor versatilidad y facilidad de navegación. (Salinas, 2024)

Inteligencia Artificial. El diseño gráfico está aprovechando la popularidad y alcance de esta tecnología. Algunos de los usos que se le están dando son: edición fotográfica, generación de ideas, diseño publicitario, búsqueda de recursos y creación de imágenes. (Galeón, 2024)

Tablero de Tendencias



Ver investigación de tendencias completa en Anexo III.

Capítulo VII: Proceso de Diseño y Propuesta Preliminar

Capítulo VII: Proceso de Diseño y Propuesta Preliminar

Aplicación de la Información Obtenida en el Marco Teórico

Comunicación

El diseño del sitio web para la empresa -UP Relaciones Públicas- se centrará en comunicar de forma clara y concisa los servicios de relaciones públicas que ofrece dicha empresa. Para ello, se estructurará el texto con la información de manera organizada, con encabezados claros y descripciones detalladas de los servicios, facilitando la navegación y la experiencia de usuario, ayudando a los clientes reales y potencial a encontrar rápidamente la información que necesitan.

Elementos de Comunicación

Incorporar los elementos de comunicación en el diseño del sitio web facilitará dar a conocer a los clientes reales y potenciales los servicios de relaciones públicas que brinda la empresa -UP Relaciones Públicas- de forma clara, eficiente y profesional.

Emisor. La empresa – UP Relaciones Públicas – actúa como el emisor, proyectando su imagen corporativa de manera eficaz.

Receptor. Los clientes reales y potenciales son los receptores, por lo que el sitio web estará diseñado con el fin de atender sus necesidades e intereses de manera óptima.

Código. Hace referencia al lenguaje, que en este caso será el español, ya que está dirigido al público guatemalteco. Dicho lenguaje se empleará de manera clara, utilizando una terminología apropiada para el campo de las relaciones públicas, con el propósito de transmitir los mensajes clave de forma eficaz.

Mensaje. Es la información relacionada con los servicios de relaciones públicas de la empresa -UP Relaciones Públicas-. Se presentará de manera clara, estructurada y convincente a través del diseño gráfico, demostrando los beneficios de los servicios que se ofrecen.

Canal. Es el sitio web en sí, incluidas todas sus páginas y funciones. Se asegurará que sea fácil de navegar, con cargas rápidas y con compatibilidad con dispositivos móviles, garantizando que el mensaje sea entregado de manera apropiada.

Ruido. Se evitará incluir elementos de diseño innecesarios que puedan distraer o confundir a los clientes reales y potenciales, entorpeciendo su experiencia de navegación.

Retroalimentación. Es la respuesta del público objetivo, lo que ayudará a mejorar continuamente el sitio web y la experiencia de la audiencia.

Diseño Gráfico

Es esencial para transmitir la imagen e identidad corporativa de -UP Relaciones Públicas- reflejando credibilidad y profesionalismo. El uso adecuado de colores, tipografía, imágenes y elementos visuales permitirán guiar visualmente a los usuarios, comunicando efectivamente los beneficios de los servicios ofrecidos, aumentando las posibilidades de fidelizar clientes.

Relaciones Públicas

Las relaciones públicas se utilizarán en el desarrollo del diseño del sitio web para promover los servicios de relaciones públicas de la empresa -UP Relaciones Públicas- efectivamente, como la creación estrategias de comunicación efectivas y gestión de la reputación, evidenciando su experiencia en el campo. Esto facilitará atraer a los clientes reales y potenciales, interesados en contratar servicios de relaciones públicas eficaces y confiables.

Prototipo

La creación de una versión preliminar interactiva del diseño de un sitio web le permitirá a la empresa -UP Relaciones Públicas- visualizar y evaluar la estructura, diseño y funcionalidad de este. Este prototipo facilitará la validación con clientes reales y potenciales, permitiendo obtener retroalimentación, para realizar ajustes necesarios posteriormente, asegurando que este sea intuitivo, atractivo y efectivo para comunicar los servicios de relaciones públicas que se ofrecen.

Diseño Web

Se creará una plataforma funcional, intuitiva y visualmente atractiva, que resalte la experiencia y profesionalismo de la empresa. El diseño del sitio web contará con una estructura clara, navegación simple, contenido bien organizado y gráficos relevantes, permitiendo a los clientes reales y potenciales comprender claramente los servicios de relaciones públicas ofrecidos, facilitando la comunicación con la empresa – UP Relaciones Públicas-.

Diseño UX

Crear una experiencia del usuario efectiva (UX) es fundamental para el diseño del sitio web de la empresa -UP Relaciones Públicas-, ya que garantiza una experiencia funcional y satisfactoria, mejorando la percepción de profesionalismo y aumentando la probabilidad de convertir a los visitantes en clientes reales.

Diseño UI

Se realizará un diseño de interfaz de usuario que incluirá una paleta de colores apropiada, tipografía clara y legible; y una disposición clara de elementos para facilitar la navegación y mejorar la experiencia del usuario, lo que permitirá aumentar la fidelidad de marca y la satisfacción del usuario en general.

Semiología

La semiología es importante para el diseño del sitio web para la empresa -UP Relaciones Públicas- ya que permitirá comunicar de manera efectiva los valores y beneficios de los servicios que se ofrecen. La utilización de símbolos, signos y significados facilitara que el sitio web transmita profesionalismo y confianza, aumentando las probabilidades de generar una conexión a nivel emocional y cognitiva con los clientes.

Fotografía

Se utilizarán fotografías de eventos y campañas exitosas, resaltando la eficacia de los servicios de relaciones públicas que ofrece la empresa -UP Relaciones Públicas-. Dichas fotografías no sólo reflejarán la personalidad y los valores de esta, sino que también ilustran el impacto de los servicios prestados, generando confianza y credibilidad, facilitando la conversión de clientes potenciales en reales.

Tendencia de Inteligencia Artificial

Se utilizarán imágenes generadas por inteligencia artificial en el diseño del sitio web para promocionar los servicios de relaciones públicas que ofrece la empresa -UP Relaciones Públicas- ya que ayudarán a resaltar su creatividad e la innovación. Dichas imágenes se utilizarán para presentar y acompañar la información de forma atractiva. Esto facilitará captar la atención de los clientes, diferenciarse de la competencia y demostrar el compromiso de la empresa -UP Relaciones Públicas- por mantenerse a la vanguardia.

Tendencia de Pies de Página y Títulos de Gran Tamaño

Dicha tendencia de diseño se utilizará para crear una legibilidad y jerarquía visual adecuada para el contenido del sitio web de la empresa -UP Relaciones Públicas-.

Los títulos de gran tamaño resaltarán los puntos clave de los servicios ofrecidos, facilitando una comprensión rápida, mientras que los pies de página incluirán información de contacto y enlaces importantes, asegurando un fácil acceso a detalles cruciales de la empresa -UP Relaciones Públicas-, lo que aportará un aspecto profesional al sitio web.

Tendencia de Imágenes de Gran Tamaño

Dicha tendencia de diseño se utilizará en el diseño del sitio web para la empresa -UP Relaciones Públicas-, para crear un impacto visual duradero. Las imágenes se utilizarán de manera estratégica para captar rápidamente la atención de los visitantes, facilitando una comprensión inmediata del valor de los servicios de relaciones públicas ofrecidos por la empresa -UP Relaciones Públicas-.

Tendencia de Bento Grid

Se utilizará la tendencia de diseño de retículas Bento para organizar la información de forma clara y atractiva del sitio web para la empresa -UP Relaciones Públicas-, lo que facilitará la navegación y la comprensión de los usuarios. Estas retículas permitirán equilibrar el contenido visual y de texto, creando una jerarquía visual efectiva, ayudando a los clientes actuales y potenciales a encontrar rápidamente la información que necesitan y en general, creando una experiencia agradable.

Tendencia de Degradados

Se utilizarán degradados en el diseño del sitio web para la empresa -UP Relaciones Públicas-, para crear fondos modernos y atractivos que atraigan la atención de los usuarios. Los degradados de color permitirán resaltar secciones importantes, atraer la atención hacia el contenido y agregarán profundidad y dinamismo al diseño en general.

Conceptualización

La conceptualización servirá de referencia para la elaboración de todos los elementos que irán colocados en el proyecto del diseño de un sitio web para dar a conocer a clientes reales y potenciales los servicios de relaciones públicas que ofrece la empresa -UP Relaciones Públicas-.

Método

Mapas Mentales. La técnica creativa “Mapas mentales” fue creada por Tony Buzan, “investigador en el campo de la inteligencia y presidente de la Brain Foundation”. Es usada principalmente para explorar un problema y generar ideas, permitiendo obtener diferentes puntos de vista o perspectivas de este. (Neuronilla, 2008).

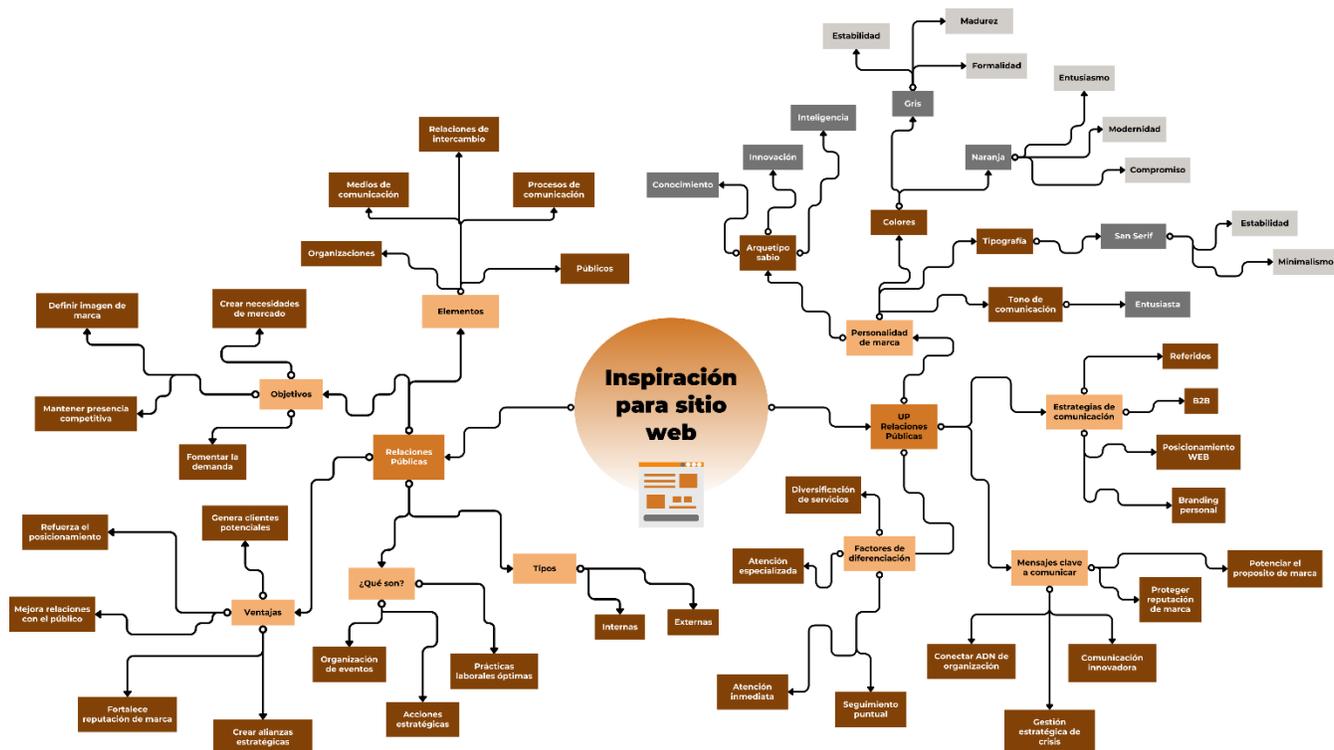
Los mapas mentales funcionan de la siguiente forma:

- Paso 1: Se toma una hoja o documento y se coloca la idea o tema principal en el centro esté. Puede utilizarse una imagen y/o palabras clave.
- Paso 2: Se dibujan” ramas” que emergen del centro, reflejando los subtemas o categorías principales relacionadas con el tema principal. Se utilizan palabras clave y/o imágenes en cada una.
- Paso 3: Posteriormente, estas ramas primarias se dividen en más subtemas o categorías secundarias, las cuales detallan elementos específicos de las principales. De igual forma, se utilizan palabras clave, frases cortas o una representación visual.
- Paso 4: Se forma una estructura nodal con los temas y subtemas, permitiendo explorar todas las posibilidades y puntos de vista del problema o tema central. (Neuronilla, 2008).

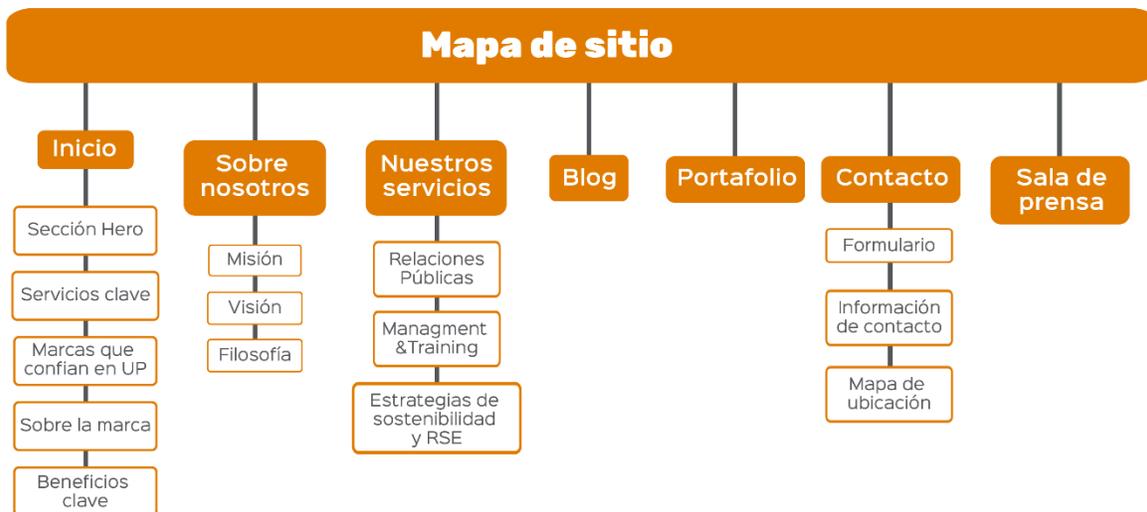
Definición del concepto

Para el proyecto: Diseño de un sitio web para dar a conocer a clientes reales y potenciales los servicios de relaciones públicas que ofrece la empresa -UP Relaciones Públicas-, se aplicó la técnica de creatividad titulada Mapas mentales. Se desarrollaron los siguientes pasos:

- Paso 1: Se colocó la problemática principal “Inspiración para sitio web”, en el centro de la hoja.
- Paso 2: Partiendo del centro, se dibujaron dos flechas a los lados, cada una con los temas principales, los cuales son: Relaciones Públicas y UP Relaciones Públicas.
- Paso 3: Los temas principales se dividieron en temas secundarios, con el fin de expandir los temas principales y obtener conceptos clave.
- Paso 4: Finalmente, los temas secundarios se ramificaron en otros subtemas, con el fin de expandir y detallar los conceptos clave, creando una estructura nodal con definiciones relevantes, que facilitarían definir la frase de inspiración.



Mapa de sitio



De la aplicación de la técnica creativa se llegó a la conclusión que el concepto de diseño se basará en la frase **“Expertos en conectar”**.

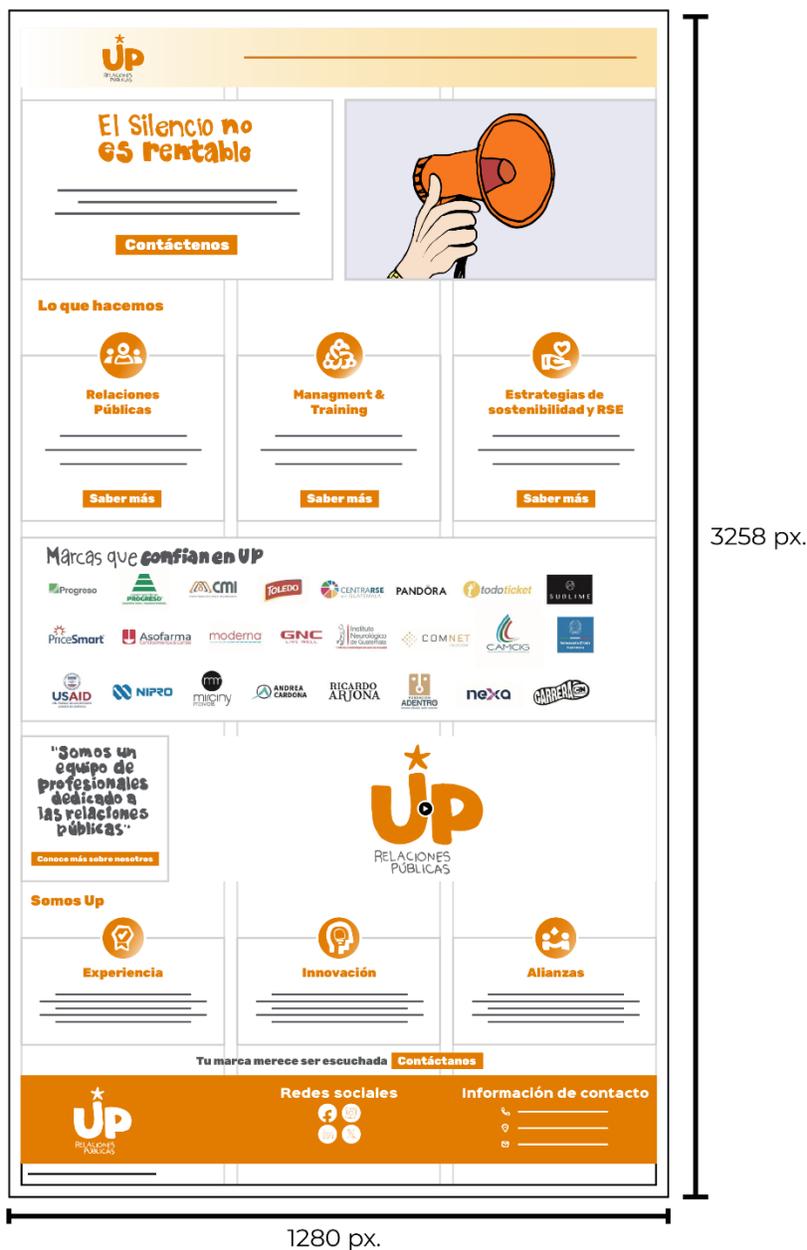
Dicha frase parte del mensaje clave que la empresa -UP Relaciones Públicas- comunica, que es conectar con el ADN de sus clientes con sus públicos, lo cual es una función importante y fundamental dentro de las relaciones públicas, ya que se busca que las empresas formen relaciones bilaterales con sus públicos, tanto internos como externos.

La frase denota que la empresa -UP Relaciones Públicas- es la indicada para crear conexiones efectivas y estratégicas para sus clientes y sus públicos, debido a la experiencia y amplitud de conocimientos que poseen.

Está frase se usará únicamente como fuente de inspiración para el proyecto.

Bocetaje

Página #1 Inicio. Cuenta con las siguientes secciones: a) Sección Hero; b) Servicios Clave; c) Marcas que Confían en UP; d) Sobre la Marca y e) Beneficios Clave. Tamaño estimado: 1280 * 3258 px.



Ver proceso de bocetaje en Anexo IV.

Página #2 Sobre Nosotros. Cuenta con las siguientes secciones: a) Misión; b) Visión y c) Filosofía. Tamaño estimado: 1280 * 1959 px.



Página #3 Nuestros Servicios. Cuenta con las siguientes secciones: a) Relaciones Públicas; b) Management and Training; c) Estrategias de Sostenibilidad y RSE. Tamaño Estimado: 1280 * 2614 px.

The wireframe layout for page #3 is structured as follows:

- Header:** Features the logo 'Up RELACIONES PÚBLICAS' in the top left corner.
- Section 1:** Titled 'Nuestros Servicios' in orange, followed by a horizontal line and a text area.
- Section 2:** Titled 'Relaciones Públicas' in orange, with a text area on the left and an illustration of a handshake on the right.
- Section 3:** Titled 'Management & Training' in orange, with an illustration of a laptop on the left and a text area on the right.
- Section 4:** Titled 'Estrategias de Sostenibilidad y Rse' in orange, with a text area on the left and an illustration of a green building with yellow leaves on the right.
- Footer:** A dark orange bar containing the 'Up RELACIONES PÚBLICAS' logo on the left, 'Redes sociales' with social media icons in the center, and 'Información de contacto' with contact icons on the right.

Dimensions: 1280 px (width) and 2614 px (height).

1280 px.

Página #4 Blog. Esta desplegará artículos redactados por la empresa -Up Relaciones Públicas- sobre temas de relaciones públicas. Tamaño estimado: 1280 * 1843 px.

The wireframe shows a blog page layout with a header, a main content area with six article cards, and a footer. The header features the 'Up' logo and the text 'RELACIONES PÚBLICAS'. The main content area is titled 'Nuestro Blog' and contains six article cards arranged in a 2x3 grid. Each card includes an illustration, a title, a short text block, and a 'Leer más' button. The footer contains the 'Up' logo, social media icons for Facebook, Instagram, LinkedIn, and Twitter, and contact information fields for phone, email, and address.

UP
RELACIONES PÚBLICAS

Nuestro Blog



El impacto de la IA en las relaciones públicas

Leer más



Stakeholders y su impacto en la Comunicación Interna: clave para el éxito organizacional

Leer más



El papel estratégico de las Relaciones Públicas en la comunicación interna: creando cultura y compromiso

Leer más



La revolución de la digitalización 4.0 en la comunicación interna.

Leer más



¿Qué es el marketing omnicanal?

Leer más



El Podcast como herramienta estratégica en marketing

Leer más

UP
RELACIONES PÚBLICAS

Redes sociales

Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter

Información de contacto

Phone, Email, Address

1843px.

1280 px.

Página #5 Portafolio. Muestra los proyectos de clientes exitosos. Tamaño estimado:
1280 * 2211 px.

The wireframe shows a portfolio page for 'UP Relaciones Públicas'. At the top left is the logo 'UP RELACIONES PÚBLICAS'. Below it is the main heading 'Nuestro Portafolio'. A horizontal menu contains five categories: 'Todos', 'Relaciones Públicas', 'Management & Training', 'Responsabilidad social empresarial', and 'Marketing experiencial'. The main content area is a 3x2 grid of project cards. Each card features an illustration, a title, and a right-pointing arrow. The cards are: 1. 'Helénico, Restaurante de alta cocina griega en Guatemala, abre sus puertas en Décima Plaza' (with a building illustration). 2. 'Concacaf Albergó la segunda edición de Concacaf Access en Guatemala' (with a group of people illustration). 3. 'GNC Neuro Run 12' (with a group of people illustration). 4. 'Recinos Inédito' (with a group of people illustration). 5. 'MABE lanza su nueva línea de productos' (with a group of people illustration). 6. 'AI Frente Summit 2022' (with a person and abstract shapes illustration). The footer is an orange bar with the 'UP' logo on the left, 'Redes sociales' with icons for Facebook, Instagram, and LinkedIn in the center, and 'Información de contacto' with icons for phone, location, and email on the right.

2211px.

1280 px.

Página #6 Contacto. Presenta las siguientes secciones: a) Formulario; b) Información de Contacto y c) Mapa de Ubicación. Tamaño estimado: 1280 * 1265 px.



Página #7 Sala de Prensa. Muestra los comunicados de prensa de clientes de la empresa.

Tamaño estimado: 1280 * 1914 px.

The image shows a wireframe of a press room webpage. At the top left is the logo for 'UP RELACIONES PÚBLICAS'. The main heading is 'Nuestra Sala de prensa'. Below this are four news items, each with a title, a 'Leer más' button, and a representative image. The footer contains social media icons and contact information fields.

UP
RELACIONES PÚBLICAS

Nuestra Sala de prensa

"Cenas Atípicas" el nuevo menú de Pollo Brujo que sorprende a los guatemaltecos

[Leer más](#)

Rita brilla en premier oficial en Guatemala y abre sus alas

[Leer más](#)

Cementos Progreso presenta "Una mirada Clara a la sostenibilidad" y revela a su nueva embajadora creada con inteligencia artificial

[Leer más](#)

Cementos Progreso Holdings, S.L. anuncia su expansión a República Dominicana, consolidando su liderazgo en la industria regional.

[Leer más](#)

UP
RELACIONES PÚBLICAS

Redes sociales

Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter

Información de contacto

Phone, Email, Address

1280 px.

1914 px.

Proceso de Digitalización

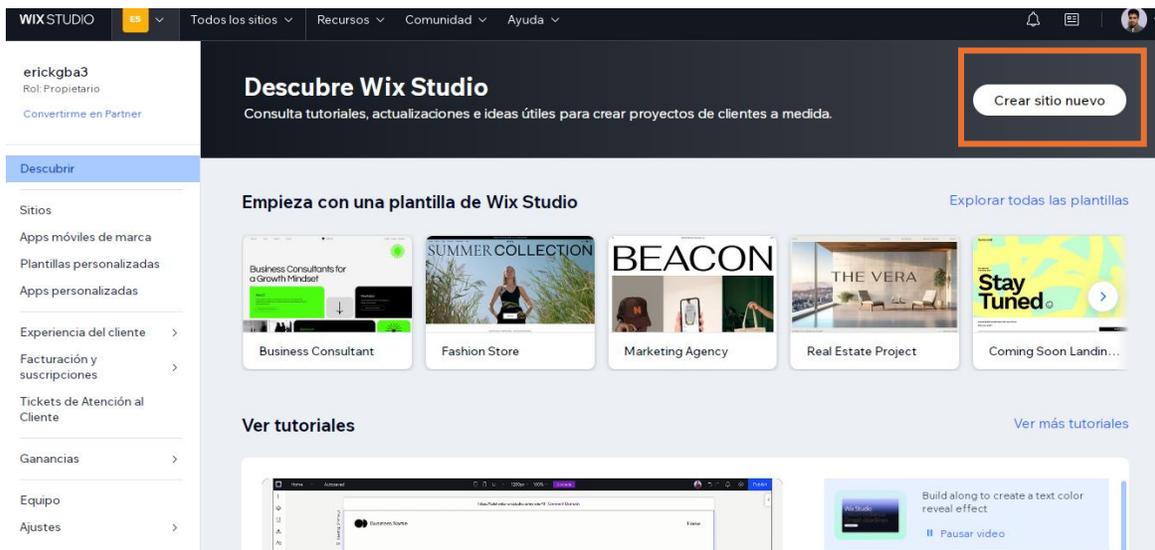
Paso 1

Se abrió una cuenta en Wix Studio, utilizando el correo electrónico.



Paso 2

Una vez iniciada sesión, se creó un sitio nuevo.



Paso 3

Una vez creado un sitio web nuevo, se eligió la opción de comenzar en un lienzo en blanco.

 WIX STUDIO

Elige cómo diseñar tu sitio de Wix Studio

Comenzar con un lienzo en blanco

Convierte tus ideas en diseños de alta calidad.



Usar una plantilla

Creando un sitio para tu cliente a partir de un diseño adaptativo.

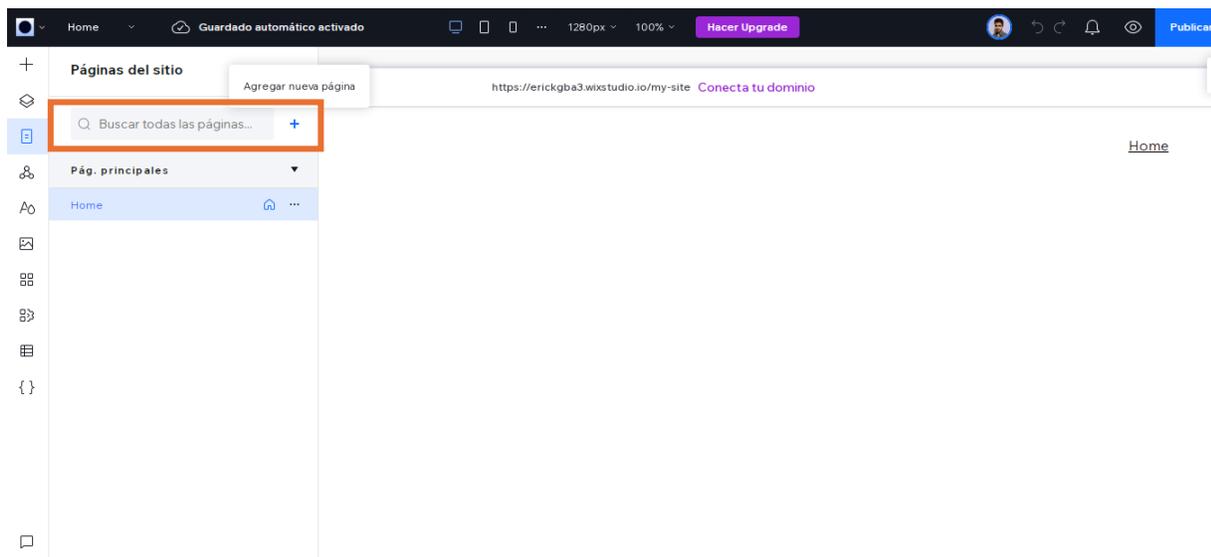


[Crear en el Editor de Wix](#)



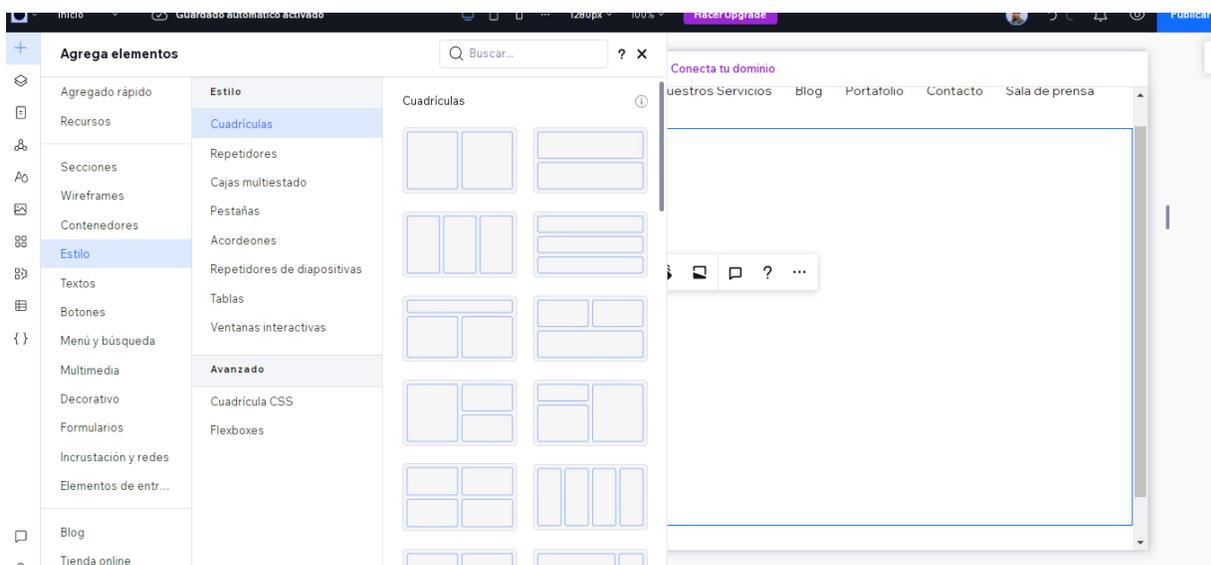
Paso 4

Una vez creado un lienzo en blanco, se procedió a agregar las páginas correspondientes que conforman el sitio web.



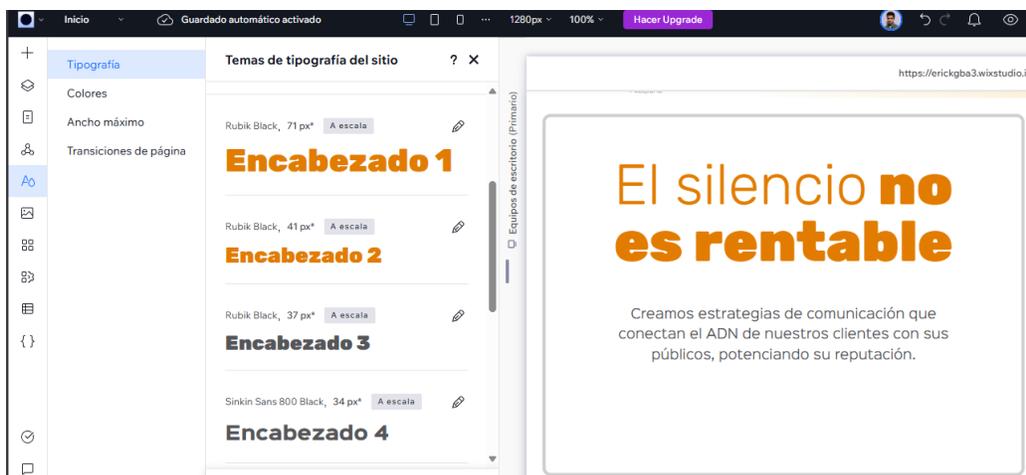
Paso 5

Una vez establecidas cada una de las páginas, se crearon las secciones dentro de la página, con sus cuadrículas correspondientes, basadas en los bocetos realizados.



Paso 6

Una vez establecidas las secciones, se procedió a agregar los bloques de texto con la información correspondiente. Para facilitar el proceso, se establecieron los estilos, tanto de encabezados, como de párrafo, con los colores y fuentes tipográficas delimitadas con anterioridad.



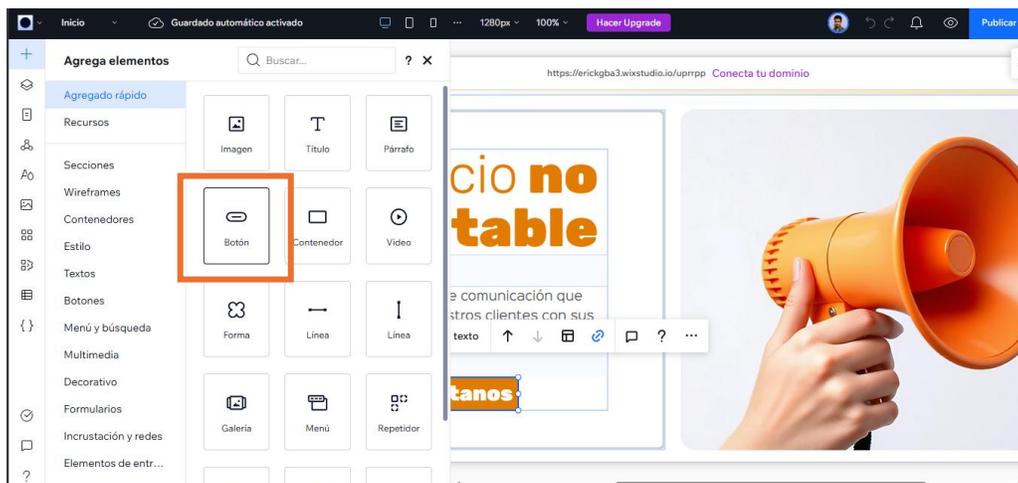
Paso 7

Luego de agregar los textos correspondientes, se procedió a agregar los iconos e imágenes correspondientes.



Paso 8

Luego de agregar el contenido visual, se procedió a agregar los botones de llamado a la acción y de redes sociales y a configurarlos con el diseño correspondiente. Se repitieron los pasos 5 al 8 con las páginas restantes.



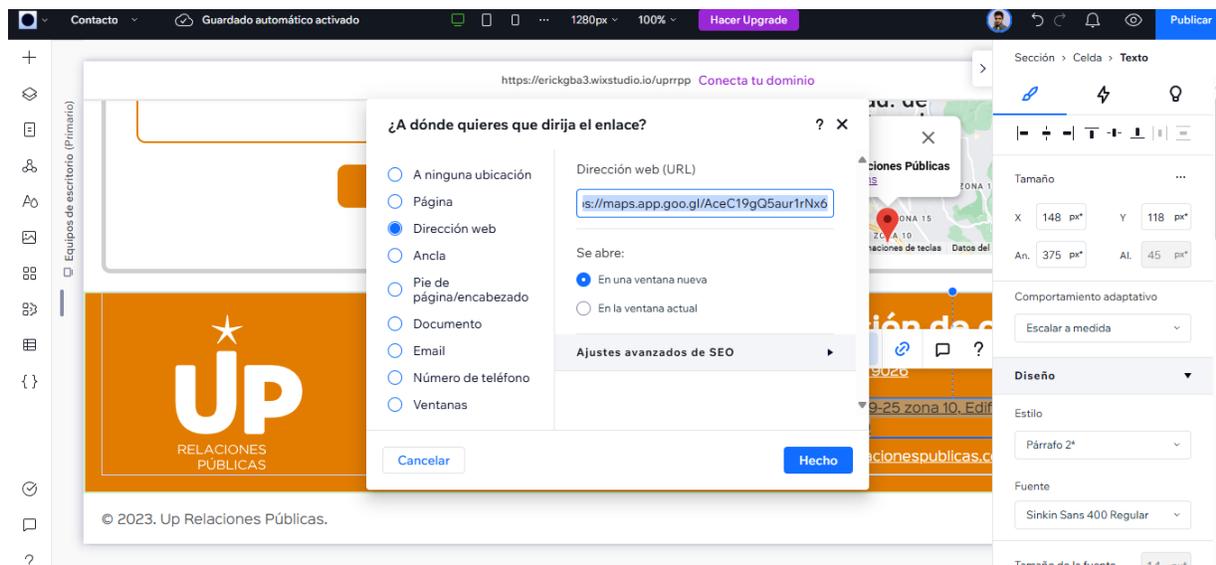
Paso 9

Una vez agregados todos los elementos en las páginas, se animaron cada uno de los botones de llamado a la acción, las secciones, así como los enlaces para redes sociales e información de contacto.



Paso 10

Por último, se configuraron los enlaces correspondientes que dirigirán a los usuarios a los sitios de interés como redes sociales, los medios de contacto y las secciones dentro del mismo sitio.



Propuesta Preliminar

Página #1 Inicio

Cuenta con las siguientes secciones: a) Sección Hero; b) Servicios Clave; c) Marcas que Confían en UP; d) Sobre la Marca y e) Beneficios Clave. Tamaño: 1280 * 3258px.

Creado con **WIX**.COM

Inicio Sobre Nosotros Nuestros Servicios Portafolio Blog Contacto Sala de prensa

El silencio **no** es rentable

Creemos estrategias de comunicación que conectan el ADN de nuestros clientes con sus públicos, potenciando su reputación.

Contáctanos

Lo que hacemos

Relaciones Públicas

Establecemos relaciones positivas y perdurables con las diferentes audiencias a través de ideas y herramientas de comunicación innovadoras.

Saber más

Management & Training

Conectamos a los ejecutivos y a sus empresas con expertos, potenciando así sus habilidades personales y profesionales de una forma integral.

Saber más

Estrategias de Sostenibilidad y RSE

A ayudamos a realizar acciones que se desembolquen en un compromiso con la Responsabilidad Social Empresarial.

Saber más

Marcas que **confían en UP**

Progreso, INECUADOR, CMI, JOLDO, CENTARSE, PANDORA, todoticket, SUSTENTABLE, PricerSmart, Asofarma, moderna, GNC, Instituto Neurologico de Colombia, COMNET, GARCIG, USAID, NIPRO, micrny, ANDREA CAROLINA, RICARDO ARJONA, ADETRO, nexa, CARRETERA

"Somos un equipo de profesionales dedicado a las relaciones públicas".

Conoce más sobre nosotros

UP

RELACIONES PÚBLICAS

Somos Up

Experiencia

Creamos experiencias inolvidables desde hace más de 15 años, porque las empresas más elegidas son las que dejan una marca en su público y eso es lo que logran nuestros clientes.

Innovación

Conectamos con el ADN de tu organización y tu comunicación de forma innovadora. Acompañamos tu propósito y lo potenciamos, potenciando la reputación de tu marca, asegurando la mejor estrategia en tiempos de crisis.

Alianzas

Proponemos alianzas para que tus proyectos tengan legs. Somos expertos en promover el desarrollo y crecimiento de la región por medio de alianzas de alto impacto para los negocios y beneficios de las compañías.

Tu marca merece ser escuchada **Contáctanos**

UP RELACIONES PÚBLICAS

Redes sociales

Información de contacto

+502 2502 8026

18 avenida 19-25 zona 19, Edificio Torre II, Oficina 1009

hola@relacionespublicas.com

© 2023 Up Relaciones Públicas.

Página #2 Sobre Nosotros

Presenta las siguientes secciones: a) Misión; b) Visión y c) Filosofía. Tamaño: 1280 * 1959 px.

Creado con WIXSTUDIO



- [Inicio](#)
- [Sobre Nosotros](#)
- [Nuestros Servicios](#)
- [Portafolio](#)
- [Blog](#)
- [Contacto](#)
- [Sala de prensa](#)

Sobre **Nosotros**

La confianza y la honestidad de nuestras acciones están marcadas por la ética y la integridad. Somos transparentes y leales en forma mutua con los clientes, colaboradores y aliados.





Misión

Crear y brindar las estrategias necesarias para que las empresas alcancen sus objetivos con los públicos de interés.



Visión

Ser efectivos en nuestra tarea de comunicar para generar Relaciones Públicas de manera responsable e impactar de manera positiva en la sociedad y el medio ambiente, mejorando así el mundo en el que vivimos.



Nuestra Filosofía

Respetamos la dignidad humana y somos responsables con nuestro rol en la sociedad y con el ambiente. Hacemos de nuestro trabajo una pasión y lo vivimos con alegría para entregar con excelencia cada uno de los resultados con los que nos comprometemos.





Redes sociales



Información de contacto

+502) 2507 9026

16 avenida 19-25 zona 10, Edificio Torino II,
Oficina 1009

hola@uprelacionespublicas.com

© 2023. Up Relaciones Públicas.

Página #3 Nuestros Servicios

Cuenta con las siguientes secciones: a) Relaciones Públicas; b) Management and Training; c) Estrategias de Sostenibilidad y RSE. Tamaño: 1280 * 2614 px.

Creado con WIXSTUDIO


Inicio Sobre Nosotros Nuestros Servicios Portafolio Blog Contacto Sala de prensa

Nuestros Servicios

A continuación te presentamos nuestros principales campos de acción.

Relaciones Públicas

- Establecemos relaciones positivas y perdurables con las diferentes audiencias, a través de ideas y herramientas de comunicación innovadoras.
- Brindamos una gestión profesional al aportar soluciones diferentes y precisas ante situaciones de crisis que puedan impactar la reputación de nuestros clientes.
- Desarrollamos estrategias y planes de comunicación que abarcan a todos los stakeholders de la compañía.
- Somos expertos en el manejo de crisis y la generación de networking.





Management & Training

Conectamos a los ejecutivos y a sus empresas con expertos, potenciando así sus habilidades personales y profesionales de una forma integral. Esto se traduce en beneficios para la empresa, la sociedad y todos los seres humanos en general.

Somos especialistas en:

- Coaching.
- Neurociencias.
- Speakers.
- Consultoría Empresarial.
- Talleres y Entrenamientos.

Estrategias de Sostenibilidad y Rse

A ayudamos a realizar acciones que se desemboquen en un compromiso con la Responsabilidad Social Empresarial.

Todos queremos un mundo mejor, con personas mejores y hacer que nuestro trabajo genere valor, por lo que ayudamos a las marcas a generar un mayor impacto a nivel interno y externo a través de estas acciones responsables.





Redes sociales



Información de contacto

+5021 2507 9026

16 avenida 19-25 zona 10, Edificio Torino II, Oficina 1009

hola@uorelacionespublicas.com

© 2023. Up Relaciones Públicas.

Página #4 Portafolio

Muestra los proyectos de clientes exitosos. Tamaño: 1280 * 2211 px.

Creado con WIXSTUDIO


Inicio Sobre Nosotros Nuestros Servicios Portafolio Blog Contacto Sala de prensa

Nuestro Portafolio

Algunos de los proyectos y eventos en los que hemos podido participar y crear experiencias de marketing innovadoras.

Todos
Relaciones Públicas
Management & Training
Responsabilidad social empresarial
Marketing Experiencial



Helénico, Restaurante de alta cocina griega en Guatemala, abre sus puertas en Décima Plaza



Concacaf Albergó la segunda edición de Concacaf Access en Guatemala



GNC Neuro Run 12



Recinos Inédito



MABE lanza su nueva línea de productos



AI Frente Summit 2022



RELACIONES PÚBLICAS

Redes sociales



Información de contacto

(+502) 2507 9026

16 avenida 19-25 zona 10, Edificio Torino II, Oficina 1009

hola@uprelacionespublicas.com

© 2023. Up Relaciones Públicas.

Página #5 Blog

Despliega artículos redactados por la empresa -Up Relaciones Públicas- sobre temas de relaciones públicas. Tamaño: 1280 * 1843 px.

Creado con WIXSTUDIO



- [Inicio](#)
- [Sobre Nosotros](#)
- [Nuestros Servicios](#)
- [Portafolio](#)
- [Blog](#)
- [Contacto](#)
- [Sala de prensa](#)

Nuestro Blog

Conoce todo acerca del mundo de las Relaciones Públicas y la Comunicación.



El impacto de la IA en las relaciones públicas

La inteligencia artificial (IA) está cambiando rápidamente el panorama de las relaciones públicas.

[Leer Más](#)



Stakeholders y su impacto en la Comunicación Interna: clave para el éxito organizacional

La comunicación interna efectiva es fundamental para construir y mantener la confianza entre los empleados y la dirección.

[Leer Más](#)



El papel estratégico de las Relaciones Públicas en la comunicación interna: creando cultura y compromiso

Las RR.PP. juegan un papel estratégico en la creación de cultura organizacional y el fomento del compromiso de los empleados.

[Leer Más](#)



La revolución de la digitalización 4.0 en la comunicación interna

Con la disrupción en las tecnologías y las nuevas tendencias de difusión, es imperante evolucionar en todos los aspectos de las empresas, siendo un elemento clave la comunicación interna.

[Leer Más](#)



¿Qué es el marketing omnicanal?

La omnicanalidad ha surgido como una estrategia clave para proporcionar experiencias cohesivas y efectivas.

[Leer Más](#)



El Podcast como herramienta estratégica en marketing

El podcast ha emergido como una poderosa herramienta que no solo permite comunicaciones directas y personales en audiencias específicas, también ha sido un frente para mejorar y fortalecer la imagen de una marca efectiva.

[Leer Más](#)



Redes sociales



Información de contacto

(+502) 2507 9026

16 avenida 19-25 zona 10, Edificio Torino II, Oficina 1009

hola@uprelacionespublicas.com

© 2023. Up Relaciones Públicas.

Página #6 Contacto

Presenta las siguientes secciones: a) Formulario; b) Información de Contacto y c) Mapa de Ubicación. Tamaño: 1280 * 1265 px.

Creado con WIXSTUDIO



- [Inicio](#)
- [Sobre Nosotros](#)
- [Nuestros Servicios](#)
- [Portafolio](#)
- [Blog](#)
- [Contacto](#)
- [Sala de prensa](#)

Contacto

Estamos emocionados por poder colaborar con tu empresa o proyecto.

Formulario

Nombre completo *

Correo electrónico *

Comentario o mensaje *

[Enviar](#)

Información de contacto

 (+502) 2507 9026

 16 avenida 19-25 zona 10, Edificio Torino II, Oficina 1009

 hola@uprelacionespublicas.com

¿Cómo encontramos?



Mantén pulsada la tecla Ctrl mientras te desplazas para acercar o alejar el mapa



Redes sociales



Información de contacto

 (+502) 2507 9026

 16 avenida 19-25 zona 10, Edificio Torino II, Oficina 1009

 hola@uprelacionespublicas.com

© 2023. Up Relaciones Públicas.

Página #7 Sala de Prensa

Muestra los comunicados de prensa de clientes de la empresa. Tamaño: 1280 * 1914 px.

Creado con WIXSTUDIO


Inicio Sobre Nosotros Nuestros Servicios Portafolio Blog Contacto Sala de prensa

Nuestra Sala de Prensa

“Cenas Atípicas” el nuevo menú de Pollo Brujo que sorprende a los guatemaltecos

Leer Más



Rita brilla en premier oficial en Guatemala y abre sus alas

Leer Más



Cementos Progreso presenta “Una mirada Clara a la sostenibilidad” y revela a su nueva embajadora creada con inteligencia artificial

Leer Más



Cementos Progreso Holdings, S.L. anuncia su expansión a República Dominicana, consolidando su liderazgo en la industria regional

Leer Más





Redes sociales



Información de contacto

+502) 2507 9026

16 avenida 19-25 zona 10, Edificio Torino II, Oficina 1009

hola@uprelacionespublicas.com

© 2023. Up Relaciones Públicas.

Ver propuesta gráfica final en el siguiente enlace: <https://erickgba3.wixstudio.io/uprrpp>

Capítulo VIII: Validación Técnica

Capítulo VIII: Validación Técnica

Al concluir la propuesta preliminar del Diseño de un sitio web para dar a conocer a clientes reales y potenciales los servicios de relaciones públicas que ofrece la empresa -UP Relaciones Públicas-, se iniciará el proceso de validación técnica, presentando el proyecto al cliente, expertos y al grupo objetivo. La herramienta de validación consistirá en encuestas personales, las cuales incluirán preguntas cerradas y una escala de calificación basada en la escala de Likert.

Las encuestas se llevarán a cabo de manera virtual utilizando Google Forms, dirigidas al cliente, al grupo objetivo y a expertos en cuestión.

El enfoque de la investigación es mixto, ya que se combinarán métodos cuantitativos y cualitativos. El enfoque cuantitativo permitirá cuantificar los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los participantes, mientras que el enfoque cualitativo buscará evaluar la percepción de los encuestados respecto a la propuesta de diseño.

Dicha encuesta será de respuesta múltiple y se aplicará al cliente, a cinco (5) personas, hombres y mujeres del grupo objetivo y a seis (6) expertos en el área de comunicación y diseño.

Población y Muestreo

Las encuestas se realizaron a una muestra de 12 personas divididas en tres grupos:

Cliente: Mariana Zavattieri.

Expertos: Profesionales en distintas áreas de la comunicación y el diseño, la publicidad y el diseño web.

- Licenciada Madeline Trinidad.

Profesión: Diseñadora Gráfica.

Puesto: Diseñadora Gráfica Digital.

- Licenciado Luis Matul Andrade.

Profesión: Diseñador Gráfico y Publicista.

Puesto: Encargado de Diseño.

- Licenciada Sucely Rodas.

Profesión: Diseñadora Gráfica.

Puesto: Creative Designer Senior.

- Licenciado Carlos Argueta.

Profesión: Comunicador y Diseñador.

Puesto: Productor Audiovisual.

- Licenciada Andrea Aguilar.

Profesión: Licenciada en Comunicación y Diseño.

Puesto: Catedrática Universitaria.

- Licenciado Christian Rossell.

Profesión: Ing. Sistemas y Ciencias de la Computación.

Puesto: Docente.

Grupo objetivo: Hombres y mujeres que habitan en Ciudad de Guatemala de entre 28 a 38 años, y que mayormente ocupan roles de toma de decisiones en el área de marketing dentro de medianas y grandes empresas.

Ver mensajes enviados a encuestados en Anexo V

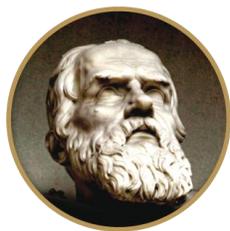
Método e Instrumentos

La herramienta seleccionada para la investigación es la encuesta. Este instrumento implica un proceso mediante el cual se obtienen datos a través de un cuestionario diseñado previamente.

En el marco de la encuesta, se implementará el método de la escala tipo Likert, que es una técnica psicosométrica frecuentemente utilizada en cuestionarios. Esta escala presenta diferentes grados o niveles que reflejan el grado de acuerdo o desacuerdo del encuestado respecto a una afirmación, pregunta o ítem, y los resultados obtenidos serán posteriormente analizados. Este enfoque es de naturaleza cualitativa y genera datos descriptivos.

Además, se incluirán preguntas dicotómicas, donde el encuestado podrá responder con un “sí” o un “no”, según su criterio.

Ver modelo de encuesta en Google Forms en Anexo VI

Modelo de la Encuesta

Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

Facultad de Ciencias de la Comunicación

-FACOM-

Licenciatura en Comunicación y Diseño

Proyecto de graduación

Género F	<input type="checkbox"/>	Experto	<input type="checkbox"/>	Nombre	<input type="text"/>
M	<input type="checkbox"/>	Cliente	<input type="checkbox"/>	Profesión	<input type="text"/>
Edad	<input type="text"/>	Grupo Objetivo	<input type="checkbox"/>	Puesto	<input type="text"/>

Encuesta de Validación del proyecto de:

Diseño de un sitio web para dar a conocer a clientes reales y potenciales los servicios de relaciones públicas que ofrece la empresa -UP Relaciones Públicas-. Guatemala, Guatemala.

Antecedentes

La empresa -UP Relaciones Públicas- fue creada hace 9 años por Mariana Zavattieri, y actualmente se dedica a ofrecer servicios de relaciones públicas.

Durante el ejercicio de practica supervisada, se realizó un diagnóstico con el fin de evaluar la imagen corporativa en línea de la marca, en el cual se identificó que el sitio web no se encontraba en condiciones óptimas, detectándose un diseño visual poco funcional y efectivo, así como un portafolio desactualizado.

Por lo que se ha planteado el objetivo de diseñar un sitio web para dar a conocer a clientes reales y potenciales los servicios de relaciones públicas que ofrece la empresa -UP Relaciones Públicas-.

Instrucciones

Con base a lo anterior, observe la propuesta del prototipo preliminar del sitio web y según su criterio conteste las siguientes preguntas de validación, colocando una “X” en los espacios en blanco.

Parte Objetiva:

1. ¿Considera usted necesario diseñar un sitio web para dar a conocer a clientes reales y potenciales los servicios de relaciones públicas que ofrece la empresa -UP Relaciones Públicas-?

Si ____ No ____

2. ¿Considera importante recopilar información esencial de la empresa -UP Relaciones Públicas-, para que sea incluida en el diseño del sitio y se facilite su accesibilidad al usuario?

Si ____ No ____

3. ¿Considera adecuado investigar términos, conceptos, teorías y tendencias de diseño relacionados con el desarrollo de sitios web a través de fuentes bibliográficas que sustenten científicamente la propuesta del diseño de un sitio web que será visitado por el grupo objetivo?

Si ____ No ____

4. ¿Considera consistente utilizar la plataforma Wix para crear el prototipo del sitio web de la empresa -UP Relaciones Públicas-?

Si ____ No ____

Parte Semiológica:

5. En el diseño propuesto, se han utilizado los colores corporativos de la empresa, los cuales son el naranja, que se asocia con la creatividad y el dinamismo; el gris, asociado al profesionalismo y seriedad; y blanco, representando la transparencia y simplicidad. Teniendo en cuenta estas connotaciones, ¿considera adecuada la aplicación de colores dentro del prototipo del sitio web?

Muy adecuada ___ Poco adecuada ___ Nada adecuada ___

6. ¿Cree que la tipografía usada es apropiada para un grupo objetivo compuesto por hombres y mujeres guatemaltecos de entre 28 a 38 años, y que mayormente ocupan roles de toma de decisiones en el área de marketing dentro de las empresas?

Muy apropiada ___ Poco apropiada ___ Nada apropiada ___

7. ¿Los iconos y fotografías de la propuesta gráfica son comprensibles con relación a los temas que complementan?

Muy comprensibles ___ Poco comprensibles ___ Nada comprensibles ___

Parte Operativa:

8. Considera que la tipografía utilizada en el diseño del sitio web es:

Muy legible ___ Poco legible ___ Nada legible ___

9. ¿Cree visibles los botones y gráficos adicionales en la propuesta gráfica presentada?

Muy visibles ___ Poco visibles ___ Nada visibles ___

10. Según su criterio ¿El tamaño virtual de la propuesta es ideal para ser visto en dispositivos móviles?

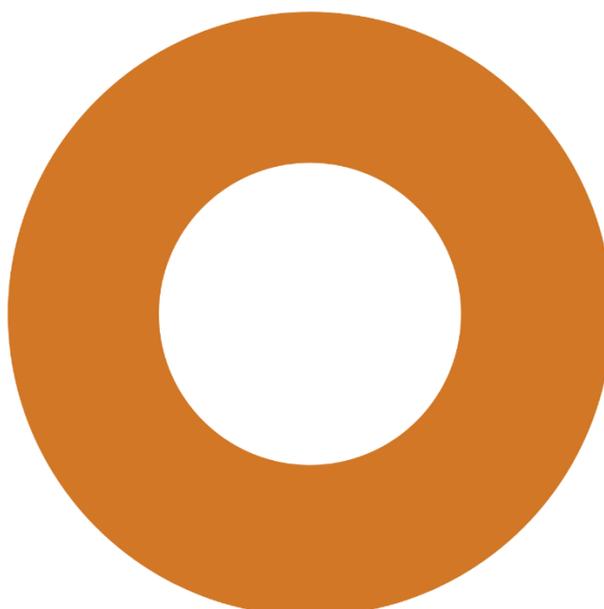
Si ___ No ___

De antemano se agradece la atención y el tiempo brindado para contestar esta encuesta. Si en caso usted tiene alguna sugerencia, comentario o crítica personal puede hacerlo en el siguiente espacio:

Resultados e Interpretación de Resultados

Parte Objetiva:

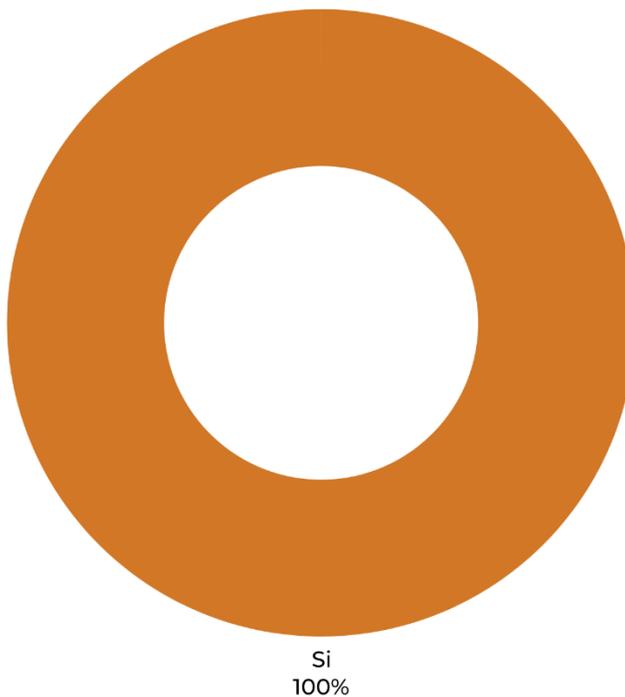
1. ¿Considera usted necesario diseñar un sitio web para dar a conocer a clientes reales y potenciales los servicios de relaciones públicas que ofrece la empresa -UP Relaciones Públicas-?



Si
100%

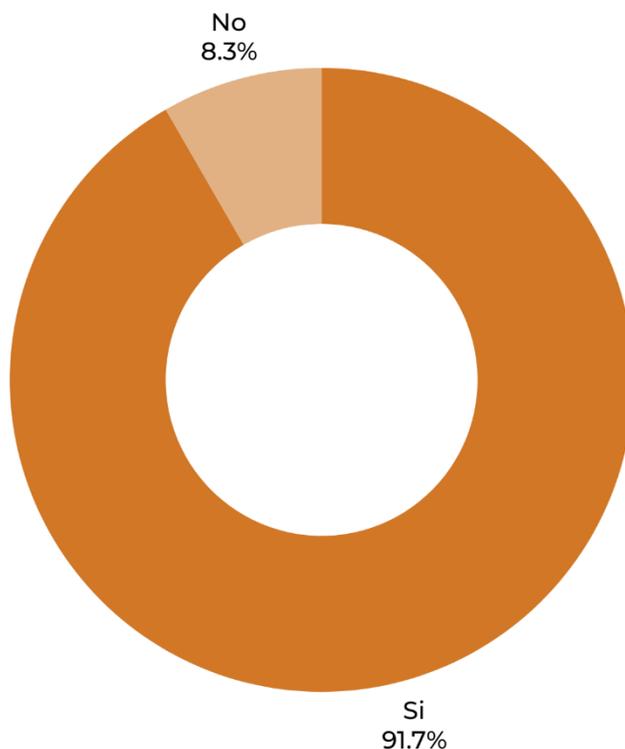
Interpretación. El 100% de los encuestados indican que es necesario diseñar un sitio web para dar a conocer a clientes reales y potenciales los servicios de relaciones públicas que ofrece la empresa -UP Relaciones Públicas-, mientras que no hubo respuestas negativas a la pregunta (0%). En consecuencia, esto evidencia que la elaboración del material es fundamental para la transmisión efectiva de dicha información.

2. ¿Considera importante recopilar información esencial de la empresa -UP Relaciones Públicas-, para que sea incluida en el diseño del sitio y se facilite su accesibilidad al usuario?



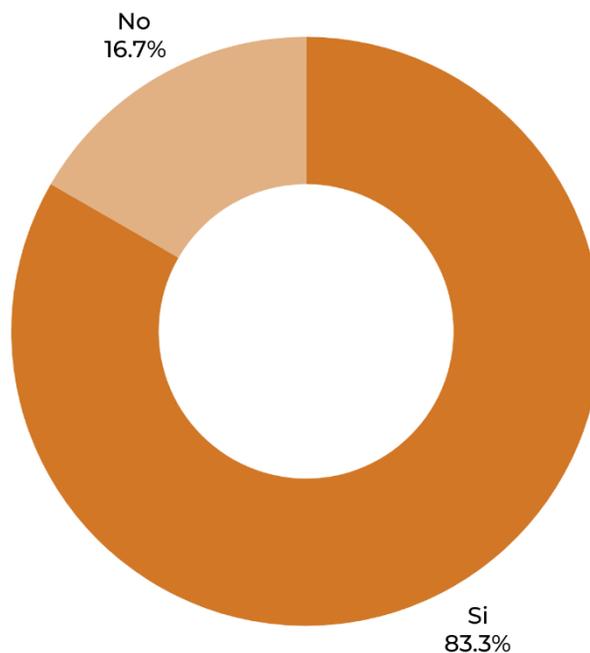
Interpretación. Un 100% de los encuestados ve esencial recopilar información clave de la empresa para incluirla en el diseño del sitio web, mientras que no hubo respuestas negativas a la pregunta (0%). Esto demuestra una evidente inclinación hacia la importancia de contar con información que sea clara y accesible para el usuario.

3. ¿Considera adecuado investigar términos, conceptos, teorías y tendencias de diseño relacionados con el desarrollo de sitios web a través de fuentes bibliográficas que sustenten científicamente la propuesta del diseño de un sitio web que será visitado por el grupo objetivo?



Interpretación. El 91.7% de los encuestados considera adecuado investigar términos, conceptos, teorías y tendencias de diseño que sustenten científicamente el diseño del sitio web, mientras que un 8.3% consideran lo contrario. Esto indica que la mayoría valora un enfoque de diseño fundamentado en la teoría.

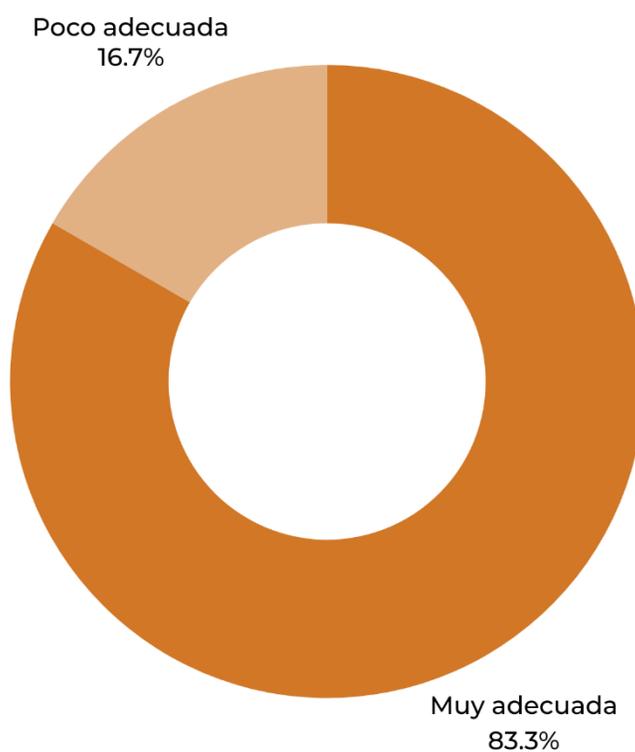
4. ¿Considera consistente utilizar la plataforma Wix para crear el prototipo del sitio web de la empresa -UP Relaciones Públicas-?



Interpretación. El 83.3% de los encuestados considera consistente la utilización de la plataforma Wix para crear el prototipo del sitio web, mientras que un 16.7% la considera poco consistente. Esto indica que la mayoría considera a Wix como una plataforma tanto accesible como eficiente para el desarrollo del sitio web.

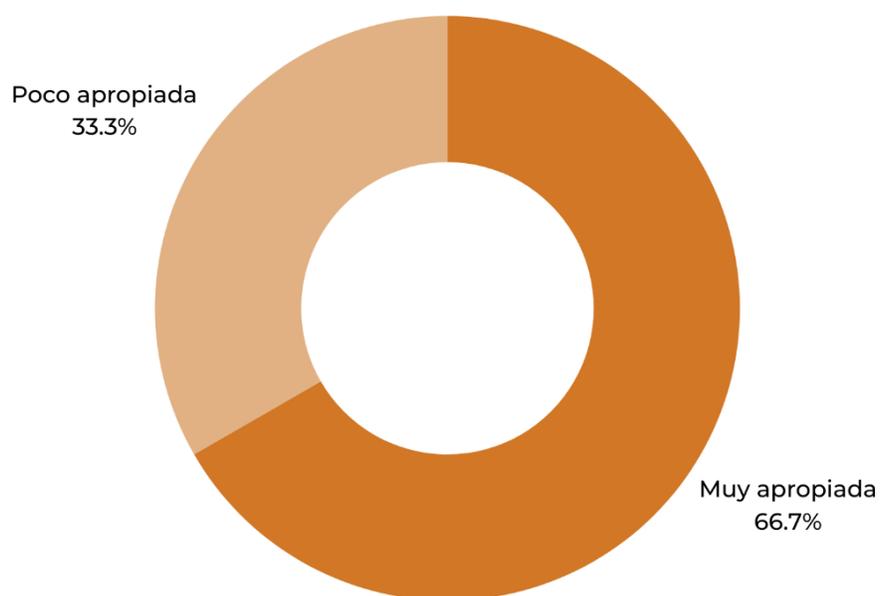
Parte Semiológica:

5. En el diseño propuesto, se han utilizado los colores corporativos de la empresa, los cuales son el naranja, que se asocia con la creatividad y el dinamismo; el gris, asociado al profesionalismo y seriedad; y blanco, representando la transparencia y simplicidad. Teniendo en cuenta estas connotaciones, ¿considera adecuada la aplicación de colores dentro del prototipo del sitio web?



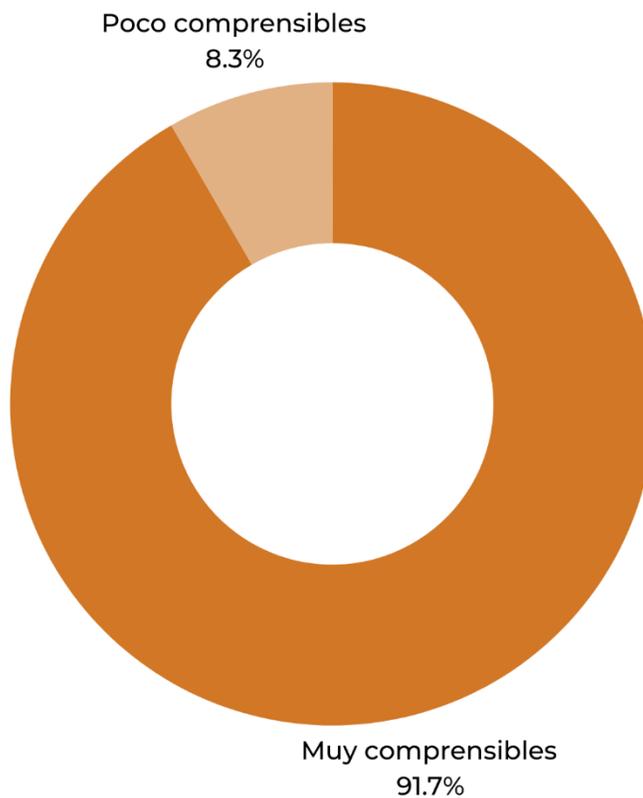
Interpretación. El 83.3% de los encuestados considera muy adecuada la aplicación de los colores corporativos (naranja, gris y blanco) en el diseño del sitio web, mientras que un 16.7% opina que su aplicación es poco adecuada. Esto quiere decir que la aplicación de estos colores refuerza la identidad visual de la empresa efectivamente.

6. ¿Cree que la tipografía usada es apropiada para un grupo objetivo compuesto por hombres y mujeres guatemaltecos de entre 28 a 38 años, y que mayormente ocupan roles de toma de decisiones en el área de marketing dentro de las empresas?



Interpretación. El 66.7% de los encuestados considera muy apropiada la tipografía utilizada para el grupo objetivo delimitado, mientras que un 33.3% opina lo contrario. Esto indica que, en términos generales, la tipografía se ajusta adecuadamente al grupo objetivo, aunque hay quienes consideran que un estilo diferente podría representar de manera más efectiva la identidad visual de la empresa.

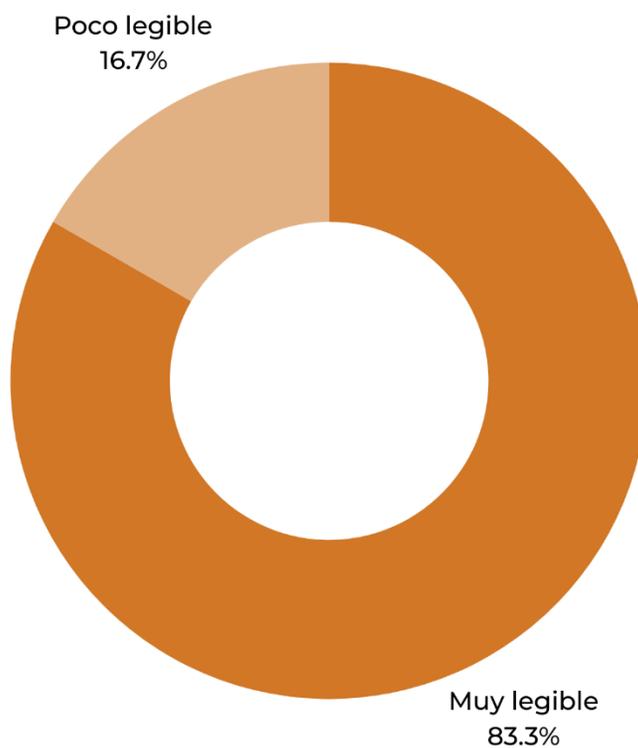
7. ¿Los iconos y fotografías de la propuesta gráfica son comprensibles con relación a los temas que complementan?



Interpretación. El 91.7% de los encuestados percibe los iconos y fotografías como muy comprensibles en relación con los temas que complementan, mientras que un 8.3% no lo considera así. Esto indica que la gran parte de los elementos visuales contribuyen de forma eficaz a la transmisión de información.

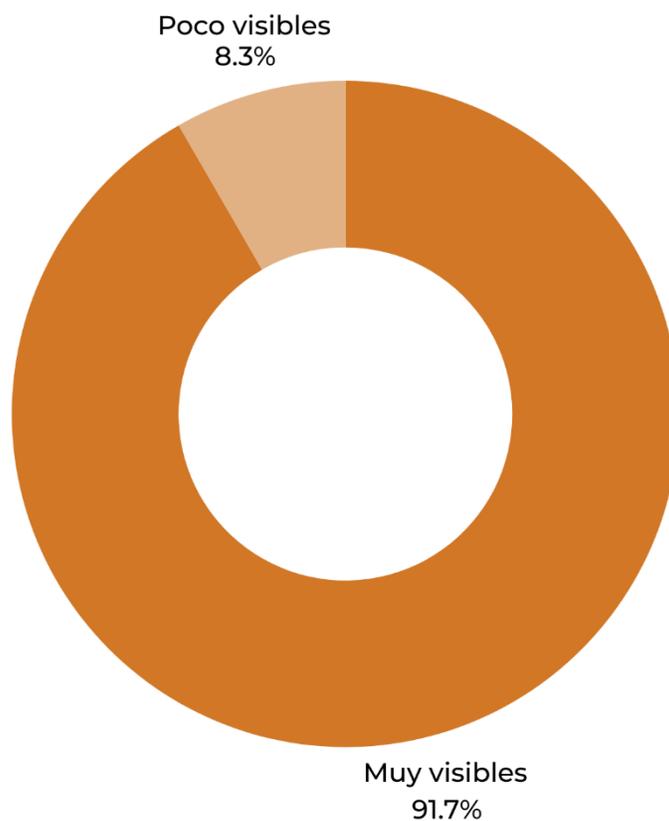
Parte Operativa:

8. Considera que la tipografía utilizada en el diseño del sitio web es:



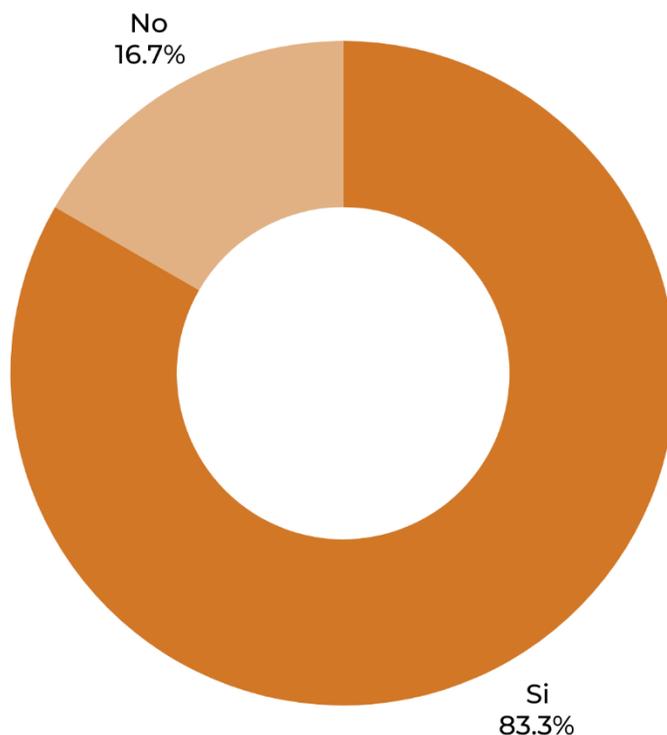
Interpretación. La tipografía utilizada fue percibida como muy legible por el 83.3% de los encuestados, mientras que un 16.7% considera lo contrario. Esto quiere decir que los textos se diferencian de manera notable, lo que favorece la lectura y la accesibilidad en la página.

9. ¿Cree visibles los botones y gráficos adicionales en la propuesta gráfica presentada?



Interpretación. El 91.7% de los encuestados considera que los botones y gráficos adicionales de la propuesta gráfica son visibles, mientras que un 8.3% no lo considera así. Esto sugiere que la mayoría considera que estos elementos interactivos y gráficos son accesibles y funcionales.

10. Según su criterio ¿El tamaño virtual de la propuesta es ideal para ser visto en dispositivos móviles?



Interpretación. El 83.3% de los encuestados considera que el tamaño virtual de la propuesta es ideal para ser visto en dispositivos móviles, mientras que un 16.7% no lo considera así. Esto indica valoración mayormente positiva de la flexibilidad del diseño en dispositivos móviles, lo cual es esencial para mejorar la accesibilidad del sitio web.

Ver observaciones adicionales en Anexo VII

Cambios en Base a los Resultados

Con base a los datos obtenidos en la fase de validación para la implementación del presente proyecto se refleja que:

- Cumple con el objetivo general y con cada uno de los objetivos específicos.
- Es necesario cambiar el grosor de la fuente tipográfica de los títulos y los botones.
- Es necesario cambiar el degradado de los iconos de la página de inicio y sobre nosotros por el naranja plano corporativo.
- Es necesario cambiar las imágenes de la sección de inicio y la de filosofía en la sección sobre nosotros.

Cambio 1

Antes



Después



Justificación. Se modificó el grosor de la fuente tipográfica en los títulos y los botones, para que fuera tan menos pesada a nivel visual.

Cambio 2

Antes



Después



Justificación. Se modificó el degradado de color de los iconos de la sección de Inicio y Sobre Nosotros por el naranja corporativo, para mantener la coherencia visual de los demás elementos de la propuesta gráfica, que son los colores planos

Cambio 3

Antes



Después



Justificación. Se reemplazaron las imágenes hechas con Inteligencia Artificial que se encontraban en la sección de Inicio y en la Sobre Nosotros por fotografías del equipo de UP y de su directora ejecutiva, para humanizar más el sitio web.

Capítulo IX: Propuesta Gráfica Final

Capítulo IX: Propuesta Gráfica Final

Colores Corporativos y Tipografía Utilizada

Fuentes tipográficas utilizadas

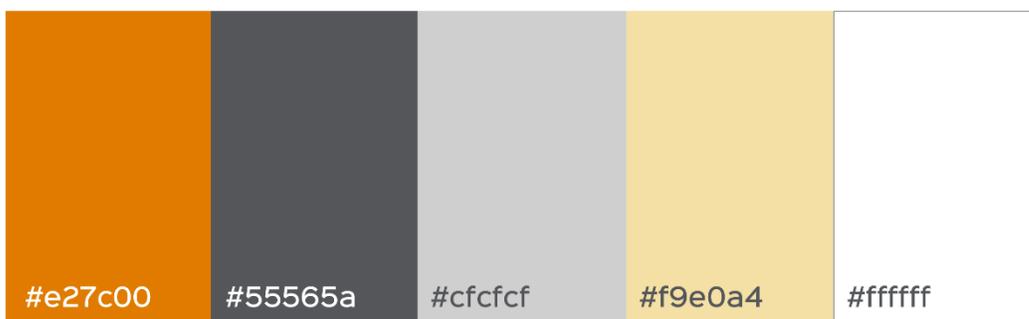
Sinkin Sans

A B C D E F G H I J K L M N
Ñ 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 ñ o p
q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9

Rubik

A B C D E F G H I J K L M N Ñ 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 ñ o p q r
s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9

Colores corporativos utilizados



Página #1 Inicio

Cuenta con las siguientes secciones: a) Sección Hero; b) Servicios Clave; c) Marcas que Confían en UP; d) Sobre la Marca y e) Beneficios Clave. Tamaño: 1280 * 3258px.

Creado con WIX.COM

Inicio Sobre Nosotros Nuestros Servicios Portafolio Blog Contacto Sala de prensa

El silencio no es rentable

Creamos estrategias de comunicación que conectan el ADN de nuestros clientes con sus públicos, potenciando su reputación.

[Contáctanos](#)

Lo que hacemos

Relaciones Públicas

Establecemos relaciones positivas y rentables con los diferentes audiencias, a través de ideas y herramientas de comunicación innovadoras.

[Saber más](#)

Management & Training

Conectamos a los ejecutivos y a sus empresas con expertos, potenciando así sus habilidades personales y profesionales de una forma integral.

[Saber más](#)

Estrategias de Sostenibilidad y RSE

Ayudamos a realizar acciones que se desdobquen en un compromiso con la Responsabilidad Social Empresarial.

[Saber más](#)

Marcas que confían en UP

"Somos un equipo de profesionales dedicado a las relaciones públicas".

[Conoce más sobre nosotros](#)

Somos Up

Experiencia

Creamos experiencias inimitables desde hace más de 10 años, porque las empresas más alegres son las que dejan una marca en su público y eso es lo que logran nuestros clientes.

Innovación

Conectamos con el ADN de tu organización y la comunicamos de forma innovadora. Acompañamos tu propósito y lo potenciamos, potenciando la reputación de tu marca, desarrollando la mejor estrategia en tiempos de crisis.

Alianzas

Promovemos alianzas para que tus proyectos lleguen lejos. Somos expertos en promover el desarrollo y crecimiento de la región por medio de alianzas de alto impacto para los negocios y beneficios de las compañías.

Tu marca merece ser escuchada [Contáctanos](#)

UP RELACIONES PÚBLICAS

Redes sociales

[Facebook](#) [Instagram](#) [LinkedIn](#) [Twitter](#)

Información de contacto

+5959 2507 8006

18 avenida 19-25 zona 9D, Edificio Torino II, Oficina 3009

hola@buencorresponsabilidad.com

© 2023. Up Relaciones Públicas.

Página #2 Sobre Nosotros

Presenta las siguientes secciones: a) Misión; b) Visión y c) Filosofía. Tamaño: 1280 * 1959 px.

Creado con WIXSTUDIO



- [Inicio](#)
- [Sobre Nosotros](#)
- [Nuestros Servicios](#)
- [Portafolio](#)
- [Blog](#)
- [Contacto](#)
- [Sala de prensa](#)

Sobre Nosotros

La confianza y la honestidad de nuestras acciones están marcadas por la ética y la integridad. Somos transparentes y leales en forma mutua con los clientes, colaboradores y aliados.





Misión

Crear y brindar las estrategias necesarias para que las empresas alcancen sus objetivos con los públicos de interés.



Visión

Ser efectivos en nuestra tarea de comunicar para generar Relaciones Públicas de manera responsable e impactar de manera positiva en la sociedad y el medio ambiente, mejorando así el mundo en el que vivimos.



Nuestra Filosofía

Respetamos la dignidad humana y somos responsables con nuestro rol en la sociedad y con el ambiente. Hacemos de nuestro trabajo una pasión y lo vivimos con alegría para entregar con excelencia cada uno de los resultados con los que nos comprometemos.





Redes sociales



Información de contacto

+502 2507 9026

16 avenida 19-25 zona 10, Edificio Torino II, Oficina 1009

hola@uprelacionespublicas.com

© 2023. Up Relaciones Públicas.

Página #3 Nuestros Servicios

Cuenta con las siguientes secciones: a) Relaciones Públicas; b) Management and Training; c) Estrategias de Sostenibilidad y RSE. Tamaño: 1280 * 2614 px.

Creado con WIXSTUDIO



- [Inicio](#)
- [Sobre Nosotros](#)
- [Nuestros Servicios](#)
- [Portafolio](#)
- [Blog](#)
- [Contacto](#)
- [Sala de prensa](#)

Nuestros Servicios

A continuación te presentamos nuestros principales campos de acción.

Relaciones Públicas

- Establecemos relaciones positivas y perdurables con las diferentes audiencias, a través de ideas y herramientas de comunicación innovadoras.
- Brindamos una gestión profesional al aportar soluciones diferentes y precisas ante situaciones de crisis que puedan impactar la reputación de nuestros clientes.
- Desarrollamos estrategias y planes de comunicación que abarcan a todos los stakeholders de la compañía.
- Somos expertos en el manejo de crisis y la generación de networking.





Management & Training

Conectamos a los ejecutivos y a sus empresas con expertos, potenciando así sus habilidades personales y profesionales de una forma integral. Esto se traduce en beneficios para la empresa, la sociedad y todos los seres humanos en general.

Somos especialistas en:

- Coaching.
- Neurociencias.
- Speakers.
- Consultoría Empresarial.
- Talleres y Entrenamientos.

Estrategias de Sostenibilidad y Rse

Ayudamos a realizar acciones que se desemboquen en un compromiso con la Responsabilidad Social Empresarial.

Todos queremos un mundo mejor, con personas mejores y hacer que nuestro trabajo genere valor, por lo que ayudamos a las marcas a generar un mayor impacto a nivel interno y externo a través de estas acciones responsables.





RELACIONES PÚBLICAS

Redes sociales



Información de contacto

+502 2507 9026

16 avenida 10-25 zona 10, Edificio Torino II, Oficina 1009

hola@ucrelacionespublicas.com

© 2023. Up Relaciones Públicas.

Página #4 Portafolio

Muestra los proyectos de clientes exitosos. Tamaño: 1280 * 2211 px.

Creado con WIXSTUDIO

UP
RELACIONES PÚBLICAS

[Inicio](#) [Sobre Nosotros](#) [Nuestros Servicios](#) [Portafolio](#) [Blog](#) [Contacto](#) [Sala de prensa](#)

Nuestro Portafolio

Algunos de los proyectos y eventos en los que hemos podido participar y crear experiencias de marketing innovadoras.

Todos **Relaciones Públicas** **Management & Training** **Responsabilidad social empresarial** **Marketing Experiencial**



Helénico, Restaurante de alta cocina griega en Guatemala, abre sus puertas en Décima Plaza



Concacaf Albergó la segunda edición de Concacaf Access en Guatemala



GNC Neuro Run 12



Recinos Inédito



MABE lanza su nueva línea de productos



Al Frente Summit 2022

UP
RELACIONES PÚBLICAS

Redes sociales

[f](#) [@](#)
[in](#) [X](#)

Información de contacto

(+502) 2507.9026
16 avenida 19-25 zona 10, Edificio Torino II, Oficina 1009
hola@uprelacionespublicas.com

© 2023. Up Relaciones Públicas.

Página #5 Blog

Despliega artículos redactados por la empresa -Up Relaciones Públicas- sobre temas de relaciones públicas. Tamaño: 1280 * 1843 px.

Creado con WIXSTUDIO



- [Inicio](#)
- [Sobre Nosotros](#)
- [Nuestros Servicios](#)
- [Portafolio](#)
- [Blog](#)
- [Contacto](#)
- [Sala de prensa](#)

Nuestro Blog

Conoce todo acerca del mundo de las Relaciones Públicas y la Comunicación.



El impacto de la IA en las relaciones públicas

La inteligencia artificial (IA) está cambiando rápidamente el panorama de las relaciones públicas.

[Leer Más](#)



Stakeholders y su impacto en la Comunicación Interna: clave para el éxito organizacional

La comunicación interna efectiva es fundamental para construir y mantener la confianza entre los empleados y la dirección.

[Leer Más](#)



El papel estratégico de las Relaciones Públicas en la comunicación interna: creando cultura y compromiso

Las RR.PP. juegan un papel estratégico en la creación de cultura organizacional y el fomento del compromiso de los empleados.

[Leer Más](#)



La revolución de la digitalización 4.0 en la comunicación interna

Con la disrupción en las tecnologías y las nuevas tendencias de difusión, es imperante evolucionar en todos los aspectos de las empresas, siendo un elemento clave la comunicación interna.

[Leer Más](#)



¿Qué es el marketing omnicanal?

La omnicanalidad ha surgido como una estrategia clave para proporcionar experiencias cohesivas y efectivas.

[Leer Más](#)



El Podcast como herramienta estratégica en marketing

El podcast ha emergido como una poderosa herramienta que no solo permite comunicaciones directas y personales en audiencias específicas, también ha sido un frente para mejorar y fortalecer la imagen de una marca efectiva.

[Leer Más](#)



Redes sociales



Información de contacto

(+502) 2507 9026

16 avenida 19-25 zona 10, Edificio Torino II, Oficina 1009

hola@uprelacionespublicas.com

© 2023. Up Relaciones Públicas.

Página #6 Contacto

Presenta las siguientes secciones: a) Formulario; b) Información de Contacto y c) Mapa de Ubicación. Tamaño: 1280 * 1265 px.

Creado con WIXSTUDIO


Inicio Sobre Nosotros Nuestros Servicios Portafolio Blog Contacto Sala de prensa

Contacto

Estamos emocionados por poder colaborar con tu empresa o proyecto.

Formulario

Nombre completo *

Correo electrónico *

Comentario o mensaje *

Enviar

Información de contacto

 (+502) 2507 9026

 16 avenida 19-25 zona 10, Edificio Torino II, Oficina 1009

 hola@uprelacionespublicas.com

¿Cómo encontrarnos?





Redes sociales



Información de contacto

 (+502) 2507 9026

 16 avenida 19-25 zona 10, Edificio Torino II, Oficina 1009

 hola@uprelacionespublicas.com

© 2023. Up Relaciones Públicas.

Página #7 Sala de Prensa

Muestra los comunicados de prensa de clientes de la empresa. Tamaño: 1280 * 1914 px.

Creado con WIXSTUDIO

UP
RELACIONES PÚBLICAS

Inicio Sobre Nosotros Nuestros Servicios Portafolio Blog Contacto Sala de prensa

Nuestra Sala de Prensa

"Cenas Atípicas" el nuevo menú de Pollo Brujo que sorprende a los guatemaltecos

Leer Más

Rita brilla en premier oficial en Guatemala y abre sus alas

Leer Más

Cementos Progreso presenta "Una mirada Clara a la sostenibilidad" y revela a su nueva embajadora creada con inteligencia artificial

Leer Más

Cementos Progreso Holdings, S.L. anuncia su expansión a República Dominicana, consolidando su liderazgo en la industria regional

Leer Más

UP
RELACIONES PÚBLICAS

Redes sociales

f @
in X

Información de contacto

+502) 2507 9026
16 avenida 19-25 zona 10, Edificio Torino II,
Oficina 1009
hola@uprelacionespublicas.com

© 2023. Up Relaciones Públicas.

Ver propuesta gráfica final en el siguiente enlace: <https://erickgba3.wixstudio.io/uprrpp>

Capítulo X: Producción, Reproducción y Distribución

Capítulo X: Producción, Reproducción y Distribución

Como parte fundamental para el desarrollo del diseño de un sitio web para dar a conocer a clientes reales y potenciales los servicios de relaciones públicas que ofrece la empresa -UP Relaciones Públicas-, es esencial llevar a cabo su implementación, ya que esto permitirá a la empresa observar las ganancias generadas a partir del diseño sugerido.

- Plan de costos de elaboración
- Plan de costos de producción
- Plan de costos de reproducción
- Plan de costos de distribución

Plan de Costos de Elaboración

Un diseñador gráfico promedio gana un salario mensual de Q. 6,000.00. Así, el pago por un día de trabajo es de Q. 200.00, y el valor de la hora laboral se calcula en Q. 25.00. El costo de elaboración para este proyecto es de Q.250.00.

Ver tabla de costos de elaboración en Tabla I.

Plan de Costos de Producción

Un diseñador gráfico promedio gana un salario mensual de Q. 6,000.00. Así, el pago por un día de trabajo es de Q. 200.00, y el valor de la hora laboral se calcula en Q. 25.00. El costo de producción para este proyecto es de Q.1867.00.

Ver tabla de costos de producción en Tabla II.

Plan de Costos de Reproducción

No aplica al ser un proyecto enteramente digital.

Plan de Costos de Distribución

El presente proyecto tendrá un costo de distribución de Q.2,960.27 por conceptos de dominio, SEO y alojamiento en Wix Studio, adquiriendo el plan Plus durante 12 meses, que equivale a Q.246.69 mensuales.

Margen de Utilidad

Se estima para el presente proyecto un promedio de 20% de utilidad sobre los costos.

Costo total = Q.5,077.27

Utilidad 20% = Q.1,015.45

IVA

Costo total = Q.6,092.72

IVA 12% = Q.731.13

Por los datos anteriores, el presente proyecto tiene un costo total de Q.6823.85.

Ver tabla de resumen general de costos en Tabla III.

Cuadro de Resumen General de Costos

Detalle	Costo
Plan de costos de elaboración	Q.250.00
Plan de costos de producción	Q.1,867.00
Plan de costos de reproducción	Q.0.00
Plan de costos de distribución	Q.2,960.27
Subtotal I	Q.5,077.27
Margen de utilidad 20%	Q.1,015.45
Subtotal II	Q.6,092.72
IVA 12%	Q.731.13
Total	Q.6,823.85

Capítulo XI: Conclusiones y Recomendaciones

Capítulo XI: Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

- Se diseñó un sitio web para dar a conocer a clientes reales y potenciales los servicios de relaciones públicas que ofrece la empresa -UP Relaciones Públicas-.
- Se recopiló información esencial de la empresa -UP Relaciones Públicas-, acerca de los servicios de relaciones públicas que ofrece a sus clientes reales y potenciales, por medio de la información que el cliente proporcionó a través del Brief, la cual se incluyó en el diseño del sitio y facilitó la accesibilidad del usuario.
- Se investigaron términos, conceptos, teorías y tendencias de diseño relacionados con el desarrollo de sitios web a través de fuentes bibliográficas que sustentaron científicamente la propuesta del diseño del sitio web que será visitado por el grupo objetivo.
- Se creó un prototipo del sitio web de la empresa -UP Relaciones Públicas-, por medio del creador de páginas web Wix, y el mismo se adecuó a computadoras y teléfonos inteligentes.

Recomendaciones

- Se recomienda a la empresa -UP Relaciones Públicas- utilizar el sitio web como una herramienta de presentación en reuniones con clientes potenciales, enfatizando las secciones clave como "Nuestros Servicios" y "Portafolio" para reforzar sus propuestas comerciales.
- Se recomienda que la empresa -UP Relaciones Públicas- lleve a cabo actualizaciones regulares del contenido en el sitio web para garantizar que la información se mantenga relevante y alineada con las necesidades de sus clientes reales y potenciales.
- Se recomienda que la empresa -UP Relaciones Públicas- incorpore herramientas de análisis como Google Analytics en el sitio web para monitorear el comportamiento de los usuarios y recolectar datos que ayuden a mejorar la interacción y experiencia con los mismos.
- Se recomienda a la empresa -UP Relaciones Públicas- que añada una sección llamada "Equipo de Trabajo" en su sitio web, donde se presenten de forma breve a los miembros clave de la organización, junto con fotografías y descripciones de sus roles, con el fin de fortalecer la conexión con sus clientes potenciales.

Capítulo XII: Conocimiento General

Capítulo XII: Conocimiento General

Demostración de Conocimientos

Conocimiento General

Erick Batres

- Diseño Web**

Fue fundamental para la realización del proyecto, facilitando la creación de un sitio web que fuera atractivo a nivel visual, así como funcional y eficiente en su comunicación.
- Software (I a VII)**

Estos cursos fueron de suma utilidad para la utilización de programas de diseño, principalmente de Adobe Illustrator, siendo esencial en el proceso de bocetaje.
- Diseño UX/UI**

Fueron conceptos esenciales durante la realización del proyecto, sobre todo en la creación del mapa de sitio y en la diagramación del sitio web, lo que permitió crear un balance entre accesibilidad y atractivo visual del proyecto.
- Branding**

Contar con los conocimientos tanto de imagen como de identidad corporativa fue un factor clave para poder trasladar la esencia de la marca de manera consistente y efectiva al sitio web.
- Diseño Gráfico**

La correcta aplicación de los principios y fundamentos del diseño como la simetría, unidad, repetición, forma, color, tamaño y tipografía fueron fundamentales para que la propuesta de diseño fuera efectiva.
- Creatividad**

Contar con los conocimientos previos de las diferentes técnicas creativas y su aplicación facilitó de gran manera la conceptualización y diagramación del proyecto.

Capítulo XIII: Referencias

Capítulo XIII: Referencias

Ayala, Maite. (20 de julio de 2021). *Elementos de la comunicación*. Lifeder.

https://www.lifeder.com/ejemplos-elementos-comunicacion/#google_vignette

Azkue, Inés. (21 de febrero de 2017). *Empresa*. Enciclopedia Humanidades. Recuperado el 3 de junio de 2024 de <https://humanidades.com/empresa/>

B., Gustavo. (12 de julio de 2024). *¿Qué es un hosting y cómo funciona?* Hostinger.

<https://www.hostinger.mx/tutoriales/que-es-un-hosting>

B., Gustavo. (29 de noviembre de 2023). *¿Qué es un dominio web? Dominios explicados para principiantes*. Hostinger. https://www.hostinger.mx/tutoriales/que-es-un-dominio-web/#%C2%BFQue_es_un_dominio

Botero, José. (2011). *Manual de mercadeo para PYMES*. Universidad EAN.

<https://doi.org/10.21158/9789587560039>

Campos, Sofia. (4 de enero de 2018). Por qué usar Flat Design 2.0 en tus proyectos. Blog Fidelizador. Recuperado de <https://blog.fidelizador.com/2018/01/04/flat-design-2-0/>

Castillo, Antonio. (2010). *Introducción a las relaciones públicas*. Instituto de Investigación en Relaciones Públicas (IIRP).

<https://ftp.isdi.co.cu/Biblioteca/BIBLIOTECA%20UNIVERSITARIA%20DEL%20ISDI/COLECCION%20DE%20LIBROS%20ELECTRONICOS/LE-0466/LE-0466.pdf>

Ciudad de Guatemala. (s.f.). En *Wikipedia*. Recuperado el 3 de junio de 2024 de <https://normas-apa.org/referencias/citar-wikipedia/>

Coll, Francisco. (23 de febrero de 2021). *Gran empresa*. Economipedia.com

<https://economipedia.com/definiciones/gran-empresa.html>

- Coppola, Maria. (9 de mayo de 2023). *Qué es el diseño web: definición, características e importancia*. HubSpot. <https://blog.hubspot.es/website/disenoweb#:~:text=E1%20dise%C3%B1o%20web%20es%20una%20actividad%20creativa%20enfocada,el%20usuario%20al%20distribuir%20y%20conceptualizar%20diversos%20elementos>
- Creativo News. (12 de mayo de 2023). Tendencia del diseño degradado: cómo se ve y cómo usarla. Ideakreativa, Recuperado de <https://ideakreativa.net/tendencia-del-diseño-degradado-como-se-ve-y-como-usarla/#:~:text=La%20tendencia%20de%20degradado%20en%20acci%C3%B3n%201%20logotipos,...%204%20Apps%20...%205%20Imprimir%20materiales%20>
- Editorial Etecé. (5 de agosto de 2021). *Imagen*. Concepto.de. <https://concepto.de/imagen/>
- Embrey, Luke. (14 de febrero de 2024). 10+ Amazing Flat Design Websites [for Inspiration]. alvarotrigo.com. Recuperado de <https://alvarotrigo.com/blog/flat-design-website/>
- Equipo Editorial, Etecé. (11 de abril de 2017). *Arte Abstracto*. Enciclopedia Humanidades. <https://humanidades.com/arte-abstracto/>
- Equipo editorial, Etecé. (27 de marzo de 2019). *Sociología*. Enciclopedia Humanidades. Recuperado el 24 de julio de 2024 de: <https://humanidades.com/sociologia/>
- Escuela Superior de Dibujo Profesional. (11 de julio de 2023). *Qué hace un diseñador gráfico: Bocetar Ideas*. ESDIP. <https://www.esdip.com/blog-escuela-de-arte/que-hace-un-disenador-grafico-bocetar-ideas/>
- Fernández, Lony. (2023). *Introducción al diseño gráfico*. Spirole Agencia Creativa. <http://repositorio.unapec.edu.do/handle/123456789/923>

Froilán, Gareca. (2011). *Percepción y teoría del color*. Universidad Mayor de San Andrés.

<https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/1473/17.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

Galeón. (2024). INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN EL DISEÑO GRÁFICO. Galeón.

Recuperado de <https://www.galeoncomunicacion.com/inteligencia-artificial-en-el-diseno-grafico/>

Genwords. (2024). *Stakeholders: ¿qué son y cómo gestionarlos?* Genwords.

https://www.genwords.com/blog/stakeholders/#%C2%BFQue_son_los_Stakeholders

Gil, Jorge. (3 de julio de 2021). *La teoría Gestalt aplicada al mundo del diseño*. gráfica.

<https://grafica.info/principios-gestalt-diseno/>

Giraldo, Valentina. (23 de agosto de 2019). *Descubre qué es la publicidad, para qué sirve y cómo*

influye en la sociedad. Rock content. <https://rockcontent.com/es/blog/publicidad/>

Gómez, María. (20 de julio de 2024). Psicología. Enciclopedia Humanidades.

<https://humanidades.com/psicologia/>

Gómez, Rocío. (2016). *El color en la Psicología*. [Tesis de grado, Universidad de Jaén].

<https://hdl.handle.net/10953.1/3474>

González, Marcos. (2024). *Responsive web design*. Universitat Oberta de Catalunya.

https://openaccess.uoc.edu/bitstream/10609/141486/3/Tecnologias%20y%20herramientas%20para%20el%20desarrollo%20web_Modulo3_Responsive%20web%20design.pdf

Guatemala. (s.f.). En *Wikipedia*. Recuperado el 3 de junio de 2024 de

<https://es.wikipedia.org/wiki/Guatemala>

Historioteca. (24 de julio de 2024). El arte abstracto: diversidad y evolución en corrientes

artísticas. Historioteca. Recuperado de <https://historioteca.com/el-arte-abstracto->

[diversidad-y-evolucion-en-corrientes-artisticas/#principales_corrientes_del_arte_abstracto](#)

Instituto Nacional de Estadística Guatemala. (2019). *01-Guatemala-Estimaciones-y-Proyecciones-2010-2050* [Archivo Excel]. Instituto Nacional de Estadística Guatemala: <https://www.ine.gob.gt/ine/wp-content/uploads/2020/08/01-Guatemala-Estimaciones-y-Proyecciones-2010-2050.xlsx>

Instituto Nacional de Estadística Guatemala. (2019). *Estimaciones_y_proyecciones_de_poblacion-1950-2050* [Archivo Excel]. Instituto Nacional de Estadística Guatemala: https://www.ine.gob.gt/ine/wp-content/uploads/2020/08/Estimaciones_y_proyecciones_de_poblacion-1950-2050.xlsx

Llamas, Jonathan. (2 de febrero de 2021). *Cibernética*. Economipedia.com.

<https://economipedia.com/definiciones/cibernetica.html>

Londoño. Pablo. (24 de julio de 2023). *Qué es el diseño UI y UX: diferencias, ejemplos y cómo integrarlos*. HubSpot. <https://blog.hubspot.es/website/ui-ux>

Londoño, Pablo. (17 de abril de 2023). *21 tendencias de diseño web que no debes perder de vista en 2023*. HubSpot. Recuperado de <https://blog.hubspot.es/website/tendencias-diseno-web>

Maceira, Jesús. (5 de enero de 2021). *12 tendencias de diseño gráfico para 2021 que serán de impacto*. jesusmaceira.com. Recuperado de <https://jesusmaceira.com/12-tendencias-de-diseno-grafico-para-2021/#:~:text=12%20tendencias%20de%20dise%C3%B1o%20gr%C3%A1fico%20para%20el%202021,voxel%20para%20el%20dise%C3%B1o%20gr%C3%A1fico%20...%20M%C3%A1s%20elementos>

Manual básico de creación de páginas web. (2024). Universidad de Murcia.

<http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/bitstream/123456789/2218/1/Manual%20b%20%20a%20l%20sico%20de%20creaciones%20de%20p%20a%20l%20ginas%20web.pdf>

Martín, Daniel. (2019). *Fotografía: arte y publicidad*. [Tesis de Grado, Universidad de Valladolid]. <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/35251>

Milán, Laura. (30 de enero de 2024). *Sistema de diseño: Bento Grids*. Laura Milán. Recuperado de <https://lauramilanplaza.com/blog/disenio-web-y-seo/sistema-de-diseno-bento-grids/>

Neuronilla. (27 de abril de 2008). *Mapas mentales (Mind maps)*. Neuronilla.com. <https://neuronilla.com/mapas/>

Netuy. (17 de mayo de 2023). *10 tendencias de diseño web en 2023*. Netuy. Recuperado de <https://www.netuy.net/10-tendencias-de-diseno-web-para-2023/>

Ortega, Cristina. (2024). *¿Qué es un prototipo y cuál es su importancia?* QuestionPro. <https://www.questionpro.com/blog/es/que-es-un-prototipo/>

Peçanha, Vitor. (10 de enero de 2021). *¿Qué es el Marketing Digital o Marketing Online? Descubre cómo impulsar tu marca con esta estrategia*. Rock content. <https://rockcontent.com/es/blog/marketing-digital/>

Pedroni, Ana. (1995). *Un acercamiento didáctico a la Semiología*. [Tesis inédita de licenciatura]. Universidad de San Carlos de Guatemala.

Piferrer, Coral. (2018). *Tipografía*. Universitat Oberta de Catalunya. <https://openaccess.uoc.edu/handle/10609/143589?locale=es>

PresupuestoWP.com. (2020). *Diseño de Footer (2020): Ejemplos de inspiración, consejos y mejores prácticas al crear el pie de página de tu página web*. PresupuestoWP.com.

Recuperado de <https://presupuestowp.com/disenador-web-wordpress/arquitectura-pagina/footer-pie-de-pagina/>

Queiruga, Steven. (13 de mayo de 2021). *Extensiones de dominio: qué son, qué tipos hay y cuáles son los TLD más usados del mundo*. Marketing4eCommerce.

<https://marketing4ecommerce.net/extensiones-dominio-que-son-tld/#:~:text=Qu%C3%A9%20son%20las%20extensiones%20de%20dominio%20Una%20extensi%C3%B3n,ejemplo%2C%20en%20marketing4ecommerce.net%2C%20la%20extensi%C3%B3n%20de%20dominio%20es.net>.

Quiroa, Myriam. (10 de noviembre de 2019). *Cliente real*. Economipedia.com

<https://economipedia.com/definiciones/cliente-real.html>

Quiroa, Myriam. (8 de noviembre de 2019). *Cliente potencial*. Economipedia.com

<https://economipedia.com/definiciones/cliente-potencial.html>

Rivas, Darío. (26 de febrero de 2023). *A Que Se Refiere La Psicología De La Comunicación*.

Psicologiaorganziacional.com.mx. <https://psicologiaorganizacional.com.mx/a-que-se-refiere-la-psicologia-de-la-comunicacion/>

Rodriguez, Johanna. (29 de noviembre de 2021). *¿Qué es un cliente? Definición e importancia en las empresas*. HubSpot. Recuperado el 24 de julio de 2024 de:

<https://blog.hubspot.es/sales/que-es-un-cliente>

Salinas, Danae. (11 de enero de 2024). *Tendencias de diseño web que dominarán las pantallas en*

2024. Wix Blog. Recuperado de <https://es.wix.com/blog/2021/01/tendencias-diseno-web#viewer-srhw1811>

Sánchez, Javier. (13 de febrero de 2016). *Servicio: Qué es, características y ejemplos*.

Economipedia.com. Recuperado el 3 de junio de 2024 de

<https://economipedia.com/definiciones/servicio.html>

Santos, Diego. (6 de junio de 2023). *Qué es el diseño gráfico, para qué sirve y ejemplos*.

HubSpot. <https://blog.hubspot.es/marketing/disenio-grafico>

Segundo, Juan. (31 de mayo de 2019). *Conocimiento*. Enciclopedia Humanidades. Recuperado el

3 de junio de 2024 de: <https://humanidades.com/conocimiento/>

Slidesgo. (7 de julio de 2021). *Estilo brutalista: concepto y ejemplos de este moderno diseño tan*

disruptivo. Freepik Blog. Recuperado de [https://www.freepik.com/blog/es/estilo-](https://www.freepik.com/blog/es/estilo-brutalista-concepto-y-ejemplos-de-este-moderno-diseno/)

[brutalista-concepto-y-ejemplos-de-este-moderno-diseno/](https://www.freepik.com/blog/es/estilo-brutalista-concepto-y-ejemplos-de-este-moderno-diseno/)

Torres, Julia. (7 de agosto de 2020). *Definición de Comunicación según 5 Autores*. Lifeder.

<https://www.lifeder.com/definicion-comunicacion-autores/>

Universidad Internacional de La Rioja. (13 de diciembre de 2022). *¿Qué es la comunicación*

organizacional y sus tipos? UNIR México.

[https://mexico.unir.net/noticias/comunicacion-mercadotecnia/comunicacion-](https://mexico.unir.net/noticias/comunicacion-mercadotecnia/comunicacion-organizacional/)

[organizacional/](https://mexico.unir.net/noticias/comunicacion-mercadotecnia/comunicacion-organizacional/)

V., Betania. (22 de mayo de 2024). *¿Qué es un servidor web y cómo funciona?* Hostinger.

<https://www.hostinger.mx/tutoriales/que-es-un-servidor-web>

Vargas, Diego. (11 de junio de 2024). *¿Qué es un creador de sitios web? Funcionamiento y*

elección del mejor en 2024. Hostinger. [https://www.hostinger.mx/tutoriales/que-es-un-](https://www.hostinger.mx/tutoriales/que-es-un-creador-de-sitios-web#%C2%BFQue_es_un_creador_de_sitios_web)

[creador-de-sitios-web#%C2%BFQue_es_un_creador_de_sitios_web](https://www.hostinger.mx/tutoriales/que-es-un-creador-de-sitios-web#%C2%BFQue_es_un_creador_de_sitios_web)

Villalobos, Carlos. (18 de noviembre de 2021). *¿Qué es la teoría del color? Definición y características*. HubSpot. Recuperado el 24 de julio de 2024 de:

<https://blog.hubspot.es/marketing/teoria-del-color>

Westreicher, Guillermo. (27 de junio de 2015). *Pyme – Pequeña y mediana empresa*.

Economipedia.com. Recuperado el 3 de junio de 2024 de:

<https://economipedia.com/definiciones/pyme.html>

Capítulo XIV: Anexos y Tablas

Capítulo XIV: Anexos y Tablas

Anexo I: Brief de la Empresa -UP Relaciones Públicas-. Página 1

21/5/24, 12:38

Brief UP Relaciones Públicas

Brief UP Relaciones Públicas

**En caso de no contar con la información, colocarlo en la respuesta.*

Empresa *

UP Relaciones Públicas

Nombre del cliente *

UP Relaciones Públicas (Mariana Zavattieri)

Teléfono *

47665277

E-mail *

alejandra@uprelacionespublicas.com

Antecedentes (Datos disponibles sobre la historia y la experiencia de la empresa) *

¿QUIÉNES SOMOS?

Somos un equipo de profesionales dedicado a las relaciones públicas

La confianza y la honestidad de nuestras acciones están marcadas por la ética y la integridad, siendo transparentes y leales en forma mutua con los clientes, colaboradores y aliados.

Anexo I: Brief de la Empresa -UP Relaciones Públicas-. Página 2

21/5/24, 12:38

Brief UP Relaciones Públicas

Datos de la empresa

**En caso de no contar con la información, colocarlo en la respuesta.*

Misión ***MISIÓN**

Crear y brindar las estrategias necesarias para que las empresas alcancen sus objetivos con los públicos de interés.

Visión ***VISIÓN**

Ser efectivos en nuestra tarea de comunicar para generar Relaciones Públicas de manera responsable e impactar de manera positiva en la sociedad y el medio ambiente, mejorando así el mundo en el que vivimos.

Delimitación geográfica *

Guatemala, El Salvador, Honduras, Costa Rica

Factores de diferenciación (2 a 3) *

Atención especializada, seguimiento puntual. Atención inmediata, diversificación de servicios.

Objetivo de mercado *

Medianas y grandes empresas

Anexo I: Brief de la Empresa -UP Relaciones Públicas-. Página 3

21/5/24, 12:38

Brief UP Relaciones Públicas

Mensaje clave a comunicar *

Conectamos con el ADN de tu organización y la comunicamos de forma innovadora. Acompañamos tu propósito y lo potenciamos, protegemos la reputación de tu marca y desplegamos la mejor estrategia en tiempos de crisis.

Estrategia de comunicación *

B2B
Posicionamiento WEB
Referidos
Potencialización de marca a través de branding personal (Mariana)

Reto del diseñador *

Crear una estrategia innovadora, segura y llevada a la tendencia del área de trabajo.

Fortalezas (colocar 2) *

Estratégicos organizacionales
Seguimiento y acompañamiento personalizado.

Oportunidades (colocar 2) *

Ampliación de mercado
Diversificar los servicios

Debilidades (colocar 2) *

Organización interna.
Planificación.

Anexo I: Brief de la Empresa -UP Relaciones Públicas-. Página 4

21/5/24, 12:38

Brief UP Relaciones Públicas

Amenazas (colocar 2) *Competencia.
Economía local.**Datos de la imagen gráfica****Adjuntar manual (si está disponible) o, una foto del imagotipo***Manual o fotografía *** Video Institucion...**Firma / Carta de aprobación****Adjuntar una firma o carta de consentimiento, donde se establece que el cliente proporcionó todos los datos de este formulario y que los mismos son verídicos.***Firma / Carta de aprobación *** CARTA USO DE I...

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

Google Formularios

Anexo I: Imagotipo de la empresa -UP Relaciones Públicas-



RELACIONES
PÚBLICAS

Anexo I: Carta de Autorización para Uso de Datos de Brief

Guatemala, mayo de 2024

A quien interese,

El motivo de la misma es para autorizar el uso de la información enviada y la que se encuentra en el sitio web de UP Relaciones Públicas para los usos que Erick Giovanni Batres Silva necesite para la realización de su proyecto de graduación este año.

El uso de dichos contenidos queda bajo la responsabilidad del beneficiado siendo de importancia la confidencialidad (Si lo requiriera) y el compromiso de hacer uso de la misma con responsabilidad y profesionalismo sin compartir con empresas y únicamente de uso netamente educativo para finalizar su proceso en la universidad.

Cualquier tema, contenido multimedia, información, redirección de links, uso de la imagen y similar queda específicamente declarado como apoyo al proceso educativo y no para generar alguna clase de contenido que pueda ser vendido o negociado para empresas y similares, siendo garante este documento.

Cualquier uso diverso a lo estipulado será debidamente consensuado con el equipo de UP Relaciones Públicas.

Sin otro particular,

Anexo II: Tabla de Niveles Socio Económicos 2018/Multivex

CARACTERÍSTICAS	NIVEL A	NIVEL B	NIVEL C1	NIVEL C2	NIVEL C3	NIVEL D1	NIVEL D2	NIVEL E
Ingresos	+ de Q100,000.00	Q61,200.00	Q25,600.00	Q17,500.00	Q11,900.00	Q7,200.00	Q3,400.00	- de Q1,000.00
Educación padres	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura,	Superior, Licenciatura,	Licenciatura	Media completa	Primaria completa	Sin estudios
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	Hijos en escuela	Hijos en escuela	Sin estudios
Desempeño	Propietario, Director Profesional exitoso	Empresario, Ejecutivos de alto nivel, Profesional, Comerciantes	Ejecutivo medio, comerciante, vendedor	Ejecutivo, comerciante, vendedor, dependiente	Comerciante, vendedor, dependiente	Obrero, dependiente	Obrero, dependiente	Dependiente o sujeto de caridad
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, estudio area de servicio separada, garage para 2 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,	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1 baños, sala	Casa/cuarto rentado, 1-2 recámaras, 1 baños, sala-comedor	Casa improvisada o sin hogar
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	cta Q ahorro		
Posesiones	Autos del año, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, Lancha, moto acuática, moto, helicóptero-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	moto, por trabajo		
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 electrodomésticos 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	1 cel, cable, radio, TV, electrodomésticos básicos	1 cel, radio, TV, estufa	Radio, cocina de leña.
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	CC, parques, estadio	Parques	

Anexo III: Investigación de Tendencias. Página 1



Tendencias de Diseño Gráfico

Erick Giovanni Batres Silva

21003439

Sección A4

Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad Galileo

Tesis II

Docente Arnulfo Guzmán

24 de julio de 2024

Anexo III: Investigación de Tendencias. Página 2

2

Resumen

Se recopiló 10 tendencias de diseño gráfico y web comprendidas entre 2014 y 2024 con el fin de poder aplicarse para el diseño de un sitio web para la empresa -UP Relaciones Públicas-.

Se destacan tendencias como el Flat Design 2.0 y el Diseño 3D, que enfatizan el contraste; el Brutalismo y las retículas Bento, que rompen con los esquemas tradicionales de composición y la Inteligencia Artificial, que permite una mayor personalización y adaptabilidad a las necesidades de las empresas.

Se concluyó, a base de los hallazgos encontrados, que la aplicación de estas aporta un mayor nivel de competitividad, innovación y originalidad a los proyectos de diseño.

Palabras clave: Tendencias, innovación, adaptación, diferenciación, flexibilidad, facilidad, funcionalidad.

Anexo III: Investigación de Tendencias. Página 3

3

Índice

Introducción	4
Objetivos	5
Tendencias de Diseño	6
Conclusiones	14
Recomendaciones	15
Referencias	16
Anexos	18

Anexo III: Investigación de Tendencias. Página 4

4

Introducción

Tanto el diseño gráfico como web ha experimentado cambios constantes, principalmente durante el último decenio, marcados principalmente por la intersección de tecnología y creatividad.

Durante este periodo de tiempo se han destacado tendencias como el Diseño 3D, el Flat Design 2.0, el Brutalismo, las retículas Bento, el Texto Simple y las Imágenes Grandes, cada una ofreciendo posibilidades ilimitadas a los diseñadores para crear composiciones originales y creativas, demostrando las exigencias del mercado competitivo actual, que espera innovación, originalidad y una comunicación efectiva por parte de las empresas.

La presente investigación recopila 10 tendencias de diseño gráfico y web comprendidas entre 2014 y 2024, con el último fin de aplicarse en el diseño de un sitio web para la empresa - UP Relaciones Públicas-. Dicha investigación expone de forma sencilla y directa las características principales de cada una de estas tendencias y lo que estas pueden aportar dentro de un proyecto de diseño.

Anexo III: Investigación de Tendencias. Página 5

5

Objetivos

Objetivo General

Recopilar 10 tendencias de diseño gráfico y web comprendidas entre 2014 y 2024, recurriendo a fuentes bibliográficas relevantes que respalden la información, para que puedan aplicarse en el diseño de un sitio web para la empresa -UP Relaciones Públicas-.

Objetivos Específicos

Encontrar la importancia de aplicar tendencias de diseño gráfico y web, por medio de fuentes bibliográficas relevantes, para crear un diseño de sitio web original y competitivo para la empresa -UP Relaciones Públicas-.

Investigar las características esenciales de 10 tendencias de diseño gráfico y web comprendidas entre 2014 y 2024, a través de fuentes bibliográficas que sustenten la información, para que puedan aplicarse correctamente en el diseño de un sitio web para la empresa -UP Relaciones Públicas-.

Conocer como la inteligencia artificial está impactando en la creación de contenido en 2024, recurriendo a fuentes bibliográficas relevantes, para facilitar su aplicación en el diseño de un sitio web para la empresa -UP Relaciones Públicas-.

Anexo III: Investigación de Tendencias. Página 6

6

Tendencias de Diseño

A lo largo del tiempo, el diseño gráfico ha pasado por varios cambios, impulsando la creación y utilización de nuevas herramientas y tecnologías, generando otras necesidades en el mercado. (Rubio, 2020).

Es aquí donde comprender las tendencias de diseño toma un papel crucial en el correcto desempeño de los diseñadores, ya que esto les permite destacar, innovar, diferenciarse y adaptarse a estos cambios sociales. (Rubio, 2020).

A continuación, se presentan algunas de las tendencias que han prevalecido en la última década:

Flat Design 2.0

Según Campos (2018) el Flat Design es una corriente de diseño gráfico con “un enfoque minimalista con énfasis en la usabilidad. Presenta espacios limpios, abiertos, colores brillantes e ilustraciones en dos dimensiones.”

Este diseño ha recibido críticas un tanto desfavorables por parte de los usuarios, ya que mencionan que se requiere un nivel de comprensión elevado debido a que el minimalismo se lleva muchas veces a su máxima expresión, dificultando la interpretación de la información. Es desde este punto donde esta tendencia se vio obligada a evolucionar, denominándose Flat Design 2.0. (Campos, 2018).

Campos (2019) menciona que “es más fácil de usar puesto que combina lo mejor del Flat Design con efectos y detalles en la interfaz de usuario que ayudan a crear un diseño hermoso y funcional. Es altamente adaptable y funciona casi con cualquier concepto.”

Anexo III: Investigación de Tendencias. Página 7

7

Esta nueva variante rompe el esquema tradicional del anterior, aportando elementos que generan un mayor atractivo a nivel visual como lo es el uso de luces y sombras, gradientes, paletas de colores más flexibles. (Campos, 2018).

Brutalismo

Slidesgo (2021) menciona que los orígenes de esta tendencia se remontan al arte y la arquitectura, específicamente en la década de 1950, siendo el arquitecto Le Corbusier quien nombro al estilo. También agrega que “Brutalist viene del francés béton brut (en español, hormigón crudo), concepto que Le Corbusier utiliza para describir sus materiales”.

La arquitectura de este estilo se caracterizaba por su geometría repetitiva, así como sus estructuras arriesgadas, modernas, crudas y llamativas. El brutalismo se caracteriza por la falta de preocupación por lucir fácil y acogedor, considerado como una reacción en contra del optimismo y ligereza del diseño comercial contemporáneo. (Slidesgo, 2021).

En el diseño gráfico, el brutalismo puede utilizarse para alcanzar una pieza visual despreocupada y traviesa, pero que en el fondo también se preocupa por la armonía, los cálculos y las medidas. (Slidesgo, 2021).

Diseño 3D

Actualmente, el Diseño 3D se encuentra en tendencia, gracias a los avances tecnológicos y las capacidades que ofrecen los programas modernos especializados en diseño. La llegada y el auge de la realidad aumentada en el diseño web, las aplicaciones IU de alto desempeño y el incremento de las velocidades del Internet indican que los diseñadores están elevando sus propuestas en el mercado y en el mundo del 3D. (Maceira, 2021).

Anexo III: Investigación de Tendencias. Página 8

8

Esta tendencia le apuesta al hiperrealismo, dibujando una delgada línea entre lo digital y lo físico. El 3D permite plasmar gráficos impactantes para la audiencia, tanto como elementos complementarios o principales dentro del material gráfico. (Maceira, 2021).

Muchos diseñadores emplean la tendencia para hacer destacar los sitios web, sobre todo porque es un mercado que se encuentra bastante saturado, ya sea combinándolo con imágenes fotográficas, ilustraciones planas o en animaciones. (Maceira, 2021).

Pies de Página y Títulos de Gran Tamaño

Convencionalmente, tanto los pies de página y los títulos cumplen una función secundaria dentro del diseño web. Sin embargo, con el paso de los años, estos elementos han tomado mucha más relevancia que antes. (Salinas, 2024).

La llegada de las tipografías audaces y el replantear jerarquías visuales han sido los aspectos que han revolucionado la manera de ver estos elementos en 2024, rompiendo con los esquemas más tradicionales del diseño, buscando dar un reconocimiento o enfoque mucho más notorio a las marcas, sobre todo a las menos conocidas. (Salinas, 2024).

Ahora bien, es cierto que los pies de páginas pueden no contener los elementos más emocionantes, no obstante, es el lugar donde a menudo, los usuarios encuentran la información que están buscando. (PresupuestoWP.com, 2024).

En 2024, este elemento busca ser un aspecto de diseño que rompa con ese enfoque tradicional, dándole al usuario emoción e información útil que le facilite conectar con la marca.

Composiciones de Arte Abstracto

El arte abstracto tiene sus orígenes en el siglo XX, cuando múltiples artistas empezaron a explorar más allá de los límites tradicionales del arte. (HISTORIOTECA, 2024)

Anexo III: Investigación de Tendencias. Página 9

9

Figuras como Wassily Kandinsky, considerado como uno de los revolucionarios dentro de este arte, buscaba liberar a la pintura de tener que hacer obras con objetos reconocibles, optando utilizar el color y la forma como principales protagonistas en las composiciones. (HISTORIOTECA, 2024)

Esta corriente artística busca, por medio de la abstracción, expresar sensaciones y emociones de una forma mucho más libre y subjetiva, lo que ha dado lugar a movimientos a nivel artístico más liberales, como lo son el Cubismo, Expresionismo abstracto, Suprematismo, Constructivismo y Arte concreto. (HISTORIOTECA, 2024)

Por otro lado, su impacto no se ha quedado únicamente en el arte, ya que, se ha aplicado en diversas áreas como la música, la arquitectura y por supuesto, el diseño gráfico. Actualmente, las formas geométricas, como los círculos y cuadrados, son y continuaran siendo elementos en tendencia, especialmente, cuando se busca realizar un diseño simple y minimalista, pero que al mismo sea interesante para el público. (Londoño, 2023).

Londoño (2023) agrega que: “Esta técnica de diseño incentiva la libertad creativa de los diseñadores web como de las marcas y empresas que desean plasmar su personalidad de manera distintiva”.

Texto Simple y Directo

Algunos diseñadores han observado como el texto tiene la capacidad de ser igual de potente que una imagen. Diversos sitios web, principalmente desde 2023 han sido hechos con este principio en mente, optando por priorizar la creación de enunciados que sean directos y que llamen a los usuarios a la acción. (Netuy, 2023).

Anexo III: Investigación de Tendencias. Página 10

10

Esta tendencia resulta ideal cuando se busca reducir las probabilidades que el usuario se distraiga con gráficos o información poco relevante, lo que, a su vez, causa una navegación mucho más rápida, ya que se omite el uso de gráficos o imágenes de gran tamaño. (Netuy, 2023).

Cabe destacar que simple no es sinónimo de aburrido, más bien todo lo contrario, siempre debe mantenerse una coherencia visual y atractiva, pero sin dejar de lado factores como la usabilidad y la facilidad de uso. (Netuy, 2023).

Degradados

También llamados transiciones de color o gradientes, son una fusión progresiva de un color a otro color, o de varios, si así se prefiere. Esta técnica ofrece un amplio espectro de combinaciones, ya sea entre diferentes tonos de un mismo color o completamente distintos y contrastantes. (Creativo News, 2023).

En décadas anteriores, los degradados eran una de las técnicas de diseño más populares, gracias a la versatilidad que ofrecían al momento de manipular el color dentro del diseño, pudiendo agregar una capa de profundidad a los mismos. Con la llegada de corrientes de diseño como el Flat Design, los degradados fueron perdiendo relevancia con los años. (Creativo News, 2023).

No fue hasta aproximadamente 2018, que esta tendencia retomo con bastante fuerza, observándose en diferentes áreas del diseño, ofreciendo una amplia gama de posibilidades: mejorando los diseños planos, agregando una capa de color a las fotografías y texturas en los fondos. (Creativo News, 2023).

Anexo III: Investigación de Tendencias. Página 11

11

Marcas como Instagram, han evidenciado el poder que los degradados pueden tener dentro de un diseño, demostrando que una buena combinación de colores es capaz de elevar el diseño, haciéndolo ver moderno, fresco y sofisticado, pudiendo captar el interés de los usuarios. (Creativo News, 2023).

La elección de colores adecuados y conocer a la audiencia son elementales para la aplicación de degradados de forma efectiva. Su uso deliberado puede captar a los usuarios de forma efectiva. (Creativo News, 2023).

Imágenes de Gran Tamaño

Hoy en día, varios usuarios no cuentan con el tiempo para notar en detalle los elementos de un sitio web. Esto ha llevado a los diseñadores a crear sitios web que contengan elementos más grandes de lo habitual. Al utilizar esta tendencia, es importante asegurarse de resaltar los elementos de una marca como el logotipo, sobre todo para que no se vea afectado por los demás elementos de la composición. (Londoño, 2023)

Una de las ventajas que posee este enfoque es que combina bien con otros elementos, como lo son las ilustraciones en 3D, lo que permite captar la atención de la audiencia con mucha más rapidez. (Londoño, 2023)

Bento Grids

Llamada en español retícula o cuadrícula Bento, es un diseño de cuadrícula inspirado en las cajas bento japonesas. Estas cajas están divididas en compartimientos separados, en los que hay un plato diferente por sección. Dicha retícula se basa en el mismo principio, dividiendo el contenido de un sitio web en distintas secciones. (Milán, 2024)

Anexo III: Investigación de Tendencias. Página 12

12

Este tipo de diseño de interfaz de usuario se caracteriza por ser integral y segmentado, que distribuye eficazmente los elementos digitales en secciones funcionales, permitiendo una mayor versatilidad y facilidad de navegación para el usuario, mostrándole la información de una manera clara y visualmente atractiva, superando los diseño de cuadrícula tradicionales. (Salinas, 2024)

Inteligencia Artificial

Actualmente, el mercado está lleno de tecnologías innovadoras que están marcando y cambiando la sociedad, pero es la Inteligencia Artificial (IA de forma abreviada) considerada una de las más impactantes y eficaces. Parte de su éxito es que puede ser aplicada a prácticamente, cualquier campo laboral, por lo que el diseño gráfico no es la excepción. (Galeón, 2024)

Aplicar esta tecnología al diseño resulta en una herramienta que permite potenciar y ayudar a diseñadores a mejorar sus proyectos y a optimizar el tiempo. (Galeón, 2024)

Si bien la IA resulta un concepto revolucionario, la realidad es que no es algo completamente nuevo, de hecho, existe aproximadamente desde los años 60. Diariamente, la sociedad interactúa con una forma de IA: Las recomendaciones del feed en redes sociales, los algoritmos de plataformas de streaming como Netflix, el autocompletado en fórmulas y búsquedas, asistentes de voz, reconocimiento facial, entre otros. (Galeón, 2024)

Por otro lado, el diseño gráfico está aprovechando la popularidad y alcance que, cada día sigue creciendo a nivel social. Algunos de los usos que se le están dando son:

- **Edición fotográfica:** Por medio de algoritmos de IA, muchos procesos relacionados al retoque fotográfico están siendo optimizados, lo que incluye reconocimiento de elementos como formas y patrones, refinamiento de bordes, previsualización de patrones y más.

Anexo III: Investigación de Tendencias. Página 13

13

- **Generación de ideas:** Muchos diseñadores que se enfrentan a proyectos complejos están utilizando algoritmos de IA para generar ideas que funcionen como inspiración, ayudándoles a desarrollar los proyectos con más facilidad. Por ejemplo, producir una serie de logotipos aplicando datos, para posteriormente utilizar los resultados trabajar sobre un diseño final.
- **Diseño publicitario:** La IA permite el uso de herramientas automatizadas para la creación de banners y anuncios interesantes, tomando en cuenta el perfil del público determinado, tomando en consideración sus gustos y necesidades.
- **Búsqueda de recursos:** Al momento de buscar recursos gráficos, los diseñadores pueden ahorrar tiempo gracias a la IA, permitiéndoles encontrar esos elementos que necesitan de manera eficiente.
- **Creación de imágenes:** Está es considerada una de las funcionalidades más fascinantes dentro del campo de la IA. Consiste en proporcionar una serie de especificaciones y requerimientos a la Inteligencia Artificial para que genere una imagen. Por ejemplo: “un astronauta jugando básquet con gatos en el espacio en estilo acuarela”. Luego de ser generadas, dichas imágenes pueden ser editadas, cambiando las partes que el diseñador crea convenientes. (Galeón, 2024)

Si bien, todas herramientas están siendo de beneficio para los diseñadores gráficos, permitiéndoles obtener mejores resultados, así como reducir el tiempo y recursos, el asesoramiento, talento y atención al cliente humano es crucial para implementar cualquier material o proyecto gráfico de manera eficiente. (Galeón, 2024)

Anexo III: Investigación de Tendencias. Página 14

14

Conclusiones

Conclusión 1

Se recopilaron 10 tendencias de diseño gráfico y web comprendidas entre 2014 y 2024, recurriendo a fuentes bibliográficas en la web que respaldan la información, las cuales podrán ser aplicadas en el proceso de diseño de un sitio web para la empresa -UP Relaciones Públicas-, contribuyendo a mejorar la estética y funcionalidad de este.

Conclusión 2

Se encontró la importancia de aplicar tendencias de diseño gráfico y web, recurriendo a fuentes bibliográficas relevantes para respaldar la información, para el proceso de diseño de un sitio web original y competitivo para la empresa -UP Relaciones Públicas-, concluyendo que estas le permitirán al sitio web destacar y adaptarse dentro del mercado competitivo.

Conclusión 3

Se investigaron las características esenciales de 10 tendencias de diseño gráfico y web comprendidas entre 2014 y 2024, utilizando fuentes bibliográficas para sustentar la información, encontrándose que dichas tendencias aportaran coherencia visual en el diseño de un sitio web para la empresa -UP Relaciones Públicas-.

Conclusión 4

Se conoció como la inteligencia artificial está impactando en la creación de contenido en 2024, recurriendo a fuentes bibliográficas relevantes y facilitando su aplicación en el diseño de un sitio web para la empresa -UP Relaciones Públicas-, aportando innovación, diferenciación y competitividad.

Anexo III: Investigación de Tendencias. Página 15

15

Recomendaciones

Recomendación 1

Se recomienda a otros diseñadores explorar los sitios web de otras empresas, evaluando sus características populares, elementos de diseño y los enfoques que utilizan, identificando las tendencias comunes y que estas sirvan de inspiración para crear diseños competitivos y relevantes.

Recomendación 2

Es importante aprender y probar nuevas herramientas y tecnologías que crean tendencias en diseño gráfico y web, como la inteligencia artificial, ya que estas pueden brindar oportunidades para la creación de sitios web innovadores y vanguardistas.

Recomendación 3

Al momento de elegir tendencias de diseño web para aplicar en un proyecto, es fundamental asegurarse que las tendencias elijadas no se enfoquen únicamente en el aspecto visual, sino que también ayuden a los usuarios a navegar y absorber la información de manera sencilla, lo cual es importante para comunicarse de manera efectiva con ellos.

Anexo III: Investigación de Tendencias. Página 16

16

Referencias

- Campos, Sofia. (4 de enero de 2018). Por qué usar Flat Design 2.0 en tus proyectos. Blog Fidelizador. Recuperado de <https://blog.fidelizador.com/2018/01/04/flat-design-2-0/>
- Creativo News. (12 de mayo de 2023). Tendencia del diseño degradado: cómo se ve y cómo usarla. Ideakreativa, Recuperado de <https://ideakreativa.net/tendencia-del-diseno-degradado-como-se-ve-y-como-usarla/#:~:text=La%20tendencia%20de%20degradado%20en%20acci%C3%B3n%20%20logotipos...%204%20Apps%20...%205%20Imprimir%20materiales%20>
- Embrey, Luke. (14 de febrero de 2024). 10+ Amazing Flat Design Websites [for Inspiration]. alvarotrigo.com. Recuperado de <https://alvarotrigo.com/blog/flat-design-website/>
- Galeón. (2024). INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN EL DISEÑO GRÁFICO. Galeón. Recuperado de <https://www.galeoncomunicacion.com/inteligencia-artificial-en-el-diseno-grafico/>
- Historioteca. (2024). El arte abstracto: diversidad y evolución en corrientes artísticas. Historioteca. Recuperado de https://historioteca.com/el-arte-abstracto-diversidad-y-evolucion-en-corrientes-artisticas/#principales_corrientes_del_arte_abstracto
- Londoño, Pablo. (17 de abril de 2023). 21 tendencias de diseño web que no debes perder de vista en 2023. HubSpot. Recuperado de <https://blog.hubspot.es/website/tendencias-diseno-web>
- Maceira, Jesús. (5 de enero de 2021). 12 tendencias de diseño gráfico para 2021 que serán de impacto. jesusmaceira.com. Recuperado de <https://jesusmaceira.com/12-tendencias-de-diseno-grafico-para-2021/#:~:text=12%20tendencias%20de%20dise%C3%B1o%20gr%C3%A1fico%20para>

Anexo III: Investigación de Tendencias. Página 17

17

[%20el%202021,voxel%20para%20el%20dise%C3%B1o%20gr%C3%A1fico%20...%20M%C3%A1s%20elementos](#)

Milán, Laura. (30 de enero de 2024). Sistema de diseño: Bento Grids. Laura Milán. Recuperado de <https://lauramilanplaza.com/blog/diseño-web-y-seo/sistema-de-diseño-bento-grids/>

Netuy. (17 de mayo de 2023). 10 tendencias de diseño web en 2023. Netuy. Recuperado de <https://www.netuy.net/10-tendencias-de-diseño-web-para-2023/>

PresupuestoWP.com. (2020). Diseño de Footer (2020): Ejemplos de inspiración, consejos y mejores prácticas al crear el pie de página de tu página web. PresupuestoWP.com. Recuperado de <https://presupuestowp.com/disenador-web-wordpress/arquitectura-pagina/footer-pie-de-pagina/>

Salinas, Danae. (11 de enero de 2024). Tendencias de diseño web que dominarán las pantallas en 2024. Wix Blog. Recuperado de <https://es.wix.com/blog/2021/01/tendencias-diseño-web#viewer-srhwd1811>

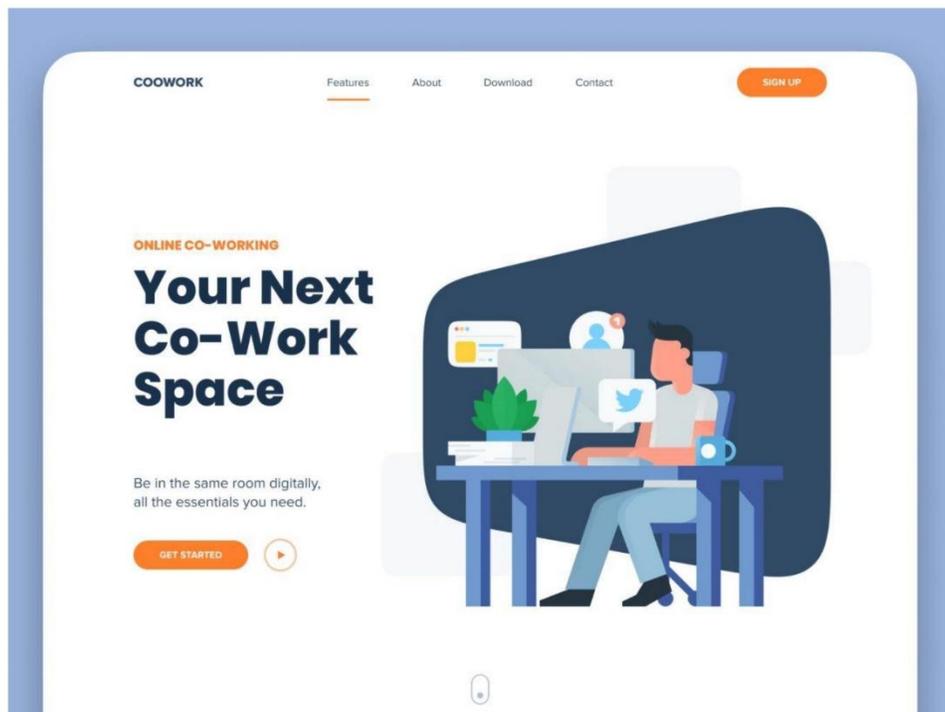
Slidesgo. (7 de julio de 2021). Estilo brutalista: concepto y ejemplos de este moderno diseño tan disruptivo. Freepik Blog. Recuperado de <https://www.freepik.com/blog/es/estilo-brutalista-concepto-y-ejemplos-de-este-moderno-diseño/>

Anexo III: Investigación de Tendencias. Página 18

18

Anexos

Anexo 1: Ejemplo de Flat Design 2.0

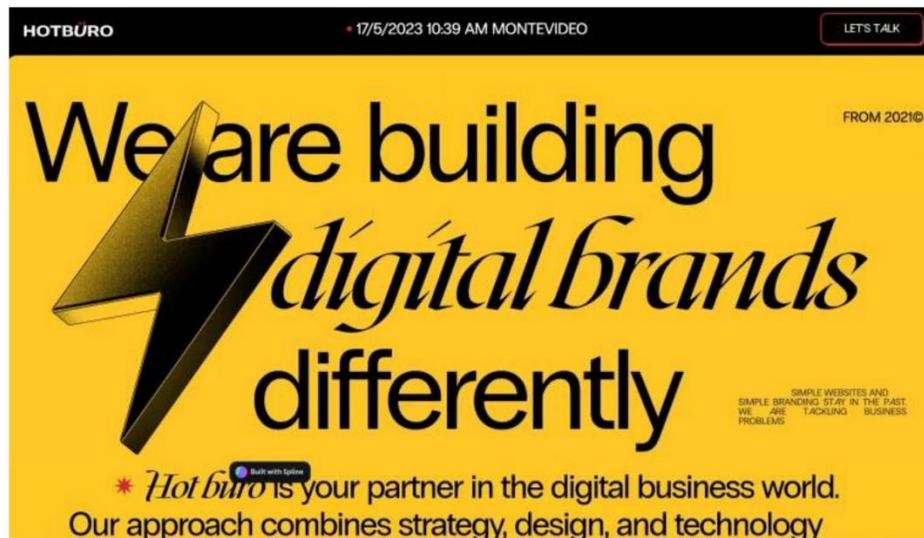


Nota. Adaptado de CooWork Web, por Embrey, 2024, <https://alvarotrigo.com/blog/flat-design-website/>, Todos los derechos reservados.

Anexo III: Investigación de Tendencias. Página 19

19

Anexo II: Ejemplo de Brutalismo



Nota. Adaptado de Sitio web: Hotbüro, por Netuy, 2023, <https://www.netuy.net/10-tendencias-de-diseno-web-para-2023/#textosimpledirecto>, Todos los derechos reservados.

Anexo III: Investigación de Tendencias. Página 20

20

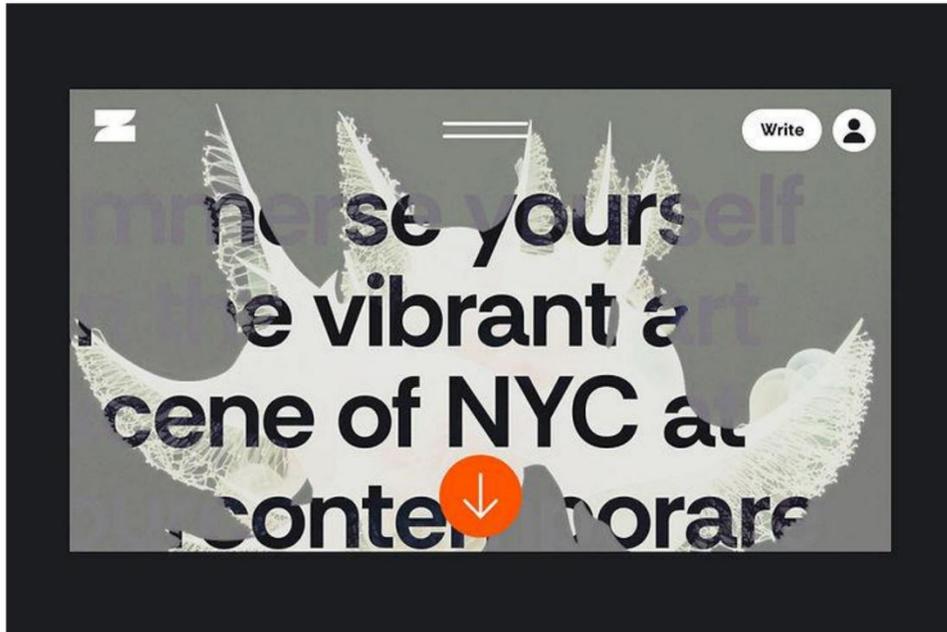
Anexo III: Ejemplo de Diseño 3D

Nota. Adaptado de Imagen de Mike, por Londoño, 2023,
<https://blog.hubspot.es/website/tendencias-diseno-web>, Todos los derechos reservados.

Anexo III: Investigación de Tendencias. Página 21

21

Anexo IV: Ejemplo de Pies de Página y Títulos de Gran Tamaño

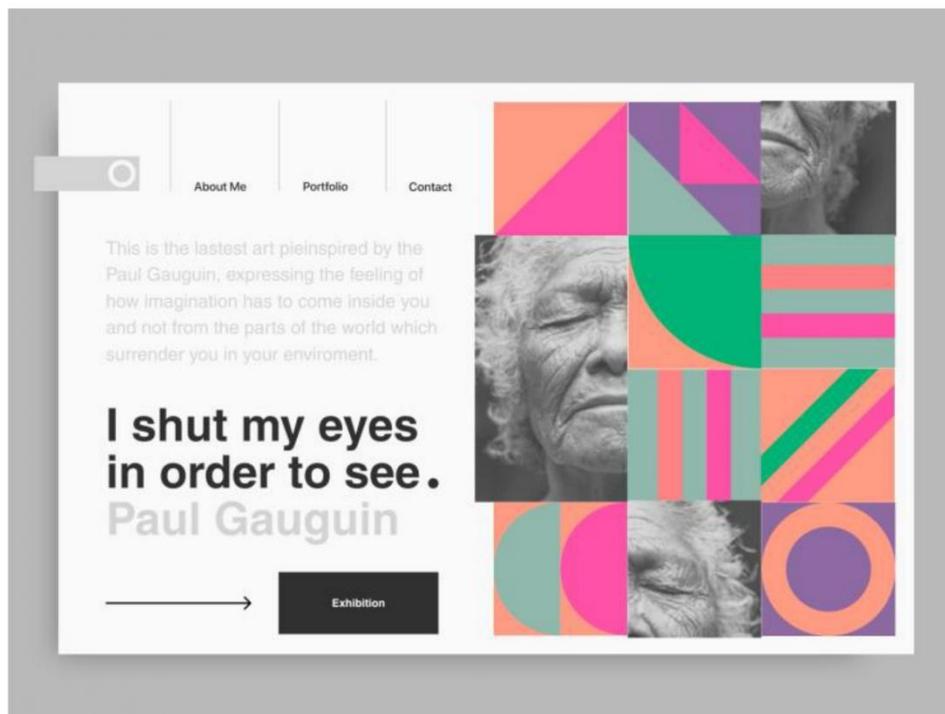


Nota. Adaptado de Diseño de Johnny Ore, por Salinas, 2024, <https://es.wix.com/blog/tendencias-diseno-web#viewer-srhwd1811>, Todos los derechos reservados.

Anexo III: Investigación de Tendencias. Página 22

22

Anexo V: Ejemplo de Composiciones de Arte Abstracto

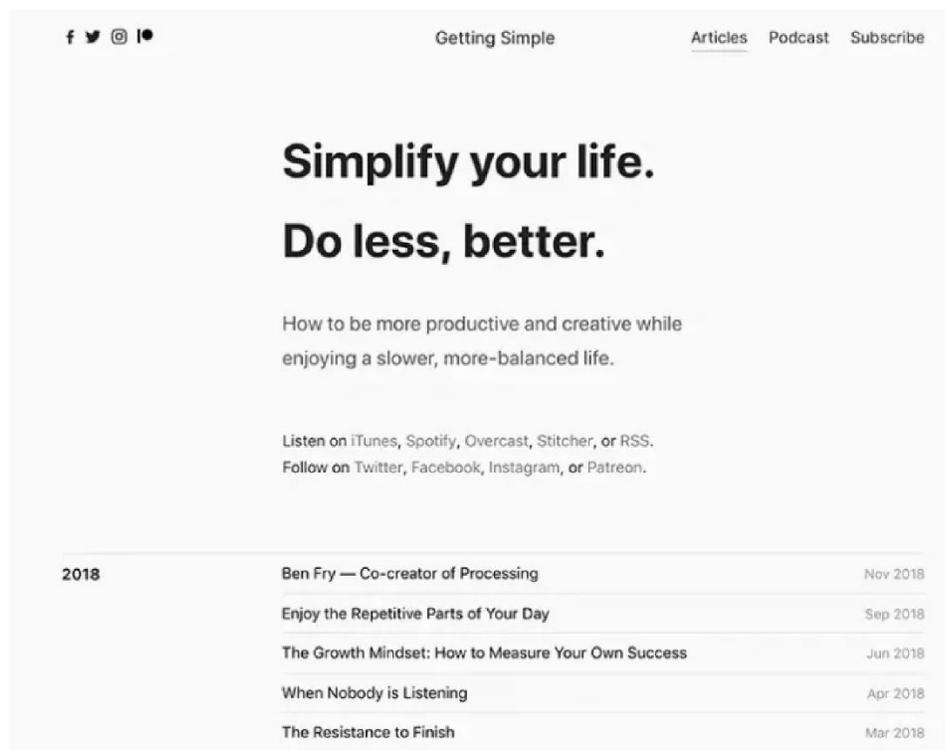


Nota. Adaptado de Imagen de Second Eight, por Londoño, 2023,
<https://blog.hubspot.es/website/tendencias-diseno-web>, Todos los derechos reservados.

Anexo III: Investigación de Tendencias. Página 23

23

Anexo VI: Ejemplo de Texto Simple y Directo

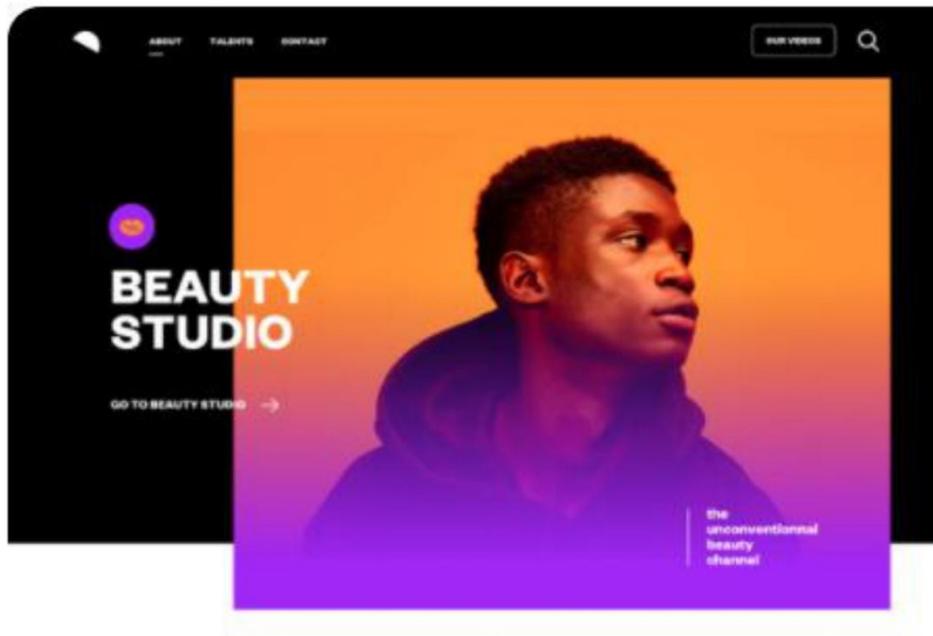


Nota. Adaptado de Imagen de Nono Martínez Alonso, por Netuy, 2023, <https://www.netuy.net/10-tendencias-de-diseno-web-para-2023/#textosimpledirecto>, Todos los derechos reservados.

Anexo III: Investigación de Tendencias. Página 24

24

Anexo VII: Ejemplo de Degradados

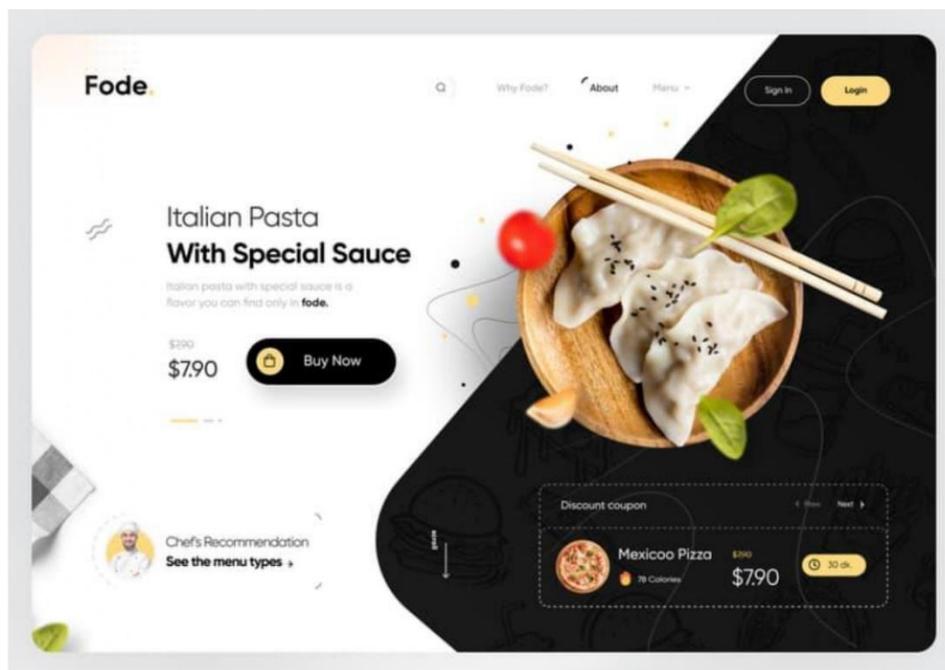


Nota. Adaptado Imagen de Spotify, por Londoño, 2023,
<https://blog.hubspot.es/website/tendencias-diseno-web>, Todos los derechos reservados.

Anexo III: Investigación de Tendencias. Página 25

25

Anexo VIII: Ejemplo de Imágenes de Gran Tamaño

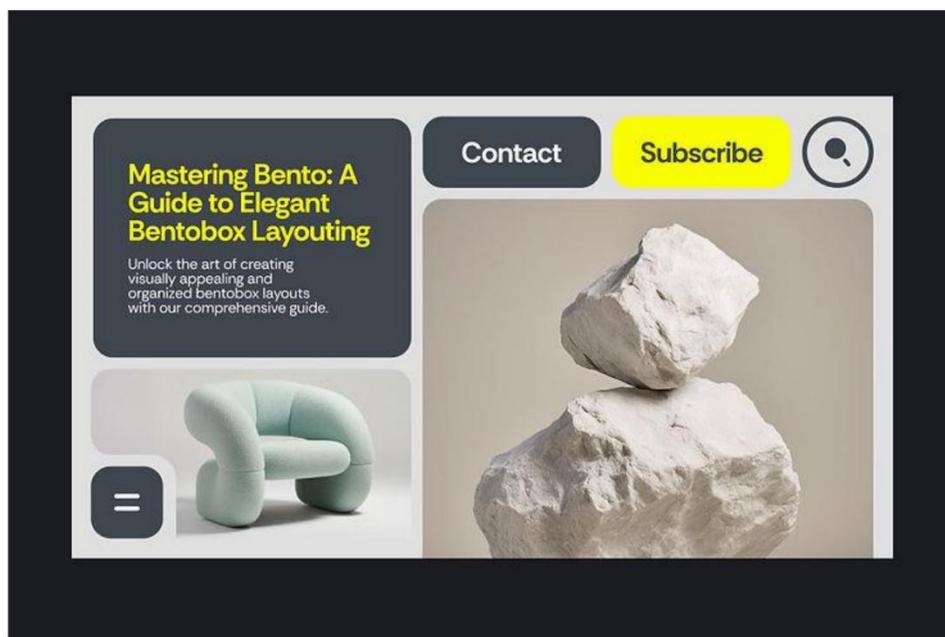


Nota. Adaptado de Imagen de Mehmet Özsoy, por Londoño, 2023,
<https://blog.hubspot.es/website/tendencias-diseno-web>, Todos los derechos reservados.

Anexo III: Investigación de Tendencias. Página 26

26

Anexo IX: Ejemplo de Bento Grid



Nota. Adaptado de Diseño de Ido Israeli, por Salinas, 2024, <https://es.wix.com/blog/tendencias-diseno-web#viewer-srhwd1811>, Todos los derechos reservados

Anexo III: Investigación de Tendencias. Página 27

27

Anexo X: Ejemplo de Inteligencia Artificial

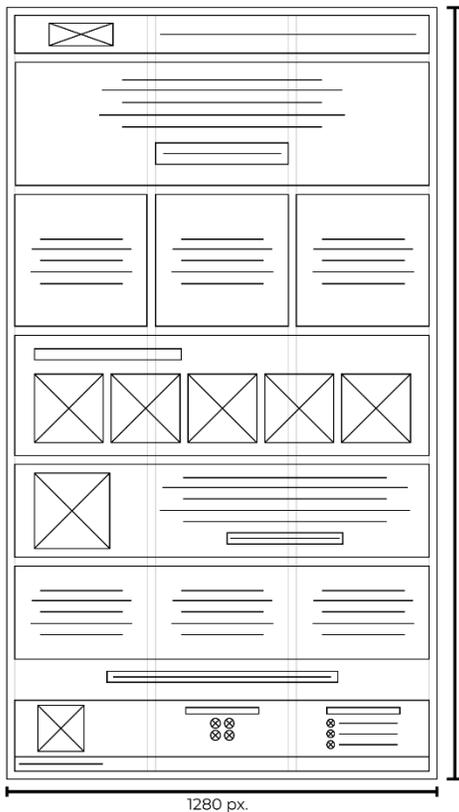


Nota. Adaptado de Imagen de OpenAI, por Londoño, 2023,
<https://blog.hubspot.es/website/tendencias-diseno-web>, Todos los derechos reservados.

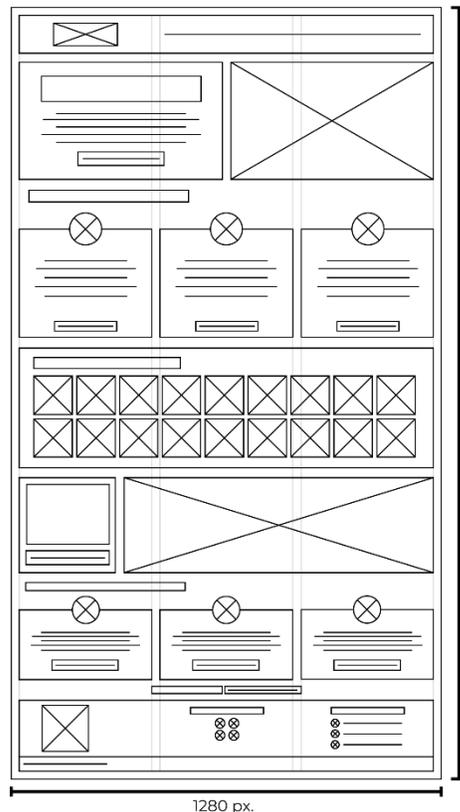
Anexo IV: Proceso de Bocetaje. Página 1

1. Inicio

Propuesta 1



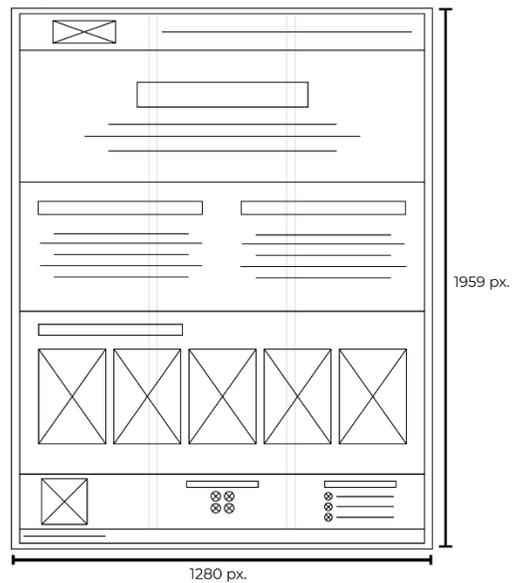
Propuesta 2



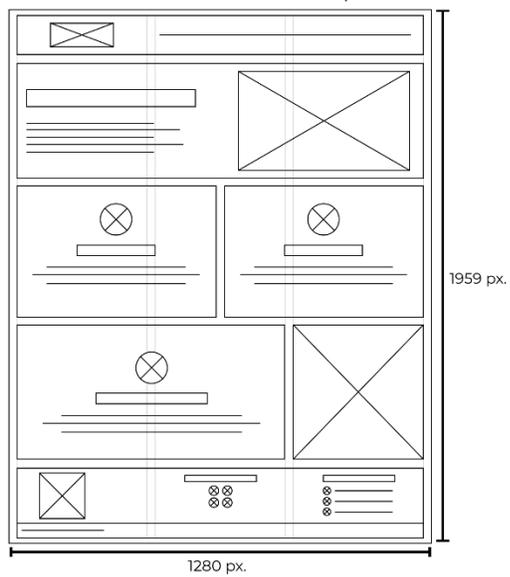
Anexo IV: Proceso de Bocetaje. Página 2

2. Sobre Nosotros

Propuesta 1

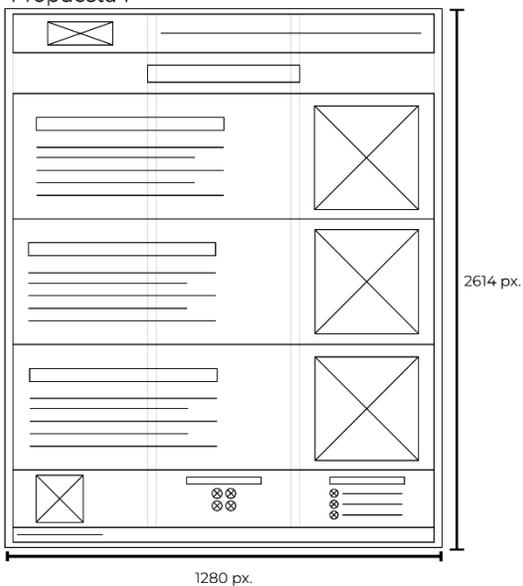


Propuesta 2

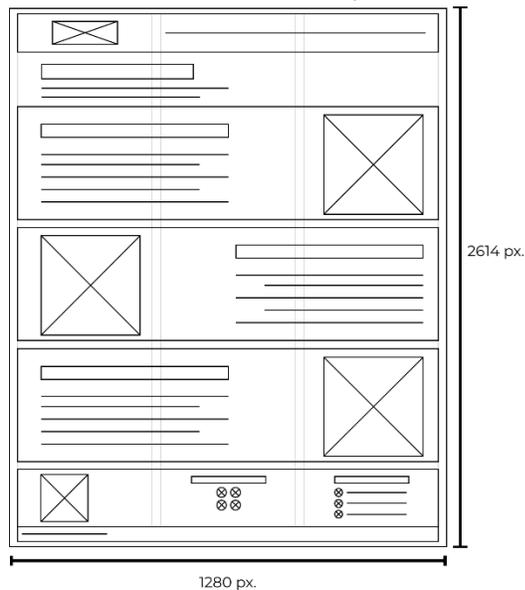


3. Nuestros Servicios

Propuesta 1



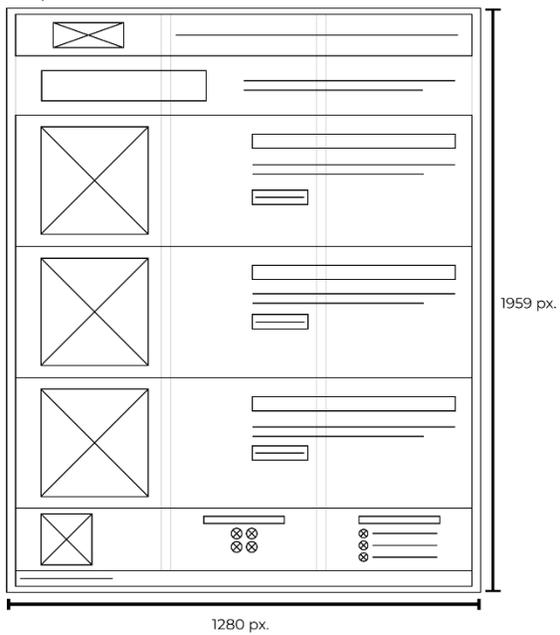
Propuesta 2



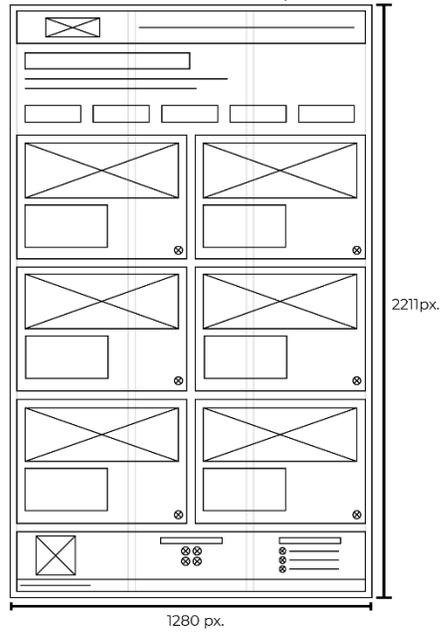
Anexo IV: Proceso de Bocetaje. Página 4

4. Portafolio

Propuesta 1



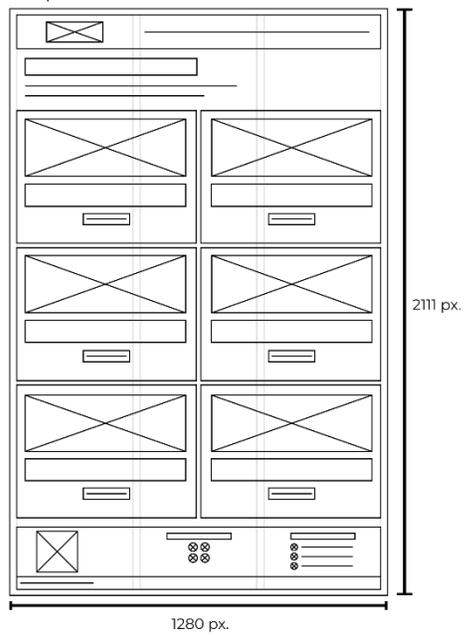
Propuesta 2



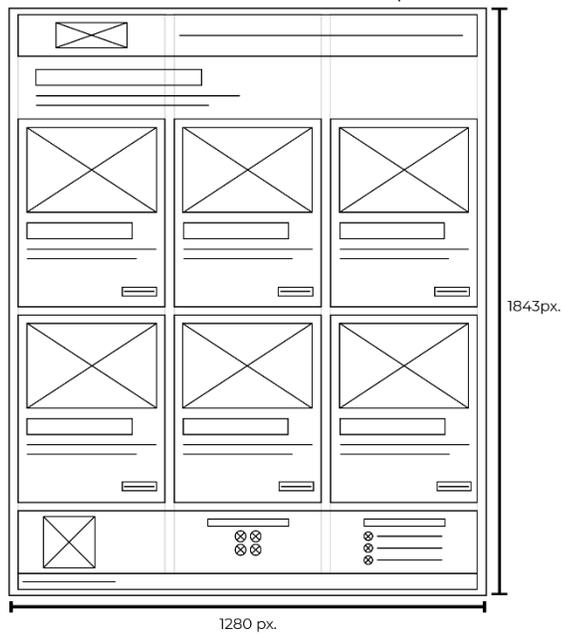
Anexo IV: Proceso de Bocetaje. Página 5

5. Blog

Propuesta 1

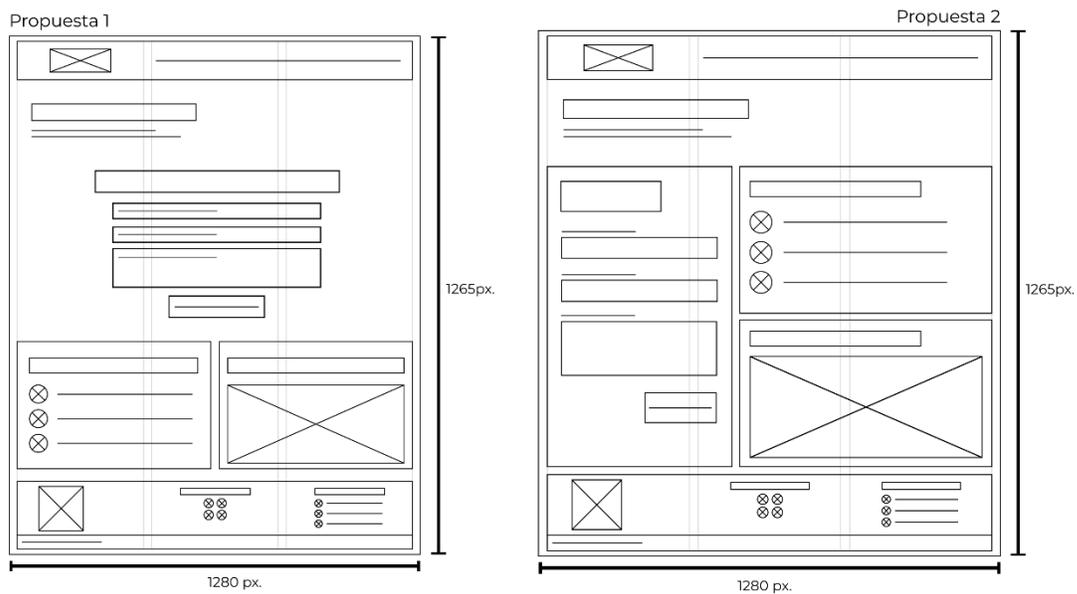


Propuesta 2



Anexo IV: Proceso de Bocetaje. Página 6

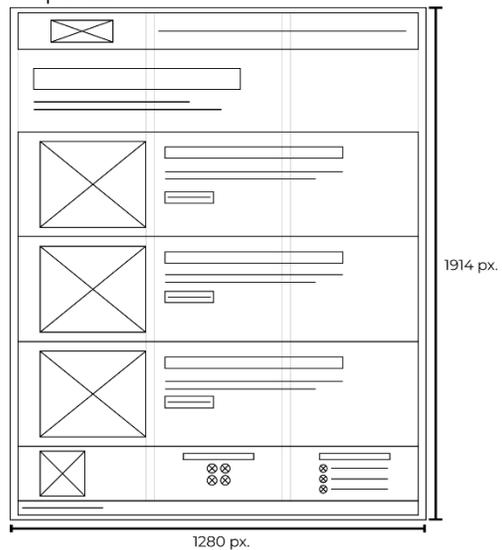
6. Contacto



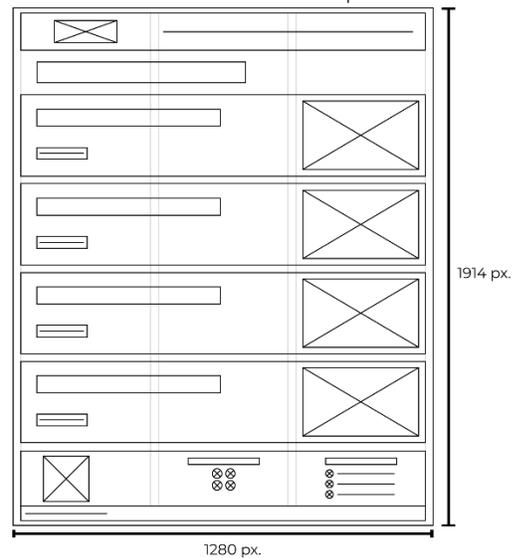
Anexo IV: Proceso de Bocetaje. Página 7

7. Sala de Prensa

Propuesta 1

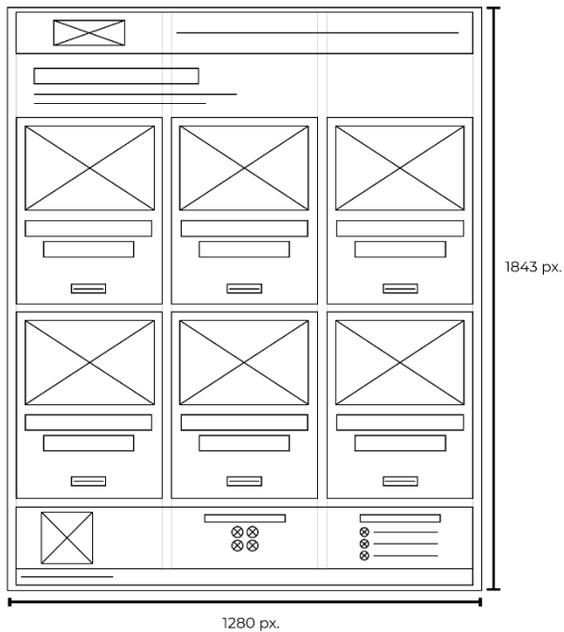


Propuesta 2



Anexo IV: Proceso de Bocetaje. Página 8

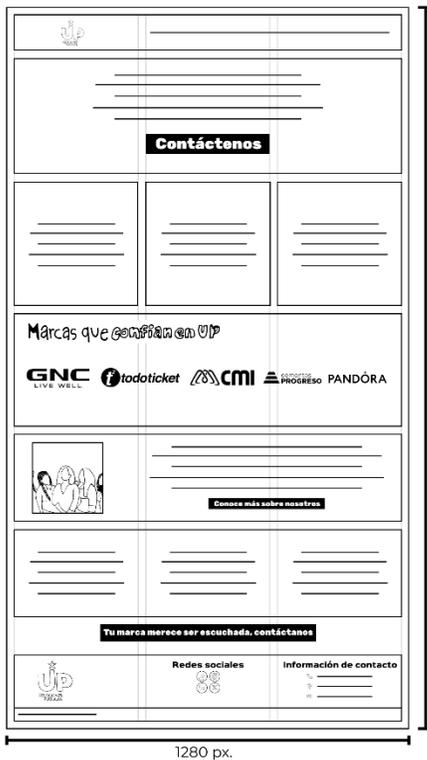
Propuesta 3



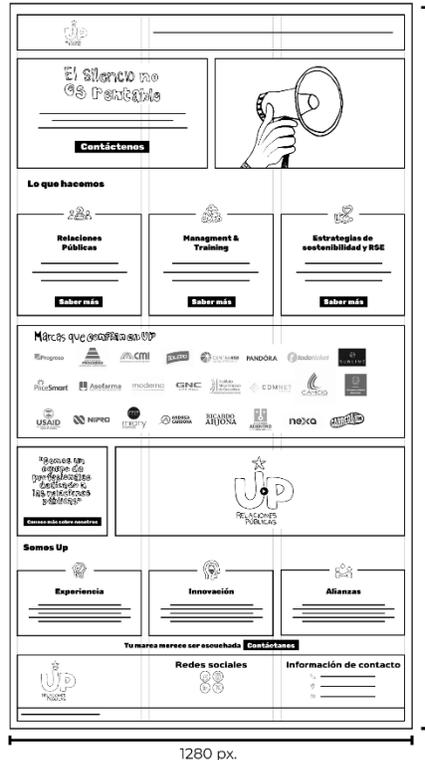
Anexo IV: Proceso de Bocetaje. Página 9

1. Inicio

Propuesta 1



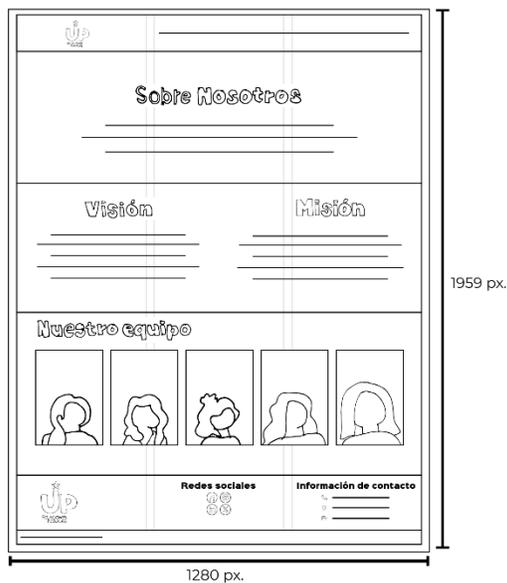
Propuesta 2



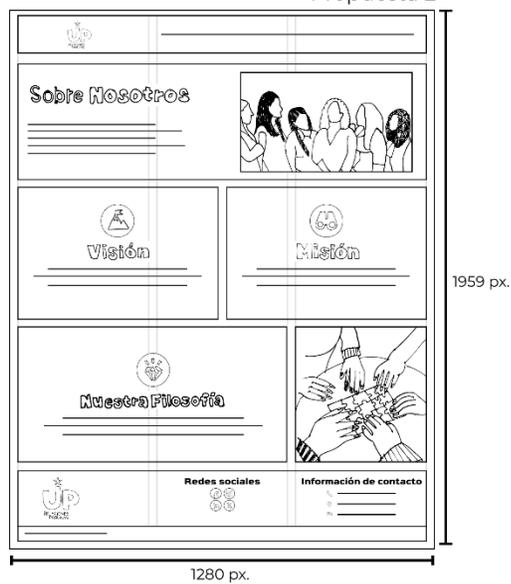
Anexo IV: Proceso de Bocetaje. Página 10

2. Sobre Nosotros

Propuesta 1



Propuesta 2



Anexo IV: Proceso de Bocetaje. Página 11

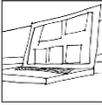
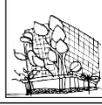
3. Nuestros Servicios

Propuesta 1

		
Nuestros Servicios		
Relaciones Públicas _____ _____ _____		2614 px.
Management & Training _____ _____ _____		
Estrategias de Sostenibilidad y RSE _____ _____ _____		
	Redes sociales 	Información de contacto _____ _____ _____

1280 px.

Propuesta 2

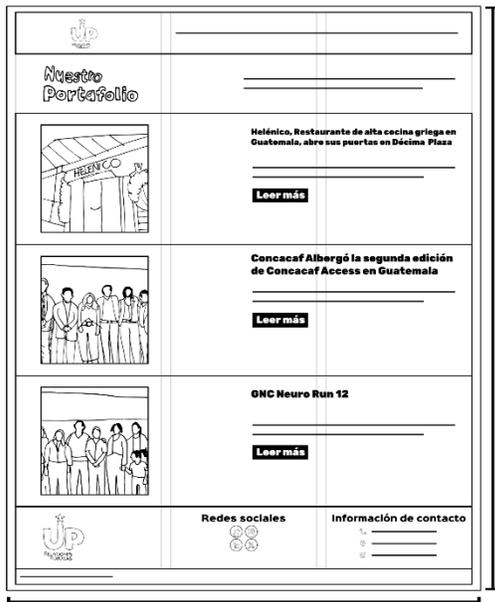
		
Nuestros Servicios		
Relaciones Públicas _____ _____ _____		2614 px.
	Management & Training _____ _____ _____	
Estrategias de Sostenibilidad y RSE _____ _____ _____		
	Redes sociales 	Información de contacto _____ _____ _____

1280 px.

Anexo IV: Proceso de Bocetaje. Página 12

4. Portafolio

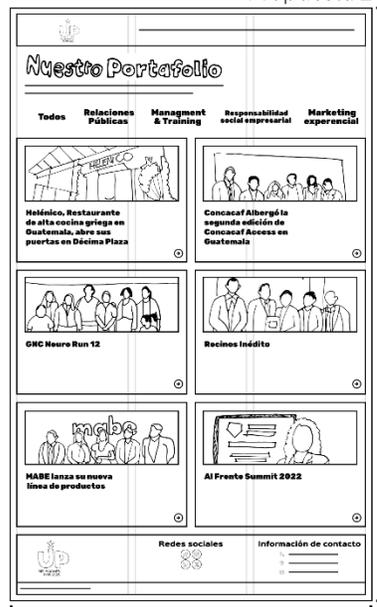
Propuesta 1



1280 px.

1959 px.

Propuesta 2



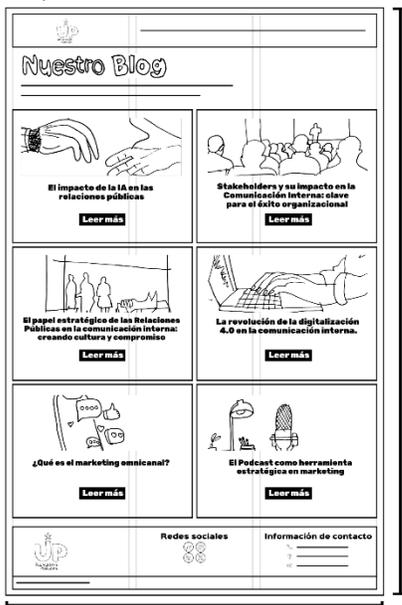
1280 px.

2211px.

Anexo IV: Proceso de Bocetaje. Página 13

5. Blog

Propuesta 1



1280 px.

2111 px.

Propuesta 2



1280 px.

1843px.

6. Contacto

Propuesta 1

1265px.

1280 px.

Propuesta 2

1265px.

1280 px.

Anexo IV: Proceso de Bocetaje. Página 15

7. Sala de Prensa

Propuesta 1



1280 px.

1914 px.

Propuesta 2

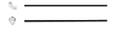


1280 px.

1914 px.

Anexo IV: Proceso de Bocetaje. Página 16

Propuesta 3

 Nuestra Sala de Prensa		
 "Cenas Atípicas" el nuevo menú de Pollo Brujo que sorprende a los guatemaltecos <small>Leer más</small>	 Rita brilla en premier oficial en Guatemala y abre sus alas <small>Leer más</small>	 Cementos Progreso presenta "Una mirada Clara a la sostenibilidad" y revela a su nueva embajadora creada con inteligencia artificial <small>Leer más</small>
 Cementos Progreso Holdings, S.L. anuncia su expansión a República Dominicana, consolidando su liderazgo en la industria regional <small>Leer más</small>	 La importancia de una donación de sangre segura y sostenible <small>Leer más</small>	 Evero, el primer complejo habitacional dentro de Izaya <small>Leer más</small>
	Redes sociales 	Información de contacto 

1843 px.

1280 px.

Anexo IV: Proceso de Bocetaje. Página 17

1. Inicio

Propuesta 1



Propuesta 2



Anexo IV: Proceso de Bocetaje. Página 18

2. Sobre Nosotros

Propuesta 1



Propuesta 2



3. Nuestros Servicios

Propuesta 1



Propuesta 2



Anexo IV: Proceso de Bocetaje. Página 20

4. Portafolio

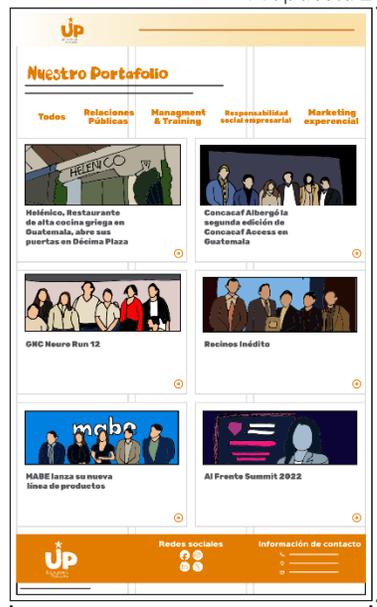
Propuesta 1



1280 px.

1959 px.

Propuesta 2



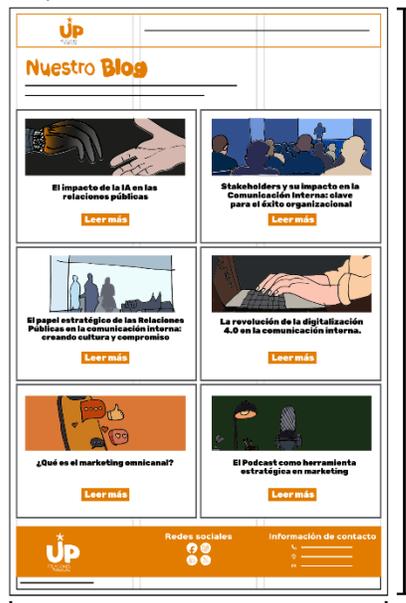
1280 px.

2211px.

Anexo IV: Proceso de Bocetaje. Página 21

5. Blog

Propuesta 1



1280 px.

2111 px.

Propuesta 2



1280 px.

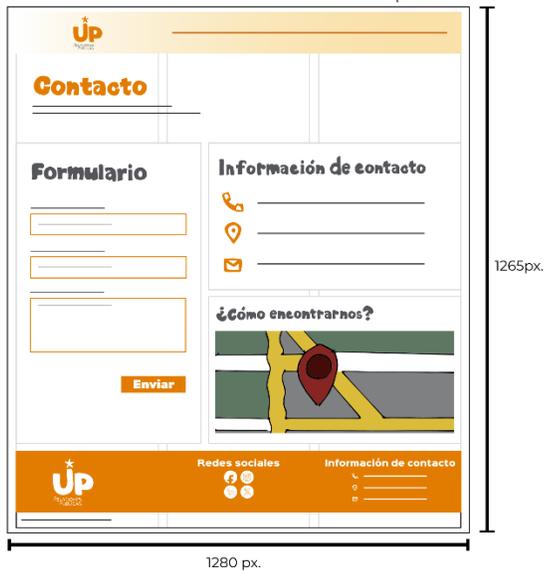
1843px.

6. Contacto

Propuesta 1



Propuesta 2



Anexo IV: Proceso de Bocetaje. Página 23

7. Sala de Prensa

Propuesta 1



1280 px.

1914 px.

Propuesta 2



1280 px.

1914 px.

Anexo IV: Proceso de Bocetaje. Página 24

Propuesta 3



1843 px.

1280 px.

Anexo V: Mensajes Enviados a Encuestados: Página 1

Cliente: Mariana Zavattieri

Encuesta de Validación ▾

 **Erick Giovanni Batres Silva** <erickgba3@gmail.com>
para Debora ▾

mac, 1 oct, 13:02 ☆ 😊 ↩ ⋮

Hola Débora. Te saluda Erick.

Espero que tu semana esté transcurriendo con tranquilidad.

Te envío la encuesta de validación de mi proyecto, para que Mariana pueda responderla en el transcurso de la semana.

Cualquier duda o comentario quedo a la orden.

Saludos.

<https://forms.gle/ooDAmJH8dTT943Y7>

Anexo V: Mensajes Enviados a Encuestados: Página 2

Experta: Madeline Trinidad

Encuesta de validación ▶ Recibidos x ✕ 🖨 🔗

 **Erick Giovanni Batres Silva** <erickgba3@gmail.com>
para mtrinidad2014g ▼ mar, 1 oct, 13:20 ☆ 😊 ↩ ⋮

Hola Madeline.

Te saluda Erick, el hermano de Pili.

Espero que te encuentres bien.

Te envío la encuesta de validación para mi proyecto de graduación que mi hermana previamente te había comentado, para que puedas contestarla en el transcurso de la semana.

Desde ya muchas gracias por tomarte el tiempo.

Feliz día.

<https://forms.gle/ooDAmJH8dTT943Y7>

 **Madeline Trinidad** <mtrinidad2014g@gmail.com>
para mí ▼ mar, 1 oct, 14:54 ☆ 😊 ↩ ⋮

Hola Erick, espero también te encuentres muy bien. 😊

He llenado ya la encuesta. ¡El sitio web está quedando muy bien! Sólo realice unas pocas sugerencias.

Espero tengas un lindo día. 🌟

Muchas gracias por tus comentarios. ¡Vale, muchas gracias! Me alegra que te haya gustado.

↩ Responder ↪ Reenviar 😊

Anexo V: Mensajes Enviados a Encuestados: Página 3

Experta: Andrea Aguilar

Encuesta de validación Recibidos x

Erick Giovanni Batres Silva <erick.batres@galileo.edu>
para Carmen ▾ jue, 10 oct, 14:08 ☆ ↶ ⋮

Buenas tardes Licenciada. Le saluda Erick Batres (21003439) de la sección A4.

Espero que su semana esté transcurriendo de la mejor manera.

El motivo de mi correo es para preguntarle si podría ayudarme, contestando la encuesta de validación de mi proyecto de graduación como experta en Comunicación y Diseño.

Le adjunto el enlace de la encuesta, para que pueda acceder a ella: <https://forms.gle/ooDAmJH8dTTf943Y7>

De antemano le agradezco su colaboración.

Feliz día.

Carmen Andrea Aguilar Flores <andreaaguilar@galileo.edu>
para mí ▾ vie, 11 oct, 9:56 ☆ ↶ ⋮

Buenos días Erick.

Le comento que su proyecto de graduación ya fue validado por mi persona.

Saludos,

Licda. Andrea Aguilar

Erick Giovanni Batres Silva <erick.batres@galileo.edu>
para Carmen ▾ vie, 11 oct, 13:20 ☆ ↶ ⋮

Buenos días Lic.

Muchas gracias.

Feliz día.

↶ Responder ↷ Reenviar

Anexo V: Mensajes Enviados a Encuestados: Página 4***Experto: Carlos Argueta***

Anexo V: Mensajes Enviados a Encuestados: Página 5

Experto: *Christian Rossell*

Encuesta de validación Recibidos x

Erick Giovanni Batres Silva <erick.batres@galileo.edu>
para Christian

mar, 1 oct, 13:52

Buenas tardes Lic, le saluda Erick Batres. Yo recibí la clase de Proyectos III el trimestre pasado con usted.

Ahora mismo me encuentro validando mi proyecto de graduación, el cual consiste en un sitio web. Por lo que quería preguntarle si podría enviarme mi encuesta de validación para que usted pueda llenarla durante el transcurso de la semana.

Quedo a la espera de su respuesta y desde ya muchas gracias.

Saludos.

Christian Emmanuel López Rossell
para mí

vie, 18 oct, 18:09

Hola Erick,

Espero que te encuentres bien.

Te ofrezco una disculpa por la demora en responder. He revisado el correo, pero no encontré los enlaces correspondientes. Si aún te sirve, con gusto puedo responderte en cuanto los tengas disponibles.

Quedo atento a tus indicaciones.

Saludos cordiales,

Erick Giovanni Batres Silva <erick.batres@galileo.edu>
para Christian

vie, 18 oct, 18:23

Buenas noches Licenciado.

No hay problema. Le adjunto el enlace de la encuesta para que pueda responderla:
<https://forms.ole/ooDAmJH8dTT943Y7>

Desde ya muchas gracias por su apoyo.

Saludos.

Christian Emmanuel López Rossell
para mí

mar, 22 oct, 17:53

Hola Erick

La he contestado tu encuesta, espero te sea de utilidad

Muchas gracias

Erick Giovanni Batres Silva <erick.batres@galileo.edu>
para Christian

mar, 22 oct, 18:44

Gracias Licenciado.

Saludos.

← Responder → Reenviar

Anexo V: Mensajes Enviados a Encuestados: Página 6

Experto: Luis Matul Andrade

Encuesta de validación ▶ Recibidos x ✕ 🗉 📧

 **Erick Giovanni Batres Silva** <erickgba3@gmail.com>
para luissandrade2111 ▼ mié, 2 oct, 13:12 ☆ 😊 ↩ ⋮

Hola Luis. Te saluda Erick, la persona que hizo la encuesta que Madeline te envió el día de ayer.

Espero que tu semana esté transcurriendo bien.

Solo te escribo para agradecerte por tomarte el tiempo de contestar y por los comentarios proporcionados, ya que me serán de ayuda para mejorar el prototipo del sitio.

Feliz día.

 **Luis Andrade** <luissandrade2111@gmail.com>
para mí ▼ mié, 2 oct, 14:26 ☆ 😊 ↩ ⋮

Hola Erick buena tarde, muchas gracias.

Claro con mucho gusto, el proyecto va por buen camino mucho ánimo, espero todo salga bien.

Feliz día

El gusto es mio. Muchas gracias, igualmente. Con mucho gusto.

↩ Responder ↪ Reenviar 😊

Anexo V: Mensajes Enviados a Encuestados: Página 7

Experta: Sucely Rodas

Encuesta de validación ▾ 🗑️ 📧

 **Erick Giovanni Batres Silva** <erickgba3@gmail.com>
para yuyeli25 ▾ mié, 2 oct, 13:17 ☆ 😊 ↩ ⋮

Buenas tardes Sucely. Te saluda Erick.

El día de ayer Madeline Trinidad me envió tu correo electrónico.

El motivo de mi correo es para enviarte la encuesta de validación, que me imagino, Madeline te comentó sobre la misma. Puedes contestarla en el transcurso de la semana, no hay problema.

Desde ya muchas gracias por tu apoyo.

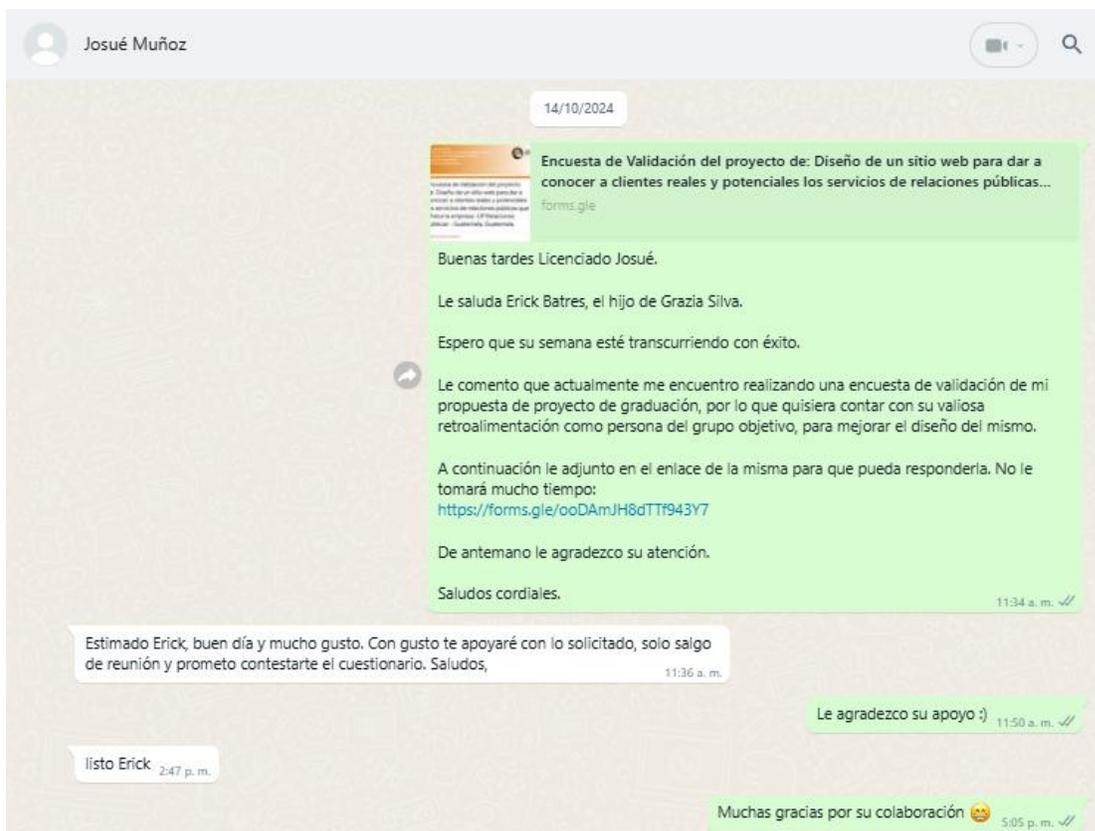
Saludos.

<https://forms.ole/ooDAmJH8dTTI943Y7>

↩ Responder ↪ Reenviar 😊

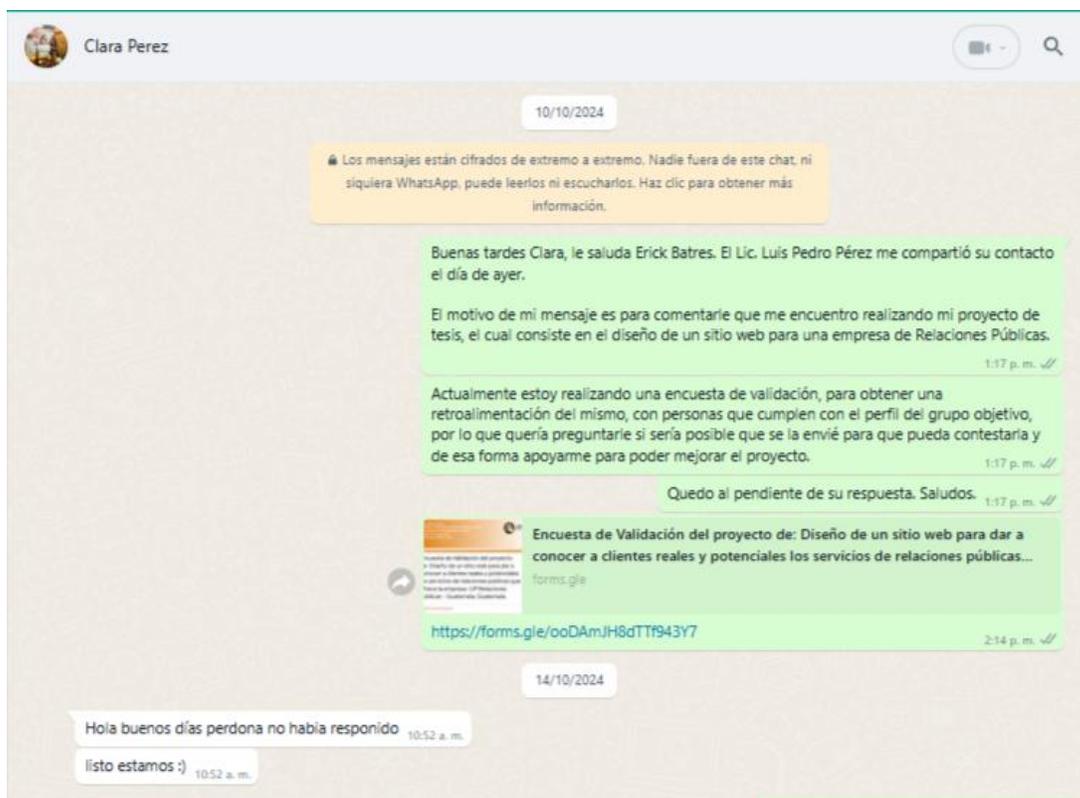
Anexo V: Mensajes Enviados a Encuestados: Página 8

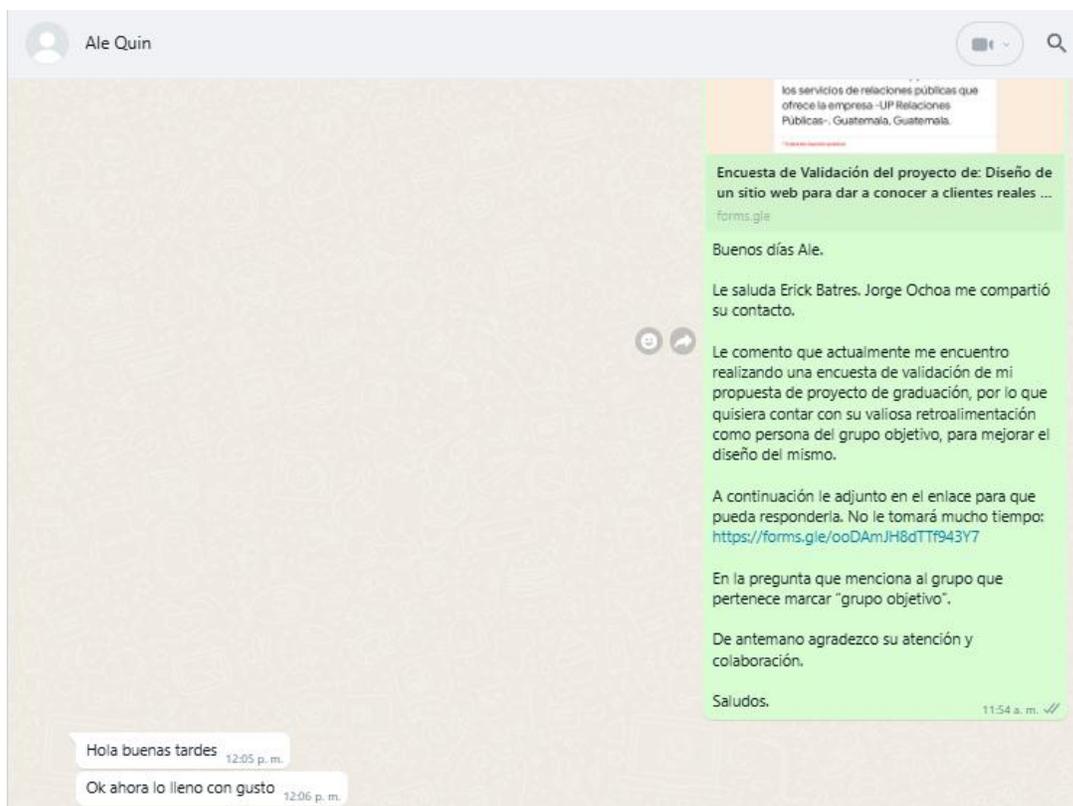
Grupo Objetivo: Josué Muñoz



Anexo V: Mensajes Enviados a Encuestados: Página 9

Grupo Objetivo: Clara Perez



Anexo V: Mensajes Enviados a Encuestados: Página 10**Grupo Objetivo: Alejandra Quin**

Anexo V: Mensajes Enviados a Encuestados: Página 11

Grupo Objetivo: Oscar Ajmac

Encuesta de validación ▶ Recibidos x ✕ 📧 🔗

 **Erick Giovanni Batres Silva** <erickgba3@gmail.com>
para oscarlara068 ▼ vie, 18 oct, 12:48 ☆ 😊 ↩ ⋮

Buenas tardes Oscar, te saluda Erick Batres, el hermano de Pilar. Ella me compartió tu dirección de correo electrónico.

Fijate que actualmente me encuentro realizando una encuesta de validación para mi propuesta de proyecto de graduación, por lo que quisiera contar tu apoyo para llenarla.

A continuación te envío en el enlace de la misma para que puedas responderla. No es muy larga:
<https://forms.gle/ooDAmJH8dTTt943Y7>

En la sección donde pregunta por el grupo al que pertenece, marcar "grupo objetivo".

Además quería preguntarte si de casualidad conoces a otras 2 personas que trabajen en marketing, que estén entre los 28 a 38 años de edad y que pudiera contactar personalmente para que también llenen la encuesta.

Desde ya muchas gracias por tu tiempo.

Feliz día.

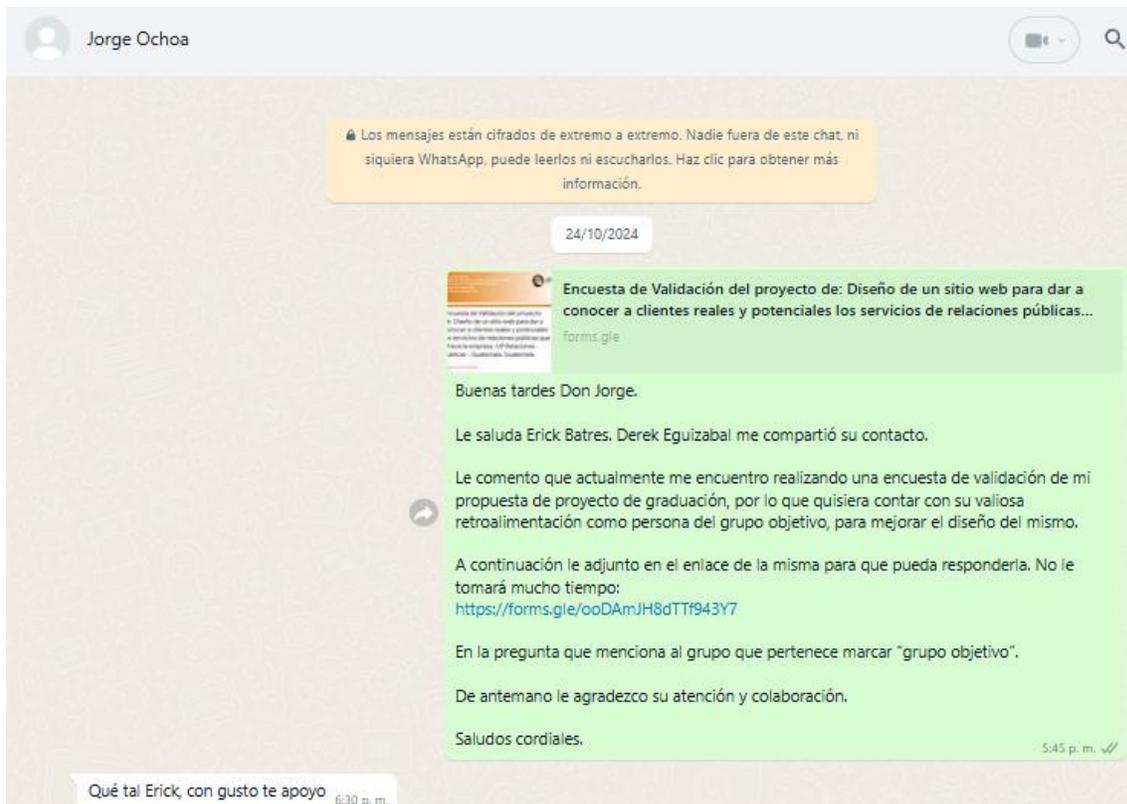
 **Oscar Ajmac** <oscarlara068@gmail.com>
para mí ▼ vie, 18 oct, 17:21 ☆ 😊 ↩ ⋮

Buenas tardes Erick

Un gusto saludarte, ya te llene la encuesta.

Anexo V: Mensajes Enviados a Encuestados: Página 12

Grupo Objetivo: Jorge Ochoa



Anexo VI: Modelo de Encuesta en Google Forms: Página 1

Universidad Galileo
Facultad de Ciencias de la Comunicación FACOM
Licenciatura en Comunicación y Diseño
Proyecto de Graduación
Erick Giovanni Batres Silva



Sección 1 de 4

Encuesta de Validación del proyecto de: Diseño de un sitio web para dar a conocer a clientes reales y potenciales los servicios de relaciones públicas que ofrece la empresa -UP Relaciones Públicas-. Guatemala, Guatemala.

Descripción del formulario

Nombre *

Texto de respuesta larga

Profesión *

Texto de respuesta larga

Género *

Masculino

Femenino

Puesto *

Texto de respuesta larga

Edad *

Texto de respuesta corta

Grupo al que pertenece *

Cliente

Experto en Comunicación/Diseño

Grupo Objetivo

Anexo VI: Modelo de Encuesta en Google Forms: Página 2

Antecedentes

La empresa -UP Relaciones Públicas- fue creada hace 9 años por Mariana Zavattieri, y actualmente se dedica a ofrecer servicios de relaciones públicas.

Durante el ejercicio de practica supervisada, se realizó un diagnóstico con el fin de evaluar la imagen corporativa en línea de la marca, en el cual se identificó que el sitio web no se encontraba en condiciones óptimas, detectándose un diseño visual poco funcional y efectivo, así como un portafolio desactualizado.

Por lo que se ha planteado el objetivo de diseñar un sitio web para dar a conocer a clientes reales y potenciales los servicios de relaciones públicas que ofrece la empresa -UP Relaciones Públicas-.

Instrucciones

Con base a lo anterior, observe la propuesta del prototipo preliminar del sitio web y según su criterio conteste las siguientes preguntas de validación, marcando uno de los círculos en blanco.

Enlace al prototipo: [Inicio | UpRRPP \(erickgba3.wixstudio.io\)](Inicio | UpRRPP (erickgba3.wixstudio.io))

Parte objetiva

Descripción (opcional)

¿Considera usted necesario diseñar un sitio web para dar a conocer a clientes reales y potenciales los servicios de relaciones públicas que ofrece la empresa -UP Relaciones Públicas-? *

Sí

No

¿Considera importante recopilar información esencial de la empresa -UP Relaciones Públicas-, para que sea incluida en el diseño del sitio y se facilite su accesibilidad al usuario? *

Sí

No

¿Considera adecuado investigar términos, conceptos, teorías y tendencias de diseño relacionados con el desarrollo de sitios web a través de fuentes bibliográficas que sustenten científicamente la propuesta del diseño de un sitio web que será visitado por el grupo objetivo? *

Sí

No

¿Considera consistente utilizar la plataforma Wix para crear el prototipo del sitio web de la empresa -UP Relaciones Públicas-? *

Sí

No

Después de la sección 1 Ir a la siguiente sección ▼

Anexo VI: Modelo de Encuesta en Google Forms: Página 3

Sección 2 de 4

Parte Semiológica ✕ ⋮

Descripción (opcional)

En el diseño propuesto, se han utilizado los colores corporativos de la empresa, los cuales son el naranja, que se asocia con la creatividad y el dinamismo; el gris, asociado al profesionalismo y seriedad; y blanco, representando la transparencia y simplicidad. Teniendo en cuenta estas connotaciones, ¿considera adecuada la aplicación de colores dentro del prototipo del sitio web? *

Muy adecuada

Poco adecuada

Nada adecuada

¿Cree que la tipografía usada es apropiada para un grupo objetivo compuesto por hombres y mujeres guatemaltecos de entre 28 a 38 años, y que mayormente ocupan roles de toma de decisiones en el área de marketing dentro de las empresas? *

Muy apropiada

Poco apropiada

Nada apropiada

¿Los iconos y fotografías de la propuesta gráfica son comprensibles con relación a los temas que complementan? *

Muy comprensibles

Poco comprensibles

Nada comprensibles

Después de la sección 2 Ir a la siguiente sección ▼

Anexo VI: Modelo de Encuesta en Google Forms: Página 4

Sección 3 de 4

Parte Evaluación Operativa × ⋮

Descripción (opcional)

Considera que la tipografía utilizada en el diseño del sitio web es: *

Muy legible

Poco legible

Nada legible

¿Cree visible los botones y gráficos adicionales en la propuesta gráfica presentada? *

Muy visibles

Poco visibles

Nada visibles

Según su criterio ¿El tamaño virtual de la propuesta es ideal para ser visto en dispositivos móviles? *

Si

No

Después de la sección 3 Ir a la siguiente sección ▼

Anexo VI: Modelo de Encuesta en Google Forms: Página 5

Sección 4 de 4

Observaciones ✕ ⋮

Descripción (opcional)

De antemano se agradece la atención y el tiempo brindado para contestar esta encuesta. Si en caso usted tiene alguna sugerencia, comentario o crítica personal puede hacerlo en el siguiente espacio:

Texto de respuesta larga

Anexo VII: Observaciones Adicionales: Página 1

Comentario de Madeline Trinidad

Observaciones

De antemano se agradece la atención y el tiempo brindado para contestar esta encuesta. Si en caso usted tiene alguna sugerencia, comentario o crítica personal puede hacerlo en el siguiente espacio:

Me gustó mucho el logo y la aplicación de colores! El único cambio o sugerencia es que la tipográfica de los titulares se siente muy pesada al ser toda en mayúscula y bold se vuelve difícil de leer, creo que se podría usar una opción más amigable que vuelve el texto más fluido. También creo que podría ponerse un header más dinámico sobre la empresa. Fuera de eso el trabajo está excelente. 😊👍

Anexo VII: Observaciones Adicionales: Página 2

Comentario de Carlos Argueta

Observaciones

De antemano se agradece la atención y el tiempo brindado para contestar esta encuesta. Si en caso usted tiene alguna sugerencia, comentario o crítica personal puede hacerlo en el siguiente espacio:

Felicito a Erick Batres en este proyecto universitario, ya que muestra el compromiso que tiene en la implementación de distintos términos y conceptos aprendidos durante la carrera.

Como recomendación profesional; se debe tener cuidado en la iconografía del sitio web ya que pierde sintonía al momento de ver degradados y colores planos. En este caso si se busca romper un patrón, debería hacerse según la paleta gráfica (utilizando el gris) en vez de los degradados, ya que la propuesta en general de la página web e imago tipo son colores planos.

De igual manera, se debe cuidar la posición de los iconos con relación al texto. En la pleca final, donde se encuentra Redes Sociales/Información se encuentran con dos alineaciones distintas, por lo que visualmente puede ser poco estético para el sitio web. También tener en cuenta las proporciones/ubicaciones dentro del mismo.

Como sugerencia, se puede realizar una división imaginaria en la que se separa en tres espacios proporcionales. El primero se utiliza para el logo, el segundo para redes sociales y el tercero para información.

También se puede acelerar un poco la transición de entrada para la pleca con la respectiva información.

Sin más que añadir, felicito nuevamente al estudiante por este extraordinario proyecto.

Anexo VII: Observaciones Adicionales: Página 3***Comentario de Cristian Rossell*****Observaciones**

De antemano se agradece la atención y el tiempo brindado para contestar esta encuesta. Si en caso usted tiene alguna sugerencia, comentario o crítica personal puede hacerlo en el siguiente espacio:

Excelente trabajo Eirck, he visto una excelente maquetación de la página web. Podrías revisar las direcciones URL para que coincidan con las secciones. En la sección sobre nosotros podrían agregar información sobre las personas encargadas

Anexo VII: Observaciones Adicionales: Página 4***Comentario de Luis Matul Andrade*****Observaciones**

De antemano se agradece la atención y el tiempo brindado para contestar esta encuesta. Si en caso usted tiene alguna sugerencia, comentario o crítica personal puede hacerlo en el siguiente espacio:

Felicitaciones por el trabajo, considero correcta la consistencia en la aplicación de color acorde a la marca, es excelente el tiempo de carga de textos e imágenes se puede apreciar una correcta diagramación y optimización de los elementos trabajados. Una observación con el icono de Management & Training podría ser diferente para ser más claro teniendo en cuenta el grupo antes mencionado. Por tema legibilidad se podría aumentar el tamaño para su visualización en celulares, en computadora es adecuado.

Anexo VII: Observaciones Adicionales: Página 5

Comentario de Andrea Aguilar

Observaciones

De antemano se agradece la atención y el tiempo brindado para contestar esta encuesta. Si en caso usted tiene alguna sugerencia, comentario o crítica personal puede hacerlo en el siguiente espacio:

a tipografía bold empleada se percibe muy pesada y robusta, considere que aporte a generar confianza y credibilidad.

Los colores podrían emplearse un poco más, porque siento que hay mucho blanco y las líneas de contorno gris lo hace ver muy básico. Le aconsejo ver referencias para que pueda ver otras posibilidades

<https://www.pinterest.com/search/pins/?q=sitio%20web%20naranja%20y%20gris&rs=typed> Pero podría incluir algún color complementario para contrastar o bien en esa misma gama de colores.

Por ser un servicio de relaciones públicas sería ideal humanizar más la web, se siente hasta cierto punto muy "fría", no veo al equipo de trabajo en "acción".

Los íconos son demasiado grandes, trabajarlos más a proporción al igual que el de las redes sociales, esto ayudará a darle mayor equilibrio visual y marcar mejor las jerarquías de la información.

Anexo VII: Observaciones Adicionales: Página 6***Comentario de Jorge Ochoa*****Observaciones**

De antemano se agradece la atención y el tiempo brindado para contestar esta encuesta. Si en caso usted tiene alguna sugerencia, comentario o crítica personal puede hacerlo en el siguiente espacio:

Un sitio web es esencial hoy en día para cualquier empresa, especialmente aquellas enfocadas en comunicación y servicios. La accesibilidad que los usuarios tienen a la información hace fundamental que el sitio web ofrezca una experiencia de alta calidad, con contenido claro, objetivo y fácilmente comprensible, garantizando así el cumplimiento de sus objetivos. Incluso es ideal que este mantenga su identidad, ya que crea una asociación de marca.

Tablas

Tabla I: Costos de Elaboración.

Descripción	Semanas	Horas empleadas (Q.25.00 c/u)	Costo
Análisis de la necesidad de diseño, identificación de áreas y recopilación de información general del cliente	1/2	2	Q.50.00
Recopilación de información	1	3	Q.75.00
Bocetaje	2	10	Q.250.00
Total de costos de elaboración			Q.375.00

Tabla II: Costos de Producción.

Descripción	Semanas	Horas empleadas (Q.25.00 c/u)	Costo
Digitalización de bocetos y propuesta gráfica	3	30	Q.750.00
Costos variables de operación (luz, internet)			Q.567.00
Artes finales de Sitio Web Sección 1: Inicio	1/2	4	Q.100.00
Artes finales de Sitio Web Sección 2: Sobre Nosotros	1/2	3	Q.75.00
Artes finales de Sitio Web Sección 3: Nuestros Servicios	1/2	3	Q.75.00
Artes finales de Sitio Web Sección 4: Portafolio	1/2	3	Q.75.00
Artes finales de Sitio Web Sección 5: Blog	1/2	3	Q.75.00
Artes finales de Sitio Web Sección 6: Contacto	1/2	4	Q.100.00
Artes finales de Sitio Web Sección 7: Sala de Prensa	1/2	2	Q.50.00
Total de costos de producción			Q.1,867.00

Tabla III: Resumen General de Costos.

Detalle	Costo
Plan de costos de elaboración	Q.250.00
Plan de costos de producción	Q.1,867.00
Plan de costos de reproducción	Q.0.00
Plan de costos de distribución	Q.2,960.27
Subtotal I	Q.5,077.27
Margen de utilidad 20%	Q.1,015.45
Subtotal II	Q.6,092.72
IVA 12%	Q.731.13
Total	Q.6,823.85