



## **FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

Diseño de piezas gráficas digitales para dar a conocer a través de la red social Instagram a clientes reales y potenciales los servicios turísticos que promueve la empresa de viajes Marazul.

## **PROYECTO DE GRADUACIÓN**

Presentado a la Facultad de Ciencias de la Comunicación  
Guatemala C.A.

### **ELABORADO POR:**

Daniel Aaron Gómez Barrios

Carné: 20007918

Para optar al título de:

## **LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO**

Nueva Guatemala de la Asunción

Proyecto de graduación

Diseño de piezas gráficas digitales para dar a conocer a través de la red social Instagram a clientes reales y potenciales los servicios turísticos que promueve la empresa de viajes

Marazul.

Daniel Aaron Gómez Barrios

Universidad Galileo

Facultad de Ciencias de la Comunicación

### **Autoridades**

Rector. Dr. Eduardo Suger Cofiño

Vicerrectora, Dra. Mayra de Ramírez

Vicerrector Administrativo, Lic. Jean Paul Suger Castillo

Secretario General, Dr. Jorge Retolaza

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

Vicedecano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Lic. Rualdo Anzueto, M.Sc.

### **Dedicatoria**

A Dios, por darme la vida y permitirme llegar a cumplir mis metas.

A mi familia, que siempre me apoyó en todo momento a pesar de las adversidades.

A mis compañeros de estudio, que siempre estuvieron ahí y que juntos recibimos el conocimiento que nos formó.

A mis catedráticos, que abrieron mi mente y dejaron la semilla del conocimiento que hoy germina y que me ayudará a desenvolverme en mi vida profesional.

A la Universidad, que me acogió en sus brazos y me dejó las herramientas necesarias para enfrentarme a un mundo cambiante.

Por último, a mis seres queridos que ya no se encuentran en este mundo pero se fueron con la seguridad que podría lograrlo

## **Resumen**

A través del acercamiento con la empresa Viajes Marazul se identificó que no cuenta con visualizaciones en la red social Instagram

Por lo que se planteó el siguiente objetivo: Diseñar piezas gráficas digitales para dar a conocer a través de la red social Instagram a clientes reales y potenciales los servicios turísticos que promueve la empresa Viajes Marazul.

El enfoque de la investigación es mixto, porque se utilizó el método cuantitativo y el metodo cualitativo. El primero para cuantificar los resultados de la muestra, y el segundo evalúa el nivel de percepción y utilidad del proyecto.

La herramienta de investigación se aplicó a un promedio de 25 personas, entre grupo objetivo, cliente, y expertos en comunicación y diseño.

El principal hallazgo, entre otros, es que se afirma que fue necesario diseñar piezas gráficas digitales para dar a conocer a través de la red social Instagram a clientes reales y potenciales los servicios turísticos que promueve la empresa Viajes Mazarul.

Se recomendó seguir utilizando plataformas como Instagram, dado su poder para conectar con clientes actuales y potenciales, a través de piezas gráficas atractivas y promover los servicios turísticos de Viajes Mazarul, adaptar los contenidos a las características de la red social para maximizar el impacto visual y la interacción.

Para efectos legales únicamente el autor, DANIEL AARON DE JESÚS GÓMEZ BARRIOS, es responsable del contenido de este proyecto, ya que es una investigación científica y puede ser motivo de consulta 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

|                                                               |    |
|---------------------------------------------------------------|----|
| Introducción.....                                             | 11 |
| <b>Capítulo II: Problemática</b>                              |    |
| Contexto.....                                                 | 13 |
| Requerimiento de comunicación y diseño.....                   | 13 |
| Justificación.....                                            | 13 |
| Magnitud.....                                                 | 14 |
| Vulnerabilidad.....                                           | 15 |
| Trascendencia .....                                           | 15 |
| Factibilidad.....                                             | 15 |
| <b>Capítulo III: Objetivos de diseño</b>                      |    |
| Objetivo general.....                                         | 18 |
| Objetivos específicos.....                                    | 18 |
| <b>Capítulo IV: Marco de referencia.</b>                      |    |
| Información general del cliente y datos complementarios ..... | 20 |
| <b>Capítulo V: Definición del grupo objetivo.</b>             |    |
| Perfil geográfico.....                                        | 23 |
| Perfil demográfico.....                                       | 24 |
| Perfil psicográfico.....                                      | 26 |
| Perfil conductual.....                                        | 28 |

## **Capítulo VI: Marco teórico. Que fundamentan únicamente su propuesta.**

|                                                                           |           |
|---------------------------------------------------------------------------|-----------|
| Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio.....      | <b>30</b> |
| Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño..... | <b>32</b> |
| Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias.....                     | <b>35</b> |

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

|                                                                               |           |
|-------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| Aplicación y razonamiento de la Información obtenida en el Marco Teórico..... | <b>43</b> |
| Conceptualización.....                                                        | <b>46</b> |
| Bocetaje.....                                                                 | <b>49</b> |
| Propuesta preliminar.....                                                     | <b>58</b> |

## **Capítulo VIII: Validación técnica.**

|                                                |           |
|------------------------------------------------|-----------|
| Población y muestreo.....                      | <b>63</b> |
| Método e Instrumentos.....                     | <b>64</b> |
| Resultados e Interpretación de resultados..... | <b>68</b> |
| Cambios en base a los resultados.....          | <b>74</b> |

## **Capítulo IX: Propuesta gráfica final: Se presenta el resultado final del proceso.**

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

|                                     |           |
|-------------------------------------|-----------|
| Plan de costos de producción.....   | <b>83</b> |
| Plan de costos de reproducción..... | <b>83</b> |
| Plan de costos de distribución..... | <b>83</b> |
| Margen de utilidad.....             | <b>84</b> |
| Cuadro resumen.....                 | <b>85</b> |

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

|                      |           |
|----------------------|-----------|
| Conclusiones.....    | <b>87</b> |
| Recomendaciones..... | <b>88</b> |

|                                            |           |
|--------------------------------------------|-----------|
| <b>Capítulo XII: Conocimiento general.</b> | <b>90</b> |
| <b>Capítulo XIII: Referencias.</b>         | <b>92</b> |
| <b>Capítulo XIV: Anexos.</b>               | <b>99</b> |

## Capítulo I

## **Capítulo I**

### **Introducción**

La empresa Viajes Marazul ha ofrecido a sus clientes reales y potenciales sus servicios desde el año 2017 que inició operaciones. Sin embargo, en la actualidad no cuenta con visitas en la red social Instagram.

Por esta razón se propuso resolver este problema comunicativo a través de la elaboración del siguiente proyecto: Diseño de piezas gráficas digitales para dar a conocer a través de la red social Instagram a clientes reales y potenciales los servicios turísticos que promueve la empresa de viajes Marazul.

Para crear el concepto creativo se usará el método Estratal 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**

Junto con el cliente se observó en la empresa de Viajes Marazul, las pocas visitas que tiene la página de la red social Instagram. A ello, el cliente expone la necesidad de darle un giro y atención a la página, se realiza una investigación a cerca del público y las últimas interacciones con las que cuenta la red social y se puede visualizar un bajo rendimiento.

### **Contexto**

La empresa fue creada el año 2017 por Esperanza Mendoza, y se dedica a hotelería y turismo. Actualmente ya es una empresa grande y reconocida. Sin embargo, la fundadora de la empresa comenzó siendo asesora de viajes en una empresa pequeña trabajando aproximadamente durante 10 años al adquirir experiencia y clientes. En el transcurso pasó varios procesos y fue aprendiendo a prueba y error. Comenta que en ocasiones debía de hacerse responsable por errores de precios y con el fin de mantener la fidelización con el cliente asumió la responsabilidad de absorber la deuda de clientes.

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

La empresa de Viajes Marazul no cuenta con diseño de piezas gráficas digitales para dar a conocer a través de la red social Instagram a clientes reales y potenciales los servicios turísticos que ofrece.

### **Justificación**

Para sustentar 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.

## Magnitud

En la República de Guatemala habitan 17,36 millones de personas, está dividida en 22 departamentos. Entre ellos se encuentra el departamento de Guatemala que en la actualidad acoge a 3,639 millones de habitantes en el área metropolitana. Dentro de este departamento existen más de 100 empresas dedicadas a la actividad de su empresa, y entre ellas, se encuentra la empresa Viajes Marazul que atiende aproximadamente a más de 500 clientes potenciales reales y se pretende llegar al doble de clientes con los que la empresa ya cuenta.

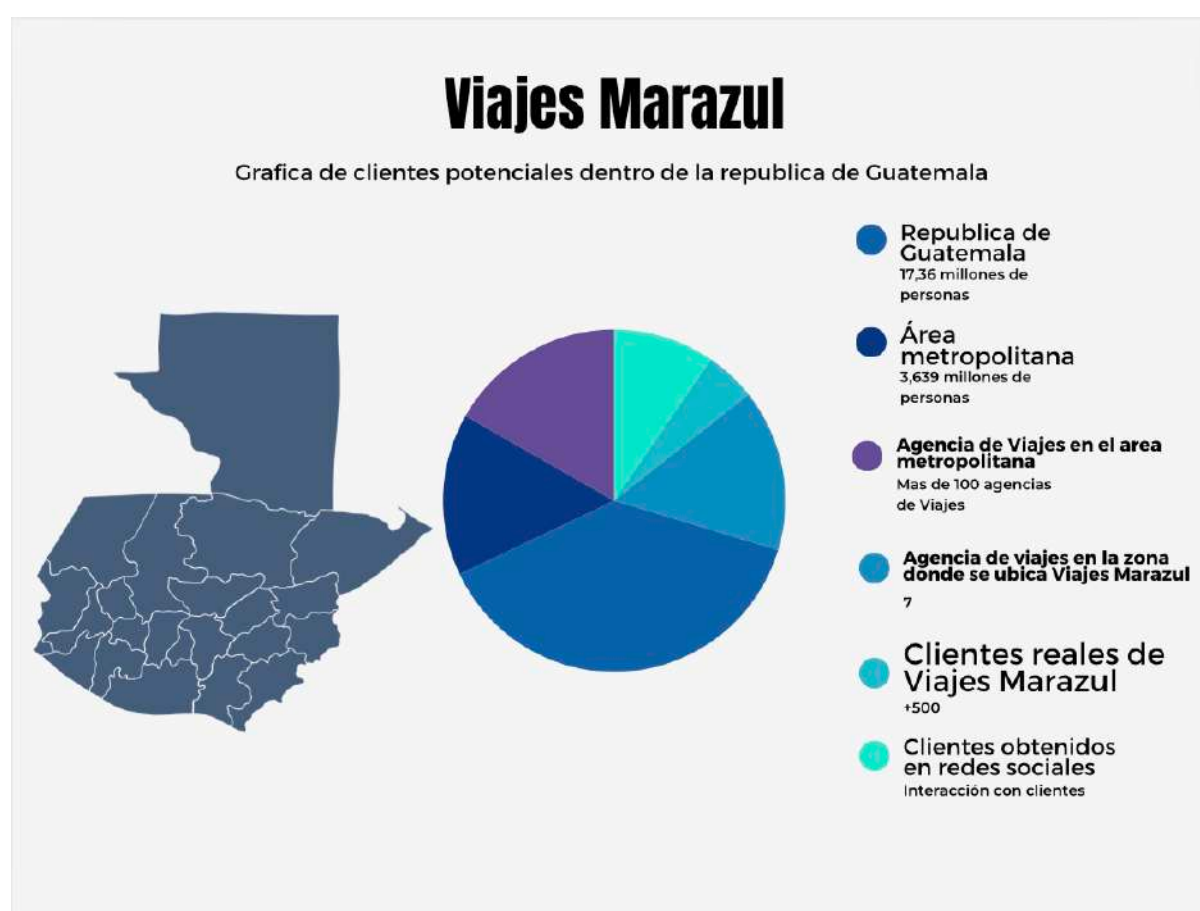


Figura 1. Realizada por Daniel Aaron de Jesús Gómez Barrios Gráfica de magnitud.

### ***Vulnerabilidad***

Si la empresa no realiza piezas gráficas, se perderá la oportunidad de darse a conocer a más clientes, y por lo tanto perderá ventas potenciales. La empresa no podrá gozar de expandirse y hacer lazos fuertes con diversidad de contactos, perderá la oportunidad de poder destacar frente a su competencia y se quedará únicamente con los clientes existentes con la posibilidad de perder a los mismos.

### ***Trascendencia***

Al contar con mejor manejo de piezas gráficas digitales en la red social Instagram la empresa podrá darse a conocer para aumentar sus ventas y posicionarse en la industria de la hotelería y turismo en Guatemala.

### ***Factibilidad***

El proyecto piezas gráficas digitales es factible para darse a conocer, producir un mayor número de ventas y vistas en la página de Instagram por clientes potenciales, porque cuenta con los recursos necesarios para llevarse a cabo.

**Recursos Humanos.** La empresa cuenta con el capital humano adecuado que tiene la capacidad, el conocimiento, la experiencia y las habilidades para el manejo de las funciones de piezas gráficas que se desempeñan dentro de la organización.

**Recursos Organizacionales.** La empresa autoriza al personal para que esté en disposición de brindar toda la información necesaria y requerida para llevar a cabo este proyecto.

**Recursos Económicos.** La empresa cuenta con todos los recursos necesarios que posibilita la realización del proyecto.

**Recursos Tecnológicos.** La empresa cuenta con todo el equipo y las herramientas necesarias para elaborar, producir y distribuir el resultado del proyecto de graduación. Por su parte, el comunicador-diseñador cuenta con las competencias profesionales y el siguiente equipo para llevar a cabo el proyecto:

- Computadora MacBook Pro
- Cámara fotográfica Canon T100
- Programas de diseño Adobe Photoshop 2024

### **Capítulo III: Objetivos del Diseño**

### **Capítulo III: Objetivos del Diseño**

#### **El Objetivo General**

Diseñar piezas gráficas digitales para dar a conocer a través de la red social Instagram a clientes reales y potenciales los servicios turísticos que promueve la empresa Viajes Marazul.

#### **Los Objetivos Específicos**

Recopilar toda la información necesaria de la empresa Viajes Marazul para la creación de piezas gráficas digitales, asegurando que los detalles proporcionados en el Brief sean integrados de manera coherente con el diseño del manual de identidad e imagen corporativa. Esto incluirá datos clave sobre los servicios turísticos, el público objetivo y las estrategias de comunicación visual de la empresa.

Investigar conceptos, términos, teorías y tendencias actuales de diseño gráfico relacionados con la promoción del turismo en Guatemala, aplicar enfoques innovadores para conectar con clientes potenciales a través de contenidos digitales atractivos y efectivos en redes sociales, especialmente en Instagram.

Diagramar posts para Instagram, destacar su importancia como herramienta de comunicación visual para atraer a clientes potenciales. Enfocándose así en diseñar composiciones gráficas optimizadas para esta plataforma, aprovechar los recursos de diseño para captar la atención del público y transmitir de manera efectiva los valores, destinos y servicios que ofrece la empresa Viajes Marazul.

## **Capítulo IV: Marco de Referencia**

## **Capítulo IV: Marco de Referencia**

### **Información General del Cliente**

La empresa fue creada el año 2017 por Esperanza Mendoza y actualmente se dedica a la actividad de hotelería y turismo.

### ***Misión***

En Viajes Marazul nos comprometemos a ser el puente que conecta a nuestros clientes con las maravillas naturales, culturales e históricas de Guatemala. Buscamos proporcionar experiencias de viaje excepcionales, enfocadas en la autenticidad, la comodidad y el respeto por el entorno, mientras promovemos el desarrollo sostenible de las comunidades locales. Nuestro objetivo es superar las expectativas de nuestros clientes, brindar un servicio personalizado y memorable en cada viaje que emprendan con nosotros.

### ***Visión***

Nos vemos como líderes reconocidos en la industria de viajes y turismo en Guatemala, distinguidos por nuestra excelencia en la calidad del servicio, nuestra pasión por la innovación y nuestro compromiso con la sostenibilidad. Aspiramos a ser el referente para quienes deseen explorar y descubrir la riqueza cultural y natural de Guatemala, al crear vínculos duraderos con nuestros clientes y contruir al desarrollo económico y social del país.

**FODA.**

Figura 2. Realizada por Daniel Aaron de Jesús Gómez Barrios FODA.

## **Capitulo V: Definición del Grupo Objetivo**

## **Capítulo V: Definición del Grupo Objetivo**

El proyecto está dirigido a un grupo objetivo comprendido por mujeres y hombres, de 30 a 50 años de edad, con un NSE desde alto a bajo, que están en el ámbito de clase media alta en adelante, tomando en cuenta que tienen puestos significativos dentro de la empresa y con sueldos por encima de los Q8,000.00 con un nivel C1 y C2.

### **Perfil Geográfico**

- País: República de Guatemala.
- Región: Occidente.
- Departamento: Guatemala.
- Municipio: San Cristóbal.
- Área: Zona 8 de Mixco
- Población: El municipio tiene una población aproximada de 78,000 habitantes según el Censode Población de 2018.
- Densidad de población: 104.60 km<sup>2</sup> y la totalidad de pobladores son de la Ciudad Capital.
- Clima: Regularmente el clima de San Cristóbal zona 8 de mixco es frío por las mañanas y un poco cálido por las tardes, por las noches baja la temperatura nuevamente y se torna un clima frío.

## **Perfil Demográfico**

- Género: Masculino y Femenino.
- Nacionalidad: Guatemaltecos de 30 a 50 años de edad
- Estado civil: Solteros, Casados. Ocupación: Viajeros,. Profesión: Personas con trabajos estables o emprendedores con la capacidad económica para costear un viaje.
- Nivel Educativo: - Nivel educativo básico: Primaria - Nivel educativo media básica y diversificado
- Estudios Superiores (Licenciatura, Maestría o incluso doctorados.
- Religión: Cristiano Católico, cristiano evangélico, mormones, Testigos de Jehová, judíos, entre otros.
- Grupo étnico: Ladinos, latinoamericanos, afroamericanos, estadounidenses, europeos, israelíes. Idioma: español, hebreo, inglés, francés, tzutujil.
- Nivel Socioeconómico: Medio Alto(C+), Medio Medio(C), Medio Bajo(D+). Con un nivel socioeconómico medio, y contempla las expresadas en la tabla de NSE Multivex 2015.

| Características       | Nivel C1                                                                                                                                                   | Nivel C2                                                                                                    |
|-----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Ingresos              | Q 25,000.00                                                                                                                                                | Q 17,500.00                                                                                                 |
| Educación             | Superior Licenciatura                                                                                                                                      | Superior, Licenciatura                                                                                      |
| Educación Hijos       | Hijos menores<br>Colegios Privados,<br>Mayores en U<br>privadas y postgrado<br>extranjero con beca.                                                        | Hijos menores<br>colegios privados,<br>mayores en U privada<br>o estatal.                                   |
| Desempeño             | Ejecutivo medio,<br>Comerciante vendedor.                                                                                                                  | Ejecutivo,<br>comerciante,<br>vendedor,<br>dependiente.                                                     |
| Vivienda              | Casa/Departamento<br>rentada o financiado<br>2-3 recamaras 2-3 baños 1 sala,<br>estudio,<br>área de servicio<br>garaje para 2<br>vehículos.                | Casa/Departamento<br>rentada o financiado<br>2-3 recamaras 2-3<br>baños 1 sala, garaje<br>para 2 vehículos. |
| Otras Propiedades     | Sitios/terrenos interior<br>por herencia                                                                                                                   |                                                                                                             |
| Personal de Servicios | Por día                                                                                                                                                    | Por día eventual                                                                                            |
| Servicios Financieros | 1-2 citas Q monetarios<br>y ahorro, plazo fijo 1-<br>2 TC int, seguro<br>colectivo salud.                                                                  | 1 cta Q monetaria y<br>ahorro 1 TC local                                                                    |
| Posesiones            | Autos compactos de 3-<br>5 años asegurados por<br>financiera                                                                                               | Auto compacto de<br>4-5<br>años sin seguro                                                                  |
| Bienes de Comodida    | 1 teléfono 1-2<br>celulares, cable<br>internet equipos de<br>audio más de 2 TV,<br>máquina de lavar<br>ropa, computadora,<br>electrodomésticos<br>básicos. | 1 teléfono fijo, mínimo<br>1-2 cel, cable radio 2<br>TV electrodomésticos<br>Básicos.                       |
| Diversión             | Cine, CC, parques<br>temáticos locales.                                                                                                                    | Cine, CC, parques<br>temáticos locales.                                                                     |

**Perfil Psicográfico.*****Actividades que realiza.***

- Viajar.
- Conocer culturas.
- Gastronomía.
- Contacto con la Naturaleza.
- Asistir a Fiestas.

**Intereses que posee.**

- Superarse.
- Conocer el mundo.
- Conocer personas

**Opiniones que expresa.**

- Confianza.
- Cuidado.

**Valores que comparte**

- Responsabilidad.
- Credibilidad.

- Integridad.

- Honestidad

- Tolerancia

- Respeto

- Puntualidad

### **Tipo de personalidad**

- Independientes

- Con visión de logro

- Emprendedores

- Líderes

- Innovadores

- Estratégicos

- Analistas

- Inteligentes

- Introvertido.

- Expresivo.

**Perfil conductual**

Frecuencia de compra: Esta puede depender de las distintas épocas del año.

Expectativa de beneficios: Posibilidad de crecimiento en las redes sociales y aumento de conocimiento sobre diferentes culturas y tradiciones, de acuerdo con cada país.

Nivel de lealtad: Es un nivel alto, ya que los nómadas o viajeros tienden a realizar viajes anuales y recomendar lugares a sus conocidos.

Forma de pago: - Con tarjeta de crédito/débito en oficina física. - Transferencia bancaria. - Con cheque y efectivo.

Expectativa de calidad: Brindar buen servicio al cliente.

## **Capítulo VI: Marco Teórico**

## Capítulo VI: Marco Teórico

### Conceptos Fundamentales Relacionados con el Producto o Servicio

#### ***Empresa***

El concepto de empresa refiere a una organización o institución, que se dedica a la producción o prestación de bienes o servicios que son demandados por los consumidores; obteniendo de esta actividad un rédito económico, es decir, una ganancia. Para el correcto desempeño de la producción estas se basan en planificaciones previamente definidas, estrategias determinadas por el equipo de trabajo. Raffino, Equipo editorial, Etecé (29 de agosto de 2024).

#### ***Turismo***

El turismo es el desplazamiento de las personas de manera temporal y voluntaria. Dentro de este concepto deben ser incluidos las relaciones humanas que conllevan y la prestación de servicios. Si bien los motivos del turismo son variados, suelen ser relacionados con el ocio. Raffino, Equipo editorial, Etecé (5 de agosto de 2021).

#### ***Clientes***

concepto de cliente se utiliza para hacer referencia a las personas o entidades que hacen usufructo de los recursos o servicios que brinda otra. Son personas, organizaciones o entidades que adquieren bienes o servicios ofrecidos por un proveedor a cambio de un pago o compensación. En el contexto comercial, los clientes son la base de cualquier negocio y representan aquellos que utilizan los productos o servicios ofrecidos por una empresa. Mantener a los clientes satisfechos es fundamental para la retención y el crecimiento del negocio. Raffino, Equipo editorial, Etecé (5 de agosto de 2021)

### ***Proveedores***

En el mundo empresarial y profesional, un proveedor es una persona física o jurídica que atiende las necesidades específicas (tangibles o intangibles) de otra organización. Dicho de otro modo, el proveedor es quien abastece a la empresa de los insumos y servicios que requiere para empezar o continuar sus labores productivas. Equipo editorial, Etecé (6 de febrero de 2023)

### ***Aerolíneas***

Se denomina aerolínea o línea aérea a una empresa dedicada al traslado de carga y/o pasajeros en aeronaves. Por lo general estas compañías disponen de una flota de aviones de distintas características. Julián Pérez Porto, (26 de abril de 2021)

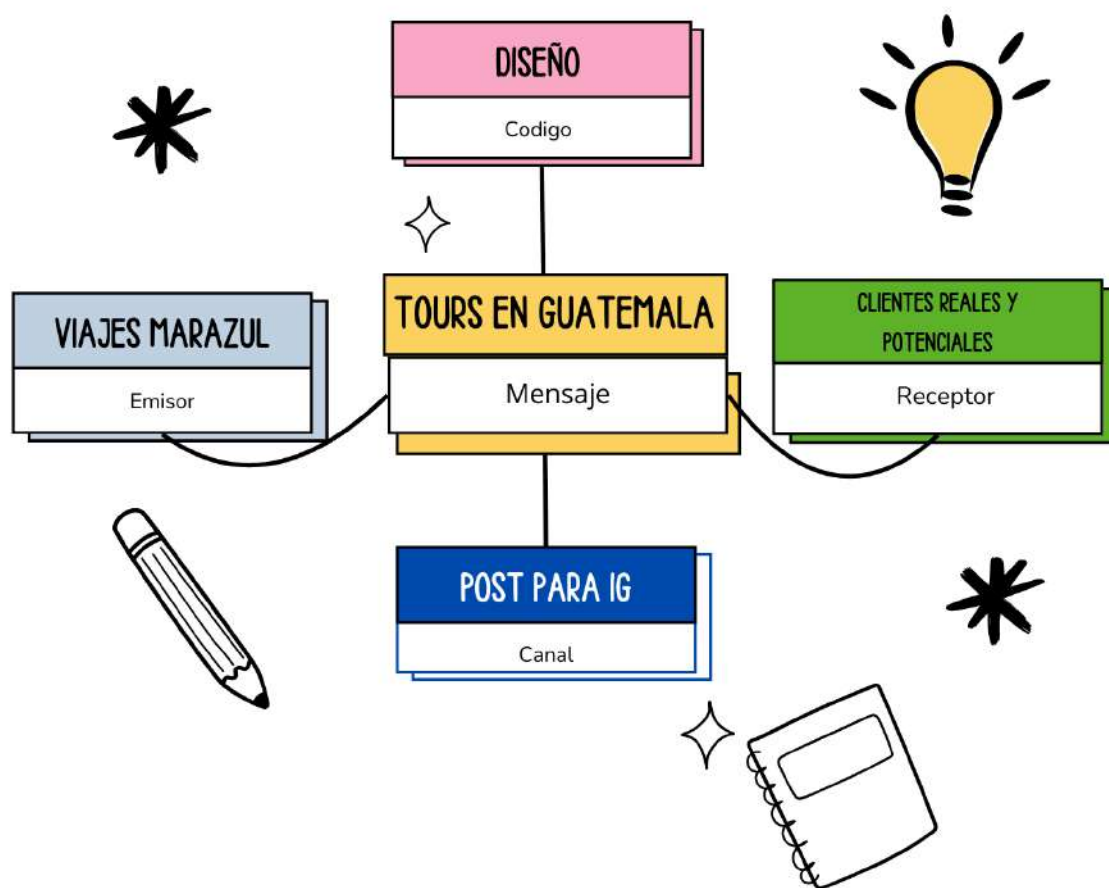
### ***Boletos aéreos***

El boleto funciona como un comprobante de pago para abordar el vehículo y ante la eventual requisitoria de un inspector. Además sirve a modo de seguro si se produce un accidente o algún tipo de contingencia en el trayecto. En los últimos tiempos, gracias a los avances de la tecnología y la masificación de Internet, en muchos casos no es necesario comprar un boleto físico, impreso en papel, sino que la transacción deriva en el envío por parte de la empresa de un boleto digital al cliente, quien puede presentarlo haciendo uso de su teléfono móvil como prueba de la adquisición. En estos casos se suele enviar a través del correo electrónico incluyendo un código de barras o uno QR. Julián Pérez Porto y Ana Gardey. (30 de mayo de 2022).

## Conceptos Fundamentales Relacionados con la Comunicación y el Diseño

### *Conceptos Fundamentales Relacionados con la Comunicación*

**Principal Teoría de Comunicación.** Según la Teoría de la Comunicación Transaccional, la comunicación no es un proceso lineal en el que un emisor envía un mensaje a un receptor. En cambio, se conceptualiza como un proceso dinámico y bidireccional en el que todos los participantes están simultáneamente enviando y recibiendo mensajes, influenciándose mutuamente en tiempo real. (Rosario Peiro, 03 de agosto, 2021)



*Esquema de proceso de comunicación. Elaborado por Daniel Aaron de Jesús Gómez Barrios.*

**Teoría de la Comunicación Interpersonal.** Joseph de Vito, en su obra "Human Communication: The Basic Course" (2016), explora cómo las personas intercambian información, sentimientos y significados en contextos cara a cara. La teoría se centra en la interacción en situaciones personales y profesionales.

Goffman en "The Presentation of Self in Everyday Life" (1959), introduce el concepto de "representación del yo" en la comunicación. Según Goffman, las personas actúan en la vida cotidiana como actores en un escenario, ajustando su comportamiento para cumplir con las expectativas sociales y culturales. (DeVito, J. A. 2016. Human Communication: The Basic Course (13th ed.). Pearson. Goffman, E. 1959. The Presentation of Self in Everyday Life. Anchor Books).

**Estructura y Función de la Comunicación en la Sociedad.** "La estructura y función de la comunicación en la sociedad" Gustavo Gilli (1985), propone un modelo funcionalista de comunicación de masas que se centra en las funciones que cumple la comunicación para la sociedad, tales como la vigilancia, la correlación, la socialización y el entretenimiento.

McLuhan en "Understanding Media: The Extensions of Man" (1964), introduce el concepto de "el medio es el mensaje", argumentando que la forma en que se comunica un mensaje afecta a la sociedad más que el contenido del mensaje mismo. (Lasswell, H. D. (1948). The Structure and Function of Communication in Society. In L. Bryson (Ed.), The Communication of Ideas. Harper. McLuhan, M. (1964). Understanding Media: The Extensions of Man. McGraw-Hill.)

**Teoría de la Comunicación Organizacional.** Fernando Martín Martín (1995) (citado por Trelles, 2001.p.4) las puntualiza en tareas como coordinar y canalizar el plan o la estrategia de comunicación de la organización; gestionar acciones encaminadas a mejorar la imagen pública; potenciar, desarrollar y difundir la actividad de comunicación; conseguir que esta sea clara, veraz, transparente; mantener estrecha relación de colaboración con los medios y verificar y controlar la calidad e incidencias informativas y publicitarias de todas las acciones de comunicación.

**Teoría del Enfoque Crítico en Comunicación.** Una Teoría Crítica de la Comunicación, hoy, localizada en el tiempo y en el espacio, consciente de su lugar como pensamiento social que debe sentirse útil para la transformación de los espacios colectivos, debe servir además como plataforma para el desarrollo de estrategias discursivas, propuestas técnicas o espacios de mediación capaces de ahondar en una radicalización de la democracia, la solidaridad y el conocimiento-emancipación, como puntales de la renovación del paradigma epistemológico dominante a partir de estos momentos de crisis postmoderna. Dr Juan Carlos Fernandez (2024)

**Teoría de la Comunicación Transcultural.** Describiría y explicaría que la forma de adaptarse a la nueva cultura es necesaria la capacidad para recibir la información del nuevo contexto cultural, aprender la lengua y la habilidad necesaria para enfrentarse a nuevas normas y significados. Kim y Gudykunst (1987)

## **Conceptos Fundamentales Relacionados con el Diseño.**

### ***Ciencias Auxiliares, Artes, Teorías y Tendencias***

**Teoría del Diseño** Herbert Simon (1969) - En su libro *The Sciences of the Artificial*, Simon presenta el diseño como un proceso de resolución de problemas. Según él, el diseño se basa en encontrar soluciones efectivas a problemas específicos, lo que involucra una serie de etapas desde la identificación del problema hasta la evaluación de la solución.

**Teoría del Diseño Sostenible.** es una disciplina que promueve el uso eficiente de recursos, manteniendo el equilibrio entre la economía, la sociedad y el medio ambiente, y satisfaciendo las necesidades actuales sin comprometer el futuro.

Esta práctica busca generar beneficios sociales, reducir su impacto ambiental, ser económicamente viable, garantizar el respeto y cumplimiento de los derechos humanos, fomentar el ahorro energético y utilizar de manera responsable las materias primas en el desarrollo de bienes y recursos. SHIFTA by ELISAVA Escuela Online de Creadores Digitales (2024)

***Innovación en el Diseño de Productos*** La innovación de productos consiste en la introducción de nuevos bienes en el mercado que modifican las tendencias de un sector. Pueden ser totalmente nuevos y totalmente diferenciados de lo ya existente, o bien soluciones modificadas a partir de productos existentes hasta crear uno distinto e innovador. Con independencia de si se crea un nuevo producto o se modifica uno existente, lo más importante es superar las expectativas de los consumidores. Para ello, es indispensable no solo contar con profesionales con una formación de calidad y actualizada, sino que también se necesitan mentes creativas y soñadoras. La creatividad es un factor clave a la hora de innovar. Santander (2024)

***Estética y Funcionalidad.*** La estética es la rama de la filosofía que se dedica a estudiar el arte y su relación con la belleza, tanto en su esencia (qué es), como en su percepción (dónde se encuentra). Esto último incluye otro tipo de aspectos como la experiencia estética o el juicio estético. Cuando valoramos una obra de arte como bella o sublime, por ejemplo, hacemos uso de nuestra capacidad para emitir un juicio estético. Aun cuando en la filosofía contemporánea no se piensa a la estética como una “ciencia de lo bello”, su origen e historia están entrelazados con esta categoría estética, así como con lo sublime. Espínola, Juan Pablo (24 de octubre de 2024)

***Innovación y Creatividad.*** John Heskett (2002): En Diseño Heskett define el diseño como la intersección entre la creatividad, la tecnología y la satisfacción de las necesidades humanas. Destaca que el diseño está íntimamente relacionado con la innovación, ya que convierte las ideas en soluciones viables.

El Diseño Centrado en el Usuario Donald Norman (1988): En su obra *The Design of Everyday Things*, Norman argumenta que el diseño debe ser intuitivo y fácil de usar. Según él, los diseñadores deben comprender cómo los usuarios interactúan con los objetos y crear productos que no solo sean funcionales, sino que también sean comprensibles y agradables. Apoyó la idea del diseño centrado en el usuario, enfatizando que la empatía con el usuario es clave para crear productos que verdaderamente resuelvan sus necesidades.

***Sostenibilidad en el Diseño*** El diseño sostenible implica pensar tanto qué podemos optimizar o cambiar para contaminar menos, reducir gastos de energía o recursos, o planear cómo el producto que estamos creando puede ser reutilizado o reciclado, como sus implicaciones en los distintos niveles de la economía, y sin olvidarnos de su repercusiones en la sociedad. El diseño sostenible abarca todo el ciclo de vida del producto o servicio desde una perspectiva de 360 grados, pero teniendo en cuenta otros conceptos más allá del medio ambiente, como pueden ser los derechos humanos, el desarrollo local, el comercio justo o el consumismo, siendo la responsabilidad y la ética ingredientes fundamentales. Ricardo Estévez (Noviembre 2020)

***Estudios Culturales y Sociales.*** Clifford Geertz (1973) El diseño también se ha visto influido por los estudios culturales y sociales, ya que los productos y servicios deben considerar las particularidades culturales de los usuarios. Esto implica que el diseño no debe ser universal en su propuesta, sino que debe adaptarse a las realidades socioculturales específicas.

***Artes.*** El arte es una expresión de la creatividad de los seres humanos, que se manifiesta en obras que pueden ser apreciadas por los sentidos. El concepto de arte tiene varios significados y, durante siglos, artistas, filósofos, críticos y pensadores de diversas disciplinas han ofrecido muy diversas definiciones. Pirela Sojo, Fanny (24 de octubre de 2024). Arte. Enciclopedia Concepto.

**Fotografía.** La técnica fotográfica se basa en el principio de la cámara oscura, un instrumento óptico que consta de un compartimento totalmente oscuro con un pequeño agujero en uno de sus extremos, por el cual ingresa la luz y proyecta sobre el fondo imágenes invertidas de lo que se encuentra afuera. Las cámaras fotográficas aplican este mismo principio, con la diferencia de que están dotadas de otros elementos: lentes para afinar el foco, espejos para revertir lo proyectado y una cinta fotosensible (rollo fotográfico) o un sensor digital para captar y registrar las imágenes.

Pirela Sojo, Fanny (24 de octubre de 2024).

**Tipografía.** "La tipografía es el conjunto de técnicas para crear gráficamente letras y caracteres. Su nombre hace referencia a las huellas (o tipos) que quedan impresos cuando escribimos. Esta disciplina se centra en establecer reglas de composición para el diseño y uso de símbolos escritos. La tipografía conforma uno de los elementos pilares del diseño visual. En sí misma, es un arte que sirve para expresar sensaciones con las formas de letras para diversos estilos de comunicación. Por esto, su utilización siempre será relevante en la creación de tus contenidos, como lo son los colores o las fotografías. Con la tipografía, también puedes generar emociones que influyan en el público receptor de tus mensajes.

**Arte Pop.** El Pop Art no es un arte “popular”, pues no se plantea desde las costumbres, el folklore o el punto de vista tradicional de los pueblos. El término tiene que ver con la categoría estadounidense de lo “pop”, vinculada con la cultura de masas y la sociedad de consumo, la moda y la publicidad. Aunque es difícil determinar con certeza cuándo se habló de Pop Art por primera vez, se suele atribuir el nombre a miembros del Independent Group, un movimiento británico fundado en 1952 por un grupo de artistas del Instituto de arte contemporáneo de Londres (Institute of Contemporary Arts, ICA), cuyo objetivo era superar la visión modernista y debatir el impacto de la cultura de masas en el arte. Pirela Sojo, Fanny (19 de noviembre de 2024).

**Teoría del color.** Se conoce como teoría del color a un conjunto de reglas básicas que guían la mezcla, la interacción, las propiedades y la percepción de los colores. Esta teoría es fundamental para diversas disciplinas, entre ellas, el diseño gráfico, la pintura, la fotografía, la imprenta y la producción audiovisual. Pirela Sojo, Fanny (24 de octubre de 2024).

**Teoría de la Gestalt.** La teoría de la Gestalt es un concepto que seguramente te sonará si eres de esas personas que sienten curiosidad por el mundo de la psicología. Es una teoría muy utilizada actualmente en psicoterapia y resolución de problemas, pero también se ha popularizado por ser uno de los enfoques psicológicos más atractivos para aquellas personas que creen que la manera de ser, comportarse y sentir del ser humano no puede reducirse sólo a lo que es directamente observable o medible. Arturo Torres 10 septiembre (2015)

***Minimalismo.*** El minimalismo utiliza un grupo muy reducido de elementos, como colores, formas o texturas, y en sus obras la composición es muy elemental, constituyendo un auténtico tributo a las síntesis visual. En la composición visual, los diseñadores minimalistas buscan siempre la armonía y la sobriedad, y crean contrastes con elegancia y discreción. Por ejemplo, situando formas blancas sobre fondos negros. Aula creativa (30 de junio del 2020)

***Ilustraciones y gráficos personalizados.*** El Arte ha evolucionado de las técnicas tradicionales, que seguirán perdurando, a las nuevas formas de expresión. Porque todo arte ha evolucionado sobre lo anterior, como sucedió con las vanguardias artísticas. Pero las tecnologías digitales han incursionado en el mundo de la expresión artística pisando fuerte y han supuesto una revolución en todos los aspectos de la creación, que van a definir el arte del siglo actual. Arteyalgomias (2024)

***Paletas de colores audaces y contrastantes.*** El color es uno de los aspectos más interesantes del diseño y el arte. El color es una experiencia que percibimos a través de los ojos.

La definición de color señala que es una sensación producida por los rayos luminosos que impresionan los órganos visuales y que depende de la longitud de onda.

A todos nos ha pasado que nos hemos sentido indecisos sobre qué color elegir al momento de decorar nuestra casa, vestir, incluso para usar en imágenes de Instagram o nuestra marca.

Redacción AD (2021)

# TABLERO DE TENDENCIAS



## TIPO DE FOTOGRAFÍAS

Varias versiones de nuestro logotipo disponibles para combinar con diferentes materiales y usos.



## PALETA DE COLORES



#F4F2F1

#C8C8C2

#D8D8C8

#878E98

#695941

#A87A43

## GUÍA DE FUENTES

Los mejores resultados se pueden lograr cuando las fuentes están emparejadas y dimensionadas correctamente.

### BYLINE

Encabezado grande

### Subtítulo

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut hendrerit ipsum quam, quis convallis tellus gravida ut. Donec conmodo interdum magna, eu consectetur risus faucibus eget.

## FUENTES EN USO

Estos tipos de letra son los elegidos para comunicar nuestro mensaje de marca.

Aa

Antic Didone

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
VWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890!@#\$%^&\*()

Aa

Clear Sans Thin

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
VWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890!@#\$%^&\*()

Figura 3. Realizada por Daniel Gómez. Tablero de tendencias.

## **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**

Se realizarán post para la red social de instagram para dar a conocer los servicios que la empresa de Viajes Marazul para obtener más clientes reales y potenciales, se tomarán en cuenta las ciencias, artes, teorías y tendencias recopiladas en el marco teórico, donde se pondrá en práctica la propuesta del proyecto.

#### ***Psicología del Color***

Los efectos del color pueden variar según la cultura y las experiencias individuales, por lo que es crucial conocer bien a la audiencia y ajustar la paleta de colores en consecuencia. Al comprender cómo los colores afectan las percepciones y emociones, puedes diseñar estrategias de redes sociales más efectivas para atraer y conectar con clientes potenciales.

#### ***Tipografía***

Elegir la tipografía adecuada es una parte crucial del diseño para redes sociales, no solo afecta la legibilidad y la comprensión del mensaje, sino que también contribuye a la identidad visual de la marca y puede influir en cómo se percibe el contenido por parte de la audiencia.

#### ***Gestión del Color***

La gestión del color es un conjunto de técnicas y procesos diseñados para asegurar que los colores se reproduzcan de manera consistente y precisa en diferentes dispositivos y medios. En el contexto de las redes sociales y el marketing digital, la gestión del color es fundamental para mantener la integridad visual.

## ***Teoría del Diseño***

La teoría del diseño es un conjunto de principios y conceptos que guían la creación y la organización de elementos visuales en cualquier medio de comunicación, incluidas las redes sociales y el marketing digital. Comprender y aplicar la teoría del diseño puede mejorar significativamente la efectividad y la estética de publicaciones en redes sociales.

### ***Posicionamiento de Objetos***

El posicionamiento de objetos en el diseño se refiere a la ubicación estratégica y la disposición de elementos visuales dentro de una composición. En el contexto de las redes sociales y el marketing digital, cómo posicionar los objetos, las imágenes y gráficos puede influir en cómo se percibe el mensaje y la efectividad de la comunicación.

### ***Composición***

En el diseño gráfico y en el contexto de las redes sociales y el marketing digital, una composición efectiva es crucial para captar la atención del espectador, transmitir un mensaje claro y fortalecer la identidad visual de la marca.

### ***Imagen***

Una imagen en el contexto del diseño gráfico y las redes sociales es una representación visual que comunica información, emociones o mensajes a la audiencia. Las imágenes son fundamentales para captar la atención de los usuarios en plataformas como Instagram, Facebook, Twitter y otras redes sociales.

### ***Exposición***

En fotografía y videografía, así como en el contexto de las redes sociales y el marketing digital, la exposición se refiere a la cantidad de luz que llega al sensor de la cámara o al material sensible, como el film en el caso de la fotografía tradicional. Una correcta exposición es fundamental para obtener imágenes claras, bien iluminadas y visualmente atractivas.

### ***Enfoque***

El enfoque en fotografía y videografía es crucial para lograr imágenes nítidas y claras, donde los objetos principales están bien definidos y enfocados correctamente. En el contexto de las redes sociales y el marketing digital, un buen enfoque es fundamental para captar la atención de los espectadores y transmitir el mensaje de manera efectiva

### ***Composición de retratos***

La composición de retratos es fundamental para capturar la esencia y la personalidad de una persona de manera atractiva y significativa. En el contexto de las redes sociales y el marketing digital, la composición efectiva de retratos puede hacer que las imágenes se destaquen y generen una conexión más fuerte con la audiencia.

### ***Narrativa visual***

La narrativa visual se refiere a contar una historia o transmitir un mensaje a través de imágenes y elementos visuales en lugar de palabras. En el contexto de las redes sociales y el marketing digital, la narrativa visual es una herramienta poderosa para captar la atención de tu audiencia, generar interés y crear una conexión emocional.

## Conceptualización

### Método

Se utiliza la técnica Estratal creada por Edward De Bono. La técnica estratal nos propone una serie de enunciados paralelos que son considerados como una totalidad, sin necesidad de que dichos enunciados tengan que ver entre ellos.

El objetivo perseguido por esta técnica de creatividad es la sensibilización de la mente para que puedan generarse ideas nuevas e innovadoras. Un estratal es un proceso reflexivo. Uno lo confecciona y después lo lee una y otra vez hasta que empiezan a perfilarse algunas ideas. Evidentemente no tiene sentido si elaboramos un estratal amoldándolo a una idea prefijada.

Confeccionar estratales requiere práctica, ya que se tiende a comprender y, por lo tanto, a vincular los enunciados entre sí, hecho que hay que evitar porque lo que tiene valor es precisamente su cualidad aleatoria y arbitraria. Cuanto más inconexas sean las capas del estratal, más amplia será la sensibilización.

Pasos a seguir:

1. Se realiza un listado de 5 frases
2. Se deben elegir palabras que no tengan coherencia
3. Se deben crear vínculos entre cada frase

## Aplicación de Método



Aplicación del método realizado por Daniel Aaron de Jesús Gómez Barrios

## Definición del Concepto

Por medio del método Estratal creada por Edward De Bono. Se realizó un listado de 5 frases que se pueden utilizar de manera correcta para transmitir y dejar un mensaje a los clientes para que se interesen en poder viajar con la empresa Viajes Marazul.

Propuestas conceptuales:

1. Descubre el mundo, vive tu aventura.
2. Tu viaje es nuestra pasión.
3. Crea recuerdos de todos los destinos posibles.
4. Un viaje inolvidable.
5. El mundo al alcance de tus manos

Con base a las propuestas realizadas anteriormente se ha determinado que el concepto para la elaboración del proyecto quedará establecida bajo el título de:

**“Crea recuerdos de todos los destinos posibles”**

Se escogió la palabra “crea” debido a que invita a la acción de generar o producir algo es por ello que utiliza la palabra “recuerdos” la cual hace referencia a todas las memorias o experiencias que quedan grabadas en la mente. En el contexto de viajes, son las vivencias y momentos especiales que las personas atesoran, la palabra “destinos” se refiere a los lugares de interés a los que uno puede viajar. En esta frase, son los lugares que se visitan y en los que se generan recuerdos y por último la palabra “posibles” es un adjetivo que indica que algo es factible o realizable. En la frase, sugiere que hay una amplia variedad de destinos que se pueden visitar, en función de las posibilidades o elecciones disponibles.

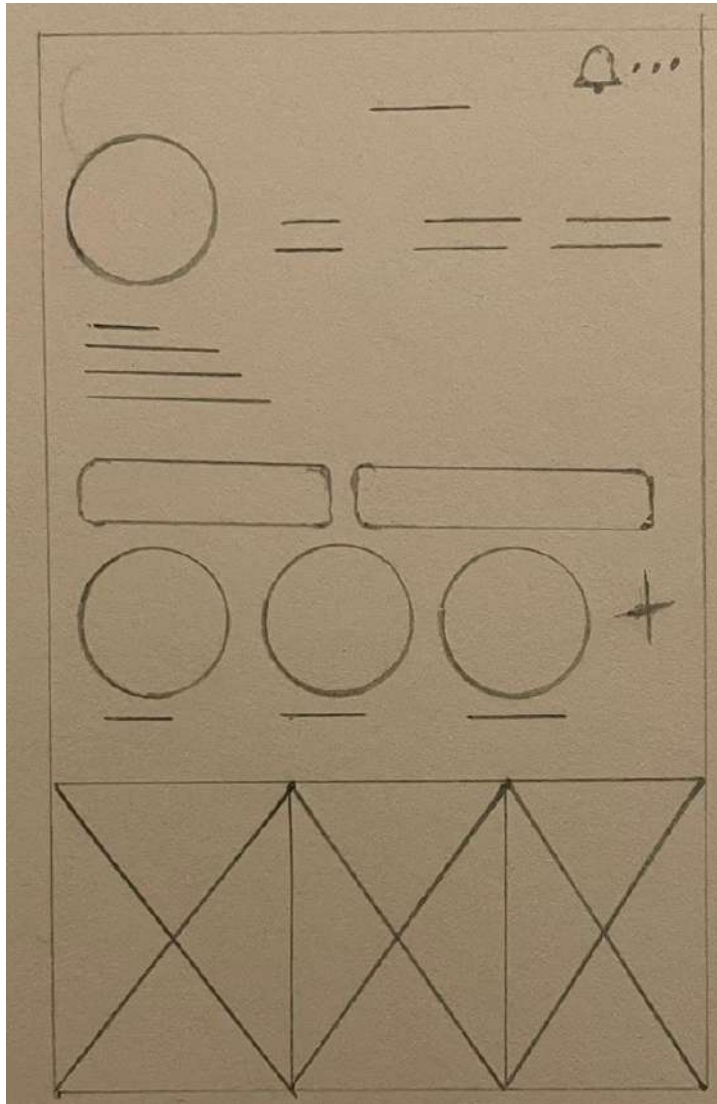
**Bocetaje**

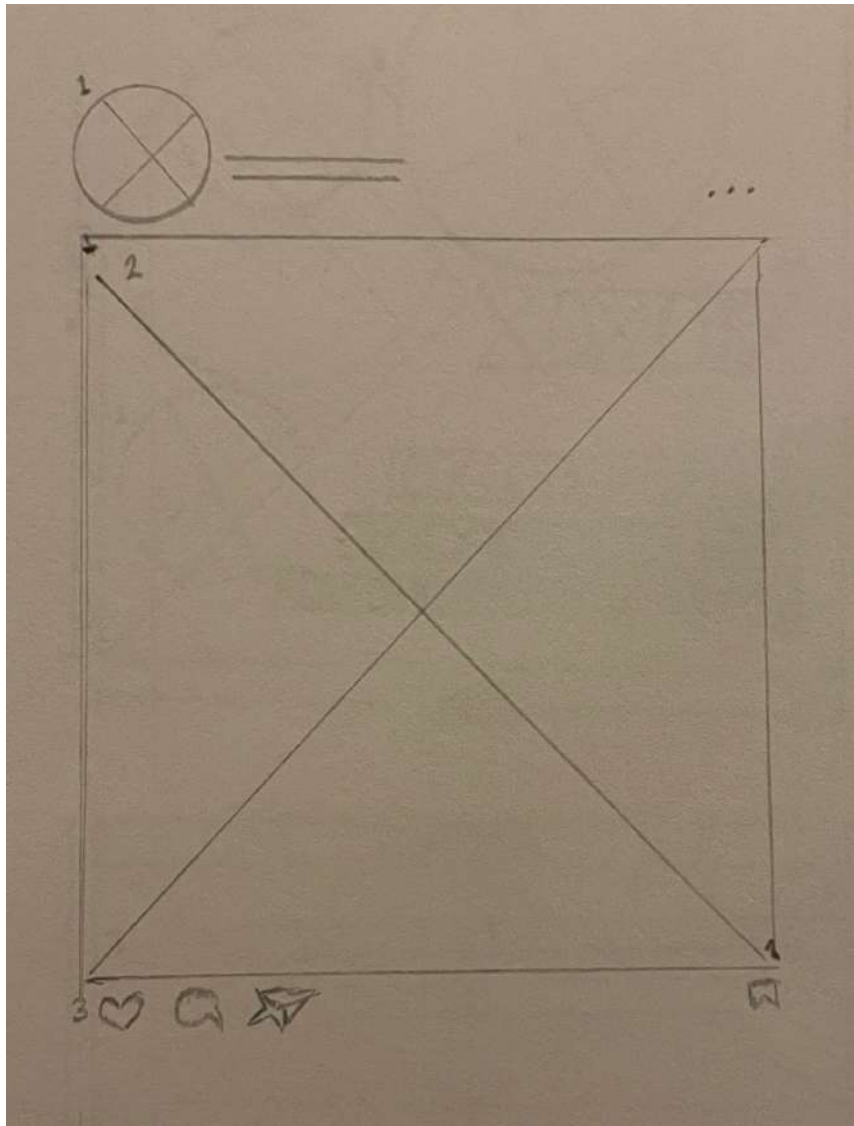
Los bocetos surgen después de la conceptualización, estos representan los elementos de diagramación, composición, tipografía, uso de colores, vectores, formas, tamaños, medidas del formato, y los elementos del diseño que se desarrollarán para la propuesta del diseño de la guía ilustrada.

Para la realización del boceto se utilizó papel usando un lápiz en donde se dibujaron las ideas principales para elaborar el proyecto, posteriormente estas ideas serán digitalizadas.

**Proceso de Bocetaje:** Se realizaron varias propuestas para los posts de Instagram y elementos como historias destacadas para la empresa Viajes Marazul.

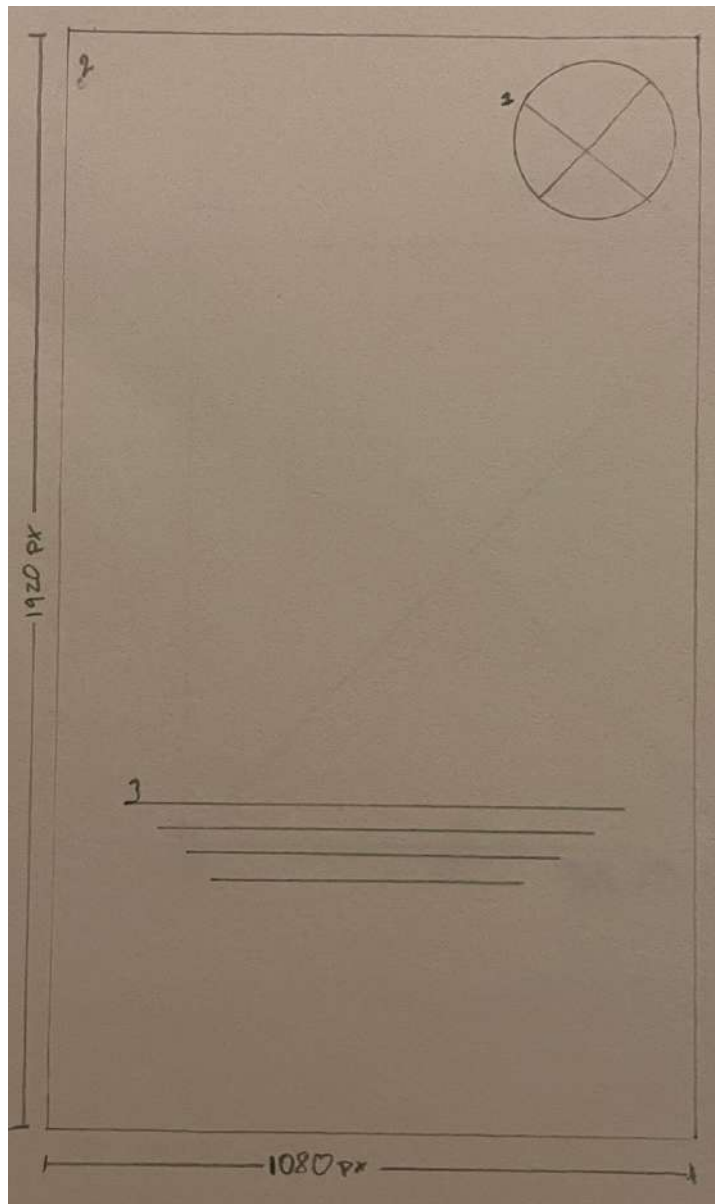
### Wireframe de Instagram



**Wireframe post de Instagram 1**

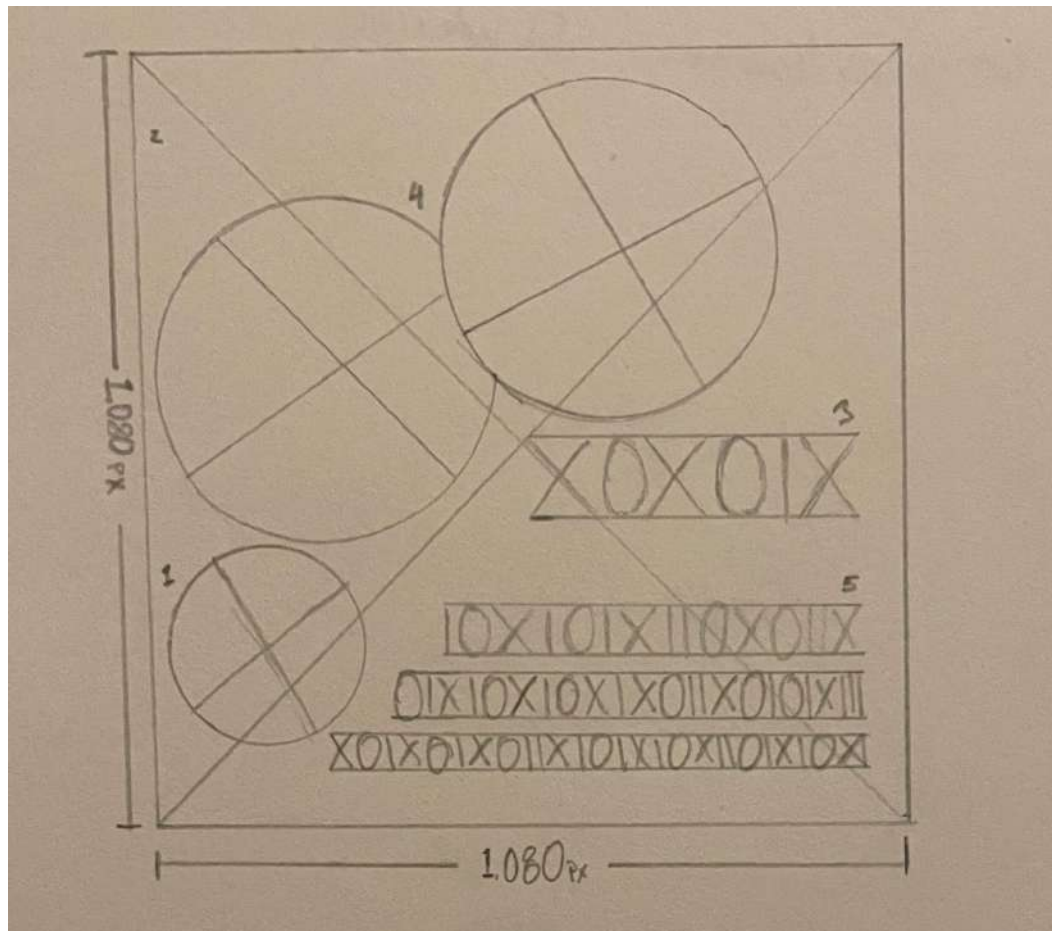
1. Foto y usuario de la empresa Viajes Marazul.
2. Post para obtener clientes potenciales.
3. Medios para indicar likes, comentarios, guardar post y compartir.

## Wireframe historias de Instagram 2

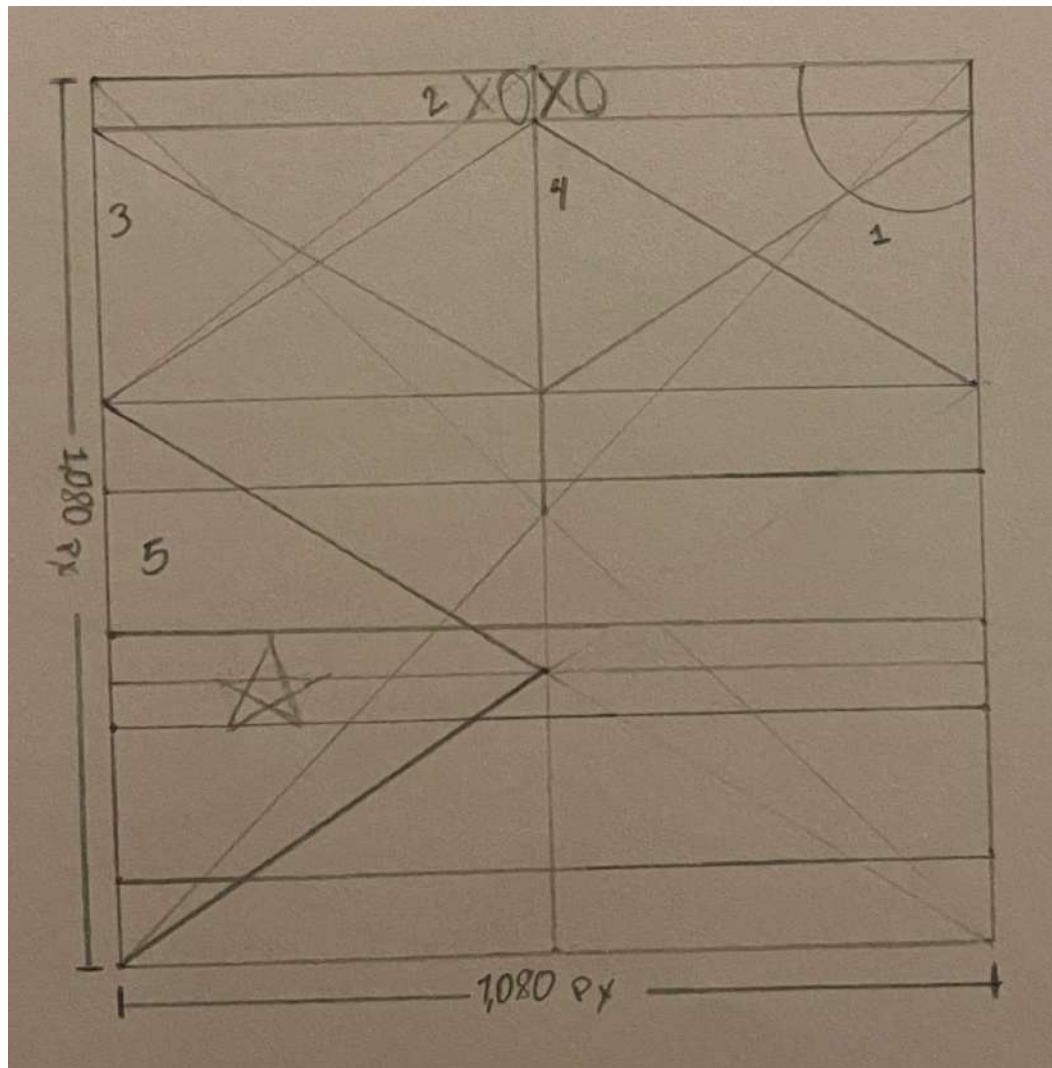


1. Logo de la empresa Viajes Marazul.
2. Post para promocionar destinos turísticos.
3. Subtitular con información breve.

### Wireframe post de Instagram 3



1. Logo de la empresa Viajes Marazul.
2. Fondo del post.
3. Titular.
4. Imágenes de destinos turísticos.
5. Breve descripción de precio y destinos.

**Wireframe post de Instagram 4**

1. Logo de la empresa Viajes Marazul.
2. Titular.
3. Imagen del destino turístico.
4. Imagen del destino turístico.
5. Bandera del país del destino.

## Proceso de Bocetaje Digital

### Post para Instagram.



Se realiza una serie de capas con imágenes relevantes del destino turístico, está compuesto por el logo de la empresa, texto, bandera del país a visitar e imágenes de los lugares turísticos

## Post para Instagram



Se seleccionan imágenes que reflejen el destino turístico, el post etsa formado por varias capas donde se coloca el logo de la empresa, color de fondo, diseños minimalistas y texto informativo del paquete que ofrecen.

## Historia para Instagram



Para llevar a cabo esta piza grafica se utilizo una imagen de fondo que de la impresion de ir volando en un avion, con un texco llamativo he informacion de contacto con la empresa.

## Historia para Instagram



Para llevar a cabo esta historia de instagram se eligieron 6 imágenes de los distintos destinos turísticos que se visitarn durante el viaje, el logo de la empresa, textos cortos, se jugo con la opacidad de las imágenes y las figuras geométricas.

## Propuesta Preliminar

### Post para Instagram 1 (1080 x 1080)



Post para instagram, se toma únicamente la idea e imágenes del país para captar la atención del cliente, consta del nombre del país, don imagenes de como es el país, la bandera correspondiente y el logotipo de la empresa, medidas de 1080 x 1080.

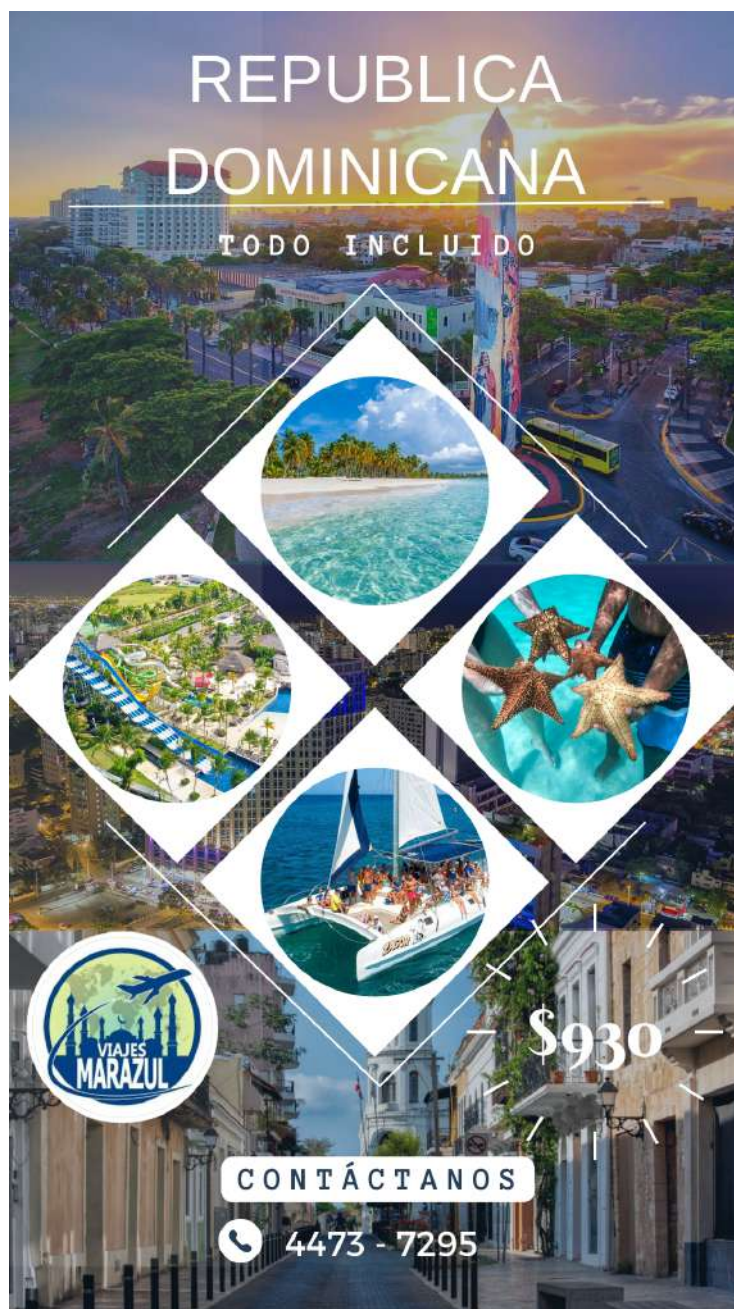
**Post para Instagram 1 (1080 x 1080)**

Post publicitario para ir de viaje a Guatemala, esta conformado por información que incluye el paquete, consta de un fondo azul según línea gráfica de la empresa, dos imágenes de posibles destinos turísticos y logo de la empresa, medidas de 1080 x 1080.

## Historia para Instagram 1 (1080 x 1090)



Historia publicitaria para la red social instagram, consta de un fondo de una ala de avión, breve información para contactar a la empresa y el logotipo de la empresa. medidas de 1080 x 1090.

**Post para Instagram 1 (1080 x 1080)**

Historia publicitaria para la red social instagram, consta de un collage de fondo, 4 imágenes del destino, contactos de la empresa y logo de la empresa. Medidas de 1080 x 1090

## **Capítulo: VIII Validación Técnica**

## Capítulo: VIII Validación Técnica

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

La herramienta a utilizar es una encuesta de respuesta múltiple digital en Google Forms, que se aplicará al cliente, 26 hombres y mujeres del grupo objetivo y 5 expertos en el área de audiovisual, comunicación y diseño.

### **Población y Muestreo**

El total de las personas encuestas para la validación será de 38 personas, este grupo objetivo estará conformado por el cliente, las personas del grupo objetivo y expertos en el área de comunicación, diseño y producción audiovisual.

**Cliente:** Zenaida Mendoza, área de mercadeo Viajes Marazul.

**Grupo objetivo:** 26 personas conformadas por hombres y mujeres de 21 a 55 años, ubicados en el área metropolitana con un nivel socioeconómico desde el nivel C1 hasta el nivel C3.

**Expertos:** 5 profesionales en las áreas de audiovisuales, comunicación y diseño

- M.Sc. Arnulfo Guzman, experto en el área de Ciencias de la comunicación
- Licda. Karla Lopez, experta en el área de Comunicación y diseño gráfico.
- Licda. Carmen Aguilar, experta en el área de Consultoría en imagen pública y planificación estratégica en medios de comunicación.
- Lic. Guillermo García, experto en Publicidad.

## **Método e Instrumentos**

Se utilizará la encuesta como método cualitativo, donde se conocerá si el material visual es agradable o no para las personas del grupo objetivo, cliente y expertos del área de comunicación, diseño y con la finalidad de validar la propuesta preliminar, a través de una encuesta de opción múltiple en Google Forms. Este instrumento está conformado por un cuestionario que se divide en diferentes secciones:

**Fase Objetiva.** Se evalúan aspectos relacionados a los objetivos del proyecto, con preguntas dicotómicas: Si o no.

**Fase Semiológica.** Evalúa los elementos del diseño, gráficos y estéticos del material

**Parte Operativa.** Evalúa principalmente la funcionalidad de la propuesta dentro del material visual, consta de preguntas con respuesta de escala de Likert de 3 variables.

## Modelo de Encuesta de Validación. Página 1

|                                                                                                                           |                                                                                                                                                     |                                                                                                                                  |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                          | <p>Facultad de Ciencias de la Comunicación</p> <p>-FACOM-</p> <p>Licenciatura en Comunicación y Diseño</p> <p>Proyecto de Graduación</p>            |                                                                                                                                  |
| <p><b>Género</b></p> <p>F <input type="checkbox"/></p> <p>M <input type="checkbox"/></p> <p>Edad <input type="text"/></p> | <p><b>Perfil</b></p> <p>Cliente <input type="checkbox"/></p> <p>Experto <input type="checkbox"/></p> <p>Grupo Objetivo <input type="checkbox"/></p> | <p><b>Nombre</b> <input type="text"/></p> <p><b>Profesión</b> <input type="text"/></p> <p><b>Puesto</b> <input type="text"/></p> |

**Encuesta de Validación Proyecto de Graduación**

Diseño de piezas gráficas digitales para dar a conocer a través de la red social Instagram a clientes reales y potenciales los servicios turísticos que promueve la empresa de viajes Marazul.

---

**Antecedentes:**

La empresa fue creada el año 2019 por Esperanza Mendoza, y actualmente se dedica principalmente a hotelería y turismo. Actualmente ya es una empresa grande y reconocida sin embargo la fundadora de la empresa comenzó siendo asesora de viajes en una empresa pequeña trabajando aproximadamente durante 10 años adquiriendo experiencia y clientes, por supuesto en el transcurso de este proceso paso varios procesos y fue aprendiendo a prueba y error, comenta que en ocasiones debía de hacerse responsable por errores de precios y con el fin de mantener la fidelización con el cliente asumiendo la responsabilidad de absorber la deuda de clientes.

Luego de un acercamiento con el cliente se determinó que es necesario poder promover el contenido en la red social instagram para obtener mas seguidores.

Por lo que se propuso el objetivo general de promocionar a la empresa por medio de historias para interactuar con el publico y así conseguir clientes reales y potenciales

**Modelo de Encuesta de Validación. Página 2****Instrucciones:**

Con base a lo anterior, observe la propuesta y según su criterio responda a las siguientes interrogantes colocando una X en el espacio en blanco.

**Parte Objetiva**

1. ¿Considera importante y necesario diseñar post para Instagram y así dar a conocer a clientes reales y potenciales los servicios de turismo que ofrece la empresa de viajes Marazul?
2. SI \_\_\_\_ NO \_\_\_\_
3. ¿¿Considera necesario investigar términos, teorías y tendencias relacionadas con publicaciones de Instagram para mostrar de forma clara y adecuada los servicios de turismo que ofrece Viajes Marazul?
4. SI \_\_\_\_ NO \_\_\_\_
5. ¿Considera necesario recopilar información sobre la empresa Viajes Marazul por medio del brief proporcionado por el cliente para integrar de forma adecuada la información a los post de Instagram?
6. SI \_\_\_\_ NO \_\_\_\_
7. ¿Considera necesario diagramar los post de Instagram para mostrar de forma clara los servicios que ofrece la empresa Viajes Marazul a los clientes reales y potenciales?
- SI \_\_\_\_ NO \_\_\_\_

## Modelo de Encuesta de Validación. Página 3

**Parte Semiológica**



1. Considera que la paleta de colores utilizada en los post de Instagram es

a. Muy adecuados \_\_\_\_\_ Poco adecuados \_\_\_\_\_ Nada adecuados \_\_\_\_\_

2. Considera que la tipografía utilizada en los post de Instagram es

a. Muy adecuados \_\_\_\_\_ Poco adecuados \_\_\_\_\_ Nada adecuados \_\_\_\_\_

3. Considera que las imágenes utilizadas en los post de Instagram son

a. Muy adecuados \_\_\_\_\_ Poco adecuados \_\_\_\_\_ Nada adecuados \_\_\_\_\_

**Parte Operativa**

1. Considera que la orientación de los post de Instagram es

a. Muy adecuada \_\_\_\_\_ Poco adecuada \_\_\_\_\_ Nada adecuada \_\_\_\_\_

2. Considera que la distribución de los elementos gráficos dentro de los post de Instagram es

a. Muy adecuado \_\_\_\_\_ Poco adecuado \_\_\_\_\_ Nada adecuado \_\_\_\_\_

3. Considera que en general los post de Instagram son

a. Muy adecuada \_\_\_\_\_ Poco adecuada \_\_\_\_\_ Nada adecuada \_\_\_\_\_

De antemano le agradezco su tiempo y atención al material para contestar esta encuesta. Si en caso usted tiene alguna sugerencia o comentario puede hacerlo en el siguiente espacio.

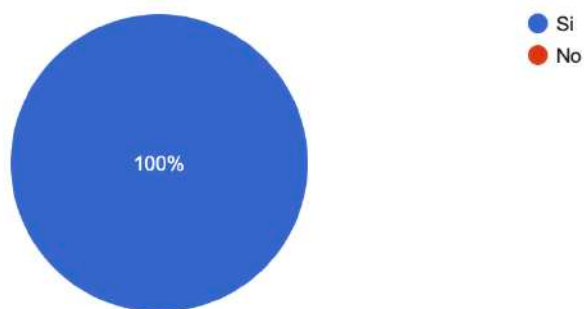
**Enlace del Instrumento de Validación Digital:**

<https://forms.gle/YkLsDCCCKDoLoM2bd8>

## Resultados e interpretación.

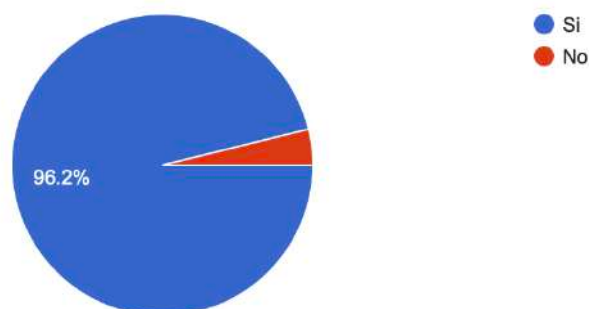
### Fase Objetiva.

**Pregunta 1:** ¿Considera importante y necesario diseñar post para Instagram y así dar a conocer a clientes reales y potenciales los servicios de turismo que ofrece la empresa de viajes Marazul?



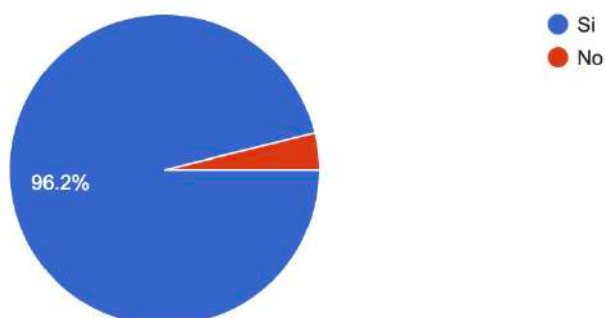
El 100% de los encuestados considera importante y necesario diseñar post para Instagram y así dar a conocer a clientes reales y potenciales los servicios de turismo que ofrece la empresa de viajes Marazul

**Pregunta 2.** ¿Considera necesario investigar términos, teorías y tendencias relacionadas con publicaciones de Instagram para mostrar de forma clara y adecuada los servicios de turismo que ofrece Viajes Marazul?



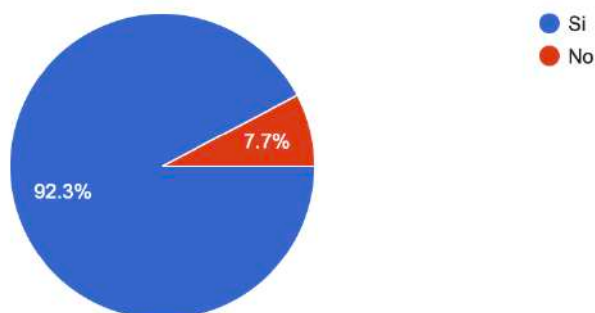
El 96.2% de los encuestados considera investigar términos, teorías y tendencias relacionadas con publicaciones de Instagram para mostrar de forma clara y adecuada los servicios de turismo que ofrece Viajes Marazul y el 3.8% no lo consideran necesario.

**Pregunta 3.** ¿Considera necesario recopilar información sobre la empresa Viajes Marazul por medio del brief proporcionado por el cliente para integrar de forma adecuada la información a los post de Instagram?



El 96.2% de los encuestados considera necesario recopilar información sobre la empresa Viajes Marazul por medio del brief proporcionado por el cliente para integrar de forma adecuada la información a los post de Instagram y el 3.8% considera que no es necesario.

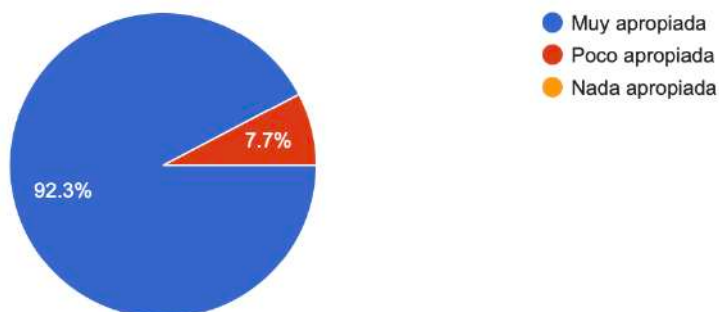
**Pregunta 4.** ¿Considera necesario diagramar los post de Instagram para mostrar de forma clara los servicios que ofrece la empresa Viajes Marazul a los clientes reales y potenciales?



El 92.3% de los encuestados considera necesario diagramar los post de Instagram para mostrar de forma clara los servicios que ofrece la empresa Viajes Marazul a los clientes reales y potenciales y el 7.7% de los encuestados considera que no es necesario.

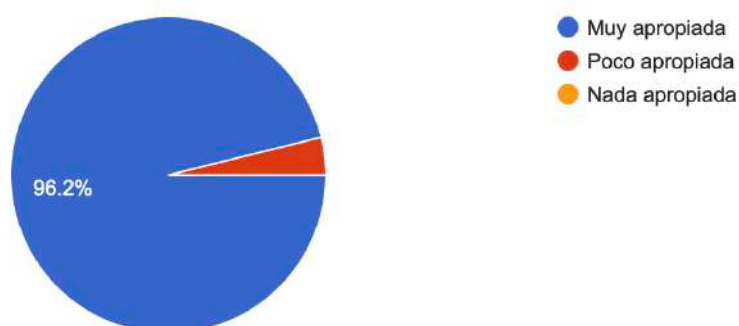
## Fase Semiológica

**Pregunta 1.** Considera que la paleta de colores utilizada en los post de Instagram es



El 92.3% de los encuestados considera que la paleta de colores utilizada en los post de Instagram es muy apropiada y el 7.7% de los encuestados considera que es poco apropiada.

**Pregunta 2.** Considera que la tipografía utilizada en los post de Instagram es



El 96.2% de los encuestados considera que la tipografía utilizada en los post de Instagram es muy apropiada y el 3.8% de los encuestados considera que es poco apropiada.

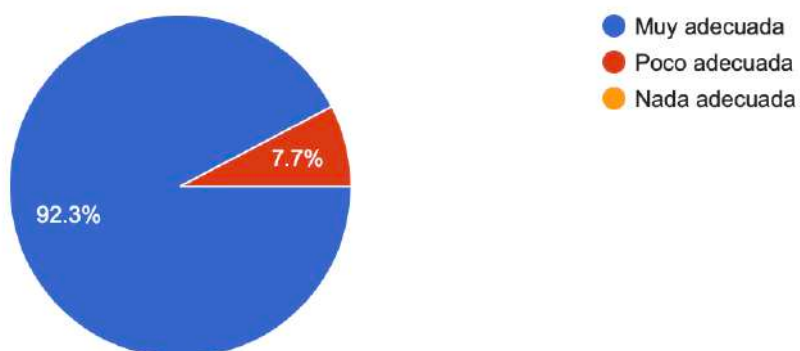
**Pregunta 3.** Considera que las imágenes utilizadas en los post de Instagram son



El 100% de los encuestados Considera que las imágenes utilizadas en los post de Instagram son muy apropiadas.

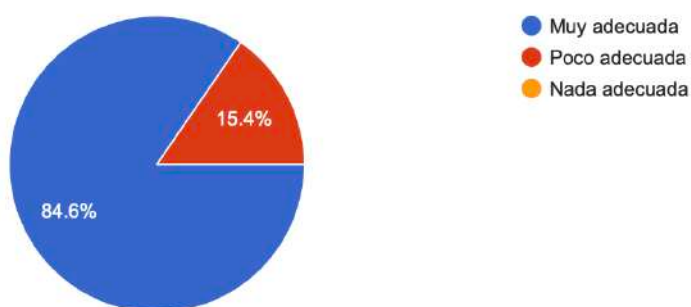
### **Parte Operativa.**

**Pregunta 1.** Considera que la orientación de los post de Instagram es



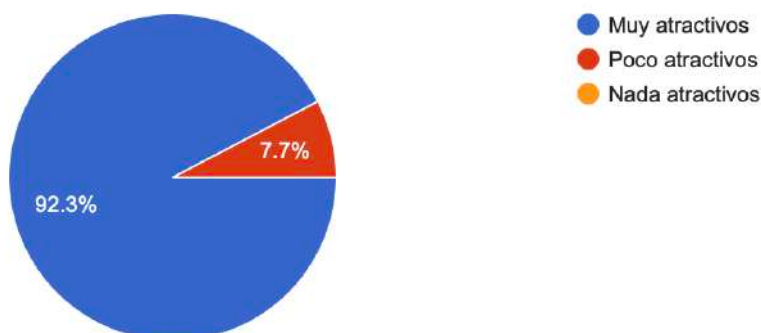
El 92.3% de los encuestados consideran que la orientación de los post de Instagram es muy adecuada y el 7.7% de los encuestados considera que es poco adecuada.

**Pregunta 2.** Considera que la distribución de los elementos gráficos dentro de los post de Instagram es



El 84.6% de los encuestados considera que la distribución de los elementos gráficos dentro de los post de instagram es muy adecuada y el 15% de los encuestados considera que es poco adecuada.

**Pregunta 3.** Considera que en general los post de Instagram son



El 92% de los encuestados consideran que en general los post de instagram son muy atractivos y el 7.7% son poco atractivos

## Cambios en Base a Resultados

### Imagen Antes



### Después



Se da un nuevo concepto con imágenes de los lugares a visitar, con mayor información sobre lo que incluye con gráficos y fechas de inicio del viaje y fin.

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

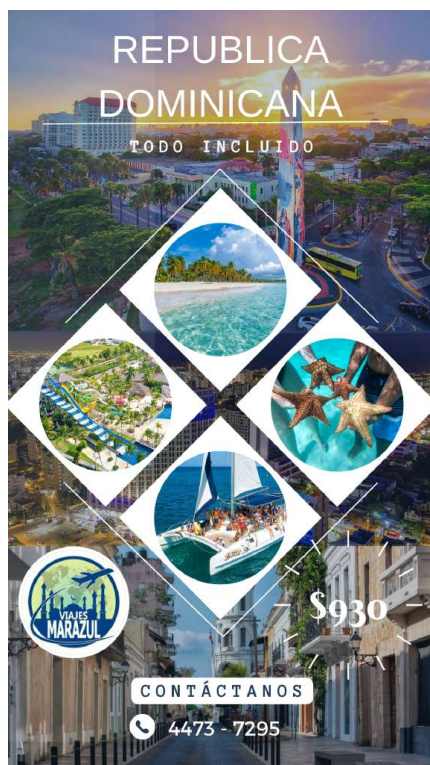
## Capítulo IX: Propuesta gráfica final

Se presenta la propuesta gráfica final de diseño de piezas gráficas digitales para dar a conocer a través de la red social Instagram a clientes reales y potenciales los servicios turísticos que promueve la empresa de viajes Marazul.

Enlace de la propuesta:

[https://drive.google.com/drive/folders/1yH7oR7i2Hx\\_mx4O4QGta39g-8HORP7mZ?usp=share\\_link](https://drive.google.com/drive/folders/1yH7oR7i2Hx_mx4O4QGta39g-8HORP7mZ?usp=share_link)

### Historia para Instagram



**Descripción.** Historia para Instagram compuesta de tres imágenes de fondo de la ciudad con opacidad de 40% título del destino turístico logo de la empresa, contacto celular precio y cuatro fotos del destino principal.

## Historia para Instagram.



**Descripción.** Historia para Instagram compuesta por una imagen de un ala de avión sobre las nubes, logo de la empresa, texto corto contacto y pagina de la empresa

## Historia para Instagram.



**VIAJES MARAZUL**

**ISLAS BORCELLE**  
**¡TU DESTINO SOÑADO!**

- Vuelo ida y vuelta.
- 5 noches en hoteles seleccionados.
- Excursiones y actividades.

TODOS LOS MEDIOS DE PAGO

PACK COMPLETO 2 PERSONAS  
**\$750.000 (EFECTIVO)**

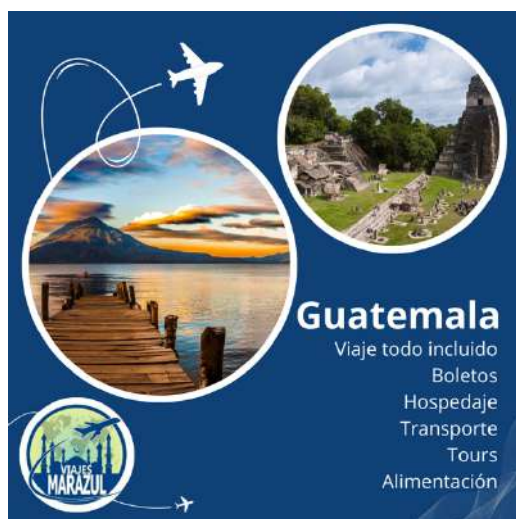
**Descripción.** Historia para Instagram conformado por logo de la empresa, imagen de fondo sobre el destino turístico título del destino, servicios que incluye el viaje, fotos del destino y precio del paquete.

## Historia para Instagram.



**Descripción.** Historia para Instagram conformada por una imagen de fondo con un libro y venta de un avión, texto corto de motivación, imagen de un avión en el cielo, caja de preguntas con el logo de la empresa y usuario de la empresa para futuros seguidores.

### Post para Instagram.



**Descripción.** Post para Instagram, fondo color azul con la paleta de colores de la empresa, imágenes de destinos turísticos del país a visitar, servicios que incluyen y logo de la empresa

### Post para Instagram.



**Descripción.** Nombre del país a visitar, logo de la empresa, texto del tiempo de viaje, cuatro imágenes de fondo de los lugares a visitar he iconos de servicios incluidos.

## **Capítulo X Producción, Reproducción y Distribución**

## Capítulo X Producción, Reproducción y Distribución

Como parte fundamental para el desarrollo de piezas gráficas digitales para dar a conocer a través de la red social Instagram a clientes reales y potenciales los servicios turísticos que promueve la empresa de viajes Marazul, es necesario implementar un plan de costos para que la empresa vea las utilidades obtenidas a partir del diseño propuesto.

### Plan de Costos de Elaboración

Tomando en cuenta que un diseñador gráfico promedio tiene un salario mensual de Q.6,000.00 el pago del día trabajado es de Q. 200.00 y la hora se estima en un valor de Q.25.00.

| Descripción                                         | Horas trabajadas | Costo por hora | Costo     |
|-----------------------------------------------------|------------------|----------------|-----------|
| Análisis e identificación de la necesidad de diseño | 10               | Q25.00         | Q250.00   |
| Recopilación de información                         | 10               | Q25.00         | Q250.00   |
| Bocetos iniciales                                   | 20               | Q25.00         | Q500.00   |
| Bocetos intermedios                                 | 14               | Q25.00         | Q350.00   |
| Bocetos finales                                     | 10               | Q25.00         | Q250.00   |
| Total, de costo de elaboración                      |                  |                | Q1,600.00 |

### Plan de Costos de Producción

Tomando en cuenta que un diseñador gráfico promedio tiene un salario mensual de Q. 6,000.00 el pago del día trabajado es de Q. 200.00 y la hora se estima en un valor de Q. 25.00.

| Descripción                                                         | Horas trabajadas | Costo por hora | Costo     |
|---------------------------------------------------------------------|------------------|----------------|-----------|
| Digitalización de bocetos y propuestas graficas con su diagramación | 16               | Q25.00         | Q200.00   |
| Costos variables de operación (luz, internet)                       |                  |                | Q600.00   |
| Artes finales de material digital                                   | 36               | Q25.00         | Q900.00   |
| Total, de costo de elaboración                                      |                  |                | Q1,700.00 |

### Plan de Costos de Reproducción.

El presente proyecto no requiere un costo de reproducción, ya que se mantendrá en un formato digital para ser publicado en la red social Instagram.

### Plan de Costos de Distribución

Se recomienda pautar en la red social Instagram los servicios de viajes que ofrece la empresa Viajes Marazul, por un tiempo de 30 días.

| Detalle   | Días | Alcance de personas al día | Subtotal |
|-----------|------|----------------------------|----------|
| Instagram | 30   | 3,00                       | Q760.00  |
| Total     |      |                            | Q760.00  |

### Margen de Utilidad

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

|                                       |                  |
|---------------------------------------|------------------|
| <b>Total costos de elaboración</b>    | <b>Q1,600.00</b> |
| <b>Total costos de producción</b>     | Q1,700.00        |
| <b>Total costos de reproducción</b>   | 0                |
| <b>Total costos de distribución</b>   | Q760.00          |
| <b>Subtotal</b>                       | Q4,060.00        |
| <b>Total margen de utilidad (20%)</b> | Q812.00          |

### IVA

Se coloca el impuesto al valor agregado del 12% a la sumatoria de los incisos:

|                                       |                  |
|---------------------------------------|------------------|
| <b>Total costos de elaboración</b>    | <b>Q1,600.00</b> |
| <b>Total costos de producción</b>     | Q1,700.00        |
| <b>Total costos de reproducción</b>   | 0                |
| <b>Total costos de distribución</b>   | Q760.00          |
| <b>Total margen de utilidad (20%)</b> | Q812.00          |
| <b>Subtotal</b>                       | Q4872.00         |
| <b>IVA</b>                            | 12%              |
| <b>Total</b>                          | Q584.64          |

### Cuadro con Resumen General de Costos.

En el cuadro se presenta el total general que presenta el costo total de la elaboración de los post de Instagram para la empresa Viajes Marazul.

| Detalle                         | Total de Costos  |
|---------------------------------|------------------|
| Plan de costos de elaboración.  | Q1,600.00        |
| Plan de costo de producción.    | Q1,700.00        |
| Plan de costos de reproducción. | 0                |
| Plan de costos de distribución. | Q760.00          |
| <b>Subtotal I</b>               | <b>Q4,060.00</b> |
| <b>Margen de utilidad 20%</b>   | <b>Q812.00</b>   |
| <b>Subtotal II</b>              | <b>Q4,872.00</b> |
| <b>IVA 12%</b>                  | <b>Q584.64</b>   |
| <b>Total</b>                    | <b>Q5,456.64</b> |

## **Capítulo XI Conclusiones y Recomendaciones**

## **Capítulo XI Conclusiones y Recomendaciones**

### **Conclusiones**

En conclusión, se afirma que fue necesario diseñar piezas gráficas digitales para dar a conocer a través de la red social Instagram a clientes reales y potenciales los servicios turísticos que promueve la empresa Viajes Mazarul.

Además, se considera que toda la información recopilada con la empresa Viajes Marazul, a través del brief que el cliente proporcionó, fue necesaria para comprender los requerimientos de la empresa y poder satisfacerlos en la creación de piezas gráficas para la red social Instagram.

Por otro lado, se puede concluir también que la investigación de conceptos términos teorías y tendencias de diseño relacionados con diseño de piezas gráficas fueron de utilidad para que las piezas gráficas cumplieran con los requerimientos de la empresa.

Finalmente se puede observar que la utilización de diversas técnicas como el minimalismo y la creación de fotos y vídeos de alta calidad, fueron esenciales para resaltar destinos impresionantes experiencias únicas y los aspectos más destacados de los paquetes de viajes.

## Recomendaciones

Se recomienda utilizar plataformas como Instagram, dado su poder para conectar con clientes actuales y potenciales, a través de piezas gráficas atractivas, para seguir promoviendo los servicios turísticos de Viajes Mazarul, adaptando los contenidos a las características de la red social para maximizar el impacto visual y la interacción.

Es fundamental seguir investigando y adoptando nuevas tendencias, teorías y conceptos de diseño gráfico, esto permitirá que las piezas sean modernas, atractivas y coherentes con las expectativas del público, la integración de técnicas innovadoras y la actualización constante en el diseño gráfico ayudarán a mantener la relevancia y el atractivo visual de las publicaciones.

Se recomienda seguir produciendo fotos y vídeos de alta calidad, mostrar destinos turísticos de manera impactante. El uso de técnicas como el minimalismo también puede ayudar a destacar los elementos más importantes para no sobrecargar al espectador con información visual innecesaria.

Por ultimo, para mejorar continuamente, es recomendable realizar un seguimiento del rendimiento de las publicaciones a través de métricas como la tasa de interacción, alcance y conversión, estos datos permitirán ajustar la estrategia de diseño y asegurar que las piezas gráficas sean cada vez más efectivas en la promoción de los servicios turísticos.

## **Capítulo XII: Conocimiento General**

## Capítulo XII: Comocimiento General



Infografía elaborada por Daniel Aaron de Jesús Gómez Barrios.

### **Capítulo XIII: Referencias**

## Capítulo XIII: Referencias

### Bibliografías

#### B

Busher, B. (2020). *Cómo contar tu historia para que el mundo quiera escucharla*. Ed. Koan.

Recuperado de: <https://mip.umh.es/blog/2023/07/03/ocho-libros-comunicacion/>

#### C

Cameron, J. (2015). *El camino del escritor. Curso de escritura creativa*. Recuperado de:

<https://mip.umh.es/blog/2023/07/03/ocho-libros-comunicacion/>

#### D

de Vito, J. (2026). *Human Communication*. Recuperado de:

<https://easypdfs.cloud/downloads/4862880-devito-interpersonal-messages>

#### G

Geertz, C. (1973). *Estudios Culturales y Sociales*.

Gilli, G. (1985). *Estructura y Función de la Comunicación en la Sociedad*.

#### H

Heskett, J., & Norman, D. (1988). *Innovación y Creatividad*.

#### M

Mejía Llano, J. C. (2013). *El manual del community manager*. Recuperado de:

[https://www.academia.edu/36009481/La\\_Guia\\_Del\\_Community\\_Manager\\_Juan\\_Carlos\\_Mejia\\_Llano](https://www.academia.edu/36009481/La_Guia_Del_Community_Manager_Juan_Carlos_Mejia_Llano)

## P

Perez Porto, J. (2021, Abril 26). *Aereolínea*. definición de aereolínea. Recuperado de:

<https://definicion.de/aerolinea/>

Perez Porto, J., & Gardey, A. (2022). *Boletos aéreos*. Julián Pérez Porto y Ana Gardey.

<https://es.scribd.com/doc/62545392/BOLETO-AEREO>

## R

Rosenberg, Ph.D., M. B. (2013). *Comunicación no violenta UN LENGUAJE DE VIDA*. Gran aldea editoriales. Recuperado de:

<https://c15208330.ssl.cf2.rackcdn.com/uploads/public/3f3a23b05a0dcb7e26f24fb69a9d899b.pdf>

## S

Salas, C. (2017). *Storytelling, la escritura mágica: Técnicas para ordenar las ideas, escribir con facilidad y hacer que te lean*. Recuperado de:

<https://www.amazon.es/Storytelling-escritura-m%C3%A1gica-T%C3%A9cnicas-facilidad-ebook/dp/B078P2CBSN>

Simon, H. (1969). *The Sciences of the Artificial*. Recuperado de:

[https://monoskop.org/images/9/9c/Simon\\_Herbert\\_A\\_The\\_Sciences\\_of\\_the\\_Artificial\\_3rd\\_ed.pdf](https://monoskop.org/images/9/9c/Simon_Herbert_A_The_Sciences_of_the_Artificial_3rd_ed.pdf)

## Egrafias

### A

Aula creativa. (2020, June 30). *¿Por qué a muchos diseñadores gráficos les encanta el minimalismo?* Aula Creativa. <https://www.aulacreactiva.com/disenadores-graficos-y-minimalismo/>

### E

Editorial Etecé. (2021, Agosto 5). *Cliente*. Concepto.de. <https://concepto.de/cliente/#ixzz8sZj3avQM>

Editorial Etecé. (2021, agosto 5). *Turismo*. Concepto. Retrieved December 4, 2024, from <https://concepto.de/turismo/#ixzz8sZUNUWRQ>

Editorial Etecé. (2021, agosto 29). *Empresa*. concepto.de. <https://concepto.de/empresa/#ixzz8sZS23GsD>

Editorial Etecé. (2023, February 6). *Proveedor - Qué es, tipos, importancia, ejemplos y gestión*. Concepto. Retrieved December 4, 2024, from <https://concepto.de/proveedor/#ixzz8sZjq3DuI>

Espínola, J. P. (2024, octubre 24). *Estética y Funcionalidad*. conceptos. <https://concepto.de/estetica/>

Estévez, R. (2020, noviembre 24). *Sostenibilidad en el diseño*. Ecointeligencia. <https://www.ecointeligencia.com/2020/11/disenio-sostenible/>

## F

Fanny, P. S. (2024, octubre 24). *Teoría del color*. conceptos. <https://concepto.de/teoria-del-color/>

Fernandez, J. C. (2024). *Teoría Crítica de la Comunicación*.  
<https://grupo.us.es/compoliticas/teoria-critica-comunicacion/>

## H

hubspot. (2024). *Tipografías*. <https://blog.hubspot.es/marketing/que-es-tipografia#:~:text=La%20tipografia%20es%20el%20conjunto,y%20uso%20de%20símbolos%20escritos.>

## K

Kim, & Gudykunst. (2017, diciembre 19). *Comunicación intercultural*. Wikipedia.  
[https://es.wikipedia.org/wiki/Comunicaci%C3%B3n\\_intercultural](https://es.wikipedia.org/wiki/Comunicaci%C3%B3n_intercultural)

## L

*Las ilustraciones personalizadas y el arte digital*. (2024, enero 5). arteyalgomias.  
<https://arteyalgomias.com/2024/01/05/las-ilustraciones-personalizadas-y-el-arte-digital/>

## M

Martín Martín, F. (1995, febrero 17). *Teorías de la comunicación organizacional* •  
*gestiopolis*. Gestipolis. <https://www.gestiopolis.com/teorias-comunicacion-organizacional/>

Mejía Llano, J. C. (2013). *El manual del community manager*.  
[https://www.academia.edu/36009481/La\\_Guia\\_Del\\_Community\\_Manager\\_Juan\\_Carlos\\_Mejia\\_Llano](https://www.academia.edu/36009481/La_Guia_Del_Community_Manager_Juan_Carlos_Mejia_Llano)

## P

Peiró, R. (2024, July 17). *Teoría de la comunicación: Qué es, importancia y elementos clave*.

Economipedia. Retrieved December 4, 2024, from

<https://economipedia.com/definiciones/teoria-de-la-comunicacion.html>

Pirela, F. (2024, Octubre). *Arte*. Concepto. <https://concepto.de/arte/>

Pirela, F. (2024, Octubre 24). *Fotografía - Qué es, historia, características y tipos*. Concepto.

<https://concepto.de/fotografia/>

Pirela, F. (2024, noviembre 19). *Pop Art*. Concepto. <https://concepto.de/pop-art/>

## R

Redaccion AD. (2021). *Paletas de colores audaces y contrastantes*. adgamazine.

<https://www.admagazine.com/interiorismo/paleta-de-colores-que-es-para-que-sirve-y-como-hacerla-20210614-8647-articulos>

Rodríguez, I. (2005, febrero 17). *Teorías de la comunicación organizacional* • gestiopolis.

Gestiopolis. <https://www.gestiopolis.com/teorias-comunicacion-organizacional/>

## S

Santander. (2024). *¿Qué es la innovación de productos?* Open Academy.

<https://www.santanderopenacademy.com/es/blog/innovacion-de-productos.html>

SHIFTA by ELISAVA. (2024). *Teoría del Diseño Sostenible*. <https://weareshifta.com/que-es-el-diseno-sostenible/#:~:text=Definición%20de%20diseño%20sostenible,actuales%20sin%20comprometer%20el%20futuro>

## T

Torres, A., & Torres, A. (2015, Septiembre 15). *Teoría de la Gestalt: leyes y principios fundamentales*. Psicología y Mente. <https://psicologiaymente.com/psicologia/teoria-gestalt>

## **Capítulo XIV: Anexos**

## Capítulo XIV: Anexos

### Brief



# BRIEF

**BRIEF:** Es un documento escrito que debe contener toda la información necesaria para el desarrollo del proyecto de graduación. Es un instrumento de mercadeo que sirve como la plataforma el cual define los objetivos de mercadeo y de comunicación de la organización.

#### DATOS DEL ESTUDIANTE

|                                                            |
|------------------------------------------------------------|
| Nombre del estudiante: Daniel Aaron de Jesús Gómez Barrios |
| No. de Carné: 20007918 Celular: 38366679                   |
| Email: aaron.barrios@galileo.edu                           |
| Proyecto: Tesis I                                          |

#### DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA)

|                                                                                                                  |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Nombre del cliente (empresa): Viajes Marazul                                                                     |
| Dirección:                                                                                                       |
| Email: 3ra calle 9-32 zona 08 sector A-2 Ciudad san cristobal l c.c blu plaza oficina numero L115B Tel: 22337871 |
| Contacto: Lucia Mendoza Celular: 38366679                                                                        |
| Antecedentes:                                                                                                    |
|                                                                                                                  |
|                                                                                                                  |
|                                                                                                                  |
| Oportunidad identificada:                                                                                        |
|                                                                                                                  |

---

Objetivo de comunicación: Tener una relación placentera con el cliente\_\_\_\_\_

Mensajes claves a comunicar: Turismo Local\_\_\_\_\_

Estrategia de comunicación: Piezas graficas para Instagram\_\_\_\_\_

Reto del diseño y trascendencia: Diseño de Experiencias Únicas

# BRIEF

Materiales a realizar: Publicidad en Instagram \_\_\_\_\_

Presupuesto: Q2,500.00 \_\_\_\_\_

## DATOS DEL LOGOTIPO

Colores: AZUL, VERDE Y BLACO \_\_\_\_\_

Tipografía: Nexa \_\_\_\_\_

Forma: Circular \_\_\_\_\_

## LOGOTIPO



Fecha: \_\_\_\_\_

Tabla de Niveles Socioeconomicos

| Tabla Niveles Socio Económicos |                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                 |                                                                                                  |                                                                                                    |                                                                       |                                                           |                                 |
|--------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|---------------------------------|
| Actualización 2018             |                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                 |                                                                                                  |                                                                                                    |                                                                       |                                                           |                                 |
|                                | 0.70 %                                                                                                                                                                                                                                                                    | 1.80 %                                                                                                                                                                                                                                                          | 5.9                                                                                                                                             | 35.40 %                                                                                          | 17.90 %                                                                                            | 50.70 %                                                               | 62.80 %                                                   |                                 |
| CARACTERÍSTICAS                | NIVEL A                                                                                                                                                                                                                                                                   | NIVEL B                                                                                                                                                                                                                                                         | NIVEL C1                                                                                                                                        | NIVEL C2                                                                                         | NIVEL C3                                                                                           | NIVEL D1                                                              | NIVEL D2                                                  | Indeterminado                   |
| Ingresos                       | + de Q100,000.00                                                                                                                                                                                                                                                          | Q81,200.00                                                                                                                                                                                                                                                      | Q25,600.00                                                                                                                                      | Q17,500.00                                                                                       | Q11,900.00                                                                                         | Q7,200.00                                                             | Q3,400.00                                                 | - de Q1,00.00                   |
| 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, 1 estudio area de servicio separada, garage para 2-4 vehículos                                                                                         | Casa/departamento, rentada o financiado, 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio area de servicio, garage para 2 vehículos                    | Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala, garage para 2 vehículos | Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala,                           | 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              | Fincas, casas de desahorro 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 6-10 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 porion eléctrico y todos los electrodomesticos. Todos los servicios de Internet. | 1 teléfono, 1-2 celulares, cable, internet, equipo de audio, más de 2 TV, maquina de lavar ropa, computadora/miembro electrodomesticos básicos. | 1 teléfono fijo, mínimo, 1-2 cel, cable, radio, 2 TV, electrodomesticos básicos                  | 1 teléfono fijo, celular cada miembro mayor, cable, equipo de audio, TV, electrodomesticos básicos | 1 cel, cable, radio, TV, electrodomesticos 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                                                   |                                 |

## Modelo de Encuesta de Validación



Facultad de Ciencias de la Comunicación  
-FACOM-  
Licenciatura en Comunicación y Diseño  
Proyecto de Graduación

**Género**

F ☐

M ☐

Edad

**Perfil**

Cliente ☐

Experto ☐

Grupo Objetivo ☐

**Nombre**

**Profesión**

**Puesto**

**Encuesta de Validación Proyecto de Graduación**

Diseño de piezas gráficas digitales para dar a conocer a través de la red social Instagram a clientes reales y potenciales los servicios turísticos que promueve la empresa de viajes Marazul.

**Antecedentes:**

La empresa fue creada el año 2019 por Esperanza Mendoza, y actualmente se dedica principalmente a hotelería y turismo. Actualmente ya es una empresa grande y reconocida sin embargo la fundadora de la empresa comenzó siendo asesora de viajes en una empresa pequeña trabajando aproximadamente durante 10 años adquiriendo experiencia y clientes, por supuesto en el transcurso de este proceso paso varios procesos y fue aprendiendo a prueba y error, comenta que en ocasiones debía de hacerse responsable por errores de precios y con el fin de mantener la fidelización con el cliente asumiendo la responsabilidad de absorber la deuda de clientes. Luego de un acercamiento con el cliente se determinó que es necesario poder promover el contenido en la red social instagram para obtener mas seguidores.

Por lo que se propuso el objetivo general de promocionar a la empresa por medio de historias para interactuar con el publico y así conseguir clientes reales y potenciales

**Parte Semiológica**

- Considera que la paleta de colores utilizada en los post de Instagram es
 

a. Muy adecuados ☐
Poco adecuados ☐
Nada adecuados ☐
- Considera que la tipografía utilizada en los post de Instagram es
 

a. Muy adecuados ☐
Poco adecuados ☐
Nada adecuados ☐
- Considera que las imágenes utilizadas en los post de Instagram son
 

a. Muy adecuados ☐
Poco adecuados ☐
Nada adecuados ☐

**Parte Operativa**

- Considera que la orientación de los post de Instagram es
 

a. Muy adecuada ☐
Poco adecuada ☐
Nada adecuada ☐
- Considera que la distribución de los elementos gráficos dentro de los post de Instagram es
 

a. Muy adecuado ☐
Poco adecuado ☐
Nada adecuado ☐
- Considera que en general los post de Instagram son
 

a. Muy adecuada ☐
Poco adecuada ☐
Nada adecuada ☐

De antemano le agradezco su tiempo y atención al material para contestar esta encuesta. Si en caso usted tiene alguna sugerencia o comentario puede hacerlo en el siguiente espacio.

### Instrucciones:

Con base a lo anterior, observe la propuesta y según su criterio responda a las siguientes interrogantes colocando una X en el espacio en blanco.

### Parte Objetiva

- ¿Considera importante y necesario diseñar post para Instagram y así dar a conocer a clientes reales y potenciales los servicios de turismo que ofrece la empresa de viajes Marazul?  
  
SI ☐ NO ☐
- ¿Considera necesario investigar términos, teorías y tendencias relacionadas con publicaciones de Instagram para mostrar de forma clara y adecuada los servicios de turismo que ofrece Viajes Marazul?  
  
SI ☐ NO ☐
- ¿Considera necesario recopilar información sobre la empresa Viajes Marazul por medio del brief proporcionado por el cliente para integrar de forma adecuada la información a los post de Instagram?  
  
SI ☐ NO ☐
- ¿Considera necesario diagramar los post de Instagram para mostrar de forma clara los servicios que ofrece la empresa Viajes Marazul a los clientes reales y potenciales?  
  
SI ☐ NO ☐

**Enlace del Instrumento de Validación Digital:**

<https://forms.gle/YkLsDCCCKDoLoM2bd8>

## Validación de los Expertos



**Daniel Aaron de Jesús Gómez Barrios** <aaron.barrios@galileo.edu>  
 para Arnulfo ▾

jue, 12 sept, 13:49 ☆ ↶ ⋮

Buen día estimado Licenciado, es un gusto saludarle.

Por este medio y de la manera más atenta me comunico con usted para solicitar su valioso apoyo en la validación de mi proyecto de graduación titulado: Diseño de piezas gráficas digitales para dar a conocer a través de la red social Instagram a clientes reales y potenciales los servicios turísticos que promueve la empresa de viajes Marazul.

Agradecería si pudiera responder a todas las interrogantes y al final en las observaciones agradecería sus comentarios, o si lo prefiere los puede colocar como respuesta en este correo.

Al final si pudiera apoyarme tomándose una fotografía visualizando mi proyecto la cuál me servirá como evidencia de mi validación con su persona.

Encuesta:  
<https://forms.gle/67YovLgAKCEu9C3TA>

Quedo atento a sus comentarios.

Saludos cordiales

---



**Arnulfo Guzman** <arnulfo@galileo.edu>  
 para mí ▾

jue, 12 sept, 17:47 ☆ ↶ ⋮

Listo Daniel, ya le validé. Saludos y éxitos con su proyecto.

**Mgtr. Arnulfo Guzmán**  
 Catedrático

\*\*\*



**Daniel Aaron de Jesús Gómez Barrios** <aaron.barrios@galileo.edu>  
 para Christian ▾

jue, 12 sept, 13:48 ☆ ↶ ⋮

Buen día estimado Licenciado, es un gusto saludarle.

Por este medio y de la manera más atenta me comunico con usted para solicitar su valioso apoyo en la validación de mi proyecto de graduación titulado: Diseño de piezas gráficas digitales para dar a conocer a través de la red social Instagram a clientes reales y potenciales los servicios turísticos que promueve la empresa de viajes Marazul.

Agradecería si pudiera responder a todas las interrogantes y al final en las observaciones agradecería sus comentarios, o si lo prefiere los puede colocar como respuesta en este correo.

Al final si pudiera apoyarme tomándose una fotografía visualizando mi proyecto la cuál me servirá como evidencia de mi validación con su persona.

Encuesta:  
<https://forms.gle/67YovLgAKCEu9C3TA>

Quedo atento a sus comentarios.

Saludos cordiales

---



**Christian Emmanuel López Rossell** <christian.rossell@galileo.edu>  
 para mí ▾

sáb, 14 sept, 11:48 ☆ ↶ ⋮

Estimado Daniel

He respondido a tu encuesta, gracias por permitirme formar parte de esta etapa de tu proyecto

Saludos

## Cotizaciones

## Cotización 1: Básica (Estilo Estandarizado)

| Sí/No                               | Descripción                                                                                                                                                                                                   | Detalle           |
|-------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> | Análisis e identificación de la necesidad de diseño: Incluye reunión inicial o brief para definir objetivos y necesidades.                                                                                    | Q 200.00          |
| <input checked="" type="checkbox"/> | Recopilación de información: Investigación básica y recopilación de referencias visuales.                                                                                                                     | Q 150.00          |
| <input checked="" type="checkbox"/> | Bocetos iniciales: Creación de conceptos iniciales para 2 publicaciones y 3 historias.                                                                                                                        | Q 250.00          |
| <input checked="" type="checkbox"/> | Bocetos intermedios: Ajustes y refinamientos según feedback (1 ronda incluida).                                                                                                                               | Q 200.00          |
| <input checked="" type="checkbox"/> | Bocetos finales: Detalles finales y ajustes menores para las piezas gráficas.                                                                                                                                 | Q 200.00          |
| <input checked="" type="checkbox"/> | Diseño final: Digitalización y entrega del diseño en formato listo para publicación (2 publicaciones + 3 historias).                                                                                          | Q 300.00          |
| <input checked="" type="checkbox"/> | Planificación básica del contenido (1 mes): Definición de calendario y objetivos básicos para las piezas.                                                                                                     | Q 300.00          |
| <input checked="" type="checkbox"/> | Publicación y seguimiento básico de métricas: Programación de las publicaciones e informe general al finalizar el mes.                                                                                        | Q 200.00          |
| <input checked="" type="checkbox"/> | Costos variables                                                                                                                                                                                              | Q 200.00          |
| <input type="checkbox"/>            |                                                                                                                                                                                                               |                   |
| <input type="checkbox"/>            |                                                                                                                                                                                                               |                   |
| <input type="checkbox"/>            |                                                                                                                                                                                                               |                   |
| <input type="checkbox"/>            | Nota: Costos de revisiones adicionales (si se requiere más allá de lo incluido): Por cada ronda extra: <b>Q 150.00 - Q 250.00</b> . Los tiempos de entrega dependerán de la cantidad de revisiones y ajustes. | Opcional          |
| <input type="checkbox"/>            |                                                                                                                                                                                                               |                   |
| <input type="checkbox"/>            |                                                                                                                                                                                                               |                   |
| <input type="checkbox"/>            |                                                                                                                                                                                                               |                   |
| <input type="checkbox"/>            |                                                                                                                                                                                                               |                   |
| <input type="checkbox"/>            |                                                                                                                                                                                                               |                   |
| <input type="checkbox"/>            |                                                                                                                                                                                                               |                   |
|                                     | <b>Total</b>                                                                                                                                                                                                  | <b>Q 2,000.00</b> |

## Cotización 2: Premium (Estilo Personalizado)

| Sí/No                               | Descripción                                                                                                                                                                                                   | Detalle           |
|-------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> | Análisis e identificación de la necesidad de diseño: Incluye una reunión más detallada, definición de metas específicas y audiencia objetivo.                                                                 | Q 300.00          |
| <input checked="" type="checkbox"/> | Recopilación de información: Investigación de mercado y creación de un brief creativo detallado.                                                                                                              | Q 300.00          |
| <input checked="" type="checkbox"/> | Bocetos iniciales: Propuestas conceptuales personalizadas (2 opciones por publicación e historia).                                                                                                            | Q 350.00          |
| <input checked="" type="checkbox"/> | Bocetos intermedios: Ajustes significativos en diseño (2 rondas incluidas).                                                                                                                                   | Q 300.00          |
| <input checked="" type="checkbox"/> | Bocetos finales: Refinamiento de detalles y preparación para digitalización.                                                                                                                                  | Q 300.00          |
| <input checked="" type="checkbox"/> | Diseño final: Digitalización con acabados personalizados para 2 publicaciones y 3 historias.                                                                                                                  | Q 500.00          |
| <input checked="" type="checkbox"/> | Planificación estratégica del contenido (1 mes): Definición de calendario y objetivos alineados a estrategias de marca.                                                                                       | Q 400.00          |
| <input checked="" type="checkbox"/> | Publicación y seguimiento detallado de métricas: Programación de publicaciones y reporte mensual con análisis detallado.                                                                                      | Q 300.00          |
| <input checked="" type="checkbox"/> | Costos variables                                                                                                                                                                                              | Q 250.00          |
| <input type="checkbox"/>            |                                                                                                                                                                                                               |                   |
| <input type="checkbox"/>            |                                                                                                                                                                                                               |                   |
| <input type="checkbox"/>            |                                                                                                                                                                                                               |                   |
| <input type="checkbox"/>            | Nota: Costos de revisiones adicionales (si se requiere más allá de lo incluido): Por cada ronda extra: <b>Q 150.00 - Q 250.00</b> . Los tiempos de entrega dependerán de la cantidad de revisiones y ajustes. | Opcional          |
| <input type="checkbox"/>            |                                                                                                                                                                                                               |                   |
| <input type="checkbox"/>            |                                                                                                                                                                                                               |                   |
| <input type="checkbox"/>            |                                                                                                                                                                                                               |                   |
| <input type="checkbox"/>            |                                                                                                                                                                                                               |                   |
| <input type="checkbox"/>            |                                                                                                                                                                                                               |                   |
| <input type="checkbox"/>            |                                                                                                                                                                                                               |                   |
|                                     | <b>Total</b>                                                                                                                                                                                                  | <b>Q 3,000.00</b> |

Categorías

(11) Audio

(14) Cables y Adaptadores

(30) Cámaras

(221) Componentes de Computadora

(9) Case

(50) Discos Duros

(10) Fuente de Poder

(75) **Memorias**

(7) Kingston Fury

(36) Memorias Ram

(18) Memorias USB

(7) Motherboards

(34) Mouses

(10) Procesadores

(1) Quemadoras

(4) Tarjeta de Video

(18) Teclados

(4) Ventiladores

(17) Computadoras de Escritorio

(17) Computadoras Gamer

(62) Corporativo

(38) Descuentos

(11) Entretenimiento



SKU: 740617309102

Categorías: Componentes de Computadora, Memorias, Memorias USB

**Kingston, DataTraveler Kyson, Memoria USB, 64GB, DTKN/64GB – 740617309102**



Unidad USB Flash de alto rendimiento – KI...  
**DATA TRAVELER KYSON**  
Mirar en YouTube

Precio Regular **Q59.00**

In stock

Beneficio en efectivo o depósito Q54.00

ENTREGA EN 3 HORAS

Ver detalle de envío ↕

- 1 +

ADD TO CART

Descarga nuestra App

Disponible en Google Play

Disponible en App Store

¿Tienes dudas sobre Kingston, DataTraveler Kyson, Memoria USB, 64GB, DTKN/64GB – 740617309102? Escríbenos...



En línea