



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

Diseño de materiales digitales para informar a través de las redes sociales Facebook e Instagram los servicios de mercadeo y publicidad que promueve entre clientes reales y potenciales la empresa Grupo ADMAX. Guatemala, Guatemala 2025

### **PROYECTO DE GRADUACIÓN**

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

#### **ELABORADO POR:**

María José López Jiménez

21000424

Para optar al título de:

### **LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO**

Nueva Guatemala de la Asunción

I

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

Diseño de materiales digitales para informar a través de las redes sociales Facebook e Instagram los servicios de mercadeo y publicidad que promueve entre clientes reales y potenciales la empresa Grupo ADMAX, Guatemala, Guatemala.

**PROYECTO DE GRADUACIÓN**

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

**ELABORADO POR:**

María José López Jiménez

21000224

Para optar al título de:

**LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO**

Nueva Guatemala de la Asunción, 2025

## **Autoridades**

Dr. Eduardo Suger Cofiño

Rector

Dra. Mayra de Ramírez

Vicerrectora General

Lic. Jean Paul Suger Castillo

Vicerrector Administrativo

Dr. Jorge Retolaza

Secretario General

Lic. Leizer Kachler

Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Lic. Rualdo Anzueto, M.Cs.

Vicedecano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Guatemala 25 de abril de 2024

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

Estimado Licenciado Kachler:

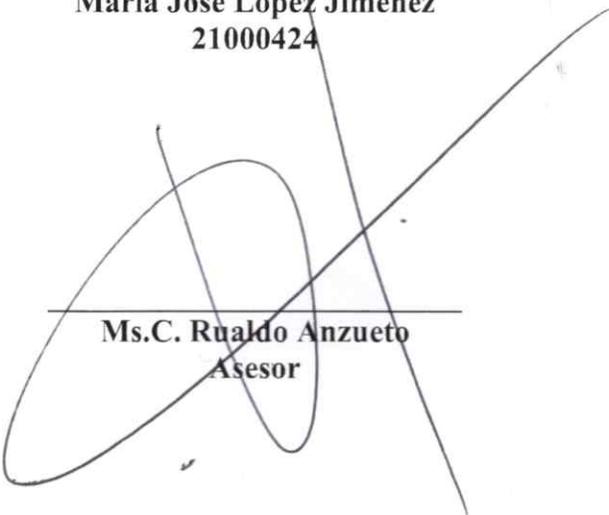
Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado: **DISEÑO DE MATERIALES DIGITALES PARA INFORMAR A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES FACEBOOK E INSTAGRAM LOS SERVICIOS DE MERCADEO Y PUBLICIDAD QUE PROMUEVE ENTRE CLIENTES REALES Y POTENCIALES LA EMPRESA GRUPO ADMAX.** Así mismo solicito que el Ms.C. Rualdo Anzueto sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



---

**María José López Jiménez**  
21000424



---

**Ms.C. Rualdo Anzueto**  
Asesor



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala 17 de mayo de 2024

**Señorita:**  
**María José López Jiménez**  
**Presente**

Estimada Señorita López:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE MATERIALES DIGITALES PARA INFORMAR A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES FACEBOOK E INSTAGRAM LOS SERVICIOS DE MERCADEO Y PUBLICIDAD QUE PROMUEVE ENTRE CLIENTES REALES Y POTENCIALES LA EMPRESA GRUPO ADMAX.** Así mismo, se aprueba al Ms.C. Rualdo Anzueto como asesor de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

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



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 12 de diciembre de 2024

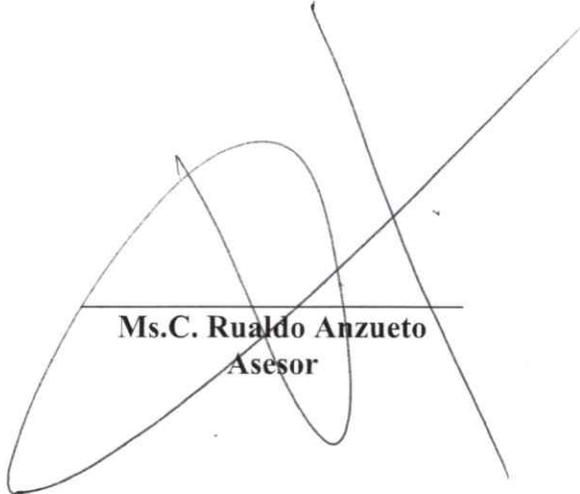
**Lic. Leizer Kachler**  
**Decano**  
**Facultad de Ciencias de la Comunicación**  
**Universidad Galileo**

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE MATERIALES DIGITALES PARA INFORMAR A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES FACEBOOK E INSTAGRAM LOS SERVICIOS DE MERCADEO Y PUBLICIDAD QUE PROMUEVE ENTRE CLIENTES REALES Y POTENCIALES LA EMPRESA GRUPO ADMAX.** Presentado por la estudiante: *María José López Jiménez*, con número de carné: 21000424, está concluido a mi entera satisfacción, por lo que se extiende la presente aprobación para continuar así el proceso de titulación profesional.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,



**Ms.C. Rualdo Anzueto**  
**Asesor**



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 11 de abril de 2025

Señorita  
María José López Jiménez  
Presente

Estimada Señorita López:

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

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

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

Ciudad de Guatemala, 23 de mayo de 2025.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

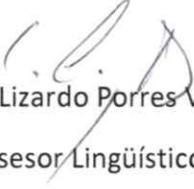
Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: **DISEÑO DE MATERIALES DIGITALES PARA INFORMAR A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES FACEBOOK E INSTAGRAM LOS SERVICIOS DE MERCADEO Y PUBLICIDAD QUE PROMUEVE ENTRE CLIENTES REALES Y POTENCIALES LA EMPRESA GRUPO ADMAX**, de la estudiante María José López Jiménez, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente.



Lic. Edgar Lizardo Porres Velásquez

Asesor Lingüístico

Universidad Galileo



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 09 de junio de 2025

**Señorita:**  
**María José López Jiménez**  
**Presente**

Estimada Señorita López:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE MATERIALES DIGITALES PARA INFORMAR A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES FACEBOOK E INSTAGRAM LOS SERVICIOS DE MERCADEO Y PUBLICIDAD QUE PROMUEVE ENTRE CLIENTES REALES Y POTENCIALES LA EMPRESA GRUPO ADMAX.** Presentado por la estudiante: María José López Jiménez, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciada en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

---

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



# **Dedicatoria**

## Dedicatoria

A Dios, quien es el principal pilar de mi vida, quien me guía en el camino, me permite estar y disfrutar de este triunfo.

A mi mamá, por ser mi guía, mi más grande ejemplo, por ser la primera en poner su fe y confianza en mí, por su apoyo incondicional, por encaminarme siempre, por enseñarme a ser valiente a través de las adversidades de la vida. Por ser mi dúo dinámico, mi mejor equipo, por mostrarme que se puede salir adelante.

A mi papá, porque su frase “Lucha con todas tus fuerzas”, es un recordatorio diario para no darme por vencida, de seguir mis sueños, porque desde donde me ve, está orgulloso de lo que estoy logrando.

A mi familia, mi pilar más grande en la vida, mis hermanos, tíos, abuelos y papá en tierra, eternamente agradecida por sus consejos, palabras de aliento, por subirme el ánimo cuando llegaba a dudar de mi capacidad, sus correcciones y lecciones. Gracias por siempre estar.

A mis mejores amigos, por ayudarme a mantener el ánimo, por enseñarme a balancear mi vida, a enseñarme que divertirse puede calmar el estrés, por escucharme hablar de mis tareas y proyectos, por sus risas, sus consejos, por las conversaciones interminables.

A mis compañeros y catedráticos, por ser una guía y acompañamiento en este largo camino, quienes abrieron mi mente, plantaron la semilla del conocimiento que hoy está viendo el fruto, a quienes me enseñaron las herramientas necesarias para enfrentar y poder desenvolverme en mi vida profesional.

A la empresa Grupo ADMAX, a cada uno de los miembros que la conforman, por ser un gran apoyo y respaldo durante este proceso.



# Resumen

## Resumen

A través del acercamiento con la empresa Grupo ADMAX, se identificó que no cuenta con material digital para anunciar a clientes reales y potenciales en redes sociales Facebook e Instagram los servicios de publicidad y mercadeo.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo: Diseñar material digital para informar a través de las redes sociales Facebook e Instagram los servicios de mercadeo y publicidad entre clientes reales y potenciales de la empresa Grupo ADMAX.

Se realizó una herramienta de validación para conocer la percepción del cliente, grupo Objetivo, conformado por mujeres y hombres guatemaltecos, con un NSE C1 que hace uso de aparatos tecnológicos como el celular, y en algunos casos, computadoras para el ingreso a las redes sociales como Instagram y Facebook, sus intereses se ven reflejados en viajes, comidas en restaurantes, diversión con familia y amigos.

El resultado obtenido fue diseñar material digital para informar a través de las redes sociales Facebook e Instagram los servicios de mercadeo y publicidad entre clientes reales y potenciales la empresa Grupo ADMAX.

Se recomienda publicar el material digital en los horarios en donde se encuentre mayor tráfico de usuarios en las plataformas de Facebook e Instagram, con el fin de asegurar que el material digital trabajado alcance un número mayor de clientes reales y potenciales.

Para efectos legales, únicamente la autora, MARIA JOSE LOPEZ JIMENEZ, es responsable del contenido de este proyecto, ya que es una investigación científica y puede ser motivo de consulta por estudiantes y profesionales. La autora 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 Licenciada en Comunicación y Diseño

## Índice

<b>Capítulo I: Introducción .....</b>	<b>1</b>
1.1. Introducción .....	1
<b>Capítulo II: Problemática .....</b>	<b>2</b>
2.1 Contexto .....	2
2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño.....	3
2.3 Justificación.....	3
2.3.1 Magnitud .....	3
2.3.2 Vulnerabilidad:.....	4
2.3.3 Trascendencia.....	4
2.3.4 Factibilidad.....	5
<b>Capítulo III – Objetivos del diseño .....</b>	<b>6</b>
3.1 Objetivo general .....	6
3.2 Objetivos específicos.....	6
<b>Capítulo IV – Marco de referencia.....</b>	<b>.7</b>
4.1 Información general del cliente y datos complementarios.....	7
<b>Capítulo V – Definición del grupo objetivo .....</b>	<b>12</b>
5.1 Perfil geográfico.....	12
5.2 Perfil Demográfico .....	12

5.3 Perfil Psicográfico .....	13
5.4 Perfil Conductual.....	13
<b>Capítulo VI – Marco Teórico.....</b>	<b>14</b>
6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio.....	14
6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño .....	19
6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño .....	21
6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías, tendencias y tecnologías .....	23
<b>Capítulo VII-Proceso de diseño y propuesta preliminar.....</b>	<b>31</b>
7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico.....	31
7.2 Conceptualización: .....	33
7.3 Bocetaje.....	36
7.4 Propuesta preliminar .....	62
<b>Capítulo VIII: Validación técnica .....</b>	<b>75</b>
8.1 Población y muestreo .....	75
8.2 Método e Instrumentos:.....	76
8.3 Resultados e interpretación de resultados .....	81
8.4 Cambios en base a los resultados: .....	96
<b>Capítulo IX Propuesta gráfica final .....</b>	<b>98</b>
<b>Capítulo X Producción, Reproducción y distribución .....</b>	<b>110</b>
10.1. Plan de costos de elaboración.....	110

10.2. Plan de costos de producción .....	110
10.3 Plan de costos de reproducción .....	111
10.4 Plan de costos de distribución en redes sociales .....	111
10.5 Margen de utilidad .....	111
10.6. Cuadro con resumen general de costos .....	111
<b>Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones .....</b>	<b>112</b>
11.1 Conclusiones: .....	112
11.2. Recomendaciones.....	113
<b>Capítulo XII: Conocimiento general.....</b>	<b>114</b>
<b>Capítulo XIII: Referencias.....</b>	<b>116</b>
<b>Capítulo XIV: Anexos .....</b>	<b>120</b>

# 01

## Introducción

## **Capítulo I: Introducción**

### **1.1. Introducción**

La empresa Grupo ADMAX ha ofrecido a sus clientes reales y potenciales sus servicios desde el año 2007. Sin embargo, en la actualidad no cuenta con material digital bien estructurado en redes sociales. Por esta razón se propuso resolver este problema comunicativo a través de la elaboración del siguiente proyecto: Diseño de materiales digitales para informar a través de las redes sociales Facebook e Instagram los servicios de mercadeo y publicidad que promueven entre clientes reales y potenciales la empresa Grupo ADMAX, Guatemala, Guatemala.

Para crear el concepto creativo se usará el método de Brainstorming o lluvia de ideas 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.



**02**

Problemática

## Capítulo II: Problemática

Grupo ADMAX carece de redes sociales actualizadas que permitan promocionar a través de las redes sociales Facebook e Instagram, los servicios de mercadeo y publicidad que promueve entre clientes reales y potenciales la empresa.

Por esa razón, es necesario diseñar materiales digitales que permitan promover sus servicios, de manera moderna y personalizada.

### 2.1 Contexto

La empresa Grupo ADMAX, de gran trayectoria en Guatemala, cuenta con publicidad audiovisual incluida en los videos repetitivos programados en pantallas led y publicidad impresa en vinil adhesivo a los posteriores, laterales e interior de las unidades móviles.

En el acercamiento que se tiene con el jefe de Diseño, Louis García, se manifiesta que durante los últimos años la empresa dejó de actualizar sus cuentas creadas en las redes sociales de Facebook e Instagram, causando una pérdida de oportunidades de negocio al limitar la interacción con audiencia y clientes, lo que enfrenta un gran desafío en términos de visibilidad y alcance.

Los materiales digitales que se crearán serán modernos y enriquecidos tecnológicamente. Los colores corporativos serán dominantes para comunicar de manera visual los valores de la empresa, se colocarán fotografías que demuestran la calidad de los servicios que brindan a la vez que se manejan elementos visuales como tipografía, formas y animaciones.

## 2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño

La empresa Grupo ADMAX requiere de materiales digitales para informar a través de las redes sociales Facebook e Instagram, los servicios de mercadeo y publicidad que promueve a clientes reales y potenciales de la Ciudad de Guatemala.

## 2.3 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 (se despejan todas y cada una de las variables).

### 2.3.1 Magnitud

Según el Instituto Nacional de Estadística (INE), la República de Guatemala cuenta con 18 millones de habitantes; dentro del área de la ciudad capital 3.9 millones. Existen por lo menos 35 empresas de publicidad y mercadeo. Está ubicada en la zona 10 con 42 clientes y 84 clientes potenciales.



Figura 1. Gráfica de magnitud de la empresa Grupo ADMAX. Realizada por María José López.

### **2.3.2 Vulnerabilidad:**

Luego de verificar que Grupo ADMAX no cuenta con materiales digitales para informar a través de las redes sociales Facebook e Instagram los servicios de mercadeo y publicidad, es perjudicial para la empresa en varios sentidos como: reducción de clientes, falta de buena reputación online, deterioro de imagen corporativa e inaccesibilidad en línea para usuarios que buscan en internet servicios publicitarios o de comunicación.

La creación de medios electrónicos de tendencia, podría enfrentar la resistencia inicial de propietarios y gerentes que hasta el momento no lo habían considerado importantes. Sin embargo, la generación de leads y nuevas oportunidades de prospección y cierre de negocios, podría estimular el interés de todas las partes interesadas.

### **2.3.3 Trascendencia**

Al crear los diseños radicaría en la capacidad de la empresa para llegar de manera efectiva a su audiencia objetiva a través de dos de las plataformas de redes sociales más populares, Facebook e Instagram.

Lograría captar la atención de clientes reales y potenciales, lo que puede resultar en un aumento e interés en los servicios de mercadeo y publicidad ofrecidos por Grupo ADMAX.

Esto, a su vez, podría traducirse en un incremento en las ventas y mayor ventaja competitiva en el mercado siendo fundamental para el crecimiento y la consolidación de la empresa en un entorno digital cada vez más competitivo.

### **2.3.4 Factibilidad**

El proyecto sí es factible, ya que cuenta con los siguientes recursos que hacen posible y realizable el diseño de materiales digitales para promover entre clientes reales y potenciales los servicios de mercadeo y publicidad de la empresa.

#### **2.3.4.1 Recursos Humanos**

Grupo ADMAX cuenta con los recursos humanos necesarios, que poseen el conocimiento, capacidad y experiencia para el correcto manejo y funcionamiento para realizar el diseño de las piezas digitales, correcciones y actualizaciones del mismo.

#### **2.3.4.2 Recursos Organizacionales**

El proyecto cuenta con el apoyo de la gerencia general, quien, al conversar sobre posibles beneficios, respalda la creación de medios de comunicación virtual en plataformas de tendencia y creación de planificación de comunicación. Además de estar en disposición de brindar toda la información necesaria de la empresa para llevar a cabo este proyecto.

#### **2.3.4.3 Recursos Económicos**

La organización cuenta actualmente con los recursos necesarios que posibilitan la realización de este proyecto.

#### **2.3.4.4 Recursos Tecnológicos**

Dicho proyecto se llevará a cabo utilizando cámaras fotográficas y de video, Para la adecuada realización del proyecto se dispone con los recursos tecnológicos necesarios. Se cuenta con una máquina Mac con la disponibilidad de los programas como: Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Adobe Lightroom y servicio de Internet.

# 03

Objetivos del diseño

## **Capítulo III – Objetivos del diseño**

### **3.1 Objetivo general**

Diseñar materiales digitales para informar a través de las redes sociales Facebook e Instagram, los servicios de mercadeo y publicidad que promueve entre clientes reales y potenciales la empresa Grupo ADMAX.

### **3.2 Objetivos específicos**

**3.2.1** Recopilar información acerca de la empresa, sus servicios y grupo objetivo, a través del Brief brindado por la gerencia, para llevar a cabo el diseño adecuado del material gráfico que serán observados por los clientes reales y potenciales de Grupo ADMAX.

**3.2.2** Investigar términos, artes, estilos, programas y tendencias de diseño relacionados con las redes sociales Facebook e Instagram, a través de fuentes fiables de información para respaldar la propuesta gráfica de este proyecto, que será visitada por el grupo objetivo.

**3.2.3** Diagramar la información y el diseño que llevarán las publicaciones de redes sociales, para facilitar el intercambio de información relacionada con los servicios de mercadeo y publicidad que promueve la empresa Grupo ADMAX.

# 04

Marco de referencia

## Capítulo IV – Marco de referencia

### 4.1 Información general del cliente y datos complementarios

**Nombre del cliente:** Grupo ADMAX

**Dirección:** 18 Avenida A 20-48 zona 10, Ciudad de Guatemala, Guatemala

**Email:** [grupoadmax.com@gmail.com](mailto:grupoadmax.com@gmail.com)

**Teléfono:** 3033-8416 / 6646-7027

**Contacto:** Louis García

### 4.2 Antecedentes

Grupo ADMAX es creado en el año 2007, cuenta con redes sociales Facebook e Instagram que no se actualizan desde el año 2021, por lo que es necesario adaptarlas a las nuevas tendencias de hoy y darle una imagen más moderna que la proyectada hasta ahora.

### 4.3 Oportunidad identificada

Grupo ADMAX presenta sus servicios de mercadeo y publicidad solamente en catálogos digitales según el tipo de clientes. Requiere de materiales digitales para informar a través de las redes sociales Facebook e Instagram de manera ordenada sus servicios.

### 4.4 Misión

Ofrecer a los clientes, por medio de asesoría y medios, soluciones de comunicación estratégica que cumplan con las expectativas de campañas y promociones, Generar utilidades

que permitan un crecimiento constante, generando bienestar para los accionistas, empleados y comunidad.

#### **4.5 Visión**

Ser una organización eficiente con alto nivel de compromiso hacia los clientes. Ser la empresa líder en publicidad fuera de casa a nivel regional, siendo una solución integral de los clientes a sus necesidades publicitarias y de comunicación.

#### **4.6 Datos específicos**

**Delimitación geográfica:** Ciudad de Guatemala, Guatemala

**Grupo objetivo:** Empresas en busca de promocionar sus productos o servicios a través su exposición de medios.

**Principal beneficio al grupo objetivo:** Presentar de manera ordenada y específica los productos y servicios de las empresas a los consumidores, basados en señalización y amplia cobertura.

**Competencia:** Empresas dedicadas a la publicidad y mercadeo de medios exteriores

**Factores de diferenciación:** Alta visibilidad, mayor índice de recuerdo dentro de los soportes de publicidad exterior, alto impacto debido a su formato, exposición constante al público los 7 días a la semana, circulación de lunes a viernes.

**Objetivo de mercadeo:** Aumentar la visibilidad en las redes sociales Facebook e Instagram, mejorar el posicionamiento de la empresa.

**Objetivo de comunicación:** Generar clientes potenciales, confianza y prestigio hacia la empresa por medio de las redes sociales Facebook e Instagram.

**Mensajes claves a comunicar:** Especialistas en el alto impacto de las marcas, variedad de servicios y facilidad de comunicación.

**Estrategias de comunicación:** Marketing en redes sociales con fácil accesibilidad,

**Reto del diseño y trascendencia:** Que comunique la propuesta de valor de la empresa y generar contactos para la misma.

**Datos del logotipo:**

**Colores:** verde, blanco, gris y azul

**Tipografía:** Pragmática Ext Medium Obl

**Forma:** Vertical, combinando figuras geométricas y texto.



PALETA DE COLOR



LOGOS ALTERNATIVOS



Figura 2. Realizada por María José López. Imagen corporativa.

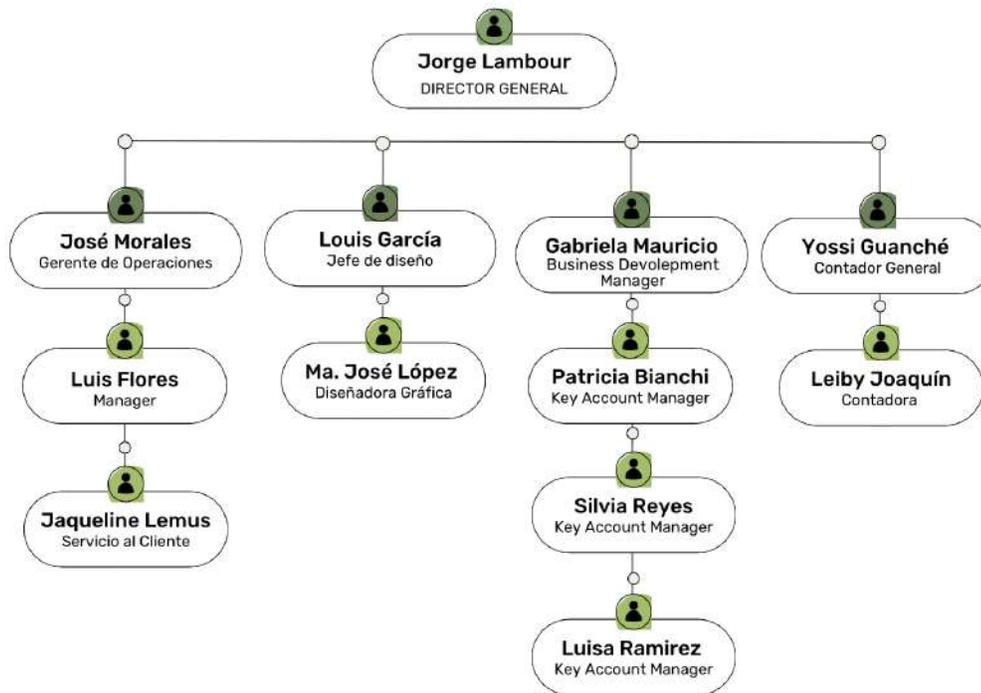


Figura 3, Organigrama de la empresa Grupo ADMAX. Realizada por María José López.

## 4.6 Análisis FODA

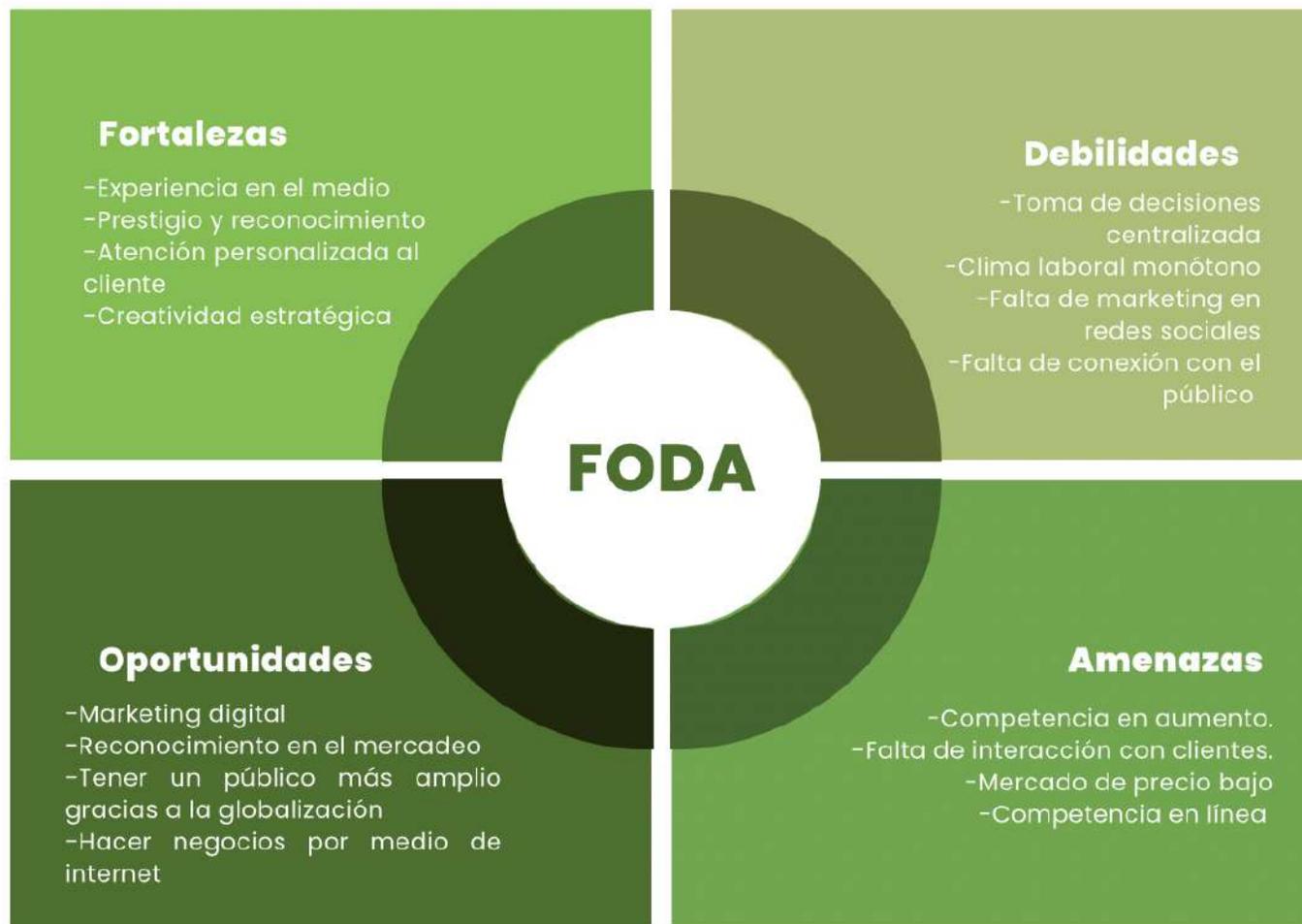


Figura 4 FODA de la empresa Grupo ADMAX. Realizada por María José López.

# 05

Definición del grupo objetivo

## Capítulo V – Definición del grupo objetivo

El grupo objetivo seleccionado para el proyecto reside en la Ciudad de Guatemala, comprendido por hombres y mujeres que disponen de acceso a internet y conocimiento en redes sociales, que necesiten de los servicios de mercadeo y publicidad que la empresa promueve, por medio de las redes sociales Facebook e Instagram.

### 5.1 Perfil geográfico

**5.1.1 Región:** Guatemala, Municipio de Guatemala, Ciudad de Guatemala

**5.1.2 Tamaño del área:** El país cuenta con una superficie total de 108,889 km<sup>2</sup>.

**5.1.3 Tamaño de la ciudad:** Según el Instituto Nacional de Estadística (INE), la Ciudad de Guatemala posee una superficie total de 997 km<sup>2</sup>.

**5.1.4 Densidad poblacional:** La República de Guatemala dispone de 18,492,953 habitantes, teniendo así una densidad de 145.6 hab./km<sup>2</sup>; mientras que en la ciudad capital cuenta con 3,942,348 habitantes.

**5.1.5 Clima:** Guatemala tiene una temperatura promedio de 25 grados centígrados. Es reconocida por su clima tropical, cálido y húmedo. La temperatura promedio en las regiones del altiplano es de 19 C° y en la Ciudad de Guatemala usualmente es de 21 ° C°.

### 5.2 Perfil Demográfico

**5.2.1 Nivel socioeconómico:** Nivel C1

**5.2.2 Desempeño:** Empresario, Ejecutivo medio, Comerciante, Profesional, Vendedor

**5.2.3 Nivel educativo:** Superior, Licenciatura

**5.2.4 Ciclo de vida:** Esperanza de vida 75 años, adultos, solteros, casados, con o sin hijos

*Ver tabla completa en anexo 1*

### 5.3 Perfil Psicográfico

**5.3.1 Hábitos:** Individuos con metas claras, seguros de sí mismos, independientes, comprometidos con las oportunidades.

**5.3.2 Hobbies:** Lectura, fotografía, salidas con familia y amigos, cine.

**5.3.3 Actividades:** Viajes al interior y exterior de Guatemala, parques temáticos, comidas en restaurantes, compras en comerciales.

**5.3.4 Costumbres:** Reuniones familiares en días festivos, cumpleaños, fines de semana y épocas típicas del año.

### 5.4 Perfil Conductual

**5.4.1 Personalidad:** Activo, rápido en la toma de decisiones, independientes, extrovertidos y proactivos. Mantienen la mente ocupada.

Personas alegres, vivaz con sistema nervioso rápido que se caracterizan por la alta sensibilidad y usualmente son personas muy extrovertidas. Les gusta ser el centro de atención y pueden ser un poco impulsivos.

**5.4.2 Conducta:** Personas independientes y extrovertidas

**5.4.3 Ocasión de compra:** Inversión en esfuerzos publicitarios anual y/o momentos de crisis institucional, de imagen o por estacionalidades.

**5.4.4 Conducta ante el servicio:** Entusiasta y positivo, buscando un equipo con aliados estratégicos.



**06**

Marco Teórico

## Capítulo VI – Marco Teórico

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

#### 6.1.1 Empresa:

Se 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.

Existen empresas públicas que son aquellas que pertenecen al sector público de cada Estado, administración central o local. (*Empresa*, n.d.)

#### 6.1.2 Servicios:

El concepto de servicio proviene del latín *servitium*. El mismo hace referencia a la acción servir, sin embargo, este concepto tiene múltiples acepciones desde la materia en que sea tratada.

Desde el punto de vista del mercadeo y la economía, son las actividades que intentan satisfacer las necesidades de los clientes. Los servicios son lo mismo que un bien, pero de forma no material o intangible. Esto se debe a que el servicio sólo es presentado sin que el consumidor lo posea. (*Servicio*, n.d.)

#### 6.1.3 Producto:

Es una cosa o un objeto producido o fabricado, algo material que se elabora de forma natural o industrial mediante un proceso, para el consumo o utilidad de las personas.

La palabra deriva del latín productus y posee diferentes significados según el área que se emplee. Los productos son los artefactos que siguen una línea de producción con el objetivo de ofrecerse en un mercado con la intención de satisfacer al consumidor y proporcionarle lo que necesita o desea. (*Qué Es Un Producto (Significado, Concepto Y Definición)*, n.d.)

#### **6.1.4 Publicidad:**

Es un conjunto de estrategias de comunicación diseñadas para compartir una solución comercial con un público de posibles consumidores. Busca generar más ventas, crear conciencia en nuevas audiencias o convertir una marca en la opción favorita mediante ofertas y dinámicas.

La publicidad es identificable, responde a una estrategia de marketing, tiene un objetivo claro, se dirige a un público determinado, requiere inversión, depende de la repetición. (Santos, 2023)

#### **6.1.5 Redes sociales:**

Son plataformas digitales formadas por comunidades de individuos con intereses, actividades o relaciones en común. Permiten el contacto entre personas y/o empresas y funcionan como un medio para comunicarse e intercambiar información.

Las redes sociales están formadas por una comunidad virtual, pueden ser utilizadas desde computadoras, tabletas o dispositivos móviles, son de acceso gratuito, brindan información en tiempo real y permiten a cada usuario crear un perfil dentro de la red. (*Redes Sociales - Qué Son, Tipos, Ejemplos, Ventajas Y Riesgos*, n.d.)

#### **6.1.6 Marketing:**

Es el sistema de investigar un mercado, ofrecer valor y satisfacer al cliente con un objetivo de lucro, se responsabiliza de estudiar el comportamiento de mercados y las necesidades de los consumidores.

Se centra en estrategias que incluyen la investigación de mercado, publicidad y promoción, desde la perspectiva del diseño y comunicación, implica la creación visual de estrategias para posicionar una marca, producto o servicio. (*¿Qué Es Marketing? Definición, Tipos Y Ventajas [2024]*, n.d.)

### **6.1.7 Material Impreso:**

El material impreso abarca documentos físicos, como folletos, volantes o carteles, utilizados para transmitir información. Puede ser empleado en diversas situaciones, desde promociones hasta educación, desde la perspectiva del diseño y la comunicación, abarca documentos físicos como folletos, volantes o carteles.

Su efectividad radica en un diseño visualmente atractivo y coherente con la identidad de la marca para transmitir información de manera impactante. (*Material Impreso. - Diseño De Recursos Didácticos.*, n.d.)

### **6.1.8 Buses Urbanos:**

Los buses urbanos son vehículos de transporte público utilizados en entornos urbanos para movilizar a pasajeros de un lugar a otro. Se destacan por su presencia constante en áreas metropolitanas, desde la perspectiva del diseño y la comunicación, representan lienzos móviles para publicidad visual. El diseño gráfico se adapta para maximizar la visibilidad y el impacto del mensaje en el entorno urbano.

### **6.1.9 Transmetro:**

Los transmetros son sistemas de transporte público diseñados para facilitar el movimiento de pasajeros dentro de áreas metropolitanas. Ofrecen una opción eficiente para desplazamientos en entornos urbanos, desde la perspectiva del diseño y la comunicación, son sistemas de transporte público que ofrecen oportunidades para la colocación estratégica de publicidad visual. (*Transmetro (Guatemala)*, n.d.)

### **6.1.10 Transurbano:**

Los transurbanos son vehículos de transporte público diseñados para distancias más largas, conectando áreas suburbanas y urbanas. Proporcionan una opción de movilidad regional,

desde la perspectiva del diseño y la comunicación, son vehículos de transporte público que proporcionan un lienzo amplio para la exhibición de publicidad visual. El diseño gráfico se centra en adaptarse a la movilidad y visibilidad única de estos vehículos. (*Transurbano*, n.d.)

#### **6.1.11 Anuncios:**

Es cualquier aviso o mensaje persuasivo colocado en los medios de comunicación con un tiempo o espacio pagado o donado por una persona, empresa u organización identificada.

Se difunden a través de diversos medios de comunicación, son piezas visuales destinadas a transmitir mensajes promocionales. Su diseño busca la creatividad y la claridad para comunicar eficazmente la información deseada. (*Qué Es Anuncio - Definición, Significado Y Ejemplos*, n.d.)

#### **6.1.12 Producción:**

La producción implica la creación y fabricación de bienes o la generación de servicios. En el contexto empresarial, se refiere a la transformación de recursos en productos finales listos para el consumo, desde la perspectiva del diseño y la comunicación. Implica la creación visual de contenido para su implementación en diversos medios. Esto incluye la generación de material gráfico coherente con los objetivos de la campaña publicitaria (Quiroa, n.d.)

#### **6.1.13 Audiovisual:**

Es un adjetivo que hace referencia conjuntamente al oído y a la vista. El contenido audiovisual emplea ambos sentidos a la vez. Puede incluir producciones cinematográficas, presentaciones multimedia y otras formas de comunicación que integran sonido e imagen, desde la perspectiva del diseño y la comunicación, abarca la integración de elementos visuales y auditivos para crear contenido impactante.

En el diseño gráfico, esto implica la consideración de la estética visual en conjunto con elementos sonoros para una experiencia comunicativa completa. (Pérez, n.d.)

#### **6.1.14 Videos:**

Es un sistema de grabación y reproducción de imágenes, que pueden estar acompañadas de sonidos y que se realiza a través de una cinta magnética. Son grabaciones visuales en movimiento, ya sea para entretenimiento, educación o información. Abarcan una variedad de formatos, involucran la creación de contenido visual atractivo para transmitir mensajes de forma efectiva y rápida. (Pérez, n.d.)

#### **6.1.15 Pantallas:**

Las pantallas son dispositivos visuales que muestran información, imágenes o videos. Pueden variar en tamaño y propósito, desde pantallas de computadoras hasta grandes monitores de publicidad. en el ámbito del diseño y la comunicación, son medios visuales para la presentación de contenido. El diseño se adapta para maximizar la legibilidad y la atraktividad visual. (Pérez, n.d.)

#### **6.1.16 Medios publicitarios:**

Los medios publicitarios son canales utilizados para difundir mensajes promocionales, como televisión, radio, periódicos o vallas publicitarias, desde la perspectiva del diseño, involucran la creación de contenido visual efectivo para distintos canales. El diseño busca adaptarse a las características específicas de cada medio. (Peiró, 2020)

#### **6.1.17 Tendencia:**

Es una corriente o preferencia hacia determinados fines, un cambio en los grupos humanos, dando lugar a nuevas necesidades, deseos, formas de comportamiento y por ende a nuevos productos o servicios.

Se busca mantener relevancia y atractivo visual alineada con las preferencias actuales.  
(¿Qué es una TENDENCIA? - | *Blog De Tendencias*, n.d.)

### **6.1.18 Mercadeo:**

Es un conjunto de acciones mediante las cuales una empresa estudia las necesidades o problemas característicos de un público, sea éste una persona o empresa y a partir de ellos se establecen estrategias para descubrir cómo resolverlos a través de un producto o servicio.

(Giraldo, 2018)

### **6.1.19 Ilustraciones:**

Las ilustraciones son representaciones visuales que acompañan o explican un texto, concepto o idea. Pueden ser dibujos, pinturas, gráficos u otros elementos visuales. En diseño gráfico y comunicación, las ilustraciones son elementos visuales creados para transmitir mensajes o mejorar la comprensión de la información. Se utilizan para agregar valor estético y comunicativo a proyectos visuales. (Arteneo, 2015)

### **6.1.20 Marca:**

Una marca es un distintivo que identifica y diferencia productos, servicios o empresas en el mercado. Incluye elementos como nombre, logo, colores y valores asociados. En diseño y comunicación, una marca se representa visualmente a través de su identidad gráfica. El diseño se utiliza para construir y fortalecer la presencia visual de la marca, transmitiendo su personalidad y valores de manera coherente. (Lucena, s. f.)

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

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

#### **6.2.1.1 Comunicación:**

Es la transmisión de la información entre dos o más individuos. Incluye la transmisión y recepción de mensajes, ya sea verbal o no verbal, con el objetivo de compartir significados. Con Enfoque en Comunicación y Diseño: En el ámbito del diseño gráfico, la comunicación visual se

refiere a la transmisión efectiva de mensajes a través de elementos visuales. (*Comunicación*, n.d.)

#### **6.2.1.2 Estrategias de comunicación:**

Las estrategias de comunicación son planes diseñados para facilitar la transmisión de información efectiva entre individuos o grupos. Pueden abordar diversos aspectos, desde la difusión de mensajes hasta la gestión de la percepción pública, desde la perspectiva del diseño, implican la planificación de la presentación visual y la entrega de mensajes de manera coherente. (SLU, s. f.)

#### **6.2.1.3 Comunicación informativa:**

Transmisión de información objetiva, precisa y relevante de manera clara y comprensible. Su objetivo principal es proporcionar datos, hechos, noticias o detalles sobre un tema específico sin buscar influir en las opiniones o actitudes de los receptores. (*Productos De Comunicación: Conoce La Comunicación Informativa - FACOM, 2023*)

#### **6.2.1.4 Comunicación persuasiva:**

Está diseñada para influir en las actitudes, creencias o comportamientos de los demás. Su objetivo principal es persuadir, convencer o motivar a una audiencia específica a adoptar una determinada idea, opinión o acción. (*Productos De Comunicación: ¿Qué Es La Comunicación Persuasiva? - FACOM, 2023*)

#### **6.2.1.5 Comunicación corporativa:**

Busca establecer y mantener una buena reputación y relación con los diversos públicos de una empresa. Conoce cómo la Licenciatura en Comunicación y Diseño de la Universidad Galileo aborda esta área de estudio. Cuando hablamos de comunicados de prensa, publicidad, responsabilidad social corporativa, eventos corporativos o comunicación interna, nos referimos a

ejemplos de comunicación corporativa. (*Productos De Comunicación: Comunicación Corporativa - FACOM, 2023*)

#### **6.2.1.6 Comunicación intercultural:**

Es una habilidad que fomenta la conexión y el entendimiento entre personas de diferentes culturas, promoviendo una convivencia más armoniosa y respetuosa en la diversidad. (*Productos De Comunicación: Comunicación Intercultural - FACOM, 2023*)

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

#### **6.2.2.1 Diseño:**

El diseño se le llama al proceso de prefiguración mental, es decir, de planificación creativa, es el arte de proyectar el aspecto, la función y producción de un objeto funcional por medio de signos gráficos, sea que se trate de un objeto bidimensional (carteles, logos, animaciones, portadas) o tridimensionales (edificios, maquinarias, muebles).

La palabra diseño es un préstamo del italiano disegnare, que proviene del término latino designare, formado por el prefijo de y del sufijo signum (señal, signo o símbolo). (*Diseño (Qué Es, Concepto Y Tipos)*, n.d.)

#### **6.2.2.2 Diseño Publicitario:**

Es el conjunto de elementos visuales que transmiten los valores de marca, información de esta o de sus productos, con el objetivo principal de llamar la atención de su público objetivo. Es importante que transmitan la misma identidad de marca, usando logotipos, eslogan, colores e información de la marca actual, de una manera sencilla y clara. (*Diseño Publicitario - Definición, Ventajas Y Ejemplo - (Idiwiki)*, n.d.)

### **6.2.2.3 Diseño de Redes Sociales:**

Es el conjunto de acciones que se adapta la identidad visual de una marca para formar parte de su estrategia general de marketing y que sirven para desarrollar acciones en las redes sociales de tendencia, en el que muestran los productos o servicios de la marca de forma única y creativa. (*Diseño Social Media: Qué Es YCuál Es Su Importancia - Comunicare*, n.d.)

### **6.2.2.4 Diseño de Motion Graphics:**

Combina gráficos y animaciones para crear contenido visual dinámico, como videos promocionales, introducción de programas y animaciones publicitarias.

### **6.2.2.5 Diseño Digital:**

Implica comunicar y expresar conceptos mediante el uso de un lenguaje visual. En este contexto, un diseñador digital cuenta con las habilidades y competencias necesarias para participar en ámbitos profesionales como la animación, la producción digital, e incluso integrar elementos fotográficos en el diseño digital.

### **6.2.2.6. Diseño gráfico:**

El diseño gráfico es el arte de comunicación visual a través de texto, imágenes, símbolos o ilustraciones. Sirve tanto para identificar una marca, recordar un mensaje, encontrar una gran oferta de valor o atraer a tu cliente ideal. Su objetivo es crear una representación visual con un sentido de orden y claridad haciendo que las personas entiendan el mensaje. (López)

### **6.2.2.7 Diagramación:**

Es un ámbito del diseño que se encarga de organizar un espacio con contenidos escritos, visuales y en algunos casos audiovisuales. Todos estos elementos se pueden encontrar impresos y electrónicos, como periódicos, libros, revistas, etc. Es el acto de maquetar y que se relaciona

con la distribución de elementos en un espacio determinado de la página, mientras que el diseño incluye un sinnúmero de fases mucho más amplias del proceso.

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

#### **6.3.1 Ciencias auxiliares**

##### **6.3.1.1 Semiología.**

Es la disciplina que se encarga del estudio de los signos en la vida social, ideas que asociamos en nuestra mente con los elementos de la realidad. La semiología se encarga de todos los estudios relacionados al análisis de los signos, además que estos son utilizados para transmitir un significado a un receptor. (Concepto)

##### **6.3.1.2 Lingüística:**

Es la disciplina científica que investiga el origen, evolución y estructura del lenguaje, estudia las estructuras fundamentales del lenguaje humano, sus variaciones y todo lo relacionado con ellas. La diversidad lingüística propone y recrea leyes y normas del habla. La lingüística es pluridisciplinaria y se caracteriza por su gran riqueza epistemológica (“¿Qué es la lingüística?”)

##### **6.3.1.3 Psicología de la comunicación:**

Es un campo de estudio centrado en el estudio de la forma en que las personas envían y reciben mensajes, se centra en entender cómo los seres humanos nos comunicamos eficazmente y las interacciones que pueden afectar la forma de pensar, actuar y sentir. (“A Que Se Refiere La Psicología De La Comunicación”)

##### **6.3.1.4 Sociología:**

Tiene como objetivo estudiar la sociedad humana, los comportamientos que existen a nivel social, cómo se estructuran las organizaciones, los comportamientos humanos más habituales, así como las estructuras sociales y grupales que existen. (Peiró)

### **6.3.1.5 Cibernética:**

Es la ciencia encargada de estudiar los sistemas de comunicación entre los seres vivos, aplicada a sistemas electrónicos y mecánicos, de amplias similitudes con ellos. Alude a todo aquello vinculado con la realidad virtual y lo producido a través de computadora. (Fernández)

### **6.3.1.6 Teología:**

Es la disciplina que estudia la naturaleza de Dios y sus atributos, como el conocimiento que tiene el ser humano sobre la divinidad. El término teología nace en el seno de la filosofía, significa el estudio de Dios y de los hechos relacionados con él. (Alves)

## **6.3.2 Artes**

### **6.3.2.1 Arte**

Las artes comprenden diversas disciplinas creativas, incluyendo la pintura, la música, la danza, el teatro y más. Involucran la expresión creativa de ideas y emociones a través de diversas formas y medios. En el contexto de la comunicación y diseño, las artes se integran para inspirar y comunicar mensajes de manera visualmente atractiva. (Imaginario, 2021)

### **6.3.2.2 Ilustración:**

Fue un movimiento cultural e intelectual, su principal objetivo era combatir la ignorancia y el fanatismo religioso mediante las luces del conocimiento y de la razón. Es punto o material con palabras, imágenes, para hacerlo más atractivo a las personas. (“Objetivo”)

### **6.3.2.3 Tipografía:**

La tipografía es la técnica de escribir, utilizando diferentes diseños de letras y caligrafía, con la finalidad de resaltar lo que se desea comunicar. Es muy útil en el campo de la publicidad o marketing, en donde la parte visual es fundamental al momento de generar una reacción por parte del público. (Adrián)

#### **6.3.2.4 Fotografía:**

Es una técnica y forma de arte que consiste en capturar imágenes empleando para ella la luz, proyectándola y fijándose en forma de imágenes sobre un medio sensible. (“Fotografía”)

#### **6.3.2.5 Minimalismo:**

Es una corriente artística que sólo utiliza elementos mínimos y básicos, se asocia el minimalismo a todo aquello que ha sido reducido a lo esencial y que no presentan ningún elemento sobrante o accesorio. (Pérez)

### **6.3.3 Teorías:**

#### **6.3.3.1 Teoría del color:**

Es el conjunto de reglas básicas que rigen la mezcla de colores para conseguir efectos deseados, mediante la combinación de colores o pigmentos. Es un principio de gran importancia en el diseño gráfico, la pintura, fotografía, imprenta y televisión, entre otras áreas visuales. Uno de los principales insumos de toda Teoría del color es el círculo cromático, que presenta de forma circular todos los colores del espectro visual organizados. (“Teoría del Color”)

#### **6.3.3.2 Teoría de la Gestalt:**

Es una corriente de la psicología, de corte teórico y experimental, que se debe al estudio de la percepción humana, la palabra Gestalt proviene del alemán y se traduce como “forma” o “contorno”. Es una disciplina que estudia el proceso mediante el cual nuestro cerebro ordena y da forma a las imágenes que recibe del mundo externo o de aquello que de este le ha parecido relevante. (“Gestalt: teoría y leyes fundamentales”)

## **6.3.4 Tendencias**

### **6.3.4.1 Imágenes generadas por inteligencia artificial (IA):**

Las imágenes creadas por inteligencia artificial son algo que ha quedado en la industria y debemos comprender esto como una herramienta más que se puede implementar en el día a día. Las imágenes abarcan desde la creación de una fotografía al 100% con IA o retoques en sus procesos como la función implementada en Photoshop llamada relleno generativo. (*Diseño Social Media: Qué Es YCuál Es Su Importancia - Comunicare*, n.d.)

### **6.3.4.2 Ilustraciones a mano o personalizadas:**

Las ilustraciones a mano o personalizadas hacen que los diseños sean auténticos, se vuelven una firma en el diseño y además ayudan al usuario a sentirse más conectado con lo que ve en pantalla. (*Las Ilustraciones Personalizadas Y El Arte Digital*, 2024)

### **6.3.4.3 Tipografía grande y atrevida:**

La tipografía grande y atrevida forma parte considerable del diseño gráfico hoy en día, es más arriesgada y grande formando parte del maximalismo. Capta la atención y ayuda a jerarquizar los diseños. (Furore, 2024)

### **6.3.4.4 Formas geométricas:**

La tendencia de formas geométricas es sencilla y minimalista, encantan a la gente para diseños de marca y publicaciones en las diferentes redes sociales, son sencillas y limpias, dan vida al diseño de forma adecuada. (GMOL Solutions & Trinidad Lupión, 2024)

### **6.3.4.5 Líneas rectas:**

Las líneas rectas son un elemento visual polifacético que añaden al diseño visibilidad, es una forma sencilla y fácil de transmitir el mensaje sin forzar la vista del público. (*Las 15 Grandes Tendencias En Diseño Gráfico Para 2024*, n.d.)



Tablero de tendencias 2024. Servirá de guía en la creación del material digital para redes sociales del proyecto. Collage creado por María José López. Ver investigación de tendencias en anexo.

### 6.3.5 Tecnologías:

#### 6.3.5.1: Software:

El software es un conjunto de instrucciones y programas que permiten a un ordenador realizar tareas específicas. Se divide en dos categorías principales: software de sistema, que incluye el sistema operativo y herramientas básicas, y software de aplicación.

#### 6.3.5.2 Adobe Illustrator:

Es un programa de diseño gráfico basado en vectores que permite a los usuarios crear ilustraciones, logotipos y gráficos complejos. Utiliza líneas y formas matemáticas en lugar de píxeles, lo que permite que las imágenes se escalen sin perder calidad. Es ampliamente utilizado por diseñadores gráficos y artistas para producir obras que requieren precisión y detalle, y ofrece herramientas avanzadas para la creación de tipografía, patrones y efectos visuales.

### **6.3.5.3 Adobe InDesign:**

Es un software de maquetación que se utiliza para diseñar y publicar documentos impresos y digitales, como revistas, libros y folletos. Ofrece una amplia gama de herramientas para la organización del contenido, la tipografía y la creación de diseños atractivos. Su funcionalidad de "páginas maestras" permite aplicar estilos coherentes a múltiples páginas, facilitando la producción de documentos complejos.

### **6.3.5.4 Adobe Photoshop**

Es un programa de edición de imágenes ampliamente conocido, permite retocar fotografías, material digital, crear composiciones y diseñar gráficos. Ofrece una amplia variedad de herramientas como capas, filtros, ajustes de color, enfoque, tamaño. Es un programa principalmente utilizado por fotógrafos, diseñadores gráficos y artistas digitales.

### **6.3.5.5 Adobe Premiere Pro**

Es un software de edición de vídeo profesional que permite a los usuarios importar, editar y exportar contenido audiovisual. Ofrece interfaz interactiva y herramientas avanzadas para la edición. Es mayormente utilizado por cineastas, productores de televisión y radio, creadores de contenido para producir proyectos de alta calidad y compatible con variedad de formatos de video y audio.

### **6.3.5.6 Adobe After Effects:**

Es un programa de postproducción que permite crear gráficos en movimiento, posee herramientas avanzadas para animación y composición. Permite a los usuarios integrar imágenes, videos y efectos para dar vida a las ideas. Es mayormente utilizado por la industria del cine y televisión, productores de video para redes sociales y publicidad.

#### **6.3.5.7 Adobe Dreamweaver:**

Es una herramienta de diseño web que permite crear, codificar y gestionar sitios web de forma efectiva. Ofrece un entorno visual donde se puede arrastrar y soltar elementos, así como un editor de código que permite a los desarrolladores trabajar directamente con HTML, CSS y JavaScript. Es ideal para diseñadores y desarrolladores que buscan solución integral para páginas web responsivas y accesibles.

#### **6.3.5.8 Adobe Lightroom:**

Es un software de edición y organización de fotos, permite clasificar, importar y editar grandes cantidades de imágenes de manera eficiente. Ayuda a los usuarios a mejorar sus fotos y a mantener un flujo de trabajo organizado. Incluye funciones de sincronización en la nube, permite acceder a imágenes desde diferentes dispositivos y compartirlas fácilmente.

#### **6.3.5.9 Adobe Animate:**

Es un programa utilizado para crear animaciones y contenido interactivo en 2D y 3D. Permite a los usuarios diseñar animaciones para la web, aplicaciones móviles y videojuegos, con herramientas que facilitan la creación de personajes y escenas. Es un programa utilizado para crear animaciones y contenido interactivo en 2D y 3D. Permite a los usuarios diseñar animaciones para la web, aplicaciones móviles y videojuegos, con herramientas que facilitan la creación de personajes y escenas.

#### **6.3.5.10 Adobe Audition:**

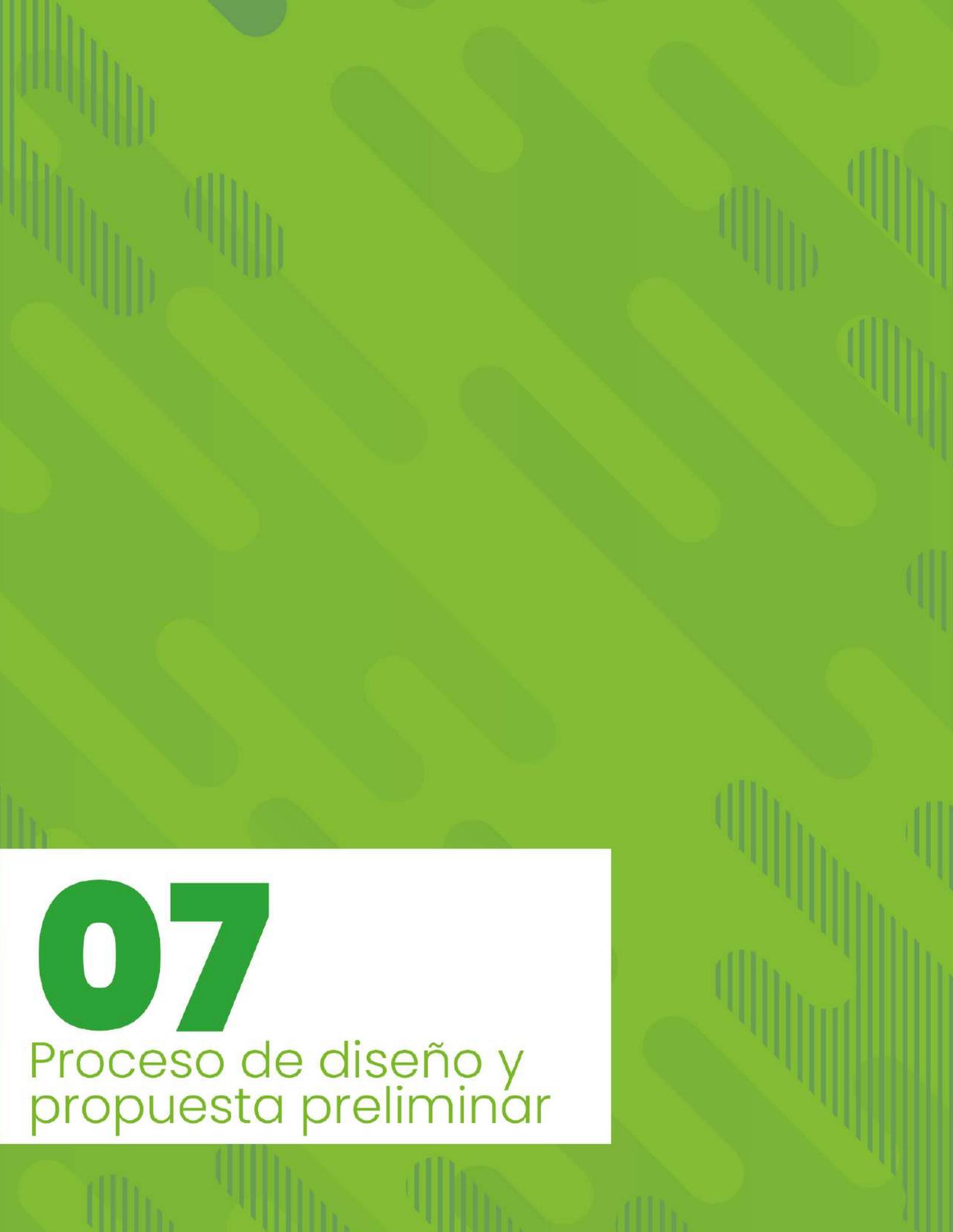
Es un instrumento de edición de audio que facilita a los usuarios la realización de grabaciones, mezclas y restauraciones de audio con un estándar de calidad profesional. Ofrece una gama de funciones para la edición adaptable, la implementación de efectos sonoros y los procesos de masterización, transformándose en la opción predilecta entre productores de música,

generadores de contenido en audio y especialistas en radiodifusión. Su interfaz fácil de usar y su habilidad para gestionar múltiples pistas facilitan la creación de proyectos sonoros complejos.

#### **6.3.5.11 Adobe XD:**

Es una plataforma de diseño para la experiencia del usuario que facilita a los diseñadores la creación de interfaces interactivas y prototipos para aplicaciones y páginas de internet. Con instrumentos que simplifican el diseño en equipo y la generación de animaciones, XD asiste a los diseñadores en la visualización y evaluación de sus ideas previo a su ejecución.

La posibilidad de compartir prototipos y obtener retroalimentación en tiempo real potencia la comunicación entre los equipos, lo que conduce a un proceso de diseño más eficaz. Además, su combinación con otras herramientas de Adobe facilita un flujo laboral más unificado y productivo.



**07**

Proceso de diseño y  
propuesta preliminar

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

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

#### **7.1.1 Comunicación:**

Se incluirán los conceptos principales de la comunicación, ya que influye en el grupo objetivo a través de mensajes e imágenes claras y atractivas. Permitirá mostrar a mayor detalle los servicios como horarios, forma de trabajo y equipo a cargo de la empresa.

#### **7.1.2 Comunicación persuasiva:**

Para el uso del proyecto se utilizará la comunicación persuasiva mediante recursos argumentativos, con el objetivo de obtener cierto control sobre los puntos de vista y necesidades de los clientes.

#### **7.1.3 Diseño:**

En el proyecto se incluirán conceptos principales de diseño, formas específicas de diseño publicitario y diseño digital. Grupo ADMAX aplicará el diseño publicitario y digital, debido a que se desea incentivar al grupo objetivo por medio de la implementación de materiales digitales, que logren transmitir el mensaje que quiere dar la empresa.

#### **7.1.4 Semiología:**

Conceptos principales de las ciencias auxiliares, formas específicas de la imagen. Grupo ADMAX aplicará semiología de la imagen, debido a que desea influir en el grupo objetivo a través de la interpretación que tengan sobre las ilustraciones.

#### **7.1.5 Publicidad:**

En el proyecto se incluirán los conceptos principales, debido a que Grupo ADMAX quiere influir en el grupo objetivo a través de materiales digitales con ilustraciones e imágenes que brinden el conocimiento sobre los servicios de publicidad que la empresa ofrece.

### **7.1.6 Diagramación:**

Se aplicará la diagramación, ya que todo material digital creado con ilustraciones y colores llamativos deberá contar con una jerarquía entre ellos, para hacerlas balanceadas y legibles al público objetivo.

### **7.1.7 Teoría del color:**

Se aplicará la teoría del color que desea influir en el grupo objetivo a través de colores que representen a la empresa y que transmitan las emociones deseadas por la empresa, Por ejemplo, el verde, gris y azul, ya que podrá generar equilibrio y estabilidad

### **7.1.8 Teoría de Gestalt:**

Aplicará la teoría de la Gestalt debido a que desea influir en el grupo objetivo por medio del estudio de comportamiento o interpretación del material gráfico.

### **7.1.9 Arte de la ilustración:**

El proyecto incluirá los conceptos principales de arte, formas específicas de ilustración a través de un mensaje que hace uso del medio de una imagen que les genere deseos de conocer más la empresa. permitiendo mostrar información sobre los servicios que ofrecen.

### **7.1.10 Artes tipográficas:**

Grupo ADMAX utilizará artes tipográficas a través de un mensaje que hace uso de tipografía que les genere atracción por el contenido de este, A través de dicho arte, permitirá a la empresa mostrar un poco de su personalidad y servicio.

### **7.1.11 Diseño Minimalista:**

Aplicará la tendencia del minimalismo, debido a que desea influir en el grupo objetivo a través de la simplicidad y enfocarlo más en el contenido del material gráfico y que este se transmita de manera directa y simple.

## 7.2 Conceptualización:

La conceptualización servirá de guía para la elaboración de todos los elementos que se colocarán en el proyecto de diseño de materiales digitales para informar a clientes reales y potenciales en las redes sociales Facebook e Instagram los servicios de mercadeo y publicidad de Grupo ADMAX.

### 7.2.1 Método

**7.2.1.1 Lluvia de ideas (Brainstorming):** Lluvia de ideas, popularmente conocida como Brainstorming (del inglés “tormenta mental”), fue popularizada a mediados del siglo XX por el publicista Alex Faickney Osborn, usada principalmente para facilitar el surgimiento de nuevas ideas sobre un tema o problema determinado. La lluvia de ideas es una técnica de trabajo grupal que consiste en proponer libremente ideas y asociaciones a partir de un concepto. (*Lluvia De Ideas*, 2022).

El brainstorming se caracteriza por reunir a un grupo de personas en torno a un tema, fomentar la producción de ideas libres de juicio, sacar provecho de la diversidad de participantes, requerir un moderador y código de respeto, tener una duración de tiempo para poder romper los moldes tradicionales de pensamiento.

La lluvia de ideas funciona de la siguiente manera: Se generan ideas por medio de la resolución de preguntas o al encontrar palabras clave relacionadas con el tema, con un límite de tiempo, lo que busca es lograr una cantidad masiva de ideas. Se debe llevar el siguiente esquema:

**Paso 1. Definición del problema:** Definir el motivo por el cual se llevará a cabo la técnica creativa y establecer los objetivos que se desean alcanzar.

**Paso 2. Definir información de la empresa:** Recopilar y estudiar información de la empresa, como visión, misión, valores y que desean comunicar. Estudiar al grupo objetivo para determinar en qué llama la atención.

**Paso 3. Inicio del método:** Se establece un tiempo específico en el que se recuerda la problemática a los participantes para que las ideas surjan de forma natural y sin presión.

**Paso 4. Resultados:** Al terminar el tiempo se anuncian por turnos las ideas de los participantes, recordando que toda idea es bienvenida y sin paso a críticas.

### 7.2.2 Definición del concepto:

Para el proyecto de diseño de materiales digitales para informar a través de las redes sociales Facebook e Instagram los servicios de mercadeo y publicidad que promueve entre clientes reales y potenciales Grupo ADMAX se aplicó la técnica de creatividad llamada Lluvia de ideas (Brainstorming). Se desarrollaron los siguientes pasos:

- **Paso 1: Definición del problema:** Definir el motivo por el cual se realizará la técnica creativa seleccionada y establecer los objetivos que se quieren alcanzar.
- **Paso 2: Definir la información de la empresa:** Recopilar información general de la empresa, misión, visión, valores y el mensaje que se desea comunicar. Determinar el grupo objetivo y cuál es su principal atractivo para poder lograr captar la atención de forma efectiva.
- **Paso 3: Inicio del método:** Establecer un tiempo determinado, recordar la problemática para que surjan ideas de manera natural y sin presión.
- **Paso 4: Resultados de la dinámica:** Al terminar el tiempo, exponer las ideas recopiladas recordando que ninguna idea es mala. Luego seleccionar las mejores ideas hasta llegar a la que brinde mejor solución al problema.

### 7.2.3 Lluvia de ideas (Brainstorming)



Evidencia de la aplicación de la lluvia de ideas. Esquema realizado por María José López

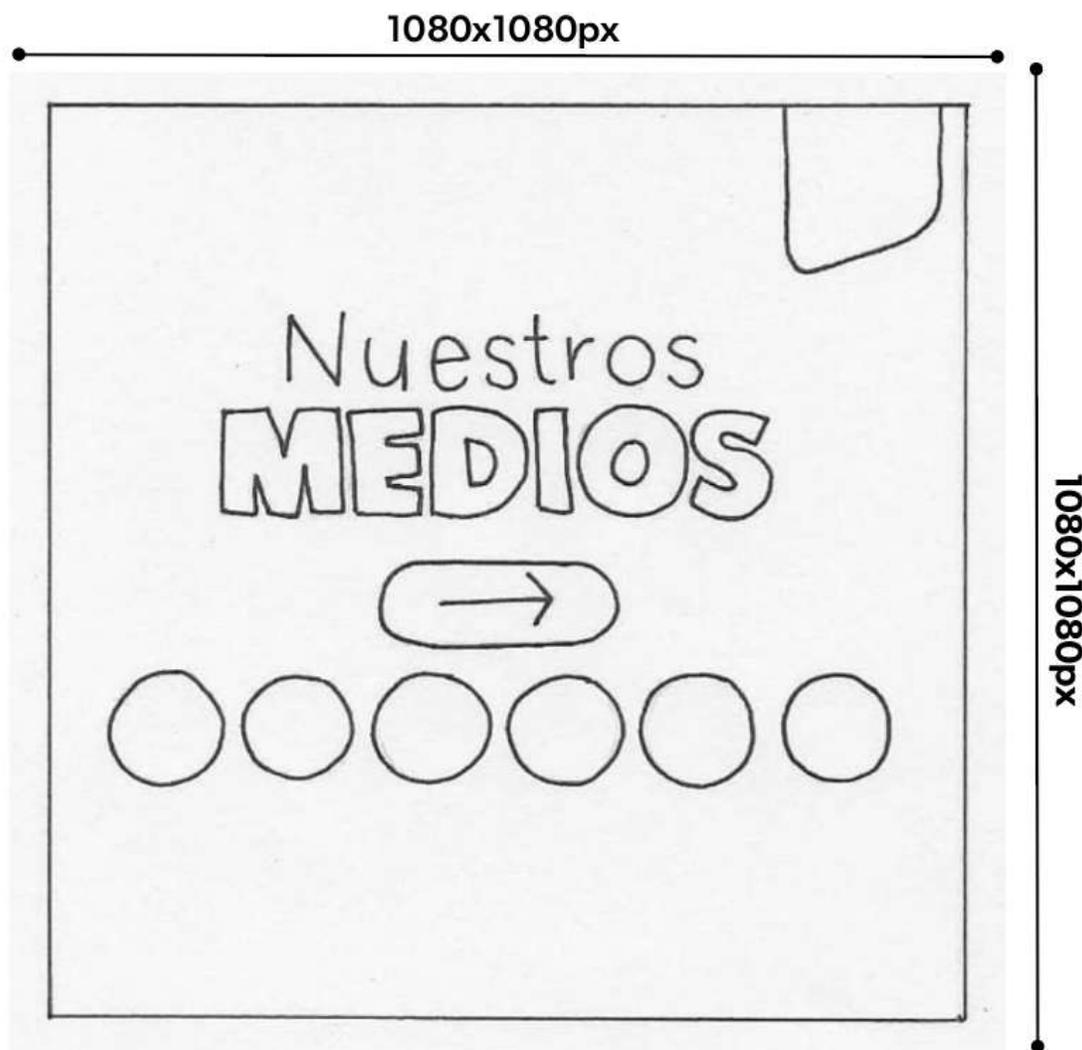
De la aplicación de la técnica creativa se llegó a la conclusión que el concepto se basará en la frase “**Publicidad a tu alcance**”. Sin embargo, como la compañía cuenta con un eslogan, esta frase se usará únicamente como fuente de inspiración para el proyecto.

### 7.3 Bocetaje

Con base en la frase “Publicidad a tu alcance” se procede a realizar el proceso de bocetaje, pasando por las siguientes variantes:

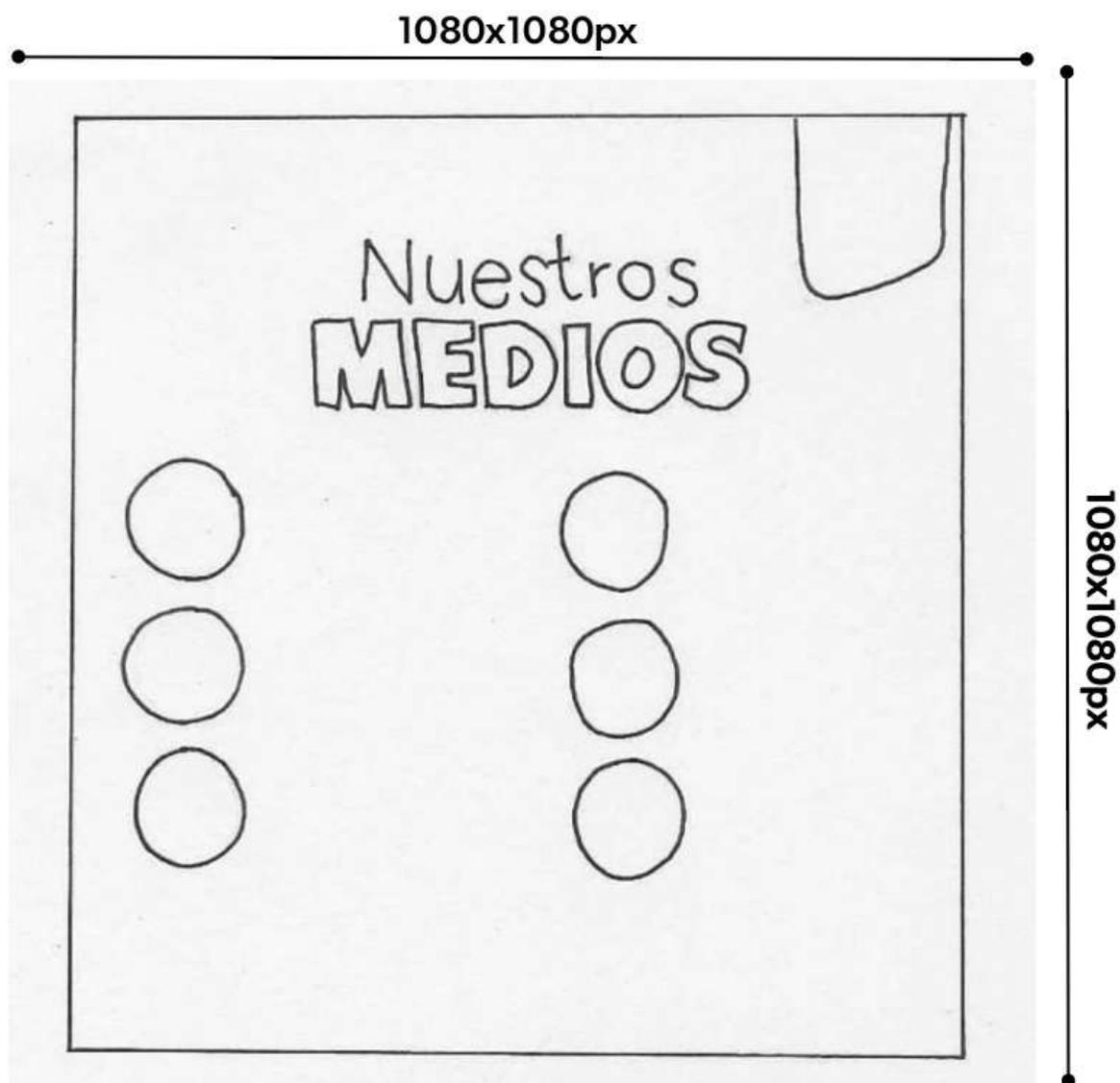
### 7.3.1 Proceso de bocetaje:

**Boceto 1:** Diseño de material para las redes sociales Facebook e Instagram.



Proceso de bocetaje del material gráfico en formato de carrusel para Instagram y Facebook, muestra los principales medios de la empresa buscando llamar la atención del usuario para que siga deslizando. Boceto realizado por María José López.

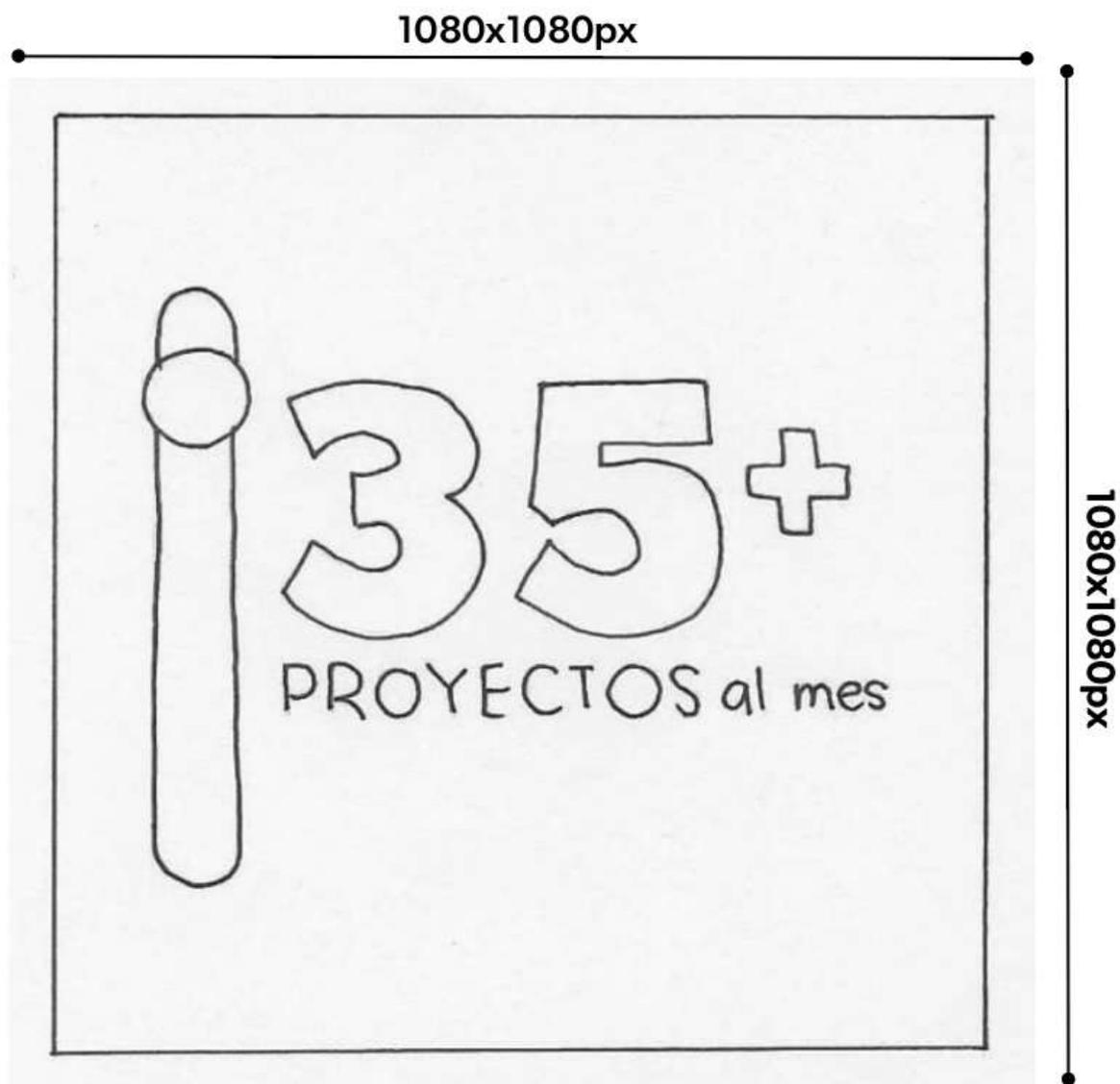
**Boceto 2:** Diseño de material para las redes sociales Facebook e Instagram. Forma de carrusel.



Boceto con el nombre de los medios de la empresa Grupo ADMAX, al deslizar el post.

Ilustración 1080x1080px. Boceto realizado por María José López.

**Boceto 3:** Diseño de material para las redes sociales Facebook e Instagram. Proyectos.



Proceso de bocetaje del material gráfico para Instagram y Facebook, mostrando el gran alcance que tiene la empresa con sus proyectos. Boceto realizado por María José López.

**Boceto 4:** Diseño de material para las redes sociales Facebook e Instagram. Ubicación

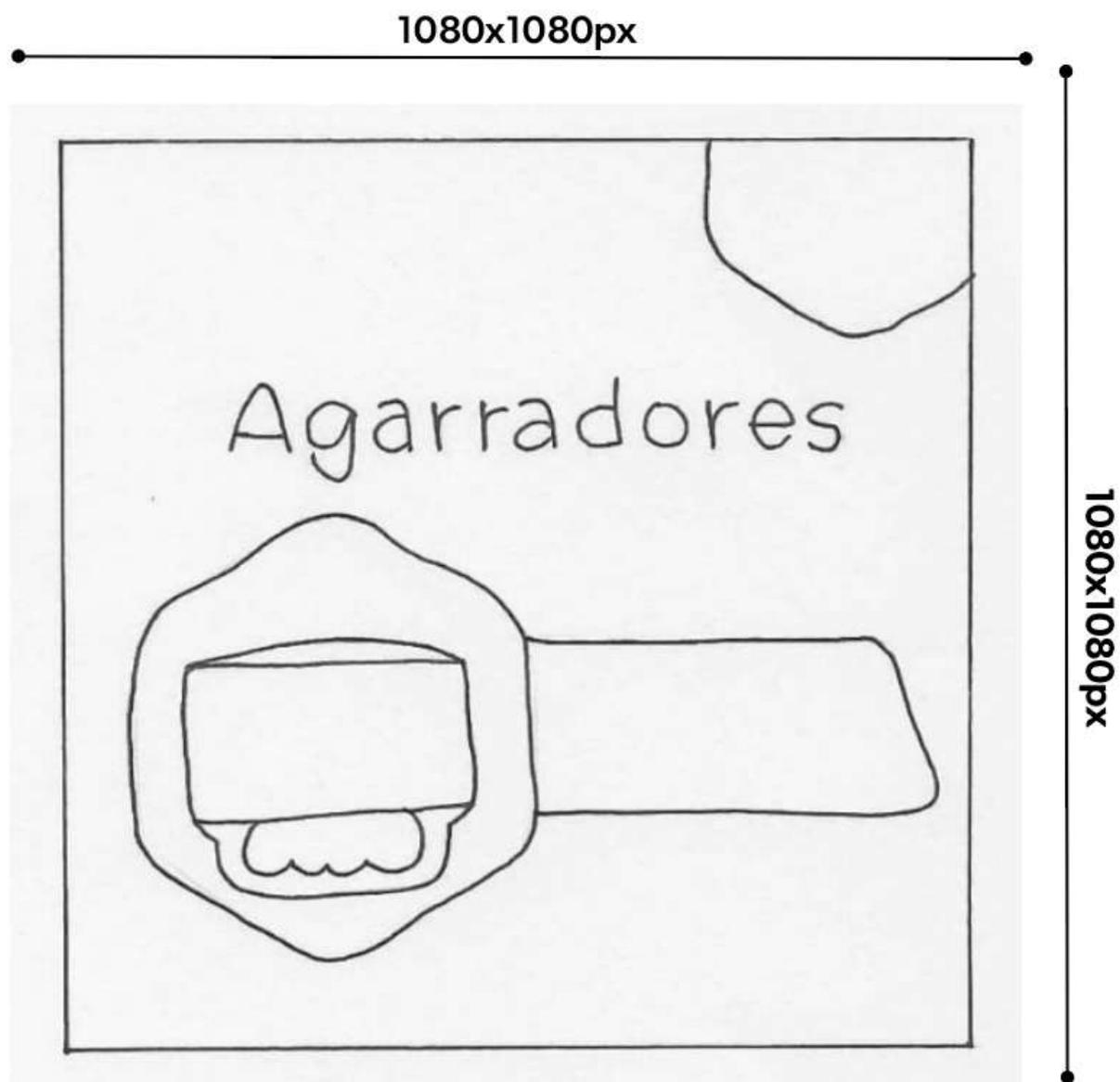
Post dando la información sobre la ubicación de la empresa. Formato 1080x1080px. Boceto realizado por María José López.

**Boceto 5:** Diseño de material para las redes sociales Facebook e Instagram. Horario.



Post informando el horario de atención de la empresa. Formato 1080x1080px. Boceto realizado por María José López.

**Boceto 6:** Diseño de material para las redes sociales Facebook e Instagram. Medio publicitario.



Post mostrando las características y ventajas del medio publicitario de agarradores en buses.

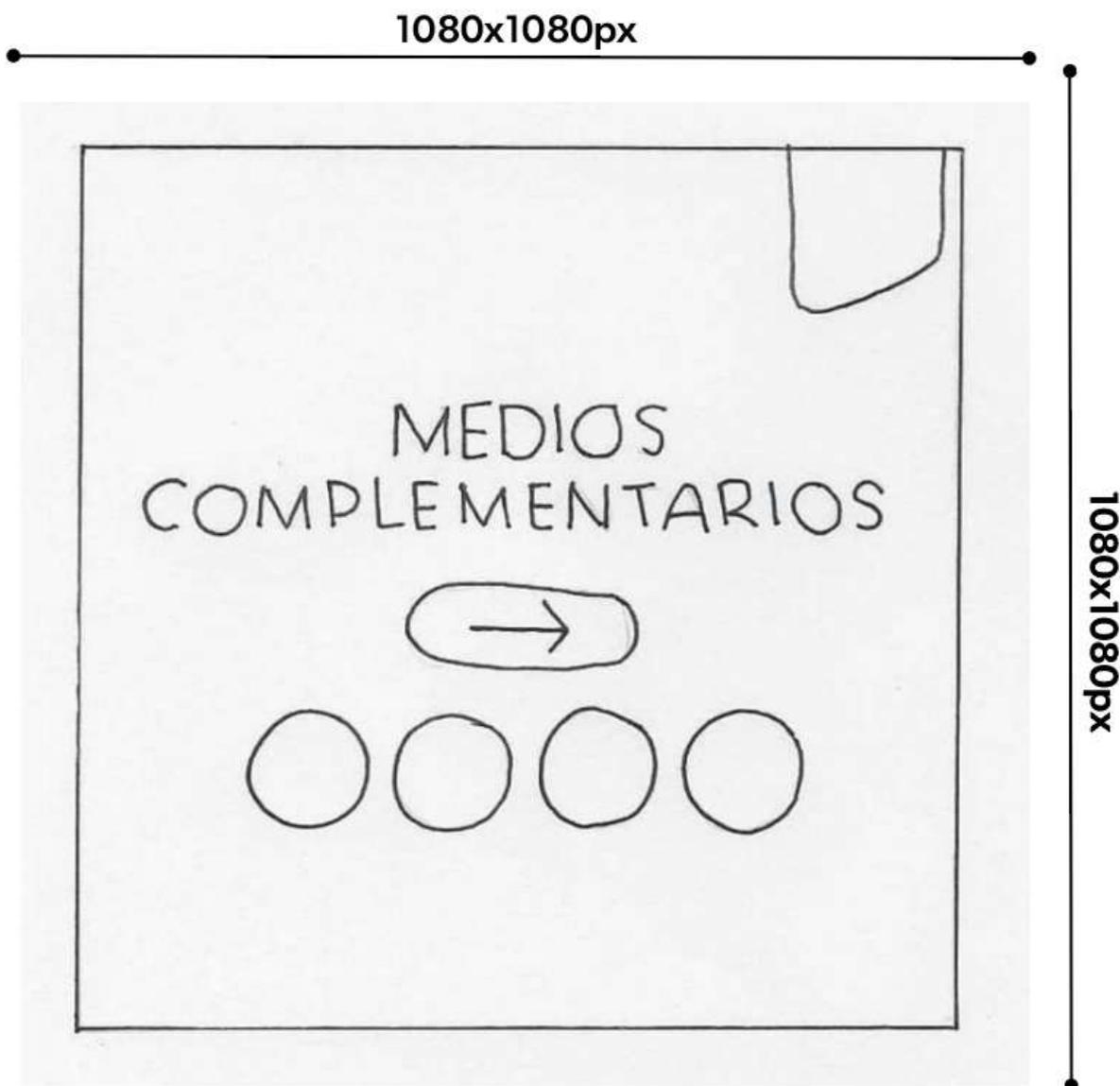
Formato 1080x1080px. Boceto realizado por María José López.

**Boceto 7:** Diseño de material para las redes sociales Facebook e Instagram. Frase llamativa.



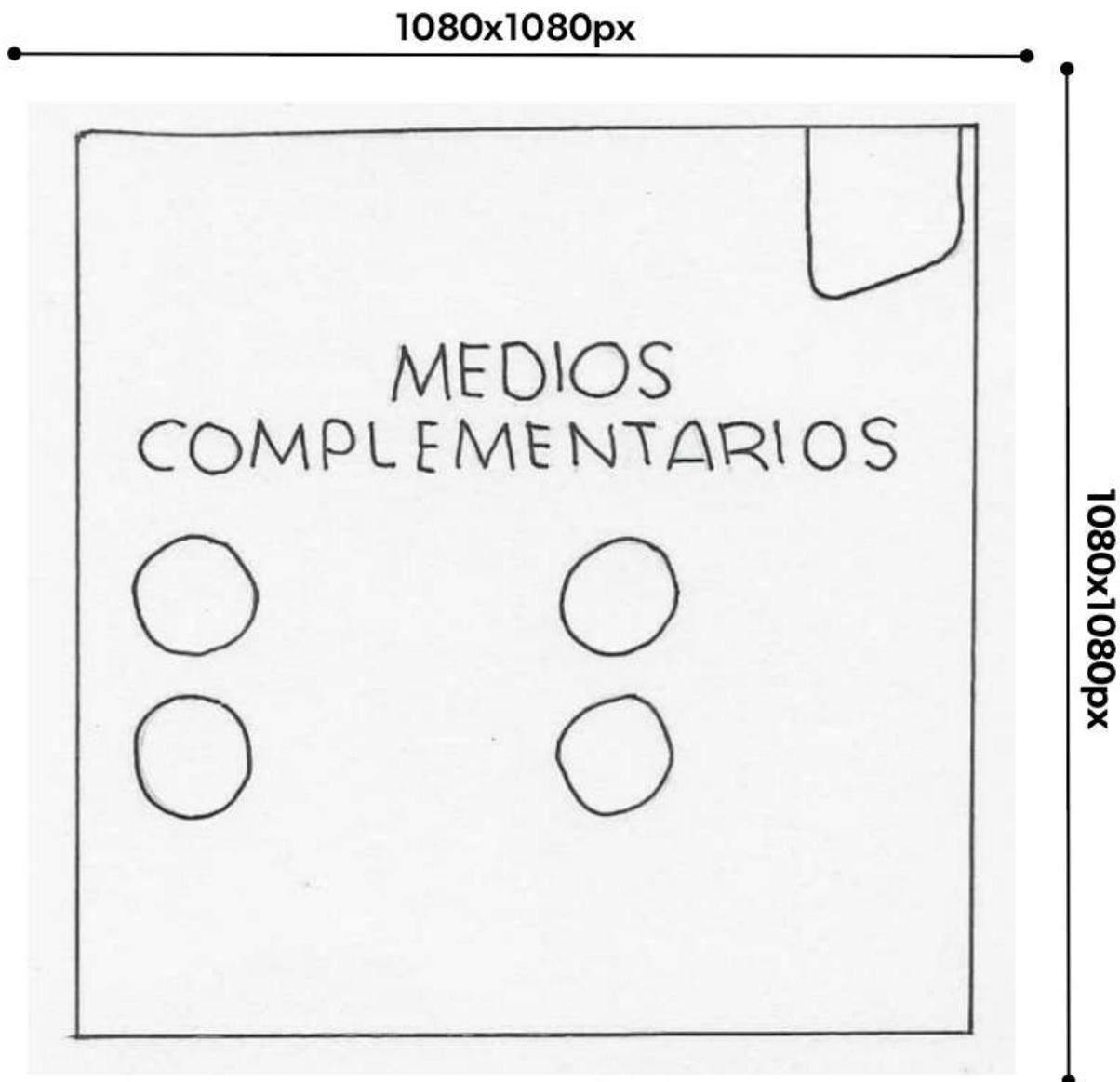
Post llamando la atención del grupo objetivo y dando información útil como ventaja. Formato 1080x1080px. Boceto realizado por María José López.

**Boceto 8:** Diseño de material para las redes sociales Facebook e Instagram. Medios complementarios, carrusel.



Proceso de bocetaje mostrando los medios complementarios que tiene la empresa con el objetivo que el público los conozca más. Boceto realizado por María José López.

**Boceto 9:** Diseño de material para las redes sociales Facebook e Instagram. Medios complementarios y nombre, carrusel.



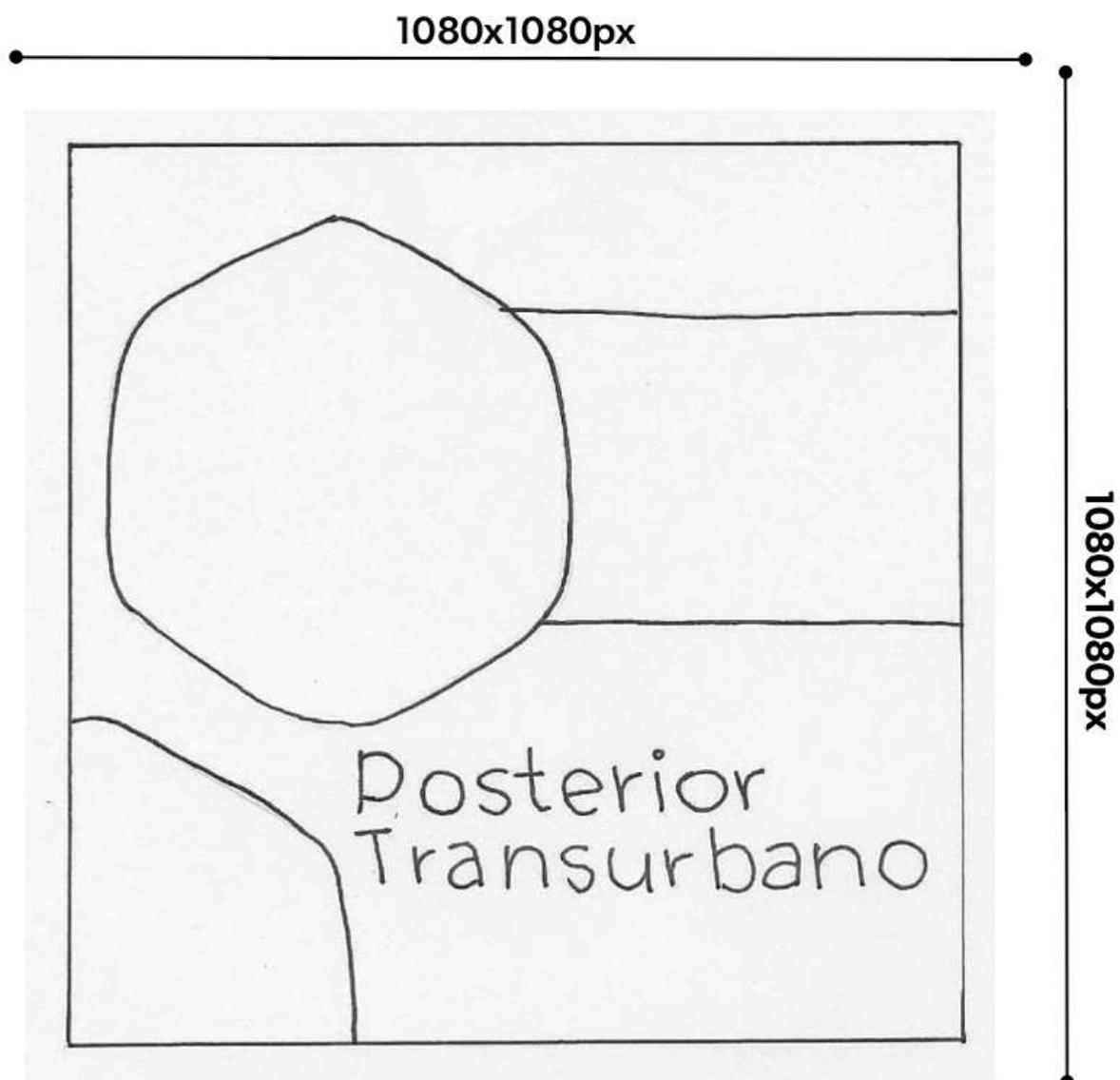
Proceso de bocetaje mostrando los medios complementarios que tiene la empresa con su respectivo nombre. Boceto realizado por María José López.

**Boceto 10:** Diseño de material para las redes sociales Facebook e Instagram. Contacto.



Proceso de bocetaje mostrando la manera de contactar a la empresa Grupo ADMAX. Boceto realizado por María José López.

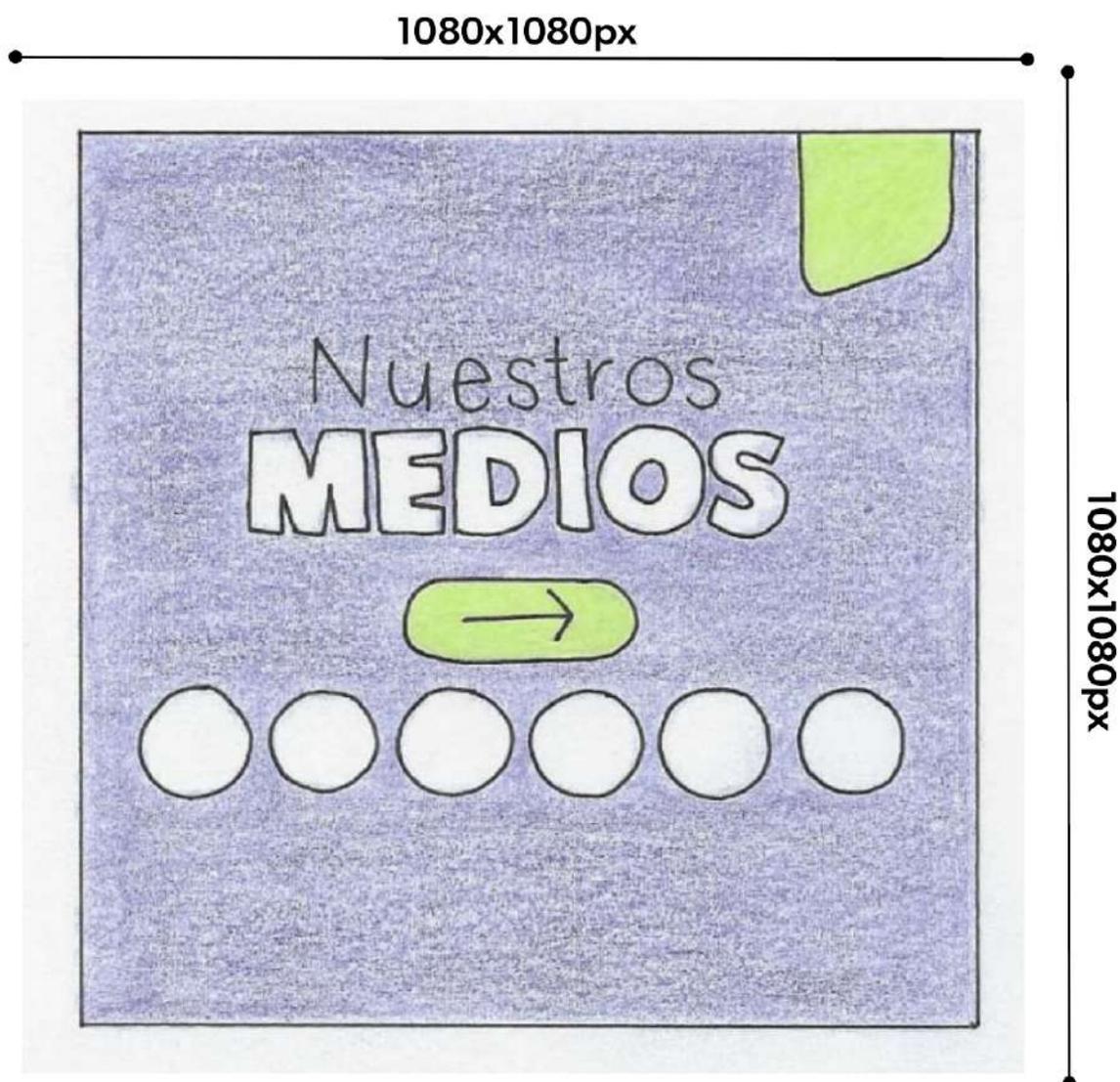
**Boceto 11:** Diseño de material para las redes sociales Facebook e Instagram. Medio publicitario.



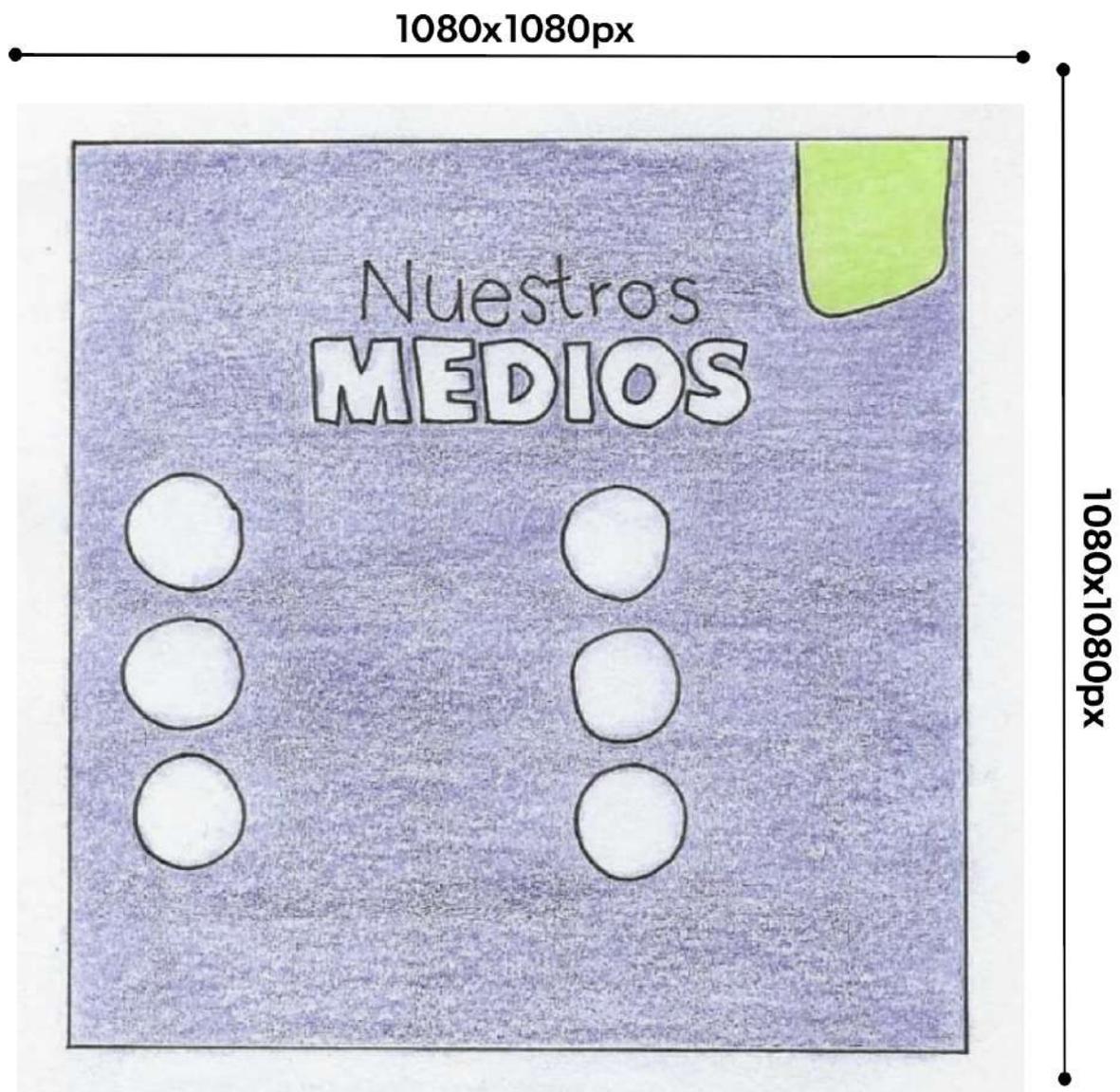
Post mostrando las características y ventajas del medio publicitario de Posterior de transurbano.

Formato 1080x1080px. Boceto realizado por María José López.

### 7.3.1.2 Proceso de bocetaje a color:

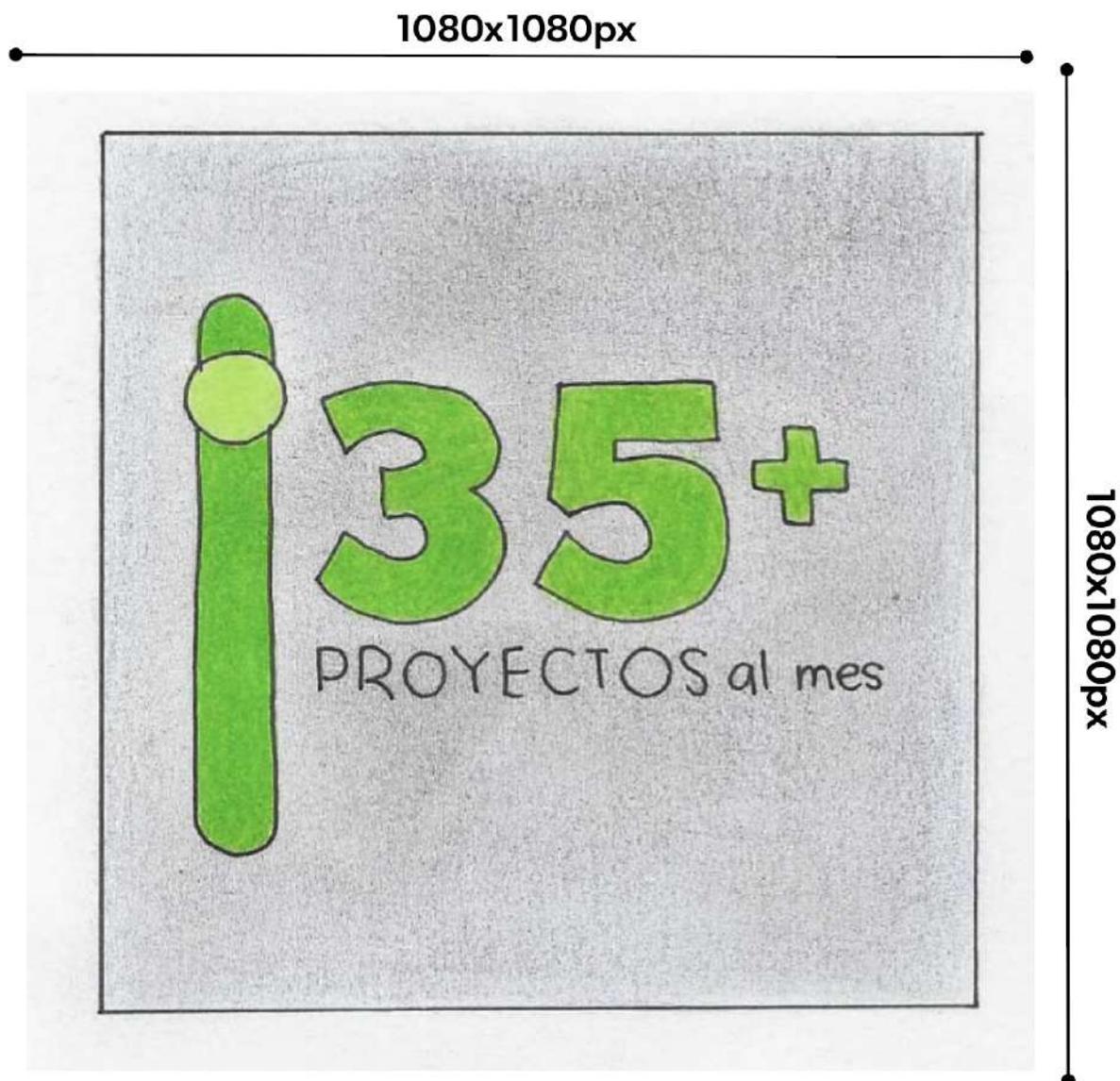


Boceto a color del material gráfico en formato de carrusel para Instagram y Facebook, muestra los principales medios de la empresa. Realizado por María José López.

**Boceto a color 2:**

Boceto a color con el nombre de los medios de la empresa Grupo ADMAX, al deslizar el post.

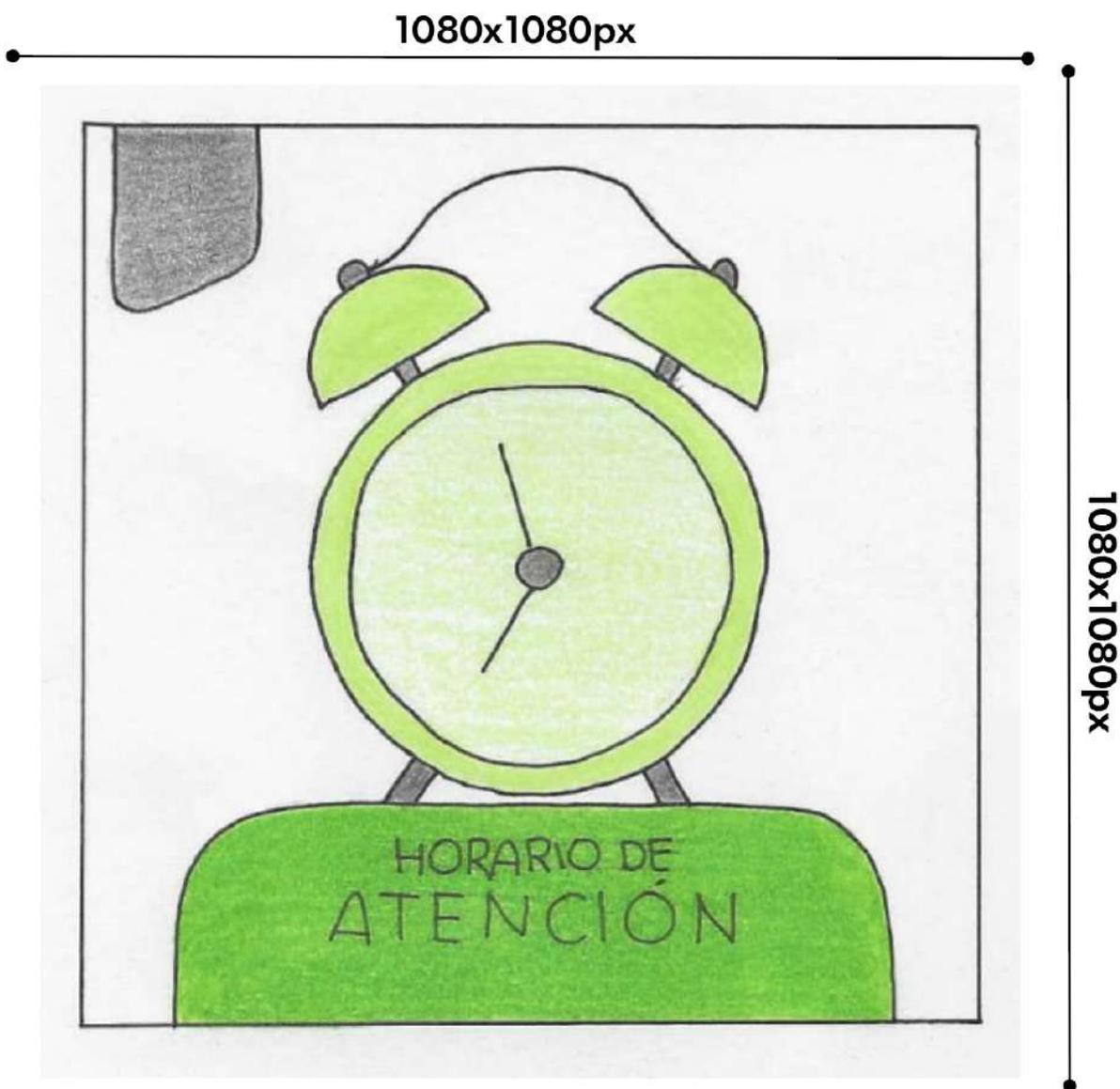
Ilustración 1080x1080px. Boceto realizado por María José López.

**Boceto a color 3:**

Proceso de bocetaje a color del material gráfico para Instagram y Facebook, mostrando el gran alcance que tiene la empresa con sus proyectos. Boceto realizado por María José López.

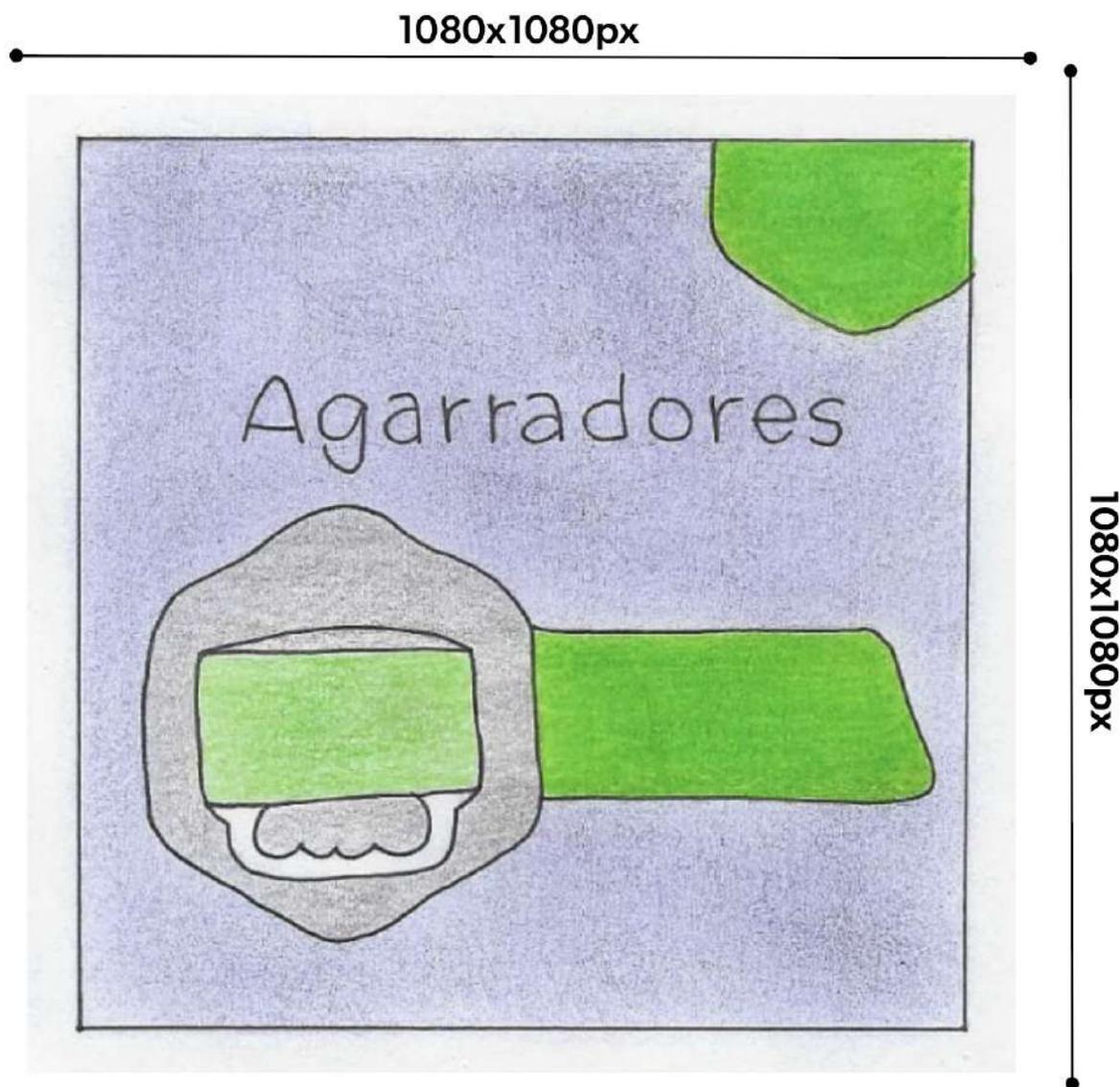
**Boceto a color 4:**

Boceto a color del post dando la información sobre la ubicación de la empresa. Formato 1080x1080px. Boceto realizado por María José López.

**Boceto a color 5:**

Boceto de post a color informando el horario de atención de la empresa. Formato 1080x1080px.

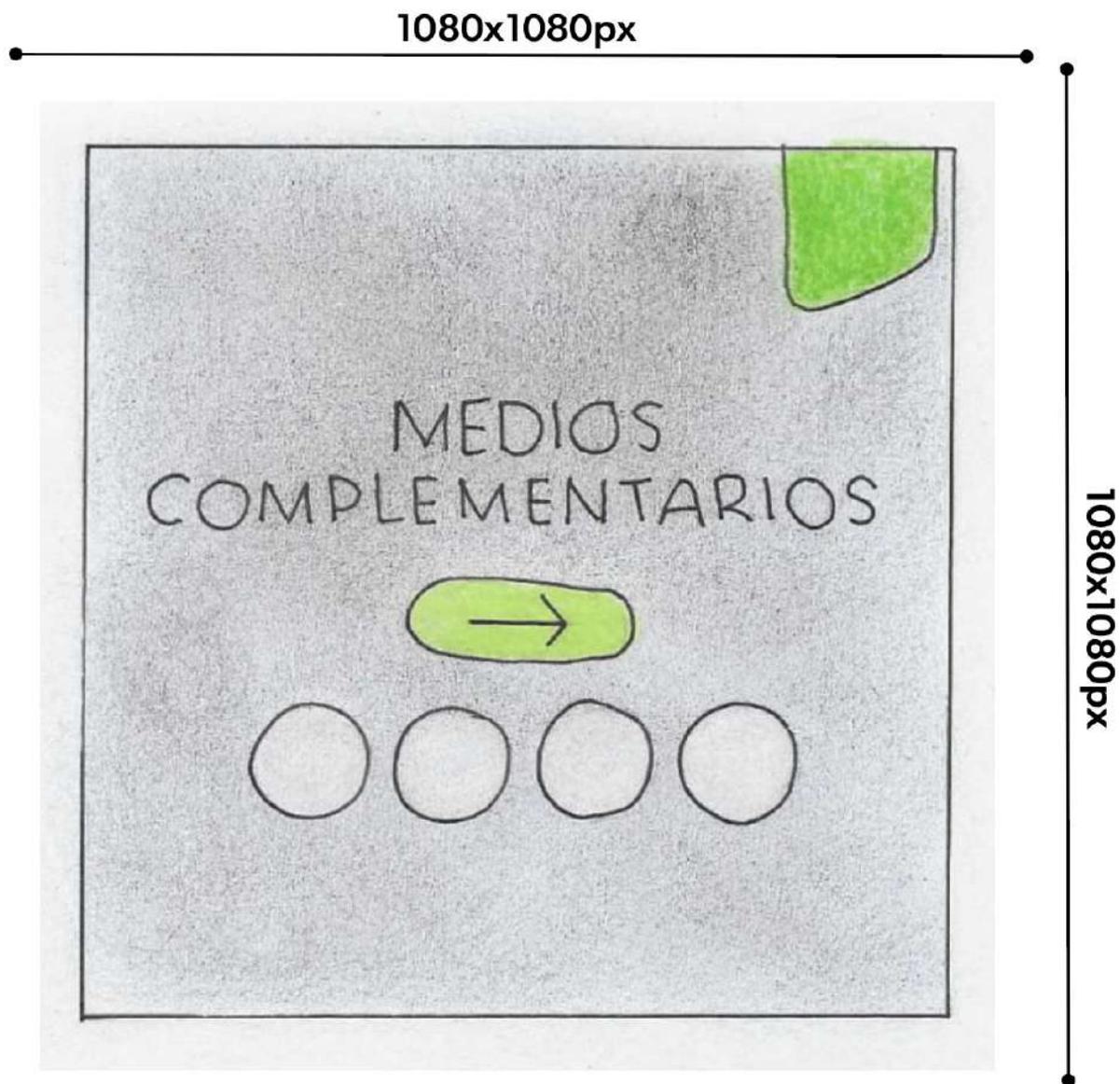
Boceto realizado por María José López

**Boceto a color 6:**

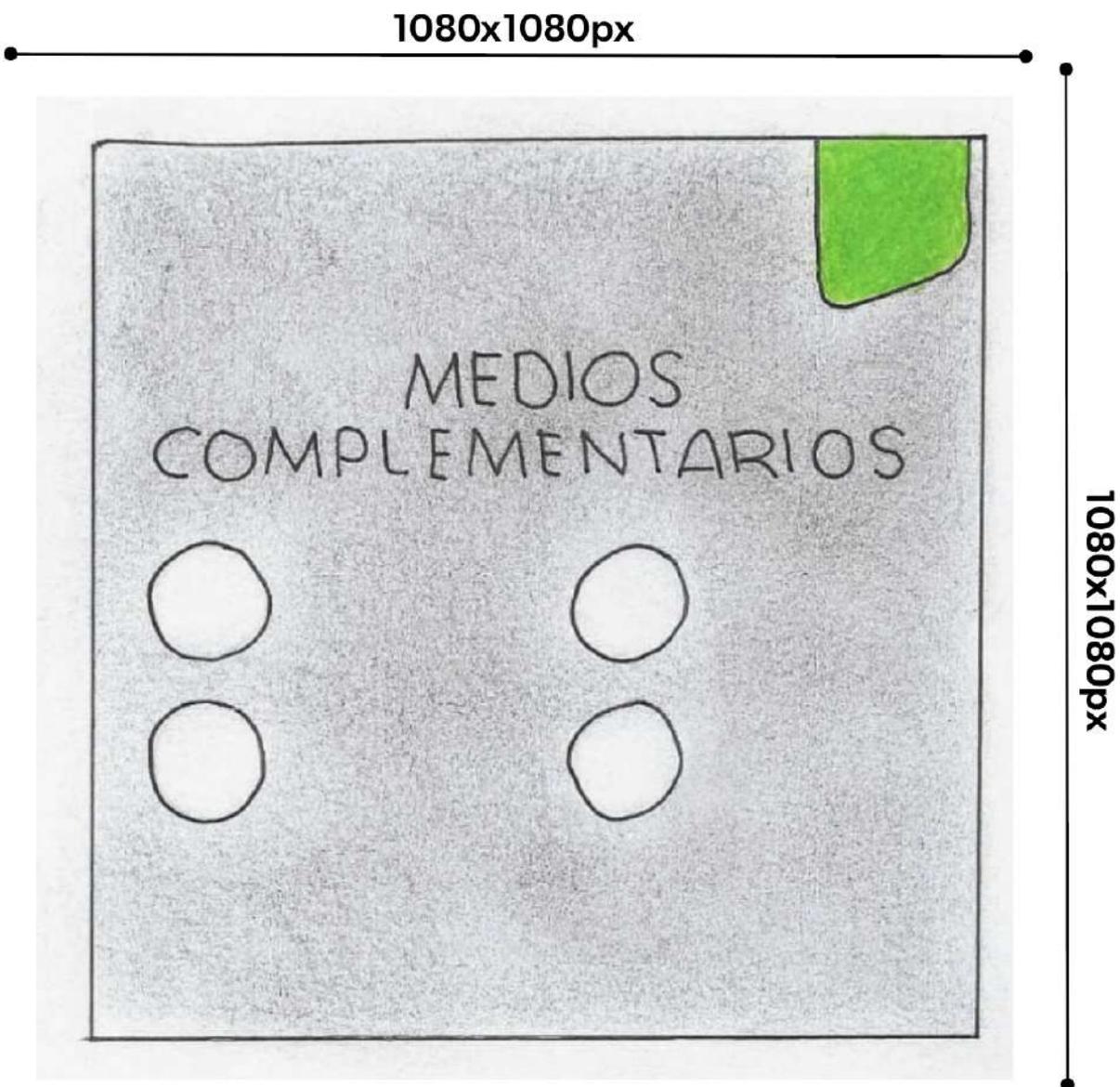
Boceto a color de post mostrando las características y ventajas del medio publicitario de agarradores en buses. Formato 1080x1080px. Boceto realizado por María José López.

**Boceto a color 7:**

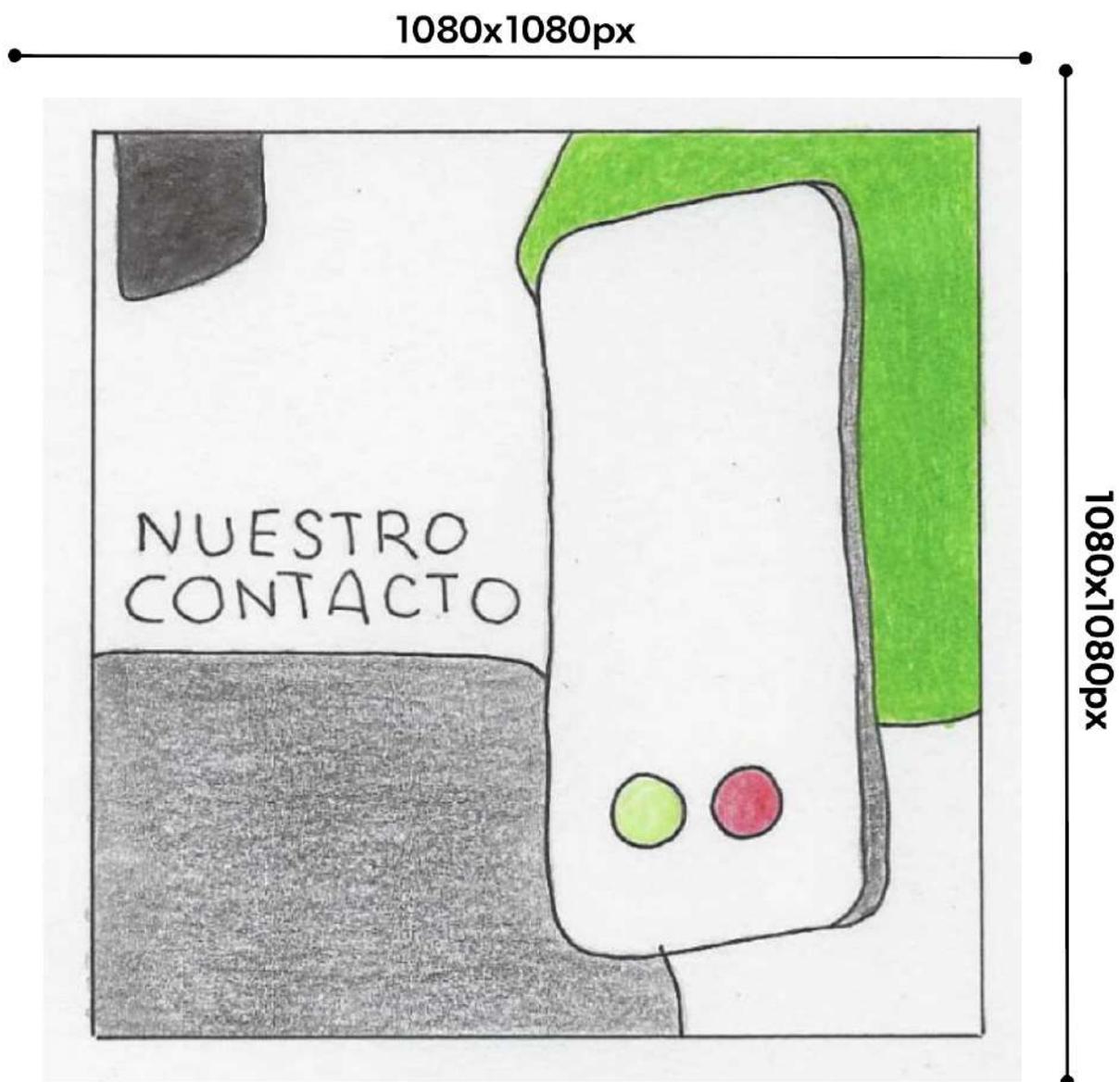
Boceto a color de post llamando la atención del grupo objetivo y dando información útil como ventaja. Formato 1080x1080px. Boceto realizado por María José López

**Boceto a color 8:**

Proceso de bocetaje a color mostrando los medios complementarios que tiene la empresa con el objetivo que el público los conozca más. Boceto realizado por María José López.

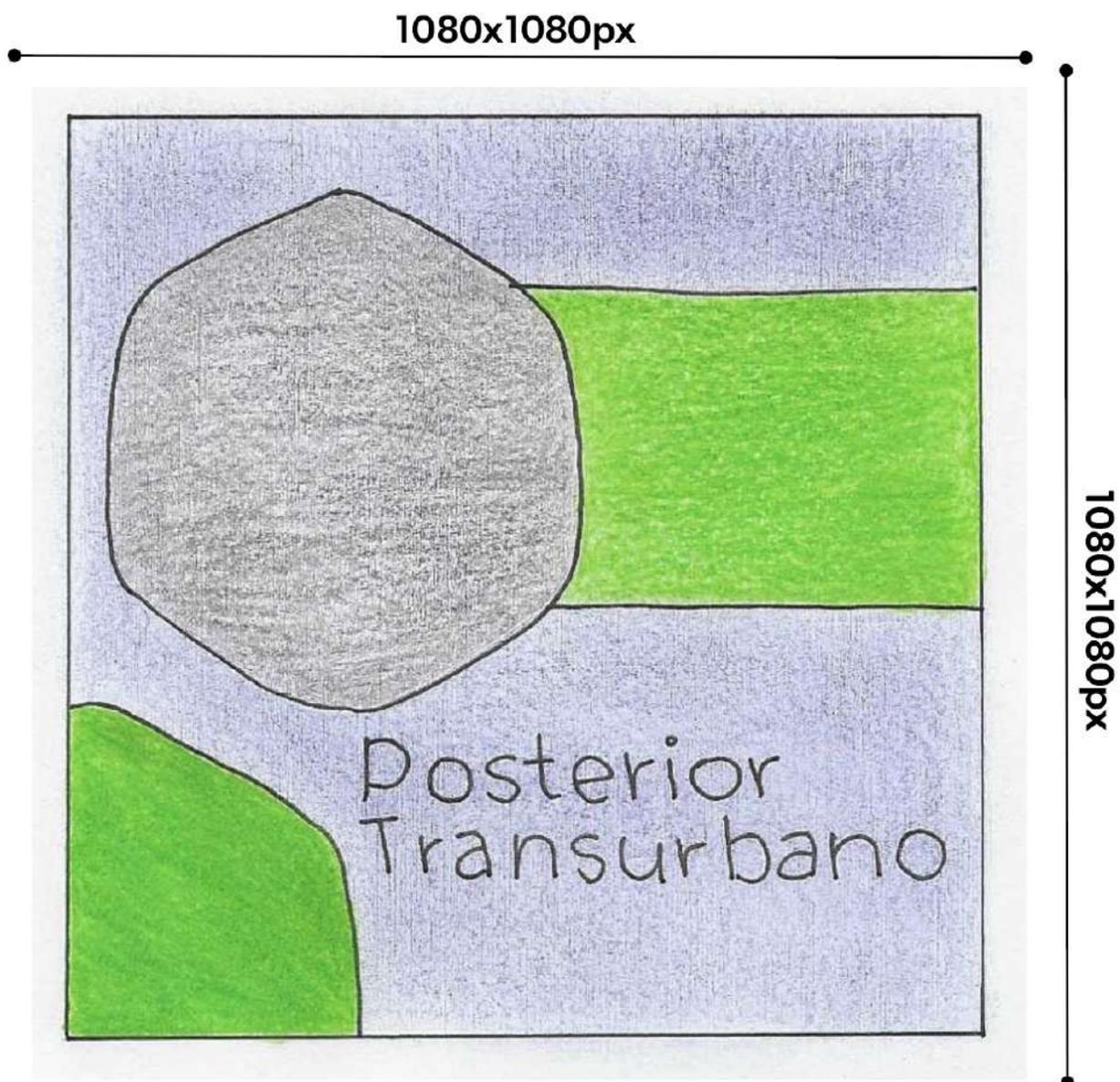
**Boceto a color 9:**

Proceso de bocetaje a color mostrando los medios complementarios que tiene la empresa con su respectivo nombre. Boceto realizado por María José López.

**Boceto a color 10:**

Proceso de bocetaje a color mostrando la manera de contactar a la empresa Grupo ADMAX.

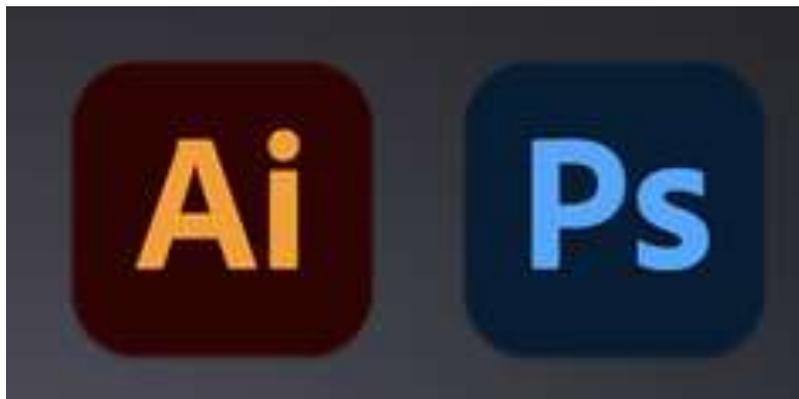
Boceto realizado por María José López.

**Boceto a color 11:**

Boceto a color mostrando las características y ventajas del medio publicitario de Posterior de transurbano. Formato 1080x1080px. Boceto realizado por María José López.

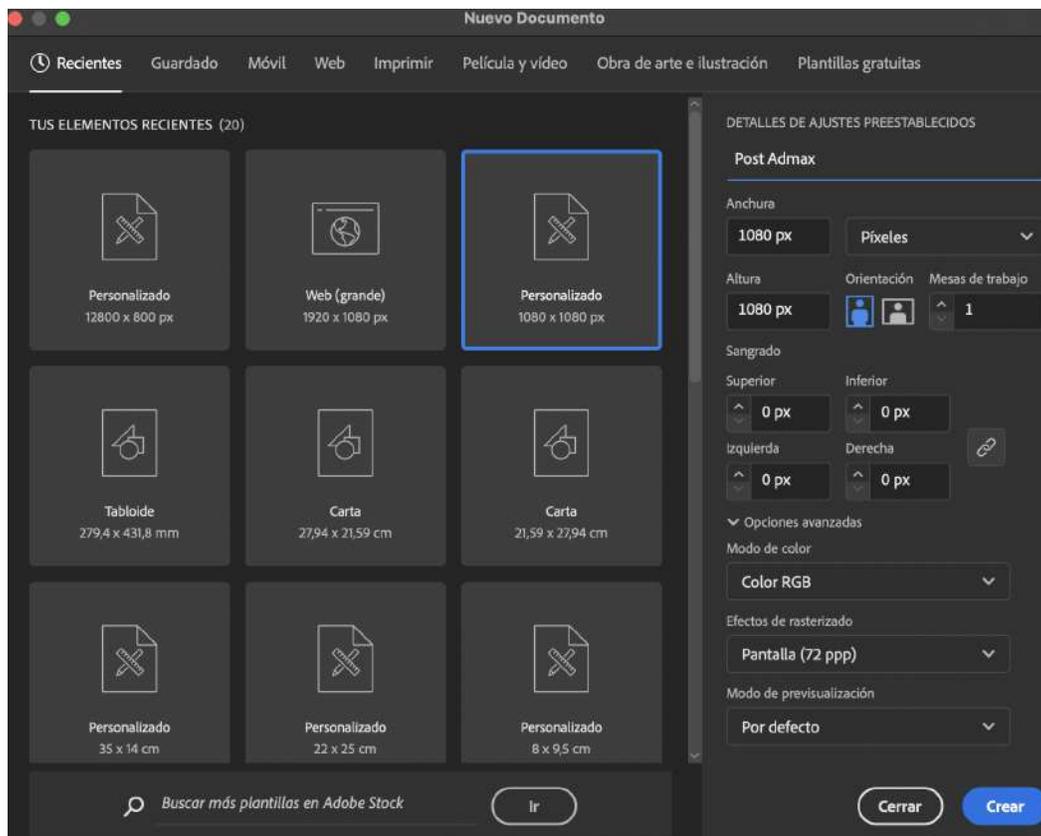
### 7.3.2 Proceso de digitalización de bocetos:

#### Aplicaciones a utilizar



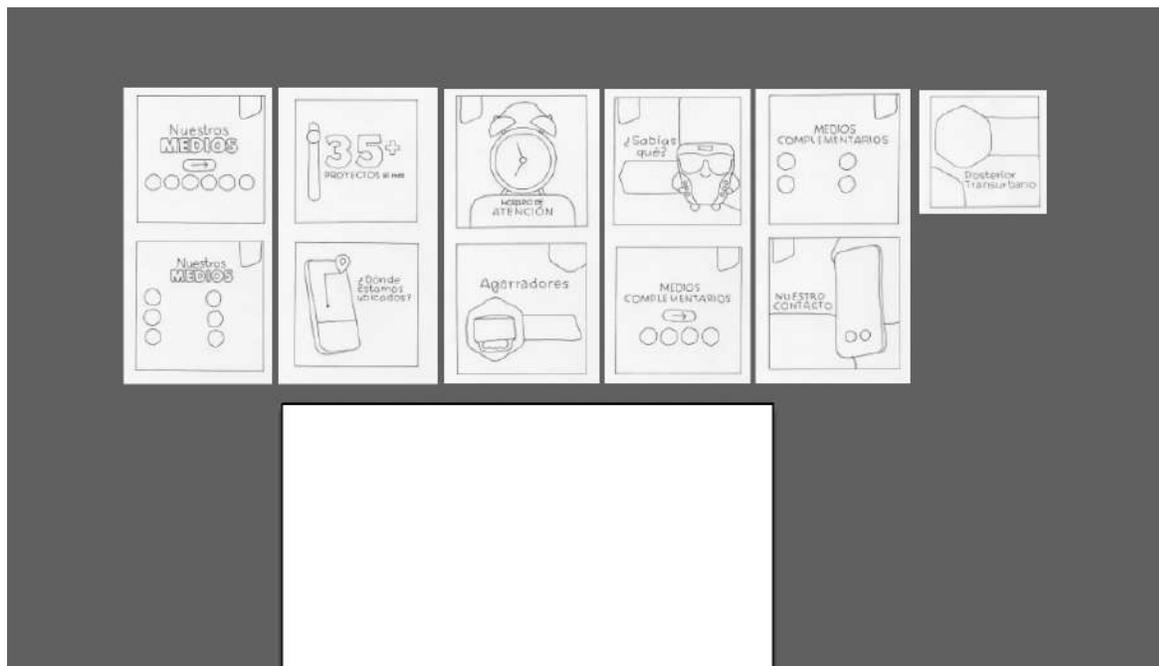
Abrir los programas Adobe Illustrator y Adobe Photoshop, para crear los materiales digitales para Facebook e Instagram.

#### Creación de las mesas de trabajo



Crear un documento de 1080x1080px, a modo de color RGB para optimizar el color digital.

## Bocetos



Colocar los bocetos para tenerlos de referencia a la hora de comenzar a crear los posts.

## Línea gráfica



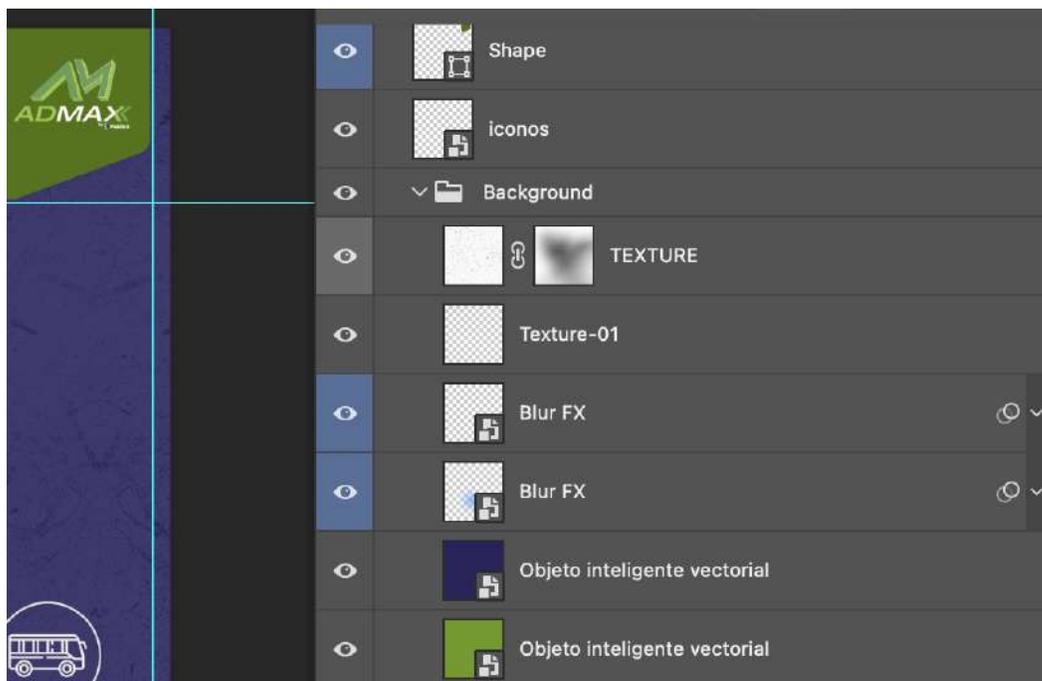
Se creó un documento en el programa Adobe Illustrator con la tipografía elegida para el proyecto, la paleta de color y el logotipo para tenerla de base.

## Creación de íconos



Se crearon íconos representando los medios de la empresa para comenzar a diagramar.

## Texturas



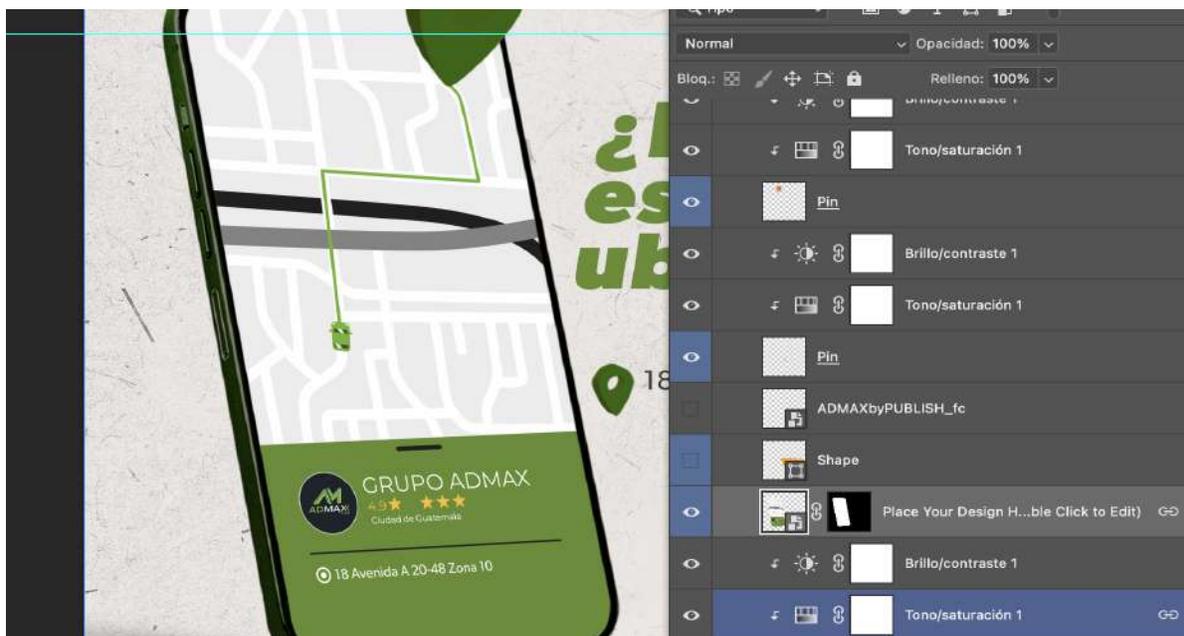
Se crearon texturas para los materiales digitales, con el objetivo de seguir una línea gráfica.

## Creación de post



Diagramar los posts con la ayuda de las líneas guías para crear una estructura uniforme.

## Efectos realistas



Se agregaron efectos de sombras, color, contraste, saturación para hacerlo lo más realista posible el material digital.

## 7.4 Propuesta preliminar

**Post1:** Diseño de material para las redes sociales Instagram y Facebook: Carrusel de medios.1080x1080px



**Post 2:** Diseño de material para las redes sociales Facebook e Instagram: Carrusel de medios con nombre.1080x1080px.



**Post 3:** Diseño de material para las redes sociales Facebook e Instagram: Proyectos.

1080x1080px.



**Post 4:** Diseño de material para las redes sociales Facebook e Instagram: Ubicación.

1080x1080px.



Post 5: Diseño de material para las redes sociales Instagram y Facebook: Horario. 1080x1080px.



**Post 6:** Diseño de material para las redes sociales Facebook e Instagram: Medio Publicitario.

1080x1080px.



**Post 7:** Diseño de material para las redes sociales Facebook e Instagram: Frase Llamativa.  
1080x1080px.



**Post 8:** Diseño de material para las redes sociales Instagram y Facebook: Medios Complementarios 1. 1080x1080px.



**Post 9:** Diseño de material para las redes sociales Facebook e Instagram: Medios Complementarios 2. 1080x1080px.



**Post 10:** Diseño de material para las redes sociales Facebook e Instagram: Contacto.

1080x1080px.



**Post 11:** Diseño de material para las redes sociales Facebook e Instagram: Medio Publicitario.

1080x1080px.



## 7.4 Propuesta preliminar

Diseño y ubicación para el perfil de Facebook.



Mockup de la página de Grupo ADMAX con los 11 post creados para la marca. Realizado por

María José López

## Propuesta preliminar en Instagram.

Diseño y ubicación de las 9 publicaciones y los 11 post para el perfil de Instagram.



Mockup de la página de Instagram de Grupo ADMAX con los 11 post creados para la marca.

Realizado por María José López



**08**

Validación Técnica

## Capítulo VIII: Validación técnica

Con base a la propuesta preliminar de diseño de material digital para informar a través de las redes sociales Facebook e Instagram, los servicios de mercadeo y publicidad que promueve a clientes reales y potenciales la empresa Grupo ADMAX, se dará inicio al proceso de validación técnica, mostrando el proyecto a clientes, expertos y grupo objetivo.

El instrumento de validación será la encuesta personal, en ellas se crearán preguntas cerradas y calificación basada en la escala de Likert, de forma virtual a través de Google Forms para la retroalimentación del cliente, expertos en el área y público objetivo.

El enfoque del 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 intentará evaluar el nivel de percepción de los encuestados con respecto a la propuesta de diseño.

La herramienta a utilizar es una encuesta de respuesta múltiple que se aplicará al cliente, a diez (10) número de personas, hombres y mujeres del grupo objetivo y a diez (10) expertos en el área de comunicación y diseño.

### 8.1 Población y muestreo

Concluida la propuesta preliminar de la estrategia, se procedió a realizar la validación para determinar el porcentaje de aceptación del proyecto. Se llevó a cabo un instrumento de medición cuantitativo y cualitativo, desglosado en tres áreas de la comunicación y el diseño gráfico conformado por: sección objetiva, semiológica y operativa.

Estas secciones sirven para confirmar el cumplimiento de objetivos que han sido planteados en el proyecto, contactar la calidad, efectividad y comprensión del material digital desarrollado para la empresa Grupo ADMAX.

**8.1.1 Expertos:** Se tomaron en cuenta a 10 personas expertas en el área de diseño gráfico y comunicación, debido a que su opinión es crucial para la continuación del proyecto gracias a su experiencia en el área profesional y el mercado.

**8.1.2 Cliente:** La validación por parte del cliente fue realizada por el jefe de diseño de la empresa Grupo ADMAX, Louis García. Los comentarios del cliente, afirman la veracidad de la información a comunicar y estructura sobre los materiales digitales.

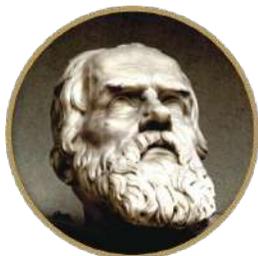
**8.1.3 Grupo Objetivo:** Se encuestó a 10 hombres y mujeres de 28-45 años, Con un NES C1, que residen en la Ciudad de Guatemala. Disponen de acceso a internet, hacen uso de aparatos tecnológicos como el celular y en algunos casos computadora para el ingreso a las redes sociales Instagram y Facebook, sus intereses se ven reflejados en la lectura, salidas con familia y amigos, compras y viajes.

## **8.2 Método e Instrumentos:**

La herramienta que se usará es la encuesta. La encuesta permite la recopilación de datos por medio de un cuestionario previamente diseñado en este caso por el método de la escala de Likert. Se propondrán soluciones viables a nivel visual y de comunicación para el diseño de materiales informativos

Se colocan distintos grados o niveles con los que el encuestado estará de acuerdo o en desacuerdo con una declaración, pregunta o ítem y posteriormente se procesarán los resultados obtenidos. Este es un método cualitativo que produce datos descriptivos. Con preguntas dicotómicas en las que el encuestado responderá “Sí” o “No”, según considere.

### 8.2.1 Modelo de la encuesta



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

-Facultad de Ciencias de la Comunicación -FACOM-

Licenciatura en Comunicación y Diseño

Proyecto de Graduación

<b>Género</b> F	<input type="checkbox"/>	Experto	<input type="checkbox"/>	Nombre y apellido	<input type="text"/>
M	<input type="checkbox"/>	Cliente	<input type="checkbox"/>	Profesión y puesto	<input type="text"/>
Otro	<input type="checkbox"/>	Grupo objetivo	<input type="checkbox"/>	Edad	<input type="text"/>

#### Encuesta de Validación del proyecto de:

Diseño de materiales digitales para informar a través de las redes sociales Facebook e Instagram

los servicios de mercadeo y publicidad que promueve entre clientes reales y potenciales la

empresa Grupo ADMAX

#### Antecedentes:

La empresa Grupo ADMAX de gran trayectoria en Guatemala, cuenta con publicidad audiovisual incluida en los videos repetitivos programados en pantallas led y publicidad impresa en vinil adhesivo a los posteriores, laterales e interior de las unidades móviles.

En el acercamiento que se tiene con el jefe de Diseño, se manifiesta que durante los últimos años la empresa dejó de actualizar sus cuentas creadas en las redes sociales de Facebook e Instagram, causando una pérdida de oportunidades de negocio al limitar la interacción con audiencia y clientes, lo que enfrenta un gran desafío en términos de visibilidad y alcance.

Por lo que se ha planteado el objetivo de diseñar materiales digitales para informar a través de las redes sociales Facebook e Instagram, los servicios de mercadeo y publicidad que promueve entre clientes reales y potenciales la empresa Grupo ADMAX.

**Parte Objetiva:**

1. ¿Considera usted necesario diseñar materiales digitales para informar a través de las redes sociales Facebook e Instagram, los servicios de mercadeo y publicidad que promueve entre clientes reales y potenciales la empresa Grupo ADMAX?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

2. ¿Considera importante investigar términos, conceptos, teorías y tendencias relacionadas con el diseño material digital para anunciar a clientes reales y potenciales en redes sociales Facebook e Instagram?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

3. ¿Considera adecuado recopilar la información necesaria de Grupo ADMAX, con el fin de poder conocer y complementar datos importantes de la marca y sus metas, para ser incluida en el material digital en las redes sociales Facebook e Instagram?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

4. ¿Considera adecuado crear una línea gráfica para que el grupo objetivo se interese por los servicios de mercadeo y publicidad que promueve la empresa Grupo ADMAX?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

5. ¿Considera usted necesario diagramar la información y el diseño que llevarán las publicaciones de redes sociales, para facilitar el intercambio de información relacionada con la empresa Grupo ADMAX?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

**Parte Semiológica:**

6. ¿Los colores utilizados para los materiales digitales de la empresa de medios y publicidad son?

Muy apropiados \_\_\_\_\_ Poco apropiados \_\_\_\_\_ Nada apropiados \_\_\_\_\_

7. ¿Considera que la tipografía utilizada en el diseño del material digital es?

Muy oportuna \_\_\_\_\_ Poco oportuna \_\_\_\_\_ Nada oportuna \_\_\_\_\_

8. ¿Cree que los íconos utilizados en el material digital comunican claramente la acción que representan?

Mucho \_\_\_\_\_ Poco \_\_\_\_\_ Nada \_\_\_\_\_

9. ¿Según su criterio, el diseño e ilustración presentada representan a una empresa de medios y publicidad en Guatemala?

Muy adecuados \_\_\_\_\_ Poco adecuados \_\_\_\_\_ Nada adecuados \_\_\_\_\_

10. ¿Considera que la diagramación de los materiales digitales crea orden y equilibrio visual entre los elementos gráficos?

Muy apta \_\_\_\_\_ Poco apta \_\_\_\_\_ Nada apta \_\_\_\_\_

**Parte operativa:**

11. ¿Considera que el orden de las publicaciones de post es?

Muy adecuada \_\_\_\_\_ Poco adecuada \_\_\_\_\_ Nada adecuada \_\_\_\_\_

12. ¿El flujo del material digital para carrusel es?

Muy interesante \_\_\_\_\_ Poco interesante \_\_\_\_\_ Nada interesante \_\_\_\_\_

13. ¿La cantidad de información incluida es?

Muy útil \_\_\_\_\_ Medianamente útil \_\_\_\_\_ Poco útil \_\_\_\_\_

14. ¿Según su criterio, el tamaño de 1080x1080px de las propuestas es ideal para ser colocado en las redes sociales de Facebook e Instagram?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

De antemano se agradece la atención y el tiempo brindado para contestar esta encuesta. Si en caso usted tiene alguna sugerencia, comentario o crítica que contribuya al éxito de este proyecto, puede hacerlo en el siguiente espacio:

---

---

---

Ver herramienta de validación completa en Anexo IV.

### 8.3 Resultados e interpretación de resultados

A través de la tabulación, codificación e interpretación de los resultados obtenidos por medio de este instrumento, se propondrán soluciones viables a nivel visual y de comunicación para el diseño de los materiales informativos digitales.

#### Parte Objetiva

1. ¿Considera necesario diseñar materiales digitales para informar a través de las redes sociales Facebook e Instagram, los servicios de mercadeo y publicidad que promueve entre clientes reales y potenciales la empresa Grupo DMAX?



El 100% de los encuestados (grupo objetivo, expertos y cliente) considera necesario diseñar materiales digitales para informar a través de las redes sociales Facebook e Instagram, los servicios de mercadeo y publicidad que promueve entre clientes reales y potenciales de la empresa Grupo ADMAX.

2. ¿Cree importante investigar términos, conceptos, teorías y tendencias relacionadas con el diseño material digital para anunciar a clientes reales y potenciales en redes sociales Facebook e Instagram?



El 100% de los encuestados (grupo objetivo, expertos y cliente) considera importante investigar términos, conceptos, teorías y tendencias relacionadas con el diseño material digital para anunciar a clientes reales y potenciales en redes sociales Facebook e Instagram.

3. ¿Considera adecuado recopilar la información necesaria de Grupo Admax, con el fin de poder conocer y complementar datos importantes de la marca y sus metas, para ser incluida en el material digital en las redes sociales Facebook e Instagram?



El 100% de los encuestados (grupo objetivo, expertos y cliente) considera adecuado recopilar la información necesaria de Grupo ADMAX, con el fin de poder conocer y complementar datos importantes de la marca y sus metas, para ser incluida en el material digital en las redes sociales Facebook e Instagram

4. ¿Cree necesario crear una línea gráfica para que el grupo objetivo se interese por los servicios de mercadeo y publicidad que promueve la empresa Grupo ADMAX?



El 100% de los encuestados (grupo objetivo, expertos y cliente) considera necesario crear una línea gráfica para que el grupo objetivo se interese por los servicios de mercadeo y publicidad que promueve la empresa Grupo ADMAX.

5. ¿Es imprescindible diagramar la información y el diseño que llevarán las publicaciones de redes sociales, para facilitar el intercambio de información relacionada con la empresa Grupo ADMAX?



El 90% de los encuestados (grupo objetivo, expertos y cliente) considera imprescindible diagramar la información y el diseño que llevarán las publicaciones de redes sociales, para facilitar el intercambio de información relacionada con la empresa Grupo ADMAX y el 10% indica que no es imprescindible.

## Parte Semiológica

6. ¿Los colores utilizados para los materiales digitales de la empresa de medios y publicidad son?



El 87% de los encuestados (grupo objetivo, expertos y cliente) considera que los colores utilizados para los materiales digitales de la empresa de medios y publicidad son “Muy apropiados” y el 13% los considera “Poco apropiados”.

7. ¿Considera que la tipografía utilizada en el diseño del material digital es?



El 96% de los encuestados (grupo objetivo, expertos y cliente) considera que la tipografía en el diseño del material es “Muy oportuna” y el 4% considera la tipografía “Poco oportuna”.

8. ¿Cree que los íconos utilizados en el material digital comunican claramente la acción que representan?



El 96% de los encuestados (grupo objetivo, expertos y cliente) cree que los íconos utilizados en el material digital comunican claramente la acción que representan y el 4% cree que los íconos utilizados comunican poco la acción que representan.

9. ¿Según su criterio, el diseño e ilustración presentada representan a una empresa de medios y publicidad en Guatemala?



El 78% de los encuestados (grupo objetivo, expertos y cliente) considera el diseño e ilustración presentada representan a una empresa de medios y publicidad en Guatemala “Muy adecuados” y el 22% los considera “Poco adecuados”.

10. ¿Considera que la diagramación de los materiales digitales crea orden y equilibrio visual entre los elementos gráficos?



El 87% de los encuestados (grupo objetivo, expertos y cliente) considera que la diagramación de los materiales digitales crea orden y equilibrio visual entre los elementos gráficos es “Muy apta” y el 13% la considera “Medianamente apta”.

## Parte Operativa

11. ¿Considera que el orden de las publicaciones de post es?



El 100% de los encuestados (grupo objetivo, expertos y cliente) considera que el orden de las publicaciones de post es “Muy adecuado”.

12. ¿El flujo del material digital para carrusel es?



El 87% de los encuestados (grupo objetivo, expertos y cliente) considera que el flujo del material digital para carrusel es “Muy interesante” y el 13% considera el flujo de material “poco interesante”.

13. ¿La cantidad de información incluida es?



El 83% de los encuestados (grupo objetivo, expertos y cliente) considera que la cantidad de información incluida es “Muy útil” y el 17% la considera “medianamente útil”.

14. ¿Según su criterio, el tamaño de 1080x1080px de las propuestas es ideal para ser colocado en las redes sociales de Facebook e Instagram?



El 100% de los encuestados (grupo objetivo, expertos y cliente) considera que el tamaño de 1080x1080px de las propuestas es ideal para ser colocado en las redes sociales de Facebook e Instagram.

15. De antemano se agradece la atención y el tiempo brindado para contestar esta encuesta.

Si en caso usted tiene alguna sugerencia, comentario o crítica que contribuya al éxito de este proyecto, puede hacerlo en el siguiente espacio:

La propuesta es profesional y atractiva. Los colores son llamativos, lo cual responde a las características de la empresa. ¡Excelente trabajo!

Es importante también hacer estudio de mercado para ver qué ofrecen otras empresas similares.

Establecer una guía que permita al cliente seguir desarrollando materiales gráficos en la línea planteada

La propuesta es muy interesante sin embargo sería de mucha utilidad usar imágenes reales de los medios.

Gracias

Solo pondría menos caricaturesca la imagen de trasera de Transurbano para que se entienda más y se vea más serio. Por lo demás me gustó!

Guatemala necesita de empresas como estas para marcar diferencia y estilo de marketing

Los colores me hacen referencia a otro tipo de producto como lo es la Municipalidad de Guatemala

Los colores me asocian con Cemaco .

Un trabajo claro y conciso, muy limpio. Seguro funcionará

El documento y los posts de Grupo ADMAX muestran una base sólida para revitalizar su presencia en redes sociales. Un aspecto positivo es el uso de colores apropiados, que reflejan profesionalismo y alinean bien con la identidad de una empresa de medios y publicidad. También, la tipografía utilizada es clara y legible, lo cual facilita la lectura en los formatos digitales. Un área de mejora sería la incorporación de más detalles sobre los servicios ofrecidos y casos de éxito en los posts, para hacerlos más informativos y atractivos para los clientes potenciales. Además, se podría optimizar el uso de íconos, que ya comunican claramente las acciones deseadas, junto con un formato de carrusel que mantenga el interés del usuario de manera dinámica. En general, los materiales son adecuados, y con estos ajustes, lograrán mayor impacto visual y captarán mejor la atención de la audiencia en redes sociales como Facebook e Instagram.

Considero que la señorita López Jiménez ha elaborado un trabajo maravilloso. Felicidades. Sin duda alguna pondría a mi empresa en las manos creativas y talento de María José

Excelente trabajo. Muy profesional y visualmente atractivo como propuesta.

Excelente proyecto

Excelente trabajo!.

#### 8.4 Cambios en base a los resultados:

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

- Cumple con el objetivo general y con cada uno de los objetivos específicos.
- Es necesario cambiar, según la parte semiológica, la diagramación de los posts de medios debería cambiar para llamar más la atención del público.

Ejemplo de cambio de resultados:

Antes:



Después:



Se cambió el diseño del post para que sea más vistosa la imagen de referencia del medio y visible las características del mismo.

## Cambios en base a los resultados

Antes:



Después:



Se cambió el diseño del post para que sea más vistosa la imagen de referencia del medio y visible las características del mismo.



09

Propuesta Gráfica  
Final

## Capítulo IX Propuesta gráfica final

**Post 1:** Diseño de material para la red social Facebook e Instagram: Carrusel de medios.1080x1080px



**Post 2:** Diseño de material para la red social Facebook e Instagram: Carrusel.2 de medios con nombre.1080x1080px.



**Post 3:** Diseño de material para las redes sociales Facebook e Instagram: Proyectos.

1080x1080px.



**Post 4:** Diseño de material para las redes sociales Facebook e Instagram: Ubicación.

1080x1080px



Post 5: Diseño de material para las redes sociales Facebook e Instagram: Horario. 1080x1080px



**Post 6:** Diseño de material para las redes sociales Facebook e Instagram: Medio Publicitario, transurbano. 1080x1080px.



**Grupo ADMAX**  
Guatemala

**Transurbano**  
-Circulación  
-Visibilidad para peatones y vehículos  
-Cobertura en los principales sectores de la ciudad

6646-6958 www.grupoadmax.com

20 likes  
Grupo ADMAX #medios #guatemala #publicidad  
ver comentarios

Añadir comentario...

1 hora



**Grupo ADMAX**  
11:00 AM

**Transurbano**  
-Circulación  
-Visibilidad para peatones y vehículos  
-Cobertura en los principales sectores de la ciudad

6646-6958 www.grupoadmax.com

8 5 comentarios

Me gusta Compartir

**Post 7:** Diseño de material para las redes sociales Facebook e Instagram: Frase Llamativa.

1080x1080px.



**Post 8:** Diseño de material para las redes sociales Facebook e Instagram: Medios

Complementarios 1. 1080x1080px.



**Post 9:** Diseño de material para las redes sociales Facebook e Instagram: Medios

Complementarios 2. 1080x1080px.



**Post 10:** Diseño de material para las redes sociales Facebook e Instagram: Contacto.

1080x1080px.



**Post 11:** Diseño de material para las redes sociales Facebook e Instagram: Medio Publicitario, Agarradores. 1080x1080px.

**Grupo ADMAX**  
Guatemala

**Agarradores**

- Exclusividad
- Alcance
- Exposición 17 horas diarias
- Audiencia cautiva

6646-6958 [www.grupoadmax.com](http://www.grupoadmax.com)

15 likes

**Grupo ADMAX** #medios #guatemala #publicidad  
ver comentarios

Añadir comentario...

**Grupo ADMAX**  
11:00 AM

**Agarradores**

- Exclusividad
- Alcance
- Exposición 17 horas diarias
- Audiencia cautiva

6646-6958 [www.grupoadmax.com](http://www.grupoadmax.com)

10 9 comentarios

Me gusta Compartir

Posts 12: Diseño y ubicación de las 11 publicaciones para el perfil de Facebook e Instagram.



Ver material digital y mockup en Anexo III



**10**

Producción, reproducción  
y distribución

## Capítulo X Producción, Reproducción y distribución

Como parte fundamental para el desarrollo del diseño de material digital para anunciar a clientes reales y potenciales en redes sociales Facebook e Instagram los servicios de mercadeo y publicidad, la empresa Grupo ADMAX, es necesario implementarlo para que la empresa vea las utilidades obtenidas a partir del diseño propuesto.

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

### 10.1. Plan de costos de elaboración

Horas empleadas	Descripción	Valor	Costo
3	Análisis de la necesidad de diseño, identificación de áreas y recopilación de información general del cliente	Q. 35.00	Q. 105.00
2	Recopilación de información	Q. 100.00	Q. 100.00
17	Bocetaje	Q. 40.00	Q. 680.00
<b>Total</b>			<b>Q. 885.00</b>

### 10.2. Plan de costos de producción

Horas empleadas	Descripción	Valor	Costo
15	Digitalización de bocetos y propuesta gráfica	Q. 50.00	Q. 750.00
6	Realización de cambios	Q. 50.00	Q. 300.00
12	Artes finales	Q. 150.00	Q. 1,800.00
<b>Total</b>			<b>Q. 2,850.00</b>

### 10.3 Plan de costos de reproducción

El presente proyecto no requiere de un costo de reproducción pues únicamente será utilizado de manera digital en redes sociales, por medio de las redes sociales Facebook e Instagram. Por lo que el valor total de la reproducción es de “Q.0.00”.

Horas empleadas	Descripción	Valor	Costo
-	-	-	-
		<b>Total</b>	<b>Q. 0.00</b>

### 10.4 Plan de costos de distribución en redes sociales

Días	Descripción	Valor	Costo
30	Publicidad en Meta para Facebook e Instagram	Q. 30.00	Q. 900.00
		<b>Total</b>	<b>Q. 900.00</b>

### 10.5 Margen de utilidad

Se estima para el presente proyecto un promedio de 10% de utilidad sobre los costos.

Costo total	Utilidad 10%
Q. 4,635.00	Q. 463.50

### 10.6. Cuadro con resumen general de costos

<b>Plan de costos de elaboración</b>	Q.	885.00
<b>Plan de costos de producción</b>	Q.	2,850.00
<b>Plan de costos de reproducción</b>	Q.	0.00
<b>Plan de costos de distribución</b>	Q.	900.00
<b>Subtotal I</b>	Q.	4,635.00
<b>Margen de utilidad 10%</b>	Q.	463.50
<b>Subtotal II</b>	Q.	5,098.50
<b>IVA 12%</b>	Q.	611.76
<b>Gran Total</b>	<b>Q.</b>	<b>5,710.26</b>

# 11

## Conclusiones y Recomendaciones

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

### **11.1 Conclusiones:**

**11.1.1** Se diseñaron materiales digitales para informar a través de las redes sociales Facebook e Instagram, los servicios de mercadeo y publicidad que promueve entre clientes reales y potenciales de la empresa Grupo ADMAX.

**11.1.2** A través de la recopilación de información acerca de la empresa, sus servicios y grupo objetivo, por medio del Brief brindado por la gerencia, se llevó a cabo el diseño adecuado del material gráfico para la empresa Grupo ADMAX.

**11.1.3** Al Investigar términos, artes, estilos, programas, tendencias de diseño y tecnologías relacionadas con las redes sociales Facebook e Instagram, a través de fuentes fiables de información, respaldan la propuesta gráfica de este proyecto el cual fue visitado por el grupo objetivo.

**11.1.4** Se diagramó la información y el diseño que llevan las publicaciones de redes sociales, para facilitar el intercambio de información relacionada con los servicios de mercadeo y publicidad que promueve la empresa Grupo ADMAX.

## 11.2. Recomendaciones

**11.2.1** Se recomienda a la empresa Grupo ADMAX, publicar el material digital en horarios en donde se encuentre mayor tráfico de usuarios en las plataformas de Facebook e Instagram, con el fin de asegurar que el material digital trabajado alcance un número mayor de clientes reales y potenciales.

**11.2.2** Es importante que la empresa Grupo ADMAX organice un cronograma de publicación para mantener un orden en el contenido proporcionado en este proyecto, aumentar la presencia en redes sociales y así poder incrementar la audiencia digital.

**11.2.3** Se aconseja que la empresa Grupo ADMAX continúe con la paleta de colores de los materiales digitales con el fin de generar más presencia de marca y un orden visual a través de la línea gráfica.

**11.2.4** Se sugiere que la empresa Grupo ADMAX realice más materiales digitales informativos para redes sociales sobre los diferentes proyectos en los que actualmente se están trabajando, así como los planeados a ejecutar a futuro, para dar difusión a los mismos dentro de la audiencia.



**12**

Conocimiento general

## Capítulo XII: Conocimiento general

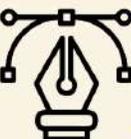
### 12.1. Demostración de conocimientos

# CONOCIMIENTO GENERAL



## Comunicación

Es el proceso de intercambiar información y emociones entre personas, utilizando palabras, gestos o imágenes. Es fundamental para conectar y entendernos mejor.



## Diseño

Creación y planificación de elementos visuales con un propósito específico, ya sea estético, funcional o ambos. Es como darle forma a las ideas.



## Ilustración digital

Es el arte de crear imágenes utilizando herramientas digitales. Permite a los artistas expresar su creatividad de manera moderna y versátil.



## Bocetaje

Proceso de hacer dibujos preliminares o esbozos de ideas antes de desarrollar un diseño final. Es una forma de explorar y plasmar conceptos rápidamente.



## Publicidad

Es la práctica de promover productos, servicios o ideas a través de distintos medios para atraer la atención del público. Su objetivo es generar interés y ventas.

Tablero de conocimientos generales aprendidos, parte 1, durante los 4 años de carrera universitaria. Infografía realizada por María José López

## 12.1. Demostración de conocimientos



Tablero de conocimientos generales aprendidos, parte 2, durante los 4 años de carrera universitaria. Infografía realizada por María José López

# 13

## Referencias

## Capítulo XIII: Referencias

### 13.1 Referencias de libros

Amago Martínez, F. S. (2009). *Logística y marketing geográfico*. ICG Marge, SL.

Berlo, D. K. (1990). *El proceso de la comunicación: introducción a la teoría y a la práctica* (S. González Roura, Trans.). El Ateneo.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Fundamentos de Marketing*. Pearson Education.

### 13.2 Referencias de Revistas

Arbaiza Rodríguez, F. (2022, Mayo 28). El Marketing y la Postmodernidad: Nuevos desafíos ante un nuevo contexto. *Revista de Comunicación*, 10(1), 18.

<https://revistadecomunicacion.com/article/view/2774>

¿Qué son las redes sociales? (2018). *Epic Page*. <https://www.rdstation.com/es/redes-sociales/>

Virginia, A. A., Sonia, S. M. G., & René, P. H. (2014). La aplicación empresarial del marketing viral y el efecto boca-oreja electrónico. Opiniones de las empresas. *Redalyc*, 19. <https://www.redalyc.org/pdf/2743/274330593001.pdf>

### 13.3 Referencias de Páginas Web

(n.d.). 2.2. Las fuentes de información. Retrieved January 16, 2025, from

[https://www.uv.es/cibisoc/tutoriales/trabajo\\_social/22\\_las\\_fuentes\\_de\\_informacin.html](https://www.uv.es/cibisoc/tutoriales/trabajo_social/22_las_fuentes_de_informacin.html)

*Autobús urbano*. (2024, Enero 15). Wikipedia.

[https://es.wikipedia.org/wiki/Autobús\\_urbano](https://es.wikipedia.org/wiki/Autobús_urbano)

*Comunicación no verbal - Qué es, tipos y ejemplos*. (n.d.). Concepto. Retrieved January 16, 2025, from <https://concepto.de/comunicacion-no-verbal/>

*Comunicación - Qué es, características, tipos y funciones.* (n.d.). Concepto. Retrieved January 16, 2025, from <https://concepto.de/comunicacion/>

*Definición del concepto título I Euroinnova.* (n.d.). Euroinnova. Retrieved January 16, 2025, from <https://www.rededuca.net/contexto-educativo/t/titulo>

*Diseño (Qué es, Concepto y Tipos).* (n.d.). Enciclopedia Significados. Retrieved January 16, 2025, from <https://www.significados.com/disenio/>

*Diseño social media.* (2024, octubre 2). Comunicare. [https://www.comunicare.es/disenio-social-](https://www.comunicare.es/disenio-social-media/#:~:text=¿Qué%20es%20el%20diseño%20social,acciones%20en%20las%20redes%20sociales)

[media/#:~:text=¿Qué%20es%20el%20diseño%20social,acciones%20en%20las%20redes%20sociales](https://www.comunicare.es/disenio-social-media/#:~:text=¿Qué%20es%20el%20diseño%20social,acciones%20en%20las%20redes%20sociales)

*Empresa - Qué es, actividades, estructura y clasificación.* (n.d.). Concepto. Retrieved January 16, 2025, from <https://concepto.de/empresa/#ixzz8cIm0vuh3>

Giraldo, V. (2018, September 16). *Mercadeo: guía del concepto, sus tipos, objetivos y elementos [2020]*. Rock Content. Retrieved January 16, 2025, from <https://rockcontent.com/es/blog/que-es-mercadeo/>

Giraldo, V. (2018, September 16). *Mercadeo: guía del concepto, sus tipos, objetivos y elementos [2020]*. Rock Content. Retrieved January 16, 2025, from [https://rockcontent.com/es/blog/que-es-mercadeo/#google\\_vignette](https://rockcontent.com/es/blog/que-es-mercadeo/#google_vignette)

*Medios Publicitarios.* (2020, enero 1). Economipedia.

<https://economipedia.com/definiciones/medios-publicitarios.html>

Pérez, J. (n.d.). *Audiovisual - Qué es, definición, en la educación y ventajas.*

Definición.de. Retrieved January 16, 2025, from <https://definicion.de/audiovisual/>

Pérez, J. (n.d.). *Pantalla - Qué es, usos, definición y concepto*. Definición.de. Retrieved January 16, 2025, from <https://definicion.de/pantalla/>

*Producto: qué es, características, tipos y ejemplos*. (2024, September 5). Enciclopedia Significados. Retrieved January 16, 2025, from <https://www.significados.com/producto/>

*Productos de comunicación: Comunicación Intercultural - FACOM*. (2023, August 18). Universidad Galileo. Retrieved January 16, 2025, from

<https://www.galileo.edu/facom/historias-de-exito/productos-de-comunicacion-comunicacion-intercultural/>

*Productos de comunicación: Comunicación Intercultural - FACOM*. (2023, August 18). Universidad Galileo. Retrieved January 16, 2025, from

<https://www.galileo.edu/facom/historias-de-exito/productos-de-comunicacion-comunicacion-intercultural/>

*Productos de comunicación: Conoce la comunicación informativa - FACOM*. (2023, June 16). Universidad Galileo. Retrieved January 16, 2025, from

<https://www.galileo.edu/facom/historias-de-exito/productos-de-comunicacion-conoce-la-comunicacion-informativa/>

*Productos de comunicación: ¿Qué es la comunicación persuasiva? - FACOM*. (2023, June 16). Universidad Galileo. Retrieved January 16, 2025, from

<https://www.galileo.edu/facom/historias-de-exito/productos-de-comunicacion-que-es-la-comunicacion-persuasiva/>

*Qué es Anuncio - Definición, significado y para qué sirve*. (n.d.). Arimetrics. Retrieved January 16, 2025, from <https://www.arimetrics.com/glosario-digital/anuncio>

*¿Qué es marketing? Definición, tipos y ventajas [2025]*. (n.d.). Cyberclick. Retrieved January 16, 2025, from <https://www.cyberclick.es/marketing>

Quiroa, M. (2024, January 25). *Producción: Qué es, tipos y ejemplos*. Economipedia. Retrieved January 16, 2025, from <https://economipedia.com/definiciones/produccion.html>

*Redes sociales - Qué son, tipos, usos, ventajas y riesgos*. (n.d.). Concepto. Retrieved January 16, 2025, from <https://concepto.de/redes-sociales/>

Romero, J. (n.d.). *Diseño publicitario - Definición, ventajas y ejemplo - (Idiwiki)*. Idital. Retrieved January 16, 2025, from <https://idital.com/diccionario-seo/disenio-publicitario/>

Salgado, E. (n.d.). *¿Qué es una TENDENCIA? - | Blog de Tendencias*. Retrieved January 16, 2025, from <http://www.circulodetendencias.com/que-es-una-tendencia>

Santos, D. (2023, March 7). *Qué es la publicidad: tipos, características y ejemplos*. Blog de HubSpot. Retrieved January 16, 2025, from <https://blog.hubspot.es/marketing/definicion-publicidad#caracteristicas>

*Servicio - Qué son, características y definiciones*. (n.d.). Concepto. Retrieved January 16, 2025, from <https://concepto.de/servicio/#ixzz8cJQPMYLw>

*Transmetro (Guatemala)*. (n.d.). Wikipedia. Retrieved January 16, 2025, from [https://es.wikipedia.org/wiki/Transmetro\\_\(Guatemala\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Transmetro_(Guatemala))

*Transurbano*. (2024, Octubre 17). Wikipedia. <https://es.wikipedia.org/wiki/Transurbano>

Weebly. (n.d.). *Diseño de recursos didacticos*. Weebly. <https://disenoderecursosdidacticos.weebly.com/material-impreso.html>



**14**

Anexos

## Capítulo XIV: Anexos

### Anexo I. Tabla de Niveles Socioeconómicos -NSE-

<b>Características</b>	<b>C1</b>
<b>Ingresos</b>	Q.25,600.00
<b>Educación padres</b>	Superior, Licenciatura
<b>Educación hijos</b>	Hijos menores, colegios privados, mayores en U privadas y post grado extranjero con beca
<b>Desempeño</b>	Ejecutivo medio, comerciante, vendedor
<b>Vivienda</b>	Casa/departamento, rentada o financiado, 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio, área de servicio, garaje para 2 vehículos
<b>Otras propiedades</b>	Sitios/terrenos interior por herencias
<b>Personal de servicio</b>	Por día
<b>Servicios financieros</b>	1-2 Cuotas Q monetarias y ahorro, plazo fijo, 1-2 TC intl, Seguro colectivo salud
<b>Posesiones</b>	Autos compactos de 3-5 años, asegurados por Financiera
<b>Bienes de comodidad</b>	1 Teléfono, 1-2 celulares, cable, Internet, equipo de audio, más de 2 TVs, máquina de lavar ropa, computadora, electrodomésticos básicos
<b>Diversión</b>	Cine, CC, parques temáticos, locales

*Anexo II. Investigación de tendencias, página 1-*



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

Tesis

Mgtr. Rualdo Anzueto

**Tendencias de Comunicación y Diseño**

María José López Jiménez

**Carné: 21000424**

**Sección E4**

Nueva Guatemala de la Asunción, 2024

## *Anexo II. Investigación de tendencias, página 2*

### **Introducción**

El diseño gráfico y la comunicación han experimentado una evolución significativa en los últimos años, impulsada por avances tecnológicos y cambios en las preferencias de la sociedad. Este informe se centra en las tendencias destacadas que están moldeando el panorama actual del diseño gráfico, incluyendo la herramienta más actual y de mayor popularidad siendo, las imágenes generadas por inteligencia artificial, como también tendencias como ilustraciones a mano o personalizadas, el uso de tipografías grandes y atrevidas, así como la implementación de formas geométricas y líneas rectas.

A través de un análisis detallado de cada una de estas tendencias, se pretende explorar cómo estas prácticas no solo reflejan la cultura contemporánea, sino que también influyen en la manera en que nos comunicamos visualmente en la actualidad. Este trabajo busca ofrecer una visión integral de cómo estas tendencias están redefiniendo el diseño gráfico y su impacto en la comunicación en diversas plataformas, principalmente en redes sociales.

*Anexo II. Investigación de tendencias, página 3*

**Objetivos**

1. Analizar la influencia de la inteligencia artificial en la creación de imágenes, su producción e impacto en la creatividad, originalidad y como pueden ser utilizadas como una herramienta en nuestra industria.
2. Investigar la relevancia de las ilustraciones a mano o personalizadas, el valor que aportan a la comunicación visual, destacando su autenticidad y conexión con el público.
3. Estudiar el uso de tipografía grande y atrevida, la forma en la que capta la atención y transmite el mensaje de manera efectiva en diferentes medios.
4. Identificar el papel que juegan las formas geométricas y líneas rectas en la modernidad del diseño en cuanto a la estética minimalista y funcional.

## Anexo II: Investigación general. Página 4

### Tendencias en 2024

Las tendencias del diseño gráfico y comunicación en 2024 son parte de un escenario vibrante y lleno de posibilidades creativas, además que es importante mantenerse en vanguardia ya que es donde la creatividad, la tecnología y la actualidad se fusionan para transformar la manera en la que percibimos el arte, además se presenta la oportunidad de reinventar la presencia visual.

#### **Imágenes generadas por inteligencia artificial (IA):**

Las imágenes creadas por inteligencia artificial son algo que ha quedado en la industria y debemos comprender esto como una herramienta más que se puede implementar en el día a día. Las imágenes abarcan desde la creación de una fotografía al 100% con IA o retoques en sus procesos como la función implementada en Photoshop llamada relleno generativo.

Además, que existen diversas plataformas en donde poner en uso esta herramienta, tanto gratuitas como de paga, que ayudarán a nuestro trabajo, permitiéndonos crear diseños fuera de lo común, aumentar la inspiración, agilizar en nuestro día a día, mejorar la productividad y evitar bloqueos creativos.



## **Anexo II: Investigación general. Página 5**

### **Ilustraciones a mano o personalizadas:**

Las ilustraciones personalizadas son aquellas creadas, específicamente, para satisfacer las necesidades y preferencias del cliente o de un proyecto en particular. Los artistas trabajan con herramientas y softwares especializados para diseñar imágenes únicas que se adapten a la solicitud del cliente, haciendo tu diseño más humano y conectado a las emociones.

Las ilustraciones a mano alzada o personalizadas hacen que tu diseño sea auténtico, convirtiendo las imágenes auténticas en una firma que pones en el diseño. Ayudan al usuario a sentirse conectado con lo que puede observar en pantalla. Existe una amplia gama de estilos, desde la ilustración tradicional hasta lo digital experimental.

Hoy en día se utiliza en publicidad, libros, animación, diseño de personajes y varios medios diferentes, ayudando a comunicar las ideas de forma diferente conectando con la audiencia a través de imágenes que reflejan la pasión y la creatividad detrás de tu marca.



#### **6.3.4.3 Tipografía grande y atrevida:**

La tendencia de tipografía grande y atrevida se ha consolidado como una de las estrategias más efectivas en el diseño gráfico y web. Esta tendencia se caracteriza por el uso de fuentes de gran tamaño que capturan la atención del espectador de inmediato.

## Anexo II: Investigación general. Página 6

Además, la tipografía grande permite que el contenido se destaque en un entorno saturado de información, facilitando la comunicación de ideas y valores de manera más efectiva, además de su capacidad para evocar emociones y dar personalidad a las marcas. Las tipografías atrevidas no solo son visualmente atractivas, sino que también pueden reflejar la identidad y el tono de una empresa. En un mundo donde la estética importa, el uso de tipos de letra llamativos puede ayudar a diferenciar a las marcas de sus competidores.

Además, la combinación de tipografías grandes con colores vibrantes y elementos gráficos contribuye a una experiencia visual envolvente que atrae y retiene la atención del público convirtiéndose en un elemento clave en el diseño contemporáneo, destacando la importancia de la comunicación visual efectiva.



### 6.3.4.4 Formas geométricas:

Los diseños que incluyen formas geométricas son sencillos y minimalistas, logrando encantar a las marcas, es utilizado generalmente para publicaciones en redes sociales. Aunque son sencillos y limpios, dan vida al material cuando se combina con los colores adecuados.

## Anexo II: Investigación general. Página 7

La utilización de las formas geométricas en el diseño brinda calidad, impresión de limpieza, armonía y conocimiento, generando un impacto visual positivo en el cliente, llama la atención, genera coherencia y armonía visual, transforma la idea en realidad, puede representar cualquier forma, mayor estética, imagen profesional, aumento de venta y lo más importante, originalidad.



### 6.3.4.5 Líneas rectas:

Las líneas rectas son un elemento visual polifacético que añaden al diseño visibilidad, es una forma sencilla y fácil de transmitir el mensaje sin forzar la vista del público, de agregar estilo a la composición y enfatizar la información más importante en el diseño.

Las líneas junto al color, la forma, tipo, espacio, imagen son elemento clave para cualquier material visual a trabajar, sin embargo, las líneas son posiblemente el elemento más importante porque se utilizan para añadir estilo y estructura, dividen el espacio o llaman la atención sobre los aspectos importantes del diseño.



## **Anexo II: Investigación general. Página 8**

### **Conclusiones**

Las tendencias actuales en diseño gráfico y comunicación reflejan la convergencia de la tecnología, el arte y la modernidad, donde la inteligencia artificial abre nuevas posibilidades creativas, convirtiéndose en una poderosa herramienta que puede simplificar nuestro trabajo y aumentar nuestra creatividad. Las ilustraciones personalizadas son esenciales para crear una conexión emocional con la audiencia, convirtiendo el diseño en material auténtico, mientras que el uso de fuentes atrevidas y formas geométricas garantiza claridad y atractivo visual.

Estas tendencias no sólo se adaptan a la evolución de la estética, sino que también satisfacen las cada vez más diversas y exigentes necesidades comunicativas de la audiencia, logrando conexiones más personales, transformando la manera en la que percibimos el arte y tener la oportunidad de reinventar la presencia visual.

## **Anexo II: Investigación general. Página 9**

### **Recomendaciones**

Como diseñadores, es importante mantenernos actualizados con las últimas tendencias y herramientas disponibles. Recomendaría explorar la utilización de imágenes generadas por IA en nuestro trabajo diario como herramienta complementaria, sin sacrificar la originalidad y autenticidad de nuestro trabajo, ya sea para crear fotografías o retocar imágenes existentes.

Además, fomentar la personalización de proyectos, incorporación de ilustraciones a mano o elementos personalizados para diferenciación de marca, asimismo, adoptar tipografías audaces de manera estratégica en puntos clave para maximizar el impacto visual.

La incorporación de formas geométricas y líneas rectas ayudarán a que se vean composiciones limpias y organizadas, facilitando la comprensión del contenido. Al implementar estas tendencias, debemos recordar siempre resolver problemas de diseño y no limitarnos a seguir tendencias específicas. Seamos valientes y arriesguémonos a experimentar con nuevas ideas y enfoques para ofrecer diseños impactantes y atractivos.

**Anexo II: Investigación general. Página 10****Referencias**

ARTE Y ALGO MAS. (2024, Enero). *Las ilustraciones personalizadas y el arte digital*.

Arte y algo más. <https://arteyalgomas.com/2024/01/05/las-ilustraciones-personalizadas-y-el-arte-digital/>

Caroll, L. (2024, July 31). *Line : A Visual Element In Graphic Design* | by INAND.

Medium. Retrieved January 15, 2025, from <https://medium.com/@INAND/line-a-visual-element-in-graphic-design-83a1f7c5dccb>

GMOL Solutions. (2024). *La importancia de la geometría en diseño gráfico*. GMOL

Solutions. <https://gmolsolutions.com/la-importancia-de-la-geometria-en-diseno-grafico/>

*Las 15 grandes tendencias en diseño gráfico para 2024*. (n.d.). UserGuiding. Retrieved

January 15, 2025, from <https://userguiding.com/es/blog/tendencias-diseno-grafico>

*Las 5 tendencias más relevantes en 2025 en diseño gráfico*. (2024, January 12). Furore.

Retrieved January 15, 2025, from <https://furore.co/blog-diseno-grafico/tendencias-diseno-grafico/>

*Anexo III. Material digital y mockup.*

<https://drive.google.com/file/d/1NsAIKjQ-ZR1-MSniGLOAr4TQhHfhwTEA/view?usp=sharing>

*Anexo IV. Encuesta para validación de proyecto en Google Forms.*

<https://forms.gle/QFJc5tYZPu7baytk8>

## Encuesta de Proyecto de graduación

**Encuesta para la validación de proyecto:** Diseño de materiales digitales para informar a través de las redes sociales Facebook e Instagram los servicios de mercadeo y publicidad que promueve entre clientes reales y potenciales la empresa Grupo ADMAX, Guatemala, Guatemala.

maria.lopezjimenez@galileo.edu [Cambiar de cuenta](#) 

 No compartido

\* Indica que la pregunta es obligatoria

**Antecedentes:** La empresa Grupo ADMAX de gran trayectoria en Guatemala, cuenta con publicidad audiovisual incluida en los videos repetitivos programados en pantallas led y publicidad impresa en vinll adhesivo a los posteriores, laterales e interior de las unidades móviles.

En el acercamiento que se tiene con el Jefe de Diseño, se manifiesta que durante los últimos años la empresa dejó de actualizar sus cuentas creadas en las redes sociales de Facebook e Instagram, causando una pérdida de oportunidades de negocio al limitar la interacción con audiencia y clientes, lo que enfrenta un gran desafío en términos de visibilidad y alcance.

Por lo que se ha planteado el objetivo de diseñar materiales digitales para informar a través de las redes sociales Facebook e Instagram, los servicios de mercadeo y publicidad que promueve entre clientes reales y potenciales la empresa Grupo Admax.

Nombre y Apellido \*

Tu respuesta

*Anexo IV. Encuesta para validación de proyecto en Google Forms.*

Edad \*

Tu respuesta \_\_\_\_\_

Género \*

- Femenino
- Masculino
- Prefiero no decirlo

¿A qué grupo pertenece? \*

- Experto
- Cliente
- Grupo Objetivo

Profesión y puesto \*

Tu respuesta \_\_\_\_\_

*Anexo IV. Encuesta para validación de proyecto en Google Forms.*

**Instrucciones:**

Observe la propuesta trabajada para los materiales digitales y, según su criterio, conteste las siguientes preguntas de validación, marcando el espacio que considere adecuado.

Link del material: <https://drive.google.com/file/d/1NsAIKjQ-ZR1-MSniGLQAr4TQhHfhwTEA/view?usp=sharing>

**Parte Objetiva de la encuesta**

¿Considera necesario diseñar materiales digitales para informar a través de las redes sociales Facebook e Instagram, los servicios de mercadeo y publicidad que promueve entre clientes reales y potenciales la empresa Grupo Admax? \*

- Sí
- No

¿Cree importante investigar términos, conceptos, teorías y tendencias relacionadas con el diseño material digital para anunciar a clientes reales y potenciales en redes sociales Facebook e Instagram? \*

- Sí
- No

*Anexo IV. Encuesta para validación de proyecto en Google Forms.*

¿ Considera adecuado recopilar la información necesaria de Grupo Admax, con el fin de poder conocer y complementar datos importantes de la marca y sus metas, para ser incluida en el material digital en las redes sociales Facebook e Instagram? \*

- Sí
- No

¿Cree necesario crear una línea gráfica para que el grupo objetivo se interese por los servicios de mercadeo y publicidad que promueve la empresa Grupo Admax? \*

- Sí
- No

¿Es imprescindible diagramar la información y el diseño que llevarán las publicaciones de redes sociales, para facilitar el intercambio de información relacionada con la empresa Grupo Admax? \*

- Sí
- No

*Anexo IV. Encuesta para validación de proyecto en Google Forms.***Parte Semiológica de la encuesta**

¿Los colores utilizados para los materiales digitales de la empresa de medios y publicidad son? \*

- Muy apropiados
- Poco apropiados
- Nada apropiados

¿Considera que la tipografía utilizada en el diseño del material digital es? \*

- Muy oportuna
- Poco oportuna
- Nada oportuna

¿Cree que los íconos utilizados en el material digital comunican claramente la acción que representan? \*

- Mucho
- Poco
- Nada

¿Según su criterio, el diseño e ilustración presentada representan a una empresa de medios y publicidad en Guatemala? \*

- Muy adecuados
- Poco adecuados
- Nada adecuados

¿Considera que la diagramación de los materiales digitales crea orden y equilibrio visual entre los elementos gráficos? \*

- Muy apta
- Medianamente apta
- Nada apta

**Anexo IV. Encuesta para validación de proyecto en Google Forms.****Parte Operativa de la encuesta**

¿Considera que el orden de las publicaciones de post es? \*

- Muy adecuada
- Poco adecuada
- Nada adecuada

¿El flujo del material digital para carrusel es? \*

- Muy interesante
- Poco interesante
- Nada interesante

La cantidad de información incluida es? \*

- Muy útil
- Medianamente útil
- Poco útil

Según su criterio, el tamaño de 1080x1080px de las propuestas es ideal para ser \*  
colocado en las redes sociales de Facebook e Instagram?

- Sí
- No

De antemano se agradece la atención y el tiempo brindado para contestar esta encuesta. Si en caso usted tiene alguna sugerencia, comentario o crítica que contribuya al éxito de este proyecto, puede hacerlo en el siguiente espacio:

Tu respuesta

---

*Anexo V. Validación de expertos, cliente y grupo objetivo*

*Anexo V. Validación de expertos*

Fotografías de expertos que contribuyeron a la validación de proyecto de graduación.



**Lourdes Donis** <lourdesdonis@galileo.edu>

para mí ▼

Buenas tardes, con gusto.  
validación completada.



Licenciada Lourdes Donis llena la encuesta de validación del proyecto



**Arnulfo Guzman** <arnulfo@galileo.edu>

para mí ▼

Listo María José, ya le validé su documento.

Éxitos.

---

**Mgtr. Arnulfo Guzmán**

Catedrático

Licenciado Arnulfo Guzmán llena la encuesta de validación del proyecto



**Christian Emmanuel López Rossell** <christian.rossell@ga... mié, 11 sept 2024, 22:02 ☆  
para mí ▾

Estimada Maria Jose

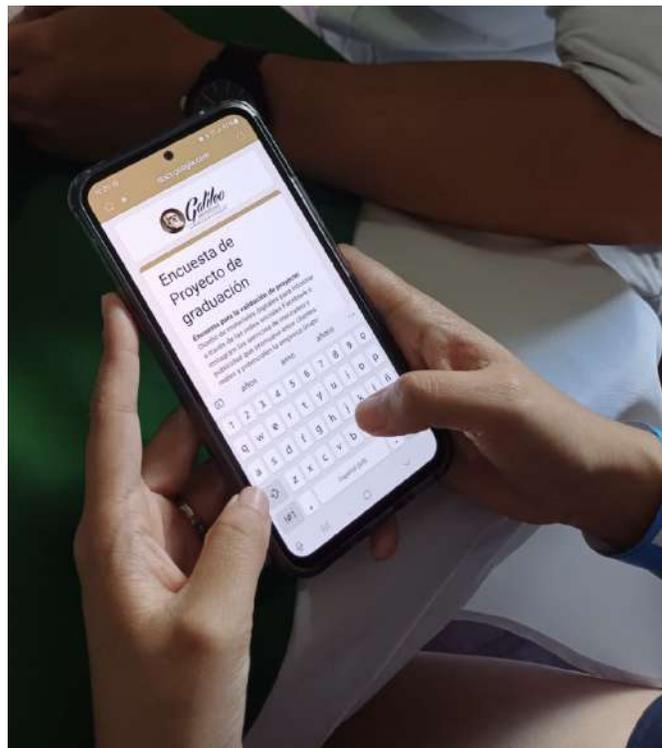
he contestado tu encuesta de validacion, gracias por permitirme formar parte del proceso

Saludos

Licenciado Christian Emmanuel López llena la encuesta de validación del proyecto

### *Anexo VI. Validación de cliente y grupo objetivo*

Fotografías de cliente y persona del grupo objetivo que contribuyeron a la validación de proyecto de graduación.



Persona del grupo objetivo llenando la encuesta de validación del proyecto



Persona del grupo objetivo llenando la encuesta de validación del proyecto



Persona del grupo objetivo llenando la encuesta de validación del proyecto



Encuesta de Proyecto de graduación

Thank you for your feedback on this course.

[Modificar tu respuesta](#)

[Enviar otra respuesta](#)

Este formulario se creó en Universidad Galileo. [Denunciar abuso](#)

Persona del grupo objetivo llenando la encuesta de validación del proyecto



Louis Admax

ESTO A LA COLA PUEDE 09:50

 Galileo  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

Encuesta de Proyecto de graduación

Thank you for your feedback on this course.

[Modificar tu respuesta](#)

[Enviar otra respuesta](#)

El formulario se creó en Universidad Galileo. [Denunciar abuso](#)

Google Formularios

Listo 09:51

Cliente llenando la encuesta de validación del proyecto