

*Galileo*  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

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

Diseño de un sitio web para dar a conocer a clientes reales y potenciales, la línea de juguetes coleccionables -Funko Pop- que vende la empresa Foncopop.

Guatemala, Guatemala 2022.

## **PROYECTO DE GRADUACIÓN**

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

### **ELABORADO POR:**

Ana Mónica Rodas Soberanis

Carné: 18001265

Para optar al título de:

**LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO**

Nueva Guatemala de la Asunción 2022

## **Proyecto de graduación**

Diseño de un sitio web para dar a conocer a clientes reales y potenciales, la línea de juguetes coleccionables -Funko Pop- que vende la empresa Foncopop.

Guatemala, Guatemala 2022.

Ana Mónica Rodas Soberanis

Universidad Galileo

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Nueva Guatemala de la Asunción 2022

**Autoridades**

**Rector**

Dr. Eduardo Suger Cofiño

**Vicerrectora**

Dra. Maya de Ramírez

**Vicerrector Administrativo**

Lic. Jean Paul Suger Castillo

**Secretario General**

Lic. Jorge Retolaza

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

Lic. Leizer Kachler

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

Lic. Rualdo Anzueto, M. Sc

Guatemala 12 de abril de 2021

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

Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado: **DISEÑO DE UN SITIO WEB PARA DAR A CONOCER A CLIENTES REALES Y POTENCIALES, LA LÍNEA DE JUGUETES COLECCIONABLES -FUNKO POP- QUE VENDE LA EMPRESA FONCOPOP.** Así mismo solicito que la Licda. Claudia Ruíz Marchena sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



**Ana Mónica Rodas Soberanis**  
18001265



**Licda. Claudia Ruíz Marchena**  
Asesora



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación



Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala 14 de mayo de 2021

**Señorita:**  
**Ana Mónica Rodas Soberanis**  
**Presente**

Estimada Señorita Rodas:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE UN SITIO WEB PARA DAR A CONOCER A CLIENTES REALES Y POTENCIALES, LA LÍNEA DE JUGUETES COLECCIONABLES – FUNKO POP- QUE VENDE LA EMPRESA FONCOPOP**. Así mismo, se aprueba a la Licda. Claudia Ruíz Marchena, como asesora de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

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



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 10 de diciembre de 2021


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

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE UN SITIO WEB PARA DAR A CONOCER A CLIENTES REALES Y POTENCIALES, LA LÍNEA DE JUGUETES COLECCIONABLES -FUNKO POP- QUE VENDE LA EMPRESA FONCOPOP.** Presentado por la estudiante: Ana Mónica Rodas Soberanis, con número de carné: 18001265, 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,

  
\_\_\_\_\_  
**Licda. Claudia Ruiz Marchena**  
Asesora



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 15 de febrero de 2022

**Señorita**  
**Ana Mónica Rodas Soberanis**  
**Presente**

Estimada Señorita Rodas:

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**

Guatemala, 22 de marzo de 2022.

Licenciado  
Leizer Kachler  
Decano FACOM  
Universidad Galileo  
Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: **DISEÑO DE UN SITIO WEB PARA DAR A CONOCER A CLIENTES REALES Y POTENCIALES, LA LÍNEA DE JUGUETES COLECCIONABLES –FUNKO POP- QUE VENDE LA EMPRESA FONCOPOP**, de la estudiante Ana Mónica Rodas Soberanis, 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, 29 de abril de 2022

**Señorita:**  
**Ana Mónica Rodas Soberanis**  
**Presente**

Estimada Señorita Rodas:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE UN SITIO WEB PARA DAR A CONOCER A CLIENTES REALES Y POTENCIALES, LA LÍNEA DE JUGUETES COLECCIONABLES – FUNKO POP- QUE VENDE LA EMPRESA FONCOPOP. GUATEMALA, GUATEMALA 2022.** Presentado por la estudiante: Ana Mónica Rodas Soberanis, 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**

Dedico mi tesis a:

**Universidad Galileo, especialmente a la Facultad de Ciencias de la Comunicación.**

**A mi Mamá,**

Madre, mami y mi todo. Gracias por tu apoyo incondicional, por todo tu amor y por todo el esfuerzo por salir adelante en las buenas y en las malas. Te admiro muchísimo y te amo demasiado.

**A mi tía y prima,**

Tía e Isa. Gracias por todo su apoyo, por todo el amor y por tanta felicidad que me dan. Son las mejores y las amo con todo mi corazón.

**A mi abuelito,**

Papito. Gracias por estar pendiente de mí durante toda la carrera, por todo el apoyo, y por siempre tener preparado el traje para el gran día, hoy te digo ¡Lo logré!. Te amo mucho, tu Mumú.

**A mi novio,**

Mi amor. Gracias por todo el amor que me das, por todo el apoyo para lograr una de mis metas y por estar a mi lado en todo momento. Te amo mucho.

**A mi papá y a mi tío Óscar,**

Pap y Tío. Gracias por darme la oportunidad de realizar este proyecto, por el apoyo, los ánimos para seguir adelante. Los quiero muchísimo.

**A Dios**

Gracias por permitirme cumplir esta meta en mi vida, por guiarme en todo momento y darme fuerzas para salir adelante.

Gracias.

## **Resumen**

A través del acercamiento con la empresa Foncopo, se identificó que carece del diseño de un sitio web para dar a conocer a clientes reales y potenciales, la línea de juguetes coleccionables -Funko Pop-.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo: Diseño de un sitio web para dar a conocer a clientes reales y potenciales, la línea de juguetes coleccionables -Funko Pop- que vende la empresa Foncopop.

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

La herramienta de investigación se aplicó a un promedio de 30 personas, las cuales eran 20 del grupo objetivo, 5 del cliente, entre ellos el gerente y personal administrativo y 5 expertos en comunicación y diseño.

El principal hallazgo, entre otros, es que fue posible diseñar un sitio web para dar a conocer los productos que ofrece la línea de juguetes coleccionables Funko Pop de la empresa Foncopop a clientes reales y potenciales.

Se recomendó que tanto el sitio web y las redes sociales de la empresa Foncopop sean actualizadas de manera consecutiva para lograr una conexión entre ambas, de manera que el cliente pueda mantenerse al tanto de la empresa.

Para efectos legales únicamente la autora, **ANA MÓNICA RODAS SOBERANIS**, es responsable del contenido de este proyecto, ya que es una investigación científica y puede ser motivo de consulta por estudiantes y profesionales.

## Índice

### Capítulo I: Introducción

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

### Capítulo II: Problemática

2.1 Contexto.....	3
-------------------	---

2.2 Requerimiento de comunicación y diseño.....	3
---	---

2.3 Justificación.....	4
------------------------	---

2.3.1 Magnitud.....	4
---------------------	---

2.3.2 Vulnerabilidad.....	5
---------------------------	---

2.3.3 Trascendencia.....	5
--------------------------	---

2.3.4 Factibilidad.....	5
-------------------------	---

### Capítulo III: Objetivos del diseño

3.1 Objetivo General.....	6
---------------------------	---

3.2 Objetivo Específico.....	6
------------------------------	---

### Capítulo IV: Marco de referencia

4.1 Información general del cliente.....	7
--	---

### Capítulo V: Definición Grupo Objetivo

5.1 Perfil geográfico.....	12
----------------------------	----

5.2 Perfil demográfico.....	12
-----------------------------	----

5.3 Perfil Psicográfico.....	13
------------------------------	----

5.4 Perfil Conductual.....	13
----------------------------	----

### Capítulo VI: Marco teórico

6.1 Conceptos fundamentales del producto o servicio.....	14
--	----

6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño.....	16
---	----

6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación.....	16
6.2.6 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño.....	21
6.3 Ciencias auxiliares, artes y tendencias.....	25
6.3.1 Ciencias Auxiliares.....	25
6.3.2 Artes.....	26
6.3.3 Teorías.....	26
6.3.4 Tendencias.....	27
Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar	
7.1 Aplicación y razonamiento de la información obtenida en el Marco Teórico.....	31
7.2 Conceptualización.....	32
7.2.1 Método.....	32
7.2.2 Definición de concepto.....	34
7.3 Bocetaje.....	35
7.3.1 Proceso de bocetaje.....	35
7.4 Propuesta preliminar.....	71
Capítulo VIII: Validación Técnica	
8.1 Población y muestreo.....	77
8.2 Método e instrumentos.....	78
8.2.1 Investigación cualitativa.....	78
8.2.2 Investigación cuantitativa.....	78
8.2.3 Encuesta.....	78
8.3 Instrumento de validación técnica.....	79
8.4 Resultados e interpretación de resultados.....	83
8.5 Cambios con base a los resultados.....	99

## Capítulo IX: Propuesta gráfica final

9.1 Página de inicio.....	110
9.2 ¿Quiénes somos?.....	111
9.3 Tienda.....	112
9.4 Confirmación de compra.....	113
9.5 Ofertas.....	114
9.6 Contacto.....	115

## Capítulo X: Producción, reproducción y distribución

10.1 Plan de costos de elaboración.....	117
10.2 Plan de costos de producción.....	120
10.3 Plan de costos de reproducción.....	123
10.4 Plan de costos de distribución.....	123
10.5 Margen de utilidad.....	124
10.6 IVA.....	124
10.7 Cuadro con resumen general de costos.....	124

## Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones

11.1 Conclusiones.....	125
11.2 Recomendaciones.....	126

## Capítulo XII: Conocimiento general

12.1 Demostración de conocimientos.....	127
---	-----

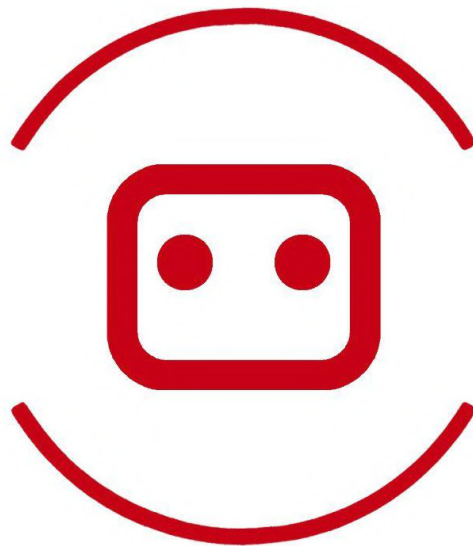
## Capítulo XIII: Referencias

13.1 Referencias digitales.....	128
---------------------------------	-----

## Capítulo XIV: Anexos

14.1 Anexos.....	135
------------------	-----

# Capítulo I



# Introducción



## **Capítulo I: Introducción**

### **1.1 Introducción**

Foncopop es un emprendimiento guatemalteco que nace en el año 2018. Se caracteriza por vender juguetes coleccionables Funko Pop, de la marca Funko, a todo el territorio guatemalteco. Es reconocido en la actualidad por su excelente calidad y servicio al cliente.

Sin embargo, se identificó que la empresa carece de un sitio web en el que se muestre información sobre Foncopop, así como historia, misión y visión, además de un tienda virtual en la cual los clientes reales y potenciales puedan comprar sus productos, y visualizar las ofertas.

Por lo tanto, el objetivo del presente proyecto es: Diseñar un sitio web para dar a conocer los productos que ofrece la línea de juguetes coleccionables de la empresa Foncopop a clientes reales y potenciales.

A través de la investigación que se realizará en el Marco Teórico, al comenzar con conceptos fundamentales de producto o servicio, comunicación, diseño, ciencias auxiliares, artes y tendencias, se conseguirá presentar al cliente un proceso creativo por medio del bocetaje tanto a lápiz como digital y así obtener la propuesta preliminar.

Para la validación de la misma, tanto del cliente como del grupo objetivo se llevará a cabo una encuesta la que se dividirá en cuatro partes: objetiva, semiológica, operativa y sugerencias y/o crítica personal, la cuales tienen como objetivo comprobar y fundamentar el funcionamiento del sitio web.

Luego se obtendrán los resultados de la misma, se realizarán los cambios con base a los resultados mostrando un antes, después y una pequeña justificación, lo que será de apoyo para llegar a la propuesta final y presentarla al cliente.

Por último, se efectuará un análisis de los requerimientos económicos, técnicos y tecnológicos del proyecto, en los cuales se llevará a cabo un presupuesto por los siguientes rubros: plan de costo de elaboración, plan de costos de producción, plan de costos de reproducción, plan de costos de distribución, margen de utilidad y un resumen general de costos.

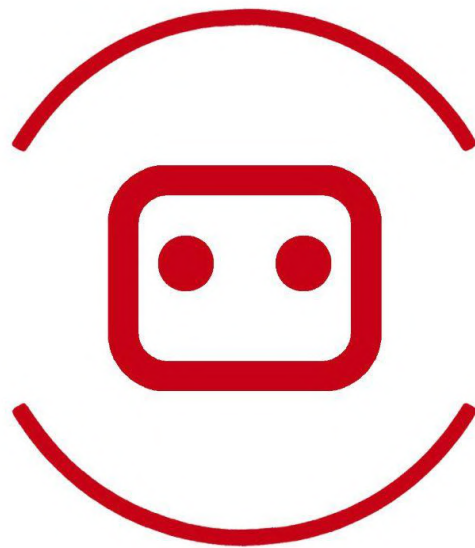
Cada uno de ellos nos permitirá crear un cronograma de las horas de trabajo, estimando una base de Q25.00 por hora, incluir un margen de utilidad del 20% sobre los costos estimados, incluir el IVA (Impuesto al Valor Agregado) y obtener un monto total.

Para concluir, se realizará el diseño del sitio web para la empresa Foncopop para dar a conocer los juguetes coleccionables Funko Pop de la empresa Foncopop a clientes reales y potenciales.

Se espera que con la realización de este proyecto el cliente esté satisfecho, logre un mejor posicionamiento dentro del mercado, tenga la posibilidad de obtener un aumento de ventas y de clientes, y por último pueda disfrutar de su sitio web.

Además es importante que tanto las redes sociales de la empresa como el sitio web sean actualizadas constantemente para lograr que los clientes estén pendientes de los nuevos productos.

# Capítulo II



# Problemática

## **Capítulo II: Problemática**

La empresa de juguetes coleccionables Foncopop no cuenta con un sitio web que proporcione información acerca de la empresa, así como: historia, misión y visión, además de una tienda virtual en la que se pueda observar todos los juguetes coleccionables Funko Pop en venta.

Se observó que al tener un sitio web adecuado y fácil de utilizar, la empresa tendrá la posibilidad de aumentar ventas y atraer nuevos clientes.

Por lo tanto, se determina que la solución es diseñar una página web dirigida al grupo objetivo, en el que se logrará una atracción de clientes potenciales, visualización de la información de Foncopop y apreciación de los juguetes coleccionables Funkos.

### **2.1 Contexto**

La empresa Foncopop nace en el 2018 como un hobby por coleccionar Pops de la marca Funko. En la actualidad lleva 4 años en operaciones, cuenta con más de 10,000 seguidores en las redes sociales, lo que ha requerido más esfuerzo y dedicación del equipo.

Se establece una reunión con el equipo de trabajo y el dueño de la empresa nos expresa que la meta para este 2021 es diseñar un sitio web, y para el 2022 que exista el diseño del sitio web para dar a conocer a Foncopop.

Luego de un tiempo se le presenta la propuesta de diseñar un sitio web con todos los requerimientos para conocer a la empresa y generar una tienda virtual para obtener un aumento de clientes y mejor posicionamiento.

### **2.2 Requerimiento de comunicación y diseño**

La empresa Foncopop no cuenta con un sitio web para dar a conocer a clientes reales y potenciales, la línea de juguetes coleccionables -Funko Pop- que vende. (Ver anexo A)

## 2.3 Justificación

Para sustentar las razones por las que se consideró importante el problema y la intervención del diseñador-comunicador, se justifica la propuesta a partir de cuatro variables: a) magnitud, b) trascendencia, c) vulnerabilidad, d) factibilidad.

**2.3.1 Magnitud.** Según un estudio realizado del 2008 al 30 de junio de 2020, la República de Guatemala cuenta con 18 millones de habitantes, el área metropolitana 3 millones de habitantes, existen 8 tiendas que venden los juguetes coleccionables Funko Pop que son competencia directa y la empresa Foncopop cuenta con 15,000 clientes reales.



Figura 1. Representación gráfica de magnitud por Ana Mónica Rodas Soberanis.

[Imágenes] Recuperadas de: <https://www.pngitem.com/>

**2.3.2 Vulnerabilidad.** Al no contar con un diseño de sitio web que identifique a la empresa Foncopop, en donde se pueda observar la información de la empresa y conocer los juguetes coleccionables que ofrecen, impide que clientes potenciales lleguen a ellos y los clientes reales puedan realizar su compra de una forma más sencilla.

**2.3.3 Trascendencia.** Con el diseño e implementación de un sitio web a la empresa Foncopop, se busca un aumento de ventas y de clientes, además de un mejor posicionamiento de la empresa.

#### **2.3.4 Factibilidad.**

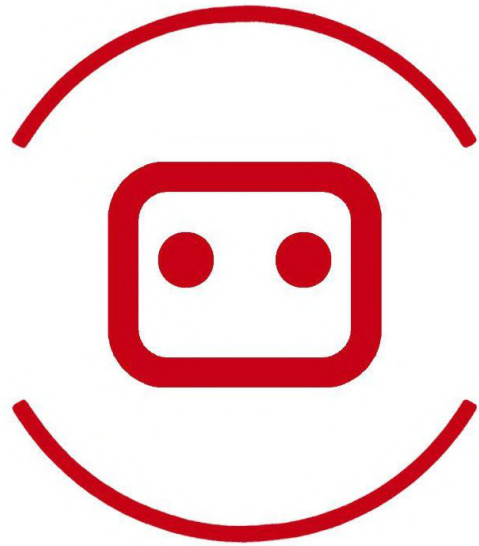
**2.3.4.1 Recursos Humanos.** La organización cuenta con el capital humano adecuado que tiene la capacidad, el conocimiento, la experiencia y las habilidades para el manejo de las funciones que se desempeñan dentro de la organización.

**2.3.4.2 Recursos Organizacionales.** El Gerente General, Mario José Rodas está en disposición de brindar toda la información necesaria de la empresa Foncopop para llevar a cabo este proyecto.

**2.3.4.3 Recursos Económicos.** La organización cuenta actualmente con los recursos necesarios, que posibilita la realización de este proyecto.

**2.3.4.4 Recursos tecnológicos.** La estudiante Ana Mónica Rodas Soberanis cuenta con el equipo y las herramientas indispensables para elaborar y producir el resultado del proyecto de graduación.

# Capítulo III



## Objetivos del diseño

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

### **3.1 Objetivo general**

Diseñar un sitio web, para dar a conocer a clientes reales y potenciales, la línea de juguetes coleccionables -Funko Pop- que vende la empresa Foncopop.

### **3.2 Objetivos específicos**

**3.2.1.** Recopilar todos los datos de la marca y los juguetes coleccionables Funkos, a través de la información que se proporcione en el brief para integrar en la página web y facilitar la comprensión de la información a los clientes.

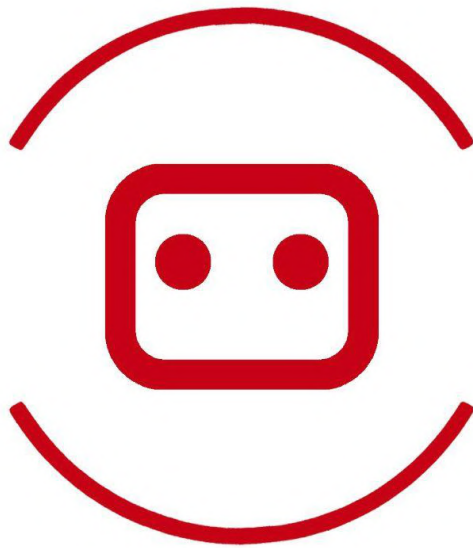
**3.2.2.** Investigar acerca de los términos, teorías y tendencias de diseño relacionados con el diseño de sitio web a través de fuentes bibliográficas que respalden científicamente la propuesta del diseño de una página web que será visitada por el grupo objetivo del proyecto.

**3.2.3.** Diagramar elementos gráficos utilizando los colores corporativos a través de una técnica ordenada y llamativa para llamar la atención de los clientes.

**3.2.4.** Seleccionar fotografías de los juguetes coleccionables Funko Pop publicados en las redes sociales para colocarlas en la página web y facilitar la vista de cada uno para los clientes.



# Capítulo IV



Marco de  
referencia

## Capítulo IV: Marco de referencia

### 4.1 Información General del cliente

- **Nombre del cliente (empresa):** Foncopop
- **Dirección:** Ciudad de Guatemala
- **Email:** [foncopop@gmail.com](mailto:foncopop@gmail.com)
- **Teléfono:** 5532-3044
- **Contacto:** Mario Rodas
- **Celular:** 5532-3044

### 4.2 Antecedentes

Foncopop es un emprendimiento guatemalteco que nace en el 2018, de un hobby por coleccionar Funko Pop. Los juguetes coleccionables son de la marca Funko y se les llama “Pop”, palabra la cual fue de inspiración para utilizar en su logotipo. En la actualidad lleva 4 años en operaciones y cuenta con más de 10,000 seguidores en las redes sociales.

### 4.3 Oportunidad identificada

Diseño de un sitio web para dar a conocer la tienda online de juguetes coleccionables de la empresa Foncopop.

### 4.4 Misión

Vender productos coleccionables y originales a nuestros clientes, brindándoles una experiencia única en servicio.

### 4.5 Visión

Ser reconocidos a nivel nacional por la venta de productos coleccionables y destacar por un excelente servicio al cliente.

### 4.6 Delimitación geográfica

Guatemala, Guatemala.

#### **4.7 Grupo Objetivo**

Hombres y mujeres jóvenes, con independencia económica, coleccionistas, conocedores de la marca Funko, así como películas, series y caricaturas, entre otros.

#### **4.8 Principal beneficio al grupo objetivo**

Un sitio web en el que los clientes puedan conocer a la empresa, visualizar los juguetes coleccionables y realizar su pedido en línea.

#### **4.9 Competencia**

BuToys, El Duende, Kawaii, Walmart, Juguetón, Moonko y Kasperle.

#### **4.10 Posicionamiento**

Foncopop es un emprendimiento que lleva 4 años en operaciones y cuenta con más de 10,000 clientes en las redes sociales. Conforme el tiempo ha logrado un aumento de clientes pero desean como meta del 2022 un sitio web para darse a conocer.

#### **4.11 Factores de diferenciación**

Excelente servicio al cliente, productos originales, responsabilidad y compromiso en cada venta realizada y conocedores de la marca Funko.

#### **4.12 Objetivo de mercado**

Posicionamiento entre las tiendas que venden juguetes coleccionables, aumento de clientes y facilidad para conocer a la empresa.

#### **4.13 Objetivo de comunicación**

Dar a conocer la tienda de juguetes coleccionables de la empresa Foncopop, con la meta de alcanzar nuevos clientes.

#### **4.14 Mensajes claves a comunicar**

Con el diseño de la página web se busca comunicar confianza, responsabilidad, calidad de juguetes coleccionables, calidad de servicio al cliente, compromiso e innovación.

#### 4.15 Estrategia de comunicación

Por medio de Facebook, Instagram y Tiktok de la empresa Foncopop se hará promoción a la página web incitando a los clientes a conocerla y realizar sus pedidos por medio de ella.

#### 4.16 Reto del diseño y trascendencia

A través del diseño de un sitio web para aumentar ventas y clientes, así como mejorar el posicionamiento de Foncopop.

#### 4.17 Materiales a realizar

Diseño de un sitio web.

#### 4.18 Presupuesto

Aproximadamente Q6,000.00 para el diseño de la página web.

#### 4.19 Datos del Logotipo

##### 4.19.1 Colores.

<b>Rojo</b>	<b>Blanco</b>
HTML:#c70015	HTML: #ffffff
R:199 G: 0 B: 21	R: 255 G: 255 B: 255
C: 0 M:100 Y: 89 K: 22	C: 0 M:0 Y: 0 K: 0

*Tabla 1. Códigos de colores de logotipo Foncopop.*

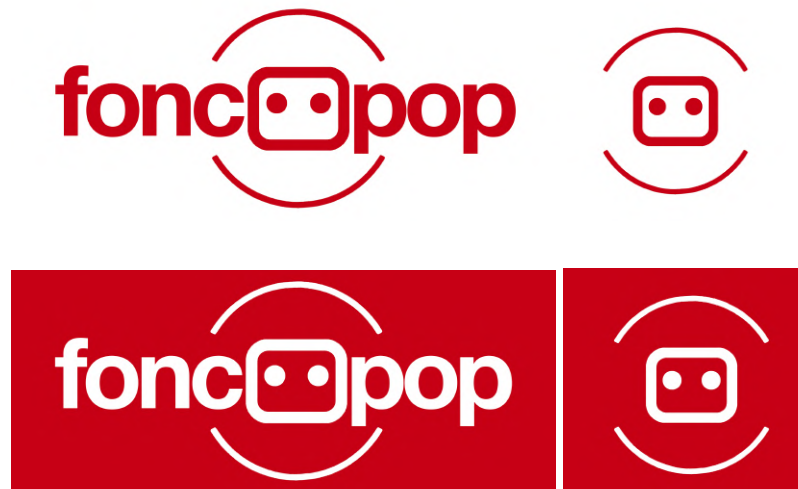
##### 4.19.2 Tipografía.

Helvética Neue

##### 4.19.3 Forma.

Imagotipo

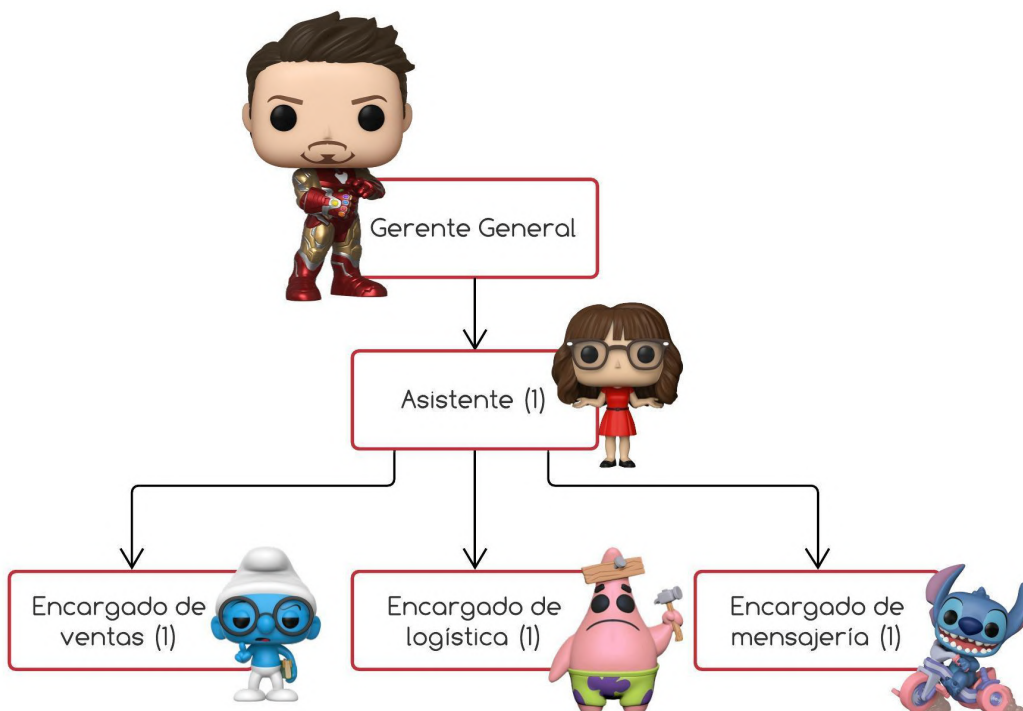
## 4.20 Logotipo



*Rodas, Mario. (2018) Logotipo Foncopop. Guatemala.*

*Anexo B. Brief.*

## 4.21 Organigrama



*Figura 2. Organigrama de Foncopop por Ana Mónica Rodas Soberanis.*

[Imágenes] Recuperadas de: <https://www.pngitem.com/>

## 4.22 FODA





















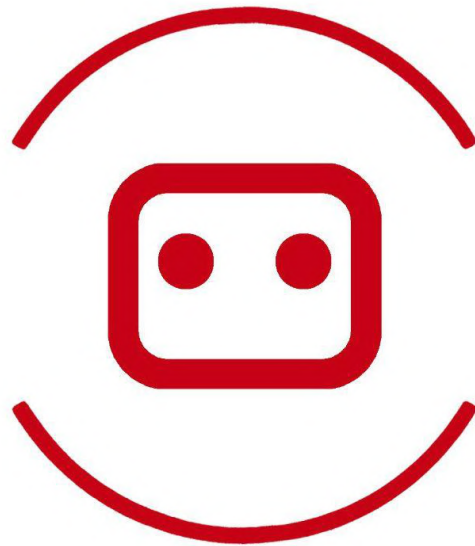
Análisis FODA-Foncopop			
F Fortalezas	O Oportunidades	D Debilidades	A Amenazas
			
<ul style="list-style-type: none"> <li> Servicio a domicilio y facilidades de pago para los clientes.</li> <li> Promociones y ofertas semanales con precios accesibles.</li> <li> Personal con experiencia y capacitado para un excelente servicio al cliente.</li> <li> Atractiva publicidad en las diferentes redes sociales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li> Aumento de clientes y de ventas mensualmente.</li> <li> Aprovechamiento de la tecnología para mejorar el proceso de compra y visualización de juguetes coleccionables.</li> <li> Participación en bazares de forma mensual para obtener más ingresos.</li> <li> Ingreso de nuevos juguetes coleccionables que abarquen nuevos clientes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li> No tener suficiente personal.</li> <li> No contar con una tienda o kiosco en los Centros Comerciales.</li> <li> Falta de planeación estratégica para el lanzamiento de nuevos juguetes coleccionables.</li> <li> Ser un negocio en crecimiento.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li> Aumento de costos por envío según la ubicación del cliente.</li> <li> Baja demanda debido a la economía.</li> <li> Incremento de competencia directa e indirecta.</li> <li> Retraso en el ingreso de pedidos debido a la pandemia.</li> </ul>

Tabla 2. Análisis FODA de Foncopop, creado por Ana Mónica Rodas Soberanis.

[Íconos] Recuperados de: <https://www.flaticon.es/>

# Capítulo V



Definición del  
grupo objetivo

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

El grupo objetivo hacia el cual está dirigido el diseño del sitio web de la empresa Foncopop son: hombres y mujeres guatemaltecos, jóvenes entre los 25 a 35 años, con independencia económica, conocedores de la marca Funko, así como series, películas, caricaturas, y que sean coleccionistas.

### **5.1 Perfil geográfico**

El proyecto se implementará en la capital Guatemala, ubicada en América Central, cuenta con 22 departamentos y 340 municipios. Está rodeada de volcanes, bosques tropicales y sitios arqueológicos mayas. Su clima puede ser templado, frío y cálido. Su idioma oficial es el español (castellano).

Sus coordenadas geográficas son: latitud: 14.6229, longitud: -90.5315 14° 37' 22" norte, 90° 31' 53" oeste. Su extensión territorial es de 108,890 Km<sup>2</sup>. Cuenta con una población de 18 millones, siendo el 33.4% de personas entre 0 y 44 años, 61% de personas entre 15 a 64 años y 5.6 de personas de 65 años o más, según el Instituto Nacional de Estadística -INE-.

### **5.2 Perfil demográfico**

Personas con un nivel socioeconómico C1, C2 y C3, hombres y mujeres de 25 a 35 años, con ingresos de Q10,000.00 a Q26,000.00, con licenciatura y algunos con maestría, casa o apartamento, rentado o financiado, con 2 o 3 habitaciones, sala comedor, garaje para 1 o dos vehículos.

Poseen terrenos en el interior por herencias, cuentan con personal de servicio por día, 1 o 2 cuentas de monetarias y de ahorros, autos compactos con o sin seguro, 1 celular, internet y cable residencial, electrodomésticos básicos y les gusta divertirse en cine, parques temáticos y/o centros comerciales. (Ver anexo C)



### **5.3 Perfil psicográfico**

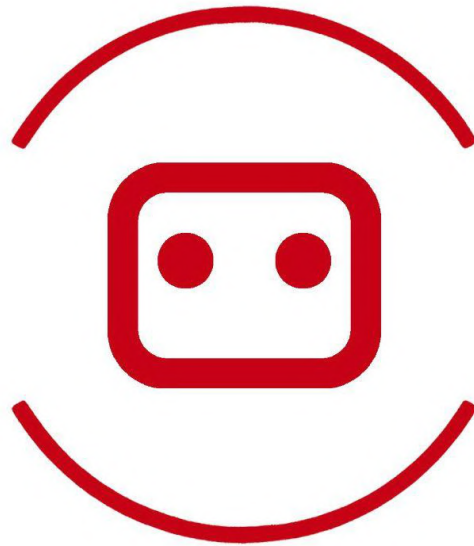
El comportamiento psicológico del grupo objetivo debe ser hombres y mujeres jóvenes a quienes les agrada los videojuegos, cómics, series estadounidenses y británicas, películas, anime, caricaturas, les gusta ir a convenciones de cómics, comprar y coleccionar figuras de la marca Funko y acostumbrados a realizar compras por internet.

### **5.4 Perfil conductual**

Los clientes se deben sentir identificados con el juguete coleccionable, acompañado de un buen servicio y atención al cliente, realizar su compra en línea y saber que su pedido llegará a su destino en perfectas condiciones. Se espera que la frecuencia de compra sea mensual debido al ingreso de nuevos juguetes para que puedan completar su colección o bien adquirir nuevos.

Por medio del diseño de la página web Foncopop espera que sus clientes tengan una mejor facilidad de compra y una experiencia única al momento de elegir su Funko Pop.

# Capítulo VI



Marco Teórico

## Capítulo VI: Marco Teórico

### 6.1 Conceptos fundamentales del producto o servicio

**6.1.1 Empresa.** De acuerdo con Sánchez (2015): Una empresa es una organización de personas y recursos que buscan la consecución de un beneficio económico con el desarrollo de una actividad en particular. Esta unidad productiva puede contar con una sola persona y debe buscar el lucro y alcanzar una serie de objetivos marcados en su formación.

**6.1.2 Funko.** Sedano (2018) afirma: Todo se originó en 1998, cuando tres amigos amantes de lo retro, que se habían conocido años atrás, decidieron en un bar de Everett (Washington) crear su propio negocio.

Becker, junto a los artistas Rob Schwartz y Sean Wilkinson dieron rienda suelta a su imaginación y formaron Funko. Querían algo que incluyera dicha palabra y no se decidían, hasta que dieron con la clave: un juego con los términos «Fun» y «Company» (Compañía de Diversión), que mutó en Funko.

**6.1.3 Funko Pop Vinyl.** Según Navarro (2021): Se tratan de piezas antropomorfas, es decir, con apariencia humana, pues tienen dos ojos, una cabeza y dos brazos. Su altura es de unos 9,5 cm, el cuerpo está hecho de vinilo y la cabeza movable en la mayoría de los casos.

Su peculiaridad más característica es la exageración de algunas partes del cuerpo, especialmente el tamaño de la cabeza. Por otra parte, tienen unos ojos grandes y expresivos, las extremidades cortas y finas y un cuerpo normal.

**6.1.4 Funko Pocket Pop Chain.** FunkoTown (2021) explicó:“Son la representación de la figura original pero en formato llavero. Estos tienen un tamaño de entre 4 y 5 centímetros”.

**6.1.5 Funko Mystery Box.** De acuerdo con FunkoTown (2021): Dentro de la Mystery Box o bien caja misteriosa se pueden encontrar 1 o 2 Funko Pop Vinyl especiales, 1 camiseta y otra sorpresa la cual complementa una pequeña colección exclusiva.

**6.1.6 Funko Tee.** FunkoTown (2021) explicó:“Cada set viene con una camiseta de alta calidad y una minifigura POP! de un tamaño aproximadamente de unos 9 cm”.

**6.1.7 Adultos.** De acuerdo con Nassar y Abarca (1983): Por adulto se entiende la existencia de un ser humano quien desde un punto de vista biológico se encuentra orgánicamente desarrollado; quien desde un enfoque económico, goza de independencia de sus padres y solvencia económica; quien desde una perspectiva psicológica, es capaz de responsabilizarse por sus actos y de producir o realizar un aporte al medio social en el que se desarrolla, al tiempo que presenta cualidades psicológicas con independencia de criterio.

**6.1.8 Adolescentes.** Según la Organización Mundial de la Salud (OMS): La adolescencia es el periodo comprendido entre 10 y 19 años, es una etapa compleja de la vida, marca la transición de la infancia al estado adulto, con ella se producen cambios físicos, psicológicos, biológicos, intelectuales y sociales.

**6.1.9 Colección.** El Diccionario de la Real Academia Española (2020) explica: “Conjunto ordenado de cosas, por lo común de una misma clase y reunidas por su especial interés o valor”.

**6.1.10 Coleccionista.** Porto y Merino (2014) explicaron: “La persona que desarrolla y organiza una colección se conoce como coleccionista”.

**6.1.11 Juguetes coleccionables.** Porto y Merino (2014) explicaron: “El coleccionista se entretiene y dedica tiempo y dinero en aumentar su colección, que muchas exhibe en su propia vivienda o en un museo”.

**6.1.12 Servicio al cliente.** Según Raffino (2020): Se entiende por servicio al cliente o servicio de atención al cliente a los métodos que emplea una empresa para ponerse en contacto con su clientela, para garantizar entre otras cosas que el bien o servicio ofrecido llegue a sus consumidores y sea empleado de manera correcta.

## **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.** Según Martínez y Nosnik (1998): La comunicación es un proceso por medio del cual una persona se pone en contacto con otra a través de un mensaje, y espera que esta última dé una respuesta, sea una opinión, actitud o conducta.

### **6.2.2 Principales autores de la comunicación.**

**6.2.2.1 Ferdinand de Saussure.** De acuerdo con González (s.f.): La obra de Saussure estudia principalmente el signo lingüístico y establece una clasificación que permite distinguir entre diversos aspectos del lenguaje. Saussure es considerado el fundador de la lingüística estructural y del estructuralismo.

Sus análisis semióticos tienden a desarrollarse en términos de pares opuestos: en primer lugar, los estudios lingüísticos pueden ser diacrónicos (históricos) o sincrónicos (sobre un momento concreto), en segundo lugar, el lenguaje puede considerarse como lengua o como habla, y en tercer lugar, el signo consta de un significante y un significado; la relación que existe entre ambos es arbitraria y los dos dependen de una amplia red de diferencias

**6.2.2.2 Charles Sanders Peirce.** Barrera (1999) concluyó: Charles Sanders Peirce, científico, filósofo y humanista, es una de las figuras más relevantes del pensamiento norteamericano.

Ha sido considerado como fundador del pragmatismo y padre de la semiótica contemporánea entendida como teoría filosófica de la significación y de la representación. Su pensamiento constituye uno de los más ricos y profundos de los últimos siglos.

**6.2.2.3 Roland Barthes.** Según Idóneos (s.f.): Roland Barthes es conocido por el tiempo dedicado al estudio de los signos, la semiología.

Esta disciplina, entiende que los seres humanos se comunican no solamente a través de los signos lingüísticos (el lenguaje) sino también de otros elementos culturales tales como la ropa, el peinado, los gestos, las imágenes, las formas y los colores a fin de convencernos unos a otros respecto de las emociones, valores e imágenes que deseamos transmitir.

### **6.2.3 Proceso de comunicación.**

**6.2.3.1 Emisor.** De acuerdo con Pérez y Gardey (2013): En el área de la comunicación, un emisor es una persona que enuncia un mensaje en un acto comunicativo. Esto quiere decir que el emisor envía un mensaje al receptor, quien está en condiciones de procesarlo e interpretarlo. Este acto de comunicación es posible cuando tanto el emisor como el receptor comparten un mismo código.

**6.2.3.2 Receptor.** González (2018) dice: El receptor es el encargado de decodificar el mensaje, descifrar e interpretar los signos recibidos, haciendo que la comunicación sea factible. También aquí podemos estar refiriéndonos a seres humanos, seres vivos o aparatos con capacidad para decodificar mensajes e incluso interpretar y responder.

**6.2.3.3 Código.** Según Chen (2021) explicó: “El código o lenguaje es el conjunto de signos con el que se transmite un mensaje”.

**6.2.3.4 Mensaje.** Espinosa (2021) define: El mensaje es el elemento de la comunicación que contiene la información que manda el emisor al receptor a través de un canal de comunicación. El mensaje traslada una idea o concepto a comunicar a través de un código conocido por ambos.

**6.2.3.5 Canal.** Según Moreno (2019): “Es el medio físico por el que se transmite el mensaje. Puede ser sonoro (radio), táctil (braille) o visual (televisión); y personal (boca a boca) o masivo (radio, televisión, canales digitales...)”.

**6.2.3.6 Ruido.** De acuerdo con Metropolitana (2021): “Es un sonido molesto o no deseado generado por las actividades humanas que provoca efectos sobre la salud o el bienestar de la población”.

**6.2.3.7 Contexto.** Gramáticas (2021) explica: “El Contexto es el conjunto de circunstancias en las que se produce la comunicación y que sirven al receptor para interpretar el mensaje que le transmite el emisor”.

## **6.2.4 Tipos de comunicación.**

**6.2.4.1 Redes sociales.** Ros (2021) explicó: cuando hablamos de una red social normalmente nos referimos a plataformas virtuales que permiten que los usuarios interactúen los unos con los otros. Las personas, empresas y organizaciones las utilizan para relacionarse entre ellos. Para hacerlo, deben crearse un perfil y pueden utilizarlo para compartir texto, imágenes y videos.

**6.2.4.2 Facebook.** Según Significados (2016) define: Facebook es una red social gratuita que permite a los usuarios interconectarse para interactuar y compartir contenidos a través de internet. Fue lanzada en 2004. Su fundador es Mark Zuckerberg.

Puede ser usado tanto por usuarios particulares, que lo utilizan para estar en contacto con sus amistades, publicar textos, fotos, videos, etc., como por empresas, marcas o celebridades, que potencian a través de esta red social su comunicación publicitaria.

**6.2.4.3 Sitio web.** Informática Milenium (2021) explicó: Un sitio web es un conjunto de archivos electrónicos y páginas web referentes a un tema en particular, incluyendo una página inicial de bienvenida generalmente denominada home page, a los cuales se puede acceder a través de un nombre de dominio y dirección en Internet específicos. El World Wide Web, o simplemente Web como se le llama comúnmente, está integrado por sitios web y éstos a su vez por páginas web.

Los sitios web son empleados por las instituciones públicas y privadas, organizaciones e individuos para comunicarse con el mundo entero. En el caso particular de las empresas, este mensaje tiene que ver con la oferta de sus bienes y servicios a través de Internet, y en general para eficientar sus funciones de mercadotecnia.

### **6.2.5 Funciones de la comunicación.**

**6.2.5.1 Función apelativa.** Canelón (2020) define: “La función apelativa del lenguaje es aquella que sirve para ordenar, pedir o sugerir algo al destinatario del mensaje. Su finalidad es persuadir a otra persona para que haga una acción determinada”.

**6.2.5.2 Función referencial.** Según Hernando (2020): Podemos decir que la función referencial del lenguaje se usa cuando queremos mencionar aquellos factores que son externos al acto de comunicación y de la persona que está comunicándose. Con ello se consigue que la realidad se pueda exponer de forma objetiva y concreta.



Dicho de otro modo, en esta función, también conocida como denotativa o informativa, se elimina todo rastro de subjetivismo por parte del emisor de la oración para mostrar la realidad de la forma más objetiva posible.

**6.2.5.3 Función emotiva.** Según Gascó (2018) explica: La función emotiva también es conocida como función expresiva y es aquella que se produce cuando el emisor del mensaje deja entrever sus emociones y sus sentimientos en aquello que dice. Por lo tanto, en el lenguaje del emisor, nos encontramos ante la más pura expresión de todo lo que una persona piensa internamente.

**6.2.5.4 Función poética.** Caro (2019) define: La función poética del lenguaje, también conocida como función estética, se basa, principalmente, en la forma del mensaje, en los estilismos empleados y en los recursos literarios ya que el objetivo principal de esta función poética es la de dar mayor énfasis en la información que se transmite y embellecer el mensaje para que su impacto sea mayor.

**6.2.5.5 Función fática.** Enciclopedia de Ejemplos (2019) define: La función fática prácticamente no tiene contenido informativo ya que su objetivo no es transmitir información sino facilitar el contacto para luego permitir la transmisión de mensajes.

Se denomina también “de contacto” o “relacional” ya que puede iniciar el contacto entre los hablantes.

**6.2.5.6 Función metalingüística.** Ortiz (2020): La función metalingüística del lenguaje es la que se utiliza para explicar y dar a entender el uso de los elementos que conforman una lengua. En otras palabras, se refiere a las formas en que se describe un idioma y la manera en que debe aplicarse.

## **6.2.6 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño.**

**6.2.6.1 Diseño.** Santana (2012) explica: El diseño es una disciplina ubicada e inaprensible; es la actividad mediante la que se realiza la configuración de los objetos y de los mensajes visuales, actividad que está en constante cambio pero de la cual no se pueden definir claramente su campo de acción, su marco conceptual y las interacciones teóricas y metodológicas que establece con otros terrenos del conocimiento.

**6.2.6.2 Diseño gráfico.** Según Estrada (2014) define: Se determina entonces el diseño gráfico como una actividad interdisciplinaria dentro de una profesión destinada a solucionar problemas combinando la sensibilidad, con habilidades, conocimiento, teoría, tecnología, filosofía, negocios, entre otras importantes disciplinas.

**6.2.6.3 Diseño web.** Inowex (2021) define: El diseño de páginas web es la construcción de documentos de hipertexto para su visualización en diferentes navegadores. Así como asignarle una presentación para diferentes dispositivos de salida (en una pantalla de computador, en papel, en un teléfono móvil, etc).

## **6.2.7 Principales autores del diseño.**

**6.2.7.1 Paul Rand.** Diseño Carteles (2015): Paul Rand (1914-1996), diseñador gráfico estadounidense de gran prestigio a nivel internacional por sus diseños editoriales y especialmente por la creación de marcas institucionales. Diseñó una gran cantidad de carteles publicitarios e identidades corporativas, incluyendo los logos de IBM, UPS y ABC. Paul Rand fue uno de los pioneros del estilo suizo internacional dentro del ámbito del diseño gráfico.

**6.2.7.2 Saul Bass.** Mendéz (2016) explica: Si hacemos un recorrido por la historia del diseño gráfico es imposible no encontrarnos con el nombre de Saul Bass. Nacido en 1920 en Nueva York, sus trabajos más destacados estuvieron vinculados a la industria

cinematográfica y al diseño corporativo de algunas de las empresas más importantes de Estados Unidos.

Actualmente está considerado como un genio de los títulos de crédito y su estilo personal es objeto de estudio en las escuelas de diseño.

### **6.2.8 Tipos de diseño web.**

**6.2.8.1 Diseño web fluido.** Según Silva (2015) explica: En este tipo de diseño se usan porcentajes o ems (unidad de medida tipográfica) en vez de píxeles, para que los elementos se adapten según el ancho de la pantalla. Si bien el resultado puede parecer atractivo en pantallas medianas, como computadores de escritorio y tablets, se producen muchos problemas en las pantallas grandes y pequeñas. Por ejemplo, en los televisores las imágenes se estiran mucho y en los teléfonos los textos son difíciles de leer.

**6.2.8.2 Diseño web adaptativo.** Grupo Carricay (2016): Este tipo de diseño utiliza plantillas estáticas para tamaños de pantalla preestablecidos, basadas en puntos de ruptura, de forma que al alcanzar cierto límite de tamaño en la pantalla, el diseño cambia. Esta técnica ofrece bajo nivel de usabilidad pues si el diseño cambia, es necesario actualizar todas las plantillas. Además, los contenidos se pueden seguir viendo reducidos si el acceso al sitio web es desde un móvil.

**6.2.8.3 Diseño web responsivo.** González (2019) define: Un diseño web responsive es el que es capaz de adaptarse a pantallas de diferentes tamaños con un solo sitio web. El sistema detecta automáticamente el ancho de la pantalla y a partir de ahí adapta todos los elementos de la página, desde el tamaño de letra hasta las imágenes y los menús, para ofrecer al usuario la mejor experiencia posible.

## **6.2.9 Elementos de diseño.**

**6.2.9.1 *Retícula.*** Romero (2019) define: El empleo de la retícula es la parte fundamental de la composición, ayuda a seleccionar los elementos del diseño. Por ejemplo, si queremos colocar una pieza tipográfica, al usar la retícula será mucho más sencillo ubicarla. La retícula está basada en el concepto de alineación, entendiendo este término como la colocación en línea recta de varios elementos.

**6.2.9.2 *Diagramación.*** Según Martín (2021) explica: “La diagramación, es un oficio del diseño editorial que se encarga de organizar en un espacio contenidos escritos, visuales y en algunos casos audiovisuales (multimedia). Estos elementos pueden estar en medios impresos y electrónicos, como libros, diarios y revistas”.

**6.2.9.3 *Contenido.*** Porto y Gardey (2010) define: Otro uso del concepto de contenido aparece en la dualidad forma/contenido. En distintas ramas del arte o de la expresión, se entiende como forma al modo de presentar o difundir un mensaje, mientras que el contenido es el mensaje en sí mismo. En otras palabras, la forma es la estructura y el contenido es la unidad de sentido.

**6.2.9.4 *Host.*** Según Más Adelante (2021) explica: Un host o anfitrión es un ordenador que funciona como el punto de inicio y final de las transferencias de datos. Más comúnmente descrito como el lugar donde reside un sitio web. Un host de Internet tiene una dirección de Internet única (dirección IP) y un nombre de dominio único o nombre de host.

El término host también se utiliza para referirse a una compañía que ofrece servicios de alojamiento para sitios web.

**6.2.9.5 *Experiencia de usuario.*** González (2020): La experiencia de usuario, también llamada user experience o simplemente UX, se define como el conjunto de factores y

elementos relacionados con el proceso de interacción de un usuario respecto a un producto o servicio. A menudo, este concepto se aplica a la interacción con páginas web y aplicaciones.

Como puedes imaginar, dentro del paraguas de la user experience entran muchos elementos diferentes, ya que hay muchísimos factores que influyen en la manera en que percibimos los productos y servicios y nos relacionamos con ellos.

**6.2.9.6 Imágenes.** Según Ucha (2009): Una imagen es la representación visual de un objeto, una persona, un animal o cualquier otra cosa plausible de ser captada por el ojo humano a través de diferentes técnicas como ser la pintura, el diseño, la fotografía y el video, entre otras.

**6.2.9.7 Banner.** Tomás (2019) define: Un banner es una pieza de publicidad digital que combina imágenes, texto y en ocasiones sonido y elementos interactivos, que se introduce en páginas web para dar visibilidad a una marca, empresa o campaña. Normalmente, el objetivo de un banner es que el usuario haga clic en él para dirigirlo a una página promocional.

Un banner es una especie de "lienzo en blanco" de unas medidas específicas, sobre el cual la marca introduce su creatividad.

**6.2.9.8 Enlaces.** Según Sistemas (2021) explica: Un enlace en informática es una expresión que conecta una cierta información con otra. Aunque sea un concepto muy sencillo, lo cierto es que hay cientos de enlaces distintos.

El enlace puede ser una imagen, una palabra, un hipertexto, una dirección web, una línea de programación, una referencia directa... que te redirige a otra información relacionada. Y al pinchar sobre el enlace se desencadena una acción que dependerá del tipo de este.

## 6.3 Ciencias auxiliares, artes y tendencias

### 6.3.1 Ciencias auxiliares.

**6.3.1.1 Semiología.** Raffino (2021) define: La función de la semiología es analizar los efectos que producen los signos sobre la sociedad. Esto la convierte en una herramienta muy poderosa para investigar el funcionamiento simbólico del poder, las representaciones de la industria cultural y la manera en que los medios influyen en nuestra percepción de lo que acontece en nuestra sociedad.

**6.3.1.2 Psicología del consumidor.** Psiguide (2021) explica: “La psicología es una ciencia amplia y compleja que participa de las ciencias sociales y de las ciencias médicas, puesto que su campo de estudio abarca los aspectos conductuales y biológicos de los individuos”.

**6.3.1.3 Psicología del color.** García-Allen (2021): La psicología del color es un campo de estudio que está dirigido a analizar cómo percibimos y nos comportamos ante distintos colores, así como las emociones que suscitan en nosotros dichos tonos.

Hay ciertos aspectos subjetivos en la psicología del color, por lo que no hay que olvidar que pueden existir ciertas variaciones en la interpretación y el significado entre culturas.

**6.3.1.4 Lingüística.** Universidad de Costa Rica (2021) define: La Lingüística es la disciplina científica que investiga el origen, la evolución y la estructura del lenguaje, a fin de deducir las leyes que rigen las lenguas (antiguas y modernas).

Así, la Lingüística estudia las estructuras fundamentales del lenguaje humano, sus variaciones a través de todas las familias de lenguas (las cuales también identifica y clasifica) y las condiciones que hacen posible la comprensión y la comunicación por medio de la lengua natural.

**6.3.1.5 Cibernética.** Según Llamas (2021): “La cibernética es la ciencia por la cual se lleva a cabo un desarrollo artificial de imitación en el funcionamiento de un ser vivo”.

## **6.3.2 Artes.**

**6.3.2.1 Tipografías.** Staff Creativa (2021) explica: La tipografía hoy es considerada un elemento tan importante como las imágenes mismas. Su preponderancia es tal que un cambio en el tipo de fuente podría significar dar otro contexto y personalidad al mensaje que queremos presentar, sea cual sea el medio.

Por tanto, la exigencia de encontrar el tipo de letra que mejor nos represente es esencial, especialmente en un mundo donde las señales y las primeras impresiones lo son todo. El éxito de las tipografías de las marcas y medios más importantes del mundo, confirman su relevancia.

**6.3.2.2 Fotografía.** Definición xyz (2021) define: ”La fotografía se define como la técnica y el arte de adquirir imágenes duraderas debidas a la acción de la luz, esta práctica se encarga de capturar y proyectar imágenes que tengan un significado visual”.

## **6.3.3 Teorías**

**6.3.3.1 Teoría del recorrido visual.** Anónimo (2021) explica: “Es el movimiento que se hacen con los ojos para poder apreciar una obra, se fijan los ojos en un punto de la pintura y luego, el "camino" que trazan los ojos naturalmente para ver la totalidad de la obra se le llama recorrido visual”.

### 6.3.4 Tendencias.

**6.3.4.1 Minimalismo.** Santin (2021) define: “Se trata de combinar diseño y funcionalidad de la forma más sencilla posible, utilizando solamente los elementos necesarios para que el usuario pueda navegar sin confundirse, perderse, ni distraerse”.



Figura 3. Moodboard Tendencia Minimalista, realizado por Ana Mónica Rodas

Soberanis.

[Imágenes] Recuperadas de: <https://www.freepik.es/>,

<https://es.ffonts.net/Bebas-Neue-Bold.font.download>



**6.3.4.2 Degradados.** Mott Glosario (2021) explica: El degradado tiene como función dar profundidad a una página web, además de ser atractivo para un cliente, de modo de desviar su atención hacia una zona especificada de la imagen, según lo deseemos. En simples palabras, es un recurso muy usado para atraer miradas del usuario.

Algunas empresas pueden hacer un degradado para focalizar la mirada, y con el objetivo de transmitir un mensaje mediante un elemento gráfico.



Figura 4. Moodboard Tendencia Degradados, realizado por Ana Mónica Rodas

Soberanis. [Imágenes] Recuperadas de: <https://www.freepik.es/>,

<https://www.creativosonline.org/una-tipografia-con-historia-helvetica.html>

**6.3.4.3 Interactividad.** Según Fernández (2019): Una web interactiva incorpora elementos dinámicos con el fin de alcanzar una serie de objetivos bien definidos. Debemos mantener una conexión con el usuario a través de contenidos adaptados a sus necesidades en cada momento.

De esta forma, las páginas web dinámicas aportan coherencia, no permiten que un usuario se sienta perdido cuando navega por el sitio web y lo acompañan en todo momento por el proceso para alcanzar el objetivo final de conversión.



Figura 5. Moodboard Tendencia Interactividad, realizado por Ana Mónica Rodas

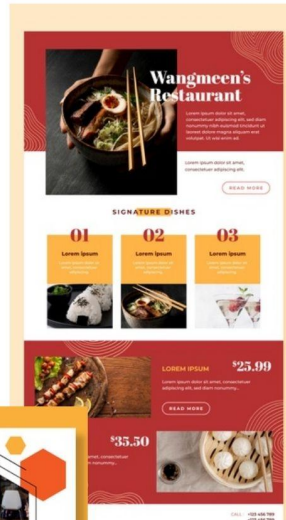
Soberanis. [Imágenes] Recuperadas de: <https://www.freepik.es/>, <http://allfont.es/search/>

**6.3.4.4. Espacios en blanco.** Desarrollo web (2005) explica: “Los espacios en blanco son muy importantes en el diseño de una composición gráfica cualquiera, especialmente en una interfaz web, entendiendo por espacios en blanco todas aquellas zonas de la interfaz en la que no exista ningún otro elemento gráfico”.

### Paleta de Colores



### Formas



### Texturas



### Tipografía

Comfortaa

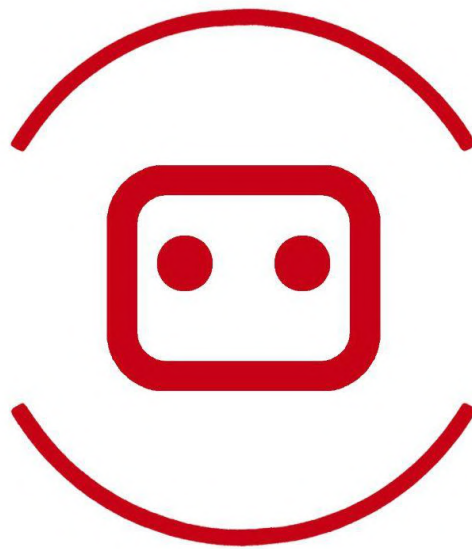
A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z
a	b	c	d	e	f	g	h	i	j	k	l	m
n	o	p	q	r	s	t	u	v	w	x	y	z
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9			
.	,	;	:	@	#	'	!	"	/	?	<	>
%	&	*	(	)	☒	\$						

Tendencia  
Espacios Blancos

Figura 6. Moodboard Tendencia Espacios en Blanco, realizado por Ana Mónica Rodas Soberanis.

[Imágenes] Recuperadas de: <https://www.freepik.es/>,  
<https://es.ffonts.net/Bebas-Neue-Bold.font.download>

# Capítulo VII



Proceso de diseño y  
propuesta preliminar

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

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

Por medio de la investigación y recopilación de información que se llevó a cabo en el marco teórico, a continuación se dan a conocer algunas ciencias, artes, teorías, tendencias y conceptos de producto y servicio, que ayudarán al desarrollo del slogan para la página web en donde se darán a conocer los productos de la empresa Foncopop.

**7.1.1 Producto y servicio.** Dentro esta área se dan a conocer los diferentes productos que ofrece la línea Funko Pop, que ofrece la empresa Foncopop en sus redes sociales, también se debe tomar en cuenta que destacan por un excelente servicio al cliente por lo que dentro de la página web se debe demostrar el mismo.

Estará dirigido a jóvenes adolescentes y adultos que coleccionen figuras Funko Pop o bien que ya sean coleccionistas y les interese hacer crecer su colección.

**7.1.2 Comunicación y diseño.** Con ayuda de las redes sociales de la empresa Foncopop se hará promoción de la página web así como de los nuevos juguetes coleccionables, además por medio del diseño gráfico y el diseño web se creará una experiencia única para los clientes reales y potenciales.

Por medio de un diseño de web responsivo se obtendrá una respuesta positiva de los clientes ya que desde cualquier dispositivo podrán observar los juguetes coleccionables disponibles y realizar su pedido de una manera fácil y rápida.

**7.1.3 Ciencias auxiliares.** La psicología del color es la encargada de realizar un estudio en el que determina cuáles son los mejores colores a utilizar, en los que el cliente ya sea real o potencial se sienta cómodo con ellos. La psicología del consumidor nos brindará apoyo para evaluar el comportamiento de nuestros clientes dentro de la página web para mejorar o desarrollar nuevas estrategias.

**7.1.4 Artes, teorías y tendencias.** La tipografía y fotografía será de suma importancia dentro del desarrollo de la página web ya que proporciona organización y una buena imagen para visualizar los productos.

La teoría del recorrido visual nos dice de qué forma nuestros clientes van a leer o bien observar el contenido de nuestra página web, se le puede llamar camino a la forma en que nuestros ojos leen el contenido de la misma.

Algunas de las tendencias más utilizadas en las páginas web son minimalismo en el cual se utiliza “menos es más”, degradados utilizando una mezcla de colores de una forma agradable para la vista, interactividad en la cual los clientes pueden jugar con el contenido o bien con las publicaciones y espacios en blanco que nos ayuda para que nuestro contenido se vea de una forma ordenada y limpia.

## **7.2 Conceptualización**

### **7.2.1 Método.**

**7.2.1.1 Lluvia de Ideas.** El método a utilizar para el desarrollo del slogan para la empresa Foncopop es la Lluvia de ideas también conocida como Brainstorming, es una técnica de pensamiento creativo que nos ayuda a la estimulación de producción de ideas para llegar a una solución efectiva.

Fue creada por Alex F. Osborn en 1939 quien comenzó a utilizar esta técnica y luego la denominó como un método creativo para resolución de problemas. En la actualidad las personas han descubierto cómo desarrollar su creatividad volviendo esta técnica más divertida, ya que no solo permite hacerla con lápiz y papel, sino que también de forma digital y cooperativa.

7.2.1.2. Aplicación del método: Lluvia de ideas



Figura 7. Lluvia de ideas para slogan de Foncopop por Ana Mónica Rodas Soberanis.

**7.2.2 Definición del concepto.** Luego de aplicar la técnica creativa Lluvia de ideas, se generaron algunas propuestas para que puedan ser colocadas en la página web de la empresa Foncopop.

Algunas de las propuestas son las siguientes:

- Compra un Funko y tienes un POP.
- **Que tu inversión sea más que un recuerdo... un Funko.**
- ¡En Foncopop nuestra adicción son los Funkos!
- Ser coleccionista no es fácil... QUIERO 10.
- Los mejores precios solo los tiene Foncopop.
- Tenemos un Funko para cada miembro de la familia.
- Foncopop...felicidad y nostalgia en cada POP.

Luego de producir varias propuestas se eligió la siguiente **“Que tu inversión sea más que un recuerdo...un Funko”**, la misma fue elegida ya que genera una diferencia ante la competencia y genera un sentimiento hacia los clientes.

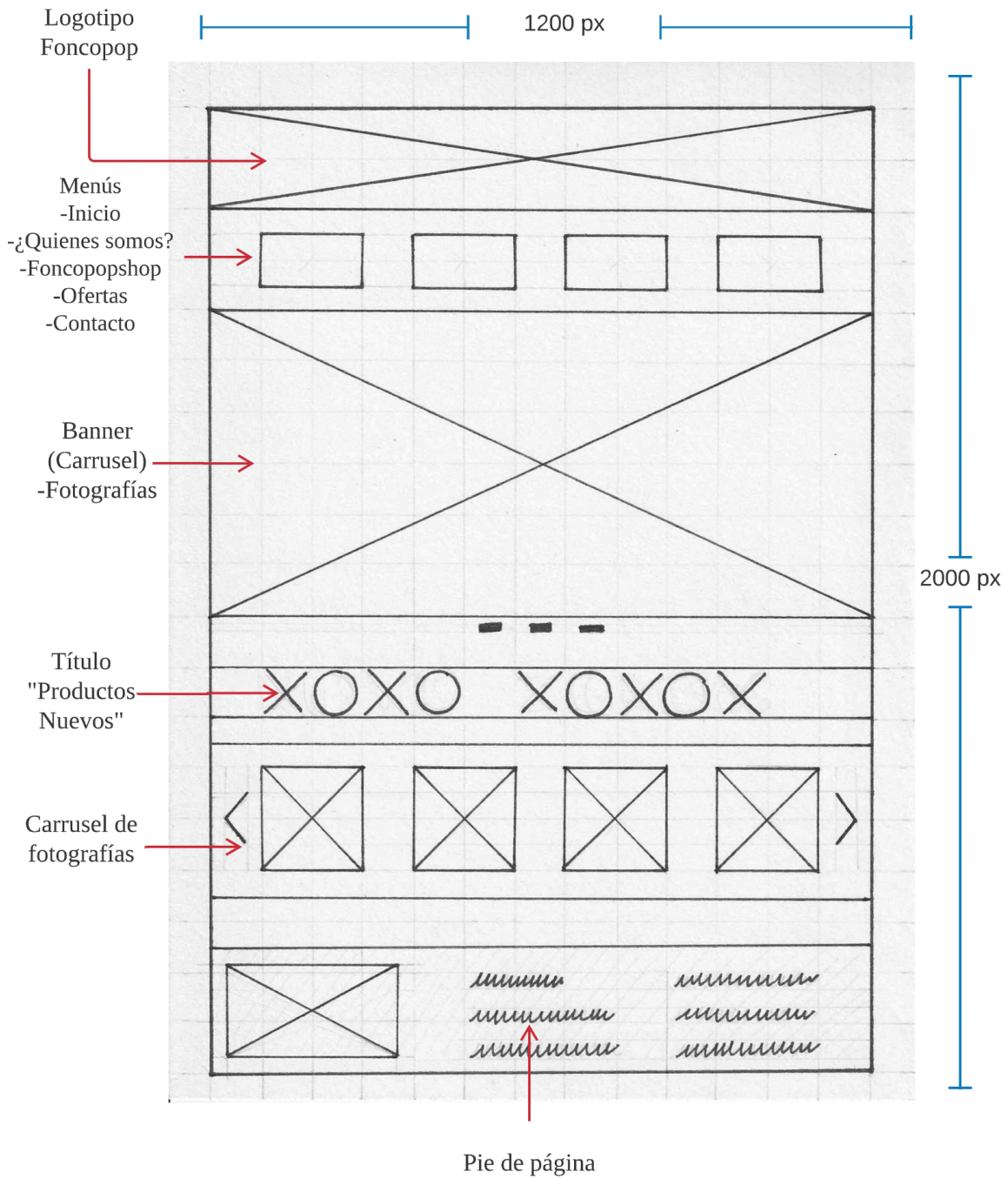
Al momento que un cliente se acerca a Foncopop y pregunta por un juguete coleccionable Funko, es porque para él tiene un recuerdo de su infancia, de su serie o película favorita, de su juego favorito o bien hacer crecer su colección por eso es importante que su inversión sea original, de calidad y en Foncopop.



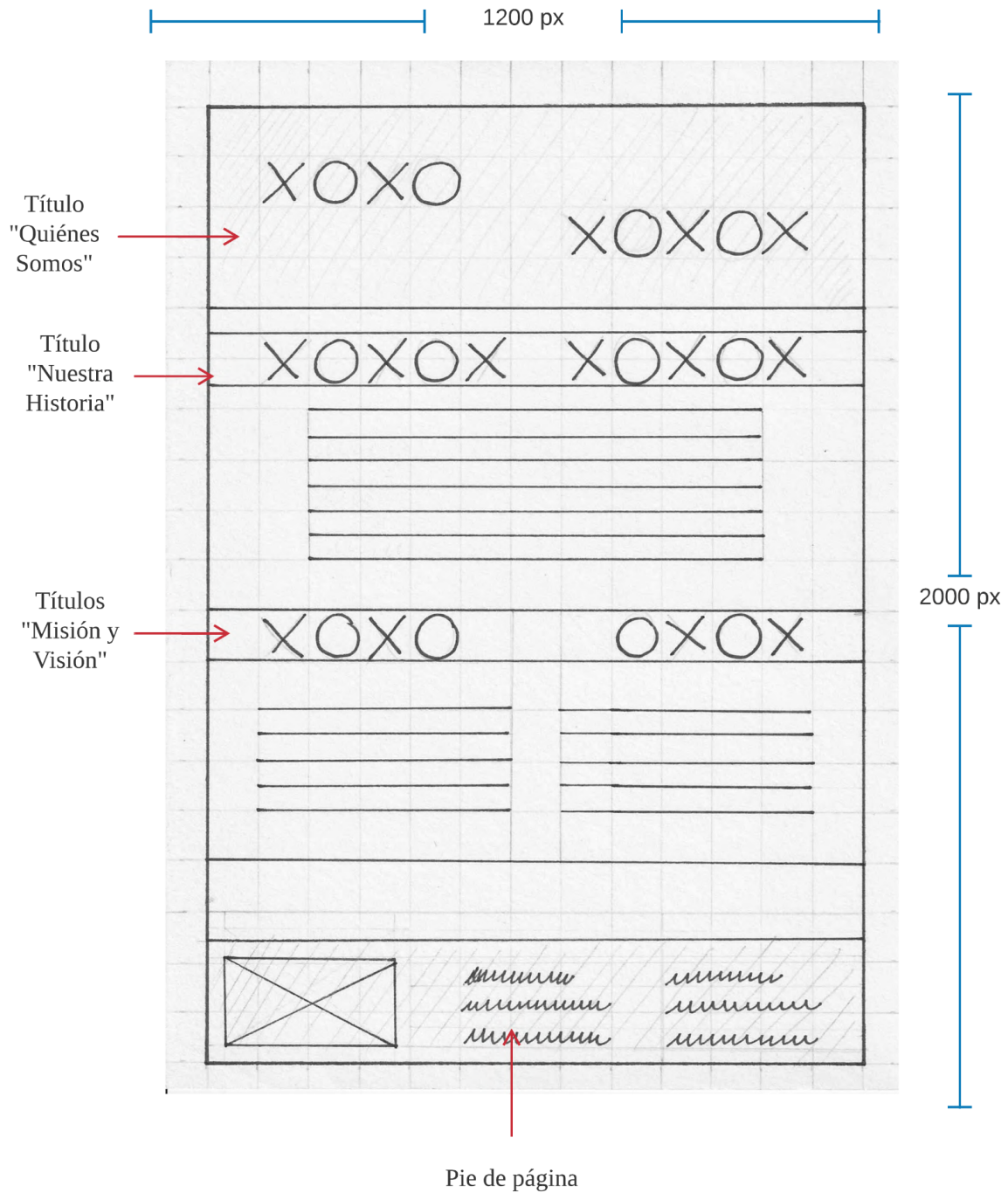
## 7.3 Bocetaje

### 7.3.1 Proceso de Bocetaje.

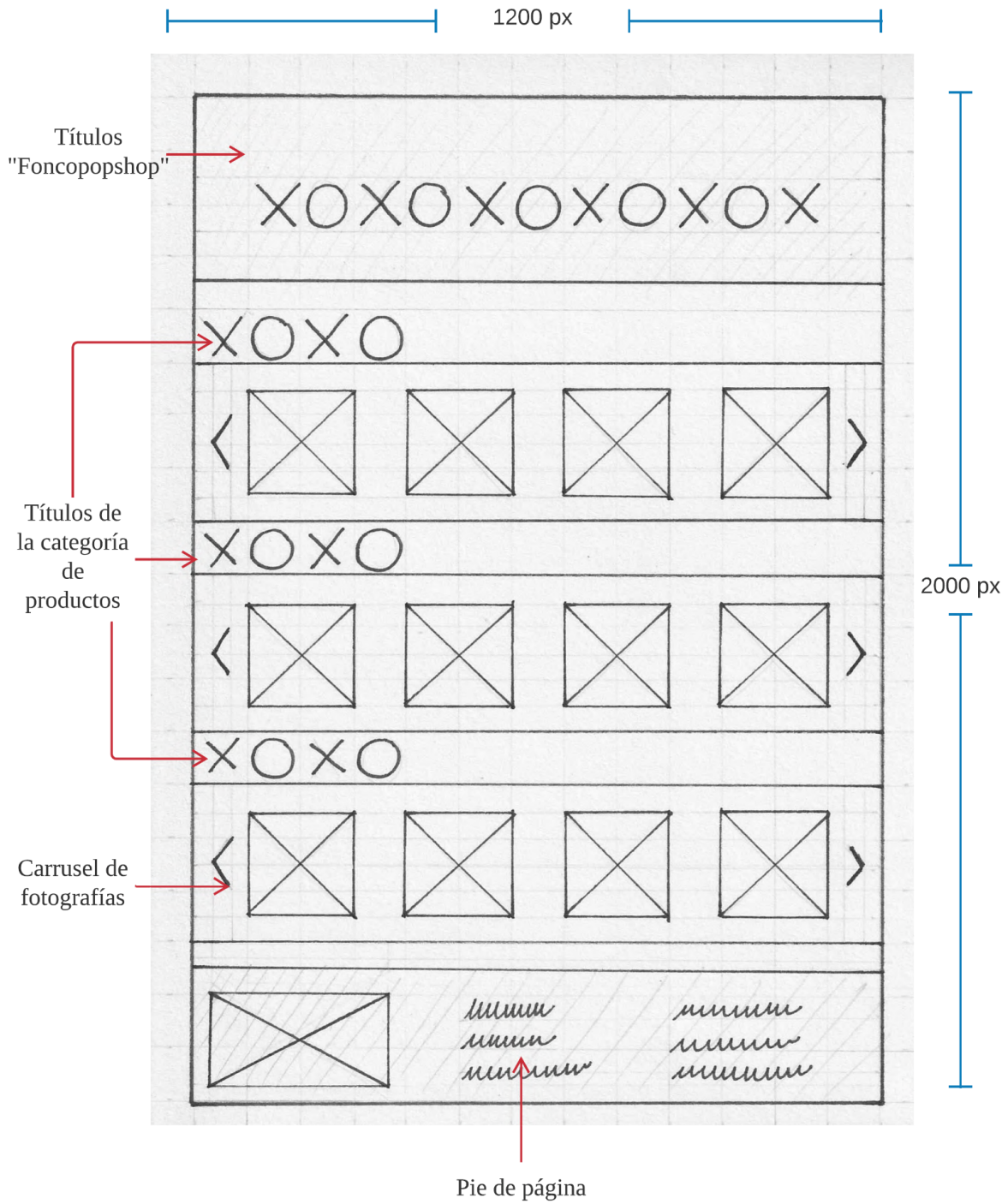
#### 7.3.1.1 Boceto #1. Página de inicio



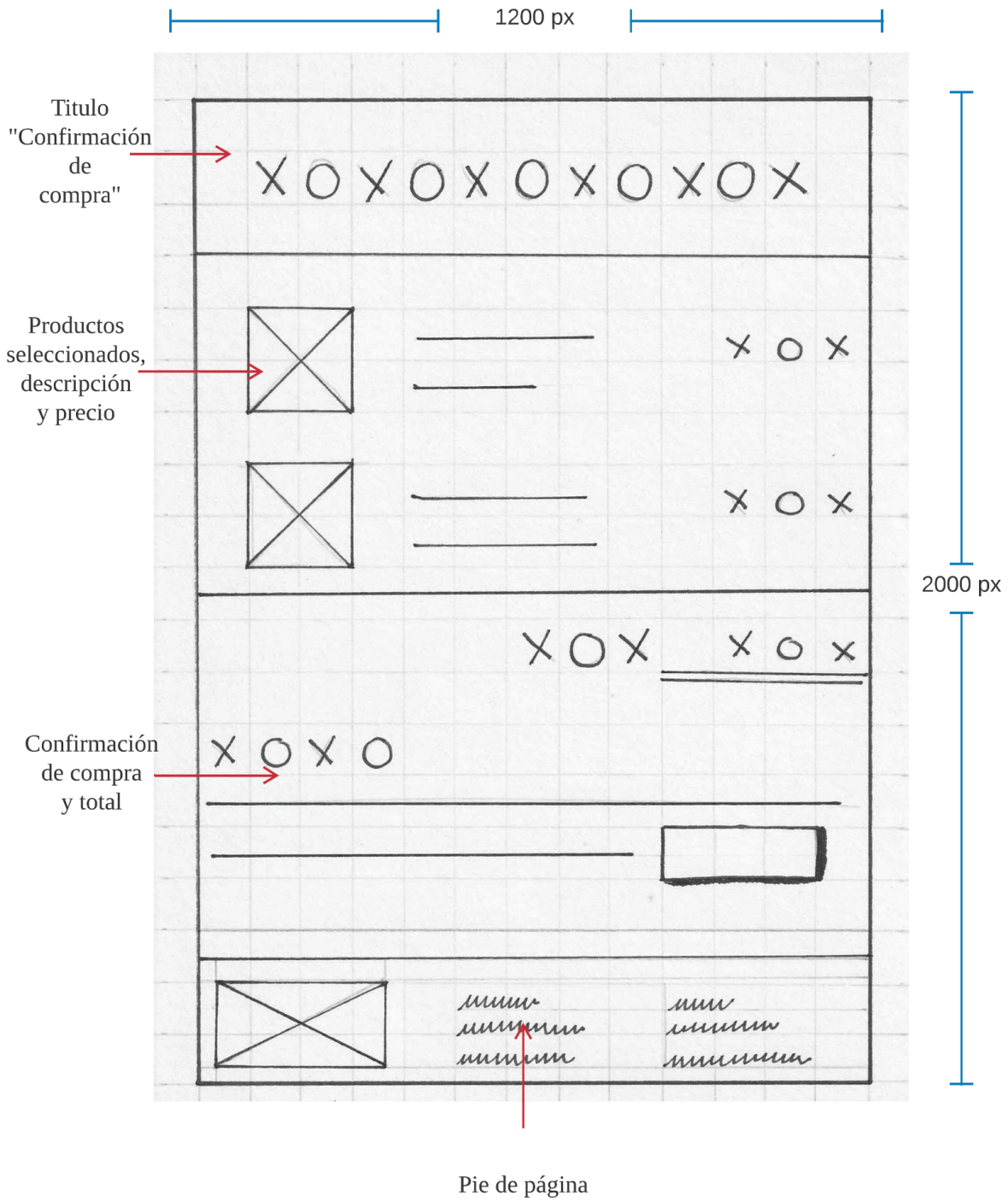
### 7.3.1.2 Boceto #2. ¿Quiénes somos?



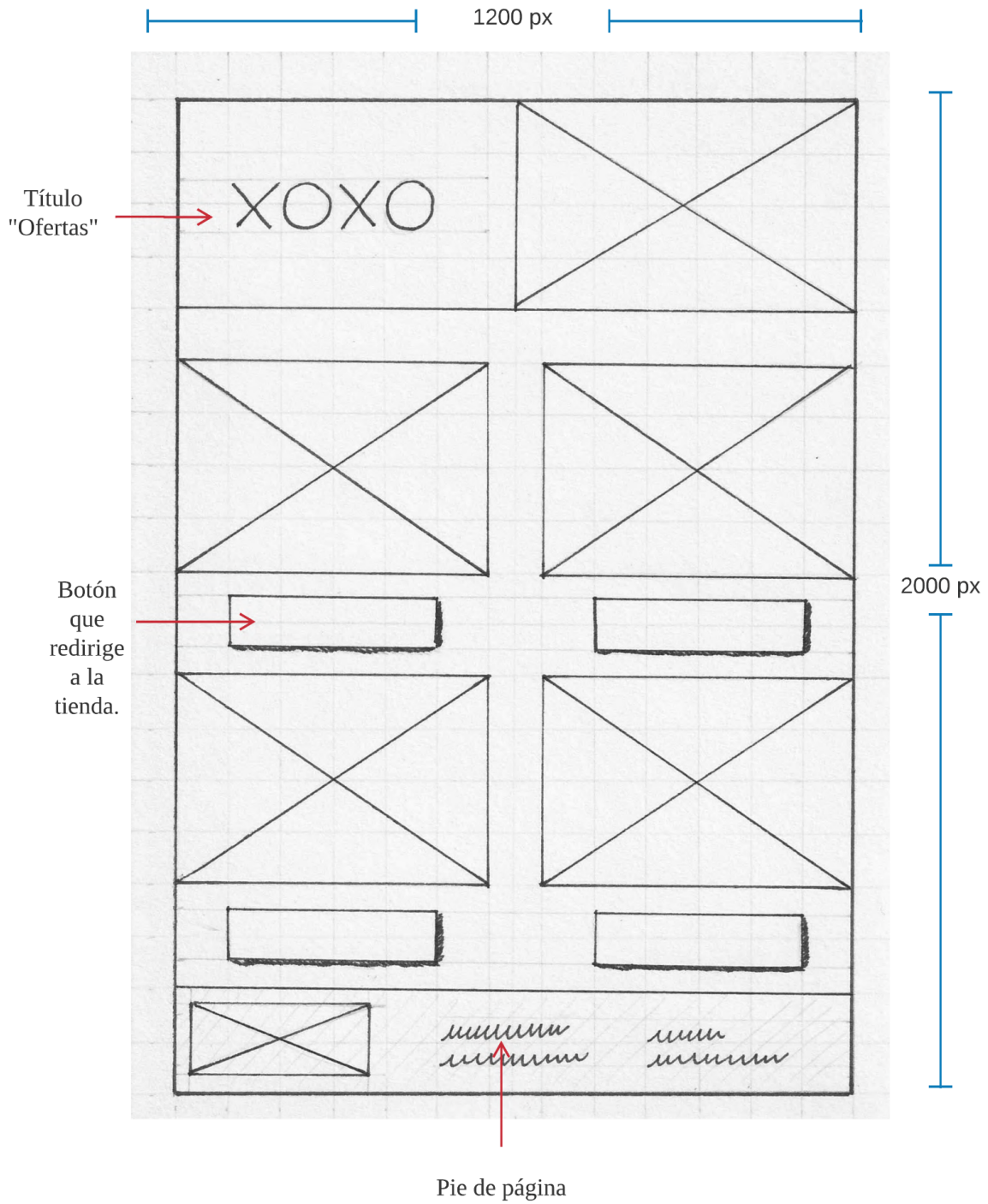
### 7.3.1.3 Boceto #3. Tienda



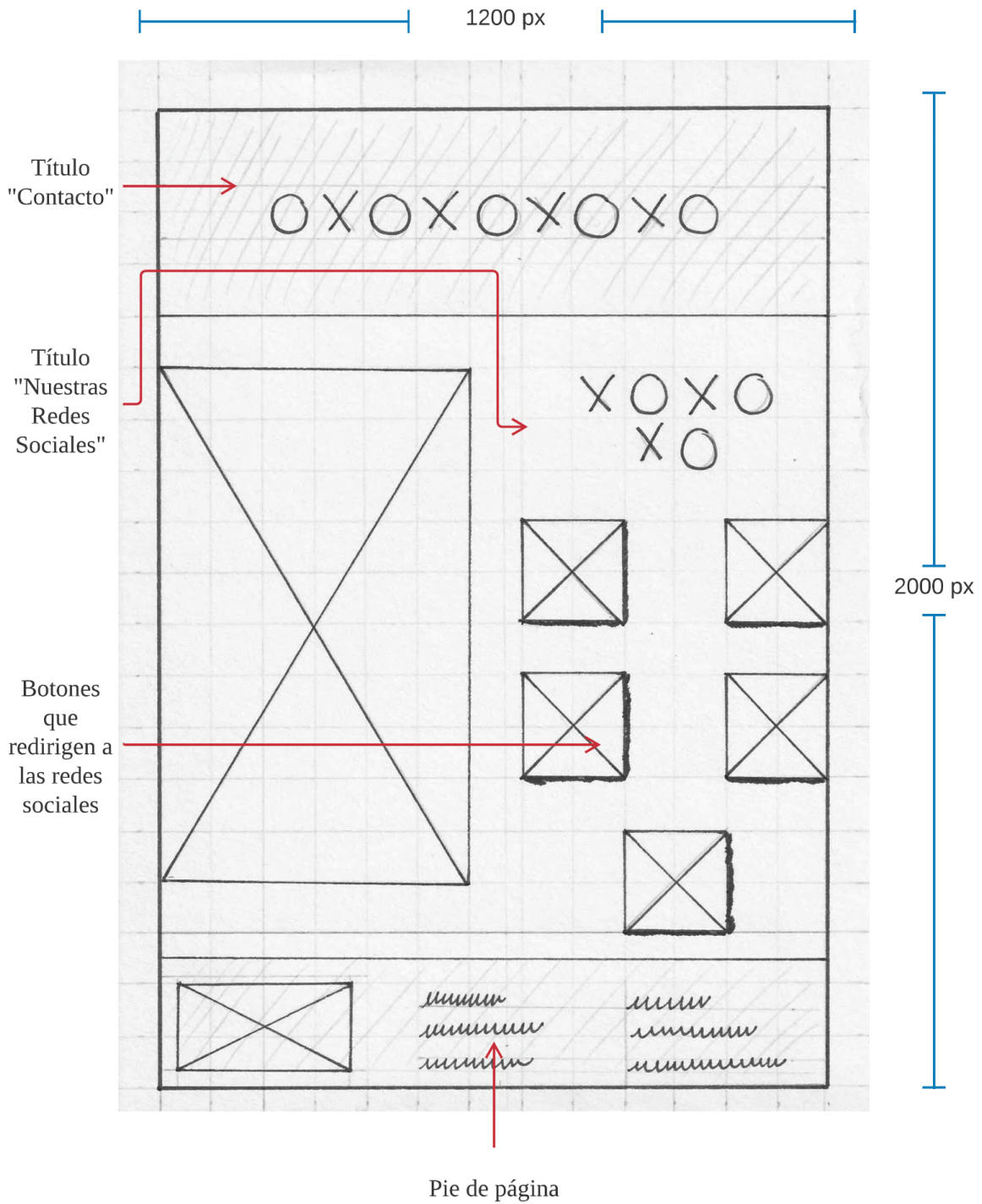
### 7.3.1.4 Boceto #4. Confirmación de compra



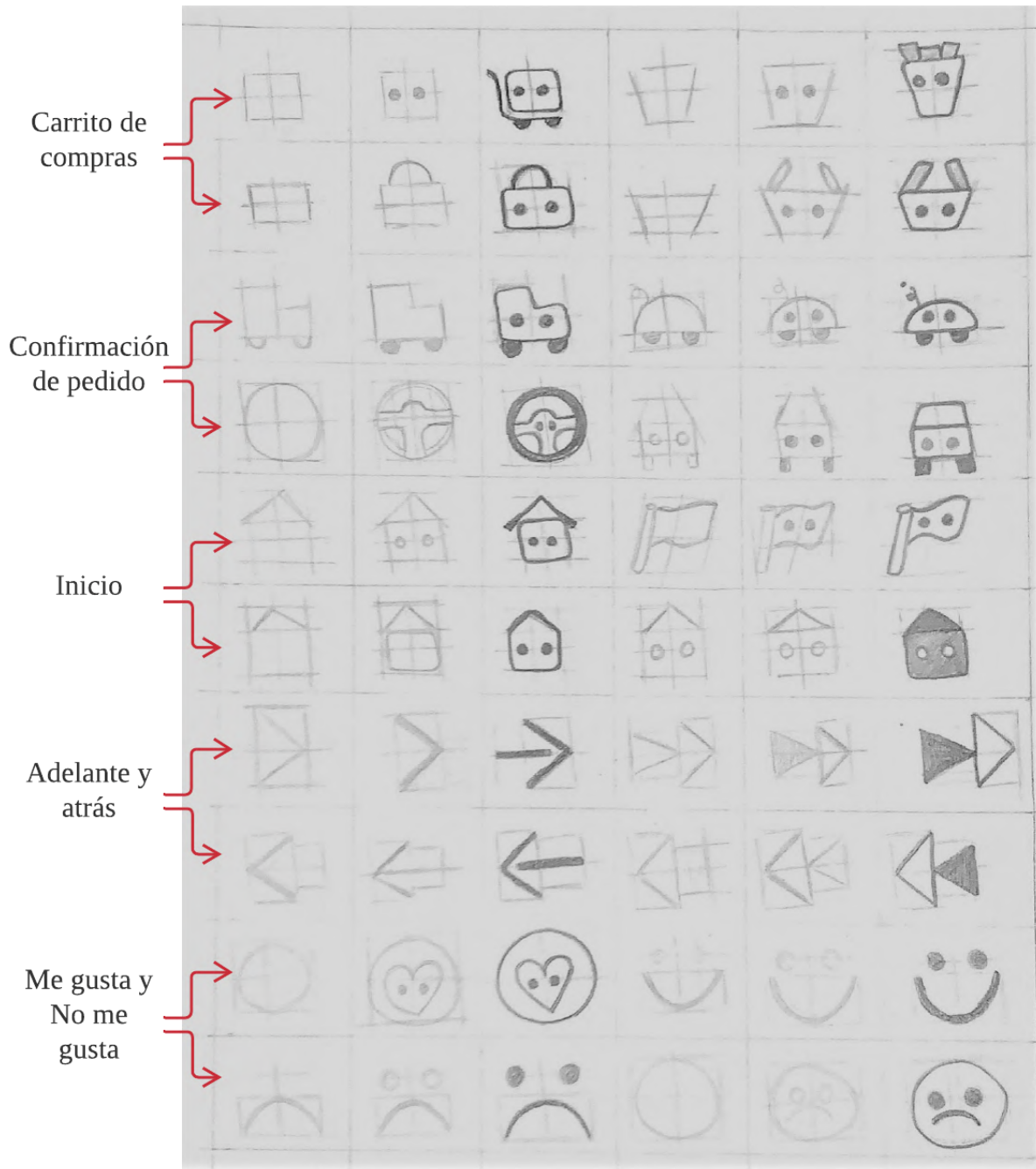
### 7.3.1.5 Boceto #5. Ofertas



### 7.3.1.6 Boceto #6. Contacto



7.3.1.7. **Boceto #7.** Microdibujos



## 7.3.2 Bocetos formales.

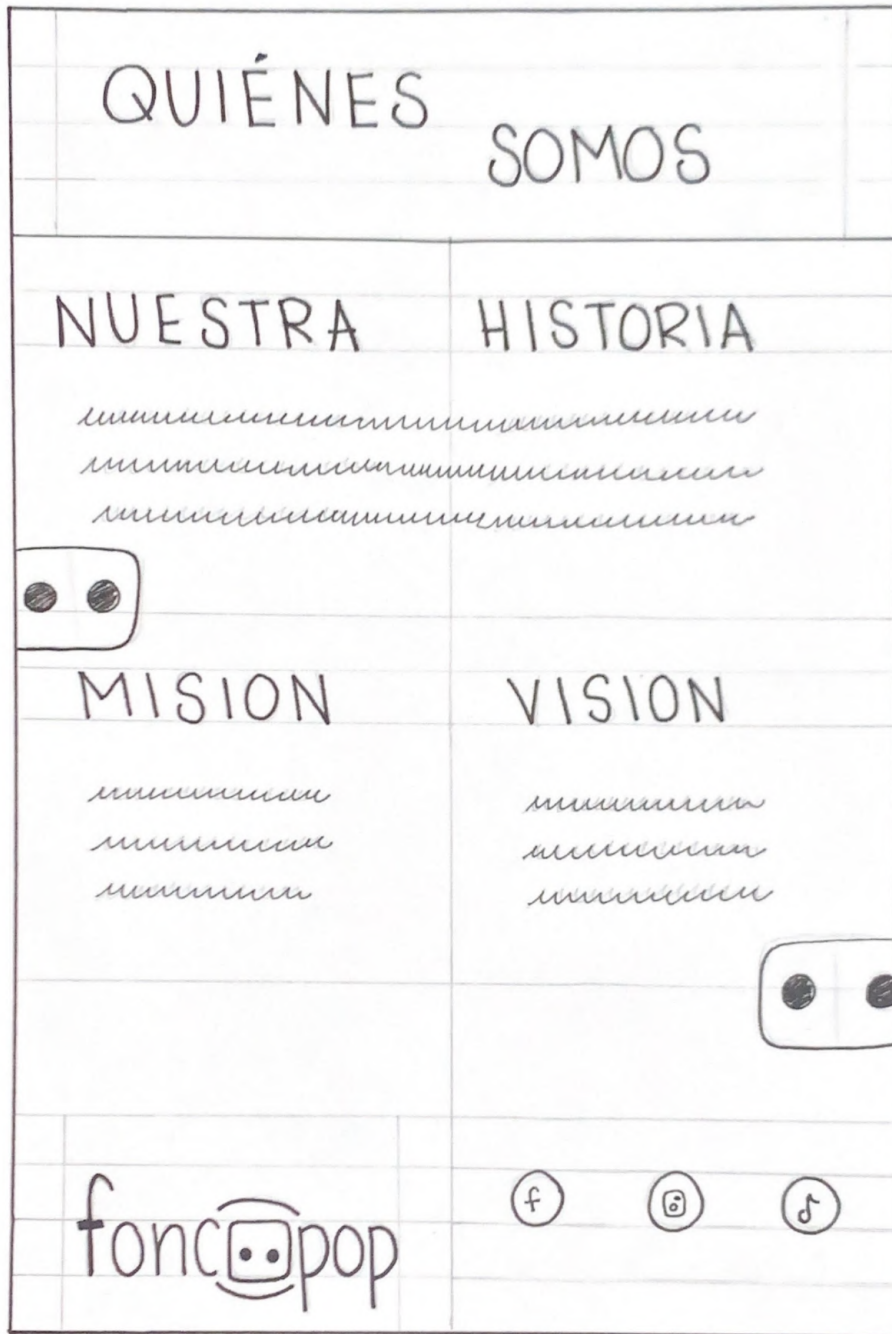
### 7.3.2.1. Página de inicio.





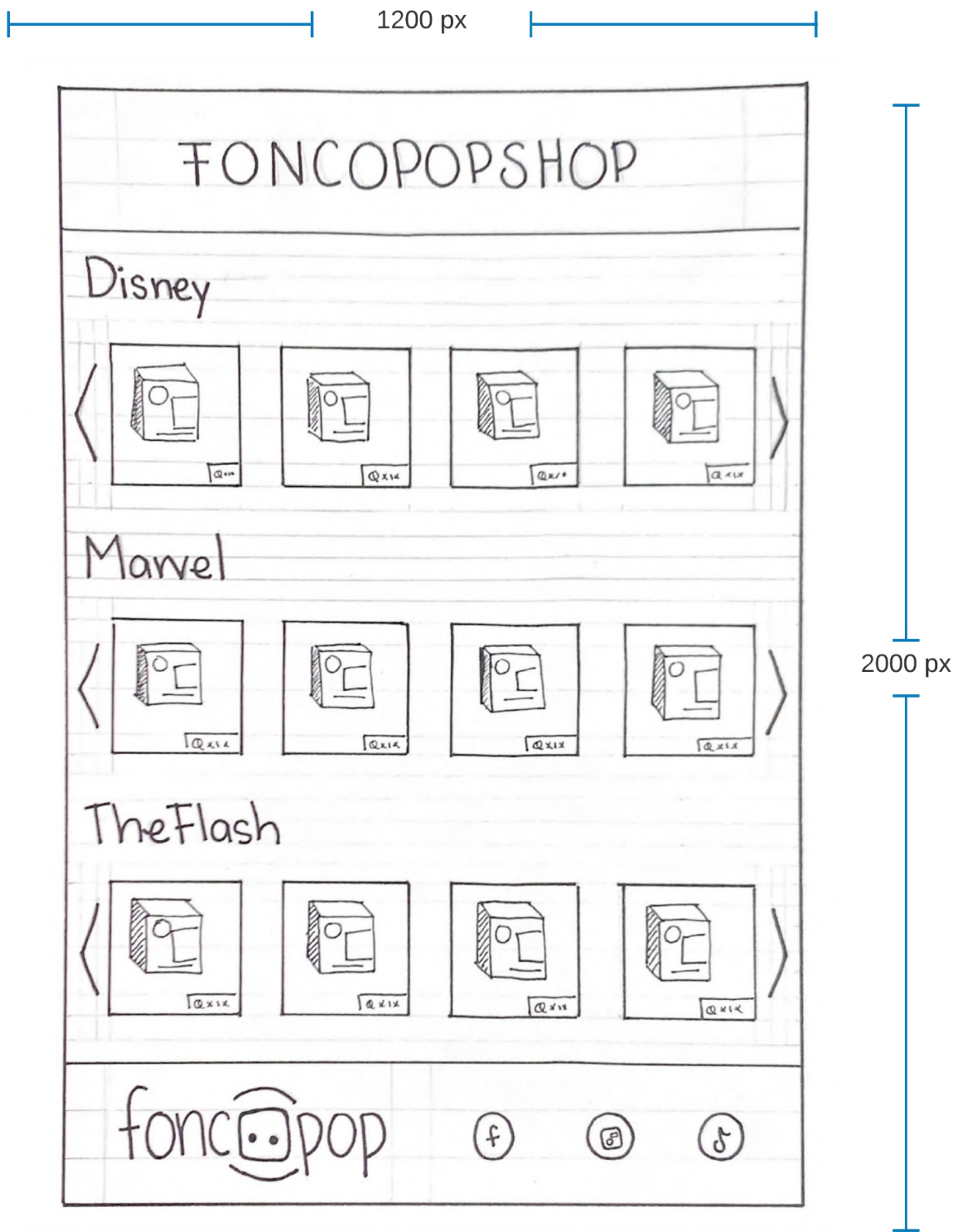
### 7.3.2.2. ¿Quiénes somos?

1200 px



2000 px

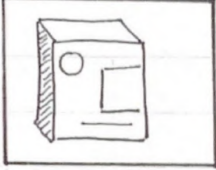
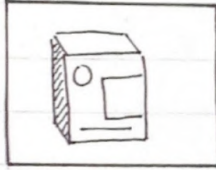
### 7.3.2.3. Tienda.



### 7.3.2.4. Confirmación de compra.




1200 px

CONFIRMACION DE COMPRA

	<i>~~~~~</i> <i>~~~~~</i>	Q x 1x
	<i>~~~~~</i> <i>~~~~~</i>	Q x 1x
		Total: <u>Q x 1x</u>

Descripción de compra:  
*~~~~~*  
*~~~~~*

COMPRAR

fonc@pop   

2000 px

### 7.3.2.5. Ofertas.

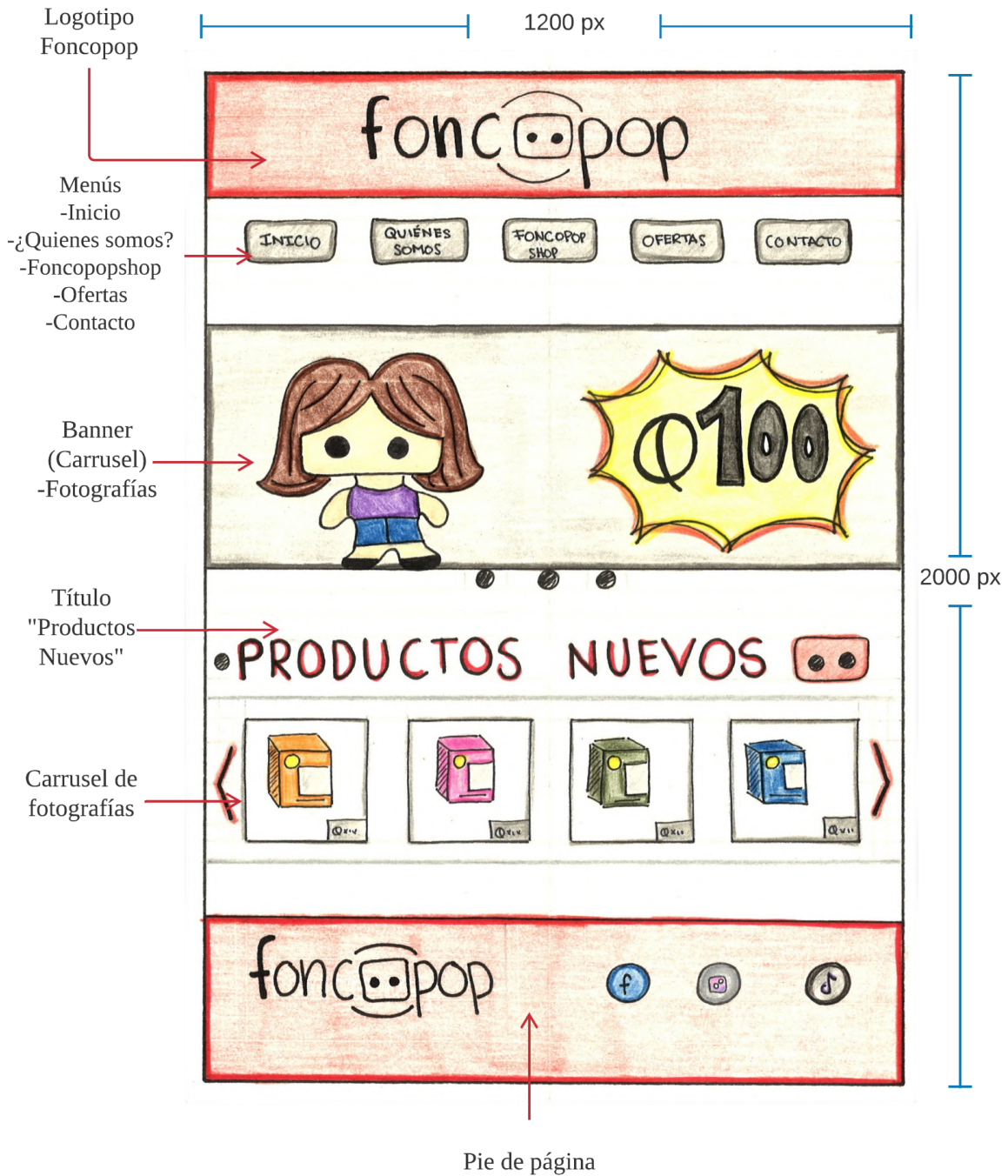


### 7.3.2.6. Contacto.

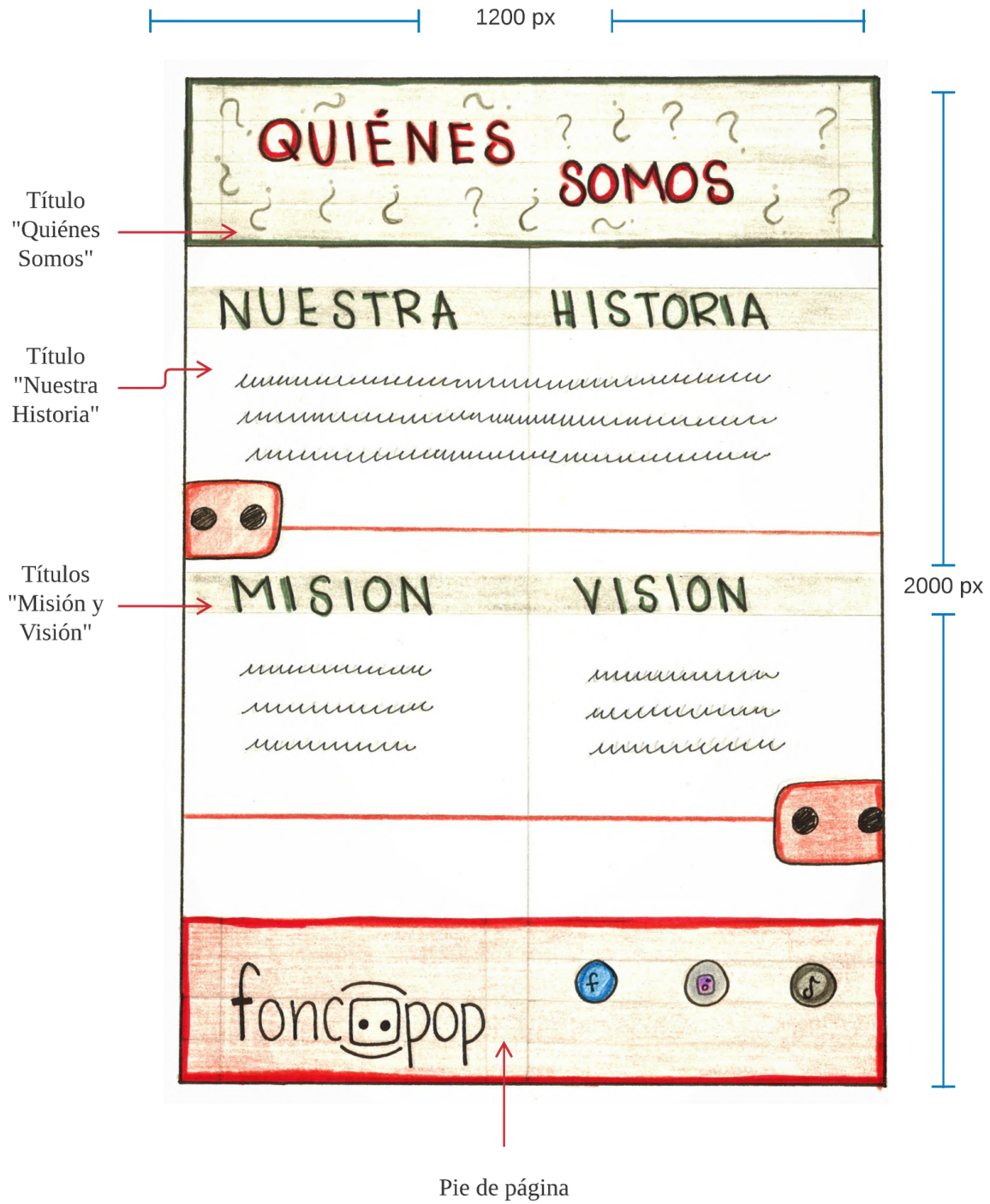


### 7.3.3 Bocetos a color.

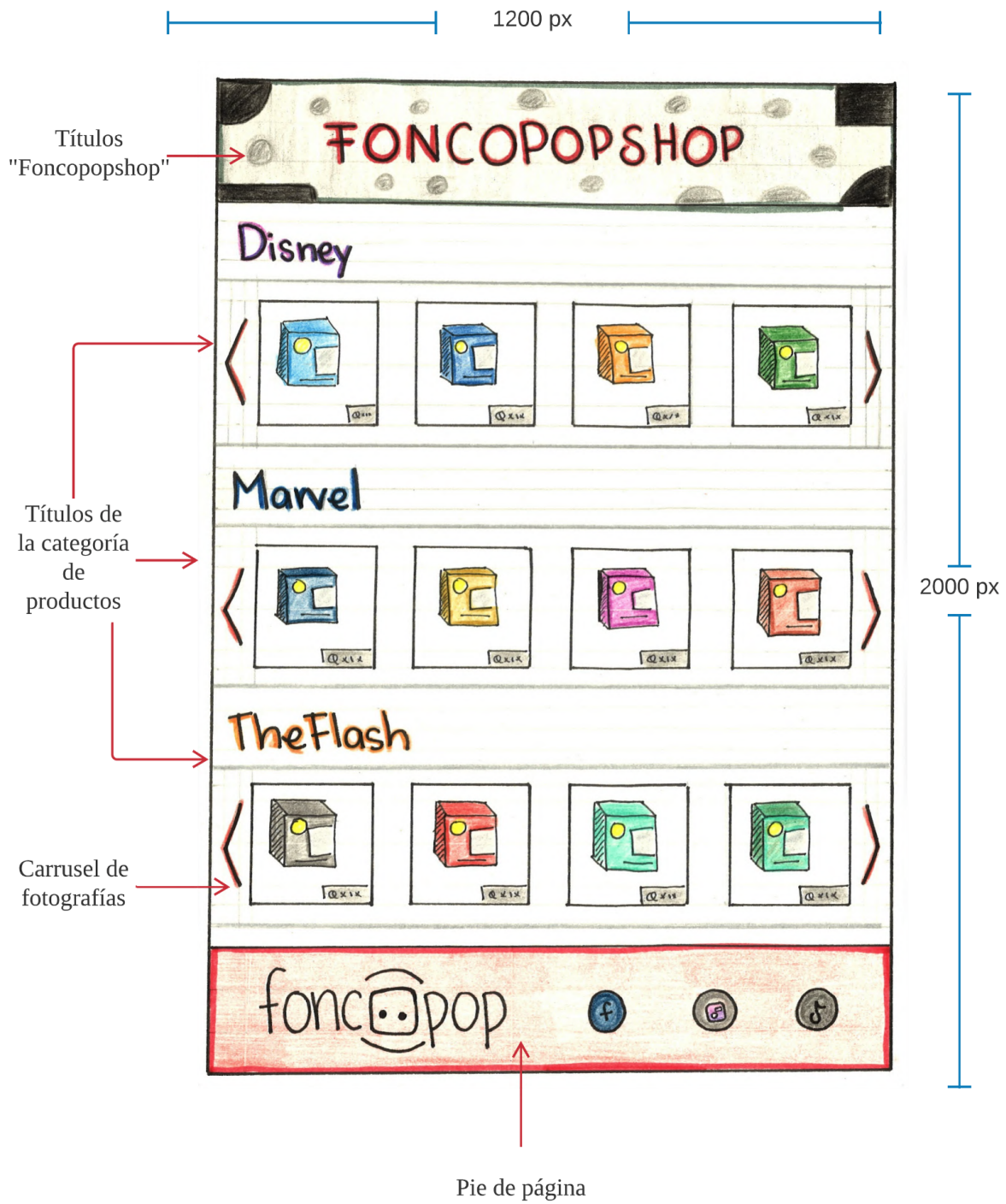
#### 7.3.3.1 Página de Inicio.



### 7.3.3.2 ¿Quiénes somos?

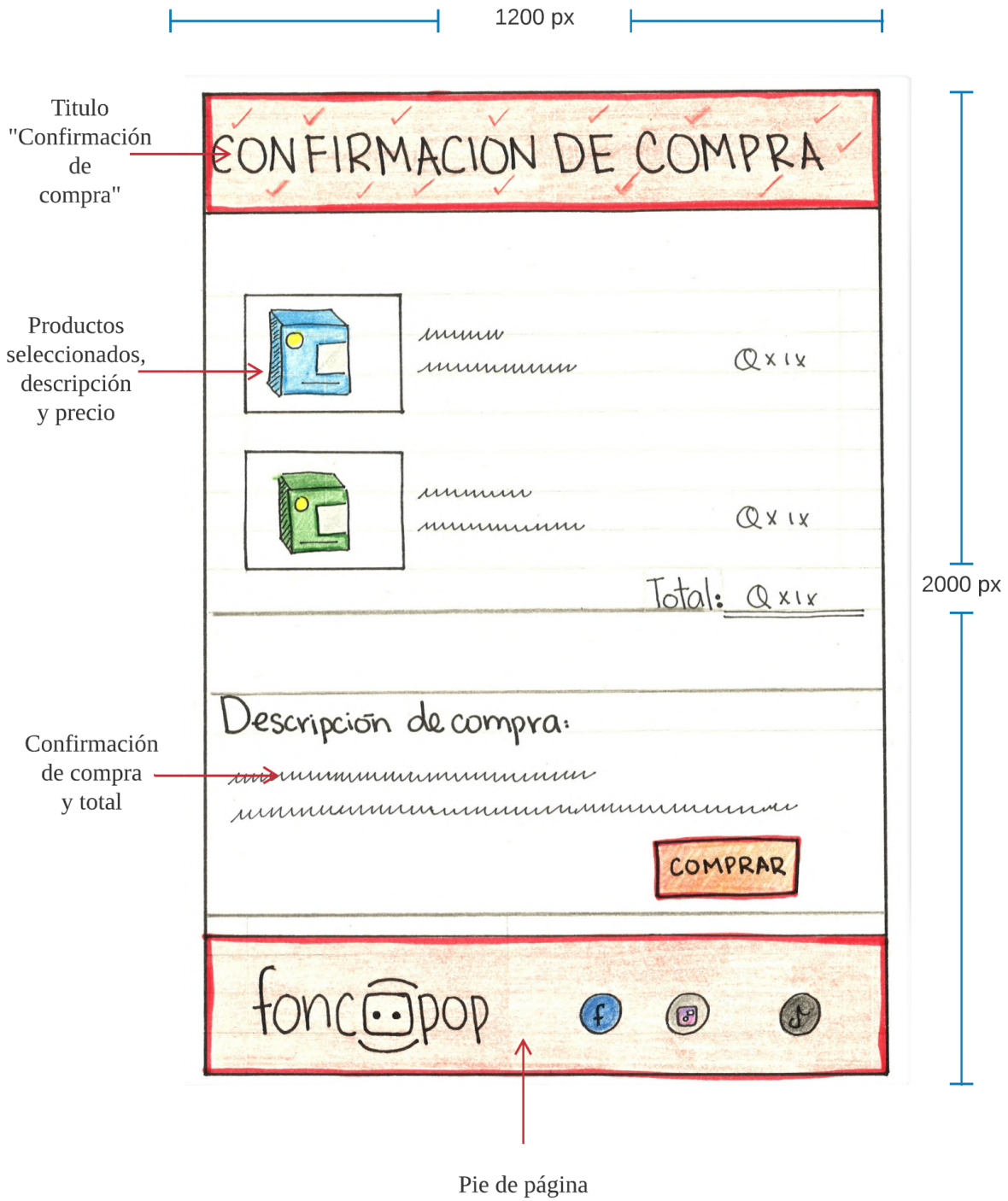


### 7.3.3.3 Tienda.

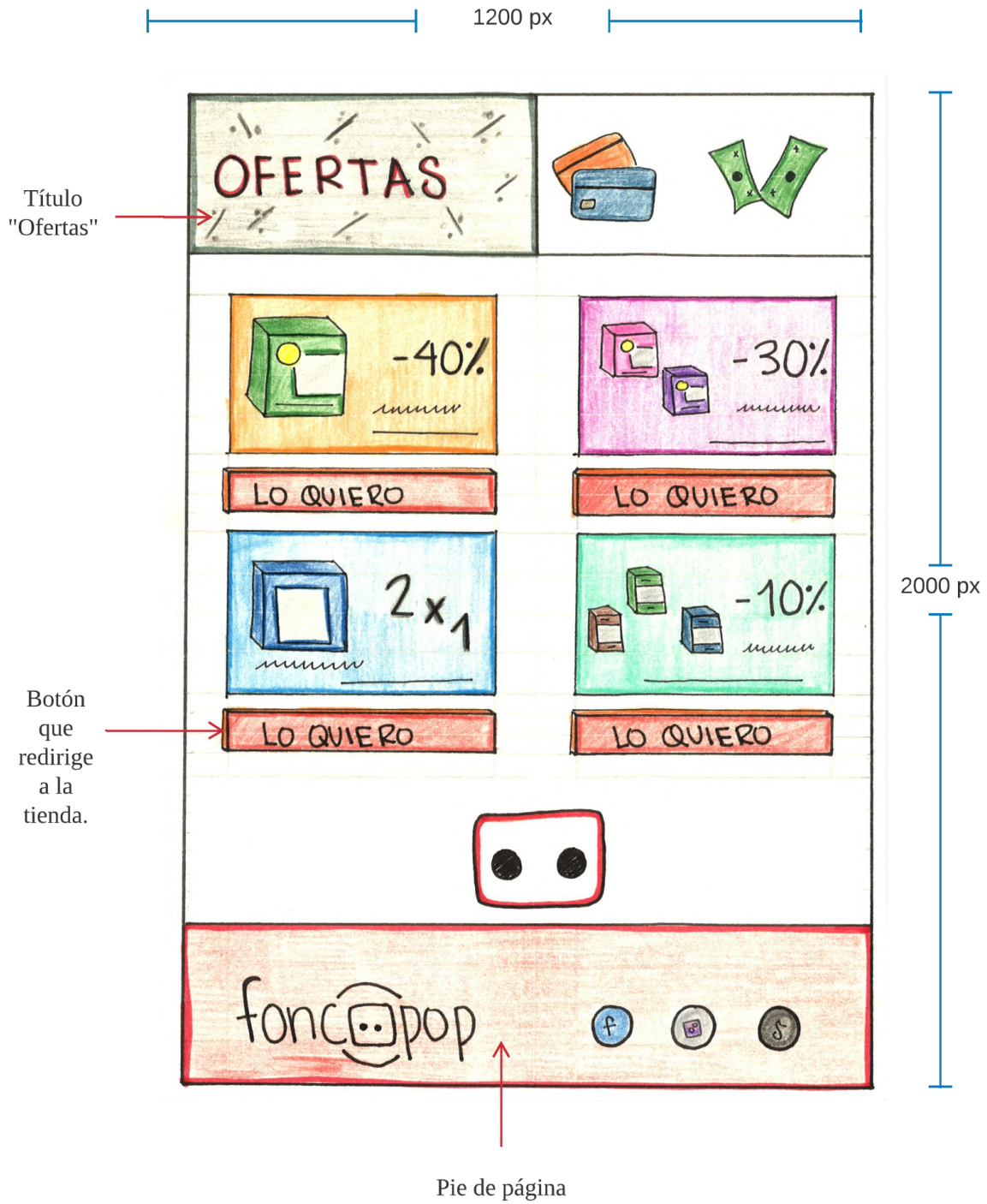




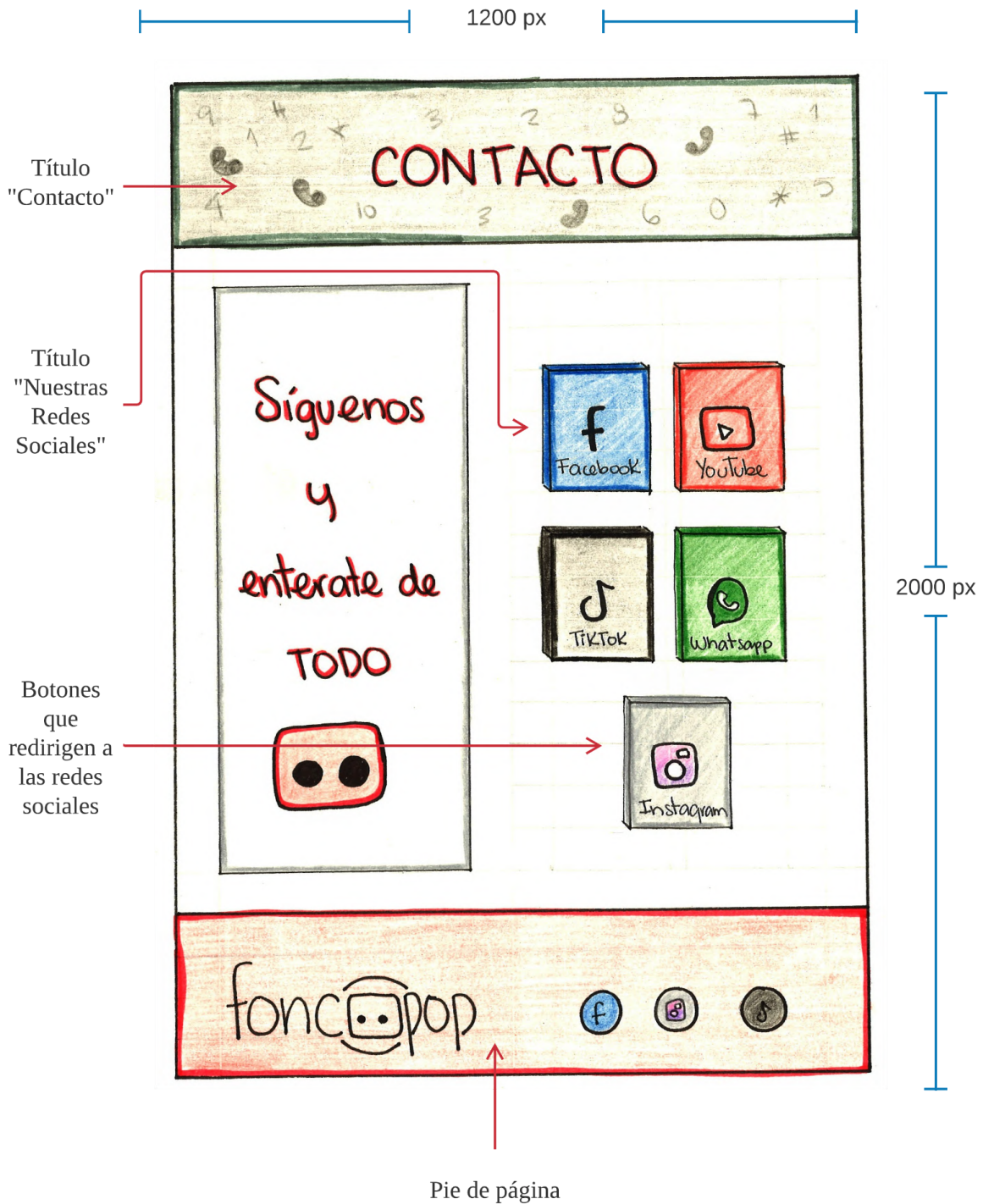
### 7.3.3.4 Confirmación de compra.



### 7.3.3.5 Ofertas.



### 7.3.3.6 Contacto.



## 7.3.4 Proceso de digitalización de bocetos.

### 7.3.4.1 Tipografía.



Figura 8. Tipografía a utilizar en el sitio web de Foncopop

Recuperada de: <https://www.justinmind.com/blog/best-google-web-fonts-website/>

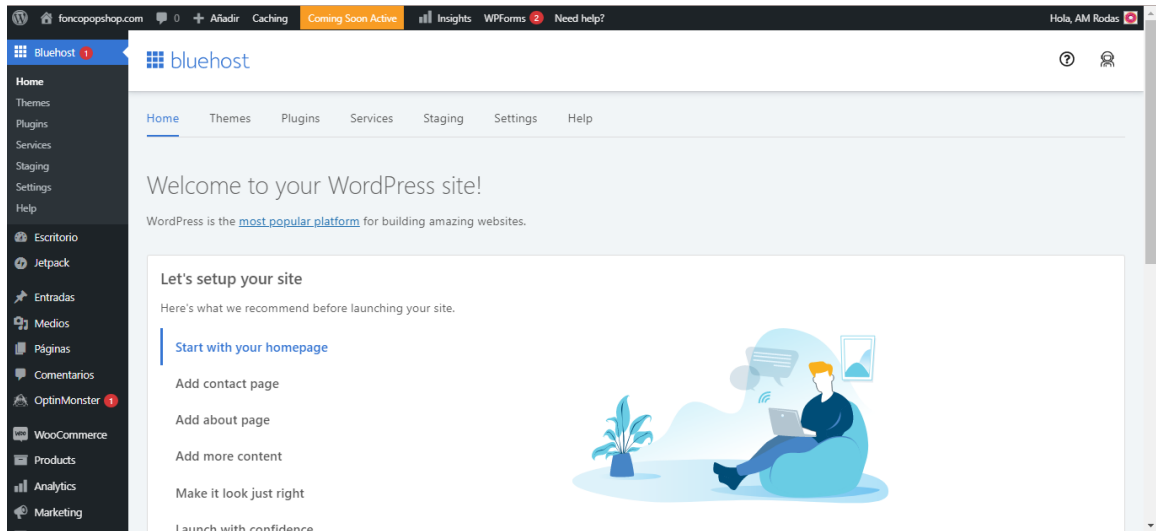
### 7.3.4.2. Paleta de colores.

Rojo	Blanco	Gris
HTML:#c70015	HTML: #ffffff	HTML: #CCCCCC
R:199 G: 0 B: 21	R: 255 G: 255 B: 255	R: 204 G: 204 B: 204
C: 0 M: 100 Y: 89 K: 22	C: 0 M: 0 Y: 0 K: 0	C: 19 M: 13 Y: 10 K: 1

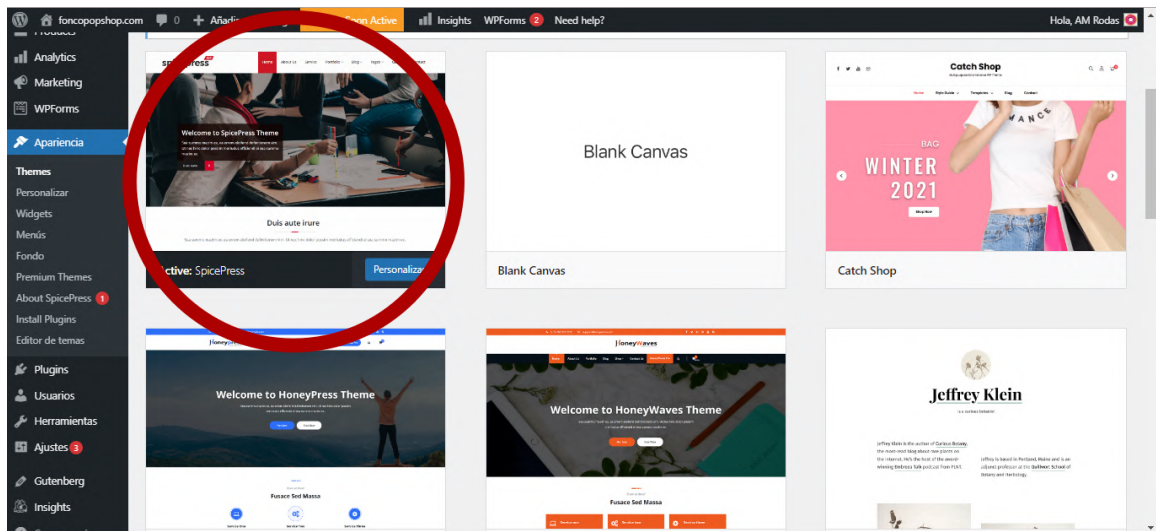
Tabla 3. Paleta de colores del sitio web.

### 7.3.4.3 Diseño del sitio web.

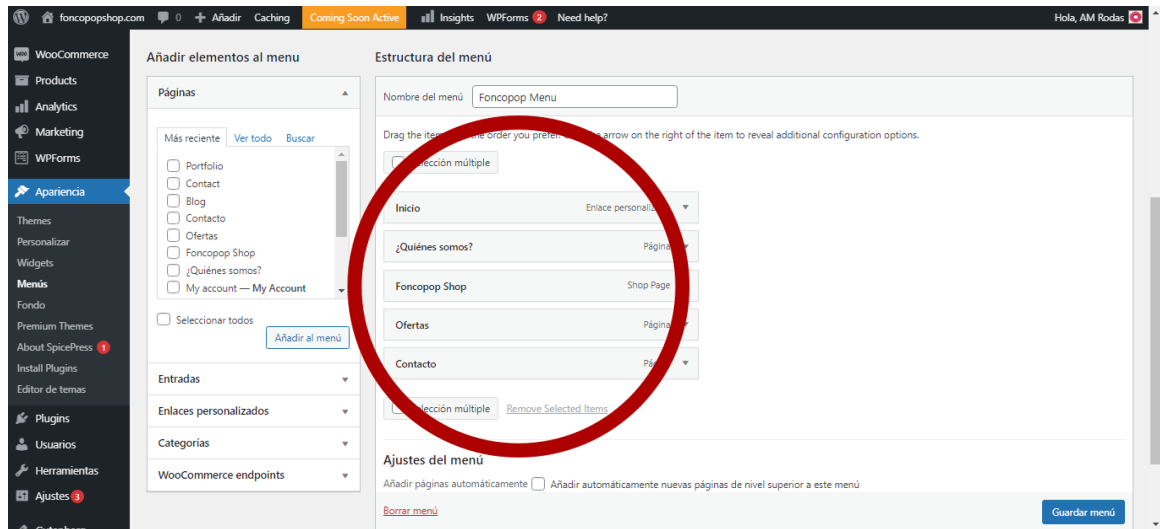
**Paso 1:** Ingresar a Bluehost, en donde se encuentra el host de la página de Foncopop, luego ingresar a Wordpress que nos permitirá elegir una plantilla para comenzar a realizar el diseño.



**Paso 2:** Seleccionar una plantilla. Se eligió la plantilla SpicePress.



### Paso 3: Crear el menú del sitio web.

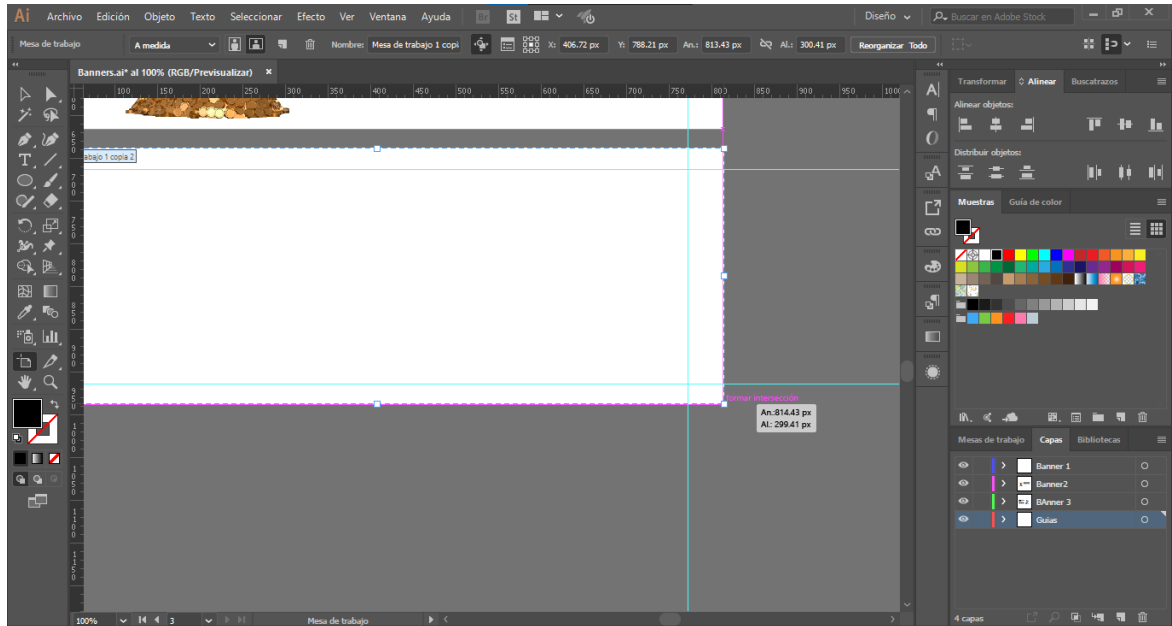


### Paso 4: Elección de logotipo del sitio web, los colores deseados y tipografía.

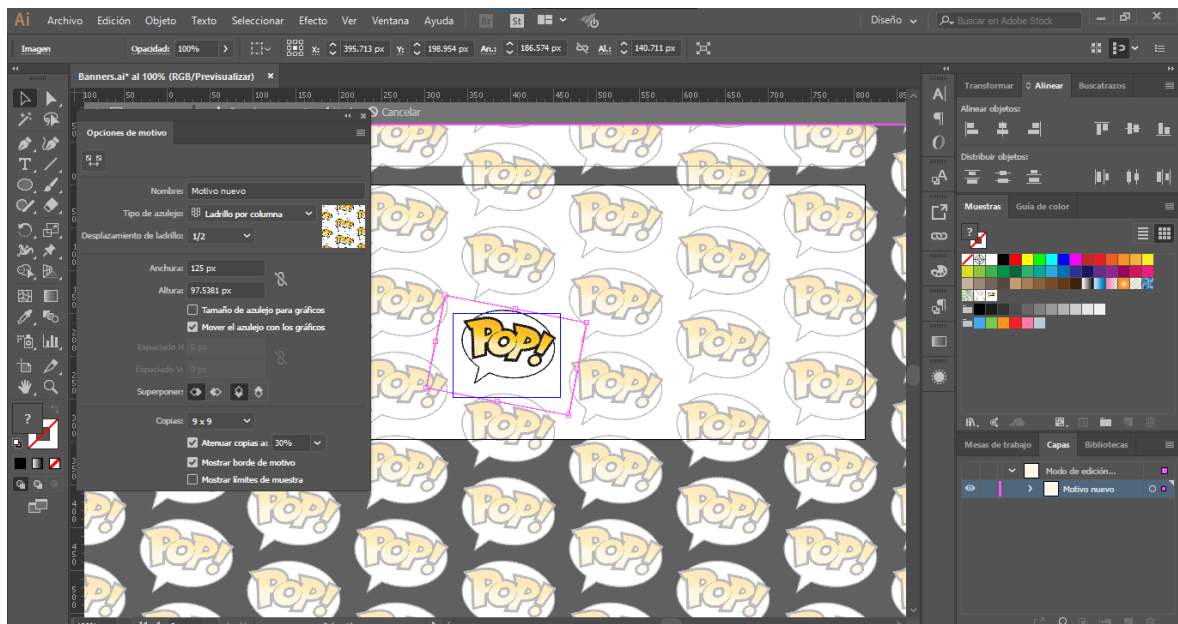


### 7.3.4.4 Diseño de banner.

**Paso 1:** Crear un nuevo documento con medidas deseadas para realizar el banner. Las medidas utilizadas son: 813 X 297 px.



**Paso 2:** Elegir el elemento que será de fondo y luego seleccionar el motivo, esto permitirá crear un patrón que será el fondo de los banners.



**Paso 3:** Colocar los elementos y el texto para llevar a cabo la personalización de cada elemento.



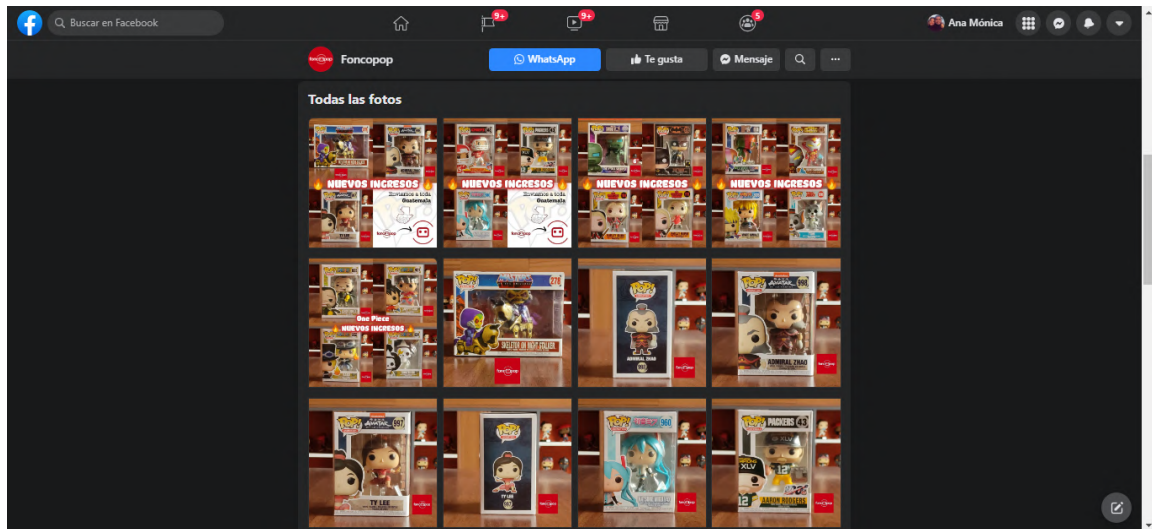
**Paso 4:** Descargar los elementos en formato .png y colocarlos en el sitio web.



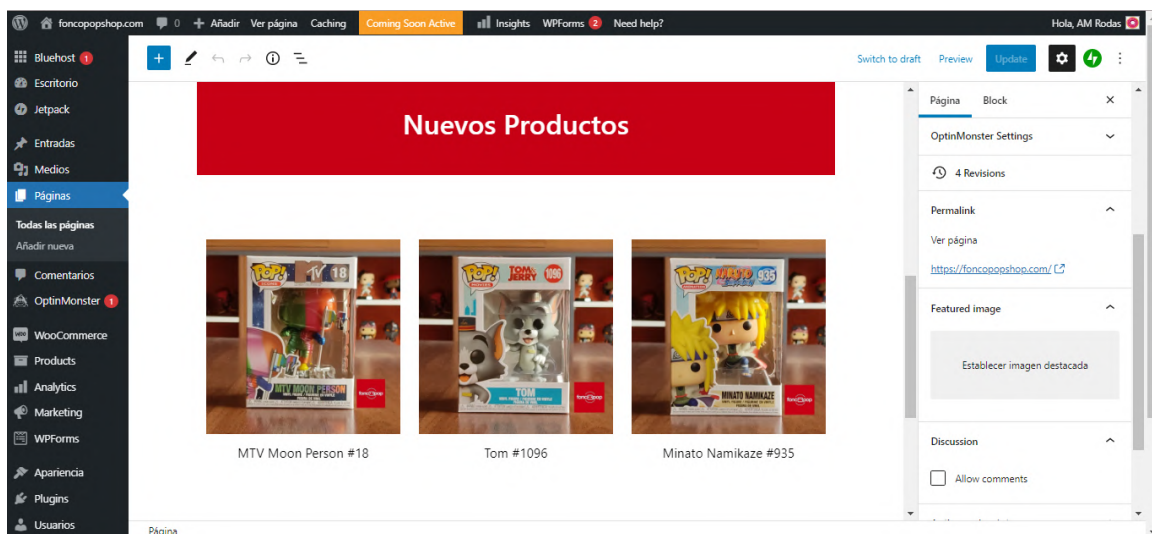


### 7.3.4.5 Diseño de carrusel página de Inicio.

**Paso 1:** Ingresar al Facebook de Foncopop y elegir los nuevos productos que irán en el carrusel.

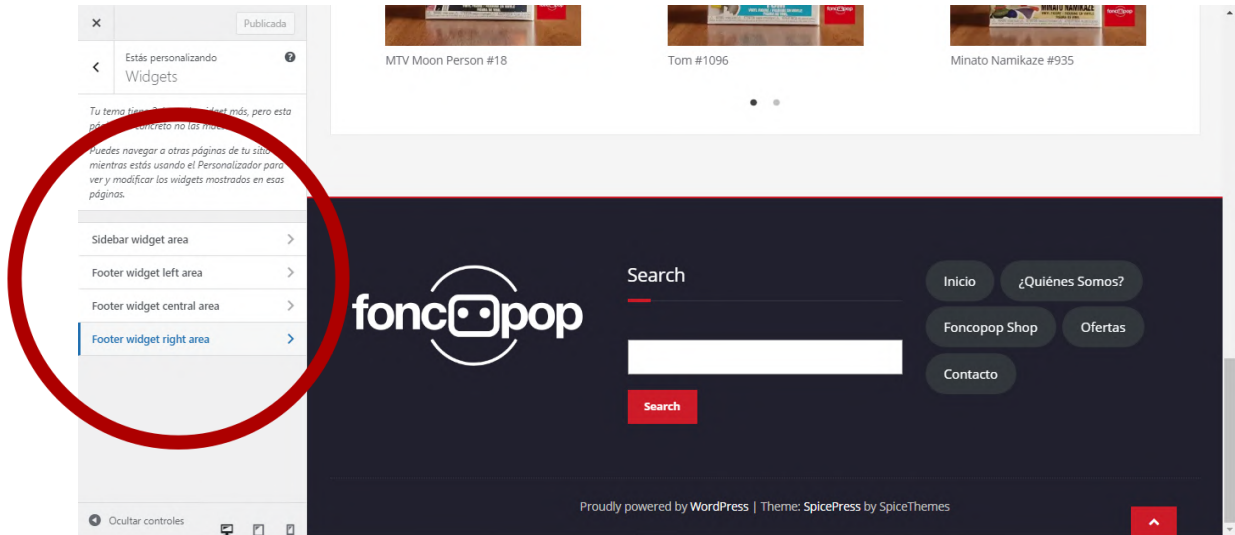


**Paso 2:** Subir al sitio web las seleccionadas y diseñar el carrusel con los nombres y número de cada Funko Pop. Al momento de realizar los cambios seleccionados y centrar la información dentro del sitio web, darle al botón de publicar.

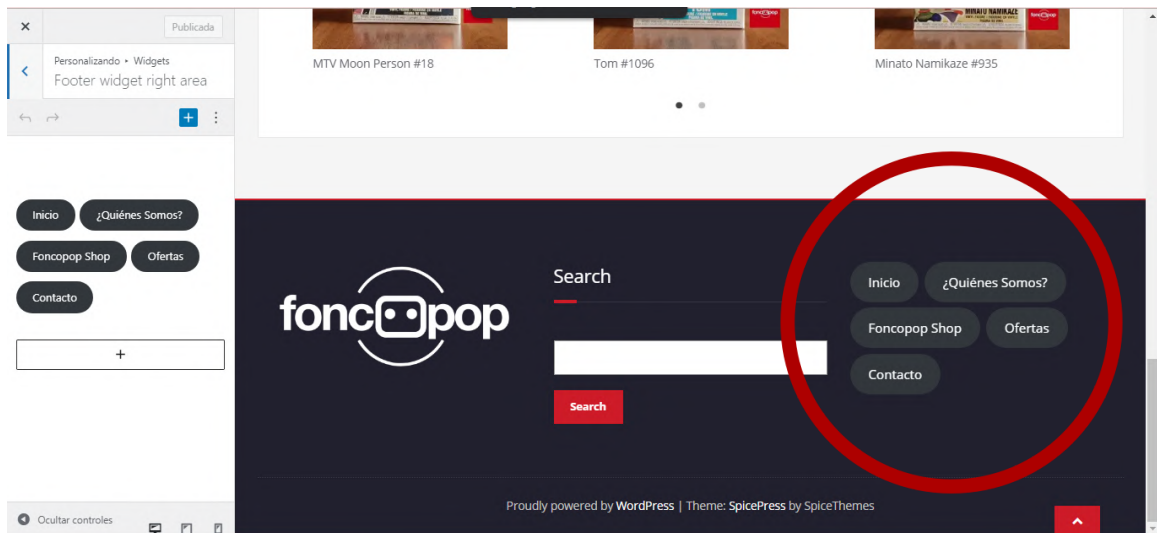


### 7.3.4.6 Diseño footer.

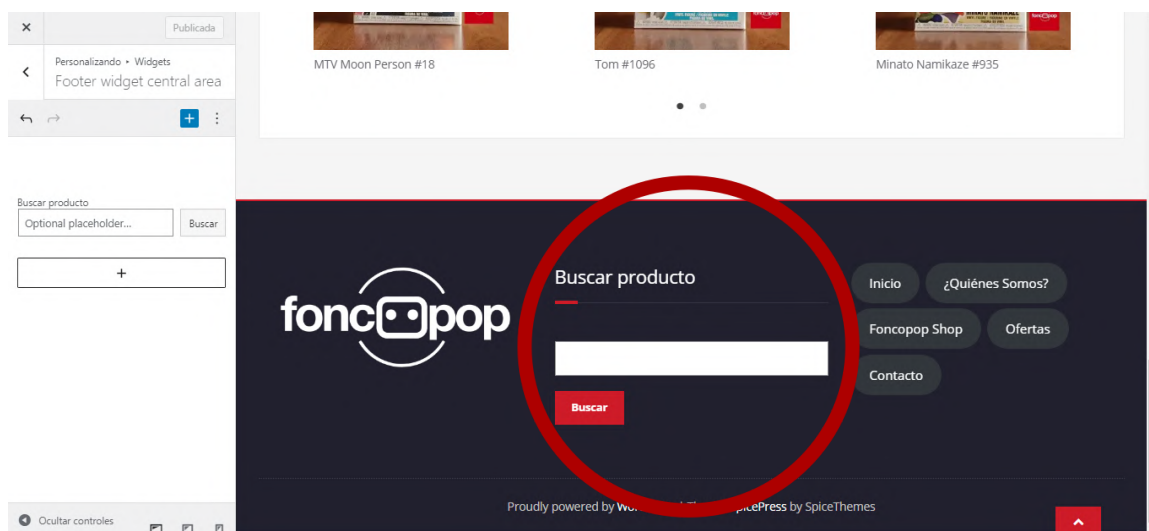
**Paso 1:** Seleccionar en el área de Widgets, el área a editar y personalizar.



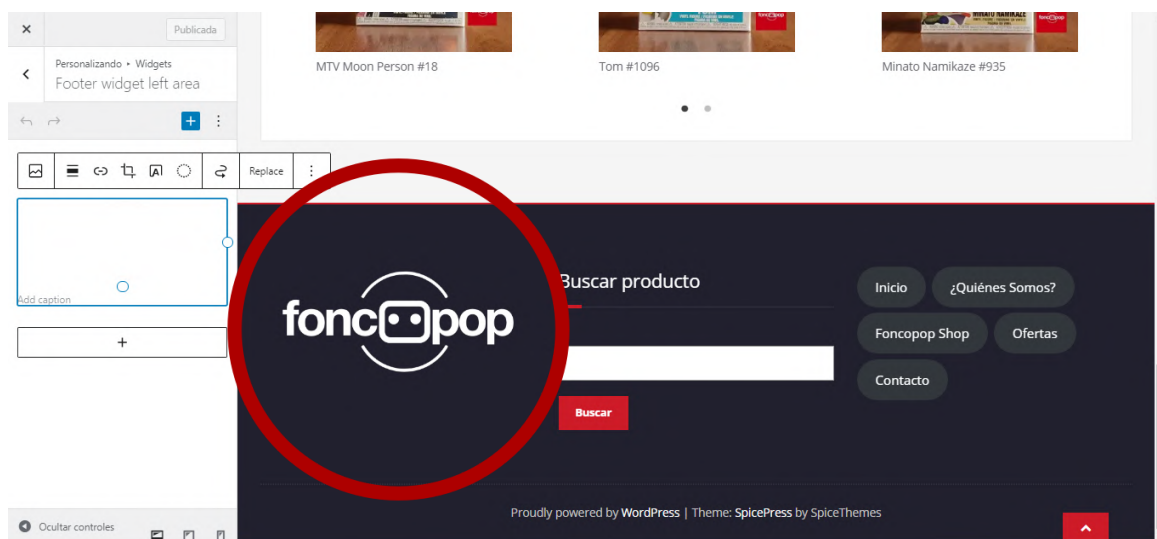
**Paso 2:** En el lado derecho se colocó un pequeño menú en el cual se puede ingresar a la página deseada en un forma más rápida.



**Paso 3:** En el lado de en medio se colocó un área de búsqueda, además se cambió al idioma español.

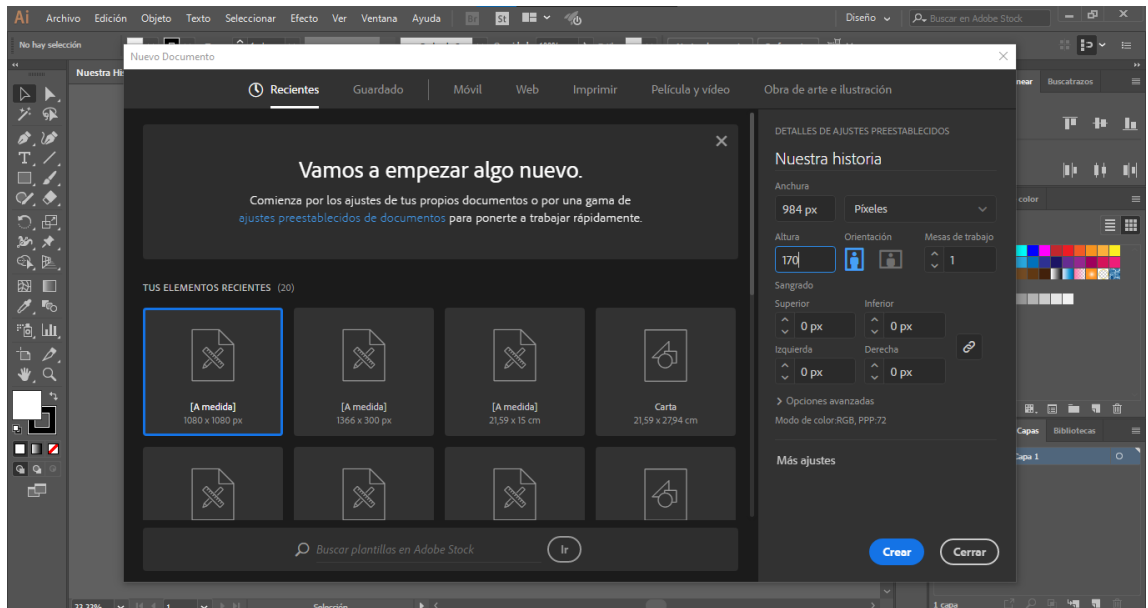


**Paso 4:** En el lado izquierdo se color un logotipo de color blanco para que tuviera un mejor contraste con el fondo aplicado.

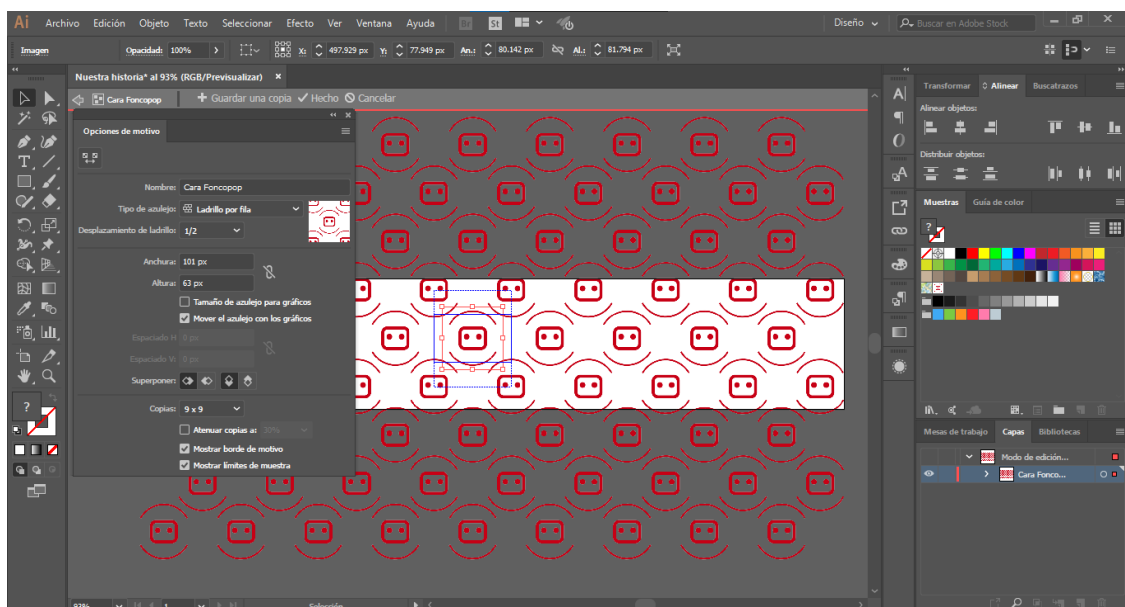


### 7.3.4.7 Diseño de página “¿Quiénes somos?”.

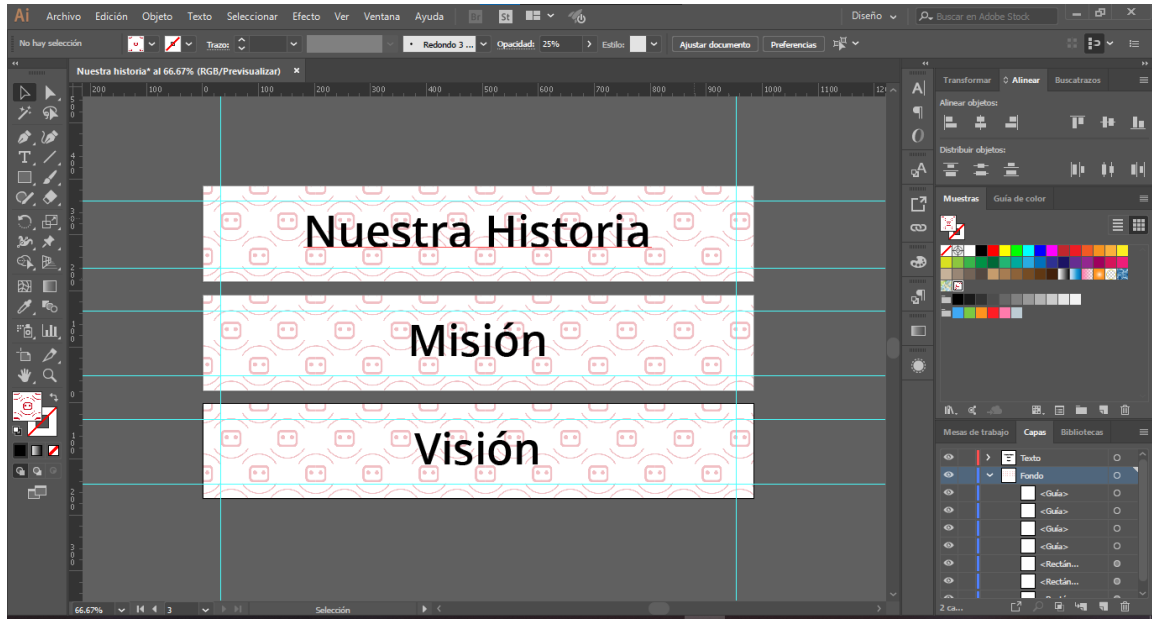
**Paso 1:** Diseño de una pieza gráfica en la cual lleve el título “Nuestra Historia” que se colocará antes del relato. Las medidas que se utilizaron fueron 984x170 px.



**Paso 2:** Elegir el elemento que irá de fondo en el diseño y crear el motivo, luego guardarlo con el nombre deseado.



**Paso 3:** Colocar las líneas guías que nos ayudarán a determinar hasta dónde puede llegar el texto, colocar el texto dentro del diseño y elegir la tipografía. Además de crear la fotografía para “Nuestra Historia”, también se llevará a cabo la de “Visión” y “Misión”.

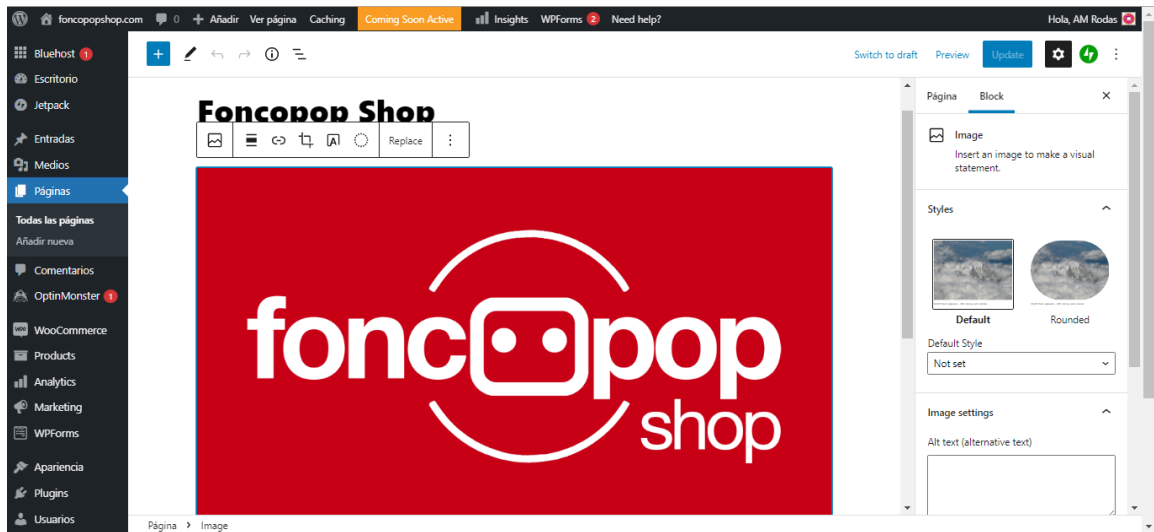


**Paso 4:** Subir al sitio web las fotografías, colocar el texto correspondiente a cada una y publicar.

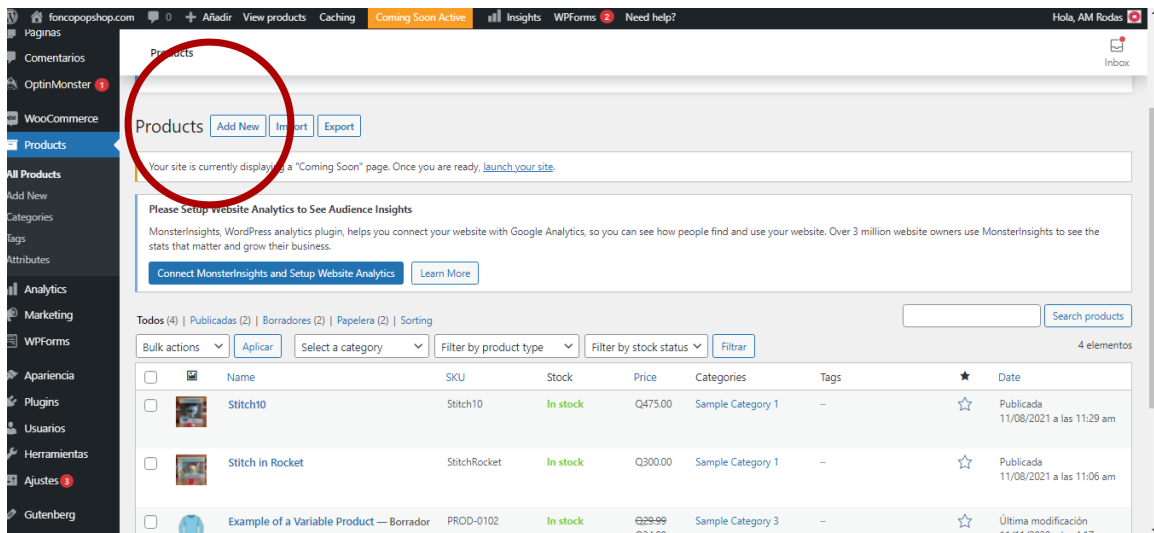


### 7.3.4.8 Diseño de página “Foncopop Shop”.

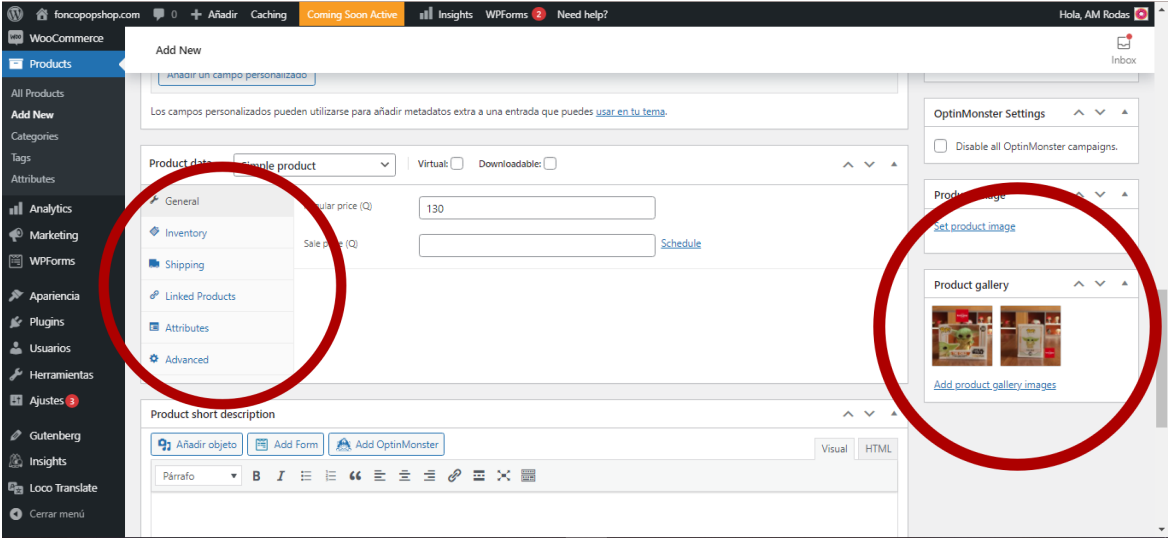
**Paso 1:** Colocar la fotografía de “foncopop Shop” que se podrá observar en la página de la tienda. Publicarlo en la página para que pueda aparecer en el sitio web.



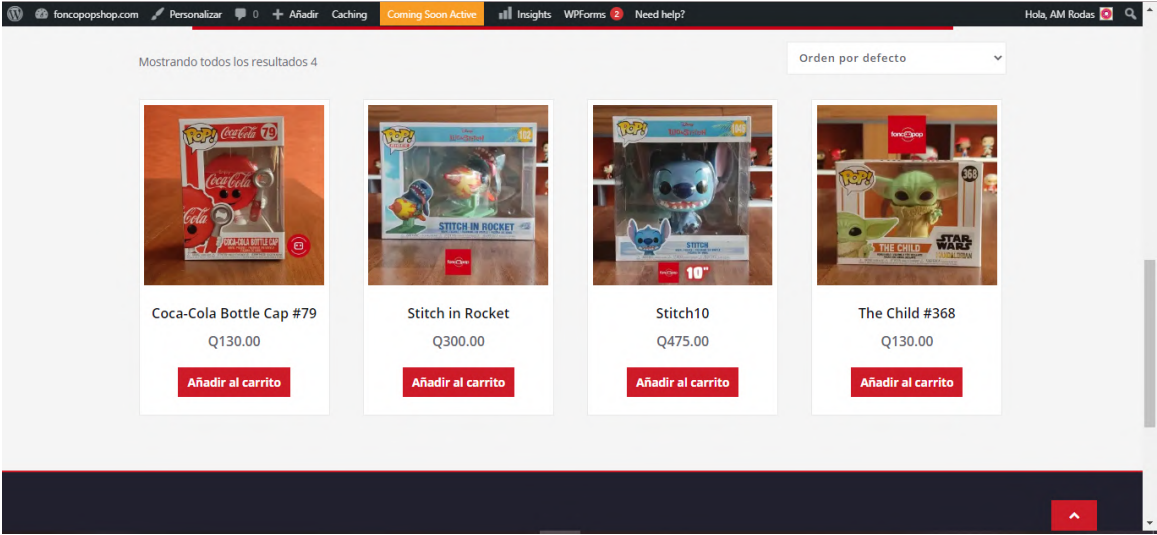
**Paso 2:** En la página de edición de Wordpress, entrar a la página de productos, y luego indicar que es un nuevo producto.



**Paso 3:** Al momento de ingresar a la página de nuevo producto, se coloca precio, el código y fotografías del producto.

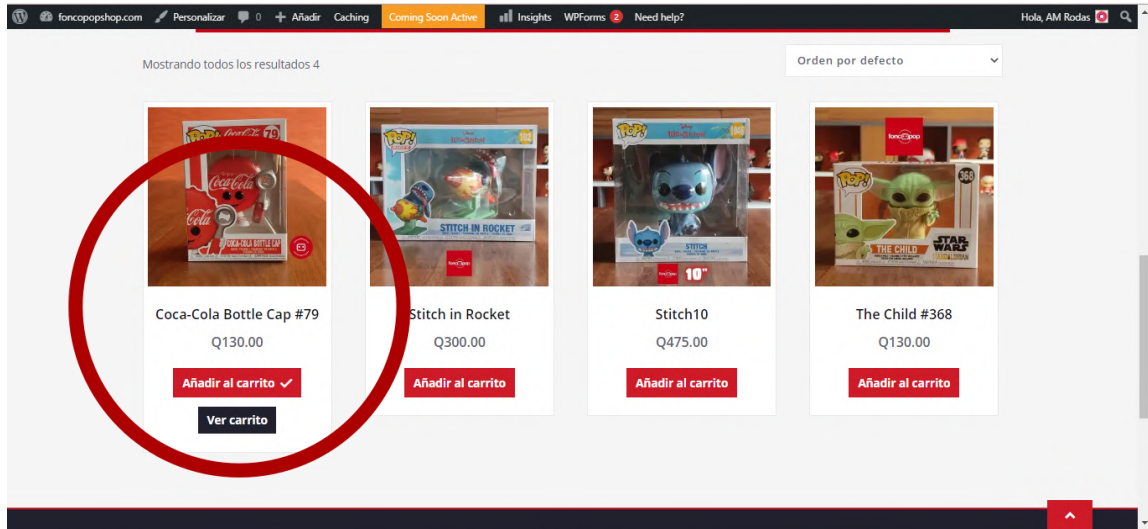


**Paso 4:** Al terminar de colocar toda la información del producto se debe de publicar y ya lo podemos visualizar en el sitio web.

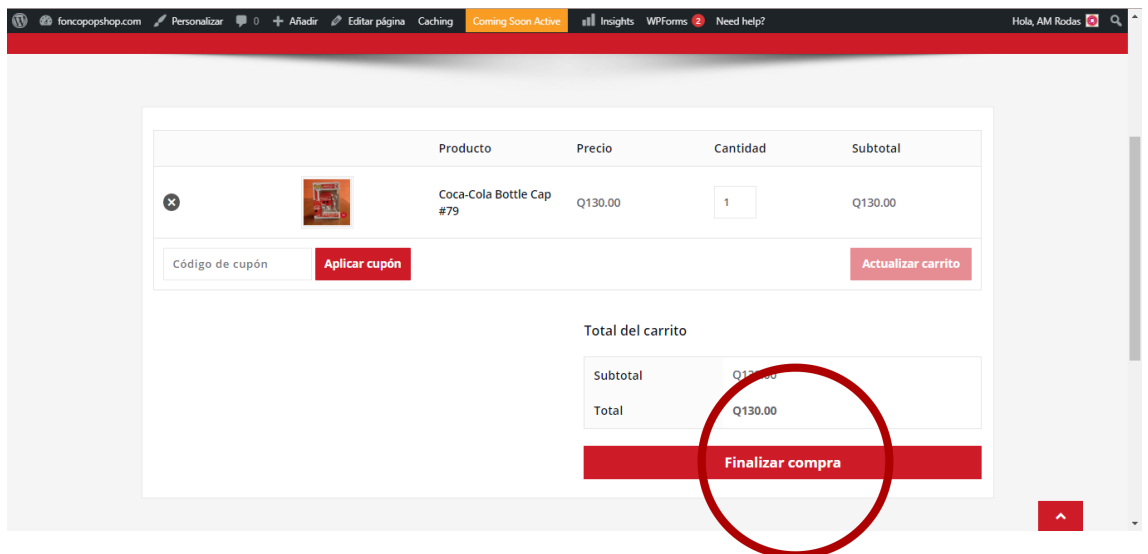


### 7.3.4.9 Funcionamiento de la página “Confirmación de compra”.

**Paso 1:** Elegir el Funko Pop que deseamos, luego darle click a “Añadir al carrito” y se mostrará “ver carrito”.

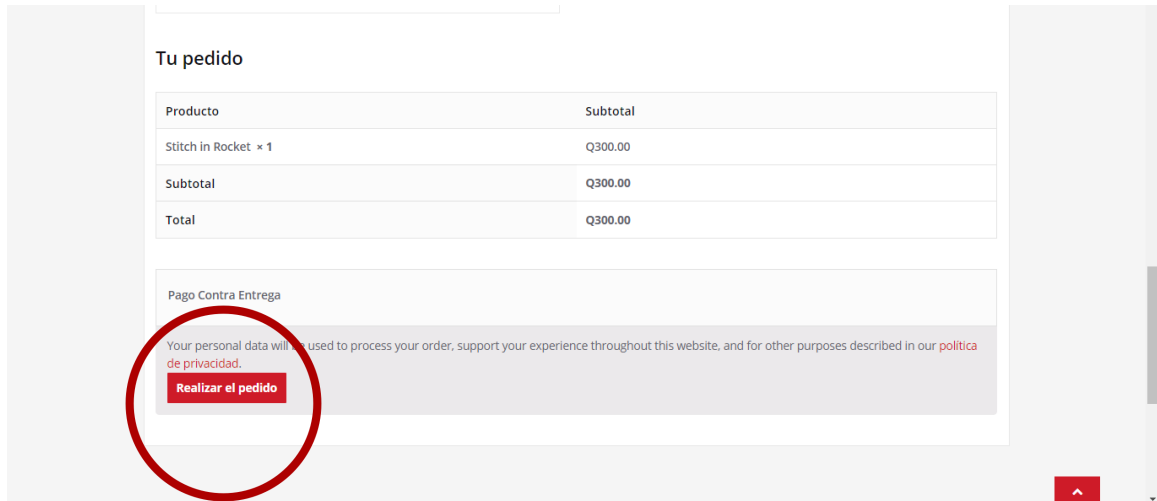


**Paso 2:** Al darle click en “ver carrito”, se mostrará la descripción del producto elegido y el total. Luego darle click en “Finalizar compra”.

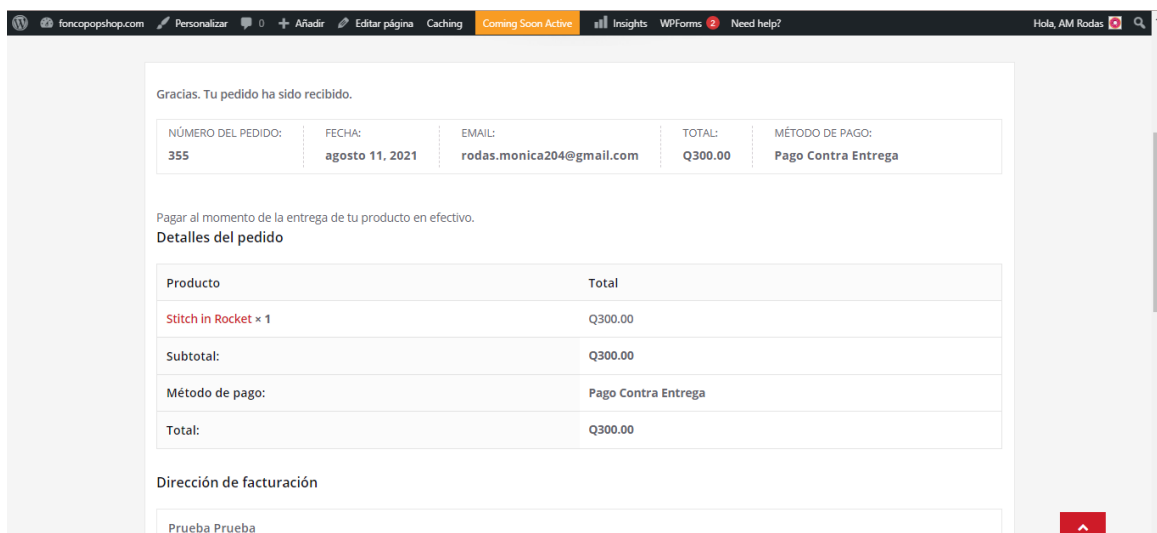




**Paso 3:** Al momento de darle click a “Finalizar compra”, se desplegará la página de “Detalles de facturación”. y en la parte de abajo se mostrará el botón “Realizar pedido”.

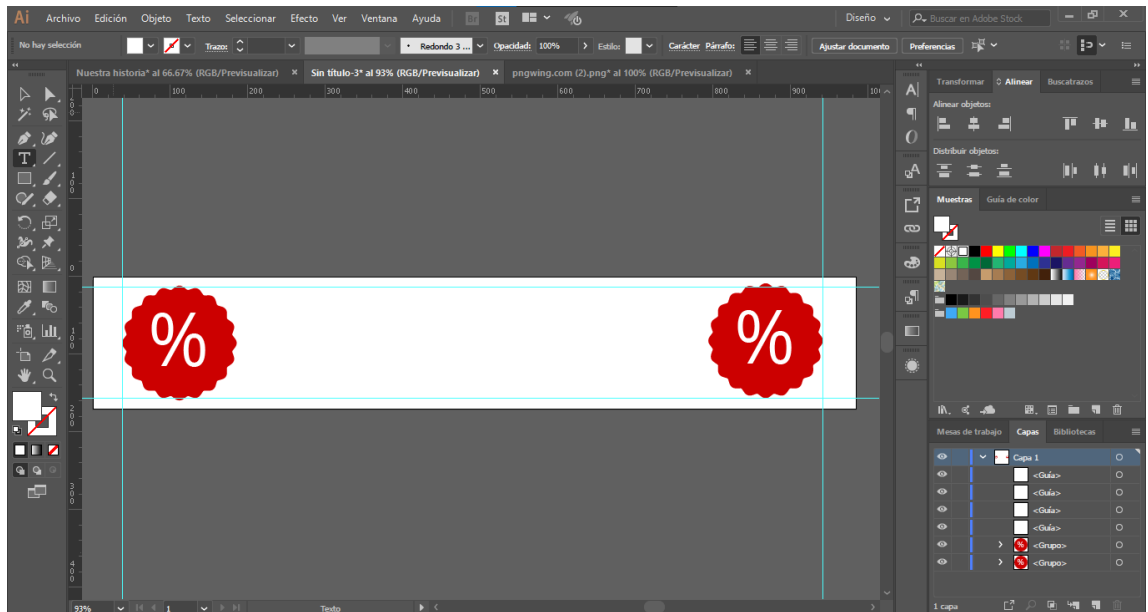


**Paso 4:** Al momento de darle click sobre el botón de realizar pedido, se desplegará una página en la cual confirma tu compra y por medio de un correo electrónico llegará la confirmación de compra.



### 7.3.4.10 Diseño de la página “Ofertas”.

**Paso 1:** Preparación de documento en illustrator para llevar a cabo el diseño del banner de la página de “Ofertas” y diseño del signo de porcentaje que estará a la par del texto.

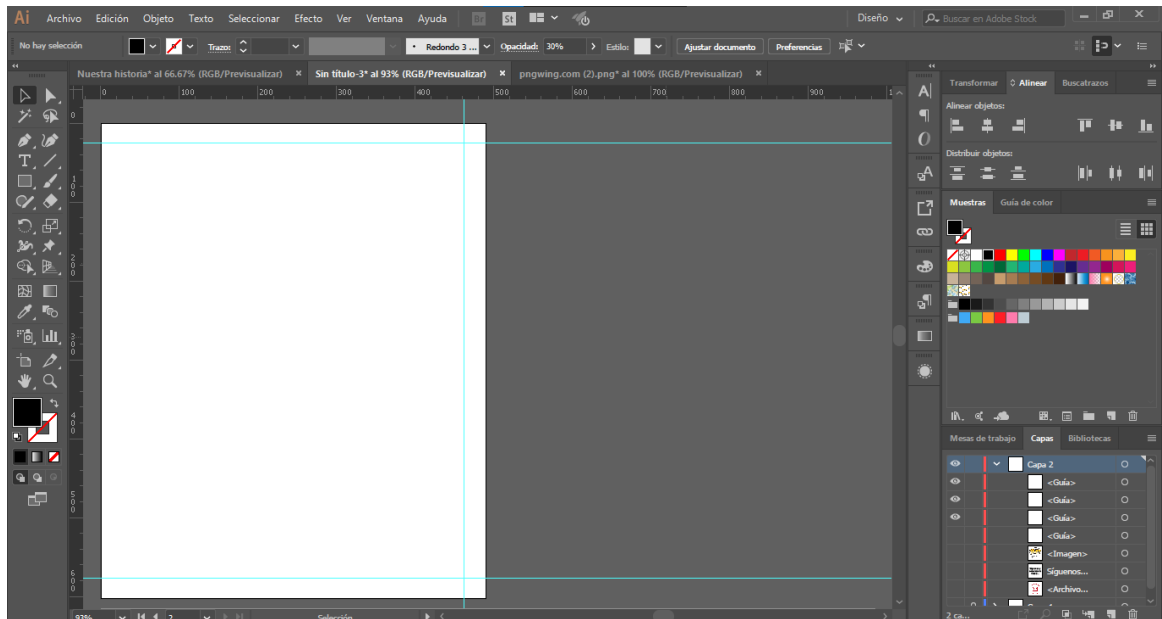


**Paso 2:** Selección de tipografía y exportación de la imagen en formato .png para el sitio web. Selección de fotografías de las redes sociales de Foncopop para colocarlas en el sitio web y publicarlas.

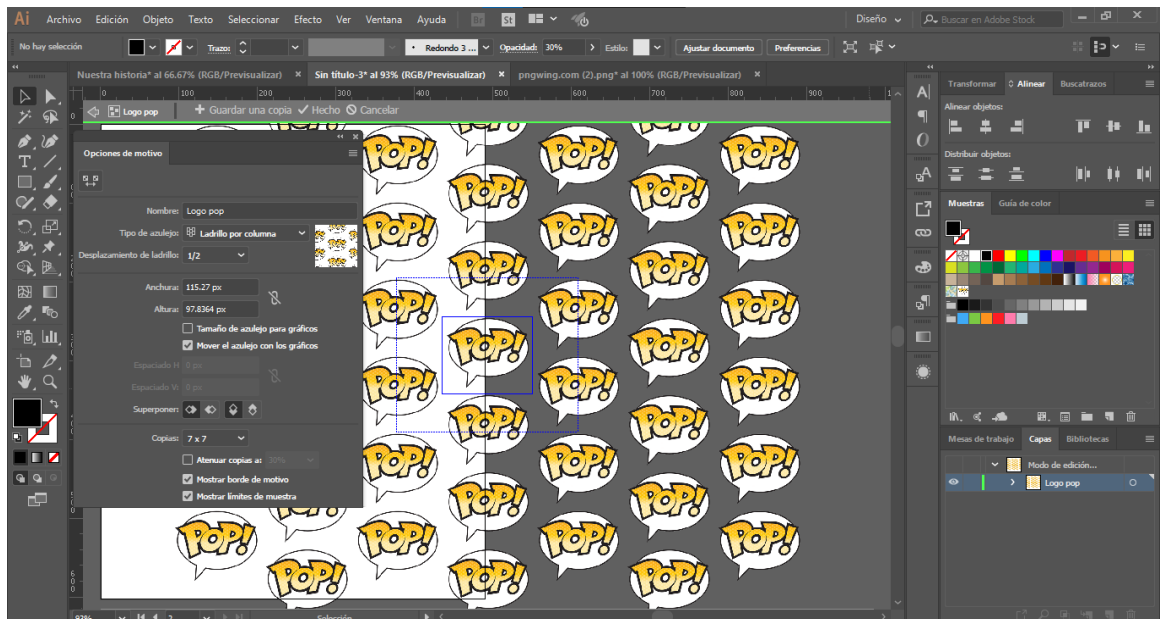


### 7.3.4.11 Diseño de la página “Contacto”.

**Paso 1:** Crear en Illustrator la mesa de trabajo para crear la fotografía que se encontrará en la página de contacto. Sus medidas son 480x600px.



**Paso 2:** Crear el patrón con el logo de Pop, el cual se colocará de fondo en la imagen.



**Paso 3:** Colocar texto, elementos gráficos y por último exportar como .png.



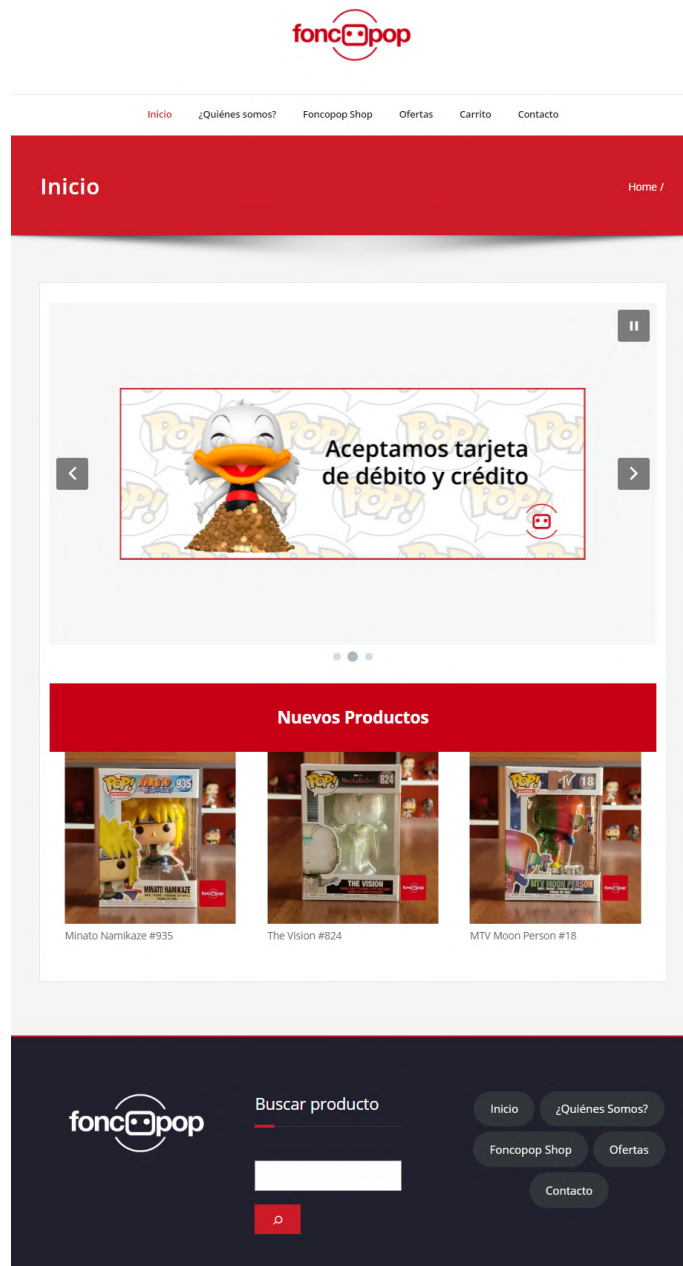
**Paso 4:** Subir a la página de contacto la fotografía en el sitio web, colocar las redes sociales de Foncopop e hipervínculos.



## 7.4 Propuesta preliminar.

### 7.4.1 Página de inicio.

La página de inicio del sitio web de la empresa Foncopop tiene una medida de 1200 x 2000 px. Está conformada por el logotipo, menú, un pequeño carrusel animado, los productos nuevos y por último el footer el cual contiene el logotipo, búsqueda de productos y un menú.



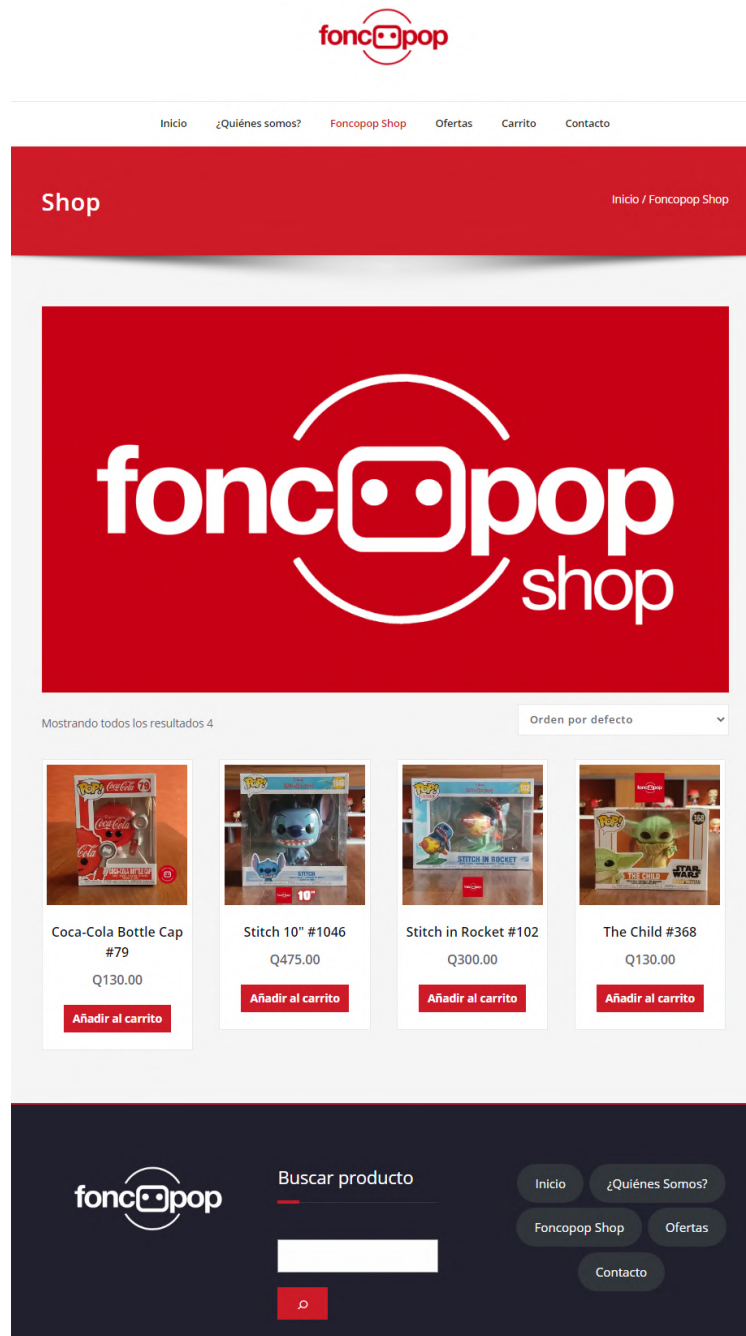
## 7.4.2 ¿Quiénes somos?.

La página de ¿Quiénes somos? del sitio web de la empresa Foncopop tiene una medida de 1200 x 2000 px. Está conformada por el logotipo, menú, la historia de la empresa, misión, visión y por último el footer el cual contiene el logotipo, búsqueda de productos y un menú.

The screenshot displays the '¿Quiénes somos?' page of the Foncopop website. At the top, there is a navigation menu with links for 'Inicio', '¿Quiénes somos?', 'Foncopop Shop', 'Ofertas', 'Carrito', and 'Contacto'. Below the menu is a red header bar with the text '¿Quiénes somos?' on the left and 'Home / ¿Quiénes somos?' on the right. The main content area is divided into three sections: 'Nuestra Historia', 'Misión', and 'Visión'. Each section is separated by a decorative border featuring a repeating pattern of small Funko Pop figures. The 'Nuestra Historia' section contains the text: 'Foncopop es un emprendimiento guatemalteco que nace en el 2018, de un hobby por coleccionar Funko Pop. Los juguetes coleccionables son de la marca Funko y se les llama "Pop", palabra la cual fue de inspiración para utilizar en nuestro logotipo. Actualmente llevamos 4 años en operaciones y contamos con más de 10,000 seguidores nuestras redes sociales.' The 'Misión' section contains the text: 'Vender productos coleccionables y originales a nuestros clientes, brindándoles una experiencia única en servicio.' The 'Visión' section contains the text: 'Ser reconocidos a nivel nacional por la venta de productos coleccionables y destacar por un excelente servicio al cliente.' At the bottom of the page is a dark blue footer containing the Foncopop logo, a search bar with the placeholder text 'Buscar producto', and a set of navigation buttons for 'Inicio', '¿Quiénes Somos?', 'Foncopop Shop', 'Ofertas', and 'Contacto'.

### 7.4.3 Foncopop Shop.

La página de tienda “Foncopop Shop” del sitio web de la empresa Foncopop tiene una medida de 1200 x 2000 px. Está conformada por el logotipo, menú, una fotografía de Foncopop Shop, algunos productos con su precio y por último el footer el cual contiene el logotipo, búsqueda de productos y un menú.



## 7.4.4 Confirmación de compra.

La página de confirmación de compra del sitio web de la empresa Foncopop tiene una medida de 1200 x 2000 px. Está conformada por el logotipo, menú, un formulario en el cual se debe llenar la información del cliente y envío, y por último el footer el cual contiene el logotipo, búsqueda de productos y un menú.

Inicio ¿Quiénes somos? Foncopop Shop Ofertas Carrito Contacto

### Confirmación de compra

Home / Confirmación de compra

¿Tienes un cupón? Haz clic aquí para introducir tu código

#### Detalles de facturación

Nombre \*

Apellidos \*

Nombre de la empresa (opcional)

Pais/Región \*  
Guatemala

Dirección de la calle \*  
Número de la casa y nombre de la calle   
Colonia, Apartamento, habitación, etc. (opcional)

Localidad / Ciudad \*

Departamento \*  
Guatemala

Teléfono \*

Dirección de correo electrónico \*

#### Información adicional

Indicaciones del pedido (opcional)  
Detalles adicionales del pedido, referencias de la dirección, etc.

#### Tu pedido

Producto	Subtotal
Coca-Cola Bottle Cap #79 x 1	Q130.00
<b>Subtotal</b>	<b>Q130.00</b>
<b>Total</b>	<b>Q130.00</b>

Pago Contra Entrega

[Realizar el pedido](#)



## 7.4.5 Ofertas.

La página de ofertas del sitio web de la empresa Foncipop tiene una medida de 1200 x 2000 px. Está conformada por el logotipo, menú, un pequeño collage con las ofertas del mes, luego un botón el cual redirige a la tienda y por último el footer el cual contiene el logotipo, búsqueda de productos y un menú.

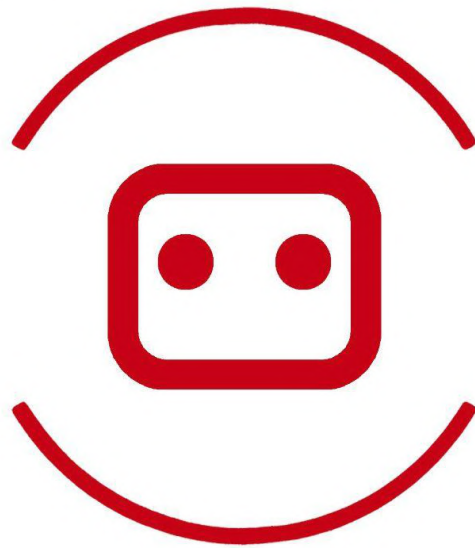
The screenshot shows the 'Ofertas' page of the Foncipop website. At the top, there is a navigation menu with links for 'Inicio', '¿Quiénes somos?', 'Foncipop Shop', 'Ofertas', 'Carrito', and 'Contacto'. Below the menu is a red banner with the word 'Ofertas' and a percentage sign icon. The main content area is a grid of promotional cards for Funko Pop figures. The central card features a 30% discount on a Funko Pop figure for 991 €/u. Other cards show discounts on various figures like Thanos, King Deadpool, and Hulk. The footer contains the Foncipop logo, a search bar with the text 'Buscar producto', and navigation links for 'Inicio', '¿Quiénes Somos?', 'Foncipop Shop', 'Ofertas', and 'Contacto'.

### 7.4.6 Contacto.

La página de Contacto del sitio web de la empresa Foncopop tiene una medida de 1200 x 2000 px. Está conformada por el logotipo, menú, las redes sociales en las cuales se encuentra Foncopop, pieza gráfica y por último el footer el cual contiene el logotipo, búsqueda de productos y un menú.



# Capítulo VIII



## Validación Técnica

## **Capítulo VIII: Validación técnica**

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

La herramienta es una encuesta de respuesta múltiple que se aplicará al cliente, a las personas, hombres y mujeres del grupo objetivo y a expertos en el área de comunicación y diseño, siendo un total de 30 personas.

### **8.1 Población y muestreo**

El proceso de validación del sitio web de la empresa Foncopop será por medio de una encuesta la cual será validada por:

Cinco personas especializadas en comunicación y diseño (Ver anexo D)

- Lic Rolando Barahona-Diseñador gráfico con especialización en marketing digital
- Lic Carlos Jiménez-Diseñador gráfico con especialización en ilustración
- Licda Carmen Andrea Aguilar-Licenciada en Comunicación y Diseño
- Lic Antonio Gutiérrez-Licenciado en Administración de empresas
- Licda Lourdes Donis -Licenciada en Comunicación y Diseño

Cinco personas de la empresa de Foncopop (Ver anexo E)

- Mario Rodas-Gerente General
- Meylin Fonseca-Asistente
- Herberth Flores-Encargado de ventas
- Silas Ayala-Encargado de logística
- Kenneth Cuevas-Encargado de mensajería

Descripción del grupo objetivo:

Hombres y mujeres jóvenes entre los 25 y 35 años, que viven la Ciudad de Guatemala, siendo su capital Guatemala, con un nivel socioeconómico C1, C2 y C3 con independencia económica.

Deben tener conocimiento de la marca Funko y sus derivados, interesados en comprar Funko Pops para hacer crecer su colección o bien iniciarla, acostumbrados a realizar compras en internet. Al momento de realizar su compra se deben sentir identificados con el juguete coleccionable, logrando que por medio de la construcción del sitio web de la empresa Foncopop sea un cliente frecuente. (Ver anexo F)

## **8.2 Método e instrumentos**

**8.2.1 Investigación cualitativa.** QuestionPro (2021) define: La investigación cualitativa es un conjunto de técnicas de investigación que se utilizan para obtener una visión general del comportamiento y la percepción de las personas sobre un tema en particular.

Genera ideas y suposiciones que pueden ayudar a entender cómo es percibido un problema por la población y ayuda a definir o identificar opciones relacionadas con el.

**8.2.2 Investigación cuantitativa.** E-nquest (2018) explica: Una investigación cuantitativa es aquella que permite recabar y analizar datos numéricos en relación a unas determinadas variables, que han sido previamente establecidas.

Este tipo de investigaciones de mercados estudia la relación entre todos los datos cuantificados, para conseguir una interpretación precisa de los resultados.

**8.2.3 Encuesta.** Según Economipedia (2020): “La encuesta es un instrumento para recoger información cualitativa y/o cuantitativa de una población estadística. Para ello, se elabora un cuestionario, cuyos datos obtenidos serán procesados con métodos estadísticos.”

### 8.3 Instrumento de validación técnica



Facultad de Ciencias de la Comunicación

FACOM

Licenciatura en Comunicación y Diseño

Proyecto de graduación

### Encuesta validación de proyecto de graduación

#### 1. Información

**Género:**    **Masculino** \_\_\_\_\_    **Femenino** \_\_\_\_\_    **Edad:** \_\_\_\_\_

**Nombre:** \_\_\_\_\_

**Profesión:** \_\_\_\_\_

**Puesto:** \_\_\_\_\_

**Años de experiencia en el mercado:** \_\_\_\_\_

**Perfil:**    **Profesional** \_\_\_\_\_    **Grupo Objetivo** \_\_\_\_\_    **Cliente** \_\_\_\_\_

**Tema:** Diseño de un sitio web para dar a conocer los productos que ofrece la línea de juguetes coleccionables Funko Pop de la empresa Foncopop a clientes reales y potenciales. Guatemala, Guatemala.

**Antecedentes:** La empresa de juguetes coleccionables Foncopop no cuenta con un sitio web el cual proporcione información acerca de la empresa, así como: historia, misión y visión, además de una tienda virtual en la que se pueda observar todos los juguetes coleccionables Funko Pop en venta.

**Instrucciones:** Con base a la información anterior, observe el sitio web de la empresa Foncopop, y según su criterio conteste las siguientes preguntas de validación.

## 2. Parte Objetiva

2.1 ¿Considera necesario diseñar un sitio web para dar a conocer la historia y productos de la empresa Foncopop a sus clientes reales y potenciales?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

2.2 ¿Cree usted importante investigar acerca de los términos teorías y tendencias de diseño relacionadas con el diseño de un sitio web a través de fuente bibliográficas que respalden científicamente la propuesta del diseño de una página web que será visitada por el grupo objetivo del proyecto?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

2.3 ¿Considera necesario recopilar información de la empresa Foncopop, a través de los datos que proporcione el cliente por medio del Brief?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

2.4 ¿Cree usted importante la utilización de los colores corporativos de una manera ordenada y llamativa para llamar la atención de los clientes?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

2.5 ¿Considera importante la utilización de las fotografías para facilitar la vista de cada producto en un sitio web?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

### 3. Parte Semiológica

3.1 Considera que la tipografía utilizada en el sitio web es:

Legible \_\_\_\_\_ Poco Legible \_\_\_\_\_ Ilegible \_\_\_\_\_

3.2 Según su criterio los colores rojo, blanco y negro utilizados en el diseño de los materiales son:

Llamativos \_\_\_\_\_ Corporativos \_\_\_\_\_ Dinámicos \_\_\_\_\_

3.3 Considera que la cantidad de fotografías utilizadas en el sitio web son:

Apropiadas \_\_\_\_\_ Poco Apropiadas \_\_\_\_\_ Nada Apropiadas \_\_\_\_\_

3.4 Considera que la utilización y colocación del logotipo en el sitio web es:

Adecuada \_\_\_\_\_ Poco Adecuada \_\_\_\_\_ Nada Adecuada \_\_\_\_\_

3.5 Considera que las animaciones del sitio web en la página de inicio son:

Adecuadas \_\_\_\_\_ Poco Adecuadas \_\_\_\_\_ Nada Adecuadas \_\_\_\_\_

### 4. Parte Operativa

4.1 Considera que el tamaño de las fotografías de los productos son:

Adecuadas \_\_\_\_\_ Poco Adecuadas \_\_\_\_\_ Nada Adecuadas \_\_\_\_\_

4.2 Considera que el uso y la navegación del sitio web son:

Fácil \_\_\_\_\_ Poco Fácil \_\_\_\_\_ Nada fácil \_\_\_\_\_



4.3 ¿Considera que los botones del sitio web son fáciles de entender y ubicar?

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

4.4 ¿Considera que las tendencias de diseño web “Minimalismo” e “Interactividad” son utilizadas correctamente?

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

4.5 Considera que la cantidad de información tanto de la empresa como de los productos es:

Adecuada \_\_\_\_\_ Poco Adecuada \_\_\_\_\_ Nada Adecuada \_\_\_\_\_

## 5. Observaciones

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

---

---

---

---

---

---

---

¡Muchas gracias!

Gracias por contribuir al proyecto de tesis “Diseño de un sitio web para dar a conocer los productos que ofrece la línea de juguetes coleccionables Funko Pop de la empresa Foncopop a clientes reales y potenciales. Guatemala, Guatemala”, su opinión será tomada en cuenta para realizar cambios en dicho proyecto.

*Ver anexo G. Encuesta Formularios de Google por Ana Mónica Rodas Soberanis*

## **8.4 Resultados e interpretación de resultados**

### **8.4.1 Sección 1: Información.**

En esta sección se tomó en cuenta la información de las personas encuestadas, el total fueron 5 personas de la empresa Foncopop, identificadas como cliente, 5 personas expertas, las cuales fueron licenciados de la Facultad de Comunicación y Diseño y por último 20 personas del grupo objetivo. En total fueron encuestadas 30 personas.

A continuación las preguntas que se llevaron a cabo:

#### 1.1 Género:

Femenino

Masculino

#### 1.2 Edad

#### 1.3 Nombre

#### 1.4 Profesión

#### 1.5 Puesto

#### 1.6 Años de experiencia en el mercado

#### 1.7 Perfil:

Experto

Cliente

Grupo objetivo

#### 8.4.2 Sección 2: Parte objetiva.

**Pregunta 2.1:** ¿Considera necesario diseñar un sitio web para dar a conocer la historia y productos de la empresa Foncopop a sus clientes reales y potenciales?

Sí	No
(28) 93.3%	(2) 6.7%

Tabla 4. Resultados de la encuesta pregunta 2.1.

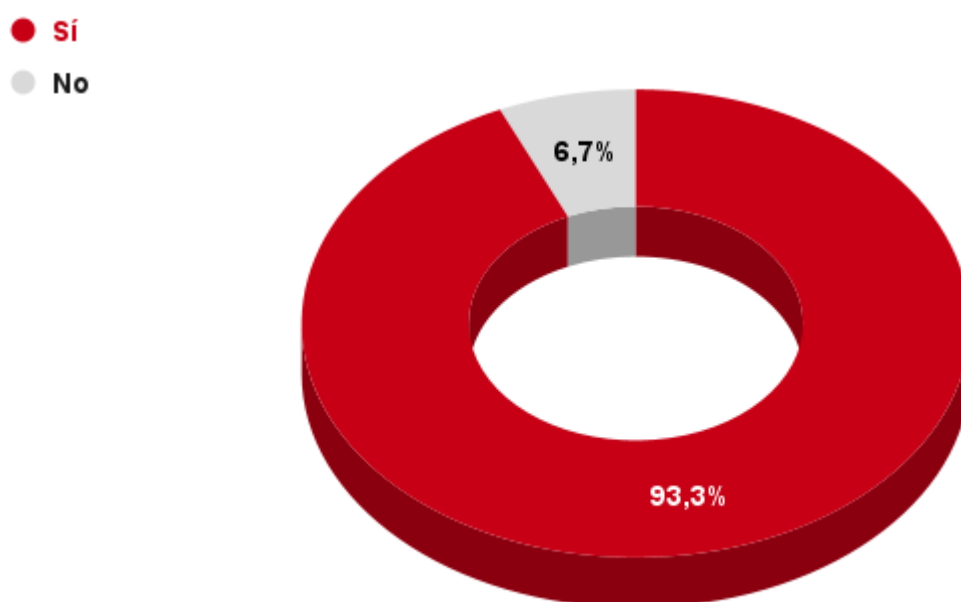


Figura 9. Gráfico circular en representación de los resultados de la pregunta 2.1.

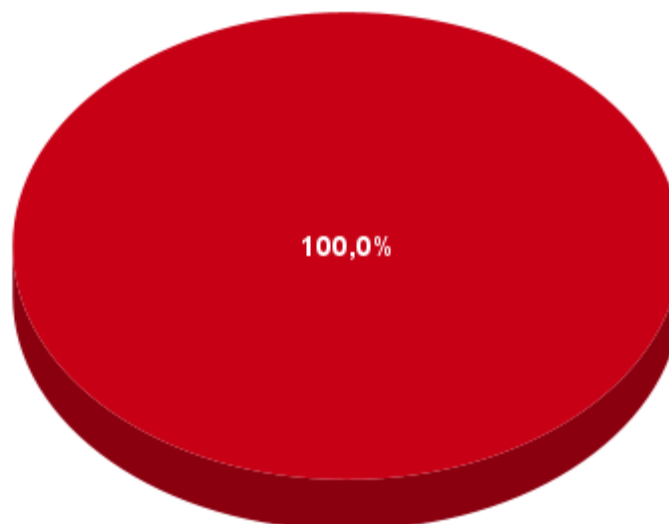
**Interpretación:** El 93.3% de encuestados corresponde a 28 personas las cuales dicen que sí es necesario diseñar un sitio web para dar a conocer la historia y productos de la empresa Foncopop a sus clientes reales y potenciales, y el 6.7% corresponde a 2 personas las cuales consideran que no es necesario.

**Pregunta 2.2:** ¿Cree usted importante investigar acerca de los términos teorías y tendencias de diseño relacionadas con el diseño de un sitio web a través de fuentes bibliográficas que respalden científicamente la propuesta del diseño de una página web que será visitada por el grupo objetivo del proyecto?

Sí	No
(30) 100%	-

*Tabla 5. Resultados de la encuesta pregunta 2.2.*

● Sí  
● No



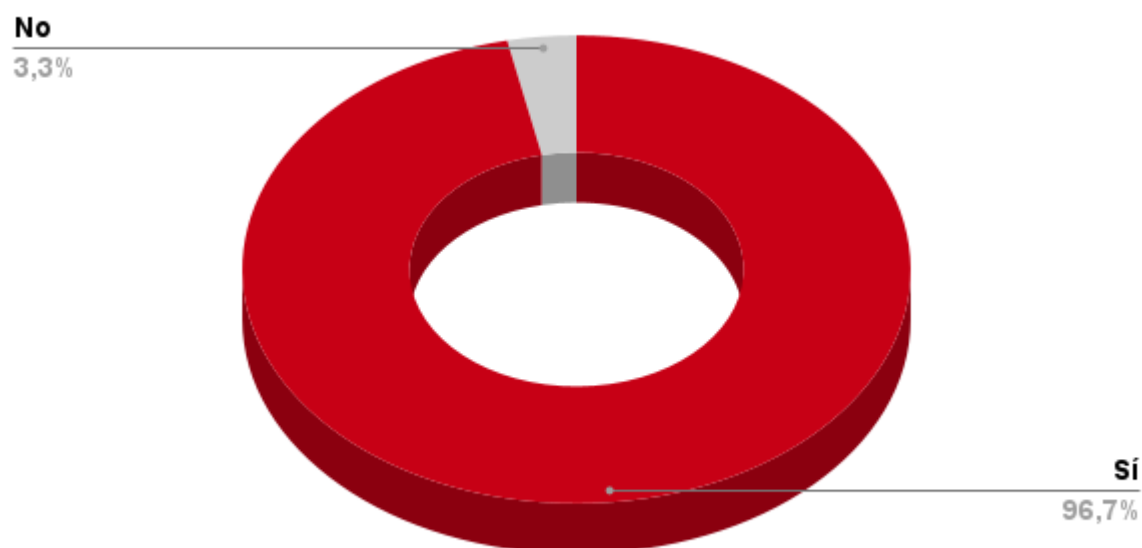
*Figura 10. Gráfico circular en representación de los resultados de la pregunta 2.2.*

**Interpretación:** El 100% de encuestados corresponde a 30 personas las cuales sí creen importante investigar acerca de los términos teorías y tendencias de diseño relacionadas con el diseño de un sitio web a través de fuentes bibliográficas que respalden científicamente la propuesta del diseño de una página web que será visitada por el grupo objetivo del proyecto.

**Pregunta 2.3:** ¿Considera necesario recopilar información de la empresa Foncopop, a través de los datos que proporcione el cliente por medio del Brief?

Sí	No
(29) 96.7%	(1) 3.3%

*Tabla 6. Resultados de la encuesta pregunta 2.3.*



*Figura 11. Gráfico circular en representación de los resultados de la pregunta 2.3.*

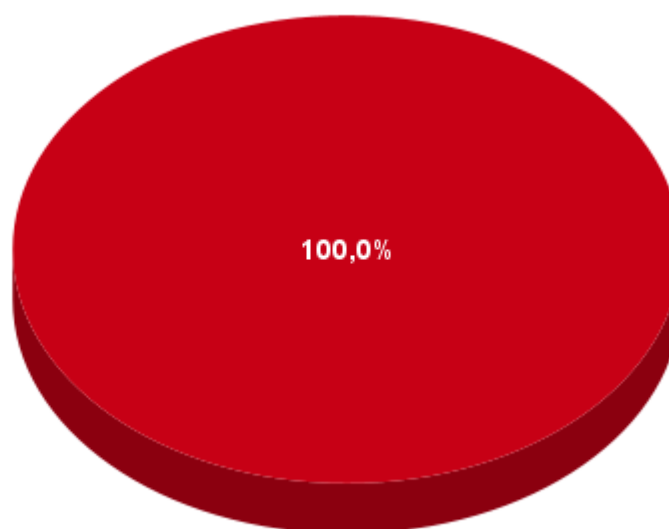
**Interpretación:** El 96.7% de encuestados corresponde a 29 personas las cuales consideran necesario recopilar información de la empresa Foncopop, a través de los datos que proporcione el cliente por medio del Brief y el 3.3% corresponde a 1 persona la cual no lo considera necesario.

**Pregunta 2.4:** ¿Cree usted importante la utilización de los colores corporativos de una manera ordenada y llamativa para llamar la atención de los clientes?

Sí	No
(30) 100%	-

*Tabla 7. Resultados de la encuesta pregunta 2.4.*

● Sí  
● No



*Figura 12. Gráfico circular en representación de los resultados de la pregunta 2.4.*

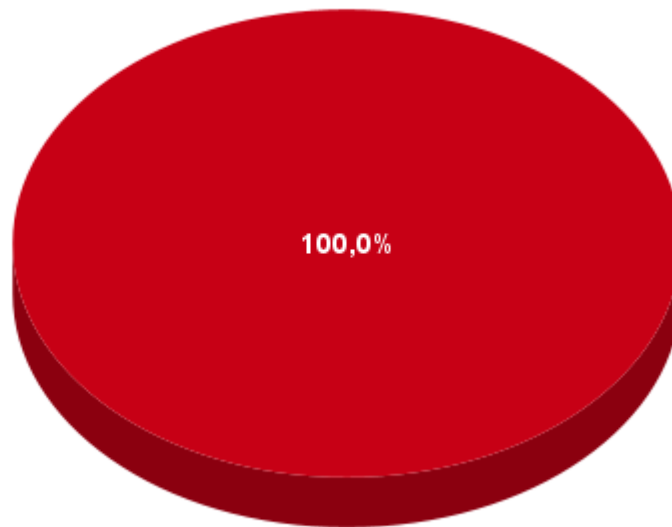
**Interpretación:** El 100% de encuestados corresponde a 30 personas las cuales creen importante la utilización de los colores corporativos de una manera ordenada y llamativa para llamar la atención de los clientes.

**Pregunta 2.5:** ¿Considera importante la utilización de las fotografías para facilitar la vista de cada producto en un sitio web?

Sí	No
(30) 100%	-

*Tabla 8. Resultados de la encuesta pregunta 2.5.*

● Sí  
● No



*Figura 13. Gráfico circular en representación de los resultados de la pregunta 2.5.*

**Interpretación:** El 100% de los encuestados corresponde a 30 personas las cuales sí consideran importante la utilización de las fotografías para facilitar la vista de cada producto en un sitio web.

### 8.4.3 Sección 3: Parte semiológica.

**Pregunta 3.1:** Considera que la tipografía utilizada en el sitio web es:

Legible	Poco legible	Ilegible
(29) 96.7%	(1) 3.3%	-

Tabla 9. Resultados de la encuesta pregunta 3.1.

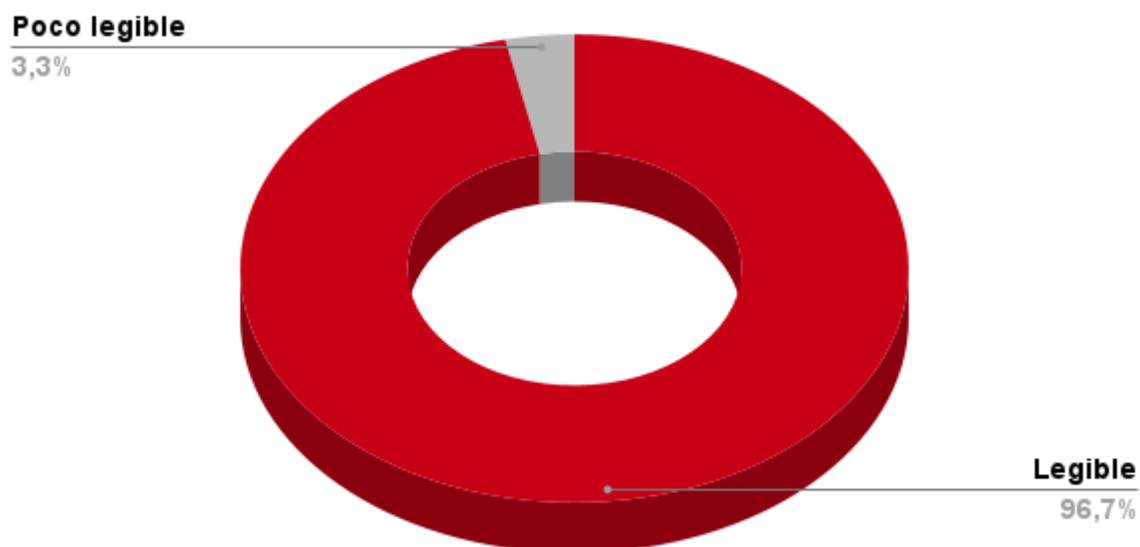


Figura 14. Gráfico circular en representación de los resultados de la pregunta 3.1.

**Interpretación:** El 96.7% de encuestados corresponde a 29 personas las cuales considera que la tipografía utilizada en el sitio web es legible y el 3.3% de encuestados corresponde a 1 persona la cual considera que la tipografía es poco legible.



**Pregunta 3.2:** Según su criterio los colores rojo, blanco y negro son utilizados en el diseño de los materiales son:

Dinámicos	Llamativos	Corporativos
(7) 23.3%	(13) 43.3%	(10) 33.3%

Tabla 10. Resultados de la encuesta pregunta 3.2.

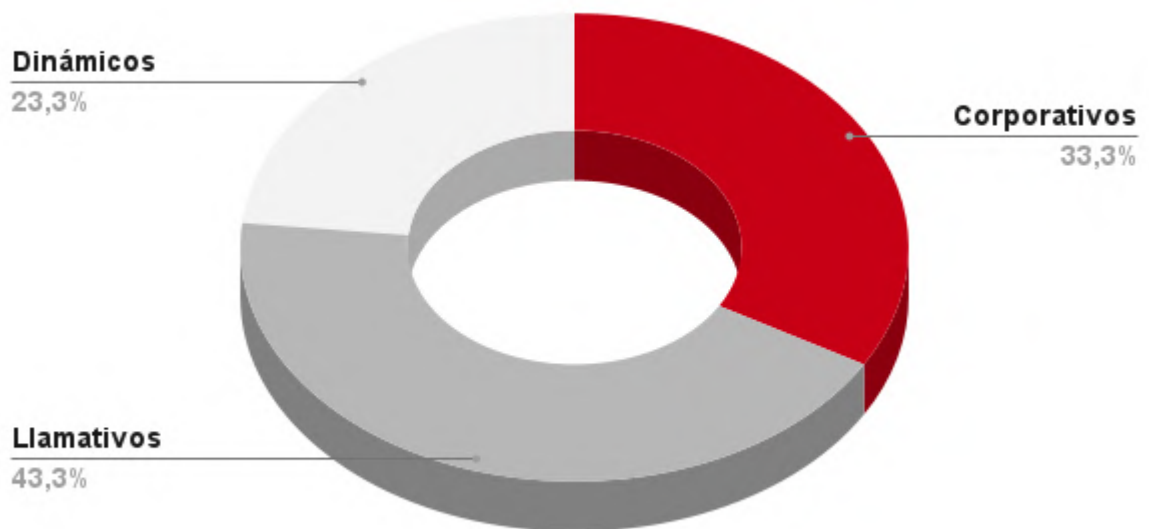


Figura 15. Gráfico circular en representación de los resultados de la pregunta 3.2.

**Interpretación:** El 23.3% de los encuestados corresponde a 7 personas las cuales consideran que los colores rojo, blanco y negro son dinámicos, el 43.3% de los encuestados, corresponde a 13 personas las cuales consideran que los colores son llamativos y el 33.33% de los encuestados, corresponde a 10 personas las cuales consideran que los colores son corporativos.

**Pregunta 3.3:** Considera que la cantidad de fotografías utilizadas en el sitio web son:

Apropiadas	Poco apropiadas	Nada apropiadas
(28) 93.3%	(2) 6.7%	-

Tabla 11. Resultados de la encuesta pregunta 3.3.

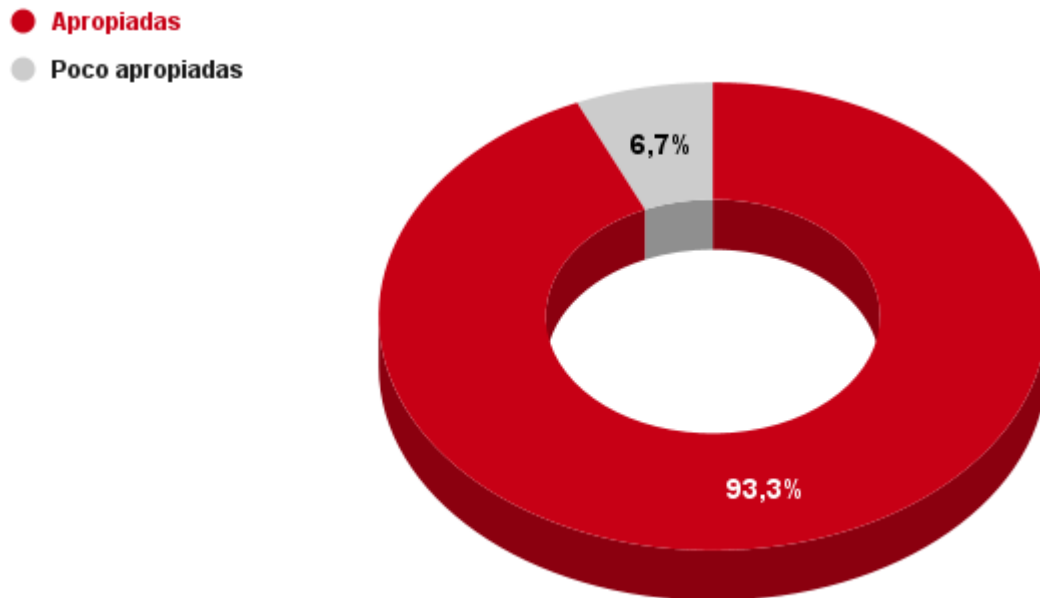


Figura 16. Gráfico circular en representación de los resultados de la pregunta 3.3.

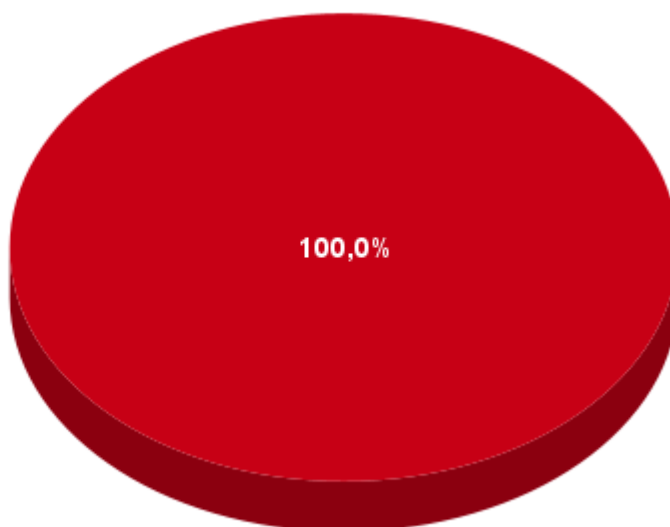
**Interpretación:** El 93.3% de los encuestados corresponde a 28 personas las cuales consideran que la cantidad de fotografías utilizadas en el sitio web son apropiadas, el 6.7% de los encuestados, corresponde a 2 personas las cuales consideran que las fotografías utilizadas en el sitio web son poco apropiadas.

**Pregunta 3.4:** Considera que la utilización y colocación del logotipo en el sitio web es:

<b>Adecuada</b>	<b>Poco adecuada</b>	<b>Nada adecuada</b>
(30) 100%	-	-

*Tabla 12. Resultados de la encuesta pregunta 3.4.*

● **Adecuada**



*Figura 17. Gráfico circular en representación de los resultados de la pregunta 3.4.*

**Interpretación:** El 100% de los encuestados corresponde a 30 personas las cuales consideran que la utilización y colocación del logotipo en el sitio web es adecuada.

**Pregunta 3.5:** Considera que las animaciones del sitio web en la página de inicio son:

Adecuada	Poco adecuada	Nada adecuada
(28) 93.3%	(2) 6.7%	-

Tabla 13. Resultados de la encuesta pregunta 3.5.

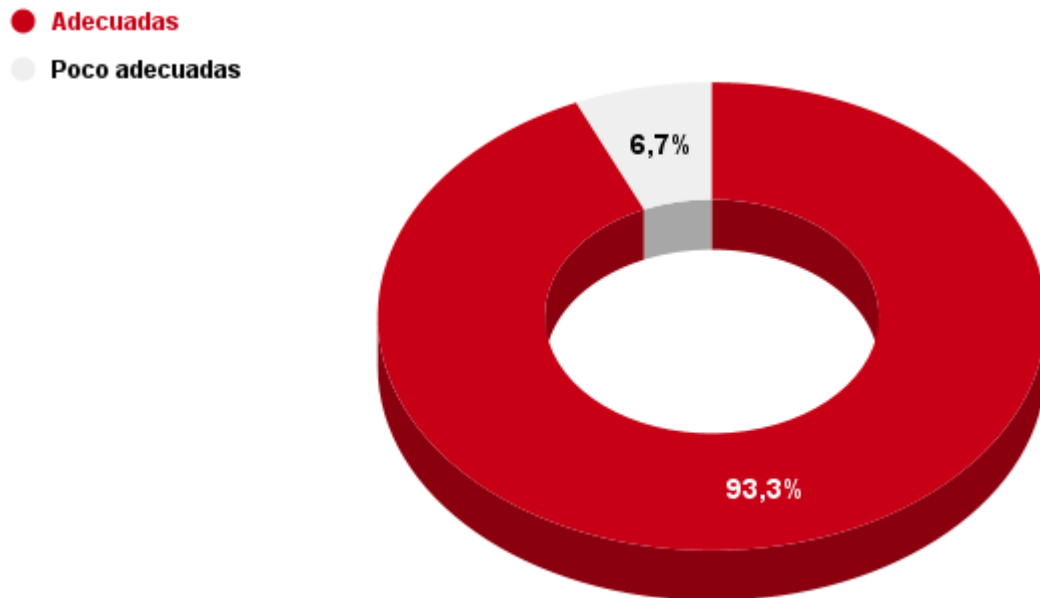


Figura 18. Gráfico circular en representación de los resultados de la pregunta 3.5.

**Interpretación:** El 93.3% de los encuestados corresponde a 28 personas las cuales consideran adecuadas las animaciones del sitio web de la página de inicio y el 6.7% de los encuestados, corresponde a 2 personas las cuales consideras las animaciones poco adecuadas.

#### 8.4.4 Sección 4: Parte operativa.

**Pregunta 4.1:** Considera que el tamaño de las fotografías de los productos son:

Adecuada	Poco adecuada	Nada adecuada
(27) 90%	(3) 10%	-

Tabla 14. Resultados de la encuesta pregunta 4.1.

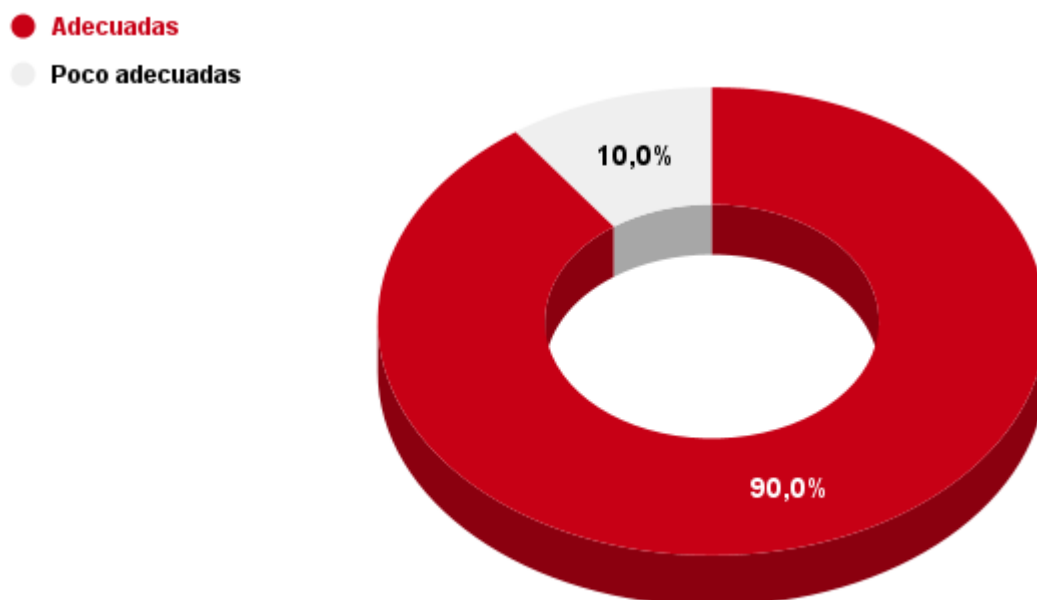


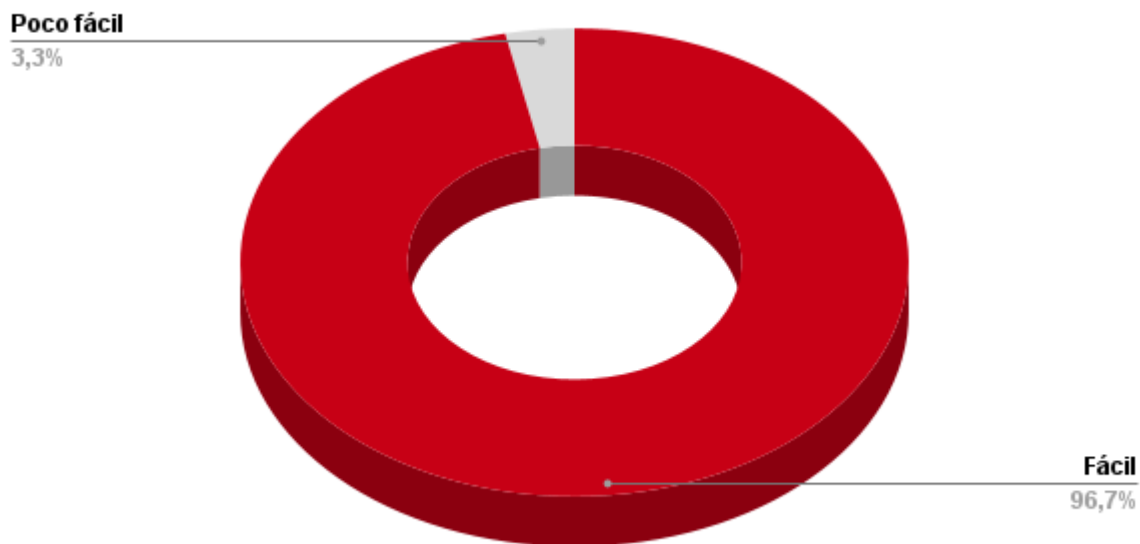
Figura 19. Gráfico circular en representación de los resultados de la pregunta 4.1.

**Interpretación:** El 90% de los encuestados corresponde a 27 personas las cuales consideran que el tamaño de las fotografías de los productos son adecuados, y el 10% de encuestados, corresponde a 3 personas las cuales consideran que el tamaño de las fotografías es poco adecuado.

**Pregunta 4.2:** Considera que el uso y la navegación del sitio web son:

Fácil	Poco fácil	Nada fácil
(29) 96.7%	(1) 3.3%	-

*Tabla 15. Resultados de la encuesta pregunta 4.2.*



*Figura 20. Gráfico circular en representación de los resultados de la pregunta 4.2.*

**Interpretación:** El 96.7% de los encuestados corresponde a 29 personas las cuales consideran que el uso y navegación del sitio web es fácil, y el 3.3% de los encuestados, corresponde a 1 persona la cual indicó que el uso y la navegación del sitio web es poco fácil.

**Pregunta 4.3:** ¿Considera que los botones del sitio web son fáciles de ubicar?

Mucho	Poco	Nada
(27) 90%	(3) 10%	-

Tabla 16. Resultados de la encuesta pregunta 4.3.

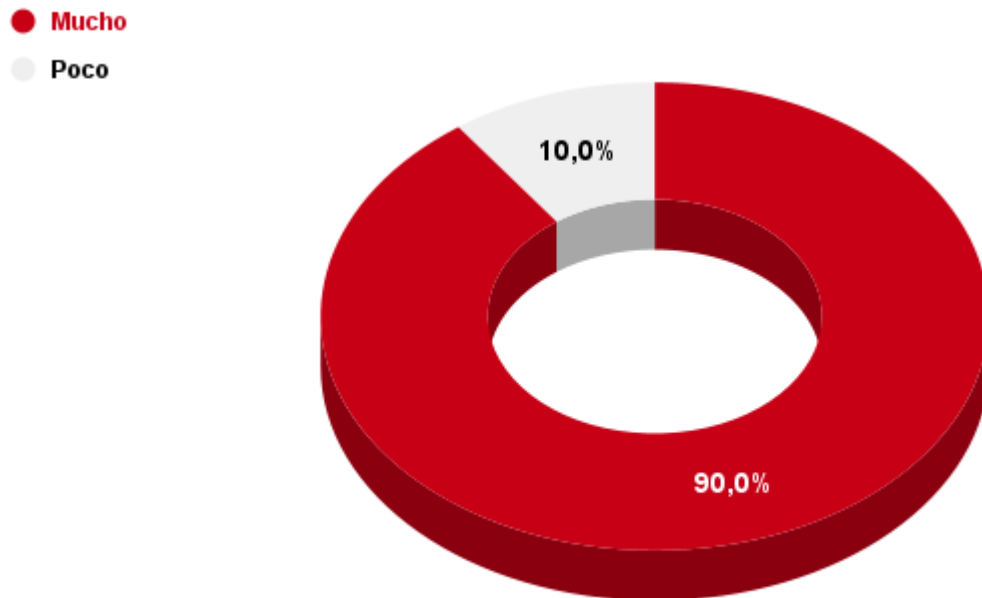


Figura 21. Gráfico circular en representación de los resultados de la pregunta 4.3.

**Interpretación:** El 90% de los encuestados corresponde a 27 personas las cuales consideran que los botones del sitio web son muy fácil de ubicar, y el 10% de los encuestados, corresponde a 3 personas las cuales consideran que los botones son un poco fáciles de encontrar en el sitio web.

**Pregunta 4.4:** ¿Considera que las tendencias de diseño web “Minimalismo e “Interactividad son utilizadas correctamente?

Mucho	Poco	Nada
(25) 83.3%	(4) 13.3%	(1) 3.3%

Tabla 17. Resultados de la encuesta pregunta 4.4.

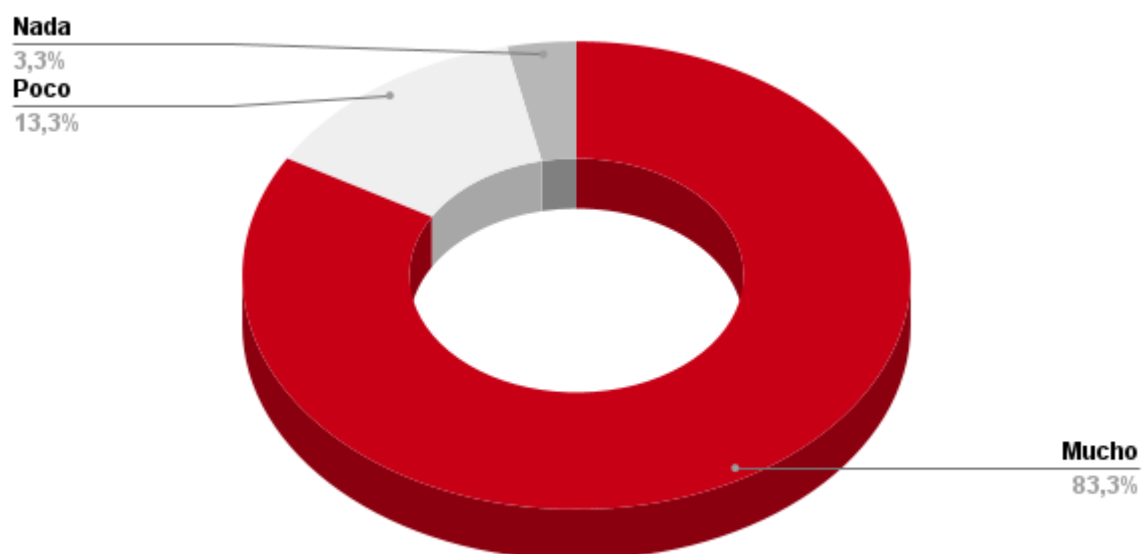


Figura 22. Gráfico circular en representación de los resultados de la pregunta 4.4.

**Interpretación:** El 83.3% de los encuestados correspondiente a 25 personas considera que las tendencias son bastante utilizadas, el 13.3% de encuestados, correspondiente a 4 personas consideran que son poco utilizadas de forma correcta y el 3.3% de los encuestados, correspondiente a 1 persona dice que las tendencias no son utilizadas correctamente.



**Pregunta 4.5:** Considera que la cantidad de información tanto de la empresa como de los productos es:

Adecuada	Poco adecuada	Nada adecuada
(27) 90%	(3) 10%	-

Tabla 18. Resultados de la encuesta pregunta 4.5.

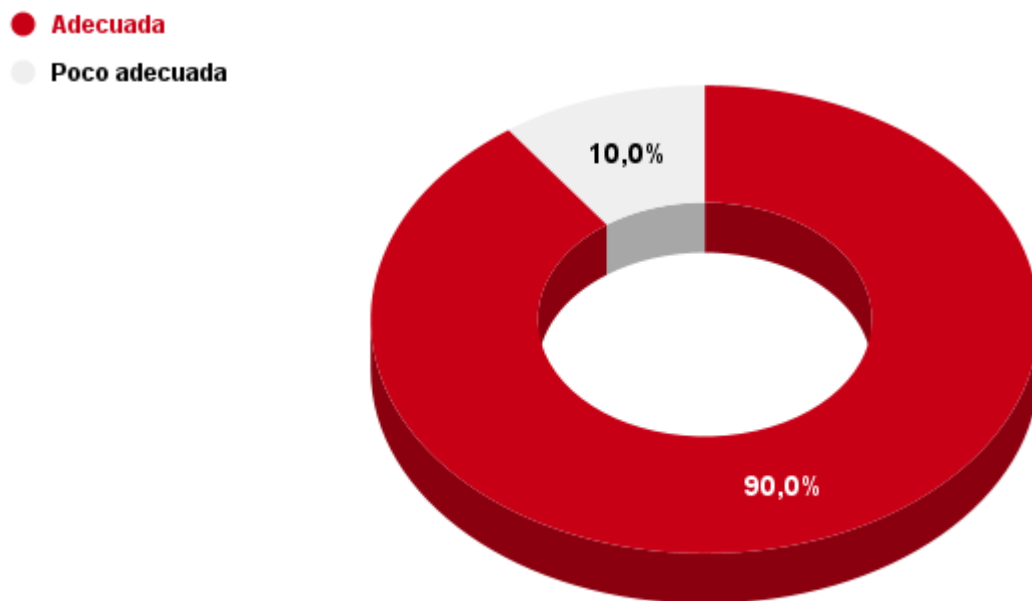


Figura 23. Gráfico circular en representación de los resultados de la pregunta 4.5.

**Interpretación:** El 90% de los encuestados corresponde a 27 personas las cuales consideran que la cantidad de información tanto de la empresa como de los productos es adecuada y el 10% de los encuestados, corresponde a 3 personas las cuales consideran poco adecuada la información tanto de la empresa como de los productos.

#### **8.4.5 Sugerencias y/o crítica personal**

“Me gusta lo ordenada y comprensible que se ve el sitio web”

“Excelente página web muy ordenado y fácil de usar”

“Es una idea muy creativa para llamar la atención del grupo objetivo debido a que en Guatemala son pocas las tiendas que traen estos productos”

“Muy buen trabajo! Super estructurado”

“La página me parece un excelente trabajo”

“Me encanta”

“Buen sitio web. Muy organizado y con la información necesaria”

“¡Felicitaciones! Muy bonito proyecto de graduación. Ánimo y adelante.”

“Agradezco el apoyo brindado a Foncopop con este proyecto, seguro será de mucho provecho para el futuro de esta empresa”

“Excelente página, super intuitiva y dinámica, en lo personal me encantó la paleta de colores utilizada”

“Excelente página, ¡Felicitaciones! Gran proyecto.”

“Me gusta lo ordenado y comprensible del sitio web”

#### **8.5 Cambios con base a los resultados**

Aunque la mayoría de comentarios y/o crítica personal fueron de forma positiva, se realizaron cambios mínimos para garantizar que tanto expertos, trabajadores y el Gerente General de la empresa Foncopop, además que el grupo objetivo se sientan cómodos con el diseño del sitio web para mostrar información acerca de la empresa y sus productos.

### 8.5.1 Cambio #1.

En la página de inicio se encuentra un carrusel el cual tenía un tiempo de 2 segundos para ver cada imagen, por lo que se aumentó el tiempo a 3 segundos por sugerencia de los encuestados.

#### 8.5.1.1 Antes



#### 8.5.1.2 Después



## 8.5.2 Cambio #2.

En la página de inicio se encuentra una zona de nuevos productos la cual no tiene un botón para dirigirse a la Tienda, por lo que se colocó un botón a sugerencia de los encuestados.

### 8.5.2.1 Antes

The screenshot shows the 'Nuevos Productos' section in a web editor. At the top, there is a red banner with the text 'Nuevos Productos' and a small blue '+' icon below it. Below the banner are three product cards for Funko Pop figures: 'MTV Moon Person #18', 'Tom #1096', and 'Minato Namikaze #935'. A yellow rectangular box highlights the area below these cards, which is currently empty. On the right side, a settings panel is open, showing options for 'Página', 'Bloque', 'Estatus y visibilidad', 'Visibilidad' (set to 'Público'), 'Publicar' (set to 'agosto 10, 2021 13:19'), 'Autor' (set to 'AM Rodas'), and a 'Mover a la papelera' button. At the bottom of the settings panel, there is a 'Create a New PopUp Campaign' button and a 'View All Campaigns' link.

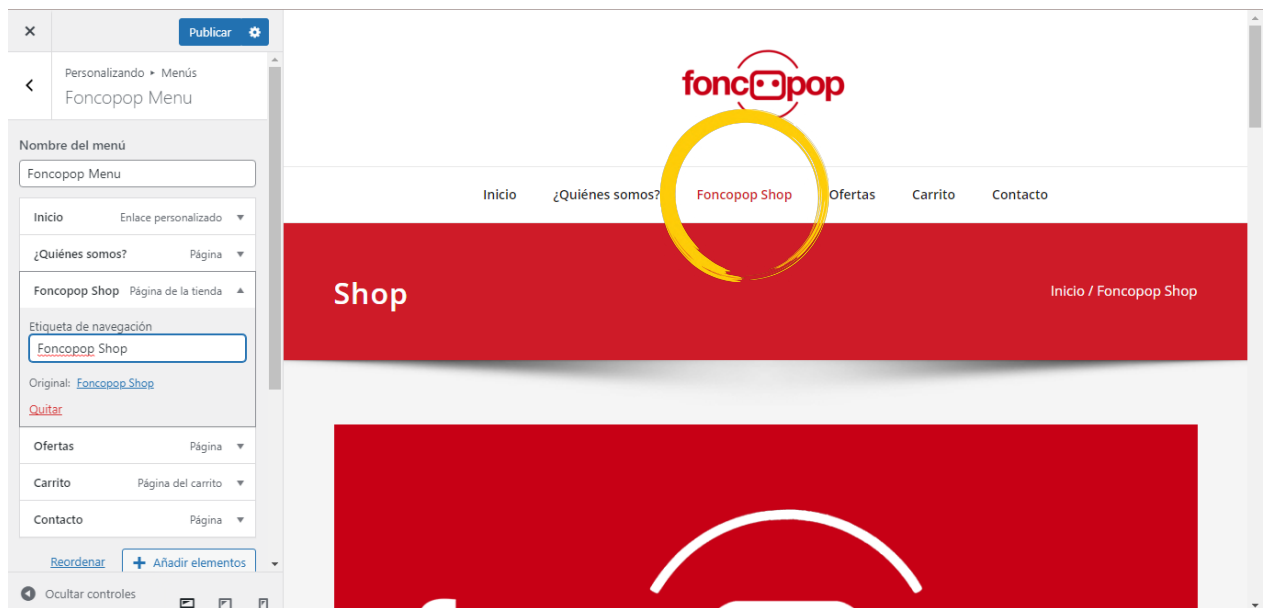
### 8.5.2.2 Después

The screenshot shows the 'Nuevos Productos' section after the change. The layout is the same as in the previous screenshot, but now a red button with the text 'Tienda' is visible at the bottom of the product area, highlighted by a yellow box. Above the 'Tienda' button, there is a link to 'foncipopshop.com/foncipop-shop-2/' with an 'Editar' button next to it. Below the link, there is a toggle switch labeled 'Abrir en una nueva pestaña'. The settings panel on the right is also open, showing options for 'Página', 'Bloque', 'Botón', 'Estilos', 'Estilo por defecto' (set to 'Relleno'), 'Tipografía', 'Tamaño de la fuente' (set to 'Por defecto'), and a 'Restablecer' button.

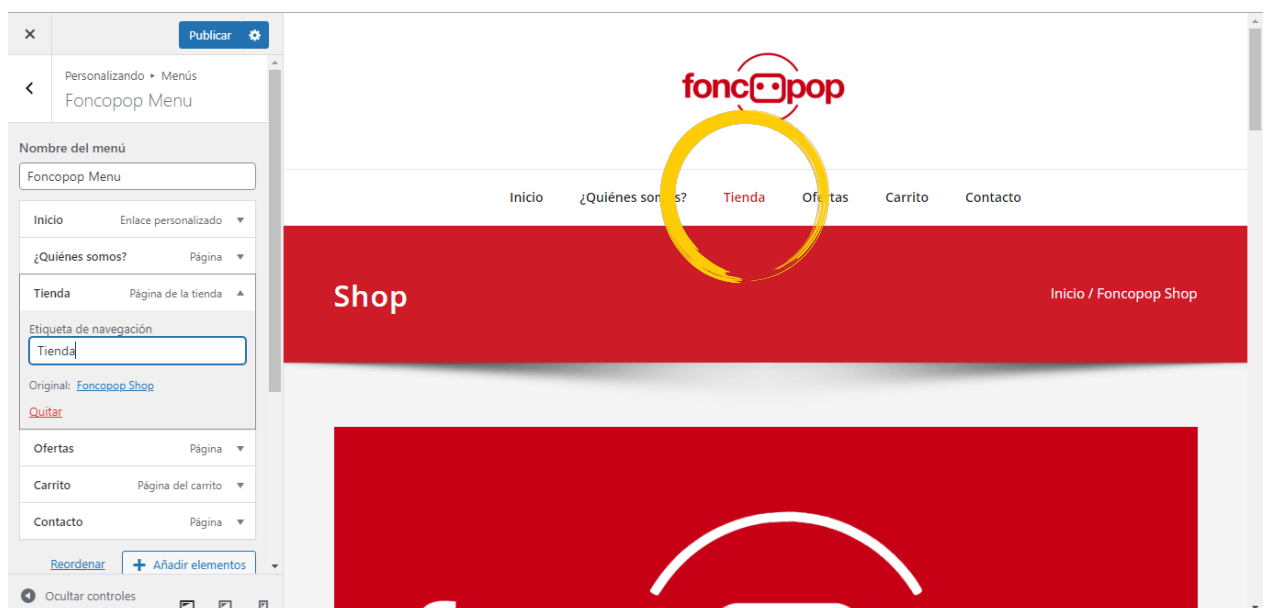
### 8.5.3 Cambio #3.

Se realizó el cambio de nombre de la pestaña “Foncopop Shop” a “Tienda”, para que todo el texto del sitio web se encuentre en español, a sugerencia de los encuestados.

#### 8.5.3.1 Antes



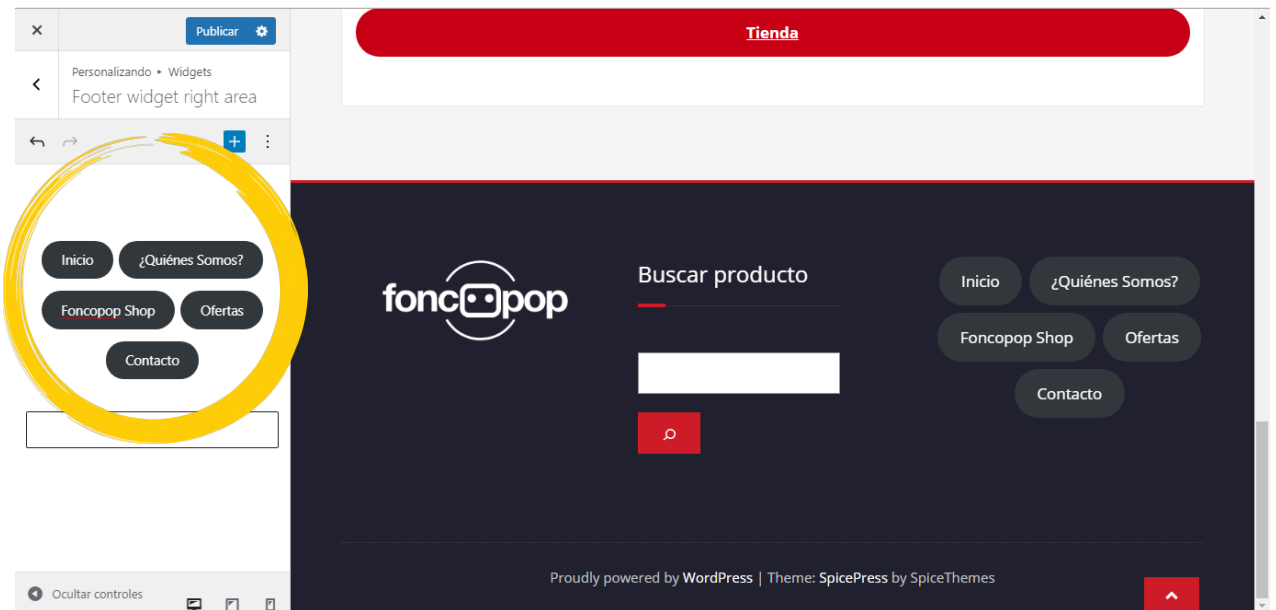
#### 8.5.3.2 Después



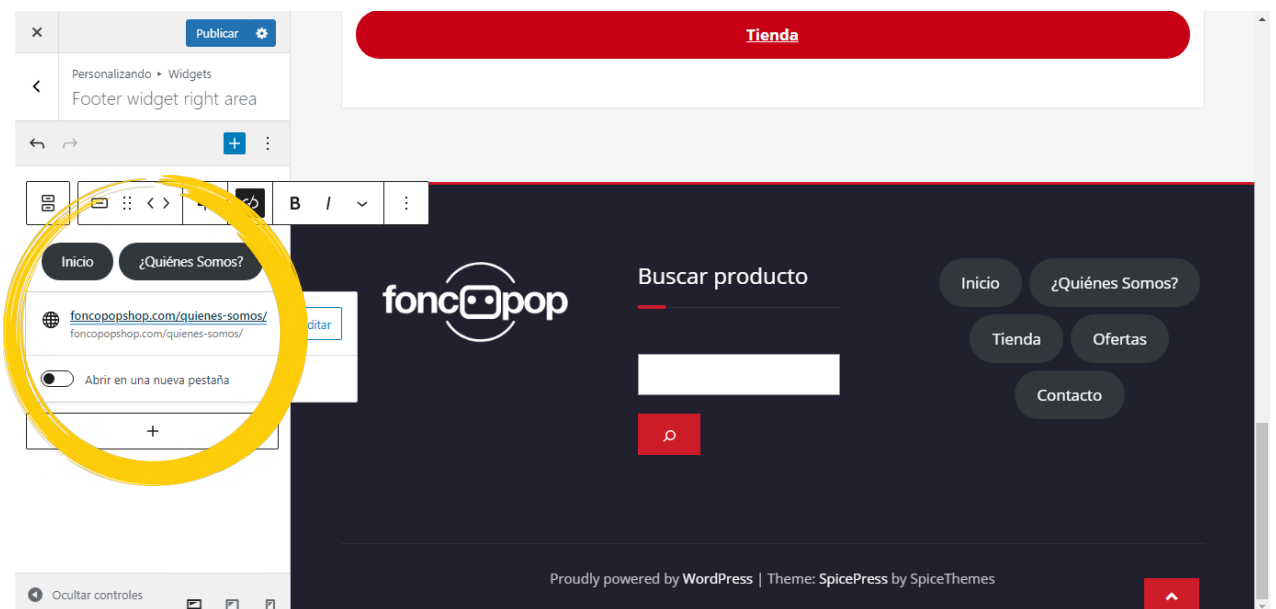
## 8.5.4 Cambio #4.

Los botones del footer, al momento de hacer click en ellos no dirigían a las páginas, a sugerencia de los encuestados se colocaron los links y ya son funcionales.

### 8.5.4.1 Antes



### 8.5.4.2 Después



### 8.5.5 Cambio #5.

En la página de “¿Quiénes somos?” el texto de Nuestra historia, Misión y Visión tenía un tamaño de 20, por lo que a sugerencia de los encuestados se cambió a 22 para que fuera proporcional con los títulos.

#### 8.5.5.1 Antes



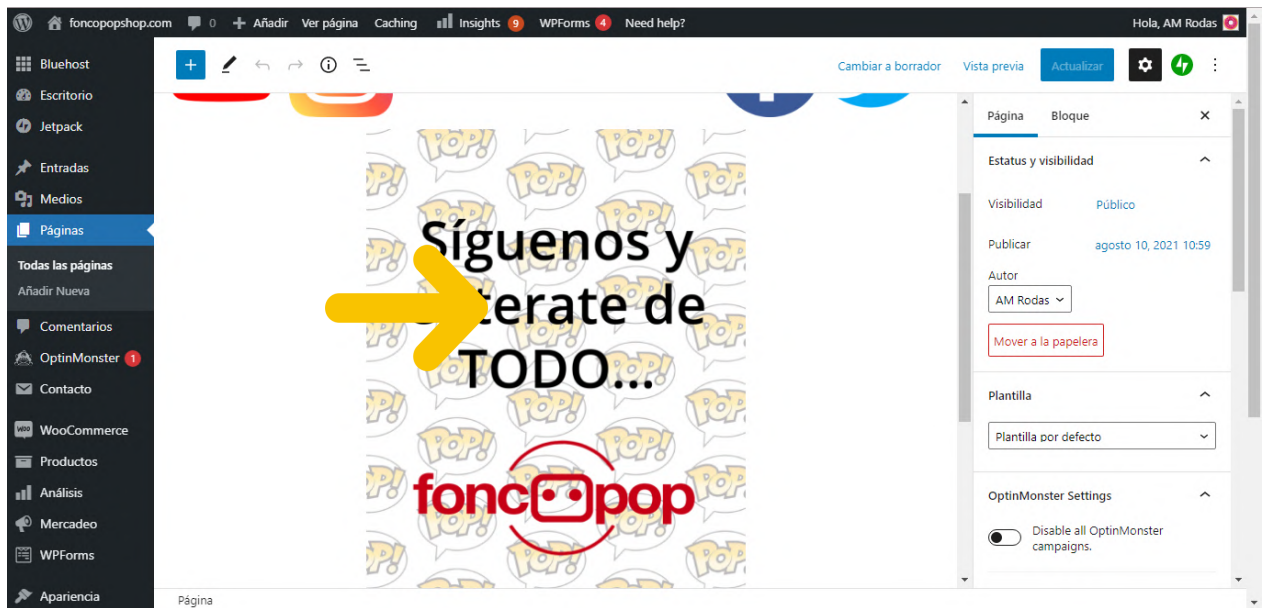
#### 8.5.5.2 Después



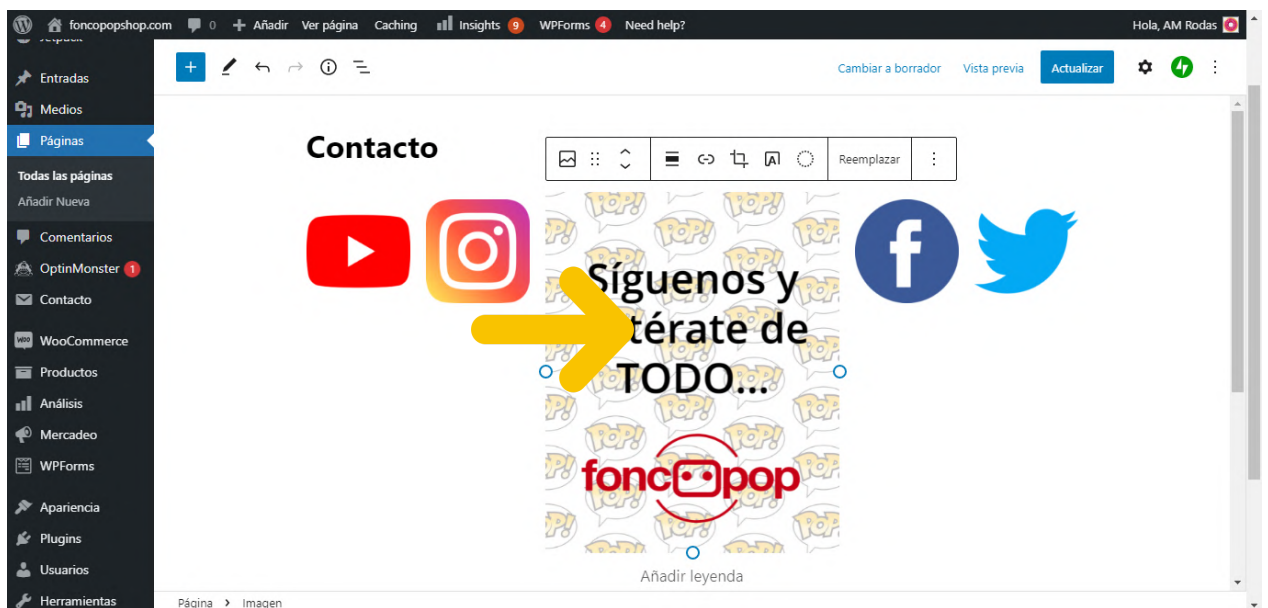
## 8.5.6 Cambio #6.

En la página de contacto se editó la imagen, ya que faltaba la tilde en la palabra entérate, a sugerencia de los encuestados.

### 8.5.6.1 Antes



### 8.5.6.2 Después

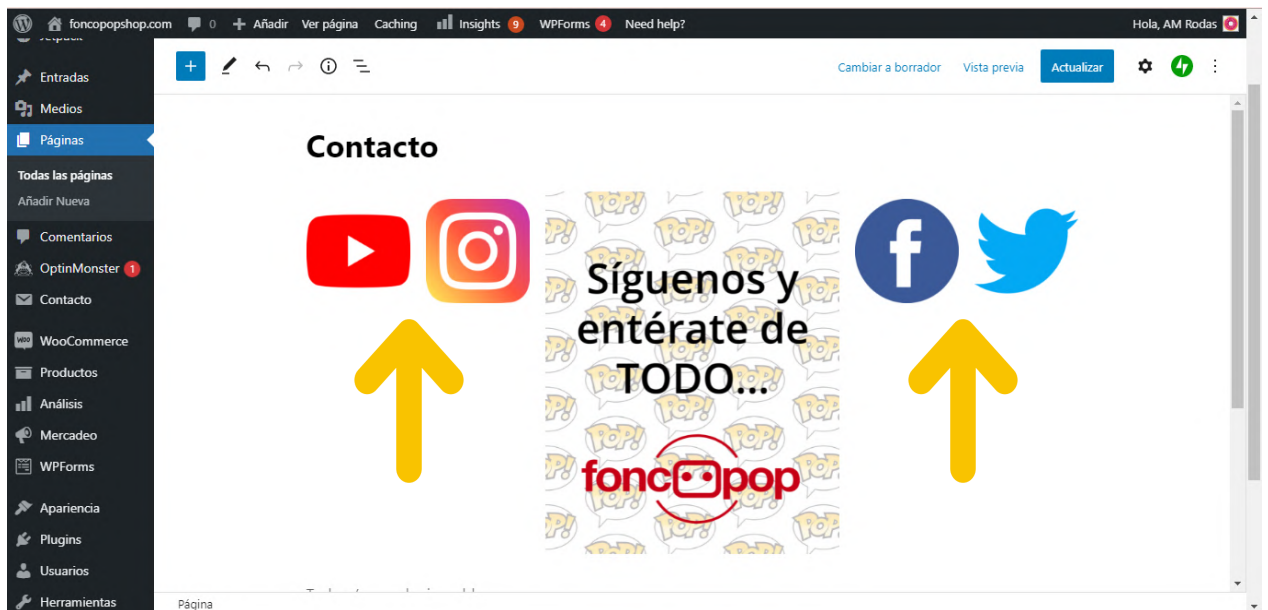




### 8.5.7 Cambio #7.

Se organizaron los íconos de las redes sociales y se ajustó el tamaño de cada uno, para que no interfirieran en el espacio de la imagen, a sugerencia de los encuestados.

#### 8.5.7.1 Antes



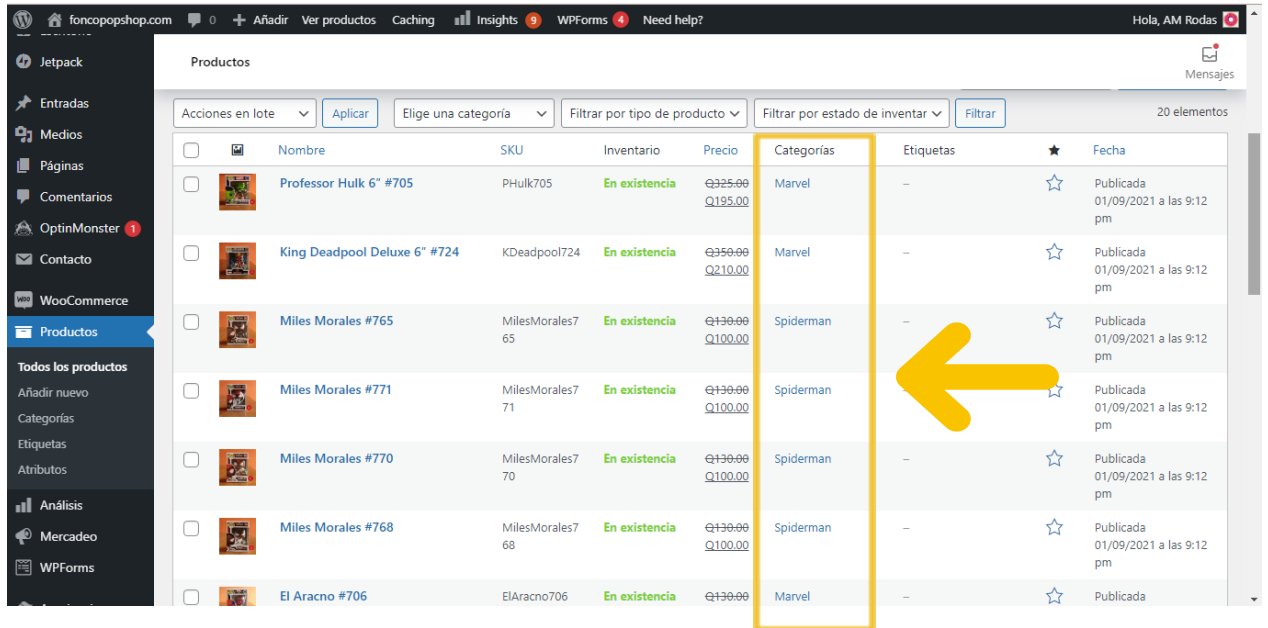
#### 8.5.7.2 Después



## 8.5.8 Cambio #8.

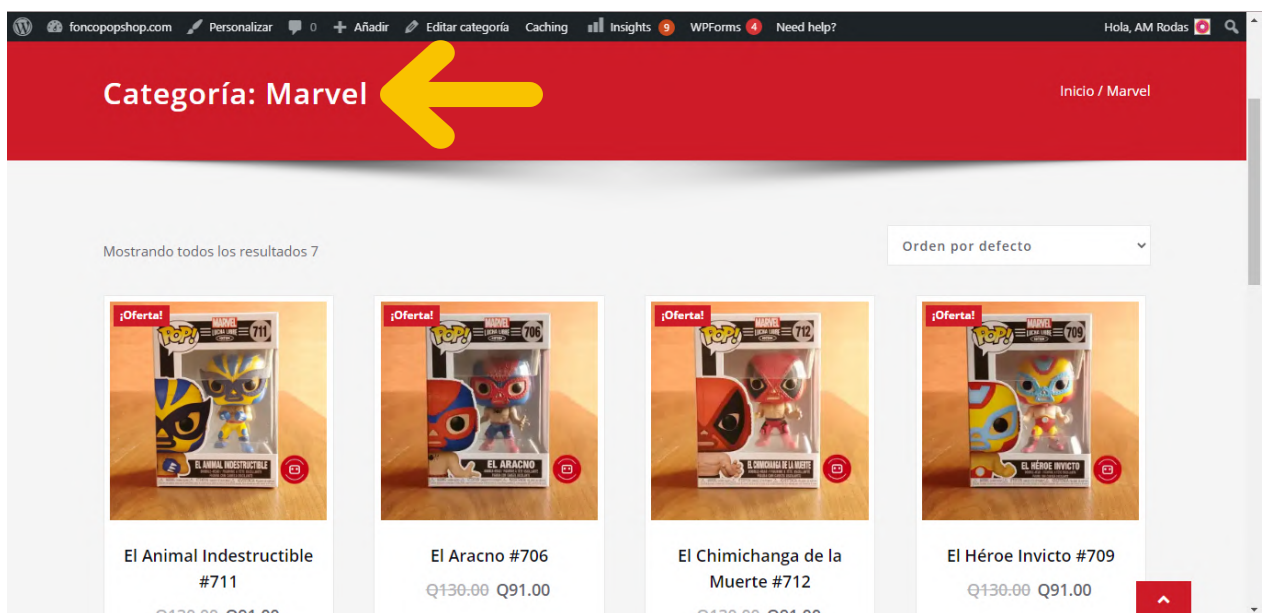
Se le colocó a cada producto una categoría para que al momento de ingresar a la tienda y darle click a la categoría se desplegaran todos los productos asignados con la misma, a sugerencia de los encuestados.

### 8.5.8.1 Antes



Acciones en lote	Aplicar	Elige una categoría	Filtrar por tipo de producto	Filtrar por estado de inventar	Filtrar	20 elementos		
<input type="checkbox"/>		Nombre	SKU	Inventario	Precio	Categorías	Etiquetas	Fecha
<input type="checkbox"/>		Professor Hulk 6" #705	PHulk705	En existencia	€325.00 Q195.00	Marvel	-	Publicada 01/09/2021 a las 9:12 pm
<input type="checkbox"/>		King Deadpool Deluxe 6" #724	KDeadpool724	En existencia	€350.00 Q210.00	Marvel	-	Publicada 01/09/2021 a las 9:12 pm
<input type="checkbox"/>		Miles Morales #765	MilesMorales765	En existencia	€130.00 Q100.00	Spiderman	-	Publicada 01/09/2021 a las 9:12 pm
<input type="checkbox"/>		Miles Morales #771	MilesMorales771	En existencia	€130.00 Q100.00	Spiderman	-	Publicada 01/09/2021 a las 9:12 pm
<input type="checkbox"/>		Miles Morales #770	MilesMorales770	En existencia	€130.00 Q100.00	Spiderman	-	Publicada 01/09/2021 a las 9:12 pm
<input type="checkbox"/>		Miles Morales #768	MilesMorales768	En existencia	€130.00 Q100.00	Spiderman	-	Publicada 01/09/2021 a las 9:12 pm
<input type="checkbox"/>		El Aracno #706	ElAracno706	En existencia	€130.00	Marvel	-	Publicada

### 8.5.8.2 Después

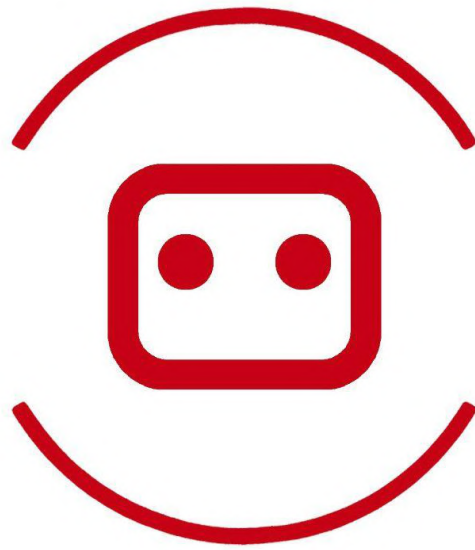


Categoría: Marvel ← Inicio / Marvel

Mostrando todos los resultados 7 Orden por defecto

El Animal Indestructible #711 €130.00 Q91.00	El Aracno #706 Q130.00 Q91.00	El Chimichanga de la Muerte #712 €130.00 Q91.00	El Héroe Invicto #709 Q130.00 Q91.00

# Capítulo IX



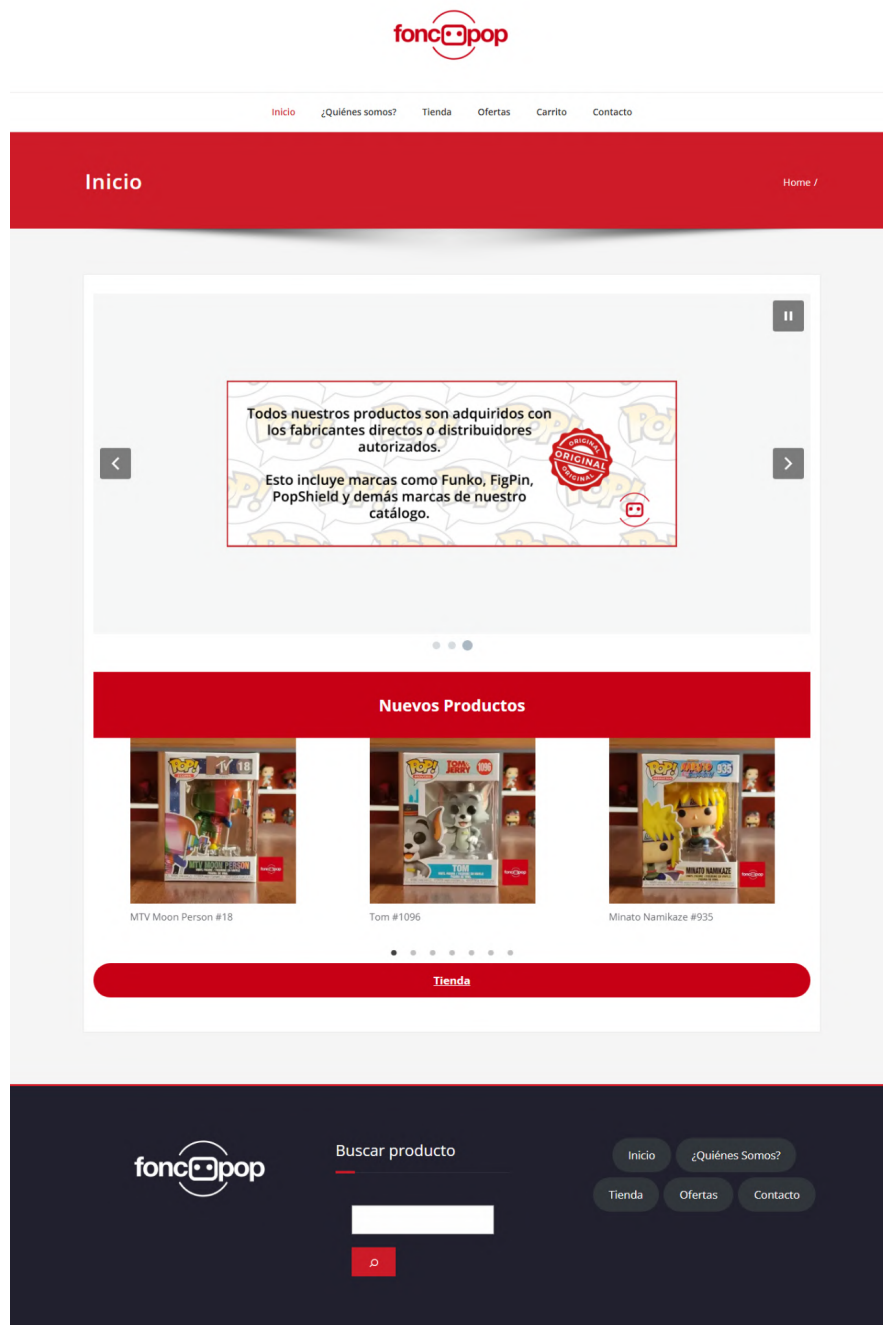
Propuesta  
gráfica final

## Capítulo IX: Propuesta gráfica final

### 9.1 Página de inicio

La página de inicio tiene medidas de 1200 x 2000 px. De acuerdo a los resultados de la encuesta se realizaron los cambios anteriormente mencionados. Sitio web:

<https://foncipopshop.com>



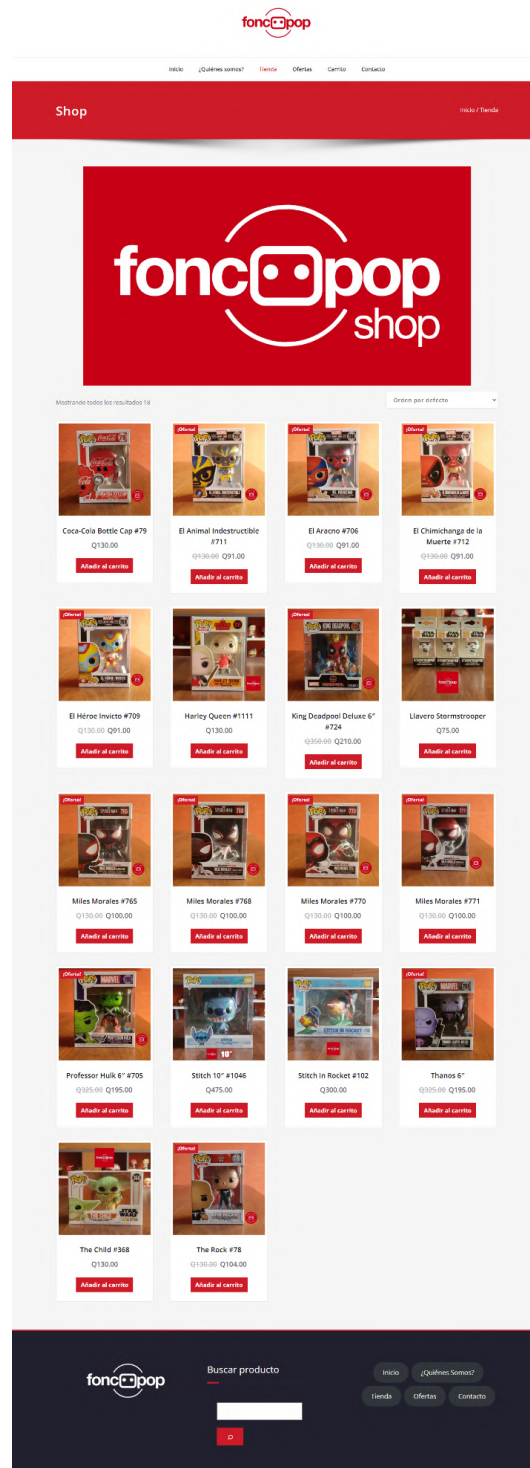
## 9.2 ¿Quiénes somos?

La página de “¿Quiénes somos?” tiene medidas de 1200 x 2000 px. De acuerdo a los resultados de la encuesta se realizaron los cambios anteriormente mencionados.



## 9.3 Tienda

La página de “Tienda” tiene medidas de 1300 x 3000 px. De acuerdo a los resultados de la encuesta se realizaron los cambios anteriormente mencionados.



## 9.4 Confirmación de compra

La página de “Confirmación de compra” tiene medidas de 1200 x 2000 px. De acuerdo a los resultados de la encuesta se realizaron los cambios anteriormente mencionados.

Inicio ¿Quiénes somos? Tienda Ofertas Carrito Contacto

### Confirmación de compra

Home / Confirmación de compra

¿Tienes un cupón? Haz clic aquí para introducir tu código

#### Detalles de facturación

Nombre \* Apellidos \*

Nombre de la empresa (opcional)

País/Región \*  
Guatemala

Dirección de la calle \*  
Número de la casa y nombre de la calle  
Colonia, Apartamento, habitación, etc. (opcional)

Localidad / Ciudad \*

Departamento \*  
Guatemala

Teléfono \*

Dirección de correo electrónico \*

#### Información adicional

Indicaciones del pedido (opcional)  
Detalles adicionales del pedido, referencias de la dirección, etc

#### Tu pedido

Producto	Subtotal
The Rock #78 x 1	Q104.00
<b>Subtotal</b>	<b>Q104.00</b>
<b>Total</b>	<b>Q104.00</b>

Pago Contra Entrega

**Realizar el pedido**

foncipop

Buscar producto

Inicio ¿Quiénes Somos? Tienda Ofertas Contacto

## 9.5 Ofertas

La página de “Ofertas” tiene medidas de 1200 x 2000 px. De acuerdo a los resultados de la encuesta se realizaron los cambios anteriormente mencionados.

The screenshot shows the 'Ofertas' (Offers) page of the FoncOPop website. At the top, there is a navigation bar with links for 'Inicio', '¿Quiénes somos?', 'Tienda', 'Ofertas', 'Carrito', and 'Contacto'. The main content area is dominated by a large promotional banner with a red background and white text. The banner features several Funko Pop figures and promotional text. A central banner highlights a 30% discount on a Funko Pop figure for 991 c/u. Other banners include 'Marvel Lucha Libre' with a 40% discount, 'Thanos (Earth-16186) 6" FX Previews Exclusiva' with a 40% discount, 'King Deadpool Deluxe 6" FX Previews Exclusiva' with a 40% discount, and 'Professor Hulk 6" FX Previews Exclusiva' with a 40% discount. The banner also includes social media links and a 'Tienda' button. The footer contains the FoncOPop logo, a search bar, and navigation links for 'Inicio', '¿Quiénes Somos?', 'Tienda', 'Ofertas', and 'Contacto'.

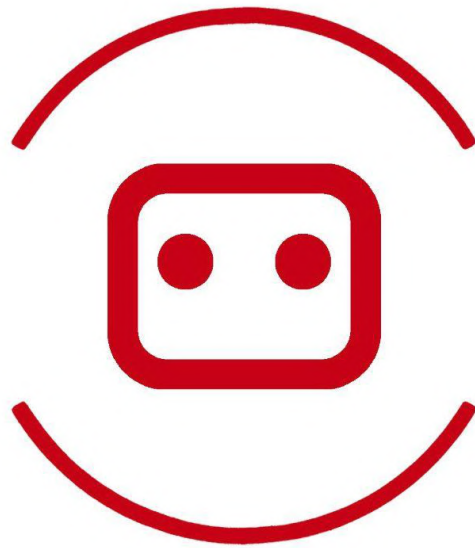


## 9.6 Contacto

La página de “Contacto” tiene medidas de 1200 x 2000 px. De acuerdo a los resultados de la encuesta se realizaron los cambios anteriormente mencionados.



# Capítulo X



Producción,  
reproducción y  
distribución

## Capítulo X: Producción, reproducción y distribución

Como parte fundamental para el desarrollo del diseño del sitio web para dar a conocer los productos que ofrece la línea de juguetes coleccionables Funko Pop de la empresa Foncopop para clientes reales y potenciales, es necesario implementar para evaluar y analizar las utilidades obtenidas a partir del diseño propuesto.

Para presentar los requerimientos económicos necesario para la elaboración del proyecto, se tomarán en cuenta los siguientes aspectos:

- **Plan de costos de elaboración:** se tomó en cuenta el proceso creativo y la elaboración de la propuesta, se llevó a cabo un cronograma de trabajo en el cual se tomó en cuenta las horas trabajadas en cada proceso, con un costo de Q25.00 por hora laborada.
- **Plan de costos de producción:** se tomó en cuenta la realización de artes finales, digitalización y prototipos virtuales, de igual forma se llevó a cabo un cronograma de trabajo, tomando en cuenta que cada hora trabajada tendrá un costo de Q25.00.
- **Plan de costos de reproducción:** se tomó en cuenta el costo del sitio web, host y el dominio, el cual el cliente nos proporcionó la cifra.
- **Plan de costos de distribución:** dentro de este proyecto no se requirió ningún costo de distribución ya que es el diseño de un sitio web para la empresa Foncopop.

## 10.1 Plan de costos de elaboración

Plan de costos de elaboración			
Semana del 19 al 23 de julio			
Descripción	Tiempo		Costo (Q25 por hora)
	Fecha	Horas	
<b>7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico</b>			
<b>7.1.1 Producto y servicio</b>	19-jul- 2021	4	Q100.00
<b>7.1.2 Comunicación y diseño</b>			
<b>7.1.3 Ciencias auxiliares</b>			
<b>7.1.4 Artes, teorías y tendencias</b>			
<b>7.2 Conceptualización</b>			
<b>7.2.1 Método</b>	20-jul-2021	2	Q50.00
<b>7.2.1.1 Lluvia de ideas</b>			
<b>7.2.1.2 Aplicación del método</b>			
<b>7.2.2 Definición del concepto</b> (propuestas de slogan, propuesta final y justificación)	22-jul-2021	2	Q50.00
<b>SUBTOTAL</b>	<b>3 días</b>	<b>8 horas</b>	<b>Q200.00</b>

Tabla 19. Plan de costos de elaboración semana 19 al 23 de julio.

Semana del 26 al 30 de julio			
Descripción	Tiempo		Costo (Q25 por hora)
	Fecha	Horas	
<b><u>7.3 Bocetaje</u></b>			
<b>7.3.1 Proceso de Bocetaje</b>			
7.3.1.1 Boceto #1 (Página de inicio)	26-jul-2021	8	Q200.00
7.3.1.2 Boceto #2 (¿Quiénes somos?)			
7.3.1.3 Boceto #3 (Tienda)			
7.3.1.4 Boceto #4 (Confirmación de compra)			
7.3.1.5 Boceto #5 (Ofertas)	27-jul-2021	6	Q150.00
7.3.1.6 Boceto #6 (Contacto)			
7.3.1.7 Boceto #7 (Microdibujos)			
<b><u>7.3.2 Bocetos Formales</u></b>			
7.3.2.1 Boceto #1 (Página de inicio)	28-jul-2021	6	Q150.00
7.3.2.2 Boceto #2 (¿Quiénes somos?)			
7.3.2.3 Boceto #3 (Tienda)			
7.3.2.4 Boceto #4 (Confirmación de compra)	29-jul-2021	6	Q150.00
7.3.2.5 Boceto #5 (Ofertas)			
7.3.2.6 Boceto #6 (Contacto)			
<b>SUBTOTAL</b>	<b>4 días</b>	<b>26 horas</b>	<b>Q650.00</b>

Tabla 20. Plan de costos de elaboración semana 26 al 30 de julio.

Semana del 2 al 6 de agosto			
Descripción	Tiempo		Costo (Q25 por hora)
	Fecha	Horas	
<b>7.3.3 Bocetos a color</b>			
<b>7.3.3.1 Página de inicio</b>	2-ago-2021	4	Q100.00
<b>7.3.3.2 ¿Quiénes somos?</b>			
<b>7.3.3.3 Tienda</b>			
<b>7.3.3.4 Confirmación de compra</b>	3-ago-2021	4	Q100.00
<b>7.3.3.5 Ofertas</b>			
<b>7.3.3.6 Contacto</b>			
<b>SUBTOTAL</b>	<b>2 días</b>	<b>8 horas</b>	<b>Q200.00</b>

Tabla 21. Plan de costos de elaboración semana 2 al 6 de agosto.

TOTAL			
Descripción	Tiempo		Costo (Q25 por hora)
	Días	Horas	
Semana del 19 al 23 de julio	3 días	8 horas	Q200.00
Semana del 26 al 30 de julio	4 días	26 horas	Q650.00
Semana del 2 al 6 de agosto	2 días	6 horas	Q150.00
<b>TOTAL</b>	<b>9 días</b>	<b>40 horas</b>	<b>Q1,000.00</b>

Tabla 22. Total plan de costos de elaboración.

## 10.2 Plan de costos de producción

Plan de costos de producción			
Semana del 9 al 13 de agosto			
Descripción	Tiempo		Costo (Q25 por hora)
	Fecha	Horas	
<b>7.3.4 Proceso de digitalización de bocetos</b>			
<b>7.3.4.1 Tipografía</b>	9-ago- 2021	2	Q50.00
<b>7.3.4.2 Paleta de colores</b>			
<b>7.3.4.3 Diseño del sitio web</b>	10-ago-2021	4	Q100.00
<b>7.3.4.4 Diseño de banner</b>	11-ago-2021	4	Q100.00
<b>7.3.4.5 Diseño carrusel página de inicio</b>	12-ago-2021	4	Q100.00
<b>7.3.4.6 Diseño de footer</b>	13-ago-2021	4	Q100.00
<b>SUBTOTAL</b>	<b>5 días</b>	<b>18 horas</b>	<b>Q450.00</b>

Tabla 23. Plan de costos de producción semana 9 al 13 de agosto.

Semana del 16 al 20 de agosto			
Descripción	Tiempo		Costo (Q25 por hora)
	Fecha	Horas	
7.3.4.7 Diseño de página “¿Quiénes somos?” 7.3.4.8 Diseño de página “Foncopop Shop”	16-ago-2021	4	Q100.00
7.3.4.9 Funcionamiento de la página “Confirmación de compra”	17-ago-2021	4	Q100.00
7.3.4.10 Diseño de página “Ofertas” 7.3.4.11 Diseño de página “Contacto”	18-ago-2021	4	Q100.00
<b>SUBTOTAL</b>	<b>3 días</b>	<b>12 horas</b>	<b>Q300.00</b>

Tabla 24. Plan de costos de producción semana 16 al 20 de agosto.

Semana del 23 al 27 de agosto			
Descripción	Tiempo		Costo (Q25/por hora)
	Fecha	Horas	
7.4 Propuesta Preliminar 7.4.1 Página de inicio 7.4.2 ¿Quiénes somos?	23-ago-2021	6	Q150.00
7.4.3 Foncopop Shop 7.4.4 Confirmación de compra	24-ago-2021	6	Q150.00
7.4.5 Ofertas 7.4.6 Contacto	25-ago-2021	6	Q150.00
<b>SUBTOTAL</b>	<b>3 días</b>	<b>18 horas</b>	<b>Q450.00</b>

Tabla 25. Plan de costos de producción semana 23 al 27 de agosto.



Semana del 6 al 10 de septiembre			
Descripción	Tiempo		Costo (Q25/por hora)
	Fecha	Horas	
<b>8.5 Cambios con base a los resultados</b>			
<b>8.5.1 Cambio #1</b>	6-sep-2021	4	Q100.00
<b>8.5.2 Cambio #2</b>			
<b>8.5.3 Cambio #3</b>	7-sep-2021	4	Q100.00
<b>8.5.4 Cambio #4</b>			
<b>8.5.5 Cambio #5</b>	8-sep-2021	4	Q100.00
<b>8.5.6 Cambio #6</b>			
<b>8.5.7 Cambio #7</b>	9-sep-2021	4	Q100.00
<b>8.5.8 Cambio #8</b>			
<b>SUBTOTAL</b>	<b>4 días</b>	<b>16 horas</b>	<b>Q400.00</b>

Tabla 26. Plan de costos de producción semana 6 al 10 de septiembre.

TOTAL			
Descripción	Tiempo		Costo (Q25/por hora)
	Días	Horas	
Semana del 9 al 13 de agosto	5 días	18 horas	Q450.00
Semana del 16 al 20 de agosto	3 días	12 horas	Q300.00
Semana del 23 al 27 de agosto	3 días	18 horas	Q450.00
Semana del 6 al 10 de septiembre	4 días	16 horas	Q400.00
<b>TOTAL</b>	<b>15 días</b>	<b>64 horas</b>	<b>Q1,600.00</b>

Tabla 27. Total plan de costos de producción.

### 10.3 Plan de costos de reproducción

Plan de costos de reproducción			
Descripción	Tiempo	Costo en \$	Costo en Q (tipo de cambio 7.74)
<b>Woocommerce Plus Hosting</b> (Plugin para Wordpress que permite el generar una tienda en línea y el host)	1 año (2021-2022)	\$214.80	Q1,662.82
<b>Single Domain</b> (1 dominio foncopopshop.com y seguridad)	1 año (2021-2022)	\$80.04	Q619.61
<b>SiteLock Security</b> (Seguridad del sitio web)	1 año (2021-2022)	\$71.88	Q556.44
<b>SUBTOTAL</b>	<b>1 año</b>	<b>\$366.72</b>	<b>Q2,838.05</b>

Tabla 28. Plan de costos de reproducción, costo de host, dominio y seguridad del sitio web.

### 10.4 Plan de costos de distribución

El presente proyecto no requiere un costo de distribución, ya que es un sitio web y todo será entregado al cliente de forma digital.

### 10.5 Margen de utilidad

Se calcula un margen de utilidad del 20% sobre el costo total del proyecto, el cual asciende a la cantidad de Q1,087.61.

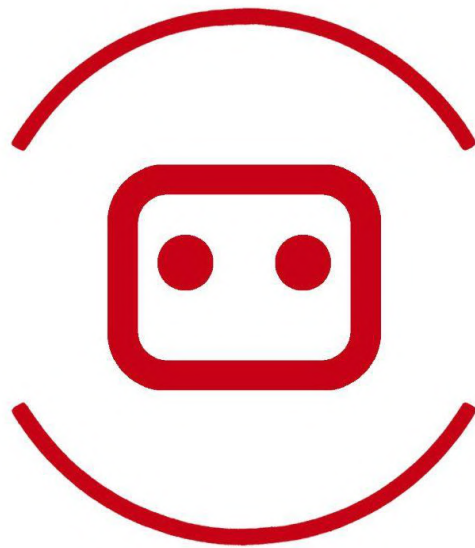
### 10.6 IVA

El valor de Impuesto al Valor Agregado (IVA), es de 12% sobre el los costos de elaboración, producción, reproducción, distribución y el margen de utilidad, por lo tanto es un valor de Q783.07

### 10.7 Cuadro con resumen general de costos

TOTAL	
Descripción	Costo
Costos de elaboración	Q1,000.00
Costos de producción	Q1,600.00
Costos de reproducción	Q2,838.05
Costos de distribución	N/A
<b>SUBTOTAL 1</b>	<b>Q5,438.05</b>
<b>Margen de utilidad 20%</b>	<b>Q1,087.61</b>
<b>SUBTOTAL 2</b>	<b>Q6,525.66</b>
<b>IVA 12%</b>	<b>Q783.07</b>
<b>GRAND TOTAL</b>	<b>Q7,308.73</b>

# Capítulo XI



## Conclusiones y recomendaciones

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

### **11.1 Conclusiones**

**11.1.1.** En conclusión, se puede afirmar que fue posible diseñar un sitio web para dar a conocer a clientes reales y potenciales, la línea de juguetes coleccionables -Funko Pop- que vende la empresa Foncopop.

**11.1.2.** De acuerdo con toda la información recopilada con el cliente, por medio del brief, con relación a la historia, misión y visión, productos y servicios de la empresa Foncopop, permitió fundamentar toda la información y contenido del sitio web de una manera en que facilitará la comprensión de la misma para los clientes.

**11.1.3.** Con referencia a lo anterior, se puede concluir que la investigación que se llevó a cabo sobre los términos, teorías y tendencias de diseño, los cuales fueron de mucha utilidad, apoyaron al desarrollo de la propuesta del sitio web.

**11.1.4.** De igual manera la diagramación de los elementos gráficos y el proceso de bocetaje contribuyó a la elección de la técnica para la utilización de los colores corporativos, para así llamar la atención del grupo objetivo.

**11.1.5.** Adicionalmente se realizó la selección de fotografías de las redes sociales de la empresa Foncopop de los juguetes coleccionables Funko Pop para colocarlos en el sitio web, asegurando que el cliente pudiera observar en su totalidad el producto.

**11.1.6.** Finalmente, se pudo concluir, que es importante que las empresas consideren tener un sitio web para dar a conocer sus productos, ya que puede ser de mucha utilidad para los clientes reales y potenciales, y además proporcionarle posicionamiento a la empresa.

## **11.2 Recomendaciones**

**11.2.1.** Se sugiere que tanto el sitio web y las redes sociales de la empresa Foncopop sean actualizadas de manera consecutiva para lograr una conexión entre ambas, de manera que el cliente pueda mantenerse al tanto de la empresa.

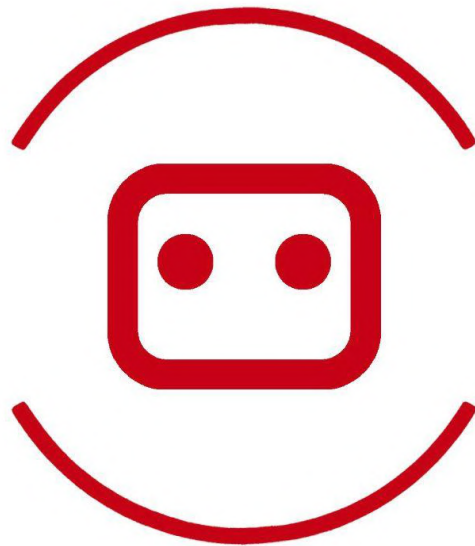
**11.2.2.** Es importante que las ofertas sean colocadas en el sitio web de una manera ordenada y agradable para la vista de los clientes, así podrán obtener mejores resultados y aumento de ventas.

**11.2.3.** Se recomienda que el host, dominio y el programa WooCommerce, para facilitar pagos con tarjeta dentro del sitio web sea renovado cada año o bien de forma mensual, según la cantidad de ventas durante el año para mantener actualizado el sistema.

**11.2.4.** Ya que la empresa Foncopop tiene ingreso de productos nuevos de manera semanal se recomienda que las fotografías sean tomadas de buena calidad, en las que se pueda observar el producto desde diferentes ángulos y sean subidas al sitio web de forma inmediata.

**11.2.5.** Se recomienda que cada cierto tiempo o bien por lo menos cada año se realice una pequeña investigación de las tendencias del momento para aplicarlas al sitio web y redes sociales para generar más impacto en los clientes.

# Capítulo XII



Conocimiento  
general

## Capítulo XII: Conocimiento general

### 12.1 Demostración de conocimientos

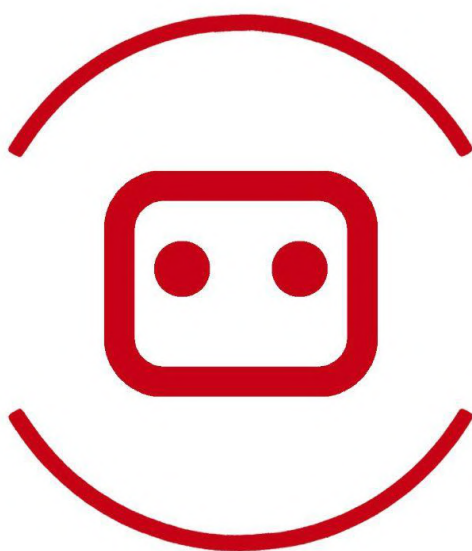
# Conocimiento General



Imágenes recuperadas de: Flaticon.es Tipografía Rose Cake creada por: Sushi Srisopha Elaborado por Ana Mónica Rodas Soberanis



# Capítulo XIII



# Referencias

## Capítulo XIII: Referencias

### 13.1 E-grafías

#### A

Apízar Díaz, Wendy (2005) Hacia la construcción del concepto integral de adultez. Revista Enfermería Actual en Costa Rica, página 1. ISSN: 1409-4568. Recuperado de: [https://revistas.ucr.ac.cr > article > download](https://revistas.ucr.ac.cr/article/download)

Anónimo. (2021) Tipo de Funko Pop que existen. Recuperado de: <https://mifunko.com/blog/posts/tipos-de-funko-pop>

Anónimo. (s.f.) Roland Barthes (1913-1980). Recuperado de: <https://comunicacion.idoneos.com/334756/>

Anónimo (2021) Arte y diseños. Recuperado de: [http://jheromont.blogspot.com/2013/03/conceptos-recorrido-visual-es-el\\_28.html](http://jheromont.blogspot.com/2013/03/conceptos-recorrido-visual-es-el_28.html)

All Fonts (2021) Clear Sans Font. Recuperado de: <http://allfont.es/search/?s=clear+sans+>

Aiteco Consultores, Desarrollo y Gestión (2021) Tormenta de Ideas.: Creatividad para la Mejora. Recuperado de: <https://www.aiteco.com/tormenta-de-ideas/>

#### B

Barrera, Sara (1999) Perfil biográfico de Charles S. Peirce. Recuperado de: <https://www.unav.es/gep/bio-peirce.html>

#### C

Chen, Caterina (2021). Elementos de la comunicación. Recuperado de: <https://www.significados.com/elementos-de-la-comunicacion/>

Canelon, Adrineli. (2020). Función apelativa: ejemplos y características. Recuperado de <https://www.lifeder.com/ejemplos-funcion-apelativa/>.

Caro, Sara (2019) Función poética del lenguaje: definición, características y ejemplos. Recuperado de: <https://www.unprofesor.com/lengua-espanola/funcion-poetica-del-lenguaje-definicion-caracteristicas-y-ejemplos-3647.html>

Creativos Online (2021) Una tipografía con historia: Helvética. Recuperado de:  
<https://www.creativosonline.org/una-tipografia-con-historia-helvetica.html>

## **D**

DB city. Ciudad de Guatemala. Recuperado de:

<https://es.db-city.com/Guatemala--Guatemala--Ciudad-de-Guatemala>

Diccionario de la Real Academia Española (2020) Definición de colección. Recuperado de:  
<https://dle.rae.es/colecci%C3%B3n>

Desarrollo Web (2005) Los espacios en blanco. Recuperado de:  
<https://desarrolloweb.com/articulos/2234.php>

## **E**

Espinosa, Roberto (2021). Elementos de la comunicación: tipos y ejemplos. Recuperado de:  
<https://robertoepinosa.es/2020/11/15/elementos-de-la-comunicacion>

Enciclopedia de Ejemplos (2019) 30 ejemplos de Función Fática. Recuperado de:  
<https://www.ejemplos.co/30-ejemplos-de-funcion-fatica/>

Estrada, Homero (2014) Pero... ¿Qué es el diseño gráfico?. Recuperado de:  
<https://foroalfa.org/articulos/pero-que-es-el-diseno-grafico>

E-nquest (2018) Investigación cuantitativa: qué es y características. Recuperado de:  
<https://www.e-nquest.com/investigacion-cuantitativa-que-es-y-caracteristicas/>

Economipedia (2020) Encuesta. Recuperado de:  
<https://economipedia.com/definiciones/encuesta.html>

## **F**

Flaticon. Iconos vectoriales gratis. Flaticon. Recuperados de: <https://www.flaticon.es/>

Freepik. (2021) Recursos gráficos gratuitos. Recuperado de: <https://www.freepik.es/>

FunkoTown. (2021) Funkos. Recuperado de: <https://www.funkotown.es/funkos/POP-TEE>

Fernández, Mark (2019) ¿Qué son y para qué sirven las páginas web interactivas? Recuperado de: <https://sytelmedia.com/que-son-y-para-que-sirven-las-paginas-web-interactivas/>

Ffonts. (2021) Bebas Neue Font. Recuperado de: <https://es.ffonts.net/Bebas-Neue-Bold.font.download>

## **G**

González, Mónica. (s.f.) Universidad de Londres. Semiótica. Recuperado de: <https://vdocuments.mx/42564414-semiotica-universidad-de-londres-impo.html>

González, Pedro (2018). Qué es el emisor y el receptor en comunicación. Recuperado de: [https://www.unprofesor.com/lengua-espanola/que-es-el-emisor-y-el-receptor-en-la-comunicacion-2490.html#anchor\\_2](https://www.unprofesor.com/lengua-espanola/que-es-el-emisor-y-el-receptor-en-la-comunicacion-2490.html#anchor_2)

Gramáticas (2021) Definición de Contexto. Recuperado de: <https://www.gramaticas.net/2016/09/ejemplos-de-contexto.html>

Gascó, Tamara (2018) Ejemplos de función emotiva. Recuperado de: <https://www.milejemplos.com/lenguaje/ejemplos-de-funcion-emotiva.html>

Grupo Carricay (2016) ¿Cuáles son los tipos de diseños web que existen? Recuperado de: <https://medium.com/grupo-carricay/cu%C3%A1les-son-los-tipos-de-dise%C3%B1os-web-que-existen-db873007b0c5>

González, Sol (2020) ¿Qué es la experiencia de usuario? Recuperado de: <https://www.cyberclick.es/que-es/experiencia-de-usuario>

García-Allen (2021) Psicología del color significado y curiosidades de los colores. Recuperado de: <https://psicologaiymente.com/miscelanea/psicologia-color-significado>

## **H**

Hernando, Marta (2020) Ejemplos de Función Referencial. Recuperado de: <https://www.unprofesor.com/lengua-espanola/ejemplos-de-funcion-referencial-4271.html>

## I

Instituto Nacional de Estadística. (2020). Guatemala: Estimaciones de la Población total por municipio. Período 2008-2020. (al 30 de junio). [Archivo PDF] Recuperado de:

<http://www.oj.gob.gt/estadistica/reportes/poblacion-total-por-municipio.pdf>

Informática Milenium (2021) Sitios Web. Recuperado de:

<https://www.informaticamilenium.com.mx/es/temas/que-son-los-sitios-web.html>

Inowex (2021) Diseño Web. Recuperado de

<https://inowex.com/es/disenio-web/>

## J

Javier Sánchez Galán (2015) Empresa. Recuperado de:

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

## L

Llamas, Jonathan (2021) Cibernética. Recuperado de:

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

## M

Moreno, Oscar (2019). ¿Cuáles son los canales de comunicación más efectivos?. Recuperado de:

<https://www.instasent.com/blog/cuales-son-los-canales-de-comunicacion-mas-efectivos#RECEPTOR>

Más adelante (2021) ¿Qué es un host?-Definición de host. Recuperado de:

<https://www.masadelante.com/faqs/host>

Mott Glosario (2021) ¿Qué es un degradado?. Recuperado de:

<https://glosario.mott.pe/disenio/palabras/degradado>

Metropolitana (2021) ¿Qué es el ruido?. Recuperado de:

<https://www.metropol.gov.co/ambiental/Paginas/ruido/que-es-el-ruido.aspx>

## **N**

Navarro, Javier (2017) Definición de Funko. Recuperado de:

<https://www.definicionabc.com/negocios/funko.php>

## **O**

Organización de Naciones Unidas (ONU). Acerca de Guatemala. Recuperado de:

<https://onu.org.gt/acerca-de-guatemala/>

Organización Mundial de la Salud. (2021) Desarrollo en la adolescencia. Recuperado de:

[https://www.who.int/maternal\\_child\\_adolescent/topics/adolescence/dev/es/](https://www.who.int/maternal_child_adolescent/topics/adolescence/dev/es/)

Ortiz, Juan (2020) Función metalingüística: características, funciones y ejemplos. Recuperado de:

<https://www.lifeder.com/ejemplos-funcion-metalinguistica/>

## **P**

PNG item. Imágenes en formato png gratuitas. Recuperados de: <https://www.pngitem.com/>

Pérez Porto, Julián y Merino, María (2014) Definición de coleccionista. Recuperado de:

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

Pérez, Julián y Gardey, Ana (2013). Definición de emisor. Recuperado de:

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

Porto, Julián y Gardey, Ana (2010) Definición de contenido. Recuperado de:

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

Psiguide (2021) ¿Qué es y qué estudia la psicología? Recuperado de:

<https://www.psicologosbuenosaires.com/psicologia/que-es-psicologia-y-que-estudia/>

## **Q**

QuestionPro (2021). ¿Qué es la investigación cualitativa?. Recuperado de:

<https://www.questionpro.com/es/investigacion-cualitativa.html>

## **R**

Raffino, María Estela (2020) Concepto de Servicio al Cliente. Recuperado de:

<https://concepto.de/servicio-al-cliente/>

Ros, Laia (2021) Las redes sociales, una revolución comunicativa. Recuperado de:  
<https://www.lavanguardia.com/vida/junior-report/20200629/482009621616/dia-redes-sociales.html>

Romero, Emilio (2019) ¿Qué es la retícula en diseño gráfico y para qué sirve? Recuperado de:  
<https://revistadigital.inesem.es/disen-y-artes-graficas/que-es-la-reticula-en-diseno-grafico/>

Raffino, Estela (2021) Semiología. Recuperado de: <https://concepto.de/semiologia/>

## S

Sedano, John (2017) Funko Pop!, la historia detrás de las figuras de éxito. Recuperado de:  
<https://www.diariosur.es/sociedad/funko-historia-detras-20180905205904-nt.html>

Seminario Elementos de Comunicación Institucional. (2020) El Proceso de Comunicación. Recuperado de:  
<https://secitgu.eco.catedras.unc.edu.ar/unidad-1/comunicacion-y-sociedad/el-proceso-de-comunicacion/>

Significados (2016). Significado de Facebook. Recuperado de:  
<https://www.significados.com/facebook/>

Santana, Mayte. (2012) Concepto de diseño a partir de tres autores. Recuperado de:  
<https://maytesantana.wordpress.com/2012/08/21/concepto-de-diseno-a-partir-de-tres-autores/>

Silva, Fernando (2015) ¿En qué se diferencian el diseño web fluido, adaptativo y responsivo? Recuperado de:  
<https://blog.ida.cl/disen/diferencias-diseno-web-fluido-adaptativo-responsivo/>

Sistemas (2021) Definición de enlace. Recuperado de: <https://sistemas.com/enlace.php>

Staff Creativa (2021) Tipografía: Todo lo que debes saber. Recuperado de:  
<https://www.staffcreativa.pe/blog/tipografia/>

Santin, Lorena (2021) Diseño web minimalista. Recuperado de:  
<https://www.mediatick.es/blog/disen-web-minimalista-caracteristicas-leyes-de-la-simpli-cidad-y-ejemplos/>

## **T**

Tomas, David (2019) ¿Qué es un banner? Recuperado de:  
<https://www.cyberclick.es/que-es/banner>

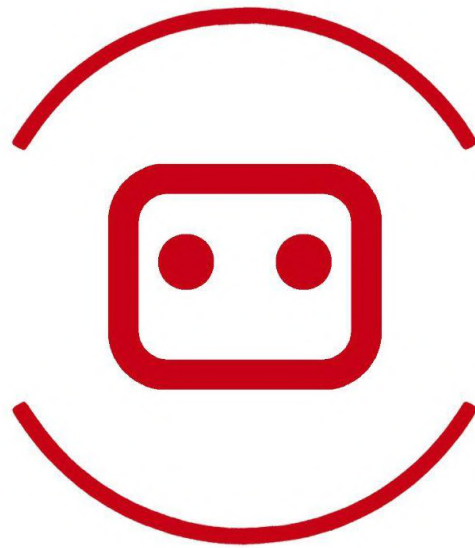
## **U**

Ucha, Florencia (2009) Definición de imágenes. Recuperado de:  
<https://www.definicionabc.com/comunicacion/imagenes.php>

Universidad de Costa Rica (2021) ¿Qué es la lingüística? Recuperado de:  
<https://inil.ucr.ac.cr/linguistica/que-es-la-linguistica/>



# Capítulo XIV



Anexos

## Capítulo XIV: Anexos

### 14.1 Anexos

#### Anexo A. Requerimiento de comunicación y diseño

##### TALLER DE DESARROLLO DE REQUERIMIENTO DE COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Se presentan de forma concreta los requerimientos de comunicación y/o diseño. Puede ser por descubrimiento o por demanda, es decir, lo que el cliente solicita.

¿Para quién?	Elegir una de las siguientes:	¿Qué?	¿Para qué?
	No se cuenta con		
	No existe		
	No se tiene		
<b>Foncopop</b>	<b>carece de</b>	<b>del diseño de un sitio web</b>	<b>para dar a conocer los juguetes coleccionables Funko Pop que ofrece a sus clientes reales y potenciales.</b>
	No hay		
	Hace falta		

*Ejemplo: La empresa Tortas Mila carece de un catálogo digital para informar a los clientes reales y potenciales de los pasteles.*

*Nota importante: El Requerimiento de Comunicación y Diseño debe ir acorde al tema del proyecto de graduación*

## Anexo B. Brief

# BRIEF

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

### DATOS DEL ESTUDIANTE

Nombre del estudiante:	<u>Ana Mónica Rodas Soberanis</u>		
No. de Carné:	<u>18001265</u>	Celular:	<u>5460-7755</u>
Email:	<u>monica.soberanis@galileo.edu</u>		
Proyecto:	<u>Diseño de un sitio web, para dar a conocer la tienda online de Funko Pop de la empresa Foncopop a clientes reales y potenciales.</u>		

### DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA)

Nombre del cliente (empresa):	<u>Foncopop</u>		
Dirección:	<u>Ciudad de Guatemala</u>		
Email:	<u>foncopop@gmail.com</u>	Tel:	<u>5532-3044</u>
Contacto:	<u>Mario Rodas</u>	Celular:	<u>5532-3044</u>
Antecedentes:	<u>Foncopop es un emprendimiento guatemalteco que nace en el 2018, de un hobby por coleccionar Funko Pop. Los juguetes coleccionables son de la marca Funko y se les llama "Pop", palabra la cual fue de inspiración para utilizar en su logotipo. En la actualidad lleva 4 años en operaciones y cuenta con más de 10,000 seguidores en las redes sociales.</u>		
Oportunidad identificada:	<u>Diseño de un sitio web para dar a conocer la tienda online de juguetes coleccionables de la empresa Foncopop.</u>		

# BRIEF

## DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA)

Misión: Vender productos coleccionables y originales a nuestros clientes, brindándoles una experiencia única en servicio.

Visión: Ser reconocidos a nivel nacional por la venta de productos coleccionables y destacar por un excelente servicio al cliente.

Delimitación geográfica: Guatemala, Guatemala

Grupo objetivo: Hombres y mujeres jóvenes, estudiantes universitarios, con independencia económica, coleccionistas, conocedores de la marca Funko, así como películas, series y caricaturas, entre otros.

Principal beneficio al grupo objetivo: Un sitio web en el cual los clientes puedan conocer a la empresa, visualizar los juguetes coleccionables y realizar su pedido en línea.

Competencia: BuToys, El Duende, Kawaii, Juguetón, Moonko y Kasperle.

Foncopop es un emprendimiento el cual lleva 4 años en operaciones y cuenta con más de

Posicionamiento: 10,000 clientes en las redes sociales. Conforme el tiempo ha logrado un aumento de clientes pero desean como meta del 2022 un sitio web para darse a conocer.

Factores de diferenciación: \_\_\_\_\_

Excelente servicio al cliente, productos originales, responsabilidad y compromiso en cada venta realizada, y conocedores de la marca Funko.

Objetivo de mercadeo: Posicionamiento entre las tiendas que venden juguetes coleccionables, aumento de clientes y facilidad para conocer a la empresa.

Objetivo de comunicación: Dar a conocer la tienda de juguetes coleccionables de la empresa Foncopop, con la meta de alcanzar nuevos clientes.

Mensajes claves a comunicar: \_\_\_\_\_

Con el diseño de la página web se busca comunicar, confianza, responsabilidad, calidad de juguetes coleccionables, calidad de servicio al cliente, compromiso e innovación.

Estrategia de comunicación: \_\_\_\_\_

Por medio de Facebook, Instagram y Tiktok de la empresa Foncopop se hará promoción a la página web incitando a los clientes a conocerla y realizar sus pedidos de ella.

Reto del diseño y trascendencia: A través del diseño de un sitio web para aumentar ventas y clientes, así como mejorar el posicionamiento de Foncopop.

# BRIEF

Materiales a realizar: Diseño de un sitio web.

Presupuesto: Aproximadamente Q6,000.00 para el diseño de la página web.

## DATOS DEL LOGOTIPO

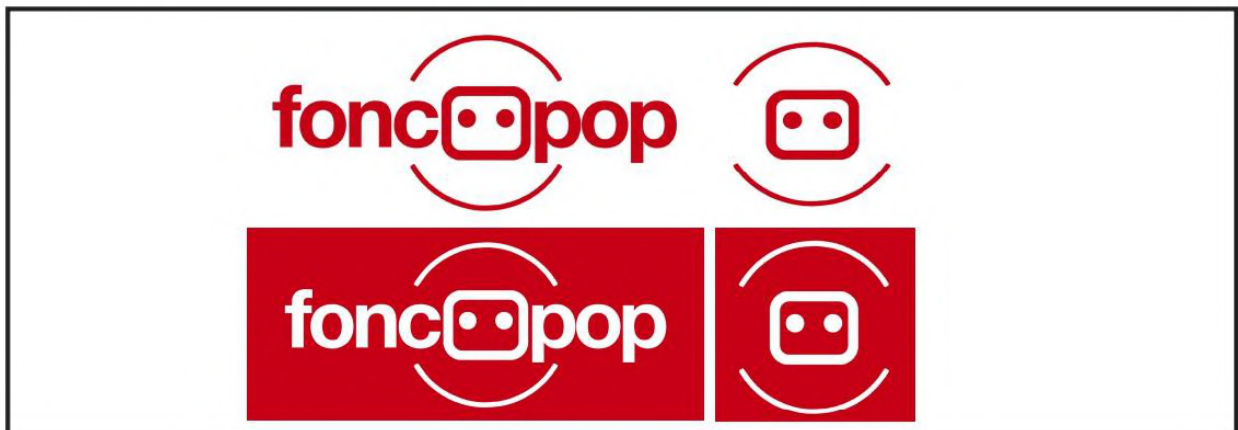
Colores: Rojo-HTML #c70015, R: 199 G: 0 B: 21, C: 0 M:0 Y:0 K:0.

Blanco- HTML: #ffff, R: 255 G: 255 B: 255, C:0 M:0 Y:0, K:0.

Tipografía: Helvética Neue

Forma: Imagotipo

## LOGOTIPO

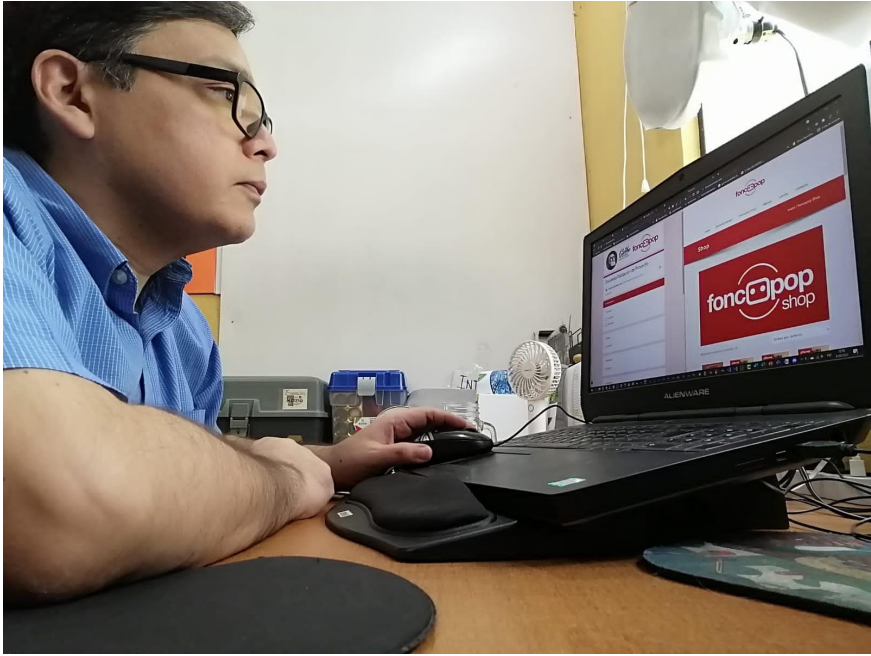


Fecha: 17-mayo-2021

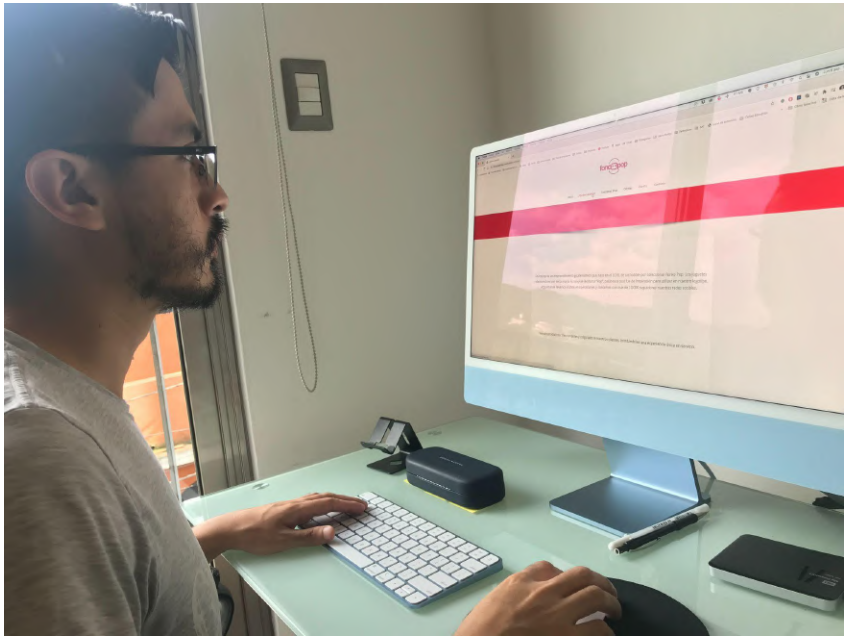
## Anexo C. Tabla de nivel socioeconómico 2018

CARACTERÍSTICAS	NIVEL C1	NIVEL C2	NIVEL C3
Ingresos	Q25,600.00	Q17,500.00	Q11,900.00
Educación padres	Superior, Licenciatura,	Superior, Licenciatura,	Licenciatura
Educación hijos	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas y post grado extranjero con beca	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas o estatal	Hijos menores escuelas, mayores en U estatal
Desempeño	Ejecutivo medio, comerciante, vendedor	Ejecutivo, comerciante, vendedor, dependiente	Comerciante, vendedor, dependiente
Vivienda	Casa/departamento, rentada o financiado, 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio area de servicio, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala,
Otras propiedades	Sitios/terrenos interior por herencias		
Personal de servicio	Por día	Por día, eventual	Eventual
Servicios financieros	1-2 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, 1-2 TC intl, Seguro colectivo salud	1 cta Q monetarios y ahorro, 1 TC local	1 cta Q ahorro, TC local
Poseiones	Autos compactos de 3-5 años, asegurados por Financiera	Auto compacto de 4-5 años, sin seguro	Auto compacto de 8-10 años, sin seguro
Bienes de comodidad	1 teléfono, 1-2 celulares, cable, internet, equipo de audio, más de 2 TV, maquina de lavar ropa, computadora/miembroelectrodomésticos básicos.	1 teléfono fijo, minimo, 1-2 cel, cable, radio, 2 TV, electrodomésticos básicos	1 teléfono fijo, celular cada miembro mayor, cable, equipo de audio, TV, electrodomésticos básicos
Diversión	Cine, CC, parques temáticos locales,	Cine, CC, parques temáticos locales,	Cine eventual, CC, parques, estadio

**Anexo D. Cinco personas especializadas en comunicación y diseño**



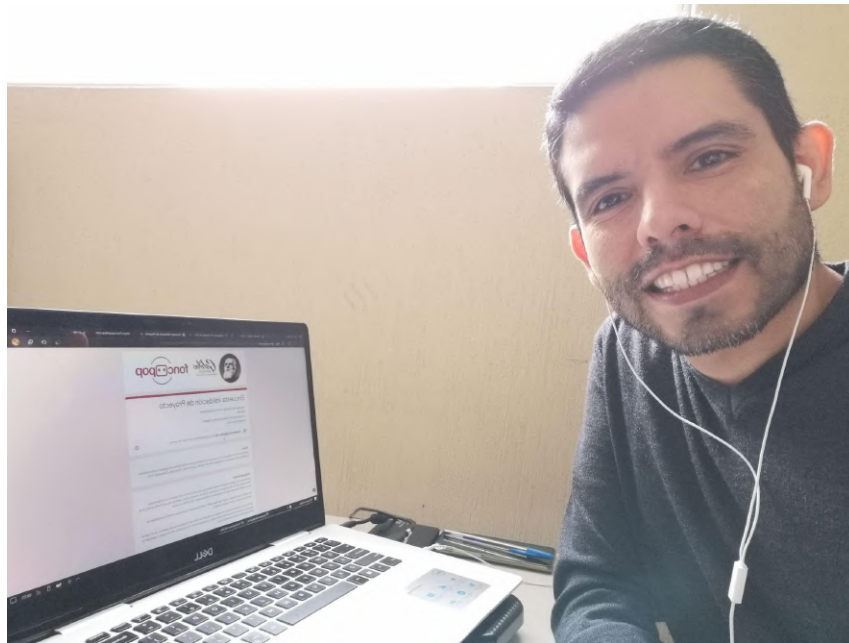
Lic. Rolando Barahona. Diseñador Gráfico



Lic. Carlos A. Jiménez. Diseñador Gráfico



Lic. Carmen Andrea Aguilar. Diseñadora Gráfica



Lic. Antonio Gutiérrez. Administrador de empresas





Lic. Lourdes Donis. Diseñadora Gráfica

**Anexo E. Cinco personas de la empresa de Foncopop**



Gerente General, Foncopop. Mario Rodas



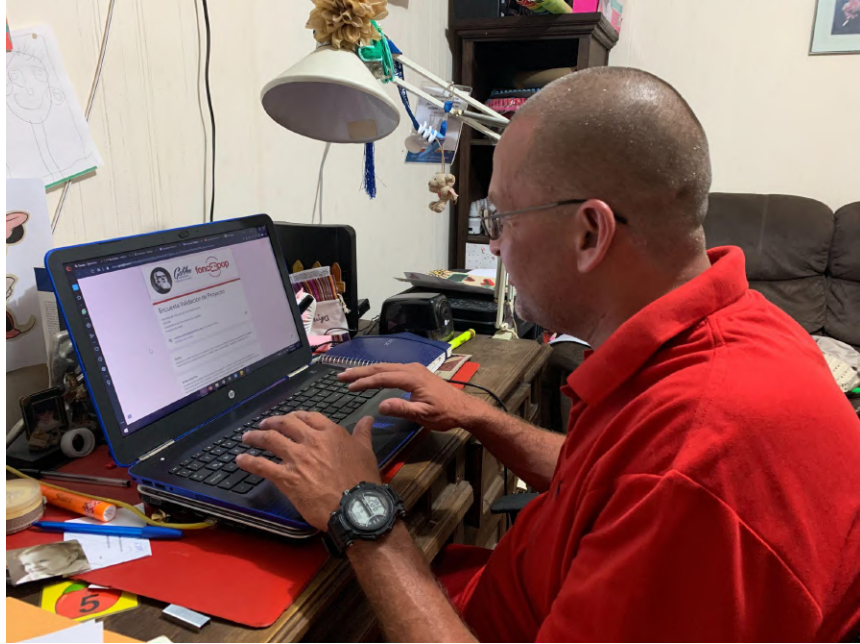
Asistente, Foncopop. Meylin Fonseca



Encargado de ventas, Foncopop. Herberth Flores



Encargado de Logística, Foncopop. Silas Ayala

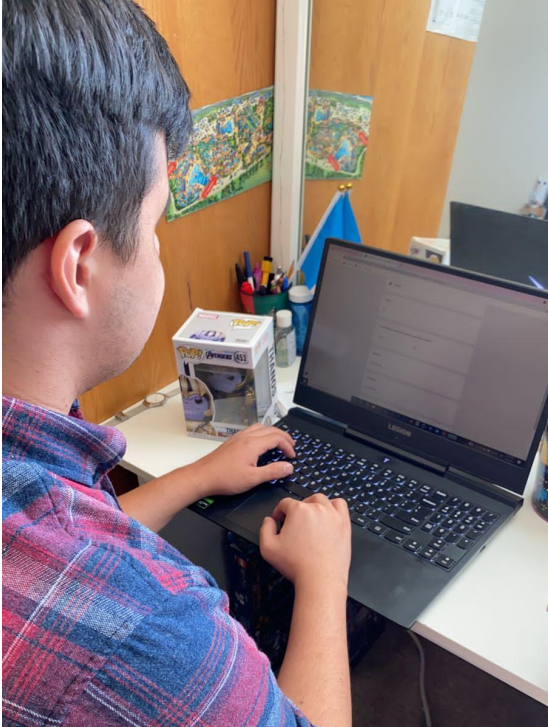


Mensajero, Foncopop. Kenneth Cuevas

**Anexo F. Grupo objetivo**



Juan Carlos Méndez. Estudiante.



Antonio Cabrera. Estudiante.

## Anexo G. Encuesta Formulario de Google realizada por Ana Mónica Rodas Soberanis



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación



**foncipop**

### Encuesta Validación de Proyecto

Facultad de Ciencias de la Comunicación  
FACOM  
Licenciatura en Comunicación y Diseño  
Proyecto de Tesis

 [monica.soberanis@galileo.edu](mailto:monica.soberanis@galileo.edu) (no compartidos) 

[Cambiar de cuenta](#)

#### Tema

Diseño de un sitio web para dar a conocer los productos que ofrece la línea de juguetes coleccionables Funko Pop de la empresa Foncipop a clientes reales y potenciales. Guatemala, Guatemala.

#### Antecedentes

La empresa de juguetes coleccionables Foncipop no cuenta con un sitio web el cual proporcione información acerca de la empresa, así como: historia, misión y visión, además de una tienda virtual en la que se pueda observar todos los juguetes coleccionables Funko Pop en venta.

Se observó que al tener un sitio web adecuado y fácil de utilizar, la empresa tendrá la posibilidad de aumentar ventas y atraer nuevos clientes.

Por lo tanto, se determina que la solución es diseñar un sitio web dirigido al grupo objetivo, en el cual se logrará una atracción de clientes potenciales, visualización de la información de Foncipop y apreciación de los juguetes coleccionables Funkos.

#### Instrucciones:

Con base a la información anterior, observe el sitio web de la empresa Foncipop, y según su criterio conteste las siguientes preguntas de validación.

[Siguiente](#)  Página 1 de 6 [Borrar formulario](#)



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación



## Encuesta Validación de Proyecto

 monica.soberanis@galileo.edu (no compartidos) 

[Cambiar de cuenta](#)

\*Obligatorio

### 1. Información

1.1 Género \*

- Femenino  
 Masculino

1.2 Edad: \*

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

1.3 Nombre: \*

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

1.4 Profesión: \*

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

1.5 Puesto: \*

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

1.6 Años de experiencia en el mercado: \*

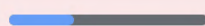
Tu respuesta \_\_\_\_\_

1.7 Perfil: \*

- Experto  
 Cliente  
 Grupo objetivo

[Atrás](#)

[Siguiente](#)



Página 2 de 6 [Borrar formulario](#)



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación



## Encuesta Validación de Proyecto

 monica.soberanis@galileo.edu (no compartidos) 

[Cambiar de cuenta](#)

\*Obligatorio

### 2. Parte objetiva

2.1 ¿Considera necesario diseñar un sitio web para dar a conocer la historia y productos de la empresa Foncopop a sus clientes reales y potenciales? \*

- Sí  
 No

2.2 ¿Cree usted importante investigar acerca de los términos teorías y tendencias de diseño relacionadas con el diseño de un sitio web a través de fuentes bibliográficas que respalden científicamente la propuesta del diseño de una página web que será visitada por el grupo objetivo del proyecto? \*

- Sí  
 No

2.3 ¿Considera necesario recopilar información de la empresa Foncopop, a través de los datos que proporcione el cliente por medio del Brief? \*

- Sí  
 No

2.4 ¿Cree usted importante la utilización de los colores corporativos de una manera ordenada y llamativa para llamar la atención de los clientes? \*


- Sí  
 No

2.5 ¿Considera importante la utilización de las fotografías para facilitar la vista de cada producto en un sitio web? \*

- Sí  
 No

[Atrás](#)

[Siguiente](#)

 Página 3 de 6 [Borrar formulario](#)





Galileo  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación



## Encuesta Validación de Proyecto

 monica.soberanis@galileo.edu (no compartidos) 

[Cambiar de cuenta](#)

\*Obligatorio

### 3. Parte semiológica

3.1 Considera que la tipografía utilizada en el sitio web es: \*

- Legible
- Poco legible
- Ilegible

3.2 Según su criterio los colores rojo blanco y negro utilizados en el diseño de los materiales son: \*

- Llamativos
- Corporativos
- Dinámicos

3.3 Considera que la cantidad de fotografías utilizadas en el sitio web son: \*

- Apropriadas
- Poco apropiadas
- Nada apropiadas

3.4 Considera que la utilización y colocación del logotipo en el sitio web es: \*

- Adecuada
- Poco adecuada
- Nada adecuada

3.5 Considera que las animaciones del sitio web en la página de inicio son: \*

- Adecuadas
- Poco adecuadas
- Nada adecuadas

[Atrás](#)

[Siguiente](#)


 Página 4 de 6 [Borrar formulario](#)



Galileo  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación



## Encuesta Validación de Proyecto

 monica.soberanis@galileo.edu (no compartidos)

[Cambiar de cuenta](#)



\*Obligatorio

### 4. Parte Operativa

4.1 Considera que el tamaño de las fotografías de los productos son: \*

- Adecuadas
- Poco adecuadas
- Nada adecuadas

4.2 Considera que el uso y la navegación del sitio web son: \*

- Fácil
- Poco fácil
- Nada fácil

4.3 ¿Considera que los botones del sitio web son fáciles de entender y ubicar? \*

- Mucho
- Poco
- Nada

4.4 ¿Considera que las tendencias de diseño web "Minimalismo" e "Interactividad" son utilizadas correctamente? \*

- Mucho
- Poco
- Nada

4.5 Considera que la cantidad de información tanto de la empresa como de los productos es: \*

- Adecuada
- Poco adecuada
- Nada adecuada

[Atrás](#)

[Siguiendo](#)



Página 5 de 6 [Borrar formulario](#)



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación



## Encuesta Validación de Proyecto

 monica.soberanis@galileo.edu (no compartidos) 

[Cambiar de cuenta](#)

\*Obligatorio

### 5. Observaciones

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

Tu respuesta

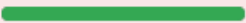
---

### ¡Muchas gracias!

Gracias por contribuir al proyecto de tesis "Diseño de un sitio web para dar a conocer los productos que ofrece la línea de juguetes coleccionables Funko Pop de la empresa Foncopop a clientes reales y potenciales. Guatemala, Guatemala 2022", su opinión será tomada en cuenta para realizar cambios en dicho proyecto.

[Atrás](#)

[Enviar](#)

 Página 6 de 6

[Borrar formulario](#)