

*Galileo*  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

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

Diseño de piezas gráficas digitales para informar a través de la red social de Instagram los servicios que ofrece a clientes reales y potenciales la empresa El Bufete Creativo.

### **PROYECTO DE GRADUACIÓN**

Presentado a la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Guatemala C.A.

#### **ELABORADO POR:**

Miriam Saraí Mejía Calvillo

Carné: 19000593

Para optar al título de:

**LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO**

Nueva Guatemala de la Asunción 2024

Diseño de piezas gráficas digitales para promover los servicios que el Bufete Creativo ofrece a través de Instagram para clientes reales y potenciales del mercado guatemalteco.

Guatemala, Guatemala

**PROYECTO DE GRADUACIÓN**

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

**ELABORADO POR:**

Miriam Saraf Mejía Calvillo

19000593

Para optar al título de:

**LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO**

Nueva Guatemala de la Asunción

**Autoridades**

Dr. Eduardo Suger Cofiño

Rector

Dra. Mayra de Ramírez

Vicerrectora General

Lic. Jean Paul Suger Castillo

Vicerrector Administrativo

Dr. Jorge Retolaza

Secretario General

Lic. Leizer Kachler

Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Lic. Rualdo Anzueto, M.Sc

Vicedecano de la facultad de Ciencias de la Comunicación

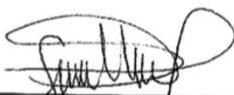
Guatemala 12 de abril de 2022

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

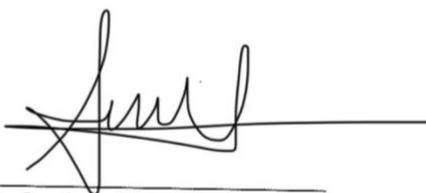
Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado: **DISEÑO DE PIEZAS GRÁFICAS DIGITALES PARA INFORMAR A TRAVÉS DE LA RED SOCIAL DE INSTAGRAM LOS SERVICIOS QUE OFRECE A CLIENTES REALES Y POTENCIALES LA EMPRESA EL BUFETE CREATIVO**. Así mismo solicito que la Lcda. Ana Gabriela Cabrera sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



**Miriam Sarai Mejía Calvillo**  
19000593



**Lcda. Ana Gabriela Cabrera**  
Asesora

---



**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala 12 de mayo de 2022

**Señorita:**  
**Miriam Sarai Mejía Calvillo**  
**Presente**

Estimada Señorita Mejía:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE PIEZAS GRÁFICAS DIGITALES PARA INFORMAR A TRAVÉS DE LA RED SOCIAL DE INSTAGRAM LOS SERVICIOS QUE OFRECE A CLIENTES REALES Y POTENCIALES LA EMPRESA EL BUFETE CREATIVO.** Así mismo, se aprueba a la Licda. Ana Gabriela Cabrera, 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, 09 de diciembre de 2022

**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 PIEZAS GRÁFICAS DIGITALES PARA INFORMAR A TRAVÉS DE LA RED SOCIAL DE INSTAGRAM LOS SERVICIOS QUE OFRECE A CLIENTES REALES Y POTENCIALES LA EMPRESA EL BUFETE CREATIVO..** Presentado por la estudiante: *Miriam Sarai Mejía Calvillo*, con número de carné: *19000593*, 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,

**Lcda. Ana Gabriela Cabrera**  
**Asesora**



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 24 de julio de 2024

**Señorita  
Miriam Saraí Mejía Calvillo  
Presente**

Estimada Señorita Mejía:

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

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

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

Ciudad de Guatemala, 13 de agosto de 2024.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: **DISEÑO DE PIEZAS GRÁFICAS DIGITALES PARA INFORMAR A TRAVÉS DE LA RED SOCIAL DE INSTAGRAM LOS SERVICIOS QUE OFRECE A CLIENTES REALES Y POTENCIALES LA EMPRESA EL BUFETE CREATIVO**, de la estudiante Miriam Saraí Mejía Calvillo, 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, 24 de septiembre de 2024

**Señorita:**  
**Miriam Saraf Mejía Calvillo**  
**Presente**

Estimada Señorita Mejía:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE PIEZAS GRÁFICAS DIGITALES PARA INFORMAR A TRAVÉS DE LA RED SOCIAL DE INSTAGRAM LOS SERVICIOS QUE OFRECE A CLIENTES REALES Y POTENCIALES LA EMPRESA EL BUFETE CREATIVO.** Presentado por la estudiante: Miriam Saraf Mejía Calvillo, 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**

La presente tesis es dedicada principalmente a Dios por iluminarme en cada paso, brindándome sabiduría y su infinito amor permitiéndome llegar hasta este punto de mi vida.

A mis padres Emersson y Vivi, por apoyarme siempre en las decisiones que he tomado y motivarme, día a día, con palabras de aliento y con su amor incondicional que ha sido mi motor para luchar por mis sueños y en lo que quiero convertirme.

A mi abuelita Mimi y a mi tía Titi, por estar siempre pendiente de mí apoyándome en cada paso de mi vida y brindarme un amor tan extraordinario haciéndome saber que siempre tendré otras dos mamás para lo que necesite.

A Cristian y Jimena, por brindarme una amistad llena de apoyo, risas y cariño permitiéndome adquirir conocimientos nuevos para crecer personal y profesionalmente.

## Resumen

A través del acercamiento junto a la agencia El Bufete Creativo, se identificó que carece de piezas gráficas digitales para promover sus servicios de coaching gráfico y soluciones creativas a los clientes reales y potenciales del mercado guatemalteco. Por lo que se llevará a cabo la creación de una propuesta de piezas gráficas cubriendo las necesidades que se desean satisfacer, junto al reforzamiento de marca.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo: Diseñar piezas gráficas digitales para informar a través de la red social de Instagram los servicios que ofrece a clientes reales y potenciales la empresa El Bufete Creativo. El enfoque de la investigación es mixto, porque se utilizó el método cuantitativo y el método cualitativo. El primero para cuantificar los resultados de la muestra, y el segundo evalúa el nivel de percepción y utilidad del proyecto.

La herramienta de investigación se aplicó a un promedio de 30 personas entre grupo objetivo, cliente, y expertos en comunicación y diseño.

El principal hallazgo, entre otros, es que se logró adquirir información relacionada del grupo objetivo para comprender de mejor manera sus comportamientos y pensamientos con la finalidad de crear y transmitir un mensaje adecuado para comunicarlo de manera efectiva. Asimismo, se llegó a la creación de piezas gráficas digitales que permiten concretar de mejor manera una estructura y consistencia de diseño.

Se recomendó crear una matriz de contenido para tener presente cuáles serán los objetivos y estrategias por alcanzar junto al tipo de contenido en redes sociales al adquirir una adecuada interacción con el grupo objetivo.

Para efectos legales únicamente la autora, **MIRIAM SARAÍ MEJÍA CALVILLO**, 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
1.1 Introducción .....	1
Capítulo II: Problemática .....	3
2.1 Contexto .....	3
2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño .....	4
2.3 Justificación .....	4
2.3.1 Magnitud .....	4
2.3.2 Vulnerabilidad .....	5
2.3.3 Trascendencia .....	5
2.3.4 Factibilidad .....	6
2.3.4.1 Recursos Humanos .....	6
2.3.4.2 Recursos Organizacionales .....	6
2.3.4.3 Recursos Económicos .....	6
2.3.4.4 Recursos Tecnológicos .....	7
Capítulo III: Objetivos del diseño .....	9
3.1 El objetivo general .....	9
3.2 Los objetivos específicos .....	9
Capítulo IV: Marco de referencia .....	11
4.1 Información general del cliente .....	11
Capítulo V: Definición del grupo objetivo .....	17
5.1 Perfil geográfico .....	17
5.2 Perfil demográfico .....	17
5.3 Perfil psicográfico .....	18
5.4 Perfil conductual .....	18
Capítulo VI: Marco teórico .....	20
6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio .....	20
6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación .....	22
6.2.2 Conceptos relacionados con el diseño .....	25
6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias .....	27

Capítulo VII: Proceso de Diseño y Propuesta Preliminar.....	35
7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico.....	35
7.2 Conceptualización. ....	36
7.3 Bocetaje.....	39
7.4 Propuesta preliminar .....	56
Capítulo VIII: Validación Técnica.....	63
8.1 Población y muestreo .....	63
8.2 Método e instrumentos .....	64
8.3 Resultados e interpretación de resultados .....	68
8.4 Cambios en base en resultados.....	76
Capítulo IX: Propuesta final .....	80
Capítulo X: Producción, reproducción y distribución .....	86
10.1 Plan de costos de elaboración.....	86
10.2 Plan de costos de producción. ....	87
10.3 Plan de costos de reproducción. ....	87
10.5 Margen de utilidad. ....	88
10.6 IVA.....	88
10.7 Cuadro con resumen general de costos. ....	89
Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones .....	91
Capítulo XII: Conocimiento general.....	94
Capítulo XIII: Referencias .....	96
Capítulo XIV: Anexos .....	101



# “Capítulo I Introducción

# Capítulo I: Introducción

## 1.1 Introducción

El Bufete Creativo es una agencia de coaching gráfico fundada en el año 2008 por Lucía Espósito. La empresa ofrece servicios de conexión empresarial integrando herramientas de comunicación, cuyo objetivo principal es brindar soluciones creativas que estén al nivel de cada uno de sus clientes e implementar estrategias de coaching gráfico.

A raíz de un análisis referente a la imagen que tiene la agencia al público, se llegó a la conclusión que no cuentan con una línea gráfica definida para llevar a cabo piezas gráficas digitales en sus redes sociales, principalmente la red social Instagram, la cual ha ganado popularidad a lo largo de los años y es la red ideal para atraer la atención de su grupo objetivo.

Es por esa razón que se trabajará el proyecto “Diseño de piezas gráficas digitales para informar a través de la red social de Instagram los servicios que ofrece a clientes reales y potenciales la empresa El Bufete Creativo”. Iniciar una investigación acerca de lo que ofrece la empresa, al permitir conocer su historia, productos y servicios al lograr así una familiarización para tener una idea clara del propósito del proyecto.

La metodología para llevar a cabo será una investigación de comunicación, diseño, ciencias, teorías, artes y tendencias relacionadas al proyecto, abrir paso a la conceptualización de una base de ideas para iniciar con los bocetos y crear una propuesta preliminar la cual logrará una validación y resultado al permitir identificar detalladamente si es óptima o no.

El proyecto busca crear una propuesta de piezas gráficas que se adapten a las necesidades que se desean satisfacer y el reforzamiento de marca, alcanzar un adecuado posicionamiento en el mercado guatemalteco, al atraer clientes reales y potenciales.



“Capítulo II  
Problemática

## **Capítulo II: Problemática**

El Bufete Creativo es una agencia de coaching gráfico fundada en el año 2008 por Lucía Espósito. La empresa ofrece servicios de comunicación empresarial que integra herramientas de comunicación.

La empresa el Bufete Creativo no cuenta con material digital perjudicando la identidad de la empresa para promover sus servicios de coaching gráfico y soluciones creativas al evitar establecer un vínculo junto a clientes reales y potenciales del mercado guatemalteco.

### **2.1 Contexto**

El Bufete Creativo es una agencia de coaching gráfico fundada en el año 2008 por Lucía Espósito. La empresa ofrece servicios de comunicación empresarial que integra herramientas de comunicación y el objetivo principal de la empresa es brindar soluciones creativas que estén al nivel de cada uno de sus clientes, implementar estrategias de coaching gráfico.

A raíz de un análisis referente a la imagen que tiene la agencia al público, se llegó a la conclusión que su necesidad radica en el diseño de piezas gráficas digitales elaboradas para la red social Instagram, la cual ha ganado popularidad a lo largo de los años y es la red ideal para atraer la atención del grupo objetivo.

El objetivo principal de crear material digital es dar a conocer de manera estratégica los distintos servicios que la empresa brinda tal como lo es el coaching gráfico. soluciones creativas y herramientas de comunicación, para lograr el crecimiento de la marca y aumentar su presencia en el mercado guatemalteco y lograr atraer nuevos clientes.

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

El Bufete Creativo no cuenta con piezas gráficas digitales para promover sus servicios de coaching gráfico y soluciones creativas a los clientes reales y potenciales del mercado guatemalteco.

## **2.3 Justificación**

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

### **2.3.1 Magnitud**

De acuerdo con el último censo realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas -INE- (2019) hay 18,411,322 habitantes en la República de Guatemala. En la Ciudad de Guatemala habitan 3,573,179 de personas y existen 40 agencias que ofrecen servicios similares al Bufete Creativo, siendo así la competencia. Dentro de ellas se encuentran: Socios Creativos, Fulano Sutano, 4am Saatchi & Saatchi, Punto Mandarina, Publinac.



*Gráfica de magnitud realizada por Saraí Mejía. Ver anexo 1.*

### **2.3.2 Vulnerabilidad**

Al no contar con piezas gráficas digitales para promover los servicios que El Bufete Creativo ofrece al mercado guatemalteco, se pierde la oportunidad de fidelizar a los clientes existentes y atraer a clientes potenciales, así también perjudica el crecimiento de la empresa y que esta no sobresalga de la competencia.

### **2.3.3 Trascendencia**

La creación de piezas gráficas digitales y publicación de las mismas en la red social Instagram, promoverá la interacción de la marca con sus seguidores, captar su atención y al mismo tiempo mantenerlos informados.

Asimismo, tener una imagen visual coherente y atractiva que fortalecerá la credibilidad de la empresa, llamará la atención de los clientes potenciales y lograr fidelidad de los clientes con antigüedad.

#### **2.3.4 Factibilidad**

La elaboración de piezas gráficas digitales para promoverse a través de Instagram es un proyecto factible, ya que la agencia cuenta con los recursos humanos, organizacionales, económicos y tecnológicos necesarios para su realización.

##### **2.3.4.1 Recursos Humanos**

Se cuenta con el capital humano necesario para realizar con eficiencia el proyecto, en el que cada integrante cuenta con el conocimiento, la experiencia y las habilidades para facilitar el desarrollo y ejecución del material digital.

##### **2.3.4.2 Recursos Organizacionales**

Los ejecutivos de la organización autorizan al personal para que estén en disposición de brindar toda la información necesaria de la empresa para llevar a cabo este proyecto.

##### **2.3.4.3 Recursos Económicos**

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

#### **2.3.4.4 Recursos Tecnológicos**

La agencia cuenta con el equipo, software y los recursos indispensables para elaborar y producir el proyecto. Por su parte, la comunicadora-diseñadora cuenta con experiencia profesional y el equipo adecuado para llevar a cabo el proyecto.



“ **Capítulo III**  
Objetivos del  
diseño

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

### **3.1 El objetivo general**

Diseñar piezas gráficas digitales para promover los servicios que El Bufete Creativo ofrece a través de Instagram a los clientes reales y potenciales del mercado guatemalteco.

### **3.2 Los objetivos específicos**

**3.2.1** Recopilar toda la información necesaria a través de un brief para conocer a profundidad los servicios que El Bufete Creativo ofrece al mercado guatemalteco y así crear una propuesta gráfica creativa que se adapte a las necesidades del cliente.

**3.2.2** Investigar conceptos y tendencias de diseño para respaldar la propuesta gráfica a elaborar, manteniendo la esencia de la marca.

**3.2.3** Conceptualizar a través de elementos gráficos, paleta de colores y tipografías, una propuesta gráfica que refleje la esencia de la marca y los valores de esta para atraer tanto a clientes reales como potenciales.

**3.2.4** Diagramar los elementos gráficos, textos e imágenes a través de bocetos para lograr un recorrido visual coherente y una propuesta gráfica estética y funcional.



“Capítulo IV  
Marco de  
referencia

## Capítulo IV: Marco de referencia

### 4.1 Información general del cliente

**4.1.2 Nombre del cliente (empresa).** El Bufete Creativo

**4.1.3 Dirección.** No cuentan con oficina física, su método de trabajo es por medio de Home Office

**4.1.4 Email.** info@elbufetecreativo.com

**4.1.5 Tel.** +502 5879-3561

**4.1.6 Contacto.** Lucía Espósito

**4.1.7 Celular.** +502 5879-3561

**4.1.8 Antecedentes.** El Bufete Creativo es una agencia de coaching gráfico fundada en el año 2008 por Lucía Espósito. La empresa ofrece servicios de comunicación empresarial que integra herramientas de comunicación.

**4.1.9 Oportunidad identificada.** Creación de piezas gráficas digitales para atraer mayor interacción entre clientes reales y potenciales, logrando que El Bufete Creativo pueda promover y vender con mayor cobertura sus servicios.

**4.1.10 Misión.** Guiar a las marcas a un nuevo nivel de creatividad y funcionalidad a través del desarrollo de nuevos dispositivos que sirvan como medios de atracción y apoyo a las estrategias de marketing.

**4.1.11 Visión.** Ser reconocidos local y regionalmente como una empresa de servicios publicitarios innovadores, efectivos y tecnológicos, alcanzar y mantener una posición competitiva clave en el mercado.

**4.1.12 Valores.**

**-Excelencia:** nos impulsa a ser mejores cada día, y no por competir con otros, sino por ponernos en reto a nosotros mismos para crecer, para llegar más lejos.

**-Calidad:** ofrecer condiciones de uso del servicio superiores a las que el cliente espera recibir.

**-Compromiso:** ponemos al máximo nuestras capacidades para sacar adelante cada servicio para satisfacción de nuestros clientes.

**-Responsabilidad social:** somos responsables de cumplir con nuestro deber cívico y tomar acciones que beneficien a la sociedad en su conjunto.

**4.1.13 Delimitación geográfica.** Empresas nacionales y extranjeras conformadas con integrantes entre 25 a 70 años con un nivel socioeconómico desde C3 (ingresos desde 25,600).

**4.1.14 Grupo Objetivo.** Hombres y mujeres entre 24 a 60 años a nivel nacional en la Ciudad de Guatemala con un NSE entre la categoría C3, C2 Y C1. Poseen tendencias al uso de aparatos tecnológicos como el celular y/o computadora con acceso a internet a redes sociales, se interesan en servicios de coaching de marcas, diseño gráfico y herramientas de comunicación.

**4.1.15 Principal beneficio al grupo objetivo.** Conocimiento de los servicios y trabajo de El Bufete Creativo siendo una empresa con alto nivel de satisfacción y precios cómodos.

**4.1.16 Competencia.** Socios Creativos, Fulano Sutano, 4am Saatchi & Saatchi, Punto Mandarina, Publinac.

**4.1.17 Factores de diferenciación.** Contenido con información de servicios y visualización de trabajos como referencia respetando línea gráfica definida para mayor identificación de la empresa a base de sus elementos gráficos, paleta de color y tipografía.

**4.1.18 Objetivo de comunicación.** Informar y persuadir acerca de los servicios que ofrecen desde coaching gráfico, logrando incrementar el engagement y empatizar con el grupo objetivo, creando una mayor comunidad.

**4.1.19 Objetivo de mercadeo.** Tener una participación destacada en promoción de servicios, identificar las opciones más rentables y factibles. Fijar un precio ideal, promocionar, persuadir y entrar de forma exitosa en los mercados.

**4.1.20 Mensajes clave a comunicar.** Calidad de servicios ante competidores

**4.1.21 Estrategia de comunicación.** Campaña en la red social de Instagram que invite a conocer los servicios y trabajos realizados, enfocado a los intereses del grupo objetivo y difundirlos de mejor manera en los medios que se empleen.

**4.1.22 Reto del diseño y trascendencia.** Creación de piezas gráficas digitales para lograr una adecuada identidad visual al permitir que la empresa tenga mayor presencia ante la competencia y clientes potenciales. Lograr que El Bufete Creativo pueda promover y vender con mayor cobertura sus servicios.

**4.1.23 Materiales a realizar.** Piezas gráficas digitales.

**4.1.24 Logotipo.**



**Colores.** Amarillo (fab907) Gris (3e3838) Blanco (ffffff)

**Tipografía.** La tipografía que implementa El Bufete Creativo es de la familia Avenir Pro sans serif.

**Forma.** Presenta un medio círculo y está compuesto por letras, logrando enfoque en el nombre y su paleta de colores.

*Ver anexo 2: Brief*

#### **4.1.25 FODA.**

##### **4.1.25.1 Fortalezas**

-Integrantes del equipo especializados en áreas de diseño, creatividad, estrategia de medios.

-Se cuenta con una cartera de clientes fieles a la empresa.

- Trabajo remoto con sus clientes.

##### **4.1.25.2 Oportunidades**

-Generación de empleos.

-Se posee visión creativa entre el equipo de trabajo.

Atraer clientes potenciales.

-Falta de comunicación, lo cual retrasa los tiempos de entrega.

-No se cuenta con piezas gráficas que muestren sus trabajos y servicios.

-No son reconocidos dentro de la competencia.

##### **4.1.25.3 Debilidades**

-Falta de comunicación, lo cual retrasa los tiempos de entrega.

-No se cuenta con piezas gráficas que muestren sus trabajos y servicios.

-No son reconocidos dentro de la competencia.

#### 4.1.25.4 Amenazas

-No hay reconocimiento total de la empresa entre clientes potenciales.

-Competencia directa entre empresas internacionales.

-Alta competitividad.



Figura 2. FODA. Elaborado por Saraí Mejía.



“ **Capítulo V**  
Definición del  
grupo objetivo

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

El proyecto está dirigido a un grupo objetivo comprendido por hombres y mujeres entre las edades de 24 a 60 años que residen en la Ciudad de Guatemala y poseen un nivel socioeconómico C1. Utilizan dispositivos tecnológicos como el celular, laptop y/o tablet, con acceso a internet y redes sociales, especialmente Instagram. Poseen gran interés temas relacionados al coaching de marcas, diseño gráfico y herramientas de comunicación.

### **5.1 Perfil geográfico**

El grupo objetivo reside en la Ciudad de Guatemala, específicamente en las zonas 14, 10, 9, 4. Guatemala, cuyo nombre oficial es Nueva Guatemala de la Asunción, está formada por una superficie de 108.890 Km<sup>2</sup> y cuenta con una población de 17.974.000 habitantes, mientras que la Ciudad de Guatemala cuenta con una superficie de 996Km<sup>2</sup> y una población de 3,015, 081 habitantes.

La Ciudad goza de un clima templado, casi similar a la estación primaveral a lo largo del año, aunque existen dos temporadas marcadas, la lluvia y la temporada seca. Su idioma oficial es el español, es el más utilizado entre sus habitantes.

El grupo objetivo transita por zonas de tránsito peatonal y de vehículos. Se entretiene en centros comerciales, plazas y restaurantes.

### **5.2 Perfil demográfico**

El grupo objetivo está conformado por hombres y mujeres entre las edades entre 24 a 60 años que poseen un NSE con las siguientes características: El grupo objetivo cuenta con ingresos entre Q11,900 hasta Q25,600.00 con educación a nivel licenciatura o superior, con hijos en

colegios o universidades privadas o en extranjero. Cuentan con casa o departamento rentado o financiado.

*Tabla completa de NSE. Ver anexo 3*

### **5.3 Perfil psicográfico**

El grupo objetivo cree en Dios, siendo de religión cristiana o católica. Cree en el trabajo y en la diversión al aire libre, por lo que frecuenta oficinas, parques o cafés con motivos laborales o sociales.

Poseen una personalidad extrovertida, segura y flexible, disfruta pasar tiempo en redes sociales, conectados desde sus celulares o computadora. Asimismo, disfruta realizar actividad física como deportes, llevar una vida social activa, siendo estas reuniones sociales, laborales y de celebración.

### **5.4 Perfil conductual**

El grupo objetivo hace uso de las redes sociales, tanto para inspiración como para informarse y mejorar al momento de buscar usuarios con el mismo contenido acerca de lo que venden u ofrecen sus competidores. Logra identificar de mejor manera la idea que necesita para su negocio al permitir identificar su necesidad en herramientas de comunicación y coaching de marca para alcanzar un adecuado puesto en el mercado guatemalteco. Para esto hace uso de aparatos tecnológicos como el celular y/o computadoras para el ingreso a las redes sociales, siendo Instagram la más utilizada. Sus intereses se ven reflejados en reuniones sociales, laborales y de celebración, ya sea en centros comerciales, plazas o restaurantes.



““ **Capítulo VI**  
Marco teórico

## Capítulo VI: Marco teórico

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

**6.1.1 Empresa.** Organización de personas y recursos encargada en responder la necesidad de algún tipo de servicio o producto a base de un beneficio económico y profesional haciendo uso de factores productivos como trabajo, tierra y capital.

Se basan en estrategias definidas para crear equipos de trabajo como unidad socioeconómica para el sector primario, secundario y terciario, teniendo en cuenta las relaciones jerárquicas como presidente, gerentes, directores, empleados, etc.

**6.1.2 Agencia.** Establecimiento dedicado en prestar determinados servicios, se encarga de suscribir, modificar y llevar a cabo relaciones de representación profesional. Así mismo brinda asesoramiento junto a un equipo de trabajo.

Dispone de todo el material necesario para cubrir las necesidades del cliente permitiendo brindar más de una solución, elaborando estrategias atractivas para la construcción de mejores resultados.

**6.1.3 Coaching.** Proceso de acompañamiento es reflexivo y creativo permitiendo crear y maximizar resultados extraordinarios a una empresa o personas. Mediante este proceso se implementan cambios para conseguir lo que se propone logrando aumentar el rendimiento y mejorar la calidad.

Abre paso a nuevas posibilidades de acción por medio de una metodología de preguntas para explorar creencias, valores, fortalezas y limitaciones. Creando aprendizaje e iniciar con un posible cambio como mejora. Beatriz G. (2022, 24 enero)

**6.1.4 Material digital.** Herramienta de difusión y promoción que permite dar a conocer marcas, servicios y productos. Permite visualizar y almacenar desde cualquier dispositivo electrónico, poseen la ventaja de poder acceder fácilmente a información y contar con un atractivo visual.

Utensilio para multiplicar fuentes de información ampliando conocimiento y aprendizaje para un tema en concreto, permitiendo adaptarse a las novedades y facilidad en comunicación entre otras personas.

**6.1.5 Redes sociales.** Sitios utilizados a base de internet que permiten crear una red social entre personas con gustos e intereses en común. Permiten tener una relación directa, brindando una interacción personalizada ya sea para resolver problemas o adquirir nueva información.

Posibilitando en crear comunidades nuevas por medio de la comunicación inmediata digital, siendo una agradable fuente de entretenimiento y distracción gracias a sus miles de usuarios en cada plataforma en que se registre.

**6.1.6 Servicio.** Acción que abre paso al análisis y asistencia permitiendo satisfacer necesidades que existen donde el trabajo se desempeña de manera efectiva por medio de un conjunto de medios materiales o inmateriales.

Incluye una diversidad de actividades a brindar que se mantienen duraderas en el tiempo desempeñadas por profesionales del área pública o privada. Consta de capacitaciones y actualizaciones para mantenerse en el mercado competitivo. ONE Comunicación (2020)

**6.1.7 Relaciones públicas.** Actividad profesional que tiene como fin informar por medio de estrategias la imagen corporativa de una marca logrando transmitir una imagen positiva y un adecuado posicionamiento ante su grupo objetivo.

Permite centralizar las diferentes demandas de comunicación que en conjunto afectan el entorno empresarial, logrando un proceso de comunicación directo y efectivo hacia el público creando un vínculo.

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

**6.2.1.1 Comunicar.** Acción de transmitir una información, característica o situación hacia una persona o varias a través de actos, gestos o palabras con el fin de mantenerla al tanto de lo que está pasando.

Este intercambio de información es necesario para que exista un buen entendimiento entre individuos permitiendo establecer acuerdos y normas logrando un agradable entorno para coexistir.

**6.2.1.2 Informar.** Acción que conlleva a una persona a comentar un hecho, situación o evento a otra persona que lo desconoce, brindando mayor conocimiento acerca del tema sobre el cual se informa.

Este proceso puede brindarse de manera de un lenguaje verbal o no verbal documentando alguna noticia o acontecimiento relevante dando forma a la información que se transmitirá entre un emisor y receptor.

**6.2.1.3 Procesos de comunicación.** Conjunto de acciones que permiten transmitir de manera correcta un mensaje entre una o varias personas, teniendo como objetivo hacer un intercambio de comunicación siendo dinámico y continuo.

Siendo efectivo por medio de la retroalimentación y conocimiento nuevo entre los participantes acerca de su entorno, llevando a este proceso contar con un esquema para que sea óptima su función.



*Esquema de comunicación realizado por Saraí Mejía.*

**6.2.1.4 Emisor.** Persona que inicia el proceso de comunicación, llevando a cabo el transcurso de elaboración y configuración para darle forma al mensaje permitiendo que sea entendible con el fin de comunicar ya sea a través de comunicación oral o escrita.

La función de este elemento en el proceso de comunicación debe de ser eficaz y comprensible ya que si no es el caso se estropea el intercambio y elaboración del mensaje y no se llega a concretar un contacto entre individuos.

**6.2.1.5 Receptor.** Persona encargada en recibir el mensaje enviado por el emisor, realiza el proceso de codificación del mensaje recibido permitiendo una comunicación eficaz.

Debe de contar con las habilidades correspondientes para lograr decodificar el mensaje y comprenderlo para elaborar una respuesta que vaya acorde a la información brindada, logrando facilitar el proceso de comunicación. Euroinnova Business School. (2022)

**6.2.1.6 Código.** Lenguaje utilizado para construir el mensaje transmitido por el emisor, está conformado por un conjunto de signos que permiten la función de ser entendible para que el receptor lo codifique y se lleve la comunicación de forma óptima.

Conlleva los datos o reglas que se comparten en común entre el emisor y receptor para englobar el mensaje a tratar desde un inicio junto a la retroalimentación.

**6.2.1.7 Mensaje.** Conjunto de elementos como señales, códigos, signos o símbolos cuyo objetivo es informar/comunicar. Es elaborado por el emisor iniciando el proceso de comunicación.

Esta función es impredecible para que se desarrolle el intercambio de información entre individuos, debe de estar elaborado para que sea fluido permitiendo un diálogo eficaz y con cohesión.

**6.2.1.8 Canal.** Es el medio por el cual se transmite el mensaje, siendo un elemento esencial para que exista el proceso de comunicación, puede ser unidireccional o bidireccional.

Se refiere a una de las vías disponibles para transmitir el mensaje estructurado siendo eficiente ya sea de manera personal, de manera que la información se transmita cara a cara, o masivo, ya sea por medio de la televisión, radio, etc.

**6.2.1.9 Retroalimentación.** Es el proceso de comunicación donde el receptor opina sobre el mensaje que ha brindado el emisor, abriendo paso al intercambio de correcciones, códigos u otro tipo de cuestiones relacionadas con la idea siempre de mejorar el mensaje.

Este proceso alimenta la comunicación, se puede brindar de manera positiva o negativa permitiendo cuestionarse acerca de la información brindada al igual que estructurada con la idea siempre de impulsar el mensaje y lo asociado a él.

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

**6.2.2.1 Diseño gráfico.** Técnica que permite transmitir de manera creativa un mensaje de manera visual de forma estática o dinámica. Así mismo es considerada una disciplina artística ya que hace uso de la imaginación y la creatividad como elementos fundamentales para lograr mayor efectividad.

Así mismo, es una disciplina que se puede desarrollar como objetivo en mejora de comunicación entre personas o inclusive entre empresas logrando crear una imagen de profesionalismo a través de comunicación visual.

**6.2.2.2 Diseño publicitario.** Es la unión del diseño gráfico junto a la publicidad creando una imagen a un producto, servicio o persona permitiendo crear una identidad visual buscando que el mensaje que se desea transmitir se presente de forma clara y que resulte eficaz.

Esta herramienta hace que sea un proceso fácil el conectar con la audiencia que se tiene predeterminada logrando que esta tenga la necesidad de adquirir el servicio o producto

que se esté mencionando dentro del diseño el cual puede ser estático o dinámico. (Pérez, 2020)

**6.2.2.3 Bocetaje.** Elementos que se trazan en una superficie, permitiendo contener trazos principales y generales sobre el diseño que se desea llevar a cabo. Logra detallar de mejor manera la idea que se tiene permitiendo hacer cambios sin afectar el diseño final.

Este proceso abre paso a concretar las diferentes ideas que se poseen acerca de un diseño permitiendo plasmarlas a lápiz y papel o de manera digital concluyendo con una propuesta concreta para presentar ante un cliente.

**6.2.2.4 Color.** Es la percepción visual que provoca el reflejo de la luz ante la retina de los ojos humanos permitiendo crear relación entre distintos tonos, esta percepción influye mediante los atributos: luminosidad, tono y saturación.

Existen variaciones de limitación de colores, entre ellos el modelo RGB y CMYK, dependiendo de la pureza se pueden denominar los colores primarios, secundarios y terciarios.

**6.2.2.5 Composición.** Es el orden que se le brindan a los elementos dentro de un espacio permitiendo colocarlos de la mejor manera para una agradable distribución visual.

Se debe de definir una correcta estructura compositiva armónica donde se puede incorporar elementos como imágenes, texturas, colores, tipografías, etc. Logrando transmitir con éxito un mensaje previamente acordado.

**6.2.2.6 Imagen.** Elementos visuales descriptivos que representan ideas, conceptos o acompañan al mensaje. Permitiendo juntar elementos creados desde un boceto para presentar una armonía visual.

Esta herramienta atrae con mayor facilidad la visualización de espectadores, una de las claves más importantes es la calidad y ajuste que se le realice para que sea óptima en su uso. Casarotto (2021)

**6.2.2.7 Tipografía.** Modo o estilo en el cual se presenta un texto, símbolos y números utilizando diferentes diseños de letras y caligrafía, con la finalidad de resaltar lo que se desea comunicar en soporte físico o digital.

Esta puede ser clasificada por su morfología como con serifa, sin serifa, cursiva o decorativa. Abriendo paso a la creación de familias tipográficas las cuales cuentan con rasgos propios como variaciones de peso, inclinación y proporción.

**6.2.2.8 Branding.** Proceso de hacer y construir una marca mediante la administración estratégica a través de los procesos gráficos, comunicacionales y de posicionamiento que se llevan a cabo, permitiendo posicionar la marca ante la mente de los consumidores.

El branding también tiene un papel importante en la estrategia de marketing, ya que permite darle sentido común y contribuye a mejorar su estrategia. Asimismo, también define las líneas comunicacionales de una marca en todos los canales, soportes y plataformas. Citysem (2022)

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

### **6.3.1 Ciencias auxiliares**

**6.3.1.1 Semiología.** Es la ciencia encargada de estudiar los signos de una realidad social como señales y signos los cuales presentan un proceso comunicativo. Cada símbolo posee un significado de acuerdo con experiencias, sensaciones y conocimiento, siendo el trabajo de la semiología analizarlo y entenderlo.

Estos signos son utilizados por un emisor para transmitir un significado a un receptor en el proceso de comunicación, cultivando las propiedades generales para la comprensión de toda actividad humana.

**6.3.1.2 Semiología de la imagen.** Está encargada del estudio e interpretación de lo que observamos desde imágenes estáticas hasta expresiones corporales, permitiendo darle un significado y mensaje a lo que nos rodea.

Esta ciencia está presente en cada momento de nuestra vida. Una representación transmite algo distinto por la mediación de su contenido, se le da una entidad por cada individuo que la logre decodificar.

**6.3.1.3 Sociología.** Ciencia que estudia la estructura, comportamiento y funcionamiento de los seres humanos, grupos y organizaciones que componen la sociedad. Su objetivo es saber explicar el entorno de la vida social en todas sus manifestaciones, utilizando una combinación de datos.

Por medio de una observación y uso de instrumentos teóricos, metodológicos y técnicos instrumentales se promulgan teorías acerca del comportamiento humano que se lleva a cabo en determinados aspectos sociales y situaciones.

**6.3.1.4 Psicología de la comunicación.** Estudio científico encargado en analizar los procesos de comunicación por medio de mecanismos sociales conscientes e inconscientes abriendo paso a desarrollar ciencias humanas e interacción social tomando en cuenta el espacio físico o digital y sus participantes.

Esta ciencia es una de las de mayor utilidad para los profesionales en temas de ciencias humanas logrando entender los mecanismos biopsicosociales, inconscientes y conscientes que se conforman los humanos.

**6.3.1.5 Psicología del color.** Encargada de estudiar e investigar cómo los colores influyen en el comportamiento humano evocando distintas emociones y sensaciones.

Esta ciencia ha sido elemento clave para diversos estudios y campos de investigación con el objetivo de cómo utilizar los colores para influir en las decisiones de los individuos.

**6.3.1.6 Psicología de la imagen.** Estudia la conciencia y comportamiento utilizando técnicas exploratorias concediendo en la imaginación colectiva un rol y estereotipo el cual asociamos con la persona teniendo como resultado una impresión que puede llegar a influir positiva o negativamente.

**6.3.1.7 Cibernética.** Ciencia a base de ingeniería, matemáticas y tecnología encargada en el desarrollo artificial de regulación y comportamiento humano permitiendo llevar a cabo funciones básicas desde un patrón de comportamientos mediante un código informático.

Cibernética es todo lo relacionado a la construcción de un sistema a base de programación con sistemas de regulación y comunicación por el cual se transmite información a nivel digital entre dispositivos informáticos.

**6.3.1.8 Neuromarketing.** Estudia los comportamientos relacionados con la marca y el proceso de compra, analizando los procesos cerebrales de las personas para conocer sus causas al momento de tomar decisiones, tomando esa información para promover la compra de productos en el mercado.

**6.3.1.8 Andragogía.** Disciplina encargada de los lineamientos del aprendizaje y enseñanza apropiado en adultos, siendo su principal característica el buscar del conocimiento para aplicarlo de manera inmediata.

Desarrolla destrezas y habilidades aptas para el entorno social y profesional, llevando a cabo un proceso consecutivo de conocimientos en la vida real.

**6.3.1.9 Deontología.** Teoría ética que hace referencia a la intuición natural de identificar el bien con el mal en el ámbito profesional, es decir, como profesionales se está atado a determinadas reglas que no se deben de sobrepasar, aunque vayan en contra de los principios o valores de la persona.

Llegando a cuestionar el ámbito moral junto al mantenimiento de un correcto nivel de exigencia, calidad y competencia.

## **6.3.2 Artes**

**6.3.2.1 Artes visuales.** Son expresiones artísticas que comparten una serie de características, elementos y principios estéticos, son manifestadas a través de las artes plásticas y arte digital siendo captadas a través de la vista de una manera novedosa.

Estas han sido realizadas en la pintura, el dibujo, la escultura y el grabado. Actualmente por el avance tecnológico se ha incorporado la fotografía y el vídeo.

**6.3.2.2 Artes gráficas.** Proceso artístico de la creación y elaboración de los elementos visuales que se utilizarán en un diseño como medio de difusión publicitaria, aplicando distintas técnicas.

Hace énfasis en la elaboración de todo tipo de elementos visuales incluyendo el diseño gráfico como fuente principal. Francisco B. (217, 29 agosto)

**6.3.2.3 Arte digital.** Forma de expresión desarrollada por medio de una herramienta digital como computadora, tablet o internet permitiendo favorecer que su público objetivo se involucre y participe.

Permite la facilitación de procesos en relación con diseño implementando variedad de técnicas y programas para un resultado funcional y dinámico.

### **6.3.3 Teorías**

**6.3.3.1 Teoría del color.** Conjunto de reglas básicas en la mezcla de colores y en sus dinámicas, teniendo gran relevancia en el diseño gráfico permitiendo ayudar en diferentes ocasiones en elegir tonos para un diseño y su integración.

**6.3.3.2 Teoría de la Gestalt.** Esta teoría es una de las más utilizadas en el diseño de logos, se basa en percibir las formas cerradas como formas estables, ya que nuestro cerebro tiende a cerrar o completar las formas abiertas. Es fácil imaginar ejemplos en los que las leyes de la Gestalt ya que logran aplicarse a todo tipo de percepciones.

**6.3.3.3 Teorías del recorrido visual.** Es la relación entre los elementos que se encuentran en una composición, llevando a cabo el movimiento que se hacen con los ojos fijando la vista desde un punto y luego recorre el camino que trazan los ojos naturalmente para ver la totalidad de la obra.

## 6.3.4 Tendencias

**6.3.4.1 Formas geométricas.** Brindan un orden, estructura y consistencia al diseño permitiendo combinar con diferentes tamaños de trazos y colores para que resalten de una manera adecuada permitiendo tener un equilibrio entre texto y figuras.

**6.3.4.3 Fondos llamativos.** Herramienta para hacer que la información e imágenes resalten en el saturado espacio online. Al momento de ser contrastados con un texto de color claro hace que las imágenes resalten en un feed de las redes sociales.

**6.3.4.4 Formas vectoriales.** Representan movimiento a las formas haciendo que no se vean simples y estáticas. Su uso reclama la atención de los espectadores dando impulso al diseño y creatividad.

Los vectores ayudan a que la información compleja sea más atractiva visualmente y más fácil de entender. Simplifican detalles para llegar directamente al grupo objetivo.

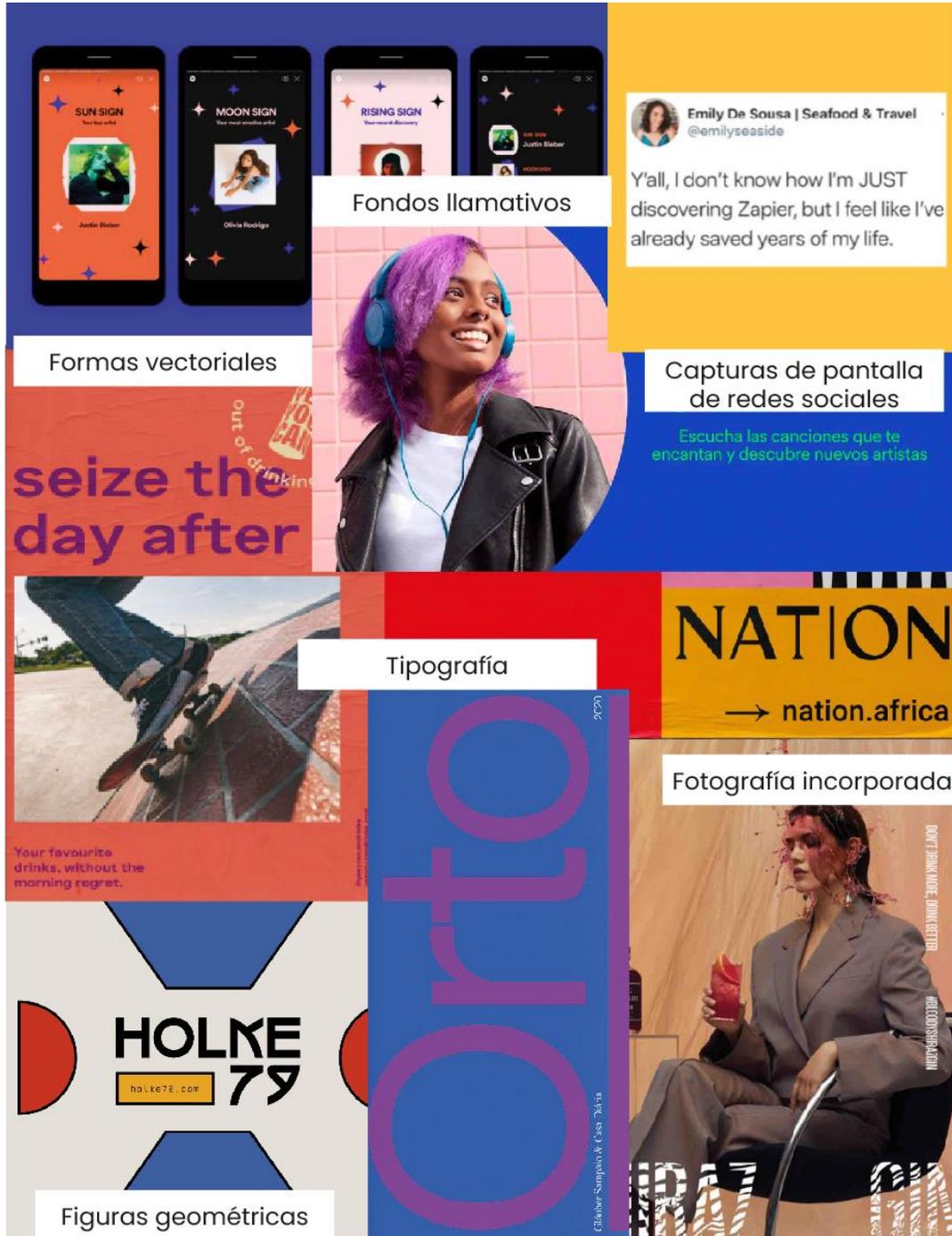
**6.3.4.5 Tipografía.** Posee un estilo fuerte, actual y moderno se puede emplear para colocar frases o una palabra en específico para atraer la curiosidad de los espectadores. Permite otorgar equilibrio y armonía en las piezas gráficas, se puede combinar con colores para darle un impulso al diseño haciendo destacar el mensaje.

**6.3.4.6 Capturas de pantalla de redes sociales.** Influencia social informativa siendo una técnica de persuasión utilizada en marketing digital. Se pueden colocar variedad de datos como comentarios de clientes, ser introductorio a una serie de imágenes o beneficios de un producto o servicio.

**6.3.4.7 Fotografía incorporada.** Intensifica un trabajo final que se ha realizado anteriormente, consiguiendo transmitir sensaciones y emociones. No hace falta colocar

mayor texto, haciendo que los espectadores se informen de qué va el producto o servicio que se está presentando a base de visualización.

### 6.3.4.8 Tablero de tendencias.



Tablero de tendencias realizado por Saraí Mejía.



“ **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

Para llevar a cabo la propuesta final del proyecto de graduación se implementaron los conceptos desarrollados previamente en el marco teórico, siendo estos las ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias para fundamentar la propuesta gráfica a presentar.

**7.1.1 Comunicación.** En el proyecto se incluirán los conceptos principales de la comunicación para transmitir de manera correcta un mensaje, permitiendo hacer un intercambio de comunicación dinámico y continuo. Tras comprender los elementos que conforman la comunicación y la forma en la que funciona cada una de las partes, se logrará transmitir un mensaje eficiente y conciso para atraer e informar al grupo objetivo.

**7.1.2 Diseño publicitario.** Se llevará a cabo el proceso de crear conexiones con el grupo objetivo de la empresa el Bufete Creativo al permitir influir en sus decisiones de compra mediante la administración estratégica a través de los procesos gráficos, comunicacionales y de posicionamiento, centrándose en hacer conocidos y deseados sus servicios ante los consumidores y ejercer una imagen positiva, beneficiosa y nueva.

**7.1.3 Composición.** Se utilizará la composición para ordenar los distintos elementos gráficos dentro del espacio de trabajo, crear un equilibrio y recorrido visual óptimo asegurar la transmisión de un mensaje claro y coherente.

**7.1.4 Branding.** Se empleará esta herramienta para presentar una identidad visual coherente y adecuada de manera cognitiva a la necesidad del grupo objetivo en la plataforma de Instagram con el fin de promocionar y dar a conocer la empresa.

**7.1.5 Psicología de la Comunicación.** Se empleará el estudio de los procesos de comunicación al permitir analizar y desarrollar una adecuada interacción social, tomando en cuenta el espacio digital, para asegurar que el mensaje que se desea comunicar llegue de forma efectiva hacia el grupo objetivo.

**7.1.6 Teoría del color.** Se creará una paleta de colores adecuados que creen una armonía y contraste con los demás elementos gráficos de la propuesta para reflejar los valores y esencia de la empresa.

**7.1.7. Tendencia de formas geométricas.** Se manejará un orden, estructura y consistencia al diseño al combinar con diferentes tamaños de trazos y colores de figuras para que resalten de una manera adecuada y tener un equilibrio entre texto y figuras.

**7.1.8 Tendencia de fotografía incorporada.** Esta tendencia consiste en presentar imágenes para informar a los espectadores de qué va el producto o servicio que se está presentando, será aplicada en la propuesta gráfica para reflejar de forma atractiva e innovadora los servicios que El Bufete Creativo ofrece.

## **7.2 Conceptualización.**

**7.2.1 Método Análisis Morfológico.** Es una de las técnicas más valiosas para generar una gran cantidad de ideas de manera sencilla en un corto período de tiempo. Fue desarrollada por el astrónomo y físico, Fritz Zwicky, a mediados de los años 40, mientras trabajaba analizando la estructura de la tecnología del motor de los aviones a reacción.

Su método consiste en descomponer un concepto o problema en sus elementos esenciales o estructuras básicas. Con sus rasgos o atributos se construye una matriz que permite multiplicar las relaciones entre tales partes.

Para desarrollar esta técnica creativa, se deben realizar los siguientes pasos:

- 1. Definición del problema.** Se especifica claramente cuál es el problema por analizar para poder descomponerlo en sus elementos más básicos.
- 2. Identificación y caracterización de parámetros.** Son los elementos esenciales que forman la estructura global del problema, se deben identificar los que son pertinentes y suficientemente relevantes como para tenerlos en cuenta. Para ello es importante hacerse la siguiente pregunta “¿Seguirá existiendo el problema sin el parámetro que estoy pensando para la matriz?”.
- 3. Construcción de una matriz con posibles soluciones.** Para cada parámetro hay que relacionar tantas variaciones como se deseen para ese parámetro. El número de parámetros y variaciones determinará la complejidad de la matriz.
- 4. Combinar posibilidades.** Con la matriz completada hay que hacer recorridos al azar a través de los parámetros y variaciones, seleccionar uno o más de cada columna y luego combinarlos de formas completamente nuevas. Se pueden examinar todas las combinaciones de la matriz para ver la manera en qué afectan al problema.
- 5. Evaluación y análisis de las mejores posibilidades.** Evaluar las nuevas ideas para analizar su viabilidad y aplicabilidad, considerar variables como tiempos de aplicación/producción, costes y técnica al generar nuevos cambios en los existentes.

Este método es apropiado y útil para nuevos conceptos y/o para modificar existentes, desarrollar nuevas ventajas competitivas, aportar numerosas combinaciones, al igual que otras permutaciones que todavía no han sido exploradas. Lo cual aporta gran abundancia de datos.

### 7.2.1.1 Aplicación del método.

Problema: Rediseño de piezas digitales

Atributos	Servicio	Forma	Color	Diagramación	Mensaje
Variaciones	Diseño g.	Geométrica	Amarillo	Texto	Institucional
	Comunicación	Vectores	Azul	Imagen	Educativo
	Rediseño	Fotografía	Lila	Diseño	Proyecto F.
	Página web	Captura	Rojo	Fondo	Cliente
	Rotulación	Fondo llamativo	Rosado	Trazo	Campaña

Imagen 4. Método de conceptualización a mano realizado por Saraí Mejía.

Problema: Rediseño de piezas digitales

Atributos	Servicio	Forma	Color	Diagramación	Mensaje
Variaciones	Diseño gráfico	Geométrico	Amarillo	Texto	Institucional
	Comunicación	Vectores	Azul	Imagen	Educativo
	Rediseño	Fotografía	Lila	Diseño	Proyecto Final
	Página web	Captura	Rojo	Fondo	Cliente
	Rotulación	Fondo llamativo	Rosado	Trazo	Campaña

Imagen 5. Método de conceptualización digitalizado realizado por Saraí Mejía.

**7.2.2 Definición del concepto.** Para la campaña publicitaria de las piezas digitales se crearon los siguientes conceptos:

- Realidad a tus ideas.
- Voz a tu marca.
- Conocemos tu potencial.
- Nuestra pasión, tu éxito

La frase seleccionada a utilizar como concepto es: “Nuestra pasión, tu éxito”, como campaña publicitaria en la red social de Instagram. El concepto se crea desde el punto de vista de necesidad de comunicar los servicios de El Bufete Creativo, permitiendo alcanzar de mejor manera a su grupo objetivo por medio de una campaña que visualice sus servicios con una línea gráfica nueva y atractiva visualmente, colocándolos ante competidores del área.

## 7.3 Bocetaje

### 7.3.1 Estrategia de contenido



*Imagen 6. Matriz de contenido elaborada para el cliente realizada por Saraí Mejía.*



Imagen 7. Objetivos de la matriz de contenido elaborada para el cliente realizada por Saraí Mejía.

## Calendario Enero 2023

Domingo	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	● 14 Post 01
15	● 16 Post 02	17	● 18 Post 03	19	● 20 Post 04	21
● 22 Post 05	23	● 24 Post 06	25	● 26 Post 07	27	● 28 Post 08
29	● 30 Post 09	31				

Imagen 8. Calendario de la matriz de contenido elaborada para el cliente realizada por Saraí Mejía.

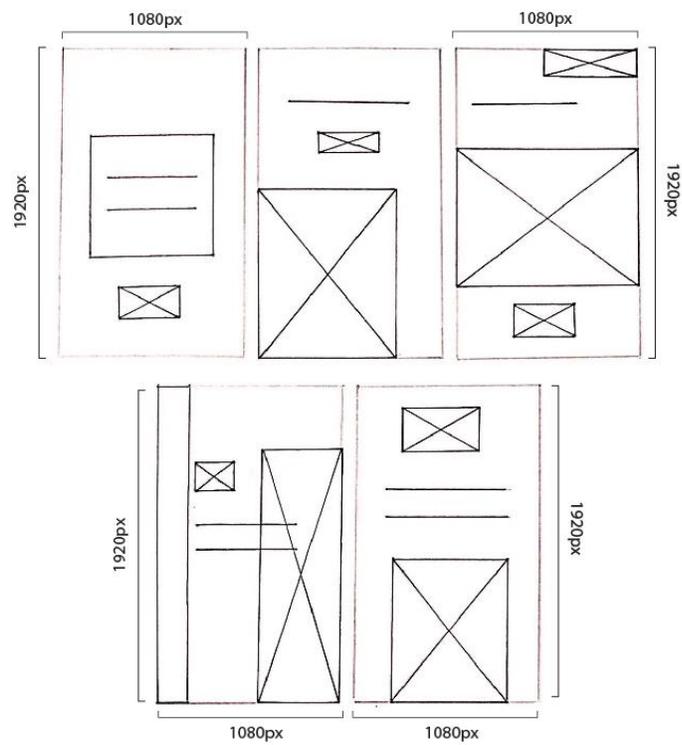
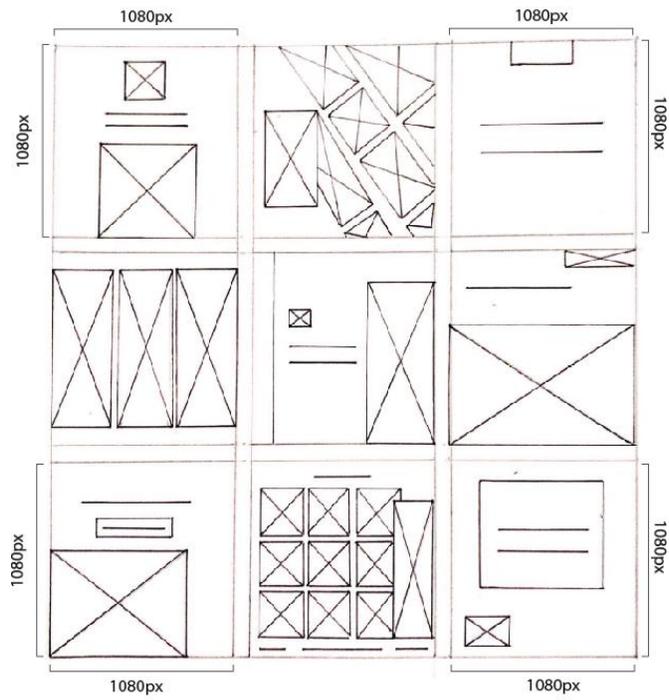
Es la herramienta por la cual es posible plasmar diferentes ideas que son fase del desarrollo entre un concepto y formas que van se van creando a través del tiempo, mientras se piensa materializarlas como una propuesta de lo que se quiere llegar a presentar como trabajo final.

### **7.3.2 Bocetaje natural/bocetaje inicial**

El espacio de trabajo en el cual se realizarán los posts cuenta con medidas de 1080x1080 pixeles, siendo esta la medida que permite la red social de Instagram para publicar con una alta calidad.

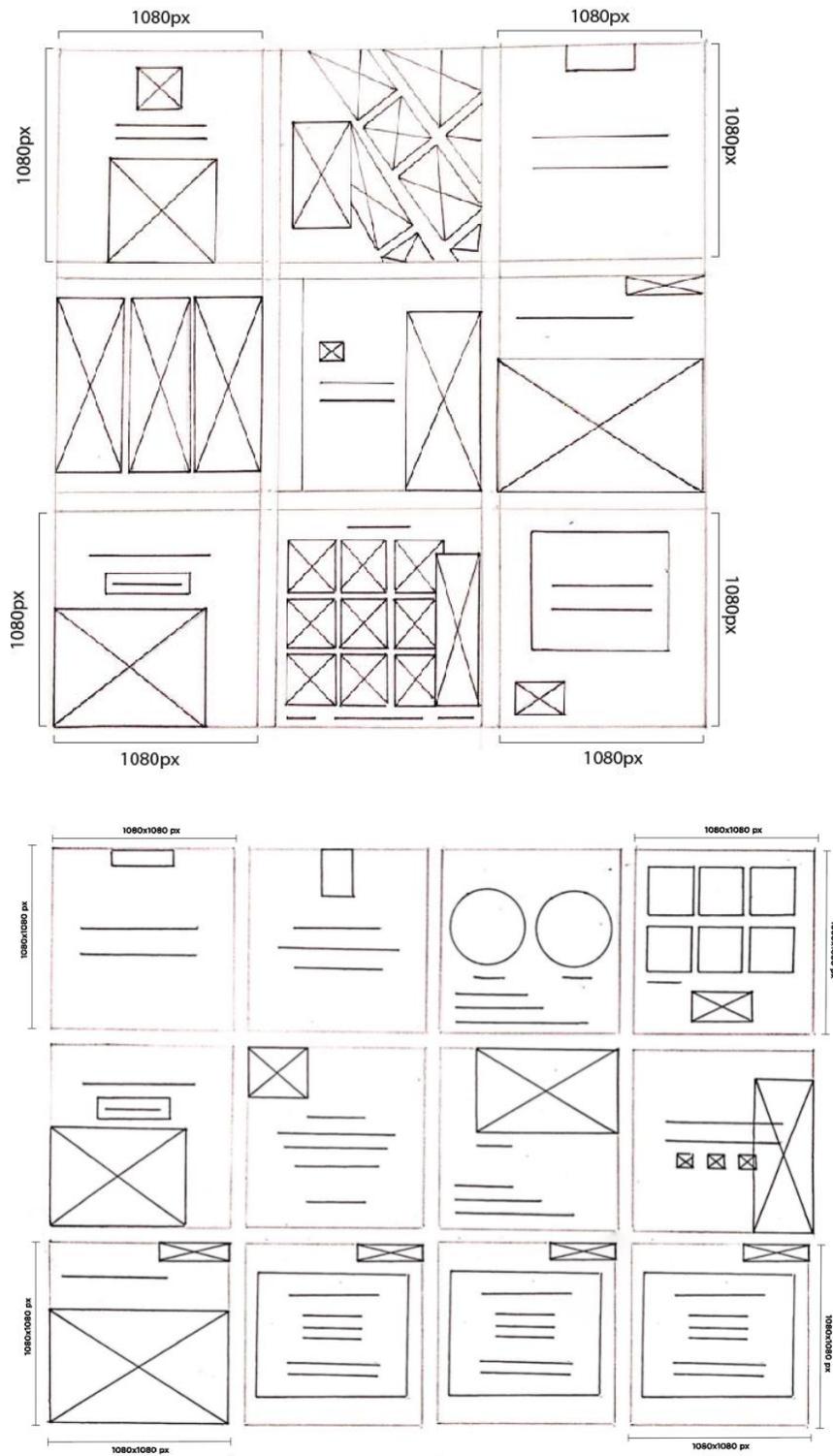
En total serán 9 post a presentar.

## Propuesta A - 9 post y 5 stories



*Bocetaje natural realizado por Saraí Mejía*

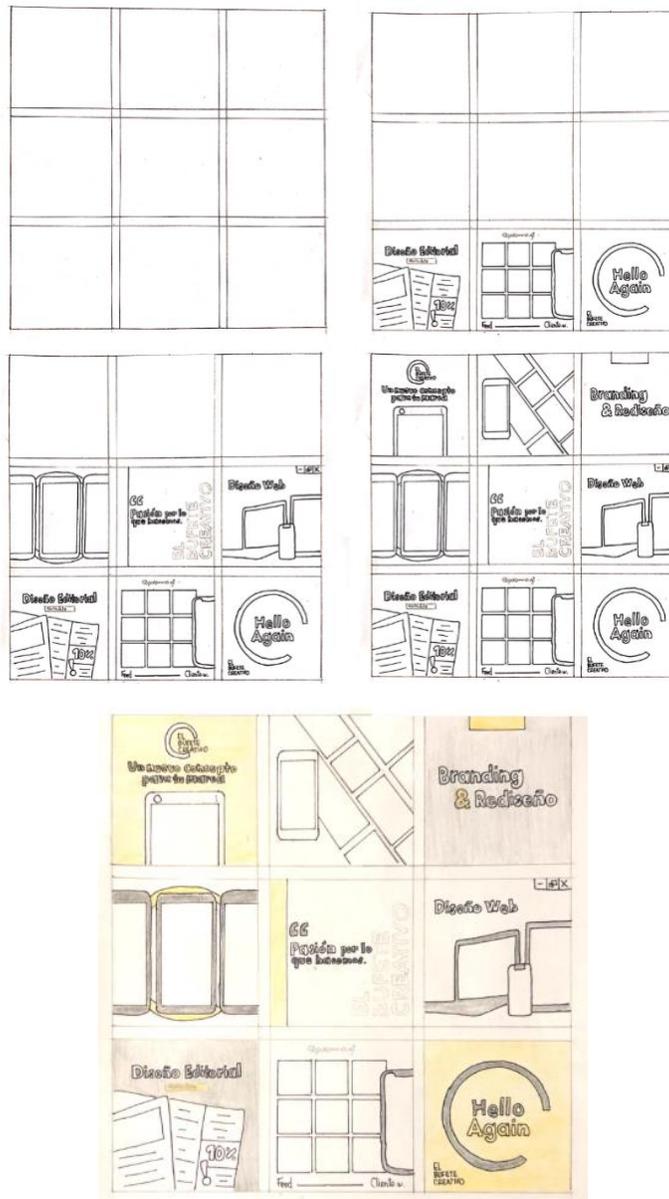
## Propuesta B - 9 post y 3 carruseles



*Bocetaje natural realizado por Saraí Mejía*

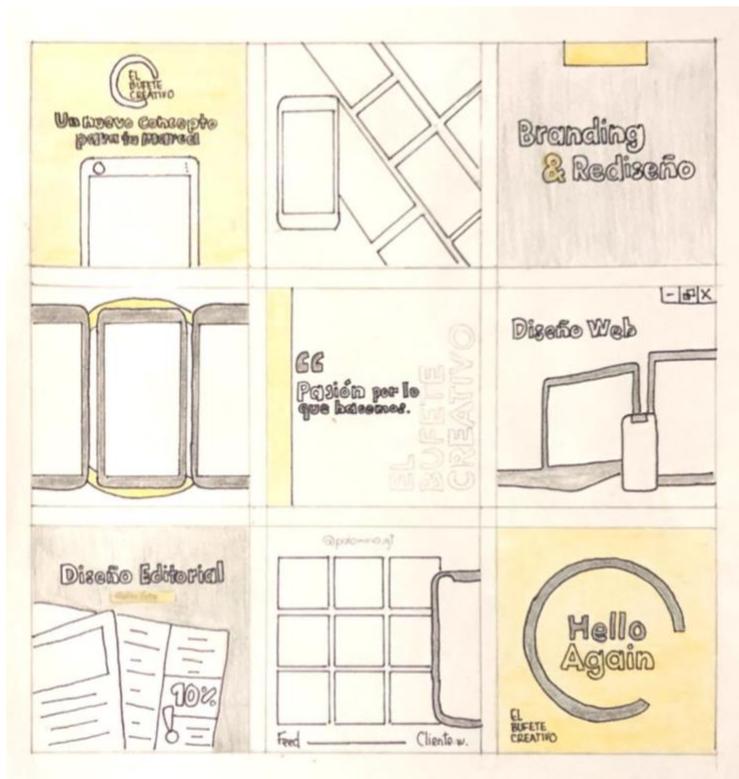
### 7.3.3 Bocetaje intermedio

Para el proceso de bocetaje intermedio se procedió a ilustrar elementos y textos como titulares logrando detallar la diagramación a tamaño real de cada post. Asimismo, se implementó la paleta de colores elegidas, dejando espacios en blanco para especificar los ejemplos que la empresa proporcionarán para visualización de trabajos realizados a clientes.



Bocetaje intermedio realizado por Saraí Mejía

### 7.4.3 Identificación de elementos



**Publicaciones 7 - 9**

**Publicaciones 4 - 6**

**Publicaciones 1 - 3**

#### **Publicaciones 1 - 3**

- Fondo llamativo de color amarillo con isotipo de la empresa con texto “Hello again”, logotipo en la esquina inferior izquierda.
- Mockup de feed de Instagram del lado derecho un celular al visualizar de mejor manera un post de la marca del cliente. Se detalla el user y se coloca debajo del mockup texto.
- Carrusel con fondo de color gris oscuro con texto centrado “Diseño editorial”, mientras que se coloca una imagen de periódico como ejemplo en la parte baja izquierda del post, al colocar el user de la empresa para evitar plagios.
- Fondo de color gris oscuro con el texto “Nos encargamos de la composición adecuada entre forma y contenido creando un diseño atractivo y funcional visualmente”, con un elemento vectorial de la letra “a” en la parte superior izquierda.

- Fondo de color gris oscuro junto a un ejemplo del trabajo realizado para el cliente, identificando marca, producto y reto.
- Como último post del carrusel se colocó un texto haciendo llamado a la acción de contactar a la empresa por medio de sus diferentes medios de comunicación.

#### **Publicaciones 4 - 6**

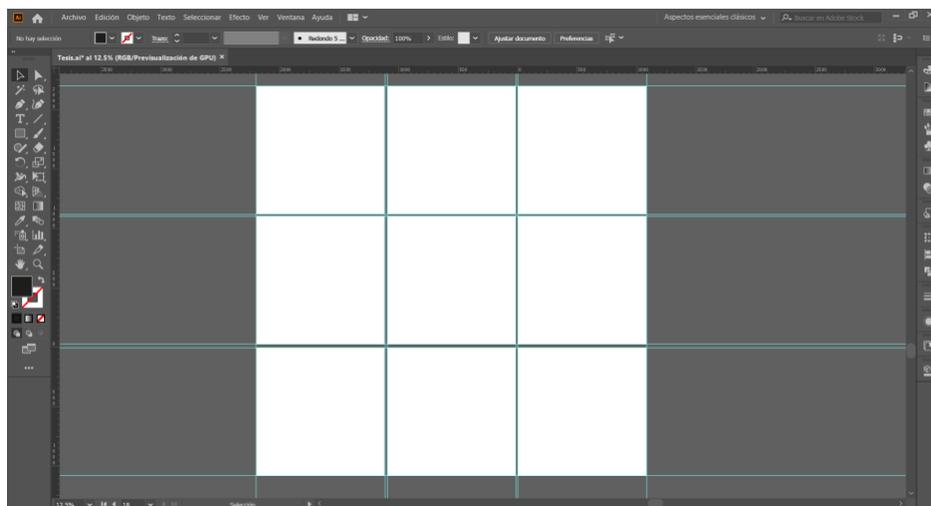
- Carrusel con fondo de tonalidad gris con texto alineado a la izquierda “Diseño web”, elementos gráficos de minimizar, maximizar y cerrar en la parte superior derecha. Mockup de computadora, tablet y celular en el resto del post con trabajo realizado a marca de cliente.
- Fondo con tonalidad gris con el texto centrado “Nos enfocamos en: planificar, diseñar, crear interfaces digitales para impulsar tu marca” dentro de un cuadro con trazado blanco.
- Como último post del carrusel se colocó un texto haciendo llamado a la acción de contactar a la empresa por medio de sus diferentes medios de comunicación.
- Post de campaña con frase “Pasión por lo que hacemos” alineado a la izquierda, elementos gráficos como comilla y rectángulo amarillo. Logotipo vertical con opacidad baja.
- Fondo con tonalidad gris e isotipo con mockup encima de tres celulares con trabajo realizado a marca de cliente para stories de Instagram.

#### **Publicaciones 7 - 9**

- Carrusel con fondo llamativo de color gris oscuro con una franja amarilla horizontal centrado en la parte superior, con texto “Branding & Rediseño”.

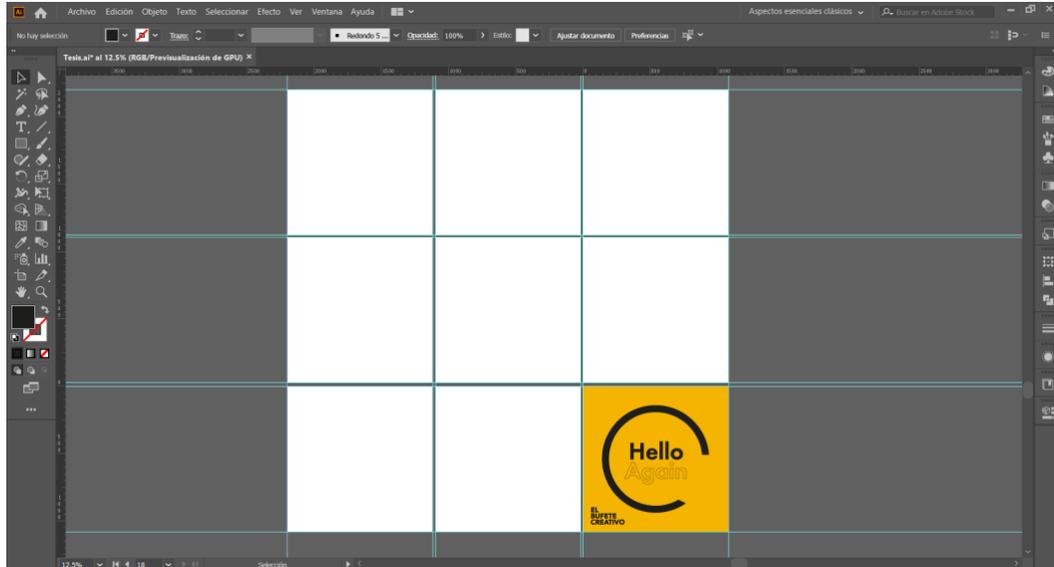
- Fondo llamativo de color gris oscuro con una franja amarilla vertical centrado en la parte superior con el texto “Trabajamos en la construcción de tu marca brindando: personalización, valor agregado, reconocimiento”.
- Fondo llamativo de color gris oscuro con logotipos que se trabajaron para cliente con texto “antes” y “después” colocando cual fue la marca, producto y reto del trabajo.
- Fondo llamativo de color gris oscuro mostrando los resultados finales por medio de un mini feed.
- Mockup de celular a la izquierda con post y stories a la derecha de manera inclinada con trabajo realizado a marca de cliente.
- Imagen de fondo de una persona en la computadora por encima un fondo de color amarillo con opacidad, imagotipo centrado en la parte superior, texto “Un nuevo concepto a tu marca” y en la parte centrada inferior mockup de publicación de Instagram con trabajo realizado a marca de cliente.

### 7.3.4 Proceso de digitalización



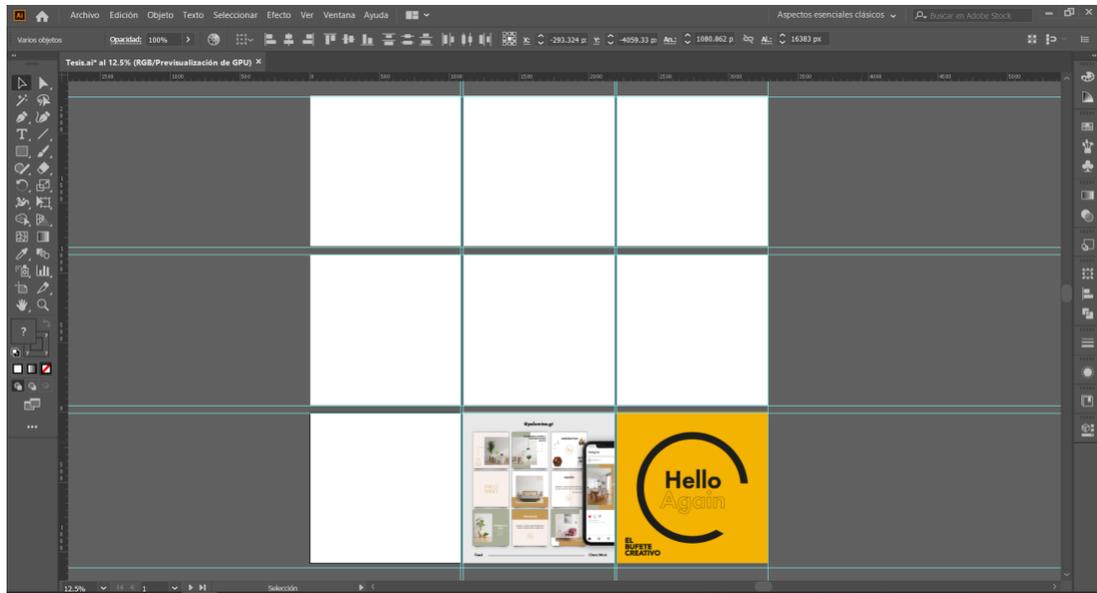
*Screenshot mesas de trabajo para piezas digitales.*

Se inició creando nueve mesas de trabajo con medidas de 1080x1080 px en el programa de Adobe Illustrator con líneas guías para cada post a trabajar.



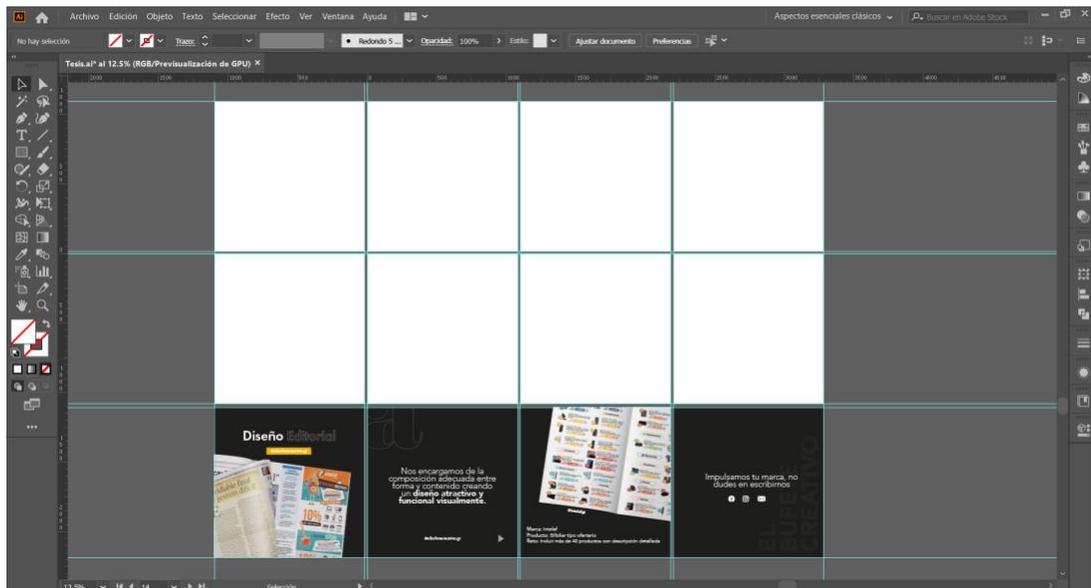
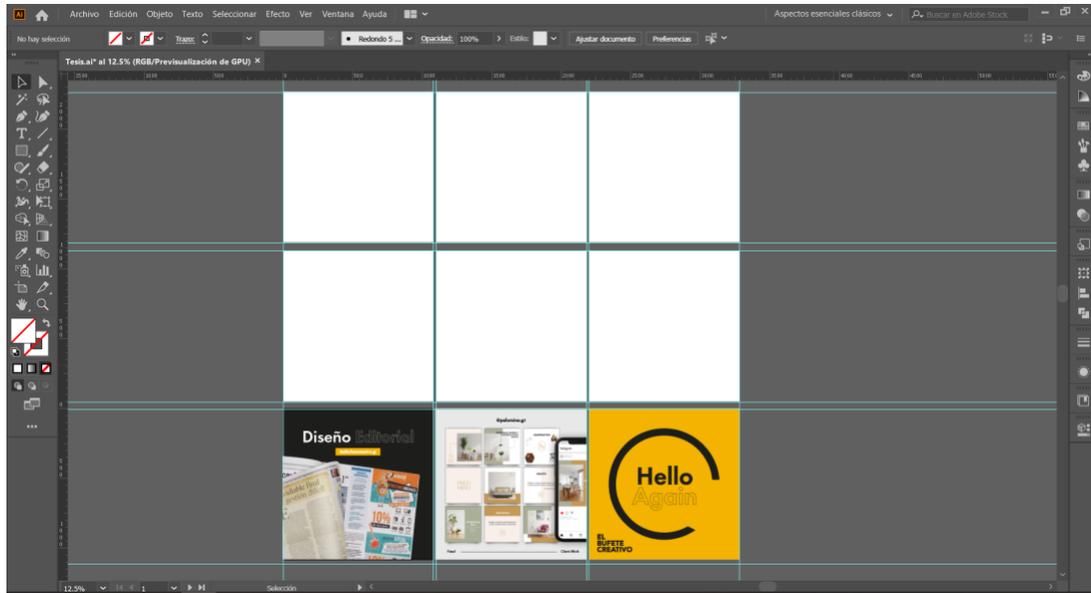
*Screenshot proceso de elaboración de post 1.*

Se llevó a cabo el primer post, colocando de fondo el color amarillo de la paleta de colores que la empresa quiere conservar, situar de manera centrada el isotipo en color negro junto al texto “Hello Again” dejando la palabra “Again” solo con trazado. El logotipo queda en la esquina inferior izquierda para crear un balance entre elementos.



*Screenshot proceso de elaboración de post 2.*

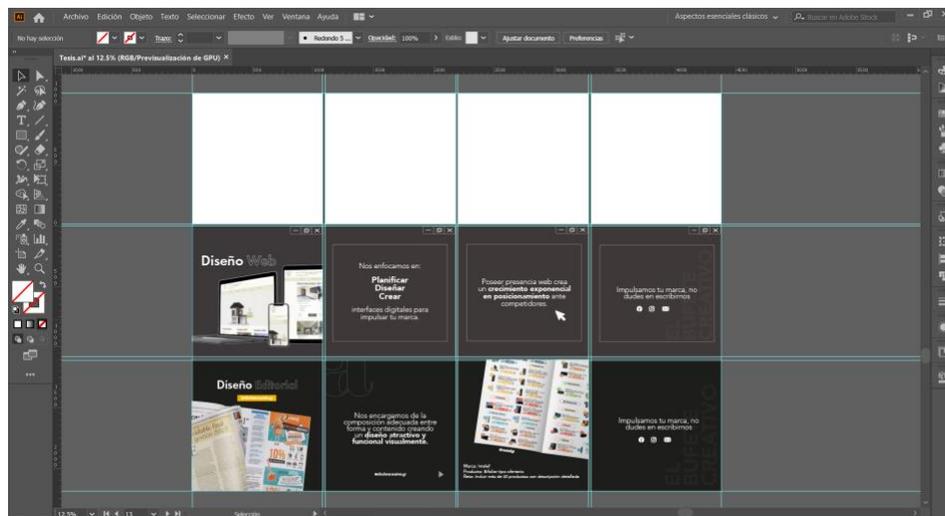
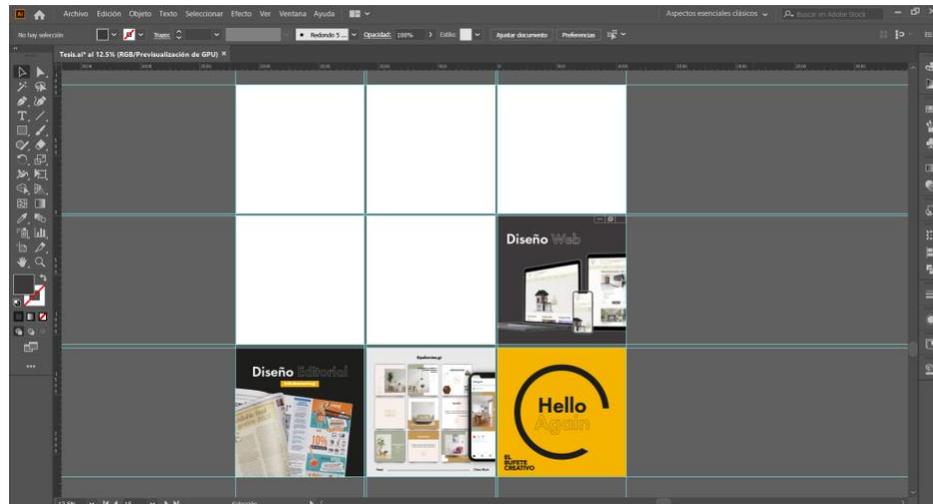
Se colocó un fondo de color gris claro con un mockup de las piezas digitales trabajadas para el cliente Palomino, con un celular asomado por el lado derecho haciendo alusión que son piezas realizadas para Instagram. En la parte inferior se distribuyó el texto “Feed” y “Client work” para que los seguidores distingan que es un ejemplo de lo que se trabaja en la agencia.



*Screenshot proceso de elaboración de carrusel 1 - post 3.*

Para el tercer post que será un carrusel, se procedió a colocar un fondo de color gris oscuro con el texto de “Diseño Editorial” centrado, dejando la palabra “Editorial” solo con trazado, debajo se colocó un rectángulo amarillo con el user de la empresa El Bufete Creativo. Asimismo, se coloca una imagen de periódico como ejemplo en la parte baja izquierda del post.

Dentro del carrusel se colocó a que se dedican al diseño editorial, junto a un ejemplo del trabajo realizado para el cliente, identificando marca, producto y reto. Como último post del carrusel se colocó un texto haciendo llamado a la acción de contactar a la empresa por medio de sus diferentes medios de comunicación.

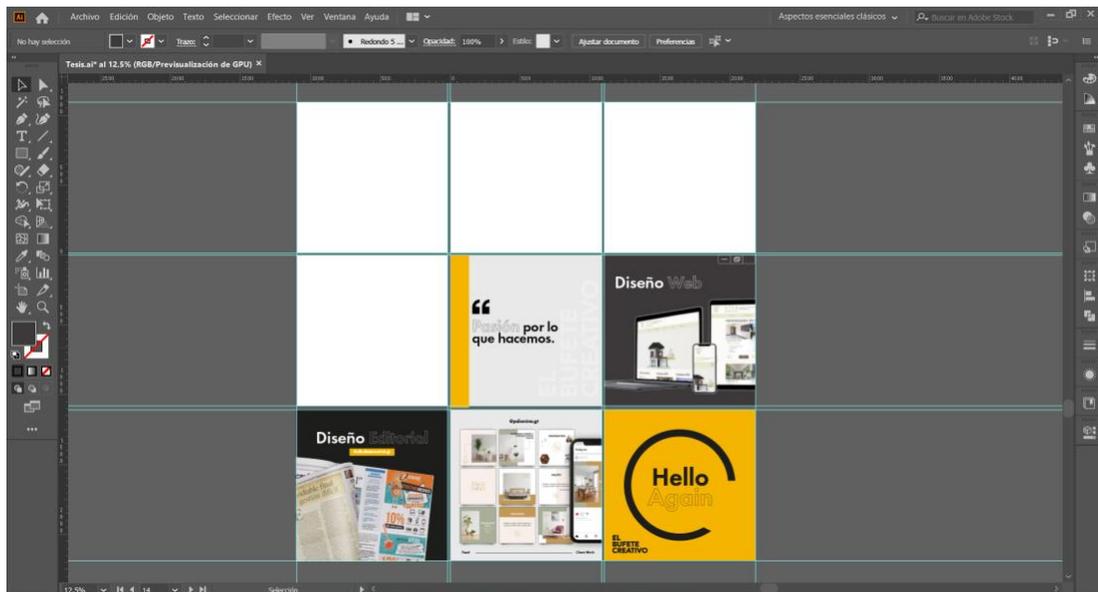


*Screenshot proceso de elaboración de carrusel 2 - post 4.*

El cuarto post de igual manera será un carrusel, se colocó un de fondo con tonalidad gris con texto alineado a la izquierda “Diseño Web” dejando la palabra “Web” solo con

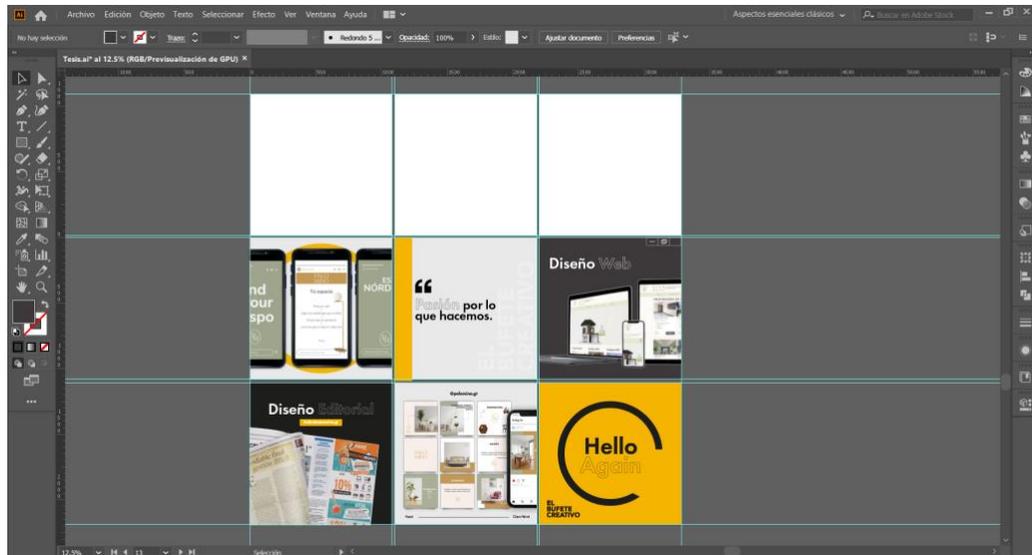
trazado, en la parte superior derecha se emplearon elementos gráficos de minimizar, maximizar y cerrar, haciendo que el post tenga un estilo similar a una página web. Se colocó un mockup de computadora, tablet y celular en el resto del post con trabajo realizado a marca de cliente.

Dentro del carrusel se colocará texto acerca de cómo trabajan una página web y su objetivo, en el último post se colocó un texto haciendo llamado a la acción de contactar a la empresa por medio de sus diferentes medios de comunicación.



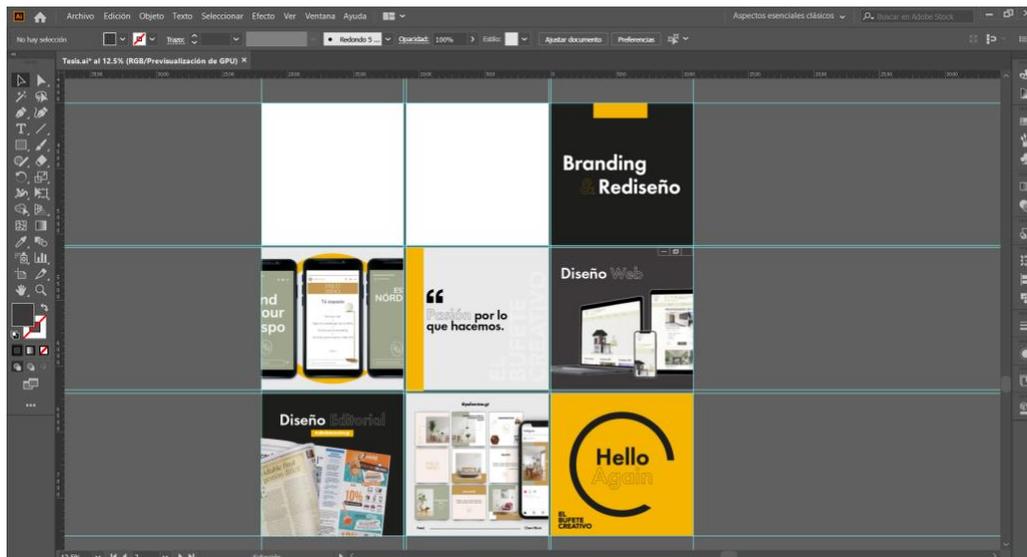
*Screenshot proceso de elaboración de post 5.*

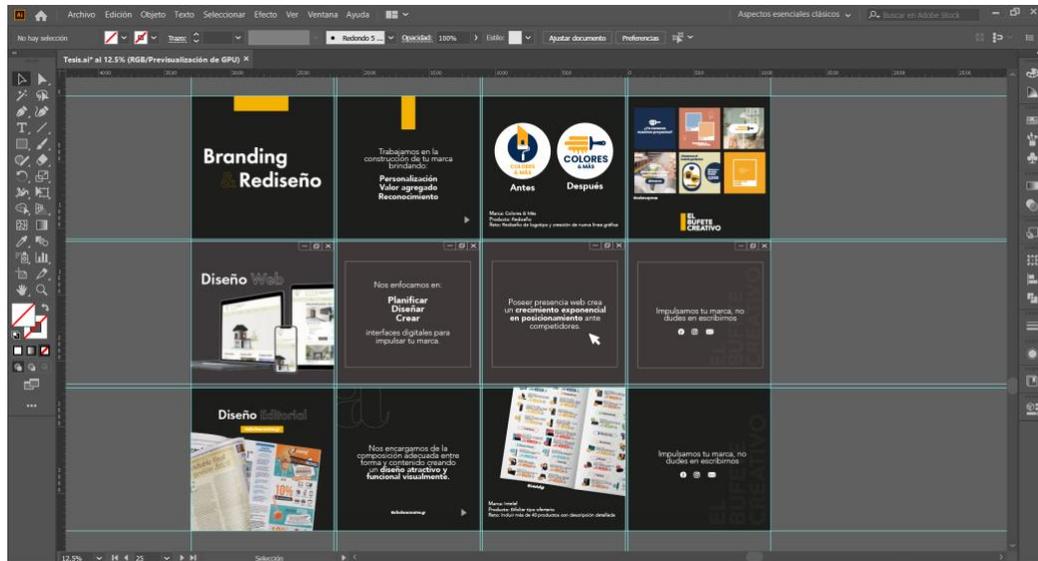
Para el quinto post se utilizó un fondo de tonalidad gris suave, colocando un rectángulo vertical a la izquierda y la frase “Pasión por lo que hacemos” alineada a la izquierda con un elemento gráfico de una comilla en la parte de arriba. De igual manera se implementa el logotipo de color blanco de manera vertical con opacidad baja.



*Screenshot proceso de elaboración de post 6.*

En el sexto post se utilizó un fondo con tonalidad gris clara, colocar el isotipo de color amarillo por detrás del mockup de tres celulares, los cuales llevan trabajo realizado a marca de cliente para stories de Instagram.

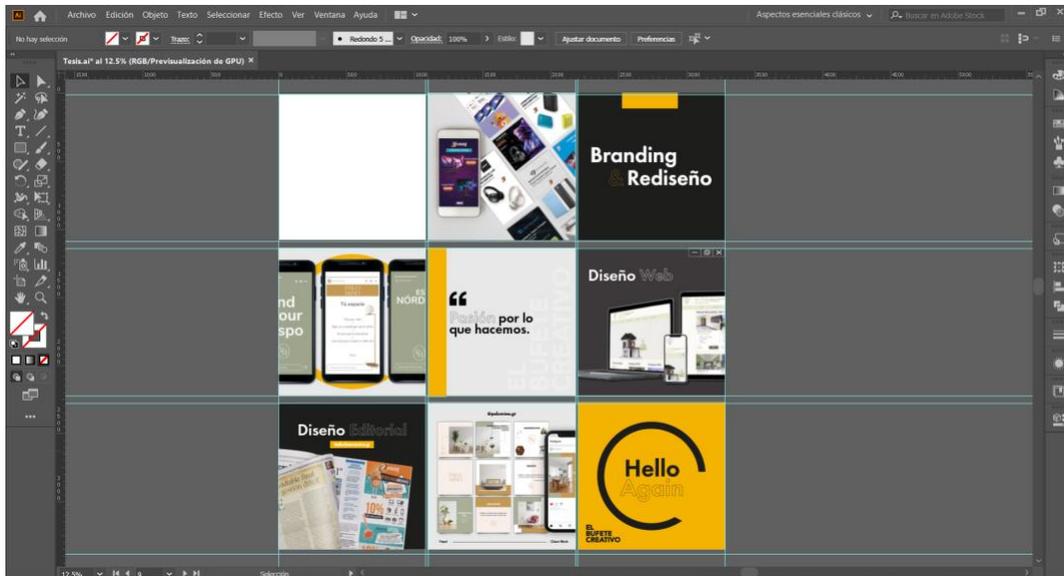




*Screenshot proceso de elaboración de carrusel 3 - post 7.*

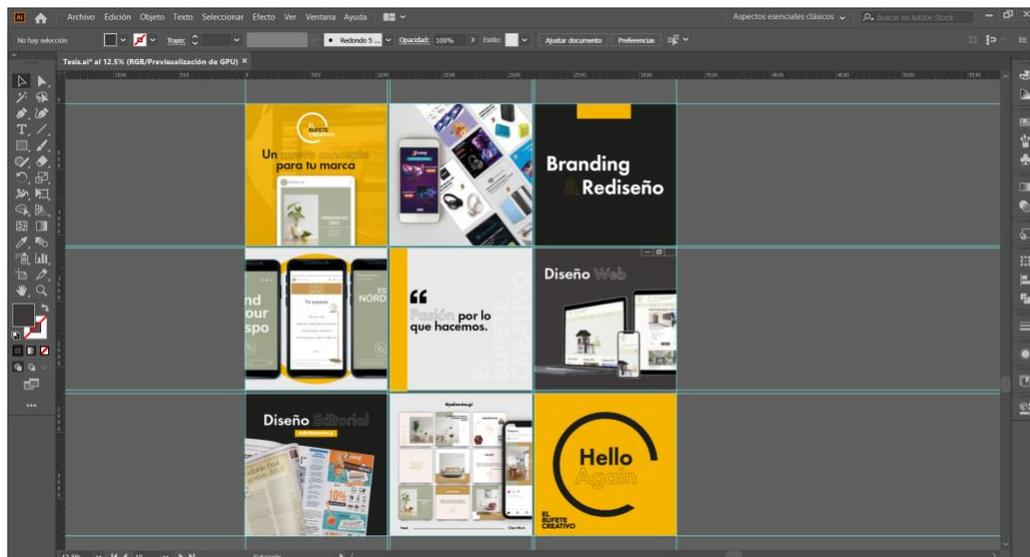
Para el séptimo post se realizó un carrusel, se colocó un fondo llamativo de color gris oscuro con una franja amarilla centrada en la parte superior, con texto “Branding & Rediseño”. dejando la letra “&” solo con trazado.

Para los posts dentro del carrusel se colocó un texto acerca de cómo trabajan este servicio, junto a un ejemplo del trabajo realizado para el cliente colocando un antes y después para dar a conocer la nueva marca y el trabajo que se realizó. Se mostraron los resultados finales por medio de un mini feed.



*Screenshot proceso de elaboración de post 8.*

En el octavo post de fondo se utilizó un gris claro con un mockup por encima de un celular con post y stories a la derecha de manera inclinada con trabajo realizado a marca de cliente.



*Screenshot proceso de elaboración de post 9.*

Para el último post se colocó una imagen de fondo de una persona en la computadora por encima un fondo de color amarillo con opacidad, colocar el imago tipo centrado en la parte superior, con texto “Un nuevo concepto a tu marca” dejando las palabras “nuevo concepto” solo con trazado y en la parte centrada inferior mockup de publicación de Instagram con trabajo realizado a marca de cliente.

#### 7.4 Propuesta preliminar

## Post 01

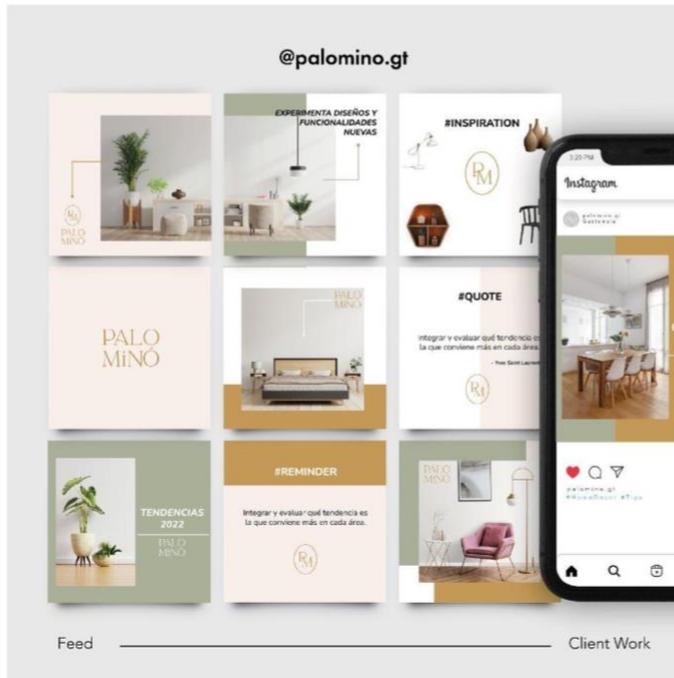


**Copy:** Hemos vuelto con grandes ideas para impulsar tu marca y conseguir una diferenciación entre la competencia. Somos El Bufete Creativo, somos pasión por lo que hacemos.

#ElBufeteCreativo #CoachingDeMarcas  
#DiseñoGráfico #Guatemala #Creative

**Fecha:** Sábado 14 de enero 2023  
**Hora:** 15:00 PM

# Post 02

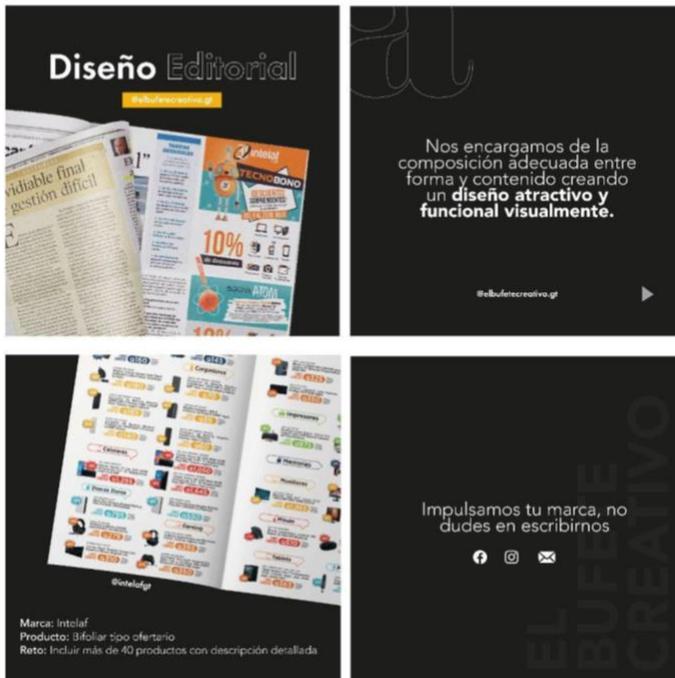


**Copy:** El branding es una clave fundamental para la construcción de tu marca e imagen. Te presentamos a @palomino.gt, una cuenta dedicada al diseño de interiores, creamos su contenido acorde a su esencia y personalidad y este es parte del resultado!

#ElBufeteCreativo #CoachingDeMarcas  
#DiseñoGráfico #Branding #Guatemala  
#Creative

**Fecha:** Lunes 16 de enero 2023  
**Hora:** 12:00 PM

# Post 03



**Copy:** ¿Buscas un diseño que resulte atractivo y funcional para el lector? Te ofrecemos nuestro servicio de Diseño editorial para impulsar tu marca ¡Contáctanos! info@elbufetecreativo.com

#ElBufeteCreativo #CoachingDeMarcas  
#DiseñoGráfico #DiseñoEditorial #Guatemala  
#Creative

**Fecha:** Miércoles 18 de enero 2023  
**Hora:** 15:00 PM

# Post 04



**Copy:** Tu ventana al mundo, nos encargamos de crear una interfaz digital para el posicionamiento de tu marca.

#ElBufeteCreativo #CoachingDeMarcas  
#DiseñoGráfico #DiseñoWeb #Guatemala  
#Creative

**Fecha:** Viernes 20 de enero 2023  
**Hora:** 16:00 PM

# Post 05

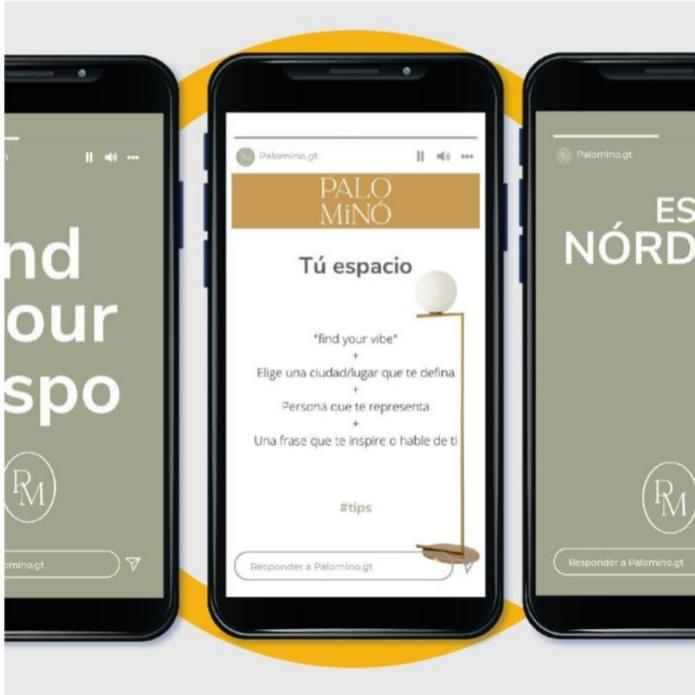


**Copy:** Nos caracteriza la pasión por la que hacemos cada proyecto con la misión de que cada marca destaque.

#ElBufeteCreativo #CoachingDeMarcas  
#DiseñoGráfico #Guatemala #Creative

**Fecha:** Domingo 22 de enero 2023  
**Hora:** 11:00 AM

# Post 06



**Copy:** Creamos contenido unico para tu marca  
**Ciente:**@palomino.gt

#ElBufeteCreativo #CoachingDeMarcas  
#DiseñoGráfico #Branding #Guatemala  
#Creative

**Fecha:** Martes 24 de enero 2023  
**Hora:** 15:00 PM

# Post 07

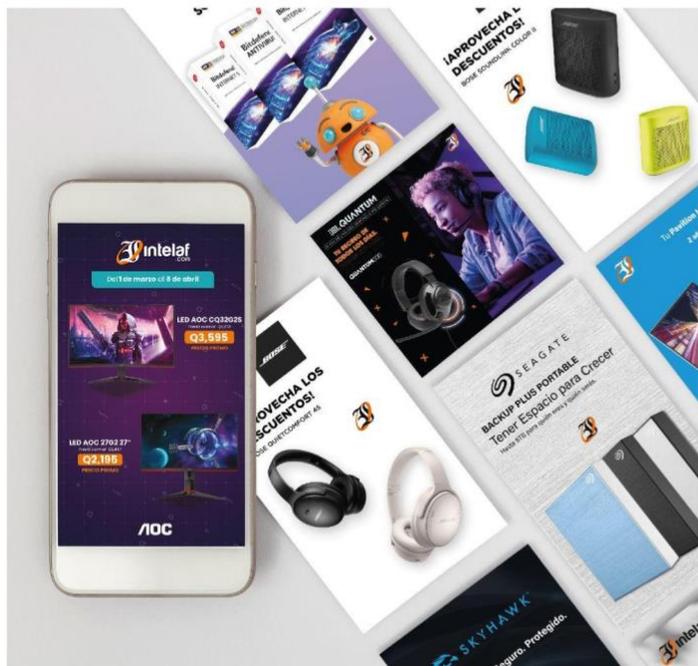


**Copy:** ¿Cómo te ven tus clientes? Nuestro servicio de Branding y Rediseño consta de crear, desarrollar y conectar tu marca hacia el éxito.

#ElBufeteCreativo #CoachingDeMarcas  
#DiseñoGráfico #Branding #Rediseño  
#Guatemala #Creative

**Fecha:** Jueves 26 de enero 2023  
**Hora:** 16:00 PM

# Post 08



**Copy:** Hemos tenido el honor de trabajar con la marca @intelafgt, apoyándolos en la comunicación gráfica desde Diseño gráfico para exteriores, página web, medios escritos, rotulación de tiendas, diseño de campañas y cualquier apoyo gráfico que la marca requiera de la mano de un gran equipo creativo interno.

#ElBufeteCreativo #CoachingDeMarcas  
#DiseñoGráfico #PáginaWeb #Rotulación  
#CoachingGráfico #Guatemala #Creative

**Fecha:** Sábado 28 de enero 2023  
**Hora:** 12:00 PM

# Post 09



**Copy:** Estamos listos para crear un nuevo concepto para tu marca. ¡Contáctanos!

#ElBufeteCreativo #CoachingDeMarcas  
#Guatemala #Creative

**Fecha:** Lunes 30 de enero 2023  
**Hora:** 15:00 PM

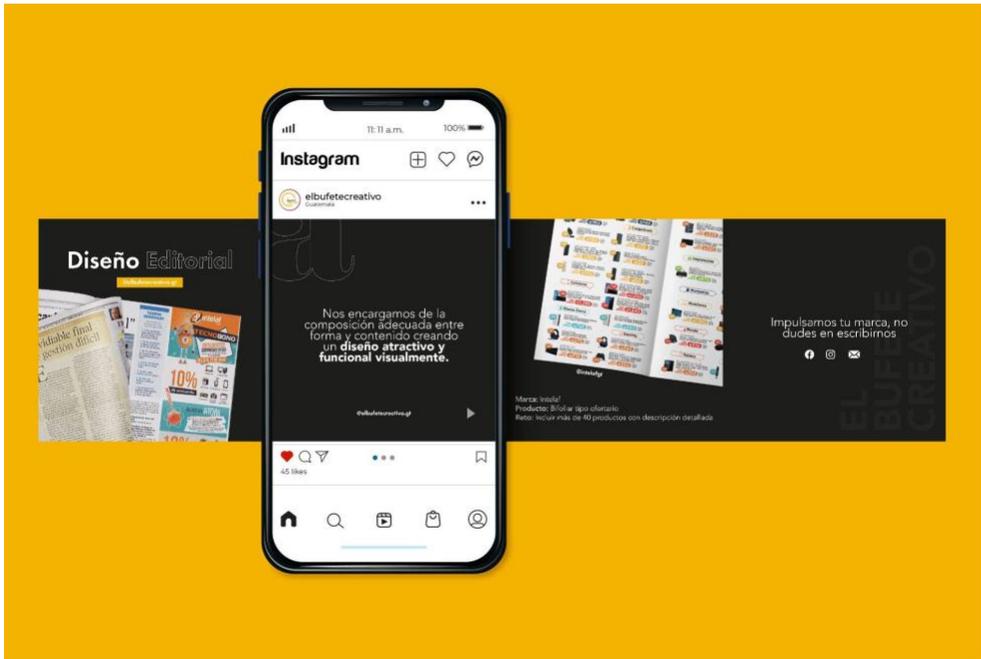


Imagen 9. Mockup de post #3.

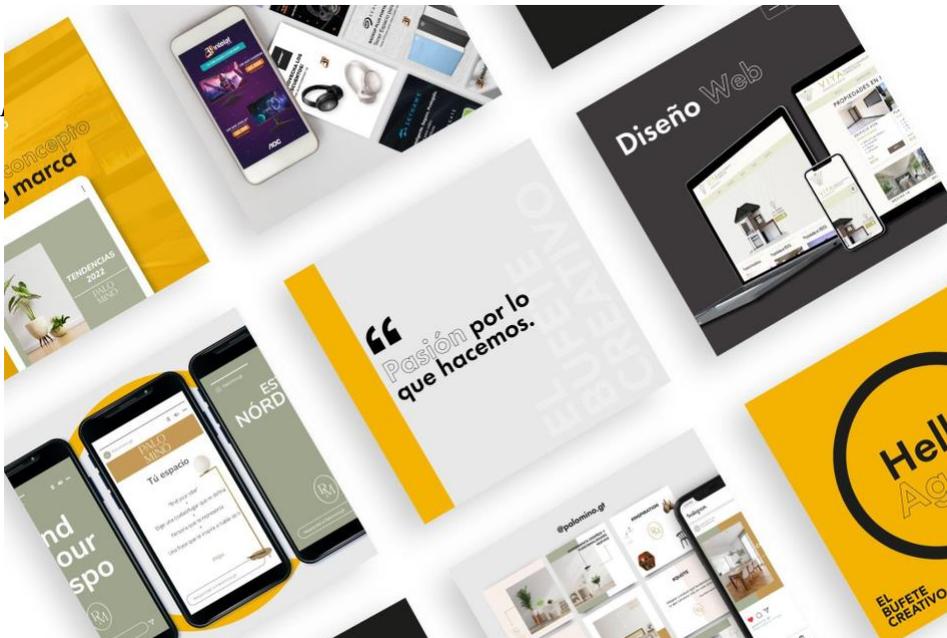


Imagen 10. Mockup de piezas gráficas digitales.



“Capítulo VIII  
Validación  
técnica

## **Capítulo VIII: Validación Técnica**

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

La herramienta a utilizar es una encuesta de respuesta múltiple que se aplicará a expertos en el área de comunicación y diseño (10 personas) a grupo objetivo formado hombres y mujeres (20 personas) y cliente (1 persona).

### **8.1 Población y muestreo**

Las encuestas se realizaron a una muestra de 30 personas divididas en tres grupos:

#### **8.1.1 Expertos**

Personas dedicadas en distintos campos de diseño gráfico y comunicación, se recibió el apoyo de 10 expertos brindando una retroalimentación y comentarios técnicos enfocados al desarrollo de las piezas gráficas. Logrando realizar cambios y mejoras en la propuesta preliminar.

#### **8.1.2 Cliente**

Fue conformado por Lucía Espósito, directora gráfica de la empresa El Bufete Creativo. Sus comentarios serán de apoyo verificando si el material digital cumple con el objetivo de promover sus servicios de coaching gráfico y soluciones creativas a los clientes reales y potenciales del mercado guatemalteco.

### 8.1.3 Grupo objetivo

Se tomó una muestra de 20 hombres y mujeres en edades entre 27 a 60 años a nivel nacional en la Ciudad de Guatemala con un NSE entre la categoría C3, C2 Y C1. Con tendencias al uso de aparatos tecnológicos como el celular y/o computadora con acceso a internet a redes sociales. Interesados en servicios de coaching de marcas, diseño gráfico y herramientas de comunicación.

### 8.2 Método e instrumentos

El método que se usará es la encuesta, la cual consiste en un procedimiento de recolección de datos por medio de un cuestionario previamente diseñado. Se utilizará el método de escala de Likert, el cual consiste en una prueba psicométrica utilizada para medir el nivel de acuerdo o desacuerdo del encuestado con cada pregunta. Así mismo, se utilizarán preguntas dicotómicas en las cuales en las que el encuestado responderá “sí” o “no”, según considere.

La encuesta previamente mencionada consta de tres partes:

**Parte objetiva:** Se evalúan aspectos relacionados a los objetivos del proyecto, con preguntas dicotómicas: Sí o no.

**Parte semiológica:** Evalúa cada uno de los elementos empleados en el diseño. Se utiliza una escala de Likert que establece un mínimo de tres variables: mucho, poco o nada.

**Parte operativa:** Evalúa principalmente la funcionalidad de la propuesta. Se consideran preguntas en la escala de Likert para denominar respuestas promedio, con variables distintas como: Muy adecuada, medianamente adecuada o poco adecuada.

## 8.2.1 Modelo de la encuesta



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

Facultad de ciencias de la comunicación  
Licenciatura en Comunicación y Diseño  
Proyecto de tesis

Género:

Experto:

Nombre:

Edad:

Cliente:

Profesión:

Grupo objetivo:

Puesto:

Años de  
experiencia en el  
mercado:

### Encuesta de validación de proyecto

Diseño de piezas gráficas para informar a través de la red social de Instagram los servicios que ofrece a clientes reales y potenciales la empresa El Bufete Creativo.

#### Antecedentes:

El Bufete Creativo es una agencia de coaching gráfico fundada en el año 2008 por Lucía Espósito. La empresa ofrece servicios de comunicación empresarial que integra herramientas de comunicación y el objetivo principal de ésta es brindar soluciones creativas que estén al nivel de cada uno de sus clientes, implementando estrategias de coaching gráfico.

A raíz de un análisis referente a la imagen que tiene la agencia al público, se llegó a la conclusión que su necesidad radica en el diseño de piezas gráficas elaboradas para sus diferentes plataformas, específicamente para la red social Instagram. Esta necesidad surge gracias a la falta de engagement sobre el contenido visualizado dentro de las plataformas previamente mencionadas.

**Instrucciones:**

Para poder contestar la siguiente encuesta es necesario que visite el siguiente link que dirige al perfil de Instagram realizado para El Bufete Creativo [LINK DE INSTAGRAM](#) en el cual se podrá observar el diseño de piezas gráficas.

En base a la visualización y análisis de las piezas gráficas, según su criterio favor de responder las siguientes preguntas.

**Parte objetiva**

1. ¿Considera necesario el diseño de piezas gráficas para informar a través de la red social de Instagram los servicios que ofrece a clientes reales y potenciales la empresa El Bufete Creativo?

Sí                  No

2. ¿Considera adecuada la información en las piezas gráficas acerca de los servicios que ofrece El Bufete Creativo para conocer a profundidad lo que ofrece?

Sí                  No

3. ¿Considera necesario la investigación de conceptos y tendencias del diseño para respaldar la propuesta gráfica elaborada para El Bufete Creativo?

Sí                  No

4. ¿Considera adecuado conceptualizar a través de elementos gráficos, paleta de colores y tipografías funcionales para las piezas gráficas?

Sí                  No

5. ¿Considera adecuado diagramar los elementos gráficos, textos e imágenes a través de bocetos para lograr un recorrido visual coherente y una propuesta gráfica estética y funcional?

Sí                  No

### Parte semiológica

6. ¿Considera que la paleta de colores implementada en las piezas gráficas es corporativa?
- Muy corporativa          Poco corporativa          Nada corporativa
7. Considera que la tipografía empleada denota:
- Muy formalidad          Poca formalidad          Nada formalidad
8. ¿Considera que los elementos gráficos utilizados son llamativos?
- Muy llamativos          Poco llamativos          Nada llamativos
9. ¿Considera atractiva la opción de carrusel implementada en las piezas gráficas?
- Muy atractiva          Poco atractiva          Nada atractiva
10. ¿Considera que la línea gráfica utilizada en el diseño de las piezas gráficas es?
- Muy adecuada          Poco Adecuada          Nada adecuada

### Parte operativa

11. ¿Considera que el recorrido visual del contenido es?
- Muy coherente          Poco coherente          Nada coherente
12. ¿Considera adecuado colocar los trabajos realizados para clientes de la empresa en las piezas gráficas?
- Muy adecuados          Poco adecuados          Nada adecuados
13. ¿Considera que la tipografía es legible?
- Muy legible          Poco legible          Nada legible
14. ¿Según su criterio la creación de piezas gráficas para dar a conocer los servicios/productos de una marca en redes sociales es?
- Muy útil          Poco útil          Nada útil

15. ¿Considera que la información colocada en las piezas gráficas es relevante?

Muy relevante

Poco relevante

Nada relevante

**Observaciones**

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

Gracias por contribuir al proyecto de tesis "*Diseño de piezas gráficas para informar a través de la red social de Instagram los servicios que ofrece a clientes reales y potenciales la empresa El Bufete Creativo*" su opinión será muy valiosa como retroalimentación para dicha propuesta.

*Encuesta digital, elaborada en Google Forms. Ver anexo 5*

### **8.3 Resultados e interpretación de resultados**

Por medio de la tabulación, codificación e interpretación de los resultados obtenidos por medio de la encuesta, se llevarán a cabo mejoras para las piezas gráficas según la retroalimentación de los encuestados, maximizando una opción atractiva y funcional a nivel visual y comunicativa.

A continuación, se presentan las gráficas con los resultados obtenidos junto a sus interpretaciones y conclusiones.

## Parte objetiva

1. ¿Considera necesario el diseño de piezas gráficas para informar a través de la red social de Instagram los servicios que ofrece a clientes reales y potenciales la empresa El Bufete Creativo?



● Sí  
● No

Interpretación: El 100% de encuestados considera necesario el diseño de piezas gráficas para informar a través de la red social de Instagram los servicios que ofrece a clientes reales y potenciales la empresa El Bufete Creativo.

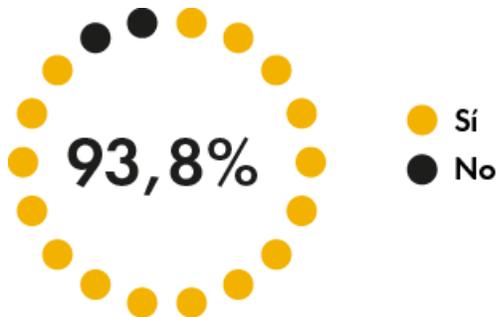
2. ¿Considera adecuada la información en las piezas gráficas acerca de los servicios que ofrece El Bufete Creativo para conocer a profundidad lo que ofrece?



● Sí  
● No

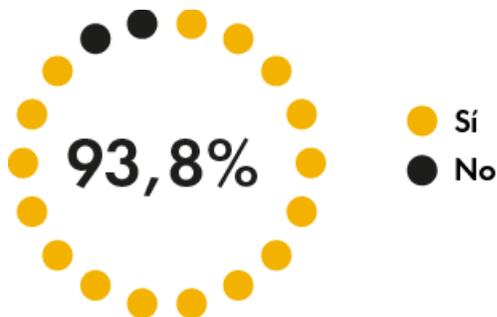
Interpretación: El 100% de encuestados considera adecuada la información en las piezas gráficas acerca de los servicios que ofrece El Bufete Creativo para conocer a profundidad lo que ofrece.

3. ¿Considera necesario la investigación de conceptos y tendencias del diseño para respaldar la propuesta gráfica elaborada para El Bufete Creativo?



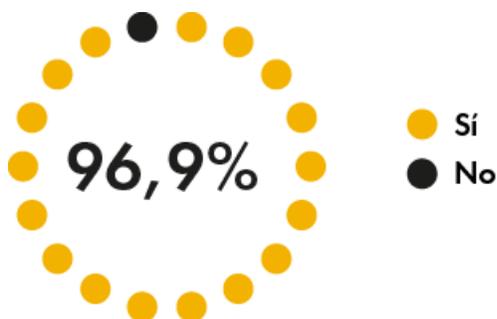
Interpretación: El 93,8% de encuestados considera necesario la investigación de conceptos y tendencias del diseño para respaldar la propuesta gráfica elaborada para El Bufete Creativo. Mientras que el 6,3% no lo considera necesario.

4. ¿Considera adecuado conceptualizar a través de elementos gráficos, paleta de colores y tipografías funcionales para las piezas gráficas?



Interpretación: El 93,8% de encuestados considera adecuado conceptualizar a través de elementos gráficos, paleta de colores y tipografías funcionales para las piezas gráficas. Mientras que el 6,3% no lo considera necesario.

5. ¿Considera adecuado diagramar los elementos gráficos, textos e imágenes a través de bocetos para lograr un recorrido visual coherente y una propuesta gráfica estética y funcional?

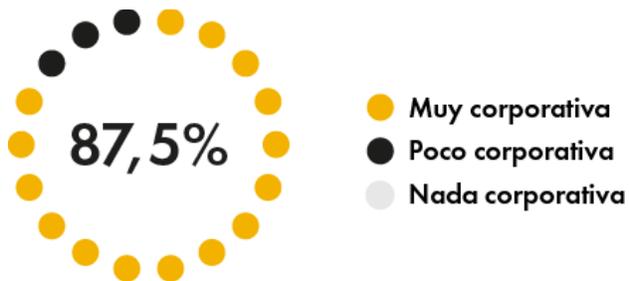


Interpretación: El 96,9% de encuestados considera adecuado diagramar los elementos gráficos, textos e imágenes a través de bocetos para lograr un recorrido visual coherente y una propuesta gráfica estética y funcional. Mientras que el 3,1% no lo considera necesario.

## Parte semiológica

6. Considera que la paleta de colores implementada en las piezas gráficas es

- Muy corporativa
- Poco corporativa
- Nada corporativa



Interpretación: El 87,5% de encuestados considera que la paleta de colores implementada en las piezas gráficas es muy corporativa. Mientras que el 12,5% la considera poco corporativa.

7. Considera que la tipografía empleada denota:

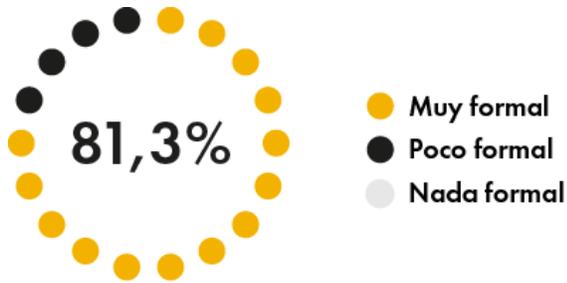
- Muy formal
- Poco formal
- Nada formal



Interpretación: El 78,1% de encuestados considera que la tipografía empleada es muy formal. Mientras que el 18,8% la considera poco formal y el 3,1% la considera nada formal.

8. Considera que los elementos gráficos utilizados son

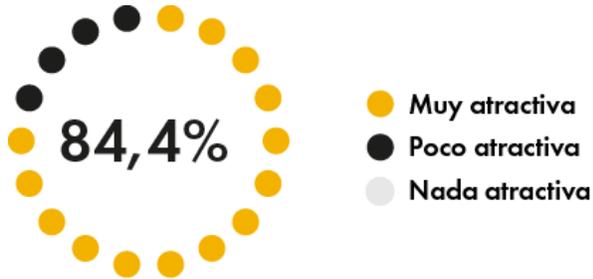
- Muy llamativos
- Poco llamativos
- Nada llamativos



Interpretación: El 81,3% de encuestados consideran que los elementos gráficos utilizados son muy formales. Mientras que el 18,8% los consideran poco formal.

9. Considera que la opción de carrusel implementada en las piezas gráficas es

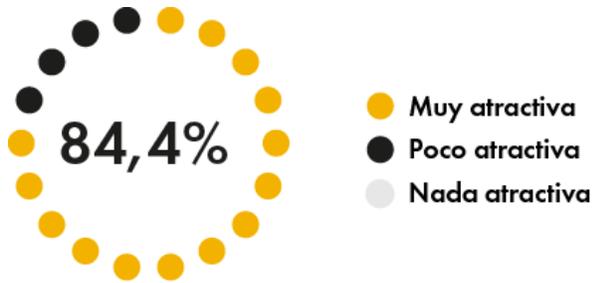
- Muy atractiva
- Poco atractiva
- Nada atractiva



Interpretación: El 84,4% de encuestados considera que la opción de carrusel implementada en las piezas gráficas es muy atractiva. Mientras que el 15,6% la considera poco atractiva.

10. Considera que la línea gráfica utilizada en el diseño de las piezas gráficas es

- Muy adecuada
- Poco adecuada
- Nada adecuada

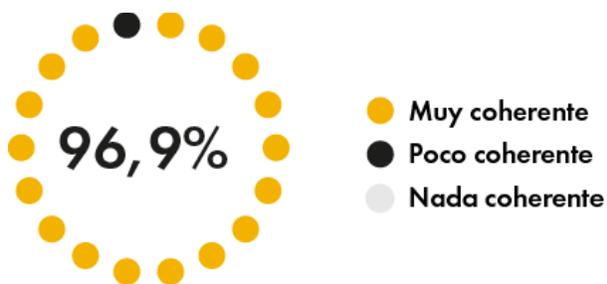


Interpretación: El 84,4% de encuestados considera que la línea gráfica utilizada en el diseño de las piezas gráficas es muy atractiva. Mientras que el 15,6% la considera poco atractiva.

### Parte operativa

11. Considera que el recorrido visual del contenido es

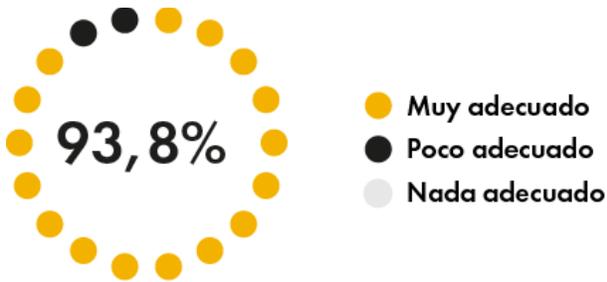
- Muy coherente
- Poco coherente
- Nada coherente



Interpretación: El 96,9% de encuestados considera que el recorrido visual del contenido es muy coherente. Mientras que el 3,1% lo considera poco coherente.

12. Considera que colocar los trabajos realizados para clientes de la empresa en las piezas gráficas es

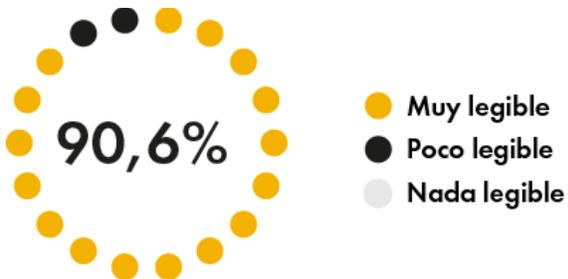
- Muy adecuado
- Poco adecuado
- Nada adecuado



Interpretación: El 93,8% de encuestados considera que colocar los trabajos realizados para clientes de la empresa en las piezas gráficas es muy adecuado. Mientras que el 6,3% lo considera poco adecuado.

13. Considera que la tipografía utilizada para las piezas gráficas es

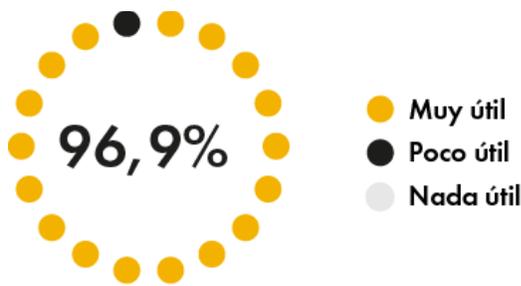
- Muy legible
- Poco legible
- Nada legible



Interpretación: El 90,6% de encuestados considera que la tipografía utilizada para las piezas gráficas es muy legible. Mientras que el 9,4% la considera poco legible.

14. Según su criterio, la creación de piezas gráficas para dar a conocer los servicios/productos de una marca en redes sociales es

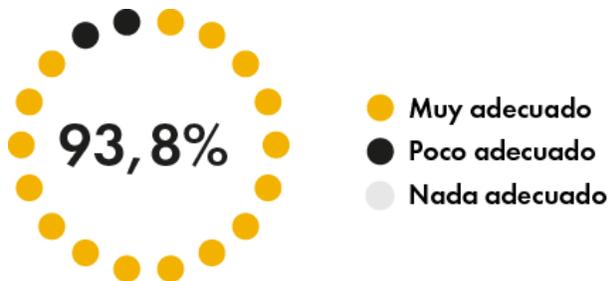
- Muy útil
- Poco útil
- Nada útil



Interpretación: El 96,9% de encuestados considera que la creación de piezas gráficas para dar a conocer los servicios/productos de una marca en redes sociales es muy útil. Mientras que el 3,1% lo considera poco útil.

15. Considera que la información colocada en las piezas gráficas es

- Muy relevante
- Poco relevante
- Nada relevante



Interpretación: El 93,8% de encuestados considera que la información colocada en las piezas gráficas es muy adecuada. Mientras que el 6,3% lo considera poco adecuada.

### **8.3.1 Comentarios y observaciones obtenidas de la validación**

- Considero que el diseño en general de la página de Instagram es bastante adecuado, la paleta de colores empleada es muy agradable, transmite un estilo fresco, moderno y a la vez elegante. Excelente proyecto.
- ¡Felicitaciones, buen trabajo! Me gustó el enfoque minimalista. Muy buena propuesta de diseño para redes sociales.
- Excelente trabajo gráfico, de gran utilidad para el público objetivo visualizar lo que desea adquirir y mostrar a sus clientes.
- La propuesta resulta bastante atractiva e interesante.
- Considero importante la realización de este tipo de trabajos para mejorar la calidad de publicidad de las empresas e incrementar su productividad.

### **8.4 Cambios en base en resultados**

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

**8.4.1 Cambio de la tipografía:** Se decidió cambiar la tipografía de la familia "Futura PT" a "Gotham" debido a que es una tipografía geométrica, limpia y legible que permite otorgar carácter y personalidad a las piezas digitales de la agencia.

#### **8.4.1.1 Justificación**

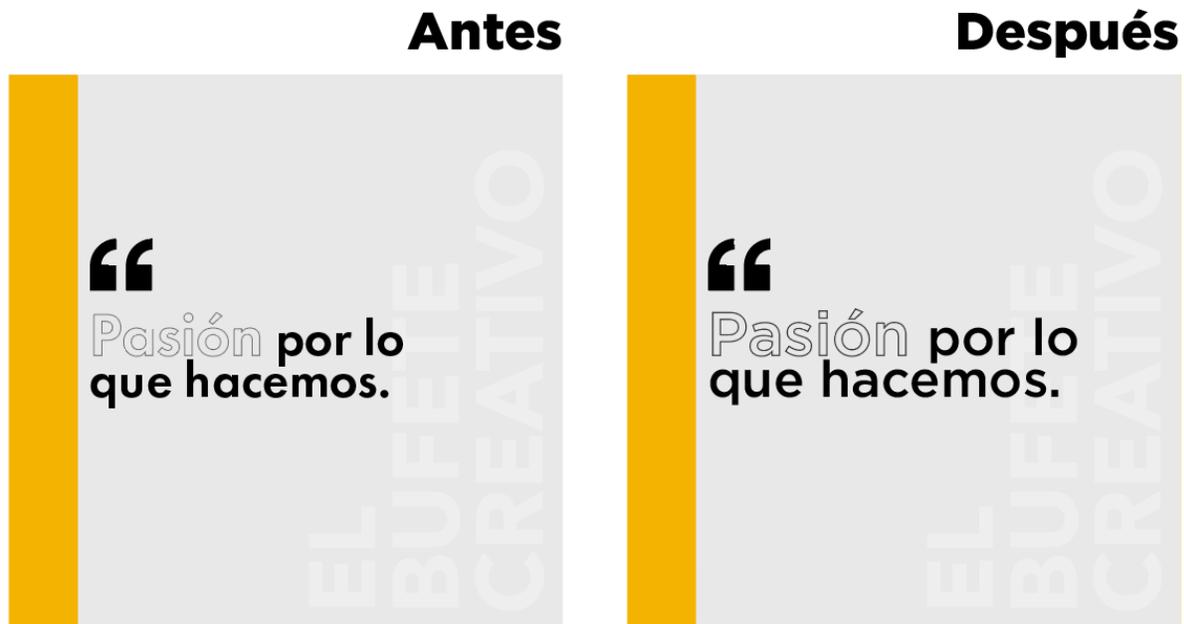
Se llevó a cabo el cambio de tipografía ya que el 18,8% de encuestados la denotan como poco formal y el 3,1% como nada formal. Por lo tanto, se realizó el cambio de la tipografía de la

familia Futura PT a la familia Gotham. Esta familia es una sin serifa contemporánea que otorga carácter y personalidad a las piezas digitales de la agencia.



#### 8.4.2 Trazos

Se realizó el cambio del grosor del trazo para los textos de los títulos ya que se hizo mención en comentarios por parte de expertos, explicando que no se logra visualizar y puede pasar desapercibido. Por lo tanto, los trazos pasaron de 1.5 pts. a 3 pts., permitiendo visualizarnos de mejor manera.



#### 8.4.2.1 Justificación

Gracias a la retroalimentación de los encuestados se realizaron cambios para un adecuado funcionamiento de las piezas digitales. El cambio más notorio es el de la tipografía ya que se hizo el cambio de la familia Futura PT a la familia Gotham la cual reforzará la formalidad y presencia de la empresa. De igual manera, el segundo cambio mencionado por parte de expertos fue el grosor del trazo para los textos de los títulos ya que no se lograban visualizar, por lo tanto, los trazos pasaron de 1.5 pts. a 3 pts., permitiendo visualizarnos de mejor manera.



**““** Capítulo IX  
Propuesta final

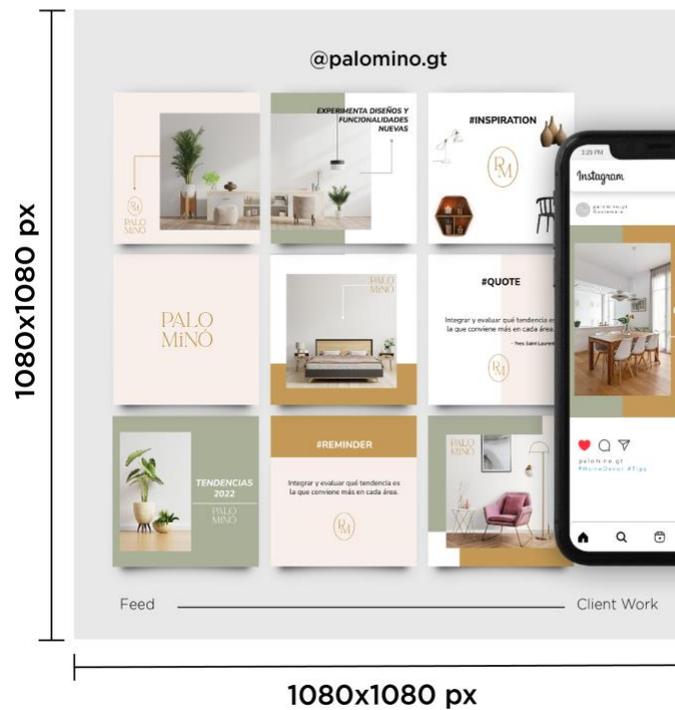
## Capítulo IX: Propuesta final

Tras la realización de los cambios en la propuesta preliminar, se presenta a continuación la propuesta gráfica final, la cual, está conformada por 9 posts y 3 carruseles.

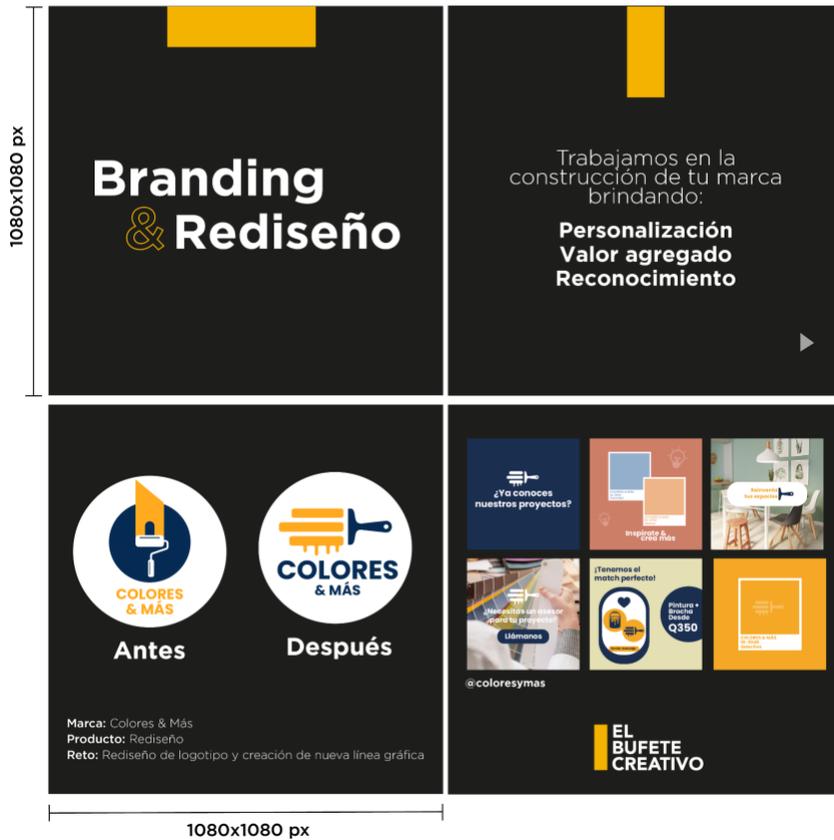
### Post 1



### Post 2



## Post 3 - Carrusel 1



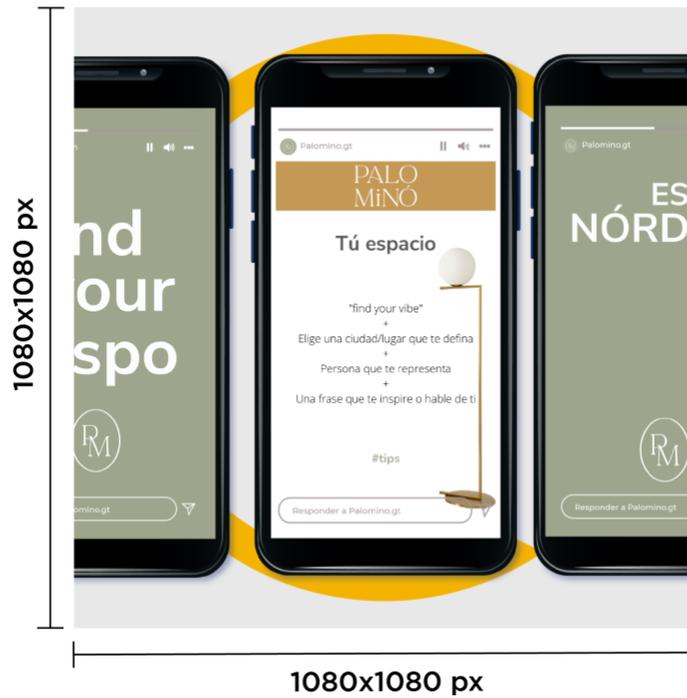
## Post 4 - Carrusel 2



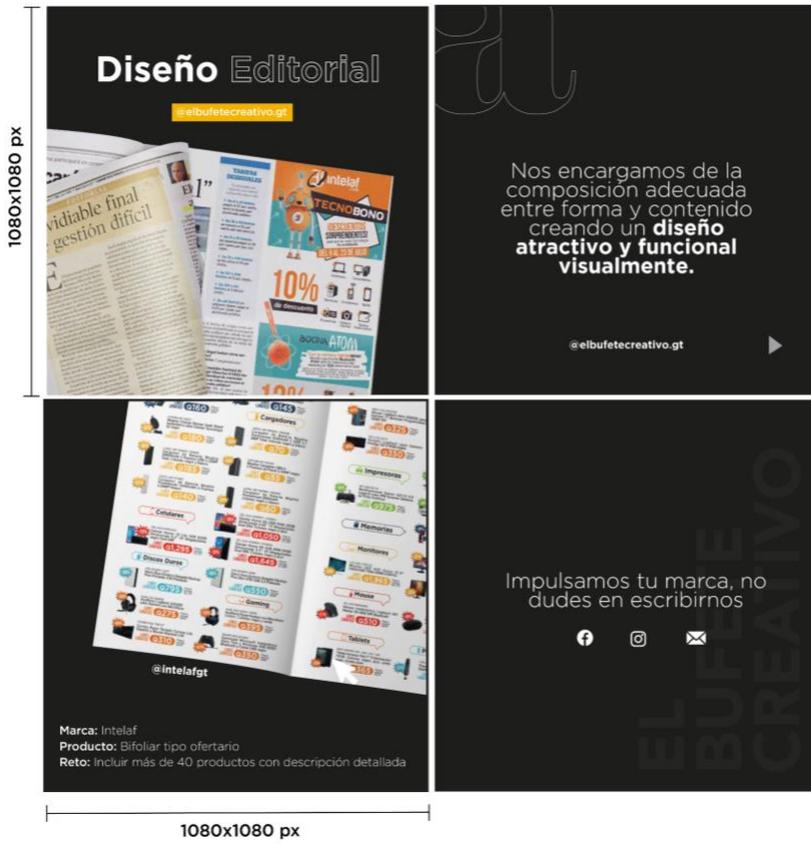
## Post 5



## Post 6



## Post 7 - Carrusel 3



## Post 8



# Post 9





“**Capítulo X**  
Producción,  
reproducción y  
distribución

## Capítulo X: Producción, reproducción y distribución

Como parte fundamental para el desarrollo del Diseño de piezas gráficas digitales para informar a través de la red social de Instagram los servicios que ofrece a clientes reales y potenciales la empresa El Bufete Creativo, es necesario implementar un plan de elaboración, producción, reproducción y distribución presentando a detalle los diferentes conceptos que integran el costo del diseño de las piezas.

### 10.1 Plan de costos de elaboración.

En este plan se detalla el costo de horas invertidas en el proceso creativo de investigación y conceptualización de bocetos iniciales, intermedios y finales. Agregando los procesos que ayudaron a consolidar el concepto para poder llegar a una propuesta preliminar. Como base por hora trabajada de un monto de Q25.00.

Cantidad de horas	Descripción	Valor por hora	Sub total
30 horas	Investigación	Q25.00	Q750.50
20 horas	Proceso creativo	Q25.00	Q500.00
18 horas	Bocetos iniciales	Q25.00	Q450.00
20 horas	Bocetos intermedios	Q25.00	Q500.00
24 horas	Bocetos finales	Q25.00	Q600.00
		<b>Total</b>	<b>Q2,800.50</b>

## 10.2 Plan de costos de producción.

Se presenta el costo de horas invertidas en la diagramación y conceptualización de la propuesta preliminar y final de las piezas gráficas, al igual que la creación de matriz de contenido con sus respectivos copys para cada post, detallando cuál será la estrategia de contenido junto a sus objetivos y recomendando que días postear para mayor interacción con el grupo objetivo.

Cantidad de horas	Descripción	Valor por hora	Sub total
6 horas	Creación de matriz de contenido	Q25.00	Q150.00
12 horas	Propuesta preliminar	Q25.00	Q300.00
4 horas	Propuesta final	Q25.00	Q100.00
		<b>Total</b>	<b>Q550.00</b>

## 10.3 Plan de costos de reproducción.

Dentro del plan no se estableció la compra de medios y pautas para las piezas gráficas en la red social de Instagram, por lo tanto, este plan no aplica para el proyecto. Sin embargo, para asegurar la óptima aplicación de las piezas, se recomienda utilizar una plataforma de almacenamiento de archivos en la nube.

Se investigaron dos herramientas: Google Drive y Dropbox, de las cuales, se eligió Google Drive debido a que el costo es menor y el espacio es mayor.

*Ver anexo 7.*

### 10.5 Margen de utilidad.

En cuanto al margen de utilidad sobre los costos fijos, establecido para utilizarse dentro del plan de costos se ha estipulado en un porcentaje del 20%.

Total costos de elaboración	Q2,800.50
Total costos de producción	Q550.00
Total de costos	Q3,350.50
Margen del 20%	Q837.63
<b>Margen del 20% + Total de costos</b>	<b>Q4,188.13</b>

### 10.6 IVA.

Se agrega el impuesto al valor agregado IVA (12%) impuesto establecido por la Superintendencia de Administración Tributaria (SAT) del régimen del pequeño contribuyente.

Subtotal plan de costos fijos	Q4,188.13
12% IVA	Q494.17
<b>Total</b>	<b>Q4,682.30</b>

### 10.7 Cuadro con resumen general de costos.

Total costos de elaboración	Q2,800.50
Total costos de producción	Q550.00
Total costos de reproducción	Q0.00
Total costos de distribución	Q0.00
Subtotal	Q3,350.50
Margen del 20%	Q837.63
Subtotal	Q4,188.13
12% IVA	Q494.17
<b>Total</b>	<b>Q4,682.30</b>



**“** **Capítulo XI**  
Conclusiones y  
recomendaciones

## Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones

### 11.1 Conclusiones.

- Se recopiló información necesaria acerca de los servicios que ofrece El Bufete Creativo y dar una propuesta de piezas gráficas que se adapten a las necesidades que se desean satisfacer.
- Llevar a cabo una investigación de las tendencias de diseño actuales, permite tener una visión global de los elementos gráficos que tienen popularidad al permitir así seleccionar la combinación más adecuada de los mismos para crear una propuesta gráfica fresca e innovadora que logre impactar al grupo objetivo establecido.
- El bocetaje es una parte fundamental al momento de la creación de cualquier propuesta gráfica debido a que permite explorar distintas opciones, y así, seleccionar la que más se adecue a la necesidad de la empresa y el grupo objetivo.
- Se creó una matriz de contenido junto a sus objetivos, en ella se visualiza un calendario para saber que día postear cada pieza gráfica junto a su copy, con el fin de llevar una adecuada organización y presentar la estrategia de comunicación que se estaría implementando.
- Escuchar las necesidades y gustos del cliente es importante, ya que se crea un equilibrio entre sus necesidades y tendencias a utilizar para llegar a unas piezas gráficas digitales funcionales y diferenciarse de la competencia.
- Se digitalizó, junto a sus correcciones, una propuesta final al cumplir su objetivo de informar a través de la red social de Instagram los servicios que ofrece a clientes reales y potenciales la empresa El Bufete Creativo.

## 11.2 Recomendaciones.

- Se recomienda realizar una previa investigación acerca de la empresa a trabajar, para comprender a profundidad su esencia, sus servicios y productos para tener una idea más clara del propósito del proyecto a trabajar y así, lograr cumplir con todos los objetivos establecidos.
- Es esencial investigar acerca de las tendencias que se están utilizando, ya que estas permiten concretar de mejor manera con el grupo objetivo y de manera global al brindar una estructura y consistencia al diseño permitiendo combinar con diferentes elementos y colores para que resalten de una manera adecuada junto a una vanguardia de innovación.
- Se invita a desarrollar el proceso de bocetaje, ya que es una forma de explorar conceptos que se adapten de mejor manera al diseño que se desea presentar, y ahorrar tiempo en digitalizar propuestas que no serán adecuadas o aceptadas.
- Se aconseja crear una matriz de contenido para tener presente cuáles serán los objetivos y estrategias para alcanzar junto al tipo de contenido en redes sociales al adquirir una adecuada interacción con el grupo objetivo.
- Se recomienda presentar una propuesta preliminar para visualizar qué elementos funcionan y cuáles no para poder corregirlos e impulsar la propuesta a un punto mayor permitiendo cumplir con los objetivos planteados desde un inicio.
- Al momento de digitalizar es esencial diagramar los elementos gráficos, textos e imágenes para lograr un recorrido visual coherente y una propuesta gráfica estética y funcional.



“Capítulo XII  
Conocimiento  
general

## Capítulo XII: Conocimiento general



Infografía realizada por Saraí Mejía.



# “Capítulo XIII

## Referencias

## Capítulo XIII: Referencias

### 13.1 Bibliografía

Aaker, D. A. Y Myers J. G. (1984) Management de la Publicidad Colección ESADE.

Editorial Hispano-Europea S. A. Barcelona.

Dondis, D. (2013). La sintaxis de la imagen. GG Diseño.

EDIPO S.A. (2009). Libro Blanco de la Comunicación en Medios Sociales (Vol. 8).

Gutiérrez, C. (2019). Registro de movimientos oculares con el eye tracker mobile eye XG.

Universidad Católica de Colombia.

Heller, E. (2008). Psicología del color. GG.

Hollis, R. (2000). Diseño Gráfico (Roig, E. Trad.). Mlandiska Knjiga. (original publicado en 1994).

López Vázquez, B. (2007). Publicidad emocional. Estrategias creativas, 40. Wong, V.

(2012). Diseño Gráfico. Gustavo Gili.

Roger, D. Keith, G. Lindsey y John L. (1984) Haga usted mismo su diseño gráfico.

Weinschenk, S. M. (2016). 100 cosas sobre la gente que cada diseñador necesita saber

Wong, W. (1991). Fundamentos del diseño. Barcelona: Gustavo Gili, S. A.

## 13.2 E-grafías

Alejandro R. (2016, 5 mayo) *El bocetaje es una etapa esencial de todo diseño*. Recuperado

de: <https://www.paredro.com/el-bocetaje-es-una-etapa-esencial-de-todo-diseno/>

Artes visuales (2018, 12 septiembre) *Composición y diseño gráfico*. Recuperado de:

[https://artesvisuales.com/blog/composicion-y-diseno-](https://artesvisuales.com/blog/composicion-y-diseno-grafico/#:~:text=En%20primer%20lugar%2C%20diremos%20que,a%20los%20receptores%20del%20mismo.)

[grafico/#:~:text=En%20primer%20lugar%2C%20diremos%20que,a%20los%20receptores%20del%20mismo.](https://artesvisuales.com/blog/composicion-y-diseno-grafico/#:~:text=En%20primer%20lugar%2C%20diremos%20que,a%20los%20receptores%20del%20mismo.)

Austre G. (2011, 16 febrero) *Enfoques cuantitativo y cualitativo*. Recuperado de:

<https://sites.google.com/site/metodologiadelainvestigacionb7/enfoques-cuantitativo-y-cualitativo>

Beatriz G. (2022, 24 enero) *¿Qué es, para qué sirve y cómo funciona el Coaching?*.

Recuperado de: <https://creartecoaching.com/que-es-para-que-sirve-y-como-funciona-el-coaching/>

Citysem (2022) *¿Qué es el Branding?*. Recuperado de: <https://citysem.es/que-es/branding/>

ELISAVA (2021, 6 septiembre) *¿Qué es el branding y cuál es su objetivo?*. Recuperado

de: [https://www.elisava.net/es/noticias/que-es-](https://www.elisava.net/es/noticias/que-es-branding#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20branding%3F,en%20sus%20decisiones%20de%20compra.)

[branding#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20branding%3F,en%20sus%20decisiones%20de%20compra.](https://www.elisava.net/es/noticias/que-es-branding#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20branding%3F,en%20sus%20decisiones%20de%20compra.)

Escuela Europea de Coaching (2022) *¿Qué es coaching?*. Recuperado de:

<https://www.escuelacoaching.com/que-es-coaching-ser->

[coach/#:~:text=%E2%80%9CEI%20coaching%20profesional%20consiste%20en.mejora%20su%20calidad%20de%20vida%E2%80%9D](#)

Euroinnova Business School. (2022) *Que es el proceso comunicativo*. Recuperado de: <https://www.euroinnova.pe/blog/que-es-el-proceso-comunicativo>

Francisco B. (217, 29 agosto) *La importancia del diseño gráfico aplicado a las redes sociales*. Recuperado de: <https://www.cocoschool.com/disenio-grafico-aplicado-redes-sociales/>

Grupo Banco Mundial (2022) *Población de la ciudad con más habitantes - Guatemala*. Recuperado de: <https://datos.bancomundial.org/indicador/EN.URB.LCTY?locations=GT>

Iván V. (2019, 14 junio) *La importancia de contar con una línea gráfica para tus redes sociales*. Recuperado de: <https://agenciamagnet.mx/2019/06/14/importancia-linea-grafica-para-redes-sociales/>

ONE Comunicación (2020) *¿Qué son las relaciones públicas y cómo se aplican?*. Recuperado de: <https://onecomunicacion.com/relaciones-publicas/#:~:text=Las%20relaciones%20p%C3%BAblicas%20son%20aquellas,los%20que%20se%20encuentra%20vinculada.>

Pedraza, N. (2022, 2 abril) *Tendencias de diseño gráfico 2022*. Recuperado de: <https://noeliapedraza.com/tendencias-de-diseno-grafico-2022/>

Rosario P. (2022) *Psicología del color*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/psicologia-del-color.html>

Sergio, R. (2014, 18 junio) *Técnica para generar ideas: análisis morfológico*. Recuperado de:

<https://mprende.es/2014/06/18/tecnica-para-generar-ideas-analisis-morfologico/>

Tech school of business (2022, 29 julio) *Psicología de la comunicación*. Recuperado de:

<https://www.techtitute.com/gt/escuela-de-negocios/blog/psicologia-de-la-comunicacion>



““ **Capítulo XIV**  
Anexos

## Capítulo XIV: Anexos

### Anexo 1. Gráfica de magnitud



*Gráfica de magnitud realizada por Saraí Mejía.*

## Anexo 2. Brief



### **Brief**

Es un documento escrito que debe contener toda la información necesaria para el desarrollo del proyecto de graduación. Este instrumento sirve como plataforma para definir los objetivos de mercado y de comunicación que requiere la organización.

#### **Datos del estudiante**

Nombre del estudiante	Miriam Saraí Mejía Calvillo
No de Carné	19000593
Teléfono	3181-5761
E-mail	Miriamejia2750@gmail.com
Proyecto	Diseño de catálogo digital para informar a través de las redes sociales Instagram y LinkedIn los servicios que ofrece a clientes reales y potenciales la empresa El Bufete Creativo.

#### **Datos del cliente**

Empresa	El Bufete Creativo
Nombre del cliente	Lucía Espósito
Teléfono	5879-3561
E-mail	info@elbufetecreativo.com
Antecedentes	El Bufete Creativo es una agencia de coaching gráfico fundada en el año 2008 por Lucía Espósito. La empresa ofrece servicios de comunicación empresarial que integra herramientas de comunicación.
Oportunidad identificada	Creación de piezas gráficas para atraer mayor interacción entre clientes reales y potenciales, logrando que El Bufete Creativo pueda promover y vender con mayor cobertura sus servicios.



### Datos de la empresa

Misión	Guiar a las marcas a un nuevo nivel de creatividad y funcionalidad a través del desarrollo de nuevos dispositivos que sirvan como medios de atracción y apoyo a las estrategias de marketing.
Visión	Ser reconocidos local y regionalmente como una empresa de servicios publicitarios innovadores, efectivos y tecnológicos, alcanzando y manteniendo una posición competitiva clave en el mercado.
Delimitación geográfica	Empresas nacionales y extranjeras conformadas con integrantes entre 25 a 70 años con un nivel socioeconómico desde C3 (ingresos desde 25,600).
Grupo objetivo	Personas con nivel de estudio universitario o maestría
Principal beneficio al Grupo Objetivo	Conocimiento de los servicios y trabajo de El Bufete Creativo siendo una empresa con alto nivel de satisfacción y precios cómodos.
Competencia	Socios Creativos, Fulano Sutano, 4am Saatchi & Saatchi, Punto Mandarin, Publinac.
Posicionamiento	La estrategia que maneja El Bufete Creativo se basa en servicio y calidad ya que ante la competencia entregan trabajos a sus clientes a base de buena comunicación, calidad de profesionales y satisfacción.
Factores de diferenciación	Contenido con información de servicios y visualización de trabajos como referencia respetando línea gráfica definida para mayor identificación de la empresa a base de sus elementos gráficos, paleta de color y tipografía.
Objetivo de mercado	Tener una participación destacada en promoción de servicios, identificando las opciones más rentables y factibles. Fijando un precio ideal, promocionar, persuadir y entrar de forma exitosa en los mercados.



Objetivo de comunicación	Informar y persuadir acerca de los servicios que ofrecen desde coaching gráfico, logrando incrementar el engagement y empatizar con el grupo objetivo, creando una mayor comunidad.
Mensaje clave a comunicar	Calidad de servicios ante competidores
Estrategia de comunicación	Campaña en redes sociales que invite a conocer los servicios y trabajos realizados, enfocado a los intereses del grupo objetivo y difundirlos de mejor manera en los medios que se empleen.
Reto del diseñador	Creación de piezas gráficas para lograr una adecuada identidad visual permitiendo que la empresa tenga mayor presencia ante la competencia y clientes potenciales.
Trascendencia	Lograr que El Bufete Creativo pueda promover y vender con mayor cobertura sus servicios.
Materiales a realizar	Piezas gráficas
Presupuesto	Aproximadamente Q3,000.00

#### Datos de la imagen gráfica

Logotipo	
Colores	Amarillo (fab907) Gris (3e3838) Blanco (ffffff)
Tipografía	La tipografía que implementa El Bufete Creativo es de la familia Avenir Pro sans serif.
Forma	Presenta un medio círculo y está compuesto por letras, logrando enfoque en el nombre y su paleta de colores.

*Lucia Espósito*

Firma cliente

*Ms*

Firma

*Brief.*

Conociendo una cultura fascinante

¡Bienvenidos!



SEÑOR ORIENTAL

elbufete creativo



Empaque para Hotel Boutique Panisté

Parte de nuestra cartera

Cientes




Prometemos no comer más de lo que necesitamos para inspirarnos

¡Bienvenidos!



elbufete creativo

Antecedentes de diseño.

## Anexo 3. Tabla de NSE Multivex 2018

Tabla Niveles Socio Económicos

Actualización 2018

CARACTERÍSTICAS	1.80%		35.40%			62.80%		
	0.70%	1.10%	5.9	11.60%	17.90%	50.70%	12.10%	Indeterminado
	NIVEL A	NIVEL B	NIVEL C1	NIVEL C2	NIVEL C3	NIVEL D1	NIVEL D2	NIVEL E
<b>Ingresos</b>	+ de Q100,000.00	Q61,200.00	Q25,600.00	Q17,500.00	Q11,900.00	Q7,200.00	Q3,400.00	- de Q1,00.00
<b>Educación padres</b>	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura,	Superior, Licenciatura,	Licenciatura	Media completa	Primaria completa	Sin estudios
<b>Educación hijos</b>	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U del extranjero	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U local, post grado extranjero	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas y post grado extranjero con beca	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas o estatal	Hijos menores escuelas, mayores en U estatal	Hijos en escuela	Hijos en escuela	Sin estudios
<b>Desempeño</b>	Propietario, Director Profesional exitoso	Empresario, Ejecutivos de alto nivel, Profesional, Comerciantes	Ejecutivo medio, comerciante, vendedor	Ejecutivo, comerciante, vendedor, dependiente	Comerciante, vendedor, dependiente	Obrero, dependiente	Obrero, dependiente	Dependiente o sujeto de caridad
<b>Vivienda</b>	Casa/departamento de lujo, en propiedad, 5-6 recámaras, 4 a 6 baños, 3-4 salas, pantry, alacena, estudios area de servicio separada, garage para 5-6 vehiculos	Casa/departamento de lujo, en propiedad, financiado, 3-4 recámaras, 2-3 baños, 2 salas, pantry, alacena, 1 estudio area de servicio separada, garage para 2-4 vehiculos	Casa/departamento, rentada o financiado, 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio area de servicio, garage para 2 vehiculos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala, garage para 2 vehiculos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala,	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1 baños, sala	Casa/cuarto rentado, 1-2 recámaras, 1 baños, sala-comedor	Casa improvisada o sin hogar
<b>Otras propiedades</b>	Finca, casas de descanso en lagos, mar, Antigua, con comodidades	Sitios/terrenos condominios cerca de costas	Sitios/terrenos interior por herencias					
<b>Personal de servicio</b>	Personal de planta, en el hogar, limpieza, cocina, jardín, seguridad y chofer	1-2 personas de tiempo completo, chofer	Por día	Por día, eventual	Eventual			
<b>Servicios financieros</b>	3-4 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC intl, Seguros y ctas en US\$	2-3 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC intl, Seguros y ctas en US\$	1-2 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, 1-2 TC intl, Seguro colectivo salud	1 cta Q monetarios y ahorro, 1 TC local	1 cta Q ahorro, TC local	cta Q ahorro		
<b>Posesiones</b>	Autos del año, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, Lancha, moto acuatica, moto, helicoptero-avion-avioneta	Autos de 2-3 años, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, moto	Autos compactos de 3-5 años, asegurados por Financiera	Auto compacto de 4-5 años, sin seguro	Auto compacto de 8-10 años, sin seguro	moto, por trabajo		
<b>Bienes de comodidad</b>	3 tel minimo, cel cada miembro de la familia, Tv satelital, internet de alta velocidad, 2 o + equipos de audio, 3-5 TV, maquinas de lavar y secar platos, ropa, computadoras/miembro, seguridad domiciliar, todos los electrodomesticos. Todos los servicios de Internet.	2 tel minimo, cel cada miembro de la familia, TV satelital, internet de alta velocidad, 2 equipos de audio, 3 TV, maquinas de lavar y secar platos ropa, computadora, internet porton eléctrico y todos los electrodomesticos. Todos los servicios de Internet.	1 teléfono, 1-2 celulares, cable, internet, equipo de audio, más de 2 TV, maquina de lavar ropa, computadora/miembro electrodomésticos básicos.	1 teléfono fijo, mínimo, 1-2 cel, cable, radio, 2 TV, electrodomésticos básicos	1 teléfono fijo, celular cada miembro mayor, cable, equipo de audio, TV, electrodomésticos básicos	1 cel, cable, radio, TV, electrodomésticos básicos	1 cel, radio, TV, estufa	Radio, cocina de leña.
<b>Diversión</b>	Clubes privados, vacaciones en el exterior.	Clubes privados, vacaciones en el interior o exterior	Cine, CC, parques temáticos locales,	Cine, CC, parques temáticos locales,	Cine eventual, CC, parques, estadio	CC, parques, estadio	Parques	

Tabla de NSE Multivex 2018.

## Anexo 4. Investigación de tendencias



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

PRÁCTICA SUPERVISADA II

Nombre del catedrático. Lcda. Ana Gabriela Cabrera Conde.

Tendencias en Diseño 2022

Miriam Sarai Mejía Calvillo

Carné: 19000593

Guatemala, 12 de junio de 2022

## Objetivos

### El objetivo general

Búsqueda y generación de conocimiento en tendencias de diseño gráfico del año 2022 para la implementación de conceptos y ejemplos gráficos con el fin de creación de material digital con respecto al proyecto de graduación.

### Los objetivos específicos

- Recopilar información necesaria acerca de las tendencias actuales para conocer a profundidad sus características fundamentando cuales se apegan más hacia la empresa y sus servicios.
- Conceptualizar y ejemplificar a través de elementos gráficos o capturas de pantalla qué tendencias serán funcionales para las piezas gráficas.
- Diagramar los elementos gráficos, textos e imágenes a través de un tablero de tendencia posibilitando un recorrido visual coherente y una propuesta gráfica estética y funcional.

## **Introducción**

En la siguiente investigación se presentarán las tendencias en Diseño que se llevan en el año 2022, permitiendo ser una guía para los componentes creativos desde sus conceptos hasta un trabajo final innovador y llamativo. Como diseñadores gráficos somos testigos del nacimiento de nuevos estilos pero así mismo debemos de recordar y tener en la mira tendencias que fueron un impacto en el pasado.

En el desenlace del documento se presentarán los conceptos detallados de cada tendencia que se llevará a cabo dentro del proyecto de graduación tomándolos en cuenta para resurgir en tendencias y así poder dominar de una mejor manera el grupo objetivo al que se desea llegar, logrando cumplir con el objetivo general y específicos.

El alcance y la extensión de cada tendencia ha crecido y es una de las herramientas más utilizadas para crear nuevos conceptos, impulsar diseños y sobre todo a poder darle una personalidad única a la marca o empresa para que tenga una línea gráfica establecida y poder destacar entre la competencia.

Esta investigación es de suma importancia ya que sirve como retroalimentación y aprendizaje nuevo para que la estudiante tenga claro qué tendencias se apegan más a la empresa con la que llevará a cabo el proyecto de graduación, de la misma manera podrá tener referencias visuales que estarán de ejemplo junto a sus conceptos para tener una idea clara al momento de iniciar con el proceso de abocetado.

## Tendencias en Diseño 2022

### 1. Fondos llamativos.

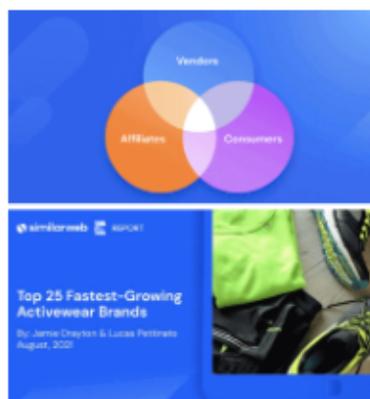
Las tendencias de diseño gráfico para el 2022 traen de vuelta colores más atrevidos y brillantes. Aunque estos colores no serán el centro de atención de los diseños, ayudarán a que las imágenes resalten en el saturado espacio online.

Visualmente, los colores llamativos contrastados con un texto de color claro hace que las imágenes resalten en el feed de las redes sociales. Inmediatamente te dan ganas de hacer clic para conocer más. Estos fondos no están destinados a saturar el texto, sino que son una herramienta para hacer que la información destaque.

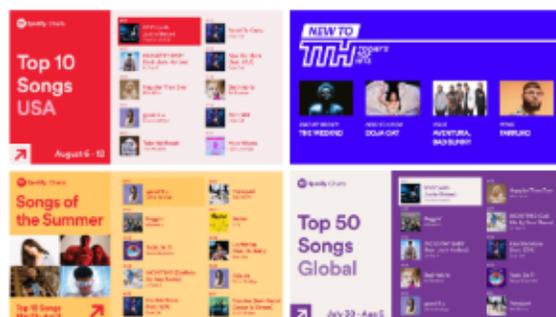
#### 1.2 Ejemplos gráficos de fondos llamativos.



Fuente: Buffer



Fuente: Similarweb



Fuente: Spotify

## 2. Formas vectoriales.

Una de las tendencias más utilizadas este año son las formas vectoriales estridentes, estas dan un movimiento a las formas haciendo que no se vean simples y estáticas. Su uso reclama la atención de los espectadores dando impulso al diseño y creatividad.

Presenta un estilo para producto y servicio muy dinámicos, actuales y sin complejos. Permitiendo crear fácilmente imágenes potentes logrando personalizar de manera fácil con diferentes colores, formas y tamaños.

Los vectores ayudan a que la información compleja sea más atractiva visualmente y más fácil de entender, logrando comunicar el significado más rápido y en menos espacio que las palabras. Simplificando detalles para llegar directamente al grupo objetivo.

### 2.2 Ejemplos gráficos de formas vectoriales.



Fuente: Thomas Pajot - Ilustrador



Fuente: Behance



Fuente: Holke 79 - Pánico Studio

### 3. Tipografía.

Esta tendencia ha venido desde años atrás siendo una de las más utilizadas en campañas de marcas, en este año regresa para seguir siendo esencial para los diseños, utilizándose para marcar un estilo fuerte, actual y moderno se puede emplear para colocar frases o una palabra en específico para atraer la curiosidad de los espectadores.

De igual manera la tipografía se puede combinar con colores para darle un impulso al diseño haciendo destacar el mensaje. Permitiendo otorgar equilibrio y armonía en las piezas gráficas. En ella también juega un papel importante el estilo de tipografía, tamaño, repetición y trazo aprovechando su valor para los diseños.

Permite crear variaciones de composiciones y es una herramienta perfecta para acompañar con otras tendencias como por ejemplo ilustraciones, fotografías o fondos llamativos.

#### 3.2 Ejemplos gráficos de tipografías.



Fuente: Behance

Fuente: Marx Design Ltd  
Diseñador gráfico

Fuente: Behance

#### 4. Capturas de pantalla de redes sociales.

Desde hace un par de meses atrás las marcas han compartido versiones de la misma publicación en múltiples canales de redes sociales ganando popularidad entre grupos objetivos. Su principal objetivo es ser influencia social informativa siendo una técnica de persuasión utilizada en marketing digital.

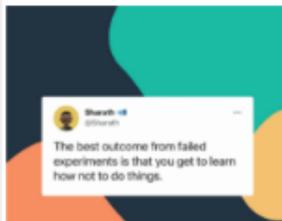
En las capturas se pueden colocar variedad de datos como comentarios de clientes, ser introductorio a una serie de imágenes o beneficios de un producto o servicio en específico dando otro tipo de visualización siendo más real e interactivo junto al grupo objetivo.

Es una herramienta inteligente de conquistar plataformas mientras se muestra el poder de clientes satisfactorios con un servicio adquirido incitando al grupo objetivo a ponerse en contacto.

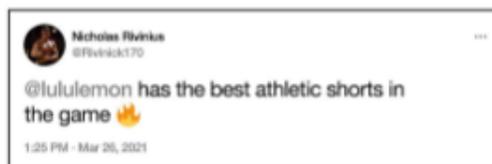
#### 4.2 Ejemplos gráficos de capturas de pantalla de redes sociales.



Fuente: Hubspot



Fuente: Zapier



Fuente: Lululemon

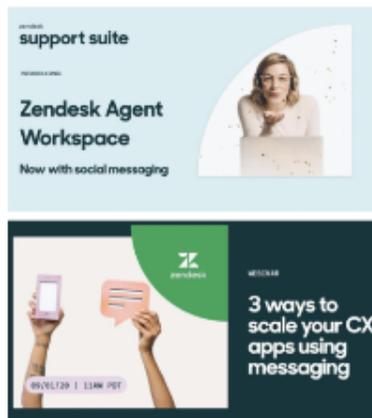
## 5. Figuras geométricas.

Brindan un orden, estructura y consistencia al diseño permitiendo combinar con diferentes tamaños de trazos y colores para que resalten de una manera adecuada permitiendo tener un equilibrio entre texto y figuras.

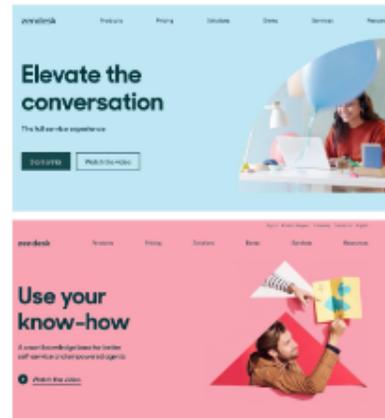
Una cantidad correcta de contraste entre una paleta de colores tenues suaves y formas geométricas duras, pueden crear una imagen muy llamativa. El uso de la geometría abre paso a que los diseñadores logren estructurar y analizar el lenguaje visual teniendo como resultado una armonía visual.

El uso de estas formas facilita e integra la relación de espacios y formas. Se puede utilizar como herramienta para hacer que la información o imagen destaque.

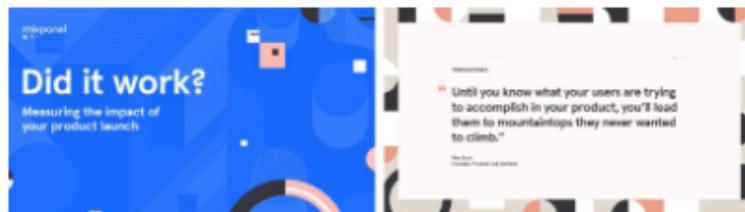
### 5.2 Ejemplos gráficos de figuras geométricas.



Fuente: Zendesk



Fuente: Zendesk



Fuente: Formstack

## 6. Fotografía incorporada.

Esta tendencia permite la visualización de ejemplos gráficos de mockups o fotografías de algún producto incorporado al diseño, intensificando un trabajo final que se ha realizado anteriormente, consiguiendo transmitir sensaciones y emociones.

No hace falta colocar mayor texto ya que una imagen vale más que mil palabras, haciendo que los espectadores se informen de qué va el producto o servicio que se está presentando a base de visualización.

### 6.2 Ejemplos gráficos de fotografía incorporada.



Fuente: Interweave Group

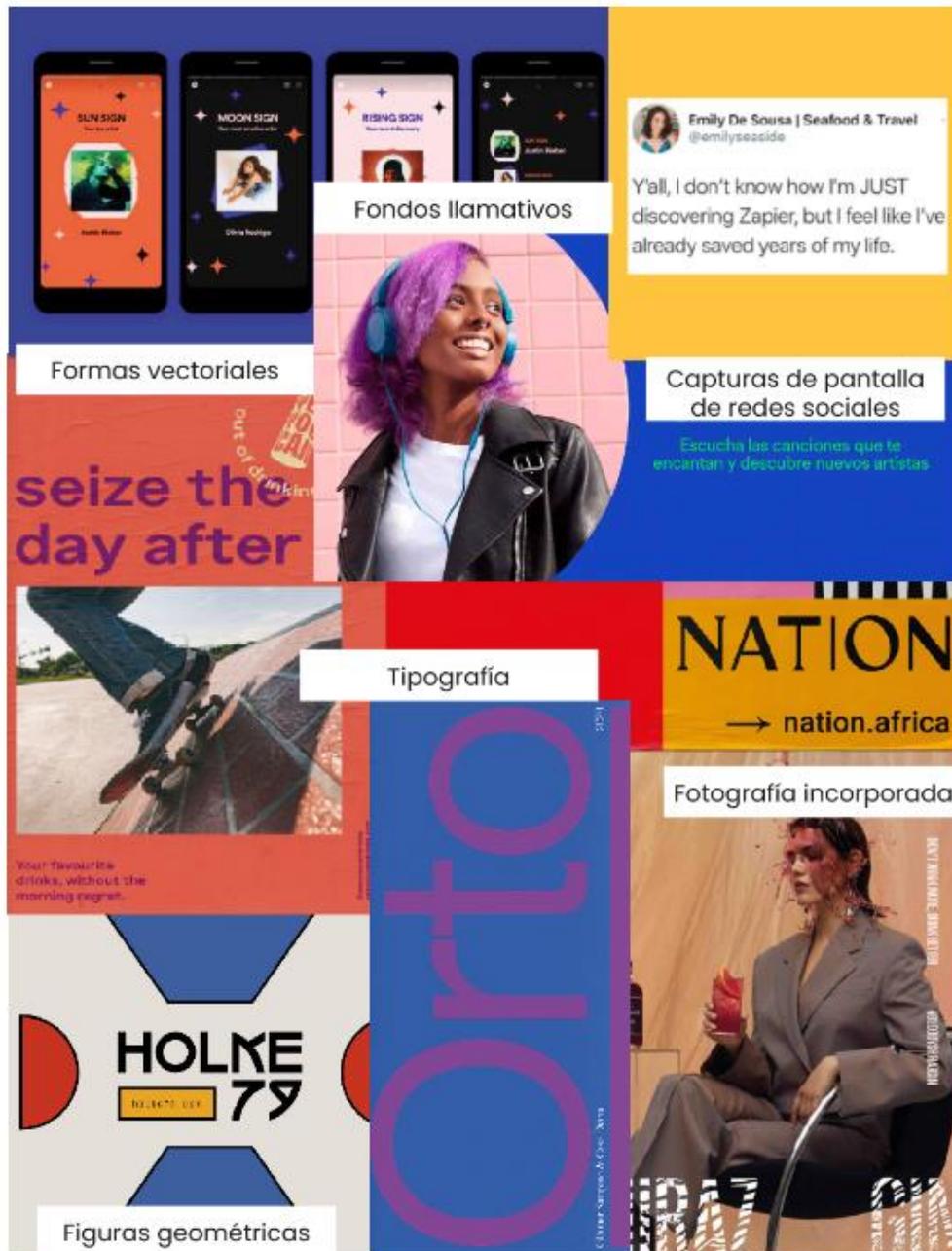


Fuente: Interweave Group



Fuente: Hi! Estudio

## Tablero de Tendencias



## Referencias

- N. (2022, 2 abril) Tendencias en diseño gráfico 2022. Noelia Pedraza  
<https://noeliapedraza.com/tendencias-de-diseno-grafico-2022/>
- Daniel E. (2021, 2 noviembre) Tendencias en diseño gráfico 2022. Diseño web  
barcelona code <https://codewebbarcelona.com/blog/tendencias-diseno-grafico-2022/>
- Ryan M. (2021, 23 noviembre) Las 8 tendencias de diseño gráfico que dominarán el 2022. VENNGAGE  
<https://es.venngage.com/blog/tendencias-de-diseno/#:~:text=Tendencias%20de%20di se%C3%B1o%20gr%C3%A1fico%20para%20el%202022%3A&text=Fondos%20Ilum inados.Memes%20con%20etiquetas>

## Conclusiones

- Los conceptos y ejemplos visuales mostrados en esta investigación son clave esencial ya que son las que más se apegan a la empresa permitiendo desarrollar un tablero de tendencias con ejemplos a lo que será el trabajo final del proyecto de graduación.
- Las tendencias abren paso a una nueva identidad corporativa hacia la empresa que posee la necesidad de mostrar una imagen actual y que presente su esencia.
- Cada tendencia posee una forma de impactar al momento de implementarlas dentro de los diseños pero eso no significa que no se puedan unir para crear un impacto aún mayor creando un equilibrio atractivo a la vista.
- Los elementos visuales a optar definirán una línea gráfica para que la empresa destaque ante sus competidores obteniendo un estilo propio para presentar sus servicios.

*Investigación de tendencias.*

## Anexo 5. Encuesta



# Encuesta validación de proyecto



## Encuesta de validación de proyecto

Diseño de piezas gráficas para informar a través de la red social de Instagram los servicios que ofrece a clientes reales y potenciales la empresa El Bufete Creativo.

**\*Obligatorio**

Seleccione la opción que le corresponda \*

- Experto (Personas con experiencia en el área de comunicación o diseño gráfico)
- Cliente (Jefe inmediato/ gerente de El Bufete Creativo)
- Grupo objetivo (Si no pertenecen a los grupos anteriores)

Género \*

- Masculino
- Femenino

Nombre \*

Tu respuesta

---

Edad \*

Tu respuesta

---

Profesión \*

Tu respuesta

---

Puesto \*

Tu respuesta

---

Años de experiencia \*

Tu respuesta

---

### **Antecedentes**

El Bufete Creativo es una agencia de coaching gráfico fundada en el año 2008 por Lucía Espósito. La empresa ofrece servicios de comunicación empresarial que integra herramientas de comunicación y el objetivo principal de ésta es brindar soluciones creativas que estén al nivel de cada uno de sus clientes, implementando estrategias de coaching gráfico.

A raíz de un análisis referente a la imagen que tiene la agencia al público, se llegó a la conclusión que su necesidad radica en el diseño de piezas gráficas elaboradas para sus diferentes plataformas, específicamente para la red social Instagram. Esta necesidad surge gracias a la falta de engagement sobre el contenido visualizado dentro de las plataformas previamente mencionadas.

**Instrucciones**

Para poder contestar la siguiente encuesta es necesario que visite el siguiente link que dirige al perfil de Instagram realizado para El Bufete Creativo [https://www.instagram.com/\\_elbufetecreativo/](https://www.instagram.com/_elbufetecreativo/) en el cual se podrá observar el diseño de piezas gráficas.

En base a la visualización y análisis de las piezas gráficas, según su criterio favor de responder las siguientes preguntas.

## Parte objetiva

¿Considera necesario el diseño de piezas gráficas para informar a través de la red social de Instagram los servicios que ofrece a clientes reales y potenciales la empresa El Bufete Creativo? \*

- Sí
- No

¿Considera adecuada la información en las piezas gráficas acerca de los servicios que ofrece El Bufete Creativo para conocer a profundidad lo que ofrece? \*

- Sí
- No

¿Considera necesario la investigación de conceptos y tendencias del diseño para respaldar la propuesta gráfica elaborada para El Bufete Creativo? \*

- Sí
- No

¿Considera adecuado conceptualizar a través de elementos gráficos, paleta de colores y tipografías funcionales para las piezas gráficas? \*

- Sí
- No

¿Considera adecuado diagramar los elementos gráficos, textos e imágenes a través de bocetos para lograr un recorrido visual coherente y una propuesta gráfica estética y funcional? \*

Sí

No

### Parte semiológica

Considera que la paleta de colores implementada en las piezas gráficas es \*

- Muy corporativa
- Poco corporativa
- Nada corporativa

Considera que la tipografía empleada denota: \*

- Muy formal
- Poca formalidad
- Nada formal

Considera que los elementos gráficos utilizados son \*

- Muy llamativos
- Poco llamativos
- Nada llamativos

Considera que la opción de carrousel implementada en las piezas gráficas es \*

- Muy atractiva
- Poco atractiva
- Nada atractiva

¿Considera que la línea gráfica utilizada en el diseño de las piezas gráficas es? \*

- Muy adecuada
- Poco adecuada
- Nada adecuada

## Parte Operativa

¿Considera que el recorrido visual del contenido es? \*

- Muy coherente
- Poco coherente
- Nada coherente

Considera que colocar los trabajos realizados para clientes de la empresa en las piezas gráficas es \*

- Muy adecuados
- Poco adecuados
- Nada adecuados

Considera que la tipografía utilizada para las piezas gráficas es \*

- Muy legible
- Poco legible
- Nada legible

Según su criterio, la creación de piezas gráficas para dar a conocer los servicios/productos de una marca en redes sociales es \*

- Muy útil
- Poco útil
- Nada útil

Considera que la información colocada en las piezas gráficas es \*

- Muy relevante
- Poco relevante
- Nada relevante

### Observaciones

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

### Comentario u Observación

Tu respuesta

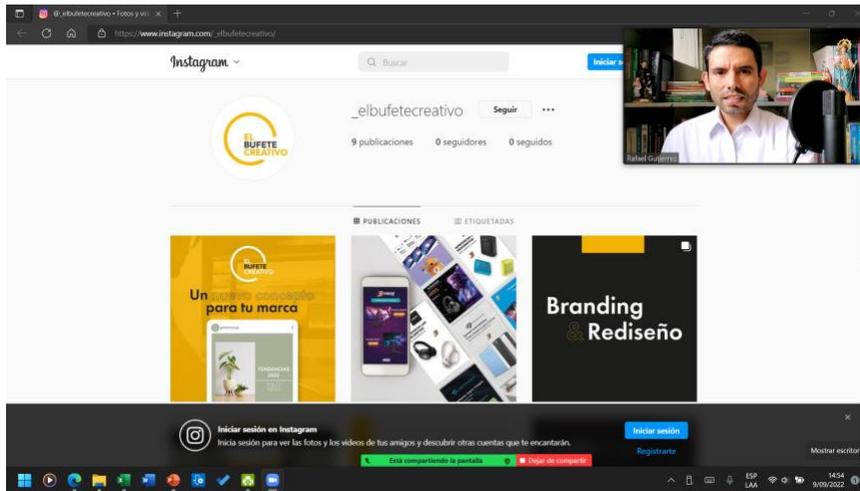
---

Gracias por contribuir al proyecto de tesis *“Diseño de piezas gráficas para informar a través de la red social de Instagram los servicios que ofrece a clientes reales y potenciales la empresa El Bufete Creativo”* su opinión será muy valiosa como retroalimentación para dicha propuesta.

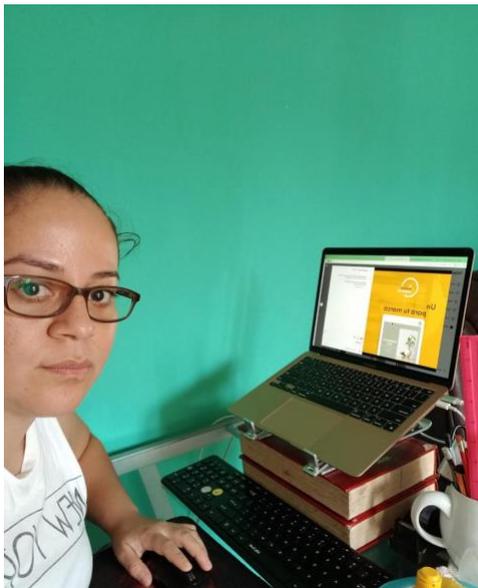
*Encuesta digital.*

## Anexo 6. Fotografías del proceso de validación

### Expertos



Antonio Gutiérrez  
Licenciado en comunicación y diseño



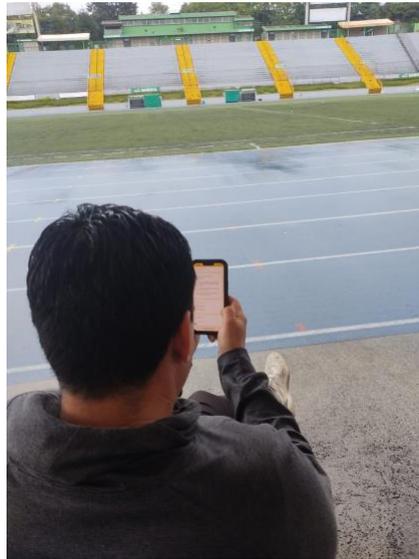
Sandra Escobar  
Licenciada en comunicación y diseño



Carlos Jiménez  
Licenciado en comunicación y diseño



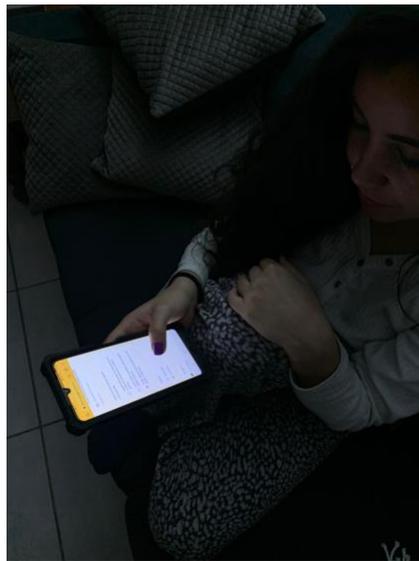
Vanessa Enriquez  
Emprendedora



Luis Mazariegos  
Emprendedor



Estefany Carrillo  
Repostera/Emprendedora



Pamela López  
Emprendedora

## **Anexo 7. Esquema de marco teórico**

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

- 6.1.1 Empresa
- 6.1.2 Agencia
- 6.1.3 Coaching
- 6.1.4 Material digital
- 6.1.5 Redes sociales
- 6.1.6 Servicio
- 6.1.7 Relaciones públicas

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

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

- 6.2.1.1 Comunicar
- 6.2.1.2 Informar
- 6.2.1.3 Procesos de comunicación
- 6.2.1.4 Emisor
- 6.2.1.5 Receptor
- 6.2.1.6 Código
- 6.2.1.7 Mensaje
- 6.2.1.8 Canal
- 6.2.1.9 Retroalimentación
- 6.2.1.10 Esquema de comunicación

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

- 6.2.2.1 Diseño gráfico
- 6.2.2.2 Diseño publicitario
- 6.2.2.3 Bocetaje
- 6.2.2.4 Color
- 6.2.2.5 Composición
- 6.2.2.6 Imagen
- 6.2.2.7 Tipografía
- 6.2.2.8 Branding

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

#### **6.3.1 Ciencias**

- 6.3.1.1 Semiología
- 6.3.1.2 Semiología de la imagen
- 6.3.1.3 Sociología
- 6.3.1.4 Psicología de la comunicación
- 6.3.1.5 Psicología del color
- 6.3.1.6 Psicología de la imagen
- 6.3.1.7 Cibernética
- 6.3.1.8 Neuromarketing

### **6.3.2 Artes**

6.3.2.1 Artes visuales

6.3.2.2 Artes gráficas

6.3.2.3 Arte digital

### **6.3.3 Teorías**

6.3.3.1 Teoría del color

6.3.3.2 Teoría de la Gestalt

6.3.3.3 Teorías del recorrido visual

### **6.3.4 Tendencias**

*6.3.4.1 Formas geométricas*

*6.3.4.3 Fondos llamativos*

*6.3.4.4 Formas vectoriales*

*6.3.4.5 Tipografía*

*6.3.4.6 Capturas de pantalla de redes sociales*

*6.3.4.7 Fotografía incorporada*

*6.3.4.8 Tablero de tendencias*

*Esquema de marco teórico.*

## Anexo 7. Cotizaciones

### Elija su edición. Pruébelo gratis durante 14 días.

Los planes de Google Workspace tienen un precio de solo \$5.40 por usuario al mes para Business Starter, \$10.80 por usuario al mes para Business Standard y \$18 por usuario al mes para Business Plus.

Todos los planes incluyen lo siguiente:



MÁS POPULARES			
<p><b>Business Starter</b></p> <p><b>\$5.40 USD</b></p> <p>\$6* por usuario al mes</p> <p><a href="#">Comience ahora</a></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Correo electrónico empresarial personalizado y seguro</li> <li>✓ Videoconferencias de 100 participantes</li> <li>✓ 30 GB de almacenamiento por usuario</li> <li>✓ Controles de seguridad y administración</li> <li>✓ Asistencia estándar</li> </ul>	<p><b>Business Standard</b></p> <p><b>\$10.80 USD</b></p> <p>\$12* por usuario al mes</p> <p><a href="#">Comience ahora</a></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Correo electrónico empresarial personalizado y seguro</li> <li>✓ Videoconferencias de 150 participantes y función de grabación</li> <li>✓ 2 TB de almacenamiento por usuario**</li> <li>✓ Controles de seguridad y administración</li> <li>✓ Asistencia estándar (posibilidad de pagar la actualización al plan de Asistencia mejorada)</li> </ul>	<p><b>Business Plus</b></p> <p><b>\$18 USD</b></p> <p>por usuario al mes</p> <p><a href="#">Comience ahora</a></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Correo electrónico empresarial personalizado y seguro, detección electrónica y retención</li> <li>✓ Videoconferencias de 500 participantes, función de grabación y seguimiento de asistencia</li> <li>✓ 5 TB de almacenamiento por usuario**</li> <li>✓ Controles de seguridad y administración mejorados, incluidos Vault y administración avanzada de extremos</li> <li>✓ Asistencia estándar (posibilidad de pagar la actualización al plan de Asistencia mejorada)</li> </ul>	<p><b>Enterprise</b></p> <p>Comuníquese con el equipo de Ventas para conocer los precios</p> <p><a href="#">Comunicarse con Ventas</a></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Correo electrónico empresarial personalizado y seguro, detección electrónica, retención y encriptación S/MIME</li> <li>✓ Videoconferencias de 500 participantes, función de grabación, seguimiento de asistencia, reducción del ruido y transmisiones en vivo para el dominio</li> <li>✓ Todo el almacenamiento que necesite**</li> <li>✓ Controles de seguridad, administración y cumplimiento avanzados, incluidos Vault, DLP, regiones de datos y gestión de extremos empresariales</li> <li>✓ Asistencia mejorada (posibilidad de pagar la actualización al plan de Asistencia premium)</li> </ul>

*Cotización de Google Drive.*

Populares

Para personas

### Plus

**11,99 US\$ por mes**

2 TB (2000 GB) • 1 usuario

[Comprar ahora](#) →

- ✓ Vinculación ilimitada de dispositivos
- ✓ Historial de cuentas y archivos durante 30 días
- ✓ Entrega de archivos grandes con Dropbox Transfer (hasta 2 GB)
- ✓ 3 firmas electrónicas gratuitas al mes

Para hogares

### Family

**19,99 US\$ por familia por mes**

2 TB (2000 GB) • Hasta 6 usuarios

[Comprar ahora](#) →

Todas las ventajas de Dropbox Plus, además de lo siguiente:

- ✓ Cuentas individuales hasta para 6 personas
- ✓ Acceso a la carpeta "Espacio familiar" para compartir y coordinar cada grupo
- ✓ Una sola factura para toda la familia

Para trabajadores independientes

### Professional

**19,99 US\$ por mes**

3 TB (3000 GB) • 1 usuario

[Pruébalo gratis](#) →

[O bien, cómpralo ya mismo](#) →

Todas las ventajas de Dropbox Plus, además de lo siguiente:

- ✓ Recuperación de archivos y cuentas durante 180 días
- ✓ Controles avanzados de uso compartido y de bloqueo de archivos
- ✓ Entrega de archivos grandes con Dropbox Transfer (hasta 100 GB)

Para equipos en crecimiento

### Standard

**18 US\$ por usuario al mes**

5 TB (5000 GB) • +3 usuarios

[Pruébalo gratis](#) →

[O bien, cómpralo ya mismo](#) →

- ✓ Controles de uso compartido externo y de protección de contenido fáciles de usar
- ✓ Recupera archivos o restaura toda tu cuenta por hasta 180 días
- ✓ Realiza copias de seguridad automáticas de computadoras - y unidades externas conectadas - directamente en la nube.

Para equipos complejos

### Advanced

**30 US\$ por usuario al mes**

Todo el espacio que necesitas, una vez adquirido el plan • +3 usuarios

[Pruébalo gratis](#) →

[O bien, cómpralo ya mismo](#) →

Incluye todas las características del plan Standard, además de las siguientes:

- ✓ Supervisión de seguridad, notificaciones y alertas siempre activos.
- ✓ Clasificación de datos para información delicada y confidencial.
- ✓ Entrega de archivos grandes con Dropbox Transfer (hasta 100 GB)

Para grandes empresas

### Enterprise

**Comunícate con el equipo de ventas para conocer los precios**

Todo el espacio que necesitas • Personalizable

[Comunícate con nosotros](#) →

Todo en Advanced, y:

- ✓ Herramientas de visibilidad y seguridad de nivel empresarial
- ✓ Integraciones con las mejores soluciones de seguridad de su clase
- ✓ Un gerente de éxito del cliente dedicado

*Cotización de Dropbox.*