



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

TESIS DE GRADO

Diseño de página web para un mayor posicionamiento a la empresa
“Publicidad Polanco” de la ciudad de Estelí durante el II semestre del
año 2024

Rodríguez, J.

Asesor/Tutor

Mtro. Erling Modesto Rodríguez Castellón

Mtro. Luís Adolfo Hernández Gutiérrez

CENTRO UNIVERSITARIO REGIONAL ESTELÍ
¡Universidad del Pueblo y para el Pueblo!



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

**Centro Universitario Regional de Estelí
CUR - ESTELI**

Recinto Universitario “Leonel Rugama Rugama”

**Diseño de página web para un mayor posicionamiento a la
empresa “Publicidad Polanco” de la ciudad de Estelí durante
el II semestre del año 2024**

Tesis para optar al grado de
Licenciada en Diseño Gráfico y multimedia

Autor:

Jeymi Aracely Rodríguez Rodríguez

Asesores:

Mtro. Erling Modesto Rodríguez Castellón

Mtro. Luís Adolfo Hernández Gutiérrez

6 de diciembre 2024



Dedicatoria

A Dios, por haberme dado la fuerza, la salud y la sabiduría necesarias para alcanzar esta meta.

A mis padres, por su amor incondicional, apoyo y por enseñarme el valor del esfuerzo y la dedicación. Gracias por ser mi mayor fuente de inspiración y por creer en mí en todo momento.

A mis hermanos, por su compañía y palabras de aliento en los momentos difíciles, siempre motivándome a seguir adelante.

Y, finalmente, a mis profesores y compañeros de la universidad, quienes me guiaron y me ayudaron a crecer tanto profesional como personalmente.

Agradecimiento

Primero, agradezco a Dios por haberme dado la fortaleza y la paciencia para culminar esta etapa tan importante de mi vida académica.

A mis padres, por su amor incondicional, apoyo constante y por ser mi fuente de motivación para seguir adelante, incluso en los momentos más desafiantes. A ustedes les debo todo lo que he logrado.

Agradezco profundamente a mis hermanos y familia, quienes han sido un respaldo fundamental durante este proceso, brindándome palabras de aliento y ánimo cuando más lo necesitaba.

Mi más sincero agradecimiento a mis profesores, en especial a mis tutores de tesis, por su orientación, paciencia y valiosos consejos que me permitieron desarrollar este proyecto de la mejor manera posible. Su experiencia y dedicación fueron cruciales en el éxito de este trabajo.



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

CENTRO UNIVERSITARIO REGIONAL DE ESTELÍ
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS TECNOLOGICAS Y SALUD
"2024: Universidad Gratuita y de Calidad para seguir en Victorias"

Estelí, 04 de diciembre de 2024

CONSTANCIA

Por este medio estamos manifestando que la investigación: ***Diseño de página web para un mayor posicionamiento a la empresa "Publicidad Polanco" de la ciudad de Estelí durante el II semestre del año 2024***, cumple con los requisitos académicos de la clase de Seminario de Graduación, para optar al título de Licenciatura en Diseño Gráfico y Multimedia.

La autora de este trabajo son la estudiante: ***Jeymi Aracely Rodríguez Rodríguez*** con número de carné no: 20-50984-0, fue realizado en el II semestre de 2024, en marco de la asignatura de Seminario de Graduación, cumpliendo con los objetivos generales y específicos establecidos, que consta en el artículo 9 de la normativa, y que contempla un total de 60 horas permanentes y 240 horas de trabajo independiente.

Consideramos que este estudio será de mucha utilidad para la universidad, la comunidad estudiantil y las personas interesadas en esta temática.

Atentamente

Mtro. Luis Adolfo Hernández Gutiérrez

Número ORCID: 0000-0001-8542-9305

UNAN-Managua/ CUR-Estelí

Mtro. Erling Modesto Rodríguez

Número ORCID: 0009-0006-4822-9471

UNAN-Managua/ CUR-Estelí

Cc/ Archivo

¡Universidad del Pueblo y para el Pueblo!

Barrio 14 de abril, contiguo a la subestación de ENEL, Tel 27137734, Ext 7430

Cod. Postal 49 – Estelí, Nicaragua

dcts.curcestelo@unan.edu.ni

Resumen

El presente estudio se enfoca en el diseño de una página web para mejorar el posicionamiento de la empresa "Publicidad Polanco" en la ciudad de Estelí durante el II semestre del año 2024. Se planteó como objetivos específicos: investigar las estrategias del mercado local y el público objetivo, desarrollar una página web adaptada a sus necesidades, describir las estrategias de marketing digital y diseño web, proponer una página web publicitaria y validar su eficacia. La investigación utilizó un enfoque cuantitativo, mediante encuestas realizadas a una muestra representativa. A partir de los resultados, se diseñó un prototipo de página web que responde a las expectativas del mercado. Estos resultados destacan la importancia de una página web funcional y atractiva, que no solo mejora la satisfacción del cliente, sino que también actúa como una herramienta de promoción efectiva a través del boca a boca digital. Las recomendaciones positivas de los usuarios podrían fortalecer el alcance de la empresa en el mercado local, contribuyendo a su posicionamiento y atrayendo nuevos clientes mediante referencias confiables. El estudio concluye que una presencia digital adecuada es fundamental para el crecimiento y la competitividad de la empresa en un entorno cada vez más digitalizado.

Palabras claves: Diseño, posicionamiento, página web, cliente, prototipo

Abstract

The present study focuses on the design of a website to improve the positioning of the company "Publicidad Polanco" in the city of Estelí during the second half of 2024. The specific objectives were set out to: investigate the strategies of the local market and the target audience, develop a website adapted to their needs, describe digital marketing and web design strategies, propose an advertising website and validate its effectiveness. The research used a quantitative approach, through surveys carried out with a representative sample. Based on the results, a website prototype was designed that meets market expectations. These results highlight the importance of a functional and attractive website, which not only improves customer satisfaction, but also acts as an effective promotional tool through digital word of mouth. Positive recommendations from users could strengthen the company's reach in the local market, contributing to its positioning and attracting new customers through reliable references. The study concludes that an adequate digital presence is essential for the growth and competitiveness of the company in an increasingly digitalized environment.

Keywords: Design, positioning, website, client, prototype

Índice

1.	Introducción.....	1
2.	Antecedentes.....	2
2.1	A nivel internacional	2
2.2	A nivel nacional	2
2.3	A nivel local	3
3.	Planteamiento del problema	4
3.1	Caracterización general del problema.....	4
3.2	Preguntas de investigación.....	4
	A partir de lo antes expuesto se plantea la siguiente pregunta principal del presente estudio:...	4
3.3	Las preguntas de sistematización se presentan a continuación:.....	4
4.	Justificación.....	5
5.	Objetivos.....	6
5.1	Objetivo General:.....	6
5.2	Objetivos específicos:	6
6.	Fundamentación teórica.....	7
6.1	Publicidad Polanco.....	7
6.2	Servicios Ofrecidos por Publicidad Polanco.....	7
6.2.1.	Sublimación	7
6.2.2.	Impresión	7
6.2.3.	DJ y Disco Móvil.....	7
6.2.4.	Perifoneo.....	8
6.3	Marketing Digital.....	8
6.3.1.	Conceptos fundamentales	9
6.3.2.	Importancia del marketing digital.....	9
6.3.3.	Posicionamiento en el mercado	10
6.3.4.	Posicionamiento web	10
6.3.5.	SEO.....	11
6.3.6.	SEM	11
6.3.7.	Publicidad online y visibilidad de la marca	11
6.4	Diseño web orientado al marketing.....	12

6.4.1.	Diseño web funcional y atractivo	12
6.4.2.	Principios de usabilidad y experiencia de usuario (UX).....	14
6.4.3.	Importancia de la usabilidad	14
6.4.4.	Adaptabilidad y responsividad.....	15
6.5	Estrategias de marketing digital para páginas web	16
6.5.1.	Elementos básicos del SEO	16
6.5.2.	Marketing de contenidos.....	17
6.5.3.	Redes sociales	18
6.6	Diseño web Publicitario	18
6.6.1.	Estrategias publicitarias en diseño web	18
6.6.2.	Diseño web interactivo	19
6.6.3.	Comunicación visual branding	19
6.6.4.	Importancia de la Identidad visual.....	20
6.7	Conclusión.....	20
7.	Matriz de categorías.....	21
8.	Metodología de investigación.....	23
8.1	Tipo de investigación	23
8.2	Área de estudio.....	23
	Publicidad Polanco	24
	Figura 1 <i>Mapa de Ubicación Publicidad Polanco</i>	24
8.2.1.	Enfoque de la investigación	25
8.3	Población y Muestra.....	25
8.3.1.	Población.....	25
8.3.2.	Muestra	25
8.4	Métodos, técnicas e instrumentos de recopilación de datos.....	26
8.4.1.	Encuesta	26
8.5	Fases de la investigación	26
9.	Análisis y discusión de resultados	29
9.1	Estrategia actual del mercado local y el público de la empresa Publicidad Polanco	29
9.2	Estrategias de marketing digital y diseño web publicitaria sobre los servicios de la empresa Publicidad Polanco.....	49
9.2.1.	Proyecto de diseño	49
	Paleta de colores:	49

Tipo de página web:	49
Tipografías:	50
Logotipo	50
10. Conclusión	64
11. Recomendaciones	65
12. Referencias bibliográficas.....	66
13. Anexos	68
13.1 Encuesta clientes de la empresa y personas que laburan en la misma	68
13.2 Encuesta de personas al azar	74
13.3 Validación de instrumentos de recolección por expertos.....	77
13.4 14.4 Manual de usuario	83

Índice de Tablas

Tabla 1 <i>Matriz de Categorías</i>	21
---	----

Índice de figuras

Figura 1	<i>Mapa de Ubicación Publicidad Polanco</i>	24
Figura 2	<i>Frecuencia de Servicios de Profesionalización</i>	¡Error! Marcador no definido.
Figura 3	<i>Factores Importantes a elegir en una empresa</i>	¡Error! Marcador no definido.
Figura 4	<i>Conocimiento de la Empresa</i>	¡Error! Marcador no definido.
Figura 5	<i>Conocimiento de la Empresa</i>	¡Error! Marcador no definido.
Figura 6	<i>Presencia Online</i>	¡Error! Marcador no definido.
Figura 7	<i>Estrategias de Marketing y Diseño</i>	¡Error! Marcador no definido.
Figura 8	<i>Uso de Redes Sociales</i>	¡Error! Marcador no definido.
Figura 9	<i>Frecuencia de Visita a Páginas Web</i>	36
Figura 10	<i>Elementos Esenciales en una Página Web</i>	37
Figura 11	<i>Importancia de la Presencia Online</i>	¡Error! Marcador no definido.
Figura 12	<i>Experiencia de Compra</i>	¡Error! Marcador no definido.
Figura 13	<i>Experiencia de compra en la página web</i>	40
Figura 14	<i>Encuesta preguntas</i>	¡Error! Marcador no definido.
Figura 15	<i>Funcionalidades de la Página Web</i>	41
Figura 16	<i>Importancia de Página Web para Empresas Locales</i>	42
Figura 17	<i>Posicionamiento Publicidad Polanco</i>	43
Figura 18	<i>Referencias de Página Web</i>	44
Figura 19	<i>Servicios de Publicidad</i>	44
Figura 20	<i>Conocimiento de Publicidad Polanco</i>	45
Figura 21	<i>Servicios Publicidad Polanco</i>	46
Figura 22	<i>Servicios más Atractivos</i>	46
Figura 23	<i>Importancia de tener una Página Web</i>	47
Figura 24	<i>Consulta a Página para Servicios</i>	48
Figura 25	<i>Primer propuesta de Logotipo</i>	50
Figura 26	<i>Logotipo Publicidad Polanco</i>	50
Figura 27	<i>Prototipo Web</i>	51
Figura 28	<i>Prototipo Web Servicios</i>	52
Figura 29	<i>Prototipo Web Sublimación</i>	53
Figura 30	<i>Galería de Servicios de Sublimación</i>	54
Figura 31	<i>Prototipo Web Perifoneo</i>	55
Figura 32	<i>Galería de servicios de Perifoneo</i>	56
Figura 33	<i>Prototipo Web Imprenta</i>	57
Figura 34	<i>Galería de Servicios Imprenta</i>	58
Figura 35	<i>Galería DJ-Disco Movil</i>	59
Figura 36	<i>Prototipo Web</i>	60
Figura 37	<i>Prototipo web</i>	61
Figura 38	<i>Información de contacto</i>	62

1. Introducción

En la actualidad, la presencia en línea se ha convertido en un factor determinante para el éxito y crecimiento de las empresas, independientemente de su tamaño o sector. La evolución digital se ha transformado la manera en que los negocios interactúan con sus clientes, presentando nuevas oportunidades para mejorar la visibilidad y el alcance a través de estrategias digitales efectivas. En este contexto, contar con una página web funcional y atractiva permite a las empresas no solo exhibir sus productos y servicios, sino también construir una imagen confiable y profesional que impulse su competitividad en el mercado.

La empresa Publicidad Polanco, ubicada en la ciudad de Estelí, destaca por su amplia oferta de productos y servicios publicitarios. Sin embargo, no ha logrado capitalizar adecuadamente las oportunidades que ofrece el mundo digital debido a la falta de una presencia web establecida, lo que limita su interacción y comunicación con el público objetivo. Esta situación presenta un desafío que no solo afecta la visibilidad de la marca, sino que también limita su capacidad de atraer nuevos clientes y fidelizar a los existentes.

Este trabajo de investigación tiene como objetivo diseñar una página web publicitaria que permita a Publicidad Polanco fortalecer su posicionamiento en el mercado y optimizar su comunicación con el público. A través de un análisis de las estrategias de marketing digital actuales y un estudio de las necesidades específicas de sus clientes, se busca crear una plataforma funcional, intuitiva y adaptada a los intereses de su audiencia. Asimismo, la implementación de estrategias de posicionamiento y técnicas de optimización para motores de búsqueda (SEO) garantizarán una mayor visibilidad en el entorno digital, facilitando la conversión de visitantes en clientes potenciales.

La presente tesis se estructura en varias secciones que exploran, en primer lugar, el contexto y los fundamentos teóricos del marketing digital y diseño web aplicados a Publicidad Polanco. Posteriormente, se detallarán los procesos de diseño y desarrollo de la página, así como las estrategias de validación que asegurarán su efectividad y adaptabilidad. Con este proyecto, se espera que Publicidad Polanco consolide su presencia digital, impulse su imagen y logre un mayor alcance en su mercado objetivo, maximizando así su competitividad en el ámbito de la publicidad.

2. Antecedentes

La presente investigación se centra en el diseño de una página web para la empresa "Publicidad Polanco", ubicada en la ciudad de Estelí, durante el segundo semestre del año 2024. La empresa ofrece una amplia gama de productos y servicios relacionados con la decoración y personalización de productos, Perifoneo y más, pero ha enfrentado desafíos en cuanto a su visibilidad y alcance debido a la falta de una estrategia de marketing digital.

2.1 A nivel internacional

El uso de páginas web como herramienta de comunicación y marketing ha evolucionado significativamente en las últimas décadas. Un ejemplo relevante es el trabajo de Adriana Peña Miranda titulado "Diseño de una página web, como herramienta de comunicación, que sensibilice a niños de 7 a 12 años, de los estratos 2 y 3 en la ciudad de Bogotá, frente al buen trato que debe recibir el perro callejero", realizado en la Pontificia Universidad Javeriana en 2008. Este estudio destaca cómo una página web bien diseñada puede influir en la percepción y comportamiento de un público específico.

2.2 A nivel nacional

En el año 2018, Granados Sevilla, Carlos Uriel; Pérez Parrales, Fernando René; Hernández Obando, Paola Marilin; y Vallecillo Ríos, Keyla Broskina, llevaron a cabo un estudio titulado "Diseño de página web como herramienta de comunicación entre docentes y estudiantes del departamento de matemática de la Facultad de Ciencias de la Educación y Humanidades". Esta investigación se centró en la creación de una plataforma digital que facilitara la interacción y comunicación entre los docentes y estudiantes, mejorando así la calidad y eficiencia del proceso educativo en el área de matemáticas. La implementación de dicha herramienta demostró ser efectiva al proporcionar un medio accesible y dinámico para el intercambio de información académica, la resolución de dudas y la organización de actividades educativas, subrayando la importancia de la tecnología en la mejora de los procesos educativos en entornos universitarios.

La metodología utilizada en la investigación se basó en un enfoque mixto, combinando métodos cuantitativos y cualitativos. En primer lugar, se realizó un diagnóstico inicial mediante

encuestas dirigidas a estudiantes y docentes del departamento de matemáticas para identificar las principales necesidades y problemas de comunicación existentes.

2.3 A nivel local

En el año 2022, Brenda del Rosario Zelaya González y Francis Anielka Peralta Meza realizaron un estudio titulado "Página web para la gestión de ventas en Joyería Montenegro, ubicada en la ciudad de Estelí-Nicaragua". Esta investigación se centró en el diseño y desarrollo de una plataforma digital para mejorar el proceso de ventas de la joyería mediante una metodología cualitativa, enfocada en la recopilación y análisis de información de una muestra pequeña de clientes y en la colaboración directa con el propietario del negocio. El objetivo principal fue no solo investigar sino también crear una herramienta práctica y actualizable. La investigación se desarrolló durante el segundo semestre de 2022, utilizando herramientas como la compra de un hosting con dominio para alojamiento seguro y WordPress para la creación y mantenimiento de la página web. La validación del sitio se realizó con el propietario, quien sugirió ajustes en la presentación de productos y contenido informativo, mejorando así la calidad y funcionalidad de la plataforma.

3. Planteamiento del problema

3.1 Caracterización general del problema

Como empresa se desea mostrar el producto o servicio para los visitantes, al realizarlo se pretende convertir a los visitantes en futuros clientes, interactuando y mostrando la validez y creatividad de dicha marca llevándolos a mostrar interés en los servicios que se ofrecen.

Al ser una empresa destacada por una gran variedad de productos y servicios, en ocasiones se pasa por alto las ideas de todo lo que se puede realizar, ya sean desde artículos empresariales hasta personales, por ello se pretende dar a conocer sus servicios y credibilidad a cada cliente.

La empresa Publicidad Polanco destaca una gran variedad de productos y servicios sin embargo no se ha tomado el impulso de darse a conocer a través del mundo web, debido a la falta de tiempo, lo que conlleva a no tener un impacto adecuado con los clientes.

3.2 Preguntas de investigación

A partir de lo antes expuesto se plantea la siguiente pregunta principal del presente estudio:

¿Cómo lograr realizar una página web publicitaria sobre los servicios de la Publicidad Polanco en la ciudad de Estelí en el II semestre del año 2024?

Las preguntas de sistematización se presentan a continuación:

- ¿Cuáles son las estrategias actuales del mercado local y el público de la empresa Publicidad Polanco?
- ¿Qué características tiene la creación de una página web funcional adaptada a las necesidades del público de la empresa?
- ¿Cuáles son las estrategias de marketing digital y diseño web publicitario sobre los servicios de la empresa Publicidad Polanco?
- ¿Qué estructura, diseño y contenido debe tener la página web publicitaria para Publicidad Polanco?

4. Justificación

La empresa Publicidad Polanco destaca una gran variedad de productos y servicios, sin embargo, no se ha tomado el impulso de darse a conocer a través del mundo web, debido a la falta de tiempo, lo que conlleva a no tener un impacto adecuado con los clientes. Es por ello que nace la idea de creación de una página web con el propósito de implementar el marketing digital en la empresa Publicidad Polanco, dando más credibilidad y visibilidad a la marca.

Existe una amplia variedad de productos y servicios que ofrece la empresa, pero por la falta de tiempo no se ha impulsado la marca a tener más acercamiento al público para dar a conocer sus trabajos.

La investigación se realizó para impulsar el marketing digital de la empresa y tener un mejor posicionamiento en el mercado ya que se espera convertir a los visitantes en clientes. Ya que no se le ha dado el interés adecuado a la empresa ante el impacto web, por lo cual el diseño de una página web es un implemento para dar a conocer la empresa y tener mayor alcance a nivel nacional.

La necesidad de diferenciar la empresa hace necesaria una estrategia de imagen y comunicación online que ponga de manifiesto los esfuerzos de las empresas por integrar a sus públicos en la misma. Las compañías necesitan tener páginas que sean eficaces a la hora de permitir la comunicación con esos públicos (Dueñas, 2017).

En el contexto actual, las empresas, independientemente de su tamaño, necesitan una presencia digital sólida para mantenerse competitivas. El diseño de páginas web efectivas no solo mejora la visibilidad de una empresa, sino que también facilita la comunicación con los clientes, proporciona información esencial sobre productos y servicios, y puede ser un canal crucial para la conversión de visitantes en clientes. Para "Publicidad Polanco", una página web bien diseñada no solo incrementará su visibilidad, sino que también reforzará su credibilidad y permitirá una mejor interacción con su público objetivo.

5. Objetivos

5.1 Objetivo General:

Diseñar una página web publicitaria para mayor posicionamiento de la empresa Publicidad Polanco, de la ciudad de Estelí durante el II semestre del año 2024.

5.2 Objetivos específicos:

- Indagar sobre las estrategias actual del mercado local y el público de la empresa Publicidad Polanco.
- Describir las estrategias de marketing digital y diseño web publicitaria sobre los servicios de la empresa Publicidad Polanco
- Proponer una página web funcional y publicitaria adaptada a las necesidades del público objetivo de la empresa Publicidad Polanco.

6. Fundamentación teórica

6.1 Publicidad Polanco

Publicidad Polanco es una empresa de Estelí especializada en servicios publicitarios, incluyendo perifoneo, imprenta, sublimación y DJ disco móvil. Con un enfoque en la calidad y la innovación, la empresa ofrece soluciones publicitarias efectivas para negocios y eventos, adaptándose a las necesidades de sus clientes para garantizar una comunicación visual impactante y profesional en cada proyecto.

6.2 Servicios Ofrecidos por Publicidad Polanco

6.2.1. Sublimación

La sublimación es uno de los servicios clave de Publicidad Polanco. Este proceso de impresión permite la personalización de una variedad de productos, como tazas, camisetas, gorras y artículos promocionales, garantizando una alta calidad de imagen que es resistente al desgaste. La empresa utiliza tecnología avanzada para asegurar que los diseños impresos mantengan su nitidez y durabilidad a lo largo del tiempo, satisfaciendo las expectativas de sus clientes tanto en eventos empresariales como personales.

6.2.2. Impresión

El servicio de impresión de Publicidad Polanco abarca una amplia gama de productos impresos, incluyendo folletos, tarjetas de presentación, volantes y material promocional. Su enfoque es ofrecer impresiones de alta calidad que refuercen la identidad visual de las empresas, utilizando colores vibrantes y materiales duraderos. La empresa se especializa en proporcionar soluciones empresariales que no solo informan, sino que también generan un impacto visual significativo.

6.2.3. DJ y Disco Móvil

Publicidad Polanco ofrece un servicio de DJ y discoteca móvil para eventos sociales, comerciales y actividades promocionales. Este servicio está diseñado para animar cualquier tipo de evento, brindando música y entretenimiento de alta calidad con un equipo de sonido profesional

y un DJ experimentado. La versatilidad del servicio permite la personalización de listas de reproducción según las preferencias del cliente, garantizando un ambiente adecuado para cada ocasión.

6.2.4. Perifoneo

El perifoneo es un servicio publicitario que Publicidad Polanco utiliza para difundir mensajes a gran escala en la comunidad local. Mediante el uso de altavoces móviles y equipos de sonido profesional, la empresa se especializa en la promoción de negocios, eventos y servicios funerarios. Este servicio es especialmente eficaz para alcanzar a un público masivo en áreas específicas, asegurando que los mensajes lleguen directamente a la audiencia objetivo.

6.3 Marketing Digital

En un entorno cada vez más digital, la presencia en línea se ha vuelto fundamental para las empresas de todos los sectores. La expansión de internet ha transformado la forma en que los negocios se relacionan con sus clientes, siendo la web una herramienta clave para captar y fidelizar a nuevos públicos. En este contexto, el diseño de una página web no solo facilita la visibilidad de la marca, sino que también contribuye significativamente al posicionamiento en el mercado y a la construcción de una imagen sólida y confiable.

Este marco teórico se enfoca en las bases conceptuales y estrategias necesarias para el desarrollo de una página web funcional y efectiva para la empresa Publicidad Polanco, con el objetivo de mejorar su posicionamiento y presencia en el mercado de Estelí. En primer lugar, se explorarán conceptos fundamentales como el marketing digital, el posicionamiento web y la publicidad online, los cuales representan los pilares esenciales para entender la dinámica actual de la comunicación empresarial en el ámbito digital. A continuación, se profundizará en los elementos específicos del diseño web, incluyendo aspectos de usabilidad, experiencia de usuario y adaptabilidad, que son cruciales para atraer y retener a los visitantes.

Asimismo, el marco teórico abordará las estrategias de marketing digital aplicadas en el diseño de páginas web, tales como la optimización para motores de búsqueda (SEO), el marketing de contenidos y la integración con redes sociales, herramientas clave para captar la atención de nuevos clientes y mejorar la competitividad de la empresa. Finalmente, se destacará la relevancia de una

estrategia digital integral que permita a Publicidad Polanco consolidarse como una empresa visible, confiable y relevante en su sector.

Este marco teórico servirá como base para la estructuración de una página web que no solo ofrece una interfaz atractiva, sino que también está diseñada estratégicamente para convertir visitas en oportunidades de negocio, impulsando así el crecimiento y el posicionamiento de Publicidad Polanco en el mercado digital.

Conceptos fundamentales

El marketing digital es un conjunto de técnicas y estrategias que promueven a una marca en entornos de internet como los sitios web, buscadores y redes sociales. Busca conocer a la audiencia en profundidad para ofrecerles contenidos y ofertas personalizadas de acuerdo con sus intereses y comportamiento en línea (Rangan, 2024).

Importancia del marketing digital

Con el rápido crecimiento de la tecnología muchos son los tópicos que han cambiado a velocidad increíble, entre ellas la manera de comunicarnos a todo nivel, personal o empresarial, incluso en la investigación de mercados. Muchas personas hacen uso del internet y esto está siendo aprovechado por grandes, medianas y pequeñas empresas. Sin embargo, aún existe un gran desconocimiento de los beneficios del marketing digital, sin contar que puede encontrar en gran medida la expansión en un tiempo mucho más rápido (QuestionPro, 2024)

El e-marketing tiene como objetivo promover las ventas, centrándose en la interacción con los clientes potenciales, la fidelidad de los clientes adquirida y la investigación del consumidor. Esta estrategia es crucial para compañías en desarrollo, pero no todas cuentan con la capacidad de contratar a los expertos en áreas tan importantes como SEO, publicidad online, e-commerce, entre otros. Es por ello que muchos empresarios y emprendedores aprenden acerca de estas áreas de manera online.

El marketing digital ofrece mayores beneficios a las pequeñas y medianas empresas. Económicamente, el marketing en línea requiere menos presupuesto para campañas de publicidad.

Mediante el uso de las redes sociales, las pymes pueden explotar la segmentación digital local dirigidas a un destino local o ampliar a escala global. Sin embargo, todos los aspectos de la técnica de ventas deben ser considerados cuidadosamente. Puedes recurrir a otros métodos de investigación para conocer más a tu mercado.

Los que empiezan en este tipo de comercialización en línea siempre pueden acudir a formaciones especializadas como un curso community manager o un diplomado de marketing digital que resulta parte esencial del funcionamiento de un negocio exitoso en el mundo digital de hoy en día.

Incluso para conocer con más detalle se recomienda la realización de un master marketing digital online para el desarrollo de una estrategia de marketing digital exitosa. Cualquier empresa puede llegar a millones de personas a través de los medios digitales. Un sitio web optimizado, junto con las actividades de marketing puede dirigirse a los clientes lo cual se traduce en más tráfico al sitio web (QuestionPro, 2024).

Posicionamiento en el mercado

El posicionamiento en el mercado se refiere al proceso de establecer y mantener la imagen, el valor y la identidad de una marca en la mente de los consumidores objetivo en relación con los competidores. Implica crear una percepción única y favorable de un producto o servicio a través de esfuerzos estratégicos de marketing. El objetivo del posicionamiento en el mercado es diferenciar la marca y hacerla atractiva para su público objetivo, lo que en última instancia influye en las decisiones de los consumidores e impulsa el crecimiento empresarial (Comm, 2024).

Posicionamiento web

Al hablar de posicionamiento nos referimos a la “posición” en la que aparece un sitio web en las páginas de resultados o SERPS cuando un usuario hace una búsqueda de unos términos concretos. Es decir, si un usuario busca “comprar zapatos rojos”, en qué lugar aparece nuestra zapatería online, por poner un ejemplo.

Un buscador es una plataforma web que “busca” unos textos concretos entre las páginas webs que encuentra en internet. El objetivo de estos motores de búsqueda es ofrecer al usuario los

resultados más adecuados para la búsqueda que ha realizado y los ordena según la relevancia que considera que tienen.

Para un proyecto digital es fundamental aparecer entre las primeras posiciones para tener visibilidad y que los usuarios y posibles clientes encuentren tu web (Tejada, 2022).

SEO

El SEO (Search Engine Optimization) es el conjunto de acciones que permite optimizar un sitio web tanto a nivel técnico como de contenidos, para facilitar a los buscadores su indexación y que las páginas salgan en las primeras posiciones.

El famoso algoritmo de los buscadores es el proceso que aplica los criterios que deciden el orden. Las diferentes actualizaciones mejoran esos criterios en una cruzada continua por mejorar la adecuación de los resultados a las búsquedas de los usuarios (Tejada, 2022).

SEM

El SEM (Search Engine Marketing) “consiste en pagar por aparecer entre primeros enlaces patrocinados de las SERPs, para una búsqueda relacionada con un conjunto de palabras claves previamente definido” (Tejada, 2022).

Publicidad online y visibilidad de la marca

Los impactos del marketing digital en la marca son muchos. Ayuda a la empresa a aumentar su presencia online y atraer a más clientes mediante la creación de conciencia de marca.

También ayuda a una organización a aumentar sus ingresos mediante el uso de herramientas de marketing digital para llegar al público objetivo.

Brindar contenido de calidad, combinando SEO, PPC, marketing en redes sociales y publicidad online, ayudará a una organización a aumentar su presencia online y reconocimiento de marca.

Por lo tanto, al utilizar el marketing digital como herramienta para construir una imagen de marca, una organización puede aumentar sus ingresos y mejorar su reputación (Ocerin, 2023).

6.4 Diseño web orientado al marketing

6.4.1 Diseño web funcional y atractivo

Un diseño web efectivo es la clave para el éxito de cualquier negocio o presencia online. Un sitio web bien diseñado no solo es una carta de presentación, sino también una herramienta poderosa para comunicar, conectar, convertir y fidelizar a los usuarios (Peredo, 2024).

¿Cuáles son los beneficios concretos que puedes obtener al invertir en un diseño funcional, atractivo y amigable? A continuación, te presentamos algunas de las ventajas más significativas:

Mejora la experiencia del usuario (UX)

Mayor satisfacción y fidelización

Un sitio web fácil de usar y agradable a la vista genera una experiencia positiva en los usuarios, lo que aumenta la probabilidad de que regresen y se conviertan en clientes leales.

Disminución de la tasa de rebote

Un diseño intuitivo y atractivo reduce la posibilidad de que los usuarios abandonen el sitio web rápidamente, lo que mejora el tiempo que pasan en él y aumenta las posibilidades de conversión.

Mayor tasa de conversión.

Un sitio web optimizado para la conversión facilita a los usuarios realizar las acciones deseadas, como realizar una compra, suscribirse a un boletín informativo o descargar un contenido.

Fortalece la imagen de marca

- Primera impresión positiva.

Un diseño web profesional y atractivo transmite una imagen de marca sólida, confiable y moderna.

- Diferenciación de la competencia.

Un sitio web único y memorable ayuda a diferenciarse de la competencia y atraer la atención de los usuarios.

- Mayor reconocimiento de marca.

Un diseño consistente en todos los canales digitales refuerza el reconocimiento de marca y crea una identidad visual sólida.

Optimiza el posicionamiento SEO

Mejor experiencia de usuario

Un sitio web que cumple con los principios de UX también tiende a tener un buen rendimiento en los motores de búsqueda, ya que Google prioriza las páginas que ofrecen una buena experiencia a los usuarios.

Mayor tiempo de permanencia

Los usuarios que pasan más tiempo en un sitio web envían señales positivas a los motores de búsqueda, lo que puede mejorar su posición en los resultados de búsqueda.

Estructura clara y organizada

Un sitio web bien estructurado con una navegación clara facilita el rastreo por parte de los robots de búsqueda, lo que mejora la indexación y el posicionamiento en los resultados de búsqueda.

Aumenta las conversiones y las ventas:

Llamadas a la acción claras

“Un diseño web efectivo incluye llamadas a la acción visibles y convincentes que guían a los usuarios hacia la acción deseada, como realizar una compra o suscribirse a un boletín informativo” (Peredo, 2024).

6.4.2 Principios de usabilidad y experiencia de usuario (UX)

UX (User Experience) en español Experiencia de Usuario son las emociones y sentimientos que se generan cuando una persona interactúa con un producto o servicios, esto puede ser digital o físico, en algunos casos la combinación de ambos.

El diseño UX es un conjunto de procesos, técnicas, métodos y metodologías, con las cuales desarrollamos productos digitales o físicos. Para ejecutar un proceso de diseño UX se requiere de personas que brindan experiencias y que naturalmente buscaremos que sean significativas, relevantes y mejor aún placenteras para los usuarios (Uxenespanol, 2023).

6.4.3 Importancia de la usabilidad

La usabilidad web se refiere a la facilidad de uso que tiene una página o aplicación web. De esta forma los internautas interactúan con el sitio y consiguen sus objetivos de forma sencilla, intuitiva, agradable y segura.

Ella es una de las características fundamentales para que los usuarios visiten plácidamente un sitio web y regresen nuevamente a él, mejorando así la estrategia de marketing digital de la empresa.

La usabilidad web mide tres factores principales:

- Eficiencia: el usuario satisface la necesidad de su búsqueda;
- Eficacia: el usuario logra rápidamente alcanzar su cometido;
- Satisfacción: el usuario se sintió agradable al navegar por el sitio web.

La falta de usabilidad web en una página es la mayor causa de abandono de estas. Es decir, si en tu sitio web la información es difícil de encontrar, si no es fácil conseguir los objetivos, si no existe escaneabilidad, si es muy lenta, etc., probablemente los internautas cierren la pestaña antes de leer el primer párrafo completo.

Y recuerda que, si pierdes a un usuario, probablemente perderás a un cliente potencial.

Ahora bien, la usabilidad web otorga muchísimos beneficios tanto a los usuarios como a los propietarios del sitio. Entre los destacados están:

- Logra conseguir más tráfico;

- Aumenta la duración de las visitas en la página;
- Reduce tiempos y costos para el usuario y la empresa dueña del sitio web; transparente, agiliza y se consigue un manejo de información preciso;
- Mejora la experiencia y satisfacción de los visitantes;
- Se alcanza una mayor comunicación y feedback con el internauta;
- Disminuye el porcentaje de rebote;
- Fideliza a los usuarios, reteniéndolos y logrando que vuelvan a visitar la página web;
- Facilita que los visitantes recomienden la página, generando así visitas adicionales;
- Aumenta las ventas a través del sitio web (Content, 2013-2023).

6.4.4 Adaptabilidad y responsividad

El diseño responsive, o responsive web design, es una técnica de diseño web que hace que los sitios se adapten automáticamente a diferentes resoluciones de pantalla y dispositivos. Una práctica esencial para el desarrollo de sitios web modernos y efectivos

La idea principal del diseño responsive es asegurar que los usuarios tengan una buena experiencia al navegar, ya sea en una computadora, tableta o teléfono móvil. Se logra reorganizando y ajustando automáticamente el contenido y diseño según el dispositivo en el que se visualiza la página web responsive.

Una característica importante del diseño responsive es el uso de Hojas de estilo en cascada (o CSS) y Consultas de medios (media queries) para ajustar el diseño según el tamaño de la pantalla.

Esto asegura que elementos como imágenes, texto y menús se ajusten y redistribuyan apropiadamente, haciendo que el sitio sea legible y funcional en cualquier tipo de dispositivo. Además, el diseño responsive también puede implicar la optimización de la velocidad de carga y el rendimiento para garantizar una lectura rápida y fluida.

Google y otros motores de búsqueda prefieren sitios con diseño responsive, lo que puede mejorar su posición en los resultados de búsqueda y aumentar las visitas al sitio web.

“En resumen, el diseño responsive no solo mejora la experiencia del usuario, sino que también puede impactar positivamente en la visibilidad y éxito de un proyecto, empresa o negocio en línea” (Sevilla, 2023).

6.5 Estrategias de marketing digital para páginas web

6.5.1. Elementos básicos del SEO

- **Estructura del sitio web**

El contenido semántico del texto no lo es todo. Actualmente, los buscadores también otorgan mucho peso a la estructura del sitio, pues es ésta la que determina qué tan bien está organizada la información.

Los criterios de estructura se basan en el lenguaje de programación HTML, que nos permite determinar si una parte del texto es un título, un subtítulo, un párrafo, un listado, etc. Por suerte, no necesitas saber HTML, porque la mayoría de los editores web se parecen más a un documento de texto cualquiera y te dan la posibilidad de señalar tus títulos y tus elementos destacables sin mayores complicaciones.

- **Meta descripciones**

Piensa en las metas descripciones como etiquetas adicionales que le ayudan a las personas a identificar el contenido de tu sitio desde que están revisando el listado de búsqueda.

En realidad, no afectan a tu ranking de manera directa, pero sí pueden convertir tu opción en la más atractiva de la búsqueda, y este aumento en el tráfico también impacta de forma positiva todo el SEO de tu sitio.

Al ser una etiqueta HTML, puedes colocarla directamente en el HEAD, entre las etiquetas del título y las etiquetas meta, pero si lo anterior te suena a chino, simplemente busca la opción “meta descripción de página” en tu editor web.

- **Imágenes, videos y elementos audiovisuales**

Un error muy frecuente es pensar que los elementos del SEO sólo tienen que ver con el texto. Los buscadores valoran muy positivamente el contenido audiovisual, desde imágenes, hasta videos, infografías interactivas y audios, sólo necesitas realizar correctamente las descripciones de las mismas para que los bots tengan claro qué tipo de contenido están indexando

- **Intra links y enlaces entrantes**

Hay dos tipos de links que deben interesarte. En primer lugar, los que llevan al usuario de un sitio a otro dentro de la misma página, y, en segundo lugar, lo que llevan usuarios de otras páginas hacia la tuya.

Los primeros te permiten estructurar tu sitio como una red en la cual el usuario pueda saltar con facilidad entre contenidos relacionados de interés, y los segundos le indican al buscador desde dónde viene tu tráfico. Evidentemente, mientras mejores sean las páginas desde donde llegan tus visitas, mejor reputación tendrá tu sitio.

- **Calidad del contenido**

Por último, es necesario recalcar que la calidad intrínseca del contenido también es uno de los elementos del SEO más importantes. De él dependen factores tan críticos como el interés, el tiempo de permanencia y el engagement que logras en el lector

Una buena estrategia SEO no sustituye la calidad del contenido, lo que hace es lograr que toda esa calidad tenga la visibilidad que necesitas.

En Atracto, agencia de marketing digital especializada en contenidos, sabemos que la calidad y el SEO van de la mano, por eso, nuestros expertos están siempre a la caza de las nuevas tendencias para que tu sitio resalte entre los demás (MAGNETA, 2018).

6.5.2 Marketing de contenidos

Tener un blog en una web es un elemento indispensable para dar a conocer productos o servicios, pues se trata de una plataforma muy visual en la que poder exponer, de forma sintética, la información relevante sobre una agrupación, organización, asociación o similares (SEOptimer, 2024).

6.5.3. Redes sociales

La integración de redes sociales en tu sitio web es una estrategia clave para interactuar con tu audiencia, aumentar la visibilidad en línea y construir relaciones sólidas en el mundo digital. Al explorar cómo incorporar estratégicamente las redes sociales en el diseño y desarrollo de tu sitio web, has adquirido un conjunto valioso de herramientas para fomentar la participación activa del público (Figueiras, 2023).

6.6 Diseño web Publicitario

El diseño gráfico publicitario es la herramienta donde converge la máxima creatividad de dos mundos: el diseño y la publicidad.

Esta rama del diseño se encarga de crear contenido visual con intención. Es decir, además de diseñar, inserta en sus artes signos y símbolos que transmiten ideas, mensajes, emociones y hasta sensaciones.

El diseño publicitario es un canal de comunicación con nuestra audiencia. Si lo usamos de forma correcta, nos permitirá conectar y generar conversación, empatía, deseo de compra o cualquier otro propósito que tengamos como marca.

La clave del éxito, entonces, está en planificar una estrategia de comunicación y vigilar que el diseño publicitario cumpla con dichos planteamientos y transmita, por supuesto, el mensaje correcto. El diseño publicitario es el medio y el fin de la comunicación visual de una marca (Einagrafic, 2019).

Estrategias publicitarias en diseño web

Una estrategia de marketing digital es un plan detallado que define los objetivos, tácticas, canales y acciones específicas a implementar para promover una marca, producto o servicio en entornos digitales. Con ella, se establecen los pasos para alcanzar las metas de una compañía a través de Internet al identificar una audiencia y atraerla (Santos, 2024).

6.6.2 Diseño web interactivo

Nos referimos a la capacidad de tu sitio web para involucrar a los usuarios, captar su atención y proporcionar una experiencia única que los mantenga interesados. No se trata solo de hacer que las cosas se vean bonitas, sino de crear una conexión con tus visitantes y ofrecerles una experiencia intuitiva y agradable.

Una de las características clave del diseño web interactivo es la capacidad de respuesta. Con el creciente uso de dispositivos móviles y tablets, es crucial que tu web se adapte a diferentes tamaños de pantalla y resoluciones. Esto se conoce como diseño web responsive.

El diseño web responsive garantiza que tu sitio se vea y funcione de manera óptima en cualquier dispositivo, ya sea un smartphone, una Tablet o una computadora de escritorio. Esto es esencial para brindar una experiencia consistente a tus usuarios, sin importar cómo accedan a tu sitio (Crearimagen, s.f.).

6.6.3. Comunicación visual branding

La comunicación visual es el proceso de transmisión y recepción de información a través de recursos visuales.

Aunque se puede combinar con lenguaje escrito o sonoro, la comunicación visual no necesita ningún texto ni sonido para intercambiar mensajes. La información está en los colores, las formas, las imágenes, las ilustraciones, entre otros signos del lenguaje visual, y en la forma en que se organizan y clasifican.

Este tipo de comunicación está presente en todo el mundo que nos rodea. Puedes ver cómo se comunica lo visual cuando ves señales de tráfico, por ejemplo: el color rojo es una señal de que debes detenerte, mientras que una secuencia de líneas blancas paralelas en la carretera indica por dónde pueden caminar los peatones (content, Comunicación visual: entiende qué es, ejemplos y su importancia en las empresas, 2024).

6.6.4 Importancia de la Identidad visual

La importancia de tener una identidad visual fuertemente definida es que ayuda a que tu marca sea reconocida y a que se diferencie de tus competidores. Además, genera expectativas y asociaciones en las personas y no te olvides que esto hace que sea recordada y a la vez que se destaque.

Como ya lo comentamos, la identidad visual es un conjunto de elementos gráficos que se alinean con el mensaje que comunica una marca y asegura que su imagen sea coherente y consistente.

Hoy en día no existe ninguna empresa que pueda posicionarse en el mercado y ser reconocida sin tener una identidad visual. La información viaja constantemente y casi de forma instantánea, principalmente en formato de imagen o elementos visuales como videos o gifs.

“Una imagen es entendida y absorbida en las mentes de las personas de manera más rápida. Para que funcione correctamente, el diseño debe ser único” (Milier, 2024).

6.7 Conclusión

En conclusión, el desarrollo de una página web efectiva para Publicidad Polanco, en el contexto actual de digitalización, representa una oportunidad esencial para mejorar su posicionamiento y competitividad en el mercado de Estelí. Los conceptos revisados en este marco teórico, desde el marketing digital y el posicionamiento web hasta el diseño publicitario orientado al usuario, ofrecen una base sólida para comprender los elementos y estrategias necesarias para alcanzar este objetivo.

Este marco teórico, por tanto, sustenta la importancia de una presencia digital planificada y bien ejecutada, que no solo incrementa el alcance de la empresa, sino que también facilita la conversión de visitantes en clientes leales. La implementación de estas estrategias posicionará a Publicidad Polanco de manera más sólida, permitiéndole destacarse en el sector de publicidad en Estelí y ofreciendo a sus clientes una plataforma confiable para interactuar con sus productos y servicios.

7. Matriz de categorías

Objetivo general: Diseñar una página web publicitaria para mayor posicionamiento de la empresa Publicidad Polanco, de la ciudad de Estelí durante el II semestre del año 2024.

Tabla 1

Matriz de Categorías

Objetivos	Instrumento	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicador	Elementos
Indagar sobre las estrategias actuales del mercado local y el público de la empresa Publicidad Polanco	Encuesta	Estrategias que utilizan las empresas para atraer y retener clientes en un contexto local	Análisis de estrategias implementadas en la zona de influencia de Publicidad Polanco	Objetivo público	Preferencias del público	Preguntas sobre publicidad preferida (digital/tradicional), medios más usados
Describir las estrategias de marketing digital y diseño web publicitario sobre los	Encuesta	Estrategias digitales para promocionar productos y servicios.	Evaluación del uso y efectividad de las herramientas digitales.	herramientas de marketing digital	Uso de redes sociales, marketing por correo electrónico	Preguntas sobre efectividad de redes sociales, tipos de anuncios preferidos

servicios de la empresa Publicidad Polanco.						
Proponer una página web funcional y publicitaria adaptada a las necesidades del público objetivo de la empresa Publicidad Polanco.	Prototipo en Figma Encuesta	Desarrollo de una estructura visual y técnica para la presentación de la web de la empresa.	Creación de un prototipo funcional acorde a las necesidades de la empresa.	Diseño	Coherencia visual, estructura lógica.	Preguntas sobre claridad de la estructura, atractivo del diseño.

Fuente: Elaboración Propia. 2024

8. Metodología de investigación

En este apartado se describe el tipo investigación, alcance obtenido, área de estudio donde se realizó, la población y la muestra a la que se le aplicó el estudio, métodos, técnicas e instrumentos de recopilación de datos, así como las etapas que se llevaron a cabo en la realización de la investigación.

Como definición de diseño metodológico, de acuerdo con (Robles, 2022) “El diseño metodológico de una investigación puede ser descrito como el plan general que dicta lo que se realizará para responder a la pregunta de investigación. La clave para el diseño metodológico es encontrar la mejor solución para cada situación.”

8.1 Tipo de investigación

La investigación cuantitativa consiste en recolectar y analizar datos numéricos. Este método es ideal para identificar tendencias y promedios, realizar predicciones, comprobar relaciones y obtener resultados generales de poblaciones grandes (Ortega, 2024).

Según lo citado, el presente estudio se basa en un enfoque cuantitativo, caracterizado por la recolección de datos estructurados y medibles para obtener resultados precisos y generalizables. La investigación cuantitativa permite analizar y evaluar aspectos específicos del comportamiento y preferencias del público objetivo de Publicidad Polanco en cuanto a su posicionamiento digital y su percepción de la empresa en el entorno web.

8.2 Área de estudio

• Área de conocimiento

Líneas de investigación CINE 13

Campo amplio: 06. Tecnologías de la información y la comunicación (TIC), campo específico: 061. Tecnologías de la información y la comunicación, campo detallado: 0613. Desarrollo y análisis de software y aplicaciones.

Este proyecto se incluye en el área de Tecnologías de Desarrollo Web y Multimedia.

Línea de investigación

Desarrollar investigaciones enfocadas a la aplicación de tecnologías de desarrollo webs específicas a empresas e instituciones educativas que sean adaptables a nuevos dispositivos que permitan el fortalecimiento de su eficiencia, calidad y ventajas competitivas.

Este trabajo investigativo corresponde a la línea N° 5 de investigación, Tecnologías de desarrollo web y multimedia.

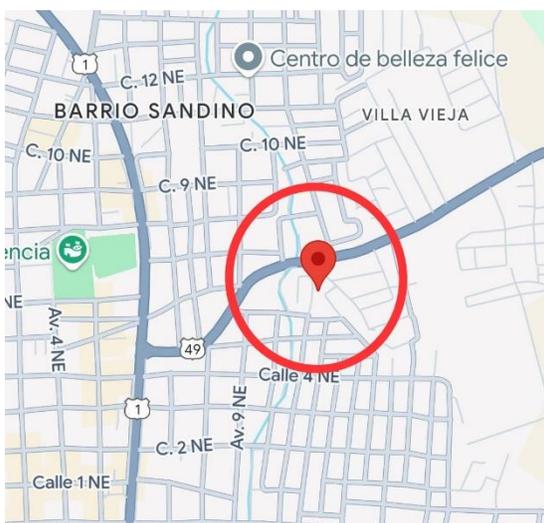
La investigación se llevará a cabo en la ciudad de **Estelí, Nicaragua**, donde se encuentra ubicada la empresa Publicidad Polanco. Este enfoque geográfico permite analizar de manera más precisa el comportamiento y las necesidades del público objetivo en el mercado local, proporcionando un contexto específico y relevante para el diseño de la página web. La selección de esta área también facilitará la recolección de datos mediante encuestas, dado que se ajusta a las características del público al que Publicidad Polanco aspira llegar y fidelizar.

Publicidad Polanco

El negocio está ubicado en el departamento de Estelí, su ubicación exacta “De donde fue el panameño 3 al este y una cuadra y media al norte”

Figura 1

Mapa de Ubicación Publicidad Polanco



Enfoque de la investigación

El enfoque cuantitativo de la investigación se basa en la recopilación y análisis de datos numéricos para evaluar la efectividad de una página web en el posicionamiento de la empresa "Publicidad Polanco" en el mercado local. A través de encuestas estructuradas aplicadas a una muestra representativa del público objetivo, se busca obtener información objetiva sobre las preferencias, necesidades y percepción del público respecto a la funcionalidad y diseño de la página web propuesta.

8.3 Población y Muestra

Población

La población en una investigación se define como "el conjunto completo de elementos que poseen algunas características comunes definidas por los criterios del investigador". Esta puede incluir personas, organizaciones, eventos, documentos, etc., y es esencial en la formulación de preguntas de investigación y en la determinación del alcance del estudio (Collado, 2014).

La población que fue utilizada en esta investigación fue de 50 personas de al azar de la ciudad de Estelí y clientes de la empresa de Publicidad Polanco.

Muestra

La muestra es, en esencia, un subgrupo de la población. Digamos que es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población (Collado, 2014).

La muestra seleccionada para el desarrollo de este estudio fue de 25 personas al azar de la ciudad de Estelí; entre ellos clientes de dicha empresa, dos personas que laboran en la empresa y personas al azar.

8.4 Métodos, técnicas e instrumentos de recopilación de datos

Encuesta

Cuando se piensa en investigar desde los métodos cuantitativos, se tiene en mente lo que se quiere saber de una realidad, probablemente hayas pensando en estadística, números, y muchos se sienten aprensivos porque creen que los métodos cuantitativos son dificultosos (Raven, 2014).

Para este propósito, se emplearon dos encuestas como instrumentos principales de recolección de datos. La primera fue dirigida a los clientes actuales de la empresa, permitiendo obtener información sobre sus necesidades, expectativas y nivel de satisfacción con los servicios ofrecidos. La segunda encuesta se aplicó a personas al azar, con el objetivo de explorar el interés general en los servicios de la empresa y su percepción sobre la importancia de contar con una página web empresarial.

Estas herramientas proporcionaron datos estadísticos claves que permitieron identificar patrones y tendencias tanto en el público actual como en el potencial. El análisis de la información recolectada orienta el diseño y los elementos esenciales de la página web propuesta, contribuyendo a mejorar el posicionamiento de la empresa en el mercado y a satisfacer las expectativas de los usuarios.

8.5 Etapas de la investigación

Fase inicial: En esta etapa se definió el tema y el problema, profundizando en las estrategias del marketing digital y revisando documentación para analizar detenidamente el problema desde la experiencia hasta lo que proponen los teóricos.

Al plantear el problema se analizan los antecedentes, los estudios a nivel local, nacional e internacional y más actuales para partir de experiencias ya estudiadas, también se analizaron algunas teorías, para justificar el estudio se hizo el enfoque en diferentes interrogantes. También se elaboró el bosquejo de marco teórico enfocado en el problema.

Fase Intermedia (metodológica): Se profundizó en el tipo de investigación adecuada comparando diferentes teorías de acuerdo con el nivel de profundidad y análisis, el paradigma, las líneas de investigación, el tipo de muestra, la definición de variables y subvariables, definir y

elaborar los instrumentos adecuados y la forma de aplicación más adecuada de acuerdo con los objetivos.

También se solicitó la autorización a la Facultad para la realización de la investigación y la autorización de la empresa Publicidad Polanco para llevar a cabo la investigación.

Fase de validación de los instrumentos: La validación de instrumentos fue un proceso esencial en este estudio para asegurar que los instrumentos de medición utilizados fuesen fiables, adecuadas al estudio, objetivos y preguntas de investigación y sobre todo válidas, es decir, que midan con precisión lo que se propone con el objetivo general y adecuado al contexto.

El proceso también aseguro la revisión al momento de elaborar el dossier y que los instrumentos fuesen interpretables, consistentes y aplicables. Este proceso garantizó que los datos recolectados reflejen fielmente las habilidades emocionales y los procesos de decisión de los individuos, minimizando errores.

La validación de los instrumentos se llevó a cabo mediante un dossier, un documento detallado que compila la evaluación de expertos con experiencia en marketing, diseño publicitario y procesos investigativos. Este procedimiento aportó rigor y validez a las encuestas seleccionadas. Se seleccionaron expertos con amplia experiencia y formación académica en el contexto publicitario y empresarial, así como en temas de investigación aplicada a estrategias de mercado. El dossier incluyó la documentación de las encuestas diseñadas, sus fundamentos teóricos, los ítems específicos, y la justificación de su uso en el contexto de la investigación, que contempló dos encuestas: una dirigida al público general y otra enfocada en los clientes actuales de la empresa Publicidad Polanco.

Fase de trabajo de campo: Se planteó la aplicación de instrumentos a través de Google formularios para dar salida a cada objetivo planteado.

Fase de análisis de resultados: El análisis de los resultados se realizó a través de Google Formularios, que permitió recopilar y organizar los datos cuantitativos de manera eficiente. Se considerarán cada una de las variables definidas en el estudio para obtener una visión clara y precisa de los resultados. Además, se realizó la triangulación de los datos, analizando las respuestas

de los participantes en conjunto con la teoría y estableciendo conclusiones fundamentadas en el proceso investigativo.

Fase de entrega de informe final: Presentación de informe final.

Consideraciones éticas:

La investigación se llevó a cabo respetando principios éticos fundamentales para garantizar la integridad del proceso y el bienestar de los participantes. Se aseguró que las encuestas fueron aplicadas de manera voluntaria, respetando la autonomía de cada persona. Además, se protegieron los datos personales de los encuestados, garantizando su privacidad y confidencialidad. Estas éticas se implementaron para promover un proceso transparente y responsable, enfocado en generar conocimiento útil y respetar la dignidad de todos los involucrados.

Empatía y comprensión: ponerse en el lugar de los demás para comprender su punto de vista y necesidades.

Consentimiento informado: los individuos deben ser informados acerca de la investigación y dar su consentimiento voluntario antes de convertirse en participantes de la investigación.

Respeto para los seres humanos participantes: Los participantes en la investigación deben mantener protegida su privacidad, tener la opción de dejar la investigación y tener un monitoreo de su bienestar.

La confianza es la base de la investigación ética: La dignidad y el bienestar de los individuos que participan en la investigación deben ser una preocupación central de cada persona involucrada en el proyecto de investigación. La persona que dirige la investigación (algunas veces llamado el “investigador”) es últimamente responsable por la conducta de la investigación, el rendimiento del proyecto y la protección de los derechos y el bienestar de los sujetos.

9. Análisis y discusión de resultados

9.1 Estrategia actual del mercado local y el público de la empresa Publicidad Polanco

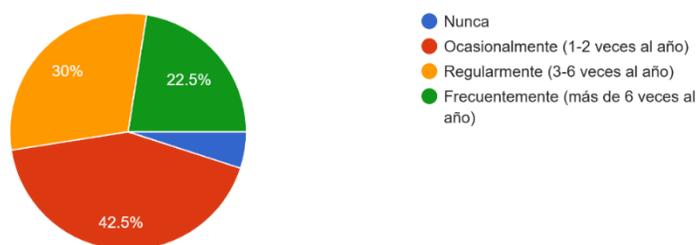
La investigación se desarrolló mediante un enfoque cuantitativo, con el propósito de cumplir los objetivos específicos planteados en el estudio. Durante el periodo del 3 al 9 de noviembre de 2024 y 28 al 29 de noviembre de 2024, se realizaron dos encuestas: una dirigida a clientes actuales de Publicidad Polanco y otra aplicada a personas seleccionadas al azar. En total, participaron 50 personas, de las cuales se seleccionó una muestra representativa de 25 participantes. Los encuestados, con edades comprendidas entre los 18 y 65 años, representan una muestra relevante tanto del público actual como del público.

Los datos recopilados a través de estas encuestas permitieron identificar percepciones, necesidades y expectativas clave en relación con los servicios ofrecidos por Publicidad Polanco, así como su posicionamiento en el mercado local. A continuación, se presentan los principales hallazgos y su discusión en relación con los objetivos específicos.

Encuesta aplicada a clientes de la empresa y personas que laburan en ella:

Figura 2

Frecuencia de Servicios de Profesionalización



Estos resultados revelan una demanda significativa y continua por los servicios de Publicidad Polanco, con más de la mitad de los encuestados (52.5%) usándolos al menos tres veces al año. Esta frecuencia indica que muchos clientes confían en la empresa para sus necesidades de publicidad y personalización de productos, lo cual es un buen indicio para el diseño web de la

empresa, ya que existe un mercado consolidado que podría beneficiarse de herramientas digitales más accesibles y funcionales.

Para los usuarios frecuentes y regulares, la implementación de una plataforma web bien diseñada podría optimizar su experiencia al ofrecer un espacio en línea para conocer los servicios, hacer consultas y realizar pedidos de manera directa. La facilidad de acceso y navegación en una página web puede fidelizar a estos clientes recurrentes, incrementando su satisfacción y su intención de regresar.

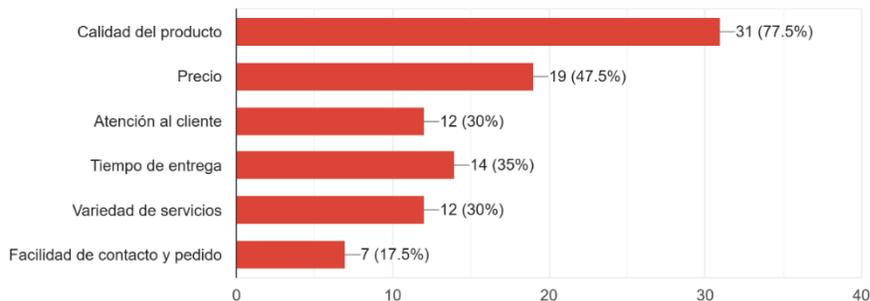
Por otro lado, los clientes ocasionales (42,5%) representan una oportunidad importante. Un sitio web efectivo podría atraer a este segmento con características como una sección de ofertas o descuentos por frecuencia de uso, lo que podría incentivarlos a aumentar la frecuencia de contratación. Asimismo, una sección informativa detallada en la página sobre los beneficios y usos de cada servicio puede captar la atención de aquellos que aún no los utilizan.

Por último, el 5% que nunca ha utilizado estos servicios representa a un público que podría alcanzarse mediante estrategias de visibilidad en el sitio web. Este segmento podría estar menos familiarizado con la oferta de servicios de Publicidad Polanco, por lo que la página debe ser visualmente atractiva, fácil de navegar y rica en contenido para educar y captar la atención de nuevos usuarios.

En conclusión, los resultados respaldan la creación de un sitio web dinámico y funcional para Publicidad Polanco, enfocado en facilitar el acceso a información y el proceso de contratación para los clientes frecuentes y regulares, y en captar la atención de los usuarios ocasionales y potenciales clientes. que aún no han explorado los servicios.

Figura 3

Factores Importantes a elegir en una empresa



La segunda pregunta de la encuesta buscaba identificar los factores más importantes que los clientes consideran al elegir una empresa de personalización de productos, permitiendo seleccionar hasta dos opciones. Estos hallazgos son cruciales para el desarrollo de la página web de Publicidad Polanco, ya que indican qué aspectos deben destacarse para alinearse con las prioridades del cliente.

Enfoque en la Calidad del Producto dado: que la calidad del producto es el factor más valorado, el sitio web debe incluir una sección donde se presenten ejemplos de trabajos anteriores, destacando la atención al detalle y el acabado de los productos. Además, se puede incluir una galería de fotos de alta calidad o testimonios de clientes satisfechos para fortalecer la percepción de calidad.

Consideración del Precio: La importancia del precio indica que los usuarios valoran la transparencia en los costos. Incluir una sección de precios o ejemplos de tarifas puede ayudar a los clientes a evaluar si los servicios de Publicidad Polanco se ajustan a su presupuesto.

Énfasis en el Tiempo de Entrega: La rapidez de entrega es otro factor fundamental. La página web debe informar sobre los tiempos estándar de entrega de cada servicio.

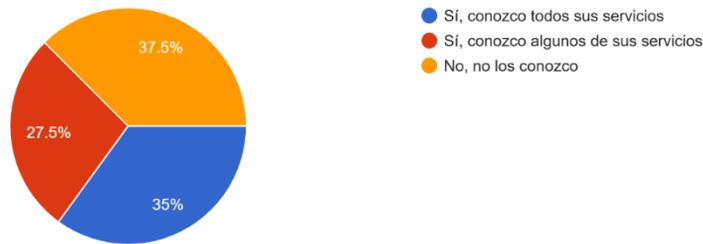
1) Atención al Cliente y Variedad de Servicios: La atención al cliente y la variedad de servicios fueron otros aspectos importantes para los encuestados. La variedad de servicios puede destacarse mediante una sección que explique claramente cada servicio, sus aplicaciones y beneficios, brindando así una experiencia de navegación informativa.

2) **Facilidad de Contacto y Pedido:** Aunque seleccionado por un menor porcentaje (17,5%), la facilidad de contacto y pedido sigue siendo relevante. Para optimizar este aspecto, la página debe contar con una interfaz intuitiva que permita a los clientes hacer pedidos en pocos pasos, idealmente con botones de llamada a la acción clara y accesibles en cada sección de servicios.

Los factores mencionados orientan el diseño de la página web de Publicidad Polanco hacia una estructura funcional y orientada a satisfacer las prioridades del cliente. Enfatizar la calidad del producto y la claridad en precios y tiempos de entrega puede aumentar la confianza de los usuarios y su intención de contratar.

Figura 4

Conocimiento de la Empresa



Estos resultados reflejan una oportunidad de mejora en la visibilidad y difusión de los servicios de Publicidad Polanco, pues solo el 35% de los encuestados afirma conocer completamente su oferta. Un 63% de los participantes correspondiente a quienes solo conocen algunos servicios o desconocen los servicios, podría beneficiarse de una estrategia de comunicación más sólida y accesible.

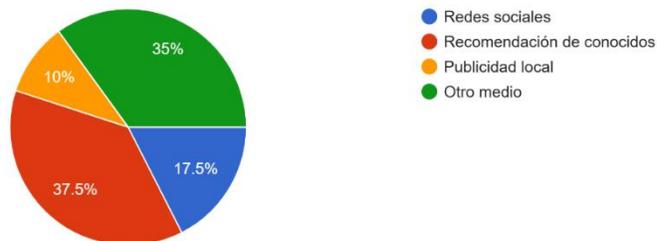
Este hallazgo tiene implicaciones importantes para el diseño web de la empresa, ya que señala la necesidad de un sitio que no solo presente de manera completa y clara cada servicio, sino que también eduque y familiarice al público potencial con lo que Publicidad Polanco ofrece.

Los datos obtenidos resaltan la necesidad de que la página web de Publicidad Polanco actúe no solo como un medio de contacto, sino también como una plataforma informativa completa y atractiva. Aumentar la visibilidad y comprensión de todos los servicios mediante un diseño

intuitivo y un contenido educativo podría fortalecer el conocimiento de marca, atraer nuevos clientes y mejorar la retención de aquellos que ya conocen algunos de los servicios.

Figura 5

Conocimiento de la Empresa



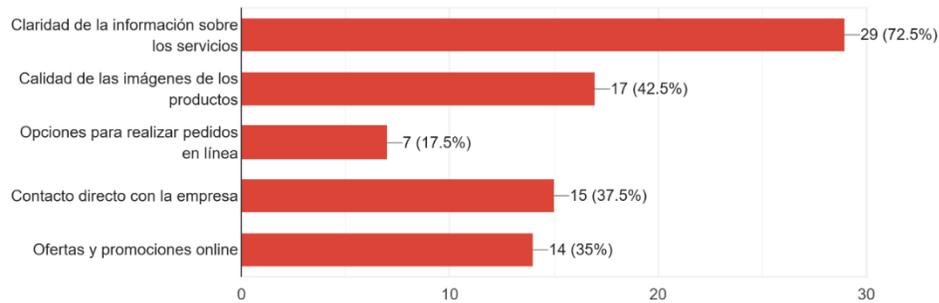
Estos datos revelan que la mayoría de los encuestados conocieron Publicidad Polanco a través de medios informales o tradicionales, siendo la recomendación de un conocido el canal más destacado (37.5%). Esto indica que la empresa se beneficia de una buena reputación en el boca a boca, pero también sugiere que podría mejorar su visibilidad en medios digitales para llegar a un público más amplio y atraer nuevos clientes.

La publicidad local y las redes sociales tuvieron una menor incidencia (10% y 17.5% respectivamente), lo cual refleja la necesidad de fortalecer la presencia en estos canales, especialmente considerando el creciente impacto del marketing digital en las decisiones de compra.

Un sitio web optimizado y con integración de redes sociales permitirá a la empresa ampliar su alcance y consolidar su imagen en un entorno digital cada vez más competitivo. Estas estrategias no solo potenciarán el tráfico y la visibilidad de la empresa, sino que también fomentarán la fidelización de clientes y la captación de nuevos usuarios.

Figura 6

Presencia Online

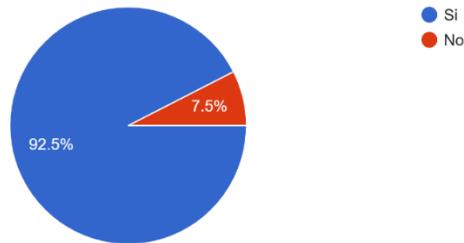


Estos resultados subrayan la importancia de la **claridad en la presentación de los servicios** como el área de mejora más significativa en la presencia online, seguido por la calidad visual del contenido y la accesibilidad para contactar directamente con la empresa. Esto sugiere que los clientes valoran una comunicación clara y visualmente atractiva cuando exploran servicios en línea, y que las promociones también pueden ser un incentivo valioso para atraer y fidelizar a los clientes.

Los resultados indican que el diseño web de Publicidad Polanco debe priorizar una presentación clara y detallada de los servicios, con contenido visual de alta calidad y opciones de contacto accesibles para fortalecer la confianza del cliente. Las promociones y ofertas también representan una oportunidad valiosa para captar la atención y fidelizar a los usuarios. La incorporación de estos elementos asegurará que la página web no solo informe de manera efectiva, sino que también se convertirá en una herramienta interactiva y atractiva para los usuarios actuales y potenciales.

Figura 7

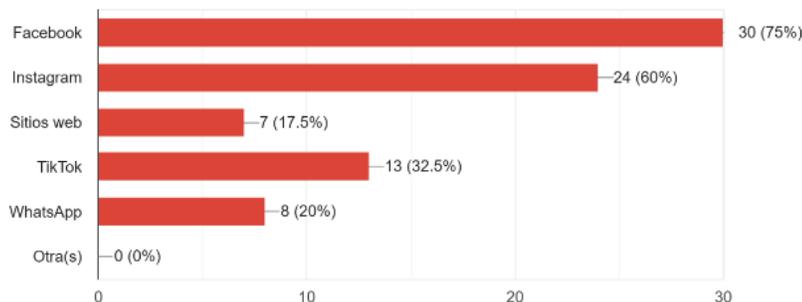
Estrategias de Marketing y Diseño



Estos datos reflejan que la gran mayoría de los clientes actuales y potenciales de Publicidad Polanco posee una comprensión básica o sólida de conceptos de marketing y diseño, lo cual es positivo. Este nivel de conocimiento indica que los usuarios probablemente valoran una estrategia de comunicación clara y bien estructurada en la página web de Publicidad Polanco. Además, es probable que aprecien contenido que demuestre cómo el uso estratégico del marketing y el diseño puede beneficiar su negocio o sus necesidades de personalización de productos.

Figura 8

Uso de Redes Sociales



Estos datos reflejan que Facebook e Instagram son las plataformas principales en las que los usuarios interactúan con empresas de personalización de productos. Esto destaca la necesidad de que Publicidad Polanco tenga una presencia activa y optimizada en ambas plataformas para captar la atención del público objetivo y fomentar el engagement.

El uso significativo de TikTok (32.5%) también indica que esta plataforma está ganando terreno en la interacción con marcas, especialmente para contenido visual y dinámico, que puede atraer a clientes jóvenes y fomentar una relación más cercana y auténtica con la audiencia. WhatsApp es valorado por un grupo menor, pero sigue siendo una opción importante para la comunicación directa y personalizada, mientras que un 17.5% prefiere visitar directamente los sitios web, lo que resalta la importancia de un sitio web funcional y bien diseñado como canal de contacto.

Los resultados muestran que Publicidad Polanco debe priorizar Facebook e Instagram en su estrategia digital, complementando su presencia con contenido visual dinámico en TikTok y WhatsApp para contacto directo. La integración entre redes sociales y el sitio web es clave para crear una experiencia cohesiva que permita a los usuarios conocer, explorar y conectarse fácilmente con la empresa en las plataformas de su preferencia.

Figura 9

Frecuencia de Visita a Páginas Web

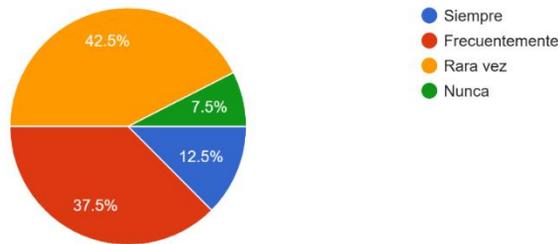


Figura 10

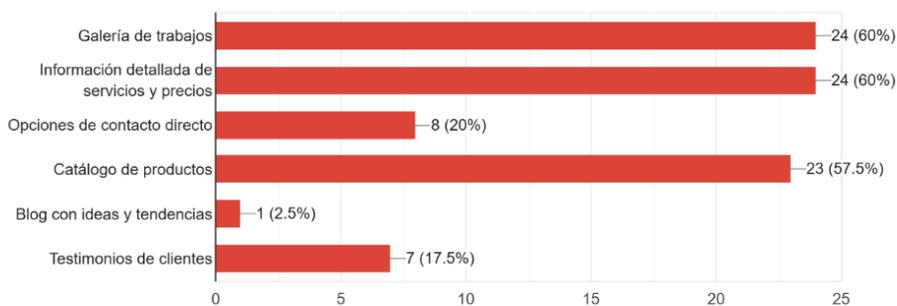
Frecuencia de Visita a Páginas Web

Para el análisis de la pregunta sobre la frecuencia con que los clientes visitan páginas web de empresas antes de adquirir productos personalizados, podemos ver que:

- 7,5% Nunca visita páginas web. Esto indica un pequeño porcentaje de personas que no consideran necesario explorar en línea antes de tomar una decisión de compra.
- 42,5% Rara vez visita páginas web. Este grupo representa una proporción significativa, sugiriendo que casi la mitad de los encuestados solo utiliza las páginas web de manera ocasional, posiblemente confiando en otros medios de información o en recomendaciones personales.
- 37,5% Visita frecuentemente páginas web. Esta es otra relación relevante que muestra a personas que sí valoran la investigación en línea como parte de su proceso de compra para productos personalizados, probablemente para comparar opciones o explorar el portafolio de las empresas.
- 12,5% Siempre visita páginas web antes de adquirir productos personalizados. Este grupo de usuarios podría estar más interesado en detalles específicos, como la reputación, las políticas de la empresa o la variedad de servicios.

Estos resultados muestran que la mayoría de los encuestados (80%) no consulta de manera constante las páginas web antes de adquirir productos personalizados, lo cual podría indicar que Publicidad Polanco, al ser nueva, necesita mejorar su visibilidad y atractivo en línea para atraer más tráfico y fidelizar a los clientes potenciales.

Figura 11
Elementos Esenciales en una Página Web



Para la pregunta sobre los elementos esenciales que los clientes consideran importantes en una página web de una empresa como Publicidad Polanco, los resultados reflejan las preferencias de los usuarios hacia ciertos contenidos clave:

Galería de trabajos (60%) e Información detallada de servicios y precios (60%) son los elementos más valorados. Esto muestra que los usuarios desean visualizar ejemplos reales del trabajo de la empresa y conocer precios o detalles específicos de los servicios antes de tomar una decisión de compra. Estos dos elementos son críticos para transmitir transparencia y profesionalismo.

Catálogo de productos (57.5%) también es una prioridad, casi al mismo nivel que los dos anteriores, lo que indica la importancia de que la empresa facilite el acceso a toda la gama de productos y servicios que ofrece, permitiendo una exploración detallada de las opciones disponibles.

Las opciones de contacto directo (20%) también son relevantes, aunque en menor medida, sugiriendo que algunos usuarios buscan un acceso rápido y sencillo a la empresa para hacer consultas o iniciar un pedido.

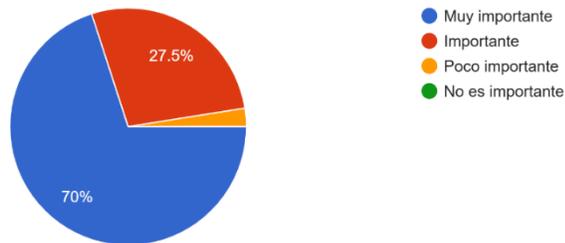
Los testimonios (17.5%) tienen un impacto menor, pero siguen siendo un elemento considerado útil para algunos usuarios, pues proporcionan credibilidad y refuerzan la confianza en la calidad del servicio.

Blog con ideas y tendencias (2.5%) tiene poca relevancia entre los encuestados, indicando que la mayoría no considera este tipo de contenido fundamental en el contexto de Publicidad Polanco.

Los datos sugieren que Publicidad Polanco debería enfocarse en destacar una **galería visual de sus trabajos, detalles claros sobre servicios y precios**, y ofrecer un **catálogo de productos** completo. Además, incorpora **opciones de contacto directo** y algunos **testimonios** ayudarán a mejorar la experiencia del usuario.

Figura 12

Importancia de la Presencia Online



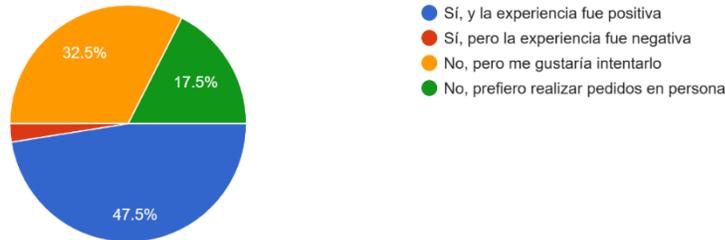
Los resultados muestran un claro reconocimiento del valor de estar presente en internet:

- **El 70% considera muy importante** la presencia online. Esto indica que la gran mayoría de los encuestados ven el sitio web y las redes sociales como herramientas esenciales para conectar con clientes, mostrar el portafolio de servicios y establecer una imagen profesional.
- **27,5% lo considera importante.** Este grupo también reconoce la importancia de estar en línea, aunque tal vez no lo perciben como absolutamente esencial. Es posible que consideren suficientes otras formas de contacto o promoción.
- **2,5% opina que no es importante.** Este pequeño porcentaje puede depender de más métodos tradicionales de publicidad o quizás prefiera realizar negocios.

Estos resultados subrayan que una **presencia en línea sólida es crucial** para Publicidad Polanco, especialmente en un mercado donde la mayoría de los clientes potenciales ven internet como un medio esencial para conocer y elegir servicios personalizados. Invertir en un sitio web funcional y en redes sociales activas podría fortalecer significativamente la visibilidad y credibilidad de la empresa.

Figura 13

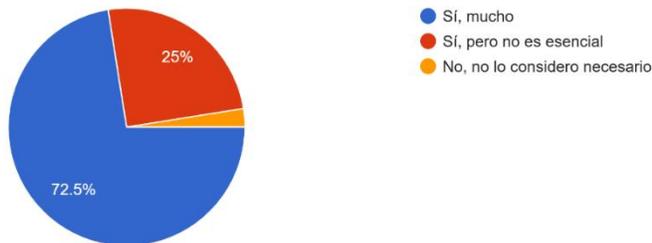
Experiencia de Compra



Los resultados indican que el 47.5% de los encuestados ha realizado compras en páginas web de empresas similares y tuvo una experiencia muy positiva, lo cual refleja un alto nivel de satisfacción con las compras en línea en este sector. Un 32.5% no ha realizado pedidos a través de sitios web, pero muestra interés en intentarlo, lo que sugiere una oportunidad de atraer a estos usuarios mediante una plataforma accesible y confiable. Por otro lado, solo un 2.5% tuvo una experiencia negativa, mientras que el 17.5% prefiere hacer sus compras en persona, destacando una minoría que sigue valorando el contacto presencial en sus transacciones.

Figura 14

Experiencia de compra en la página web

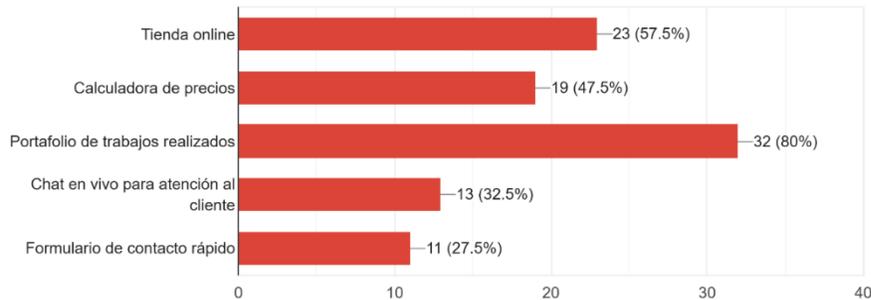


La mayoría de los encuestados (72.5%) considera que una página web mejoraría significativamente su experiencia al solicitar productos de Publicidad Polanco, indicando una alta expectativa de que una plataforma en línea facilitaría el proceso de compra y acceso a la información. Un 25% también cree que una web sería beneficiosa, aunque no la ve como esencial, lo cual sugiere que valoran la conveniencia adicional, pero podrían manejarse sin ella. Solo un

2.5% opina que una página web no es necesaria, reflejando una resistencia mínima a los servicios digitales en este contexto.

Figura 15

Funcionalidades de la Página Web



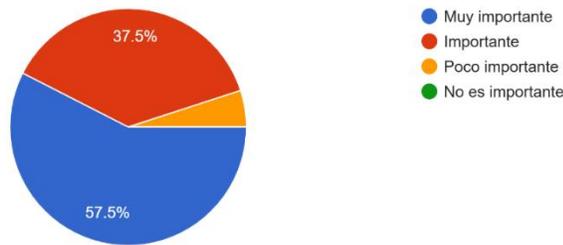
Se indagó sobre las funcionalidades que los encuestados desearían encontrar en una página web de la empresa, permitiéndoles seleccionar hasta tres opciones. Los resultados fueron los siguientes:

- Portafolio de trabajos realizados: 80% de preferencia
- Tienda online: 57,5% de preferencia
- Calculadora de precios: 47,5% de preferencia
- Chats en vivo: 32,5% de preferencia
- Formulario de contacto rápido: 27,5% de preferencia

Estos datos revelan una fuerte inclinación de los usuarios hacia un portafolio de trabajos realizados, lo cual sugiere que la mayoría de los encuestados consideran importante ver ejemplos del trabajo de la empresa como referencia de calidad y estilo. También se observa tienda online y la calculadora de precios, funcionalidades que podrían mejorar la experiencia del usuario al permitir la compra directa y la obtención de cotizaciones de manera rápida y conveniente. En menor medida, aunque también relevante, están el chat en vivo y el formulario de contacto rápido, opciones que facilitarían la comunicación instantánea y ágil con la empresa.

Figura 16

Importancia de Página Web para Empresas Locales



Para el análisis de la pregunta número 14 de la encuesta, se exploró la percepción de los usuarios sobre la relevancia de que una empresa local como "Publicidad Polanco" cuente con una página web funcional y actualizada. Los resultados reflejan una marcada preferencia, donde el 57.5% de los encuestados considera esta funcionalidad como muy importante, seguido por un 37.5% que la clasifica como importante. En cambio, sólo un 5% lo considera poco importante.

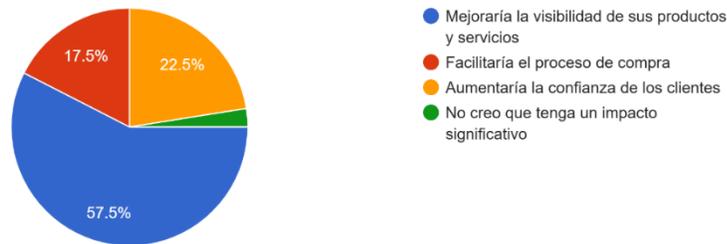
Este resultado evidencia la relevancia que una presencia digital efectiva y actualizada tiene para los usuarios, quienes reconocen el valor de una página web como un canal de comunicación clave que refuerza la accesibilidad y profesionalismo de la empresa. La mayoría de los encuestados percibe que una página web actualizada no solo eleva la imagen de la empresa, sino que también facilita el acceso a sus servicios, optimizando la experiencia del cliente y promoviendo la confianza en la marca.

En el contexto de Publicidad Polanco, una empresa en crecimiento en el mercado local, estos resultados sugieren que invertir en el desarrollo de una página web moderna y funcional podría posicionar a la empresa de manera más competitiva, atrayendo a un público que espera servicios accesibles y digitales. Además, la poca relevancia atribuida por el 5% restante indica que la mayoría de los consumidores ve con expectativa el uso de plataformas en línea, alineándose con las tendencias de digitalización y comercio electrónico que facilitan la interacción y disponibilidad de servicios.

Por lo tanto, se recomienda priorizar el desarrollo de una página web, que no solo refleje la identidad de Publicidad Polanco, sino que también se mantenga actualizada para cumplir con las expectativas del mercado actual y proyectar la empresa como una opción profesional y accesible en el ámbito local.

Figura 17

Posicionamiento Publicidad Polanco



La mayoría de los encuestados, un 57.5%, considera que una página web incrementaría notablemente la visibilidad de los productos y servicios de Publicidad Polanco, lo que indica una clara percepción de que una presencia digital sólida puede ampliar el alcance de la empresa y hacer que su oferta sea más accesible y reconocible para los clientes. Esta respuesta sugiere que una página web podría funcionar como una vitrina digital,

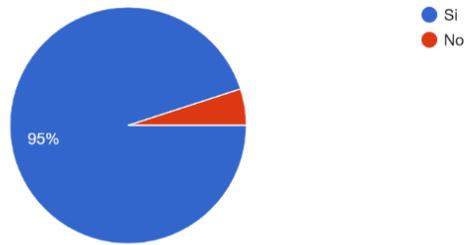
Un 22,5% opina que una página web aumentaría la confianza de los clientes, destacando la importancia de la profesionalización de la empresa mediante un sitio web bien diseñado y actualizado. Esta percepción refuerza la idea de que los clientes confían más en empresas que cuentan con presencia en línea, al considerarlas más formales y comprometidas con el servicio.

Otro 17.5% de los encuestados menciona que la página web facilitaría el proceso de compra, lo que sugiere que una funcionalidad de tienda en línea o métodos de contacto más accesibles podrían simplificar la interacción con la empresa, mejorando la experiencia del cliente.

Por último, solo un 2.5% considera que una página web no tendría un impacto significativo en el posicionamiento de la empresa, lo que representa una percepción minoritaria frente a los otros aspectos evaluados.

Los datos indican que una página web representa una oportunidad estratégica para Publicidad Polanco, especialmente para mejorar la visibilidad y proyectar confianza en el mercado local. La implementación de funcionalidades de visibilidad y accesibilidad, como portafolios de servicios, contacto en línea y opciones de compra, podría responder a las expectativas del mercado y contribuir al crecimiento de la empresa en un entorno cada vez más digital.

Figura 18
Referencias de Página Web



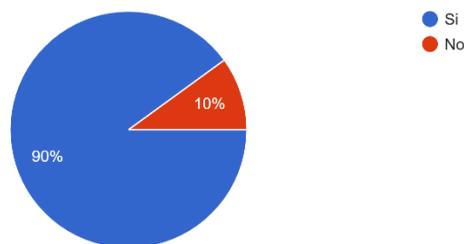
Este resultado muestra que una mayoría del 95% de los encuestados, estaría dispuesto a recomendar la página web si esto logra satisfacer sus expectativas en cuanto a personalización de productos y servicios. Esto subraya la importancia de diseñar una plataforma que se enfoque en ofrecer experiencias personalizadas, ya que los usuarios valoran un servicio que se adapta a

Por otro lado, el 5% que respondió negativamente representa una minoría, lo cual indica que el potencial de recomendación depende en gran medida de la percepción de calidad y satisfacción en la oferta de Publicidad Polanco.

Estos datos sugieren que una página web que responde adecuadamente a las expectativas del mercado no solo tiene el potencial de mejorar la satisfacción del cliente, sino también de convertirse en una herramienta poderosa de promoción a través del boca a boca digital. Recomendaciones positivas de los usuarios podrían potenciar el alcance de la empresa en el mercado local, fortaleciendo su posicionamiento y atrayendo nuevos clientes a través de referencias confiables.

Resultados Obtenidos de la segunda encuesta a personas al azar:

Figura 19
Servicios de Publicidad

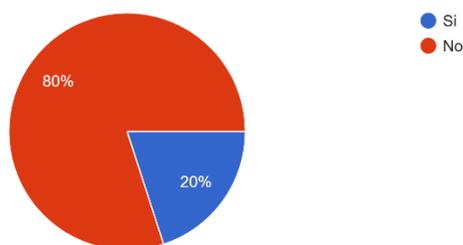


El 90% de los encuestados afirmó haber utilizado algún servicio de publicidad en el último año, mientras que el 10% respondió que no.

Este resultado indica una alta demanda de servicios publicitarios en el público encuestado, lo que refleja la relevancia de este sector en el mercado local. El hecho de que la mayoría de los encuestados hayan requerido este tipo de servicios en el último año sugiere una oportunidad para Publicidad Polanco de captar un mayor número de clientes, especialmente si logra posicionarse como una opción confiable y accesible.

Figura 20

Conocimiento de Publicidad Polanco



El 80% de los encuestados respondió que no conoce ni ha escuchado hablar de la empresa Publicidad Polanco, mientras que el 20% indicó que sí la conoce.

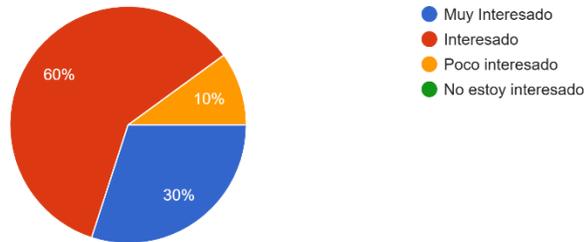
Este resultado evidencia un bajo nivel de reconocimiento de marca entre el público encuestado. Si bien una quinta parte de los participantes tiene algún conocimiento sobre la empresa, la gran mayoría no la identifica, lo que sugiere la necesidad de fortalecer las estrategias de difusión y marketing para aumentar su visibilidad en el mercado local.

El limitado reconocimiento de Publicidad Polanco resalta la importancia de implementar herramientas como una página web, la cual podría actuar como un canal de promoción y posicionamiento clave. Una plataforma en línea permitiría a la empresa mejorar su alcance, ofreciendo información clara sobre sus servicios y destacando sus ventajas competitivas frente a otras opciones en el mercado.

Además, el 20% que ya conoce la empresa representa un punto de partida positivo, ya que podría incluir clientes actuales o personas familiarizadas con los servicios ofrecidos. Este segmento podría ser aprovechado mediante estrategias de fidelización o promoción de boca a boca.

Figura 21

Servicios Publicidad Polanco



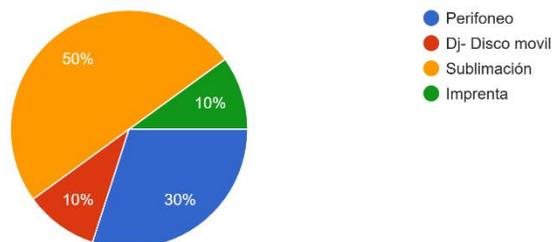
El 30% de los encuestados manifestó estar **muy interesado** en utilizar los servicios ofrecidos por Publicidad Polanco, un 60% indicó estar **interesado**, y un 10% expresó estar **poco interesado**.

Los resultados muestran una percepción positiva hacia los servicios de la empresa, con un 90% de los encuestados demostrando algún grado de interés. Esto refleja una demanda potencial significativa para Publicidad Polanco, especialmente en servicios como perifoneo, sublimación, DJ-disco móvil e imprenta. La proporción de personas "muy interesadas" e "interesadas" representa un público objetivo sólido que puede ser abordado mediante estrategias de marketing específicas.

El elevado interés en los servicios sugiere que Publicidad Polanco tiene una oportunidad considerable de captar clientes, siempre y cuando logre comunicar efectivamente el valor y la calidad de sus servicios. Una página web funcional y atractiva podría jugar un papel clave en esta estrategia, sirviendo como una plataforma para detallar sus ofertas, mostrar portafolios y facilitar el contacto con clientes potenciales.

Figura 22

Servicios más Atractivos



La sublimación se posiciona como el servicio más atractivo para la mayoría de los encuestados, alcanzando un 50% de preferencia. Esto indica un alto interés en la personalización de productos, probablemente debido a su versatilidad para diversos propósitos como regalos, promociones y eventos. El perifoneo, con un 30%, también destaca como un servicio relevante, especialmente para negocios locales que buscan captar la atención del público. Por otro lado, los servicios de DJ-disco móvil e imprenta recibieron menor interés, cada uno con un 10%, lo que sugiere que su demanda puede estar más limitada.

Estos resultados ofrecen una guía clara sobre cómo priorizar la presentación de servicios en la página web. La sublimación debería ocupar un lugar destacado, con descripciones detalladas, ejemplos visuales y opciones para solicitar cotizaciones. Este enfoque puede maximizar el atractivo del servicio más popular entre los encuestados.

El interés significativo en el perifoneo sugiere que también debe ser resaltado en la página, destacando su utilidad para campañas publicitarias locales y eventos específicos. Por otro lado, aunque los servicios de DJ-disco móvil e impresión tienen menor preferencia, podrían beneficiarse de estrategias específicas de promoción, como la oferta de paquetes o descuentos exclusivos, para atraer a nuevos clientes.

Figura 23
Importancia de tener una Página Web



El 100% de los encuestados demostró que es **muy importante** que Publicidad Polanco cuente con una página web.

Este resultado evidencia un consenso absoluto entre los participantes sobre la relevancia de que la empresa tenga presencia digital. La percepción de importancia de una página web refleja la

necesidad de adaptarse a las expectativas actuales del mercado, donde los clientes valoran la accesibilidad e información clara.

El hecho de que todos los encuestados coinciden en la importancia de una página web resalta la urgencia de que Publicidad Polanco invierta en esta herramienta. Una página web no solo mejoraría la visibilidad de la empresa, sino que también fortalecería su imagen profesional y facilitaría la interacción con clientes actuales y potenciales.

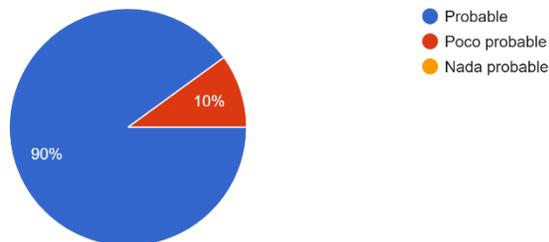
El 100% de los encuestados respondió que sí le gustaría que la página web de Publicidad Polanco ofreciera promociones y descuentos exclusivos.

Este resultado demuestra que los consumidores valoran los incentivos económicos y las ofertas personalizadas al interactuar con una empresa a través de su plataforma digital.

Este enfoque no solo atraería a nuevos clientes, sino que también incentivaría la repetición de compra entre los actuales. Además, incluir un sistema de notificaciones o boletines informativos podría mantener a los usuarios informados sobre las promociones vigentes, fomentando la constante interacción con la página web.

La oferta de descuentos exclusivos también puede posicionar a Publicidad Polanco como una empresa competitiva en el mercado local, aumentando su atractivo frente a negocios similares que no ofrecerán este tipo de beneficios.

Figura 24
Consulta a Página para Servicios



La mayoría de los encuestados (90%) considera que es probable que utilicen una página web para contratar servicios publicitarios. Este resultado destaca la importancia de contar con una presencia digital eficiente, ya que una página web no solo incrementaría la visibilidad de los servicios de Publicidad Polanco, sino que también facilitaría el acceso a información clave para los usuarios interesados.

El 10% que considera poco probable esta opción puede representar un segmento de consumidores que prefiere métodos más tradicionales de contacto o que tal vez no tiene suficiente acceso a internet.

El alto porcentaje de encuestados que consultarían una página web funcional refuerza la necesidad de diseñar una plataforma, atractiva y optimizada, que permita a los usuarios conocer los servicios, obtener cotizaciones y contactar fácilmente con la empresa.

9.2 Estrategias de marketing digital y diseño web publicitaria sobre los servicios de la empresa Publicidad Polanco

9.2.1 Proyecto de diseño

Paleta de colores:

La paleta de colores utilizada en la página web de Publicidad Polanco está cuidadosamente seleccionada para resaltar la identidad visual de la empresa. El Azul Oscuro (#0A1A3D) se emplea en la iconografía y en los párrafos de texto, aportando un aspecto profesional y sobrio. Para destacar los títulos, cuadros importantes, botones interactivos e iconografía relacionada con los valores de la empresa, se utiliza el Rojo (#D FF3131), que agrega energía y dinamismo. El Gris (#D9D9D9) se aplica en algunos fondos, recuadros de relleno y en el pie de página, ofreciendo un contraste sutil que mantiene la limpieza visual. Por último.

Tipo de página web:

La página web que describe se llama "**One Page**" o "**Single Page Website**". Este tipo de sitio web está diseñado para mostrar toda la información en una sola página, y cuando haces clic en los botones del menú (como Inicio, Servicios, Contáctanos y Sobre Nosotros), la página se

desplaza hacia diferentes secciones específicas en lugar de cargar. nuevas páginas. Este enfoque crea una navegación fluida y rápida, ideal para presentar contenido de manera clara y concisa.

Tipografías:

La tipografía utilizada en la página web de Publicidad Polanco es **Tienne**, en sus versiones **Bold** y **Normal**, seleccionada desde el programa Figma. Esta fuente combina elegancia y legibilidad, aportando un estilo profesional y sofisticado a la presentación visual del sitio.

Logotipo

Figura 25

Primer propuesta de Logotipo

SERVICIO DE PUBLICIDAD
POLANCO
“Creatividad que impacta”

El logo en tonos negros, es el diseño proporcionado por el propietario de Publicidad Polanco. Está compuesto por tres tipos de tipografías.

Figura 26

Logotipo Publicidad Polanco

PI
Publicidad Polanco

Se realizó una propuesta alternativa, que se utilizó en el prototipo web presentado a la empresa. Esta versión destaca por el uso de la tipografía Tienne y la incorporación de dos letras "P" unidas en la parte superior.

Figura 27
Prototipo Web



Inicio:

En la página de inicio de Publicidad Polanco, encontramos un diseño claro y organizado que facilita la navegación. El encabezado interactivo incluye botones para Inicio, Servicios, Contáctanos y Sobre Nosotros, permitiendo un acceso rápido a cada sección. Justo debajo, se ubica una portada visualmente atractiva, que presenta el nombre de la empresa acompañado de una frase representativa y una imagen destacada que refuerza la identidad de la marca.

A continuación, hay una breve descripción de la empresa, proporcionando una introducción clara sobre lo que ofrecemos. Más abajo, se presenta un bloque con los servicios de la empresa en formato de iconos, permitiendo una vista rápida y visual de nuestras principales áreas de especialización. Finalmente, la página termina con un pie de página, donde se incluyen detalles

adicionales y enlaces importantes, manteniendo una estructura limpia y profesional. Luego podemos encontrar una sección con la promoción del mes de la empresa.

Figura 28
Prototipo Web Servicios



Servicios:

Al hacer clic en el botón de "Servicios" en el sitio web de Publicidad Polanco, se despliega una nueva pestaña que presenta un encabezado de portada con una breve descripción general de los servicios que ofrece la empresa. Debajo del encabezado y la descripción, se encuentran los íconos representativos de cada uno de los servicios principales: perifoneo, sublimación, DJ y disco móvil, e imprenta. Cada ícono está acompañado por una breve descripción que resume las características y ventajas del servicio correspondiente. Al hacer clic en cualquiera de estos íconos, el usuario es dirigido a una página específica para el servicio seleccionado, donde se despliega información más detallada y se presenta una galería multimedia de imágenes relacionadas, mostrando ejemplos de trabajos realizados por Publicidad Polanco.

Sublimación:

Al hacer clic en el botón o ícono de sublimación, se abre una nueva pestaña que proporciona detalles específicos sobre este servicio. La página mantiene el mismo encabezado de portada que identifica a Publicidad Polanco, seguido de una representación ampliada del ícono de sublimación al lado del ícono, se ofrece una breve descripción que destaca los diversos productos que pueden ser personalizados mediante sublimación, como textiles, tazas, gorras y más. A continuación, se despliega una galería con seis imágenes de trabajos realizados, ilustrando la calidad y variedad de los proyectos llevados a cabo por la empresa. La página concluye con el pie de página estándar, consistente en todo el sitio web. También podemos encontrar una sección de galería de fotos que al hacer click en sus botones nos lleva a cada uno de ellos, también seguido de estos botones encontramos la iconografía de Publicidad Polanco para movernos a otro servicio.

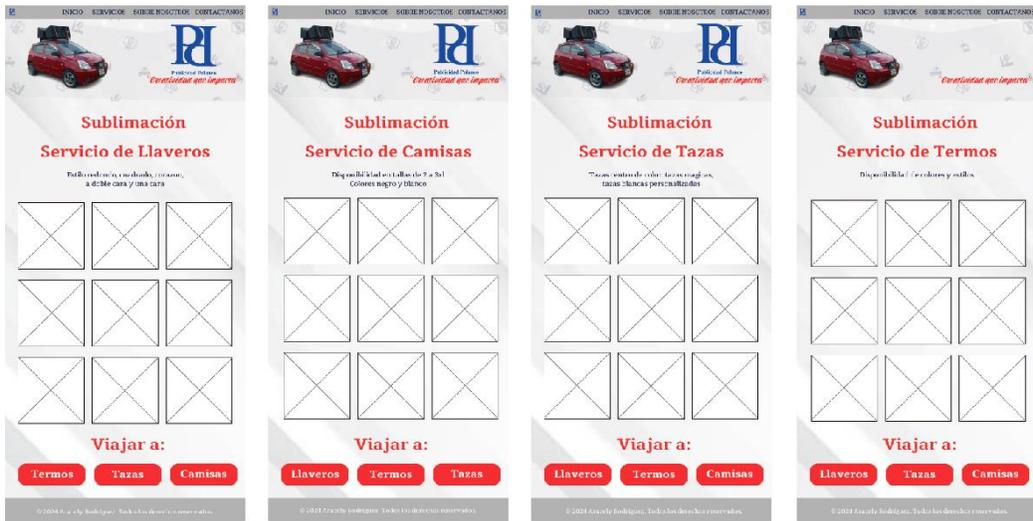
Galerías de servicios de sublimación:

Figura 29

Prototipo Web Sublimación



Figura 30
Galería de Servicios de Sublimación



En la galería de sublimación, se encuentra primero el banner principal del sitio, seguido de un título destacado. A continuación, se dispone de un espacio diseñado para que el propietario de la empresa pueda agregar hasta 9 fotos iniciales, con la posibilidad de ampliar la cantidad según sea necesario. En la parte inferior, se presenta una serie de botones interactivos que enlazan a otros servicios relacionados con la sublimación, junto con sus respectivas galerías de imágenes.

Perifoneo: Al hacer clic en el botón o ícono de perifoneo, se accederá a una nueva pestaña dedicada a este servicio, considerada el principal de Publicidad Polanco. A diferencia de las otras secciones, en esta página se cambia el encabezado de portada por una imagen destacada relacionada directamente con el perifoneo, resaltando su importancia para la empresa. Debajo del encabezado, se encuentra el ícono de perifoneo, acompañado a la derecha por una breve descripción que detalla las características y ventajas del servicio, destacando su efectividad. A continuación, se presenta una galería de imágenes, que ilustran la amplia experiencia de la empresa en este servicio. Al final de la página, se mantiene el pie de página común a todo el sitio web. También podemos encontrar una sección de galería de fotos que al hacer click en sus botones nos lleva a cada uno de ellos, también seguido de estos botones encontramos la iconografía de Publicidad Polanco para movernos a otro servicio.

Figura 31
Prototipo Web Perifoneo



Galería de servicios de perifoneo:

Figura 32

Galería de servicios de Perifoneo



En la galería de Perifoneo, se encuentra primero el banner principal del sitio, seguido de un título destacado. A continuación, se dispone de un espacio diseñado para que el propietario de la empresa pueda agregar hasta 9 fotos iniciales, con la posibilidad de ampliar la cantidad según sea necesario lo mismo que en la anterior galería únicamente que acá con los servicios de Perifoneo destacando los importantes “Eventos, Servicios fúnebres, promociones y publicidad para negocios”. En la parte inferior, se presenta una serie de botones interactivos que enlazan a otros servicios relacionados con el perifoneo junto con sus respectivas galerías de imágenes.

Imprenta:

Al hacer clic en el botón o ícono de imprenta, se accede a una página dedicada exclusivamente a este servicio. La sección comienza con un encabezado de Publicidad Polanco, seguido por una presentación del ícono representativo del servicio a la derecha del ícono, se encuentra una breve descripción que detalla los tipos de materiales impresos disponibles, como folletos, tarjetas, banners y otros productos personalizados. A continuación, se incluye una galería de imágenes que muestran ejemplos de trabajos realizados en el área de imprenta, permitiendo visualizar la calidad y el alcance del servicio. También podemos encontrar una sección de galería de fotos que al hacer click en sus botones nos lleva a cada uno de ellos, también seguido de estos botones encontramos la iconografía de Publicidad Polanco para movernos a otro servicio. La

Figura 33

Prototipo Web Imprenta



página finaliza con el pie de página (footer) estándar que se mantiene constante en todo el sitio web.

Galería de servicios de imprenta:

Figura 34
Galería de Servicios Imprenta



La galería de imprenta comienza con un banner principal seguido de un título destacado. Se incluye un espacio inicial donde el propietario puede agregar hasta 9 fotografías, con la flexibilidad de ampliar esta cantidad según lo requiera. A diferencia de la galería anterior, aquí se resaltan servicios clave como tarjetas, volantes, pancartas y vinilos. En la parte inferior, se encuentran botones interactivos que dirigen a otros servicios relacionados con el perifoneo, acompañados de sus respectivas galerías de imágenes.

Figura 35
Galería DJ-Disco Movil



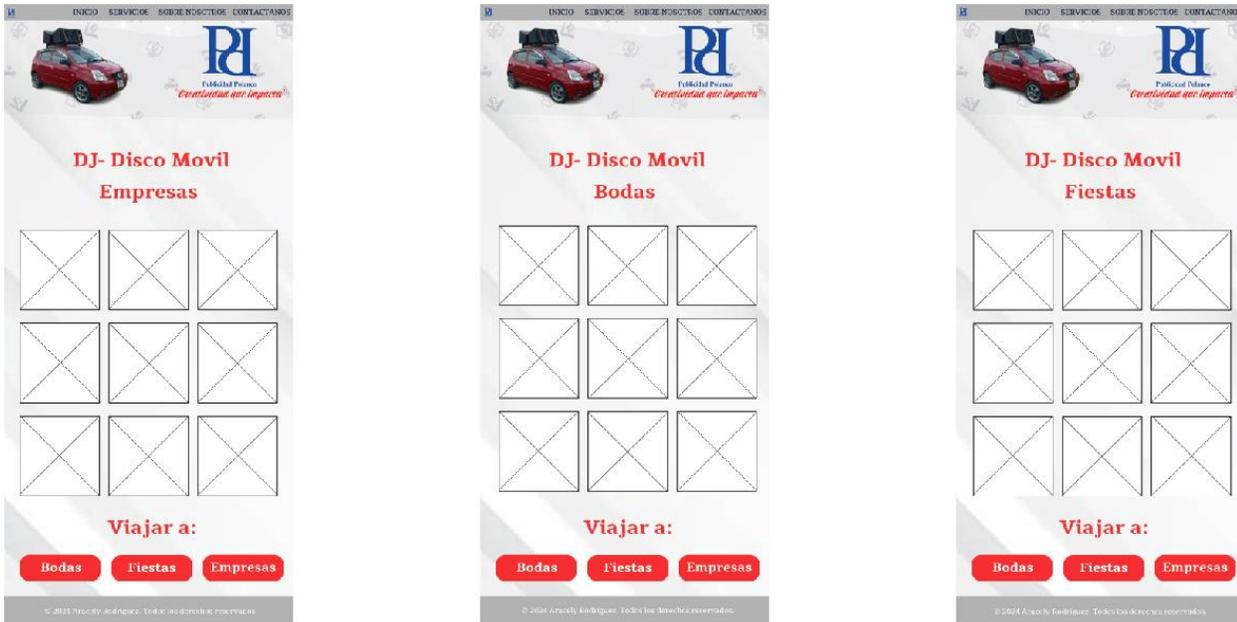
Dj- Disco móvil:

Al hacer clic en el botón o ícono de DJ-Disco Móvil, se abre una nueva pestaña dedicada a este servicio. La página comienza con un encabezado. A continuación, se presenta el ícono del servicio acompañado a la derecha de una breve descripción que detalla las características de las presentaciones y la diversidad de eventos que cubren, como fiestas, celebraciones corporativas y eventos privados. Seguidamente, se muestra una galería de cinco imágenes que reflejan la calidad y la atmósfera creada en los eventos gestionados por Publicidad Polanco. También podemos encontrar una sección de galería de fotos que al hacer click en sus botones nos lleva a cada uno de ellos, también seguido de estos botones encontramos la iconografía de Publicidad Polanco para

movernos a otro servicio, lo mismo que en cada uno de los demás servicios. El prototipo finaliza con el pie de página.

Galería de servicios de DJ-Disco móvil:

Figura 36
Prototipo Web



La galería de Dj-Disco móvil comienza con un banner principal seguido de un título destacado. Se incluye un espacio inicial donde el propietario puede agregar hasta 9 fotografías, con la flexibilidad de ampliar esta cantidad según lo requiera. A diferencia de la galería anterior, aquí se resaltan servicios clave como servicios para fiestas, bodas y empresas. En la parte inferior, se encuentran botones interactivos que dirigen a otros servicios relacionados con el perifoneo, acompañados de sus respectivas galerías de imágenes. Al final se encuentra el pie de página.

Figura 37
Prototipo web



Sobre nosotros:

Al hacer clic en el botón de "Sobre Nosotros" se accede a una página dedicada a la identidad y valores de Publicidad Polanco. La sección comienza con el mismo encabezado de portada, manteniendo la coherencia visual del sitio. Justo debajo se encuentra una descripción que resume la trayectoria y objetivos de la empresa, destacando su compromiso en ofrecer servicios de calidad en el área publicitaria. A medida que el usuario navega hacia abajo, se presentan la misión y visión de la empresa, que reflejan su propósito y metas a largo plazo. Más adelante, se despliegan los valores fundamentales que guían a Publicidad Polanco: compromiso, creatividad y confianza, cada

uno acompañado por un ícono representativo que refuerza visualmente su significado. La página finaliza con el pie de página estándar.

Figura 38
Información de contacto

The image shows a mobile website interface for 'Publicidad Polanco'. At the top, there is a navigation bar with links for 'INICIO', 'SERVICIOS', 'SOBRE NOSOTROS', and 'CONTACTANOS'. Below the navigation bar is a header section featuring a red car with a roof rack, the company logo 'PB', and the tagline 'Creatividad que impacta'. The main heading is 'Contactanos', followed by the instruction 'Envianos un mensaje llenando el siguiente formulario:'. The contact form includes fields for 'Nombre y Apellido', 'Número Celular:', and 'Correo Electronico:', along with a large 'Mensaje' text area. A red button labeled 'ENVIAR MENSAJE' is positioned below the form. The section 'Información de Contacto' features a Google Map showing the location of 'tortilleria R.A.' near 'Pozo de ENACAL' and 'Esc. Jesus el Buen Maestro'. Below the map, contact details are listed: a phone number '8907 - 9134', the address 'De donde fue el panameño 3c. al este y 1/2 al norte', and the name 'Celso Polanco'. The footer contains the copyright notice '© 2024 Aracely Rodríguez. Todos los derechos reservados.'

Contáctanos:

Al hacer clic en el botón de "Contáctanos", se abre una nueva pestaña dedicada a facilitar la comunicación con Publicidad Polanco. La sección inicia con el mismo encabezado de portada manteniendo la identidad visual del sitio web. A continuación, se presenta un formulario con un breve mensaje que invita al usuario a llenar sus datos si desea ponerse en contacto con la empresa. Justo debajo del formulario, se muestra un mapa que indica la ubicación exacta de Publicidad Polanco, ofreciendo una referencia visual precisa. Se proporciona información clave de contacto: la dirección física, el número de teléfono celular y el nombre del propietario, asegurando que el usuario tiene múltiples vías para comunicarse. La página concluye con el pie de página estándar del sitio web.

El prototipo del sitio web de Publicidad Polanco está diseñado para ofrecer una experiencia intuitiva y completa, organizada en varias secciones clave. En la página de inicio, se da una bienvenida al usuario y se presentan brevemente los servicios destacados. La sección de "Servicios" incluye iconografía específica para cada uno de los servicios que ofrece la empresa: perifoneo, sublimación, DJ y disco móvil, e imprenta. Cada servicio cuenta con su propia página detallada, que incluye descripciones informativas y una galería de imágenes mostrando ejemplos de trabajos realizados.

Además, el sitio cuenta con una sección "Sobre Nosotros", que ofrece información sobre la misión, visión y valores de Publicidad Polanco, destacando su compromiso con la calidad, la creatividad y la confianza. Por último, en la sección "Contáctanos", los usuarios pueden llenar un formulario de contacto, visualizar la ubicación de la empresa en un mapa y acceder a detalles específicos como dirección, teléfono y nombre del propietario. Cada página del sitio web mantiene un diseño coherente y profesional, rematado con un pie de página estándar que facilita la navegación.

10. Conclusión

La realización de esta tesis permitió cumplir con el objetivo principal de diseñar una página web publicitaria para Publicidad Polanco, logrando un recurso digital que responde a las necesidades de la empresa y su intención de mejorar su posicionamiento en el mercado local.

El proceso investigativo y creativo permitió identificar las estrategias actuales de la competencia, así como las preferencias del público objetivo, lo cual fue clave para desarrollar un diseño web funcional, visualmente atractivo y alineado con la identidad de la empresa. Además, se emplearon herramientas de marketing digital y diseño publicitario que resaltan los servicios y valores de Publicidad Polanco, generando una plataforma que puede servir como punto de referencia en su estrategia de crecimiento.

Este proyecto representa una solución innovadora que busca fortalecer la presencia digital de la empresa, facilitando la conexión con sus clientes actuales y potenciales. Aunque se presentaron desafíos durante el desarrollo, estos fueron superados mediante un enfoque metodológico adecuado, garantizando la calidad del resultado final.

En conclusión, la página web diseñada es un primer paso hacia la consolidación digital de Publicidad Polanco. Se recomienda la incorporación de nuevas herramientas de interacción y análisis, así como el monitoreo constante de su desempeño, para maximizar los beneficios que esta plataforma puede ofrecer.

11.Recomendaciones

Optimización para dispositivos móviles, es fundamental asegurar que el sitio web de Publicidad Polanco esté completamente optimizado para dispositivos móviles. Dado que un gran porcentaje de usuarios navega desde sus teléfonos, se recomienda utilizar un diseño responsivo que se adapte adecuadamente a diferentes tamaños de pantalla, manteniendo la funcionalidad y estética del sitio.

Actualización continua de la galería de imágenes, para mantener el interés de los visitantes, es recomendable actualizar periódicamente la galería de imágenes en cada sección de servicios. Incluir ejemplos recientes de trabajos realizados ayudará a mostrar la evolución y calidad constante del trabajo de la empresa.

Incorporar testimonios de clientes, una manera de aumentar la credibilidad del sitio web es agregar una sección de testimonios de clientes satisfechos. Estos comentarios positivos pueden ubicarse en la página de inicio o en las páginas específicas de servicios, destacando la satisfacción y la experiencia de quienes han contratado a Publicidad Polanco.

Integración de redes sociales. con el fin de aumentar la presencia digital de Publicidad Polanco, es recomendable integrar enlaces directos a las redes sociales de la empresa en el pie de página y en otras secciones estratégicas del sitio web. Esto permitirá a los usuarios seguir las actividades de la empresa y mantenerse informados sobre promociones y nuevos servicios.

Uso de imágenes y multimedia de alta calidad, es recomendable invertir en imágenes y multimedia de alta calidad para todas las secciones del sitio. Fotografías profesionales y videos cortos pueden ayudar a captar la atención de los visitantes y transmitir una imagen más profesional y confiable de la empresa.

12. Referencias bibliográficas

- Comm, J. (24 de Septiembre de 2024). *Posicionamiento en el mercado*. Posicionamiento en el mercado: <https://www.adogy.com/es/terms/market-positioning/>
- Content, R. (2013-2023). *¿Qué es la usabilidad web? Conoce este concepto y por qué es importante para la estrategia digital de las empresas*. ¿Qué es la usabilidad web? Conoce este concepto y por qué es importante para la estrategia digital de las empresas: <https://rockcontent.com/es/blog/usabilidad/>
- content, R. (2024). *Comunicación visual: entiende qué es, ejemplos y su importancia en las empresas*. Comunicación visual: entiende qué es, ejemplos y su importancia en las empresas: <https://rockcontent.com/es/blog/comunicacion-visual/>
- Crearimagen. (s.f.). *Cómo Incorporar Elementos Interactivos en tu Diseño Web*. Cómo Incorporar Elementos Interactivos en tu Diseño Web: <https://paginasweb.uno/diseno-web-interactivo-2/>
- Einagrafic. (25 de Febrero de 2019). *Qué es el diseño gráfico publicitario y qué tipos hay*. Qué es el diseño gráfico publicitario y qué tipos hay: <https://einatec.com/blog/diseno-grafico-publicitario/>
- Euroinnova. (2024). *que es una encuesta cerrada*. que es una encuesta cerrada: <https://www.euroinnova.com/blog/que-es-una-encuesta-cerrada#:~:text=Podemos%20definir%20lo%20que%20es,su%20prop%C3%B3sito%20es%20obtener%20resultados.>
- Figueiras, P. (23 de Octubre de 2023). *Integración de redes sociales en sitios web*. Integración de redes sociales en sitios web: <https://info.netcommerce.mx/redes-sociales/#:~:text=La%20integraci%C3%B3n%20de%20redes%20sociales%20en%20tu%20sitio%20web%20es,s%C3%B3lidas%20en%20el%20mundo%20digital.>
- MAGNETA. (Octubre de 2018). *Creando Contenidos que Atraen*. Creando Contenidos que Atraen: <https://blog.attracto.com/seo/elementos-del-seo-posicionamiento-web/>
- Milier, D. (21 de Octubre de 2024). *Qué es la identidad visual, su importancia y beneficios*. Qué es la identidad visual, su importancia y beneficios: <https://www.tiendanube.com/blog/identidad-visual-importancia-beneficios/>
- Ocerin, A. (2023). *Cómo impacta el marketing digital en el proceso de creación de marca*. Cómo impacta el marketing digital en el proceso de creación de marca: <https://amaiaocerin.eus/marketing-digital-proceso-creacion-marca/#:~:text=Los%20impactos%20del%20marketing%20digital,para%20llegar%20al%20p%C3%ABlico%20objetivo.>
- Ortega, C. (2024). *Investigación cuantitativa. Qué es y cómo realizarla*. Investigación cuantitativa. Qué es y cómo realizarla: <https://www.questionpro.com/blog/es/que-es-la-investigacion-cuantitativa/>

- Peredo, A. (2024). *En qué consiste el diseño funcional, atractivo o web amigable*. En qué consiste el diseño funcional, atractivo o web amigable: <https://galernaestudio.com/disenofuncional-el-atractivo-de-una-web-amigable/#:~:text=Un%20sitio%20web%20f%C3%A1cil%20de,se%20conviertan%20en%20clientes%20leales.>
- QuestionPro. (2024). *Marketing Digital: Qué es y cómo hacer que funcione*. Marketing Digital: Qué es y cómo hacer que funcione: <https://www.questionpro.com/es/marketing-digital.html#:~:text=Importancia%20del%20marketing%20digital,-El%20marketing%20digital&text=Al%20aprovechar%20las%20estrategias%20de,la%20fidelizaci%C3%B3n%20de%20los%20clientes.>
- Rangan, Y. (2024). *Qué es el marketing digital, sus ventajas y tipos*. Qué es el marketing digital, sus ventajas y tipos: https://www.hubspot.es/company/management?hubs_content=blog.hubspot.es/marketing/que-es-marketing-digital&hubs_content-cta=footer-company-management&hubs_post=blog.hubspot.es/marketing/que-es-marketing-digital&hubs_post-cta=footer-company-management&_gl=1
- Robles, F. (2022). *¿Qué es el Diseño Metodológico de una investigación? ¿Qué es el Diseño Metodológico de una investigación?*: <file:///C:/Users/PC/Downloads/Qu%C3%A9%20es%20el%20Dise%C3%B1o%20Metodol%C3%B3gico%20de%20una%20Investigaci%C3%B3n.pdf>
- Santos, D. (1 de Agosto de 2024). *Estrategias de marketing digital: guía completa con ejemplos*. Estrategias de marketing digital: guía completa con ejemplos: <https://blog.hubspot.es/marketing/guia-completa-estrategia-marketing-digital>
- SEOptimizer. (22 de Junio de 2024). *¿Por qué es importante tener un blog en una web? ¿Por qué es importante tener un blog en una web?*: <https://www.seoptimizer.com/es/blog/tener-un-blog-en-una-web/#:~:text=Tener%20un%20blog%20en%20una%20web%20es%20un%20elemento%20indispensable,%2C%20organizaci%C3%B3n%2C%20asociaci%C3%B3n%20o%20similares.>
- Sevilla. (2023). *La importancia del diseño responsive en la era de los dispositivos móviles*. La importancia del diseño responsive en la era de los dispositivos móviles: <https://en.camaradesevilla.com/disenoresponsive/>
- Tejada, C. (2022). *Qué es el Posicionamiento Web y Cómo se Hace*. Qué es el Posicionamiento Web y Cómo se Hace: <https://baseceromarketing.com/que-es-el-posicionamiento-web-y-como-se-hace/>
- Uxenespanol. (2023). *Diseño de Experiencia de Usuario (UX): ¿Qué y cómo diseñar UX?* Diseño de Experiencia de Usuario (UX): ¿Qué y cómo diseñar UX?: <https://uxenespanol.com/articulo/ux>

13. Anexos

Anexo 1: Encuesta clientes de la empresa y personas que laboran en la misma

18/11/24, 20:50

Encuesta "Publicidad Polanco"

Encuesta "Publicidad Polanco"

Estimados sr, soy estudiante de la universidad CUR-Estelí actualmente realizo trabajo de titulación donde me planteo el siguiente tema de

investigación: diseño de una página web para la empresa *Publicidad Polanco*, con el objetivo de mejorar su posicionamiento en el mercado de Estelí. De antemano agradezco su participación, ya que sus respuestas serán esenciales para el desarrollo de este proyecto.

* Indica que la pregunta es obligatoria

1. Objetivo

Indagar sobre las estrategias actual del mercado local y el público de la empresa Publicidad Polanco

1. **1. ¿Con qué frecuencia utiliza servicios de personalización de productos como Perifoneo, disco móvil, dj , sublimación , Imprenta, rotulación?** *

Marca solo un óvalo.

- Nunca
- Ocasionalmente (1-2 veces al año)
- Regularmente (3-6 veces al año)
- Frecuentemente (más de 6 veces al año)

2. **¿Qué factores considera más importantes al elegir una empresa de personalización de productos? (Seleccione hasta 2 opciones)** *

Selecciona todas las opciones que correspondan.

- Calidad del producto
- Precio
- Atención al cliente
- Tiempo de entrega
- Variedad de servicios
- Facilidad de contacto y pedido

3. **¿Conoce la empresa "Publicidad Polanco" y los servicios que ofrece?** *

Marca solo un óvalo.

- Sí, conozco todos sus servicios
- Sí, conozco algunos de sus servicios
- No, no los conozco

4. **¿Cómo se enteró de los servicios de "Publicidad Polanco"?** *

Marca solo un óvalo.

- Redes sociales
- Recomendación de conocidos
- Publicidad local
- Otro medio

5. **¿Qué aspecto cree que las empresas locales de personalización de productos deberían mejorar en su presencia online? (Seleccione hasta 2 opciones)** *

Selecciona todas las opciones que correspondan.

- Claridad de la información sobre los servicios
- Calidad de las imágenes de los productos
- Opciones para realizar pedidos en línea
- Contacto directo con la empresa
- Ofertas y promociones online

2. Objetivo

Describir las estrategias de marketing digital y diseño web publicitaria sobre los servicios de la empresa Publicidad Polanco

6. **¿Conoce que es una estrategia de marketing y de diseño?** *

Marca solo un óvalo.

- Si
- No

7. **¿Qué redes sociales utiliza para seguir marcas o empresas relacionadas con productos personalizados? (Seleccione hasta 2 opciones)** *

Selecciona todas las opciones que correspondan.

- Facebook
- Instagram
- Sitios web
- TikTok
- WhatsApp
- Otra(s)

8. **¿Con qué frecuencia visita páginas web de empresas antes de adquirir productos personalizados?** *

Marca solo un óvalo.

- Siempre
- Frecuentemente
- Rara vez
- Nunca

9. **¿Qué elementos considera esenciales en una página web de una empresa como "Publicidad Polanco"? (Seleccione hasta 2 opciones)** *

Selecciona todas las opciones que correspondan.

- Galería de trabajos
- Información detallada de servicios y precios
- Opciones de contacto directo
- Catálogo de productos
- Blog con ideas y tendencias
- Testimonios de clientes

10. **¿Qué tan importante considera que es una presencia online (sitio web, redes sociales) para una empresa de personalización de productos?** *

Marca solo un óvalo.

- Muy importante
- Importante
- Poco importante
- No es importante

11. **11. ¿Ha realizado compras o pedidos a través de páginas web de empresas similares?** *

Marca solo un óvalo.

- Sí, y la experiencia fue positiva
- Sí, pero la experiencia fue negativa
- No, pero me gustaría intentarlo
- No, prefiero realizar pedidos en persona

3. Objetivo

Proponer

la página web publicitaria para la empresa Publicidad Polanco

12. **12. ¿Considera que una página web podría mejorar su experiencia al solicitar productos de "Publicidad Polanco"?** *

Marca solo un óvalo.

- Sí, mucho
- Sí, pero no es esencial
- No, no lo considero necesario

13. **13. ¿Qué funcionalidades le gustaría encontrar en una página web de la empresa? (Seleccione hasta 3 opciones)** *

Selecciona todas las opciones que correspondan.

- Tienda online
- Calculadora de precios
- Portafolio de trabajos realizados
- Chat en vivo para atención al cliente
- Formulario de contacto rápido

14. **14. ¿Qué tan importante es para usted que una empresa local como "Publicidad Polanco" tenga una página web funcional y actualizada?** *

Marca solo un óvalo.

- Muy importante
- Importante
- Poco importante
- No es importante

15. **15. ¿Cómo cree que una página web mejoraría el posicionamiento de "Publicidad Polanco" en el mercado local?** *

Marca solo un óvalo.

- Mejoraría la visibilidad de sus productos y servicios
- Facilitaría el proceso de compra
- Aumentaría la confianza de los clientes
- No creo que tenga un impacto significativo

16. **16. ¿Estarías dispuesto a recomendar la página web de "Publicidad Polanco" si cumple con tus expectativas de productos y servicios personalizados?** *

Marca solo un óvalo.

- Si
- No

Muchas Gracias.

Anexo 2: Encuesta de personas al azar

29/11/24, 20:54

Encuesta "Publicidad Polanco"

4. 3. ¿Qué tan interesado estaría en utilizar alguno de los siguientes servicios? (Perifoneo, Sublimación, Dj-disco movil, imprenta) *

Marca solo un óvalo.

- Muy Interesado
 Interesado
 Poco interesado
 No estoy interesado

5. 4. ¿Qué servicio le resulta más atractivo de los siguientes? *

Marca solo un óvalo.

- Perifoneo
 Dj- Disco movil
 Sublimación
 Imprenta

6. 5. ¿Qué tan importante considera que una empresa como Publicidad Polanco tenga una página web? *

Marca solo un óvalo.

- Importante
 Poco importante
 Nada importante

Encuesta "Publicidad Polanco"

Estimados sr, soy estudiante de la universidad CUR-Estelí actualmente realizo trabajo de titulación donde me planteo el siguiente tema de investigación: diseño de una página web para la empresa *Publicidad Polanco*, con el objetivo de mejorar su posicionamiento en el mercado de Estelí. De antemano agradezco su participación, ya que sus respuestas serán esenciales para el desarrollo de este proyecto.

* Indica que la pregunta es obligatoria

1. Edad *

Marca solo un óvalo.

- 18-25
- 26-40
- 41-60
- Más

2. 1. ¿Ha utilizado algún servicio de publicidad en los últimos 12 meses? *

Marca solo un óvalo.

- Si
- No

3. 2. ¿Conoce o ha escuchado hablar de la empresa Publicidad Polanco?

Marca solo un óvalo.

- Si
- No

7. 6. Si esta empresa tuviera una página web, ¿le gustaría que incluyera promociones y descuentos exclusivos? *

Marca solo un óvalo.

Si

No

8. 7. ¿Qué tan probable sería que consultara una página web para contratar servicios publicitarios? *

Marca solo un óvalo.

Probable

Poco probable

Nada probable

Google no creó ni aprobó este contenido.

Google Formularios

Anexo 3: Validación de instrumentos de recolección por expertos

Validación encuesta

Instrucciones

Por favor, lea detenidamente cada uno de los enunciados y de respuesta de cada ítem. Utilice el siguiente formato para indicar su grado de acuerdo o desacuerdo con cada enunciado que se presenta, marcando con una equis (x) en el espacio correspondiente según la siguiente escala:

5. Excelente
4. Muy Bueno
3. Bueno
2. Regular
1. Deficiente

Si desea plantear alguna sugerencia para enriquecer el instrumento, utilice el espacio correspondiente a observaciones, ubicado en la parte inferior del formato.

Constancia de juicio de experto

Yo, Lester Alexander Godomo Hlate, MSc. En Gerencia Tecnológica e Innovación; Por medio de la presente hago constar que he leído y revisado, con fines de validación, el instrumento de investigación: Encuesta, que será aplicado en el desarrollo del estudio: "Diseño de página web para un mayor posicionamiento a la empresa "Publicidad Polanco" de la ciudad de Estelí durante el II semestre del año 2024." por la estudiante: Jeymi Aracely Rodríguez Rodríguez.

Luego de hacer las verificaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones:

Evaluación de instrumento:

Nº	Indicadores	Valores				
		Deficiente	Regular	Bueno	Muy Bueno	Excelente
1.	El instrumento presenta coherencia con el problema de investigación.				✓	
2.	El instrumento evidencia el problema a solucionar.				✓	
3.	El instrumento guarda relación con los objetivos y preguntas propuestas en la investigación.					✓
4.	El instrumento utiliza un lenguaje apropiado					✓
5.	Los indicadores son los correctos para cada dimensión.				✓	
6.	La redacción de las preguntas es clara y apropiada para cada dimensión.				✓	
7.	Relevancia del contenido				✓	
8.	En general, el instrumento permite un manejo ágil de la información.				✓	

El instrumento diseñado a su juicio es: válido (✓) no válido ()

Observaciones:

Para que conste a los efectos oportunos, extendiendo la presente en la ciudad de Estelí, a los tantos días del mes de: Octubre del año dos mil veinticuatro.



Firma del experto

Instrucciones

Por favor, lea detenidamente cada uno de los enunciados y de respuesta de cada ítem.
Utilice el siguiente formato para indicar su grado de acuerdo o desacuerdo con cada enunciado que se presenta, marcando con una equis (x) en el espacio correspondiente según la siguiente escala:

5. Excelente
4. Muy Bueno
3. Bueno
2. Regular
1. Deficiente

Si desea plantear alguna sugerencia para enriquecer el instrumento, utilice el espacio correspondiente a observaciones, ubicado en la parte inferior del formato.

Constancia de juicio de experto

Yo, Augusto César Hidalgo Blandoín, MSc. En Diseño de Aplicaciones multimedia; Por medio de la presente hago constar que he leído y revisado, con fines de validación, el instrumento de investigación: Encuesta, que será aplicado en el desarrollo del estudio: "Diseño de página web para un mayor posicionamiento a la empresa "Publicidad Polanco" de la ciudad de Estelí durante el II semestre del año 2024." por la estudiante: Jeymi Aracely Rodríguez Rodríguez.

Luego de hacer las verificaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones:

Instrucciones

Por favor, lea detenidamente cada uno de los enunciados y de respuesta de cada ítem.
Utilice el siguiente formato para indicar su grado de acuerdo o desacuerdo con cada enunciado que se presenta, marcando con una equis (x) en el espacio correspondiente según la siguiente escala:

5. Excelente
4. Muy Bueno
3. Bueno
2. Regular
1. Deficiente

Si desea plantear alguna sugerencia para enriquecer el instrumento, utilice el espacio correspondiente a observaciones, ubicado en la parte inferior del formato.

Constancia de juicio de experto

Yo, Henry Jafet Escalante Morales, MSc. en Educación e intervención social; Por medio de la presente hago constar que he leído y revisado, con fines de validación, el instrumento de investigación: Encuesta, que será aplicado en el desarrollo del estudio: "Diseño de página web para un mayor posicionamiento a la empresa "Publicidad Polanco" de la ciudad de Estelí durante el II semestre del año 2024." por la estudiante: Jeymi Aracely Rodríguez Rodríguez.

Luego de hacer las verificaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones:

Evaluación de instrumento:

Nº	Indicadores	Valores				
		Deficiente	Regular	Bueno	Muy Bueno	Excelente
1.	El instrumento presenta coherencia con el problema de investigación.					✓
2.	El instrumento evidencia el problema a solucionar.					✓
3.	El instrumento guarda relación con los objetivos y preguntas propuestas en la investigación.					✓
4.	El instrumento utiliza un lenguaje apropiado					✓
5.	Los indicadores son los correctos para cada dimensión.					✓
6.	La redacción de las preguntas es clara y apropiada para cada dimensión.					✓
7.	Relevancia del contenido					✓
8.	En general, el instrumento permite un manejo ágil de la información.					✓

El instrumento diseñado a su juicio es: válido (✓) no válido ()

Observaciones:

Para que conste a los efectos oportunos, extiendo la presente en la ciudad de Estelí, a los **31 días del mes de:** octubre del año dos mil veinticuatro.



Firma del experto

Evaluación de instrumento:

N°	Indicadores	Valores				
		Deficiente	Regular	Bueno	Muy Bueno	Excelente
1.	El instrumento presenta coherencia con el problema de investigación.					✓
2.	El instrumento evidencia el problema a solucionar.					✓
3.	El instrumento guarda relación con los objetivos y preguntas propuestas en la investigación.					✓
4.	El instrumento utiliza un lenguaje apropiado				✓	
5.	Los indicadores son los correctos para cada dimensión.					✓
6.	La redacción de las preguntas es clara y apropiada para cada dimensión.					✓
7.	Relevancia del contenido					✓
8.	En general, el instrumento permite un manejo ágil de la información.					✓

El instrumento diseñado a su juicio es: válido (✓) no válido ()

Observaciones:

En los instrumentos indicar a quien es la encuesta, ya que hay tres encuestas y no se sabe si es al propietario de la empresa, a los usuarios. Definir el Término de personalización de producto, porque no se entiende y no hace referencia a una empresa de publicidad.

Para que conste a los efectos oportunos, extendiendo la presente en la ciudad de **Estelí**, a los **veinte días del mes de octubre** del año dos mil veinticuatro.


 Firma del experto

PI



Publicidad Polanco

MANUAL DE USUARIO

Prototipo en figma

1. Propósito del Prototipo

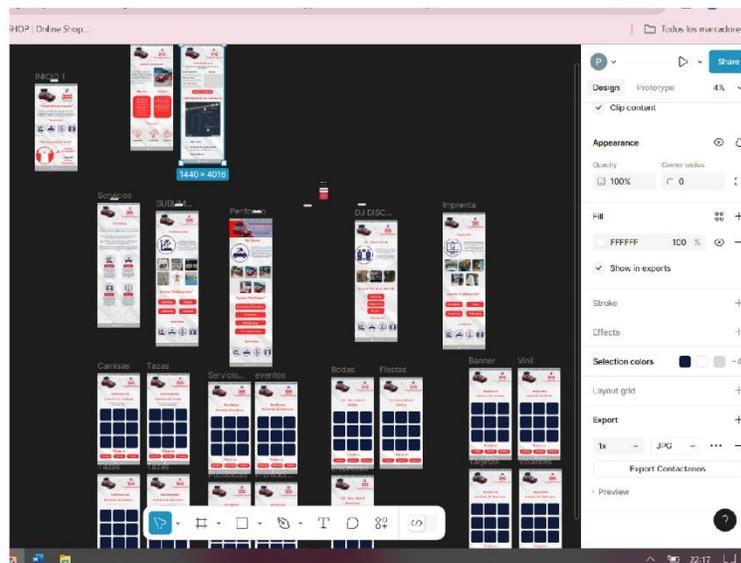
El prototipo busca ofrecer un modelo funcional y atractivo del sitio web de Publicidad Polanco, permitiendo explorar de manera visual y práctica los servicios que ofrece la empresa, con un diseño adaptable y coherente.

2. Herramientas Utilizadas

- Figma : Diseño de prototipos interactivos.
- Adobe Illustrator : Creación de elementos gráficos, como banners, íconos y el logo corporativo.

3. Estructura del prototipo

El sitio está organizado en varias secciones principales, todas accesibles mediante un menú interactivo en la parte superior:



3.1 Página de inicio

- Encabezado : Incluye botones de navegación a las secciones Inicio, Servicios, Sobre Nosotros y Contáctanos.

- Portada Principal : Compuesta por el nombre de la empresa, una frase representativa y una imagen destacada que refuerza la identidad visual.

- Descripción de la Empresa : Texto breve que presenta los servicios y misión de la empresa.

- Servicios : Iconos representativos de las principales áreas de especialización (perifoneo, sublimación, impresión y DJ Disco Móvil).

- Promoción del Mes : Sección dedicada a resaltar promociones o descuentos actuales.

- Pie de Página : Contiene información adicional y enlaces clave.



3.2 Página de Servicios

- **Encabezado :** Contiene una breve descripción e los servicios que ofrece la empresa.

- **Iconos Representativos :** Perifoneo, sublimación, impresión, y DJ Disco Móvil, cada uno con una descripción resumida.

- **Navegación Específica :** Al hacer clic en un icono, el usuario es redirigido a una página detallada del servicio seleccionado.

INICIO SERVICIOS SOBRE NOSOTROS CONTACTANOS

Publicidad Polanco
"Creatividad que impacta"

Servicios

En Publicidad Polanco, somos expertos en ofrecer soluciones publicitarias completas para ayudarte a destacar en el mercado. Nuestra especialidad es el perifoneo, utilizando equipos de sonido de alta calidad para llevar tu mensaje a grandes audiencias con claridad y eficacia.

Además, contamos con servicios de sublimación, donde personalizamos una amplia variedad de artículos con diseños duraderos y de alta resolución, perfectos para promociones y eventos.

Nuestra imprenta te ofrece productos impresos profesionales, desde folletos hasta tarjetas de presentación, con acabados impecables que aseguran la mejor presentación de tu marca.

También contamos con servicios de DJ y discoteca móvil, ideales para animar cualquier evento social o corporativo con música adecuada para cada ocasión, brindando diversión garantizada y entretenimiento de calidad.

Sublimación

Nuestro servicio de sublimación permite personalizar una gran variedad de productos. Desde textiles hasta artículos promocionales, empleamos técnicas modernas para imprimir diseños con colores vivos y duraderos, ideales para darte un toque distintivo a tu marca o evento.

Perifoneo

Utilizamos equipos de sonido de alta calidad para difundir mensajes y promociones a grandes audiencias. Nuestro servicio garantiza una cobertura efectiva en áreas específicas, asegurando que la información llegue con claridad y volumen óptimo.

DJ Disco Movil

Para animar cualquier evento, ofrecemos un servicio completo de DJ y disco móvil. Nuestro equipo de sonido profesional y DJs experimentados crean la atmósfera perfecta, con la música adecuada para cada ocasión, asegurando diversión y entretenimiento de principio a fin.

Imprenta

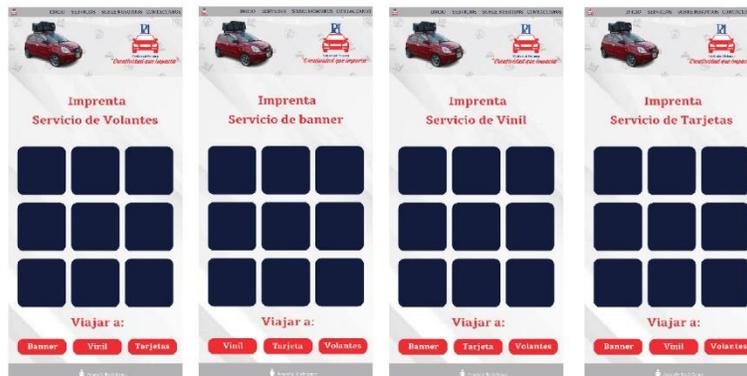
Nuestra imprenta proporciona soluciones de alta calidad para todas tus necesidades de impresión. Diseñamos y producimos folletos, tarjetas de presentación, folletos, carteles y más, con acabados profesionales que destacan por su excelente presentación y durabilidad.

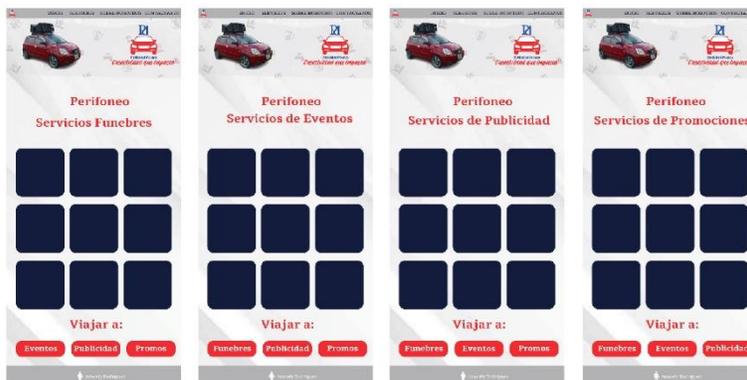
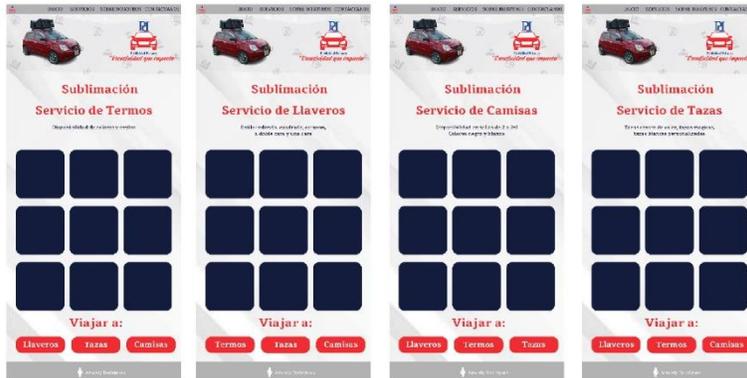
Aracely Rodriguez

3.3 Páginas de Servicios Específicos

Cada servicio tiene su propia página dedicada con el siguiente contenido:

- Encabezado : Imagen destacada o banner relacionado con el servicio.
- Descripción : Texto que detalla las características, beneficios y aplicaciones del servicio.
- Galería Multimedia : Espacio para agregar hasta 9 imágenes de trabajos realizados, con la posibilidad de ampliar la cantidad según las necesidades.
- Botones Interactivos : Acceso a otros servicios relacionados y sus respectivas galerías.





3.4 Página sobre nosotros

- Encabezado : Mantiene el estilo visual coherente del sitio.
- Descripción : Información sobre la trayectoria y objetivos de Publicidad Polanco.
- Misión y Visión : Texto que destaca los valores y metas de la empresa.
- Valores Fundamentales : Compromiso, creatividad y confianza, representados con iconografía única.



3.5 Página Contáctenos

- Encabezado : Igual a las demás páginas, asegurando cohesión visual.
- Formulario de Contacto : Espacio para que los usuarios dejen sus datos y mensajes.
- Mapa de Ubicación : Visualización clara de la ubicación física de la empresa.
- Información de Contacto : Dirección, número de teléfono y nombre del propietario.

The screenshot shows a mobile website interface for 'Publival Fletes'. At the top, there is a navigation menu with 'INICIO', 'SERVICIOS', 'SOBRE NOSOTROS', and 'CONTACTANOS'. Below the menu, there are two images of a red car: one with a roof rack and one with a logo. The logo includes the text 'Publival Fletes' and the slogan 'Eficiencia que impacta'. The main heading is 'Contactanos' in red, followed by the instruction 'Envíanos un mensaje llenando el siguiente formulario:'. The form contains four input fields: 'Nombre y Apellido', 'Mensaje', 'Número Celular:', and 'Correo Electronico:'. A red button labeled 'ENVIAR MENSAJE' is positioned below the form. Underneath the form is the section 'Información de Contacto', which features a Google Map showing the location of 'tortilleria R.A.' and 'Pozo de ENACAL'. Below the map, the contact details are listed: a phone number '8907 - 9134', the address 'De donde fue el panameño 3c. al este y 1/2 al norte', and the name 'Celso Polanco'. At the bottom of the page, there is a small icon and the name 'Anacely Rodriguez'.

4. Navegación del Prototipo

-Menú Principal : Botones en el encabezado que permiten acceder rápidamente a cualquier sección.

-Botones Interactivos : Facilitan la transición entre servicios relacionados.

-Desplazamiento vertical : permite explorar el contenido de cada sección en orden lógico.

5. Opciones de personalización

El diseño permite al propietario de Publicidad Polanco realizar modificaciones según sus necesidades:

- Actualizar imágenes en las galerías.**
- Cambiar textos en descripciones y promociones.**
- Agregar imágenes por galería.**

6. Enlace a prototipo

<https://www.figma.com/proto/NFjzz7T8IfXN5FNRIKgONu/Untitled?node-id=64-76&node-type=canvas&t=iyHzo7nf0ppLjlBA-1&scaling=scale-down&content-scaling=fixed&page-id=0%3A1&starting-point-node-id=1%3A4>



¡Universidad del Pueblo y para el Pueblo!



