



Diseño Gráfico

*Diseño de plataforma E-commerce para la Galería Bonanza de
Asunción – Paraguay
“Diseño Gráfico, E-commerce y Diseño UI/UX”*

Cattebeke Melgarejo, Alexandra Nicole

**Tutor:
Jorge Almada**

**Asunción - Paraguay
2022**



ÍNDICE

Introducción	14
Capítulo 1. Planteamiento del Problema de Investigación	15
1.1. El problema.....	15
1.2. Formulación del Problema.....	15
1.2.1. Bonanza como empresa	15
1.2.2. El mercado	16
1.2.3. La estrategia	16
1.2.4. La investigación.....	17
1.3. Objetivos.....	17
1.3.1. Objetivo general.....	17
1.3.2. Objetivos específicos.	17
1.4. Justificación	18
1.5. Limitaciones.....	18
Capítulo 2. Marco Referencial.....	19
2.1. Aspectos Históricos	19
Pandemias de la historia y su impacto económico.....	19
La peste negra (1347-1382)..	19
La gripe española (1918-1920)..	19
Primeros centros comerciales de Asunción	20
El antiguo Mercado Guasu.....	20
El mercado municipal N°4.....	20
2.2. Antecedentes:.....	21
2.2.1. Antecedentes del cliente emisor.....	21
Galería Bonanza.....	21
2.2.2. Casos de estudio local/internacional.....	22
Local	22
Clasipar.	22
Clasitiendas.....	22
Hendyla.....	23
Monchis.....	23
Tiendas Py.....	23
Compras no Paraguai.	23
Nissei.....	23



Los Jardines	23
Internacional	23
E-bay.....	23
Nike página web de e-commerce.....	23
Amazon.....	24
Mercado libre.....	25
Alibaba.....	25
Aliexpress	25
2.3. Aspectos legales:.....	25
2.3.1 Ley de Comercio Electrónico	25
2.3.2 Regulación de la publicidad.....	28
Capítulo 3. Marco Teórico y Definición de Términos Básicos.....	29
3.1. Marco teórico:.....	29
La marca, branding	29
Branding.....	29
Manual de marcas.	29
Marketing.....	30
Estudio de mercado.....	30
Segmentación de mercado.	30
Modo de compra.	30
FODA.....	30
Publicidad ATL (Above The Line).....	30
Publicidad BTL (Below The Line)	30
Publicidad TTL (Through The Line).....	31
Negocio.....	31
Modelo de Negocios.	31
E-commerce, Diseño web, UI/UX.....	31
Modelos de E-commerce.	32
Diseño de interfaz de usuario.....	32
Diseño de experiencia de usuario.	33
La barra de navegación.	34
Migas de Pan.....	34
Formularios.	34
Fotografía.....	34



Fotografía de producto.....	34
Exposición.....	34
Encuadre.	35
3.2. Definición de Términos Básicos.....	36
Venta al por menor.....	36
Venta al por mayor.....	36
Triangulación.	36
Micro mecenazgo (Crowdfunding).....	36
Suscripción.....	36
Productos físicos.	36
Productos digitales.....	36
Servicios.....	36
Delivery.....	36
Responsive design.....	36
Capítulo 4. Marco Metodológico.....	37
4.1. Nivel de investigación.....	37
4.2. Diseño de investigación	37
4.3. Población y muestra.....	37
4.4. Tipo de muestreo.....	37
4.5. Instrumentos y sistema de recolección de datos.....	37
Encuesta	38
4.6. Gráficas.....	39
Capítulo 5. Síntesis y Diagnóstico.....	42
5.1 Síntesis.....	42
5.2 Diagnóstico	42
Capítulo 6. Planteamiento del Problema de diseño	43
6.1. El problema de Diseño.....	43
6.2. Objetivos de diseño.....	43
6.2.1. General de diseño.....	43
6.2.2. Específicos de diseño.....	43
6.2.3 Específicos de áreas del conocimiento.	44
Comunicación	44
Socio-económico.....	44
Capítulo 7. Propuesta Creativa de Diseño Gráfico	44



7.1. Desarrollo de la Propuesta Creativa.....	44
Proceso creativo	44
Relevamiento de mercado.....	44
Segmentación de mercado	44
Público cautivo.....	45
Público potencial.....	45
Público deseado	45
Modo de Compra	45
Mapas y diagramas	46
Estrategia.....	48
7.2. Justificación de la Propuesta Creativa	48
7.3. Aspectos comunicacionales.....	49
7.3.1. Normalización.....	49
Capítulo 8. Desarrollo de piezas gráficas	56
8.1. Implementación de piezas gráficas.....	56
8.2. Cronograma de actividades.....	61
Capítulo 9. Presupuesto – Plan de Inversión	62
Capítulo 10. Conclusiones.	63
Bibliografía	64



RESUMEN

Durante los años 2020-2021 se generó una reducción de ventas que provocó el cierre de muchas empresas por la crisis del coronavirus. El comercio presencial y tradicional demostró ser insuficiente para ajustarse a las herramientas de comunicación y tecnología actual. La empresa Bonanza S.A. se ve con la necesidad de un nuevo modelo de negocios precisando expandir y diversificar su fuente de ingreso, además de ampliar sus medios de pago y abrir nuevos canales de comercialización. Mediante la investigación a través de medios de comunicación nacionales se concluyó que las ventas realizadas en comercios electrónicos, aumentaron en gran porcentaje. Los resultados arrojados por la encuesta realizada a los locatarios deducen que sus empresas no cuentan con plataformas de comercio electrónico haciéndolos potenciales clientes. La solución planteada por este proyecto es el diseño de una plataforma web de comercio con una buena UI-UX y su correspondiente campaña de lanzamiento y estrategia de comunicación gráfica digital.