



**INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO  
“IDAT”**

**PROGRAMA DE ESTUDIOS EN DISEÑO GRÁFICO**

**DISEÑO DE PLATAFORMA DIGITAL ENFOCADA EN EL  
E-COMMERCE PARA EMPRENDEDORES**

**Trabajo de aplicación profesional para obtener el título Profesional Técnico en  
Diseño Gráfico**

**CATHERINE NOELIA GUERE ROJAS  
(0009-0001-5734-0132)**

**MARCELO FABIAN GONZAGA SEGURA  
(0009-0008-2842-8937)**

**Lima - Perú  
2024**

**Dedicatoria**

*A nuestras familias por su gran apoyo y a nuestros docentes que compartieron sus conocimientos y dedicación siempre.*

## Índice General

	Pág.
<b>Resumen Ejecutivo</b> .....	6
<b>Introducción</b> .....	8
<b>Capítulo I: Planteamiento del Problema</b>	
Problema de Investigación .....	9
Formulación del Problema .....	10
Justificación .....	11
Objetivos de la Investigación .....	12
Hipótesis.....	12
<b>Capítulo II: Marco Teórico - Formulación de la Identidad de Marca</b>	
Antecedentes de la Investigación .....	13
Bases Teóricas.....	17
Definiciones y Construcción de la Identidad de Marca .....	21
Gestión de Branding .....	26
Definición de Términos Básicos .....	29
<b>Capítulo III: Planteamiento de Plan de Marketing y Estrategia</b>	
Definiciones e Indicadores .....	32

Tipos de Investigación y Análisis .....	35
<b>Capítulo IV: Diseño y Ejecución de la Solución</b>	
Solución Principal.....	36
Desarrollo de Piezas Audiovisuales y Gráficas de Soporte.....	42
Costos del Proyecto: Diseño y Producción.....	74
Validación Final de la Propuesta de Diseño.....	75
<b>Conclusiones.....</b>	<b>81</b>
<b>Recomendaciones.....</b>	<b>85</b>
<b>Referencias Bibliográficas.....</b>	<b>88</b>
<b>Anexos.....</b>	<b>94</b>

## Índice de Figuras

	Pág.
Figura 1. Buyer Persona.....	23
Figura 2. Logotipo Wuindo.....	26
Figura 3. Isotipo Wuindo.....	27
Figura 4. Colores Corporativos.....	28
Figura 5. Tipografía.....	29
Figura 6. Versiones del Imagotipo.....	43
Figura 7. Área de respeto.....	43
Figura 8. Aplicaciones sobre fondo .....	44

Figura 9. Papelería Corporativa.....	45
Figura 10. Merchandising.....	46
Figura 11. Style Guide.....	47
Figura 12. Favicon.....	49
Figura 13. Header y Footer.....	50
Figura 14. Wireframe – Inicio .....	52
Figura 15. Wireframe – Registro de Usuario (Emprendedor) .....	53
Figura 16. Wireframe - Vista del perfil de una marca de un emprendedor.....	56
Figura 17. Wireframe Dashboard (Inicio) .....	58
Figura 18. Wireframe Dashboard (Mi tienda) .....	59
Figura 19. Wireframe Dashboard (Mis Productos) .....	61
Figura 20. Wireframe Dashboard (Mis Pedidos).....	64
Figura 21. Wireframe Dashboard (Mis finanzas) .....	66
Figura 22. Wireframe Dashboard (Estadísticas) .....	67
Figura 23. Wireframe Dashboard (Promociones) .....	69
Figura 24. Wireframes Responsives.....	70
Figura 25. Piezas en redes sociales.....	71

## Resumen Ejecutivo

El presente trabajo de investigación titulado: El Diseño de una plataforma digital enfocada en el e-commerce para emprendedores, Lima,2024, contempla como finalidad el desarrollo y diseño de una interfaz para una plataforma web con giro e-commerce.

Para su ejecución se hará una encuesta al público objetivo que reúne a peruanos emprendedores en Lima Metropolitana sin distinción de sexos de 25 a 35 años con NSE C y D con la finalidad de generar una buena experiencia de usuario y navegabilidad en una plataforma confiable y usable.

El primer capítulo enfatiza en la problemática que los emprendedores atraviesan en una era digital acelerada e impulsada debido a la pandemia; esto conllevó a tener una presencia digital casi obligatoria con la firmeza de poder llegar a más consumidores.

Nuestra plataforma Wuindo resuelve este problema al brindar a los emprendedores un espacio digital en donde poder tener una presencia y conexión con su público a través de herramientas que permitirán personalizar y digitalizar su negocio a través de nuestra plataforma.

En el segundo capítulo investigamos diversos estudios semejantes con el diseño de una plataforma enfocada en el e-commerce con la finalidad de generar una interfaz digital basada en la experiencia del usuario y las recomendaciones para hacer de esta una plataforma navegable y usable.

En el tercer capítulo abordamos la estrategia y definiciones objetivas que permitirán comprender mejor los indicadores y la variable de la plataforma digital, explicando el trabajo y el proceso de la medición a través de la herramienta de investigación seleccionada.

En el cuarto capítulo, examinamos los resultados de nuestra herramienta de investigación y el análisis de los resultados. Además, se muestran las principales gráficas que explican el flujo por el cual nuestro usuario navegará y podrá acceder en la plataforma Wuindo.