

TAP - Diseño de la página web SOUNDCHECK

ID : 77924001804f3ccaaad971775ad912bf62950a1d



Nombre del fichero : TAP - Diseño de la página web SOUNDCHECK.txt	Depositante : Jerson Sanchez Ramos
Tamaño del archivo original : 3,98 MB	Fecha de depósito : 18 de septiembre de 2026
Número de palabras : 12.043	Tipo de carga : interface
	fecha de fin de análisis : 18 de septiembre de 2026

 Resumen (sección 1/3)

Localización de los textos sospechosos en el documento :



Incluido en el porcentaje de textos sospechosos :

Similitudes

4%

-  Sintáctica 4%
-  Semántica <1%

Pasajes con similitudes a fuentes encontradas en diferentes colecciones.



Detección de IA

13%

Textos estilísticamente próximos a un texto generado por una IA.
Este índice es un indicador y no una prueba. Comprueba con el autor si domina los conocimientos mencionados en el documento.



Idiomas no reconocidos

6%

Pasajes en los que parte del vocabulario utilizado no forma parte del diccionario de la lengua.
Puede tratarse de un intento del autor de modificar el texto para evitar ser detectado.



No incluido en el porcentaje de textos sospechosos :

Textos entre comillas

3%

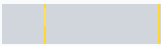
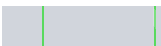
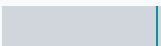
Pasajes entre comillas, a menudo indicativos de una cita.

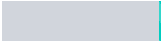
Similitudes

4%

Pasajes con similitudes a fuentes encontradas en diferentes colecciones.

Fuente principal detectada

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones
1	 Lanzamiento de página web "SOUNDCHECK"  Detección semántica forms.gle/YP2mnB6LpG7BFEZdA 	3%	
2	 tesis.pucp.edu.pe  Detección semántica tesis.pucp.edu.pe/bitstreams/a101eefb-6dfb-4b95-a022-ba49104eef27/do... 	<1%	
3	 tesis.pucp.edu.pe  Detección semántica tesis.pucp.edu.pe/bitstreams/68bc3e2c-f070-499e-9fc6-c0076de99a4e/do... 	<1%	
4	 Estrategias de mercadotecnia en la industria de los...  Detección semántica bibliotecavirtual.dgb.umich.mx/xmlui/handle/DGB_UMICH/19555 	<1%	

5	 Documento de otro usuario #1d2913  Detección semántica  Viene de de otro grupo	<1%	
---	---	-----	---

Fuente con similitudes fortuitas

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones
6	 Desarrollo de una aplicación móvil para la recomendación de sitio... riunet.upv.es/handle/10251/210187 	<1%	
7	 Experiencia de usuario: Lineamientos con base en l...  Detección semántica repositorio.21.edu.ar/items/4bb453cb-27ad-4344-be17-43d1cbc792e1/full 	<1%	

Fuente mencionada (sin similitudes detectadas)

N°	Descripciones
1	 https://doi.org/10.34096/oidopensante.v11n1.1123
2	 https://repositorio.utp.edu.pe/handle/20.500.12867/4483
3	 https://repositorio.21.edu.ar/items/4bb453cb-27ad-4344-be17
4	 https://doi.org/10.1016/j.intmed.2022.08.005
5	 https://doi.org/10.61530/redtis.2022.6.6.124.7
6	 https://ijai.journal.org/2023/ai
7	 https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003
8	 https://www.pearson.com/en-us/campaigns/marketing-management.html

N°		Descripciones
9		https://abookapart.com/products/responsive-web-design.html
10		https://riunet.upv.es/handle/10251/208839
11		https://revistas.udep.edu.pe/comunicaciondigital/article/view/712
12		https://repositorio.cultura.gob.pe/handle/20.500.14427/8334
13		https://www.interaction-design.org/literature/article/user-experience-honeycomb
14		https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/10757/667454/17/Novoa_GJ.pdf
15		https://doi.org/10.3390/su9111988
16		https://ijemr.org/rahman2024
17		https://dspace.utb.edu.ec/server/api/core/bitstreams/f65cd884-f570-41c2
18		https://drive.google.com/drive/folders/1G5NeC2Bjfd
19		https://pcevallosr.wixsite.com/soundcheckpe
20		https://www.instagram.com/soundcheck.peru?igsh=MTdoajU3OG9uNXN6NQ
21		https://www.facebook.com/profile.php?id=61586817255959



INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR "IDAT"

PROGRAMA DE ESTUDIOS EN DISEÑO GRÁFICO

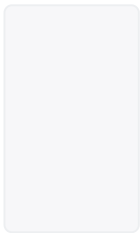
"DISEÑO DE LA PÁGINA WEB SOUNDCHECK: PROYECTO QUE INDICA DE MANERA ZONAL EVENTOS MUSICALES SEGÚN ESPECIFICACIONES DEL CONSUMIDOR. LIMA, 2025."

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

PAULA YANNINA CEVALLOS ROSAS (0009-0000-6538-7988)

CRISTIAN ADRIAN SAENZ RIVERA (0009-0002-7857-1367)

Lima-Perú 2025



2

A nuestros padres y A nosotros...

3 8 9 10 10 11 11 11 13 14 15 15 19 22 25 34 35 35 38 39 39 54 66 67 71

Índice General

Pág.

Resumen Ejecutivo.....

Introducción

Capítulo I: Planeamiento del Problema

Problema de Investigación

Problema de Investigación Start up de Diseño en el Perú

Formulación del Problema

Justificación

Objetivos de la Investigación

Hipótesis ¿Cómo plantear la Start up de manera diferente, funcional y competitiva?

Capítulo II: Marco Teórico – Formulación de la Identidad de Marca

Antecedentes de la Investigación



Bases teóricas	
Definiciones y Construcción de la Identidad de Marca	
Gestión de Branding	
Definición de Términos Básicos	
Capítulo III: Planeamiento de Plan de Marketing y Estrategia	
Definiciones e Indicadores	
Tipo de Investigación y Análisis	
Capítulo IV: Diseño y Ejecución de la Solución	
Solución Principal	
Desarrollo de Piezas Audiovisuales y Gráficas de Soporte	
Fundamentaciones Gráficas	
Costos del Proyecto: Diseño y producción	
Validación final de la propuesta de diseño.....	
4 75 77 79 82	
Conclusiones	
Recomendaciones	
Referencias Bibliográficas	
Anexos	
5 13 25 26 27 27 28 29 29 30 30 31 32 32 33 33 34 46 46 47 47 48 48	

Índice de Figuras

Pág.	
Figura 1. Mapa de empatía.....	
Figura 2. Logotipo principal	
Figura 3. Logotipo principal y slogan	
Figura 4. Construcción del Isotipo	
Figura 5. Isotipo final	
Figura 6. Paleta de colores RGB y CMYK	
Figura 7. Tipografía principal	



Figura 8. Tipografía secundaria	
Figura 9. Diseño página web principal	
Figura 10. Diseño página web principal (Búsqueda por filtros)	
Figura 11. Diseño página web principal (Sección eventos, tops)	
Figura 12. Captura pantalla de página web (¿Quiénes somos?)	
Figura 13. <u>Captura pantalla de página web (Géneros musicales)</u>	
Figura 14. <u>Captura pantalla de página web (Mapa buscador)</u>	
Figura 15. Captura pantalla de página web (Contáctanos)	
Figura 16. <u>Captura pantalla de página web (Pie de página)</u>	
Figura 17. Gráfico encuesta	
Figura 18. Gráfico encuesta	
Figura 19. Gráfico encuesta	
Figura 20. Gráfico encuesta	
Figura 21. Gráfico encuesta	
Figura 22. Gráfico encuesta	
<u>6 49 49 50 51 51 52 52 53 53 54 55 56 58 59 60 60 61 61 62 62 63 63</u>	
<u>Figura 23. Gráfico encuesta</u>	
Figura 24. Gráfico encuesta	
Figura 25. Gráfico encuesta	
Figura 26. Gráfico encuesta	
Figura 27. Gráfico encuesta	
Figura 28. Gráfico encuesta	
Figura 29. Gráfico encuesta	
Figura 30. Gráfico encuesta	
Figura 31. Gráfico encuesta	
Figura 32. Buyer Person	
Figura 33. Business Model Canvas	
Figura 34. Personal Journey	
Figura 35. Brand Onion	
Figura 36. Mockup página web	

Figura 37. Mockup página web 2	
Figura 38. Mockup página web 3	
Figura 39. Mockup página web 4	
Figura 40. Mockup vista en celular	
Figura 41. Carrusel para Instagram 1	
Figura 42. Carrusel para Instagram 2	
Figura 43. Post para Facebook 1	
Figura 44. Post para Facebook 2	
7 64 64 65 65 67 68	

Figura 45. Add campaña Facebook	
Figura 46. Post campaña Facebook	
Figura 47. Historia campaña Instagram	
Figura 48. Post campaña Instagram	
Figura 49. Embudo de conversión	
Figura 50. Objetivo SMART	
Figura 51. Diagrama de GANTT.....	69
Figura 52. Cuadro de costos detalle.....	70
Figura 53. Cuadro de datos de Validadores.....	72
Figura 54. Cuadro de validación del Validador N°3	72
Figura 55. Cuadro de validación del Validador N°3.....	73
Figura 56. Cuadro de validación del Validador N°3.....	74
8	

Resumen Ejecutivo

En el siguiente trabajo de investigación se desarrolla el “Diseño de la página web SOUNDCHECK”, una página web orientada a centralizar y facilitar el acceso a información sobre eventos musicales en la ciudad de Lima, según las preferencias y ubicación del consumidor. El proyecto surge como respuesta a la problemática actual de dispersión, informalidad y falta de verificación de la información sobre eventos musicales en general, lo que genera desconfianza y dificulta la toma de decisiones del público asistente, así como la difusión



de eventos por parte de artistas emergentes y productoras independientes. Se desarrolló la investigación bajo un enfoque cuantitativo, aplicando encuestas a un público objetivo compuesto por hombres y mujeres de 18 a 55 años, pertenecientes al NSE BCD, residentes en Lima Metropolitana y con afinidad hacia el consumo cultural y musical. Los resultados evidencian la alta importancia del diseño web, su conceptualización, la funcionabilidad, la actualización constante de contenidos y el uso de filtros por género musical y ubicación como factores determinantes en la experiencia del usuario. A partir del análisis teórico, metodológico y de resultados, se diseñó una propuesta web basada en principios de UX/UI, identidad de marca y una estética visual alineada a lo planteado. Finalmente, el proyecto ubica a SOUNDCHECK como un startup viable que contribuye a la descentralización cultural, impulsa la visibilidad de la escena musical local y fortalece el vínculo entre usuarios, artistas y espacios culturales, promoviendo así una experiencia musical accesible, agradable y eficaz en el entorno digital.

9

Introducción

Los eventos musicales se han convertido en una parte fundamental del consumo cultural urbano; sin embargo, el acceso a información confiable, centralizada y actualizada continúa siendo una problemática latente en Lima Metropolitana. En este contexto, el *capítulo 1* presenta el planeamiento del problema, la justificación del proyecto y los objetivos generales y específicos, evidenciando así la necesidad de una plataforma digital que permita a los usuarios encontrar eventos musicales de manera clara y concisa. De igual manera definimos el público objetivo y las bases conceptuales para el desarrollo de SOUNDCHECK.

En el *capítulo 2* abordamos el marco teórico y referencial que sustenta el proyecto, analizando conceptos relacionados con el diseño web, experiencia de usuario, interfaz, identidad visual, branding digital y consumo cultural. Además, se estudian antecedentes y proyectos similares que nos ayudan a contextualizar la propuesta dentro del entorno digital actual, destacando la importancia del poder conceptualizar, y diseñar un proyecto funcional y estético, siendo así clave para una comunicación efectiva y la fidelización del usuario.

Se desarrolla en el *capítulo 3* el marco metodológico, detallando el enfoque cuantitativo de la investigación, las técnicas e instrumentos de recolección de datos que le brindaremos al público objetivo, esperando obtener así las respuestas necesarias para poder llevar el análisis con el cual podremos sustentar las decisiones de diseño y estructura para SOUNDCHECK.



Por último, veremos en el *capítulo 4* los resultados de las encuestas a nuestro público y con ellos analizaremos las medidas adecuadas a tomar para la propuesta de diseño de la página web, describiendo el concepto creativo, la identidad visual, la diagramación, los criterios UX/UI aplicados. En este capítulo consolidamos la investigación previa en una solución innovadora, orientada a mejorar la experiencia del usuario y a fortalecer la difusión de eventos musicales.

10

Capítulo I:

Planeamiento del Problema

Problema de Investigación

En los últimos años, la industria de los eventos musicales en Lima ha crecido de manera muy rápida y sostenida, convirtiéndose en un sector con gran impacto económico y cultural, según SUNAT, los conciertos realizados en el país generaron más de 19 millones de soles en ingresos durante todo el 2023, mientras que el INEI reportó que las actividades artísticas y culturales aportaron 0.73 puntos porcentuales al crecimiento de PBI nacional.

El presente nos deja ver que hay una demanda continua de las personas hacia los conciertos y una oportunidad para poder mejorar en la forma en la que las personas acceden a esta oferta. A pesar de ello, los consumidores enfrentan problemas para ubicar eventos según sus preferencias musicales.

La información sobre conciertos y presentaciones está dividida en redes sociales, paginas falsas o informales y grupos en diferentes plataformas como WhatsApp y Telegram, generando confusión y desconfianza, además de esto, muchos usuarios desconocen si el evento al que irán es seguro, lo que afecta en su decisión de asistencia.

Por su parte los artistas emergentes y productoras independientes enfrentan problemas para difundir sus eventos musicales y así llegar a audiencias afines, debido a la falta de canales de difusión centralizados en este movimiento y su accesibilidad de locales de eventos y restringe la visualización y conocimiento cultural en distintos distritos de la ciudad de Lima.

11

Problema de Investigación Start up de Diseño en el Perú

Formulación del Problema

Problema General

¿Cómo se desarrollará el diseño de la página web SOUNDCHECK: Proyecto que indica de manera zonal eventos musicales según especificaciones del consumidor en Lima, 2025?

Problemas Específicos

1. ¿Cómo se definirá la conceptualización la página web SOUNDCHECK: Proyecto

que indica de manera zonal eventos musicales según especificaciones del

consumidor en Lima, 2025?

2. ¿Cómo se desarrollará la funcionalidad de la página web SOUNDCHECK:

Proyecto que indica de manera zonal eventos musicales según especificaciones

del consumidor en Lima, 2025?

3. ¿Cuál es la relevancia de la publicación de la página web SOUNDCHECK:

Proyecto que indica de manera zonal eventos musicales según especificaciones

del consumidor en Lima, 2025?

Justificación

Teórica

El estudio de Jaime E. Bailon y Umberto Roncoroni llamado “La industria musical y la

disrupción en la ciudad de Lima” (2023) analiza la evolución de la industria musical en Lima,

evidenciando que los espacios de entretenimiento se han convertido en lugares de expresión

cultural e identidad urbana. Los autores dicen que a pesar del crecimiento de la variedad musical

que se oferta, hay limitaciones en la organización, acceso y visibilidad de eventos, lo que limita

la experiencia del público.

12

Metodológica

Para llevar a cabo el diseño de la página web SOUNDCHECK emplearemos un enfoque

de investigación científica cuantitativa, de esta manera en base a los resultados que obtengamos

podremos medir, analizar, obtener datos de manera estadística de los usuarios; esto se llevaría a

cabo realizando encuestas a través de formularios en Google Forms.

Práctica

El diseño de la página web SOUNDCHECK se basa en atender la necesidad del

consumidor de eventos musicales en la ciudad de Lima, que, no habiendo los recursos,

exposición o medios adecuados para muchos de estos eventos, estos consumidores no suelen

encontrar el evento de su preferencia, ya sea por género musical y/o por ubicación.

Social

El diseñar la página web SOUNDCHECK es ofrecer acceso, el poder descubrir la diversidad de eventos musicales por género y ubicación dentro de la ciudad de Lima, con este último esperamos descentralizar las ofertas normalmente conocidas en ciertos distritos. Esto expone a artistas de menor alcance, espacios culturales locales y pequeños a un nuevo público, así impulsando la economía del ámbito creativo/musical cómo también promover la cultura.

Público Objetivo

El diseño de la página web SOUNDCHECK va dirigido a "Hombres y mujeres, 18 a 55 años, NSE BCD que residan en Lima Metropolitana. Pertenecen al estilo de vida moderno-progresista y suelen acudir a eventos musicales de interés a través de grandes publicidades online/offline y/o publicidad de boca en boca".

13

Figura 1.

Mapa de empatía

Al conocer nuestro público objetivo y viendo las claras problemáticas que lo asechan, hemos compuesto este mapa de empatía con la finalidad de poder comprender al usuario de la ciudad de Lima, reconociendo así sus sentimientos, necesidades, dolores y aspiraciones. Con ello podremos crear la solución y generar una conexión de la marca hacia nuestro público.

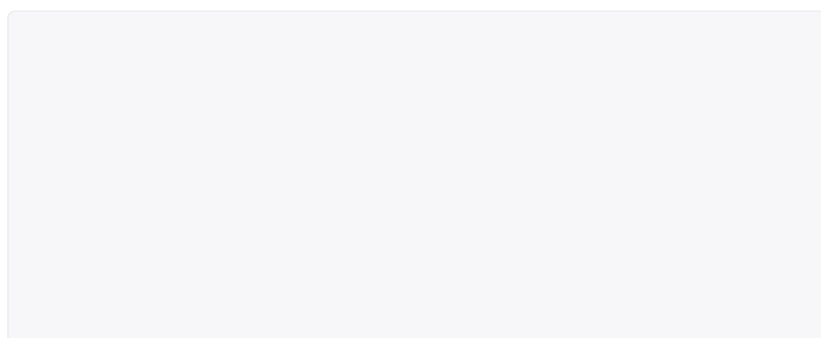
Objetivos de la Investigación

Objetivo General

Diseñar la página web SOUNDCHECK: Proyecto que indica de manera zonal eventos musicales según especificaciones del consumidor en Lima en el año 2025.

Objetivos Específicos

1. Conceptualizar la página web SOUNDCHECK: Proyecto que indica de manera zonal eventos musicales según especificaciones del consumidor en Lima, 2025.



14

2. Desarrollar la funcionalidad de la página web SOUNDCHECK: Proyecto que indica de manera zonal eventos musicales según especificaciones del consumidor en Lima, 2025.

3. Explicar la importancia de la publicación de la página web SOUNDCHECK: Proyecto que indica de manera zonal eventos musicales según especificaciones del consumidor en Lima, 2025.

Hipótesis ¿Cómo plantear la Start up de manera diferente, funcional y competitiva?

Hipótesis General

El diseño de la página web SOUNDCHECK: Proyecto que indica de manera zonal eventos musicales según especificaciones del consumidor en Lima en el año 2025, se desarrollará teniendo en cuenta los distintos factores que el usuario pueda tener, fundamentado según nuestro público objetivo.

Hipótesis Específicas

1. La conceptualización de la página web SOUNDCHECK: Proyecto que indica de manera zonal eventos musicales según especificaciones del consumidor en Lima, 2025, se llevará a cabo habiendo desarrollado un estudio de las necesidades de estos.

2. La funcionalidad de la página web SOUNDCHECK: Proyecto que indica de manera zonal eventos musicales según especificaciones del consumidor en Lima, 2025, se realizará teniendo en cuenta los factores UX/UI.

3. La importancia de la publicación de la página web SOUNDCHECK: Proyecto que indica de manera zonal eventos musicales según especificaciones del consumidor en Lima, 2025, es fundamental ya que hay una gran cantidad de usuarios que necesitan

15

de información puntual para poder tomar decisiones en cuanto a la asistencia de eventos musicales.

Capítulo II:

Marco Teórico – Formulación de la Identidad de Marca

Antecedentes de la Investigación

Antecedentes Nacionales

Según Fernández Gil, Garcilazo Carhuapoma, Morales Delgado y Vásquez Tafur (2020) elaboraron un estudio titulado “Crowdfunding como herramienta de estrategia para la gestión de iniciativas culturales: plataforma virtual con base en eventos musicales en la ciudad de Lima”.

El estudio aplicó un método descriptivo-propositivo, utilizando el método de observación y análisis funcional para determinar los requerimientos de una plataforma digital; los resultados dejaron en evidencia que el uso de una plataforma digital mejora la gestión y credibilidad de eventos musicales, permitiendo así a los usuarios confiar en los organizadores y facilitando el acceso a información verificada sobre los conciertos. (mamani, 2020)

Según El ministerio de Cultura del Perú (2022) Se elaboró un estudio titulado “¿Cómo vamos en el consumo de música en el Perú?” Análisis de indicadores de asistencia a espectáculos y de adquisición de música entre los años 2016-2017. La investigación se llevó a cabo con una metodología cuantitativa mediante análisis de datos de la Encuesta Nacional de Programas Presupuestales (ENAPRES).

El resultado mostró que la asistencia a eventos musicales en Lima se incrementó en los últimos años, habiendo diferencias de edad, nivel educativo y ubicación geográfica. El informe concluye que el consumo de música digital y la asistencia a espectáculos por parte de los usuarios a espectáculos son indicadores relevantes para comprender el comportamiento cultural de los peruanos.

De acuerdo con Novoa Gutierrez (2024) realizo un estudio titulado “Preferencias musicales digitales en Lima Metropolitana: Estudio de comportamiento de jóvenes entre 18 y 29 años”. Este estudio fue desarrollado en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC). La metodología utilizada fue cuantitativa, en base a encuestas dirigidas a jóvenes de Lima Metropolitana.

El Resultado del análisis nos revelo que los jóvenes de la ciudad de Lima prefieren los géneros musicales urbanos y pop, estos usuarios usan como plataforma principal apps y webs de streaming como lo son Spotify y Soundcloud que son las más conocidas, estas como medio para encontrar sus géneros favoritos. Se concluyó que las preferencias musicales van de la mano con

la edad de los usuarios y al acceso que estos tienen a la tecnología.

Según lo indicado por Cáceres y Paredes (2022) realizaron un estudio titulado “Aplicativa móvil para la gestión de eventos culturales en Lima Metropolitana”, publicada por la Universidad Tecnológica del Perú. La metodología fue de tipo cuantitativa, utilizando encuestas y pruebas de usabilidad con 250 personas.

Como resultado se comprobó que una interfaz intuitiva y que incluye filtros por ubicación y tipo de evento incrementa a que los usuarios participen de los eventos de su preferencia. En conclusión, las plataformas digitales deben estar centradas en dar una buena experiencia a los usuarios y en el acceso de información verificada.

Según Mendoza y Lazo (2021) realizaron un estudio titulado “Impacto de las redes sociales en la promoción de conciertos locales en el Perú postpandemia”, publicado en la

Revista de Comunicación y Cultura Digital de la Universidad de Piura. El estudio aplicó un enfoque mixto con encuestas a 200 usuarios y entrevistas a 1º promotores musicales. Esto evidencia que las redes sociales son el medio más usado y el que más influye a la hora de tomar la decisión de asistir a un evento o concierto, siendo aún más convincente cuando la información incluye ubicaciones exactas de los eventos, así como también los horarios. Los analistas llegaron a la conclusión de que los anuncios en plataformas digitales se han convertido en la fuente de información principal para conectar con la audiencia.

Antecedentes Internacionales

Según Castillo, García y Kim (2022) realizaron una investigación titulada “User Experience and Trust in Event Recommendation Apps: A Cross-Cultural Study”, publicado en el Journal of Interactive Media. El estudio empleó una metodología cuantitativa basada en encuestas a 480 personas de plataformas de eventos musicales en Corea del Sur, España y México.

Esta investigación dio como resultado que la confianza en el consumidor y la claridad en información de seguridad en los eventos son determinantes para la intención de uso de las aplicaciones. La investigación concluyó que las plataformas deben tener como preferencia la transparencia, la aprobación de los eventos y el contenido personalizado, para incrementar la percepción de la seguridad en los usuarios.

De acuerdo con Hall y Peterson (2023) se realizó un estudio llamado “The Role Of AI in

Personalized Music and Event Discovery". Publicado en el International Journal of Artificial

Intelligence Applications. El trabajo utilizó una metodología cuantitativa, aplicando un análisis de algoritmos de aprendizaje automático y encuestas de percepción a 500 usuarios de Spotify y Songkick.

18

Los resultados indican que los algoritmos para personalizar aumentan la satisfacción de los usuarios y el tiempo que permanecen en las plataformas. Los autores concluyeron que la inteligencia artificial es una herramienta fundamental para mejorar la experiencia del usuario en las plataformas.

Según lo indicado por Rahman, Abdullah y Sani (2024) llevaron a cabo una investigación titulada "Event Safety Perception in the Post-Pandemic Era: Users' Confidence in Digital Verification Tools", publicado en The International Journal of Event Management Research. El estudio empleó un enfoque cuantitativo con encuestas online a 600 asistentes a conciertos en Malasia y Singapur.

Se reveló que los usuarios prefieren priorizar la verificación de los eventos por medios digitales, acreditaciones y reseñas verificadas antes de tomar la decisión de asistir a un evento.

Finalmente, la investigación nos indica que los usuarios prefieren la validación digital, ya que de esta manera se genera el aumento de confianza y reduce el miedo a riesgos en eventos.

De acuerdo con Palos Sánchez, Hernández Mogollón y Campon Cerro (2017) Una investigación que tiene como objetivo analizar la conducta de los usuarios frente al uso de servicios de geolocalización, considerando tanto beneficios como preocupaciones. Los autores sostienen que el servicio de la localización permite mejorar la experiencia del usuario al hacer más fácil el acceso a información relevante, reduciendo el esfuerzo de búsqueda y generando una toma de decisiones más eficiente.

Asimismo, esta investigación resalta que la percepción del usuario a beneficios funcionales y sociales que derivan del uso de estos servicios es un factor que determina mucho en la adaptación y adopción de plataformas incorporan la geolocalización.

19

Bases teóricas

Diseño de página web

Según Carrasco (2020), el diseño de páginas web debe enfocarse en comprender el comportamiento y las necesidades reales de los usuarios para crear interfaces más intuitivas y funcionales. Su estudio analiza cómo elementos como la estructura visual, el orden del contenido y la interacción influyen en la satisfacción del visitante. Los autores llegaron a la conclusión de que un diseño pensado en el usuario hace que los mismos permanezcan más tiempo en la página y realicen más interacciones con ella.

A su vez Martínez (2024) indagó cómo los colores, tipografías y composiciones visuales ayudan a impactar al usuario de tal manera que les brinde credibilidad y confianza al navegar por la página web. Su estudio demostró que los usuarios se sienten en confianza con páginas web de diseño consistentes y modernos.

Además, observó que la armonía visual ayuda al usuario a comprender el contenido y reduce la carga cognitiva. Los descubrimientos resaltan la importancia del diseño gráfico como parte esencial del desarrollo de una página web.

Por su parte Benelkadi (2024) investigó acerca de la importancia de la adaptabilidad al momento de crear una página web a diversos dispositivos. La investigación señala que la navegación en móviles ha superado a la de escritorio, por lo que el adaptarse es una prioridad. El autor enfatiza que un sitio no adaptable a aplicaciones móviles puede generar frustración en el usuario y con ello el abandono inmediato del sitio web. Concluye que la adaptabilidad es un componente esencial del diseño web.

Al respecto Silva (2025) analizó cómo la organización de menús, botones, jerarquía visual y estructura del contenido influyen en la navegación eficiente. Su estudio revela que los
20
usuarios tienden a abandonar páginas que no pueden comprender en los primeros segundos. Asimismo, recomienda la implementación de patrones de diseño estandarizados para mejorar la experiencia.

La investigación demuestra que la usabilidad es un pilar fundamental en el diseño web actual. Los estudios realizados muestran que el diseño de una página web debe estar centrado en el usuario. Elementos como la estructura visual, armonía gráfica y la adaptabilidad del diseño para distintos dispositivos influyen directamente en la satisfacción y confianza del usuario.

Conceptualización

En concordancia con Morville (s.f) explica que el concepto de un producto digital debe

de definir su mismo propósito, como su estructura y valor para el usuario antes de iniciar con el diseño visual o técnico. Este paso ayuda al usuario a entender que problema va a resolver la plataforma y como aportara utilidad real, así como también organiza la información de manera lógica. Gracias a este proceso, se logra hacer una base sólida para el desarrollo del producto ya que, sin una buena conceptualización, los proyectos suelen volverse poco funcionales.

Por su parte Cobarrubias, Rodríguez y Zaldívar (2022) mencionan que el conceptualizar un producto digital requiere comprender profundamente al usuario, sus motivaciones y limitaciones. La conceptualización incluye definir cómo será la interacción entre la persona y la interfaz desde un enfoque centrado en el comportamiento humano. Esta etapa permite evitar errores tempranos en el diseño además también contribuye a crear productos más claros y coherentes. Los autores resaltan que un buen diseño inicia con una buena conceptualización. En este sentido podemos ver que la revisión de estudios sobre conceptualización demuestra que una página web solo puede ser efectiva si parte de una idea bien definida,

21

orientada al usuario y basada en objetivos claros. Entender qué necesita el público, cómo navega y qué espera encontrar es esencial para crear un proyecto sólido.

Funcionalidad

Según Almeida y Aguiar (2020) explican en su investigación que la funcionalidad de un diseño web depende de la correcta información de los patrones de navegación. El estudio señala que los usuarios valoran la eficiencia de una página según la rapidez con que encuentran el contenido de su preferencia y la completa coherencia en los menús.

Los autores demostraron que los sitios con una estructura simple y rutas bien señalizadas aumentan la funcionalidad, ya que reducen la pérdida de tiempo y los errores de navegación.

Este estudio reafirma que una web funcional se sostiene gracias a las decisiones de diseño orientadas a la claridad.

De igual manera, Marcotte. E (2011). explica que la funcionalidad debe de ser adaptable a distintos dispositivos mediante el diseño responsivo. Esto permite que una página se pueda mantener útil y coherente sin importar el tamaño de la pantalla del dispositivo que el usuario este utilizando.

El autor enfatiza en que muchas plataformas fallan en la parte de la funcionalidad porque

no toman en consideración la navegación móvil. El diseño responsivo resuelve este problema al ajustar automáticamente la estructura de la página, esta práctica se volvió esencial en el desarrollo actual.

La funcionalidad de un diseño web depende tanto de una estructura clara y muy bien organizada como también de su capacidad adaptativa a diferentes dispositivos. Mientras que

Almeida y Aguiar (2020) recalcan que lo simplicidad de la estructura y la coherencia de

22

navegación mejoran la eficiencia del usuario, Marcotte (2011) destaca que el diseño responsivo es esencial para mantener esa funcionalidad en entornos móviles.

Publicación

Según Kotler y Keller (2016) describen que la publicación de contenido digital es fundamental para generar visibilidad y posicionamiento en plataformas web. Publicar de forma estratégica permite atraer nuevos usuarios y mantener activos a los ya existentes. Los autores explican que el contenido debe ser constante y relevante. Además, influye directamente en la reputación de un proyecto digital. La publicación se convierte así en una herramienta clave para el crecimiento.

Tal como señalan Kaplan y Haenlein (2010) La publicación en redes sociales tiene un rol fundamental en la comunicación digital actual. Además, permite mantener a los usuarios informados y conectados, se resalta que una estrategia de publicación es bien planeada y definida puede aumentar la interacción. También mejora el posicionamiento de un proyecto web.

Definiciones y Construcción de la Identidad de Marca

1. ¿Qué Hace?

SOUNDCHECK es una plataforma digital dedicada a informar a los usuarios sobre eventos musicales del género de su preferencia. La función de SOUNDCHECK es conectar al público con la escena musical mediante herramientas de búsqueda y contenido informativo.

2. ¿A qué se dedica?

SOUNDCHECK se dedica a recopilar y brindar información de manera digital, ayuda a difundir y facilitar el acceso a los eventos musicales próximos a realizarse, así como también la ubicación de eventos musicales y conciertos del género musical de preferencia del usuario, conectando así al público con la escena musical.

23

3. ¿Qué producto/servicio ofrezco?

Nuestro servicio se basa en una plataforma web que ubica en tiempo real e informa de manera clara sobre los conciertos, festivales y actividades musicales ligadas a la preferencia musical del consumidor. A través de esta herramienta, los usuarios pueden acceder a datos sobre los eventos a los que desean asistir, tales como, horarios, fechas y de más características del evento, evitando así el uso de diferentes fuentes con información dudosa.

4. ¿A quién va dirigido?

Nuestro público objetivo son hombres y mujeres, 18-55 años, que responden al nivel socioeconómico BCD y que residan en Lima Metropolitana. Pertenecen al estilo de vida moderno – progresista y suelen acudir a eventos musicales de interés a través de grandes publicidades online/offline y/o publicidad de boca en boca.

5. Definición del proyecto: Start Up

Misión: Facilitar el acceso a experiencias musicales auténticas, seguras y personalizadas, promoviendo la cultura local y fortaleciendo la comunidad de artistas y fans.

Visión: Ser la plataforma de búsqueda de eventos musicales de confianza de los Limeños y ser reconocida por unir a las personas con nuevas experiencias.

Valores: Los valores de SOUNDCHECK se basan en el gusto por la música y la innovación constante, ofreciendo información confiable y transparente sobre los eventos y tendencias de la escena musical. La marca promueve la conexión con la comunidad.

6. Esquema FODA

Fortalezas

- Plataforma dinámica y visualmente atractiva especializada en música y eventos.
- Información actualizada sobre conciertos y tendencias musicales.

24

- Conexión con un público joven activo en redes sociales.
- Adaptable a distintos medios digitales.
- Contenido segmentado a la preferencia musical del público.

Oportunidades

- Oportunidad de interés del público por artistas emergentes.
- Mayor popularidad de plataformas digitales para descubrir eventos musicales

- Posibilidad de alianzas con productoras, artistas y marcas vinculadas a la música.

- Incremento del consumo de contenido musical en redes sociales.

-

Experiencias exclusivas para los consumidores

Debilidades

- Dependencia de la información que proporciona las productoras y organizadores.

- Necesidad constante de actualización para mantener relevancia.

- Recursos limitados si es un emprendimiento en etapa inicial.

- Competencia con aplicaciones de venta de entradas ya posicionadas en el mercado.

Amenazas

- Cambios de última hora en los eventos como las cancelaciones

- Competencia que ofrece los mismos servicios

- Saturación de contenido musical en redes sociales.

- Variaciones en el interés del público según temporadas o tendencias.

25

Gestión de Branding

Logo Principal

El logo de SOUNDCHECK con el fin de conseguir una efectiva integración de elementos se combina un isotipo inspirado en el pin de ubicación conocido en los formatos digitales gracias a la herramienta del "Google Maps", el isotipo es fusionado con un ícono del botón "reproducción", esto básicamente lo desarrollamos con la intención de simbolizar nuestra esencia: eventos musicales cerca del usuario.

Junto con el acompañamiento al lado derecho del isotipo de una tipografía sólida en sans-serif generamos así una identidad directa, efectiva y fácil de reconocer en entornos tanto digitales como presenciales. Su legibilidad, claridad e iconicidad facilitan la lectura y reconocimiento del nombre de la marca.

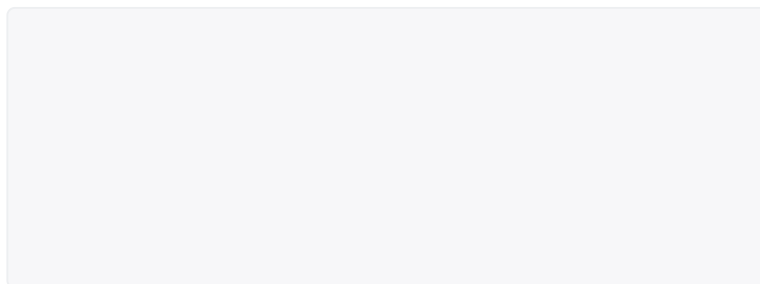
Figura 2.

Logotipo principal

Naming

Se eligió el nombre de SOUNDCHECK, porque hace referencia al término que significa la

preparación para llevar a cabo algún evento musical, teniendo en cuenta detalles necesarios para garantizar una experiencia musical óptima. Este concepto de preparación lo podemos vincular



26

directamente con la función de la página web, que es la de permitir al usuario descubrir y organizar sus eventos musicales en un solo lugar, antes que vivir la experiencia en vivo.

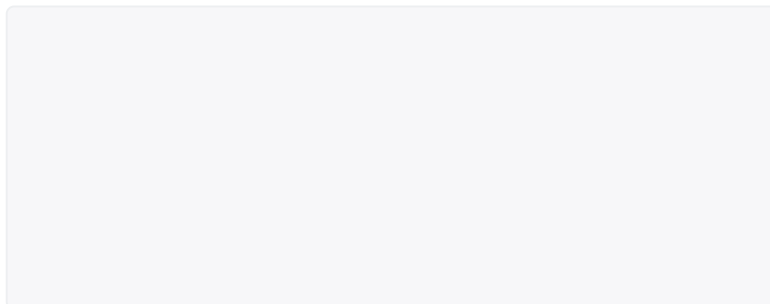
SOUNDCHECK a ser un término en inglés y propio del mundo musical nos comunica profesionalismo, autenticidad, conexión con la música en vivo, sea en cualquiera de sus dimensiones y a su vez refuerza una identidad moderna y digital.

Slogan

El slogan que hemos creado para acompañar SOUNDCHECK es el de “Tus eventos musicales, en un solo lugar”. Este cumple la función de sintetizar la propuesta de valor de SOUNDCHECK, destacando la centralización de información musical en Lima y la facilidad de acceso para el usuario, sin asociar realmente la página web a proceso de compra, sino a la búsqueda y exploración de eventos ya sea por género musical y/o ubicación.

Figura 3.

Logotipo principal y slogan



27

Isotipo

El isotipo representa un pin de ubicación fusionado con el botón de reproducción, así plasmamos visualmente los pilares de la marca: eventos musicales y ubicación. La silueta

compacta nos permite un uso versátil tanto en la plataforma de página web, y otras de apoyo.

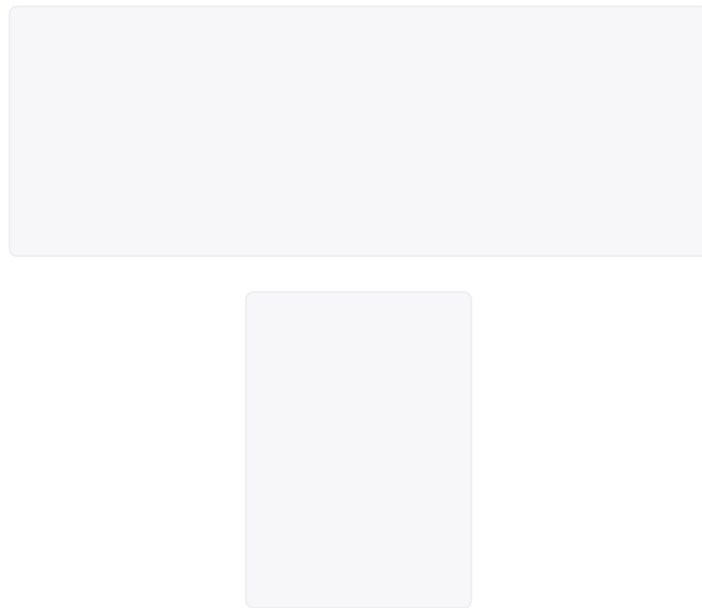
La simplicidad e iconicidad del diseño del isotipo para SOUNDCHECK hace que el usuario pueda reconocer con facilidad, así como también lo hace apto para adaptarse a distintos contextos y formatos a aplicarse.

Figura 4.

Construcción del isotipo

Figura 5.

Isotipo final



28

Colores Corporativos

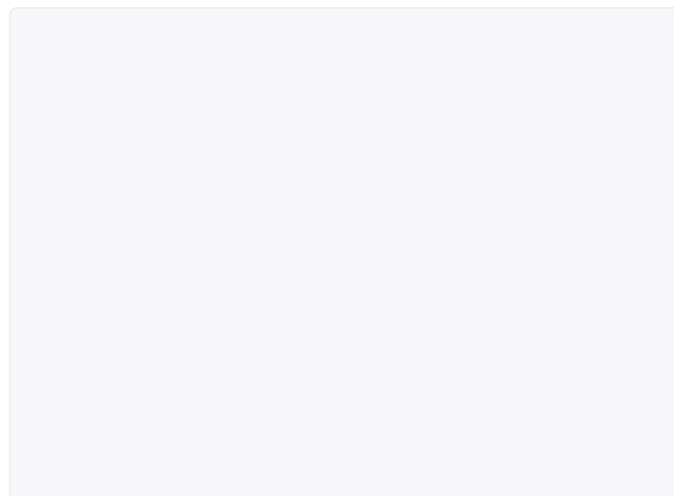
Para la creación de SOUNDCHECK se ha tenido en cuenta el uso de colores en tonalidades vibrantes, con el propósito de comunicar la correcta energía al usuario. Se tiene como colores principales para el proyecto a tres de ellos: un rosa con presencia del rojo, y a su vez acompañan variantes del negro azulado y del blanco con toques de magenta.

Esta decisión de colores nos ayuda a representar una energía, vibración, lo que la música nos genera como usuarios de ella, todo es lo que se quiere comunicar al usuario con el tema de experiencia de eventos musicales a través del diseño de nuestra página web.

Estos colores, han sido seleccionados rigurosamente con el propósito de crear una armonía visual de gran atracción para el usuario. Estos colores junto con más variedades que puedan representar la energía según los ambientes musicales que representan en el diseño de la página web son esenciales para generar impacto en la mente del usuario.

Figura 6.

Paleta de colores RGB y CMYK



29

Tipografías

Tipografía Principal

Utilizamos la fuente Couture Bold como tipografía principal ya que tiene fuerza y presencia visual, perfecta para títulos y elementos que quieran generar impacto. Su estilo geométrico refuerza una identidad sólida y contemporánea, alineándose con el mundo musical y digital.

Figura 7.

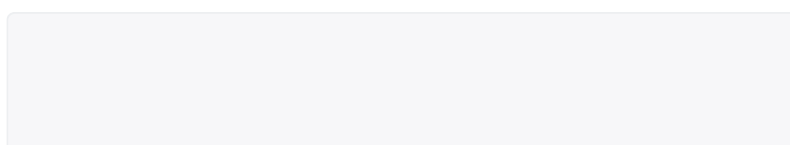
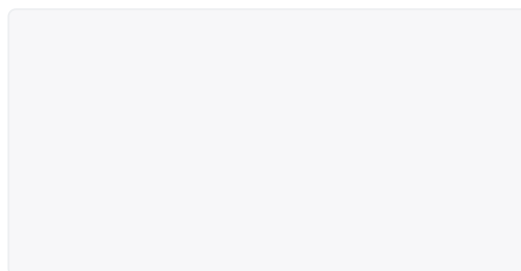
Tipografía principal

Tipografía Secundaria

Usamos la tipografía Acumin Pro como apoyo secundario, una fuente sans-serif que con su estilo limpio, moderno y altamente legible aporta equilibrio y neutralidad, facilitando así la lectura en textos informativos, y demás dentro de nuestra página web.

Figura 8.

Tipografía secundaria



Diseño Web

El diseño de la página web de SOUNDCHECK presenta de una estructura jerárquica clara que guía al usuario desde un mensaje principal dónde se menciona el slogan de la marca hacia una de las secciones que representa nuestra propuesta, la de encontrar eventos musicales en base a los filtros de búsqueda “por género musical” y el de “por ubicación”, este buscador de eventos responde a la necesidad principal del usuario, seguido del resto de secciones que componen la página web.

Figura 9.

Diseño página web principal

Figura 10.

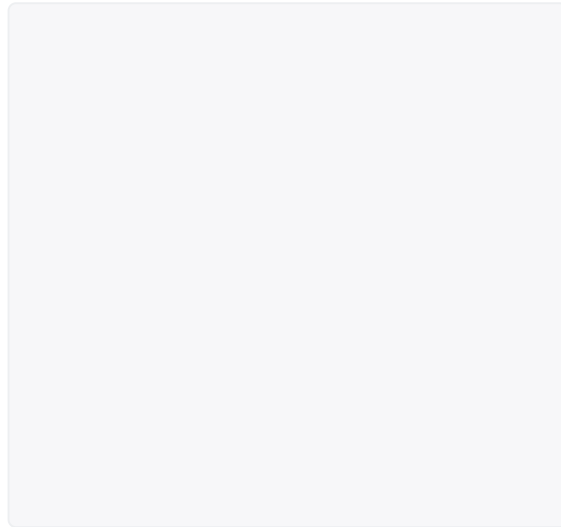
Diseño página web principal (búsqueda por filtros)

Figura 11.

Diseño página web principal (sección eventos, tops)

Hemos empleado fondos dinámicos y vibrantes que refuerza la temática musical y crea una atmósfera inmersiva que captura la atención desde el primer impacto visual, así como la paleta de colores predominante en los tonos rojos, fucsias y negros, siendo escogidos estratégicamente por su asociación con la música, energía e intensidad emocional.

Tanto las secciones de “*Eventos destacados*” junto con los rankings de artistas y distritos cumplen una función estratégica tanto informativa como persuasiva. Visualmente el uso de tarjetas con imágenes de artistas reconocidos incrementa el interés y la credibilidad de la plataforma. A nivel de diseño UX estos bloques fomentan la exploración del sitio, refuerzan la tendencia social y posicionan a SOUNDCHECK como una fuente confiable de información musical en Lima Metropolitana.



32

Figura 12.

Captura pantalla de página web (¿Quiénes somos?)

Figura 13.

Captura pantalla de página web (géneros musicales)

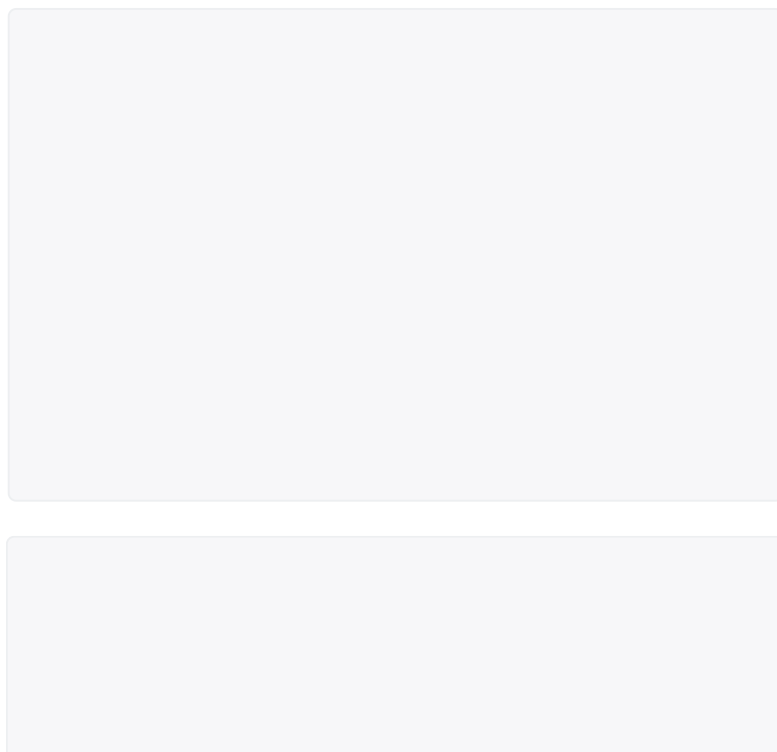


Figura 14.

Captura pantalla de página web (mapa buscador)

En esta otra sección de la página web, podemos dar a la búsqueda de eventos musicales con la interacción de ubicación del Google Maps y/o haciendo uso de la caja seleccionando el distrito dentro de la ciudad de Lima de interés, esto siendo también parte de nuestros pilares como marca ya antes mencionado.

Figura 15.

Captura pantalla de página web (contáctanos)

Figura 16.

Captura pantalla de página web (pie de página)

Finalmente, el llamado a promotores de eventos y el pie de página refuerzan el enfoque integral del proyecto. El botón de registro destaca, incentivando la participación activa de nuevos usuarios y organizadores. Con un diseño sobrio y ordenado, este pie de página agrupa información legal, navegación secundaria y redes sociales, transmitiendo así profesionalismo y confianza.

Definición de Términos Básicos

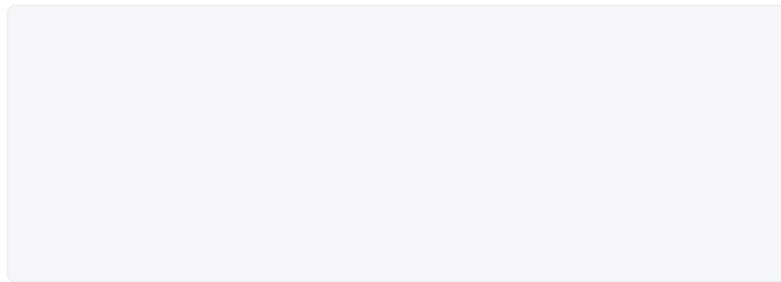
Entorno Digital

“Los entornos digitales son espacios virtuales de interacción y comunicación para agilizar procesos y actividades rutinarias.” (DocuSign, 2025)

“El diseño gráfico digital implica crear contenido visual específicamente para medios digitales ... se adapta a diferentes dispositivos, formatos y comportamientos de navegación.”
(Isil, s.f.)

Isotipo

“El isotipo... es un tipo de logotipo que se caracteriza por no contener texto ... representa a una empresa o a una marca únicamente con una imagen.” (Pérez, 2022)



35

En un estudio sobre la identidad de marca, se afirma que el isotipo es “la parte simbólica o icónica de una marca, que representa a la empresa sin necesidad de utilizar su nombre”
(Baética, 2024)

UX / UI

Según el Interaction Design Foundation (s.f.) menciona que el diseño de la experiencia del usuario (UX) como el proceso que se utiliza para crear experiencias significativas y relevantes en los usuarios. Esta disciplina implica el diseño de todo el proceso de integración de la experiencia, esto incluye aspectos de marca, usabilidad y función.

Sans Serif

“Por ejemplo, las fuentes serif pueden transmitir una impresión tradicional y confiable, mientras que las sans-serif pueden generar una imagen moderna y limpia” (Günay & Çelik, 2024)

“Se identificaron diversas tipografías sans serif como óptimas para la accesibilidad debido a su mayor legibilidad en pantallas electrónicas [...] Las sans serif son particularmente útiles, al ser de fácil lectura y no complicar la visualización con detalles en las terminaciones de

las letras.” (Pailiacho-Mena & Garcés-Freire, 2023).

Capítulo III:

Planeamiento de Plan de Marketing y Estrategia

Definiciones e Indicadores

Variable

- Diseño de la página web

36

Indicadores

- Conceptualización
- Funcionalidad
- Publicación

Definición Práctica

SOUNDCHECK nace con la idea de reunir toda información correspondiente a los eventos musicales que se realizan en la ciudad de Lima Metropolitana en una sola página web, viendo ya la problemática que existe en la población objetiva sobre la información o falta de ello con respecto a eventos musicales.

Independientemente si es que el artista y/o banda son grandes o emergentes, de reconocidas productoras o no, el propósito de la página web es el de reunir toda la información para el conocimiento inmediato del usuario, teniendo como pilar de desarrollo el encontrar información del evento musical por género musical y/o la ubicación de este.

Definición Teórica

Según Williams (2014) para un efectivo diseño de página web y el diseño digital en general, se debe de fundamentar en los principios básicos visuales como lo son: el contraste, la repetición, alineación y la proximidad. Estos principios aseguran que la información sea expresada de forma clara, ordenada y atractiva visualmente para el usuario.

William recalca que el contraste ayuda a destacar lo importante, la repetición mantiene la coherencia, la alineación organiza los elementos y la proximidad agrupa lo relacionado, con eso evitamos las posibles confusiones cuando se navega por la página web.

De igual manera Krug S. (2014) menciona que el diseño de una página web debe de ser simple, intuitivo y fácil de usar, con la finalidad de que el usuario pueda navegar sin necesidad

de pensar demasiado, que sea intuitivo. De igual manera sostiene que una buena estructura visual, una buena diagramación, como menús claros y contenidos bien organizados permiten que el usuario tenga una interacción rápida y eficiente.

Krug también hace énfasis en que el objetivo principal del diseño de una página web es el de facilitar al usuario en su navegación por ella, que este encuentre lo que busca en el menor tiempo posible, mejorando así su experiencia.

Así mismo Chavarri (2023) nos señala que el diseño de una página web cumple un rol

fundamental dentro de las soluciones digitales orientadas al UX Y UI, ya que esto incorpora elementos visuales, estructuras de contenidos y funcionalidad para fortalecer la identidad de una marca en entornos digitales, de igual manera, sostiene que un correcto diseño de página web debe de tener como prioridad la experiencia del usuario, con esto se garantiza que la navegación sea intuitiva, coherente y accesible, aspectos que influyen de manera directa con la percepción e interacción del usuario el cual garantiza su navegación y permanencia dentro de la web.

Definición Operacional

El diseño de la página web SOUNDCHECK se basa en una investigación con variables cuantitativas, donde se recolectarán datos y cifras tales como el tipo de interfaz que utilizan los usuarios para navegar por la internet, cuando buscan eventos musicales cuales opciones son sus preferidas, que tan importante son para ellos el diseño y recorrido de una página web, y más.

Se preparará la herramienta “Google Forms” para obtener datos válidos y confiables.

Pudiendo así identificar con exactitud de que información necesitamos puntualmente, todo esto teniendo en claro nuestro público objetivo al cual va dirigido la página web.

Ejecutaremos la encuesta de forma efectiva y con la finalidad de así poder obtener respuestas determinantes, compartiremos en enlace de la encuesta Google Forms en redes

38

sociales, WhatsApp, amigos, comunidades musicales, grupos universitarios, y además individuos que sean considerados parte de nuestro público objetivo.

Luego de obtener las respuestas de nuestra encuesta realizada, se organizará la base de datos obtenida y limpiaremos datos duplicados o incompletos. Nos apoyamos en porcentajes, promedios; a su vez, creamos tablas y gráficos, todos estos visuales de los resultados con el propósito que toda esta información sea útil para el desarrollo del proyecto.

Tipo de Investigación y Análisis

Investigación Descriptiva

Llevando a cabo una encuesta detallando las interrogantes y datos necesarios podremos llegar a obtener respuestas sólidas, todo esto con la finalidad de diseñar de una manera óptima y eficaz la página web SOUNDCHECK, tendremos la información necesaria como:

- Datos generales del público objetivo tales como nombres y apellidos, edad, género, ocupación, lugar de residencia. Con estos datos obtenidos tendremos una visión general de a quienes va dirigido nuestra página web.
- Tener en claro las preferencias y necesidades en cuanto a diseño, funcionalidad y demás componentes que tiene una página web. Esto nos permitirá evaluar de qué manera será la más ideal para llevar a cabo el diseño de la página web SOUNDCHECK.
- Comprender el comportamiento de los usuarios cuando implica la necesidad de encontrar información respecto a eventos musicales al navegar por una página web.

39

Investigación Explicativa

Con este tipo de investigación la finalidad es el lograr identificar el comportamiento que lleva a los usuarios de una página web comportarse de la manera en la que lo hacen, identificando así sus necesidades, carencias y demás.

El principal interrogante del diseño de la página web SOUNDCHECK es el por qué no se ha podido hallar alguna plataforma digital centralizada en eventos musicales dentro de Lima Metropolitana, todo esto refiriéndonos de manera total, ya que, si nos referimos a eventos masivos, y de gran alcance, ellos tienen gran respaldo por parte de sus propios organizadores y del entorno en general.

Utilizamos métodos cuantitativos, ya que al llevar este método en base a encuestas se puede obtener información de vital importancia y luego al obtener los resultados de dichas encuestas podemos porcentual estos, para así tener una clara visión de la necesidad del público objetivo al cual va dirigido.

Capítulo IV:

Diseño y Ejecución de la Solución

Solución Principal

El diseño de la página web SOUNDCHECK se plantea como solución a la problemática estudiada en la población de Lima Metropolitana. Dicha problemática, se relaciona con el creciente consumo por parte del público y la limitada disponibilidad de plataformas digitales que difundan y organicen información clara y accesible sobre eventos musicales en la ciudad.

40

Haciendo uso de las herramientas para el diseño de la página web, tales como Adobe Illustrator, Adobe Photoshop y Wix desarrollamos junto con los conocimientos propios de color, composición, funcionalidad y conceptualización una interfaz atractiva, amigable, práctica y eficaz para el usuario. Entonces, el diseño de la página web SOUNDCHECK permitirá que el usuario pueda acceder de manera eficiente a información relevante sobre conciertos, festivales, tocadas y demás eventos musicales, esto incluyendo fechas, horarios y sobre todo ubicaciones. De esta manera, al centralizar la información en una sola plataforma solucionamos de manera eficaz y positiva la experiencia del consumidor que se encuentra en Lima Metropolitana y a la par propiciamos el consumo y el crecimiento musical-cultural en la ciudad.

Métodos Técnicas e Instrumentos

A continuación, se indican los principales métodos e instrumentos a utilizar para comprobar el éxito al diseñar la página web SOUNDCHECK que se encarga de brindar la información en base a género musical y/o ubicación sobre eventos musicales a realizarse en la ciudad de Lima Metropolitana.

Se hará uso de una encuesta mediante la herramienta "Google Forms" para así poder obtener datos válidos y confiables. Así podremos establecer que información necesitamos puntualmente (hábitos, preferencias musicales, intereses, locaciones, etcétera).

Encuesta

La encuesta se realizará en la herramienta Google Forms, dirigido a nuestro público objetivo, personas mayores de edad, sin distinción de sexo de NSE en su mayoría BCD y con gran afinidad a consumir de la industria musical, y encontrándose ubicados en Lima Metropolitana. La población para encuestar será de un aproximado de 1,000 individuos.

41

La encuesta contará con una diversidad de preguntas, entre ellas con opciones de respuesta abiertas y cerradas con la finalidad de obtener porcentajes detallados. Así como

también preguntas con escala Likert para así también poder construir una base de características específicas del usuario considerando sus preferencias en cuanto al uso de una página web.

Formato de Encuesta

Modalidad: Google Forms

Preguntas Generales

- Nombres y Apellidos (*Pregunta abierta*)

- Rango de edad (*Opción multiple*)

☐ 18 a 25 años

☐ 26 a 35 años

☐ 35 a 45 años

☐ +50 años

- Sexo (*Opción múltiple*)

☐ Hombre

☐ Mujer

☐ Prefiero no decirlo

- Ocupación (*Pregunta abierta*)

- Distrito de residencia (*Pregunta abierta*)

42

Indicador

Diseño de página web

- ¿Considera que el diseño de una página web influye su decisión en usarla?

☐ Si

☐ No

- ¿Crees que es importante el diseño de botones, iconos y demás componentes visuales

en una página web? (*Escala Likert*)

1 2 3 4 5

Nada importante ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Muy importante

- Dentro de la página web sobre eventos musicales, ¿Te agrada la idea de que cada

género musical sea representado por un color/vibra en específico? (*Pregunta cerrada*)

☐ Si

☐ No

• ¿Qué tan fácil y/o difícil te resulta navegar y encontrar información en una página

web? *(Escala Likert)*

1 2 3 4 5

Muy difícil ○ ○ ○ ○ ○ Muy fácil

43

Variable

Publicación

• ¿Usas plataformas digitales para buscar eventos musicales? *(Pregunta Cerrada)*

☐ Si

☐ No

• ¿Qué tipo de eventos musicales buscas con mayor frecuencia? Puede seleccionar más de uno. *(Opción Múltiple)*

☐ Conciertos

☐ Festivales

☐ Tributos

☐ Temáticos

☐ Otros

• ¿Con qué frecuencia visitas páginas web cuando buscas información sobre eventos musicales? *(Escala Likert)*

1 2 3 4 5

Nada frecuente ○ ○ ○ ○ ○ Muy frecuente

• ¿Qué tan importante es para ti mantener la información de eventos musicales actualizada dentro de una página web? *(Escala Likert)*

1 2 3 4 5

Nada importante ○ ○ ○ ○ ○ Muy importante

44

Conceptualización

• ¿Qué es lo primero en lo que te fijas cuando entras a una página web? *(Pregunta abierta)*

• ¿Consideras importante que una página web explique detalladamente sobre que trata?

(Pregunta cerrada)

☐ Si

☐ No

• ¿Consideras importante que ofrezcamos algún tipo de merch relacionado a la marca?

(Pregunta cerrada)

☐ Si

☐ No

• ¿Quisiera ver un espacio tipo blog dentro de la página web, dónde se resuman acerca

de los eventos? (Pregunta Cerrada)

☐ Si

☐ No

Funcionalidad

• ¿Cuándo navegas en una página web, sueles encontrar rápidamente lo que buscas?

(Escala Likert)

1 2 3 4 5

Nunca ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Siempre

45

• ¿Qué dispositivo utilizas para conectarte a una página web cuando buscas eventos

musicales? (Opción Múltiple)

☐ Celular Smartphone

☐ Computadora

☐ Tableta

☐ Laptop

• ¿Encontrarías útil en una página web sobre eventos musicales los filtros de “por

género” y “por ubicación”? (Escala Likert)

1 2 3 4 5

Nada útil ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Muy útil

• ¿Te registrarías en una página web sobre eventos musicales para así poder recibir

contenido personalizado según tus preferencias? (Pregunta cerrada)

☐ Si

☐ No

Análisis de los resultados del instrumento

Tras la aplicación del instrumento utilizado, Google Forms, a un total de 118 personas encuestadas, se han obtenido los siguientes resultados:

Para nuestro indicador siendo "Diseño de página web" un 95,7 % de los encuestados consideran que el diseño de una página web si influye en su decisión de usarla.

46

Figura 17.

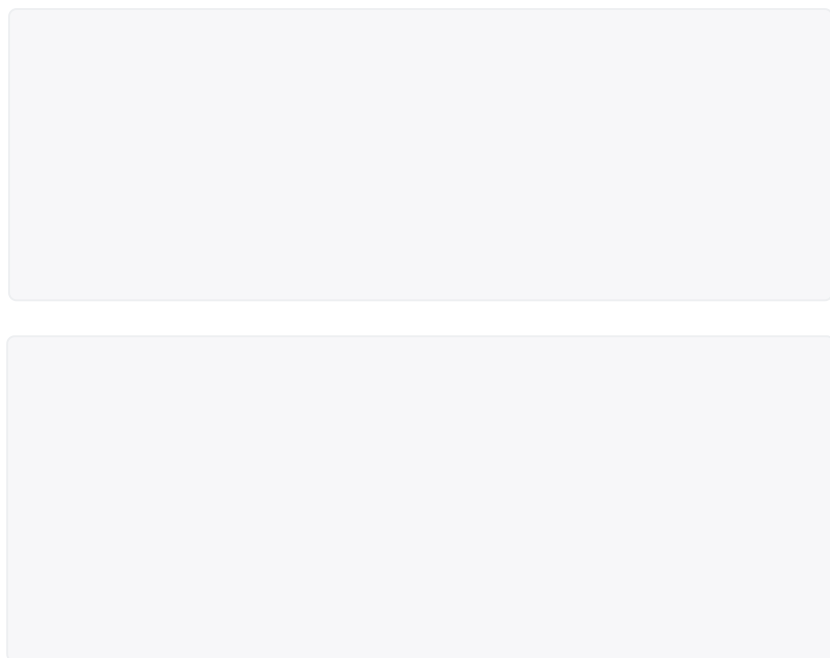
Gráfico encuesta

De igual manera un 99,1 % de los encuestados considera que es importante el diseño de botones, íconos y demás componentes visuales en una página web.

Figura 18.

Gráfico encuesta

Un 90,6 % de encuestados si le agrada la idea de que cada género musical dentro de la página web sea representado con un color en particular.



47

Figura 19.

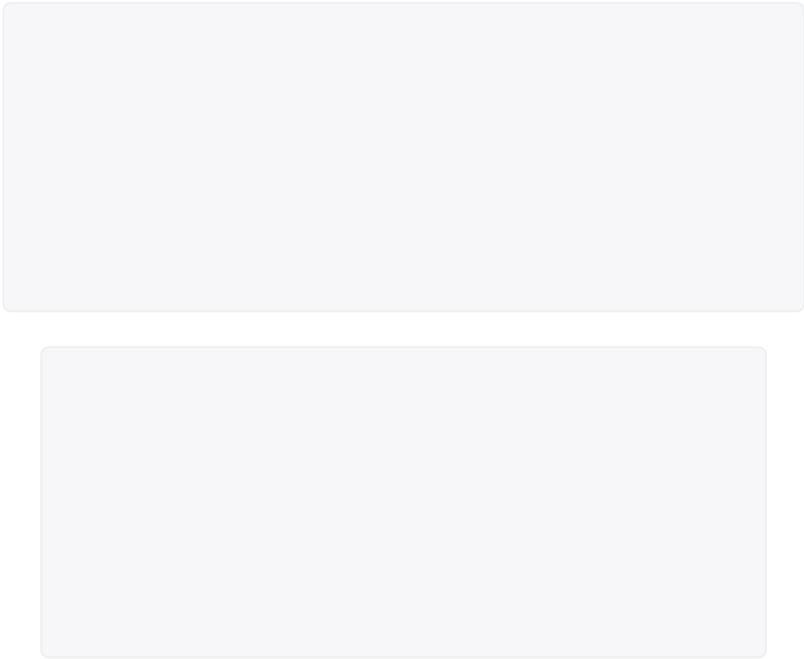
Gráfico encuesta

Un aproximado del 63 % de encuestados no suele tener problemas al navegar en busca de información dentro de una página web, eso nos da un margen del 37 % de encuestados que, si lo tiene, ello a tener en cuenta para una fácil y eficaz navegación en nuestro proyecto de

diseño de la página web SOUNDCHECK.

Figura 20.

Gráfico encuesta



48

Siguiendo, en las preguntas sobre nuestras variables, siendo la primera de ellas la “publicación” de una página web, un 86,3 % de personas respondieron que en efecto si utilizan plataformas digitales para buscar eventos musicales.

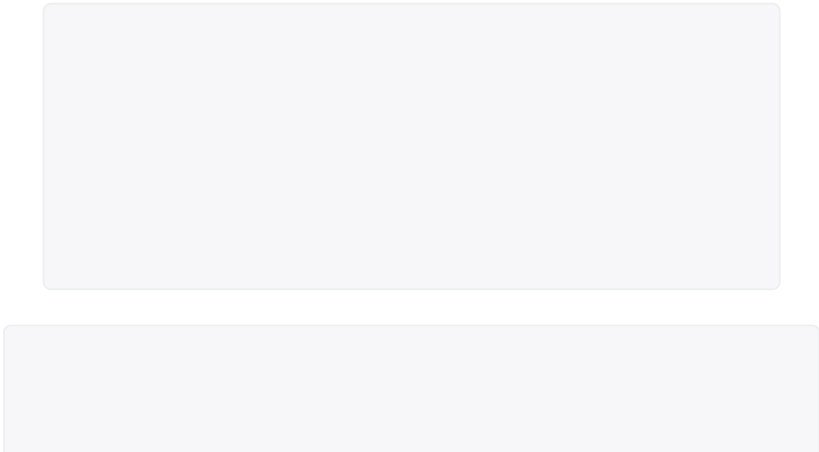
Figura 21.

Gráfico encuesta

Los eventos que más suelen buscar nuestro público objetivo es el de conciertos, seguido de festivales y tributos musicales.

Figura 22.

Gráfico encuesta



Casi un 40% de encuestados suele visitar páginas web cuando están buscando información sobre eventos musicales que les interesan, mientras que un posible 40 % de encuestados también podrían hacerlo, por ello es esencial el poder posicionar la página web SOUNDCHECK ya que claramente hay un público de interés.

Figura 23.

Gráfico encuesta

Un porcentaje cerca del 70 % de encuestados les es importante el que la información que se brinde en la página web en cuanto a eventos musicales de su interés esté en constante actualización.

Figura 24.

Gráfico encuesta

Siguiendo con la variable de “conceptualización” cuando se hace la pregunta de libre respuesta ¿Qué es lo primero en lo que te fijas cuando entras a una página web? Las respuestas que más han sido respondidas por los encuestados corresponden a: “el diseño, una buena organización, su estilo, colores, la rapidez e interfaz”.

Esto nos deja más que claro la importancia del diseñar de la manera más óptima posible

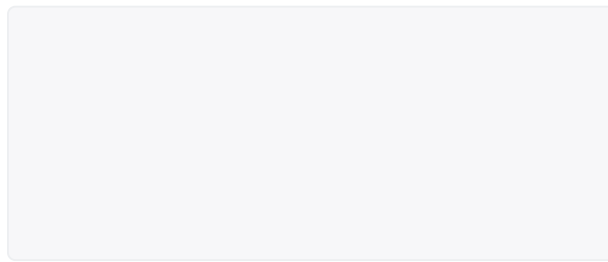
la página web SOUNDCHECK, teniendo en cuanto la necesidad del usuario del poder contar con una página que pueda satisfacer sus necesidades en la navegación en busca de eventos musicales.

Luego, al preguntarles si ¿Consideran importante que una página web explique de manera detallada sobre que trata? Un 81,4 % de los encuestados si lo considera importante.

Figura 25.

Gráfico encuesta

Cuando hablamos de la posible merchandasing que podríamos desarrollar para el usuario, y si esta les era importante, un 73,7 % consideró que si lo es. Esto indica un interés de pertenencia con respecto al usuario hacia la empresa, hacia la marca que claramente se ven representados en ella.



51

Figura 26.

Gráfico encuesta

Un 92,4 % de nuestro público encuestado quisiera ver un blog dentro de la página web y así poder tener información de los eventos ya sean próximos o que ya pasaron.

Figura 27.

Gráfico encuesta

Ahora con respecto a la variable de “funcionalidad” un poco más de la mitad de encuestados, un 55 %, indican no tener problemas con encontrar rápidamente información en las páginas web, sin embargo, la idea con el diseño de SOUNDCHECK es el de poder minimizar esa brecha con un gran diseño e interfaz.

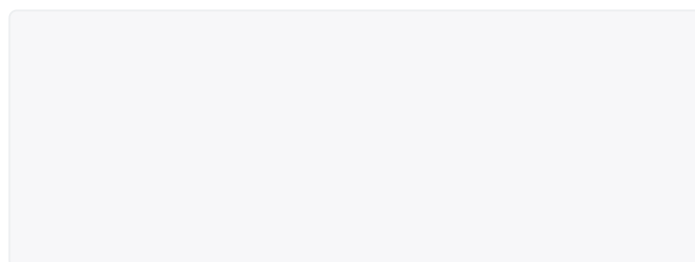


Figura 28.*Gráfico encuesta*

Cuando le preguntamos a nuestros encuestados cuales eran los dispositivos que utilizan con mayor frecuencia cuando se conectan a alguna página web, ellos indican que los celulares smartphones y las laptops son de mayor uso. Con esta información tendremos en cuenta sobre las dimensiones y la adaptabilidad a trabajar, y así obtener una óptima interacción con el usuario.

Figura 29.*Gráfico encuesta*

Un casi 80 % de encuestados si consideran útil el que en la página web se utilicen los filtros de “por género musical” y “por ubicación”.

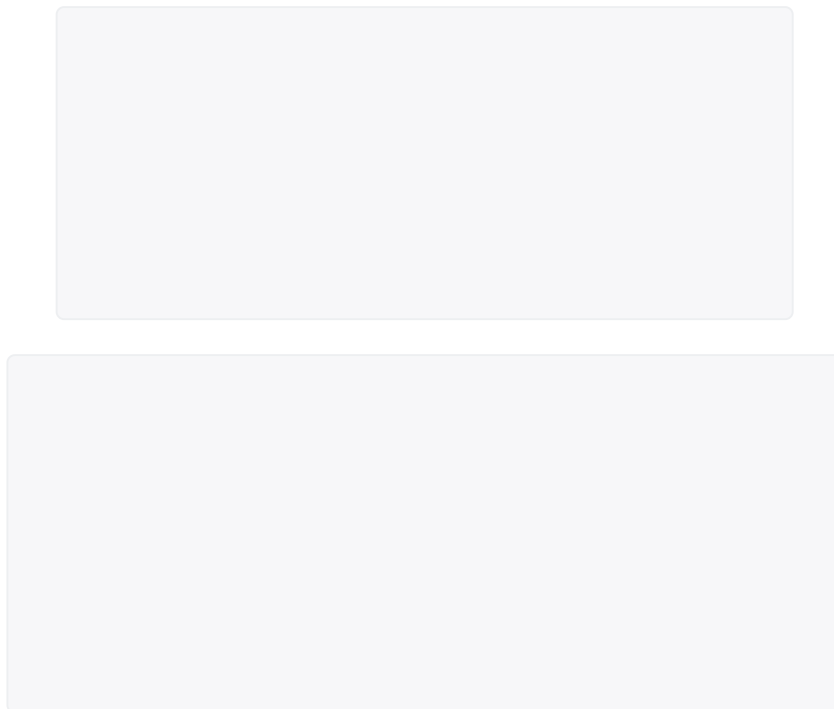
Figura 30.*Gráfico encuesta*

Y por último en nuestra encuesta del Google Forms, casi el 90 % de personas encuestadas

indicó que si estarían dispuestos a registrarse en una página web sobre eventos musicales con la finalidad de poder recibir contenido personalizado.

Figura 31.

Gráfico encuesta



54

Desarrollo de Piezas Audiovisuales y Gráficas de Soporte

Para llevar a cabo el diseño de la página web SOUNDCHECK y luego de haber analizado a nuestro público objetivo, se han realizado las siguientes piezas gráficas:

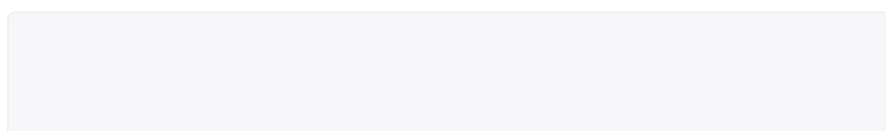
Figura 32.

Buyer person

Las encuestas realizadas a más de 100 personas dentro de la ciudad de Lima Metropolitana nos dan la información suficiente para poder desarrollar y así conocer a nuestro cliente/usuario ideal, a nuestro buyer person. Este vendría a ser Armando Paredes, un joven adulto que reside en el distrito de San Miguel, trabaja en el área corporativo y tiene como pasatiempo el tocar en su banda musical con amigos.

Este buyer person, Armando, refleja lo que es el usuario ideal para la página web

SOUNDCHECK, conocemos su personalidad, sus necesidades, sus metas y objetivos, sus puntos



55

de dolor, lo que lo motiva a consumir la marca y demás datos que nos ayudan para poder conceptualizar así el diseño de la página web.

Figura 33.

Business Model Canva

Se ha elaborado un *Business Model Canva* para tener una idea clara del tipo de empresa que se quiere crear, este modelo visual nos ayuda a ordenar las ideas a la hora de definir cuál será nuestro tipo de negocio, a través de ello determinamos e innovamos a través de 4 pilares clave (los clientes, la infraestructura, la oferta y viabilidad económica) que se ven desarrollados en las nueve divisiones que lo componen.

56

Figura 34.

Personal Journey

El *Journey Map* nos indica las etapas que atraviesa el usuario para hacer uso de la página web SOUNDCHECK, el antes, durante y después. En la etapa previa al uso de la plataforma, el usuario se encuentra en la búsqueda de información sobre eventos musicales en Lima, pero se encuentra con las dificultades de información dispersa en redes sociales, la falta de claridad sobre fechas, ubicaciones y demás. En este punto del *Journey Map* el usuario siente frustración por el desorden informativo, lo que le genera una necesidad de una plataforma que centralice y ordene la información.

SOUNDCHECK aparece como respuesta a esta problemática a través de la propia campaña de redes y de la comunicación, despertando interés y motivando al usuario a visitar la página web. En la etapa del “durante”, en la interacción con la página web el usuario explora y descubre, gracias a las herramientas y efectividad de la página web, los eventos musicales que más le atraen, accediendo así a toda la información que este necesita. La claridad visual y la organización de la página web generan confianza y satisfacción en el usuario.



58

Como último paso en este camino de experiencia, después de utilizar la página web SOUNDCHECK, el usuario queda con una percepción positiva de la plataforma al haber resuelto su necesidad de encontrar información de manera eficiente. Esta experiencia fortalece la recordación de la marca y aumenta la probabilidad de que el usuario regrese a la página web para futuras búsquedas. Así mismo, el usuario se encuentra con toda la habilidad de recomendar SOUNDCHECK a otras personas interesadas y/o en sus propias redes sociales.



Con este *Journey Map* podemos evidenciar como una experiencia digital ordenada, útil y funcional contribuye a la fidelización y al posicionamiento de SOUNDCHECK como referente informativo en el ámbito musical de la ciudad de Lima.

Figura 35.

Brand Onion

59

El Brand Onion de SOUNDCHECK define elementos clave que construyen la identidad de marca y orientan su comunicación. A nivel de atributos, la marca se presenta como una marca

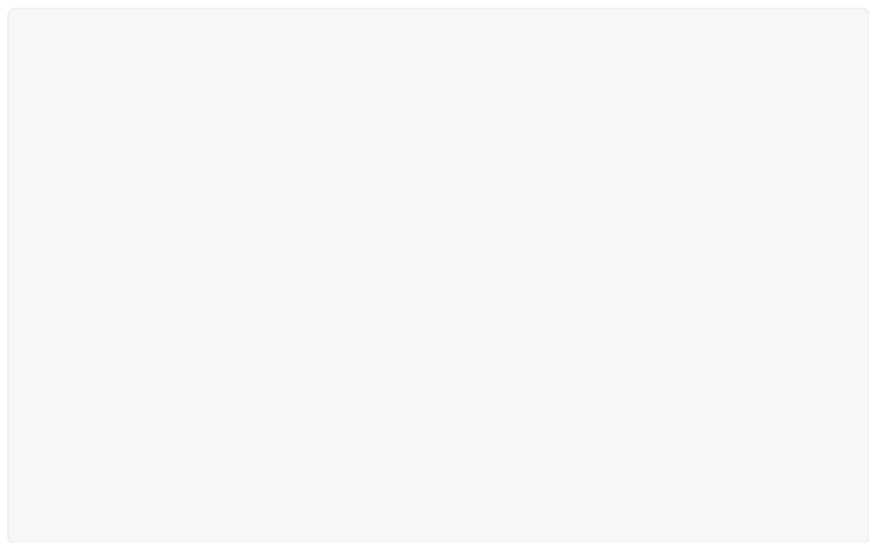


interactiva, digital y personalizada, lo que le permite brindar una experiencia dinámica y
visualmente atractiva para el usuario. Estos atributos se traducen en beneficios como la ubicación
rápida de eventos, la conexión con la música y la posibilidad de descubrir nuevas experiencias de
manera accesible y entretenida, facilitando la toma de decisiones del público.

En el núcleo de la marca se encuentran los valores de confianza, autenticidad e
innovación, los cuales refuerzan el vínculo emocional con el usuario y fortalece su identidad
cultural. A su vez, la personalidad de SOUNDCHECK se define como moderna, cercana y
confiable, permitiendo una comunicación clara y amigable que conecta con la audiencia.

Figura 36.

Mockup página web.



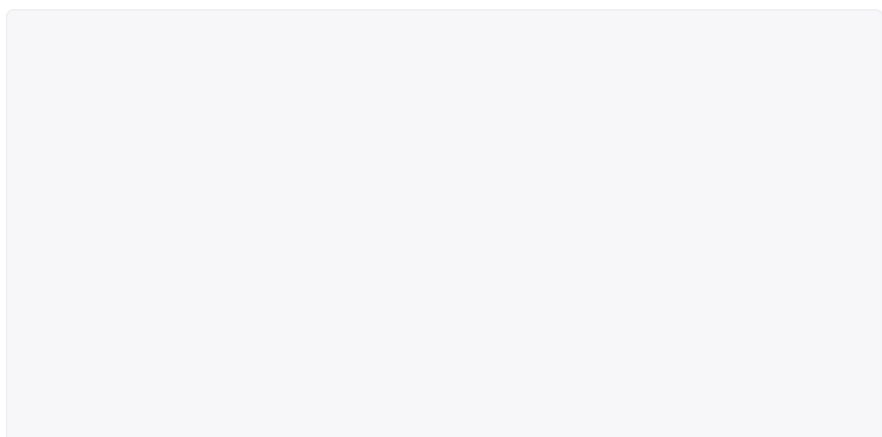
60

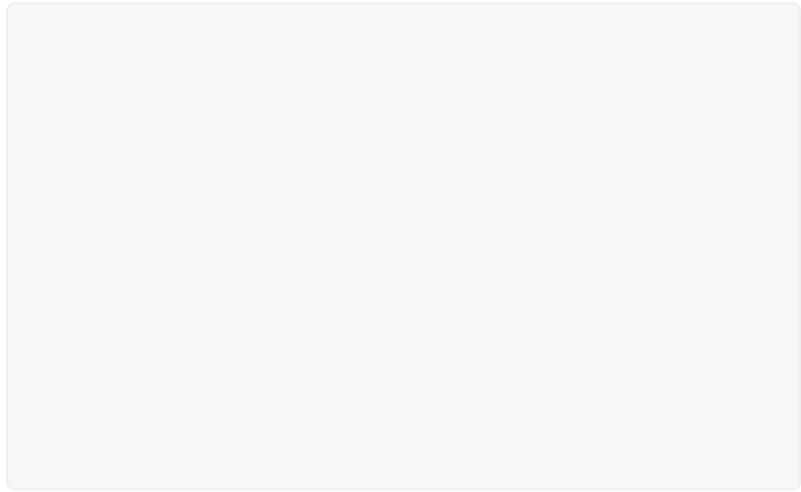
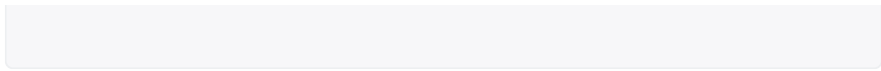
Figura 37.

Mockup página web 2

Figura 38.

Mockup página web 3





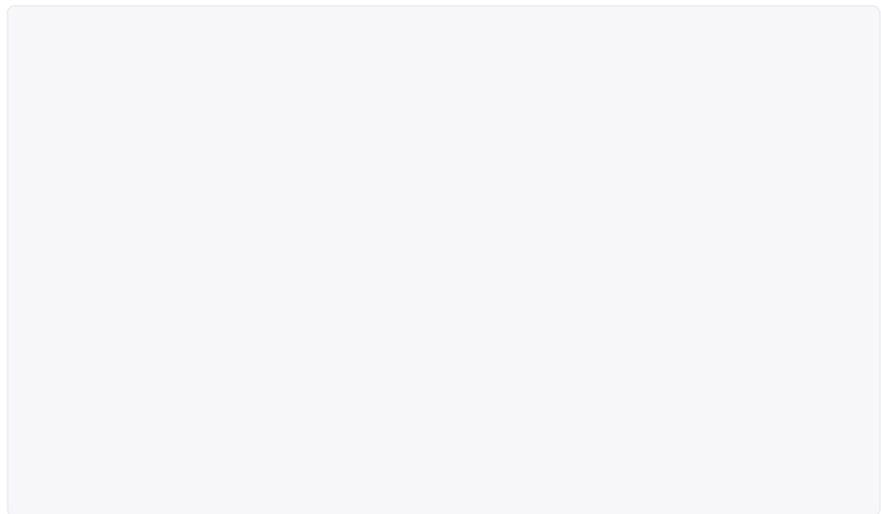
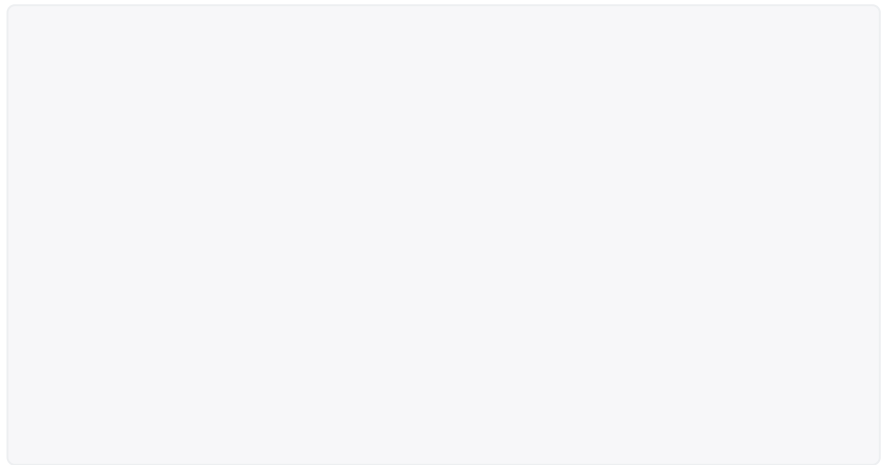
61

Figura 39.

Mockup página web 4

Figura 40.

Mockup vista en celular



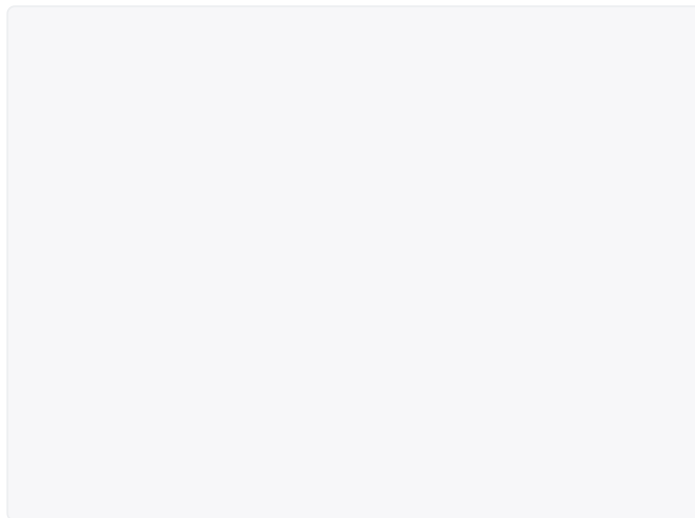
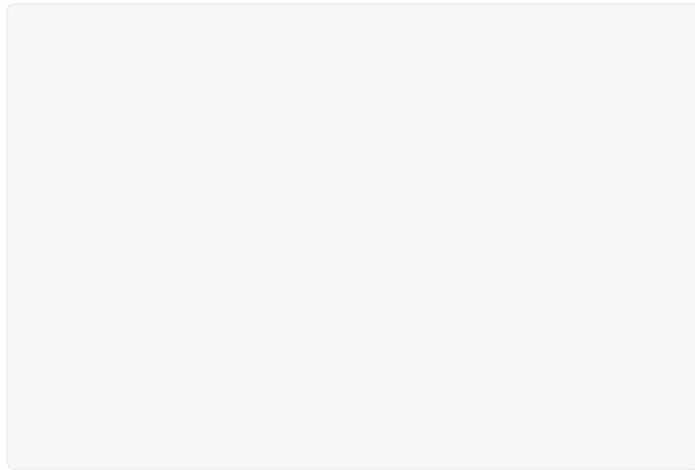
62

Figura 41.

Carrusel para Instagram 1

Figura 42.

Carrusel para Instagram 2



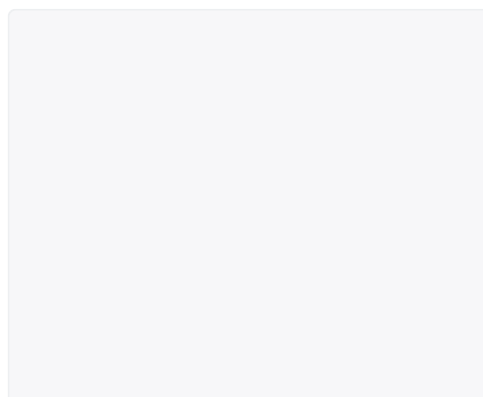
63

Figura 43.

Post para Facebook 1

Figura 44.

Post para Facebook 2



64

Figura 45.

Add campaña Facebook

Figura 46.

Post campaña Facebook

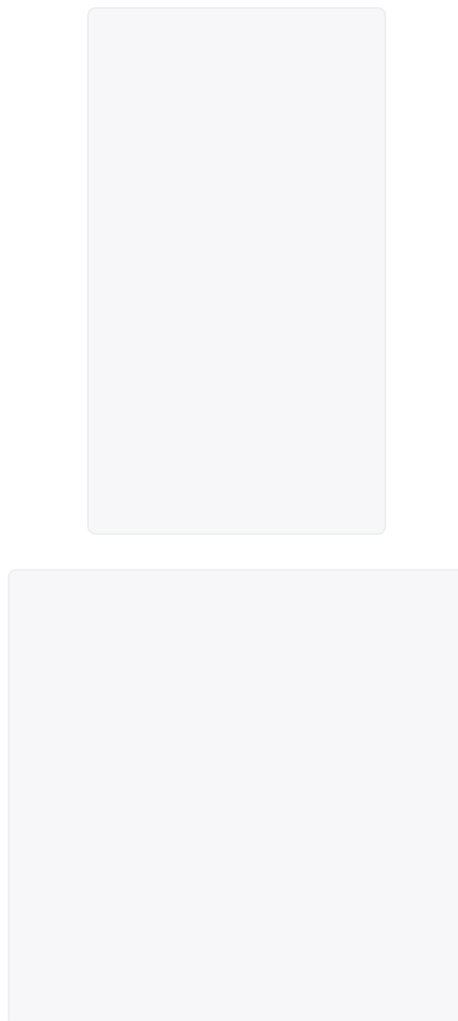
65

Figura 47.

Historia campaña Instagram

Figura 48.

Post campaña Instagram



66

Fundamentaciones Gráficas

La estructura de la plataforma SOUNDCHECK presenta secciones definidas como:

Inicio, ¿Quiénes somos?, Encuentra tu evento, Por género, Por mapa y Contáctanos; lo que nos permite tener una navegación sencilla e intuitiva. Esta organización por jerarquía facilita que el usuario identifique de manera rápida las funciones principales de la página. El menú superior cumple con la función de orientar y reducir la carga cognitiva durante la exploración de la web. En cuanto a la relación del diseño, la página utiliza imágenes de conciertos y artistas reconocidos como elemento visual principal, generando impacto y atracción inmediata. La línea gráfica es sencilla y se apoya en composiciones rectangulares y banners horizontales que organizan el contenido. Las formas utilizadas en la plataforma son mayormente geométricas,

propias de las páginas web, lo cual aporta orden; la jerarquía visual se establece principalmente a través del tamaño de las imágenes y los títulos.

El uso del color se basa en contrastes entre fondos oscuros y textos claros, lo cual favorece a una fácil legibilidad. La variedad cromática presente en las imágenes aporta un mayor dinamismo y energía visual. Este tipo de combinación refuerza la identidad del sitio y mantiene el interés del usuario durante la navegación en la web. La falta de texturas complejas contribuye a una apariencia limpia y moderna, de manera que la plataforma logra un equilibrio visual atractivo y funcional.

Con respecto a la tipografía, SOUNDCHECK utiliza fuentes sans-serif, específicamente la fuente Acumin Pro, la cual garantiza una lectura clara en dispositivos digitales. Esta elección tipográfica resulta ser la indicada para una plataforma informativa, ya que prioriza la accesibilidad y la compresión rápida del contenido. El correcto uso del espacio en blanco entre
67

secciones permite una buena distribución ordenada de la información, lo cual evita la saturación visual y mejora la experiencia del diseño.

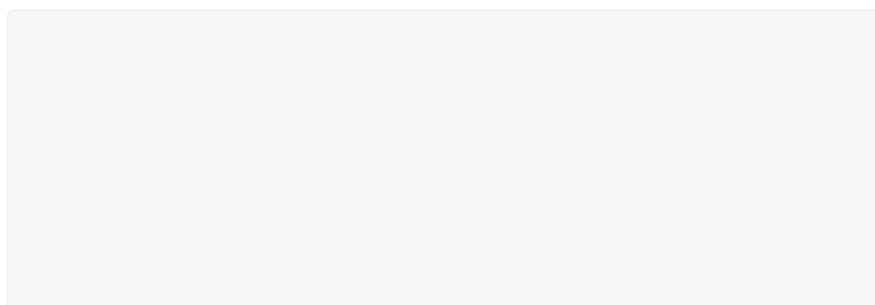
Desde la conceptualización y funcionalidad, la plataforma se presenta como una herramienta eficaz para centralizar información sobre conciertos y eventos musicales cercanos al usuario. En síntesis, SOUNDCHECK consolida una propuesta gráfica y funcional alineada con su objetivo informativo y cultural.

Costos del Proyecto: Diseño y producción

Para llevar a cabo el plan de marketing que utilizaremos y así realizar el lanzamiento como la fidelización de la marca, primero realizamos un Embudo de conversión, este embudo se estructura estratégicamente para guiar al usuario desde el primer contacto con la marca hasta su fidelización, teniendo en cuenta los hábitos de consumo digital de nuestro público objetivo

Figura 49.

Embudo de conversión.



El planeamiento de los *objetivos SMART* nos permite establecer metas claras, medible y alcanzables que nos van a guiar en el lanzamiento y posicionamiento de la plataforma como un buscador especializado en eventos musicales dentro de Lima Metropolitana. Como primer objetivo nos enfocamos en generar tráfico y visibilidad tanto en redes sociales como en la página web, atrayendo usuario interesados en la música y eventos locales.

El segundo objetivo SMART está orientado a incrementar el uso de la plataforma y fomentar asistencia a los eventos. Contamos con plazos definidos, como el de 60 días, con ello podemos evaluar resultados y así asegurar la eficiencia del plan de marketing digital.

Figura 50.

Objetivos SMART.

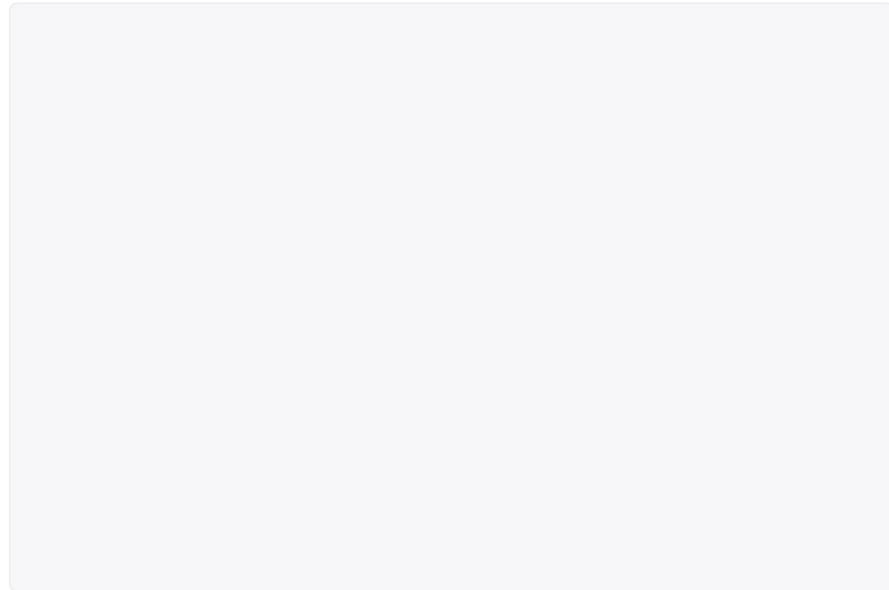
El *Diagrama de Gantt* de SOUNDCHECK presenta la planificación y ejecución del plan de marketing de una forma estructurada y coherente con el objetivo de lanzar oficialmente la

página web. En la primera fase se tiene como prioridad actividades clave como el registro de la empresa, adquisición de equipos, dominio y hosting, lo que dará la garantía de una base legal, técnica y operativo sólida. Así como también, la coordinación con el programador y el mantenimiento web que refleja un enfoque preventivo guiado a asegurar el correcto funcionamiento de la plataforma antes del lanzamiento al público.

Figura 51.

Diagrama de GANTT.

En la *fase 1* que implica el pre-lanzamiento, el diagrama nos muestra la concentración estratégica de acciones creativas y de planificación, como la definición del objetivo SMART, el diseño de identidad visual y la elaboración de mensajes publicitarios. Estas actividades permiten construir una comunicación clara y coherente antes de iniciar con la difusión. La elaboración de carruseles y reels, junto con la configuración de las redes sociales, demuestra la preparación



70

centrada en generar expectativa y posicionamiento previo en los canales digitales más importantes.

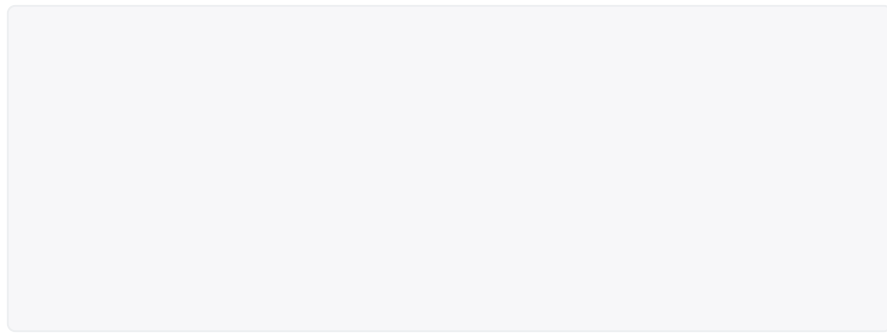
En la *fase 2 y 3*, se resalta una ejecución intensiva y sostenida en redes sociales como Instagram, Facebook y Tiktok, con publicaciones constantes y reutilización de contenido, lo que potencia el alcance y la interacción con los usuarios. Por último, en la *fase 4* donde evaluamos el plan aplicado incluimos momentos específicos para revisar las métricas y analizar los resultados obtenidos, lo que permite conocer qué tan efectiva fue la campaña. Esta etapa ayuda a identificar aciertos y aspectos por mejorar, facilitando la toma de decisiones para futuras acciones.

En conjunto, el diagrama de Gantt demuestra que el plan de marketing digital de SOUNCHECK está enfocado en un mejor uso del tiempo, un control adecuado del presupuesto y una mejora constante de los resultados.

Para llevar a cabo el diseño y producción del Proyecto de diseño de página web SOUNCHECK y todo lo que conlleva ello, desde su registro, creación, herramientas para poder elaborarlo, etc. Se ha realizado el siguiente cuadro de costos, teniendo como detalle:

Figura 52.

Cuadro de costos detalle



71

En el cuadro de costos podemos ver el uso de un capital coherente y alineado con el objetivo del plan de marketing digital y el del lanzamiento de la página web. Los costos iniciales, como el registro en Indecopi, el dominio y hosting anual nos brinda la formalización legal y la presencia digital oficial de la marca. Estos son gastos elementales para asegurar la identidad corporativa y la disponibilidad continua de la plataforma.

De igual manera la inversión en un programador web y el mantenimiento de la misma evidencia un enfoque orientado a la calidad y al eficaz funcionamiento de la página web. Esto permitirá una experiencia de usuario óptima, mientras que el mantenimiento mensual asegura actualizaciones, corrección de errores y soporte técnico durante la etapa de lanzamiento. Todo esto con la finalidad de prever y así reducir riesgos operativos y que se vea afectado el servicio digital de SOUNDCHECK.

Por último, tenemos la adquisición de equipos tecnológicos, como lo es la MacBook Air y la inversión en la campaña publicitaria mensual, esto responde a una estrategia de crecimiento y posicionamiento de marca. Los equipos permiten una gestión eficaz de contenidos por parte de los creadores, diseño y análisis de métricas, mientras que la publicidad digital durante el periodo de tres meses impulsa el alcance y la captación de nuestro público objetivo.

Todo esto en conjunto, el presupuesto total de 12,605 (doce mil seiscientos cinco soles) refleja un costo que representa la infraestructura, operación y difusión para asegurar la viabilidad y el éxito de llevar a cabo el proyecto de página web SOUNDCHECK.

Validación final de la propuesta de diseño

Para la validación de las propuestas que son la parte gráfica, así como la del desarrollo del diseño de la página web de SOUNDCHECK contamos con el apoyo y criterio de tres

profesionales especializadas en lo que este proyecto de diseño implica.

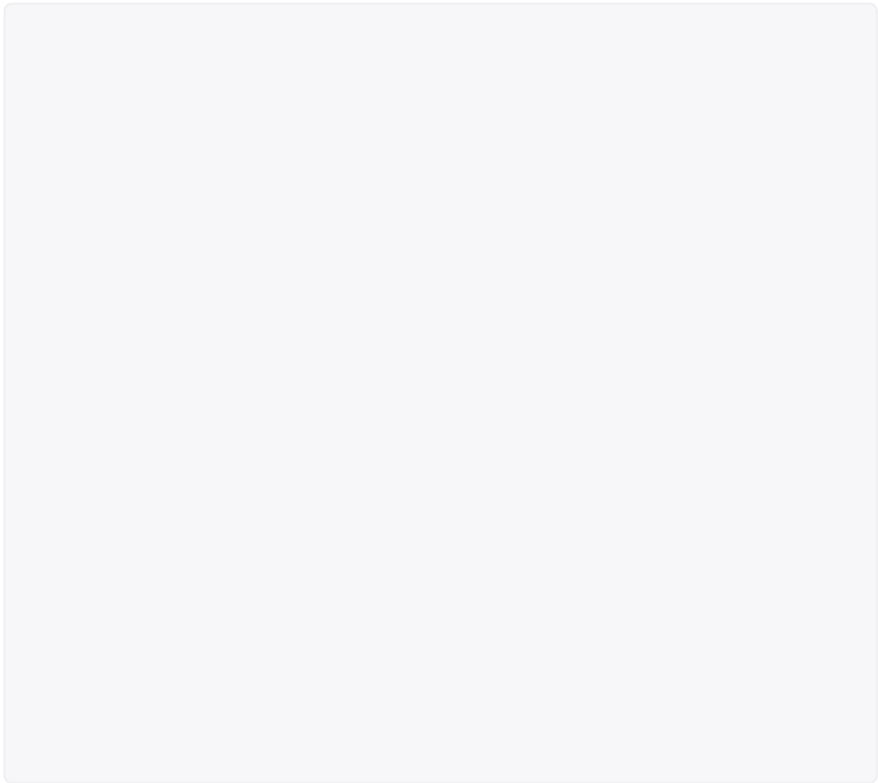
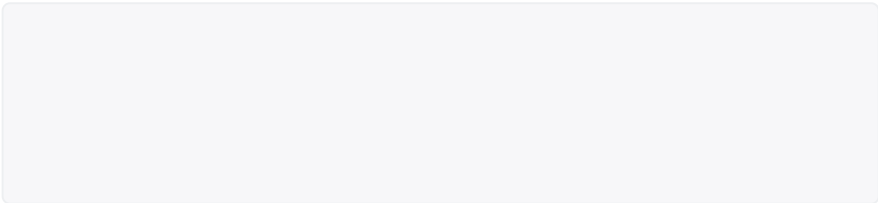
72

Figura 53.

Cuadro de datos de validadores

Figura 54.

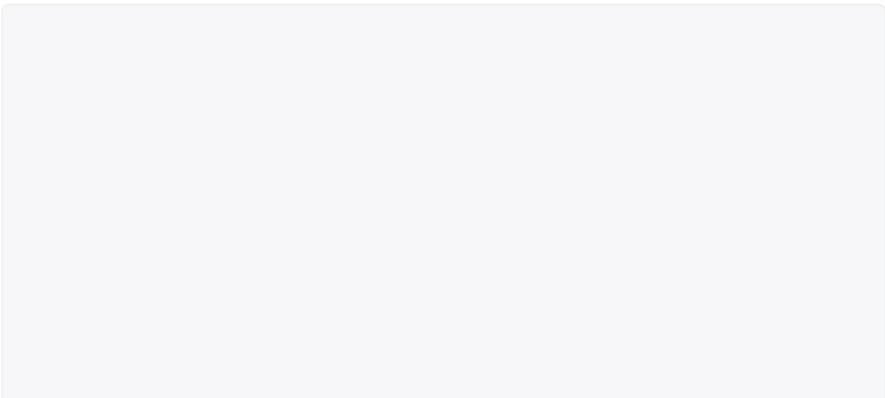
Cuadro de validación del Validador N°1



73

Figura 55.

Cuadro de validación del Validador N°2



74

Figura 56.

Cuadro de validación del Validador N°3

75

Conclusiones

1. El proyecto SOUNDCHECK deja en evidencia la necesidad no atendida de centralizar la información sobre eventos musicales en Lima Metropolitana. La fragmentación de datos en redes sociales y canales informales genera desconfianza y dificultad a la hora de la toma de decisiones del público. Bajo ese contexto, la página web propuesta responde a una problemática actual del consumo cultural musical.

2. El diseño de la página web SOUNDCHECK demuestra que el enfoque centrado en el usuario es un factor determinante para la aceptación de plataformas informativas digitales. Los resultados de las encuestas corroboran que el diseño visual, la organización del contenido y la

fácil navegación influye directamente en el uso y permanencia del usuario. Esto destaca la importancia del diseño gráfico como herramienta esencial y no sólo estética.

3. La incorporación de filtro por género musical y ubicación geográfica se consolida como uno de los principales aportes de SOUNDCHECK. Estos elementos permiten una optimización del tiempo de búsqueda y mejora la experiencia del usuario, alineándose con la personalización de contenido. De esta manera, la página web facilita un acceso funcional y eficiente a la oferta musical en la ciudad de Lima.

4. Nuestro público objetivo demuestra un alto nivel de interés por plataforma digitales informativas sobre eventos musicales. Esta investigación cuantitativa también nos indica que el público objetivo valora la actualización constante, la claridad de la información y la confianza en la fuente. Esto posiciona a SOUNDCHECK como la alternativa adecuada para cumplir con las expectativas del público limeño.

76

5. La identidad visual y conceptual de la marca SOUNDCHECK refuerza su propuesta de valor. El uso del isotipo, la paleta cromática y las tipografías escogidas transmiten dinamismo, modernidad y conexión con la música en vivo. Esta coherencia gráfica contribuye a fortalecer el reconocimiento de marca y genera mayor credibilidad en entornos digitales competitivos.

6. El carácter informativo de la plataforma, sin enfocarse en la venta de entradas, representa una ventaja frente a otras aplicaciones del mercado. Estas características permiten que el público vea en SOUNDCHECK una fuente natural y confiable de información. De la misma manera, la plataforma da más visibilidad a eventos emergentes y culturales menos difundidos en la ciudad de Lima Metropolitana.



7. Finalmente, este proyecto demuestra que el diseño web puede funcionar como un agente de impulso cultural y social. Al descentralizar la oferta musical y dar visibilidad a eventos en diversos distritos de Lima, SOUNDCHECK contribuye al fortalecimiento de la escena musical local. De esta manera, la plataforma se posiciona no solo como un producto digital, sino como un aporte al desarrollo cultural urbano.

77

Recomendaciones

1. Se recomienda implementar un sistema de validación de eventos que permita verificar la información proporcionada por los organizadores de los mismos, lo cual refuerza la confianza

del usuario y reduciría el riesgo de desinformación. La transparencia en los datos publicados es la clave para consolidar la credibilidad de la plataforma a largo plazo.

2. Es conveniente desarrollar una estrategia que actualice constantemente el contenido publicado, ya sea mediante alianzas con productores, artistas o espacios culturales. Mantener el acceso a información en tiempo real permitirá responder a uno de los principales intereses del público objetivo. Por el contrario, la falta de actualización puede afectar negativamente la percepción del servicio.

3. Se recomienda tener como prioridad el diseño responsivo, optimizando la experiencia en dispositivos móviles, considerando que los teléfonos celulares son unos de los principales medios de acceso a la web. Una navegación fluida en pantallas pequeñas aumentará el alcance y uso recurrente de la plataforma, lo cual fortalecerá la funcionalidad general del sitio.

4. Es recomendable incorporar una sección de blog o contenido editorial, tal como lo manifestaron los usuarios encuestados. Este espacio permitirá ampliar la información sobre eventos pasados y futuros, así como tendencias musicales y artistas emergentes. Además, esta acción contribuiría al posicionamiento orgánico de la página en buscadores.

5. Se aconseja el desarrollo de una estrategia de branding digital continua en redes sociales para aumentar la visibilidad de SOUNDCHECK. La difusión de contenidos alineados a la identidad de la marca ayudará a traer nuevos usuarios, y así fortalecer la comunidad digital.

6. A mediano plazo, se recomienda evaluar el uso de la opción de personalización, así como perfiles de usuario o alertas por preferencias de géneros musicales. Estas funciones

78

mejorarían la experiencia individual de los usuarios y aumentaría el tiempo de permanencia en la plataforma. La personalización se presenta como una tendencia relevante en plataformas digitales actuales.

7. Finalmente, se sugiere considerar futuras líneas de investigación o desarrollo que amplíen el alcance geográfico de la plataforma. Replicar el modelo en otras ciudades del país permitiría escalar el proyecto y fortalecer su impacto cultural. Esta proyección convertiría a SOUNDCHECK en una referencia nacional en la difusión de eventos musicales.

79

Referencias Bibliográficas

Almeida, G., & Aguiar, Y. (2020) *Information Architecture and Navigation Patterns in Modern Websites*. *Journal of Web Engineering*. 18(3)

Bailón, J. E., & Roncoroni, U. (2023). *La Industria musical y la disrupción de la tecnología digital. El caso de la escena tropical bass en la ciudad de Lima. El oído pensante*, 11(1), 112-131 <https://doi.org/10.34096/oidopensante.v11n1.1123>

Benelkadi, M. (2024). *Desarrollo de una aplicación móvil para la recomendación de sitios cercanos basándose en gustos del usuario*. [Trabajo final de Grado, Universitat Politècnica de València]. Repositorio Institucional UPV. <https://riunet.upv.es/handle/10251/210187>

Cáceres, L., & Paredes, J. (2022). *Aplicativo móvil para la gestión de eventos culturales en Lima Metropolitana* [Tesis de licenciatura, Universidad Tecnológica del Perú]. Repositorio Institucional UTP. <https://repositorio.utp.edu.pe/handle/20.500.12867/4483>

Carrasco, C. (2020). *Experiencia de usuario: Lineamientos con base en la psicología y el neuromarketing*. [Trabajo final de Grado, Universidad Siglo 21]. Repositorio Institucional Universidad Siglo 21. <https://repositorio.21.edu.ar/items/4bb453cb-27ad-4344-be17-43d1cbc792e1>

Castillo, R., García, M., & Kim, Y. (2022). *User experience and trust in event recommendation apps: A cross-cultural study*. *Journal of Interactive Media*. <https://doi.org/10.1016/j.intmed.2022.08.005>

Cobarrubias, N., Rodríguez, H. & Zaldívar, X. (2022). *Diseño centrado en el usuario: Interacción hombre-computadora*. *Revista Digital de Tecnologías Informáticas y Sistemas*, 6(6), 78-84. <https://doi.org/10.61530/redtis.2022.6.6.124.780>

Fernández Gil, D. R., Garcilazo Carhuapoma, D. A., Morales Delgado, I. P., & Vásquez Tafur, M. (2020). *Crowdfunding como herramienta de estrategia para la gestión de iniciativas culturales: plataforma virtual con base en eventos musicales en la ciudad de Lima* [Tesis de licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio Institucional PUCP. <https://tesis.pucp.edu.pe/bitstreams/68bc3e2c-f070-499e-9fc6-c0076de99a4e/download>

Hall, J., & Peterson, L. (2023). *The role of AI in personalized music and event discovery*. *International Journal of Artificial Intelligence Applications*. <https://ijai.journal.org/2023/ai-music-discovery>

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, Unite! The challenges and

opportunities of social media. *Business Horizons*, 53 (1) 59-68

<https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>

Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing management* (15ª ed.). Pearson

<https://www.pearson.com/en-us/campaigns/marketing-management.html>

Marcotte, E. (2011). *Responsive Web Desing*. A Book Apart

<https://abookapart.com/products/responsive-web-design.html>

Martínez, I. (2024). *Diseño y desarrollo de una página web para un diseñador gráfico en base a estrategias de marketing digital*. [Trabajo final de Grado, Universitat Politècnica de València]. Repositorio Institucional UPV. <https://riunet.upv.es/handle/10251/208839>

Mendoza, A., & Lazo, P. (2021). Impacto de las redes sociales en la promoción de conciertos locales en el Perú post-pandemia. *Revista de Comunicación y Cultura Digital*, 3(2), 45-60. <https://revistas.udep.edu.pe/comunicaciondigital/article/view/712>

Ministerio de Cultura del Perú. (2022). *¿Cómo vamos en el consumo de música en el Perú?: Análisis de indicadores de asistencia a espectáculos y de adquisición de música entre los años 2016-2017* [Informe técnico]. Repositorio del Ministerio de Cultura. <https://repositorio.cultura.gob.pe/handle/20.500.14427/8334>

Morville, P. (s.f). *User experience honeycomb*, Interaction Design Foundation

<https://www.interaction-design.org/literature/article/user-experience-honeycomb>

Novoa Gutiérrez, J. (2024). *Preferencias musicales digitales en Lima Metropolitana: Estudio de comportamiento de jóvenes entre 18 y 29 años* [Tesis de licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio Académico UPC.

https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/10757/667454/1/Novoa_GJ.pdf

Palos Sánchez, P.R., Hernández Mogollón, J.M., & Campon Cerro, A.M. (2017). The behavioral response to location-based services: An examination of the influence of social and environmental benefits and privacy. *Sustainability*, 9(11),1988. <https://doi.org/10.3390/su9111988>

Rahman, N., Abdullah, F., & Sani, R. (2024). *Event safety perception in the post-pandemic era: Users' confidence in digital verification tools*. *The International Journal of Event Management Research*. <https://ijemr.org/rahman2024>



Silva, S. (2025). *Análisis de la navegación del sitio web de la empresa Ilum, para la*

mejora de la estructura de menús y accesibilidad para optimizar la experiencia del usuario.

[Tesis de licenciatura, Universidad Técnica de Babahoyo]. Repositorio Institucional Universidad Técnica de Babahoyo. <https://dspace.utb.edu.ec/server/api/core/bitstreams/f65cd884-f570-41c2-85e5-169c6c3a3b27/content>

82

Anexos

1. Link encuesta en Google Forms

<https://forms.gle/YP2mnB6LpG7BFEZdA>

2. Link drive datos validadores

<https://drive.google.com/drive/folders/1G5NeC2BjFD-ebmQfRHDE0GzlamCjHXEK?usp=sharing>

3. Link del diseño de la página web SOUNCHECK (wix)

<https://pcevallosr.wixsite.com/soundcheckpe>

4. Link de la cuenta oficial de SOUNCHECK en Instagram

<https://www.instagram.com/soundcheck.peru?igsh=MTdoajU3OG9uNXN6NQ>

5. Link de la cuenta oficial de SOUNCHECK en Facebook

<https://www.facebook.com/profile.php?id=61586817255959>