



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

SEDE GIRÓN

CARRERA DE DISEÑO MULTIMEDIA

CREACIÓN DE IDENTIDAD VISUAL PARA LA EMPRESA ZAVAGE MUSIC LAB:

BRANDING, WEB Y REDES SOCIALES

Trabajo de titulación previo a la obtención del

Título de Licenciatura en Diseño Multimedia

AUTOR: ALMALIZA JAQUELINE

CEVALLOS GARCÍA

TUTOR: HENRY ANDRÉS ESCOBAR TIBÁN

Quito - Ecuador

2025

**CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD Y
AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Yo, Almaliza Jaqueline Cevallos García con documento de identificación N°1722822150 manifiesto que:

Soy el autor y responsable del presente trabajo; y, autorizo a que sin fines de lucro la Universidad Politécnica Salesiana pueda usar, difundir, reproducir o publicar de manera total o parcial el presente trabajo de titulación.

Quito, 04 de febrero del año 2025

Atentamente,



Almaliza Jaqueline Cevallos García

N°1722822150

**CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE
TITULACIÓN A LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA**

Yo, Almaliza Jaqueline Cevallos García con documento de identificación No. 1722822150, expreso mi voluntad y por medio del presente documento cedo a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que soy autor del Proyecto Integrador: CREACIÓN DE IDENTIDAD VISUAL PARA LA EMPRESA ZAVAGE MUSIC LAB: BRANDING, WEB Y REDES SOCIALES, el cual ha sido desarrollado para optar por el título de: Licenciatura en Diseño Multimedia, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En concordancia con lo manifestado, suscribo este documento en el momento que hago la entrega del trabajo final en formato digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.

Quito, 04 de febrero del año 2025

Atentamente,



Almaliza Jaqueline Cevallos

García

CI:1722822150

CERTIFICADO DE DIRECCIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Henry Andrés Escobar Tibán con documento de identificación N° 1600526386, docente de la Universidad Politécnica Salesiana, declaro que bajo mi tutoría fue desarrollado el trabajo de titulación: CREACIÓN DE IDENTIDAD VISUAL PARA LA EMPRESA ZAVAGE MUSIC LAB: BRANDING, WEB Y REDES SOCIALES, realizado por Almaliza Jaqueline Cevallos García con documento de identificación N° 1722822150, obteniendo como resultado final el trabajo de titulación bajo la opción Proyecto Integrador que cumple con todos los requisitos determinados por la Universidad Politécnica Salesiana.

Quito, 04 de febrero del año 2025

Atentamente,



Henry Andrés Escobar Tibán

N° 1600526386

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE LA EMPRESA ZAVAGE MUSIC LAB

Quito, Ecuador

Fecha: 04/02/2025

Por medio de la presente, Zavage Music Lab, representada por Juan Sebastián Peña Ospina, autoriza al estudiante Almaliza Jaqueline Cevallos García, identificado con el CI 1722822150, de la Universidad Politécnica Salesiana sede Quito, a hacer uso, publicación y divulgación de la información proporcionada por nuestra empresa en el marco de su Proyecto Integrador de Título, titulado “CREACIÓN DE IDENTIDAD VISUAL PARA LA EMPRESA ZAVAGE MUSIC LAB: BRANDING, WEB Y REDES SOCIALES”.



Atentamente,

Juan Sebastián Peña Ospina

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a mi familia, principalmente a mis padres Silvana y Franklin quienes han apoyado toda mi vida estudiantil con amor y esfuerzo, a mi querido hermano Leonel por sus consejos y enseñanzas.

A mi novio Juan Sebastián por siempre ser un apoyo constante y a mis amigos de la universidad porque sin su carisma y equipo esta etapa de mi vida no hubiera sido lo mismo.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Universidad Politécnica Salesiana y a la carrera de Diseño Multimedia por permitirme expandir mis horizontes. A mi tutor Henry Andrés Escobar Tibán y el docente Roberto Carlos Rosero Ortega por impartirme sus conocimientos y ayudarme en la realización del proyecto.

Contenido

INTRODUCCIÓN	1
Comunicación visual	4
Branding e Identidad Visual	5
Posicionamiento de marca.....	7
Estrategia visual para redes sociales	8
Diseño Web y UX (Experiencia de Usuario)	9
METODOLOGÍA	11
Entrevista con Andree Aguilar (Baterista y Líder de <i>Curse Breaker</i>), Para más detalles sobre las respuestas, consulte el Anexo D.....	16
Entrevista con Estefano Peñaherrera (Guitarrista y vocalista de <i>Ripperwolf</i>), Para una descripción más completa de las respuestas, diríjase al Anexo E.	17
Entrevista con Zaq (Líder y Guitarrista de <i>Nebuxys</i>), Para obtener información adicional sobre las respuestas, consulte el Anexo F.	18
RESULTADOS	19
CONCLUSIONES	32
REFERENCIAS	34
ANEXOS	36

RESUMEN

Hoy en día, al existir un amplio mercado musical las empresas deben generar un diferenciador que potencie la marca, por lo que la creación de una identidad visual sólida es fundamental para destacar y conectar con el público objetivo. Este proyecto surge con el objetivo de desarrollar una estrategia integral que incluya la creación de una identidad visual y una página web, diseñadas específicamente para reflejar la esencia del estudio *Zavage Music Lab* y sus valores.

El proyecto “Creación de identidad visual para la empresa *zavage music lab*: branding, web y redes sociales” se centra en el desarrollo de una identidad visual coherente y una página web que reflejan la esencia del estudio musical. A través de un proceso de investigación mixto que incluye encuestas y entrevistas con músicos y clientes potenciales, se identifican las características clave que la marca debe transmitir: creatividad, energía, profesionalismo y seriedad; y, se diseña un brief que guía la creación de elementos visuales representativos, como el logotipo, la paleta de colores y las tipografías.

El proceso incluye la generación de bocetos iniciales, la digitalización del logo utilizando herramientas de la *suite* de Adobe como Adobe Illustrator, Adobe photoshop, así como la creación de un manual de identidad corporativa que especifica el uso correcto de los elementos visuales. Además, se desarrolla una página web en plataformas de dominio gratuito como Wix Studio en donde se organiza la información del estudio y presenta su portafolio. Finalmente, se diseñan ejemplos de publicaciones para redes sociales que reflejan la nueva identidad visual.

Palabras clave: Comunicación visual, Identidad e imagen, Manual de marca, Diseño Web, Redes sociales.

ABSTRACT

At present highly competitive music market, businesses must cultivate a distinctive brand identity to stand out and connect with their target audience. This project aims to develop a comprehensive strategy, including a visual identity and a website, specifically designed to encapsulate the essence and values of Zavage Music Lab. Through a research-based approach involving musicians and potential clients, the goal is to establish a significant presence within the music industry.

The project, "Creation of a Visual Identity for Zavage Music Lab: Branding, Web, and Social Media," focuses on developing a cohesive visual identity and website that reflect the studio's core values. A mixed-methods research process, including surveys and interviews with musicians and potential clients, identifies key brand attributes such as creativity, energy, professionalism, and seriousness. A brief is then developed to guide the creation of representative visual elements, including the logo, color palette, and typography.

The process involves generating initial sketches, digitizing the logo using Adobe Illustrator and Photoshop, and creating a corporate identity manual that outlines the correct usage of visual elements. Additionally, a website is developed on a free platform like Wix Studio, organizing studio information and showcasing its portfolio. Finally, sample social media posts are designed to reflect the new visual identity.

Keywords: Visual Communication, Identity and Image, Brand Manual, Web Design, Social Media.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, donde la comunicación visual juega un papel fundamental en la percepción de las marcas. La identidad e imagen de una empresa, esta se ha convertido en elemento esencial para su éxito. La forma en que una marca se presenta al público no solo afecta su reconocimiento; sino también la conexión emocional que establece con su audiencia. En este sentido, el desarrollo de un manual de marca se vuelve decisivo, ya que proporciona directrices claras sobre cómo debe ser representada la marca en todos sus puntos de contacto, asegurando coherencia y efectividad en la comunicación.

El concepto de *branding* más allá de un logotipo o una paleta de colores; implica construir una narrativa visual que refleje los valores y la esencia de la empresa. Para una empresa emergente en el ámbito de la producción musical, establecer una identidad visual sólida es vital para diferenciarse en un mercado competitivo. Incluyendo no solo el diseño visual, sino también la creación de una experiencia de usuario que sea intuitiva y atractiva en plataformas digitales.

La experiencia del usuario es un componente clave en el diseño multimedial, ya que determina cómo los clientes interactúan con la marca a través de su sitio web y redes sociales (Escobar y Castelo, 2023). Una experiencia bien diseñada no solo facilita la navegación, sino que también refuerza la identidad visual y los mensajes que la empresa desea transmitir. Al integrar estos elementos: comunicación visual, identidad e imagen, manual de marca, *branding* y experiencia de usuario se establece un espacio conciso para el desarrollo de una propuesta visual acertiva.

Zavage Music Lab es una empresa nueva enfocada en la producción musical en Quito, Ecuador que nace en 2022. El nombre "Zavage" surge como una reinterpretación personal del apodo de su fundador, Sebastián Peña, esta denominación fusiona la energía y autenticidad del término "*savage*" (salvaje en inglés) con el toque único al reemplazar la "S" por una "Z", elección que estaría inspirada en su artista favorito *Ozzy Osbourne*, quien desempeñó un papel fundamental en su acercamiento a la música. Este cambio representa originalidad además de encarnar un espíritu indomable y creativo que impulsa la filosofía del estudio.

La empresa se ha enfocado en los géneros de rock y metal, ayudando a artistas a capturar la esencia de sus sonidos. Sin embargo, con el tiempo, el estudio ha ampliado su horizonte hacia otros géneros musicales, manteniendo siempre el compromiso de preservar la autenticidad y calidad como pilares fundamentales de su trabajo; como laboratorio de producción, *Zavage Music Lab* se posiciona como un espacio donde las ideas musicales evolucionan y se transforman en experiencias sonoras únicas.

El problema es que *Zavage Music Lab*, carece de una identidad visual coherente y estratégica, que le permita destacar en el mercado musical, especialmente en entornos digitales como redes sociales y página web. Esta falta de identidad e imagen dificulta la conexión con su público y la construcción de una imagen de marca sólida limita su capacidad para diferenciarse frente a la competencia. El desafío es desarrollar una identidad corporativa en donde la propuesta de *branding* incluya el identificador visual, el diseño web y la presencia en redes sociales, alineada con los valores y objetivos de la empresa.

Esto evidencia la necesidad de un proyecto dentro de la disciplina del diseño, específicamente en el diseño multimedial, entendamos a este como la integración de diversos elementos visuales, auditivos e interactivos para crear una experiencia comunicativa coherente. En el caso de la empresa, el diseño multimedia es la herramienta clave para construir una

identidad visual atractiva que conecte con su público, pensando en el usuario y el desarrollo de componentes como el diseño de interfaz y la experiencia de usuario, misma que es necesaria para crear una conexión emocional que ofrezca una experiencia más rica y memorable para su audiencia, y construya una imagen visual estético - comunicacional.

Este proyecto se propone abordar estas áreas críticas de *Zavage Music Lab*, con el objetivo de crear una identidad visual que no sólo resuene con su público objetivo, sino que también potencie su presencia en el mercado musical digital. A través del desarrollo de *branding* y estrategias visuales efectivas.

Para el desarrollo del presente, nos hemos planteado el objetivo general, el cual nos menciona que será el desarrollo de la identidad visual para la empresa *Zavage Music Lab*, que incluye la creación de branding, compuesto por sus respectivas guías de estilo visual, diseño web y estrategias visuales para redes sociales, con el fin de fortalecer su presencia en el mercado musical digital y mejorar su conexión con el público objetivo.

Además, se trabajarán tres objetivos específicos como son diseñar un sistema de identidad visual que refleje los valores de la empresa, junto con su misión y visión, incluyendo logotipo, paleta de colores, elección de tipografía y otros elementos gráficos, seguido por el desarrollo y la estructura de un sitio web que sea visualmente atractivo y funcional, alineada con la identidad de marca, para mejorar la experiencia de usuario y la comunicación digital. Finalmente, se implementará una estrategia visual para redes sociales siendo estas Instagram y Facebook, basada en la nueva identidad de marca, que permita mejorar la interacción con el público y aumentar el reconocimiento de la empresa en plataformas digitales.

El presente trabajo académico no solo resolverá las necesidades a corto y mediano plazo, sino que también, proporcionará una solución a futuro para mejorar su posicionamiento en el escenario de la producción musical en la ciudad de Quito, en Ecuador.

Comunicación visual

La comunicación visual se define como el proceso de transmitir información a través de elementos visuales, como imágenes, gráficos y símbolos, con el objetivo de expresar un mensaje de manera efectiva. Este tipo de comunicación es fundamental en un mundo donde la atención del público se capta más fácilmente a través de lo visual que mediante el texto. Según Nediger (2024), "la comunicación visual es una práctica que se encarga de utilizar los elementos visuales para expresar un mensaje, inspirar cambios o evocar emociones" (p.1). Esto implica que la selección adecuada de colores, tipografías e imágenes puede influir significativamente en la percepción del mensaje por parte del receptor.

Además, la comunicación visual no solo se limita a la estética; también juega un papel crucial en la claridad y comprensión del contenido. Como se menciona en el mismo artículo, "una comunicación visual efectiva debe ser igual de atractiva e informativa" (Nediger, 2024, p. 1). Por lo tanto, al desarrollar la identidad visual de *Zavage Music Lab*, es esencial considerar cómo estos elementos pueden ser utilizados estratégicamente para conectar emocionalmente con su público objetivo y fortalecer su presencia en el mercado musical digital. Por tanto, para Rocío Cortázar (2022), la comunicación visual:

es fundamental en la construcción de marcas y en el marketing. Los elementos visuales influyen de manera significativa en la percepción que los consumidores tienen sobre los productos o servicios. Un logo bien diseñado, una paleta de colores coherente y una tipografía distintiva pueden evocar emociones y asociaciones particulares en la audiencia, fortaleciendo la identidad de una marca y creando un vínculo emocional con los consumidores. (p.1).

El *branding*, a su vez, se beneficia enormemente de la comunicación visual. Al crear una identidad visual sólida y coherente, las marcas pueden diferenciarse de la competencia, generar reconocimiento y fidelizar a sus clientes. La comunicación visual permite contar historias de marca convincentes, transmitir valores y posicionar a la marca en la mente de los consumidores.

Un ejemplo claro es el uso de los colores en la marca. El color rojo, por ejemplo, suele asociarse con la pasión, la energía y la urgencia, mientras que el azul transmite calma, confianza y profesionalismo. Al seleccionar cuidadosamente los colores para una empresa, se puede influir en la percepción de los consumidores y crear asociaciones emocionales.

Además de los colores, otros elementos visuales como la tipografía y las formas juegan un papel crucial en el branding. Una tipografía elegante y sofisticada puede transmitir exclusividad, mientras que una tipografía más informal y amigable puede crear una sensación de cercanía y accesibilidad. La comunicación visual es una herramienta indispensable para construir marcas fuertes y memorables. Aprovechar el poder de las imágenes, los colores y las formas, las marcas pueden crear experiencias visuales que conectan con sus consumidores.

Esto es un lenguaje universal que trasciende las barreras culturales y de la lengua, conectando con las personas de manera más profunda y significativa. Al comprender y aplicar los principios de la comunicación visual, las marcas pueden construir una identidad sólida, diferenciarse de la competencia y lograr un mayor éxito en el mercado.

Branding e Identidad Visual

En el contexto del proyecto de *Zavage Music Lab*, la obra de Joan Costa sobre branding y comunicación visual ofrece valiosas perspectivas sobre la importancia de una identidad visual coherente y efectiva. Costa (1999) decía que la identidad visual consiste en la agrupación de elementos visuales que facilitan un reconocimiento y memorización instantánea de una entidad

o grupo por parte de la opinión pública, considerándolos como una institución. Esta afirmación conecta con los objetivos del proyecto, que buscan establecer una identidad visual sólida para la empresa, permitiendo que el estudio se diferencie en un mercado altamente competitivo.

La creación de un logotipo distintivo, una paleta de colores coherente y una tipografía adecuada son elementos esenciales que, según Costa (1999), pueden evocar emociones y asociaciones particulares en la audiencia, fortaleciendo la identidad de una marca. Para *Zavage Music Lab*, estos elementos no solo servirán para captar la atención del público, sino que también facilitarán la construcción de un vínculo emocional con los artistas y oyentes. Esto es crucial para fomentar la lealtad y el reconocimiento en un entorno donde las interacciones ocurren principalmente a través de plataformas digitales.

Además, al implementar estrategias de *branding* efectivas, *Zavage Music Lab* puede contar historias convincentes sobre su propuesta musical y sus valores. El autor enfatiza que un logo bien diseñado y una paleta de colores coherente son herramientas poderosas para transmitir mensajes y posicionar a la marca en la mente de los consumidores (Costa, 1999). Esto es especialmente relevante para el estudio, ya que busca no solo atraer a nuevos clientes, sino también establecer una presencia duradera en la industria musical.

La identidad visual de una marca consiste en un conjunto de elementos gráficos que representan su personalidad y valores, permitiéndole ser reconocida y diferenciada por su público objetivo. Según López (2017), la identidad visual incluye elementos como el logotipo, la paleta de colores, la tipografía, el estilo de fotografía y otros recursos visuales que comunican de manera coherente los mensajes de la marca. En el caso de *Zavage Music Lab*, crear una identidad visual le permitirá proyectar una imagen unificada que refleje su esencia y misión dentro de la industria musical.

Además, el autor enfatiza que la identidad visual no solo se trata de estética, sino que también desempeña un papel estratégico en la comunicación con el público. Una identidad visual bien definida puede generar confianza y lealtad entre los consumidores, ya que les permite identificar y conectar emocionalmente con la marca. Esto es especialmente relevante para la empresa, que busca establecerse en un mercado competitivo; una identidad visual sólida no solo atraerá a nuevos clientes, sino que también fomentará relaciones duraderas con artistas y oyentes. Al integrar estos elementos visuales de manera coherente.

En la industria musical, la imagen de una marca o de un artista es tan importante como su talento. Según Kotler (2020), en un mercado saturado como el de la música, contar con una identidad visual atractiva y coherente ayuda a destacar y a generar una conexión más profunda con el público. Además, una identidad visual sólida puede ayudar a que la empresa o artista se diferencie de la competencia y proyecte un nivel de profesionalismo adecuado para atraer nuevas oportunidades de negocio.

Posicionamiento de marca

La coherencia visual es clave en la creación de una identidad de marca sólida. Según Wolanin (2024), una marca que utiliza una identidad visual consistente en todos los puntos de contacto con su audiencia genera mayor confianza y reconocimiento. En el contexto del proyecto, esto significa que la marca debe mantener una uniformidad en su logotipo, colores, tipografías y estilo gráfico tanto en su página web como en sus redes sociales.

Una identidad visual coherente no solo fortalece la imagen de la empresa, sino que también mejora su posicionamiento en el mercado, permitiéndole ser fácilmente identificada por su público objetivo. Para ello, los componentes visuales y mensajes clave que se necesitan incorporar en su identidad para diferenciarla de la competencia y posicionarla en el mercado son los siguientes:

Logotipo: Según López (2023), el logotipo es uno de los elementos esenciales de la identidad visual, ya que actúa como representación gráfica de la marca. Un logotipo distintivo permite que una marca sea fácilmente reconocida y asociada con sus valores. Para *Zavage Music Lab*, un logotipo único y memorable permitirá que se diferencie en un mercado competitivo, comunicando su esencia creativa y musical. "El logotipo es el componente gráfico que resume la identidad visual de una marca, facilitando su reconocimiento y asociación con su misión" (López, 2023).

Cromática: Para Keller (2020), los colores son fundamentales para transmitir las emociones y la personalidad de una marca. Una paleta de colores bien seleccionada no solo mejora el reconocimiento, sino que también genera conexiones emocionales con los clientes. Para el proyecto, utilizar colores que reflejen la innovación y la creatividad musical ayudará a destacar y crear una impresión duradera. "Los colores juegan un papel crucial en la percepción de la marca, facilitando la diferenciación y creando vínculos emocionales con el público" (Keller, 2020).

Tipografía: Según Garrett (2021), la tipografía es esencial para la experiencia del usuario (UX), ya que influye en la legibilidad y la estética de la marca en plataformas digitales. En el caso del proyecto, utilizar una tipografía moderna y fácilmente legible no solo facilitará la comunicación, sino que proyectará profesionalismo y coherencia en su identidad visual. "La elección tipográfica influye directamente en la percepción de profesionalismo y la claridad del mensaje de la marca" (Garrett, 2021).

Estrategia visual para redes sociales

Las redes sociales juegan un rol crucial en la construcción de una imagen de marca en la actualidad. De acuerdo con Scott (2015), las estrategias visuales en redes sociales deben basarse en la coherencia de la identidad de marca y en la adaptación de los mensajes visuales

a cada plataforma. El contenido visual en redes sociales, como imágenes, videos y gráficos, debe alinearse con el branding de la empresa para generar reconocimiento y aumentar la interacción con el público objetivo.

Para *Zavage Music Lab*, el desarrollo de una estrategia visual en redes sociales permitirá consolidar su presencia en plataformas como Instagram, Facebook y YouTube, donde los elementos visuales predominan. Esto implica diseñar publicaciones, portadas y otros elementos gráficos que refuercen la identidad visual y el branding, y que conecten emocionalmente con los seguidores de la empresa. Por ello, los elementos visuales que potenciarán la experiencia con el consumidor son los siguientes:

Estilo Fotográfico: En las redes sociales y otras plataformas digitales, el estilo fotográfico es clave para atraer al público. Fotografías que reflejan la energía y el dinamismo de la marca, mismas que permitirán conectar mejor con los usuarios, generando una identidad visual cohesiva y atractiva. "La fotografía se ha convertido en un elemento fundamental para entender el proceso de construcción de las identidades virtuales en las redes sociales." (González, 2010).

Mensajes Clave: Para Aaker (2022), destaca la importancia de la coherencia en los mensajes clave de la marca para fortalecer su posicionamiento. Los mensajes que *Zavage Music Lab* debe comunicar deben enfocarse en su creatividad, innovación y profesionalismo dentro de la industria musical, resaltando sus valores y capacidades únicas para atraer tanto a talentos emergentes como a socios potenciales. "La coherencia en los mensajes y la identidad visual genera confianza y reconocimiento en el público objetivo, mejorando el posicionamiento de la marca" (Aaker, 2022).

Diseño Web y UX (Experiencia de Usuario)

El diseño de experiencia de usuario (UX) es fundamental para la identidad visual de una empresa, ya que, en el entorno digital actual, el sitio web a menudo representa el primer

punto de contacto entre la empresa y su audiencia. Según HubSpot (2023), "el diseño UX se centra en la creación de productos que proporcionen experiencias significativas y relevantes a los usuarios" y debe incluir una navegación intuitiva, una presentación clara de la información y la capacidad del diseño para cumplir tanto con los objetivos comerciales como con las necesidades del usuario.

Un sitio web bien diseñado no solo debe reflejar su identidad visual, sino también mejorar la interacción con sus usuarios y sobre todo facilitar la exploración de servicios y contenidos relacionados con la producción musical del estudio. Un diseño UX óptimo debe fortalecer la percepción de profesionalidad y creatividad de la empresa, al tiempo que crea una experiencia atractiva que fomente el compromiso con usuario. Como lo explicó Escobar y Castelo:

La vigencia del diseño de una interfaz está íntimamente ligado a la facilidad de uso que reporte el usuario en los primeros momentos de interactividad y hasta cuando las tendencias y coyunturas sociales determinan que ese diseño debe sufrir metamorfosis. (Escobar & Castelo, 2023, p. 218).

Por lo que, es importante también destacar que además de la facilidad de uso para el usuario en el diseño de la interfaz, al menos en el contexto de redes sociales, la experiencia de usuario puede verse afectada por los cambios constantes en tendencias y necesidades sociales, por lo que se debería mantener una continua atención en la interacción del usuario en el aspecto de las redes sociales.

METODOLOGÍA

Para garantizar que la identidad visual de *Zavage Music Lab* sea relevante y efectiva, se ha diseñado una estrategia de investigación que combina enfoques cualitativos y cuantitativos. A través de encuestas y entrevistas, se buscará recopilar información detallada sobre las preferencias, percepciones y expectativas de los clientes potenciales, así como de los músicos y productores que ya han trabajado con la empresa.

En el contexto del proyecto para desarrollar la identidad visual; esta metodología cualitativa resulta destacable. A través de un enfoque interpretativo, se podrán identificar elementos visuales y mensajes clave que conecten de manera emocional con el público objetivo, proporcionando *insights* profundos que complementen los hallazgos numéricos y empíricos del enfoque mixto.

Molina-Azorín et al. (2024), explican que "la investigación cuantitativa se basa en la recolección y análisis de datos numéricos para identificar patrones, relaciones y tendencias. Utilizar herramientas estadísticas para validar hipótesis y generalizar resultados a partir de muestras representativas" (p. 45). Esta definición destaca el enfoque analítico típico de la investigación cuantitativa.

El uso de la metodología cuantitativa permitirá validar de manera objetiva las preferencias y comportamientos mediante encuestas estructuradas. Estos datos numéricos serán esenciales para identificar patrones claros sobre las expectativas visuales de los consumidores, las plataformas digitales más utilizadas y los estilos gráficos más valorados en la industria musical. A la vez que la investigación cualitativa permitirá explorar las dimensiones emocionales y simbólicas asociadas a la marca. De esta manera, se obtendrá una visión general de las necesidades del mercado y de las oportunidades de diferenciación.

La elección de una metodología mixta para este estudio se fundamenta en la necesidad de obtener una comprensión general y profunda de las necesidades y expectativas del público objetivo. Según Hernández-Sampieri (2017), decía que La investigación cualitativa se enfoca en entender fenómenos sociales a través de la visión de los participantes. Lo importante son las percepciones y emociones del público al desarrollar la identidad visual de *Zavage Music Lab*. Además, se enfatiza que "los métodos mixtos de investigación permiten integrar enfoques cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio, enriqueciendo el análisis y proporcionando una visión más completa del fenómeno investigado" (p. 30).

El objetivo principal de esta investigación es responder a la siguiente pregunta: ¿Cuáles son los elementos visuales, redes sociales y los mensajes clave que deben incorporarse en la identidad visual de *Zavage Music Lab* para diferenciarla de la competencia y posicionarla como una referencia en el sector de la producción musical?

Al combinar estos enfoques metodológicos, se espera obtener resultados confiables que sirvan como base para el desarrollo de una identidad visual que sea capaz de generar un impacto duradero en el mercado y fortalecer la posición de *Zavage Music Lab* como una marca líder en la industria musical.

En el proceso de recolección de datos se empleará la plataforma *Microsoft Forms*, ya que es una herramienta eficaz para la creación y gestión de encuestas, una de sus características más destacadas es la capacidad de proporcionar análisis que permite visualizar los datos de manera rápida y efectiva. Según la documentación de *Microsoft*, "*Microsoft Forms* incluye análisis enriquecidos y en tiempo real que proporcionan información de resumen de respuestas y resultados individuales para encuestas" (Microsoft, 2024).

En la investigación se utilizará también la escala de Likert, que es una herramienta de medición ampliamente utilizada en investigaciones para evaluar actitudes, percepciones y

opiniones. Desarrollada por el psicólogo Rensis Likert en 1932, Esta escala brinda a los encuestados la oportunidad de indicar su grado de acuerdo o desacuerdo con afirmaciones específicas, proporcionando una forma más matizada de recoger datos en comparación con preguntas de respuesta binaria (sí/no) (Likert, 1932). En este caso, la escala consiste en un rango de opciones primordiales que son nivel de importancia y nivel de influencia, lo que nos permite cuantificar datos y obtener una comprensión más amplia.

Es fundamental elegir el tipo de preguntas que se utilizarán en las encuestas, ya que esto influye en la calidad de los datos recolectados. Por lo que se usará preguntas abiertas que permiten a los encuestados expresar sus pensamientos y sentimientos sin restricciones, lo que puede revelar información valiosa y perspectivas inesperadas; y preguntas cerradas que son más adecuadas para la investigación cuantitativa, ya que facilitan un análisis estandarizado de los datos. Según Gómez (2016), "en la práctica, un uso muy común de la pregunta abierta es colocarla después de una cerrada, con el fin de conocer el marco de referencia o las razones en las que descansa la respuesta de la cerrada" (p. 77). Por lo que se realizaron las preguntas cerradas en el final de las encuestas para que los encuestados tengan una idea más clara respecto a la identidad visual de la marca.

La combinación de ambos tipos de preguntas enriquece el proceso de investigación, proporcionando, tanto datos cualitativos, como cuantitativos que ayudan a formar una visión más completa del proyecto.

La encuesta está diseñada para evaluar las percepciones y preferencias de los potenciales clientes de la empresa en relación con la identidad visual y la presencia de las productoras musicales en el mercado. Consta de 10 preguntas, de las cuales cuatro son preguntas formuladas con la escala de Likert, tres de selección múltiple y 3 preguntas abiertas en donde los encuestados enviarán sugerencias para la identidad visual y el marketing; siendo

el tamaño alcanzado de la muestra de 118 personas que respondieron a la encuesta. Y las preguntas dentro de la investigación se encuentran el adjunto link del formulario (<https://forms.office.com/r/e1tx4BuEJY>), para visualizar las preguntas de las encuestas ir hasta el Anexo A.

Las preguntas sobre la importancia del logotipo y la identidad visual de una productora musical se pueden analizar conjuntamente (preguntas uno y dos), ya que ambas abordan aspectos fundamentales del diseño de branding. Los resultados indican que 43.6% y 35% de encuestados en la pregunta uno considera el logotipo como un factor "importante" o "muy importante" al decidir por una productora musical. En un mercado saturado, una identidad visual atractiva es crucial para captar la atención de potenciales clientes y diferenciarse de la competencia, como se indica en la pregunta dos, en donde hasta un 57.3% lo clasificó como “muy importante” Además, los encuestados asocian un logotipo de calidad con una productora que ofrece servicios profesionales, lo que refuerza la necesidad de invertir en un diseño que refleje su identidad.

La tercera pregunta se centra en la importancia de proporcionar información detallada sobre los servicios ofrecidos por la productora. Los resultados muestran que la mayoría de los encuestados, siendo estos un 65.8% valora tener acceso a información clara y concisa antes de tomar una decisión. Los participantes buscan empresas que les ofrezcan toda la información necesaria para tomar decisiones informadas, lo que se verá proyectado en la página web.

La cuarta pregunta explora el impacto de la publicidad pagada en redes sociales en la elección de una productora musical. Los resultados sugieren que esta forma de publicidad tiene cierta influencia en las decisiones de los encuestados. Un 43.1% considera que la publicidad pagada aumenta la visibilidad.

El análisis de las preguntas 5, 6 y 7 que fueron de selección múltiple revelan aspectos clave para el desarrollo de la identidad visual. En la pregunta 5, donde se indaga sobre lo que debería transmitir la empresa, los resultados muestran que "creatividad y energía" es la característica más valorada por los encuestados con hasta un 58%, sin dejar de lado el "profesionalismo y seriedad" con un 30%; esto refleja la naturaleza dinámica del sector musical, indica que *Zavage Music Lab* debe encontrar un equilibrio entre ser creativo y mantener una imagen profesional.

En cuanto a la pregunta 6, relacionada con la paleta de colores, se observa que los "colores neón" obtuvieron una puntuación alta de hasta 43%, lo que sugiere un interés por un estilo atrevido y contrastante, sin dejar de lado los "tonos cálidos" que tuvieron un 20% de atención. Esta combinación de preferencias indica que se podría tener beneficios al incorporar tanto elementos clásicos como contemporáneos.

La pregunta 7 explora el tipo de contenido que los encuestados consideran importante compartir en redes sociales. Los resultados muestran que el contenido audiovisual corto, como "reels" o "shorts", es el más valorado (50%), pero sin dejar de lado las imágenes con planes y promociones (32%), ya que este da un acceso más rápido a la información del estudio.

El análisis de las preguntas 8, 9 y 10 fueron preguntas abiertas, así que proporciona información crucial sobre las expectativas de los usuarios respecto a *Zavage Music Lab*. En la pregunta 8, que indaga sobre el tipo de información que buscan los usuarios, se observa que los encuestados están principalmente interesados en la cotización y ver un portafolio de trabajos anteriores, así como detalles sobre los servicios ofrecidos (grabación, ubicación, testimonios). Los potenciales clientes valoran la transparencia y desean conocer la calidad del trabajo del estudio, por lo que se priorizará un espacio para poner un portafolio.

En la pregunta 9, relacionada con la estructura que debería tener la página web, los usuarios sugieren una organización clara que incluya secciones para el portafolio, información detallada sobre los servicios, precios y cotizaciones, así como testimonios y una sección "Quiénes somos". Esta estructura no solo facilita la navegación, sino que también permite a los visitantes obtener rápidamente la información que buscan. Mencionan también la inclusión de un formulario de contacto para fomentar la comunicación con posibles clientes, por lo que se debe priorizar una zona clara de contacto.

La pregunta 10 explora cómo potenciar la imagen y la web de *Zavage Music Lab*. Lo que más destaca y se repite es la visualización del portafolio, además, sugieren facilitar la navegación del sitio web y utilizar redes sociales para promocionar el contenido.

Como parte de la investigación se usaron también entrevistas realizadas a músicos solistas e integrantes de bandas que han trabajado con *Zavage Music Lab* antes de la formalización de la marca; estas respuestas son fundamentales para comprender la percepción de la identidad del estudio y su impacto en la decisión de colaborar.

Además de la encuesta, al solicitar recomendaciones sobre cómo mejorar la identidad visual, se busca recopilar sugerencias directas a través de entrevistas. Esto se alinea con el enfoque metodológico propuesto por Hernández-Sampieri et al. (2014), quienes destacan que "la investigación cualitativa busca comprender fenómenos sociales desde la perspectiva de los participantes, utilizando métodos como entrevistas" (p. 30). Al integrar estas perspectivas en el análisis, se asegura que *Zavage Music Lab* pueda construir una identidad visual coherente y atractiva que resuene con su audiencia objetivo. Las preguntas por realizar en la entrevista se encuentran en el Anexo C.

Entrevista con Andree Aguilar (Baterista y Líder de *Curse Breaker*), Para más detalles sobre las respuestas, consulte el Anexo D.

Respecto a la pregunta uno Andree describe su experiencia como "bastante satisfactoria", destacando la capacidad de Sebastián (productos y dueño del estudio) para adaptarse a las necesidades del cliente y su trayectoria en la industria como factores decisivos para colaborar. Esta satisfacción indica que la buena comunicación y la experiencia del productor son fundamentales para generar confianza. La referencia a la trayectoria de Sebastián subraya lo importante que es contar con un profesional reconocido.

Para la pregunta dos Andree enfatiza la necesidad de estar presente en todas las redes sociales y destaca utilizar plataformas digitales para mostrar material original. Resaltando la importancia de la visibilidad en redes sociales que no solo ayuda a aumentar seguidores, sino que también potencia las ventas; lo que implica que *Zavage Music Lab* debe considerar una presencia activa y atractiva en estos espacios.

En relación con las recomendaciones en la pregunta tres Andree aprecia los logotipos propuestos y recomienda urgentemente la creación de redes sociales y contenido atractivo. La recomendación de Andree sobre la creación de contenido en redes sociales es crucial.

Entrevista con Estefano Peñaherrera (Guitarrista y vocalista de *Ripperwolf*), Para una descripción más completa de las respuestas, diríjase al Anexo E.

Respecto a la experiencia trabajando con el estudio, que es la pregunta uno, Estefano menciona una experiencia basada en confianza, destacando el conocimiento del equipo y el profesionalismo evidenciado por los equipos e instrumentos. Lo que es un elemento clave en la relación entre músicos y productores. Sugiere en la pregunta número 2 uniformidad y coherencia tanto branding visual, como el logo, colores utilizados, y el espacio físico.

En la pregunta tres, Estefano sugiere crear una página web que defina claramente visión, misión y servicios. Desarrollar una página web es significativo, ya que proporciona un espacio donde se puede comunicar efectivamente la propuesta de valor del estudio.

Entrevista con Zanq (Líder y Guitarrista de *Nebuxys*), Para obtener información adicional sobre las respuestas, consulte el Anexo F.

En la pregunta uno Zanq menciona que inicialmente no conocían el estudio, pero fueron atraídos por recomendaciones. Sin embargo, notó una falta de información visual en redes sociales. Esta falta de información visual resalta un área crítica para el estudio, menciona que aunque el trabajo sonoro fue satisfactorio, una presencia visual más fuerte podría haber facilitado la decisión inicial de colaboración.

Para la pregunta dos, Zanq enfatiza la importancia del contenido visual tanto en redes sociales como en el espacio físico, ya que muchas bandas se manejan subiendo contenido para generar visibilidad. Esta perspectiva refuerza lo mencionado anteriormente sobre la necesidad de estar presente digitalmente, además de que las imágenes del proceso creativo pueden ser herramientas poderosas para atraer tanto a músicos como a oyentes. Respecto a las recomendaciones Zanq destaca que actualizar el aspecto visual del estudio a la vez de la presencia digital facilitaría la creación de material fotográfico.

Las entrevistas a músicos que han trabajado con *Zavage Music Lab* ofrecen insights valiosos sobre la percepción de su identidad visual y comunicación. Las respuestas de Andree Aguilar, Estefano Peñaherrera y Zanq Murillo destacan la importancia de construir una marca sólida y profesional, así como la necesidad de una presencia activa en redes sociales con la que la marca actualmente no cuenta.

RESULTADOS

Para cumplir con los objetivos del proyecto, en el que se propuso la creación de una identidad visual y la creación de página web sobre el estudio, se desarrolló un brief de la propuesta basándose en las encuestas y entrevistas previas. Como objetivo se tiene desarrollar la identidad visual para la empresa "Zavage Music Lab", que incluya la creación de branding, diseño web y estrategias visuales para redes sociales, con el fin de fortalecer su presencia en el mercado musical digital y mejorar su conexión con el público objetivo.

Por lo que como brief se utilizarán elementos representativos, características, paleta de colores y formas, reconocidos y elegidos por músicos y clientes potenciales mediante las encuestas. Con esto se entiende que la marca Zavage Music Lab requiere una imagen que transmita las siguientes características: creatividad y energía, así como profesionalismo y seriedad.

La paleta de colores deberá incluir tonalidades retro, contrastantes y cálidas por lo que se eligieron los colores negro, gris, rosa y morados cálidos, la página web debe reflejar la propuesta de valor del estudio, enfatizando su enfoque en la muestra de un portafolio, conocer sobre la marca y su capacidad para ofrecer resultados de calidad.

Para empezar con el primer paso se desarrolló la generación de bocetos, tomando la cuenta de referencia las cosas mencionadas en las encuestas y entrevistas, así como referencias externas, por lo que se generaron 4 opciones de hacia dónde llevar la marca.

Después de la creación de los bocetos, se procedió con la digitalización del logo usando programas del servicio de adobe creative cloud, en este caso se utilizó la herramienta Adobe Illustrator para poder vectorizar las propuestas y tener más variaciones, además de poder agregar tipografías.



Figura 2: Collage de los primeros bocetos digitales con tipografía.

Una vez que seleccionamos estas familias tipográficas, en los que se usó también un color que se había elegido como representativo para la marca, se versionó una primera opción modificando la tipografía, opción que también se presentó en neón sobre fondo negro para tener más definición de lo que podría acercarse al resultado final. Versión que fue presentada al tutor del trabajo académico, quién mencionó que, le agradaban las ideas y agregó la idea de incluir más picos o cuernos en las letras para acercarnos un poco más a la visión rebelde y rockera de la marca. Así que se procedió a diseñar más opciones.

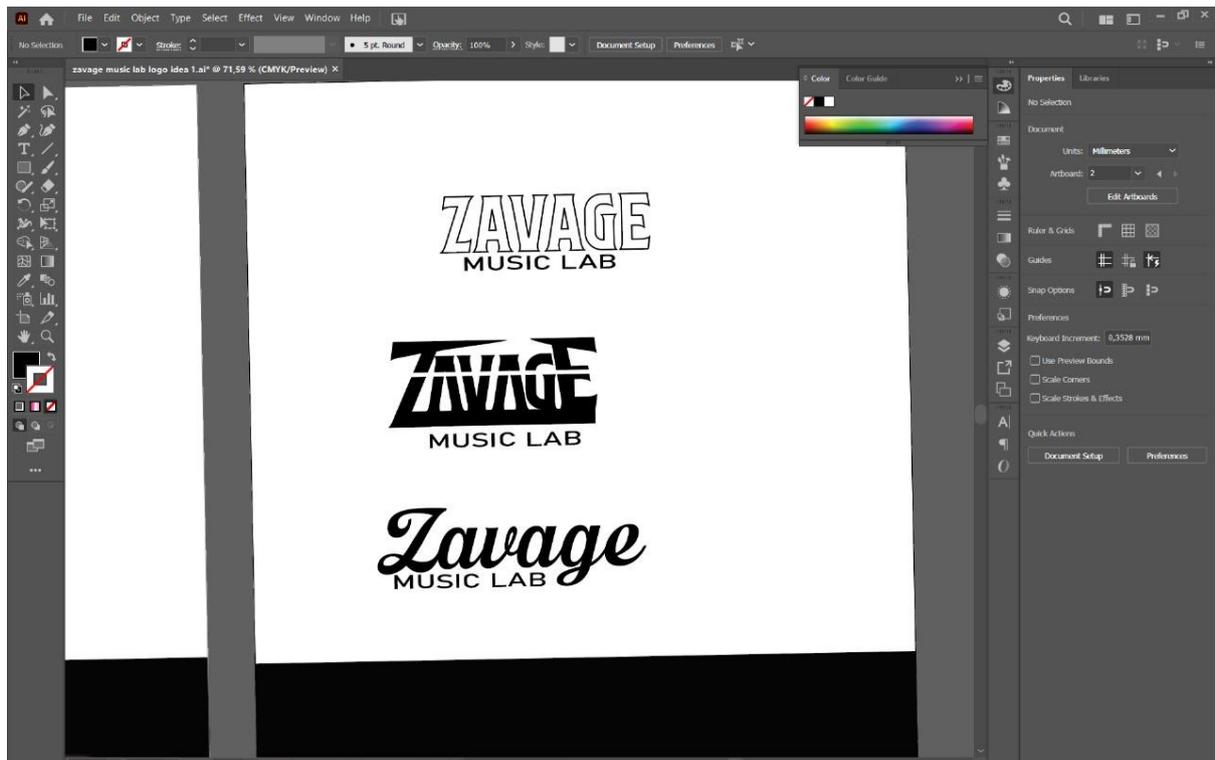


Figura 3: Opción en la que se agregaron picos.

Estas opciones se presentaron también a Sebastián Peña (dueño de la marca), quien aprobó la opción de la línea blanca en el medio, dijo que se proceda a ir por un estilo así, sin embargo, esta opción no fue del todo convincente por lo cargado del diseño, además que recordaba más bien a algo relacionado con deportes, así que se crearon las siguientes versiones.



Figura 4: Últimas versiones de logo.

Con la obtención de estas versiones, se eligió a la última opción que se hizo una con relleno negro y otra solo con líneas en la palabra “Zavage”, así como también versiones en neón, así que se procedió a perfeccionarlo y a la exportación final del logo.



Figura 5: Logo en malla.



Figura 6: Logo final.

Una vez decidido el rumbo del logo se procedió con la creación de un manual de identidad corporativa en donde se especifique el estilo gráfico y su manejo y uso correcto, así como también otros elementos como los colores, la tipografía y sobre todo misión, visión y valores de la marca, así como otros elementos. (Anexo G)



Manual de marca

Figura 7: Portada del manual de marca.

1. La Marca, Misión, Visión y Valores

MARCA

El nombre Zavage surge como una reinterpretación personal del apodo de su fundador, Sebastián Peña, fusionando la energía y autenticidad de "savage" (salvaje) con un toque único al reemplazar la "S" por una "Z" inspirado también en su artista favorito Ozzy Osbourne quien lo llevó a su acercamiento con la música. Este cambio no solo representa originalidad, sino también un espíritu indomable y creativo que impulsa la filosofía del estudio.

El estudio comenzó con un enfoque en los géneros de rock y metal, ayudando a artistas a capturar la esencia de sus sonidos. Hoy, Zavage Music Lab amplía su horizonte hacia otros géneros musicales, siempre con el compromiso de mantener la autenticidad y calidad como pilares fundamentales.

El término "savage" simboliza la pasión pura, la creatividad sin límites y la valentía para romper barreras en la industria musical. Como laboratorio de producción, Zavage Music Lab se posiciona como un espacio donde las ideas musicales evolucionan, transformándose en experiencias sonoras únicas.

MISIÓN

En Zavage Music Lab, potenciamos la autenticidad y creatividad de los artistas, pero sobre todo la profesionalidad, transformando ideas musicales en producciones de calidad excepcional. Nos enfocamos en entender y hacer realidad la visión de cada creador, brindando un acompañamiento integral con experiencia técnica y un compromiso inquebrantable con la música.

VISIÓN

En Zavage Music Lab, potenciamos la autenticidad y creatividad de los artistas, transformando sus ideas musicales en producciones de alta calidad. Nos enfocamos en entender y hacer realidad la visión del artista, ofreciendo asesoría con experiencia técnica y un compromiso con la música.

VALORES

- Autenticidad
- Excelencia
- Innovación
- Pasión
- Colaboración
- Diversidad

Manual de marca

Figura 8: Página del Manual de marca en donde se especifican los valores de marca, junto a la misión y visión.

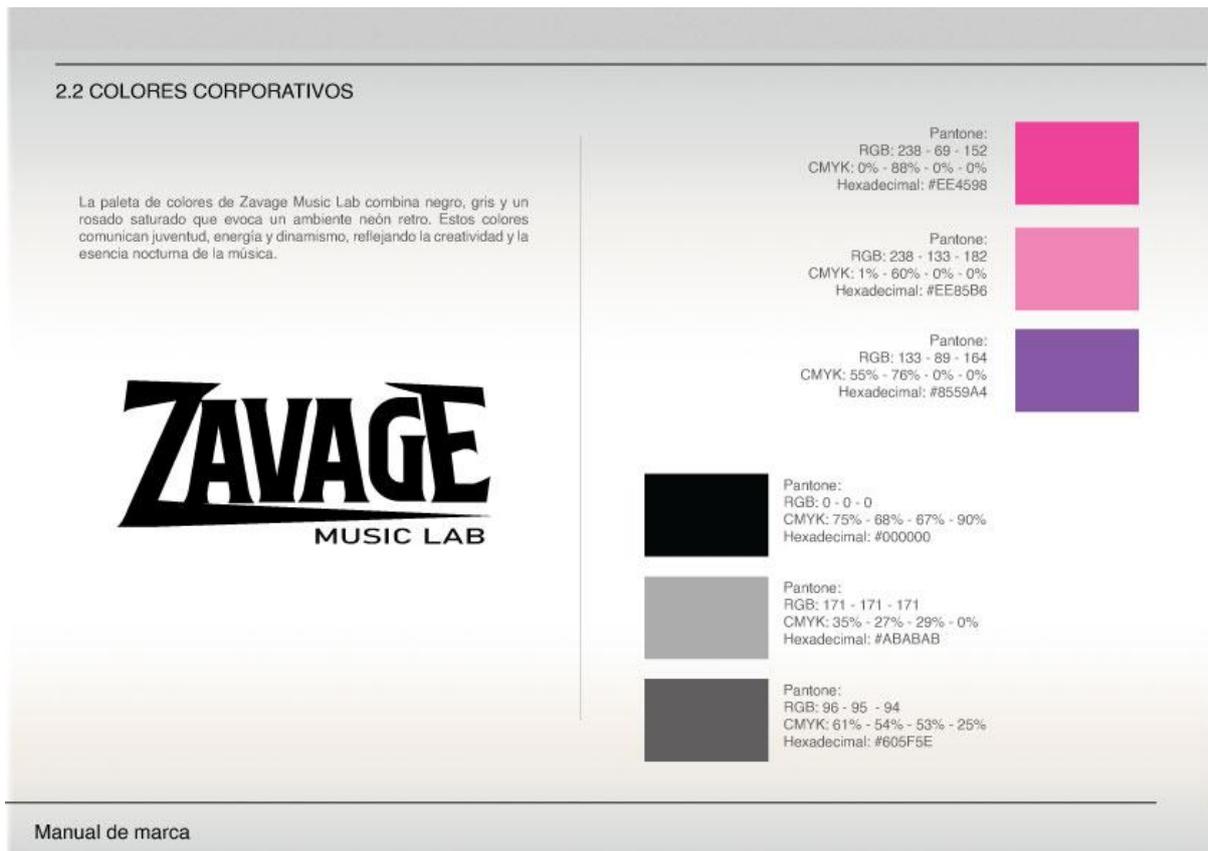


Figura 9: Colores corporativos

Uno de los canales más importantes de comunicación que se mencionó en los resultados, tanto de encuestas, como entrevistas fue la creación de una página web que contenga toda la información del estudio. Situación que se había planeado previamente en los objetivos del proyecto, por lo que, para la creación de esta se realizó wireframes de baja fidelidad para tener una estructura a la que apearnos, usando como referencia los puntos más destacables propuestos por los encuestados.

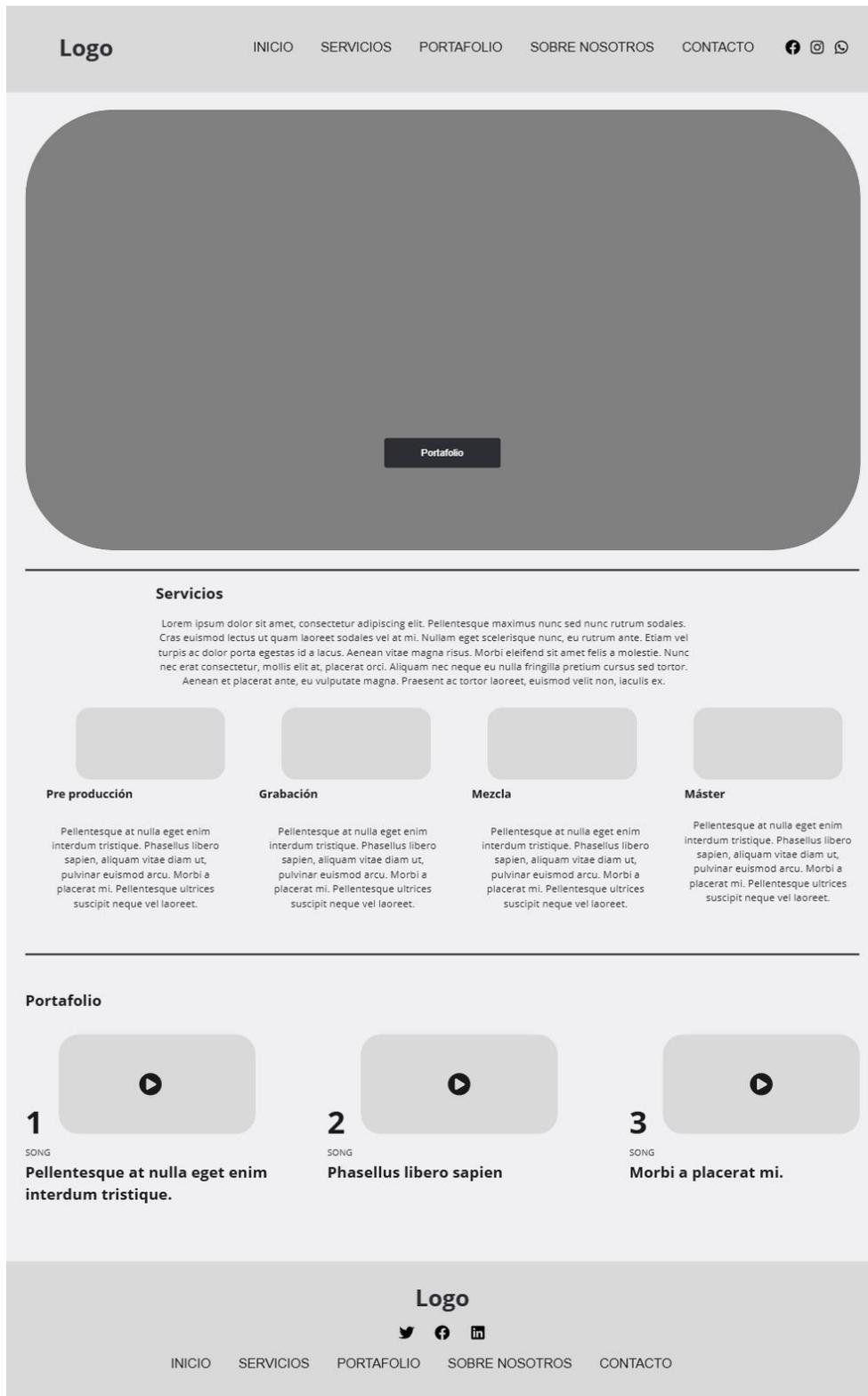


Figura 10: Wireframe de baja fidelidad de la página web.

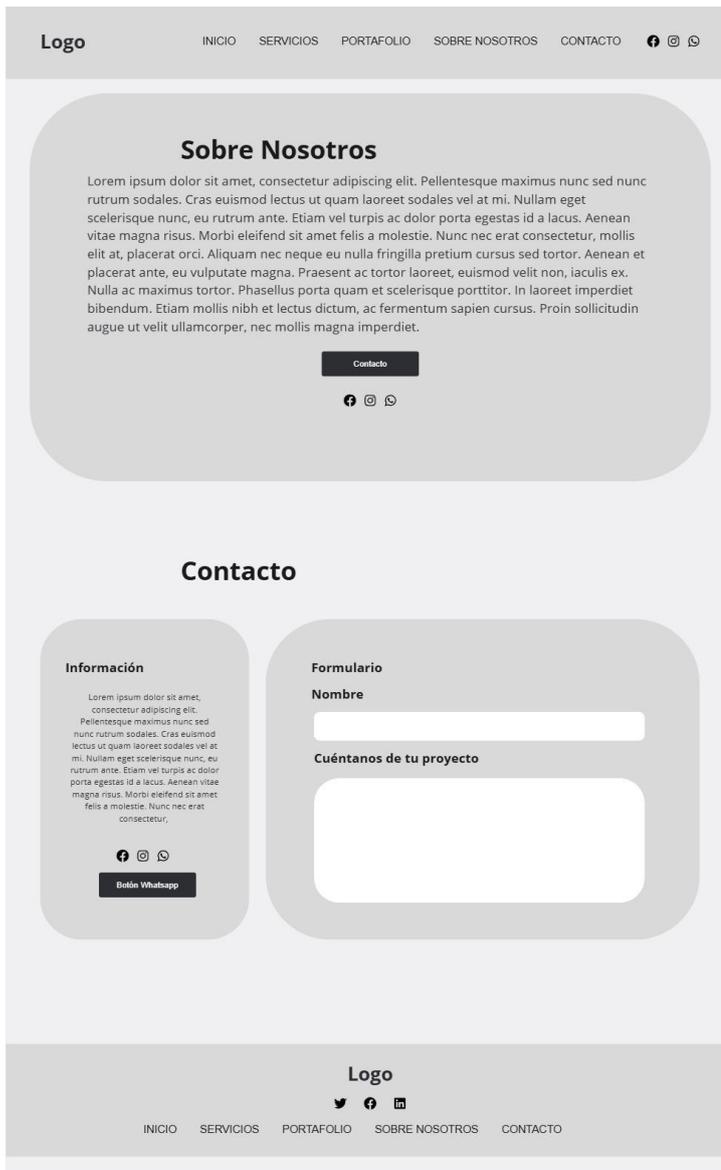


Figura 11: Wireframe de baja fidelidad de la página web, parte inferior de la página.

Una vez que se realizó el wireframe se desarrolló una idea más clara de los espacios que debería tener la página, así como también, la organización de la misma, por lo que se procedió con el diseño de la página web, realizado en la plataforma wix studio que permite subir el diseño con interactividad sin necesidad de programación, además de ofrecer un dominio público gratuito.

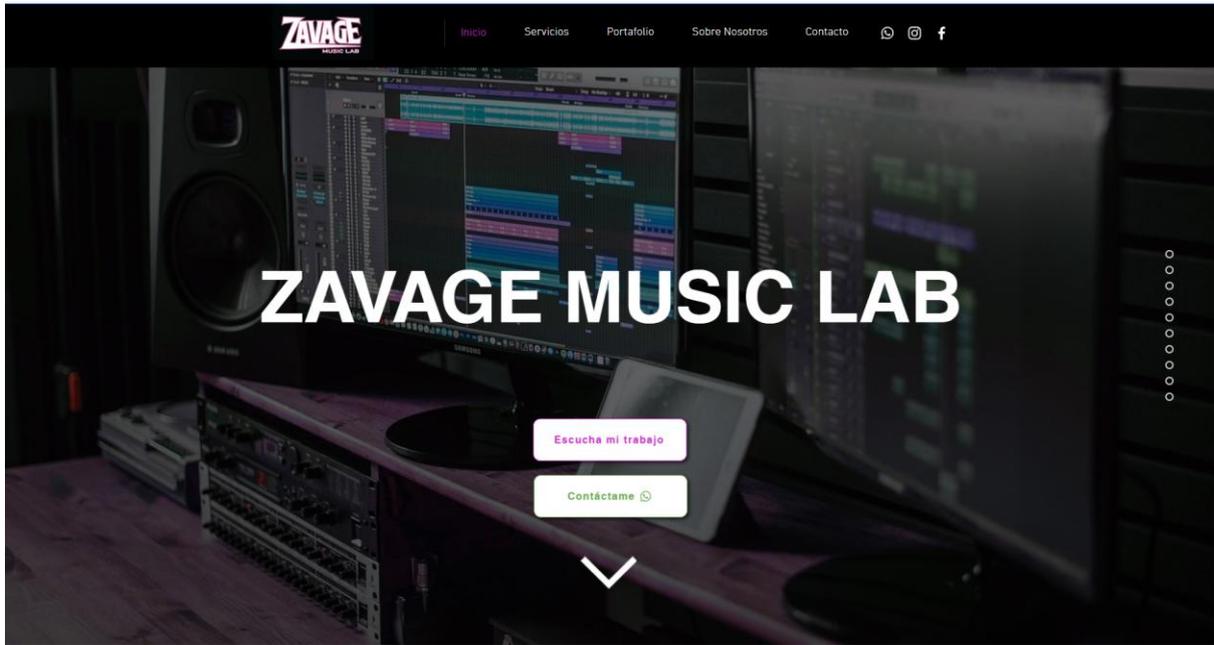


Figura 12: Diseño de página web, portada.



Figura 13: Diseño de página web, sección servicios.

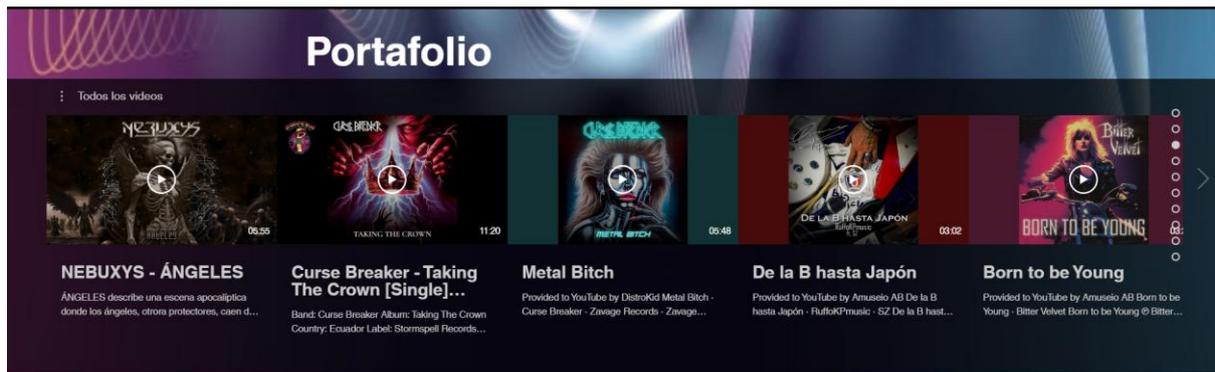


Figura 14: Diseño de página web, sección portafolio.

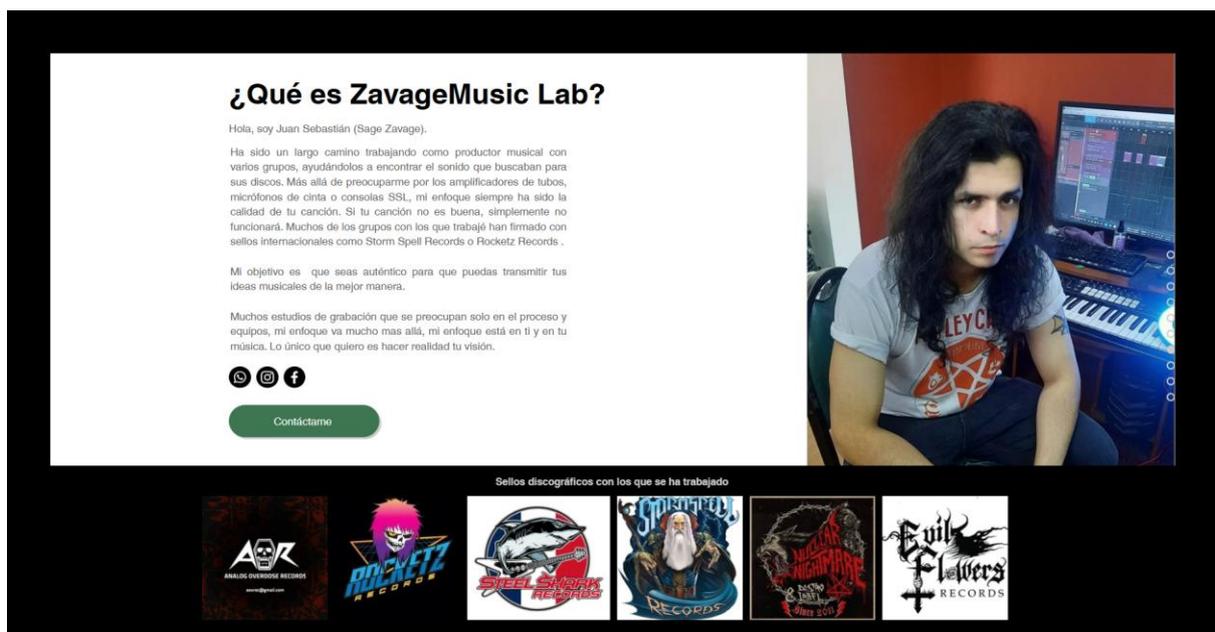


Figura 15: Diseño de página web, sección “sobre nosotros”.

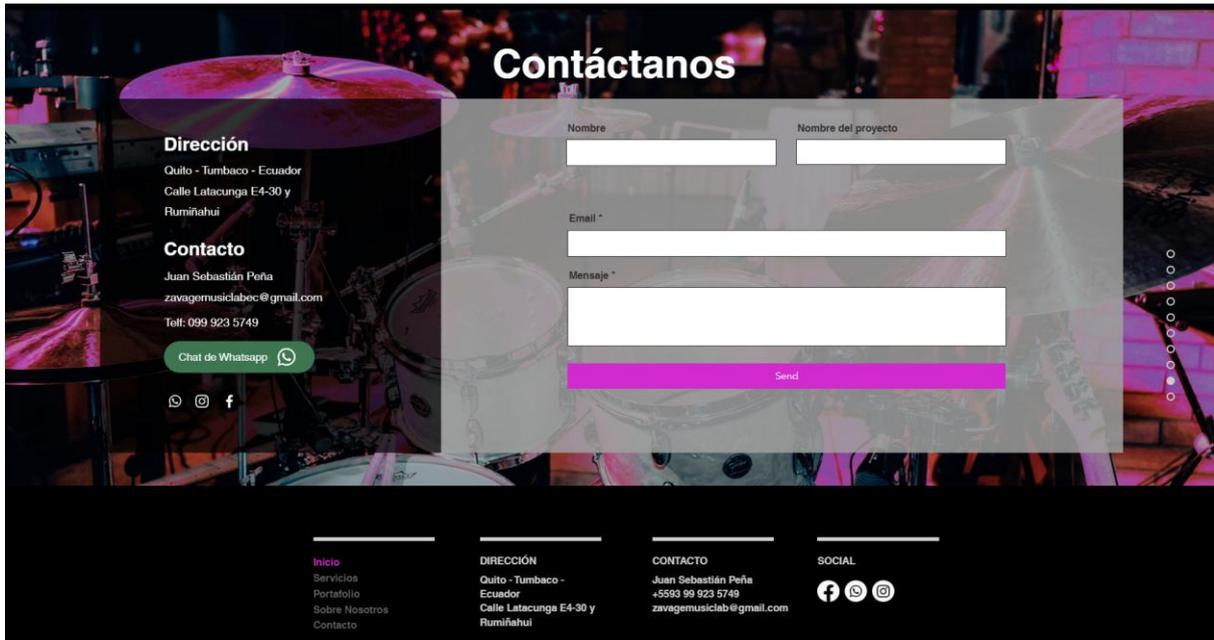


Figura 16: Diseño de página web, sección contacto y pie de página.

Para finalizar, se realizaron ejemplos de las formas de utilizar la marca para redes sociales, por lo que se crearon tres diseños de 1080x1080 con formato para Instagram, o para Facebook que puede ser publicado como contenido de valor.

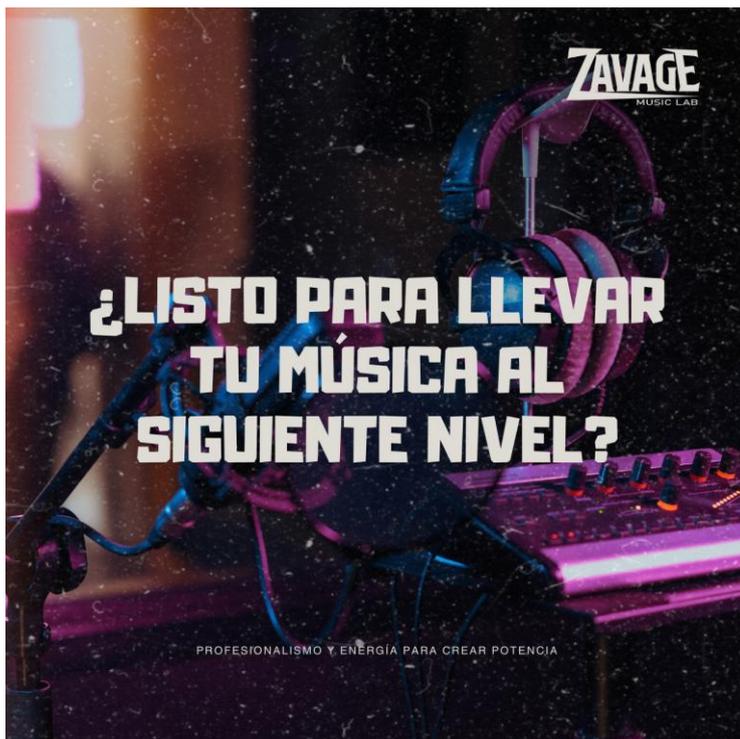


Figura 16: Diseño para redes sociales uno.

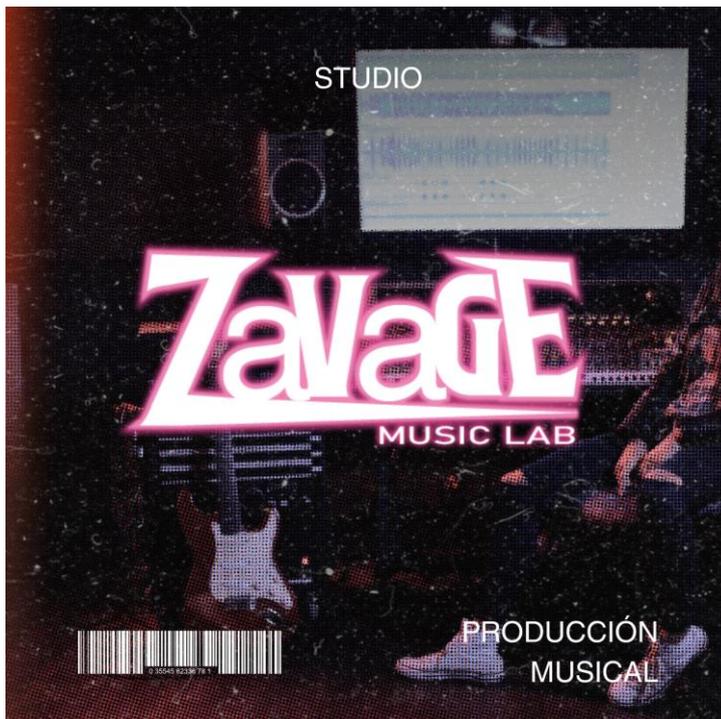


Figura 17: Diseño para redes sociales dos.

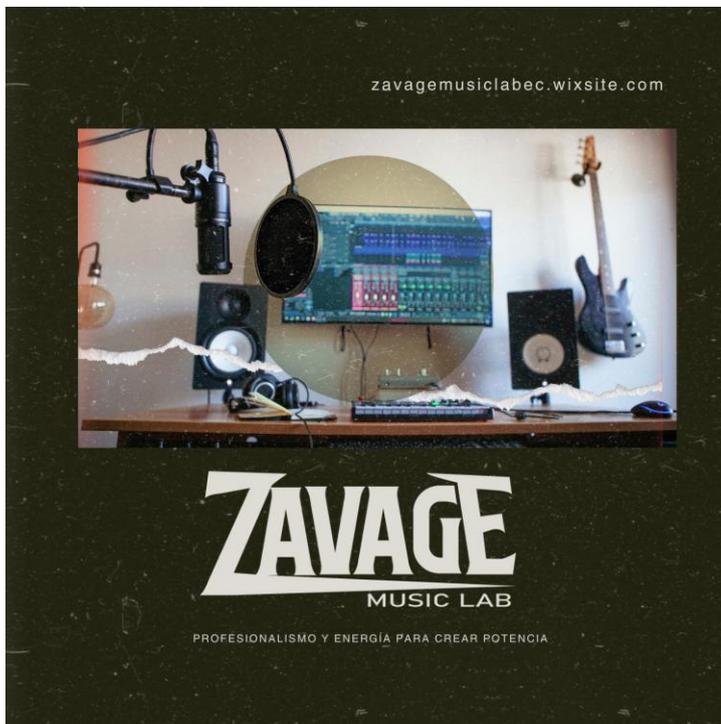


Figura 18: Diseño para redes sociales tres.

La creación de este producto visual es fundamental para establecer una identidad de marca sólida y coherente. Al desarrollar una identidad visual que incluye un logotipo distintivo, una paleta de colores adecuada y una tipografía que refleja la esencia del estudio, se logra atraer

la atención del público, además de conexiones emocionales. La página web diseñada actúa como un punto central de comunicación, donde los usuarios pueden explorar el portafolio del estudio y conocer más sobre sus servicios.

CONCLUSIONES

- La investigación llevada a cabo ha sido fundamental para establecer una identidad visual sólida y coherente para *Zavage Music Lab*, lo cual es crucial para fortalecer su

presencia en el competitivo mercado musical digital. A través de un análisis de las preferencias del público objetivo, que se llevó a cabo con porcentajes respecto a lo que prefieren los encuestados, se ha determinado que los elementos visuales, como el logotipo y la paleta de colores, son fundamentales para transmitir los valores de calidez, creatividad y profesionalismo que busca la marca. El logotipo, como elemento central de la identidad visual, no solo actúa como un símbolo representativo del estudio, sino que también comunica su esencia y filosofía a los clientes potenciales.

- Los resultados obtenidos indican que una identidad visual bien definida no solo mejora el reconocimiento de la marca, sino que también facilita una conexión emocional con los clientes potenciales; por lo que se ha creado un logotipo que refleja la esencia de *Zavage Music Lab* y se ha desarrollado una paleta de colores compuesta que incluye tonalidades de negro, gris, rosa y morados cálidos y fue elegida en base a las preferencias expresadas en las encuestas realizadas. Estos colores no solo son visualmente atractivos, sino que también evocan sensaciones específicas que se alinean con los valores y lo que quería representar la marca. Por ejemplo, el negro y el gris pueden transmitir seriedad y profesionalismo, mientras que el rosa y los morados cálidos aportan un toque de creatividad y cercanía. Esta combinación puede permitir que *Zavage Music Lab* destacarse en un mercado saturado al mismo tiempo que establece una imagen accesible y amigable.
- Además, se ha identificado que una identidad visual coherente no solo mejora la percepción del estudio, sino que también, facilita la comunicación efectiva con el público objetivo, por lo que la landing page diseñada es visualmente atractiva y funcional, alineada con la identidad de marca. Se implementaron elementos interactivos que mejoran la experiencia del usuario y facilitan la comunicación digital; al

implementar una esta estrategia visual integral en canales digitales, *Zavage Music Lab* puede aumentar su interacción con los usuarios y fortalecer su reconocimiento.

- También, se identificó que el contenido importante para los usuarios debe representar a la marca y visualizar detalles como precios o servicios, situaciones que quedaron enlazadas y especificadas en la página web; adicional a esto, se presentaron varias sugerencias sobre el contenido audiovisual dinámico, como reels y shorts, que es altamente valorado por los encuestados, por lo que se deja una estrategia a seguir que permitirá a *Zavage Music Lab* aumentar su interacción con el público y mejorar su espacio en plataformas digitales.
- Es importante señalar que la identidad visual está alineada con la esencia y los valores fundamentales de *Zavage Music Lab*, así como con las expectativas del público entrevistado. La investigación destaca que las necesidades del público objetivo y las tendencias tecnológicas evolucionan constantemente; por lo tanto, es esencial revisar y actualizar periódicamente la estrategia de comunicación visual para mantener su relevancia.

REFERENCIAS

Aaker, D. A. (2022). Building strong brands. Free Press.

<https://mis.itmuniversity.ac.in/ssr/C3/Volume%208.pdf>

Agnieszka Wolanin. (2024). Cómo construir una identidad de marca sólida + Ejemplos. Brand24. Recuperado de <https://brand24.com/blog/es/identidad-de-marca/>

Costa, J. (1999). Imagen Corporativa en el siglo XXI, Ed. Buenos Aires: La Crujia.

Dawes, J. (2008). Do data characteristics change according to the number of scale points used? *International Journal of Market Research*, 50(1), 61-77.

<https://nrl.northumbria.ac.uk/id/eprint/7262/2/thomas.lisa.pdf>

Escobar Tibán, H. A., & Castelo Tay-Hing, D. G. (2023). Abordando los límites entre el diseño de interfaz y de experiencia de usuario en redes sociales. La evolución de Instagram y su diseño. (2015-2019). Cuadernos Del Centro De Estudios De Diseño Y Comunicación, (191). <https://doi.org/10.18682/cdc.vi191.9559>

Garrett, J. J. (2021). *The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web and Beyond*. New Riders.

Gómez, M. (2018). *Elementos de estadística descriptiva*. Editorial Universidad Estatal a Distancia (EUNED). <https://ulibros.com/elementos-de-estadistica-descriptiva-en9ap.html>

Hernández-Sampieri, R. (2017). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (6.^a ed.). McGraw-Hill.

HubSpot. (2023). UX: guía completa sobre la experiencia de usuario. Recuperado de <https://blog.hubspot.es/website/experiencia-de-usuario>

Keller, K. L. (2020). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Pearson.

Kotler, P. (2020). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. Wiley.

Likert, R. (1932). A technique for the measurement of attitudes. *Archives of Psychology*, 22(140), 1-55.

López, J. (2017). *Identidad visual corporativa: Diseño de la identidad visual de una marca*. Editorial Gustavo Gili.

López, J. (2023). *Identidad visual corporativa: Diseño de la identidad visual de una marca*. Editorial Gustavo Gili.

González González, J. C. (2010). La fotografía en las redes sociales. Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad Rey Juan Carlos de Madrid. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4165988>

McLeod, S. (2019). Likert scale definition, examples and analysis. Simply Psychology. <https://www.simplypsychology.org/likert-scale.html>

Microsoft. (2024). Descripción del servicio Microsoft Forms. <https://learn.microsoft.com/es-es/office365/servicedescriptions/microsoft-forms-service-description>

Molina-Azorín, J. F., Fàbregues Feijóo, S., & Escalante Barrios, E. L. (2024). Métodos mixtos de investigación: Integrando métodos cuantitativos y cualitativos. Editorial Pirámide.

Midori Nediger (Diciembre, 2024). Comunicación visual: Definición, ejemplos y plantillas. VENNGAGE. Recuperado de <https://es.venngage.com/blog/comunicacion-visual/>

Scott, D. M. (2015). The New Rules of Marketing and PR: How to Use Social Media, Online Video, Mobile Applications, Blogs, News Releases, and Viral Marketing to Reach Buyers Directly (4th ed.). Wiley.

ANEXOS

Anexo A: Encuesta sobre la Identidad Visual de Zavage Music Lab

1. ¿Qué importancia le da usted al logotipo para una productora musical, para considerar trabajar con ellos?

nivel de importancia:

- Nada importante
- Poco importante
- Ni importante ni poco importante
- Importante
- Muy importante

2. ¿Qué tan importante es que un estudio de grabación cuente con una identidad visual atractiva y profesional, para usted como futuro cliente?

nivel de importancia:

- Nada importante
- Poco importante
- Ni importante ni poco importante
- Importante
- Muy importante

3. ¿Qué tan importante es para usted que la información, detalles y características de los servicios, productos sean detallados textualmente o visualmente antes de concretar un posible contrato?

nivel de importancia:

- Nada importante
- Poco importante
- Ni importante ni poco importante
- Importante

- Muy importante

4. ¿Considera que la presencia en redes a través sociales con publicidad de paga incita a su elección al momento de considerar contratar trabajar con un estudio en específico?

Nivel de influencia:

- Nada influyente
- Poco influyente
- Ni importante ni poco influyente
- Influyente
- Muy influyente

5. Respecto a lo previamente explicado de la empresa "Zavage Music Lab" ¿Qué debería transmitir la empresa para considerar que cuenta con una identidad visual coherente?

- Creatividad y energía
- Nostalgia y Romanticismo
- Calidez y familiaridad
- Profesionalismo y seriedad

6. ¿Qué tipo de paleta de colores se debería considerar para que el estudio Zavage Music Lab, transmita una idea de solidez, confianza y un estilo retro para conectar con sus audiencias?

- Tonos cálidos (rojos, naranjas, amarillos)
- tonos fríos (azules, verdes, violetas)
- tonos neutros (grises, blancos, negros)
- paleta de colores pastel (colores desaturados)
- Colores neón (saturados, retro)

7. ¿Cuál considera que debería ser el tipo de información y contenido que Zavage Music Lab deba compartir en sus redes sociales para transmitir la idea de ser un estudio serio, confiable y con resultados de calidad?

- Imágenes con los planes, ofertas o promociones del estudio
- Animaciones con los planes, ofertas o promociones del estudio
- Reels/Shorts enseñando los productos, la pre producción, o entrevistas a los artistas que trabajan con el estudio.
- Historias diarias de los productos

La encuesta incluye dos preguntas abiertas, estas preguntas abiertas permiten a los encuestados expresar sus opiniones y necesidades específicas, proporcionando información cualitativa valiosa para el desarrollo del proyecto.

8. ¿Qué tipo de información le gustaría encontrar en una futura página de la empresa Zavage Music Lab? Detalle sus necesidades.

9. ¿Cómo considera que debería estar estructurada la futura página de la empresa Zavage Music Lab en cuanto a información, secciones, contenido interactivo, etc? Detalle la estructura que considere pertinente (ejemplo: catálogos, cotizaciones, portafolio, etc.)

10. ¿Qué sugerencias podría mencionar para potenciar la imagen y la web de Zavage Music Lab, productora musical a futuro?

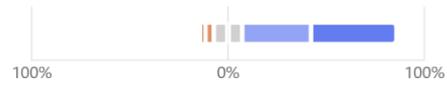
Anexo B: Resultados de la Encuesta sobre la Identidad Visual de Zavage Music Lab

1. **¿Qué importancia le da usted al logotipo para una productora musical, para considerar trabajar con ellos?**

[Más detalles](#)

● Nada importante ● Poco importante ● Ni importante ni poco importante ● Importante ● Muy importante

Nivel de Importancia

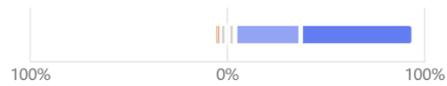


2. **¿Qué tan importante es que un estudio de grabación cuente con una identidad visual atractiva y profesional, para usted como futuro cliente?**

[Más detalles](#)

● Nada importante ● Poco importante ● Ni importante ni poco importante ● Importante ● Muy importante

Nivel de Importancia



3. **¿Que tan importante es para usted que la información, detalles y características de los servicios, productos sean detallados textualmente o visualmente antes de concretar un posible contrato?**

[Más detalles](#)

● Nada importante ● Poco importante ● Ni importante ni poco importante ● Importante ● Muy importante

Nivel de Importancia



4. **¿Considera que la presencia en redes a través sociales con publicidad de paga incita a su elección al momento de considerar contratar trabajar con un estudio en específico?**

[Más detalles](#)

● Nada influyente ● Poco influyente ● Ni importante ni poco influyente ● Influyente ● Muy influyente

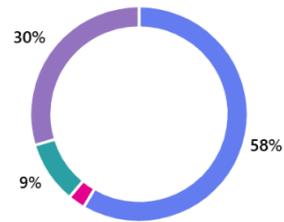
Nivel de influencia



5. **Respecto a lo previamente explicado de la empresa "Zavage Music Lab" ¿Qué debería transmitir la empresa para considerar que cuenta con una identidad visual coherente?**

[Más detalles](#)

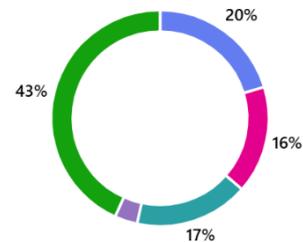
● Creatividad y energía	69
● Nostalgia y Romanticismo	3
● Calidez y familiaridad	11
● Profesionalismo y seriedad	35



6. **¿Que tipo de paleta de colores se debería considerar para que el estudio Zavage Music Lab, transmita una idea de solidez, confianza y un estilo retro para conectar con sus audiencias?**

[Más detalles](#)

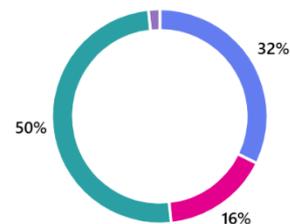
● Tonos cálidos (rojos, naranjas, amarillos)	24
● tonos fríos (azules, verdes, violetas)	19
● tonos neutros (grises, blancos, negros)	20
● paleta de colores pastel (colores desaturados)	4
● Colores neón (saturados, retro)	51



7. **¿Cuál considera que debería ser el tipo de información y contenido que Zavage Music Lab deba compartir en sus redes sociales para transmitir la idea de ser un estudio serio, confiable y con resultados de calidad ?**

[Más detalles](#)

● Imágenes con los planes, ofertas o promociones del estudio	38
● Animaciones con los planes, ofertas o promociones del estudio	19
● Reels/Shorts enseñando los productos, la pre producción, o entrevistas a los artistas que trabajan...	59
● Historias diarias de los productos	2



10. ¿Qué sugerencias podría mencionar para potenciar la imagen y la web de Zavage Music Lab, productora music al a futuro? [Más detalles](#)

90
Respuestas

Respuestas más recientes
"Portafolio, cotización"
...

26 encuestados (29%) respondieron portafolio para esta pregunta.



Anexo C: Preguntas a realizar en las entrevistas.

1. ¿Cómo describiría su experiencia trabajando con Zavage Music Lab y qué aspectos de su identidad visual o branding considera que influyeron en su decisión de colaborar con ellos? (Esta pregunta busca obtener una visión detallada sobre la percepción de la identidad visual del estudio y cómo esta influye en las decisiones de los clientes.)

2. Desde su perspectiva como músico, ¿qué elementos visuales o comunicativos considera que son esenciales para que una productora musical se destaque en el mercado actual? (Con esta pregunta se pretende identificar qué características visuales son valoradas por los músicos y qué consideran cruciales para diferenciarse en un entorno competitivo.)

3. ¿Qué recomendaciones daría a Zavage Music Lab para mejorar su identidad visual y comunicación con los artistas, basándose en su experiencia previa? (Esta pregunta permite obtener sugerencias directas de quienes han trabajado con el estudio, lo que va a proporcionar insights prácticos para el desarrollo de la identidad visual y la estrategia de comunicación.)

Anexo D: Transcripción de la entrevista con Andree Aguilar

(músico, baterista y actualmente líder de la banda Curse Breaker, pero ha participado en otros proyectos como conjure y Acoholic Rites.)

1. ¿Cómo describiría su experiencia trabajando con Zavage Music Lab y qué aspectos de su identidad visual o branding considera que influyeron en su decisión de colaborar con ellos?

Describo mi experiencia como bastante satisfactoria. Personalmente, considero que Sebastián acorde a las necesidades que el cliente tiene, hace un esquema acorde y recomienda cómo “repotenciar” todo para que el producto final cumpla con las expectativas, tanto de los clientes, como las de él mismo. Diría que una de las cosas que me impulsó a colaborar con Zavage Music Lab es saber la trayectoria que ya venía acarreado Sebastián con los años.

2. Desde su perspectiva como músico, ¿qué elementos visuales o comunicativos considera que son esenciales para que una productora musical se destaque en el mercado actual?

Considero que hay que estar en todas las redes sociales existentes, YouTube, TikTok, Facebook e Instagram y en este caso específico Spotify, Apple Music y YouTube Music, a lo mejor podrían mostrar samples, material original, etc. Las redes sociales son una herramienta, mismas que con un buen manejo, buenas ideas y buen gusto pueden tener resultados muy gratificantes que naturalmente se traducen en más seguidores, más alcance y obviamente más ventas. El mundo actual es digital y es una realidad que hay que aceptar, del mismo modo hay que aceptar que si no estás en redes sociales, no estás en ningún lado.

3. ¿Qué recomendaciones daría a Zavage Music Lab para mejorar su identidad visual y comunicación con los artistas, basándose en su experiencia previa?

Como punto de partida, los logotipos propuestos me gustan, tienen toda la onda y todo el pegue, se entiende de primeras qué es, no hay que pensarle tanto para entender que es un estudio de grabación, productora, etc. Personalmente recomendaría ASAP la creación de redes sociales y generación de contenido en las mismas, así estoy seguro de que el éxito será 100% garantizado.

Anexo E: Transcripción de la entrevista con Estefano Peñaherrera

guitarrista y vocalista líder de la banda ripperwolf, pero ha tenido otras participaciones en bandas como ArkoxiA.

1. ¿Cómo describiría su experiencia trabajando con Zavage Music Lab y qué aspectos de su identidad visual o branding considera que influyeron en su decisión de colaborar con ellos?

La experiencia ha sido primeramente de confianza al evidenciar que existe el conocimiento y la voluntad de brindar asesorías de calidad, como también al ver que existen los equipos e instrumentos adecuados, y que también hay un manejo profesional de los mismos. Considero que la parte visual, como el logo del laboratorio y los colores que se utilizan, llaman la atención de quien lo ve, y evoca profesionalismo.

2. Desde su perspectiva como músico, ¿qué elementos visuales o comunicativos considera que son esenciales para que una productora musical se destaque en el mercado actual?

Personalmente considero que la parte visual de la marca debe dejar en claro a qué se dedica el establecimiento. Debe haber una correlación entre el logo, la cromática, la tipografía,

e incluso el eslogan (de existir uno), con lo que ofrece la productora, y el mensaje que quiere dar. Adicionalmente, el espacio físico de la productora, también debe responder a estas consideraciones y existir uniformidad.

3. ¿Qué recomendaciones daría a Zavage Music Lab para mejorar su identidad visual y comunicación con los artistas, basándose en su experiencia previa?

Quizás podría funcionar una página web, en la que se defina la visión, misión, estrategias, alcances, y servicios del laboratorio. De ese modo la persona que lo vea pueda tener mucho más claro el panorama, además de que brinda mayor confianza, ya que da un aspecto de profesionalismo.

(Esta pregunta permite obtener sugerencias directas de aquellos que han trabajado con el estudio, lo que puede proporcionar insights prácticos para el desarrollo de la identidad visual y la estrategia de comunicación.)

Anexo F: Transcripción de la entrevista con Zano Murillo

líder y guitarrista de la banda Nebuxys.

1. ¿Cómo describiría su experiencia trabajando con Zavage Music Lab y qué aspectos de su identidad visual o branding considera que influyeron en su decisión de colaborar con ellos?

No conocíamos el estudio, un camarada de otra banda nos indicó el trabajo que se realizó en Zavage Music, de manera sonora nos encantó el trabajo, pero visualmente no encontramos información en redes, así que nos fuimos a grabar, cómo banda nos sentimos satisfechos porque se trabaja con un profesional súper calificado, visualmente el estudio no imponía mayor cosa, nos resultó no tan familiar al principio.

2. Desde su perspectiva como músico, ¿qué elementos visuales o comunicativos considera que son esenciales para que una productora musical se destaque en el mercado actual?

Las bandas manejan y se venden por redes, subir fotos en estudio ayuda mucho a mover las páginas, aparte de calidad si se espera tener un fondo visual que haga ver a la banda que está trabajando, si es un buen trabajo atrae a más músicos.

3. ¿Qué recomendaciones daría a Zavage Music Lab para mejorar su identidad visual y comunicación con los artistas, basándose en su experiencia previa?

Mi recomendación sería actualizar el estudio de manera visual, para poder sacar material fotográfico, nuestra banda cada que vamos a estudio tiene muy poco material para redes, aparte de ayudarnos ayudaría a la publicidad de Zavage Music Lab.

Anexo G: figuras de resultados (desarrollo de la propuesta)



Figura 2: Collage de los primeros bocetos digitales con tipografía.

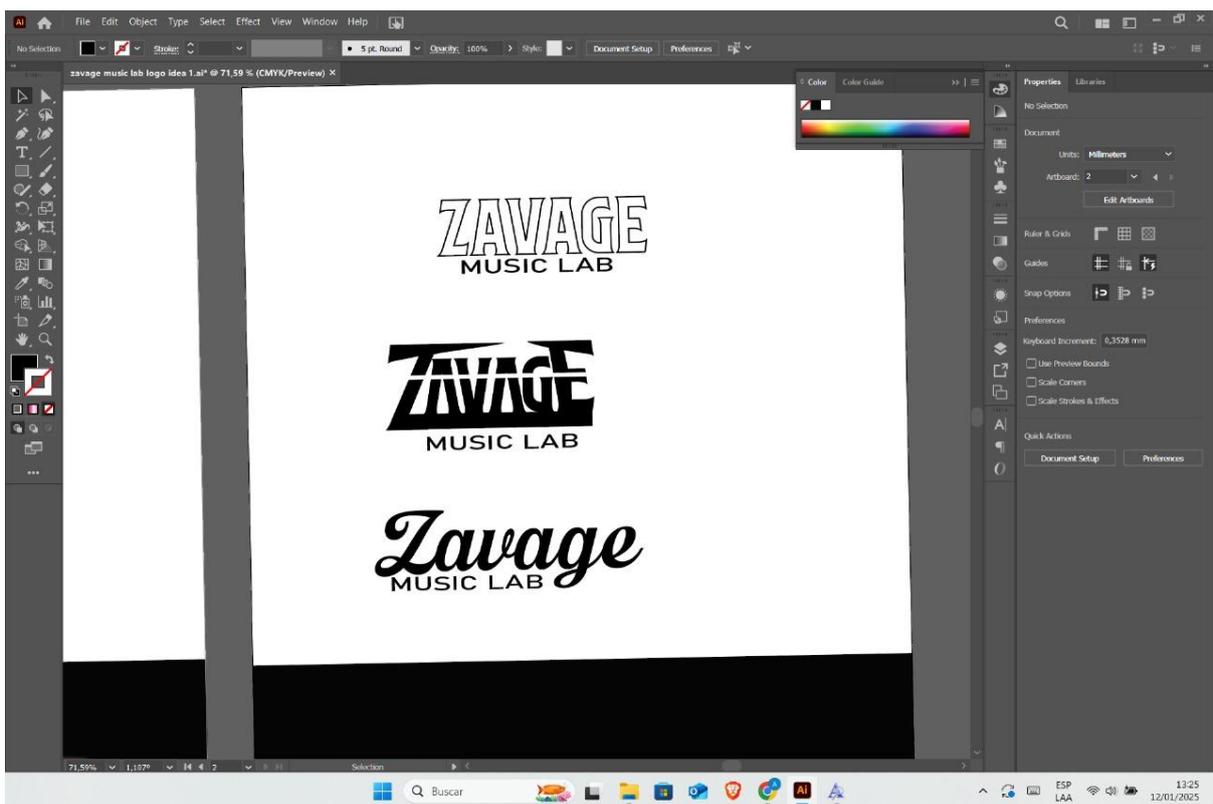


Figura 3: Opción en la que se agregaron picos.



Figura 4: Últimas versiones de logo.



Figura 5: Logo en malla.



Figura 6: Logo final.