

Universidad de Lima  
Facultad de Comunicación  
Carrera de Comunicación



# **CREACIÓN DE MARCA SOFTBOL PLUS: MANUAL DE IDENTIDAD GRÁFICA**

Trabajo de Suficiencia Profesional para optar el Título Profesional de Licenciado en  
Comunicación

**Daniela Carolina Solano Vargas**

**Código 20151298**

**Asesor**

**Miguel Gustavo Bernal Quijano**

Lima – Perú  
Diciembre de 2021





**CREACIÓN DE MARCA SOFTBOL PLUS:  
MANUAL DE IDENTIDAD GRÁFICA**

# ÍNDICE

<b>RESUMEN / ABSTRACT</b> .....	7
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	8
<b>1. ANTECEDENTES</b> .....	10
1.1 Softbol en el Perú .....	10
1.2 Justificación del proyecto .....	10
1.3 Análisis del mercado, público consumidor y competencia .....	11
1.4 Referencias para el proyecto .....	13
1.5 Entrada de Softbol Plus al mercado .....	17
1.6 Comunicación: Público objetivo y objetivos .....	17
1.6.1 Público objetivo .....	17
1.6.2 Objetivos .....	17
<b>2. REALIZACIÓN</b> .....	19
2.1 Primera validación y nombre <i>Softbol Plus</i> .....	19
2.2 Arquitectura de información .....	20
2.3 Sobre la marca .....	22
2.4 Redes sociales .....	23
2.5 Realización del manual de identidad .....	24
2.5.1 Logotipo .....	24
2.5.2 Colores .....	30
2.5.3 Tipografía .....	32
2.5.4 Íconos .....	33
2.5.5 Tramas .....	34
2.5.6 Fotografía .....	35
2.5.7 Merchandise .....	35
2.5.8 Papelería y afiches .....	36
2.5.9 Diseño de página web .....	37
2.5.10 Diseño de redes sociales .....	39
2.5.11 Página de Instagram .....	41
<b>3. LECCIONES APRENDIDAS</b> .....	42
<b>REFERENCIAS</b> .....	44
<b>ANEXOS</b> .....	46



## ÍNDICE DE ANEXOS

<b>ANEXO 1: Primera encuesta al público objetivo principal.....</b>	<b>47</b>
<b>ANEXO 2: Focus group con el público objetivo secundario.....</b>	<b>51</b>
<b>ANEXO 3: Segunda encuesta al público objetivo principal.....</b>	<b>55</b>
<b>ANEXO 4: Primera encuesta al público objetivo secundario.....</b>	<b>57</b>
<b>ANEXO 5: Encuesta de validación del logotipo.....</b>	<b>59</b>
<b>ANEXO 6: Resultados de entrevistas a profundidad con el público objetivo sobre los diseños realizados.....</b>	<b>62</b>
<b>ANEXO 7: Resultados de entrevistas a profundidad con expertos sobre los diseños realizados.....</b>	<b>69</b>



## **RESUMEN**

El presente trabajo consiste en la elaboración de un manual de identidad gráfica para la marca *Softbol Plus*, una plataforma encargada de brindar información confiable, actualizada y de fácil acceso sobre el softbol en el Perú. Para ello, se diseñó un logotipo que represente la personalidad de la marca, cuyas características y usos se organizaron y sistematizaron en un manual de identidad gráfica. En esta se encuentran las tipografías, colores, estilo fotográfico y aplicaciones de la misma, en especial la plataforma principal: *Instagram*, la página de *Facebook* y página web oficial.

## **ABSTRACT**

The present work consists of the elaboration of *Softbol Plus*' brandbook, a platform in charge to bring reliable, updated and easily accessible information about peruvian softball. For this, an original logo was designed that represents the personality of the brand, whose characteristics and uses were organized and systematized in a brandbook. It includes the fonts used, colors, photographic style and applications of the brand, especially the main platform: *Instagram*, the *Facebook* page and the official website.

# INTRODUCCIÓN

El softbol o *softball* es un deporte nacido en el año 1887 en Chicago, Estados Unidos, como un deporte hermano del béisbol (*Softball New Zealand*, 2014). Desde entonces, se ha esparcido en diferentes partes del mundo gracias a la necesidad de un espacio más pequeño de juego, en comparación al béisbol, y a considerarse uno de los deportes más completos e inclusivos. Sin embargo, los seguidores del softbol peruano, en especial los jugadores principiantes y padres de familia, no cuentan con una fuente online en la que puedan encontrar toda la información que necesiten sobre este deporte. Es así como nace *Softbol Plus*.

El presente trabajo de suficiencia profesional muestra el proceso de creación de la identidad visual de *Softbol Plus*, una nueva marca para educar a nuevos jugadores y padres de familia seguidores de este deporte sobre el softbol en el Perú, buscando además apoyar en la difusión del mismo.

*Softbol Plus* nace como una página web que contiene toda la información necesaria sobre el softbol, desde cómo jugar y sus beneficios, hasta dónde jugar o comprar los materiales necesarios. Además, esta página web tendrá presencia en las redes sociales *Facebook* e *Instagram* con la intención de incentivar la interacción entre nuestros seguidores. Por otro lado, con miras a crecer en un futuro, se diseñó *merchandise* y papelería para la presente marca.

Cabe resaltar que el presente proyecto se inició en agosto del 2019. En dicha fecha, la Federación Peruana de Softbol no contaba con una página web oficial en funcionamiento, la cual fue inaugurada el día 5 de septiembre del 2020. Ante esto, buscamos diferenciarnos con una identidad visual llamativa para los conocedores de este deporte y yendo más allá del área institucional, para formar una comunidad junto a nuestros seguidores.

El producto final es un manual de identidad gráfica para *Softbol Plus*, el cual reúne todos los aspectos necesarios sobre la identidad visual de la marca.

**MATERIAL #1:** Manual de identidad para *Softbol Plus*.

**UBICACIÓN:**

<https://drive.google.com/file/d/1XBHakWC3qAYPD4DGHFb93snUm29KqVks/view?usp=sharing>

**MATERIAL #2:** Variaciones del logotipo *Softbol Plus* en *Illustrator*.

**UBICACIÓN:**

[https://drive.google.com/file/d/1yyceofv7VcMdYYbDlyadLD0imhB\\_GvKV/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1yyceofv7VcMdYYbDlyadLD0imhB_GvKV/view?usp=sharing)

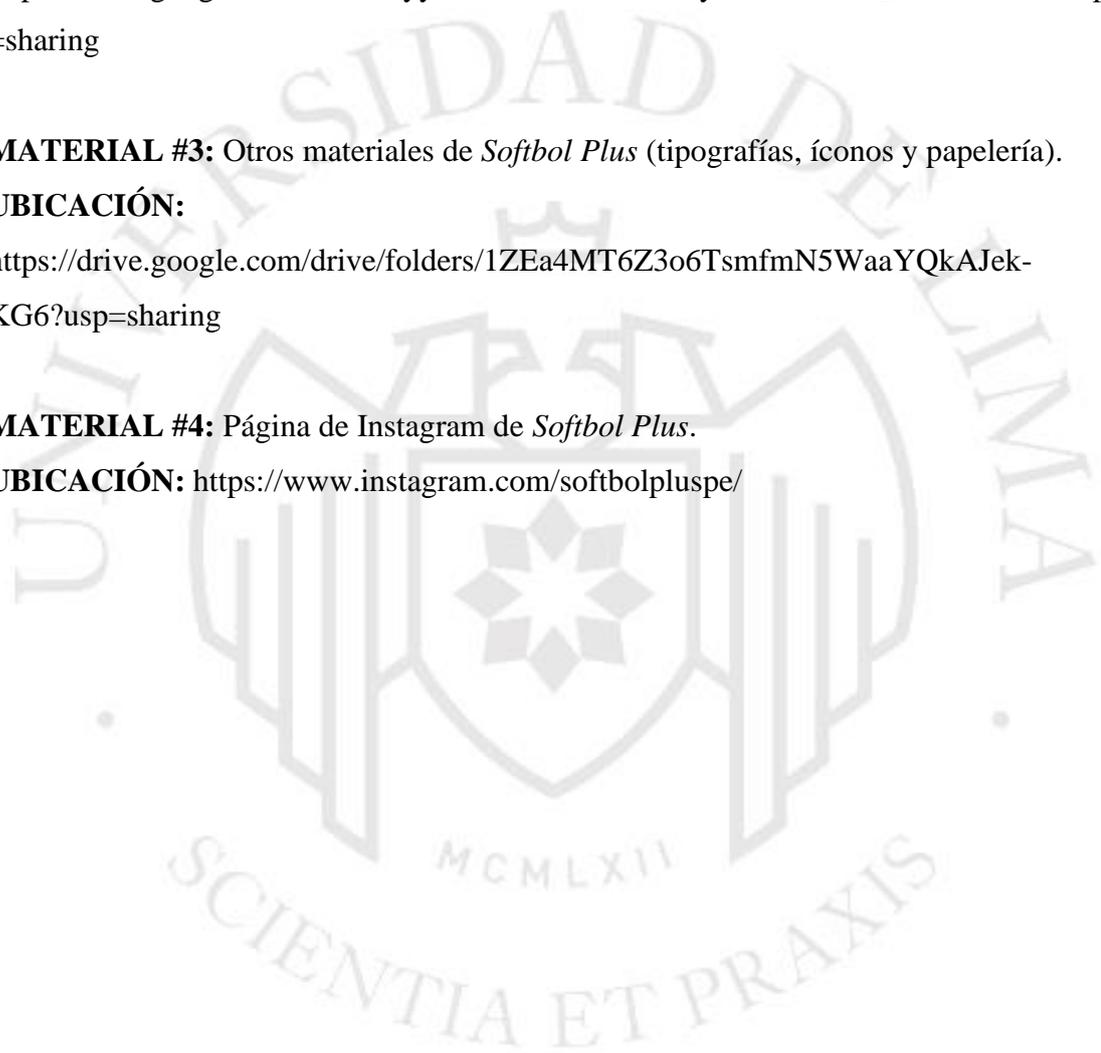
**MATERIAL #3:** Otros materiales de *Softbol Plus* (tipografías, íconos y papelería).

**UBICACIÓN:**

<https://drive.google.com/drive/folders/1ZEa4MT6Z3o6TsmfmN5WaaYQkAJek-KG6?usp=sharing>

**MATERIAL #4:** Página de Instagram de *Softbol Plus*.

**UBICACIÓN:** <https://www.instagram.com/softbolpluspe/>



# 1. ANTECEDENTES

## 1.1. Softbol en el Perú

El softbol llegó a Perú el año 1974, gracias a una comisión formada en el Olivar de Jesús María. Tres años después, en 1977, el Perú presentó a su primera selección femenina, que compitió en el primer Sudamericano de Softbol en 1981, con sede en Lima (Federación Deportiva Peruana de Softbol, 2015). De entonces a la actualidad, y a pesar de haber mantenido un perfil bajo durante mucho tiempo, el softbol peruano ha cosechado varios triunfos, sobre todo en los últimos años, como su ingreso al ranking mundial femenino (WBSC, 2019), encontrándose actualmente en el puesto 19, la medalla de oro en el Sudamericano Femenino Sub 15 en el 2019, o la medalla de plata en el Mundial Mixto Sub 12 en China, el mismo año.

Es necesario mencionar que, aunque el softbol está posicionado como una versión femenina del béisbol, actualmente también hay equipos masculinos iniciando su desarrollo. Incluso, Perú presentó una selección de softbol masculino en los Juegos Panamericanos 2019, desarrollados en Lima, Perú.

## 1.2. Justificación del proyecto

En un comienzo, se identificó como un problema la poca accesibilidad a la información sobre el softbol, dado que toda la información se encuentra dispersa en múltiples fuentes y algunos datos básicos solo se encuentran a través de personas específicas. A partir de allí, nace el deseo de crear una página web encargada de brindar información confiable, actualizada y de fácil acceso sobre el softbol en el Perú.

Esta justificación se refuerza con el hecho de que el softbol es un deporte desconocido entre los peruanos. Esto se pudo comprobar en un *focus group* realizado el día jueves 24 de octubre del 2019 de las 14.00 a 15.00 horas en el cuarto piso del pabellón A de la Universidad de Lima, ya que solo uno de los ocho asistentes conocía este deporte. Por otro lado, en un sondeo realizado a 300 personas, el 23.7% desconocía totalmente el

softbol; sin embargo, entre los que sí lo conocían, el 27.7% marcó que no lo entendía. Aquí se observa que, si bien algunos lo conocen, no lo comprenden. Gracias a estos datos, se supo que existía un problema de desinformación, ya que si los que buscaban información al respecto no podían encontrarla, otros internautas tampoco lo harían.

### 1.3. Análisis del mercado, público consumidor y competencia

Para desarrollar el análisis de mercado, público consumidor y competencia, en primer lugar, se realizó una pequeña encuesta al público objetivo principal de *Softbol Plus* (jugadores, padres de familia, directivos, etc.), en la cual se les preguntó sobre la zona en la cual vivían. A partir de esta información, podemos decir que, entre las personas ligadas directamente al softbol, el 26.7% dice vivir en la zona 6 (Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena, San Miguel), 24.4% en la zona 7 (Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco, La Molina), 21.1% en la zona 5 (Ate, Chaclacayo, Lurigancho, Santa Anita, San Luis, El Agustino), 14.4% en la zona 4 (Cercado, Rímac, Breña, La Victoria), 4.4% en la zona 3 (San Juan de Lurigancho) y 3.3% en la zona 10 (Callao, Bellavista, La Perla, La Punta y Carmen de la Legua). Sin embargo, los distritos donde entrenan mayormente los equipos (San Luis, Pueblo Libre, San Juan de Lurigancho, Comas y Villa María del Triunfo), no siempre tienen una relación directa con esta procedencia.

Si partimos desde los distritos donde están los clubes, es decir desde donde se da la oferta, podemos observar que hay una gran presencia del sector socioeconómico C, que logra extenderse al B en algunos casos. Por ello, se puede decir que el softbol se encuentra dirigido principalmente a los sectores socioeconómicos B y C. Esto se basa en los siguientes datos:

- Según la INEI (2017), San Luis tuvo una proyección de 58 461 habitantes en el último censo, Pueblo Libre tuvo una de 76 129, San Juan de Lurigancho de 1 138 453, Comas de 537 263 y Villa María del triunfo de 465 735 habitantes.
- Según APEIM (2018), en la zona 5, en la que se ubica San Luis, hay una mayoría en el sector socioeconómico C con 45.1% de la muestra.
- En el caso de la zona 6, donde se ubica Pueblo Libre, hay una mayoría en el sector socioeconómico B con 56.0% de la muestra.
- En San Juan de Lurigancho, zona 3, se destaca un 43.2% en el sector C.

- En la zona 1, Comas, se destaca la presencia del sector D y C, con un 38.2% y 37.8% respectivamente.
- Finalmente, en Villa María del Triunfo hay una mayoría en el sector C, con un 49.2%.
- Adicionalmente, sumaremos la zona 7, que cuenta con una muestra del 46.4% perteneciente al sector B y 34.6% pertenecientes al A.

En base a esto, es importante decir que, según APEIM (2018), el 86.4% de hogares del NSE B cuentan con una computadora, también el 58.1% del NSE C (67.1% del NSE C1 y 39.5% del NSE C2). Además, 97.3% del NSE B cuentan con un celular, y 94.5% del NSE C. Finalmente, 91.5% de hogares del NSE B cuentan con internet, y 56.6% del NSE C.

En segundo lugar, según un análisis generacional de IPSOS (2019), la generación Z es estudiante (65%), suele recibir propina de sus padres (48%), es *smartphonero* (47%), gusta de ir a parques, hacer ejercicio, ir a casa de amigos o familiares y probar nuevos productos, lo cual se puede entender cómo realizar nuevas actividades (85%). Por otro lado, la generación Y suele trabajar (84%), el 59% recibe un salario quincenal o mensual, es *smartphonero* (62%) y gusta de salir a comer, ir a parques, hacer ejercicio e ir al cine. Adicionalmente, según la Compañía Peruana de Estudios de Mercados y Opinión Pública S.A.C. [CIP] (2019), en Lima Metropolitana habitan 3,391.9 miles de personas entre los 18 y 35 años, y 2,872.3 miles menores de 18 años.

Tercero, en relación al perfil tecnológico del público objetivo de *Softbol Plus*, de acuerdo con IPSOS (2017), los internautas representan el 65% del Perú urbano entre 8 y 70 años y el 42% de la población peruana. Además, se puede decir que el 90% del NSE B es usuario de internet, al igual que el 75% del NSE C. Por otro lado, se dice que los adolescentes y adultos se conectan entre 5 y 7 veces a la semana, principalmente a través de sus *smartphones*. A partir de estos datos, IPSOS (2017) también nos muestra que 7.4 millones de personas en el Perú poseen un *smartphone* o teléfono inteligente, representando también el 40% de personas entre 12 y 70 años del Perú urbano. Ellos los utilizan un promedio de 7 horas diarias para conectarse a sus redes sociales (81%), comunicarse (80%), ver fotos y videos (78%), buscar información (41%), etc.

Adicionalmente, según IPSOS (2018), el Perú tiene 11.2 millones de usuarios de redes sociales entre 8 y 70 años del Perú urbano (54%). Las redes sociales más utilizadas, aparte de *WhatsApp* y *YouTube*, son *Facebook* (98%) e *Instagram* (24%). Estas son utilizadas comúnmente para chatear, comentar, publicar fotos, dar “me gusta”, leer muros, etc. Además, el 70% ingresa a través de sus *smartphones*, el 28% desde una PC, el 19% desde una laptop y el 11% desde un celular común. El 11% se considera fan de una marca, el 23% dice que sus compras han sido influenciadas por unas de ellas y el 20% sigue a *influencers*.

Es importante mencionar que, se considera a la Federación Deportiva Nacional Peruana de Softbol como la competencia directa de *Softbol Plus*, ya que son los principales encargados de la difusión de este deporte en el Perú. Si bien tienen presencia en *Facebook* desde el año 2009 (@softbolperu), *Instagram* desde el 2018 (@softbolperu), *Twitter* desde el 2010 (@softbol\_peru) y *LinkedIn* desde marzo del 2020 (@softbol-peru), no contaron con una página web oficial en funcionamiento hasta el 5 de septiembre del 2020. Es por ello que al iniciar el proyecto *Softbol Plus* en agosto del 2019, se evidenció la ausencia de esta. Aparte de ello, las redes sociales de la federación no contaron con una unidad gráfica evidente hasta el 23 de marzo del 2020, la cual se relaciona con el diseño de la actual página web. Esta página aún no se encuentra terminada en su totalidad, ya que algunas secciones y enlaces no se encuentran en funcionamiento.

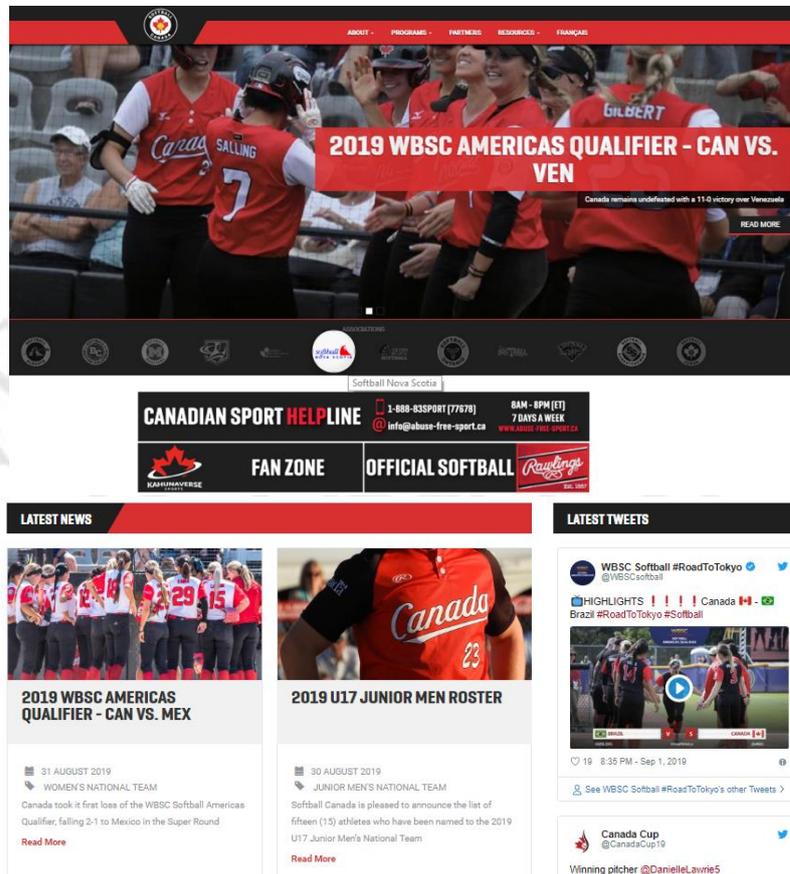
#### 1.4. Referencias para el proyecto

Se sabe que el softbol es un deporte que tiene mayor alcance en países extranjeros, razón por la cual *Softbol Plus* tiene como referencia a la página web y redes sociales de Canadá y República Checa. Si bien ambos casos dejaron de lado su identidad visual en tiempos de pandemia en el 2020, suelen tener una identidad marcada que se ve reflejada en todas sus redes. Por un lado, Canadá utiliza los colores rojo y blanco de su bandera, los cuales junto con el color negro han logrado crear un diseño corporativo y dinámico para su página web. Además, han creado tableros de posiciones y cuadros de estadísticas interesantes para sus redes sociales. Por otro lado, República Checa utiliza los colores azul, rojo y blanco, con mayor presencia del primero. Igualmente, sus tableros de posiciones y cuadros de estadísticas funcionan correctamente y se adaptan a un público

más juvenil. En ambos casos, comenzaron recién a emplear dimensiones que permiten visualizar los artes en su totalidad en *Instagram*.

**Figura 1. 1**

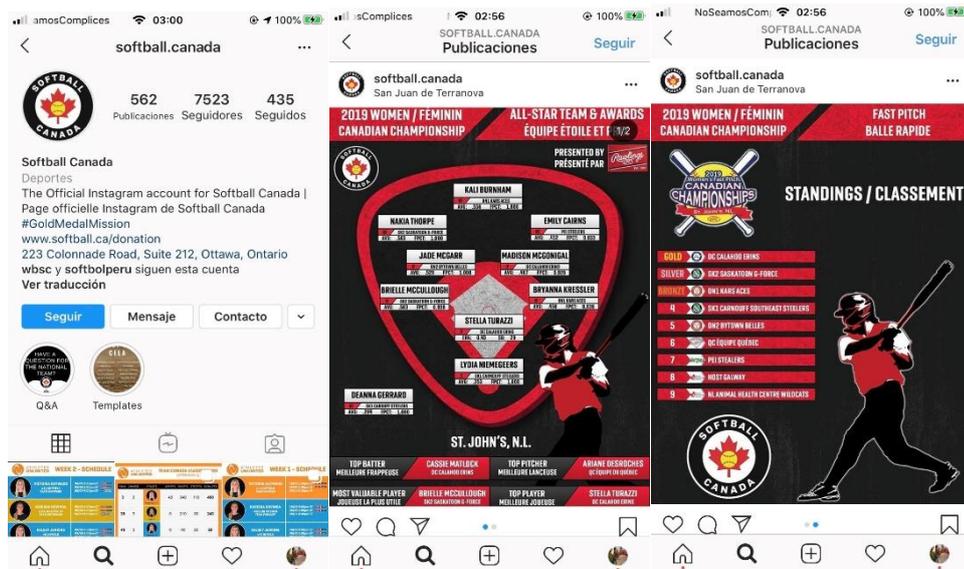
*Página web de la federación de Softbol de Canadá*



Nota. De Softball Canada, 2020 (<https://softball.ca/>).

**Figura 1. 2**

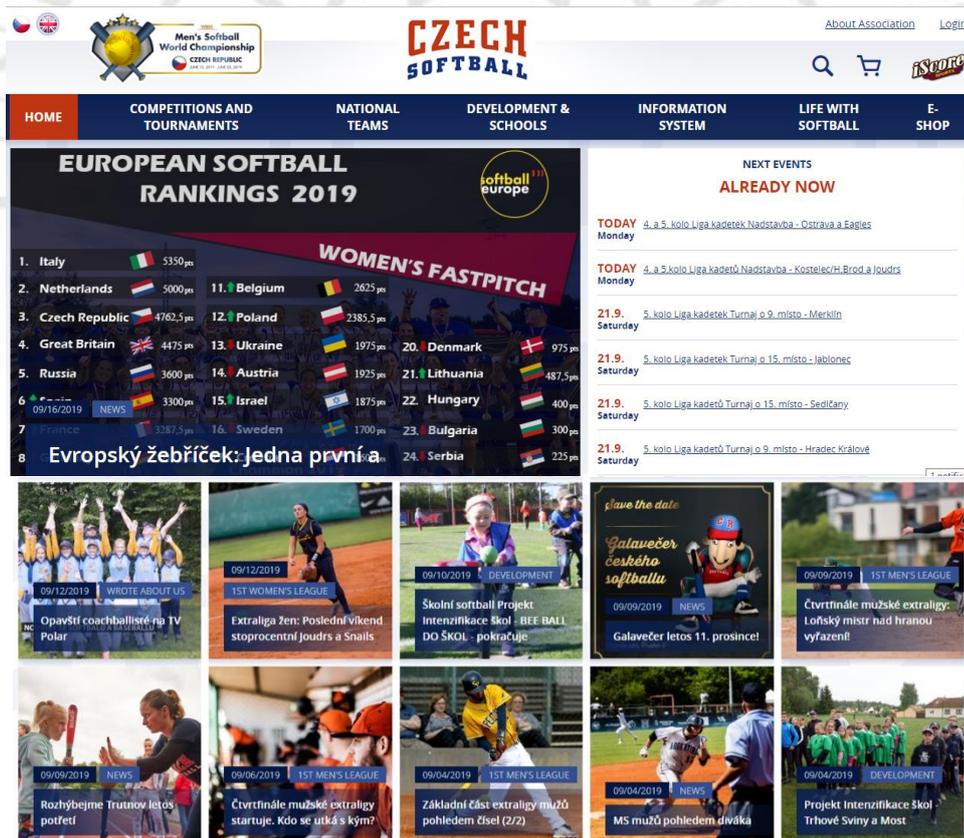
*Página de Instagram de la federación de Softbol de Canadá*



Nota. De Softball Canada, 2020 (<https://www.instagram.com/softball.canada/>).

Figura 1.3

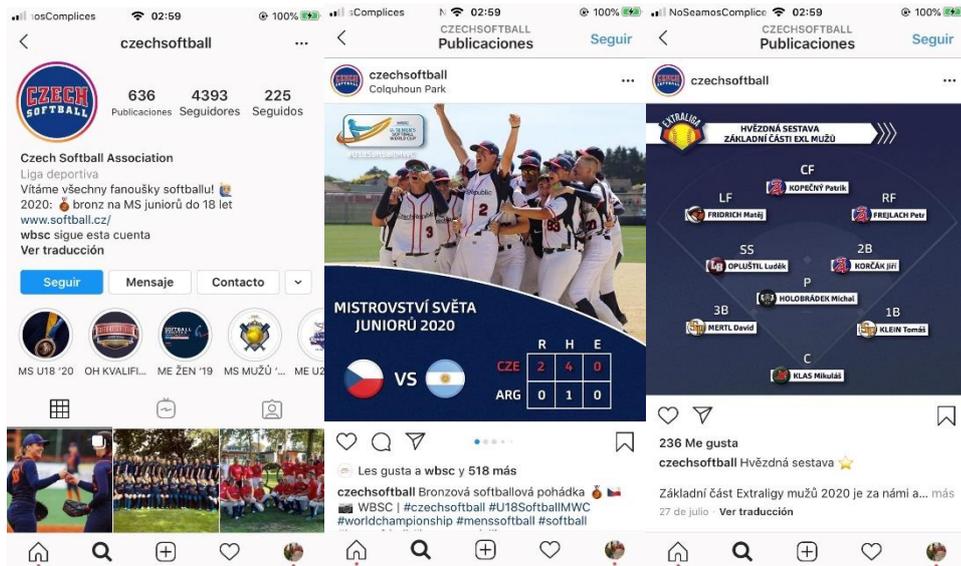
Página web de la federación de Softbol de República Checa



Nota. De Czech Softball, 2020 (<https://www.softball.cz/>).

Figura 1.4

Página de Instagram de la federación de Softbol de República Checa

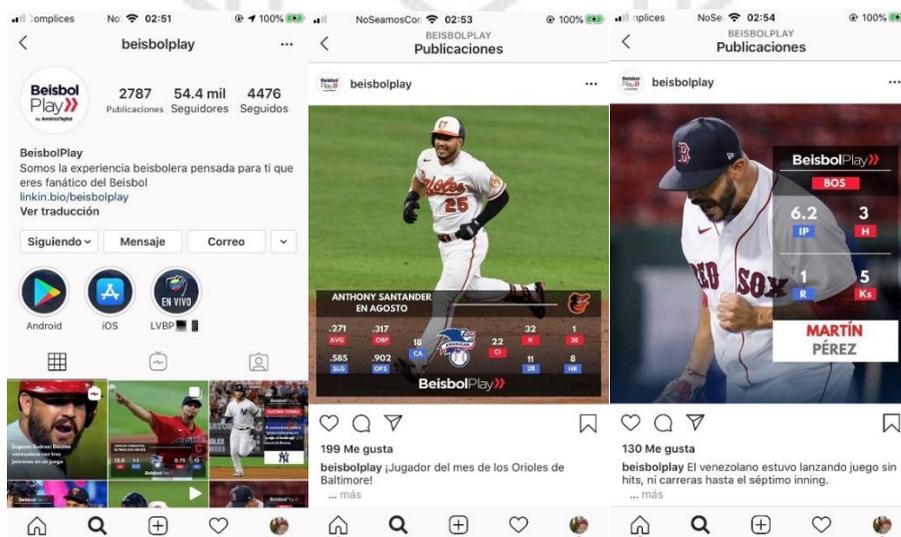


Nota. De Czech Softball, 2020 (<https://www.instagram.com/czechsoftball/>).

Por último, también se tiene como referencia a la página de *Instagram* de la aplicación para teléfonos móviles *Beisbol play*. Esto se debe a que, a pesar de tener a su aplicación como plataforma principal, han logrado crear una comunidad alrededor de su página de *Instagram*, en la que cuentan con más de 54.5 mil seguidores y se identifican como “experiencia beisbolera”. En la gran mayoría de sus publicaciones tienen un estilo marcado, en el que combinan fotografías, banners, texto y estadísticas de forma armónica.

**Figura 1. 5**

*Página de Instagram de Beisbol Play*



Nota. De Beisbol Play, 2020 (<https://www.instagram.com/beisbolplay/>).

## 1.5. Entrada de Softbol Plus al mercado

*Softbol Plus* busca diferenciarse de la competencia alejándose del enfoque institucional y yendo más allá de la información que ofrece la federación, buscando la creación de una comunidad entre los seguidores del softbol al incentivar la interacción a través de redes sociales. Además, la información ofrecida será más accesible, entendible y llamativa, tanto para los seguidores del deporte como para personas ajenas a este.

## 1.6. Comunicación: Público objetivo y objetivos.

### 1.6.1. Público objetivo

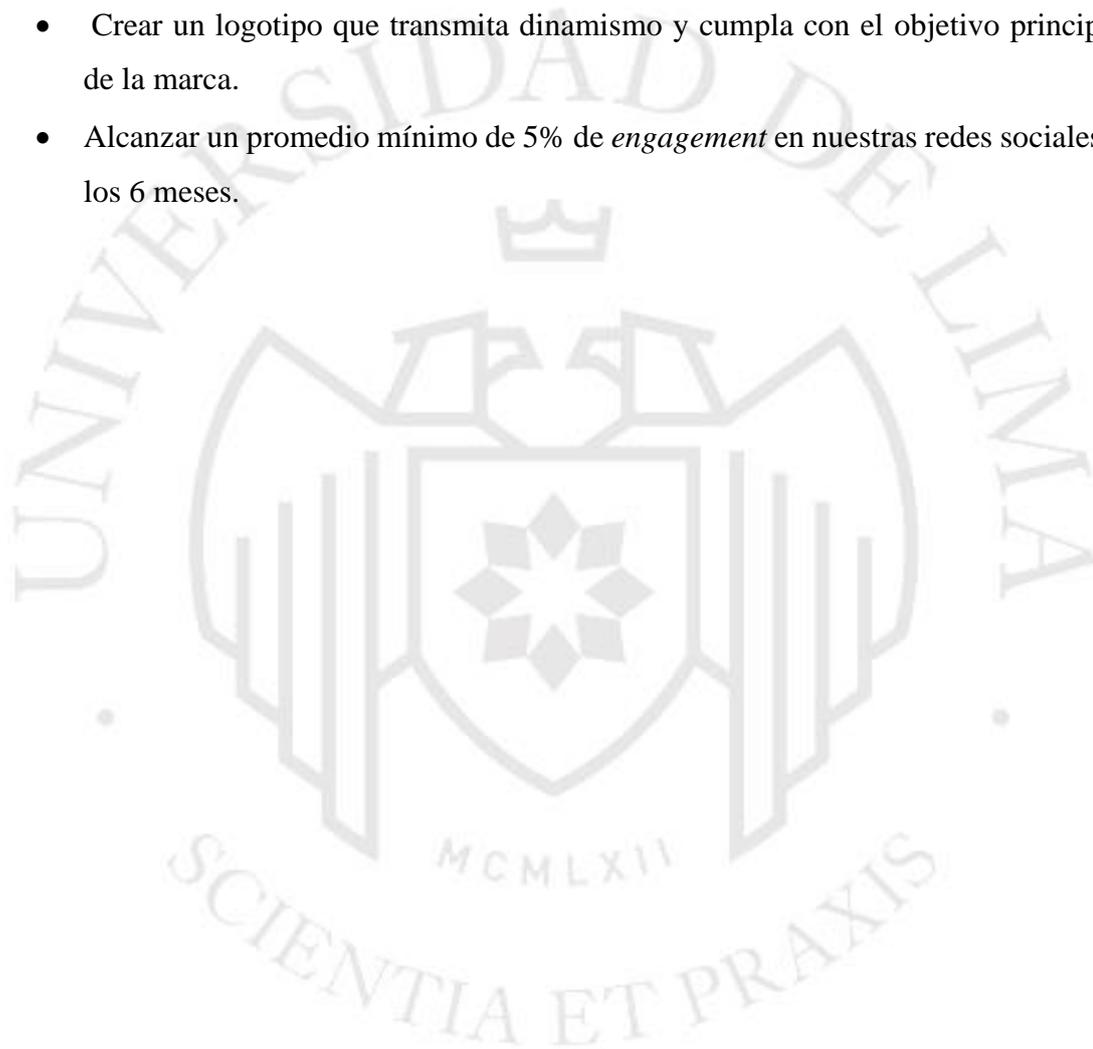
El público objetivo de *Softbol Plus* se encontrará dividido en dos partes. En primer lugar, se centrará en hombres y mujeres, conocedores y seguidores del softbol, de 18 a 34 años de Lima Metropolitana, y pertenecientes a un nivel socioeconómico B o C. Ellos han practicado este deporte o son padres de familia de jugadores, pero no lo comprenden en su totalidad. Aparte de ello, este grupo es perteneciente a las generaciones Z (13-20) e Y (21-35), utiliza *smartphones*, es usuario constante de internet y tiene presencia en redes sociales. Estas personas suelen informarse a través de estos medios, en donde miran partidos, buscan resultados, realizan sus compras e incluso comparten sus intereses y día a día.

En segundo lugar, *Softbol Plus* busca difundir este deporte en un público de 18 a 34 años, habitantes de Lima Metropolitana y pertenecientes a un NSE B o C. Ellos pertenecen a la generación Y (21-35), utilizan *smartphones*, son usuarios constantes de internet y de las redes sociales. A diferencia del público objetivo principal, ellos no conocen el softbol; sin embargo, tienen un gran gusto por los deportes y actividades culturales en general. Adicionalmente, cabe resaltar que intentaremos acercarnos especialmente a las madres y padres de familia con hijos pequeños, que busquen un buen futuro para sus hijos. Según Arellano (2019), se les puede distinguir como modernas o progresistas, ya que ambos estilos de vida gustan de los deportes, pasan tiempo con su familia y buscan seguridad económica y un futuro asegurado para sus hijos.

### 1.6.2. Objetivos

El objetivo principal de este proyecto es (i) Ser percibidos por el 60% de nuestro público objetivo como una marca peruana que transmita pasión por el softbol. Adicionalmente, los objetivos secundarios del proyecto son:

- Lograr una aprobación mínima del 60% del público objetivo en relación al contenido del manual de identidad.
- Lograr una aprobación mínima del 60% de expertos en relación al manual de identidad.
- Crear un logotipo que transmita dinamismo y cumpla con el objetivo principal de la marca.
- Alcanzar un promedio mínimo de 5% de *engagement* en nuestras redes sociales a los 6 meses.



## 2. REALIZACIÓN

Tomando en cuenta los antecedentes mencionados anteriormente, se pasará a exponer las etapas de la realización del manual de identidad gráfica de *Softbol Plus*, desde la concepción de la idea hasta el manual terminado.

### 2.1. Primera validación y nombre *Softbol Plus*

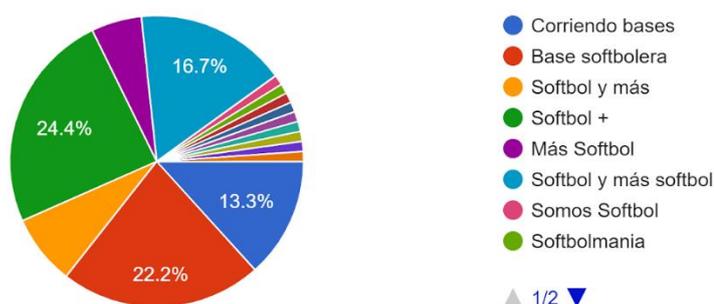
Después de identificar el problema de desinformación, se evaluó la viabilidad del proyecto con el experto en Gestión de comunidades virtuales Jannick Eulert, el cual confirmó la viabilidad del mismo. A partir de allí, se buscaron distintas opciones de nombre y se realizó una encuesta entre nuestro público objetivo principal, obteniendo los siguientes resultados.

#### Figura 2. 1

Resultados de la pregunta ¿Qué nombre le daría a la página?

### 3. ¿Qué nombre le daría a la página?

90 respuestas



Nota. Elaboración propia, 2019.

La opción ganadora fue *Softbol +* con el 24.4% de votos. Seguido por el 22.2% que votó por *Base Softbolera* y el 16.7% que votó por *Softbol y más softbol*. Sin embargo, en un *focus group* realizado el día jueves 24 de octubre del 2019 de las 14.00 a 15.00 en el cuarto piso del pabellón A de la Universidad de Lima a nuestro público secundario, se expresó una preferencia hacia el nombre *Softbol Plus*, en lugar de *Softbol +*. Esto último

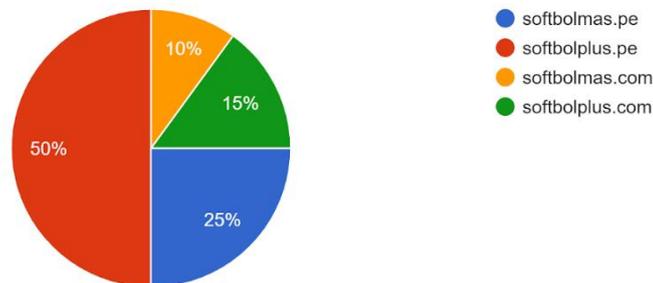
fue respaldado por el experto Jannick Eulert, debido a que parte de nuestros seguidores podrían confundirlo con *Softbol más*.

Es por ello que en una segunda encuesta se preguntó a nuestro público objetivo principal sobre cómo leían *Softbol +*. El 65% indicó preferir *Softbol Plus*. Por otro lado, el 75% de los encuestados prefirió el uso del “.pe” para localizar la página web. Esto último fue respaldado por nuestro público objetivo secundario en el *focus group* realizado y por el experto en *User Experience* Eduardo Ojeda. Fue así como se optó por el uso del dominio *softbolplus.pe*.

### Figura 2. 2

Resultados de la pregunta *El nombre ganador en encuestas anteriores fue Softbol +, preferiría usted...*

4. El nombre ganador en encuestas anteriores fue "Softbol +", preferiría usted...  
20&nbsp;respuestas



Nota. Elaboración propia, 2019.

### 2.2. Arquitectura de información

El experto Jannick Eulert recomendó utilizar el buscador de palabras claves *Answer the public* para conocer la información a tomar en cuenta en la plataforma. A partir de los resultados obtenidos, se inició la construcción de la página web, teniendo las siguientes secciones: *¿Qué es?*, *historia*, *¿Por qué jugar?*, *¿Cómo jugar?*, *¿Dónde jugar?*, *comprar materiales*, *Softbol en el Perú* y *Softbol en el mundo*.

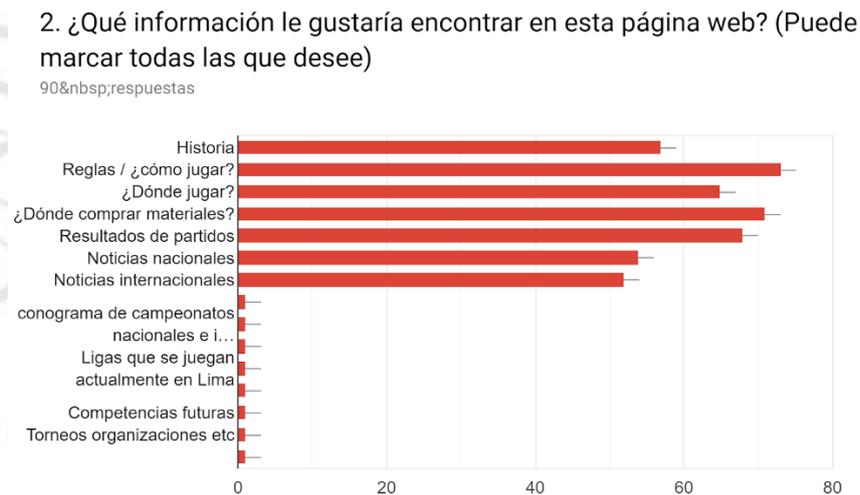
Sin embargo, después de conversar nuevamente con el experto Jannick Eulert, se recomendó reducir las secciones a seis y añadir subsecciones. Las secciones finales

elegidas fueron las siguientes: *¿Qué es?, historia, ¿cómo jugar?, ¿dónde jugar?, comprar materiales, partidos y resultados y noticias.*

Era necesario conocer la importancia que le daba el público objetivo principal a esta información, razón por la cual en una encuesta realizada se les preguntó qué información les gustaría encontrar en esta plataforma sobre el softbol. Aparte de las propuestas, querían ver entrevistas, videos de juegos, qué hacer para pertenecer a un equipo y los beneficios de este deporte. A partir de los datos obtenidos, se armó la arquitectura de información, añadiendo la sección *¿Cómo jugar?*.

**Figura 2. 3**

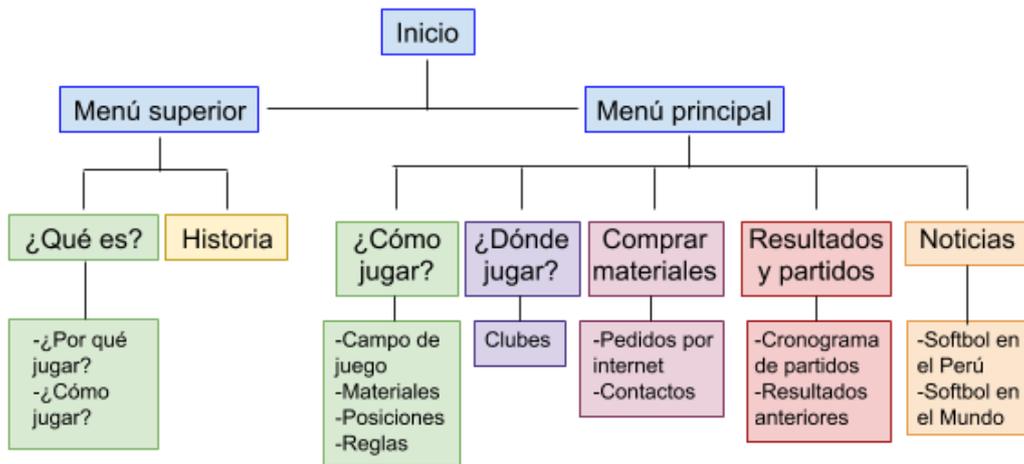
*Resultados de la pregunta ¿Qué información le gustaría encontrar en esta página web?*



Nota. Elaboración propia, 2019.

**Figura 2. 4**

*Segunda versión de la arquitectura de información de Softbol Plus*

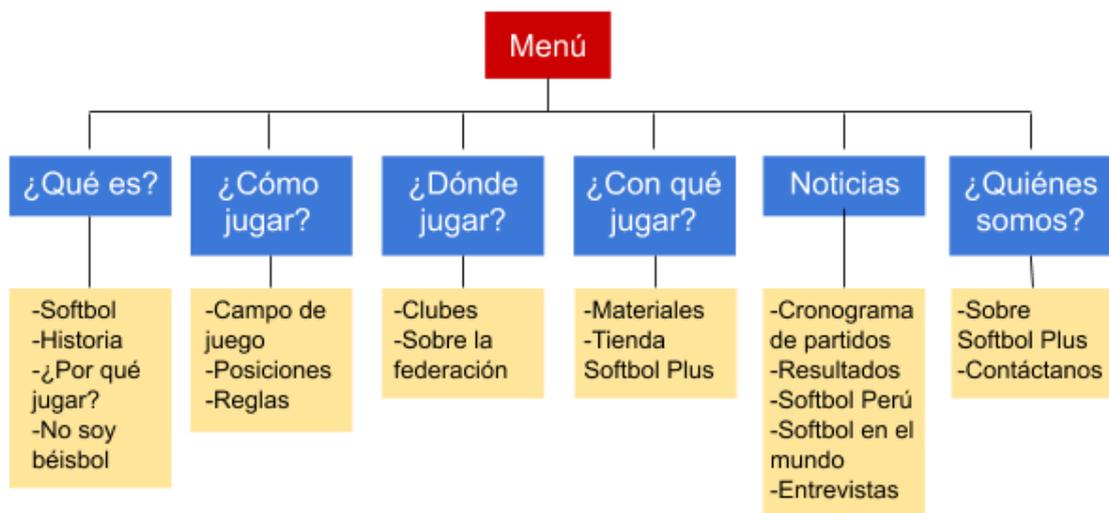


Nota. Elaboración propia, 2019.

A partir de esta primera versión de la arquitectura de información, se realizaron varios cambios. Primero, el experto en UI y UX recomendó colocar la sección *Historia* dentro de *¿Qué es?* y cambiar el nombre *Comprar materiales* por *¿Con qué jugar?*. Allí, se explicarían los materiales y se redireccionaría a las páginas de venta. Por último, se decidió reordenar algunas subsecciones y eliminar las repetidas para la versión final de la arquitectura de información.

**Figura 2. 5**

*Versión final de la arquitectura de información de Softbol Plus*



Nota. Elaboración propia, 2019.

### 2.3. Sobre la marca

Para sistematizar la identidad de la marca *Softbol Plus*, se solicitó el apoyo de la experta en marketing Laura Caro Vela, la cual indicó que era necesario incluir los siguientes puntos en un manual de identidad: Misión, visión, valores, problema, promesa y posicionamiento. El slogan es opcional, sin embargo, se eligió buscar uno para *Softbol Plus*.

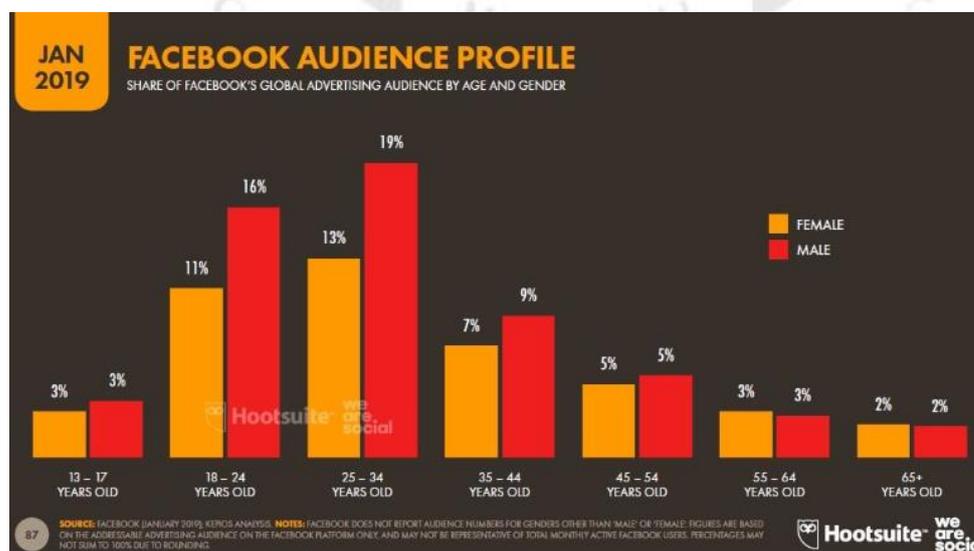
Gracias a Laura Caro se pudo conocer mejor a la marca y comprender la verdadera misión del proyecto: “Dar a conocer el softbol y hacerlo más accesible para más peruanos”, además de los otros datos presentes en el manual de identidad.

#### 2.4. Redes sociales

En primer lugar, *Facebook* fue elegido porque continúa siendo la red social con mayor número de usuarios activos al mes y, según Mejía (2019), su uso adecuado “logra generar un importante tráfico de audiencia de valor para la marca hacia el sitio web”. Como observamos en los siguientes gráficos compartidos por Mejía, gran parte de nuestro público objetivo cuenta con una mayor presencia en dicha red social. Lo mismo sucede con *Instagram*, red social que, aunque no genera un gran tráfico hacia nuestra página web, cuenta un gran alcance debido a su crecimiento en los últimos años. En ambos casos, nuestro público objetivo secundario también es un grupo significativo.

**Figura 2. 6**

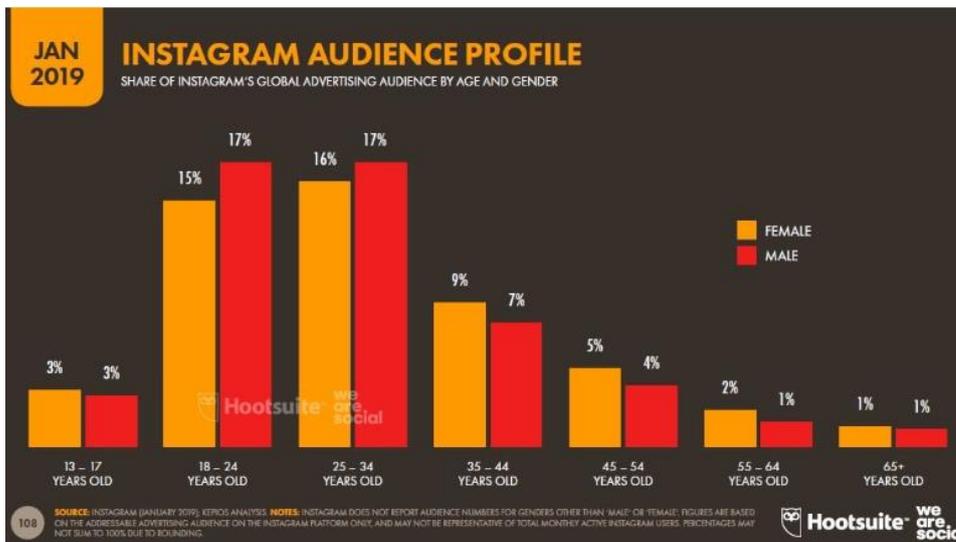
*Perfil de edad de la audiencia de Facebook*



Nota. De Mejía, 2019.

**Figura 2. 7**

*Perfil de edad de la audiencia de Instagram*



Nota. De Mejía, 2019.

Estas redes sociales serán el contacto directo con nuestro público objetivo. En ellas se compartirán datos del deporte, imágenes, videos de alta calidad, noticias resumidas de forma dinámica, infografías, etc., respetando las dimensiones de cada red social.

### 2.5. Realización del manual de identidad

Primero, se realizó un índice para conocer los datos necesarios a incluir en el manual de identidad de *Softbol Plus*. Este índice fue aprobado por los expertos Claudia Torres y Laura Caro. Al finalizar con las piezas gráficas necesarias, estas fueron unidas en el programa *InDesign*.

#### 2.5.1. Logotipo

Después de investigar los logotipos utilizados por páginas web y redes sociales de softbol a nivel mundial, se comenzaron a realizar los primeros bocetos. Estos diseños incluían el nombre *Softbol +* en diferentes tipografías y la pelota de softbol.

**Figura 2. 8**

*Primeras versiones del logotipo de Softbol Plus*



Nota. Elaboración propia, 2019.

Estos fueron presentados a la experta en diseño gráfico Rocío Villacorta, la cual recomendó buscar qué tipo de líneas transmitía el deporte y utilizar la síntesis gráfica para nuevas opciones del logotipo. Se llegó a la conclusión que, si se deseaba transmitir el dinamismo del deporte, se necesitaban líneas curvas. Sin embargo, si se optaba por el uso de la pelota, sugirió simplificar las costuras.

Paralelamente, en el *focus group* mencionado anteriormente, se buscó obtener la opinión del público objetivo secundario sobre el logotipo a utilizar. Si bien no se mostraron los primeros diseños, se preguntó qué elementos deberían estar presentes, resaltando el bate y la pelota. Sin embargo, posteriormente expresaron la importancia de diferenciar este deporte del béisbol. Así fue como se realizó una lista de las diferencias entre ambos deportes, entre las cuales resaltó la posición de lanzamiento. Con base en ello, se aplicó la síntesis gráfica indicada por Rocío Villacorta para realizar nuevas opciones para el logotipo de *Softbol Plus*.

### Figura 2. 9

*Primeras versiones del logotipo de Softbol Plus utilizando la síntesis gráfica*





Nota. Elaboración propia, 2019.

Al presentar los nuevos diseños con diversos expertos, se obtuvo los siguientes comentarios. En primer lugar, Rocío Villacorta recomendó unificar el diseño de la softbolista y el softbolista, además de realizar una encuesta para validar los logos base. Además, se corrigieron varios detalles en el primer modelo de logotipo, entre los cuales resaltó añadir un espacio entre el cuerpo del softbolista y su cabeza y hacer más cortas las piernas del jugador. En el segundo modelo de logotipo, recomendó que parezca que la letra “S” ha realizado el lanzamiento.

Adicionalmente, por recomendación de Rocío Villacorta y el experto Néstor Martos, se aplicó una pequeña encuesta a un total de 130 personas del público objetivo. Esta tuvo como objetivo reunir las primeras opiniones en relación a las diferentes opciones del logotipo de la plataforma *Softbol Plus*. Cabe resaltar que se dividió la encuesta en dos grupos, el primero fue conformado por padres de familia y jugadores de softbol, mientras que el segundo estuvo conformado por otras personas que conocían o no el deporte. Se evidenció una clara preferencia por el logo número 2 y 4 en ambos grupos, por lo cual se decidió continuar trabajando con ambos.

### Figura 2. 10

*Versiones del logotipo de Softbol Plus presentadas en la primera validación con el público objetivo*

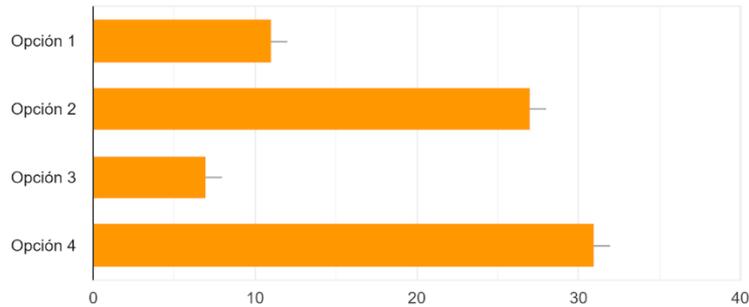


Nota. Elaboración propia, 2019.

### Figura 2. 11

*Resultados de la pregunta ¿Qué logo preferiría para la página?, realizada al público objetivo principal de Softbol Plus*

1. ¿Qué logo preferiría para la página? (Elija máximo 2) (El blanco y negro es temporal)  
55 respuestas

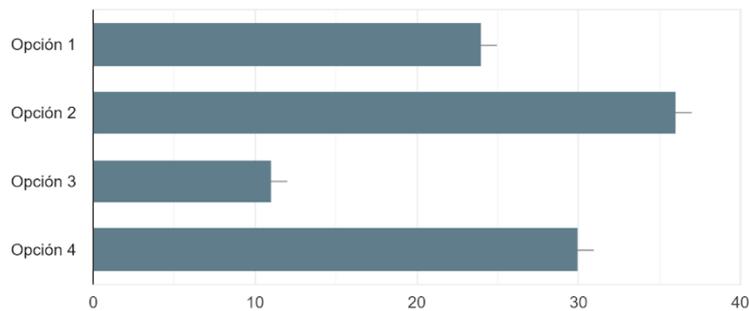


Nota. Elaboración propia, 2019.

**Figura 2. 12**

*Resultados de la pregunta ¿Qué logo preferiría para la página?, realizada al público objetivo secundario de Softbol Plus*

2. ¿Qué logo preferiría para la página? (Elija máximo 2) (El color negro es temporal)  
75 respuestas



Nota. Elaboración propia, 2019.

Acto seguido, se procedió a corregir los logotipos elegidos y aplicar color, evidenciando que es una plataforma situada en el Perú.

**Figura 2. 13**

*Variaciones a color del logotipo de Softbol Plus*





Nota. Elaboración propia, 2019.

Estos diseños fueron presentados al experto Miguel Bernal, el cual recomendó perfeccionar el último diseño, teniendo en cuenta lo siguiente: arreglar el guante y la franja en el polo del jugador, colocar la palabra *Plus* en rojo y acomodar la franja de las piernas para que se alinee con la letra “B” y el guante. Por otro lado, se sugirió testear si el logotipo funcionaba en blanco y negro y en un tamaño reducido, además de colocar una capa con una cuadrícula para medir mejor las dimensiones del logo.

Se siguieron las recomendaciones del experto y se obtuvieron los siguientes resultados.

#### **Figura 2. 14**

*Prueba de tamaño y en blanco y negro del logotipo de Softbol Plus*



Nota. Elaboración propia, 2020.

De allí en adelante, se perfeccionó el logotipo evitando las puntas y añadiendo líneas curvas. Aparte de ello, por recomendación de la experta Rocío Villacorta, se agrandó la pelota y se sintetizó uno de los brazos. Paralelamente, se presentó el logotipo a los expertos Alberto Matsuura y Claudia Torres, los cuales propusieron variar el diseño; sin embargo, estos modelos de logotipo fueron descartados. Por último, solo se giró ligeramente el personaje por recomendación de la experta en diseño de manuales de identidad, Claudia Torres.

## Figura 2. 15

*Logotipo de Softbol Plus presentado en validación con el público objetivo*



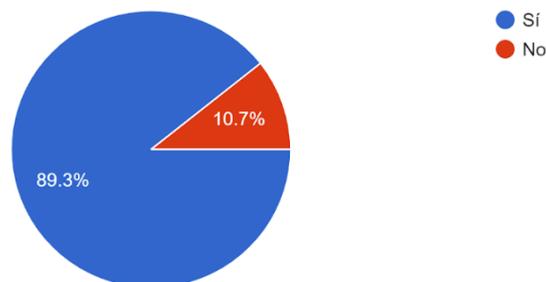
Nota. Elaboración propia, 2020.

Para validar este logotipo, se realizó una encuesta de la cual participaron trescientas personas pertenecientes al público objetivo de *Softbol Plus*. El 87.6% de los encuestados opinaron que este logotipo se relacionaba mucho con el softbol y el 89.3 % opinó que este logotipo era de su agrado.

## Figura 2. 16

*Resultados de la pregunta ¿Qué tanto considera que el logotipo propuesto se relaciona con el softbol?, realizada al público objetivo de Softbol Plus*

8. ¿Le gusta el logotipo propuesto para "Softbol Plus"?  
300&nbsp;respuestas



Nota. Elaboración propia, 2020.

Por último, se presentó el logotipo de *Softbol Plus* a Fernando Pano, experto en diseño gráfico externo a la Universidad de Lima, el cual expresó que se había logrado un buen uso de curvas, debido a que el logotipo propuesto transmite dinamismo. Aparte de ello, sugirió que el símbolo encaje en un cuadrado. Al corregir esto último, se dio por concluido el diseño del logotipo oficial de *Softbol Plus*.

## Figura 2. 17

## Logotipo final de Softbol Plus



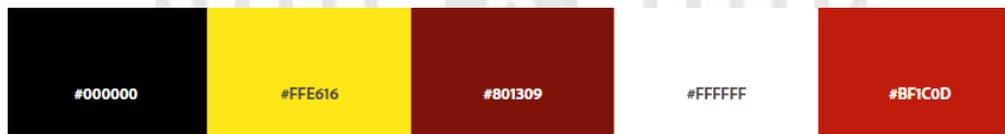
Nota. Elaboración propia, 2020.

### 2.5.2. Colores

Se realizó una encuesta al público objetivo de *Softbol Plus* en la cual se preguntó qué color relacionaban con el softbol, los colores con más votos fueron los siguientes: Rojo, blanco, amarillo, celeste, verde, azul y negro. Se podría considerar que se eligió el color rojo y blanco por la bandera del Perú, el amarillo y verde porque la pelota se encuentra entre estos colores y el color turquesa y verde también por los principales equipos en el Perú. A partir de ello, se optó por la siguiente paleta de colores.

#### Figura 2. 18

*Primera versión de la paleta de colores de Softbol Plus*



Nota. Elaboración propia, 2019.

Esta paleta fue presentada a la experta Rocío Villacorta, quien recomendó buscar los colores complementarios del verde o amarillo, ya que se deseaba utilizar el color de la pelota de softbol. Por otro lado, en el *focus group* mencionado anteriormente, también se preguntó qué colores relacionaban con el softbol, obteniendo como resultado el color verde o amarillo fosforescente, rojo, guinda, azul y plateado. Frente a ello, se optó por el uso del color de la pelota de softbol (amarillo fosforescente), el rojo y su complementario en la triada: el azul. Además, se colocaron algunos colores adicionales de apoyo.

#### Figura 2. 19

*Segunda versión de la paleta de colores de Softbol Plus*



Nota. Elaboración propia, 2019.

Paralelamente, se eligió el color rojo y azul como colores del logo y, por lo tanto, como colores principales. El amarillo sería considerado como color de apoyo junto a otros por definir. Con esta paleta de colores se inició el diseño de las diversas piezas gráficas y página web de *Softbol Plus*, razón por la cual cuando se presentaron al experto en diseño gráfico y páginas web Alberto Matsuura, recomendó utilizar otra tonalidad de rojo y azul como colores de apoyo para la página web.

**Figura 2. 20**

*Tercera versión de la paleta de colores de Softbol Plus*



Nota. Elaboración propia, 2020.

Por último, la experta Rocío Villacorta recomendó no utilizar el color turquesa ni rosado, debido a que estos colores se alejaban de la triada. Finalmente, se incluyó un nuevo tono de rojo y azul y se validó esta paleta de colores con expertos y con nuestro público objetivo, los cuales la aprobaron.

**Figura 2. 21**

*Versión final de la paleta de colores de Softbol Plus*



Nota. Elaboración propia, 2020.

La elección de estos colores es respaldada por Arzu et al. (2018), quienes dicen que el color rojo en marketing está asociado con la actividad, la fuerza, la calidez, la pasión, el amor, la vivacidad y la alegría, lo cual se relaciona con la pasión por el deporte que quiere

transmitir *Softbol Plus*. Segundo, los autores mencionan que el color azul es un color productivo, pero no invasivo, razón por la cual ayuda a lograr un equilibrio con los demás colores; además, está asociado con la simpatía y la confianza. Finalmente, indican que el color amarillo se asocia con el optimismo y la juventud y se suele utilizar para llamar la atención, es por ello que se utiliza en la sección “Tienda *Softbol Plus*” (p. 31-32).

### 2.5.3. Tipografía

En un principio, se optó por un tipo de letra simple Sans Serif para los cuerpos de texto: *Helvética*. Esta es una tipografía básica que se puede adaptar a cualquier aparato electrónico. Sin embargo, para el logotipo, se eligieron diversos tipos de letra Sans Serif en mayúscula. Entre ellas, *Bebas Kai*, *Bebas Neue*, *Bpreplay*, *Ostrich Sans Heavy* y *Russo one*. Sin embargo, Rocío Villacorta recomendó buscar nuevas opciones para la tipografía, debido a que las elegidas se relacionaban más con la tecnología.

**Figura 2. 22**

*Tipografías presentadas para la validación con el público objetivo*



Nota. Elaboración propia, 2019.

Estas nuevas opciones de tipografías fueron presentadas ante el público objetivo secundario de *Softbol Plus*, quienes expresaron su preferencia por la tercera tipografía: *Masque*, una tipografía 100% gratis de acuerdo con *dafont.com*. A pesar de ello, también indicaron que no era totalmente ideal para la marca. Es por ello que la tipografía *Masque* fue modificada para crear la tipografía oficial del logotipo de *Softbol Plus*. Por otro lado, se cambió la tipografía principal para cuerpos de texto a *Montserrat*, la cual se relaciona más a la identidad de la marca. Se optó por utilizar cuatro variaciones de esta familia tipográfica por recomendación de Rocío Villacorta: *Regular*, *Italic*, *Medium* y *Bold*.

Adicionalmente, esto es respaldado por Itrizver (2006), quien afirma que mezclar familias tipográficas es una manera segura pero efectiva de realizar combinaciones que mantengan un diseño limpio (p.74, traducción propia).

#### 2.5.4. Íconos

En un principio, se diseñaron algunos íconos originales para el menú principal de la página web de *Softbol Plus*, todos basados en imágenes relacionadas al deporte. En orden, estas representan a las secciones *¿Cómo jugar?*, *¿Dónde jugar?*, *comprar materiales*, *partidos y resultados* y *noticias*.

**Figura 2. 23**

*Primeros diseños de los íconos oficiales de Softbol Plus*

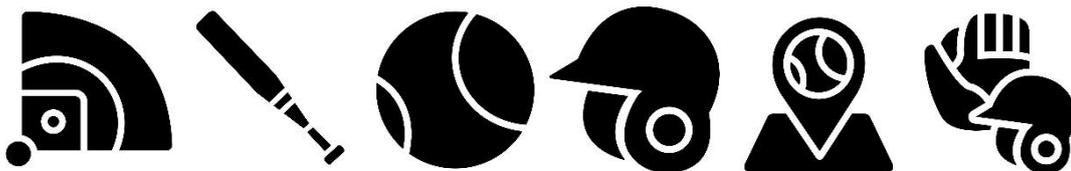


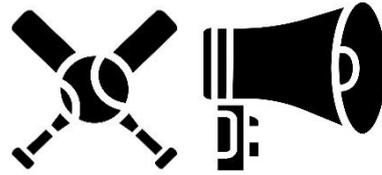
Nota. Elaboración propia, 2019.

Estos íconos fueron presentados a Rocío Villacorta, quien recomendó simplificar las líneas de las costuras de la pelota y colocar las líneas más gruesas. Sin embargo, posteriormente se optó por colocar los íconos con relleno para que se encuentren en relación al diseño del logo. Por último, se añadió una pelota para la sección *¿Qué es?* y un casco y un bate para cuando sean necesarios.

**Figura 2. 24**

*Diseños finales de los íconos oficiales de Softbol Plus*





Nota. Elaboración propia, 2020.

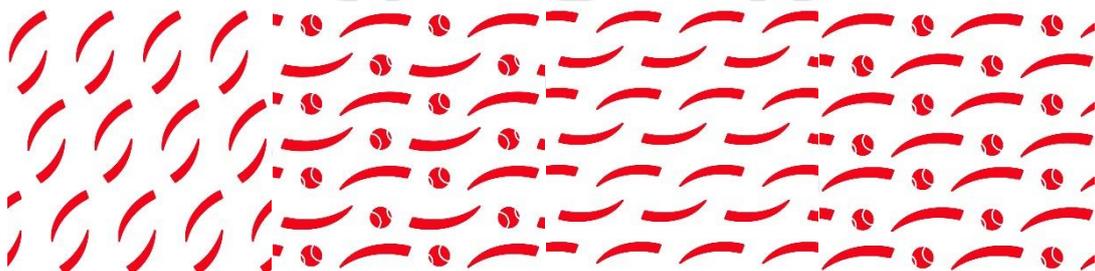
Los íconos finales fueron validados por expertos, los cuales no tuvieron observaciones. Adicionalmente, se validaron a través de entrevistas realizadas al público objetivo de Softbol Plus. Dos de los entrevistados expresaron su confusión en relación al ícono de ubicación y el megáfono; sin embargo, los comprendieron al explicar que hacían referencia a las secciones de la página web.

#### 2.5.5. Tramas

Para los primeros diseños de tramas, se utilizó la curva ubicada en la parte inferior del símbolo del logotipo y el ícono de la pelota de softbol para crear un patrón; sin embargo, estos diseños fueron descartados y dieron lugar al uso de ondas, las cuales hacen referencia a la trayectoria de la pelota. Estas ondas serían utilizadas en diseños para diversas plataformas de *Softbol Plus* en color rojo, azul y amarillo.

#### Figura 2. 25

*Primeros diseños de tramas para Softbol Plus*



Nota. Elaboración propia, 2020.

#### Figura 2. 26

*Diseños finales de tramas para Softbol Plus*



Nota. Elaboración propia, 2020.

### 2.5.6. Fotografía

En un principio, se buscó utilizar imágenes propias tomadas en diversos partidos y eventos. Sin embargo, frente al contexto del presente año 2020 y la suspensión de eventos deportivos y entrenamientos abiertos al público, se optó por el uso de imágenes de stock, que igualmente representan el tono de comunicación esperado en *Softbol Plus*.

Si bien los expertos Alberto Matsuura y Fernando Pano opinaron que las fotos utilizadas no representaban a los jugadores de latinoamérica, estas fotografías serán utilizadas hasta concluir el contexto provocado por el Covid-19 y conseguir los derechos de uso de imagen necesarios. Esto último se debe a la presencia de jugadoras y jugadores menores de edad en las fotografías.

### 2.5.7. Merchandise

Para la realización de las aplicaciones de la marca, se hizo un listado de objetos necesarios para el *merchandise* de *Softbol Plus*, la cual incluía polos, gorras, mochilas y pines. Posteriormente, se buscaron *mockups* en las páginas *Graphic burger*, *Mockup tree* y *Mockup world*.

**Figura 2. 27**

*Merchandise diseñado para Softbol Plus*





Nota. Elaboración propia, 2020.

Después de haber realizado los diseños, estos fueron validados con nuestro público objetivo a través de cinco entrevistas a profundidad, cuyos resultados podrán encontrarse en los anexos. Las gorras, mochilas y pines gustaron; sin embargo, se recomendó realizar diseños de polos con cuello en “v” y con el logo grande al medio. Los diseños finales podrán encontrarse en el manual de identidad de *Softbol Plus*.

### 2.5.8. Papelería y afiches

La curva en la parte inferior del símbolo es un elemento importante para la marca, razón por la cual se creó una circunferencia a partir de ella y fue utilizada a manera de banner para la papelería y afiches.

**Figura 2. 28**

*Papelería y afiches diseñados para Softbol Plus*



Nota. Elaboración propia, 2020.

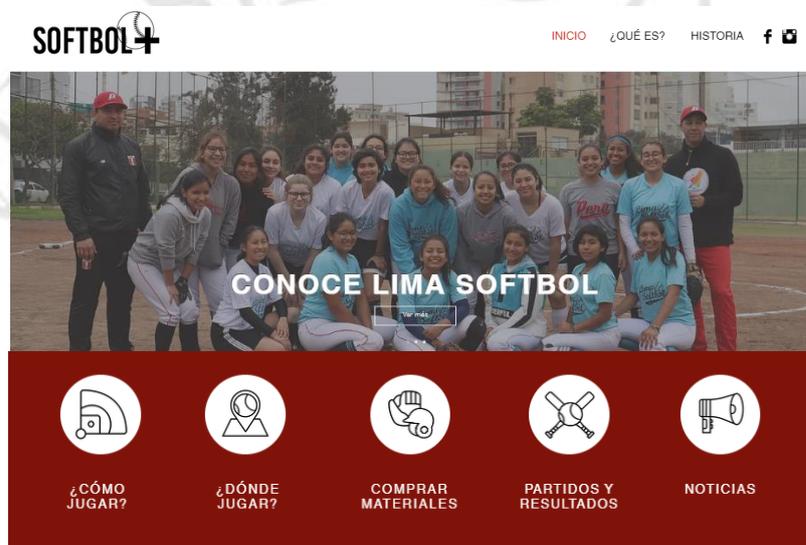
El diseño de la papelería y afiches fueron validados con expertos y con el público objetivo a través de cinco entrevistas a profundidad. No hubo observaciones en relación a la papelería; sin embargo, se recomendó reducir el tamaño del logotipo en el afiche.

### 2.5.9. Diseño de página web

El primer boceto de la página web de *Softbol Plus* fue realizado en *Wix*. En este, aparecía la primera versión del logotipo en el menú superior, un botón de regreso al inicio, la sección *¿Qué es?*, *Historia* y los enlaces directos a las redes sociales. Luego, en el menú principal, figuraban las secciones *¿Cómo jugar?*, *¿Dónde jugar?*, *Comprar materiales*, *Partidos y resultados* y *Noticias* a manera de íconos.

**Figura 2. 29**

*Primer diseño de página web para Softbol Plus en Wix*



Nota. Elaboración propia, 2019.

Este boceto de página web fue presentado ante el experto en *User Experience*, Eduardo Ojeda, y el experto en *Gestión de comunidades virtuales*, Jannick Eulert, quienes aconsejaron utilizar el programa *Squarespace* para la realización de la página web.

**Figura 2. 30**

*Primer diseño de página web para Softbol Plus en Squarespace*



Nota. Elaboración propia, 2019.

Se buscó una plantilla que se adecuara a la imagen que *Softbol Plus* desea proyectar y se inició el diseño oficial en *Illustrator*. Después de probar diferentes colores por recomendación del experto Alberto Matsuura, los diseños quedaron de la siguiente manera.

### Figura 2. 31

*Diseño en Illustrator de la página web de Softbol Plus presentados para validarse con el público objetivo*



Nota. Elaboración propia, 2020.

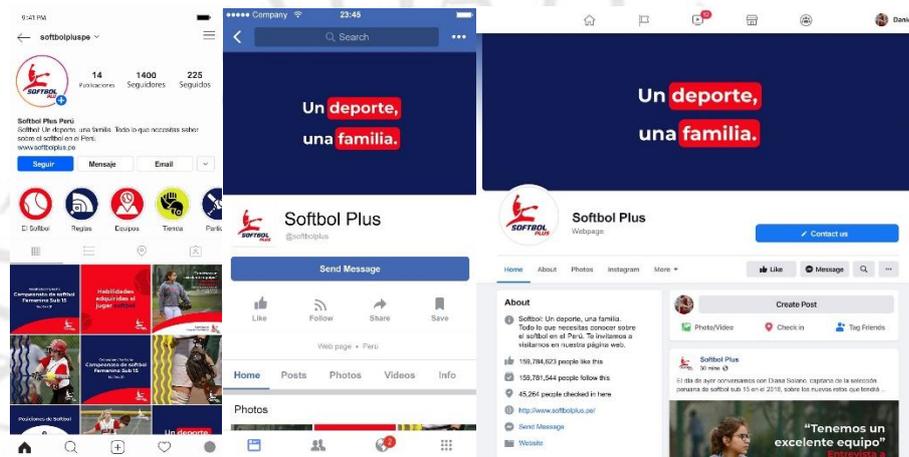
Estos diseños fueron validados con el público objetivo de *Softbol Plus* a través de entrevistas a profundidad. Finalmente, Alberto Matsuura recomendó incluir elementos de la marca como curvas o tramas. La versión final del diseño de la página web podrá observarse en el manual de identidad.

## 2.5.10. Diseño de redes sociales

En un comienzo, se diseñaron los perfiles en las redes sociales *Facebook* e *Instagram*, priorizando el logotipo de *Softbol Plus* y los colores de la marca. Además, se colocaron los íconos a manera de historias destacadas de cada sección.

### Figura 2. 32

*Diseño del perfil de Instagram y Facebook de Softbol Plus presentados para validarse con el público objetivo*



Nota. Elaboración propia, 2020.

Estos diseños fueron presentados a los expertos Alberto Matsuura y Fernando Pano. El primero, sugirió añadir otros elementos representativos de la marca en la portada de *Facebook* o utilizar una fotografía, el segundo apoyó esta idea. Posteriormente, a través de entrevistas a profundidad, el público objetivo de *Softbol Plus* también expresó su desagrado hacia la portada de *Facebook*, indicando su preferencia por el uso de una fotografía.

Por otro lado, para complementar la presencia de *Softbol Plus* en redes sociales, se realizaron artes con frases inspiradoras relacionadas al deporte en un formato cuadrado de 1200px. x 1200px. (formato recomendado para *Facebook* e *Instagram*). De esta forma, estas frases podrían ser compartidas por amantes de los deportes en general o personas que necesitan motivación. Los primeros diseños fueron realizados en *Canva*; sin embargo, aún no se definía el logotipo de la marca ni los colores oficiales.

### Figura 2. 33

## Primeros diseños para las redes sociales de Softbol Plus



Nota. Elaboración propia, 2019.

Sin embargo, después de diseñar las curvas, tramas e íconos, se consideró necesario utilizarlos para los diseños de redes sociales. Se optó por colocar un diseño para cada sección: *¿Qué es?*, *Cronograma de campeonatos*, *Resultados de campeonatos*, *Tienda Softbol Plus*, *¿Cómo jugar?*, otras fotografías e historias de *Instagram*.

### Figura 2. 34

Diseños para las redes sociales de Softbol Plus presentados para validarse con el público objetivo





Nota. Elaboración propia, 2020.

Estos diseños fueron igualmente validados con diversos expertos y el público objetivo. Primero, Rocío Villacorta sugirió colocar las líneas curvas más delgadas o colocar solo dos. Segundo, Alberto Matsuura indicó que las líneas curvas lucían bien y recomendó su uso en diversas aplicaciones de la marca. Por último, el público objetivo aprobó los diseños para la sección *Cronograma de campeonatos y Resultados de campeonatos*; sin embargo, recomendaron mejorar el contraste y el tamaño de la letra en la sección *¿Qué es?*, además de solo utilizar dos líneas curvas o colocarlas más delgadas en la sección *Tienda Softbol Plus* y en otras fotografías. Esto fue corregido.

#### 2.5.11. Página de Instagram

La página de *Instagram* de *Softbol Plus* se inició el día 1ro de marzo del 2021 bajo el nombre *@softbolpluspe*. En ella, se realizaron un promedio de dos publicaciones semanales aplicando el manual de identidad gráfica diseñado para la marca. Además, el manual se aplicó en el perfil y en las guías.

Hasta el día 5 de diciembre del 2021, se logró un total de 290 seguidores y un promedio de 20% de *engagement*.

### 3. LECCIONES APRENDIDAS

- Es necesario prepararse para manejar cualquier imprevisto, más aún si la realización del proyecto tomará mucho tiempo. Debido a la creación de la página web oficial de la *Federación Peruana de Softbol*, una competencia directa, fue necesario modificar el tono de comunicación y objetivo principal de *Softbol Plus*, para evitar desechar el trabajo realizado.
- Frente a productos o servicios desconocidos para la mayoría de la población peruana, como lo es el softbol, es necesario estudiar y tener los conceptos básicos claros para poder explicarlos antes de pedir *feedback*. De esta manera, este será lo más preciso posible, especialmente por parte de expertos.
- Si bien el trabajo de creación de logotipos requiere de una labor estética e intuitiva, es necesario tener presentes los conceptos teóricos, académicos y referencias bibliográficas durante la realización de los mismos, el proceso de validación y presentación a clientes. De lo contrario, los diseños no tendrán una base sólida, lo cual podría retrasar el proceso más adelante.
- La elección de colores armónicos puede ser complicada, ya que no basta con que el público objetivo guste de ellos, debe ayudar a la comunicación de la marca. Para ello, es necesario apoyarse en la teoría, como el uso del círculo cromático y la psicología del color.
- La primera idea para el logotipo muy difícilmente será la correcta; además, se debe dejar de lado la idea errónea de que un logotipo simple no puede basarse en una forma orgánica. Es posible conseguir una sensación de simpleza si se desea basarse en una figura realista para la creación de un logotipo, como en el caso del lanzamiento del pitcher. Esto se logra reduciendo al mínimo las curvas, pero asegurándose de no perder el dinamismo de la misma silueta.
- Es posible adaptar una tipografía para conseguir el logotipo ideal. Sin embargo, es complicado, razón por la cual no es recomendable realizar esta misma acción para una tipografía a utilizar en un cuerpo de texto. Si bien no es imposible, es necesario tomar otros aspectos en consideración, como el interletrado o saber cómo interactuarán unas letras con otras, lo cual requiere mucha dedicación.

- No hay un solo tipo de manual de identidad gráfica, este debe adaptarse a las necesidades de la marca. Sin embargo, es recomendable buscar referencias para conocer una estructura modelo y adaptarla posteriormente.
- Un proyecto muy difícilmente conseguirá agradar al 100% del público objetivo. Es por ello que se recomienda plantear metas de entre el 60% y 80% de aprobación por parte de ellos. Además, es beneficioso recibir *feedback* con respecto al proyecto; sin embargo, no todas las ideas estarán de acuerdo a lo que se busca con la marca y se deberán descartar.



## REFERENCIAS

- Alba, T. (s.f.). *¿Qué es un Manual de Identidad Corporativa?*. Esfera creativa.  
<http://www.apeim.com.pe/wp-content/themes/apeim/docs/nse/APEIM-NSE-2018.pdf>
- APEIM (2018). *Niveles socioeconómicos 2018*.  
<http://www.apeim.com.pe/wp-content/themes/apeim/docs/nse/APEIM-NSE-2018.pdf>
- Arellano (2019). *Los seis Estilos de Vida*.  
<https://www.arellano.pe/los-seis-estilos-de-vida/>
- Arzu Moncada, R., Pérez Sandoval, L. y Sandoval de León, J. (2018) *Psicología del color en el Marketing*. Universidad Galileo de Guatemala.
- Beisbol Play. (2020). Recuperado el 8 de septiembre del 2020 de  
<https://www.instagram.com/beisbolplay/>
- Compañía Peruana de Estudios de Mercados y Opinión Pública S.A.C. (2019). Cambio Climático. *Perú: Población 2019*.  
[http://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/mr\\_poblacional\\_peru\\_201905.pdf](http://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/mr_poblacional_peru_201905.pdf)
- Czech Softball. (2020). *Landing Page*. Recuperado el 8 de septiembre del 2020 de  
<https://www.softball.cz>
- Czech Softball. (2020). Recuperado el 8 de septiembre del 2020 de  
<https://www.instagram.com/czechsoftball/>
- Federación Deportiva Peruana de Softbol. (21 de diciembre de 2015). Versión Original-VIDEO INSTITUCIONAL SOFTBOL PERU 2015 Perú tiene un pasado con historia promoviendo el softbol a nivel sudamericano con organizaciones [Video adjunto] [Publicación de estado]. Facebook.  
<https://www.facebook.com/watch/?v=10153896077289708>
- Federación Deportiva Nacional Peruana de Softbol. (5 de septiembre de 2020). *Home*. Recuperado el 5 de septiembre del 2020 de <https://softbolperu.org/>
- INEI (2017). *Provincia de Lima, Compendio Estadístico 2017*.  
[https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1477/libro.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1477/libro.pdf)
- IPSOS (2017). *Perfil del internauta 2017*.  
<https://www.ipsos.com/es-pe/perfil-del-internauta-2017>
- IPSOS (2017). *Perfil del Smartphonero*.  
<https://www.ipsos.com/es-pe/perfil-del-smartphonero>
- IPSOS (2018). *Perfil del usuario de redes sociales*.  
<https://www.ipsos.com/es-pe/perfil-del-usuario-de-redes-sociales-2>

IPSOS (2019). *Generaciones en el Perú*.

<https://www.ipsos.com/es-pe/generaciones-en-el-peru>

Itrizver, I. (2006). *Type rules: the designers guide to professional typography*. (2ª ed.) John Wiley & Sons, Inc.

Softball Canada. (2020). *Landing Page*. Recuperado el 8 de septiembre del 2020 de <https://softball.ca/>

Softball Canada. (2020). Recuperado el 8 de septiembre del 2020 de <https://www.instagram.com/softball.canada/>

Softball New Zealand. (2014). *History*.

<https://www.softball.org.nz/Softball+NZ/History.html#:~:text=Softball%20began%20in%201887%20when,%2C%20invented%20%22indoor%20baseball%22.&text=Through%20out%20time%20softball%20was%20once,name%20Softball%20by%20the%201930s>

WBSC. (2019). *WBSC Baseball & Softball World Rankings: Softbol Femenino*.

<https://rankings.wbsc.org/es/list/softball/women>



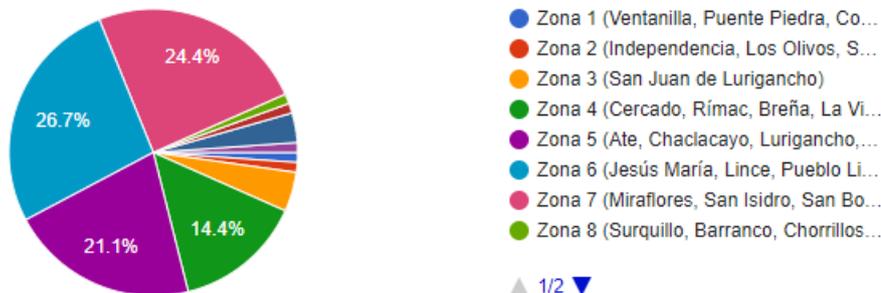


**ANEXOS**

# ANEXO 1: Primera encuesta al público objetivo principal

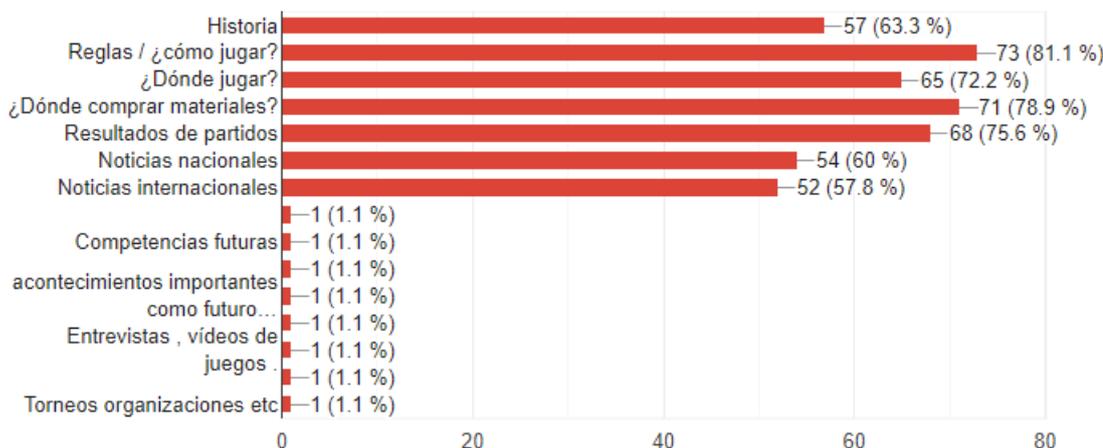
## 1. ¿En qué zona vive?

90 respuestas



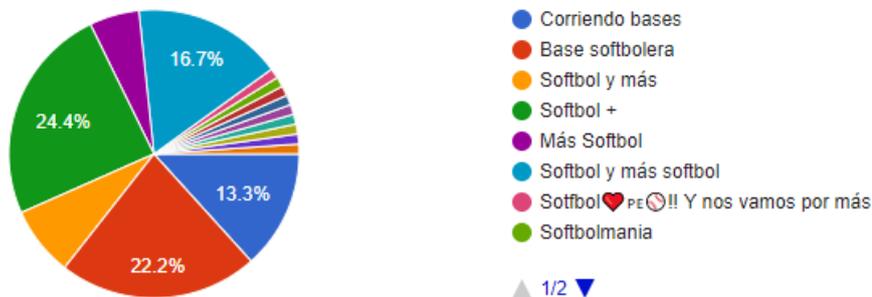
## 2. ¿Qué información le gustaría encontrar en esta página web? (Puede marcar todas las que desee)

90 respuestas



## 3. ¿Qué nombre le daría a la página?

90 respuestas



4. ¿Qué color/colores relacionas más con el softbol?

90 respuestas

Rojo y blanco
Amarillo
Azul
Amarillo
Celeste
Rojo
Blanco y rojo
Verde
rojo y blanco
Rojo y blanco
Rojo y Blanco
Blanco
Los colores son Blanco y negro
Turquesa, Rojo y Blanco
Rojo con blanco
Ty
Morado
Rojo, blanco, amarillo

SCIENTIA ET PRA

Amarillo (bola) , blanco
El color de la pelota (amarillo con costuras rojas)
Verde limón
rojo blanco color de la pelota
Amarillo y Rojo
Amarillo, rojo, blanco
Rojo /Turqueza
Todos
Azul, rojo, blanco
Negro, amarillo, verde
Rojo y blanci (?)
Turqueza /Verde /Rojo
Verde fosforescente (pelota)
Celeste o blanco o rojo
Rojo/ blanco / plomo
Rojo /Celeste /Turqueza
Amareillo, blanco, rojo, multicolor
Navy o blanco con lineas delgadas negras
Azul, rojo, blanco y gris
celeste verde blanco negro
Rojo, blanco y azul
Blanco y rojo o verde y rojo
Azul
Rojo me relaciono valentia .disciplina y honestidad
Rojo, amarillo, azul, blanco
Verde claro como el color de la pelota
Amarillo blanco negro

Celeste y verde
Amarillo fosforecente
Amarillo neon
Blanco y verde
Celeste, blanco y negro
Celeste
Amarillo, rojo
Amarillo y rojo
Verde, blanco
Celeste , amarillo fosforescente
Fosforecente
Azul, amarillo, blanco
Turqueza /celeste /Rojo
Rojo amarillo blanco
Turquesa blanco



## ANEXO 2: Focus group con el público objetivo secundario

Este *focus group* fue realizado el día jueves 24 de octubre de las 14.00 a 15.00 en el cuarto piso del pabellón A de la Universidad de Lima.

- Participantes
  - Alejandra (20)
  - César (21)
  - Stephanny (21)
  - Maristel (19)
  - Ismael (20)
  - Javier (20)
  - Pedro (19)
  - Rosa (24)
- General
  - Uso de internet

¿Cuánto tiempo al día están conectados a internet?

- Todo el día.
- Todo el día (8-10 horas).
- Todo el día. Siempre conectada con el celular, salvo cuando duerme porque lo apaga.
- Todo el día. También en las clases con su laptop.
- Todo el día. Está pendiente 18 horas al día.
- Todo el día.
- 12-14 horas atento. Salvo al dormir, hora de entrenamiento y clases.
- 7-8 horas en celular y laptop.

¿Para qué suelen conectarse a internet?

- Redes sociales (*Instagram, Facebook*)
- Redes sociales, para trabajos, juegos.
- Redes sociales, trabajos.
- Redes sociales (*Instagram, Facebook, Whatsapp*), juegos, trabajos, ocio.
- Redes sociales.
- Redes sociales.
- Redes sociales, música.
- Redes sociales.

¿Qué les hace quedarse en una página web? (fotos, contenido, dinamismo, etc.)

- Videos o memes. Lo divertido.
- Diseño, que se vea bien, sea ordenado y te invite a seguir la lectura.
- Diseño, dinámico, videos, imágenes.
- Contenido, que el diseño no contamine visualmente.
- *User experience*, sentirse cómodo usando la página en cuanto al diseño, contenido de calidad.
- Contenido, fácil de usar, no demasiada información.
- Contenido, no mucha importancia al diseño.
- Diseño, imágenes en alta resolución, llamativo.

- Uso de redes sociales

¿Qué red social utilizan más? ¿Por qué?

- *Instagram* y *WhatsApp*. Puedes saber la vida de tus actores favoritos y amigos, últimamente se cuelga de todo (historias), encuentras productos, su uso es más sencillo que *Facebook*. *WhatsApp* para comunicarse.
- *Instagram*. Efectos de la cámara, te redirige a otras aplicaciones, puedes saber lo que otros hacen a través de las historias.
- *Instagram*. Diseño llamativo, puedes pasar el rato, chatear, subir fotos.
- *Instagram*. Antes *Facebook* pero ahora hay muchos memes y puede perderse lo relevante. *Instagram* hace llegar la información más rápidamente; por ejemplo, las historias de El Comercio con noticias.
- *Whatsapp*. Por el trabajo.
- *Instagram*. Es más amigable, accede más rápido a la información y todos sus amigos están ahí. Antes *Facebook* pero satura de demasiada información.
- *Whatsapp* y *Facebook*. *Facebook* le permite ahondar en la información, le redirige con links de otras páginas, diversidad de contenido (videos, noticias, información, etc.)
- *Facebook* e *Instagram*. *Facebook* te permite ahondar más en la información y guardar las fotos.

¿Recuerdan una página en particular de la cual les guste el diseño?

- Una página de diseño que utiliza la posibilidad de colocar varias fotos en una para mostrar el proceso de realización de algo. Le gusta el dinamismo.
  - Particular
    - Página web sobre deportes

¿Han buscado información sobre su deporte favorito en internet? ¿Qué suelen buscar más? (Resultados, noticias, transmisión en vivo) (Si lo juegan, datos sobre dónde jugar en Lima, dónde comprar materiales, etc.)

- Cuando se mudó a Lima, buscó lugares donde pueda jugar básquet. No fue fácil encontrar grupos, equipos o clubes en los que se pueda ingresar fácil, ya que normalmente se debe ser socio o pagar. Tuvo que averiguar sobre los lugares e ir para que le dieran mejor información. Sigue la página de la federación en *Facebook* para saber qué días hay partidos o cuándo comienza el campeonato.
- Buscaba videos de profesionales nadando para buscar las técnicas. Averiguar las mejores marcas de los implementos y para qué sirven.
- Buscar en qué lugares practicar natación y precios.
- Más que todo páginas de *Facebook*, sobre noticias que los deportistas más resaltantes. También lugares dónde jugar.
- Resultados de partidos, cuándo y dónde iba a ser la siguiente copa, cuál fue el partido de tenis más largo del mundo (datos curiosos).
- Resultados de las ligas profesionales, medición de los partidos, sigue a los jugadores en sus cuentas de *Instagram*, tutoriales.
- Busca en *YouTube* las técnicas, videos de competencias. En *Facebook* sigue páginas de karate. Su *sensei* publica todo.
- Por los Panamericanos, buscaba algunos deportes que le llamaban la atención en *Instagram* o *Google*.

- Softbol

¿Han escuchado hablar del softbol?

- Solo uno.

Si estuvieran buscando información al respecto, ¿creen que sería la información necesaria? ¿Aumentarían o quitarían algo?

- Preguntaron si se explicarían los requisitos para pertenecer a un club y sobre los contactos directos para pedir más información.

¿Qué opinan del nombre “*Softbol + Perú*”? ¿Les gusta? ¿A qué lo asocian? ¿Les parece adecuado?

- Muchos medios colocan el “Plus”.
- Fácil de recordar, localiza.
- Preguntaron si “Softbol Perú” ya existía. Sí.
- Le gusta, fácil de recordar.
- Un poco largo.
- Simple pero no atrae.
- Cumple con que localiza y qué es. Pero es cierto que debes mencionar el deporte porque no es más conocido.
- Proponen SOFTBOLPLUS.PE, no es tan complicado obtener el dominio “PE”.

¿Qué tipografía les parece más apropiada?

- 3
- 3
- 2 o 3
- 2
- Sería chévere que la letra final tenga una característica marcada como en la 3. Algo propio.
- La 2 les parece de Facebook.
- 4
- 3



¿Qué elemento debería acompañarla?

- Bate y pelota.
- Se puede confundir con béisbol o tenis (la pelota).
- Siempre mostrar con el nombre. Aunque otros dicen que es importante que puedan separarse.
- Buscar un distintivo que no se confunda tan fácil.

¿Con qué colores relacionarían el deporte

- Verde fosforescente y guinda por la pelota.
- Rojo.
- Puede ser complicado con el amarillo.
- Azul
- Plateado
- Colores de la pelota.

Empezando con la página, ¿cómo tendría que ser para que les llame la atención y naveguen en ella? (Contenido, diseño, lenguaje)

- Fácil uso/navegación.
- Dinamismo. Por ser una página de un deporte debe transmitirlo.
- Le gustaría que te muestren las diferencias del softbol y el béisbol.
- Diseño, animar a las personas a navegar. No mucho texto, más infografías, imágenes, gifs, etc.
- Material audiovisual, tutoriales.
- Video 5 diferencias básicas con el béisbol.
- Campaña “No soy béisbol”.

En cuanto a las redes sociales, ¿qué les gustaría encontrar? (Contenido igual o variante, frases, fotos, videos, animaciones)

- *Facebook* para compartir resultados de partidos, memes de softbol, más informativo.
- En *Instagram*, colocar una imagen y abajo una pequeña descripción. De ahí redireccionar.
- Fotos profesionales de partidos.
- En Facebook puedes redirigir a la página en cada partido.

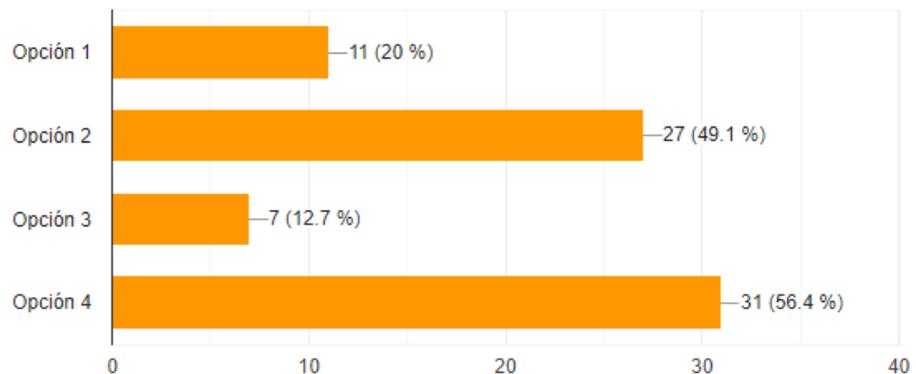
Sugerencias finales

- Aparte de usar la pelota y el bate, se puede usar alguna posición que los diferencie, como el lanzamiento (estrella).
- Se puede usar el casco.
- Es muy importante diferenciarlo del béisbol.
- Va a ser complicado trabajar con el color fosforescente.

## ANEXO 3: Segunda encuesta al público objetivo principal

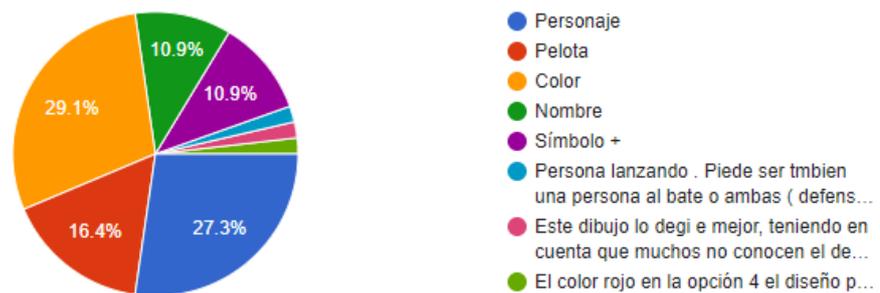
1. ¿Qué logo preferiría para la página? (Elija máximo 2) (El blanco y negro es temporal)

55 respuestas



2. En su opinión, ¿qué elemento destaca en la opción (u opciones) elegida(s)?

55 respuestas



3. Si tiene alguna otra sugerencia al respecto, por favor indicarla aquí.

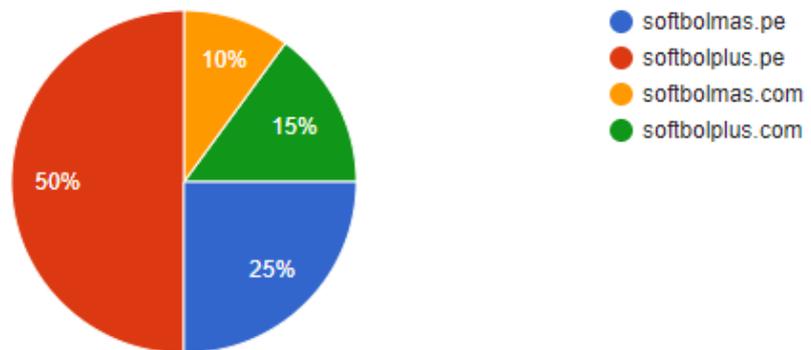
18 respuestas

- Le pondría algo en tono contraste, x ejemplo el +
- El logo tiene que ser algo significativo que llegue al corazón de todos
- DE REPENTE JUGAR MAS CON LA S DE SOFTBOL Y LA FORMA DEL JUGADOR.
- Más representa una bateadora que una lanzadora
- La palabra plus podría cambiarse por el lugar o zona de donde será el alcance de la informa ion . Ejemplo Perú, Lima, San Luis o Jesús María etc
- U como en anterior comentario ambos logos de persona a la defensa ( pitcher) y de pwrsoan al ataque ( batrando )d
- Modificar el formato de letra a una mas cursiva
- la opción 1 y 2 son iguales, solo se diferencia el color rojo y amarillo, la opción 3 parece fútbol un isologo tirando pelota "S" y en la opción 4 podrias incluir el "+" para que no sea siempre igual.

- Escogí el logo xq con la imagen y el nombre uno sabe de qué va  
Quizá le pondría algo de color  
El plus la verdad es que no me llama
- Me gustaría ver pelota y un guante para identificarlo por k pelotas casi todos los deportes tienen y guante es más característico
- De repente cambiar el color...
- Color de la pelota y añadir el bate
- dejaría que el color pinte también las costuras de la pelota y posicionaría mejor a la persona sobre la S
- Que sea a color y no blanco y negro
- Probaría con verde en lugar de rojo
- Está genial 🙌
- Probar con otros colores como azul, rojo o algún otro más combinable.
- Esta perfecto
- La palabra softbol es muy general, se debería resaltar la palabra plus en todo caso

#### 4. El nombre ganador en encuestas anteriores fue "Softbol +", preferiría usted...

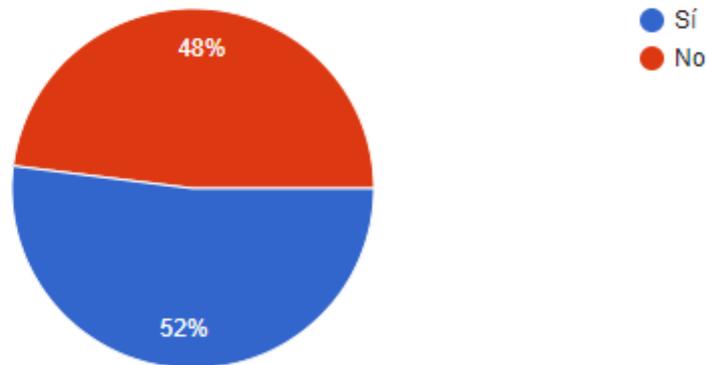
20 respuestas



## ANEXO 4: Primera encuesta al público objetivo secundario

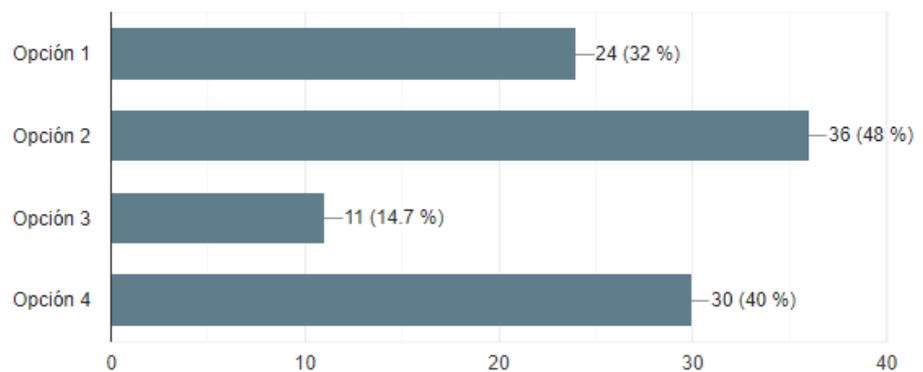
### 1. ¿Conocía este deporte?

75 respuestas



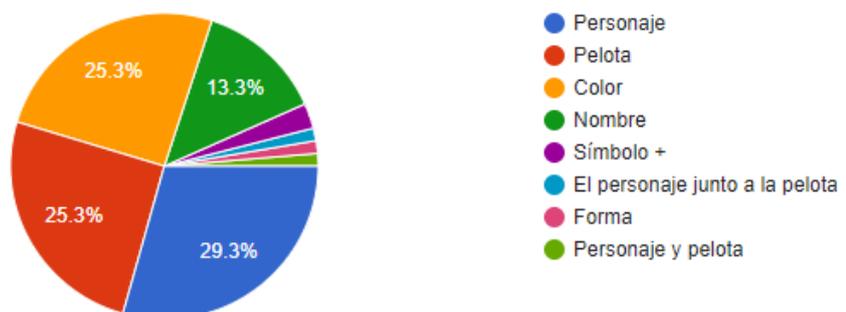
### 2. ¿Qué logo preferiría para la página? (Elija máximo 2) (El color negro es temporal)

75 respuestas



### 3. En su opinión, ¿qué elemento destaca en la opción (u opciones) elegida(s)?

75 respuestas



4. Si tiene alguna otra sugerencia al respecto, por favor indicarla aquí.

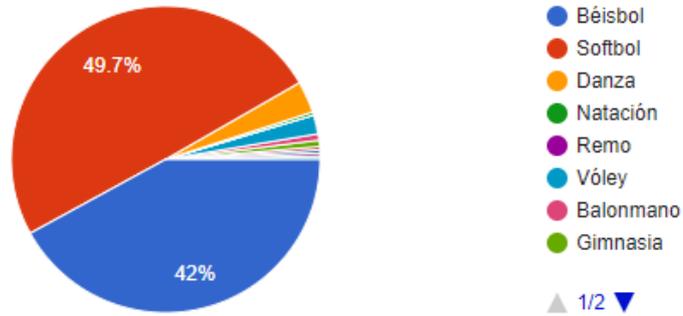
26 respuestas

Evaluar el color a utilizar, manejar bien una paleta de colores.
La opción uno me gustó bastante porque el color es de la pelota que se usa para el deporte y tiene lógica.
Ninguna
Tal vez las líneas al interior de la pelota hacerlas más delgadas
hay logos que tienen varios elementos (personita, pelota, línea, +) al mismo tiempo... lo mejor sería quedarse con uno solo
Quizá agregarle al logo del personaje algo de color, como en la gorra, guante o pelota
El último está hermoso Dani!! Quizás tb prueba a ver como se ve el 4to con el simbolito de "+"
Enfoque en Marketing post diseño
Que la pelota sea de los colores de la real!
Donde puedo practicarlo? 😊
Me gustan los 4 logos, pero siento q les falta un poco más de color.
Elegir un color que represente a la Federación y al Perú.
Creo que podrías quitarle el punto que sale encima del S del logo, no aporta mucho y fluiría mas como diseño
Ño
Nada
La trayectoria de la pelota hacerla igual a la de la imagen 1 y 2
Que se cambie el tipo de fuente
Considerar el hacer un isotipo
Negro con rojo se ve bien
En la opción 4 establecer un color
Si es un deporte femenino debería ser mujer el logo
Como no es un deporte tan conocido me gusta que esté el personaje más dibujado para que se entienda de qué trata el nombre de la marca
Mencionar lugares en los que se pueda practicar en Lima.
Ninguna

## ANEXO 5: Encuesta de validación del logotipo

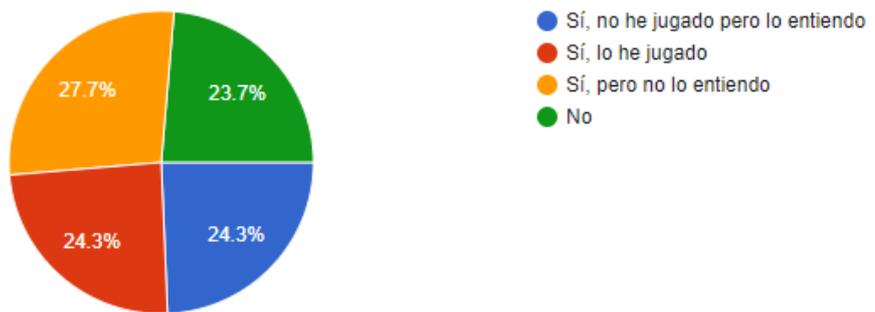
1. ¿Con qué rubro o actividad relaciona la imagen anterior?

300 respuestas



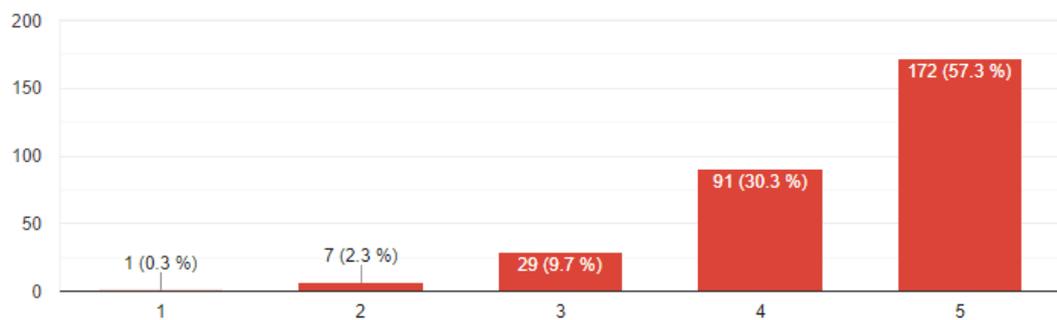
2. ¿Conocía usted el softbol?

300 respuestas



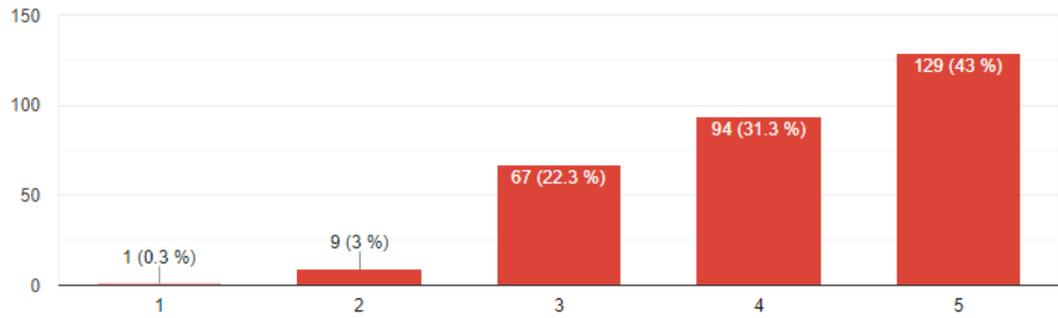
3. Ahora que conoce sobre "Softbol Plus", ¿qué tanto considera que el logotipo propuesto se relaciona con el softbol? (Recuerde que 1 significa que no se relaciona y 5 que sí)

300 respuestas



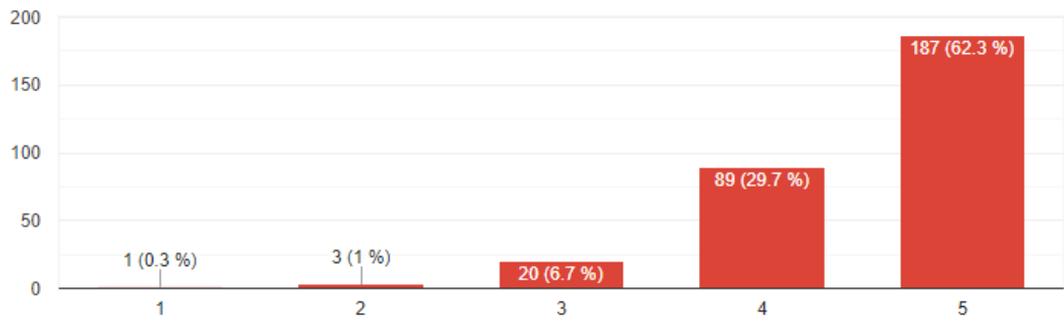
4. Del 1 al 5, ¿qué tan juvenil le parece el logotipo?

300 respuestas



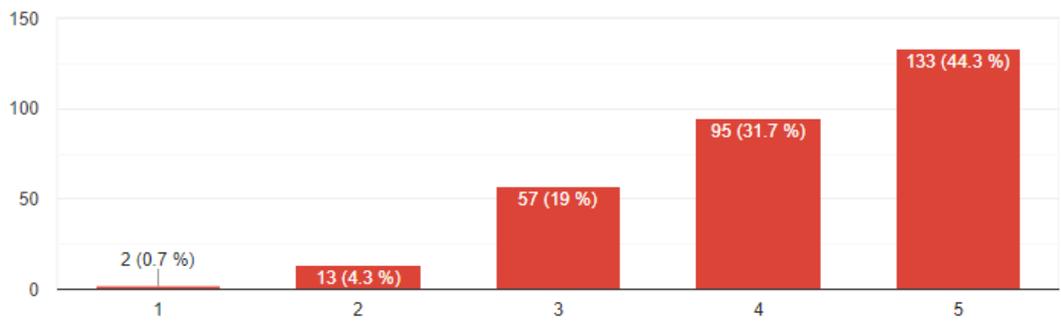
5. Del 1 al 5, ¿qué tanto relaciona el logotipo propuesto con el deporte y el movimiento?

300 respuestas



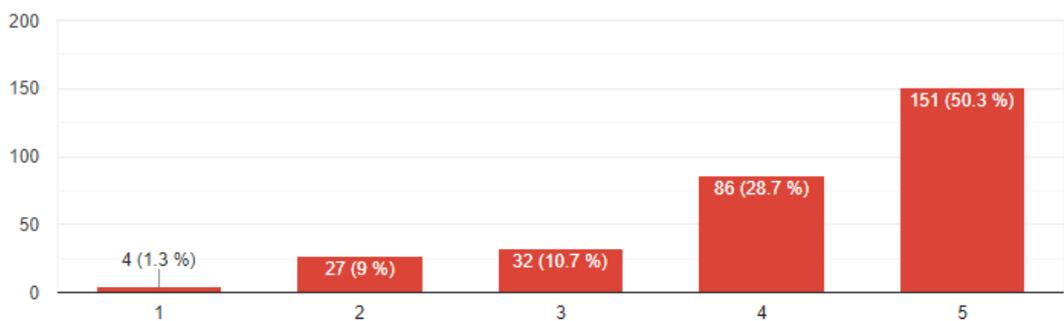
6. Del 1 al 5, ¿qué tanto relaciona el logotipo propuesto con la pasión por el deporte?

300 respuestas



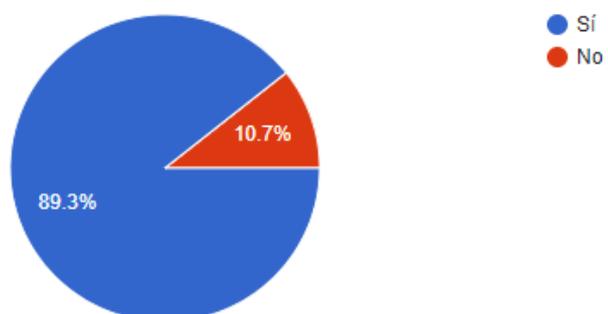
7. Del 1 al 5, ¿qué tanto relaciona el logotipo propuesto con el Perú?

300 respuestas



8. ¿Le gusta el logotipo propuesto para "Softbol Plus"?

300 respuestas



## **ANEXO 6: Resultados de entrevistas a profundidad con el público objetivo sobre los diseños realizados**

### **6.1. Maristel Jaime**

1. ¿Cómo conoció el deporte?

Amigos.

2. ¿Qué le transmite el logo?

Muy bueno, se nota que es la persona con el guante. Es inevitable que las personas lo relacionen con béisbol porque es más conocido pero el nombre ayuda. Los colores logran un balance.

3. ¿El símbolo sería entendible solo?

Sí se entiende. El favicon se relaciona con la pelota siendo lanzada.

4. ¿Los íconos son reconocibles?

Confunde el megáfono y el campo. Bien trabajado.

5. ¿Qué opina de las secciones de la página web?

Quizá el “Quiénes somos” al inicio.

6. ¿Qué opina de la portada de Facebook?

Palabras fuertes, se ve bien. Pero quizá la frase con una fotografía de fondo para que no sea tan estático y muestre dinamismo.

7. ¿Qué opina del diseño de las publicaciones de la sección “¿Qué es?”?

Sencillo pero bonito. El azul no hace mucho contraste, se retrae. Quizá colocar un banner detrás para que se note más.

8. ¿Qué opina del diseño del Cronograma de partidos / Resultados de partidos?

Hay un buen contraste.

9. ¿Qué opina del diseño de las publicaciones de la Tienda Softbol Plus?

Las curvas le dan algo único. Gusta más el que tiene el precio.

10. ¿Qué opina del diseño de las publicaciones de la sección “¿Cómo jugar?”?

Luce bien, aunque el color azul se pierde con la fotografía un poco.

11. ¿Qué opina del diseño de otras fotografías?

Puede llamar más la atención la textura que la imagen. Quizá en diagonal o en alguna esquina.

12. ¿Qué opina del diseño de las historias de Instagram?

Es bueno.

13. ¿Qué opina del diseño de los polos?

Polo rojo “Un deporte, una familia” no gusta mucho por el contraste de los colores. Quizá más pequeño en el azul. Los otros bien, más el del logo pequeño.

14. ¿Qué opina del diseño de las gorras?

Bacanes.

15. ¿Qué opina del diseño de las mochilas?

Bonitos.

16. ¿Qué opina del diseño de los pines?

La frase en un pin queda mejor que en el polo.

17. ¿Qué opina del uso de la curva?

Quizá que la curva se baje un poco, no debajo del titular. No es muy necesario tampoco.

18. ¿Qué opina del diseño de los afiches?

Reducir el logo un poco.

## **6.2. Javier Henriquez**

1. ¿Cómo conoció el deporte?

Veía béisbol en televisión con mi papá. Averiguaron si se practicaba aquí y encontraron un campo cerca después de un tiempo por un amigo de su papá

2. ¿Qué le transmite el logo?

Lo relaciona con el Perú, composición ordenada, simple pero funciona

3. ¿El símbolo sería entendible solo?

Si se conoce el deporte, sí.

4. ¿Los íconos son reconocibles?

Sí, confundió un poco el de la ubicación pero finalmente lo comprendió. Quizá incluiría un bate en el de ubicación.

5. ¿Qué opina de las secciones de la página web?

Bien completo. Incluiría también tutoriales sobre cómo jugar.

6. ¿Qué opina de la portada de Facebook?

Incluiría un dibujo de una persona bateando, bate o pelota para que lo relacionen. Mejor una foto con la frase.

7. ¿Qué opina del diseño de las publicaciones de la sección “¿Qué es?”?

Tiene los colores de la marca, pelotas dan un buen toque. Pondría todo el texto en negrita.

8. ¿Qué opina del diseño del Cronograma de partidos / Resultados de partidos?

De acuerdo con la paleta. Quisiera que resalte más los países o equipos que compiten. También sería bueno que haya más data, aunque si te lleva a más información está bien. Que haya un enlace directo.

9. ¿Qué opina del diseño de las publicaciones de la Tienda Softbol Plus?

Las curvas distraen un poco del producto, puede estar en otra ubicación. Quizá el cuadro en amarillo para que el color se mantenga.

10. ¿Qué opina del diseño de las publicaciones de la sección “¿Cómo jugar?”

Marcaría más el outfield, quizá de otro color o colocar la línea de foul. Combinaría el texto con rojo y azul. No es necesario una leyenda, se entiende por la imagen y puedes aprender más en la página.

11. ¿Qué opina del diseño de otras fotografías?

Las curvas distraen un poco pero sí se relacionan a la marca. Quizá otro detalle en la foto.

12. ¿Qué opina del diseño de las historias de Instagram?

Buena.

13. ¿Qué opina del diseño de los polos?

Pondría el logo más grande en el polo y al medio. Sería chévere que puedas tener tu apellido atrás y poner un número. El slogan puede ir atrás o más pequeño, lo que debe resaltar más es el logo.

14. ¿Qué opina del diseño de las gorras?

Muy buenos.

15. ¿Qué opina del diseño de las mochilas?

Buenos.

16. ¿Qué opina del diseño de los pines?

Bueno.

17. ¿Qué opina del uso de la curva?

Sirve para que resalten los datos.

18. ¿Qué opina del diseño de los afiches?

Resalta más la chica y el titular, aunque me gustaría diferenciar más este del resto. Muestra datos importantes.

### 6.3. Magda Bordo

1. ¿Cómo conoció el deporte?  
Conocía a la hija de una entrenadora y la invitó a jugar.
2. ¿Qué le transmite el logo?  
Me trae buenos recuerdos con el softbol, donde generó vínculos muy fuertes.  
Perfecto slogan.
3. ¿El símbolo sería entendible solo?  
Sí, me recuerda a la selección peruana de softbol. Es diferente al béisbol.
4. ¿Los íconos son reconocibles?  
Sí, identificó el megáfono pero no sabía por qué estaba ahí.
5. ¿Qué opina de las secciones de la página web?  
Gustó el diseño. Perfecto porque cuando su hija empezó no entendía nada.  
Buenísimo vender merchandise (collares, pulseras) y materiales (chimpunes).
6. ¿Qué opina de la portada de Facebook?  
Bonito.
7. ¿Qué opina del diseño de las publicaciones de la sección “¿Qué es?”?  
El azul hace que no resalte la palabra. La página web sí se nota.
8. ¿Qué opina del diseño del Cronograma de partidos / Resultados de partidos?  
Gustó mucho la curva, hace mucho contraste.
9. ¿Qué opina del diseño de las publicaciones de la Tienda Softbol Plus?  
La textura hace que identifiques rápido la tienda.
10. ¿Qué opina del diseño de las publicaciones de la sección “¿Cómo jugar?”?  
Sería bueno poner una leyenda de las posiciones antes de mostrar las imágenes.
11. ¿Qué opina del diseño de otras fotografías?  
Las texturas distinguen a Softbol Plus.
12. ¿Qué opina del diseño de las historias de Instagram?  
Bonitas.
13. ¿Qué opina del diseño de los polos?  
El del logo grande podría estar en la parte de atrás. Gustan los colores. El del slogan gusta bastante.
14. ¿Qué opina del diseño de las gorras?  
Gustan bastante.
15. ¿Qué opina del diseño de las mochilas?

Gusta más el de los colores combinados.

16. ¿Qué opina del diseño de los pines?

Bonito.

17. ¿Qué opina del uso de la curva?

Gusta mucho, ayuda al contraste.

18. ¿Qué opina del diseño de los afiches?

Llama más la atención la imagen y la palabra “mundial”. La curva está bien ahí, hace que se le vea a la chica.

#### 6.4. Marjorie Marcelo

1. ¿Cómo conoció el deporte?

Lo jugaban en el colegio de su hija porque ahí realizaban eventos de la selección, pero ella lo confundía con el béisbol.

2. ¿Qué le transmite el logo?

Se está impulsando para lanzar la pelota.

3. ¿El símbolo sería entendible solo?

Los que lo desconocen pueden confundirlo con el béisbol.

4. ¿Los íconos son reconocibles?

Sí.

5. ¿Qué opina de las secciones de la página web?

Interesante dónde jugar. Indicar a partir de qué edad se puede jugar y cualidades que se necesitan para jugar.

6. ¿Qué opina de la portada de Facebook?

Colocar mejor una fotografía, mostrar que es unisex y hay distintas categorías.

7. ¿Qué opina del diseño de las publicaciones de la sección “¿Qué es?”?

Siente la letra muy pequeña.

8. ¿Qué opina del diseño del Cronograma de partidos / Resultados de partidos?

Diseño y colores bien, información clara.

9. ¿Qué opina del diseño de las publicaciones de la Tienda Softbol Plus?

Mejor usar dos ondas, ver más lo que se vende.

10. ¿Qué opina del diseño de las publicaciones de la sección “¿Cómo jugar?”?

Bueno. Ayuda mucho a entender.

11. ¿Qué opina del diseño de otras fotografías?

Utilizar mejor dos ondas o enmarcar la foto.

12. ¿Qué opina del diseño de las historias de Instagram?  
Bueno.
13. ¿Qué opina del diseño de los polos?  
Gusta más el segundo, mejor más grande y al medio. Incluir cuello “V”. Me gustaría con letra cursiva.
14. ¿Qué opina del diseño de las gorras?  
Bonitos.
15. ¿Qué opina del diseño de las mochilas?  
Buenos.
16. ¿Qué opina del diseño de los pines?  
Buenos.
17. ¿Qué opina del uso de la curva?  
Sí funcionan, se ve amigable.
18. ¿Qué opina del diseño de los afiches?  
Primero ve lo rojo y después la foto. Siente que la chica está viendo el logo.

#### **6.5. Maria Eugenia Torres**

1. ¿Cómo conoció el deporte?  
En el colegio de su hija lo jugaban.
2. ¿Qué le transmite el logo?  
Dinamismo, es una persona haciendo el lanzamiento. Por las curvas le recuerda a una chica
3. ¿El símbolo sería entendible solo?  
Para los que lo conocemos, sí.
4. ¿Los íconos son reconocibles?  
Sí
5. ¿Qué opina de las secciones de la página web?  
Me interesa sobre todo dónde comprar materiales y dónde jugar. Interesante que cada una tenga un ícono y diseño.
6. ¿Qué opina de la portada de Facebook?  
Debería mostrarse una imagen para los que no conocen mucho el deporte.
7. ¿Qué opina del diseño de las publicaciones de la sección “¿Qué es?”?  
Bueno.
8. ¿Qué opina del diseño del Cronograma de partidos / Resultados de partidos?

Sí tiene lo necesario.

9. ¿Qué opina del diseño de las publicaciones de la Tienda Softbol Plus?  
Bueno.
10. ¿Qué opina del diseño de las publicaciones de la sección “¿Cómo jugar?”?  
Poner el enlace para aprender más de manera sencilla.
11. ¿Qué opina del diseño de otras fotografías?  
Me gustaría ver más la posición de la jugadora y las líneas tapan un poco.
12. ¿Qué opina del diseño de las historias de Instagram?  
Bueno.
13. ¿Qué opina del diseño de los polos?  
Preferiría cuello en “V”, gusta más el del logo grande, quizás al medio y para hombres ya abajo.
14. ¿Qué opina del diseño de las gorras?  
Gustaron bastante.
15. ¿Qué opina del diseño de las mochilas?  
Buenos.
16. ¿Qué opina del diseño de los pines?  
Buenos.
17. ¿Qué opina del uso de la curva?  
Funciona para lograr contraste.
18. ¿Qué opina del diseño de los afiches?  
Tiene los datos necesarios, es lo que más preguntan.

## ANEXO 7: Resultados de entrevistas a profundidad con expertos sobre los diseños realizados

	Rocío Villacorta	Claudia Torres	Alberto Matsuura	Fernando Pano
<b>Organización del manual</b>	<p>Trabajar de 7 a 9 columnas (Texto en 2 columnas)</p> <p>Margen de 2cm</p> <p>Título no siempre arriba necesariamente</p> <p>Algunas veces hay mucho espacio libre (P.48)</p>	<p>4 columnas está bien (Caja del tamaño del margen)</p> <p>Aumentar los márgenes</p> <p>Tamaño de letra equivalente a Times 10-11</p> <p>Arreglar la justificación del texto</p> <p>En todas las páginas explicar algo</p>		<p>Manual de identidad visual (no gráfica)</p> <p>Arreglar la justificación con el interletrado</p>

	Rocío Villacorta	Claudia Torres	Alberto Matsuura	Fernando Pano
<b>Sobre la marca</b>				<p><b>Qué es</b> → Plataforma (No página web)</p> <p><b>Objetivo</b> → Difundir (Objetivo principal), Educar (Objetivo secundario)</p> <p><b>Público objetivo</b> → Expandir el público objetivo [Niños (10 años en adelante) y padres (más mayores)]</p> <p><b>Misión</b> → Incentivar la práctica (No "Dar a conocer el softbol y hacerlo más accesible para más peruanos".)</p> <p><b>Visión</b> → Ser el máximo referente digital del softbol en el Perú (No "Ser la página web favorita de los seguidores del softbol en el Perú".)</p> <p><b>Slogan</b> → Si se cambia el resto debería cambiarse el slogan "Un deporte, una familia".</p>

	Rocío Villacorta	Claudia Torres	Alberto Matsuura	Fernando Pano
<b>Logo</b>				<p>Buen uso de curvas (Dinamismo)</p> <p>Describir más [Clásica posición de lanzamiento de softbol, se evitó colocar un bate o pelota (mayor alusión al béisbol)]</p> <p>Fundamentar por qué "Plus" no está alineado (normalmente no) y por qué hay un corte en la pierna</p> <p>Colocar que el imagotipo está conformado por tres elementos y colocar sus dimensiones → Ponerle nombre al personaje al describir</p> <p>Uso de un varón?</p> <p>Colocar números exactos en la composición, de preferencia hacer encajar el isotipo en un cuadrado exacto</p> <p>Colocar de dónde sale la "X" en la composición</p> <p>Colocar la forma y composición en diferentes páginas</p>

	Rocío Villacorta	Claudia Torres	Alberto Matsuura	Fernando Pano
<b>Espacio mínimo</b>	Probar → Quizá 2 "S"s			
<b>Variantes de logos</b>			No escala de grises o transparencia si no se usa.	
<b>Tamaños de logo</b>				<p>Páginas diferentes → Logotipos y sus usos / Tamaños mínimos y máximos</p> <p>Favicon 16px x 16px</p>

	Rocío Villacorta	Claudia Torres	Alberto Matsuura	Fernando Pano
<b>Logo sobre fondos</b>	<p>Especificar con un texto</p> <p>Fondo fotográfico → Logo blanco o negro</p> <p>Logo original → Solo con fondo blanco</p> <p>Nunca negro sobre amarillo (Peligro) → Puede ser azul</p>		<p>Solo un oscuro, un claro y sobre una textura.</p> <p>Azul sobre fondo amarillo.</p>	
<b>Usos incorrectos del logo</b>	Texto más pequeño	Letra más pequeña		No colocar el que es todo rojo y todo azul

	Rocío Villacorta	Claudia Torres	Alberto Matsuura	Fernando Pano
<b>Tipografía</b>	<p>Marcar qué se añadió y qué se quitó en Masque (X)</p> <p>Añadir un link de descarga</p> <p>Colocar mínimo 4 variaciones (Regular, Italic, Bold, Bold Italic)</p>	<p>Colocarle un nombre → Softbol Plus</p> <p>No es necesario mostrar los cambios → Solo decir qué se ha modificado</p>	<p>Señalar los cambios</p>	<p>No colocar el nombre de "Masque" → Podría confundir</p> <p>Escribir sobre el uso de la tipografía "Masque" con variaciones en la composición del logo → no en tipografía</p> <p>Poner todas las variaciones de Montserrat y Justificar (Google font, fácil lectura, etc.)</p> <p>Colocar otra tipografía alternativa</p>

	Rocío Villacorta	Claudia Torres	Alberto Matsuura	Fernando Pano
<b>Colores</b>	<p>¿Añadir colores Pantone?</p>		<p>Mejor colocar pantone</p>	<p>Agregar Pantone</p> <p>Alinear a la izquierda el texto</p> <p>No es necesario colocar su nombre → Ej: rojo antorcha</p>
<b>Tramas</b>	<p>"Pelean" con la foto Manual → Mitad de la página o líneas más delgadas</p> <p>Fotografías → Más delgadas o solo dos</p>		<p>Lucen bien en las fotos</p> <p>Darles un significado</p>	<p>Es necesario fundamentar de dónde salen las líneas</p>

	Rocío Villacorta	Claudia Torres	Alberto Matsuura	Fernando Pano
<b>Curvas</b>	<p>Colocar las proporciones en el gráfico, no aparte</p> <p>En el diseño para redes sociales, colocar qué tan alto se coloca la segunda circunferencia</p> <p>Colocar el diseño en A4 como el de redes sociales</p>			<p>No lo pondría</p>
<b>Fotografías</b>			<p>Muy gringas, normal por la coyuntura.</p> <p>Si es posible, buscar más fotos latinoamericanas.</p>	<p>Bien</p> <p>Borrar nombres de los equipos</p>

	Rocío Villacorta	Claudia Torres	Alberto Matsuura	Fernando Pano
<b>Aplicaciones</b>				Polo → Colocar tipo de cuello, material y tipo de estampado Pines → Solo adelante, más diseños
<b>Papelería</b>			Colocar el margen, la información que debería ir allí, sello de agua (si se usa)	Más detalle → Margen, tamaño de letra, tamaño del logotipo, dónde se puede escribir Normalmente no lo pondría en el manual Solo tarjeta personal y hoja membretada
<b>Afiche</b>				Señalar las partes que lo conforman en el mismo gráfico (Foto, cabecera, bajada)

	Rocío Villacorta	Claudia Torres	Alberto Matsuura	Fernando Pano
<b>Página web</b>	Tienda softbol Plus → Texto azul sobre amarillo (no negro), centrado		Colocar al menos una imagen de cada sección Incluir el uso de curvas y texturas	Pasar directo a una plantilla
<b>Redes sociales</b>	Imágenes en una página separada (Más grandes)  Última historia de Instagram recuerda a una aerolínea (Quizá con amarillo)	Resaltar los artes	<b>Portada de Facebook</b> → Incluir íconos y curvas (como la sección "¿qué es?" o cambiar por una fotografía.	Bien  <b>Portada de Facebook</b> → Más figuras, más llamativa
<b>Modelos de Copys</b>			Escribir como "Tono de comunicación".	