

Universidad de Lima  
Facultad de Comunicación  
Carrera de Comunicación



# **KPOPGO!: Diseño e implementación del portal web de eventos de K-pop en Latinoamérica**

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

**Namie Kiyan Kawashita**

**Código 20150723**

**Asesor**

**Alberto Matsuura Sonoda**

Lima – Perú

29 de abril del 2025





**KPOPGO!: Diseño e implementación del portal  
web de eventos de K-pop en Latinoamérica**

# TABLA DE CONTENIDO

<b>RESUMEN</b> .....	6
<b>ABSTRACT</b> .....	7
<b>1. PRESENTACIÓN</b> .....	8
1.1 Objetivos de comunicación del proyecto.....	8
1.1.1 Objetivo general.....	8
1.1.2 Objetivos específicos.....	8
1.2 Materiales.....	8
1.2.1 Portal web.....	8
1.2.2 Manual de identidad visual.....	9
1.2.3 Cuenta en X.....	9
1.2.4 Cuenta en Instagram .....	9
1.2.5 Cuenta en Facebook .....	9
<b>2. ANTECEDENTES</b> .....	10
2.1 Análisis de mercado.....	10
2.2 Justificación del proyecto.....	10
2.3 Principales casos referenciales .....	11
2.4 Competencias .....	12
2.5 Público objetivo .....	13
<b>3. FUNDAMENTACIÓN PROFESIONAL</b> .....	15
3.1 Características del proyecto .....	15
3.2 Versión 1.0 del proyecto .....	15
3.2.1 Primera etapa .....	15
3.2.2 Segunda etapa .....	16
3.2.3 Tercera etapa .....	16
3.2.4 Cuarta etapa .....	17
3.2.5 Quinta etapa .....	18
3.2.6 Sexta etapa .....	24
3.3 Versión 2.0 del proyecto .....	23
<b>4. LECCIONES APRENDIDAS</b> .....	32
4.1 Aprendizaje de la creación de la identidad visual de KPOPGO! .....	32
4.2 Aprendizaje del diseño e implementación del portal web .....	32

4.3 Aprendizaje del costo de implementación del portal web .....	34
4.4 Impacto del proyecto en la industria de eventos .....	35
<b>REFERENCIAS .....</b>	<b>33</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>36</b>



## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Mapa del sitio inicial del portal web .....	16
Figura 2. Menú principal inicial y contenido inicial de la sección de Inicio .....	20
Figura 3. Pie de página inicial .....	20
Figura 4. Contenido inicial de próximos eventos en la sección de Inicio .....	20
Figura 5. Contenido inicial de artículos en la sección de Inicio .....	21
Figura 6. Contenido inicial en la sección de Eventos .....	22
Figura 7. Contenido inicial en la sección de Calendario .....	22
Figura 8. Contenido inicial en la sección de Foro .....	23
Figura 9. Contenido inicial en la sección de Blog .....	24
Figura 10. Mapa del sitio final del portal web .....	25
Figura 11. Menú principal final y contenido final de la sección de Inicio .....	26
Figura 12. Contenido final de próximos eventos en la sección de Inicio .....	26
Figura 13. Contenidos nuevos en la sección de Inicio .....	27
Figura 14. Collage de contenidos de los artículos en la sección de Novedades, Conciertos y Coberturas .....	29
Figura 15. Collage de contenidos e información de los eventos en la sección de Agenda y Calendario .....	29

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Primer buyer persona .....	40
Anexo 2. Segundo buyer persona .....	40
Anexo 3. Primer boceto del portal web .....	41
Anexo 4. Primer boceto del portal web .....	41
Anexo 5. Tipografía de títulos y subtítulos .....	42
Anexo 6. Tipografía del cuerpo de texto .....	42
Anexo 7. Paleta de colores primarios .....	42
Anexo 8. Paleta de colores secundarios .....	43
Anexo 9. Guión de preguntas de la encuesta sobre la identidad visual .....	43
Anexo 9.1. Respuestas de la encuesta sobre la identidad visual .....	45
Anexo 10. Validación con expertos #1 .....	47
Anexo 11. Validación con expertos #2 .....	48
Anexo 12. Guión de preguntas de la encuesta sobre el logotipo .....	49
Anexo 12.1. Respuestas de la encuesta sobre el logotipo .....	52
Anexo 13. Validación con expertos #3 .....	53
Anexo 14. Validación con expertos #4 .....	54
Anexo 15. Guión de preguntas de encuesta sobre el nuevo logotipo .....	55
Anexo 15.1. Respuestas de la encuesta sobre el nuevo logotipo.....	57
Anexo 16. Guión de preguntas del Test de Usuario 2022.....	59
Anexo 16.1. Respuestas del Test de Usuario #1 .....	60
Anexo 16.2. Respuestas del Test de Usuario #2 .....	61
Anexo 16.3. Respuestas del Test de Usuario #3 .....	62
Anexo 16.4. Respuestas del Test de Usuario #4 .....	62
Anexo 16.5. Respuestas del Test de Usuario #5 .....	63
Anexo 16.6. Validación con expertos #1 .....	64
Anexo 16.7. Validación con expertos #2 .....	65
Anexo 16.8. Validación con expertos #3 .....	66
Anexo 16.9. Validación con expertos #4 .....	68
Anexo 17. Guión de preguntas del Test de Usuario 2025 .....	69
Anexo 17.1. Respuestas del Test de Usuario #1 .....	70
Anexo 17.2. Respuestas del Test de Usuario #2 .....	71

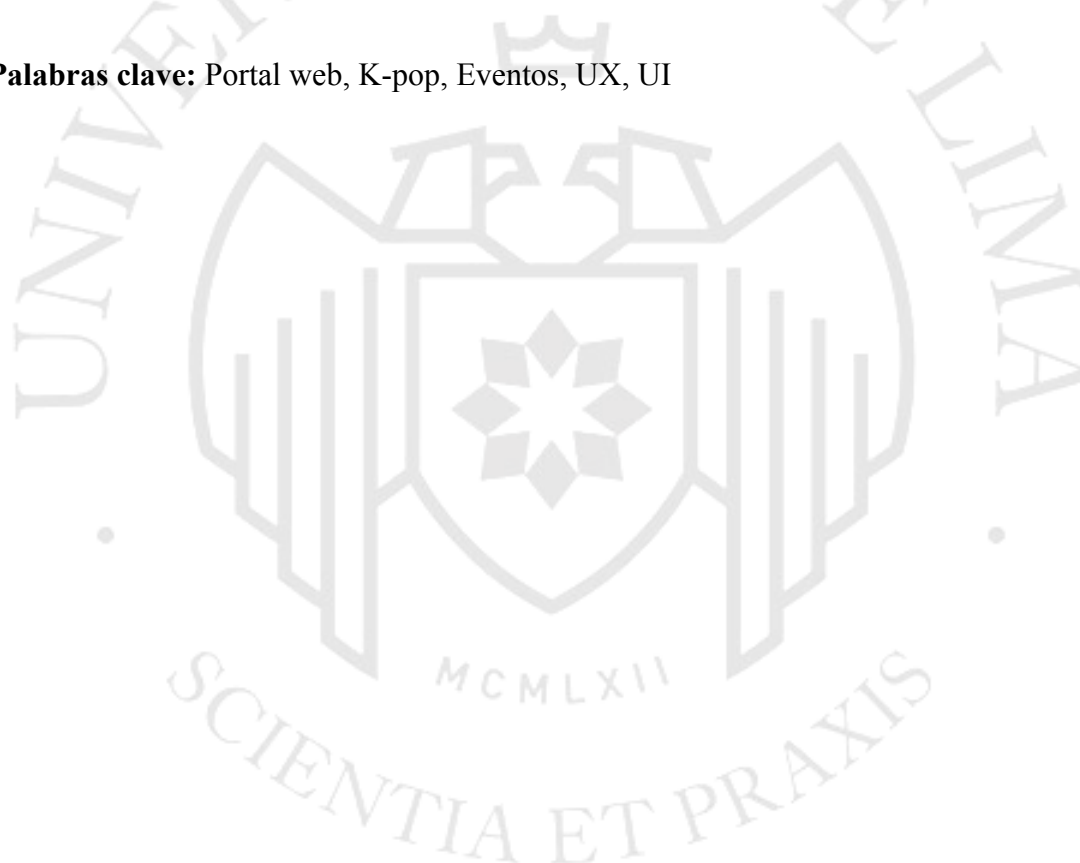
Anexo 17.3. Respuestas del Test de Usuario #3 .....	72
Anexo 17.4. Respuestas del Test de Usuario #4 .....	74
Anexo 17.5. Respuestas del Test de Usuario #5 .....	76
Anexo 17.6. Respuestas del Test de Usuario #6 .....	78
Anexo 17.7. Respuestas del Test de Usuario #7 .....	79
Anexo 17.8. Respuestas del Test de Usuario #8 .....	80
Anexo 17.9. Respuestas del Test de Usuario #9 .....	83
Anexo 17.10. Respuestas del Test de Usuario #10 .....	84
Anexo 17.11. Respuestas del Test de Usuario #11 .....	85
Anexo 17.12. Respuestas del Test de Usuario #12 .....	87



## RESUMEN

El presente trabajo profesional presentará la creación del diseño e implementación del portal web denominado KPOPGO!, que tiene como propósito brindar información relacionada con el K-pop en Latinoamérica; principalmente se plantea ofrecer contenidos enfocados en el nicho de eventos de entretenimiento en vivo de la industria coreana y experiencia de fans. En este informe, se mostrará el proceso de la implementación del portal web, desde los bocetos hasta el prototipo final, y el desarrollo del manual de identidad visual, el cual incluye el significado del nombre, logotipo, tipografía y paleta de colores.

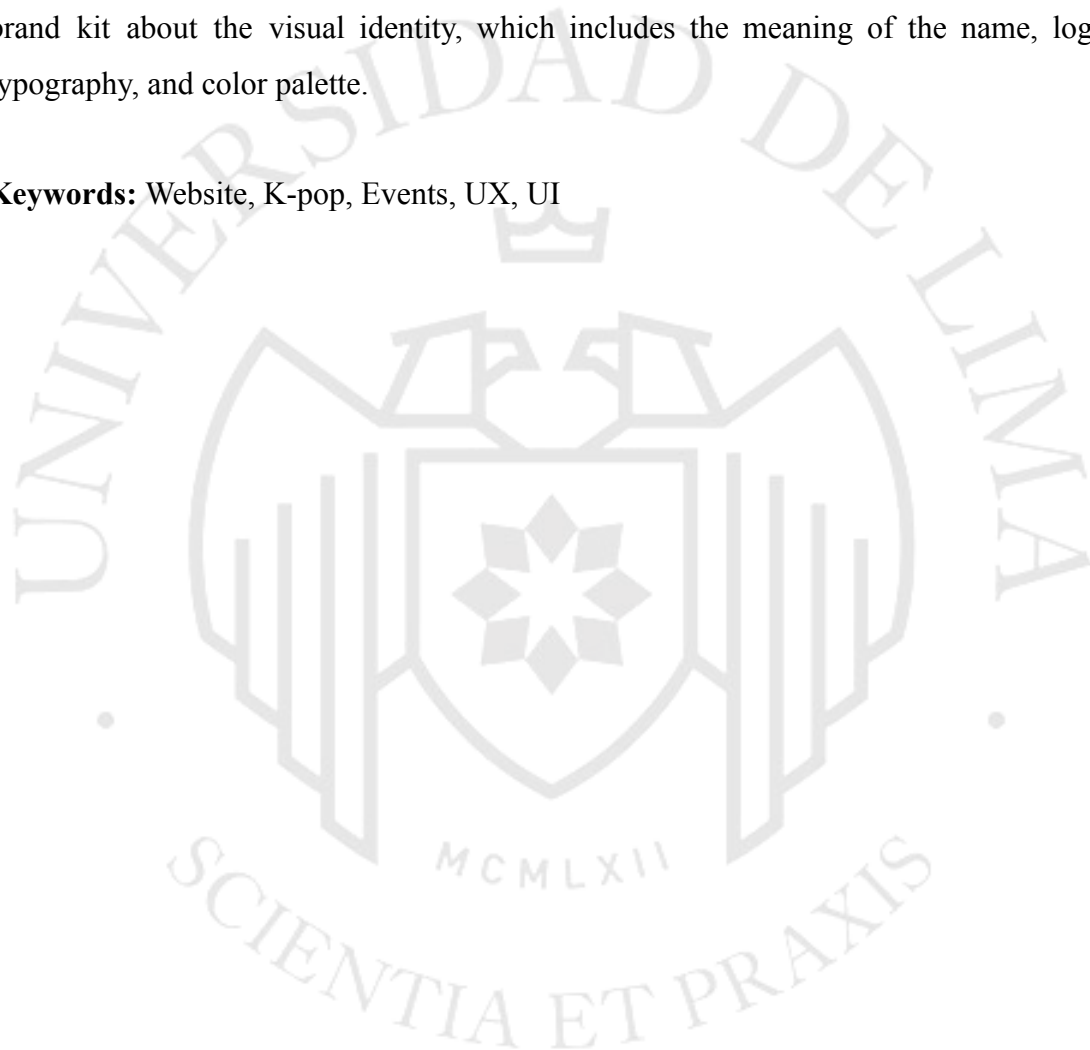
**Palabras clave:** Portal web, K-pop, Eventos, UX, UI



## ABSTRACT

This professional work will present the creation, design and implementation of the website called KPOPGO!, which aims to provide information regarding K-pop in Latin America. Its main plan is to offer content focused on the Korean industry's live entertainment events and fan experience. This report will show the implementation process of the website, from sketches to the final prototype, and the development of the brand kit about the visual identity, which includes the meaning of the name, logo, typography, and color palette.

**Keywords:** Website, K-pop, Events, UX, UI



# 1. PRESENTACIÓN

A continuación veremos los objetivos del proyecto y los materiales que se han desarrollado, como el portal web, el manual de identidad visual y las redes sociales de X, Instagram y Facebook.

## 1.1. Objetivos de comunicación del proyecto

### 1.1.1. Objetivo general

- Desarrollar un portal web que busca informar contenidos relacionados con los eventos, noticias y experiencias de fans del K-pop en Latinoamérica.

### 1.1.2. Objetivos específicos

- Establecer una identidad visual atractiva para el público objetivo y crear un manual de identidad visual que represente el concepto del proyecto.
- Diseñar el prototipo del portal web KPOPGO!.
- Validar la UX y UI con el público objetivo y expertos de la materia.

## 1.2. Materiales

### 1.2.1. Material #1: Portal web

Ubicación: <https://kpopgolatam.com/>

El portal web es el material principal del proyecto; este brinda información de eventos K-pop en Latinoamérica, desde conciertos presenciales y/o virtuales hasta festivales, *fanmeetings* y entre otros. Asimismo, comparte contenidos relevantes relacionados con la temática a través de data y artículos propios de noticias y experiencias de fans. En total contiene cuatro principales secciones: Inicio, Conócenos, Eventos y Categorías.

### **1.2.2. Material #2: Manual de identidad visual**

Ubicación: [Manual de identidad visual](#)

El manual de identidad visual describe a KPOPGO!, y explica el propósito del portal web. A través de este material se detalla el significado del nombre, logotipo, tipografía y paleta de colores.

### **1.2.3. Material #3: Cuenta en X**

Ubicación: <https://x.com/KPOPGOLATAM>

En X, anteriormente Twitter, se promociona contenidos relevantes de conciertos de K-pop y los contenidos propios del portal web; teniendo en cuenta la data proporcionada por esta red social, los países con mayor cantidad de fans de K-pop que usan su plataforma, entre los países latinos se encuentran Brasil #6, México #8, Argentina #12, Perú #19 y Colombia #20 (Kim, 2021). Esta red social es considerada como uno de los principales medios de comunicación para buscar información sobre este género musical.

### **1.2.4. Material #4: Cuenta en Instagram**

Ubicación: <https://www.instagram.com/kpopgolatam/>

Instagram es la segunda red social que utiliza el público objetivo para encontrar información sobre K-pop y sus eventos relacionados.

### **1.2.5. Material #5: Cuenta en Facebook**

Ubicación: <https://www.facebook.com/kpopgolatam>

Facebook es la red social más usada por los peruanos y mantiene funcionalidades diferenciales que el público objetivo sigue utilizando en referente al K-pop.

## 2. ANTECEDENTES

### 2.1. Análisis de mercado

Actualmente, el K-pop<sup>1</sup> es un género musical popular en el mundo y su comunidad de fans cada vez sigue creciendo en diversos países de Latinoamérica. Entre los países del mundo que más interactúan sobre temas de K-pop se encuentran Brasil, México, Argentina, Perú y Chile en los puestos 6, 8, 11, 12 y 17 respectivamente en la red social de Twitter (Kim, 2021). Esta popularidad se ve también reflejada desde el 2012 que empezaron a realizarse los primeros conciertos de este género musical en el continente; logrando vender más de 11,000 entradas en el concierto de la agrupación BIGBANG en Perú (Gestión, 2012). Otro acontecimiento destacado fue el concierto de la *boy band* BTS, que logró ser el octavo concierto más vendido en Chile durante el año 2017 (StubHub, 2017). Anualmente, las giras de conciertos de los artistas coreanos continuaron expandiéndose en más países latinos y hasta el 2020 se habían llevado a cabo en Latinoamérica alrededor de 235 eventos, entre conciertos y festivales, de solo este tipo de género musical. Posteriormente, con la reactivación de la industria de entretenimiento en vivo, entre el 2022 al 2024 se realizaron aproximadamente 240 eventos de K-pop en el continente; logrando en comparativa una cifra similar en solo dos años, el cual demuestra el gran potencial del mercado latinoamericano para la industria musical coreana y el aumento de interés del público a asistir a los eventos.

### 2.2. Justificación del proyecto

Por lo tanto, existe una gran cantidad de personas en Latinoamérica que consumen y asisten a estos eventos de K-pop. A su vez, considerando a los usuarios en el mundo que interactúan y se informan sobre estos contenidos relacionados con la cultura musical coreana en internet, existen diversos espacios digitales dirigidos a estos públicos pero no muchos especializados para informar sobre los eventos de entretenimiento en vivo de K-pop. Para obtener dicha información, es necesaria una recopilación de distintos medios como las redes sociales de empresas productoras de conciertos locales o los artistas, plataformas de ticketeras y prensa escrita o digital.

---

<sup>1</sup> K-pop hace referencia a la música popular que proviene de Corea del Sur, ver Oh, I., & Park, G. S. (2013). The globalization of K-pop: Korea's place in the global music industry. *Korea Observer*, 44(3), 389-409.

Asimismo, la idea del proyecto surgió debido a un interés personal de encontrar de manera ordenada mayor información de los eventos de K-pop y poder proyectarse a asistir a los próximos eventos de este género musical en Latinoamérica. Se consideró también que el proyecto será una herramienta útil para la empresa en la que actualmente trabajo, la cual se encuentra en el mismo rubro de eventos y trabajamos como productora de varios conciertos de artistas coreanos en el país. En este caso, el portal web se convertirá en un medio externo que difundirá los eventos de cultura musical coreana que se realizan en nuestra empresa y las redes sociales ayudarán de forma complementaria en la comunicación, nos permitirá medir la interacción e interés del público objetivo directo hacia los eventos, artistas y/o contenidos.

Por estas razones, el proyecto propone reunir en un portal web los detalles de estos eventos de K-pop y les permita a los usuarios encontrar información oficial y rápida. Además, que puedan encontrar otros contenidos de interés relacionados con la cultura musical coreana y los eventos de entretenimiento en vivo, como artículos de noticias y experiencias de fans.

### **2.3. Principales casos referenciales**

El primer caso referencial es *My Music Taste*, una plataforma coreana que está dirigida al mismo público objetivo, ya que inicialmente se originó para producir eventos e informar sobre los conciertos de K-pop. Su página web es informativa, tiene un aspecto más visual con imágenes y es interactiva debido a su sección de Campañas que muestra las solicitudes y peticiones de eventos de los artistas en cada ciudad; por ello existe la participación activa de los usuarios por su sistema de recompensa que otorga beneficios en los eventos en vivo que realizan de este género musical. Posteriormente, ampliaron su idea de negocio al rubro del *e-commerce* de productos *merchandise* de K-pop.

El segundo caso referencial es *Soompi Spanish*, uno de los principales medios de comunicación sobre la cultura pop y entretenimiento de Corea del Sur en español. Su página web también es informativa y tiene mayor variedad de secciones referentes a las noticias como Explorar, Pruebas, Video, Celeb, Estilo, TV/Cine, Música y Destacados. Sus artículos contienen textos, imágenes o videos e hipervínculos hacia otros contenidos de su propia plataforma. Cabe resaltar que realizan coberturas locales sobre los eventos de K-Pop y el movimiento fan en Latinoamérica.

## 2.4. Competencias

En este proyecto, el portal web busca presentar dos temas principales: eventos de K-pop y artículos relacionados con este enfoque de entretenimiento en vivo. Esto se consideró con el propósito de abarcar ambas temáticas en una sola plataforma, a comparación de las competencias que se enfocan principalmente en uno, ya sea eventos o noticias. Asimismo, ampliando el tipo de información que incluya eventos de K-pop de toda Latinoamérica y, por ende, alcanzar un mayor impacto entre un nicho específico del público objetivo. Entre las principales competencias se consideraron plataformas virtuales internacionales y nacionales.

En primer lugar, se consideró a las plataformas con el mismo propósito enfocadas en eventos tales como *Songkick* y *Bandsintown*, las cuales informan detalladamente sobre los conciertos, festivales y *live streamings* que se realizarán próximamente en el mundo; a su vez, permite visualizar por filtros los géneros musicales de los eventos y los más cercanos a tu ubicación. Los usuarios obtienen datos relevantes de los eventos como fecha, lugar del recinto, cantidad de personas interesadas y/o que asistirán, información de la venta de entradas, precios, breve biografía de los artistas y otros detalles adicionales. Adicionalmente, incluyen listados de artistas más populares y artistas en tendencia de la semana basados en datos de la plataforma de música Spotify. Sin embargo, en estas plataformas no existe una categoría o filtro específico de K-pop en comparación de otros géneros musicales; por lo tanto, había una necesidad que cubrir considerando la escasa información.

En segundo lugar, se analizó el portal web de *Conciertos Perú*, que difunde información de todos los eventos en el país y es uno de los principales referentes de noticias sobre la industria de entretenimiento en vivo. Su plataforma se distingue por sus secciones de agenda, noticias, entrevistas, coberturas y sorteos; en este caso, su orden, tipos de contenidos y diseño minimalista son relevantes para nuestro proyecto.

En tercer lugar, *CKCL (Conciertos Kpop Chile)* es una competencia directa que abarca información y contenidos únicamente de eventos de K-pop en Chile a través de redes sociales; enfocándose recientemente solo en actualizar su cuenta en Instagram con una variedad de imágenes y videos. Cabe mencionar que para mantener su identidad visual uniforme utilizan una plantilla de diseño en sus publicaciones; no obstante, la

información que comparten se puede percibir desordenada y la búsqueda de los eventos no se vuelve práctica de encontrar. Por tal motivo, la opción de descubrir información ordenada, accesible y rápida es importante de considerar aplicar al portal web y redes sociales por medio de publicaciones fijadas, historias destacadas o enlace con recopilación de *links* de venta directos de los eventos.

En cuarto lugar, *Mundo Asia* es un portal web peruano enfocado en la difusión de información relacionada con la cultura de entretenimiento asiático; es una competencia directa local que también se dirige al mismo público objetivo de manera informativa, pero orientada en mayor variedad de noticias de música, series, películas, conciertos, entrevistas y sorteos que engloba artistas de todo Asia.

En consecuencia, se optó que nuestro proyecto se enfoque únicamente del nicho K-pop y esté especializado en eventos tales como conciertos, festivales, *fanmeetings*, *livestream* y más relacionados con la industria de eventos en vivo.

## **2.5. Público objetivo**

El público objetivo está dirigido a hombres y mujeres que están conectados a internet y utilizan plataformas digitales en Latinoamérica, enfocado en adolescentes a adultos en un rango de 15 a 26 años que les interesa el K-pop y/o asisten o les gustaría asistir a conciertos de este género musical.

Existe un 82,5% de latinoamericanos que tuvieron acceso a redes sociales en el 2020 y considerando el porcentaje de interacciones y la cantidad de perfiles en las redes sociales, se obtuvo que Facebook es la plataforma más usada, seguido de Instagram (Comscore & Statista, 2020). Según un estudio mundial enfocado solo en el K-pop, predomina las mujeres en 94,58% y en edades existen fans de 15 a 20 años (66,25%), seguido de 10 a 14 años (14,17%), 21 a 26 años (12,92%) y 27 a 30 años (1,25%) (Indrawan, 2021). Por otro lado, cabe destacar que en un estudio de Spotify (2020), Brasil y México son el quinto y sexto país respectivamente en el mundo que escuchan K-pop en su plataforma (Stassen, 2020).

Para ello, a partir de esta información se crearon dos buyer persona para entender los perfiles del público objetivo (ver anexo 1 y 2).

## 3. FUNDAMENTACIÓN PROFESIONAL

### 3.1. Características del proyecto

En este punto, se propone representar la evolución de este proyecto que inició en el curso de Trabajo Profesional I; el cual empezó desde la creación de la identidad visual hasta el diseño e implementación del portal web. Además, se dividirá el prototipo de la plataforma en la versión 1, que se realizó a fines del 2021 hasta inicios del 2022, y en la versión 2, que se actualizó a inicios del 2025.

### 3.2. Versión 1.0 del proyecto

El proyecto nace por la escasa información de eventos K-pop en plataformas virtuales sobre entretenimiento en vivo. Por ello, KPOPGO!, se enfoca principalmente en la recopilación de información de los eventos de este género musical para facilitar a los usuarios encontrar todos los detalles en una sola plataforma que les permite conocer posibles eventos *offline* y *online* que les interese asistir y redirigirlos hacia los sitios web oficiales de compra de *tickets*.

Se empezó con el desarrollo creativo de la identidad visual y boceto de la estructura visual del portal web después de haber realizado el análisis de *benchmarking*; por tal motivo, se realizaron distintas encuestas al público objetivo por medio de Google Forms y validaciones con expertos en la materia.

#### 3.2.1. Primera etapa

Se comenzó inicialmente con el nombre del proyecto y se crearon varias propuestas de nombres, tipografías y paletas de colores relacionados con el concepto de K-pop y se realizó una primera encuesta del 23 de setiembre al 1 de octubre del 2021. Como resultado principal, se definió el nombre a KPOPGO!, por tener mayor aceptación en la validación y obtener un 71,8% de 124 encuestados que eligieron esta opción para la identidad del proyecto; destacaron que es llamativo, corto, fácil de leer y recordar, y les transmitió diversión y alegría.

El nombre KPOPGO!, combina las palabras “Kpop” y “Go”, a su vez, incluye el signo de exclamación o admiración con la intención de brindar ánimo y acompaña al significado de ir, lo cual se asocia a ir o asistir a los eventos que podrán encontrar dentro de la plataforma. A pesar de que esta propuesta de nombre fue formada únicamente en inglés, es fácil de pronunciar y el público objetivo está familiarizado con este idioma debido a que en este género musical lo utilizan frecuentemente en las letras de sus canciones y en los nombres de las bandas de K-pop (Blanco, 2018).

### **3.2.2. Segunda etapa**

Se validó con docentes expertos sobre el boceto del portal web entre el 1 al 7 de octubre del 2021. Entre los principales comentarios sobre el proyecto les pareció una propuesta interesante en general que debió estar enfocada solo en eventos futuros de manera dinámica y visual. Recomendaron utilizar WordPress para el lanzamiento formal del portal web, debido a su estructura visual que implicó diferentes características y secciones.

Por otro lado, en octubre del 2021 se creó la cuenta en X, anteriormente Twitter, por su doble funcionalidad como canal de comunicación que nos permitió conectar directamente con el K-pop. Por un lado, es uno de los medios principales para obtener información de las empresas productoras de los eventos del género musical. Cabe destacar que su herramienta de *retweet* permite fácilmente compartir estos contenidos relevantes. Por otro lado, es una red social muy utilizada en el mundo y especialmente Latinoamérica por los usuarios con interés en esta temática de K-pop (Kim, 2021); por ende es un medio efectivo que facilita dirigirse al público objetivo directo y compartir los contenidos del portal web.

### **3.2.3. Tercera etapa**

Del 28 de octubre al 1 de diciembre del 2021, se evaluó en una segunda encuesta la tipografía y colores elegidos para definir el logotipo, siendo el 40% de 100 encuestados que prefirió la primera opción por haber tenido una letra legible y usó curvas que lo hicieron suave, amigable y juvenil. A su vez, les permitió entender el concepto y les transmitió cercanía y diversión.

En paralelo a estas validaciones, se consideró las opiniones y se diseñó la maquetación del portal web en Adobe InDesign (ver anexo 3 y 4).

#### **3.2.4. Cuarta etapa**

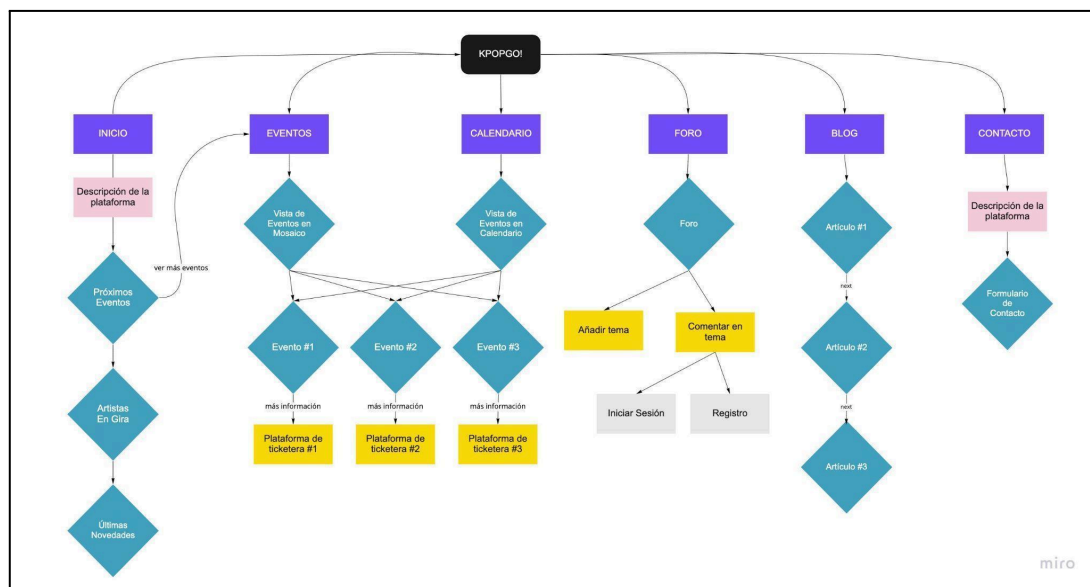
Del 05 al 23 de noviembre del 2021, se consultó nuevamente con los docentes expertos sobre los cambios que se fueron implementando; en este caso recomendaron optar por utilizar más elementos multimedia externos y *plug-ins* que permitan mayor flexibilidad a lo que originalmente otorgó la plantilla adquirida para el portal web.

Cabe mencionar que, en un principio en el 2021, el portal web tenía un enfoque más interactivo debido a que una de las secciones principales implicó que los usuarios participen activamente para realizar peticiones sobre los artistas coreanos que desean ver en su ciudad y tenía un sistema de recompensa; similar a la plataforma de *My Music Taste*, una de las competencias que se analizó. En este caso, el mapa de sitio consideró cuatro secciones: Conciertos, Solicita tu evento, Comunidad y Blog.

Sin embargo, posteriormente en el 2022, se modificó debido a limitaciones de la plantilla web; se optó por la practicidad y un manejo más sencillo de interfaz web enfocado en su objetivo general de desarrollar un portal web que busca informar contenidos relacionados con los eventos, noticias y experiencias de fans en Latinoamérica. Por ende, la plataforma cambió a un enfoque más informativo que interactivo y se actualizó el mapa de sitio considerando seis principales secciones: Inicio, Eventos, Calendario, Foro, Blog y Contacto. Además, incluyó la opción de búsqueda en la parte superior y un pie de página con la descripción y menú de la plataforma.

**Figura 1**

*Mapa del sitio inicial del portal web*



En paralelo, en cuanto a la identidad visual, se realizó una nueva propuesta de logotipo y cambios en la tonalidad de colores con la finalidad de que sea más llamativa y atractiva la marca de KPOPGO!. Es importante mencionar que se desea presentar una identidad gráfica juvenil y colorida que representa al género musical; a su vez, que transmite una personalidad alegre, energética, divertida y que inspire confianza.

### 3.2.5. Quinta etapa

Se validó del 22 de mayo al 1 de junio del 2022 una tercera encuesta sobre la nueva propuesta de logotipo y la personalidad de la marca, en la cual el 42,5% de 134 encuestados sí relacionó el logotipo a un portal web y su gran mayoría consideró que sí se asocia con la cultura musical coreana. Asimismo, entre 25 y 29 encuestados consideraron a la marca divertida, alegre y energética con un puntaje máximo de 10.

A partir de ello, se decidió la creación de un manual de identidad visual que describe el nombre, logotipo, paleta de colores, tipografía y el propósito del portal web.

- **Logotipo**

El logotipo incluye una tipografía propia, manuscrita y legible con curvas que permite que el isotipo se demuestre dinámico, cercano y amigable. Además, contiene un imagotipo de un símbolo que el público objetivo reconoce con facilidad y está muy familiarizado, el cual es el ícono de una mano que forma un corazón con su dedo índice y pulgar; un gesto que usan los artistas de K-pop y es popular en el continente asiático (Cathay Pacific, 2019).

- **Tipografía**

Se emplean tipografías san serif por ser modernas, versátiles y fáciles de leer (Ungurean, 2019). En los títulos y subtítulos se utiliza Be Vietnam Pro, un san serif grotesca con mayor grosor que tiene una forma relativamente redondeada que transmite dinamismo, cercanía y demuestra ser más amigable (ver anexo 5). Por otro lado, en el cuerpo de texto se emplea la tipografía Nunito que es un san serif neo grotesca con ligeramente menor grosor de ancho (ver anexo 6).

- **Paleta de colores**

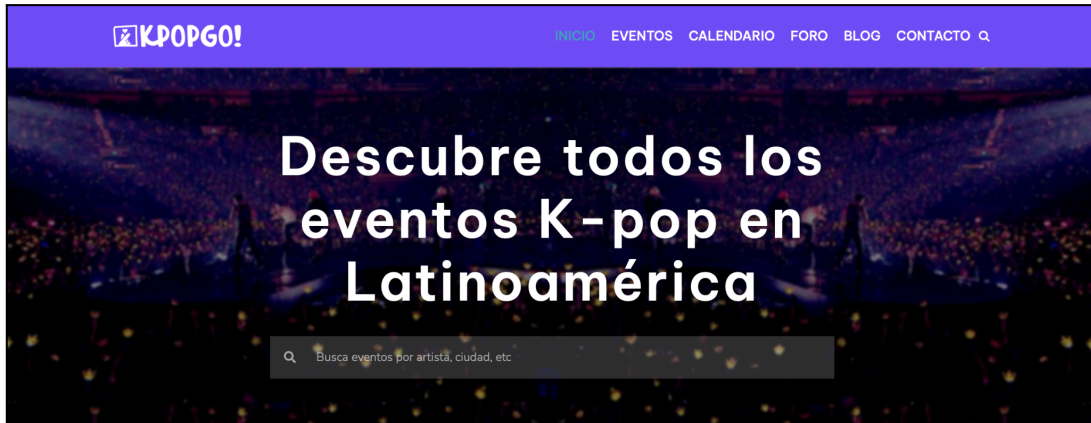
La paleta incluye colores cálidos y fríos para representar ambos tipos de colores que se ven reflejado en la diversidad de artistas de K-pop. Los colores cálidos rojo, amarillo y naranja transmiten pasión, diversión, energía, alegría, entusiasmo y captan más la atención; cabe mencionar que son sentimientos y emociones que busca tener la plataforma; mientras que los colores fríos azul y morado tienen como significado la fidelidad, creatividad, autenticidad, confianza y lealtad (Heller, 2004; Murga, 2019). Asimismo, teniendo en cuenta que los colores azul y morado son los más usados entre los artistas de K-pop (Bastien, 2020), ya que suelen predominar en la mayoría de videoclips del género musical. Cabe indicar que los colores primarios son el morado y el celeste (ver anexo 7), mientras que los colores secundarios son el naranja, amarillo, rosado y fucsia (ver anexo 8).

Asimismo, se implementó una primera versión del prototipo, en el que se destacó en la sección de Inicio un banner de imagen estática de un concierto de K-pop en vivo, acompañado de un texto descriptivo, que representan el propósito del portal web. El

menú tuvo seis secciones: Inicio, Eventos, Calendario, Foro, Blog y Contacto; a su vez, una barra de búsqueda.

## Figura 2

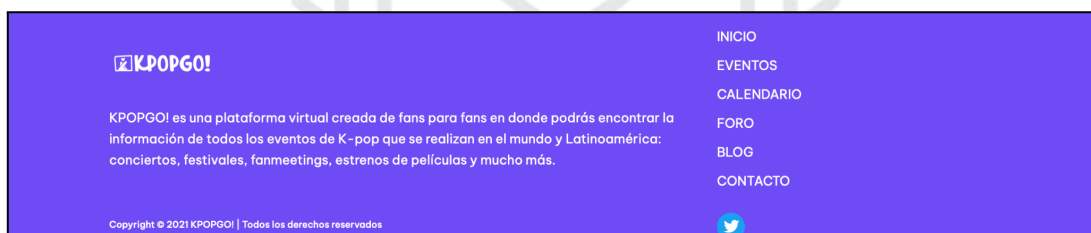
*Menú principal inicial y contenido inicial de la sección de Inicio*



En el pie de página se mostró el logotipo con una descripción más detallada sobre el portal web; además, una columna con las secciones del menú y el ícono de redes sociales que dirigía hacia la cuenta de X (anteriormente Twitter).

## Figura 3

*Pie de página inicial*



Los siguientes bloques de la sección de Inicio mostraron un listado de los tres próximos eventos en orden cronológico y las últimas novedades, que eran los tres artículos propios más recientes del blog.

## Figura 4

*Contenido inicial de próximos eventos en la sección de Inicio*

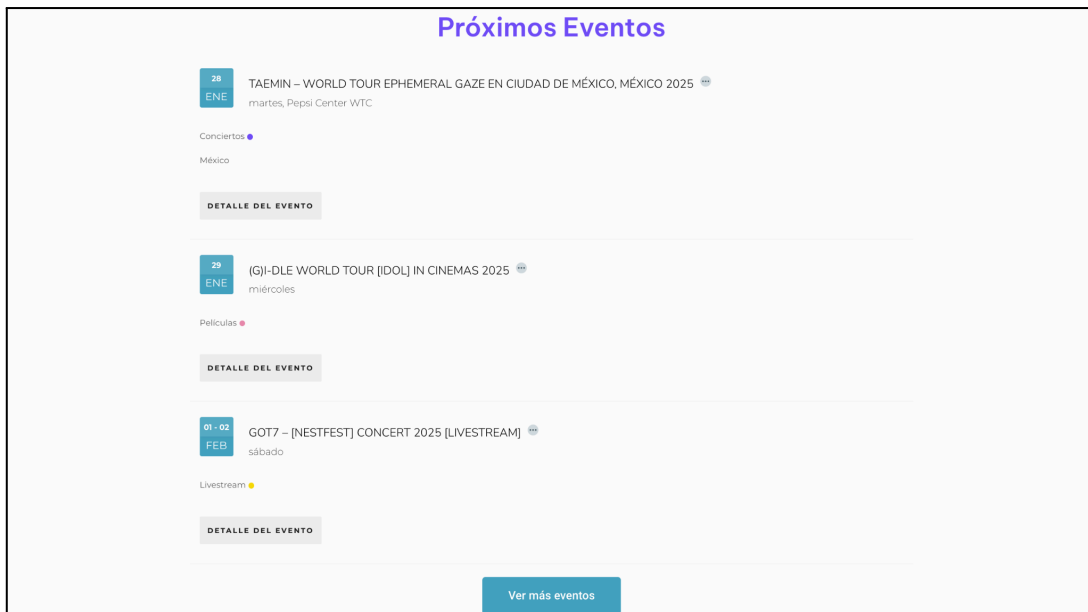
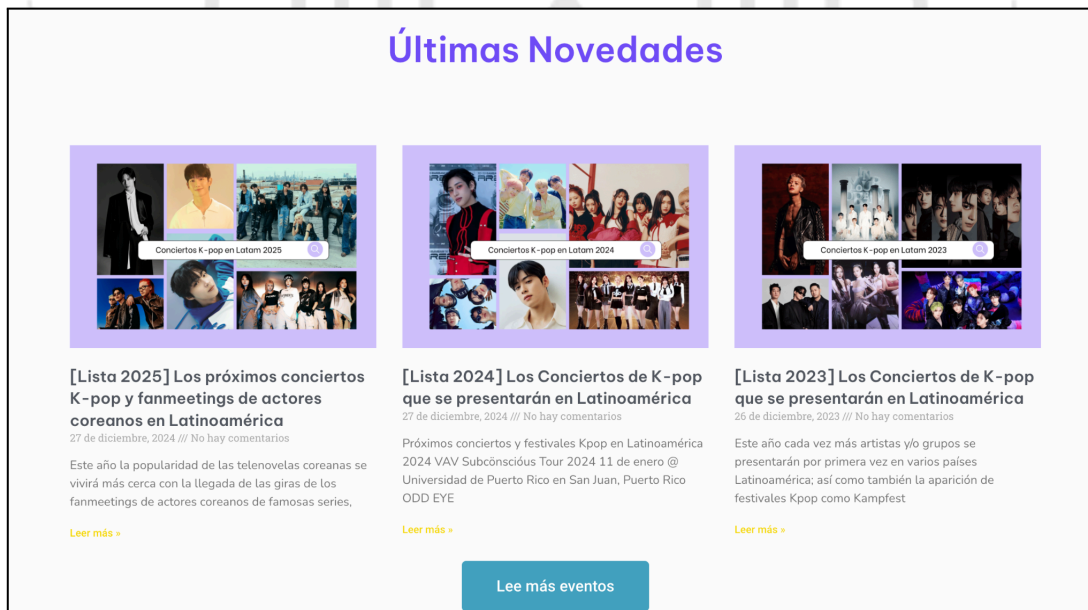


Figura 5

Contenido inicial de artículos en la sección de Inicio

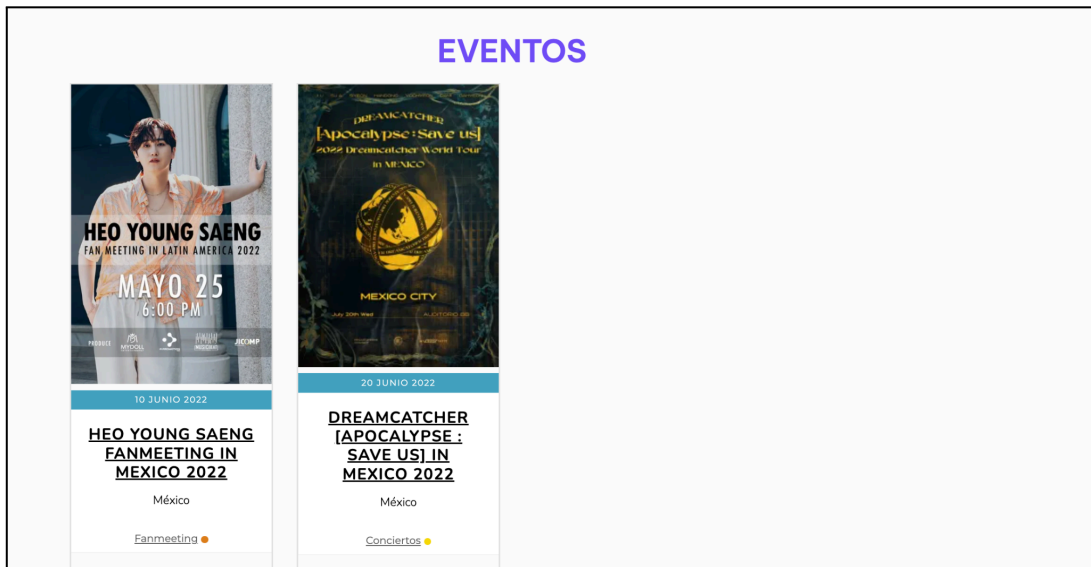


Las secciones Eventos y Calendario eran las principales en la plataforma, debido a que se encontró en orden cronológico la información relevante de los próximos eventos de K-pop. Ambos mostraron la misma información, pero ofrecían distintas alternativas para visualizar los eventos. Se agregó la sección de Eventos tras la recomendación de

los expertos en mostrar de forma más visual los eventos con una imagen representativa y textos descriptivos; similar a las plataformas de venta de entradas de conciertos.

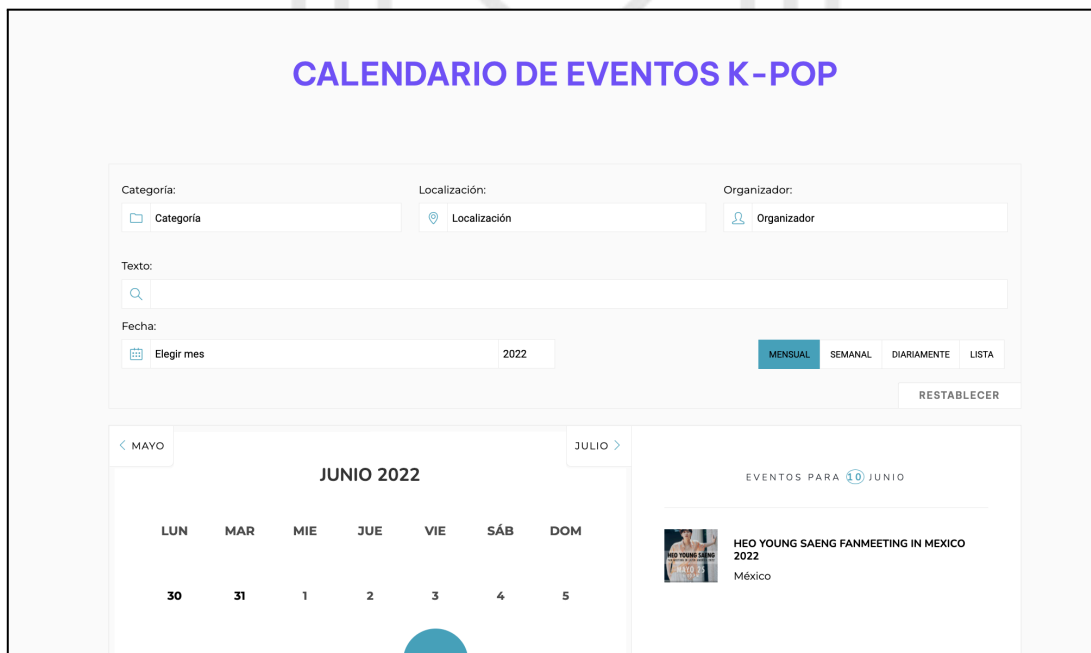
**Figura 6**

*Contenido inicial en la sección de Eventos*



**Figura 7**

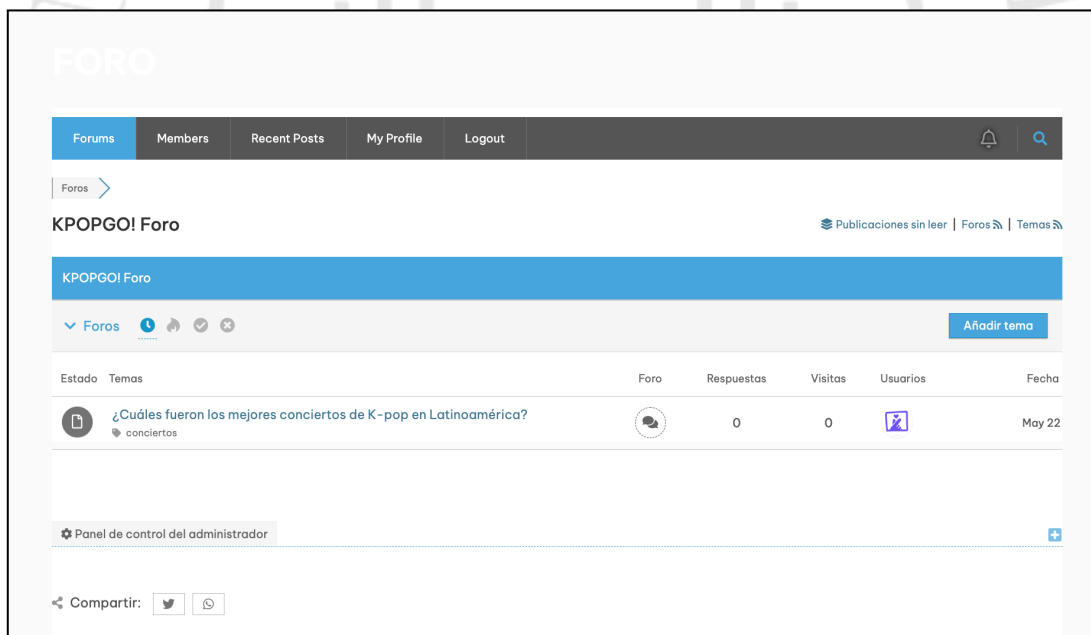
*Contenido inicial en la sección de Calendario*



Como secciones complementarias estaban las secciones del Foro, Blog y Contacto. La sección Foro permitió a los usuarios interactuar sobre diferentes temas relacionados con los eventos de K-pop y en general con la cultura musical coreana. La sección de Blog incluyó contenidos propios con información y opiniones sobre eventos o crónicas de eventos del género musical, así como también anécdotas de fans y club de fans; todo relacionado con el K-pop. Se presentó el interior de los artículos de manera minimalista con una imagen representativa del tema principal mencionado, párrafos de textos y contenido multimedia. A su vez, incluyó etiquetas que también se mostraron como categorías en la parte superior de la sección para presentar las temáticas de los artículos. La sección de Contacto contenía la descripción de la página web y un formulario de contacto.

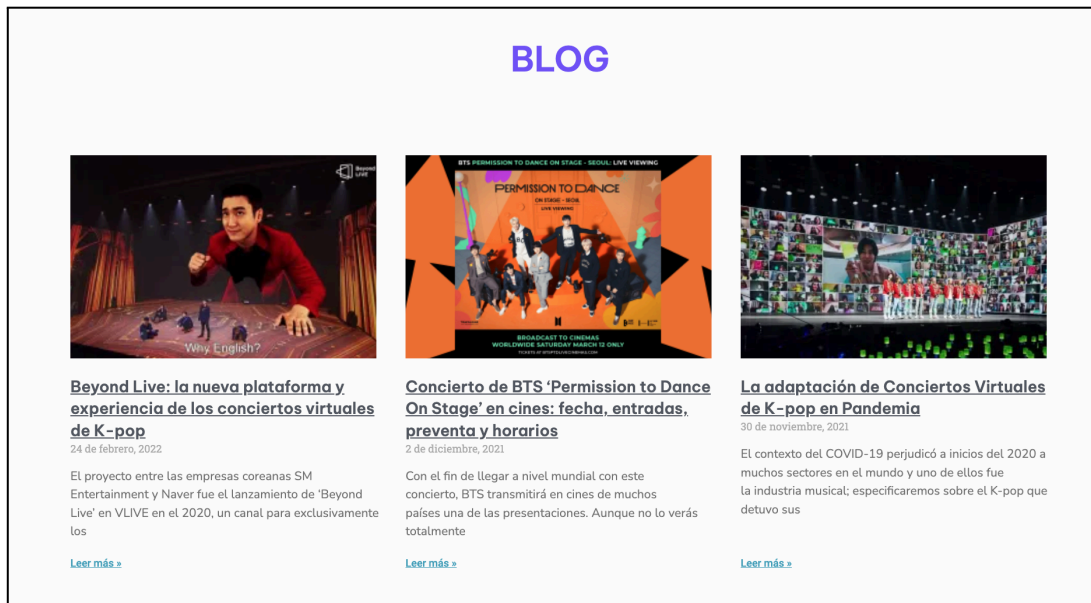
## Figura 8

*Contenido inicial en la sección de Foro*



## Figura 9

Contenido inicial en la sección de Blog



### 3.2.6. Sexta etapa

Del 1 al 10 de junio del 2022, se realizaron distintas validaciones en la plataforma de Zoom con respecto a la UX y UI a través de 5 test de usuarios con el público objetivo y 4 entrevistas a expertos en la materia, desde docentes hasta diseñadores web internos y externos de la Universidad de Lima.

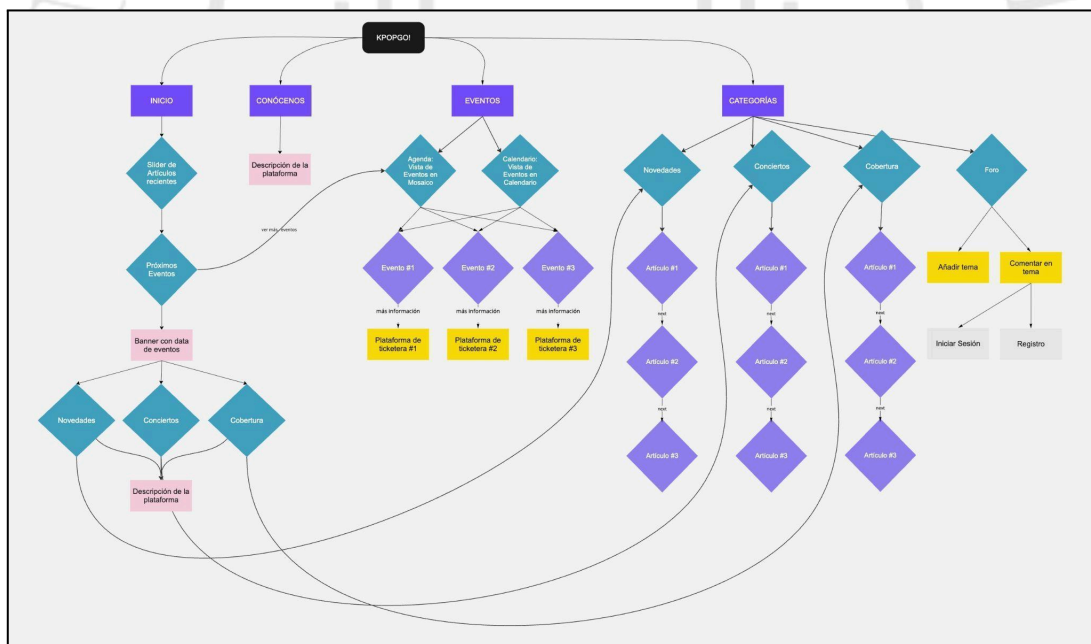
Entre los resultados importantes destacaron que el portal web de KPOPGO!, es útil y funcional para el público objetivo, por lo que unifica y brinda en una sola plataforma la información relevante de todos los eventos de K-pop que se realizan en Latinoamérica. Cabe mencionar que los usuarios y expertos indicaron que valoran los fragmentos de texto, leyendas e hipervínculos en las imágenes. Les gustó el diseño simple y minimalista que tiene la plataforma virtual; resaltaron su agrado a la sección de Calendario, por lo que se muestra la información como una alternativa adicional, ordenada y familiarizada. A su vez, opinaron de manera positiva sobre la variedad de opciones de visualización mensual, semanal, diario de los eventos que se ofrecen dentro del calendario. Adicionalmente, indicaron su preferencia por los contenidos visuales como las imágenes de los póster de los conciertos y artistas. No obstante, recomendaron evitar la saturación de *slides* para mostrar los contenidos.

### 3.3. Versión 2.0 del proyecto

En el 2025 se desarrolló una nueva versión del proyecto, en el cual se mantuvo el enfoque informativo del portal web, pero resaltando un diseño más interactivo y visual para atraer la atención de los usuarios y tener un aspecto más dinámico. Para ello, se mejoró el diseño de los contenidos, principalmente en el Inicio, empleando mayor variedad de elementos visuales como imágenes, videos, fondos y publicaciones de redes sociales. A su vez, buscando representar más a la personalidad alegre y enérgica de la marca. Por otro lado, se actualizó el mapa de sitio, debido a los cambios en el menú y pie de página, considerando un nuevo orden y nombres que actualmente se divide en cuatro secciones: Inicio, Conócenos, Eventos y Categorías; con subsecciones de Agenda y Calendario en Eventos; mientras que Novedades, Conciertos, Cobertura y Foro en Categorías.

Figura 10

Mapa del sitio final del portal web



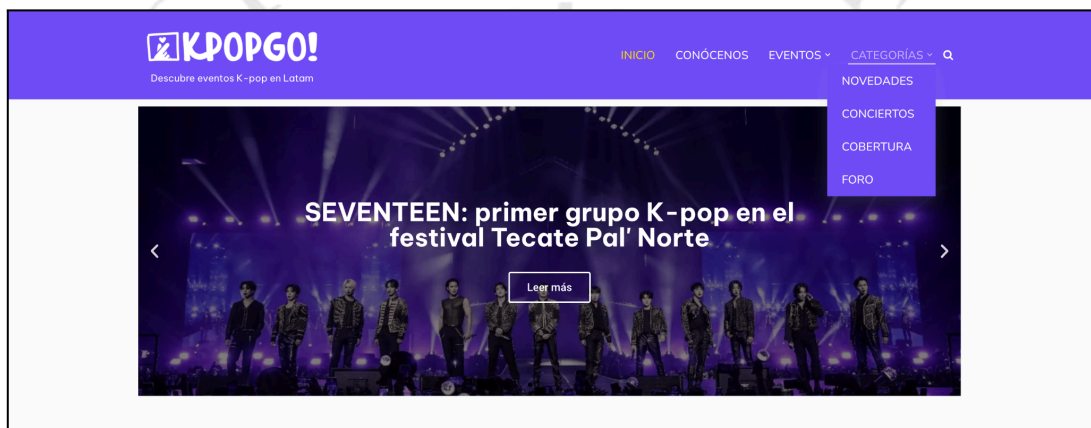
Como resultado, en la versión final del prototipo, el menú se redujo a cuatro secciones: Inicio, Conócenos, Eventos que tiene como submenú a Agenda y Calendario, y Categorías que incluyen Novedades, Conciertos, Cobertura y Foro. Adicionalmente, se

agregó el eslogan “Descubre eventos K-pop en Latam” debajo del logotipo como complemento y breve descripción del portal web.

En la sección de Inicio se destaca un *slider* que muestra por tres segundos un artículo reciente del portal web; en total son cuatro artículos de diversos temas en rotación. A primera vista, se busca atraer más la atención de los usuarios con un elemento visual dinámico.

## Figura 11

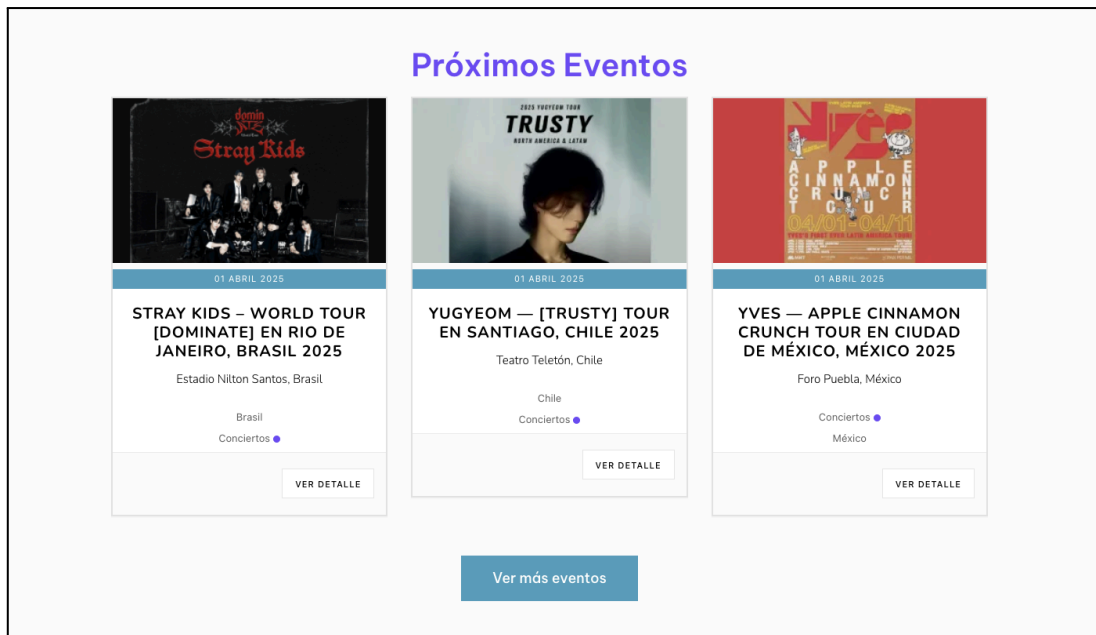
*Menú principal final y contenido final de la sección de Inicio*



Seguidamente, se resaltan los tres próximos eventos de forma más visual y en orden cronológico. A través de los test de usuarios, se comprobó que este contenido debe ser el segundo elemento visible debido a que es el más relevante y muestra la información principal que brinda el portal web.

## Figura 12

*Contenido final de próximos eventos en la sección de Inicio*




Adicionalmente, se agregaron nuevos contenidos sobre data de eventos que se han realizado en Latinoamérica, artículos divididos en categorías y palabras claves que describen el portal web; esta información se muestra concisa y fácil de leer. Además, para hacerlo visualmente atractivo de acuerdo con las opiniones de las validaciones, se emplearon más elementos visuales como fondos de color morado para diferenciar secciones, imágenes y el isotipo.

### Figura 13


*Contenidos nuevos en la sección de Inicio*

**+100**  
CONCIERTOS K-POP




**+95**  
ARTISTAS EN GIRA

**NOVEDADES**




SEVENTEEN: primer grupo K-pop en el festival Tecate Pa'l Norte de México

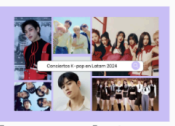


Hwang In Youp en Latam: descubre sus K-Dramas más conocidos

**CONCIERTOS**




[Agenda 2025] Conciertos K-pop, Fanmeetings en Latam




[Agenda 2024] Próximos Conciertos K-pop en Latam


**COBERTURA**




A.C.E en Lima: "No olvidaremos su pasión" [Cobertura]



Eric Nam en Lima: "Gracias por venir, esperamos años" [Cobertura]





Por un lado, se propone para los artículos más diversidad en los tipos de información y un diseño interactivo que conecta por medio de enlaces internos estas notas con los eventos del portal web; generando un *loop* de navegación en un tema específico de interés de los usuarios. Por otro lado, el reforzamiento visual se utilizó también en los contenidos dentro de los artículos al usar distintos elementos visuales como imágenes, videos, colores en los subtítulos, publicaciones de redes sociales, mapas y *playlists* de Spotify. Cabe destacar que actualmente se profundizó en la adaptación móvil del portal web, considerando opiniones de los tests de usuarios y la investigación del público objetivo. En este caso, se muestra la información en una sola columna, mientras que en el modo escritorio se visualizan los elementos entre dos a tres columnas.

Figura 14

Collage de contenidos de los artículos en la sección de Novedades, Conciertos y Coberturas

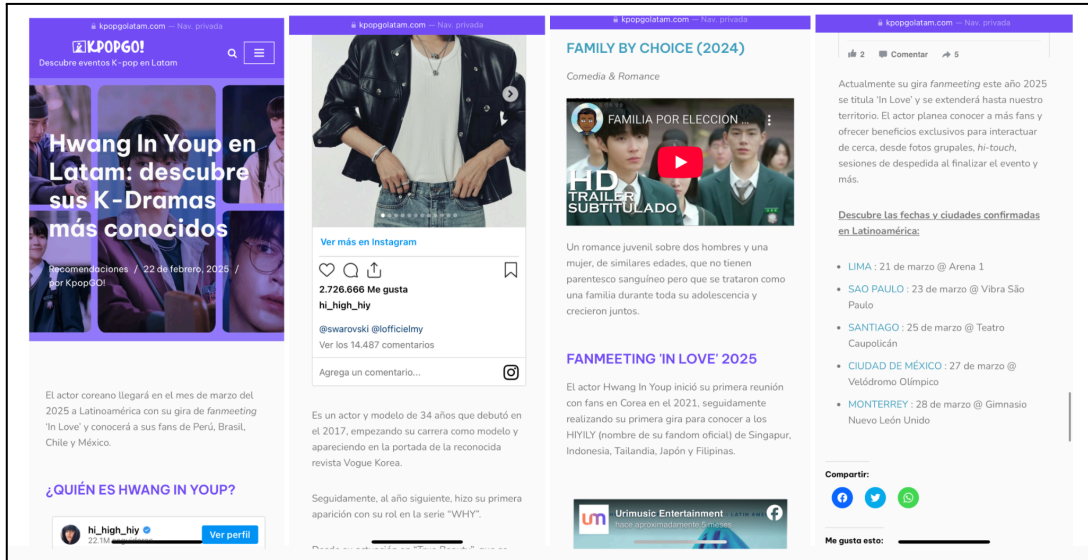
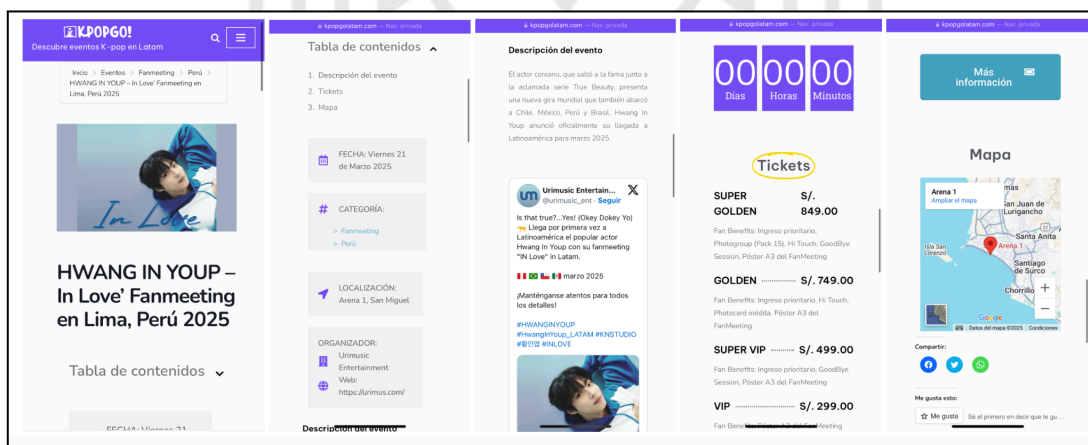


Figura 15

Collage de contenidos e información de los eventos en la sección de Agenda y Calendario



Para evaluar la UX y UI renovados del portal web, se solicitó la participación de personas que previamente dieron su *feedback* en el 2022 y otros que por primera vez navegaban en la plataforma. Se realizaron las nuevas validaciones en dos instancias: 6 tests de usuarios del 20 al 24 de febrero del 2025, y posteriormente, considerando los

comentarios, se implementaron los cambios para ser validados en 7 tests de usuarios del 13 al 16 de marzo del 2025. En esta última oportunidad, se contempló repetir la intervención de algunas personas para también conocer opiniones desde una perspectiva evolutiva de todo el proyecto.

En referencia a la UX, indicaron que se necesita crear dinamismo a primera vista en el Inicio, y a través de un *slider* mostrando varios artículos recientes, confirmaron que este les atrae rápido la atención a seguir navegando. A su vez, recalcaron la importancia de ubicar seguidamente a los Próximos Eventos, por lo que este ayuda a cumplir con la promesa de ser un portal web principalmente sobre eventos.

Adicionalmente, les interesa que el diseño sea interactivo y en el caso de los Artículos les atrae el uso de más elementos visuales como anexar publicaciones de redes sociales, fotos y videos, y también les gusta poder conectar con hipervínculos el contenido a otro enlace interno con información detallada de los eventos; esto les incita a navegar e interactuar más con el contenido. En la sección de Calendario comentaron que es una herramienta necesaria para organizar eventos, pero el *journey* de usuario es largo y sugieren que sea más fácil de encontrar.

Cabe destacar que en el nuevo prototipo del portal web, les gusta que tenga un orden más claro y una coherencia entre las secciones del menú con los contenidos en el inicio.

En referencia al UI, el diseño del logotipo les parece atractivo y el isotipo de corazón coreano consideran que representa el K-pop. Asimismo, reconocieron que el eslogan agregado debajo del logotipo es corto, conciso y describe bien el propósito del portal web. No obstante, recomendaron utilizar más iconografías y animaciones. Por otro lado, la paleta de colores es llamativa, el uso de otras tonalidades hace que no se perciba sobresaturado y creen que podría tener mayor presencia el color amarillo. Además, el fondo color blanco les parece limpio y transmite seriedad con la información; pero también consideran correcto variar con tonos y colores en algunos fondos para diferenciar secciones y atraer la vista de los usuarios.

En general, consideran que el portal web es toda una experiencia que facilita la información y contenidos que a las personas les interesan de eventos de la cultura coreana; además, que tiene el potencial para conectar con un montón de fans de K-pop.

Adicionalmente, se decidió empezar a compartir los contenidos e información del portal web en redes sociales complementarias para que la plataforma tenga un mayor alcance y visitas.

En el caso de Instagram, debido a que es una red social principalmente visual de fotos y videos que también utiliza el público objetivo. Es relevante mencionar que es una plataforma que ha funcionado entre la competencia para promocionar y expandir sus contenidos de K-pop a más usuarios; a su vez, su reciente funcionalidad de crear publicaciones en colaboración con otras cuentas ha permitido conectar con los clubs de fans de los artistas u otras páginas de difusión, y aumentar el alcance de los contenidos publicados. Cabe destacar que actualmente existen 10.5 millones de usuarios peruanos en Instagram (Data Reportal, 2025).

En el caso de Facebook, se consideró incluirlo para la difusión de contenidos debido a que sigue siendo la red social más usada por los peruanos, siendo 24.5 millones de usuarios a inicios del 2025 (Data Reportal, 2025). Además, entre sus funcionalidades diferenciales que emplea el público objetivo, permite colocar enlaces con textos largos en los *copy* de sus publicaciones, los grupos se mantienen activos de interacción entre los fans del K-pop y sección del *marketplace* que también conecta a usuarios y/u oyentes de este género musical en la compra y venta de productos de *merchandise*.

## 4. LECCIONES APRENDIDAS

### 4.1. Aprendizaje de la creación de la identidad visual de KPOPGO!

Para el proyecto es esencial una identidad visual que represente el concepto de la plataforma y los usuarios lo consideren acorde a la temática. En este caso, se optó por incluir el uso de un símbolo representativo en el K-pop para realizar un logotipo más atractivo y se consideró utilizar íconos libres de derechos de autor. Sin embargo, en un principio no se reflexionó que el uso de íconos en *stock* implican que el mismo contenido puede ser empleado en diversas marcas; por lo tanto, este finalmente fue considerado como la principal referencia para crear un nuevo logotipo con un dibujo del símbolo que sea propio y original. A su vez, considerando que se optó por un logotipo dibujado, esto implica que si se desea que los títulos y/o subtítulos tengan la misma tipografía que el logotipo, se debería también dibujar más letras para mantener la identidad visual.

Además, el isotipo del corazón con la mano es un símbolo común dentro de la cultura asiática y específicamente en Corea; por ello, se agregó en el prototipo final un eslogan debajo del logotipo para complementar la idea y significado del proyecto de una manera más descriptiva y concisa a primera instancia.

A través de las validaciones se comprobó el objetivo de establecer una identidad visual atractiva para el público objetivo que represente el concepto del proyecto y el objetivo de validar el UI; el diseño del logotipo y la paleta de colores les parece llamativo, consideran que representa el K-pop y les permitió entender el concepto alegre y enérgica de la marca. Adicionalmente, les transmitió cercanía y diversión. Por otro lado, se cumplió con la creación del manual de identidad visual para recopilar la identidad visual del proyecto.

### 4.2. Aprendizaje del diseño e implementación del portal web

Es fundamental resaltar que para la creación de la plataforma virtual se necesita un conocimiento básico en diseño de páginas web. Se consideró que la enseñanza aprendida en la universidad, en cursos relacionados con proyectos digitales y gestión de comunidades virtuales, sería suficiente para la implementación de la plataforma, pero

durante el proyecto se percató elementos y detalles que como estudiantes comunicadores no son posibles resolver en su totalidad. Para ello, se necesitaría el apoyo de un desarrollador *front end developer* que conozca sobre los códigos HTML y pueda mejorar la interfaz de la plataforma.

Asimismo, cuatro meses son un rango de tiempo suficiente para la implementación, dependiendo de la complejidad del portal web. En primer lugar, la elección de un buen tema es muy importante para el desarrollo del sitio web; la apariencia y funcionalidad deben ser acordes con el propósito a transmitir, tiene que ser compatible con los *plugins* a instalar y tener opciones personalizables. En segundo lugar, todo lo instalado debería tener un diseño *responsive* que se adapte a dispositivos móviles. En tercer lugar, para que el diseño visual del sitio se mantenga activo y visible, se debe contemplar tener actualizado la plantilla y *plugins* con la última versión. En cuarto lugar, es primordial dedicar el tiempo necesario para aplicar el método de prueba y error en cada sección y *plugin* activado. Finalmente, el resultado satisfactorio permite continuar con la implementación de información y contenidos en todos los bloques que conforman la estructura visual de la plataforma. Sin embargo, siempre existen pequeñas limitaciones que no permiten personalizar libremente algunos detalles en las secciones y/o *plugins*.

Por otro lado, en el prototipo final hubo una nueva dificultad en el diseño *responsive* al tener que adaptar la información de tres columnas del modo escritorio a una sola columna para la versión móvil; en varios contenidos de la sección de Inicio se realizó esta adaptación de forma manual. Adicionalmente, se consideró implementar un diseño más interactivo con animaciones en diagonal de los cuadros de textos del nuevo banner; no obstante, no se logró que el movimiento se vea fluido en la adaptación móvil y debido a la complejidad, se optó por mantener el contenido de forma estática.

A través de la fundamentación profesional del proyecto, se corroboró el objetivo de diseñar el prototipo del portal web por medio de las figuras adjuntas que representan el proceso evolutivo del diseño del prototipo. Por otro lado, se cumplió con el objetivo de validar la UX y el objetivo de desarrollar un portal web que busca informar contenidos relacionados con los eventos, noticias y experiencias de fans del K-pop en Latinoamérica; se generó una experiencia positiva al navegar en el portal web por su estructura ordenada de contenidos y satisfacción de información brindada.

### 4.3. Aprendizaje del costo de implementación de un portal web

En un principio, se consideró realizar un aplicativo para el proyecto, teniendo en cuenta que el público objetivo son nativos digitales, utilizan un smartphone y descargan aplicaciones (Comscore & Statista, 2020). Sin embargo, el desarrollo de un aplicativo simple tiene un costo mínimo desde USD \$15.000 (Good Firms, 2018); en esta idea de proyecto solo se hubiera realizado hasta la fase del prototipo de la app debido a que el presupuesto es elevado para un estudiante universitario.

Por tal motivo, se optó por la implementación de un portal web debido a su alta probabilidad de ser lanzado y por su menor costo de implementación. Para este proyecto se gastó aproximadamente USD \$300 y se decidió emplear WordPress, para la creación de la plataforma, al ser una herramienta más profesional y acorde para este proyecto de trabajo profesional. Por lo tanto, para activar el sitio web igualmente se necesita considerar un presupuesto, ya que la creación de plataformas profesionales no son gratuitas como las redes sociales y con las opciones pagadas se puede tener mayor libertad y facilidad al diseñar e implementarlo.

En primer lugar, los costos del hosting, el espacio donde se almacenan los archivos que constituyen el portal web. En segundo lugar, el dominio que es el nombre que identifica el enlace de la plataforma. En tercer lugar, las plantillas web de pago tienen menos limitaciones en la edición del diseño y los contenidos; a su vez, ofrecen mayor variedad de plantillas para distintos tipos de sitios web a comparación de las versiones gratuitas que son muy básicas. Estos elementos son importantes para iniciar la implementación de la plataforma.

Por otro lado, durante la implementación del proyecto, surgieron dificultades con la plantilla al momento de importar la información y contenidos multimedia; así como también límites al editar el diseño de varios bloques de la plataforma. Estos problemas podrían ser resueltos con mayor facilidad si se tiene el conocimiento y destreza en códigos HTML. A pesar de ello, se encontró la herramienta adecuada y fácil de usar para maquetar el portal web, el cual es 'Elementor' que funciona como diseñador web o también conocido como *Page Builder*. Cabe mencionar que se accedió a la versión pro

de este *plug-in* para obtener mayor facilidad y mejores funcionalidades de implementación para la web.

#### **4.4. Impacto del proyecto en la industria de eventos**

El proyecto tiene el potencial de contribuir como una herramienta funcional para la industria de eventos de entretenimiento en vivo en Latinoamérica; considerando que el portal web difunde información de los eventos de artistas coreanos que se realizan en la región y las redes sociales complementarán la comunicación de estos contenidos con el público objetivo directo.

Cabe mencionar que con mi experiencia trabajando en el mismo rubro y en algunas de las producciones de eventos de K-pop en el país, es importante conocer la demanda de este nicho, promocionar los eventos y vender las entradas. En este ámbito laboral, la plataforma sería un medio externo que facilita a las empresas a que la información de sus eventos se dirijan al público objetivo y tenga un mayor alcance de manera orgánica hacia posibles asistentes. Además, es relevante indicar que permitirá saber las tendencias e intereses, conocer las opiniones y medir la interacción de los usuarios sobre los artistas y/o contenidos para evaluar futuras negociaciones de eventos.

Posteriormente, el portal web podría generar beneficios adicionales a las empresas relacionadas con la industria de eventos a través de nuevas funcionalidades. Por ejemplo, la creación de una base de datos de los usuarios que desean recibir las novedades por correo electrónico y un directorio de las empresas que producen eventos de K-pop en Latinoamérica.

## REFERENCIAS

- A BRIEF HISTORY OF KOREAN FINGER HEARTS. (16 de agosto de 2019). Cathay Pacific. <https://discovery.cathaypacific.com/brief-history-korean-finger-hearts/>
- Acesso a redes sociales en América Latina aumentó a 82% en el año de la pandemia. (2021). Comscore y Statista. Recuperado el 14 de setiembre de 2021, de <https://www.larepublica.co/globoeconomia/acceso-a-redes-sociales-en-america-latina-a-aumento-a-82-en-primer-ano-de-pandemia-3158549>
- Bandsintown. (s.f.). Recuperado el 13 de setiembre de 2021, de <https://www.bandsintown.com/es>
- Bastein, C. (24 de setiembre de 2020). ¿Qué significan los colores oficiales de los artistas de K-pop?. Xiah Pop. <https://xiahpop.com/colores-kpop-significado/>
- Blanco, N. G. (2018). The impact of the English language in Korea: Konglish. Unpublished master's thesis). Universidad de Salamanca, Salamanca, Spain.
- CKCH - Conciertos Kpop Chile. (s.f.). Recuperado el 8 de abril de 2025, de <https://www.instagram.com/ckch.cl/>
- ¿Cómo agotar las entradas de una banda coreana?. (15 de noviembre de 2012). Gestión. <https://gestion.pe/impres/agotar-entradas-banda-coreana-24581-noticia/?ref=gesr>
- Conciertos más vendidos del 2017. (2017). StubHub. <https://www.agendamusical.cl/stubhub-conciertos-chile-2017/>
- Conciertos Perú. (s.f.). Recuperado el 8 de abril de 2025, de <https://conciertosperu.com.pe/>
- Digital 2025: Peru. (2025). DataReportal. Recuperado el 4 de abril de 2025, de <https://datareportal.com/>

From BTS to BLACKPINK, the Power of K-pop Has No Bounds. (24 de febrero de 2020). Spotify.

<https://newsroom.spotify.com/2020-02-24/from-bts-to-blackpink-the-power-of-k-pop-has-no-bounds/>

Fung, A.-Z. (Ed.). (2017). The Korean wave: Evolution, fandom, and transnationality. Lexington Books.

[https://books.google.com.pe/books?id=XFY\\_DwAAQBAJ&pg=PA156&lpg=PA156&dq=kpop+in+latin+america+data&source=bl&ots=f6oCUY8R24&sig=ACfU3U1am3\\_eCw7m3vqT8Ra7TuwMYruZJA&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjY36Ki3f3yAhWsIbkGHSpUCXU4ChDoAXoECA8QAw#v=onepage&q=kpop%20in%20latin%20america%20data&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=XFY_DwAAQBAJ&pg=PA156&lpg=PA156&dq=kpop+in+latin+america+data&source=bl&ots=f6oCUY8R24&sig=ACfU3U1am3_eCw7m3vqT8Ra7TuwMYruZJA&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjY36Ki3f3yAhWsIbkGHSpUCXU4ChDoAXoECA8QAw#v=onepage&q=kpop%20in%20latin%20america%20data&f=false)

Heller, E. (2004). Psicología del color.

How Much Does It Cost to Develop an App? | GoodFirms Survey. (2018). Good Firms.

<https://www.goodfirms.co/resources/cost-to-develop-an-app>

Indrawan, M. (06 de febrero de 2021). K-pop in the Eye of International Fans. towards data science.

<https://towardsdatascience.com/k-pop-in-the-eye-of-international-fan-7fe51dbdb712>

Kim, Y. (05 de agosto de 2021). K-pop sets another record on Twitter with 7.5 billion Tweets in a year. Twitter.

[https://blog.twitter.com/en\\_us/topics/insights/2021/kpop-sets-another-record-on-twitter-with-7-billion-tweets-in-a-year](https://blog.twitter.com/en_us/topics/insights/2021/kpop-sets-another-record-on-twitter-with-7-billion-tweets-in-a-year)

More than half of the people on earth now use social media. (2020). DataReportal.

Recuperado el 14 de setiembre de 2021, de <https://datareportal.com/>

Mundo Asia. (s.f.). Recuperado el 8 de abril de 2025, de <https://www.mundo-asia.com/>

- Murga Machaca, D. R. (2019). Psicología del color en el marketing.  
<http://hdl.handle.net/20.500.12840/2859>
- Número de usuarios de internet por país en América Latina en enero de 2021. (2021).  
Statista. Recuperado el 14 de setiembre de 2021, de <https://es.statista.com/>
- Oh, I., & Park, G. S. (2013). The globalization of K-pop: Korea's place in the global music industry. *Korea Observer*, 44(3), 389-409.
- Songkick. (s.f.). Recuperado el 13 de setiembre de 2021, de <https://www.songkick.com/>
- Soompi Spanish. (s.f.). Recuperado el 20 de abril de 2025, de <https://www.soompi.com/es/>
- Stassen, M. (24 de febrero de 2020). K-POP HAS BEEN STREAMED FOR MORE THAN 134BN MINUTES ON SPOTIFY SINCE 2014. MUSIC BUSINESS WORLDWIDE.  
<https://www.musicbusinessworldwide.com/k-pop-has-been-streamed-for-more-than-134bn-minutes-on-spotify-since-2014/>
- Ungurean, H. A. (2019). Tipografía. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/123260>



**ANEXOS**

### **Anexo 1: Primer buyer persona**

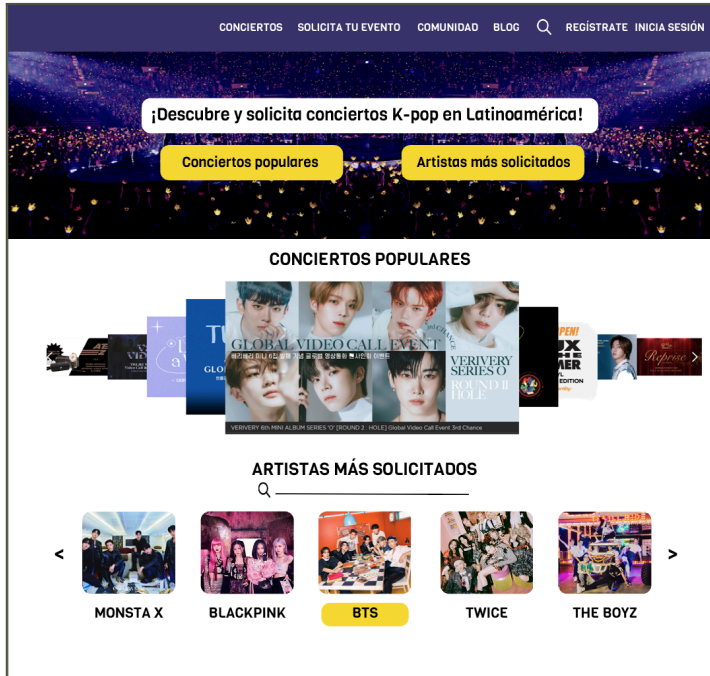
El primer *buyer persona* es Angie, una adolescente de 16 años que pertenece a la generación Z, vive con su familia en el distrito de San Juan de Lurigancho, es de nivel socioeconómico C y es estudiante de cuarto año de secundaria. Ella es una persona extrovertida, sociable, amigüera y cariñosa con su familia y amigos. Le interesa mucho la moda y la música, desde el 2017 su género musical favorito es el K-pop y también escucha Latin y Reggaetón. En su tiempo libre le gusta aprender coreografías de baile de K-pop y asistir a Campo de Marte todos los sábados para reunirse con sus amigas, las cuales conoció a través de redes sociales, y con las que formó un grupo de covers de baile de su artista favorito: BLACKPINK. Ella se encarga de coordinar los vestuarios de su grupo cuando deciden grabar un vídeo cover y/o participar en eventos de los clubs de fans o en concursos. Por medio de Instagram, TikTok y Amino, ella interactúa diariamente de forma activa en estas plataformas digitales. Le gustaría asistir a algún concierto de K-pop que realicen en Perú y necesita todos los detalles sobre los conciertos que se lleven a cabo porque al ser menor de edad, ella le proporciona la información a sus padres para que le puedan comprar una entrada del concierto al que desee ir.

### **Anexo 2: Segundo buyer persona**

El segundo *buyer persona* es Emily, una adulta joven de 24 años que pertenece a la generación Y, vive con su familia en el distrito de Jesús María y es de nivel socioeconómico AB. Es una estudiante universitaria en sus últimos ciclos de la carrera de Comunicaciones y trabaja como practicante en una agencia digital. Ella es una persona introvertida, responsable, organizada y ahorradora. Le interesa tomar fotos, viajar, escuchar música y ver series coreanas. Aprovecha su tiempo libre para descansar, ver series en Netflix y en algunas ocasiones se junta con sus amigas a comer. Ella utiliza su smartphone para acceder a plataformas digitales y entre sus redes sociales preferidas están Twitter e Instagram, ahí suele buscar noticias e interactuar con otros usuarios y fans del K-pop. Es fanática de este género musical desde el 2011 y le gusta asistir a los conciertos que estos artistas realizan en Perú. Desde que trabaja, ella empezó a comprar *merchandising* oficial de sus cantantes favoritos, pagar viajes y entradas para asistir a conciertos en otros países. A pesar de que no puede estar

activamente conectada a las redes sociales, le gustaría conocer la información de los conciertos que se realizan en Latinoamérica y no perderse de estos eventos.

### Anexo 3: Primer boceto del portal web



### Anexo 4: Primer boceto del portal web



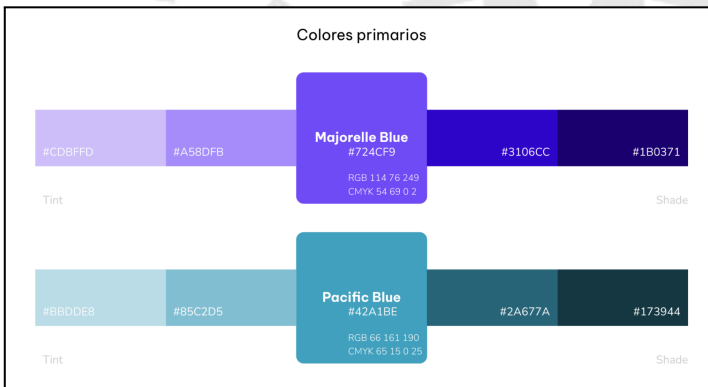
## Anexo 5: Tipografía de títulos y subtítulos

<b>Be Vietnam Pro</b>	Títulos y Subtítulos
	Regular <b>Bold</b> <b>Black</b>
Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz	

## Anexo 6: Tipografía del cuerpo de texto

<b>Nunito</b>	Cuerpos de Texto
	Light Regular <b>Bold</b>
Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz	

## Anexo 7: Paleta de colores primarios



## Anexo 8: Paleta de colores secundarios



## Anexo 9: Guión de preguntas de la encuesta sobre la identidad visual

Ubicación: <https://forms.gle/uFifct2d7umNSfs86>

### 1. Propuesta de nombres

- KpopGO!
- Vive Kpop
- Viva Kpop
- Dale Kpop
- Vibra Kpop
- Otros: \_\_\_\_\_

### 2. Opinión de la propuesta de nombres

\_\_\_\_\_

### 3. Propuesta de paleta de colores



### 4. Opinión de la propuesta de colores

---

## Anexo 9.1: Respuestas de la encuesta sobre la identidad visual



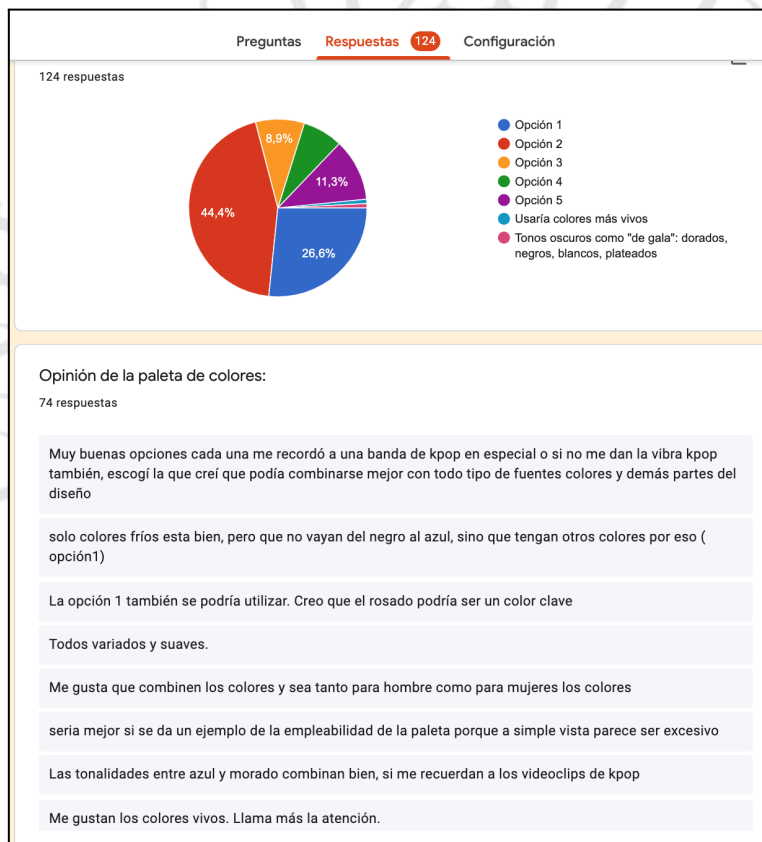
1.

Del total de 124 respuestas, 89 personas (71,8%) eligieron “KpopGO!”, seguido de “Vive Kpop” y “Viva Kpop” con 11 votos cada uno (8,9%). A su vez, recomendaron otras opciones de nombres como Lat-Kpop, Kvibe, KGo!, Kpoping, Kapop, Kpop Zone y Kpop Day.

2. Sobre las propuestas de nombres, destacaron las siguientes opiniones:

- La gran mayoría opina que son fáciles de recordar, cortos, simples pero enérgicos y llamativos. Algunos consideran que son nombres interesantes, originales y divertidos.
- Las propuestas deben capturar la energía y vibra de los fans de K-pop.
- En cuestión del idioma del nombre, las respuestas estaban divididas entre los encuestados a los que les gustó el nombre en inglés y los que optaron por escoger las otras opciones, por lo que están en español y estas se dirigen más al público objetivo de Latinoamérica.

- El nombre “KpopGo!”, les recordó a juegos, apps, programas de radio o a una productora de televisión coreana.
- Hubo unas pocas respuestas que indicaron que no les gustaban mucho los nombres y que deberían ser más creativas las opciones, probablemente jugando con las palabras saldría un mejor nombre más interesante.
- Recomendaron que debería resaltar el hecho de los conciertos y que se planean traer artistas a través de las peticiones.



3.

Del total de 124 respuestas, la mayoría eligió la opción 2 (55 personas - 44,4%), seguido de 33 personas (26,6%) que prefirieron la opción 1, 14 personas (11,3%) la opción 5, 11 personas (8,9%) la opción 3 y 9 personas (7,3%) la opción 4; aunque hubo varios comentarios que les gustó más de una propuesta de paleta de colores.

4. Sobre las propuestas de paletas de colores, destacaron las siguientes opiniones:

- Recomendaron usar colores oficiales de los artistas de K-pop más conocidos (morado, rosado, amarillo o azul) y otros colores mucho más vivos o tonos oscuros como “de gala” (dorado, negro, blanco o plateado).
- La opción 2 de las propuestas de paleta de colores fue la preferida por la mayoría de encuestados debido a que la consideran llamativa, dinámica, colorida, alegre y especialmente por el contraste, ya que combina colores cálidos y fríos. A su vez, resaltaron que la variedad de colores representaría la temática de la plataforma, los diversos grupos de K-pop que existen y va acorde al público latinoamericano.
- La segunda propuesta con más votos fue la opción 1 por ser más juvenil, tiene tonos no tan oscuros ni llamativos, son colores que combinan y son dirigidos tanto para hombres como mujeres. También mencionaron que los colores azul y morado de esta paleta les recuerdan a videoclips de K-pop y son mayormente usados para el público joven. Por otro lado, recomendaron agregar específicamente a esta paleta otros tonos de colores como verde y amarillo.
- La opción 5 fue elegida por algunos encuestados por tener menos colores y los tonos neón son colores básicos y vivos que también caracterizan a los grupos de K-pop.
- La opción 3 fue preferida por tener tonos azules menos llamativos y son más oscuros y neutros.

#### **Anexo 10: Validación con expertos #1**

**Eduardo Ojeda - profesor de diseño de interfaces web de la Universidad de Lima**

**Fecha: 1 de octubre del 2021**

- Le pareció una propuesta interesante en general.
- La sección “Solicita tu evento” tiene que tener las solicitudes transparentes para los usuarios.
- La sección de “Comunidad” tendría que ser como foros para que los usuarios puedan interactuar más.

- No recomienda incluir los eventos pasados dentro de los perfiles de cada artista, ya que puede ser complicado, por lo que implica mucha investigación y recopilación; probablemente no sea necesario enfocarse en eso.
- Recomienda utilizar WordPress para diseñar la plataforma, específicamente por las diferentes características y secciones como la del calendario.

## **Anexo 11: Validación con expertos #2**

### **Mario Acuña - profesor de diseño de la Universidad de Lima**

**Fecha: 7 de octubre del 2021**

- Le pareció que el rótulo de la sección “Solicita tu evento”, no es llamativo ni impactante, sino un poco formal para el público objetivo. En tal caso, recomendó nombres o términos en el K-pop o más directos como “Tu Evento” o “Tu Concierto”, que invitan a los usuarios a interactuar.
- Le parece importante incluir los filtros de búsqueda por ciudad y país, tanto en la sección de “Conciertos” o en el slide donde aparecen los Conciertos Populares en el “Inicio”.
- Para la sección de “Conciertos”, prefiere que se muestre los próximos eventos de forma más dinámica y visual. Además, sugiere dos subsecciones (una mostrando la información como calendario y otra que muestre con más imágenes con otros filtros como festivales, países, artistas, etc.). Para ello, también recomienda realizar focus groups o entrevistas para validar con usuarios reales y conocer sus insights.
- Sobre la paleta de colores, le pareció bien que la opción que fue la más preferida por el público objetivo (la opción 2) tenga también un sustento relacionado con la psicología del color.
- Sugiere que se debe considerar que los 7 colores de la paleta deben combinar armónicamente, considerar contraste y combinaciones sutiles. Además, segmentar los colores principales de la página web y los colores secundarios como elementos en menor medida y sean dinámicos como botones, gráficas, entre otros.
- Recomienda probar los colores azul, naranja o rosado pálido para el fondo.
- Sobre las propuestas de logotipo, prefirió las tres primeras opciones.

- En el caso de la opción 1, le gustó que sea atractiva la combinación de letra recta y un poco curva que lo hace más dinámico. Además, se podría complementar dibujando el ganchito de la letra G, puede ser un poco más legible el “GO!”, y no se confunda con la letra C.
- En el caso de la opción 2, intentar que todo el nombre esté en mayúscula y se vea en versalita (como la opción 3). Debido a que el estilo de la tipografía hace cortes a las letras en mayúscula, ver la posibilidad de pintar encima en las partes que cortan. Por otro lado, que el corte entre las letras tenga el mismo tamaño y esos espacios estén uniformes.
- En el caso de la opción 3, resaltó que le parece bien por tener una tipografía versalita.
- Sobre el isotipo, prefiere el de las tres primeras opciones porque está el pictograma todo relleno de color, lo cual hace más fácil de entender e interpretar. Mientras que las otras opciones se ven cargadas, por lo que los íconos tienen las líneas divisorias entre los dedos, esto implica que tiene más detalle y, por ende, le agrega complejidad.
- Una recomendación adicional es pegar un dedo pulgar a la mano o alargar un poco más el dedo. Considerar mantener el corte entre el dedo y la mano del isotipo si es que se utilizará el logotipo opción 2, ya que tendría coherencia con esa tipografía.
- Sobre las tipografías para títulos, subtítulos y cuerpos de textos, le parecieron buenas opciones y atractivas. En el caso de los cuerpos de textos, recomendó no optar por unas tipografías muy gruesas, por ello prefirió un poco más la primera opción por tener un estilo más fino.
- Si la página web será lanzada y real para la titulación, recomienda utilizar WordPress para diseñar la plataforma. Si en caso fuera solo realizar un prototipo que no es lanzado, recomienda Wix por su practicidad.

## **Anexo 12: Guión de preguntas de la encuesta sobre el logotipo**

Ubicación: <https://forms.gle/mD4RFDuUAtEHF8pY8>

### 1. Logotipo KpopGO!



2. Opción 1 (Color de ícono)



- a. Blanco
- b. Rosado pálido
- c. Amarillo
- d. Otros: \_\_\_\_\_

3. Feedback de logotipo (opción 1):

\_\_\_\_\_

4. Opción 2 (Color de ícono)



- a. Blanco
- b. Rosado pálido
- c. Amarillo
- d. Otros: \_\_\_\_\_

5. Feedback de logotipo (opción 2):

\_\_\_\_\_

6. Opción 3 (Color de ícono)

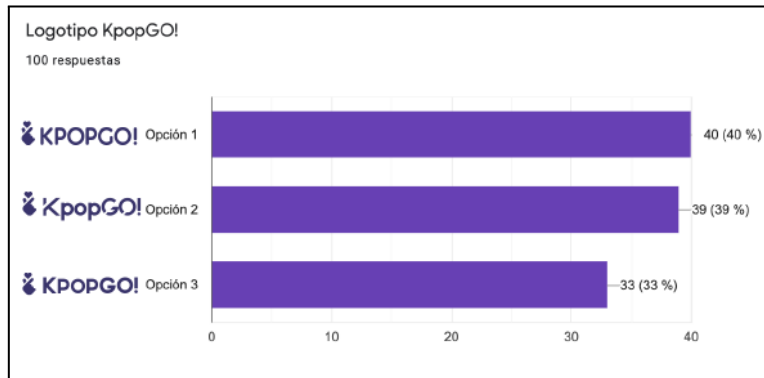


- a. Blanco
- b. Rosado pálido
- c. Amarillo
- d. Otros: \_\_\_\_\_

7. Feedback de logotipo (opción 3):

\_\_\_\_\_

## Anexo 12.1: Respuestas de la encuesta sobre el logotipo



1.

Como resultado, no hubo una diferencia muy grande entre los votos de las tres opciones presentadas como opción múltiple en la encuesta, ya que cada una logró ser seleccionada por el 30% a 40% de encuestados, pero finalmente se obtuvo que la primera opción de KPOPGO!, fue la más preferida entre los encuestados; siendo el 40% que prefirió esta tipografía para el logotipo.

2. Entre las propuestas de tipografía y colores para el logotipo se obtuvieron las siguientes opiniones:

- Se corroboró la elección de color que la mayoría considera el más adecuado para el ícono de este logotipo en específico. En esta ocasión, 37 (44,6%) prefieren que se mantenga en color blanco; mientras que las otras opciones de color para la iconografía eran los otros colores principales, por los cuales votaron 30 (36,1%) por el rosado pálido y 12 (14,5%) por el amarillo.
- Entre las opiniones de este logotipo destacan que les gusta que la letra es legible, usa curvas, lo cual es suave y lo hace amigable y juvenil, les permite entender el concepto y les transmite cercanía y diversión. Sin embargo, hubo varios comentarios sobre probar el uso de minúsculas para que el logotipo no se sienta uniforme y plano.
- Cabe señalar que la segunda opción más preferida fue la segunda opción (39%) consideran que los cortes en el diseño de tipografía tiene más dinamismo y estilo, pero obtuvo mayor cantidad de opiniones negativas porque es una tipografía muy recta, un poco ruda que se puede confundir

y se asocia más al género musical rock y no combina mucho con el ícono.

- Sobre la elección de colores en el ícono del logotipo en todas las tres opciones de logotipo presentadas se obtuvo que la mayoría (más del 40%) opina que es mejor mantenerlo igual que el nombre que está de color blanco, como segunda opción que esté de rosado pálido el ícono (más de 35%) y en menor preferencia en color amarillo (más de 14,5%). Además, mencionaron opciones adicionales de colores para la iconografía como lila, rojo, negro, azul y celeste.

### **Anexo 13: Validación con expertos #3**

**Eduardo Ojeda - profesor de diseño de interfaces web de la Universidad de Lima**

**Fecha: 5 de noviembre del 2021**

En ese entonces, el diseño del sitio web presentado al experto solo tenía el *look and feel* inicial y elementos básicos debido a que hubo limitaciones con la plantilla elegida en WordPress; por lo tanto, se obtuvieron los siguientes comentarios y sugerencias:

- Recomienda descargar plug-ins que permitan mayor flexibilidad y puedan reemplazar a los sliders que originalmente otorga la plantilla adquirida.
- Además, sugiere que en estos otros plug-ins se obtenga la posibilidad de cambiar colores a elementos específicos. Sin embargo, teniendo en cuenta que estos tipos de *plug-ins* no llegan a ser tan eficientes, por lo que en algunas ocasiones también cambian otros colores en la plantilla.
- Ante el problema de no poder colocar enlaces externos como hipervínculos en las imágenes de los afiches de conciertos y en otros elementos, sugirió probar este plug-in llamado Image Links: <https://wordpress.org/plugins/imagelinks-interactive-image-builder-lite/>
- Cabe mencionar que también recomendó considerar plug-ins que tengan varios reviews y recomendaciones de otros usuarios.

## **Anexo 14: Validación con expertos #4**

**Mario Acuña - profesor de diseño de la Universidad de Lima**

**Fecha: 23 de noviembre del 2021**

Para esta validación, se logró implementar diversos plug-ins que se adaptaron mejor a las funcionalidades propuestas en el proyecto y con ello se presentó un diseño más avanzado del sitio web. En este caso, el experto opinó y recomendó lo siguiente:

- Sobre la sección Home:
  - Le gustó la fotografía de la cabecera y el texto descriptivo que explica el concepto de la plataforma. Sin embargo, mencionó la falta de contraste entre ambos; por lo tanto, considera conveniente colocar un filtro oscuro en la imagen, como especie de capa, para resaltar el texto y este fondo se muestre en un segundo plano. Adicionalmente, la posibilidad de seleccionar más imágenes para la cabecera y se muestra también como *slides*.
  - La parte de Eventos Populares y Próximos Eventos le parece que sí funcionan bien en cuanto a distribución de dos columnas, diseño y tamaño de los elementos.
  - Lo de Artistas Populares se deberá agregar más imágenes (perfiles de artistas) para que funcione el *slider*.
  - El siguiente bloque, que incluye Spotify, Twitter y Entradas de blog en tres columnas, sugiere dividirlo porque se percibe de forma muy saturada y deberían comunicar en conjunto algo específico. En este bloque recomienda elegir uno de ellos, el más relevante como el de Entradas del blog, que se enfoca en un elemento interno de la plataforma, mientras que Spotify y Twitter son más externos.
  - Además, en un siguiente bloque podría estar las otras plataformas externas como las playlists de Spotify o Twitter. No obstante, en el Home suele haber más un resumen de lo que se encuentra en la plataforma
- En caso se opte por utilizar más elementos multimedia externos de otras plataformas como serie de videos en Vimeo y Youtube, las playlists de Spotify,

entre otros; tener en cuenta la creación de una nueva sección adicional relacionada con multimedia y mostrarlos de una forma más temática.

### **Anexo 15: Guión de preguntas de la encuesta sobre el nuevo logotipo**

Ubicación: <https://forms.gle/S5itQzxTKjWK9Wwb9>

#### **Sección 1 de 3**

1. Edad
  - a. 15 a 18 años
  - b. 19 a 22 años
  - c. 23 a 26 años
  - d. 27 a 30 años
2. Sexo
  - a. Hombre
  - b. Mujer
  - c. Prefiero no decirlo

#### **Ícono / Imagotipo**



3. ¿Qué entiendes al ver este ícono / imagotipo?

#### **Sección 2 de 3**

Este es el logotipo de un nuevo emprendimiento y nos gustaría saber el rubro a la que crees que pertenece.



4. ¿Con qué rubro relacionas la marca?
- Restaurante de comida coreana
  - Karaoke
  - Tienda de juguetes
  - Cafetería
  - Red social
  - Página web
  - Videojuego
  - Escape room

### Sección 3 de 3

El logotipo es para una página web, una plataforma virtual que:

- Informa de conciertos de K-pop que se realizan en Latinoamérica
- Crea un espacio de comunidad e interacción a través del foro
- Comparte artículos propios con temáticas relacionadas con el género musical.

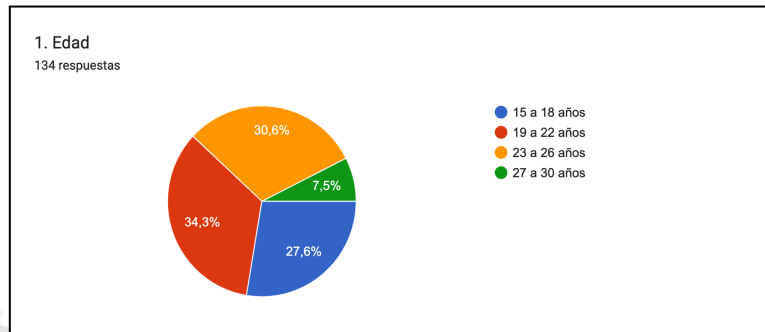
### Logotipo



5. Del 1 al 10, qué tanto se relaciona el logotipo con las siguientes afirmaciones. Siendo 1 si consideran poca relación y 10 si consideran que sí se relaciona con la marca.
- ¿Se relaciona con el propósito de la marca?
  - ¿Qué tan confiable es la marca?
  - ¿Qué tan divertido es la marca?

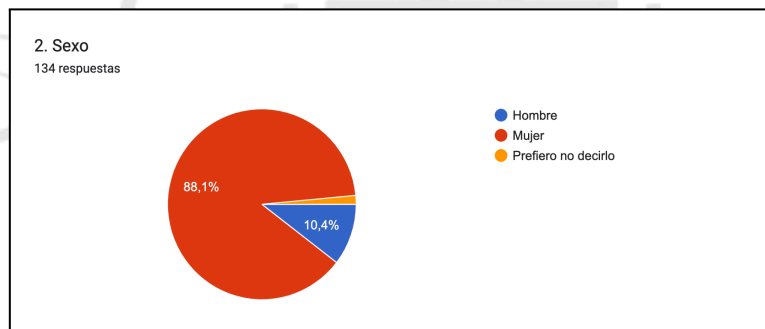
- d. ¿Qué tan alegre es la marca?
- e. ¿Qué tan energética es la marca?
- f. ¿Qué tan dinámico es el logotipo?
- g. ¿Qué tan relacionado está con la cultura musical coreana?

### Anexo 15.1: Respuestas de la encuesta sobre el nuevo logotipo



1.

Se obtuvieron respuestas de jóvenes de la generación Z. El 34,3% de respuestas fue entre 19 a 22 años, seguido de 23 a 26 años.



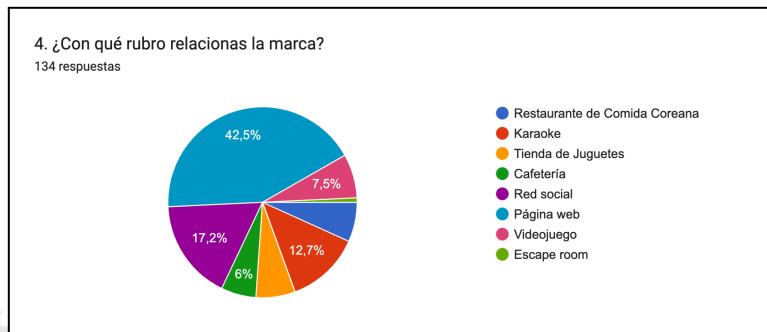
2.

Predominaron las respuestas del género femenino en un 88,1%. No obstante, se obtuvieron respuestas del género masculino en un 10,4%.

3. Entre las respuestas más repetidas y destacadas en cuestión a solo el símbolo de la marca gráfica, se obtuvo los siguientes resultados:

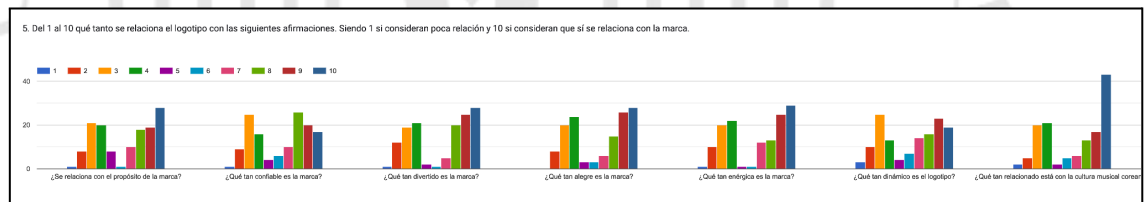
- Corazón
- Amor
- Aprecio
- Asociada a la cultura coreana
- Representa un corazón hecho con los dedos

- Símbolo que se usa en Corea para expresar amor
- Se relaciona con el K-pop
- Unión
- Amistad
- Carta de amor
- Buzón para guardar corazones



4.

El mayor porcentaje de 42,5% de encuestados relaciona el isotipo como una página web. Seguido del 17,2% que asocia una red social y el 12,7% a un karaoke.



5.

- 28 personas sí relacionan el logotipo con el propósito de la marca, pero existen 20 y 21 personas que solo lo relaciona en un puntaje de 3-4 de 10.
- 26 personas consideran a la marca confiable con un puntaje de 8/10. No obstante, también predomina el puntaje 3/10 de 25 personas.
- Entre 28 a 29 encuestados consideran a la marca divertida, alegre y energética con un puntaje máximo de 9 y 10 de 10. Sin embargo, existen entre 19 a 24 personas que solo lo consideran en un puntaje de 3 a 4 de 10.
- Considerando lo dinámico del logotipo, destaca más el puntaje de 3 de 10 con 25 respuestas; seguido del puntaje 9 de 10 con 23 respuestas.

- La pregunta asociada a la relación del logotipo con la cultura musical coreana obtuvo mayor cantidad de respuestas en el puntaje 10; siendo elegido por 43 personas que sí lo consideran acorde.

El *target* sí asocia el logotipo a la cultura musical coreana, uno de los principales ejes de la plataforma web, y lo considera acorde al propósito de la marca. Esto implica que el logotipo es atractivo para el público objetivo. Sin embargo, sólo aproximadamente la quinta parte de encuestados opina que el logotipo refleja la personalidad de la marca; destacando los aspectos de enérgica, alegre y divertida con mayores puntajes, mientras que los aspectos de confianza y dinamismo obtuvieron menores puntajes. Por lo tanto, se debe reforzar la percepción de la identidad y personalidad a través de la marca gráfica, pero también en toda la estructura visual y contenidos de la página web.

#### **Anexo 16: Guión de preguntas del Test de Usuario 2022**

##### **A) Aspectos Generales**

1. En los primeros 5 segundos dentro de la página inicial, ¿de qué cree que se trata el sitio/en qué consiste?
2. ¿A qué tipo de audiencia cree que está dirigido el sitio? ¿Por qué?
3. ¿Tiene una URL correcta, clara y fácil de recordar?

##### **B) Identidad**

4. ¿Se muestra claramente la identidad del sitio a través de todas las páginas? (logotipo, colores, etc.).
5. El logotipo, ¿es significativo, identificable y suficientemente visible?
6. El slogan o tagline del Inicio, ¿describe de manera clara el tema-marca que se ofrece en la web?

##### **C) Diseño y gráfica web**

7. ¿El diseño del sitio (look&feel) es coherente?
8. ¿Existe una sobresaturación de elementos en la página web?

9. ¿Considera que gráficamente el sitio está equilibrado? ¿Por qué?
10. ¿Le pareció adecuada la forma en que se muestran las imágenes en el sitio web?  
¿Son nítidas?

#### **D) Contenidos**

11. ¿Le parece adecuada la selección de contenidos destacados en la página de Inicio?
12. ¿El sitio web habla el mismo lenguaje que sus usuarios?

#### **E) Navegación**

13. ¿Los nombres usados en el menú son suficientemente descriptivos para orientar sobre lo que se ofrece en las subcategorías hacia las cuales se redirigen?

### **Anexo 16.1: Respuestas del Test de Usuario #1**

**Nicole Higa, 24 años, psicóloga**

**Fecha: 1 de junio del 2022**

- Entiende que al indicar ‘Eventos’ abarca no solo conciertos, sino también las películas que a veces proyectan en los cines.
- Sugiere que el URL esté más corto con la opción de ser kpopgola.com
- Las tipografías se leen, tienen buen contraste y se ven simples.
- El texto descriptivo en la página de inicio es entendible y no lo cambiaría.
- Sugiere colocar eventos dentro del calendario para visualizar los ejemplos.
- El bloque inferior para agregar un comentario aparece incompleto.
- En la sección de Foro se imaginaba como una red social como Twitter o Reddit.
- Cambiar la interfaz del Foro con un diseño más amigable y minimalista como las otras secciones de la web.
- Los artículos en el Blog prefieren que se abran en la misma pestaña de navegador, o que al seleccionar ‘Leer más’ se extienda el texto.
- No se comprende el botón de inicio de sesión.
- Sugiere que la opción de inicio de sesión guarde los datos de los usuarios para también suscribirse a los eventos que se informan en la web, adicional a su

función principal de conectar usuarios en el Foro.

## **Anexo 16.2: Respuestas del Test de Usuario #2**

**Midori Vega, 24 años, psicóloga**

**Fecha: 1 de junio del 2022**

- Le parece adecuado que el URL sea corto, ya que lo hace fácil de buscar.
- De forma general, se entiende que la página web es sobre los eventos, pero también ayuda a informar sobre los artistas o información desde el concepto de la experiencia y la industria de la música.
- Valora que se reúna la información detallada y en resumen sobre los eventos, especialmente sobre los precios y beneficios.
- El calendario le parece ordenado, más visual y sencillo.
- Los filtros en el calendario le parecen importantes.
- Considera importante la creación de comunidad en la sección del foro para que los usuarios compartan sus experiencias con personas con los mismos intereses por el K-pop.
- El formato de los textos y los colores gris o negro en el cuerpo de texto y colores llamativos en los subtítulos en los artículos del Blog le parece adecuado; es sencillo, simple y fácil de leer.
- Le gustan los botones de compartir en redes sociales los artículos del blog.
- Le agrada la idea de colocar las imágenes de los pósters.
- No se visualizan rápidamente los nombres de los artistas en la página de Inicio.
- Sugiere colocar emojis como acompañamiento en los nombres del menú principal.
- En general, le gusta la propuesta de tener información oficial de los eventos en un solo espacio y la estructura de la página web.
- La sección de Calendario es su favorita por ser más organizada.
- Recomienda que otros usuarios también puedan redactar artículos y compartir información en la sección Blog.
- La paleta de colores le parece llamativa y vistosamente agradable.

### **Anexo 16.3: Respuestas del Test de Usuario #3**

**Aimi Akiyama, 26 años, diseñadora gráfica**

**Fecha: 2 de junio del 2022**

- Al visualizar la página web por 5 segundos, percibe que se trata de un foro sobre eventos relacionados con K-pop, pero no termina de comprender si también se venden las entradas o solo se comparte información.
- La sección del blog observa que son artículos relacionados con noticias relevantes del tema, le gusta la idea de poder redactar contenidos propios.
- Le parece interesante que la sección de foro esté dentro de este tipo de página web porque tiene mayor enfoque sobre los conciertos y las personas pueden tener bastantes dudas o experiencias para compartir, pero no se encuentra el sitio adecuado para poder conversar con personas que les interesa el mismo evento.
- La sección de Próximos Eventos considera redundante las subsecciones Eventos y Calendario, por lo que es lo mismo, pero en diferentes vistas; recomienda integrarlos.
- Le parece interesante la búsqueda por localización en el calendario.
- Considera adecuado que se coloquen las mismas imágenes compartidas por los productores u organizadores de eventos, pero sugiere otra posibilidad de también crear diseños propios de los eventos.
- Sugiere incluir más información sobre los organizadores de los eventos, ya que considera que a los fans les interesa conocer más detalles y tener confianza con los eventos que organizan las empresas.
- Las secciones del menú consideran que tiene nombres directos y correctos.

### **Anexo 16.4: Respuestas del Test de Usuario #4**

**Maria Fe Jimenez, 24 años, psicóloga**

**Fecha: 2 de junio del 2022**

- Le parece atractivo el banner y los pósters de los conciertos en la sección de Inicio. A su vez, sugiere que al hacer clic en los posters se redirija a mayor información del evento y que estén mencionados los nombres de los pósters.

- Considera interesante las noticias de Últimas Novedades en la sección del Inicio y opina que también se puede colocar como una noticia información de cuánto invierten las empresas en los eventos.
- Le gusta la sección de Calendario y la selección de diferentes colores según tipos de evento (conciertos, fanmeetings, etc.).
- Sugiere la posibilidad de agregar las categorías de eventos como subsecciones en el menú de Próximos Eventos.
- La información de los organizadores de eventos no se considera interesante como filtro para los fans, sino para las empresas o la industria.
- Prefiere que los subtítulos de los bloques estén todos con letras mayúsculas.
- Considera importante que se pueda visualizar la página web en formato celular, por lo que ya no suele revisar información desde su computadora o laptop.

#### **Anexo 16.5: Respuestas del Test de Usuario #5**

**Maria Fernanda Navarrete, 24 años, administradora**

**Fecha: 3 de junio del 2022**

- Considera que la página web no solo es para fans de grupos de K-pop, sino también para personas cercanas al lugar donde se realiza el evento.
- La URL de la página es fácil de recordar y de asociar con Latinoamérica, por lo que está abreviado y mencionado en el nombre.
- Le parece interesante y útil las barras de búsqueda en la sección de Inicio y filtros de búsqueda.
- Le gusta que la sección del Blog contenga noticias relevantes a otros temas de K-pop, no solamente sobre los nuevos conciertos sino de temas relacionados.
- Sugiere que exista diferenciación entre los eventos pasados o caducados con los eventos actuales.
- Propone que exista una sección de Contáctanos o Sobre Nosotros para informar si tiene un propósito con o sin fines de lucro. Además, para recibir feedback de los usuarios.
- Visualiza coherente los colores y tipografía en todas las secciones, pero sugiere que el menú tenga una tipografía más suave acorde al público objetivo y los colores de los subtítulos tengan mayor variedad de colores para más diferenciación.

- Esperaba encontrar en la sección de Blog artículos relacionados con experiencia de los fans, crónicas de los conciertos o información de las actividades que organizan los clubs de fans del K-pop.
- Sugiere agregar íconos, acompañando a los textos de los nombres del menú.
- Le gusta que se muestre imágenes de los pósters de los eventos y artistas, considera adecuado cómo se muestra lo mencionado en el Inicio.

## **Anexo 16.6: Validación con expertos #1**

**Mario Acuña - profesor de diseño de la Universidad de Lima**

**Fecha: 2 de junio del 2022**

- En el Inicio, fijar que en el bloque de Últimas Novedades todos los títulos tengan la misma cantidad de líneas, entre 2 o 3 líneas, para que los textos estén alineados.
- En el pie de página:
  - Sugiere retirar el logotipo.
  - Usar un tamaño de letra más pequeño para que no compita con el tamaño de letra de la cabecera.
  - El texto descriptivo que no esté tan cerca del menú, sino más bien que tenga un espacio entre ambos bloques.
  - Añade en la parte inferior, con un tamaño de letra más pequeño, sobre los derechos de autor de la web. Por ejemplo, “Todos los derechos reservados de kpopgolatam.com”.
  - Recomienda ver la posibilidad de agregar un formulario de contacto en el pie de página o en una nueva sección de menú.
  - Agregar botones que dirigen a las redes sociales de KPOPGO!
- En los contenidos e información dentro de los eventos:
  - Reducir el tamaño del *flyer* o imagen, como guía sugiere que esté dentro del tamaño del cuadro de la derecha que incluye información de la fecha y localización del evento.
  - Evitar que el *flyer* o imagen esté pixelado.
  - Revisar que exista una misma alineación para los textos, ya sea todo a la derecha o centrado.

- En la sección del Foro, sugiere que sí exista un filtro entre los usuarios que interactúan en la plataforma; propone que si deben iniciar sesión para realizar comentarios y monitorear si realmente funciona esta sección o eliminarlo.
- En la sección del blog plantea relevante el uso de etiquetas.

## **Anexo 16.7: Validación con expertos #2**

**Martín Ríos - profesor de codificación web en Toulouse Lautrec**

**Fecha: 7 de junio del 2022**

- En la sección de Inicio:
  - Recomienda que las imágenes de los pósters deben mencionar los detalles en un *pop up* o redirigir a una nueva pestaña; para obtener la información con una misma línea gráfica de la página web.
  - En la barra de búsqueda le surgió la duda si los usuarios saben que deben apretar la tecla enter para terminar de realizar la búsqueda. En tal caso, sugiere agregar un botón de Enviar. Adicionalmente, si no existe información de algo específico dentro de la plataforma, se debe informar y dar *feedback* a los usuarios con un mensaje o mostrar otras alternativas como las de “lo sentimos...” o “tal vez te pueda interesar...” que aparecen en los buscadores.
  - En las imágenes de los Artistas Populares también desea mayor información con textos para conocer por qué son populares, un poco más de su biografía, discografía, presentaciones y más.
  - Considera importante incluir más información dentro de la plataforma para posicionarse en los motores de búsqueda.
  - Sugiere que el bloque de Eventos Populares se reemplace por los Próximos Eventos, por lo que para seleccionar qué eventos se consideran populares se necesitan estadísticas de la cantidad de audiencia, venta de *tickets* vendidos, mayor número de visitas en el evento dentro de la web o mayor número de valoraciones positivas para ser considerado un evento popular; por ende suelen ser eventos pasados.
  - El subtítulo de Últimas Novedades le suena raro y optaría por solo colocarlo como Novedades.

- Procurar una distancia adecuada y uniformada en la parte superior e inferior de los subtítulos Eventos Populares y Artistas Populares.
- En la sección de Blog:
  - Le parece adecuada la opción de dejar comentarios y compartir en redes sociales los artículos.
  - No considera útil el botón de compartir en LinkedIn, por lo que es una red social de trabajo.
- En la sección de Próximos Eventos y los contenidos dentro del evento:
  - No se detecta fácilmente si el enlace está incluido dentro del texto de la página web; sugiere agregar *call to action*, una variante como un tipo de botón que indique “Comprar” o “Comprar Entradas” para ir a la página web de compra.
  - Dentro de los textos también incluir un párrafo explícito que indique que las entradas están a la venta en otras plataformas.
  - Consideraría interesante que el bloque derecho con información de la fecha, entradas y localización se mantenga fijo al hacer *scroll* dentro del evento.
  - Procurar mantener de forma permanente los botones de compartir en redes sociales.
  - Sugiere la posibilidad de añadir las redes sociales de los artistas.
- En la sección de Foro:
  - Probar con el público objetivo la funcionalidad del foro.
  - Los colores y el tamaño de la letra deben ir acorde con el estilo de la página web.

### **Anexo 16.8: Validación con expertos #3**

**Kevin Ganaja - diseñador web, especialista en tiendas virtuales**

**Fecha: 7 de junio del 2022**

- En la sección de Inicio:
  - Debe estar planteada la propuesta de valor de forma clara; le parece correcto el texto descriptivo y la barra de búsqueda.

- Sugiere colocar textos de apoyo como “Somos la plataforma #1 en Latinoamérica para encontrar los eventos más cercanos a ti”. A veces suelen colocar textos destacados para convencer más a las personas y comunicar valor rápido.
- No le convence de que el bloque de Eventos Populares solo contiene un *slider* con los pósters de los eventos y prefiere que se incluyan metadatos para informar detalles del evento. Además, mencionó que los pósters al tener distintas gráficas, hacen que sea menos rápida su lectura.
- En el bloque de Artistas Populares, también sugiere textos visibles para describir las imágenes.
- Recomienda no abusar de los carruseles.
- Sugiere colocar un botón de Ver todos los eventos, que redirige a las otras secciones de la web.
- Propone colocar contrastes, ya sea con elementos o en el fondo, por lo que es más atractivo para la vista al hacer *scroll* entre bloques o secciones.
- Adicionalmente, añadir paginación en la parte inferior.
- Optaría a que el *widget* de la subsección de Eventos se coloque en la sección de Inicio.
- En la sección de Blog:
  - Sugiere complementar esta sección con filtros de las categorías de los artículos.
  - Le parece que tiene un diseño limpio.
  - Prefiere que la imagen principal del artículo debe tener la misma alineación que el cuerpo de texto.
  - La tipografía para los títulos y cuerpo de texto le parece adecuada y legible.
  - Recomienda contactar a otras páginas web para generar *backlinks*.
- En la sección de Calendario:
  - Propone colocar breves instrucciones a los usuarios sobre el uso de la búsqueda por filtros.
- En la sección de Foro:
  - Tiene los elementos básicos.

## Anexo 16.9: Validación con expertos #4

**Eduardo Ojeda - profesor de diseño de interfaces web de la Universidad de Lima**

**Fecha: 10 de junio del 2022**

- En la sección de Inicio:
  - Las imágenes de los Artistas Populares deben tener una leyenda, para que a simple vista conozcan a los artistas sin necesidad de que se muestren sus nombres como *hover*.
  - Está de acuerdo en que es difícil de medir el nivel de popularidad para definir qué eventos o artistas son populares
- En la sección de Blog:
  - Utilizar más opciones de formatos como citas para colocarlo en cursiva, negritas para destacar lo más importante; de esta forma, dar dinamismo a los cuerpos de texto.
  - Le gusta esta sección, pero recalca tener cuidado con los extractos, sugiere crear extractos personalizados para que no se corte el párrafo.
- En la sección de Próximos Eventos y contenidos dentro de los eventos:
  - Sugiere que por *default* se muestran los afiches de eventos (la vista de Eventos), ya que visualmente le llama mucho más la atención.
  - Presentar el *call to action* visual con un botón de “Comprar” o “Comprar aquí” debajo de los precios o al final de todos los contenidos para consumir la información.
  - Sugiere que las imágenes estén centradas y justificadas para una vista más ordenada.
  - La subsección de Calendario le parece interesante que contiene los filtros de visualización mensual y sus variantes.
- En la sección de Foro:
  - Añadir diversas temáticas de división como los fanmeetings, conciertos, historias personales, entre otros.
  - Colocar más hilos o temas para disfrutar más de su funcionalidad.
- En el pie de página:

- Es necesario un bloque para colocar información sobre la página web, un *About Us* o sección de Contacto o Quiénes Somos. Es una buena oportunidad para que otros fans o empresas puedan dar *feedback* y conocer a las personas que están detrás de KPOPGO!
- En general es una página web limpia, además de todos los puntos mencionados.

## **Anexo 17: Guión de preguntas del Test de Usuario 2025**

### **A) Aspectos Generales**

1. En los primeros segundos dentro de la página de inicio, ¿de qué crees que se trata el sitio/en qué consiste? ¿Por qué?
2. ¿A qué tipo de audiencia cree que está dirigido el sitio? ¿Por qué?

### **B) Identidad**

3. El logotipo, ¿es identificable y suficientemente visible?
4. El slogan o tagline, ¿describe de manera clara el tema-producto-servicio que se ofrece en el site?
5. ¿Se muestra claramente la identidad visual del sitio? (tomando en cuenta logo, colores, tipografía, etc.).

### **C) Diseño y gráfica web**

6. ¿Qué te parece el diseño del sitio (look & feel)?
7. ¿Crees que existe una sobresaturación de elementos en la página que desconcierta al usuario?
8. ¿Consideras que gráficamente el sitio está equilibrado? ¿Por qué?

### **D) Contenidos**

9. ¿Le parece adecuada la selección de contenidos destacados en la página de inicio o considera que se debió destacar otros contenidos? ¿Cuáles?
10. ¿Cree que los contenidos y servicios que se ofrecen en este sitio son de utilidad para el público objetivo? ¿Por qué?

### **E) Navegación**

11. ¿Los nombres usados en el menú son suficientemente descriptivos para orientar sobre lo que se ofrece en las subcategorías/páginas hacia las cuales redirigen?

**F) Conclusión**

12. ¿Qué aspectos te interesaron más o quitarías del sitio?  
13. ¿Tiene otras sugerencias o recomendaciones para el sitio web?

**Anexo 17.1: Respuestas del Test de Usuario #1**

**Maria Fe Jimenez, 27 años, psicóloga**

**Fecha: 20 de febrero del 2025**

- En primera instancia, considera que la página web busca dar información de los eventos y noticias de K-pop, y hacer interactuar a la comunidad.
- El público objetivo sería dirigido a fans de K-pop entre hombres y mujeres, en su mayoría mujeres, de 16 a 27 años a más.
- El logotipo es reconocible al estar en la parte superior y en otra parte en el Inicio, contrasta con los colores. Su eslogan cumple su objetivo de describir la página web.
- En la sección de Inicio:
  - Los Próximos Eventos sugiere que esté ubicado más arriba por ser lo más importante. Además, comenta que está bien hecho y señalado con fecha, nombres y locación.
  - Las columnas de Noticias - Conciertos - Cobertura recomienda que deben estar más separados uno de otros y que deben ubicarse más abajo al ser información extra; a su vez, considera que se debe cambiar el nombre Noticias por Compartir u otro similar.
  - Le gusta que haya un video en tamaño gigante por lo que atrae al ojo.
- En los Artículos:
  - Le parece novedoso agregar publicaciones de las redes sociales oficiales.
  - Le gusta que la información esté específica y que tenga fotos.
- En el Menú:
  - A primera vista no podía entender la diferencia entre Agenda y Calendario, pero al ver el contenido de cada uno le encontró más sentido.

- El menú que está ubicado en el Pie de Página cree que se debe mostrar en un diseño más estético.
- El Foro entiende que es para intercambiar comentarios y de hablar de cualquier tema.
- Lo que más le gustó fue el Calendario al ser útil para las personas que viajan y desean saber qué eventos ocurrirán en esas fechas de viaje y el Foro para que las personas puedan hacer grupos para ir a los conciertos y dejar comentarios.

## **Anexo 17.2: Respuestas del Test de Usuario #2**

**Nicole Higa, 27 años, psicóloga**

**Fecha: 23 de febrero del 2025**

- En primera instancia, lograr leer el eslogan, supone que se ha marcado gigante como *highlight* un evento que viene pronto y que las columnas de Noticias - Conciertos - Cobertura eran textos *random* de izquierda a derecha, pero luego leyó los títulos.
- El público objetivo sería kpopers, jóvenes de la generación Z y un poco para *millennials*.
- El logotipo le parece bonito que está en todos lados y le gusta el diseño del ícono de la mano de corazón coreano. Asimismo, el eslogan es bien claro.
- En la sección de Inicio:
  - Los Próximos Eventos es el quinto contenido que ve y siente que tendría más sentido que esté más arriba porque tiene información útil y relevante.
  - La Data de conciertos K-pop no está muy especificado y cuestiona si se refiere a +100 conciertos K-pop registrados en la página web o si es data del año 2024.
  - Los Videos solo observa uno que se va reproduciendo automáticamente y no le da puede dar clic; no considera necesario colocarlo.
  - Las columnas de Noticias - Concierto - Cobertura cree que es útil la información pero más como contenido de ocio.
  - El banner de Palabras Claves le colocaría al lado una flecha que dirige hacia arriba de la página web.

- Recomienda colocar un mapa de Latinoamérica donde te indique que hay próximos eventos en tu país o un buscador inicial que te dice qué ciudades deseas ver.
- A veces le hace ruido que todos los textos están en mayúsculas y otros textos en minúsculas con primeras letras en mayúsculas.
- En los contenidos e información dentro del Evento:
  - El título del evento al tener 6 líneas le parece largo de leer e indica que usualmente son de 2 a 3 líneas.
  - La ubicación lo colocaría de manera distinta y no necesariamente en el nombre del evento.
- En el Menú:
  - A simple vista, al leer los nombres, no ve la diferencia entre Agenda y Calendario y le parece confuso; sugiere una forma de verlo en el mismo lugar por dar la misma información en diferente vista.
  - El menú que está ubicado en el Pie de Página cree que debe tener una sangría más pronunciada.
- En la sección de Calendario sugiere que sería mejor poder elegir por ciudad.
- En la sección de Blog entiende que son notas que uno o alguien más publica.
- En la sección de Foro observa que es para que alguien participe.
- La sección Conócenos es como un *About Us* e indica que el display es usualmente usado para que te dirija a algún lado, pero en este caso, está anexado todo a un solo lugar.
- Le parece que la página web, dentro de todo, está bien armada y se entiende que es algo que uno ha hecho porque nos hubiera gustado que existiera. Además, resalta que también es para un público objetivo de personas que tienen un viaje planeado y desean investigar si hay un evento anunciado.

### **Anexo 17.3: Respuestas del Test de Usuario #3**

**Midori Vega, 27 años, psicóloga**

**Fecha: 23 de febrero del 2025**

- En primera instancia, se observa que es una página web donde puede encontrar distintos eventos relacionados con el mundo del K-pop que está pasando en Latinoamérica y más que todo para ver algunas fechas que van a haber en el año relacionados con el tema musical coreano. Además, ve que hay noticias y coberturas para crear comunidad.
- El público objetivo sería gente fanática del K-pop, que consume contenido relacionado con la cultura coreana como K-dramas o en general algún tipo de contenido de personas o *influencers* que crean contenidos de Corea.
- El logotipo es bastante atractivo y lo primero que resalta al lado izquierdo apenas ingresa a la página web, el símbolo de corazón coreano lo hace muy identificable y es una buena forma de representar lo que se trata. Asimismo, el eslogan resume bien la información que encontrará en este espacio.
- En la sección de Inicio:
  - Considera que aparece lo más relevante y que también tiene la opción de acceder a esta información desde otros lados de la página web. Sin embargo, cree que hay bastantes cosas, no sabe si sería un punto a favor o en contra, pero personalmente no le disgusta.
  - Siente que en la parte de arriba el foco principal es el evento que está pasando ahora.
  - El cambio que recomienda es en el orden de los contenidos, manteniendo el titular relevante y luego sugiere los Próximos Eventos porque el portal web trata más de fechas y eventos; le gustaría tenerlo como segundo contenido a visualizar.
  - La columna de Noticias - Conciertos - Cobertura considera que es algo más informativo y lo alternaría en orden como tercera opción.
  - El video te detiene la vista para revisarlo y se ve lindo, pero personalmente lo quitaría porque puede hacer ruido a la página web o colocaría en otro lado, por ejemplo en alguna sección más de comunidad.
- En los Artículos:
  - Le gusta la forma en cómo está redactado con una introducción que explica quién es el actor, sus novelas más conocidas con un resumen pequeño y el evento que viene relacionado con él.

- Le atrae que es artículo visual con publicación de Instagram, videos de trailers y una publicación de la productora; al hacer clic le lleva a la información del evento con conteo, precios, etc.
- En el Menú:
  - Los Eventos entiende que Agenda y Calendario es la forma en cómo visualizarlos, pero considera que le cambiaría el nombre de Agenda por Lista y no sabría si es que este es indispensable o es funcional manejar ambos. Personalmente, le ayuda la vista Calendario, pero comprende que hay personas que les gusta verlo de la otra forma.
  - El Explorar cree que funciona más si es titulado Comunidad, por lo que tiene dentro el Blog que es de interés y el Foro para interactuar; siente que se debe promover más la interacción.
  - Conócenos, reconoce que habla un poco más de qué trata la página web, aunque considera que podría estar después del Inicio por ser una forma de saber más rápido de qué trata.
- Recomienda que para crear comunidad se podría colocar los TikToks de fans o trends más virales de los grupos K-pop.
- En conclusión, siente que es una página web que tiene muy en claro lo que busca ofrecer en información y eventos, a su vez, le gusta que haya una noticia principal que es sobre lo que está ocurriendo ahora y al dar clic se conecta de lleno al evento.

#### **Anexo 17.4: Respuestas del Test de Usuario #4**

**Maria Fernanda Navarrete, 27 años, administradora**

**Fecha: 23 de febrero del 2025**

- En primera instancia, informa que el público objetivo sería personas que les encanta el K-pop y quieren saber un poco más de los conciertos y eventos que están pasando.
- El logotipo lo ve suficientemente visible a primera vista, reforzando al colocarlo más abajo hace que sea reconocible. Además, considera importante que las páginas web digan lo que son; pero también reconoce por el titular que debe estar asociado a eventos en Latam.

- Sobre la identidad visual:
  - La tipografía debería ser la misma del Menú y tener una consistencia si es que el logotipo está en negrita.
  - Los colores están bonitos y llamativos, va de acuerdo al tema y también se emplea para los títulos.
  - Le gusta que el dinamismo de colores no se vea sobrecargado al utilizar el morado, blanco y el tono similar que es lavanda.
- En la sección de Inicio:
  - A primera vista, le falta más dinamismo y se ve un poco vacío por lo que usualmente me gusta ver mucho. Por ello, recomienda que le gustaría ver un panel o banner que va corriendo para llamar más la atención.
  - Sugiere que las Noticias sea más dinámico y que los Videos estén más arriba, pero en el caso de colocar un banner no movería el video para no saturar de demasiado movimiento.
  - Le gusta la cantidad de información que se está mostrando porque va al punto, es simple y cómodo de navegar. Además, le parece que está bien la data, especialmente en la parte del Calendario al ser importante para todo lo que es eventos.
  - Le parece interesante saber lo que opina la gente y tener opción de comentarios; una recomendación por agregar es un *chatbox* para tener un lugar donde las personas puedan hablar y generar emoción por los eventos que hay.
- En los Artículos:
  - Opina que se ve un poco vacío en los lados.
  - Le gustan los videos, la mención de las fechas confirmadas del evento y que tenga contenido conectado a Instagram.
  - Sugiere colocar los videos debajo del texto debido a que a veces los videos no cargan y por ende uno lee de frente el párrafo.
  - Añadiría una tabulación para no hacer *scroll down* y poder llegar a la información con un clic desde arriba del artículo.
- En el Menú:
  - Un cambio que sugiere es una iconografía de una casa en reemplazo a la palabra Inicio.

- A Explorar le colocaría Comunidad, para generar mayor conectividad.
- Lo que más le gustó fue el Calendario por lo que es difícil encontrar un lugar que te organice los eventos que tú quieres y poder verlo de manera visual te ayuda a organizarte. Adicionalmente, le parece una mina de oro poder ver los precios de *tickets*, publicaciones de Instagram, saber cuántos días faltan y más.
- Sin embargo, le gustaría también que sea más fácil de encontrar la información de los eventos.

### **Anexo 17.5: Respuestas del Test de Usuario #5**

**Emiri Hosono, 28 años, negocios internacionales**

**Fecha: 23 de febrero del 2025**

- En primera instancia, por los títulos observa que es sobre eventos K-pop y hay noticias relacionadas con estos conciertos.
- El público objetivo sería grupo de fans de K-pop en Latinoamérica, de habla hispana, entre 15 hasta 30 años; para generación de jóvenes más que público adulto.
- El logotipo es bastante visible, fácil de leer, con estilo pop y puede identificar que es sobre K-pop. Además, puede leer en el eslogan que es sobre eventos, pero la tipografía debería ser más redonda para combinar con la tipografía del logotipo.
- En la sección de Inicio:
  - Le gusta que en la página web hay otras cosas más como noticias, videos y agenda. Sin embargo, hubiera preferido que aparezca primero el *pop up* de un Evento antes que Noticias porque es una página de Eventos.
  - El Video le tarda un poco en cargar y/o la definición se ve baja, y el tamaño no está adaptado para móvil.
  - Le gusta que haya otros datos y artículos porque incita a las personas a navegar en la página web, aparte de buscar Eventos, y permite interactuar.
  - Sugiere colocar eventos pasados para mencionar que así se llevaron los anteriores y animar a esperar los próximos; considerando que puede

haber personas principiantes que no saben y se le recomiende cómo son los eventos o artistas.

- En general, le gustaría un poco más de orden en la versión móvil para saber qué está presionando.
- En los contenidos e información dentro del Evento:
  - Desea agregar un *slider* de fotos para que vean cómo se ve un evento y no tenga mucho texto, sino combinar más imagen con texto.
- En los Artículos:
  - Considera que las Noticias y Quiz no están muy relacionadas con la página web.
  - Destaca que la gente que sigue el K-pop también sigue los K-dramas y todo lo relacionado con lo coreano; por ende cree que estos temas están bien.
  - Le gusta que se coloque quién es el artista, por si no lo conoces, y videos de sus roles con sinopsis concisa para no leer mucho tiempo un artículo.
  - Le parece importante que en el título se entienda de que se presenta un artículo porque hay un fanmeeting o evento del artista.
  - Le gustaría más artículos de festivales en Corea en el país, mencionando que existe un evento grande allá y que llegará a nuestro país, para atraer a las personas.
- En el Menú:
  - En la versión móvil es confuso la estructura.
  - Se debería agrupar de la misma manera; si en el Inicio se encuentran las columnas de Noticias - Conciertos - Cobertura, también se debe colocar así en el Menú.
- Lo que le gustó más es que está la información completa y que hay varios artículos relacionados con el K-pop; a su vez, que el flyer del evento tenga la información de fecha y no solo una imagen del grupo.
- Recalca que faltaría pulir y hacer más amigable el formato móvil por lo que uno agarra más el celular para revisar páginas web.

## **Anexo 17.6: Respuestas del Test de Usuario #6**

**Aimi Akiyama, 29 años, diseñadora gráfica**

**Fecha: 24 de febrero del 2025**

- En primera instancia, es claro desde arriba que son eventos de K-pop en Latam.
- El público objetivo serían jóvenes desde secundaria hasta 25 años.
- El logotipo lo ve visible y relevante, con un ícono que es fácil de identificar dentro de la comunidad K-pop; aunque el logotipo en sí es super amplio, el eslogan ayuda a cerrar la idea y se entiende a qué va.
- Sobre la identidad visual:
  - Le gustan los colores, pero siente que es un poco básico, siente que podría haber colores adicionales más presentes como el amarillo del Menú y hacerlo notar un poco más.
  - Recomienda que podría haber más iconografía.
  - Sugiere que podría ayudar que haya un cambio en el fondo para que pueda notarse más un artículo con los otros artículos; para que sea más clara la diferencia de secciones para llamar la atención. Esto se puede explayar y mejorar jugando con la paleta de colores y fondos.
- En la sección de Inicio:
  - La información es relevante y se debe mejorar el orden, pero no se siente que está saturado. En este caso, considera que se debe mejorar para que sea claro y conciso.
  - Siente que la parte inicial podría ser un poco más claro en diseño porque está bien plano y podría llamar más la atención.
  - Al ser una página web sobre eventos, movería los Próximos Eventos que es más relevante hacia arriba.
  - El Video cree que es un relleno y se ve demasiado grande; este podría ser más pequeño o no le molestaría si se retira. No cree que las personas estén interesadas en ver videos de conciertos dentro de la página web, sino algo más informativo que de ocio.
- En los Artículos:

- Le gusta la inclusión de video, mostrando su carrera artística. Además, el hecho que no tenga puro texto le ayuda a identificar sus proyectos.
- Le parece bueno anexar la información a su evento, pero a primera vista no lo había notado; para llamar más la atención sugiere colocarlo como botones para que se entienda que son clickeables.
- En el Menú:
  - Después de ingresar a cada uno se puede entender la diferencia entre Agenda y Calendario.
  - Explorar como nombre no es muy claro, de repente podría usarse otra palabra para englobar este tipo de contenido.

### **Anexo 17.7: Respuestas del Test de Usuario #7**

**Nicole Higa, 27 años, psicóloga**

**Fecha: 13 de marzo del 2025**

- En la sección de Inicio:
  - Al seleccionar la categoría de eventos, cree que el título está muy pegado a la barra del menú.
  - Le gusta el nuevo orden, la inclusión del *slider*, y le hace sentido que Próximos Eventos esté más pronto porque la idea es que se pueda describir eventos de K-pop en Latam.
  - El banner de Palabras Claves no lleva a nada y no hay funcionalidad, en todo caso, achicar esto porque hay mucho espacio vacío.
  - El Buscador sería bueno que tenga una búsqueda avanzada donde podría haber solo los eventos actuales o futuros, no los eventos pasados, y podría filtrar si quiere que aparezca Cobertura o Eventos. Le parece accesible el que está ubicado en la barra del menú porque el buscador dentro del Calendario hace un *journey* de usuario más largo.
- En los contenidos e información dentro del Evento:
  - Le gusta el botón de ‘añadir a Google Calendar’ y le parece interesante que funcione.
  - Los *tags* en el evento son interesantes.

- En la sección de Calendario:
  - Sería ideal filtrar por países, ciudades y fechas.
- En el Menú:
  - Conócenos le parece raro que esté segundo en la barra cuando suele estar siempre al final, le colocaría Eventos segundo en la barra.
  - En la versión móvil sugiere que haya un botón que te lleva hacia arriba y comenta que usualmente la barra del menú se mantiene arriba mientras uno va haciendo *scroll*.
  - En la versión móvil, la barra de menú también debe poder seleccionarse desde el texto y no solo en las flechas.
  - Las redes sociales del menú que está ubicado en el Pie de Página las dejaría también en color blanco, como los textos.

#### **Anexo 17.8: Respuestas del Test de Usuario #8**

**José Lara, 37 años, diseñador gráfico e ilustrador**

**Fecha: 13 de marzo del 2025**

- En primera instancia, fue informándose mientras miraba la página web y se percató que es de K-pop, pero específicamente no sabía de qué se trataba.
- Al comienzo pensaba que era algo de fanáticos de K-pop, pero en la explicación debajo del logo le queda más claro la misión de la página.
- El público objetivo serían amantes del K-pop en Latinoamérica, imagina que principalmente mujeres, que les gusta escuchar la música y consumir películas o series de la cultura coreana.
- El logotipo le parece bueno, pero cree que para que se luzca más podría tener una animación que marque más el isotipo. Además, considera que el isotipo es la identidad principal, por el gesto del corazón con la mano; y podría tener una versión cuadrada con el isotipo abajo y con una animación que se acomode en la parte de arriba. Por otro lado, el eslogan lo ve más como la promesa de la página, podría tener el mismo tamaño grande y estilo como los titulares.
- Sobre la identidad visual:
  - El color y sus combinaciones le parece que están bien trabajadas y equilibradas al tener una paleta de colores con sus variantes respectivas

en distintos tonos; quizá podría tener mayor presencia el color amarillo como casi al final donde está el banner de Palabras Claves.

- La tipografía del logotipo es hecha a mano y podría explorar tener una familia de tipografía adicional con un poco más de personalidad, ya que las que se usan son sanserif y se ve serio.
- Los titulares o *header* podrían tener también una tipografía dibujada.
- La web en sí busca transmitir cierta seriedad en modo de trabajar profesionalmente en reunir los eventos y busca generar confianza, y cree que el logo busca conectar emocionalmente.
- Existe una oportunidad de profundizar en la identidad del branding para que esté presente en todo el *look & feel*, como otros emojis, íconos o elementos que podrían estar al lado de K-pop.
- En la sección de Inicio:
  - Considerando el tipo de público y contenido que consume la página web, se podría buscar más juegos visuales.
  - El banner de Palabras Claves le parece una excelente idea para crear una animación al inicio o un video que explique qué es KpopGO!. Adicionalmente, con estos *tags* acumulados jugaría con el estilo del logo dibujado, que no son líneas exactamente rectas, sino ligeramente redondeadas; entrando un poco más a jugar con la identidad del logotipo.
- En los contenidos e información dentro del Evento:
  - Sugiere la idea de tener la opción de comparar los precios de *tickets* a tu moneda local.
  - Una mirada que se le hace práctico es hacer clic a cada ciudad, te lleva de frente a cada link de venta directa.
- En los Artículos:
  - Particularmente le parece interesante si es que quiere conocer más del artista, es una nota informativa con información precisa, pero le sorprende que sea más introductoria.
  - Si fuera un poco más fan, probablemente estaría buscando un poco más de *insight* de por qué el nombre de la gira e igual dejaría la información de quiénes son y qué es el festival.

- Podría ser como una nota que se va actualizando y los enlaces van relacionados; esto jalaría más para invitar a la lectura e incluso tener material para redes sociales.
- Le gusta bastante la integración de publicaciones de redes sociales.
- Recomienda que algo que podría ayudar un poco es tener textos resaltados, del mismo color o nivel similar a los títulos.
- Se podría colocar preguntar o información de evento relacionado para llevar a otro artículo o evento en la página web; así uno se queda visitando en los temas de interés.
- En la sección de Eventos:
  - Le da la sensación que debería ser más como el cine o venta de tickets.
  - La Agenda le parece más amigable de explorar, aunque le hace ruido ver imágenes que se repiten y solo cambian los títulos; para dar variedad podría colocarse la banderita del país en una esquina superior y resaltar más la fecha.
  - El Calendario debería haber un filtro de lo que le interesa, elegir tipo de evento y así sería más ordenado como alternativa.
- En la sección de Conócenos:
  - Le parece súper que haya una sección para explicar un poco más de lo que hacen.
  - Cree que las fotos parecen botones y debería ser más como un álbum o títulos encima para evitar pensar en dar clic. Tampoco considera necesario hacer una división entre cada foto.
  - Debería tener algo más para llamar la atención, como sugerencias: un video sugerido sobre la empresa, mostrar a los reporteros, cómo usar la página y qué puedes encontrar en las secciones.
  - Entre otras sugerencias al nombre: Quiénes Somos, Nosotros, Sobre KpopGO!.
- En la sección de Foro:
  - Podría dar algún beneficio especial, como que te pueden ir contando las Novedades o algo más que puede surgir ahora.
  - Se le podría dar más peso a la comunidad en redes sociales.
- En el Menú:

- A Categorías le colocaría de nombre Reseñas o Cobertura como centro y se habla de qué trata el tour, los grupos, etc.
- Lo que más le interesó es el foco de ver Próximos Eventos, ya que esta sección cumple con la promesa de la página web, y la sección de Coberturas. Basándose en esto, buscaría fusionar más los tipos de notas de la página para que los títulos o temas sean más fáciles de explorar.
- Le parece que es súper chévere y tiene potencial para conectar con un montón de fans del K-pop.

### **Anexo 17.9: Respuestas del Test de Usuario #9**

**Francia Quiroz, 33 años, chef**

**Fecha: 15 de marzo del 2025**

- En primera instancia, observa que es todo lo orientado a lo que tiene que ver con el K-pop, cultura pop coreana de interés como actores y conciertos de algunos *idols* en particular.
- El logotipo se nota que tiene el símbolo con la mano de corazón coreano y el eslogan está concentrado en lo que es Latinoamérica.
- En la sección de Inicio:
  - Lo principal que llama la atención son los pequeños detalles que te dan la suficiente información y te lleva a querer ver más detalles sobre todo si es de tu interés.
  - La gente de ahora no lee mucho, no presta atención, y prefiere pequeña información en pocas líneas con cosas que llaman la atención.
  - Considera que se da justamente la información necesaria, se marca los puntos de interés y así la gente le da clic en donde quieren saber más.
  - Le gusta que haya cobertura de conciertos o de artistas que estuvieron en tal lugar.
  - La página web tiene todo lo que a las personas les interesa la cultura coreana o K-pop, información que les puede llegar a interesar e incluso abarcando las diferentes edades.

- Lo que más le gustó es la Agenda, es una buena idea porque es una persona mala con las fechas, es bueno que haya conteos al evento y que te lleve a dónde puedes comprar los tickets.
- Adicionalmente, sirve para la gente que recién comienza en el K-pop porque no solamente le das la opción de comprar sino que se da los detalles sobre el grupo y la playlist del artista dentro de la información del evento. En este caso, quizá no puede ir, pero se interesa en el grupo o recién se interesa en el grupo y se anima a ir.

### **Anexo 17.10: Respuestas del Test de Usuario #10**

**Alex Busquets, 32 años, diseñadora gráfica**

**Fecha: 15 de marzo del 2025**

- En primera instancia, le pareció muy confiable que aparezcan banners de artistas y fechas, y poder hacer clic para tener más data. Si uno se pregunta por un rumor de un artista, la página que se fijaría sería esta porque está completa.
- El público objetivo sería gente que le gusta la cultura coreana, más centrado en lo que es el K-pop.
- El logotipo le parece que tiene un eslogan corto y conciso.
- Sobre la identidad visual:
  - Le gusta la tipografía de los títulos de eventos porque le parece profesional y no como tipografía por defecto.
  - Al tener una franja morada y que el resto sea blanco, le permite que uno le preste atención a la noticia, sea confiable y serio. Adicionalmente, tiene buena data de forma detallada.
- En la sección de Inicio:
  - Le gusta el *slider* que está arriba de todo, por ahí te bombardean de información corta y concisa con pocos segundos, y vuelve a cambiar (Los chicos tienen esos 3 segundos para estar enfocados). Me parece que es muy profesional y ayuda mucho a expandir información.
  - Por ahí uno entra a ver a un grupo y luego ve a otro grupo que le gusta a su amiga; esa información va pasando de boca a boca.

- La información que se propone se siente confiable, profesional y hace que uno quiera compartirlo.
- En la sección de Eventos:
  - Es una super herramienta.
  - Le parece bueno que al principio es solo una información breve, pero al seleccionar ‘más detalles’ te aparece otros detalles: la publicación de redes sociales oficial, la descripción del evento, te cuenta los días, la playlist y el botón para que elijas el *ticket*.
- Lo que más le gustó es que es toda una experiencia, como que la página web te abraza y te dice mira puedes comprar acá, mira esto y mira el otro, y si te gusta vamos a comprar la entrada.
- Resalta que es una página web muy completa que te facilita todo y hace que sea toda una experiencia leer un artículo.

#### **Anexo 17.11: Respuestas del Test de Usuario #11**

**Lupe Contreras, 30 años, diseñadora gráfica e ilustradora**

**Fecha: 15 de marzo del 2025**

- En primera instancia, se imagina que es como una agenda que recopila todos los conciertos de K-pop que hay a nivel Latinoamérica. Además, es bastante informativo.
- El público objetivo sería la gente que está interesada en el K-pop, que entra a la página web para saber de repente de algún concierto K-pop e informarse. Obviamente que si no le interesa el K-pop, no entraría a ver aquí algún evento.
- El logotipo se ve amigable y si uno conoce de K-pop, sabe que significa el corazón con la mano. Además, la tipografía es más amigable, redondo e incluso el cuadrado del logotipo no es completamente recto entonces es más dinámico con curvas. El eslogan resume en sí lo que conlleva toda la página.
- Sobre la identidad visual:
  - Siente que la tipografía del banner de Palabras Claves es muy básica y sugiere jugar un poco.
  - La tipografía de las columnas Novedades - Conciertos - Cobertura quizá podría mejorar un poco.

- El fondo blanco le da un toque limpio, pero se podría mejorar o jugar variando el fondo.
- El color se ve muy alegre.
- En la sección de Inicio:
  - El banner de Data le gusta, pero sugiere darle más protagonismo y más espacio en el tamaño del fondo para que la vista se quede un poco más en esta información.
  - En los Próximos Eventos el color celeste desentona con el color morado y amarillo; sugiere que se vea un poco más amigable con el público y quizá cambiar lo convencional, cambiando el color o las esquinas hacerlo un poco más redondeado.
  - En las columnas de Novedades - Conciertos - Cobertura se ve muy recto y la tipografía muy pegada a la imagen; recomienda achicar la imagen o texto.
  - En el banner de Palabras Claves le llama la atención el fondo, es llamativo, pero si se observa la información de arriba es un poco más serio y hay más contraste de contenidos.
  - Para mostrar un poco más la identidad de la marca desde el Inicio, sugiere colocar una descripción de lo que es KPOPGO!, con una imagen de por ejemplo: el público cuando está en la cola y le toman foto; para dar un poco más de bienvenida al público y hablar un poco de la marca para la gente que no entiende desde el inicio.
  - El texto descriptivo en la sección Conócenos podría ir en la primera parte del Inicio, al ser información importante.
  - Siente que le falta el protagonismo de las fans y menciona que hay páginas que enlazan videos de TikTok donde quizá se podría darles un espacio seleccionando videos destacados de la semana y colocar 3 reels que estén en tendencia de algún baile K-pop.
  - Considera que los contenidos son útiles porque lo primero que ve es sobre eventos, no obstante, hay personas que últimamente ya no leen artículos y de repente se colocaría un video hablando de los conciertos y la información.
  - Considera que para llamar más la atención se podría colocar imágenes verticales de los artistas, sus caras.

- En los contenidos e información dentro del Evento:
  - Sugiere usar los colores de cada show en la página del evento para que al ingresar uno se cambie todo. Por ejemplo, si un evento su imagen tiene el color rojo y negro, el banner de la web lo cambiaría a esos colores.
  - Recomienda dividir la información en dos columnas en la versión web y en una columna en la versión móvil.
  - Se podría incluir otras imágenes del tour, ya sea con respecto al fondo o usar un poco más del espacio en la página web.
- En el Menú:
  - El menú que está ubicado en el Pie de Página cree que debe ser un tamaño más chico y le colocaría alguna imagen de concierto K-pop como fondo.
  - Debe cambiar a una forma transparente mientras uno va bajando, para no tener que subir de nuevo hacia arriba para acceder a otra sección que quiera.
- Lo que más le gustó es el banner con Data e incluso puede tener más información y espacio. Asimismo, destaca las columnas de Novedades - Concierto - Cobertura porque le da más armonía, dinamismo y un poco más de alegría.

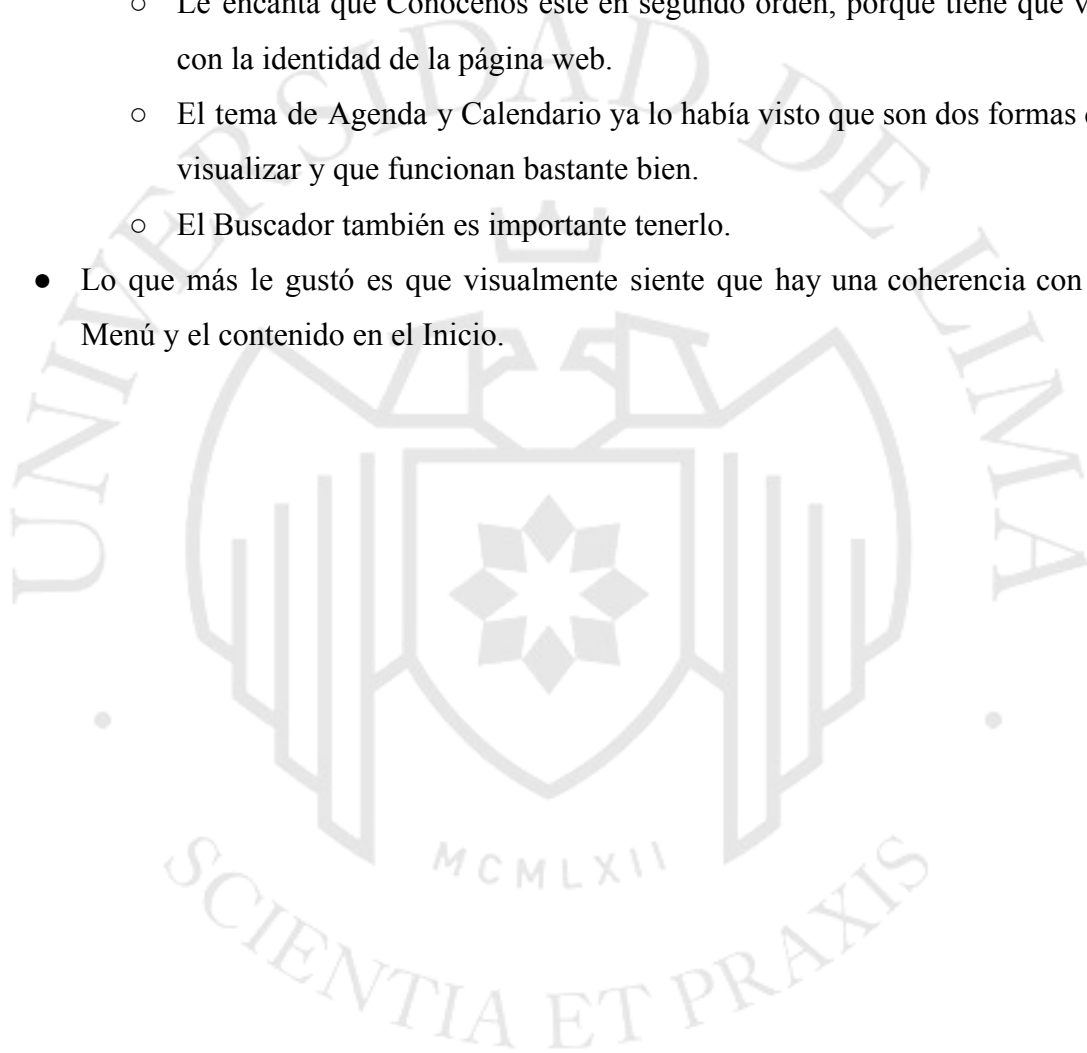
#### **Anexo 17.12: Respuestas del Test de Usuario #12**

**Midori Vega, 27 años, psicóloga**

**Fecha: 16 de marzo del 2025**




- En primera instancia, le gusta que ahora el Inicio lo siente más limpio, antes estaba más cargado, y a nivel visual tiene un orden más claro.
- En la sección de Inicio:
  - Antes era una noticia principal, pero ahora salen en un rotativo de cosas importantes y de categorías diferentes.
  - Le gustaba cómo se veía Próximos Eventos, pero le agrada que haya subido en orden y que lo siguiente que se vea sea un tema de más adelante.

- Le parece que en relación con todo lo recopilado en *feedback*, el Inicio quedó muy pulcro.
- Visualmente, cree que ahora es súper práctico hacer *scroll* hacia abajo y ya no se siente mucho.
- En el Menú:
  - Estas columnas de Novedades - Conciertos - Cobertura ahora entiende que también salen los nombres en el menú.
  - Le encanta que Conócenos esté en segundo orden, porque tiene que ver con la identidad de la página web.
  - El tema de Agenda y Calendario ya lo había visto que son dos formas de visualizar y que funcionan bastante bien.
  - El Buscador también es importante tenerlo.
- Lo que más le gustó es que visualmente siente que hay una coherencia con el Menú y el contenido en el Inicio.



# Namie Kiyan Kawashita

## Revisión

-  Lic2025
-  lic
-  Universidad de Lima

---

### Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid:::1:3249262429

Fecha de entrega

13 may 2025, 5:25 p.m. GMT-5

Fecha de descarga

13 may 2025, 5:28 p.m. GMT-5

Nombre de archivo

KIYAN\_KAWASHITA\_sin\_anexos\_para\_turnitin.pdf

Tamaño de archivo

1004.1 KB

35 Páginas

7475 Palabras

39.113 Caracteres

# 1% Overall Similarity




The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

## Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text

---

## Top Sources

- 1%  Internet sources
- 1%  Publications
- 0%  Submitted works (Student Papers)

---

## Integrity Flags




### 0 Integrity Flags for Review

No suspicious text manipulations found.

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

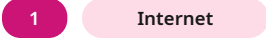
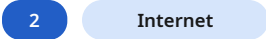
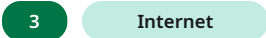
## Top Sources

- 1%  Internet sources
- 1%  Publications
- 0%  Submitted works (Student Papers)

---

## Top Sources

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

-  1 Internet  
**www.coursehero.com** <1%
-  2 Internet  
**core.ac.uk** <1%
-  3 Internet  
**www.soompi.com** <1%