

¿Eres más de  
Comic Sans o de  
Arial?

---

Redes sociales - Diseño en la red - Canva.

Carlos López Muñoz

---

# Índice

Introducción a las redes sociales.

Introducción al diseño.

¿Soy más de comic sans o arial?

Caso práctico.

---

# Índice

**Introducción a las redes sociales.**

Introducción al diseño.

¿Soy más de comic sans o arial?

Caso práctico.

# Introducción a las redes sociales

---

¿Qué son las redes sociales?

Boyd & Ellison (2007)

Un servicio que permite a los individuos:

- 1) Construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema determinado,
- 2) articular una lista de otros usuarios con los que comparten una conexión y
- 3) ver y recorrer su lista de conexiones y de las realizadas por otros dentro del sistema.

**Unión de varias personas que actúan como nodos de comunicación y generan conexiones al compartir información.**

# Introducción a las redes sociales

---

¿Qué son las redes sociales?

**red** SIN. / ANT.

9. f. Conjunto de personas relacionadas para una determinada actividad, por lo general de carácter secreto, ilegal o delictivo. *Red de contrabandistas. Red de espionaje.*

10. f. *Inform.* Conjunto de computadoras o de equipos informáticos conectados entre sí y que pueden intercambiar información.

**red social**

1. f. Plataforma digital de comunicación global que pone en contacto a gran número de usuarios.

# Introducción a las redes sociales

---

¿Qué son las redes sociales?

**digital** SIN. / ANT.

3. adj. Dicho de un dispositivo o sistema: Que crea, presenta, transporta o almacena información mediante la combinación de bits.

4. adj. Que se realiza o transmite por medios **digitales**. *Señal, televisión digital.*

# Introducción a las redes sociales

---

¿Qué son las redes sociales?

Sistema con el que los usuarios pueden comunicarse e interactuar. Las llamamos redes sociales porque los usuarios desarrollan **su** contexto social.

Son una oportunidad y responsabilidad.  
Los datos son una ventaja.

CLAVE --> Entender las redes sociales como una oportunidad para muchos proyectos de desarrollar las relaciones entre consumidores y empresas a través de estos canales.

# Introducción a las redes sociales

---

¿Para que necesitamos las redes sociales?

Da igual que seamos una empresa o una delegación de centro,  
LA GENTE USA INTERNET.

Si no tenemos presencia en redes sociales, el hueco que no ocupamos nosotros lo puede ocupar la “competencia” para conseguir al público que no estamos consiguiendo.

**¿Queremos perder la oportunidad de estar en las redes sociales?**

**NO.**

# Introducción a las redes sociales

---

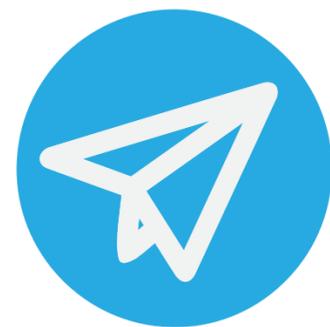
¿Debemos de estar en todas las redes sociales?

**La respuesta a esta pregunta es sencilla --> NO.**

Utilizaremos aquellos canales en los que esté nuestra audiencia y aquellos en los que seamos capaces de gestionar.

**Mejor manejar bien dos o tres que no manejar treinta canales.**

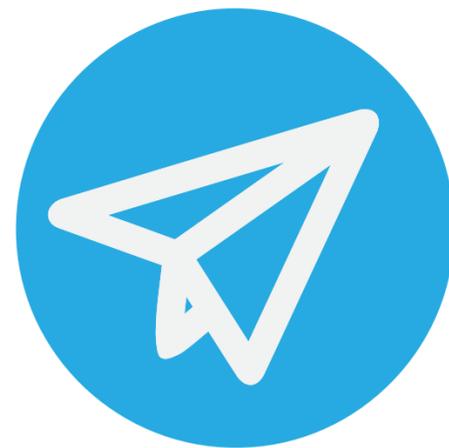
Cómo los canales no son iguales, no los trataremos de la misma manera.



# Introducción a las redes sociales

---

¿Cómo interaccionamos con las redes sociales?



Deberemos lo primero saber como funcionan estas redes sociales y que tipo es cada una.

# Introducción a las redes sociales

---

Tipos de redes sociales.

Redes sociales **propias**.

Las redes sociales propias son aquellas en las que el canal es de nuestra propiedad, es decir, nosotros fijamos las normas y no dependemos de la plataforma para publicar nuestro contenido ni para saber que podemos publicar o no.

Siempre está a nuestro nombre.



# Introducción a las redes sociales

---

Tipos de redes sociales.

Redes sociales **propias**.



# Introducción a las redes sociales

---

Tipos de redes sociales.

Redes sociales **alquiladas**.



# Introducción a las redes sociales

---

Tipos de redes sociales.

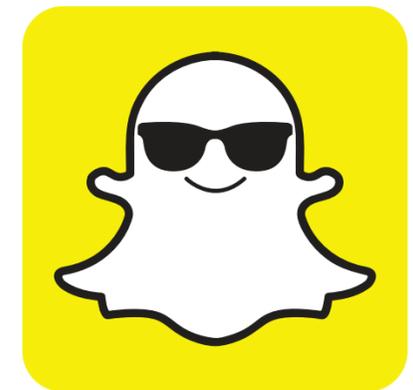
Redes sociales **alquiladas**.

Son aquellas plataformas que tienen unas normas de uso para su comunidad. Dependen del momento y del uso que se le esté dando a esa plataforma.

Creamos algo dentro de ellas, algo que está delimitado por ellos.

Pero, ¿cómo se pagan? --> **Con los datos de uso.**

**Si la red social cambia, deberemos de cambiar con ella.**

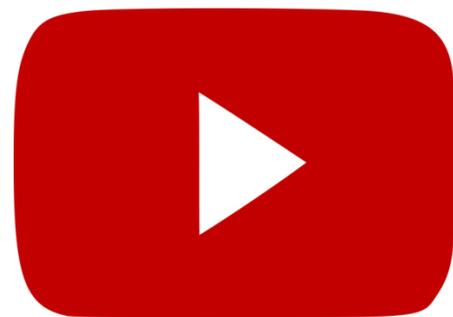
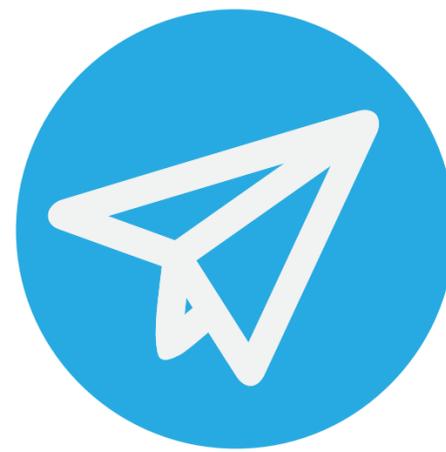


# Introducción a las redes sociales

---

Tipos de redes sociales.

Redes sociales **alquiladas**.



# Introducción a las redes sociales

---



# Introducción a las redes sociales

---

Si no estas en redes sociales estás muerto.  
Tres pasos para estar en las redes sociales.

1. Fantasía e ilusión, poder ser quien te imagines ser. Viral. Retuitearte —> hazte visible, date visibilidad trata de publicitarte.
2. ##### Etiquetar a las personas TikTok. Publicaciones. #crecomunica. ¿GRATIS?
3. No tengas miedo te puedes cagar en todo el mundo. Mucho lobo? Cuidado con dejarse mencionar, cuidado de a ver donde nos metemos.

# Introducción a las redes sociales

---

Estrategia a seguir en redes sociales.

En este apartado nos surge la siguiente pregunta:

- ¿Para que podemos usar nosotros las redes sociales?
  - Aumentar el tráfico web.
  - Construir o mejorar nuestra imagen de marca.
    - Acerca a nuestro público, mejor manera de transmitir nuestros valores.
  - Interacción y Feedback.
    - Debemos saber que es lo que le gusta a nuestro feed, a nuestros seguidores. Tenemos que saber cuales son sus intereses.
  - Posicionamiento web.
  - Fidelización de los usuarios.
    - Si no nos molestamos en atraer al público, hay que molestarse también en que vuelvan a visitarnos.

# Introducción a las redes sociales

---

Selección de redes sociales para nuestra estrategia.

¿De que va a depender la selección de x o y plataforma?

- De nuestras capacidades (económica, humana, ...).
- De nuestra marca.
- De nuestro público.

# Introducción a las redes sociales

---

Selección de redes sociales para nuestra estrategia.



# Introducción a las redes sociales

---

Selección de redes sociales para nuestra estrategia.

Ejemplo práctico 1:

- Panadería López e Hijas.



# Introducción a las redes sociales

---

Selección de redes sociales para nuestra estrategia.

Ejemplo práctico 1:

- Panadería López e Hijas.
  - Público objetivo:
    - Gente del barrio.
  - ¿Qué perfiles debemos crear?
    - Página web --> No, pero sí.
    - Perfil empresa en Google Business / Google Maps (local).
    - WhatsApp Business --> Clientes puedan hacer pedidos.
    - Perfil Instagram --> Presentar novedades culinarias.



# Introducción a las redes sociales

---

Selección de redes sociales para nuestra estrategia.  
Aplicación a las delegaciones.

En una delegación de estudiantes, el público objetivo, son los estudiantes a los que representa o los estudiantes de su comunidad.

Identificado el público objetivo desarrollaremos la estrategia. Importante que no sea la misma para todos los canales.



# Introducción a las redes sociales

---

Selección de redes sociales para nuestra estrategia.  
Aplicación a las delegaciones.



# Introducción a las redes sociales

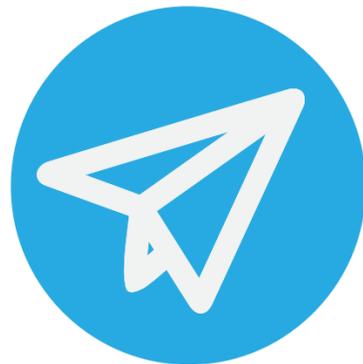
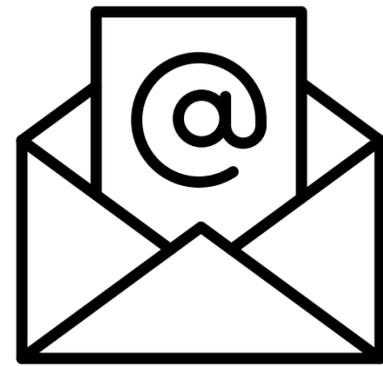
---

Selección de redes sociales para nuestra estrategia.  
Aplicación a las delegaciones.



# Introducción a las redes sociales

---



# Introducción a las redes sociales

---



**Aplicaciones principales.**

Mayor nicho de mercado.

Más dinámicas.



Las usaremos para:

- Publicaciones habituales.
- Noticias.
- Curiosidades.
- Efemérides.
- Enganchar al público.

# Introducción a las redes sociales

---

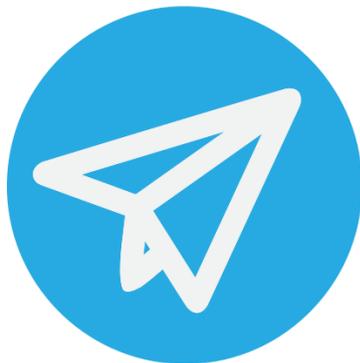


## Aplicaciones “comunicativas”.

Perfil más directo.

Las usaremos para:

- Comunicaciones mas serias.
- Comunicaciones para con los estudiantes.
- Comunicaciones para la comunidad.
- Comunicaciones dentro del equipo.



# Introducción a las redes sociales

---



## Aplicaciones para “profesionalizarseç2.

Nicho de mercado concreto, empresas y comunidad universitaria en últimos años. PDI - PAS.

Las usaremos para:

- Publicaciones habituales.
- Noticias.
- Curiosidades.
- Efemérides.
- Enganchar al público.
- Comunicar nuestras reuniones etc.

# Introducción a las redes sociales

---



## Aplicaciones para el “ocio”.

Es curioso encontrarse con estos perfiles.  
Útiles para el mercado.

Las usaremos para:

- Publicaciones habituales.
- Noticias.
- Curiosidades.
- Efemérides.
- Enganchar al público.
- Divertir al personal.



# Introducción a las redes sociales

---

**www://**



---

# Índice

Introducción a las redes sociales.

**Introducción al diseño.**

¿Soy más de comic sans o arial?

Caso práctico.

# Introducción al diseño.

---

¿Qué es el diseño?

El verbo "diseñar" se refiere al proceso de creación y desarrollo para producir un nuevo objeto o medio de comunicación (objeto, proceso, servicio, conocimiento o entorno) para uso humano.

Diseñar requiere principalmente consideraciones funcionales, estéticas y simbólicas.

## **DISEÑO.**

Es la actividad para conseguir la producción de objetos y culturas útiles y visualmente agradables. Se suelen utilizar patrones ya establecidos como la Golden Ratio.

# Introducción al diseño.

---

¿Qué es el diseño?

La usabilidad es un atributo de calidad que indica la capacidad de un objeto, una aplicación o un sitio web para ser entendido, aprendido, usado y resultar atractivo a la persona que lo utiliza. Se basa en la efectividad, eficiencia y satisfacción.

La usabilidad es proporcional al tiempo que pierde el usuario en aprender a usar el producto.

USABLE = FÁCIL DE USAR + FÁCIL DE APRENDER

# Introducción al diseño.

¿Qué es el diseño?



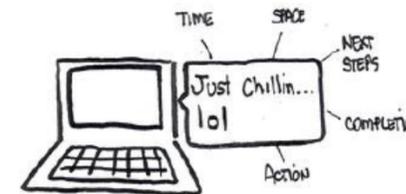
Principios

## Las 10 reglas de Molich y Nielsen

*heuristic*

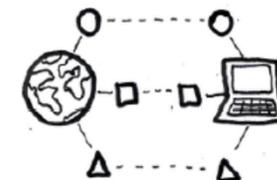
- **Visibilidad del estado** del sistema
- Utilizar el **lenguaje** de los usuarios
- **Control y libertad** para el usuario
- **Consistencia y estándares** (familiaridad)
- **Prevención de errores**
- **Minimizar la carga de memoria** del usuario
- **Flexibilidad y eficiencia** de uso
- Diálogos **estéticos** y diseño **minimalista**
- Ayudar al usuario a **reconocer** y **recuperar** los errores
- **Ayuda y documentación**

## Ten Usability Heuristics by Jakob Nielsen



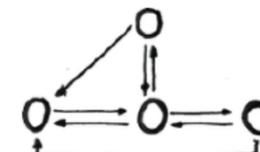
### Visibility of system status

Give the users appropriate feedback about what is going on.



### Match between system and the real world

Use real-world words, concepts and conventions familiar to the users in a natural and logical order.



### User control and freedom

Support undo, redo and exit points to help users leave an unwanted state caused by mistakes.

# Introducción al diseño.

---

## Percepción visual.

“Percibimos aquello que esperamos percibir”. Nuestras expectativas y nuestras percepciones están basadas en 3 factores.

- EL pasado: nuestra experiencia.
- El presente: nuestro contexto actual.
- El futuro: nuestros objetivos.

**“Nuestra visión está optimizada para ver estructuras”**

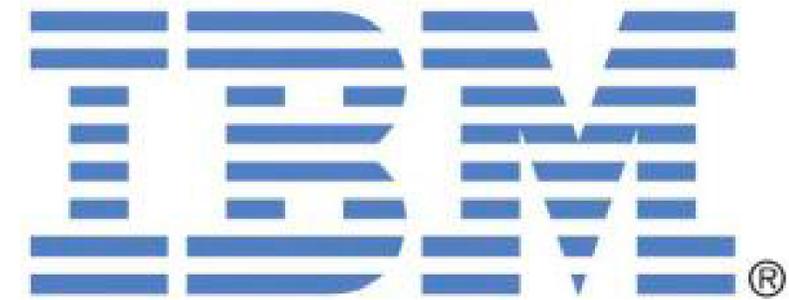
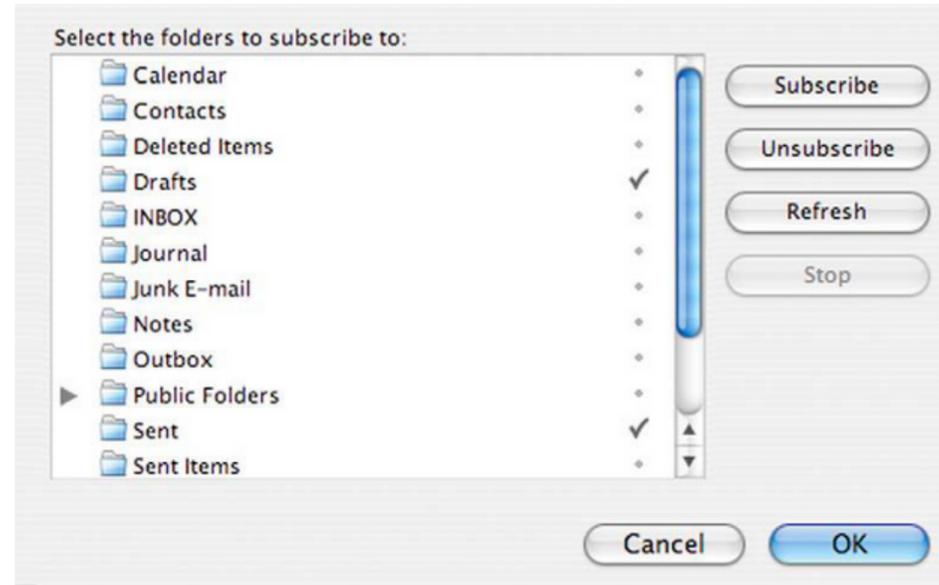
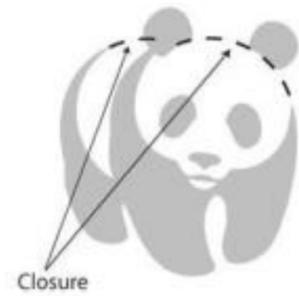
# Introducción al diseño.

---

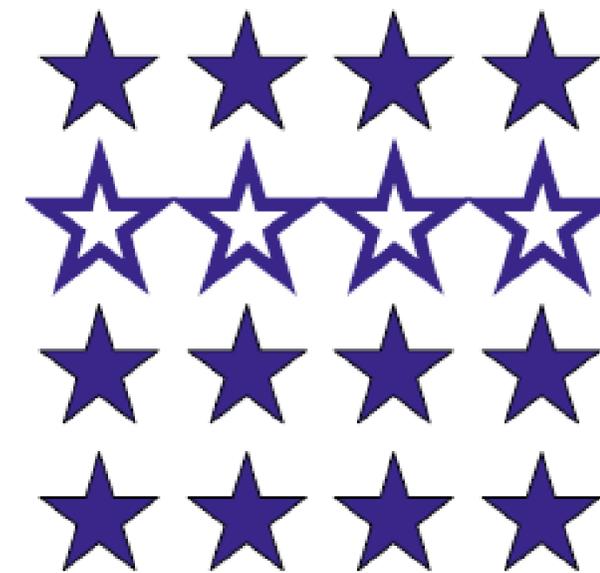
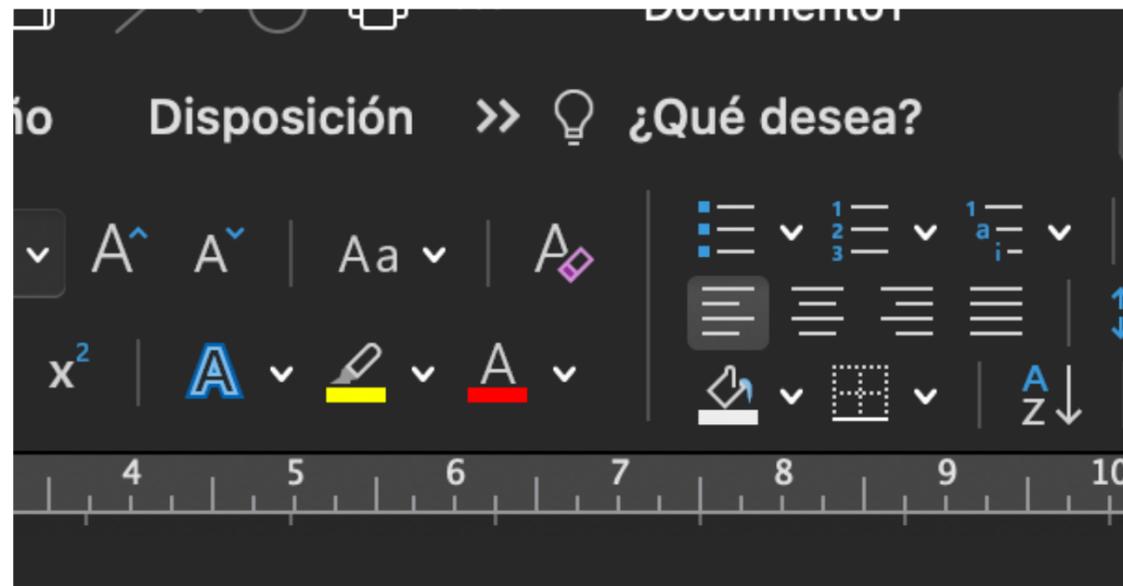
Percepción visual.



# Introducción al diseño.



Percepción visual.



# Introducción al diseño.

Percepción visual.



# Introducción al diseño.

Percepción visual.

**AMPLIANDO INFORMACIÓN PROGRAMA MENTOR**

- ¿QUIÉN PUEDE ACCEDER?**  
Estudiantes de nuevo ingreso en: Grado en Administración y Dirección de Empresas, Grado en Economía y Doble Grado en Economía-Derecho/Derecho-Economía.
- PLAZO DE MATRICULACIÓN**  
Período de matriculación oficial (20/06/23 al 30/09/23).
- ¿QUÉ BENEFICIOS TIENE?**  
Asesoramiento y ayuda de estudiantes de cursos superiores para lograr una buena integración en la vida universitaria y en la ciudad.

**INCRIPCIÓN PROGRAMA MENTOR PARA ALUMNOS DE NUEVO INGRESO**

APÚNTATE AL PROGRAMA MENTOR A TRAVÉS DEL SIGUIENTE CÓDIGO QR

**JORNADAS DE BIENVENIDA**

- ECONOMÍA**  
MARTES 12 A LAS 9:30  
Lugar: Aula Magna Edif. Melchor de Macanaz
- ADE GRUPO MAÑANA**  
MARTES 12 A LAS 9:30  
Lugar: Aula Magna Edif. Melchor de Macanaz
- DOBLE GRADO D - ECO**  
MARTES 12 A LAS 9:00  
Lugar: Aula Magna Edif. Melchor de Macanaz
- ADE GRUPO TARDES**  
MARTES 12 A LAS 15:45  
Lugar: Aula 1 - Edif. Melchor de Macanaz

**CALENDARIO ACADÉMICO 2023 - 2024**

**2023-2024**

**PERIODOS DE DOCENCIA**

- DOCENCIA PRIMER SEMESTRE: 15 de septiembre a 22 de diciembre
- DOCENCIA SEGUNDO SEMESTRE: 23 de enero a 12 de mayo

**PERIODOS DE EVALUACIÓN**

- ESPECIAL DE FINALIZACIÓN: 23 al 24 de noviembre de 2023
- SEMESTRAL DE 1º SEMESTRE: 8 al 29 de enero de 2024
- SEMESTRAL DE 2º SEMESTRE: 13 de mayo al 6 de junio de 2024
- EXTRASEMESTRAL 1º y 2º SEMESTRES: 22 de junio al 4 de julio de 2024

**CIERRE DE ACTAS**

- SEMESTRAL DE 1º SEMESTRE: 6 de diciembre de 2023
- SEMESTRAL DE 2º SEMESTRE: 9 de febrero de 2024
- SEMESTRAL DE 1º SEMESTRE: 13 de junio de 2024
- EXTRASEMESTRAL 1º y 2º SEMESTRES: 20 de julio de 2024

**FECHA DE DEFENSA TFG**

- CONV. ESPECIAL DE DICIEMBRE:  
DEPOSITO: 15 de diciembre de 2023
- FECHA DE DEFENSA TFG: 15 de diciembre de 2023
- CONVOCATORIA FEBRERO:  
DEPOSITO: 15 de febrero de 2024
- FECHA DE DEFENSA TFG: 15 de febrero de 2024
- CONVOCATORIA JUNIO:  
DEPOSITO: 15 de junio de 2024
- FECHA DE DEFENSA TFG: 15 de junio de 2024
- CONVOCATORIA AGOSTO:  
DEPOSITO: 15 de agosto de 2024
- FECHA DE DEFENSA TFG: 15 de agosto de 2024

**VACACIONES**

- AGOSTO: Del 25 de diciembre de 2023 al 2 de enero de 2024
- SEMANA SANTA: Del 25 de marzo al 2 de abril de 2024
- VACACIONES DE VERANO: Del 1 al 31 de agosto de 2024

**DÍAS FESTIVOS**

- SANTO TOMÁS DE AQUINO: 18 de enero de 2024
- PATRÓN DEL CENTRO "MELCHOR DE MACANAZ": 12 de febrero de 2024

**CURSO**

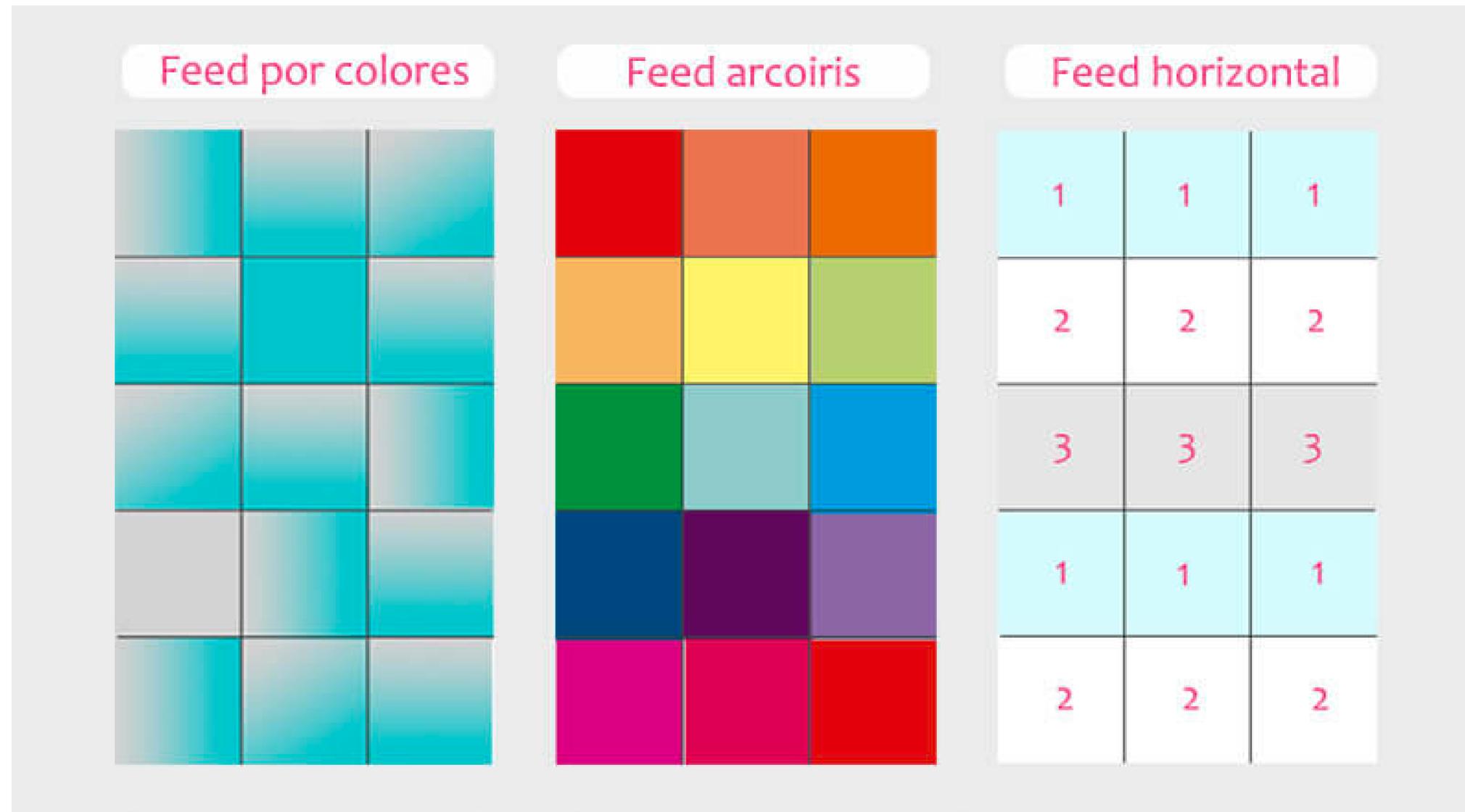
**FCEE**  
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales  
Delegación de Alumnos

**2023-2024**

# Introducción al diseño.

---

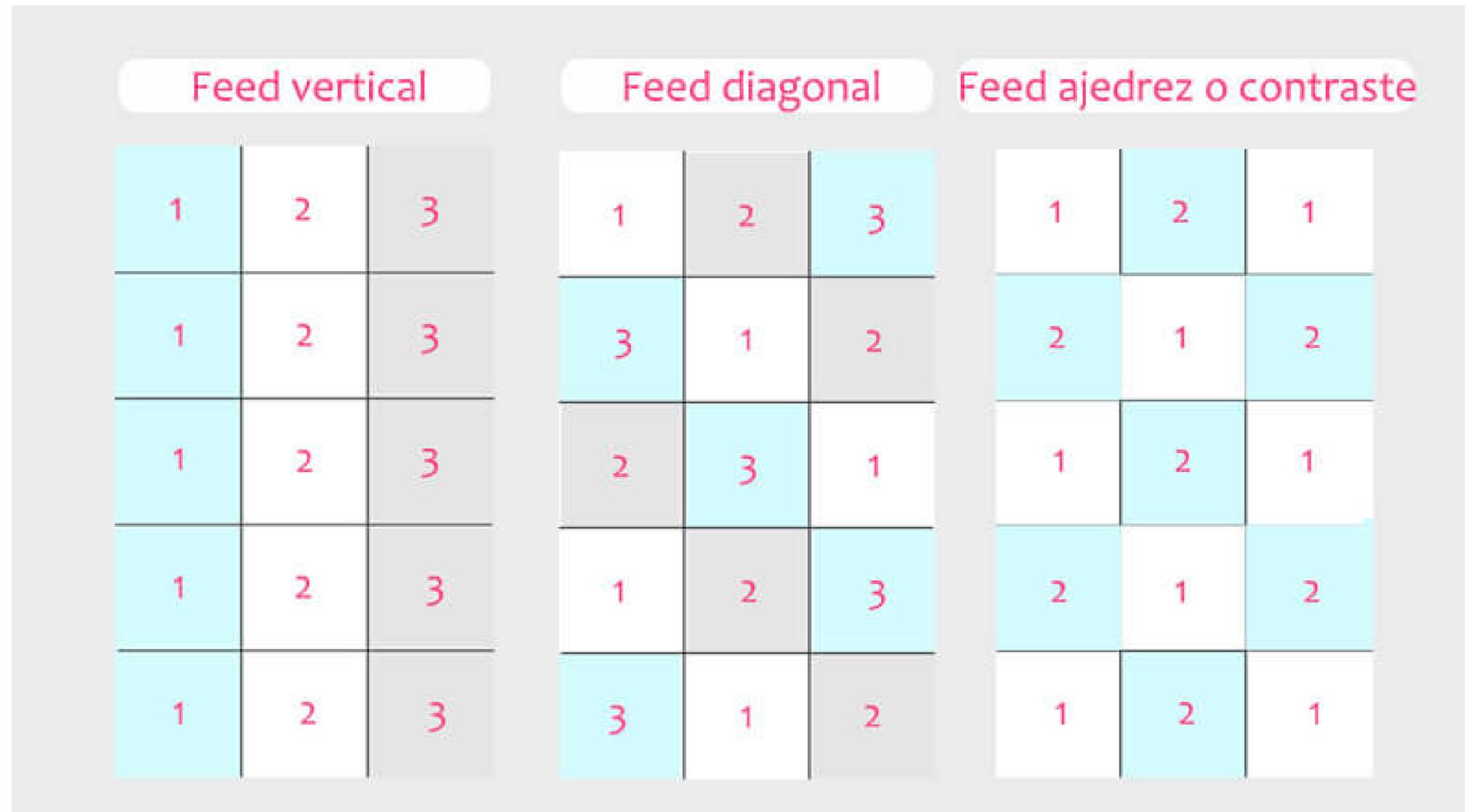
Percepción visual.



# Introducción al diseño.

---

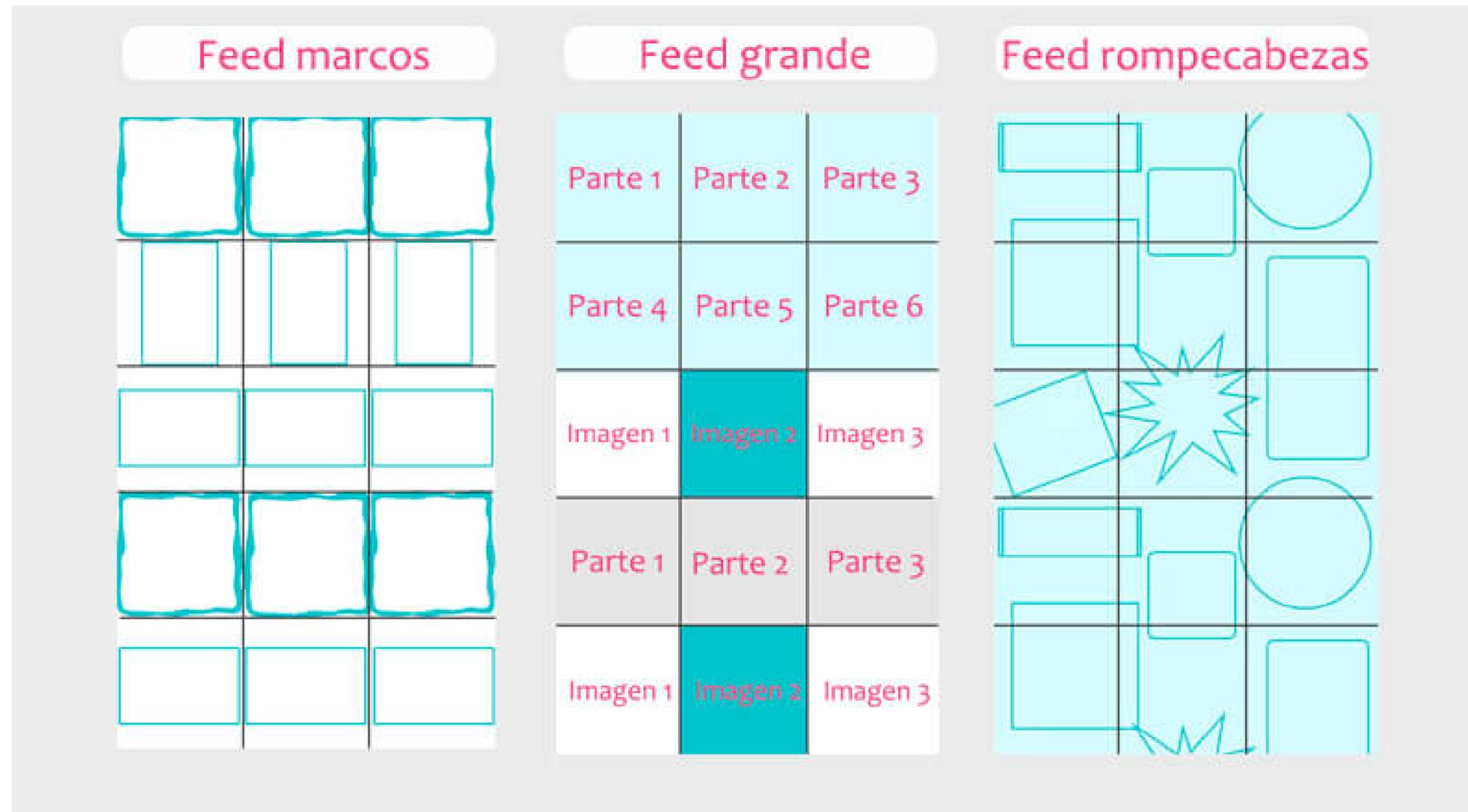
Percepción visual.



# Introducción al diseño.

---

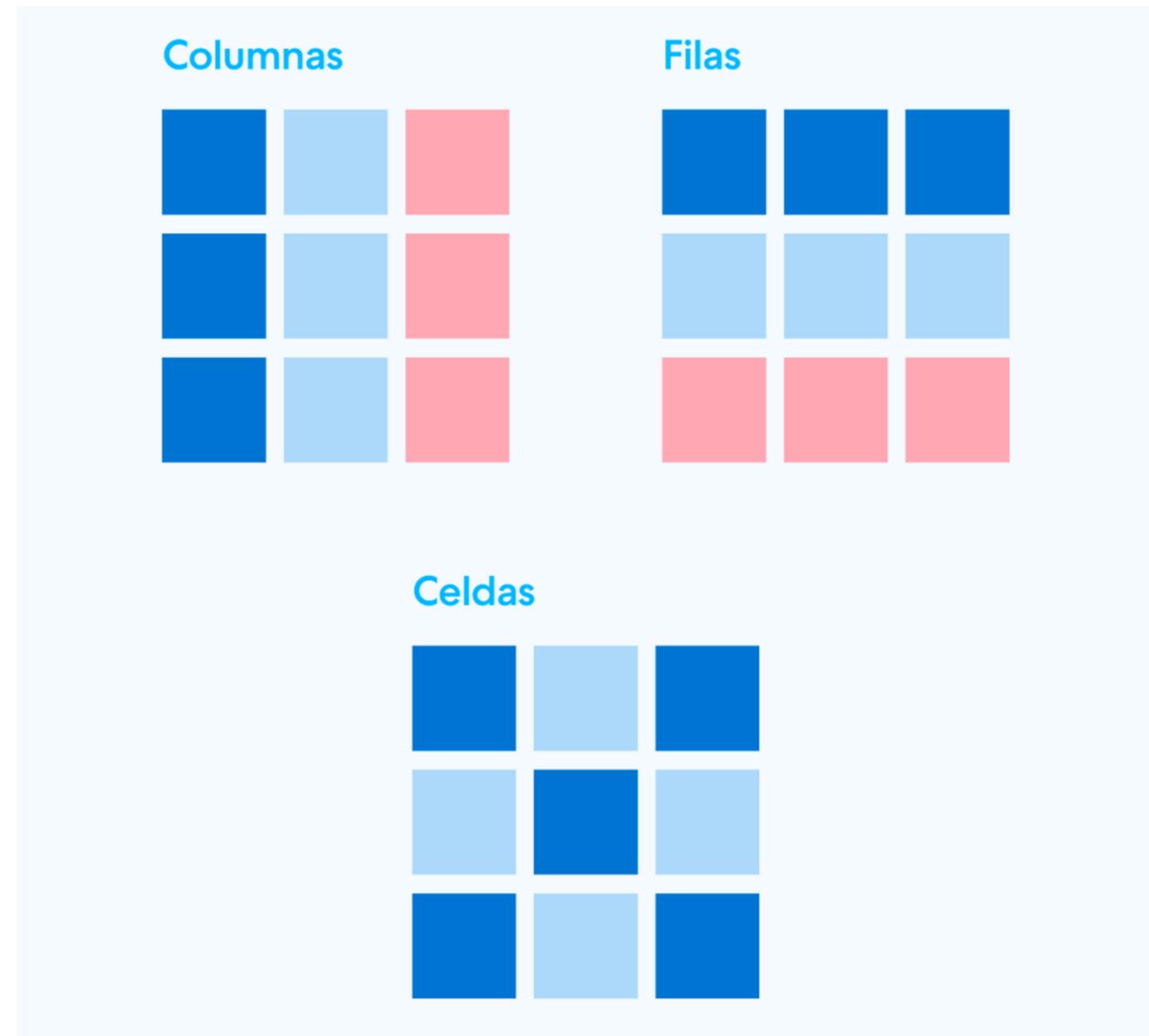
Percepción visual.



# Introducción al diseño.

---

Percepción visual.

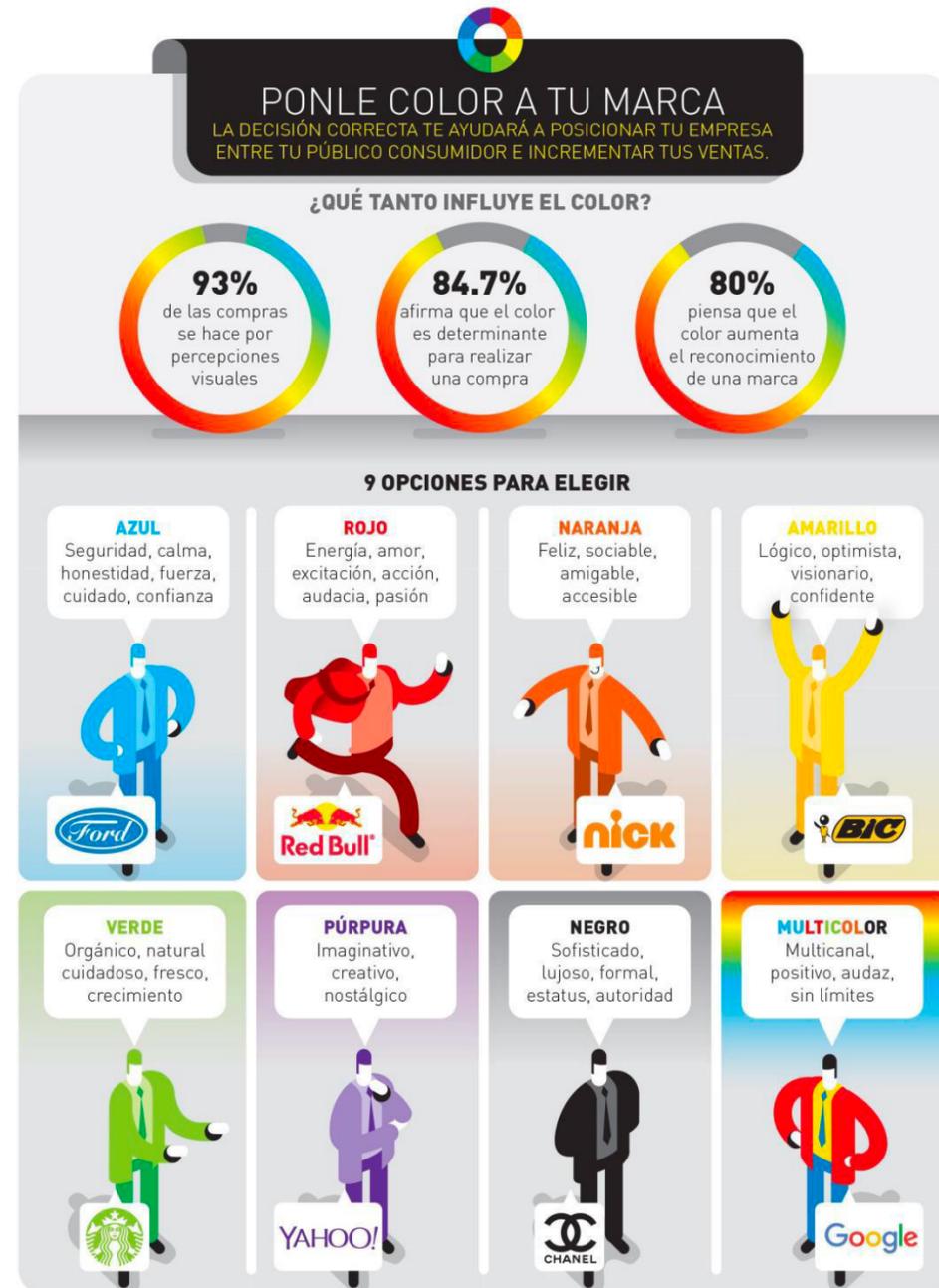




# Introducción al diseño.



# Introducción al diseño.



# Introducción al diseño.

---



## PONLE COLOR A TU MARCA

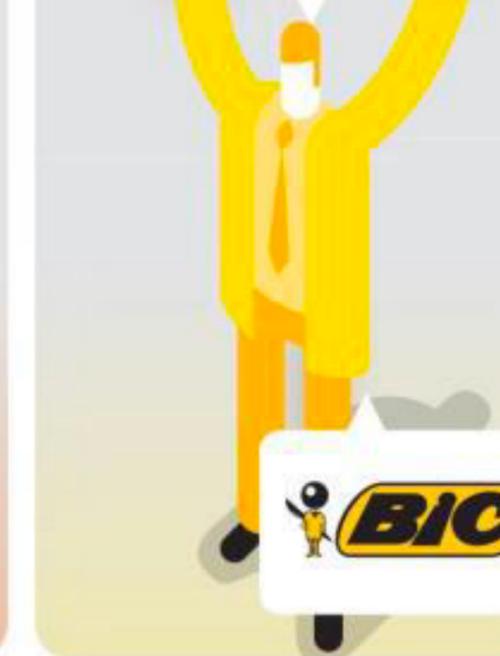
LA DECISIÓN CORRECTA TE AYUDARÁ A POSICIONAR TU EMPRESA ENTRE TU PÚBLICO CONSUMIDOR E INCREMENTAR TUS VENTAS.

### ¿QUÉ TANTO INFLUYE EL COLOR?



# Introducción al diseño.

**9 OPCIONES PARA ELEGIR**

<p><b>AZUL</b> Seguridad, calma, honestidad, fuerza, cuidado, confianza</p> 	<p><b>ROJO</b> Energía, amor, excitación, acción, audacia, pasión</p> 	<p><b>NARANJA</b> Feliz, sociable, amigable, accesible</p> 	<p><b>AMARILLO</b> Lógico, optimista, visionario, confidente</p> 
--	--	---	---

# Introducción al diseño.



Texto: Catherine Clifford / Infografía: Oldemar

# Introducción al diseño.

---

## RETURNING CUSTOMER LOGIN

Login ID not found.

Login ID:

fooo

Password:

Remember my Login ID for faster logins.

LOGIN

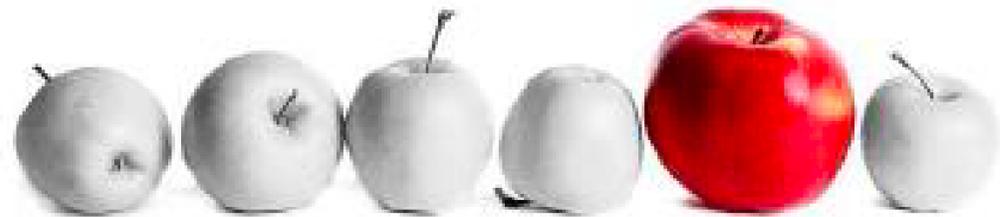


Simulación del campo visual del usuario mientras que su fovea se centra en el botón “Login”.

# Introducción al diseño.

---

- Dirigir la atención del usuario → **Efecto "Von Restorff"**
  - También denominado **efecto de aislamiento**



# Introducción al diseño.

---

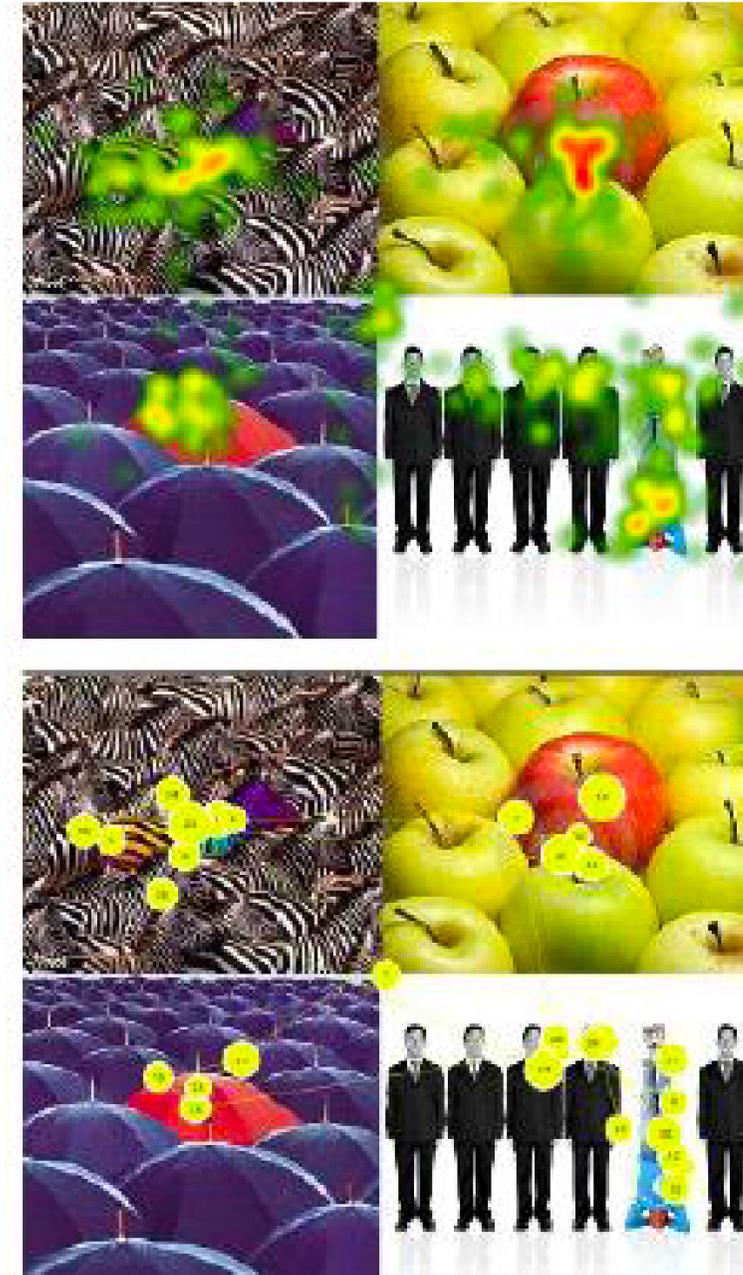


*Efecto Von Restorff en el tratamiento de botones*

# Introducción al diseño.

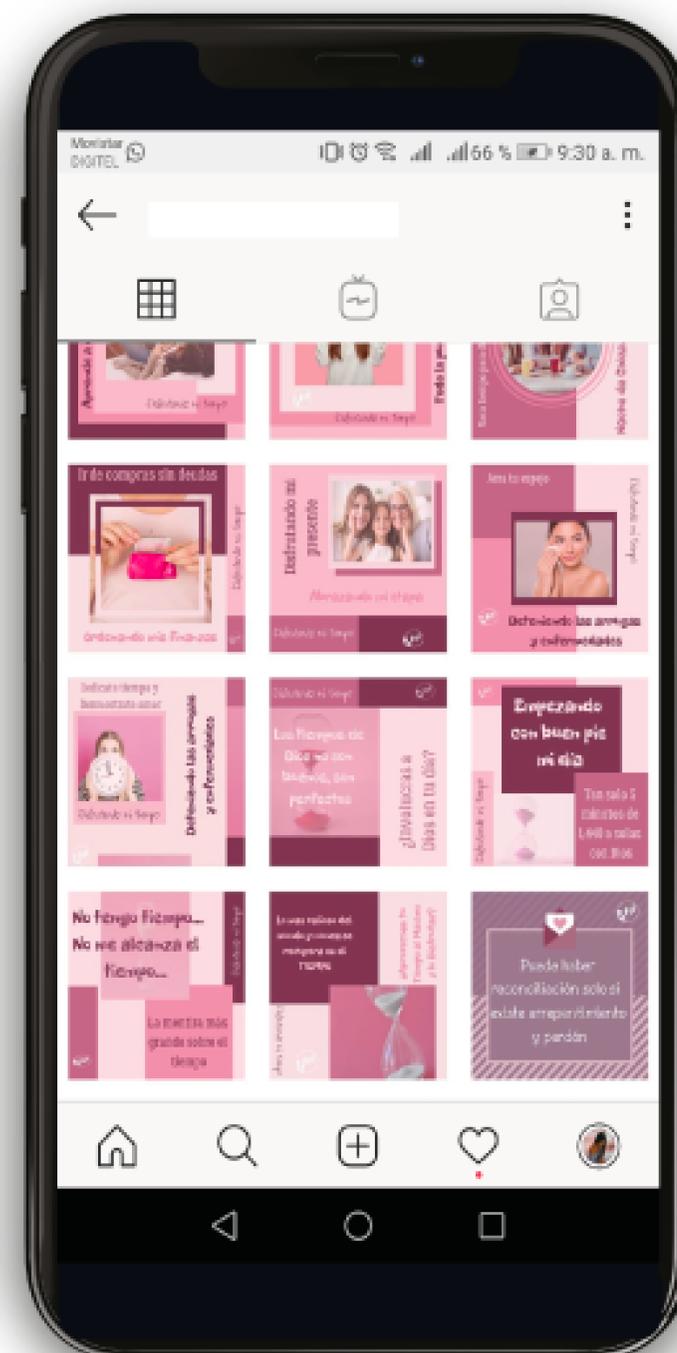
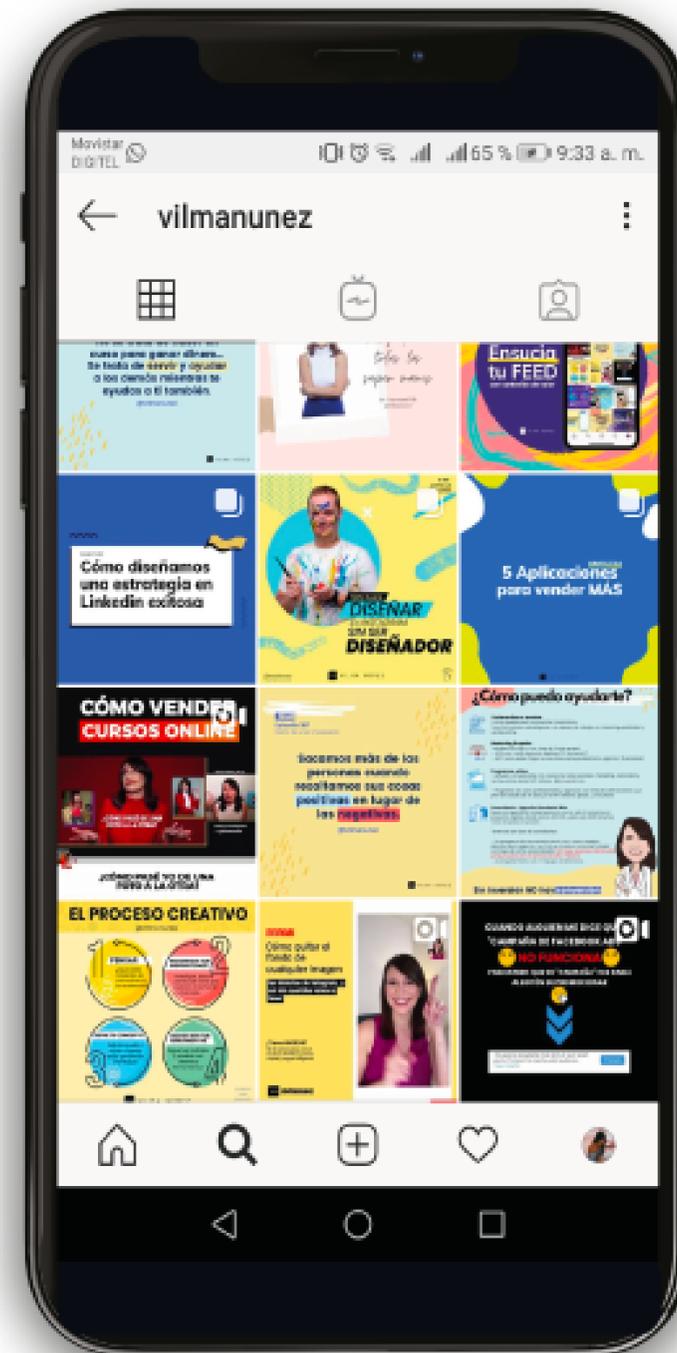
---

Experimento con *eye tracking*



# Introducción al diseño.

---

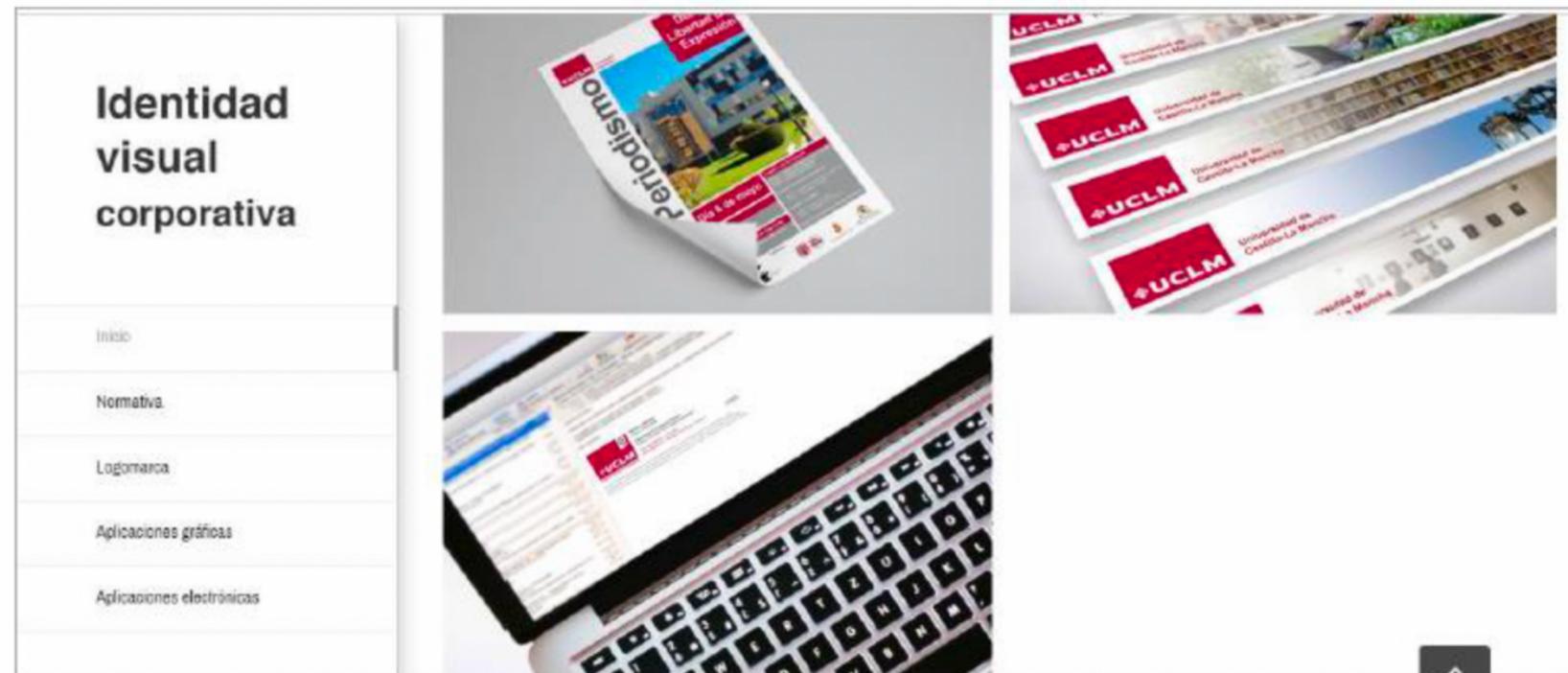


# Introducción al diseño.

---

## 4.3. GUÍAS DE ESTILO: COORPORATIVAS.

Estas guías ayudan a las empresas a dar un **mismo estilo** a todos sus productos. Si una organización desea desarrollar su propio estilo corporativo, primero ha de escoger una **guía de estilo comercial**. Esta guía se enriquece con características propias que produzcan una imagen coherente de la organización.



# Introducción al diseño.

---



**CRE-UCLM**

CONSEJO DE REPRESENTANTES DE ESTUDIANTES UNIVERSIDAD DE CASTILLA – LA MANCHA

[INICIO](#)

[SOBRE NOSOTROS](#) ▾

[PLENOS](#)

[TRANSPARENCIA](#) ▾

[DOCUMENTACIÓN](#)

[CONTACTO](#) ▾

## IDENTIDAD GRÁFICA

---



IDENTIDAD VISUAL  
UCLM



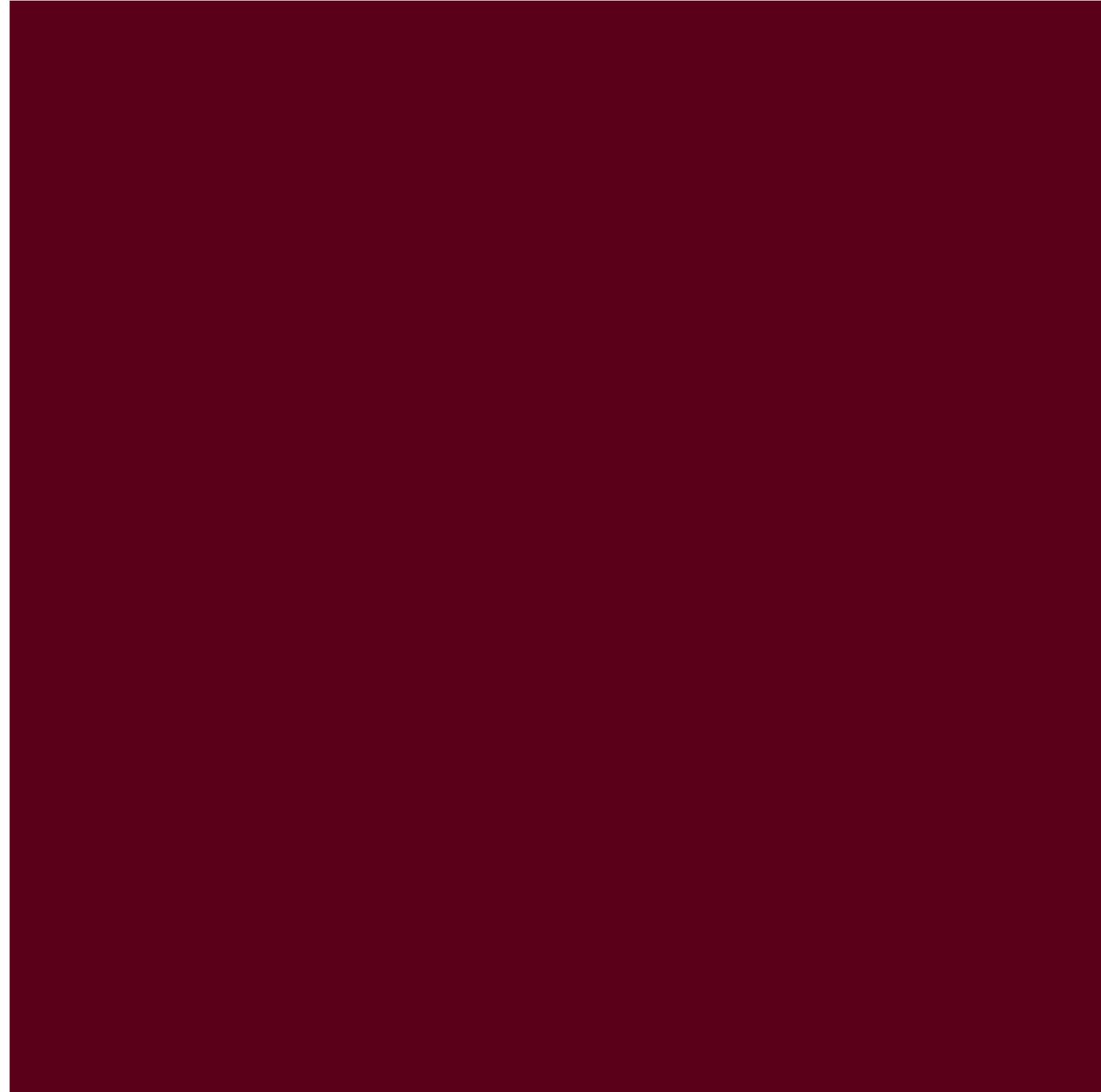
RECURSOS CRE-UCLM



MANUAL DE  
IDENTIDAD GRÁFICA

# Introducción al diseño.

---



---

# Índice

Introducción a las redes sociales.

Introducción al diseño.

**¿Soy más de comic sans o arial?**

Caso práctico.

# ¿Soy más de comic sans o arial?

---

*graphic design is  
my passion.*



# ¿Soy más de comic sans o arial?

TRAVEL QUESTIONS | DESTINATIONS | NEWS | ABOUT US | Book Now | Find Lowest Fares | Timetables | Careers | Site Map

**RYANAIR.COM** Great Britain (E)

HOME | HOTELS | CHEAP CAR HIRE | HOSTEL WORLD | TOURS & ACTIVITIES | TRAVEL GUIDES | TRAVEL INSURANCE | REASONS TO TRAVEL | RYANAIR CASINO | AIRPORT TRANSFER

**ONLINE CHECK-IN**

FLIGHTS | HOTELS | HERTZ

Departing from:

Going to:

Return  One Way

Depart Date: 14 Jul 2007

Return Date: 14 Jul 2007

Number of Passengers:

- 1 Adults
- 0 Children (under 16 years)
- 0 Infants (under 2 years)

**BOOK CHEAP FLIGHTS**

REGISTER FOR OFFERS

**My Flight**

- Airport Transfer
- Find Lowest Fares
- Web Check-In
- Priority Boarding
- Change Flight Details
- View Flight Details
- Flight Information

## SUPER SUMMER FARES

ONE WAY FROM

ALGHERO	£10	MONTPELLIER	£10
MARSEILLE	£10	PORTO	£10
MILAN BERGAMO	£10	SANTANDER	£10

INCLUDES TAXES AND CHARGES

**SALE ENDS MIDNIGHT MONDAY**

RYANAIR'S LOWEST FARE GUARANTEE – BOOK NOW

TRAVEL INSURANCE SINGLE TRIP COVER FROM £5.50

- Advance Passenger Information -Flights to Spain
- Deputy Sales & Marketing Manager – UK & Ireland
- Final opportunity to advertise your Ski product on Ryanair

From LONDON (STANSTED)	From EAST MIDLANDS
Fares include taxes, fees & charges from	Fares include taxes, fees & charges from
Aarhus £10.00	Barcelona (Girona) £10.00
Biarritz £10.00	Granada-Jaén £10.00

**Hotel Deals**

Rooms from only £17/€25

**Cheap Car Hire**

LOW COST CAR HIRE Hertz

**Todays Jackpot**

Travel Deals

- CAR HIRE
- HOTEL DEALS
- CREDIT CARD
- AIRPORT COACH
- B&B'S
- TOURS & ACTIVITIES
- AIRPORT PARKING
- RYANAIR BINGO

# ¿Soy más de comic sans o arial?

**RYANAIR** Planear ▾ | Mis reservas | Registrarse | Inicia sesión | Ayuda | | ▾

**VUELOS** ALQUILER DE COCHES HOTELES EVENTOS Y ACTIVIDADES

Ida y vuelta  Ida  Aplicar código promocional Verificado por Ryanair

De Murcia International A Destino **Buscar**

Filtros: Gama de precios ▾ Horas ▾ Tipo de viaje ▾

Posibles retrasos desde/hacia las Islas Canarias (viernes 09 - sábado 10 de febrero) debido a fuertes vientos. [Leer más](#) 1 de 1 >

Protege a los pasajeros: Mantened abierto el espacio aéreo de la UE - Firma la petición [Leer más](#) 2 de 2 >

**LA FIEBRE DEL VERANO**  
**¡DATE PRISA!**

**VUELA DESDE 29.99 €**

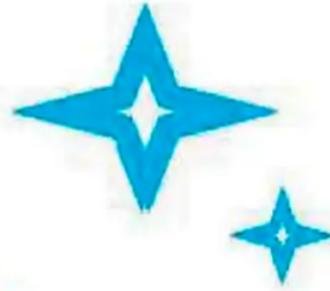
[Reservar ahora](#) Términos y condiciones aplicables.

# ¿Soy más de comic sans o arial?

---



TURISMO  
DE  
NATURALEZA



Castilla y León  
EXCELENTE

# ¿Soy más de comic sans o arial?

---

**Un artista digital ha mostrado el potencial de esta nueva IA generativa en tiempo real. Y ha recibido toneladas de 'hate' por ello**

"Es la primera vez que realmente vislumbro un futuro en el que podremos utilizar nuestras habilidades artísticas para controlar la IA generativa", afirma Nebelong

# ¿Soy más de comic sans o arial?

---



## Senado de España

@Senadoesp · 5,34 K suscriptores · 759 vídeos

Perfil oficial del Senado de España. >

[senado.es](https://senado.es) y 3 enlaces más

Suscribirse

Inicio

Vídeos

En directo

Listas

Comunidad



Cuenta del Senado en Youtube donde sí se mantiene el nuevo logo institucional.

# ¿Soy más de comic sans o arial?

---

**Antes**



**SENADO**  
DE ESPAÑA

**Ahora**



**Senado de España**

# ¿Soy más de comic sans o arial?

---

Un gran rebranding de marca, a 5 pasos de distancia:

1. Haz un estudio de tu marca y de tu situación actual.
2. Define tus objetivos de marca.
3. Crea una imagen corporativa que represente tus nuevos valores.
4. Colores y tipografías.
5. Haz difusión de tu rebranding de marca.

# ¿Soy más de comic sans o arial?

---

EMPRESAS

## Correos cambia su imagen tras 20 años

La empresa pública ha querido modernizarse y adaptarse a la era digital, creando un icono más sencillo, abierto y ágil

ANDREA DELUCAS

04/06/2019 - 13:24 Actualizado: 21/10/2019 - 17:36

EMPRESAS

## Correos cambia su imagen corporativa para acercarse a los "nuevos tiempos"

Esta nueva imagen, más sencilla, abierta y ágil, le permitirá adaptarse a las nuevas necesidades del mundo digital

4 junio, 2019 - 13:39

 GUARDAR

# ¿Soy más de comic sans o arial?

---



# ¿Soy más de comic sans o arial?

## Cómo conseguir un brillante rebranding de marca: ejemplos y recomendaciones

LAURA ALONSO × 13 OCTUBRE, 2022



¿NOS VEMOS EL 15 DE FEBRERO EN MADRID?

MADRID 15 DE FEBRERO  
DE 9 A 16.30 H

Con el sello de calidad de  
**Marketing & eCommerce**

¡SUSCRÍBETE!

# ¿Soy más de comic sans o arial?

**RFEF** · 23 mar. 2021  
@rfeff · [Seguir](#)

Muchos caminos hemos recorrido para volver donde comienza todo.

Empieza un nuevo partido más intenso, abierto y moderno. Para llegar a todos los lugares.

RFEF, EL FÚTBOL

#NuevalmagenRFEF

Mirar en X

**EL FÚTBOL**

**Juan López Moses** ★★ ★  
@JuanLopezMoses · [Seguir](#)

Simplificar sin perder identidad podría haber sido una mejor resolución



2:47 p. m. · 23 mar. 2021

**Juan López Moses** ★★ ★  
@JuanLopezMoses · [Seguir](#)

Simplificar sin perder identidad podría haber sido una mejor resolución



2:47 p. m. · 23 mar. 2021

---

# Índice

Introducción a las redes sociales.

Introducción al diseño.

¿Soy más de comic sans o arial?

**Caso práctico.**

# Caso práctico.

---



# Caso práctico.

---

6 publicaciones

# Caso práctico.

---

Inauguración  
¿Dónde estamos?  
Productos  
Sorteo  
2 adicionales

# Caso práctico.

---

¿Donde nos encontraremos?

Redes sociales donde estar