



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
NICARAGUA,  
MANAGUA  
UNAN - MANAGUA

**Facultad Regional multidisciplinaria, FAREM-Estelí**

**Diseño de Marca gráfica para la empresa CRUZOL en la ciudad de Condega, durante el segundo semestre del año 2022.**

**Autor:**

Br. Julissa Maite Rugama Rivera

**Correo electrónico:**

[rugamajulissa97@gmail.com](mailto:rugamajulissa97@gmail.com)

## **Resumen**

La presente investigación tiene como objetivo diseñar una Marca gráfica para la empresa CRUZOL en la ciudad de Condega, en el año 2022.

Se encontró la oportunidad de producir y comercializar artículos de madera por encargo, en el mercado local, tomando la oportunidad de lanzar un producto innovador, con un precio accesible para el consumidor, utilizando la madera con tallados diferentes. La industria maderera es el sector de la actividad industrial que se ocupa del procesamiento de la madera, desde su plantación hasta su transformación en objetos de uso práctico, pasando por la extracción, corte, almacenamiento o tratamiento bioquímico y moldeo. El producto final de esta actividad puede ser la fabricación de mobiliario, materiales de construcción, los cuales tienen gran demanda en nuestro país.

Por estas razones nace la empresa “CRUZOL” con el objetivo de dar respuesta a las demandas de la población en el municipio de Condega, quienes deben trasladarse a ciudades vecinas para realizar sus encargos, lo que incrementa los costos.

El diseño de marca es de suma importancia en una empresa, ya que permite suministrar información al consumidor; posibilita la expansión de ventas y contribuye en absorber el excedente económico.

Palabras clave: Diseño de marca, producción, comercialización, accesibilidad.

## Summary

The objective of this investigation is to design a graphic brand for the company CRUZOL in the city of Condega, in the year 2022.

The opportunity was found to produce and market wooden items to order, in the local market, taking the opportunity to launch an innovative product, with an affordable price for the consumer, using wood with different carvings. The wood industry is the sector of industrial activity that deals with the processing of wood, from its planting to its transformation into objects of practical use, through extraction, cutting, storage or biochemical treatment and molding. The final product of this activity can be the manufacture of furniture, construction materials, which are in great demand in our country.

For these reasons, the company "CRUZOL" was born with the aim of responding to the demands of the population in the municipality of Condega, who must move to neighboring cities to carry out their orders, which increases costs.

Brand design is of the utmost importance in a company, since it allows information to be provided to the consumer; it enables the expansion of sales and contributes to absorbing the economic surplus.

Keywords: Brand design, production, marketing, accessibility.

## Introducción

El presente estudio se refiere a una nueva línea de negocios en las mueblerías, sobre cómo difundir su actividad, e incrementar sus ventas mediante la creación de una “Marca” publicitaria que promueva sus productos mediante su propia marca gráfica, y pueda esta empresa incrementar la fabricación, comercialización y ventas de muebles ofreciendo un mejor producto o servicio a sus clientes y satisfagan sus necesidades. Por ello se ha analizado innovar con una nueva línea de servicio que ayudaría a mantener e incrementar la rentabilidad de este sector del mueble, difundiendo el producto, mediante la publicidad de su marca, plan estratégico con una nueva línea de negocio que beneficiará dicho sector.

La marca es la forma en que se percibe una empresa, es la imagen de lo que la compañía significa, la carta de presentación que esta tiene ante los futuros clientes y por lo tanto es fundamental que este bien analizada y estructurada para que su elaboración sea factible en un ciento por ciento, esto garantizará que la imagen de la empresa se posicione en la mente de los usuarios / consumidores. En este trabajo se pretende diseñar la imagen de la Empresa “CRUZOL” para que las personas conozcan y se sientan identificados con la marca, sus colores, su identidad corporativa.

## **Metodología**

### **Tipo de investigación.**

Según el nivel de profundidad de esta investigación es de carácter descriptivo, Sampieri (2014) busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice. En esta investigación se describió la información general de la empresa CRUZOL, y de esta manera se está proponiendo una marca grafica que mejore el posicionamiento en el mercado de la empresa. Según finalidad es de tipo aplicada ya que según, el interés es práctico, pues sus resultados son utilizados inmediatamente en la solución de problemas empresariales cotidianos. Horna (2012)

Según su alcance temporal es de corte transversal. En los estudios transversales se recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único, en este caso un semestre escolar. Sampieri (2014, pág. 151)

### **Enfoque de la investigación.**

Según ujaen (2006) la investigación cualitativa es como el estudio de la gente a partir de lo que dicen y hacen las personas en el escenario social y cultural.

Se trabajó con un enfoque cualitativo debido a que se recolectó datos de los clientes, trabajadores, y dueño de la empresa "CRUZOL" los cuales se procesarán para el análisis y discusión de resultados. El estudio pretende explicar la relación que existe entre la influencia de estrategias de publicidad en la captación de los clientes, para valorar cómo influye una sobre la otra.

En cuanto a métodos de recolección se aplicaron los teóricos; inductivo, deductivo. Según Sierra (2006) Se define como método inductivo a "un proceso en el que, a partir del estudio de casos particulares, se obtienen conclusiones o leyes universales que explican o relacionan los fenómenos estudiados. El método inductivo representa la observación dada del comportamiento a investigar; de esta

manera se obtienen las conclusiones del estudio que además se relacionan a los fenómenos estudiados.

La muestra se tomó de 30 clientes, todos los clientes locales y de comunidades vecinas que visitan la ciudad de Condega por diferentes razones. Se eligieron a partir de los clientes que hacen encargos con más frecuencia y de más fidelidad.

### **Área Geográfica**

Este estudio fue realizado en el municipio de Condega, departamento de Estelí, ya que este es el domicilio de operaciones de la empresa CRUZOL

### **Población y Muestra**

Según Díaz de León (2019) la población de una investigación está compuesta por personas, objetos, organismos, etc. Participan del fenómeno que fue definido y delimitado en el análisis del problema de investigación. La muestra puede ser definida como un subgrupo de la población o universo. Para seleccionar la muestra, primero deben delimitarse las características de la población.

Para llevar a cabo el proceso de esta investigación, se realizó una muestra no probabilística y por conveniencia. El investigador selecciona intencionalmente los elementos que constituirán la muestra, este procedimiento puede dar muestras altamente representativas o bien poco representativas, esto dependerá de las habilidades del investigador.

### **Universo de estudio**

Caracterización de la ciudad de Condega.

(Cualbondi, 2009-2020) localizado en el departamento de Estelí, Condega es un municipio cuya superficie, población, altitud y otra información importante se proporciona a continuación.

## Análisis y discusión de resultados

Información de la empresa CRUZOL a través de un brief creativo que refleje su quehacer empresarial

### Brief creativo

<b>Nombre de la empresa:</b>	CRUZOL
<b>Teléfono:</b>	2715-2639

#### Información de la empresa:

<b>Marca:</b>	CREACIONES CRUZOL
<b>Productos o servicios:</b>	Fabricación de muebles en madera
<b>Misión:</b>	Brindar a nuestros clientes, una gran variedad de muebles de madera de gran calidad para todos los ambientes del hogar o institución.
<b>Visión:</b>	Ser uno de los líderes en la fabricación del muebles de madera.

#### Información del mercado y la competencia:

<b>Principales competidores:</b>	CURACAO, Gallo más Gallo.
<b>Estrategias de marketing de los competidores:</b>	Marketing Digital, Streaming.
<b>Tendencias del mercado:</b>	Video Marketing

#### Situación actual de la empresa:

<b>Rango de precios de los productos o servicios:</b>	Los precios varían existen productos desde C\$4,000 hasta más de C\$30,000.
<b>Distribución de los productos o servicios:</b>	Canal directo ( Consiste en enviar el producto al consumidor final, sin ningún intermediario)
<b>Plan de promoción y comunicación actual:</b>	Creación de marca
<b>Experiencia en el mercado:</b>	19 años aprox.
<b>Ventajas competitivas:</b>	Precios más accesibles.

### **Análisis de situaciones previas:**

<b>Acciones que se han realizado en el pasado:</b>	<b>Resultado de las acciones:</b>
Obtener los pedidos mediante la búsqueda de clientes potenciales.	Por medio de los clientes obtenidos que han recomendado la empresa, subieron las ventas.

### **Definición de la estrategia:**

<b>Objetivos:</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Corto plazo: Subir las ventas.</li><li>• Mediano plazo: Incorporar más clientes potenciales.</li><li>• Largo plazo: Obtener fidelidad de los clientes.</li></ul>
<b>Impacto esperado:</b>	Ser reconocido a nivel departamental.
<b>Acciones que se llevarán a cabo:</b>	Elaboración de marca (Logo, eslogan)

### **Fecha de entrega estipulada:**

Para organizar el tiempo de entrega de cada artículo primero el cliente tiene que entregar un 50% de adelanto, luego se procede a trabajar en el artículo el tiempo estipulado de entrega va de 15 a 30 días dependiendo de cantidad y modelo ordenado.

**Elementos que se requieren en la creación de una marca gráfica de la empresa CRUZOL**

- Nombre, eslogan, logotipo, color y documentación empresarial.



## -Colores-

A continuación se muestran y especifican los valores para diferentes soportes de los colores que conforman la paleta cromática.



PANTONE CHOCOLATE BROWN

C0 M69 Y100 K68

R98 G52 B18

#623412



PANTONE 4625 C

C30 M72 Y74 K80

R79 G44 B29

#4F2C1D



PANTONE 7405 U

C0 M23 Y94 K10

R230 G177 B14

#E6B10E

## -Tipografía-

Tipografía Principal: Essen bold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

**1234567890**

Tipografía Secundaria: Corbel Bold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

**1234567890**

# -Aplicación de la marca-



# Excelencia en Muebles

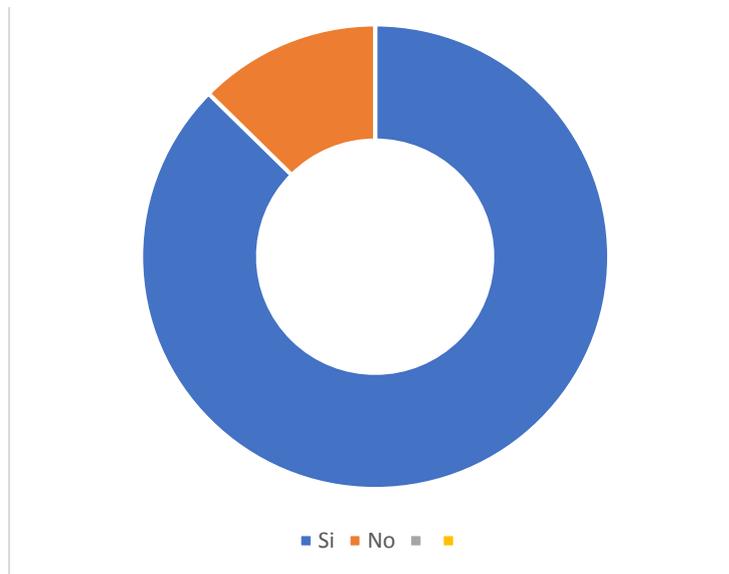


 8612-3506

Inst. Marista 20 VRS. Norte 1/2 Oeste.  
Condega. Estelí, Nic.

1. ¿Le resulta llamativo o interesante la marca CRUZOL?

Figura 7

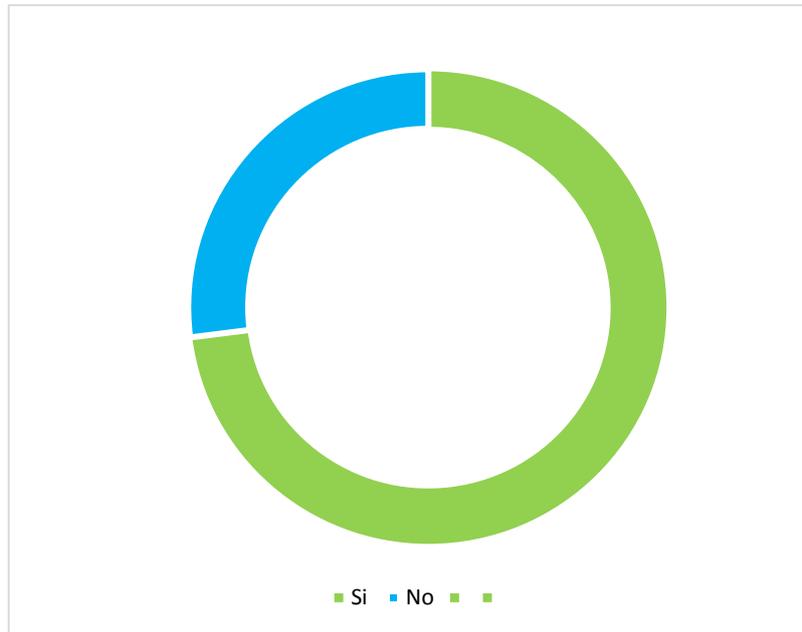


Nota: Resultados de encuesta. Fuente: Elaboración Propia (2022)

R/ El 87.4% de las personas encuestadas mostraron interés en la idea, mientras el 12.6 % mostro un interés indiferente.

2. ¿Consideras que somos la empresa líder del sector?

Figura 8



Nota: Resultados de encuesta. Fuente: Elaboración Propia (2022)

R/ El 73 % de las personas encuestadas dijo que por supuesto que sí, ya que los productos que ofrecen son de muy buena calidad, sin embargo, el 27 % dijo que costaría un poco más ya que aún no es tan reconocida.

**Validar la marca gráfica de la empresa CRUZOL en los diferentes medios digitales e impresos.**

Se realizó un proceso de validación con el CEO de la empresa CRUZOL. Se expuso la marca, así mismo estuvo en consenso tanto la creación del logo como la paleta de colores los cuales hacen alusión a los tonos de madera.

El logo como tal hace referencia a algunas de las herramientas que se utilizan para la elaboración de muebles en madera (cierra eléctrica, martillos, llaves, etc.)

## Conclusiones

Por medio de la presente investigación, se llegó a la conclusión que CRUZOL, es una excelente forma de expandir lo que se conoce como expo muebles Cruz, ya que este llega a alcanzar a clientes potenciales, que en este momento no saben de su existencia, debido a su escasa información digital, que es la que en este momento mueve al mundo.

Para lograrlo, es necesario hacer algo impactante y sobre saliente que por supuesto, es la manera en la que será percibida y a la vez aceptada, llegando desde pequeños clientes hasta muy grandes que en el futuro son proyectados como distribuidores del producto.

Las estrategias de publicidad que está aplicando la empresa en la captación de clientes son las siguientes: creativas, es decir utilizando elementos notorios que llamen la atención del visor, competitivas, es decir posicionar con calidad para proyectar aún más que la competencia, y por supuesto atracción que es lo primero que se debe captar, o que hará aumentar las ventas a corto plazo auxiliándose de la publicidad y promociones que se estudiaran para obtener más clientes, sin presentar pérdidas.

CRUZOL tiene todos los elementos para alcanzar mayor cantidad de clientes y satisfacer las necesidades el segmento de mercado que se desea dirigir ya sea captar clientes por internet y correo directo.

Se comprobó que por medio de las encuestas realizadas a personas de la Ciudad de Condega, como de Estelí que sería uno de las ciudades de clientes potenciales, que CRUZOL si tiene mucha proyección para el éxito absoluto, por lo tanto, se acepta la hipótesis, debido a que las estrategias de publicidad influyen con un nivel significativo en la captación de nuevos clientes con un impacto moderado, debido a la carencia de habilidades conceptuales por parte de la gerencia, ya que muchas estrategias son aplicadas a través de conocimientos empíricos.

## Recomendaciones

Emprender un mayor enfoque hacia las estrategias de publicidad específicas, ya que abarca temáticas como: penetrar nuevos mercados, desarrollo de productos, fidelizar a sus clientes, la creatividad e innovación; sin embargo, esta pretende aumentar el número de vendedores, aumentar el número de puntos de ventas, disminuir los precios, agregar nuevas promociones de ventas y establecer nuevos sistemas de información.

Seleccionar los medios de información que impactan con mayor frecuencia como: la televisión, la radio y los medios gráficos en diferentes puntos estratégicos en donde pueda impactar en la mente de los clientes.

Mantener un presupuesto de publicidad para poder dar a conocer las promociones que pueden gozar los clientes durante los diferentes eventos que brinda la empresa.

Sin duda, las **redes sociales** son las mejores aliadas ya que permite llevar a las marcas más allá de sus objetivos. Un plan de Social Media se convierte en uno de los mejores recursos para atraer retorno, captar clientes potenciales y vender.

Los pasos a seguir serían: Definir público objetivo, escoger redes sociales adecuadas a la marca, crear contenido creativo, tener una página web para mostrar los productos y servicios.

## Referencias Bibliográficas

- ART, E. D. (2011). *www.perio.unlp.edu.ar*.
- Audaces. (2019). *www.audaces.com*.
- Cualbondi. (2009-2020). Obtenido de cualbondi:  
<https://cualbondi.org/ni/a/r5728877/condega-municipio/>
- Economía, D. d. (2015). *edu.xunta.gal*. Obtenido de edu.xunta.gal:  
<http://www.edu.xunta.gal>
- Economipedia. (2018). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia:  
<https://economipedia.com>
- EcuRed. (2018). *EcuRed*. Obtenido de EcuRed:  
<https://www.ecured.cu/Impresi%C3%B3n>
- edebe. (2010). *edebe.com*. Obtenido de edebe.com:  
[https://www.edebe.com/educacion/documentos/830343-0-529-830343\\_LA\\_EIE\\_CAS.pdf](https://www.edebe.com/educacion/documentos/830343-0-529-830343_LA_EIE_CAS.pdf)
- efi. (2010). *efi print to win*. Obtenido de efi print to win:  
[https://www.efi.com/library/efi/documents/336/efi\\_fiery\\_fiery\\_abcs\\_of\\_color\\_wp\\_es\\_es.pdf](https://www.efi.com/library/efi/documents/336/efi_fiery_fiery_abcs_of_color_wp_es_es.pdf)
- Gamez, M. F. (Diciembre de 2016). *www.repositorio.upoli.edu.ni*.
- gob.mx. (07 de enero de 2017). *gob.mx*. Obtenido de  
<https://www.gob.mx/se/articulos/la-marca-como-elemento-distintivo-de-productos-y-servicios>
- Horna, A. A. (2012). *7 pasos para una tesis exitosa*.
- Maria. (2019). *www.proprintweb.com*.
- Marketing. (2021). *www.blog.hubspot.es*.
- Marketing-xxi. (2020). *marketing-xxi*. Obtenido de marketing-xxi:  
<https://www.marketing-xxi.com>
- Meggs, P. (1983). *Historia del diseño gráfico*.
- Pablo. (noviembre de 2015). *elnuevoempresario.com*. Obtenido de elnuevoempresario.com:  
<https://elnuevoempresario.com/glosario/sistema-de-informacion-empresarial-sie/#gs.gfnwuq>
- Perez, L. (2020). *www.rockcontent.com*.
- Ramos, D. M. (marzo-junio de 2012). *insigne visual*. Obtenido de insigne visual:  
<http://www.apps.buap.mx>
- Sampieri, R. H. (2014). *Metodología de la investigación*. MEXICO: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES S.A DE C.V.

School, E. b. (junio de 2019). [www.esneca.com](http://www.esneca.com).