



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

TESIS DE GRADO

Proyecto de Graduación

Desarrollo del emprendimiento Ponte Chajín mediante la creación de la identidad corporativa, packaging eco amigable y estrategias de branding.

Espinoza, Edith; Montes, Diana; Monrroy, Erimer.

Asesor/Tutor

Lic. Dayana Medina

Msc. Luis Genet

ÁREA DE CONOCIMIENTO
EDUCACIÓN, ARTE Y HUMANIDADES

¡Universidad del Pueblo y para el Pueblo!



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

**Área de Conocimiento
Educación Arte y Humanidades**

Recinto Universitario “Rubén Darío”

**Desarrollo del emprendimiento Ponte Chajín mediante la
creación de la identidad corporativa, packaging eco amigable
y estrategias de branding.**

Tesis para optar al grado de
Licenciatura en Diseño Gráfico y Multimedia

Autor/es

Br. Edith Lubianka Espinoza Martínez
Br. Diana de los Ángeles Montes Herrera
Br. Erimer Jaleska Monrroy Calero

Asesor/es

Lic. Dayana Elizabeth Medina Cabrera
Msc. Luis Armando Genet

Diciembre, 2024







AREA DE CONOCIMIENTO EDUCACIÓN, ARTE Y HUMANIDADES

DEPARTAMENTO DOCENTE DE TECNOLOGÍA EDUCATIVA

“2024: Universidad Gratuita y de Calidad para Seguir en Victorias”

CARTA AVAL

La conceptualización y diseño de una identidad de marca requieren una estrategia sólida y un manual de identidad corporativa, esenciales para fortalecer el reconocimiento en un mercado competitivo. Una marca gráfica coherente no solo conecta emocionalmente con el público objetivo, sino que también posiciona al negocio como referente en su sector. En este proyecto, las estudiantes desarrollan soluciones innovadoras que integran diseño gráfico profesional y directrices claras para la gestión de la marca, destacando la importancia de reflejar y preservar la riqueza cultural de Nicaragua como un elemento distintivo y valioso para generar identidad y orgullo en el mercado.

Con relación a lo anterior, el presente documento para optar a la Licenciatura en Diseño Gráfico y Multimedia que lleva por título: **“Desarrollo del emprendimiento Ponte Chajín mediante la creación de la identidad corporativa, packaging eco amigable y estrategias de branding.** desarrollado por las estudiantes:

- Br. Diana de los Ángeles Montes Herrera
- Br. Edith Lubianka Espinoza Martínez
- Br. Erimer Jaleska Monrroy Calero

Se certifica que este proyecto cumple con los criterios técnicos y metodológicos exigidos, además de reflejar el nivel de preparación profesional alcanzado por las estudiantes. Avalo su calidad académica permitiéndoles continuar a la siguiente fase de evaluación final, para optar al título de **Licenciado en Diseño Gráfico y Multimedia.**

Dando fe de su autenticidad y trabajo realizado, extendiendo la presente a los cinco días del mes de diciembre del 2024.

Lic. Dayana Medina

Tutora

¡Universidad del Pueblo y Para el Pueblo!

Rotonda Universitaria Rigoberto López Pérez, 150 metros al Este. | Recinto Universitario “Rubén Darío”



Project Charter

1. Información general del proyecto				
Nombre del proyecto:		Desarrollo del emprendimiento Ponte Chajín mediante la creación de la identidad corporativa, packaging eco amigable y estrategias de branding.		
Patrocinadores ejecutivos:				
Patrocinador del departamento:		Área de Conocimiento Educación, Arte y Humanidades		
Impacto del proyecto:		Preservación y promoción de la cultura, prácticas de producción sostenible		
2. Grupo de proyecto				
	Nombre	Departamento	Teléfono	E-mail
Director del Proyecto	Edith Lubianka Espinoza Martínez	Diseño	87451983	espinoza260803@gmail.com
Miembros del Equipo	Diana de los Ángeles Montes Herrera	Diseño Marketing	82629878	dianadellosangelesm@gmail.com
	Erimer Jaleska Monrroy Calero	Diseño	81687345	erimonrroy03@gmail.com
3. Partes interesadas				
Propietarios del emprendimiento Ponte Chajín, clientes potenciales del negocio.				
4. Alcance del Proyecto				
Propósito del proyecto/justificación comercial				
El emprendimiento Ponte Chajín no cuenta con identidad visual que ayude a reconocer el negocio ante los clientes potenciales, por lo tanto, se ha visto afectado por la poca demanda que esto genera				
Objetivos (en términos comerciales)				
OBJETIVO GENERAL: Desarrollar la identidad corporativa, packaging eco amigable y una estrategia de branding para Ponte Chajín un emprendimiento que promueve la cultura nicaragüense, con el fin de posicionar la marca en el mercado de moda juvenil de manera sostenible y culturalmente relevante. OBJETIVOS ESPECÍFICOS: • Diseñar la identidad visual y el manual de identidad corporativa de Ponte Chajín, asegurando que reflejen tanto los principios de sostenibilidad como los valores culturales de la marca. • Crear un packaging eco amigable elaborado con materiales reciclables y biodegradables, que además transmita el compromiso de la marca con la sostenibilidad y el respeto al medio ambiente. • Desarrollar una estrategia de branding que integre planes de comunicación digital, marketing y posicionamiento, con el propósito de conectar con el público juvenil.				
Entregables				
• Manual de identidad corporativa: Logotipo, tipografía, paleta de colores, elementos gráficos para el uso correcto de la marca, aplicaciones en medios digitales y medios impresos. • Branding: Plan de marketing • Packaging ecoamigable • Ilustraciones				
Alcance				
Este proyecto aborda la creación de un manual de identidad corporativa para la realización de publicidad en el emprendimiento Ponte Chajín.				



Hitos del proyecto			
Actividades		Fecha	
Generalidades		30-03-2024	
Estudio de mercado		05-05-2024	
Estudio técnico		15-06-2024	
Diseño de prototipo		15-08-2024 / 04-12-2024	
Validación		04-12-2024	
Entrega		05-12-2024	
Principales riesgos conocidos			
Riesgos		Calificación de riesgo (Alto, Medio, Bajo)	
Cierre del negocio		Bajo	
Desacuerdo entre los colaboradores		Medio	
Desacuerdo con el propietario		Bajo	
Mal funcionamiento del equipo		Medio	
Restricciones			
Incumplimiento de las normas			
Bloqueo creativo			
Fecha de finalización del proyecto			
Dependencias externas			
El equipo trabaja de manera colaborativa y respetuosa para llevar a cabo el cumplimiento de los objetivos.			
5. Estrategia de comunicación.			
Mediante reuniones presenciales y en línea se plantean avances y se muestran diseños y materiales gráficos propios del equipo.			
6. Cierre de sesión			
	Nombre	Firma	(DD/12/2024)
Patrocinador ejecutivo			
Patrocinador del departamento	Área de Conocimiento Educación, Arte y Humanidades		
Gerente de proyecto	Edith Lubianka Espinoza Martínez Diana de los Ángeles Montes Herrera Erimer Jaleska Monrroy Calero		
7. Observaciones			



Contenido

Project Charter	5
1. Generalidades del proyecto	9
1.1. Nombre y descripción del proyecto	9
1.2. Objetivos del proyecto	10
1.3. Justificación	11
1.4. Articulación entre planes, programas y proyectos	12
1.5. El proyecto en el marco de las políticas estratégicas de desarrollo humano del país	13
1.6. Grupo meta y beneficiarios.....	13
1.7. Ciclo de vida del proyecto	14
1.8. Resultados esperados	15
1.9. Matriz del enfoque del marco lógico	16
1.10. Matriz para la etapa de diseño	17
2. Estudio de mercado	17
2.1. Definición del producto o servicio	17
2.2. Demanda real.....	18
2.2.1. Demanda potencial	18
2.3. Oferta real	18
2.3.1. Oferta potencial	18
2.4. Análisis de costes y de precios	19
2.5. Proveedores de materias primas	19
2.6. Comercialización o servicios	19
3. Estudio Técnico.....	20
3.1. Tamaño del proyecto.....	20
3.2. Localización del proyecto	20
3.2.1 Macro localización.....	20
3.2.2. Micro localización.....	20
3.3. Procesos productivos	21
3.3.1. Procesos y usos de tecnología	21
3.3.2. Capacidad de producción.....	22
3.4. Ingeniería de proyectos.....	23
3.4.1. Estructura física del proyecto.....	23
3.4.2. Maquinaria y equipos	23



3.4.3. Valoración de la inversión	23
3.5. Aspectos administrativos	24
3.5.1. Aspectos legales del proyecto	24
3.5.2. Marco institucional y legal del proyecto	24
3.5.3. Obligaciones fiscales y municipales	24
3.5.4. Planificación y organización de la programación y ejecución de las actividades.....	25
3.5.5. Matriz de ejecución y seguimiento	26
3.6. Aspectos sociales del proyecto	27
3.7. Aspectos económicos del proyecto.....	27
3.8. Aspectos ambientales del proyecto	28
4. Estudio financiero	28
4.1. Inversión del proyecto.....	28
4.2. Montos de capital	29
4.3. Fuentes de financiamiento.....	29
4.4. Planes de financiamiento	30
4.5. Matriz de etapa de evaluación del proyecto.....	31
4.6. Análisis y administración de los riesgos del proyecto	32
4.7. Plan de sostenimiento del proyecto.....	32
5. Conclusiones	33
6. Recomendaciones	34
7. Material complementario	35
7.1. Bibliografía	35
7.2. Anexos	36



1. Generalidades del proyecto

1.1. Nombre y descripción del proyecto

El presente proyecto consiste en el desarrollo del emprendimiento Ponte Chajín mediante la creación de la identidad corporativa, packaging eco amigable y estrategias de branding.

El proyecto tiene como objetivo consolidar a Ponte Chajín como una marca representativa de la cultura nicaragüense y responsable con el medio ambiente. Para ello, se desarrollará una identidad corporativa integral y coherente, un empaque eco amigable que refleja el compromiso con el medio ambiente y estrategias de branding orientadas a generar reconocimiento y posicionar la marca en el mercado local, como referente de cultura y sostenibilidad.

Ponte Chajín es un emprendimiento que nace con el objetivo de celebrar la cultura de Nicaragua mediante ilustraciones personalizadas, estampadas en productos como camisetas, sudaderas y gorras, que mediante los diseños se representan las tradiciones, bailes, música y otros elementos únicos permitiendo a los nicaragüenses y visitantes identificarse, conocer y difundir la esencia del país.



1.2. Objetivos del proyecto

Objetivo general

Desarrollar la identidad corporativa, packaging eco amigable y una estrategia de branding para Ponte Chajín un emprendimiento que promueve la cultura nicaragüense, con el fin de posicionar la marca en el mercado de moda juvenil de manera sostenible y culturalmente relevante.

Objetivos específicos

- Diseñar la identidad visual y el manual de identidad corporativa de Ponte Chajín, asegurando que reflejen tanto los principios de sostenibilidad como los valores culturales de la marca.
- Crear un packaging eco amigable elaborado con materiales reciclables y biodegradables, que además transmita el compromiso de la marca con la sostenibilidad y el respeto al medio ambiente.
- Desarrollar una estrategia de branding que integre planes de comunicación digital, marketing y posicionamiento, con el propósito de conectar con el público juvenil.



1.3. Justificación

El emprendimiento de Ponte Chajín nace de la admiración de nuestra cultura nicaragüense y que esta debe ser reconocida a nivel nacional por su riqueza y sus múltiples facetas destacadas. Se ejecuto una encuesta para nuestro público meta que son nuestros jóvenes de 17-25 años ya que es la generación influyente a expandir el negocio por el modernismo, a través de las respuestas obtenidas se tomaron decisiones efectivas para complacer y garantizar las compras de nuestros productos. En esta resaltan trabajar con una línea grafica estable para la creación de los diseños.

A través de investigaciones, en nuestro país son pocos los negocios que promueven nuestra cultura, de una manera sencilla encontramos en los mercados piezas elaboradas a manos por nuestros vendedores, esto en los últimos años ha sido desplazado por mercadería extranjera promocionando marcas famosas que no representan nada de lo nuestro. Actualmente muchos diseñadores gráficos han puesto su sello y han creado pequeños negocios propios representando a Nicaragua en lo que es el deporte y la farándula a través de camisetas, gorras, estampadas.

Cabe destacar que no presentan una línea grafica solida por lo tanto otras personas podrían ocupar dichos diseños para crear sus propios negocios.

Ponte Chajín es un negocio que se adapta a la actualización del mercado a través de las ventas y el marketing, elaborada a través de estudios y planificaciones que nos ayudan a mantener en el mercado dicho emprendimiento.



1.4. Articulación entre planes, programas y proyectos

Plan nacional de desarrollo humano

A través del plan nacional podemos relacionar nuestra idea de emprendimiento con la **PROMOCIÓN DE LA CULTURA, ARTE, TRADICIÓN Y PATRIMONIOS** ya que esta nos habla del fomento de la economía creativa, fortaleciendo la cultura emprendedora, productiva y artística para generar oportunidades de desarrollo y prosperidad esta información la encontramos en la pág.49 y el desarrollo del turismo en la pág. 50.

Objetivo de desarrollo sostenible

Para el proyecto, se seleccionaron dos Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas que se alinean debido a su enfoque en la cultura y el emprendimiento. En el ODS 8 titulado Trabajo Decente y Crecimiento Económico a medida que el negocio crezca, podría generar más empleos directos o indirectos, promoviendo un desarrollo económico sostenible en Nicaragua. Como segundo objetivo está el ODS 9 titulado Industria, Innovación e Infraestructura en cual se promueve el crecimiento económico inclusivo y sostenible, el empleo y el trabajo decente para todos en el sector de moda y diseño en Nicaragua a través de técnicas de estampado con ilustraciones de la cultura nicaragüense que podrían inspirar a otros a seguir el camino del emprendimiento en industrias creativas, fortaleciendo la infraestructura cultural y económica del país.

Línea de investigación

Durante nuestra investigación en la UNAN, llegamos a la conclusión de que nuestra propuesta se enmarca dentro de la línea de Ciencias Sociales y Humanísticas. Esto se debe a que aborde temas fundamentales como la cultura, el patrimonio y el territorio de nuestro país, elementos que son esenciales para entender el desarrollo social y cultural.

Además, nuestro enfoque busca promover la identidad nacional y fortalecer el patrimonio integral, contribuyendo al reconocimiento y valorización de nuestras raíces. Creemos que este enfoque es clave para preservar y resaltar la riqueza cultural y social de nuestro país.



1.5. El proyecto en el marco de las políticas estratégicas de desarrollo humano del país

El proyecto se alinea estrechamente con las políticas estratégicas de desarrollo humano del país, según se detalla en el Plan Nacional, específicamente en las páginas 49 y 50. En estas secciones se subraya la importancia de la PROMOCIÓN DE LA CULTURA, ARTE, TRADICIÓN Y PATRIMONIOS como motores fundamentales para fomentar la economía creativa. Este enfoque no solo fortalece la cultura emprendedora y artística, sino que también impulsa la productividad al generar nuevas oportunidades de desarrollo y prosperidad. Además, se destaca el papel crucial del desarrollo del turismo, un sector clave que se menciona explícitamente en la página 50 del plan, como parte integral de estas políticas para estimular la economía a través del patrimonio cultural y artístico del país.

1.6. Grupo meta y beneficiarios

El grupo meta son los jóvenes entre las edades de 17 a 25 años de diferentes partes de Nicaragua. El objetivo de Ponte Chajín es ofrecer productos únicos que destaquen en el mercado por su calidad y por preservar la cultura nicaragüense. El principal beneficiario del proyecto es Ponte Chajín un emprendimiento emergente que ofrece diversos productos al público.



1.7. Ciclo de vida del proyecto

Gráfico 1: Ciclo del proyecto



Fuente: Elaboración propia



1.8. Resultados esperados

Los resultados esperados en el desarrollo del proyecto son los siguientes:

- Se espera diseñar el manual de identidad corporativa para el emprendimiento Ponte Chajín, con el fin de uso en distintos medios.
- Diseñar el packaging a partir de material reciclado que este alineado con el diseño la marca y este comprometido con el cuidado del medio ambiente.
- Posicionar a Ponte Chajín para que destaque en el mercado mediante estrategias de marketing digital.



1.9. Matriz del enfoque del marco lógico

Objetivos	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos/riesgos
Objetivo General			
Desarrollar la identidad corporativa, packaging eco amigable y una estrategia de branding para Ponte Chajín un emprendimiento que promueve la cultura nicaragüense, con el fin de posicionar la marca en el mercado de moda juvenil de manera sostenible y culturalmente relevante.	Diseño de manual de marca, creación de packaging y estrategia de branding.	Evaluación interna del manual de marca finalizado, evaluación del proceso de material ecológico para la creación del packaging, planificación de estrategias de branding culminada.	Finalización del manual cumpliendo con el objetivo planteado, finalización de las estrategias realizadas de branding, Packaging terminado elaborado con materiales ecológicos.
Objetivos Específicos			
Diseñar la identidad visual y el manual de identidad corporativa de Ponte Chajín, reflejando los principios sostenibles de la marca valores culturales de Nicaragua.	Prototipo del manual de marca creado y presentado. Adecuación del prototipo a la personalidad de Chajín.	Brainstorming Diseño del prototipo basado en los resultados del estudio de mercado realizado.	Retroalimentación del tutor. Disponibilidad de recursos.
Crear un packaging eco amigable que utilice materiales reciclables y biodegradables, y que además comunique el compromiso de la marca con la sostenibilidad y el respeto por el medio ambiente.	Valoración del material adecuado para la creación del packaging. Finalización del prototipo.	Pruebas del material para el empaque ecológico.	Retroalimentación del tutor. Aprobación del prototipado.
Desarrollar una estrategia de branding que incluya planos de comunicación digital, marketing y posicionamiento, con el objetivo de conectar con el público objetivo joven y generar un sentido de pertenencia y orgullo cultural.	Tendencias actuales	Planificación de estrategias de marketing	



1.10. Matriz para la etapa de diseño

Investigación	Diseño	Desarrollo	Materiales	Prueba
¿Cómo desarrollamos la identidad corporativa, packaging eco amigable y una estrategia de branding para Ponte Chajín un emprendimiento que promueve la cultura nicaragüense, con el fin de posicionar la marca en el mercado de moda juvenil de manera sostenible y culturalmente relevante?	Definir la marca gráfica del manual	• Estudio del mercado, a través de encuestas. • Creación de la línea gráfica del emprendimiento “Chajín”. • Prototipado del manual • Bocetos de ilustraciones • Boceto del diseño del empaque. • Prototipado con materiales reciclables.	• Papel • Celular • Computador a • Adobe Illustrator • Adobe Photoshop • Adobe InDesign • Cajas de huevo • Licuadora • Pega • Tinte	Aprobación de tutora y público meta a través de las encuestas.

2. Estudio de mercado

2.1. Definición del producto o servicio

El proyecto tiene la finalidad de elaborar prendas de vestir estampadas, así mismo la creación del packaging creado bajo los lineamientos del objetivo de desarrollo sostenible número 12 el cual establece la producción y consumo responsable dando soluciones innovadoras y de diseño que facilitan e inspiran a las personas a adoptar estilos de vida más sostenibles, lo que reduce su impacto y mejora su bienestar, de esta manera Ponte Chajín es un negocio en pro de una vida verde.

Objetivos:

- Identificar las características de los elementos del manual de marca.
- Definir los elementos del manual de marca
- Determinar los canales de distribución
- Definir materiales adecuados para la elaboración del packaging.



- Planificación de las estrategias de marketing para la visualización del emprendimiento.

2.2. Demanda real

2.2.1. Demanda potencial

Ponte Chajín no cuenta con una identidad visual y de marca que les permita a los clientes potenciales identificarlo y diferenciarlo de los emprendimientos ya existentes en el mercado.

El emprendimiento como necesidad principal plantea la creación y diseño de la marca gráfica el cual puede ser el logotipo, isotipo, isologo o un imagotipo. Como elementos principales de la identidad visual se encuentra el logo, tipografía, paleta de colores, patrones, artes publicitarios, fotografías y un empaque llamativo que contribuya al medio ambiente. La creación de estos elementos es fundamental para crear una publicidad llamativa y de esta manera atraer clientes y dar a conocer la marca.

2.3. Oferta real

2.3.1. Oferta potencial

En el manual de identidad corporativa se presentan las siguientes características:

Isologotipo: El isologo es una representación gráfica en la que texto y símbolo están completamente integrados en un único elemento indivisible. No se pueden separar estas partes ni utilizarse de manera independiente, ya que ambas son fundamentales para transmitir la identidad de la marca; se complementan y pierden su sentido de forma aislada.

Paletas de colores: Elemento diferenciador que crea armonía en la parte visual.

Tipografía: Selección de fuentes tipográficas coherentes con la identidad de la marca.

Usabilidad: Se presentan los usos correctos e incorrectos, sus diferentes versiones y variaciones de tamaño para cada medio y/o plataforma donde se emplee.



Aplicaciones: Se especificará como se verá en la papelería que utilizará el emprendimiento Ponte Chajín.

Packaging: Elaborado con materiales reciclables para contribuir al medio ambiente y ofrecer al público algo innovador y creativo en el diseño.

Ilustraciones: creadas a través de la línea gráfica estable que tiene dicho emprendimiento, con los colores y tipografías.

2.4. Análisis de costes y de precios

Creative Cloud todas las aplicaciones	Computadoras
Internet	Transporte
Papelería	Escritorio
Percheros	Impresora

2.5. Proveedores de materias primas

Proveedores	Productos o servicios.
Adobe Creative Cloud	Software
Asus, Lenovo, Sony	Hardware
Casa Visión	Internet

2.6. Comercialización o servicios

Al implementar el proyecto como diseñadores y emprendedores la distribución del producto y servicio se puede hacer por medio de las redes sociales (Facebook, Instagram, TikTok), usando estrategias de marketing digital ofertando los productos que se brindan como negocio.



3. Estudio Técnico

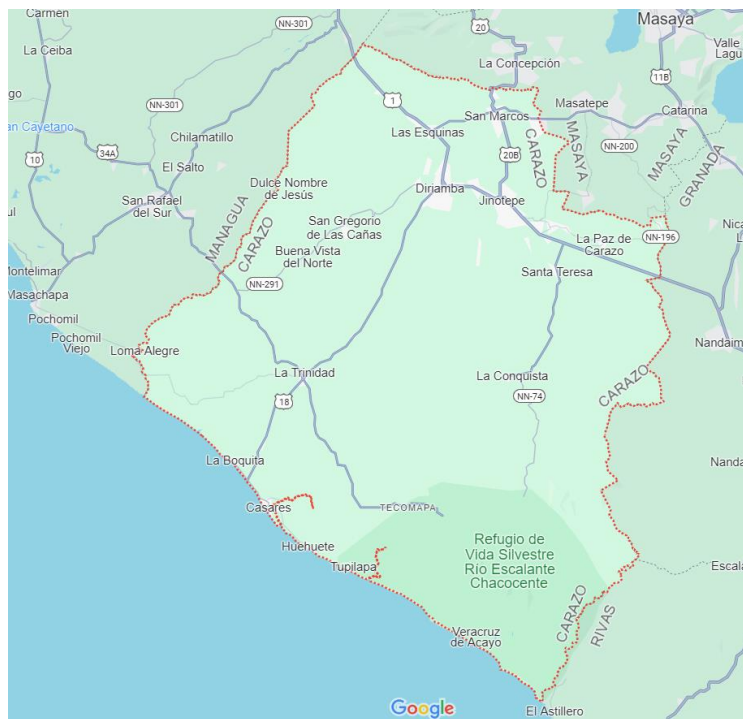
3.1. Tamaño del proyecto

El proyecto iniciará con una producción limitada de 6 camisetas, 3 sudaderas y 3 gorras con ilustraciones representativas del país para garantizar la calidad y validación del público objetivo. La estrategia inicial de posicionamiento se centrará en el territorio nacional, utilizando plataformas digitales para dar a conocer la marca. Este enfoque permitirá crear una base sólida de reconocimiento y fidelidad en el mercado.

3.2. Localización del proyecto

3.2.1 Macro localización

El emprendimiento Ponte Chajín se encuentra en el departamento de Carazo, Nicaragua; con una superficie de 1,050 km² y está localizado a 30 km de Managua.



3.2.2. Micro localización

La micro localización es la selección del sitio específico dentro del área geográfica donde se establecerá el domicilio comercial del proyecto. En este caso estamos ubicados en: Diriamba, Carazo de los tacos del reloj 15 vrs al sur.

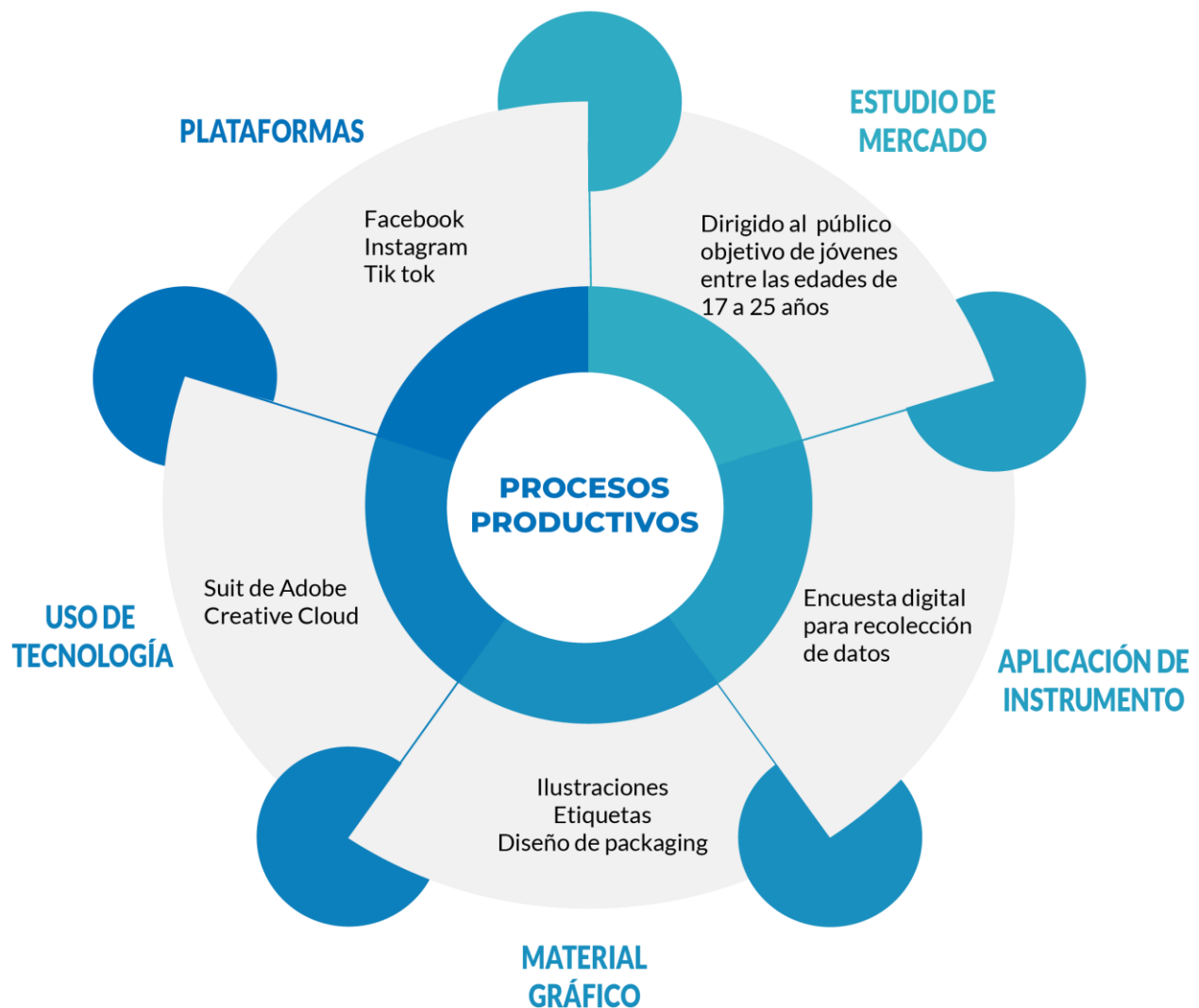


3.3. Procesos productivos

3.3.1. Procesos y usos de tecnología

En la siguiente infografía se presentan los procesos de producción de los productos gráficos y audiovisuales que se trabajaran en el proyecto:

Gráfico 1: Procesos Productivos



Fuente: Elaboración propia



3.3.2. Capacidad de producción

Días de trabajo del manual de marca	Horas por día	Semanas	Horas por semanas	Horas por mes
LUN, MAR, MIÉ, JUE	4 horas	Semana 1	16hrs	
LUN, MAR, MIÉ, JUE	4 horas	Semana 2	16hrs	
LUN, MAR, MIÉ, JUE	4 horas	Semana 3	16hrs	
LUN, MAR, MIÉ, JUE	4 horas	Semana 4	16hrs	64hrs
LUN, MAR, MIÉ, JUE	4 horas	Semana 5	16hrs	
LUN, MAR, MIÉ, JUE	4 horas	Semana 6	16hrs	
LUN, MAR, MIÉ, JUE	4 horas	Semana 7	16hrs	
LUN, MAR, MIÉ, JUE	4 horas	Semana 8	16hrs	64hrs
LUN, MAR, MIÉ, JUE	4 horas	Semana 9	16hrs	
LUN, MAR, MIÉ, JUE	4 horas	Semana 10	16hrs	
LUN, MAR, MIÉ, JUE	4 horas	Semana 11	16hrs	
LUN, MAR, MIÉ, JUE	4 horas	Semana 12	16hrs	64hrs
	Total, de horas en 3 meses			192hrs

Días de trabajo del Packaging	Horas por día	Semanas	Horas por semana	Horas por mes
LUN, MAR, MIÉ, JUE	5hrs	Semana 1	20hrs	
LUN, MAR, MIÉ, JUE	5hrs	Semana 2	20hrs	
LUN, MAR, MIÉ, JUE	5hrs	Semana 3	20hrs	
LUN, MAR, MIÉ, JUE	5hrs	Semana 4	20hrs	80hrs
	Total, de horas en 1 mes			80hrs

En la presente tabla se observan las cantidades de horas que se llevaron a cabo para la elaboración del manual de identidad corporativa Ponte Chajín y el packaging eco amigable. Las horas trabajadas para la realización de dichos productos solo se cuentan de lunes a jueves dejando el viernes, sábado y domingo para descanso haciendo calculo promedio de



cuantas horas nos llevamos en 3 meses en la elaboración del manual fueron 192 hrs en 3 meses y el empaque un mes completo equivalente a 80 horas.

3.4. Ingeniería de proyectos

En esta etapa se toma en cuenta la maquinaria que se utilizara para la realización del proyecto, incluyendo las características ergonómicas y de capacidad definimos los recursos y equipos indispensables para el proyecto.

3.4.1. Estructura física del proyecto

3.4.2. Maquinaria y equipos

Hardware y Software	Función
Computadoras Asus VivoBook 15, Lenovo, Sony	Buen procesador para realizar los materiales gráficos
Mouse	Mejor navegación y manejo en la computadora
Escritorio	Distribuir los equipos de papelería y tecnológicos
Sillas	Comodidad para trabajar
Impresora	Para imprimir información como carteles, etiquetas, flyer, ilustraciones
Papelería	Para redactar estrategias publicitarias, hacer bocetajes.
Celulares	Tiene muchas funciones, pero principalmente para las sesiones de fotos y hacer una publicación rápida.
Estantes	Para exhibir y organizar nuestros productos.

3.4.3. Valoración de la inversión

El desarrollo del proyecto representa una inversión significativa que refleja el compromiso con la excelencia y asegura una promoción de alta calidad para la marca, respaldada por recursos y materiales cuidadosamente seleccionados.

Es importante señalar que la inversión total, estimada en **C\$ 9,000.00 córdobas**, cubrirá diversos aspectos fundamentales como mano de obra, aplicaciones digitales, materiales



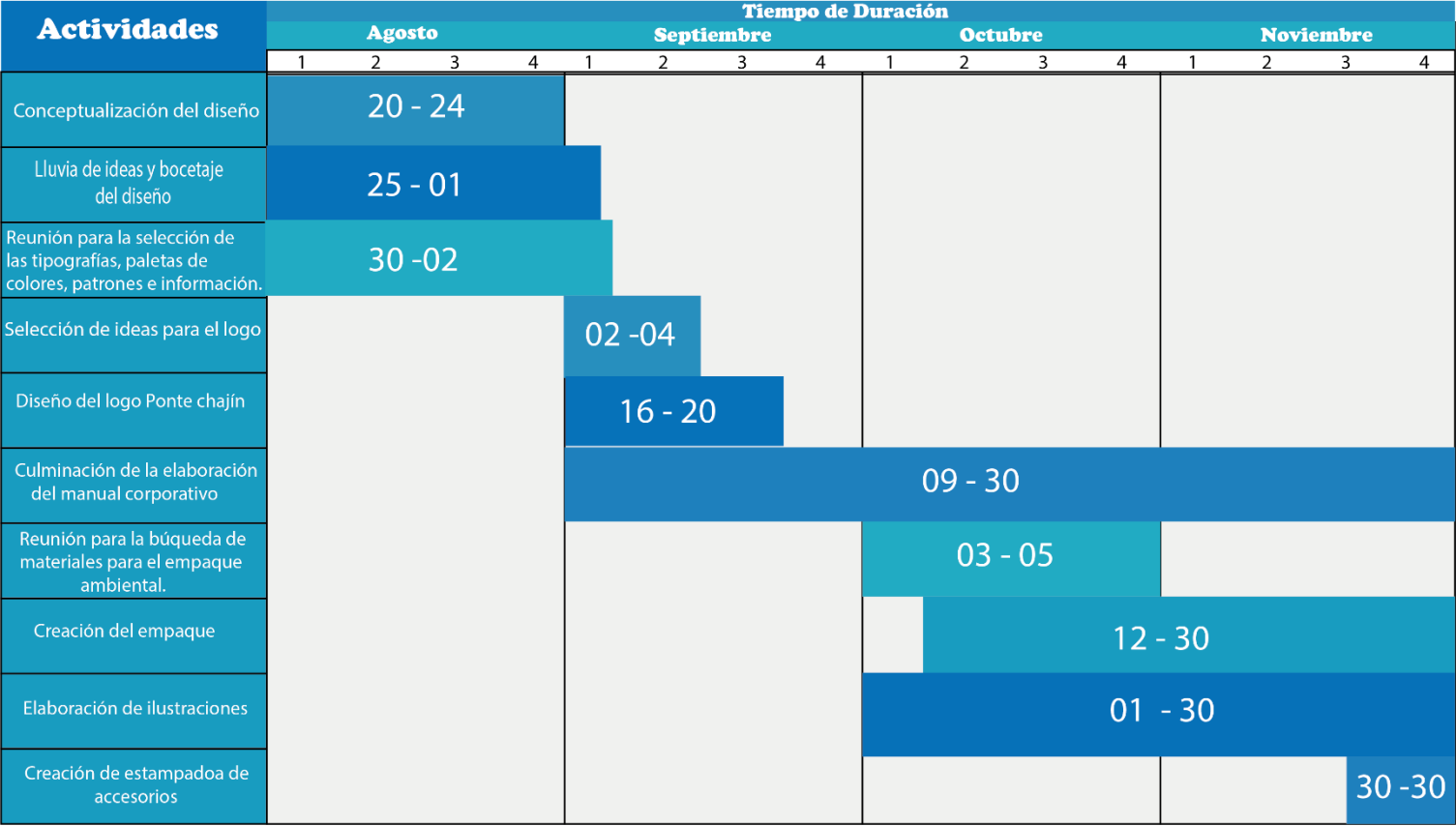
3.5.4. Planificación y organización de la programación y ejecución de las actividades

Actividades	Tipo de actividad	Fecha de inicio	Fecha de fin
Elaboración del documento del proyecto Ponte Chajín			
Conceptualización del diseño	Planificación	01/07/24	05/07/24
Lluvia de ideas y bocetaje del diseño	Planificación	03/07/24	05/07/24
Aplicación de la entrevista a dueña del negocio	Planificación	03/07/24	03/07/24
Elaboración del branding y briefing	Diseño	15/08/24	19/08/24
Reunión para la selección de las tipografías, paletas de colores, íconos e información	Planificación	30/08/24	02/09/24
Selección de ideas para el logo	Planificación	2/09/24	04/09/24
Diseño del logo del proyecto Ponte Chajín	Diseño	16/09/24	20/09/24
Culminación de la elaboración del manual de identidad corporativa de ponte Chajín	Diseño	4/11/24	08/11/14
Reunión para la búsqueda de materiales para el packaging eco amigable	Planificación	3/10/24	5/10/24
Creación del empaque	Diseño	12/10/24	30/11/24
Elaboración de ilustraciones	Diseño	1/10/24	30/11/24
Creación del estampado de los productos	Diseño	27/11/24	27/11/24



3.5.5. Matriz de ejecución y seguimiento

Diagrama De GANT



3.6. Aspectos sociales del proyecto

El proyecto se enfoca en promover la identidad cultural de Nicaragua a través de la parte visual de la marca. Destacando el valor de la cultura y el patrimonio nacional en las plataformas digitales permite explorar el marketing, los negocios y las expresiones artísticas, impulsando una mayor apreciación y difusión de la riqueza cultural del país. Se centra en promover y preservar la identidad cultural de Nicaragua mediante un enfoque visual innovador que potencia la marca. A través de elementos gráficos cuidadosamente diseñados, busca destacar el valor intrínseco de la cultura y el patrimonio nacional,

Esto no solo conecta con el público local, sino que también abre puertas para explorar nuevas oportunidades en negocios y manifestaciones artísticas, contribuyendo así a fortalecer la apreciación de la herencia cultural nicaragüense y a expandir su difusión, posicionándola como un recurso valioso en el desarrollo creativo y económico del país.

3.7. Aspectos económicos del proyecto

El proyecto impulsa el crecimiento de la economía creativa en Nicaragua, integrando la ilustración y la innovación como herramientas clave para generar valor agregado. La producción inicial incluirá camisetas estampadas con ilustraciones representativas de la cultura nicaragüense, complementadas con un packaging eco amigable, lo que no solo destaca el compromiso con la sostenibilidad, sino que también mejora la percepción de calidad de los productos.

La inversión en materiales, tecnología de estampado y desarrollo del empaque sostenible está diseñada estratégicamente para posicionar la marca en el mercado nacional y conectar con un público joven. Al emplear talento local y recursos de calidad, Ponte Chajín fomenta oportunidades económicas para emprendedores, fortaleciendo la cadena de valor y aumentando la competitividad del sector creativo nicaragüense.



3.8. Aspectos ambientales del proyecto

La adopción de un empaque ecoamigable en Ponte Chajín representa un paso crucial hacia la sostenibilidad en la sociedad nicaragüense. Este tipo de empaque contribuye a reducir la contaminación ambiental, especialmente en un país donde el manejo de residuos sigue siendo un desafío. Al optar por materiales biodegradables, reciclables o reutilizables, Ponte Chajín no solo minimiza su impacto ecológico, sino que también promueve una cultura de consumo responsable, incentivando a otras empresas y consumidores a tomar decisiones que beneficien al medio ambiente.

Además, este enfoque refuerza la conexión entre la marca y los valores culturales de Nicaragua, al destacar la importancia de preservar tanto su patrimonio natural como su identidad cultural. Un empaque sostenible no solo añade valor a los productos de Ponte Chajín, sino que también sensibiliza al público sobre la necesidad de cuidar el entorno para las generaciones futuras.

4. Estudio financiero

El financiamiento es el proceso por el que se proporciona capital a una empresa o persona para utilizar en un proyecto o negocio. El proyecto ponte Chajín debe contar con un estudio financiero ya que nos permite identificar los aspectos económico que se llevaran a cabo para la realización de dicho proyecto.

4.1. Inversión del proyecto

La presenta tabla muestra la propuesta de inversión inicial para la realización del proyecto de Ponte Chajín en la cual se hace la sumatoria de todos los aspectos fijos, diferidos y costos de trabajo.



Producto	Cantidad	Precio por unidad	Sub total
Plancha textil	1	C\$ 2,912.00	C\$ 2,912.00
Camisetas	5	C\$ 80.00	C\$ 400.00
Sudaderas	3	C\$ 388.00	C\$ 1,164.00
Gorras	3	C\$ 90.00	C\$ 270.00
Impresiones DTF	11	C\$ 120.00	C\$ 1,320.00
Tinte	4	C\$ 20.00	C\$ 80.00
Pegamento	2	C\$ 190.00	C\$ 380.00
Acetato (paquete)	1	C\$ 200.00	C\$ 200.00
Yute	1	C\$ 55.00	C\$ 55.00
		Total	C\$6,781.00

4.2. Montos de capital

Fuente de financiamiento	Aporte
Capital propio	C\$ 9,000.00
Capital patrocinado	
Capital financiado	
Total	C\$ 9,000.00

4.3. Fuentes de financiamiento

Tomando en cuenta la maquinaria y equipo a utilizarse en el proyecto se realizó la clasificación de cada uno según el tipo de financiamiento ya sea personal o externo.

Recurso	Descripción	Fuente de financiamiento	Precio
Equipo	Portátil	Personal	US\$630



Software	Licencias de Creative Cloud	Personal	US\$84.99/mes
Transporte	Traslado al local	Personal	US\$80
Gasolina	Para traslados	Personal	US\$100
Impresiones	Material físico	Personal	US\$100

4.4. Planes de financiamiento

Este plan proporciona una guía básica para financiar una tesis de diseño gráfico de manera efectiva, asegurando que se cubran todos los aspectos necesarios sin comprometer la calidad ni exceder los recursos disponibles.

- **Identificación de Recursos Necesarios:**

Identificar los recursos necesarios para el desarrollo del proyecto, así como los softwares específicos para edición.

- **Presupuesto:**

Realizar el desglose de gastos: materiales de investigación, licencias de software necesarias, gastos en impresión.

- **Fuentes de financiamiento:**

Evaluar que parte de los gastos se asumirán con ingresos propios o ahorros personales y que parte de los gastos lo asumirán patrocinadores externos.

- **Plan de Ejecución:**

Establecer un cronograma para la ejecución de la investigación y la producción.

- **Seguimiento:**

Revisiones periódicas del presupuesto.

- **Informe Final:**

Redactar un informe destacando los resultados obtenidos y el cumplimiento del presupuesto establecido.



4.5. Matriz de etapa de evaluación del proyecto



4.6. Análisis y administración de los riesgos del proyecto

Actividad	Tipo de riesgo	Nivel		
		Alto	Medio	Bajo
Desaprobación del producto por el público objetivo	Externo			
Competencia local				
Malas reseñas				
Problemas de hardware/software	Tecnológicos			
Usar herramientas con fallas				
Pérdida de datos				
Sobrepasar costos previstos	Costo			
Incremento de los costos				
Falta de liderazgo	Operacionales			
Falta de comunicación				
Retrasos o incumplimiento en entregas				

4.7. Plan de sostenimiento del proyecto

Para asegurar la sostenibilidad del proyecto a largo plazo, se implementará un plan estratégico que abarque diversas áreas clave. En primer lugar, se establecerá un modelo de negocio que contemple la diversificación de ingresos a través de la oferta de servicios adicionales relacionados con el diseño gráfico y la consultoría de identidad corporativa para otros emprendimientos locales. Esto no solo generará ingresos adicionales, sino que también fortalecerá la experiencia y reputación de "Ponte Chajín" en el mercado.

Además, se planificará una estrategia de marketing digital centrada en la promoción de la marca y sus valores únicos. Esto incluirá el uso estratégico de redes sociales, campañas de email marketing y colaboraciones con medios locales. Asimismo, se explorarán oportunidades de expansión geográfica y alianzas estratégicas con empresas afines que compartan los mismos valores de sostenibilidad y compromiso con la comunidad.



5. Conclusiones

El proyecto alcanzó los objetivos iniciales al desarrollar una identidad corporativa sólida, un packaging eco amigable y una estrategia de branding efectiva para Ponte Chajín. La identidad visual y su manual reflejan los valores culturales de Nicaragua y el compromiso sostenible de la marca, mientras que el packaging, elaborado con materiales reciclables y biodegradables, refuerza su responsabilidad ambiental. Además, la estrategia de branding conectó exitosamente con el público juvenil, fomentando orgullo cultural y posicionando a Ponte Chajín como una marca auténtica, sostenible y relevante en el mercado de moda juvenil.



6. Recomendaciones

- Se le recomienda al propietario de Ponte Chajín promover el uso de los materiales gráficos y audiovisuales en sus plataformas y medios impresos.
- Se recomienda una vez finalizado el proyecto seguir con la constante actualización de los productos gráficos, respetando las líneas gráficas creadas en este proyecto para el emprendimiento Ponte Chajín con el fin de mantenerse activa la innovación y la comunicación que desea transmitir.



7.1. Bibliografía

<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

Brandemia.<https://brandemia.org/hablemos-con-propiedad-logotipo-isotipo-imagotipo-isologo-imagen-corporativa-identidad#isologo>

<https://www.unan.edu.ni/index.php/investigacion-produccion-cientifica>

Financiamiento. (s.f.) Recuperado el 01, de julio, de 2024, de <https://www.bbva.mx/educacion-financiera/f/financiamiento.html>.

Marco Estratégico. (s.f.) Recuperado el 29, de junio, de 2024, de <https://cnu.edu.ni/wp-content/uploads/2024/01/Marco-Estrategico-de-la-Educacion-Superior-2022-2030.pdf>.

Susana Meijomil (2023). Qué es un logotipo, características, tipos y cómo registrarlo
Recuperado el 24, de mayo, de 2024, <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/que-es-un-logotipo>.



7.2. Anexos

Ilustraciones

















505

IDEAY CLASE BACANAL



505

Pe
ro
calte
a





¿ideaY
quién
dijo
miedo?



Plan de Marketing





INTRODUCCIÓN

"Ponte Chajin" es un emprendimiento dedicado a la creación y comercialización de prendas como camisetas, sudaderas y gorras estampadas con ilustraciones que celebran la cultura nicaragüense. Con un enfoque en jóvenes, "Ponte Chajin" busca destacar el orgullo cultural y conectar emocionalmente con su público objetivo a través de diseños únicos. Este plan de divulgación tiene como objetivo incrementar el alcance de la marca, fomentar el compromiso con los clientes y aumentar las ventas mediante estrategias de marketing digital.

Nombre del negocio
Ponte Chajín

Reseña del producto/servicio
Ponte Chajín es un negocio emergente que promueve la cultura nicaragüense a través de ilustraciones estampadas en prendas de vestir como camisetas, sudaderas y gorras a la vez es un negocio comprometido con el medio ambiente a través de su packaging ecoamigable.

Dirección
Diriamba, Carazo
De los tacos del reloj 15 vrs al sur

Horario
Lunes a Domingo
8:00am - 5:00pm

Medios de contacto
Whatsapp
Instagram
Tiktok



OBJETIVO GENERAL

Promover el reconocimiento y crecimiento de "Ponte Chajin" entre jóvenes nicaragüenses de 17 a 25 años a través de una campaña de marketing digital efectiva, enfocada en redes sociales y comunicación directa con el público objetivo.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Aumentar la presencia en redes sociales mediante contenido visual y narrativas atractivas que resalten la cultura nicaragüense y los productos de la marca.
2. Fomentar la interacción con el público objetivo a través de sorteos, y concursos en redes sociales.
3. Incrementar las ventas online mediante estrategias de publicidad digital como anuncios dirigidos a jóvenes interesados en productos culturales.

PÚBLICO OBJETIVO

El público objetivo son jóvenes nicaragüenses de entre 17 y 25 años, con un fuerte interés por la cultura local, la moda y la expresión de identidad. Este grupo es altamente activo en redes sociales, lo que facilita el contacto directo para dar respuestas rápidas, concretas y eficientes.



CANALES DE COMUNICACIÓN

Instagram y Facebook:

Son las principales plataformas para la comunicación visual y el engagement con el público objetivo. Se utilizarán historias, posts y reels para destacar los productos y conectar con la audiencia joven.

TikTok:

Foco en contenido creativo y viral, mostrando el proceso de estampado, proceso de empaquetar los productos y el proceso de bocetaje para los diseños.

Anuncios Pagados (Instagram Ads, Facebook Ads): Segmentación precisa basada en intereses (cultura nicaragüense, moda, streetwear) y datos demográficos.

TIPO DE COMUNICACIÓN

Esta estrategia de marketing digital será principalmente asincrónica (los mensajes no requieren una respuesta inmediata), enfocada en redes sociales y contenido visual. A través de estas plataformas, "Ponte Chajin" mantendrá una presencia constante y actualizada con contenido visual atractivo y de alto impacto, diseñado para resonar con los intereses de su público joven.



METODOLOGÍA DEL PLAN DE DIVULGACIÓN

PRE-LANZAMIENTO

(SEMANA 1)

Esta primera fase se enfocará en crear curiosidad y expectativa sobre la marca. Se desarrollará contenido audiovisual y gráfico mostrando el proceso de estampado, el bocetaje de las ilustraciones y el empaquetado de los productos. De igual manera se crearán publicaciones teaser para captar la atención del público.

LANZAMIENTO

(SEMANA 2-3)

La segunda fase será el lanzamiento oficial de Ponte Chajin. El objetivo de esta será maximizar la visibilidad de la marca y generar las primeras ventas. Se presentará la colección de productos y diseños y se ofrecerán promociones iniciales como descuentos con una segmentación hacia los clientes potenciales.



(SEMANA 4-5)

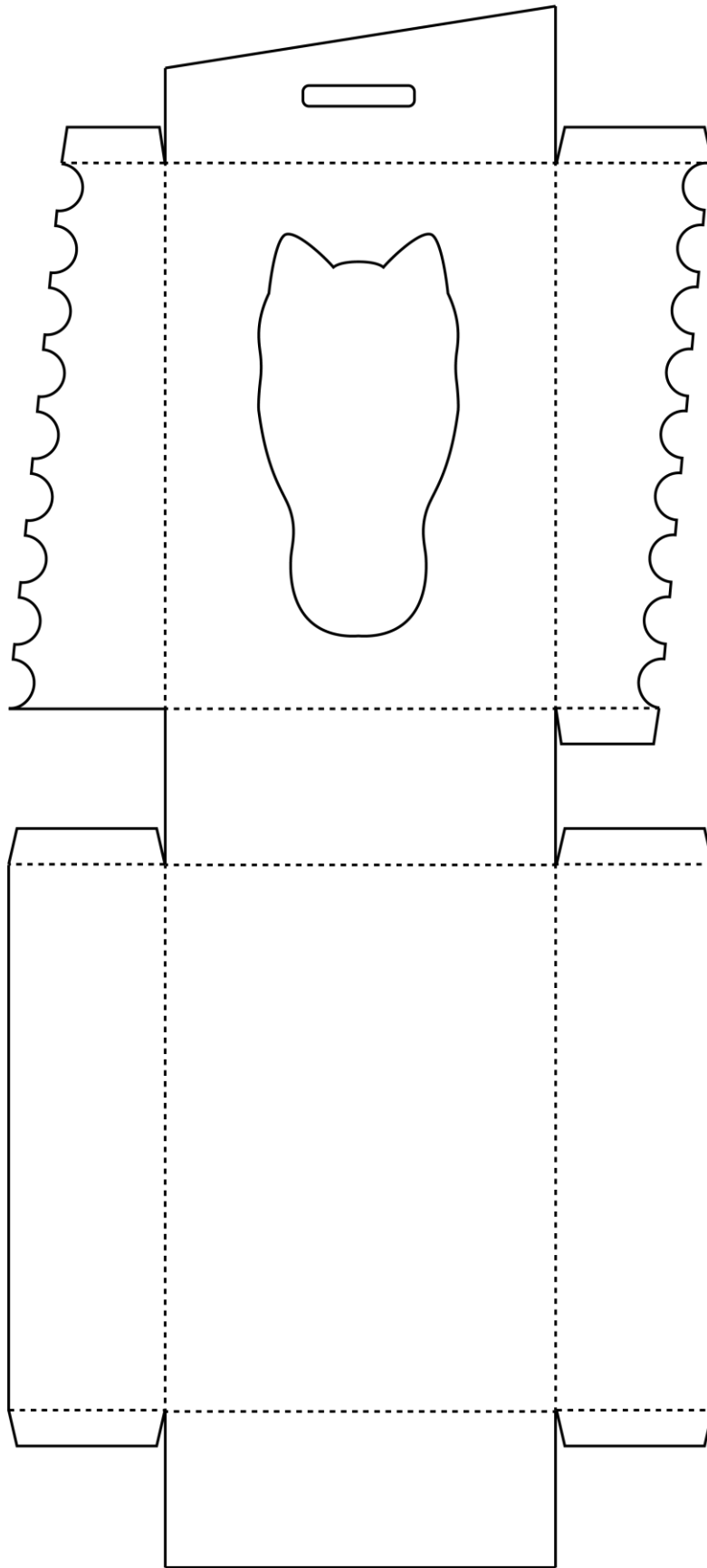
ANÁLISIS

(SEMANA 6)

En esta última etapa se recopilarán todos los datos para realizar un análisis sobre el grado de satisfacción de los clientes, las tendencias del mercado entre otros aspectos para asegurar el cumplimiento de los objetivos y estrategias desarrolladas en el plan de divulgación.

Packaging





Materiales:

- Cajillas de cartón de huevo
- Agua
- Pegamento blanco
- Plantilla del diseño
- Tijeras
- Cúter
- Tintes naturales

Procedimiento:

1.Deshacer las cajillas de huevo en trozos pequeños



2. Remójalas en agua 24 horas junto al tinte para que se ablanden, una vez que el cartón esté bien remojado, desmenuzarlo manualmente o con ayuda de una licuadora hasta que se convierta en una pulpa espesa.



3. Mezclar la pulpa con pegamento en un recipiente, hasta obtener una masa maleable.



4. Darle forma a la caja con la plantilla previamente diseñada y dejar que el papel maché se seque al sol completamente entre 1 y 3 días.



Realizar los ajustes necesarios en el diseño.



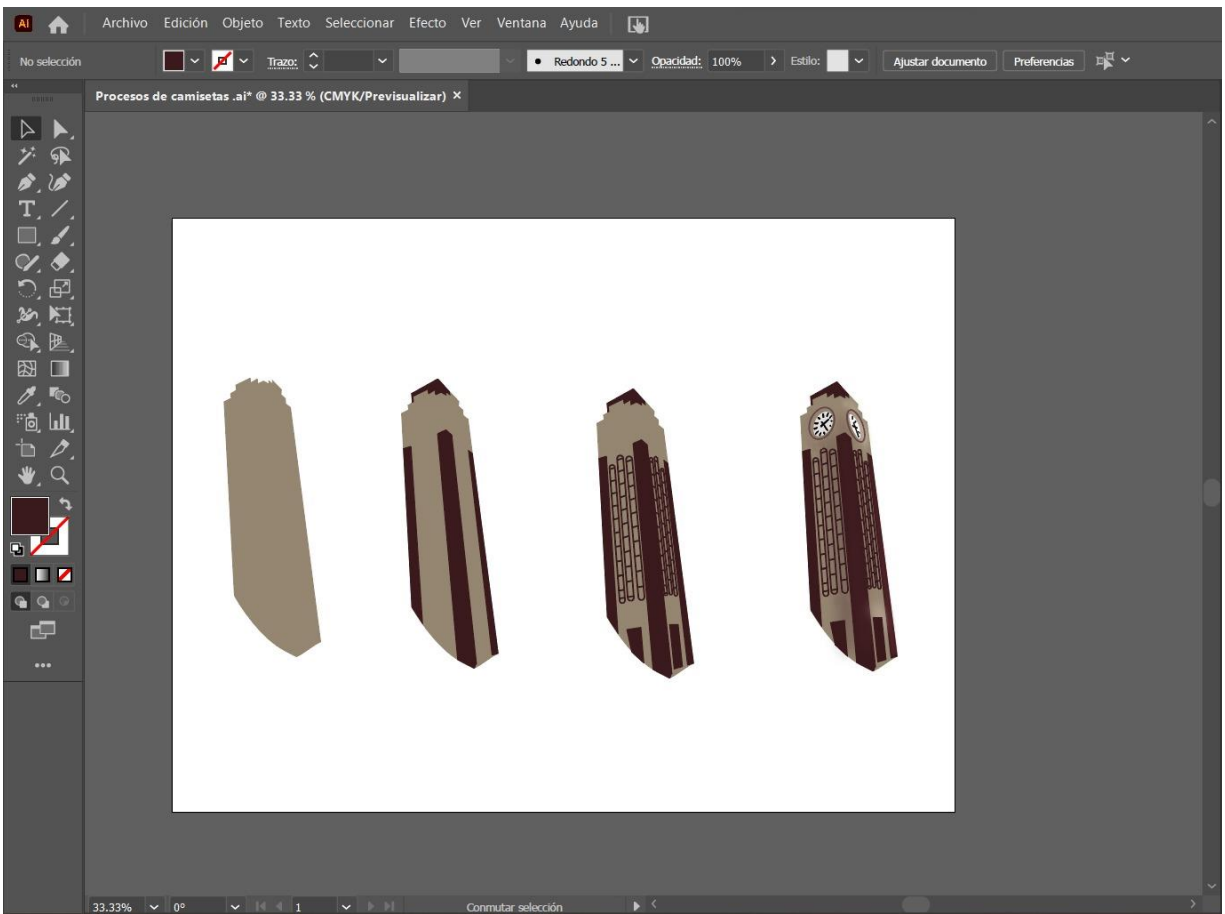




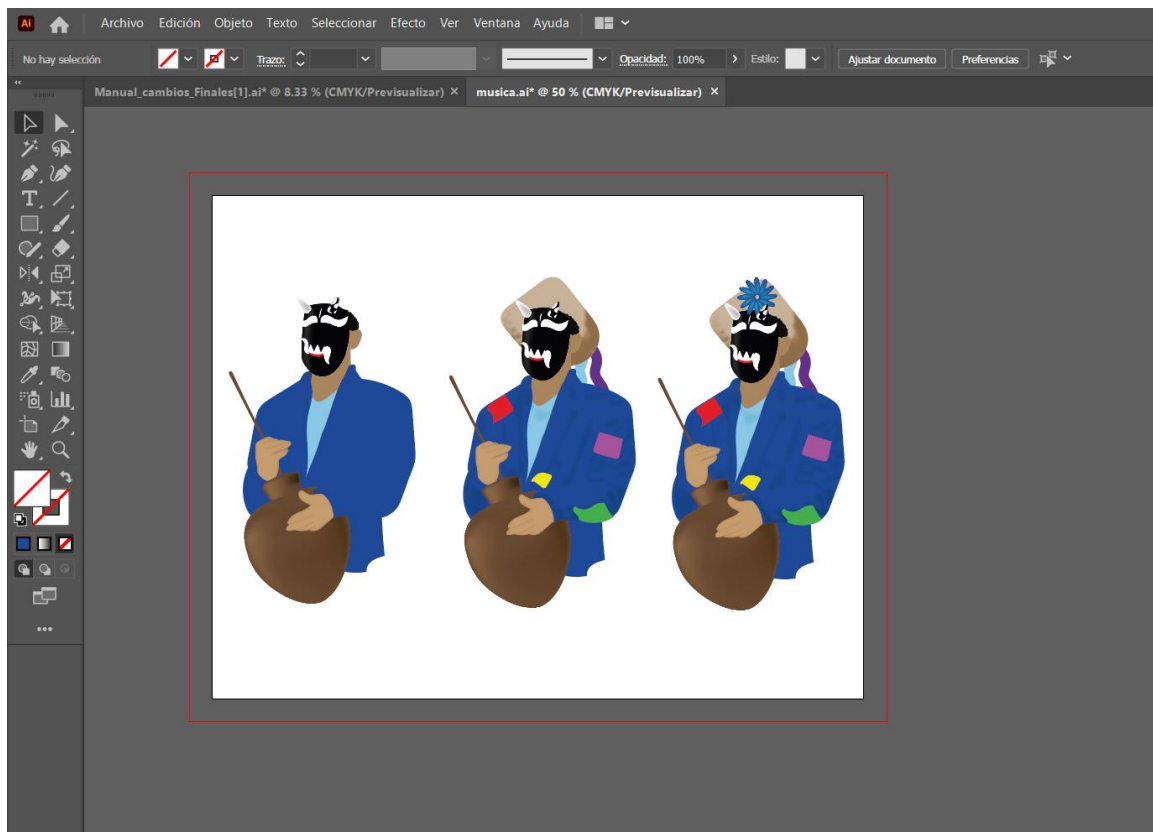
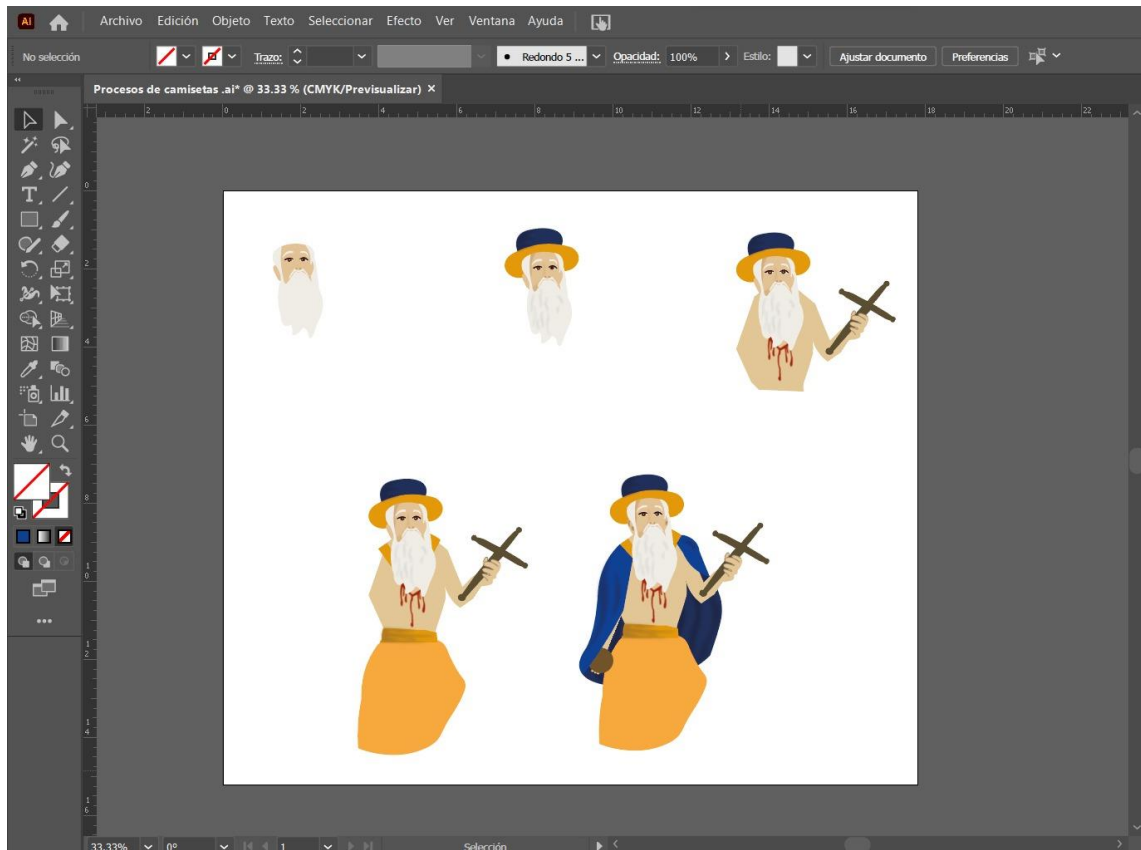


Proceso Creativo





v





¡Universidad del Pueblo y para el Pueblo!



