



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

TESIS DE GRADO

Revista digital motivacional que promueve la autoestima y el crecimiento integral de los jóvenes.

Castro, D; Cuadra, J; Zúñiga, J

Asesor/Tutor

Omar Isaac Altamirano Matus

ÁREA DE CONOCIMIENTO
EDUCACIÓN, ARTE Y HUMANIDADES

¡Universidad del Pueblo y para el Pueblo!



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

AREA DE CONOCIMIENTO EDUCACIÓN, ARTE Y HUMANIDADES
DEPARTAMENTO DOCENTE DE TECNOLOGÍA EDUCATIVA

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

CARTA AVAL

El presente proyecto tiene como objetivo la creación y diseño de una revista digital motivacional orientada a jóvenes, la cual, estará enfocada en promover el fortalecimiento del autoestima y el crecimiento integral, a través de artículos motivadores, reflexivos e inspiradores, así mismo, busca proporcionar herramientas que fomenten la confianza personal, la autoaceptación y el desarrollo de metas claras y alcanzables.

La **Revista Visión Creativa** se caracteriza por integrar elementos de diseño gráfico y narrativas motivacionales, generando un contenido atractivo y accesible que resuena con la audiencia juvenil.

Con relación a lo anterior, el presente documento para optar a la Licenciatura en Diseño Gráfico y Multimedia que lleva por título principal: **“Revista Digital para la Promoción de la Autoestima y el Crecimiento Integral de los Jóvenes Visión Creativa”** desarrollado por los estudiantes:

- Br. José Ángel Zuniga Palacio
- Br. Dorian Jair Castro López
- Br. Joel Antonio Cuadra Valverde

Se certifica que este proyecto cumple con los criterios técnicos y metodológicos exigidos, además de reflejar el nivel de preparación profesional alcanzado por los 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. Omar Altamirano
Tutor

¡Universidad del Pueblo y Para el Pueblo!

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



| | |
|--|-----------|
| 4. Plan de ejecución..... | 29 |
| 5.1. Objetivos del Plan de Sostenibilidad | 31 |
| 5.2. Creación y Actualización de Contenido de Alta Calidad | 31 |
| 5.3. Expansión y Distribución en Escuelas..... | 32 |
| 5.4. Participación Activa de los Jóvenes | 33 |
| 5.5. Monitoreo y Evaluación del Impacto | 34 |
| 6. Estudio financiero. | 35 |
| 6.1. Inversión del proyecto. | 36 |
| 7. Matriz de etapa de evaluación del proyecto. | 38 |
| 8. Análisis de riesgos | 39 |
| 9. Conclusiones | 40 |
| 10. Recomendaciones | 40 |



Cuerpo del proyecto

1. Generalidades del proyecto

1.1. Descripción del proyecto

Visión Creativa es una revista digital cuya naturaleza es social. Se pretende que sea un material de apoyo digital para motivar y fomentar la autoestima y la autorrealización en los jóvenes. El foco son los jóvenes porque entre los 14 y 25 años, es el promedio de edad donde se requiere mayor orientación sobre cómo enfrentar diferentes circunstancias y de esta forma evitar sumergirse en la depresión.

El contenido de la revista está plasmado en 4 segmentos, estos segmentos abordaran los Historias de superación, Consejos prácticos para trabajar la motivación y la autoestima, Espacio de reflexión y Rincón creativo (en este último se presentarán artes compartidas por el público, ya sea dibujos, poemas u otra expresión artística que se pueda agregar a la revista)

Para la recolección de estos aportes se realizarán convocatorias, y recepción directa de aportes. Esta etapa de recepción de datos será de la siguiente manera: La revista contará con un código QR que tendrá como vinculo la página oficial de Facebook de la revista "Visión Creativa: Ilustrando Nuestros Desafíos y Metas", en esta página se están posteando regularmente contenido motivacional, entre todo ese contenido de la página de Facebook de la revista se dará promoción a un número de WhatsApp exclusivo de Visión creativa donde el público, luego de acceder al chat de ese número se le facilitará un formato presentando los segmentos de la revista con una breve explicación de cómo el usuario puede dar su aporte para el contenido de una próxima edición. Es importante destacar tres puntos de la recepción de aportes del público para que pueda este ser parte del contenido, 1. El periodo hábil la recepción de aportes será de un mes, 2. El público no necesariamente tiene que aportar a todos los segmentos, ya depende de la persona, de con cual segmento se siente más cómodo o se le facilite opinar. 3. La cantidad de aportes recolectada cumplido el mes pasará por un filtro de selección donde se van a elegir a 4 de los aportes más acordes al propósito de la revista para cada segmento.

Como herramienta de interactividad para la revista se usará el Código QR (ya mencionado anteriormente). Gracias a la versatilidad de esta herramienta de asignarle Hipervínculos que conectan con la web se utilizará al final de cada segmento para redireccionar al lector a más contenido que complementa lo presentado en ese segmento. No obstante, el QR



1.3. Justificación

La adolescencia es una etapa crítica en el desarrollo humano, caracterizada por importantes cambios emocionales, sociales y psicológicos. En este contexto, muchos jóvenes enfrentan desafíos relacionados con la autoestima, la identidad y la búsqueda de su propósito personal. Conscientes de la necesidad de brindar apoyo y orientación a esta población, el presente proyecto propone la creación de una revista digital motivacional dirigida a jóvenes de entre 12 y 20 años (para ser más precisos en las etapas de adolescencia temprana y adolescencia tardía) buscando contribuir en los siguientes aspectos:

1. Promoción de la autoestima y la autorrealización
2. Fomento de la participación y el sentido de comunidad
3. Material de apoyo educativo
4. Acceso digital y alcance amplio
5. Contribución a la salud mental

Tratar estos aspectos siempre es de vital importancia, más en estos días, ya que a pesar del gran beneficio de las nuevas tecnologías también ha contribuido en una baja significativa en la comunicación siendo afectados más los jóvenes que son presa fácil de las nuevas tendencias inmersivas conduciéndolos a trastornos tales como la depresión, falta de visión y baja autoestima, ya que se han vuelto incapaces de comunicar sus dudas y aflicciones, lo que se traduce en decisiones que los estancan más, y los aleja de la idea de una vida con propósitos y aspiraciones.

Captar la atención de las nuevas generaciones para crear un impacto positivo se vuelve cada vez una tarea más difícil, ya que de todas las bondades que traen consigo los avances tecnológicos, muy pocas son aprovechadas por la juventud, y peor aun, los intereses de los jóvenes hoy en día en los medios digitales mayormente son carentes de contenido enriquecedor y productivo. La escuela y demás instituciones que trabajan para incentivar a la juventud nicaragüense hacen su mayor esfuerzo con los métodos convencionales para edificar en la mente de la juventud los valores y principios que hagan de ellos una sociedad prometedora, pero los pasos agigantados de la tecnología opacan estos esfuerzos. Este proyecto propone aprovechar ese poder de los medios digitales para poder transmitir ese



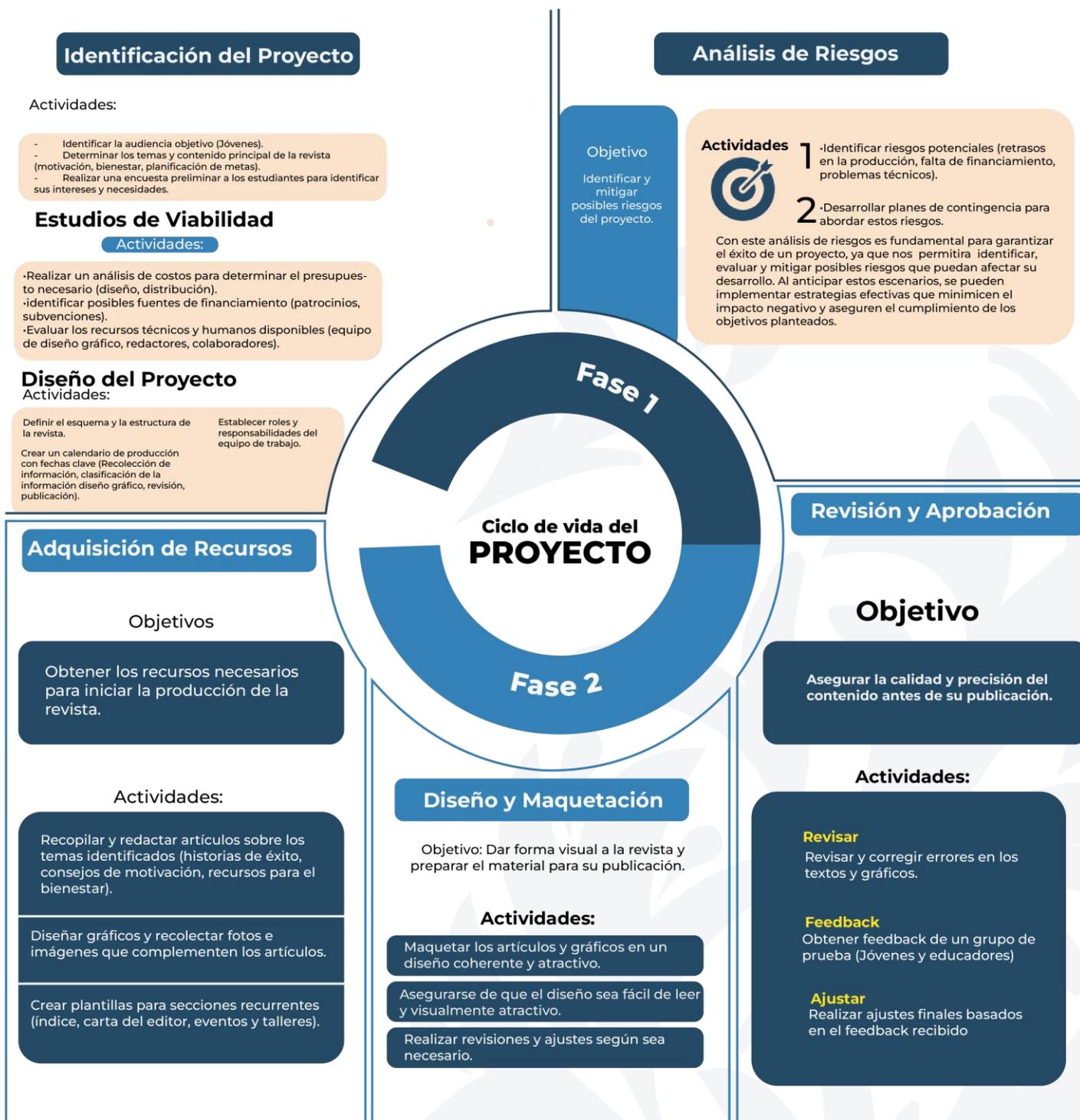
mismo mensaje, pero de una manera mas cercana y eficaz, no solo para ellos cambien su percepción de la vida, sino también para fortalecer la autopercepción encaminada al desarrollo de habilidades y destrezas útiles en un futuro.

La creación de esta revista digital motivacional no solo responde a la necesidad de ofrecer herramientas y recursos a los jóvenes en su camino hacia la autorrealización, sino que también promueve un ambiente de colaboración y apoyo entre ellos aprovechando la versatilidad y la facilidad que permiten las nuevas tecnologías para transmitir información. A través de este proyecto, se busca cultivar la resiliencia, la autoestima y una visión positiva del futuro en los jóvenes, equipándolos con los recursos necesarios para enfrentar los retos de la vida valiéndose de aportes e historias reales que demuestran que se puede lograr mucho confiando en la capacidad de crear soluciones ante diferentes situaciones desfavorables que todos enfrentamos día con día.

Se presenta la revista digital motivacional “Visión Creativa: Ilustrando Nuestros Desafíos y Metas” como una herramienta que podrá ser utilizada por cualquier institución interesada en contribuir en el crecimiento integral de los jóvenes encaminado a la motivación y el desarrollo personal.



1.5. Ciclo de vida del proyecto



1.6. Resultados esperados.

La revista "Visión Creativa: Ilustrando Nuestros Desafíos y Metas" será publicada en un medio digital el cual estará disponible al público. Visión Creativa está pensada para ser utilizada en las aulas de clase o actividades impulsadas por instituciones dirigidas a la juventud, sirviendo como material de apoyo, sin embargo, a pesar de que esta revista se diseña para influir en la juventud, su contenido y su formato (formato digital) está apto para ser consumido y compartido por público en general, garantizando así un mayor alcance y que el mensaje pueda generar frutos positivos en más personas.

El contenido de Visión Creativa contará con 5 segmentos, los cuales en su desarrollo se podrán apreciar recursos gráficos, infografías, fotos e imágenes que al navegar en el contenido de la revista irán complementando el mensaje que se presenta. Todo el contenido de Visión Creativa estará centrado en temas de motivación, bienestar y desarrollo personal, con la idea de fortalecer la autoestima de sus lectores, además este contenido en cada entrega ira tocando temáticas de interés e importancia para los jóvenes, siempre vinculándolos al propósito de la revista, motivar y promover el desarrollo personal. De manera que siempre haya algo que presentar en la revista y que pueda ayudar a la juventud a crecer.

Las expectativas que tiene este proyecto son favorables. Se asume que la revista será bien recibida y que podrá generar el impacto esperado y que con el primer ejemplar publicado los lectores querrán ser parte de una segunda edición. Visionamos que este producto fomentará la participación activa, una mejor comunicación, Planteamiento de una misión y visión de vida mejor proyectada en cada individuo que consuma el contenido. Se espera una buena apreciación del material publicado, tanto como en el contenido como en la parte visual (Maquetación, selección de colores, tipografías y selección de recursos visuales).

El uso de la herramienta código QR dará un plus de interactividad a la revista y será una puerta a la riqueza de contenido para Visión Creativa como un medio de comunicación educativa, propuesta que dará más posibilidades de consumir contenido motivacional al lector.



1.8. Matriz para la etapa de diseño

| Nivel | Objetivos | Indicadores | Medios de verificación | Supuestos |
|--------------------|---|---|---|--|
| Fin | Desarrollar una revista digital que fomente la autoestima y la autorrealización en jóvenes. | Revista diseñada y lista para su lanzamiento. | Prototipo de la revista digital finalizado. | El equipo de contenido está capacitado y motivado. |
| Propósito | Crear contenido atractivo y relevante para la audiencia juvenil | Al menos 4 artículos escritos y 3 actividades interactivas. | Documentos de contenido y evaluaciones de calidad. | El equipo de contenido está capacitado y motivado. |
| Componentes | 1. Investigación sobre necesidades e intereses de los jóvenes. | Informe de investigación con al menos 100 respuestas. | Resultados de encuestas y entrevistas. | Los jóvenes están dispuestos a participar en la investigación. |
| | 2. Diseño gráfico de la revista digital. | Prototipo visual con maquetación y diseño aprobado. | Muestras del diseño y retroalimentación del equipo. | Existe un equipo de diseño gráfico disponible. |
| | 3. Creación de contenido motivacional y educativo. | Al menos 4 historias de éxito y 2 ejercicios prácticos. | Revisión de contenido por expertos y feedback. | El contenido se ajusta a los intereses de los jóvenes. |
| | 4. Desarrollo de un plan de distribución digital. | Plan documentado que incluye plataformas y estrategias de difusión. | Documento del plan de distribución y cronograma. | Las plataformas digitales seleccionadas son accesibles para los jóvenes. |



2. Estudio de mercado

2.1. Definición del Producto:

"Visión Creativa: Ilustrando Nuestros Desafíos y Metas" es una revista motivacional de formato digital dirigida a jóvenes, cuyo contenido, definido en 4 segmentos pretende llevar un mensaje que fortalezca la confianza y equilibre el nivel de autoestima del lector. Esta revista tiene un diseño alegre, amigable y llamativo con el fin de fidelizar la atención de los usuarios.

2.2. Objetivos del estudio de mercado

- Analizar el perfil y las necesidades del público objetivo para la revista digital "Visión Creativa: Ilustrando Nuestros Desafíos y Metas"
- evaluar la viabilidad de la propuesta en términos de contenido, formato y distribución.
- Esto permitirá desarrollar una revista digital que conecte eficazmente con los usuarios, fomente su autoestima y autorrealización, y ofrezca contenido auténtico y valioso basado en experiencias reales de personas que han superado desafíos personales.

2.3. Demanda real:

De acuerdo con la encuesta realizada, el 46.4% de los participantes expresó que estarían interesados en leer la revista "Visión Creativa: Ilustrando Nuestros Desafíos y Metas". Este dato refleja una demanda significativa entre la población estudiantil y la comunidad educativa, indicando que casi la mitad de los encuestados ve valor en el contenido motivacional y los recursos gráficos que ofrece la revista. Este nivel de interés sugiere una buena aceptación del proyecto y una oportunidad para generar un impacto positivo en la motivación y bienestar de los estudiantes

2.4. La demanda potencial de la revista

"Visión Creativa: Ilustrando Nuestros Desafíos y Metas" se puede estimar considerando el porcentaje de interesados y la población total objetivo. Si asumimos que la encuesta es representativa de la población juvenil a la que se dirige la revista, podemos calcular la demanda potencial con el siguiente enfoque:



2.4.1. Supuestos:

Población Total Objetivo: 1000 estudiantes (por ejemplo, si esta es la población estudiantil total).

Porcentaje de Interesados en leer la Revista: 46.4%.

2.4.2. Cálculo de la Demanda Potencial:

Demanda Potencial = Población Total Objetivo * Porcentaje de Interesados

Demanda Potencial = 1000 estudiantes * 46.4%

Demanda Potencial = 1000 * 0.464

Demanda Potencial = 464 estudiantes

Por lo tanto, la demanda potencial para la revista sería de 464 estudiantes. Este número representa la cantidad de estudiantes que, según la encuesta, estarían dispuestos a leer la revista.

2.5. La oferta

"Visión Creativa: Ilustrando Nuestros Desafíos y Metas" dependerá de varios factores, como la capacidad de producción, los recursos disponibles, y la estrategia de distribución. Aquí hay algunos puntos clave a considerar al definir la oferta:

2.6 Capacidad de Producción

- Disponibilidad de la información: Promover la participación activa para crear un ciclo Recibe-aporta, donde los lectores optarán por después de recibir el mensaje podrán colaborar con la revista para ser parte de una próxima edición.
- Frecuencia de Publicación: Definir la frecuencia con la que se publicará la revista (mensual, bimensual, trimestral).

2.7. Recursos Disponibles

- Presupuesto: Evaluar el presupuesto disponible para la producción, diseño y distribución de la revista.
- Equipo: Considerar la disponibilidad de diseñadores, redactores y otros colaboradores necesarios para producir la revista.



2.8. Análisis de costes y de precios.

De esta parte podemos decir que no se espera ningún tipo de retribución ni a largo ni a corto plazo, ya que el objetivo tiene una naturaleza social por lo que este proyecto tiene más bien un enfoque de inversión y patrocinio.

2.9. Resumen

Oferta Inicial: Una vez publicada la revista se espera el consumo de su contenido de al menos de unos 200 jóvenes en el primer mes.

Valor de la revista: Esta revista por estar facilitada en un medio digital no tendrá ningún costo para los lectores.

Capacidad de Producción: Puede ajustarse en función de la demanda real y la disponibilidad de recursos.

Estrategia de Distribución: Difusión digital

En resumen, la oferta inicial para la revista "Visión Creativa: Ilustrando Nuestros Desafíos y Metas" estaría ligada solo al alcance de difusión y la utilización como material de apoyo en las aulas de clases y actividades dirigidas a la juventud.

2.10. Proveedores de materia prima

En este aspecto es importante destacar que si la institución que decida darle continuidad al proyecto de la revista "Visión Creativa: Ilustrando Nuestros Desafíos y Metas" desea directamente invertir puede recurrir a proveedores, donaciones o patrocinios, de manera que se garantice una ejecución continua y sostenible del desarrollo de la revista.

Esta revista, en vista de que está dirigida a la juventud, este proyecto serviría a organizaciones o instituciones que trabajan de forma regular con la juventud, tales como el MINED (en las aulas de clase), la Policía Nacional (asuntos juveniles), Minsa (círculos de adolescentes), Ministerio de la Familia (escuela de valores), Alcaldía (promotora social), etc.... Al aprobar estas instituciones su participación en el seguimiento de este proyecto podría solicitarse apoyo externo, por ejemplo, de organizaciones internacionales como la OPS, UMPA, INISEF, Visión Mundial



Para la revista "Visión Creativa: Ilustrando Nuestros Desafíos y Metas", la estrategia de comercialización y servicios incluirá los siguientes aspectos:

La comercialización de la revista "Visión Creativa: Ilustrando Nuestros Desafíos y Metas" estará limitada por un perfil no monetizarle, ya que esta revista está definida para que sirva como material de apoyo en el ámbito educativo.



3. Estudio técnico

3.1. Tamaño del proyecto.

a. ¿Cuántas ediciones se publicarán? –

Para empezar el proyecto contara de una edición piloto, esta edición será para examinar la aceptación del público, de manera que se pueda recibir retroalimentación para mejorar puntos débiles a futuro. Posteriormente, dependiente de la primera edición se valorará la posibilidad de lanzar mas ediciones y la frecuencia con que se publicará una nueva. Pero , tomando en cuenta que la motivacion y el desarrollo personal es un tema muy amplio, y que el desarrollo de una revista requiere de un proceso complejo se realizaran publicaciones trimestrales, por ende se realizaran 4 publicaciones anuales.

b. ¿Cuántas paginas contiene?

Visión Creativa tendrá 32 páginas en los cuales se desarrollarán 5 segmentos. La información de estos segmentos serán aportaciones del público que serán recogidas por medio de encuestas y entrevistas realizadas a personas que has superado la depresión y a expertos acerca de temas relacionados con la autoestima y crecimiento personal. Pero si algun momento el contenido en alguno de los segmentos necesita de mas espacio para desarrollar la información podria variar entre 36 y 40 páginas.

c. ¿Qué otras cosas contienen?

Visión creativa, además de información constará de recursos gráficos, imágenes, infografías y sobretodo un diseño atractivo, los cuales complementaran el contenido que se abordará a lo largo de los 5 segmentos que se presentarán. Y como complemento se adjuntará un código QR que servirá como herramienta de interaccion posibilitando la diversidad de recursos por medio de los cuales de puede digerir la informacion y acceder a ella.



3.2. Localización

3.2.1. Localización

La revista "Visión Creativa: Ilustrando Nuestros Desafíos y Metas" está pensada para distribuirse en formato digital, aprovechando las nuevas tecnologías y la facilidad de acceso a la información que ofrecen los dispositivos que hoy en día están al alcance de gran parte del público objetivo

3.2.2. Macro Localización

Podríamos decir que nuestra revista está dirigida a jóvenes de entre 12 a 20 años, que habiten la zona del pacífico de Nicaragua. Sin embargo, "Visión Creativa: Ilustrando Nuestros Desafíos y Metas" está pensada para distribuirse en formato digital, abriendo de esta manera más posibilidades de expansión, consiguiendo que el mensaje sea capaz de llegar más lejos, trascendiendo las fronteras gracias a la facilidad de acceso a la información que ofrecen los dispositivos tecnológicos hoy en día.

3.3. Procesos productivos

3.3.1. Definición del objetivo y enfoque de la revista

Una vez consensuada la idea de "Visión Creativa Ilustrando Nuestros Desafíos y Metas" y seleccionado el tema que va a abordar en la revista es importante respondernos preguntas básicas que puedan direccionar el contenido que tendrá nuestra revista, tales como ¿Por qué? ¿para qué? ¿para quienes?, todo esto con el propósito de darle una razón de ser al producto que se va a estar trabajando. El público objetivo bien podría ser amplio, pero de esa misma variedad es indispensable segmentar un poco más para poder estudiar la manera en que se trabajara el aspecto visual que tendrá el producto una vez publicado para poder darle un aspecto fresco y distintivo a la revista, permitiendo a su vez enfocar más el contenido textual y gráfico para un deleite visual al lector.

3.3.1.1. Planeación editorial

- **Estructura de la revista:**

Para poder decidir la estructura de la revista una vez decidido que el contenido será motivacional se procede a delimitar el número de segmentos y el contenido que estos van a presentar. Visión Creativa constara de 4 segmentos los cuales son los siguientes:



a. Historias de Superación

Este segmento incluirá relatos inspiradores de jóvenes, personas influyentes o educadores que han enfrentado desafíos y han logrado superarlos. Este segmento puede incluir a personas que han logrado éxitos notables en diversas áreas, como deportes, arte o emprendimiento.

b. Consejos Prácticos

Sección dedicada a ofrecer consejos útiles para el día a día de los jóvenes. Esto puede incluir temas como manejo del tiempo, técnicas de estudio, desarrollo de habilidades sociales, y estrategias para mejorar la autoestima.

c. Espacio de Reflexión

Un segmento que promueva la autorreflexión a través de ejercicios y preguntas guiadas. Este espacio podría incluir artículos sobre la importancia de la autoconciencia, la autoevaluación y el establecimiento de metas personales.

d. Rincón Creativo

Un espacio dedicado a la expresión artística de los jóvenes, donde puedan compartir poemas, relatos breves, dibujos o cualquier forma de arte que les permita expresar sus emociones y pensamientos. Esto fomentará la creatividad y el sentido de pertenencia.

e. Los expertos hablan

En este espacio se complementa todo lo expuesto a lo largo de la edición con el aporte de expertos en la materia, validando todo el contenido presentado desde el punto de vista psicosocial.



- **Frecuencia de publicación:** Establecer si será mensual, bimestral, etc. En el caso de esta revista serian publicaciones trimestrales
- **Diseño visual:** Planificar una estética que inspire bienestar, con colores alegres y vibrantes, tipografía amigable y una presentación accesible.

3.3.1.2.Recolección de contenido

- **Convocatoria al público:** Crear una campaña o convocatoria para que personas que han superado adversidades envíen sus historias, experiencias y consejos. Esto puede hacerse a través de:
 - Redes sociales.
 - Formularios de contacto en un sitio web dedicado a la revista. Nuestra revista aprovechará las bondades que ofrece el uso de QR y el vínculo que utilizará será un numero de WhatsApp exclusivo para Visión Creativa
- **Guía para los testimonios:** Ofrecer un formato o pautas para que las historias sean claras, inspiradoras y de calidad. Algunas preguntas clave podrían ser:
 - ¿Cuál fue tu mayor desafío?
 - ¿Cómo lograste superarlo?
 - ¿Qué aprendizaje obtuviste de esa experiencia?
 - ¿Cómo te sientes ahora y qué consejo darías a los demás?
- **Selección de contenido:** Revisión de las historias recibidas, seleccionando las que mejor se alineen con los valores de la revista y que puedan resonar con la audiencia.

3.3.1.3.Creación del contenido editorial

- **Redacción y edición:**
 - Convertir las historias enviadas en artículos de calidad. Puede ser necesario hacer una edición para mejorar la claridad y el estilo, sin perder la autenticidad de los testimonios.
 - Crear contenido adicional que complemente las historias, como artículos sobre técnicas de autoestima, ilustraciones alusivas, fotografías, etc.



- **Diseño gráfico:** Desarrollar una estética visual atractiva y coherente con la temática de la revista, incluyendo imágenes, ilustraciones y elementos gráficos que resalten los mensajes positivos y de superación.

3.3.1.4. Producción y maquetación digital

- **Plataforma digital:** Elegir una plataforma para la distribución de la revista. Algunas opciones incluyen:
 - Creación de una página en Facebook donde se publiquen los números de la revista.
 - Uso de herramientas de diseño como Adobe InDesign, Adobe Illustrator, para crear un diseño profesional y de fácil lectura.
- **Maquetación:** Organizar el contenido dentro de la revista digital (historias, artículos, imágenes) para asegurar una experiencia de lectura fluida y agradable.

3.4 Capacidad de producción

La capacidad de producción depende de varios factores, incluyendo el tamaño del equipo, la experiencia y habilidades de los miembros, el presupuesto disponible, el acceso a tecnología y recursos, y el tiempo asignado para la producción Ingeniería del proyecto. No obstante, es importante remarcar que esta revista tendrá un formato digital, por ende, la inversión estará limitada a la producción de un ejemplar que luego se publicará en la plataforma digital Issuu y su debida publicidad para dar a conocer el producto.

3.4.1. Estructura del producto

Se plantea un diseño atractivamente visual que llegue a los jóvenes de manera eficaz, implementando gráficos, imágenes, iconos que representen el contenido el cual se busca sea información de interés para el público objetivo, diagramando equitativamente los textos y elementos gráficos que se vean en sincronía con el contenido y de forma agradable para el lector. Para ello "Visión Creativa: Ilustrando Nuestros Desafíos y Metas" tendrá la siguiente estructura:



✓ Formato:

"Visión Creativa: Ilustrando Nuestros Desafíos y Metas" tendrá un formato digital, y gracias a la plataforma que se utilizará para su distribución se podrá adaptar al dispositivo que se esté usando para acceder al contenido de la revista

✓ Diseño editorial

La maquetación del desarrollo del contenido será presentada en 2 columnas, contando con algunas variaciones en la distribución de los elementos (texto, imágenes, fotografías y otros recursos gráficos) que se presentan en los diferentes segmentos.

✓ Partes de la revista

"Visión Creativa: Ilustrando Nuestros Desafíos y Metas" contará con su respectiva portada, contraportada, editorial, índice y desarrollo de sus 4 segmentos.

✓ Estructura de los segmentos

Esta revista como antes mencionábamos cada segmento podrá variar un poco la distribución de sus elementos en dependencia del contenido que este contenga. Por lo general cada segmento tendrá títulos, subtítulos, imágenes y autores de aportes, todo esto en una maquetación adaptada a cada segmento.



Internacionalización y Proyección, acciones que conducen a la excelencia en todos sus procesos académicos y de gestión.

El artículo 125 de la Constitución Política de Nicaragua, establece que las universidades y centros de educación técnica superior gozan de autonomía académica, financiera, orgánica y administrativa, de acuerdo con la ley. La Ley de Autonomía de las Instituciones de Educación Superior (Ley No. 89) publicada en La Gaceta No.77 del 20 de abril de 1990; en su artículo 4 consigna a la UNAN-Managua como una de las universidades estatales de Nicaragua para que goce y cumpla los beneficios de ley. En el Título II, capítulo I, se establecen los aspectos organizativos y de gobierno bajo los cuales deben funcionar las universidades, la definición de funciones y mecanismos para la elección de autoridades. Asimismo, en la Ley se les asigna el 6% para su funcionamiento y se les otorga autonomía total a las universidades públicas.



4. Plan de ejecución

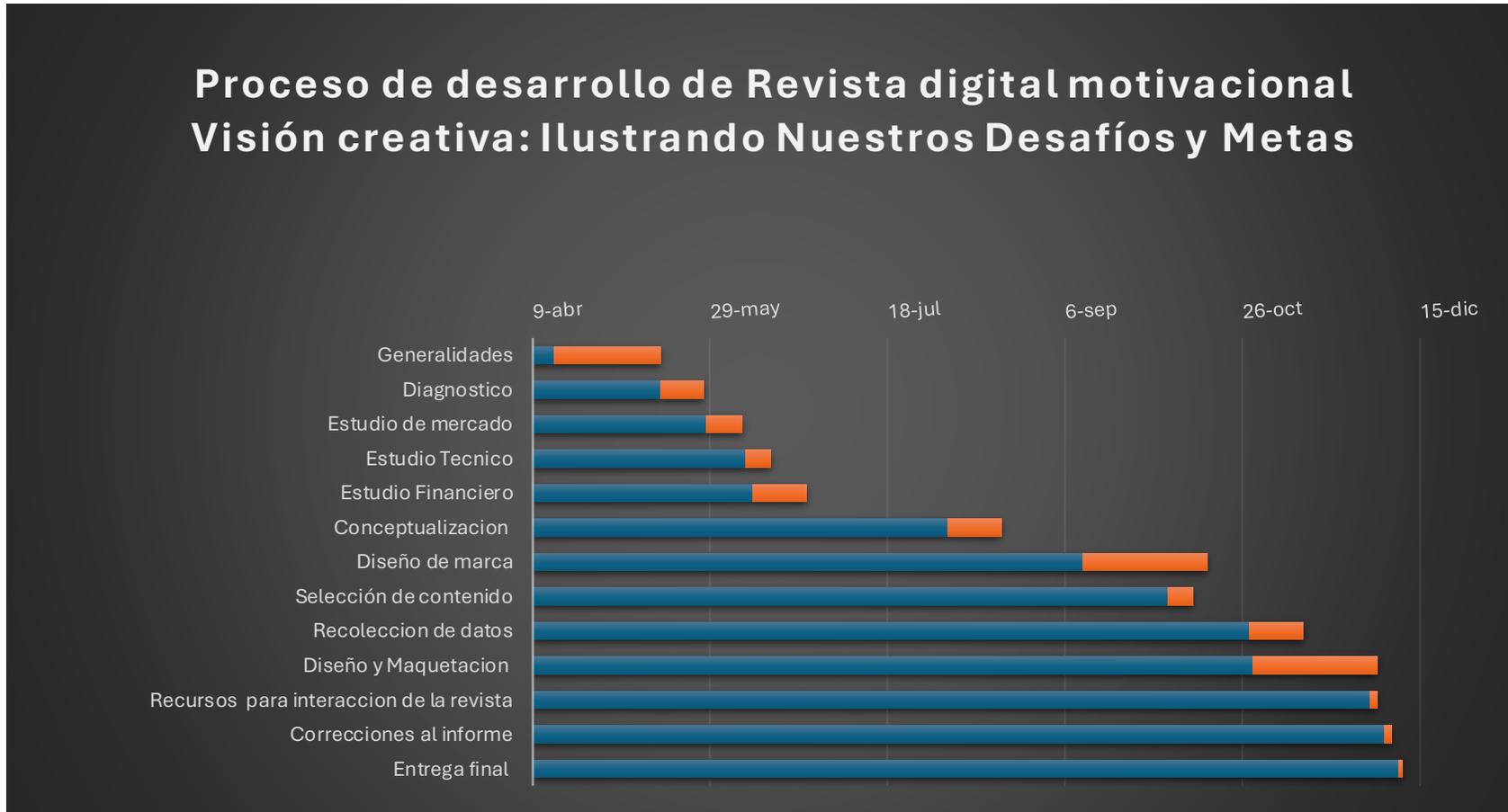
A lo largo de este año, en el periodo correspondiente a los 2 semestres del año académico 2024, nuestro grupo de trabajo, perteneciendo a la carrera de diseño gráfico y multimedia desarrollamos el proyecto de diseño de una revista digital motivacional con contenido dirigido a jóvenes. Para cumplir con este objetivo este proyecto pasó una serie de procesos que culminó con la entrega del paquete de materiales necesarios para su evaluación. A continuación, se presenta una gráfica de dichos procesos llevados a cabo para la creación de la revista digital “Visión creativa: Ilustrando nuestros desafíos y metas”

4.1 Tabla de actividades

| Actividades | Responsable | Fecha de inicio | Duración (días) | Fecha de finalización |
|--|---------------------|-----------------|-----------------|-----------------------|
| Generalidades | Grupo | 15-abr | 30 | 15-may |
| Diagnostico | Dorian | 15-may | 12 | 27-may |
| Estudio de mercado | Grupo | 28-may | 10 | 7-jun |
| Estudio Técnico | José Ángel | 8-jun | 7 | 15-jun |
| Estudio Financiero | Joel | 10-jun | 15 | 25-jun |
| Conceptualización | Grupo | 4-ago | 15 | 19-ago |
| Diseño de marca | Dorian y José Ángel | 11-sep | 35 | 16-oct |
| Selección de contenido | Joel | 5-oct | 7 | 12-oct |
| Recolección de datos | Grupo | 28-oct | 15 | 12-nov |
| Diseño y Maquetación | Dorian y José Ángel | 29-oct | 35 | 3-dic |
| Recursos para interacción de la revista | Joel | 1-dic | 2 | 3-dic |
| Correcciones al informe | Joel | 5-dic | 2 | 7-dic |
| Entrega final | Grupo | 9-dic | 1 | 9-dic |



4.2. Diagrama de Gannt



5. Plan de Sostenibilidad para el Proyecto de Creación de una Revista Digital Motivacional

El plan de sostenibilidad para la creación de una revista digital motivacional dirigida a jóvenes debe asegurarse de que el proyecto no solo sea viable en el corto plazo, sino que pueda mantenerse y crecer a largo plazo, proporcionando contenido valioso, impactando positivamente en la autoestima y la autorrealización de los jóvenes y contribuyendo de manera constante a su desarrollo personal.

A continuación, se presenta un plan detallado de sostenibilidad para asegurar el éxito continuo de la revista

5.1. Objetivos del Plan de Sostenibilidad

- **Mantener la calidad del contenido:** Establecer estrategias para seguir ofreciendo contenido relevante, educativo y actualizado.
- **Expandir la distribución y uso:** Lograr que la revista se utilice en más aulas, escuelas y comunidades educativas, círculos sociales, charlas motivacionales, campamentos juveniles o cualquier actividad que involucre la participación de la comunidad juvenil.
- **Fomentar la participación activa de la audiencia:** Involucrar a los jóvenes y educadores en la creación de contenido y en la distribución de la revista.
- **Desarrollar alianzas estratégicas:** Establecer relaciones con instituciones educativas, ONGs, empresas y otros actores interesados en el bienestar juvenil.

5.2. Creación y Actualización de Contenido de Alta Calidad

Objetivo: Mantener la relevancia y la calidad del contenido para seguir generando un impacto positivo en los jóvenes y atraer nuevos lectores.

Estrategias para mantener la calidad del contenido:

- **Participación del público objetivo:**



- Involucrar a los jóvenes en la creación de contenido. Invitar a los estudiantes a compartir sus historias, experiencias y logros relacionados con la superación personal.
- Crear un espacio en el que los lectores puedan enviar sus aportes relacionados con temas de autoestima y autorrealización, aumentando la autenticidad del contenido.
- **Colaboración con expertos:**
 - Colaborar con psicólogos, educadores y otros expertos en desarrollo personal para crear contenido de alta calidad que sea relevante para los jóvenes. Esto incluiría fragmentos de artículos y entrevistas para fortalecer la credibilidad de la información presentada en cada segmento.
- **Actualización constante:**
 - Realizar encuestas periódicas a los usuarios (estudiantes, docentes y padres) para conocer sus intereses y necesidades, lo que permitirá adaptar el contenido a sus expectativas.
 - Publicar ediciones trimestrales para mantener la relevancia del contenido.
- **Contenido multimedia:**
 - Ampliar la oferta de contenido utilizando diferentes formatos (artículos, links a videos, infografías, links a más contenido de interés y juegos interactivos que conecten con lo abordado en la información presentada) que sean atractivos y fáciles de consumir para los jóvenes.

5.3. Expansión y Distribución en Escuelas

Objetivo: Asegurar que la revista sea accesible para el mayor número de jóvenes posible y se utilice como material educativo.

Estrategias para la distribución y expansión:

- **Alianzas con instituciones educativas:**
 - Establecer alianzas con escuelas, universidades, organizaciones educativas, e instituciones estatales que deseen utilizar la revista como material didáctico.



- **Red de distribución**
 - Trabajar con asociaciones de educación y otras entidades que trabajen con jóvenes para dar a conocer la revista en comunidades vulnerables, asegurando que más jóvenes tengan acceso a este recurso.
- **Marketing focalizado:**
 - Crear materiales promocionales (artes web, imágenes, convocatorias) para las redes sociales en las que usualmente interactúan los jóvenes, que puedan ser compartidos para explicar cómo la revista beneficia a los jóvenes.

5.4. Participación Activa de los Jóvenes

Objetivo: Fomentar la participación de los jóvenes para mantener el interés y la relevancia de la revista.

Estrategias para la participación juvenil:

- **Concursos y desafíos interactivos:**
 - Organizar concursos o desafíos mensuales relacionados con temas de la revista, como escribir un artículo sobre cómo superaron un reto, crear una imagen que represente su visión de futuro, etc. Ofrecer premios y reconocimiento en las próximas ediciones de la revista.
- **Espacios de retroalimentación:**
 - Establecer foros o grupos en redes sociales donde los jóvenes puedan compartir sus pensamientos y dar sugerencias sobre lo que les gustaría ver en futuras ediciones de la revista.
- **Capacitación de jóvenes como creadores de contenido:**
 - Ofrecer talleres o formación sobre cómo escribir para la revista, cómo compartir sus historias de manera efectiva y cómo colaborar en proyectos de desarrollo personal.



5.5. Monitoreo y Evaluación del Impacto

Objetivo:

Asegurar que la revista está logrando su propósito de fomentar la autoestima, la autorrealización y fortalecer la confianza de los jóvenes.

Estrategias de monitoreo:

- **Evaluación de impacto:**
 - Realizar encuestas periódicas para medir el impacto de la revista en la juventud: ¿Cómo ha mejorado su autoestima? ¿Cómo aplican las enseñanzas de la revista en su vida diaria?
 - Analizar el uso de la revista en las aulas de clase, charlas, grupos focales, círculos de adolescentes u otra actividad donde el material se usó, recopilando datos sobre cuántos jóvenes acceden a ella y cómo la utilizan en sus actividades.
- **Análisis de retroalimentación:**
 - Monitorear las sugerencias y comentarios de los estudiantes, padres y educadores para asegurarse de que la revista sigue siendo relevante y útil.
- **Ajustes periódicos:**
 - Basado en los resultados de las evaluaciones y retroalimentación, realizar ajustes en el contenido y la distribución de la revista para seguir cumpliendo con las necesidades de los jóvenes.



6.1. Inversión del proyecto.

| Inversión Fija | | | | |
|---------------------------------------|-------------------------|-----------------|-----------------------|--------------------|
| Artículo /Rubro/ Descripción | Unidad de medida | Cantidad | Costo Unitario | Costo Total |
| Equipo de computo | | | | |
| Computadoras | Unidad | 4 | 11000 | 44000 |
| Batería UPS | Unidad | 4 | 2500 | 10000 |
| Disco solido externo(250GB) | Unidad | 2 | 1000 | 2000 |
| USB (64GB) | Unidad | 3 | 250 | 750 |
| Mobiliario | | | | |
| Escritorio | Unidad | 3 | 3000 | 9000 |
| Silla ergonómica | Unidad | 3 | 1500 | 4500 |
| Total inversión Fija | | | | 70250 |
| Inversión Diferida | | | | |
| Gastos básicos esenciales | | | | |
| Internet | Contrato | 1 | 1500 | 1500 |
| Agua Potable | Contrato | 1 | 500 | 500 |
| Electricidad | Contrato | 1 | 1000 | 1000 |
| Licencias y patentes | | | | |
| Derechos de autor | Contrato | 1 | 2000 | 2000 |
| Total Inversión diferida | | | | 5000 |
| Inversión constante (mensual) | | | | |
| Recursos Humanos | | | | |
| Diseñador Gráfico | Contrato | 2 | 12000 | 24000 |
| Comunity Manager | Contrato | 1 | 9800 | 9800 |
| Investigador y redactor de contenido | Contrato | 1 | 11000 | 11000 |
| Otros gastos | | | | |



| | | | | |
|-------------------------------------|--------------------|-------------------|-----|---------------|
| Papelería | Unidad | 2 (paquetes) | 90 | 180 |
| Bolígrafos | Unidad | 2(12 unidades) | 60 | 120 |
| Mantenimiento de equipos de trabajo | Revisión periódica | 4(x/equipo) | 350 | 1400 |
| Total de inversión constante | | | | 46500 |
| Total de inversión | | | | 121750 |

Como se había mencionado antes puede reducirse considerablemente si la institución encargada de darle continuidad a la revista para encaminar el proyecto y reducir costos.

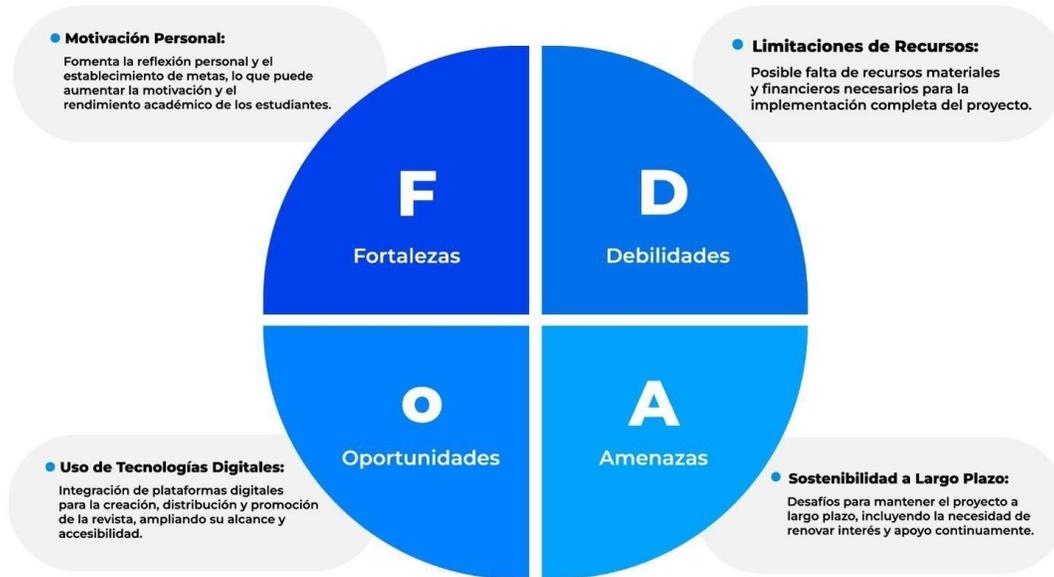
Por ejemplo, algunas de las alternativas podrían ser:

1. Para evitar la contratación de diseñadores gráficos y por ende garantizarles un sueldo mensual, se contratar el servicio de diseñadores freelance para el diseño y maquetación de la revista. De la misma manera con los otros colaboradores del proyecto si existe la posibilidad financiera.
2. Para no realizar nuevas contrataciones para el desarrollo de la revista podría capacitarse al personal ya contratado en los diferentes departamentos para luego asignarles tareas que permita en avance de la revista para nuevas ediciones.
3. Conseguir patrocinadores que apoyen el proyecto con donaciones de equipos o capital para poder financiar el proyecto o parte del mismo.



7. Matriz de etapa de evaluación del proyecto.

Matríz FODA: Visión Creativa, Ilustrando nuestros sueños y desafíos



8. Análisis de riesgos

| Tarea /Actividad | Riesgo | Tipo de riesgo | Nivel de riesgo | | | Acción de mitigación |
|----------------------------|---|----------------------|-----------------|-------|------|---|
| | | | Alto | Medio | Bajo | |
| Estudio de mercado | Contratiempos | Riesgo de Calendario | | | | Aplicar instrumentos en tiempo y forma según lo planeado |
| | Información poco útil | Riesgo Tecnológico | | | | Verificar que los instrumentos aplicados contesten a la necesidad de conocer la factibilidad del proyecto |
| Recolección de Información | Ambigüedad | Riesgo Tecnológico | | | | Profundizar en la selección de la información recabada para conseguir una buena conexión con el objetivo del proyecto |
| Producción del Producto | Poca calidad de los elementos gráficos | Riesgo Tecnológico | | | | Tomar el suficiente material multimedia para poder elegir los mejores recursos en la etapa de producción |
| | Falta de continuidad en el material incorporado al producto | Riesgo Tecnológico | | | | Crear una buena organización de la información y los elementos gráficos de manera que se cree una conexión consecutiva buscando atrapar al lector |
| | Diseño estridente | Riesgo Tecnológico | | | | Aplicar teoría del color y técnicas de maquetación para lograr un producto visualmente atractivo |

Nota:

Antes de concluir con el informe de este proyecto, es importante mencionar lo siguiente. Para la defensa de este proyecto se realizó la creación de una edición que sirve como lanzamiento piloto, con el propósito de dar a conocer la identidad visual que tendría la revista. Presentando aspectos que muestran el producto con un acabado llamativo, fresco y juvenil para captar la atención del público objetivo. Si bien es cierto esta edición piloto, su contenido se basó solo en La depresión, la continuidad de este proyecto iría abarcando poco a poco todas circunstancias que giran en torno a depresión y baja autoestima, tales como: la violencia, el bulín, derechos sexuales y reproductivos, las drogas , el alcoholismo, proyecto de vida, empleabilidad, etc... temas que son del interés de los jóvenes y de las instituciones que trabajan con jóvenes, y garantizando la sostenibilidad del proyecto a largo plazo



9. Conclusiones

A pesar de los inconvenientes surgidos en el proceso de desarrollo de la revista "Visión Creativa: Ilustrando Nuestros Desafíos y Metas" podemos decir que si se consiguieron los objetivos planteados. Se pudo contar con la participación activa del público para la recolección de la información necesaria para incorporar en la revista y a lo largo del proceso de producción se le fue dando vida a la revista logrando poco a poco un diseño que cumple con las expectativas esperadas.

10. Recomendaciones

Para garantizar el éxito continuo y la sostenibilidad del proyecto, recomendamos enfocarnos en los siguientes puntos clave:

1. **Feedback Continuo:** Mantener un canal abierto de comunicación con nuestros lectores para recoger sus comentarios y sugerencias. Esto nos permitirá ajustar y mejorar continuamente el contenido y la experiencia de la revista.
2. **Innovación y Creatividad:** Seguir explorando nuevas formas de presentar información y conectar emocionalmente con nuestros lectores a través de recursos gráficos y contenido dinámico.

Participación Activa: Fomentar la participación de los lectores en la creación de contenido, no solo como escritores e ilustradores, sino también como defensores y promotores de la revista dentro de sus comunidades escolares





¡Universidad del Pueblo y para el Pueblo!



