

ZUNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE NICARAGUA MANAGUA

FACULTAD DE EDUCACION E IDIOMAS

DEPARTAMENTO DE TECNOLOGIA EDUCATIVA

DISEÑO GRAFICO Y MULTIMEDIA



Proyecto de Graduación para optar al título de Licenciatura en

Diseño Gráfico y Multimedia

Tema:

Creación de Línea Gráfica para el emprendimiento Art Ideas en Managua durante el
año 2022

Autores:

- Br. Marling Luboft Narváez
- Br. Sarai Ruiz Sandino
- Br. Otto Solano

Tutor:

- MSc. Edinson Alberto Huete Fuentes.

Managua, 20 de enero del 2023.

Índice

1) Carta	¡Error! Marcador no definido.
1.1 Carta Aval del tutor	1
1.2 Dedicatoria.....	2
1.3 Agradecimientos.	3
1.4 Resumen ejecutivo.	4
2) Carta del Proyecto (Project Charter)	6
2.1 Generalidades del Proyecto.....	9
2.1.1 Nombre y Descripción Del Proyecto.....	9
Creación De Línea Gráfica Para El Emprendimiento Art Ideas.....	9
2.1.2 Objetivos	10
2.1.2.1 Objetivo General	10
2.1.2.2 Objetivos específicos.....	10
2.1.3 Justificación	11
2.1.4 Articulación entre planes y proyectos	14
2.1.5 El proyecto en el marco de las políticas estratégicas de desarrollo humano del país 14	
2.1.6 Grupo meta y beneficiarios	14
2.1.7 Ciclo de vida del proyecto	15
2.1.8 Resultados Esperados	16
2.1.9 Matriz del enfoque del marco lógico.....	17
Tabla 2.....	19
2.1.10 Matriz Para la Etapa de Diseño	19
2.2 Estudio de Mercado.....	21
2.2.1 Definición del producto	21
2.2.2 Objetivos	23
2.2.3 Demanda.....	24
2.2.4 Oferta	24
2.2.5 Análisis de Costos	25
2.2.5.1 Comercialización.....	26
2.2.5.2 Estrategia de Mercado	26

2.3	Estudio Técnico	27
2.3.1	Tamaño del proyecto.....	27
2.3.2	Localización del proyecto.....	27
2.3.2.1	Macro localización	27
2.3.2.2	Micro localización.	28
2.3.3	Procesos productivos	29
2.3.4	Procesos y usos de tecnologías.....	29
2.3.5	Capacidad de producción.....	30
2.3.6	Ingeniería de proyectos.....	30
2.3.6.1	Recursos y Tecnología.....	30
2.3.6.2	Valoración de la inversión	30
2.3.7	Aspectos administrativos.....	31
2.3.7.1	Aspectos legales del proyecto.....	31
2.3.7.2	Planificación y organización de la programación y ejecución de las actividades ...	32
2.3.7.3	Matriz de ejecución y seguimiento.....	33
2.3.8	Aspectos Sociales del proyecto.....	34
2.3.9	Aspectos económicos del proyecto.....	34
2.4	Estudio Financiero	34
2.4.1	Inversión del proyecto capital de trabajo.	34
2.4.1.1	Capital inicial	35
2.4.1.2	Gastos fijos.....	35
2.4.1.3	Gastos diferidos	36
2.5	Conclusión.....	37
2.6	Recomendaciones	38
3)	Material complementario	39
3.1	Bibliografía.....	39
3.2	Anexos	41

1) Presentación

1.1 Carta Aval del tutor



FACULTAD DE EDUCACIÓN E IDIOMAS
DEPARTAMENTO DE TECNOLOGÍA EDUCATIVA

“2023: SEGUIREMOS AVANZANDO EN VICTORIAS EDUCATIVAS”

Licenciado en Diseño Gráfico y Multimedia

CARTA AVAL DEL TUTOR

La calidad de una buena comunicación y de una buena pieza de diseño, son de una gran importancia dentro del mercado donde actúa la empresa, ya que este mensaje identificará a la institución y la diferenciará de la competencia. Hoy en día, el diseño no se basa únicamente de crear un logotipo, o un simple empaque sin un fundamento. El diseño es una herramienta que es capaz de crear un estilo de vida, y reflejar las cualidades de sus consumidores en los productos o servicios de una marca.

Por ello, el presente proyecto para optar a la Licenciatura en Diseño Gráfico y Multimedia que lleva por título principal: **Creación de Línea Gráfica para el emprendimiento Art Ideas en Managua durante el año 2022.**, desarrollado por la estudiante:

- Br. Sarai Ruiz Sandino
- Br. Marling Morales Narváez
- Br. Otto Solano

Considero que dicho proyecto, reúne los requerimientos académicos y científicos en relación al objeto de estudio, permitiéndole 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 19 días del mes de enero del 2023.

Fraternalmente,



MSc. Edinson Huete Fuentes
Diseño Gráfico y Multimedia
Tutor



¡A la libertad por la Universidad!

Rotonda Universitaria Rigoberto López Pérez, 130 metros al Este. | Recinto Universitario "Rubén Darío"
Cod. Postal 663 – Managua, Nicaragua | Telf.: 2278 6764 / Ext. 5250 | www.unan.edu.ni

1.2 Dedicatoria

Este proyecto está dedicado a Dios por permitirnos llegar hasta este punto de nuestras vidas, a nuestro equipo, que hemos luchado ante tantas adversidades para poder graduarnos. Mantuvimos hasta el final las esperanzas de poder culminar este proyecto en seis meses y a nuestro tutor por no perder la fe en nosotros.

1.3 Agradecimientos.

Estas cortas pero sentidas palabras tienen el propósito de manifestar el agradecimiento primeramente a Dios por permitirnos llegar a esta etapa de nuestra vida, el camino fue largo, pero hemos logrado llegar hasta la culminación de uno de los ciclos más importantes de nuestra vida.

Continuamente agradecemos a todos los maestros que nos guiaron e impulsaron a seguir y mejorar en el transcurso de esta lucha.

A aquellas amistades que estuvieron a nuestro lado en los buenos y malos momentos que pasamos, a aquella lista de reproducción predeterminada que nos ayudó a mantener la calma en momentos de crisis, a nuestras mascotas que nos acompañaron aquellas largas noches de trabajo y arduo esfuerzo.

Agradecemos profundamente a nuestra alma mater UNAN-Managua por habernos acogido y brindado todas las experiencias que nos forjó como profesionales.

Y especialmente agradecemos a nuestros padres por habernos apoyado en todas las etapas de nuestro crecimiento como individuos, brindándonos todas las herramientas necesarias para enfrentarnos ante el mundo laboral y social.

1.4 Resumen ejecutivo.

En el presente proyecto se presenta a la cooperativa Artideas y la carencia que tiene el negocio de una identidad visual creativa, fresca y atractiva para el público, según el diagnóstico inicial, la cooperativa no tenía elementos gráficos que cumplieren con los requerimientos de una línea gráfica adecuada y promoviera la reconocibilidad de la marca.

Este proyecto es presentado por estudiantes de quinto año para optar a la Licenciatura en Diseño Gráfico y Multimedia. Consiste en la creación de una línea gráfica para el emprendimiento Artideas basada en una idea original y haciendo uso de los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera.

La línea grafica tiene un impacto positivo en el desarrollo de la cooperativa ya que muestra un lado nuevo e innovador en su imagen logrando destacar entre la competencia.

La importancia de una buena marca grafica reside en el éxito la empresa al proporcionar un producto al mercado con una imagen atractiva y creativa

El proceso de este proyecto se divide en tres partes fundamentales que comprenden un diagnóstico, la definición de la marca y la creación de un portafolio digital haciendo uso de la nueva marca que cree demanda social y que tenga impacto ante el consumidor regular, esta marca consiste en:

- Logo
- Eslogan
- Tipografía
- Normativas de uso
- Publicidad

Con este proceso se espera transmitir de la mejor manera la identidad del negocio de forma que el resultado sea una marca amigable y fácil de identificar, que se ajuste a las necesidades del negocio en cuanto a su reproducción y aplicabilidad.

2) Carta del Proyecto (Project Charter)

PROJECT CHARTER				
1. Información general del proyecto				
<i>Nombre del proyecto:</i>		Creación de línea gráfica para Art Ideas		
<i>Patrocinadores ejecutivos:</i>		Art Ideas		
<i>Patrocinador del departamento:</i>				
<i>Impacto del proyecto:</i>		Mejor relación del negocio con su clientes o audiencia		
2. Grupo de proyecto				
	Nombre	Departamento	Teléfono	E-mail
<i>Director del Proyecto</i>	<i>SaraíRuiz</i>	<i>Managua</i>	<i>81382970</i>	
<i>Miembros del Equipo</i>	<i>Otto Solano</i>	<i>Managua</i>	<i>57455976</i>	
	<i>Marling Narváez</i>	<i>Managua</i>	<i>77085301</i>	
3. Partes interesadas				
<i>Art Ideas, un emprendimiento que carece de una identidad visual clara y ordenada.</i>				
<i>Alumnos y clientes de Art Ideas, quienes reconocerán mejor los elementos gráficos que componen este negocio</i>				
4. Alcance del Proyecto				
Propósito del proyecto/justificación comercial				
<i>Este proyecto pretende redefinir la identidad visual de Art Ideas basándose en sus valores y necesidades, y consecuentemente pueda atraer mayor clientela y recibir mejores ganancias, además de tener un mejor posicionamiento con respecto a la competencia.</i>				
Objetivos (en términos comerciales)				
<i>Diagnosticar fallas en la publicidad de la empresa</i>				
<i>Definir la identidad visual de la empresa para mejor reconocimiento de la misma.</i>				
<i>Diseñar un portafolio digital con la nueva imagen de la empresa</i>				
Entregables				
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Portafolio Digital</i> • <i>Normativa de uso</i> • <i>Spot publicitario</i> • <i>Publicidad para redes sociales</i> 				
Alcance				

Este proyecto abordará los siguientes puntos:

1. *Diagnóstico de la identidad visual actual de Art Ideas.*
2. *Diseño de una nueva identidad visual funcional.*
3. *Creación de material publicitario estático y dinámico.*

Por otra parte, no abordará:

1. *Estrategias de mercadeo y venta del producto o servicio que proveen*
2. *Atención al cliente.*
3. *Manufactura de ninguno de los productos o servicios que provean.*

Hitos del proyecto

Planificación – Marzo-Julio 2022

Distribución de tareas – agosto 2022

Diagnóstico de la Identidad Visual – agosto 2022

Primer prototipo de nueva identidad visual – septiembre 2022

Revisión y corrección del prototipo – septiembre 2022

Versión final de la identidad visual – septiembre 2022

Creación de elementos restantes del portafolio digital, normativa y demás material estático. – octubre 2022

Pre-Producción, Producción y Post-Producción de material dinámico. – noviembre 2022

Última Revisión – noviembre 2022

Entrega – enero 2023

Principales riesgos conocidos (

Riesgos	Calificación de riesgo (Alto, Medio, Bajo)
<i>Que al cliente no le satisfaga el resultado</i>	<i>baja</i>
<i>Desacuerdo creativo</i>	<i>baja</i>

Restricciones

En este proyecto se presenta la limitante de falta de personas que trabajen en la construcción del portafolio digital.

Dependencias externas

El éxito de este proyecto dependerá de la comunicación con el cliente (Art Ideas), ya que nuestro trabajo es transmitir la visión de ellos hacia las demás personas a través de su imagen corporativa.

<i>5. Estrategia de comunicación</i>			
<i>El director del proyecto es quien facilitará la comunicación entre el equipo de trabajo y la empresa. Se encargará de la supervisión del material que se esté produciendo para el proyecto y a la vez del control de calidad. Se realizarán reuniones semanales para ver el avance del proyecto y el cumplimiento del cronograma de trabajo.</i>			
<i>6. Cierre de sesión</i>			
	<i>Nombre</i>	<i>Firma</i>	<i>Fecha (DD/MM/Y YYY)</i>
<i>Patrocinador ejecutivo</i>	<i>Saraí Ruiz</i>	<i>Saraí Ruiz</i>	<i>07/12/2022</i>
<i>Miembro del equipo</i>	<i>Otto Solano</i>	<i>Otto solano</i>	<i>07/12/2022</i>
<i>Miembro del equipo</i>	<i>Marling Morales</i>	<i>Marling Morales</i>	<i>07/12/2022</i>
<i>7. Observaciones</i>			
<i>Se tendrá que trabajar desde 0, ya que, la imagen del negocio no cumple los requerimientos visuales necesarios en los cuales basarnos para trabajar la línea gráfica.</i>			

2.1 Generalidades del Proyecto.

2.1.1 Nombre y Descripción Del Proyecto

Creación De Línea Gráfica Para El Emprendimiento Artideas

Artideas es un emprendimiento que ofrece múltiples servicios en enseñanza de artes manuales: como pintura, bisutería, porcelana fría, papelería entre otros. Además, funcionan como una tienda que ofrece este mismo tipo de productos y otros como ropa de segunda mano. Este emprendimiento cuenta con una identidad visual que carece de ciertos elementos, lo que la hace ineficiente en la transmisión su mensaje e identidad como emprendimiento y perjudica la reconocibilidad del mismo. Este proyecto pretende determinar dichas carencias por medio de un estudio de la competencia y las necesidades de este establecimiento y diseñar una línea gráfica que cuente con una propuesta de color, tipografía, marca corporativa y normativa para redes sociales, que cumplan con los requerimientos necesarios para el mejoramiento de la imagen de Art Ideas y de esa forma logre mayor alcance en el público.

La cual es importante para “ser fuente de información, ofrecer argumentos persuasivos, presentación de estímulos, además de ser un medio para construir una imagen o posicionamiento.”
(Navalles, P. 2011. Pag. 26).

2.1.2 Objetivos

2.1.2.1 Objetivo General

Crear línea gráfica de identidad visual para la cooperativa Art Ideas en la ciudad de Managua durante el año 2022.

2.1.2.2 Objetivos específicos

- Realizar un diagnóstico de la imagen del emprendimiento durante el primer semestre de 2022, por medio de un estudio de mercado, para determinar de qué elementos gráficos carece.
- Definir identidad visual de Art Ideas en el tercer trimestre de 2022, en base a las deficiencias de la misma, para ser valorado por el cliente.
- Diseñar un portafolio con la nueva identidad visual de la cooperativa Art Ideas durante el cuarto trimestre de 2022 en base a la información recolectada y conocimientos del rubro, para su entrega final.

2.1.3 Justificación

A lo largo de los últimos años se ha fomentado la formación de emprendimientos para aumentar el crecimiento económico del país, es por esto que muchas personas han aplicado sus diferentes habilidades para ofrecer nuevos productos y servicios que satisfagan las necesidades de la sociedad nicaragüense. Al tratarse de empresas pequeñas el presupuesto que pueden darle a la imagen de la empresa es mínimo, ya que les toca priorizar otro tipo de gastos, esto conlleva a que muchos de los emprendimientos actuales no tengan una imagen y marca apropiadas, teniendo como resultado deficiencias en el alcance a sus públicos metas.

Y tener en cuenta que, Antes de lanzar al mercado una empresa es importante crear su identidad corporativa, que en general es la personalidad de la empresa; misma que está conformada por los aspectos físicos y visuales de una organización, en donde influyen la historia, la trayectoria, los proyectos, su manera de trabajar y las metas que desean lograr, además de un detallado plan de acción. (s. f.). Visa.

Las empresas con éxito tienen algo en común: una identidad de marca fuerte y uniforme. Basta con pensar en marcas icónicas como Nike, Starbucks y Google: su impresión duradera en el mercado y su reconocimiento mundial son la prueba evidente del poder de la marca. (Islas, D. S 2022, 20 enero).

Este es el caso de Artideas, un emprendimiento liderado por Margarita Lizett Arguello Woo que ofrece servicios de enseñanza de artes manuales como bisutería, porcelana fría, pintura, costura, entre otros servicios. Además, ofrecen productos de esta misma línea de trabajo realizados por ellas. Debido a una falta de conocimiento de diseño gráfico y comunicación visual, este emprendimiento desde sus inicios ha optado por una marca que no les favorece por su falta de funcionalidad y por

carencia de elementos definidos que otorguen cohesión a supublicidad. Se ha detectado una deficiencia en la imagen gráfica institucional manejada por dicho emprendimiento, demostrando ser poco efectiva y atractiva para el grupo objetivo al que se intenta captar. Haciendo uso del diseño gráfico editorial y el diseño gráfico digital, se busca fortalecer la imagen corporativa a la vez de crear una línea gráfica uniforme y estilizada para dichas áreas de la empresa. Con esto se espera mejorar su imagen delante de su grupo objetivo y otras instituciones y que a su vez transmita los valores y objetivos que la empresa persigue.

La iniciativa de este proyecto es apoyar el crecimiento de las pequeñas empresas y cooperativas como lo es Artideas, que desea tener un aspecto formal y profesional. Gracias a la reciente popularidad que ha adquirido este rubro se puede analizar propuestas gráficas que ofrecen otras empresas del mismo, no obstante, es evidente la falta de creatividad, funcionalidad y cohesión en el material publicitario que ofrecen, esto produce decadencia en los proyectos desde su inicio. Una línea gráfica definida y funcional le aseguraría a Artideas una posición sólida dentro del mercado en el que se maneja y un fácil reconocimiento por parte del público. Esto a su vez produciría crecimiento económico para dicho negocio, ya que, se busca brindar las bases necesarias para poder desarrollar una nueva identidad corporativa que vendrá a renovar la imagen visual de la institución y con ello poder proyectarse de mejor manera.

El proyecto cumple con el objetivo número ocho de los objetivos de desarrollo sostenible, el cual promueve el crecimiento económico inclusivo y sostenible, el empleo y el trabajo decente para todos, ya que la cooperativa Artideas además de ser un negocio sostenible emplea a personas y promueve el aprendizaje de nuevas artes a los jóvenes y adultos para su propio beneficio, teniendo así un crecimiento económico inclusivo y sostenido, impulsando el progreso, creando empleos decentes para todos y mejorar los estándares de vida.

Así mismo el aporte de dicho proyecto según el plan nacional de lucha contra la pobreza y el desarrollo humano es el impulsar la economía creativa, el cual menciona que “La economía creativa es un frente nuevo para incorporar el talento joven, la innovación, la cultura, el arte, la visión transformadora desde los distintos campos de la economía. Creemos que la economía creativa está en manos de los más jóvenes, de las mentes creativas y brillantes de nuestro país”

2.1.4 Articulación entre planes y proyectos

Este proyecto aporta al objetivo número 8 de desarrollo sostenible que se refiere a: Promover el crecimiento económico inclusivo y sostenible, el empleo y el trabajo decente para todos. Ya que, al definir su imagen, Art Ideas como marca es más reconocible y su publicidad más uniforme, esto los posiciona por encima de la competencia y por ende hace que tengan crecimiento económico por el aumento de las ventas, ya que, al elaborar el manual gráfico se busca reglamentar y estandarizar el uso de diferentes elementos gráficos digitales que sean de uso constante para el emprendimiento. Entre estas piezas se pueden mencionar el establecer una tipografía institucional y determinar su paleta de colores, diseñar un logotipo y sus diferentes aplicaciones.

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

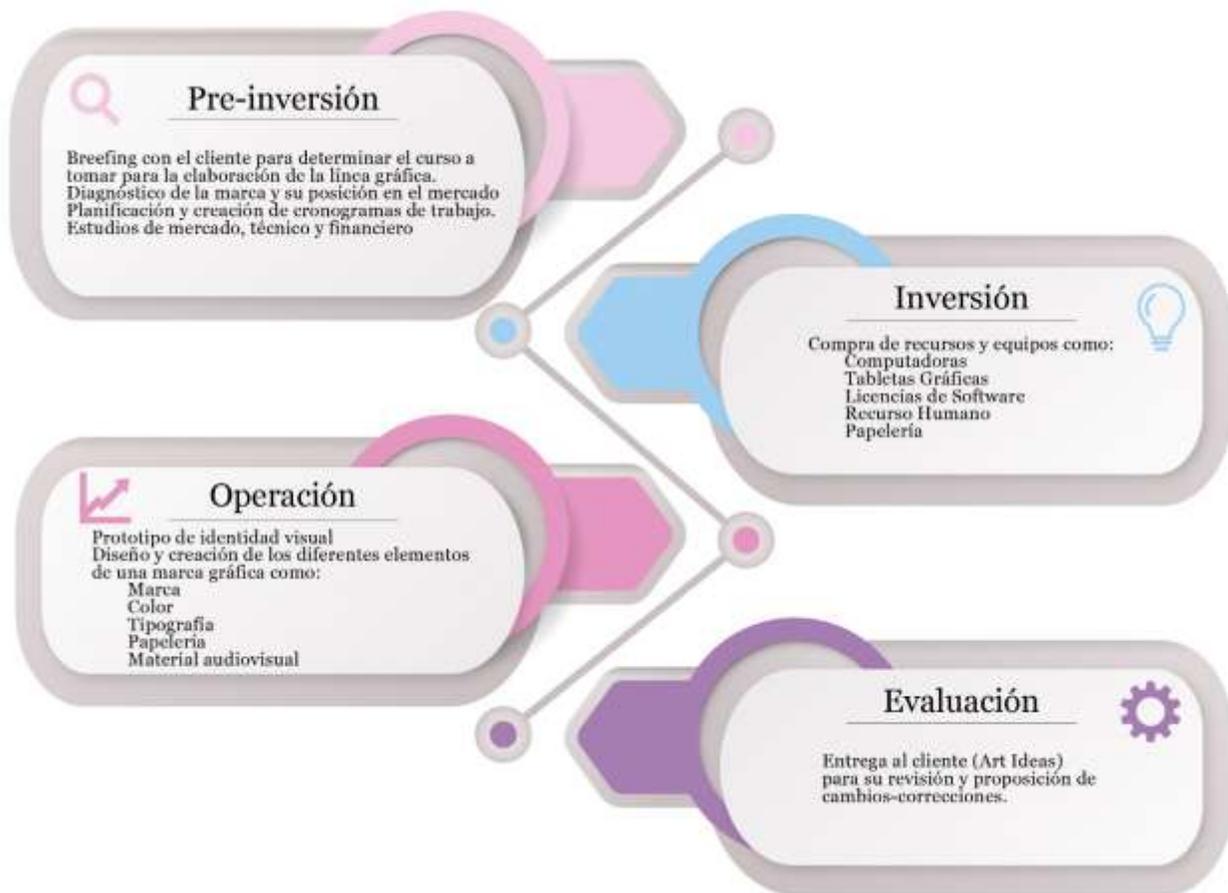
Este proyecto se alinea al Plan Nacional de Lucha Contra la Pobreza y para el Desarrollo Humano 2022-2026 en el tema: “Desarrollar La Propiedad Intelectual Nicaragüense (Patentes, Marcas, Denominación De Origen), Con Énfasis En Propuestas De Valor Hacia Mercados Extranjeros”, ya que nuestro trabajo consiste en contribuir al mejoramiento de la identidad visual de Art Ideas por medio de un manual de normas gráficas que aporte un mejor posicionamiento de marca ante la competencia y la sociedad.

2.1.6 Grupo meta y beneficiarios

El beneficiario y grupo meta de este proyecto es la empresa Artideas ya que es a

ellos a quienes se les entregará el resultado final del proyecto, que irá de acuerdo a su visión y valores como empresa. Este resultado (Línea Gráfica), beneficia a Artideas de manera que una vez aplicado a la publicidad de la empresa tenga un mejor recibimiento por la audiencia que son a su vez potenciales clientes que pueden aportar al crecimiento económico de Artideas.

2.1.7 Ciclo de vida del proyecto



2.1.8 Resultados Esperados

Por parte del equipo de trabajo de este proyecto, poder hacer que los mensajes transmitidos por la institución a su grupo objetivo sean más efectivos y se comience a reconocer a la institución y valores que el cliente desea transmitir con su empresa y aplicarlo a una línea gráfica que sea clara, concisa y estéticamente agradable, que logre atraer mayor audiencia hacia esta empresa; haciendo de esta una poderosa herramienta que permita emitirse de forma constante a nivel visual sobre su audiencia y que sea reconocida por sus gráficos marcados.

Así, mientras que la marca de producto representa una promesa sobre beneficios específicos que alcanzan al consumidor, la marca corporativa expresa los valores, el compromiso y la reputación de su organización, alcanzando y atrayendo a sus distintos stakeholders, motivándolos a trabajar en ella o con ella, comprar sus productos o servicios, y buscar distintos tipos de vínculo o relación con la empresa. (Silva, J., & Chehtman, A. 2012. Pág. 96).

Tabla 1:**2.1.9 Matriz del enfoque del marco lógico**

Objetivos	Indicadores	Medio de Verificación	Supuesto/riesgos
Se realiza un diagnóstico de la imagen del emprendimiento durante el primer semestre de 2022, por medio de un estudio de mercado, para determinar de qué elementos gráficos carece	Al no tener una imagen concreta Artideas como marca es inestable al igual que su alcance al público. La falta de orden y de una imagen que el público pueda asociar con su empresa interrumpe la difusión acerca de los productos y servicios que ofrecen.	Estudio de mercado orientado a analizar el posicionamiento de Artideas con respecto a la competencia.	Aprobación del cliente (Artideas) sobre las decisiones tomadas en el desarrollo de la nueva imagen
Se define la identidad visual en el tercer trimestre de 2022, en base a las deficiencias de la	Prototipo de línea gráfica para el emprendimiento Artideas, sujeto a cambios y modificaciones.	Se elabora una rúbrica que contenga los requerimientos que debe tener una línea gráfica apropiada más los requerimientos personales del cliente y	El cliente (Artideas) considera que los requerimientos puestos para la aprobación de la nueva imagen son cumplidos y acepta

<p>misma, para ser valorado por el cliente</p>		<p>se hace una valoración del prototipo.</p>	<p>implementarla en su negocio.</p>
<p>Se diseña un portafolio con la nueva identidad de marca de Artideas en base a la información recolectada y conocimientos del rubro.</p>	<p>Portafolio digital que contiene definida la nueva marca, colores corporativos, tipografía, normativa de redes sociales, publicidad para redes sociales, spot publicitario.</p>	<p>Aprobación final del cliente.</p>	<p>Desaprobación del cliente.</p>

Nota: en esta tabla se muestra proyección de riesgos en cada etapa.

Tabla 2**2.1.10 Matriz Para la Etapa de Diseño**

Investigación	Diseño	Desarrollo	Materiales	Prueba
Al realizar el diagnóstico se tiene una idea clara de la posición actual de Artideas con respecto a la competencia para poder armar una estrategia que haga que se diferencien y Destaquen dentro del mercado.	Entre las tareas se encuentra el briefing que permite tener una idea de las necesidades del cliente. Teniendo una idea se puede empezar con el prototipado que consiste en experimentar con diferentes elementos hasta encontrar los que mejor transmitan la idea propuesta en el briefing, luego se	Para el desarrollo del proyecto se debe seguir las líneas creativas propuestas en el prototipado que se armó según el briefing. A partir de esto se deben crear todos los elementos que componen una línea gráfica y los elementos complementarios para la entrega de los resultados del proyecto al cliente.	Para la realización de este proyecto se necesita del recurso humano de 3 personas, computadora de gama media/alta, elementos varios de papelería para el proceso de prototipado, tabletas gráficas y servicios de terceros para la producción de material impreso.	Una vez que el diseño esté terminado es entregado al cliente (Art Ideas) para su revisión y aprobación. El cliente determinará si cumple con los requisitos que se plantearon en el briefing.

	puede proseguir a la producción y evaluación en base a las decisiones tomadas en el prototipado.			
--	--	--	--	--

Nota: esta tabla se muestra una etapa temprana del ciclo del proyecto.

2.2 Estudio de Mercado

2.2.1 Definición del producto

Este proyecto consiste en diseñar un Manual de marca digital que contiene pautas y características “más objetivamente observables de una marca -aquellos elementos que la representan de forma física- y fija su función esencial: identificar, diferenciar y proteger de la producción competidora. (Baños González, M., & Rodríguez García, T. C. 2012. Pág. 14) para organizar la imagen y publicidad de Art Ideas y aplicarlo en futuros eventos de marketing los cuales se describen a continuación:

Manual de marca: Se desarrolla un manual de marca, lo cual consta de una normativa de regla, el diseño de logotipo como el significado conforme a los valores dados, como color, tipografía, elementos gráficos, etc.

En el cual para su desarrollo se tiene como referencia al manual de Nessa. (2018, 7 agosto).

Logotipo: Es la identidad de un negocio u organización, es la cara que lo representa y funciona para que sea sencillo de identificar. Para el emprendimiento, será de gran utilidad el desarrollar un logo, ya que este cuenta con uno que no cumple las normativas, es muy necesario el estar representado y diferenciarse ante los demás emprendimientos del sector.

Tarjetería de presentación: Presenta los datos básicos del personal administrativo de la empresa o institución. Lo que ofrece este producto es establecer las relaciones del personal administrativo de la institución, permitiendo brindar su información de contacto.

Banner: Este es un tipo de publicidad digital o físico que se utiliza para llamar la atención con el propósito de atraer una venta o negocio.

Papel membretado: Es una hoja de papel física que tiene una identificación oficial del negocio

Spot publicitario: Contiene publicidad u ofertas para un segmento masivo, mostrando así la información variada y detallada sobre un producto o promoción del emprendimiento

Stickers: son una forma de dar a conocer mejor la marca ya que representan la marca del negocio, además de darle un aire más fresco.

Facturas: es un documento que refleja los datos de una transacción mercantil (venta de bienes o servicios) y contiene información sobre la transacción realizada.

2.2.2 *Objetivos*

Objetivo General

Diagnosticar el estado de la marca de la empresa Art Ideas y su posición en las redes sociales en el 2022

Objetivos específicos

- Establecer los requerimientos de una línea gráfica adecuada.
- Realizar diagnóstico de la marca de Art Ideas en relación a otras marcas del mismo rubro.
- Definir una oferta para la renovación de la línea gráfica actual de Art Ideas

2.2.3 Demanda

A nivel social, “Las marcas están creadas especialmente para sus clientes o futuros clientes que finalmente terminan siendo personas de la sociedad, así mismo ellos reconocen de diferentes formas una marca que utilizan o por la que tienen preferencia, ya sea por la forma verbal o fonética y/o por la forma visual o icónica.” (Bustamante Herrera, A y. 2012, pág. 29).

La demanda del cliente es una identidad visual más definida que la que tienen actualmente, que cuente con aspectos básicos de una marca gráfica como, logotipo, color y tipografía, pero que además incluya pautas para mejorar su posicionamiento en redes sociales, por medio de publicidad creativa.

Para definir esto se realizaron dos instrumentos de recolección de datos, una entrevista a un profesional del diseño gráfico para definir los requerimientos de una línea gráfica comunicable, duradera, con buena capacidad de comercialización y de ser recordada.

Este instrumento dio las bases para el segundo instrumento que consiste en el análisis de las marcas de la competencia dentro del rubro de productos que maneja Art Ideas. Por medio de una lista de cotejo se puede determinar cómo se posicionan actualmente con respecto a la competencia y que rumbo conviene tomar en el rediseño de su marca.

2.2.4 Oferta

Para poder desarrollar la oferta primeramente es necesario definir qué hace a una identidad visual, la cual “es la identidad física y esta constituye su identidad visual, con la que se llegara al público de manera directa y concreta, esta hará que hable por ti y que el público objetivo la escuche.” (Argoti, J. 2012, pág. 31), es decir que la identidad visual tiene un impacto importante en lo que

es el desarrollo de la marca grafica de la cooperativa Art Ideas.

Este proyecto pretende ofrecer lo que el cliente demanda y, además, el rediseño de la marca que actualmente tienen ya que no es completamente funcional. Al hacer este rediseño se estaría cambiando el logotipo, definiendo una paleta de colores ya que no la tienen y estableciendo un modelo para las publicaciones de sus redes sociales.

Entre las cosas que se pueden enumerar se encuentran:

- Logotipo
- Color
- Tipografía
- Normativa para el uso de la línea gráfica
- Diseño digital de artículos de papelería (Stickers, etiquetas, facturas, papelmembretado, volantes, entre otros)
- Normativa para publicaciones de redes sociales
- Spot publicitario de 1 minuto

2.2.5 Análisis de Costos

Software

En cuanto a softwares los costos se reducen a la Creative Cloud de Adobe que tiene un costo de \$54.99 mensuales en el plan anual.

Hardware

- 1 PC Lenovo Idea pad 3 que tienen un costo de \$500.
- 1 tabletas gráficas XP-PEN StarG640 que tienen un costo de \$31.34.
- Personal Humano. Consiste de 3 diseñadores con salario de \$300 mensuales que realizan

labores de manera intercambiable. Estas labores pueden consistir y no están limitadas a:
Ilustración, fotografía, animación, postproducción de video y fotos, diagramación.

2.2.5.1 Comercialización

Un portafolio digital le será entregado al cliente en una versión en PDF junto con un spot publicitario y material visual para redes sociales.

2.2.5.2 Estrategia de Mercado

Se realizará un spot publicitario de 1 minuto para la presentación de este portafolio. Ya que la oferta cuenta con un rediseño del logotipo es crucial convencer al cliente de aprobar los cambios a su marca.

El spot consistirá de presentar los productos y servicios de Art Ideas haciendo uso de la nueva marca.

2.3 Estudio Técnico

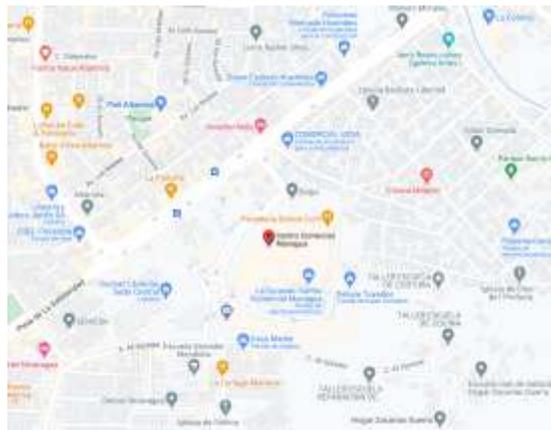
2.3.1 *Tamaño del proyecto*

El alcance del proyecto cuenta con un portafolio digital que contiene todo lo necesario para la identidad visual de la corporativa a trabajar, además de la versión editable de cada elemento gráfico correspondiente al contenido del portafolio, su envío será realizado por medio de correo electrónico.

2.3.2 *Localización del proyecto*

2.3.2.1 *Macro localización*

La ubicación ideal para la empresa tomando en cuenta muchos aspectos es Planos de Altamira de Managua, ya que este sector está caracterizado por tener negocios muy importantes y de prestigio en lo que se respecta a Managua además de ser céntrico y accesible para estar cerca de los potenciales clientes.



2.3.3 *Procesos productivos*



2.3.4 *Procesos y usos de tecnologías*

Se utilizan equipos de software y hardware de alta gama y calidad, además de sus permisos y licencias correspondientes, habiendo tomado en cuenta la demanda del cliente y al haber realizado un estudio de mercado, se cuenta con diseñadores gráficos altamente capacitados para la creación del material del manual de marca solicitado, dicho manual pasa por varios filtros de calidad y visuales referentes al color, tipografía y elementos gráficos aplicados en este, posteriormente si el cliente se encuentra satisfecho con el producto ofrecido se procede con la entrega del producto finalizado.

2.3.5 Capacidad de producción

Esta línea gráfica es única, es decir, existe un único elemento editable y uno en formato de imagen png para mantener la calidad, el cual debe ser entregado en un portafolio. Sin embargo, su producción en masa es decisión y responsabilidad del cliente.

2.3.6 Ingeniería de proyectos

2.3.6.1 Recursos y Tecnología

Para la realización de este proyecto son necesarios los siguientes equipos:

- Computadora con procesador corei5 o superior con 32gb de ram
- Creative Cloud de Adobe
- Tableta Gráfica
- Cámara Digital
- Caja de Luz

2.3.6.2 Valoración de la inversión

Debido al trabajo que se debe realizar en este proyecto es necesaria una computadora con gran capacidad que pueda correr los programas necesarios para ilustración, animación y postproducción de video que son las actividades principales que se realizarán. A parte de eso una tableta gráfica para facilitar el movimiento dentro de estos programas y asegurar que los trazos sean lo más precisos posibles. Debido a su versatilidad y estándar de calidad se trabajará con la Creative Cloud de Adobe, específicamente los programas Photoshop, Illustrator, InDesign, After Effects y Premiere Pro.

2.3.7 Aspectos administrativos

2.3.7.1 Aspectos legales del proyecto

Una vez terminada la marca debe de ser registrada en el Ministerio de Fomento, Industria y Comercio. El proceso dura aproximadamente 3 meses y tiene un costo de \$165 aproximadamente. Se debe de presentar la solicitud a través de un formulario seguido por una publicación dentro de La Gaceta, Diario Oficial. Una vez cumplido un plazo de 30 días se procede a hacer un examen de fondo de la solicitud y de cumplir con todos los requisitos de Ley se emite el Certificado de Registro válido por 10 años.

2.3.7.2 *Planificación y organización de la programación y ejecución de las actividades*

Se parte desde el proceso creativo, que van desde recopilación de elementos necesarios o influyentes para la creación de la imagen visual, hasta vectorización del mismo, prosiguiendo con el proceso gráfico en donde se realizan pruebas de color y tipografía que se ajusten a lo pedido en relación con el material, finalizando con la maquetación y elaboración de materiales en base a lo obtenido.

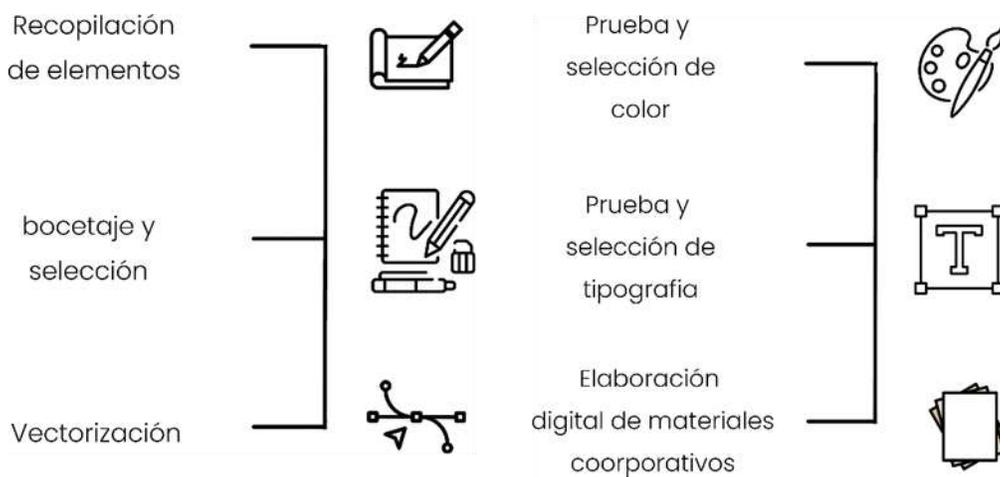
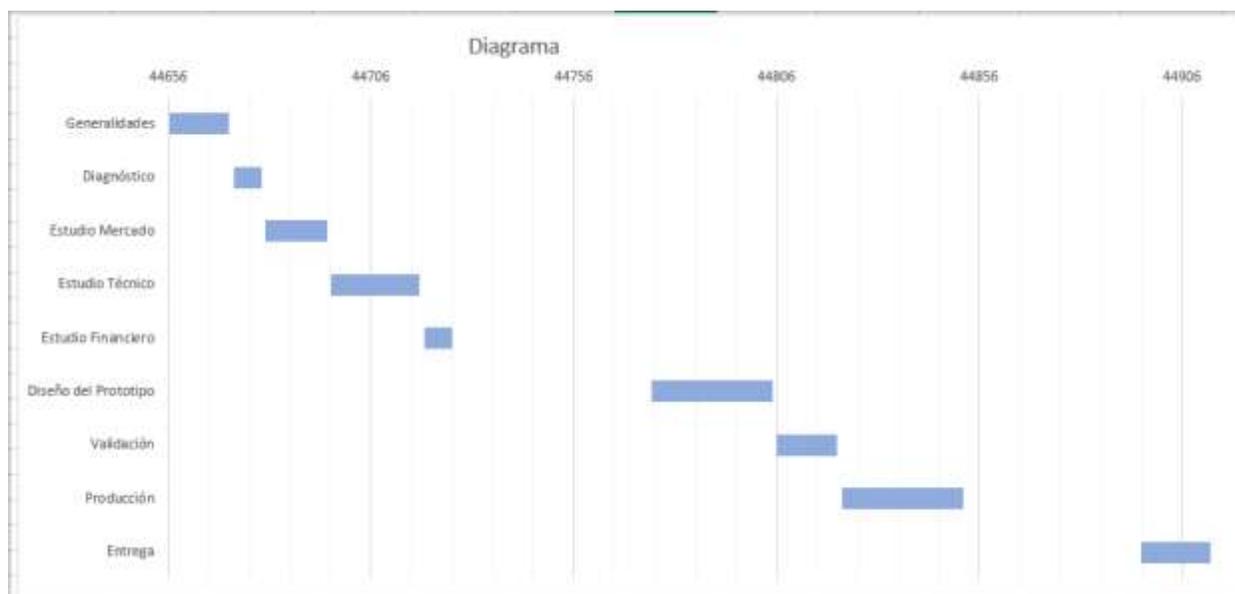


Tabla 3

2.3.7.3 Matriz de ejecución y seguimiento

Actividades	Responsable	Fecha de Inici	Días	Fecha de Fin	Estado
Generalidades	Grupo	5-abr	15	20-abr	Completado
Diagnóstico	Marlig	21-abr	7	28-abr	Completado
Estudio Mercado	Otto	29-abr	15	14-may	Completado
Estudio Técnico	Sarai	15-may	22	6-jun	Completado
Estudio Financiero	Grupo	7-jun	7	14-jun	Completado
Diseño del Prototipo	Grupo	18-oct	80	6-ene	Completado
Validación	Grupo	10-ene	10	20-ene	Completado
Producción	Grupo	19-ene	1	20-ene	Completado
Entrega	Grupo	23-ene	4	27-ene	Completado



2.3.8 Aspectos Sociales del proyecto

La creación de una identidad visual permite a Art Ideas identificarse y destacar de entre los demás negocios dentro del centro comercial Managua, así mismo aclarar problemáticas como la poca demanda de sus productos y servicios ofrecidos generando más oportunidades de crecer como negocio y generando empleos.

2.3.9 Aspectos económicos del proyecto

Al contar con una mejor representación a nivel visual la empresa puede generar más ingresos, permitiendo mayor circulación de dinero en la economía local permitiendo más flujo de inversiones, y con la expansión del mismo da a la posibilidad de nuevas empresas emergentes, fortaleciendo la economía regional.

2.4 Estudio Financiero

En este acápite se presenta la inversión que se hará en el proyecto, así mismo las necesidades financieras para poder llevarlo a cabo.

2.4.1 Inversión del proyecto capital de trabajo.

La inversión que se hará consta con los recursos financiero, gastos de administración, mano de obra, insumos y costos indirectos en el proceso de la elaboración del proyecto, teniendo en cuenta el precio de mercado de cada necesidad y así tener un buen funcionamiento del proyecto.

Tabla 4**2.4.1.1 Capital inicial**

Recursos	Capital propio	Capital financiado
Software	\$54.99	-
Pc lenovo ideapad 3	\$500	-
Tableta grafica XP-peni storg640	\$31.34	-
Camara fotográfica Nikon	\$700	-
Personal humano	-	-
Caja chica	\$50	-

Nota: la tabla muestra el capital necesario para el desarrollo del proyecto.

Tabla 5**2.4.1.2 Gastos fijos**

Recursos	Gastos fijos
Pc lenovo ideapad 3	\$ 500
Tableta grafica XP-peni sorg640	\$31.34
Escritorio	\$ 85
Software	\$ 54.99
Paquete Adobe	\$ 240
Internet	\$ 50
Luz	\$50
Cafetera	\$ 22

Nota: la tabla muestra los gastos que se mantendrán constantes durante el desarrollo del proyecto.

Tabla 6**2.4.1.3 Gastos diferidos**

	Gastos Diferidos					
Recursos	Jul- 22	Ago- 22	Sep- 22	Oct- 22	Nov2 2	Dic- 22
Almuerzos	-	\$6	\$10	\$10	\$6	\$10
Pasajes	-	\$5	\$15	\$10	\$5	\$15
Vestuario	-	-	-	-	-	\$30

Nota: la tabla presenta los gastos extras que no afectan el presupuesto establecido para el desarrollo del proyecto.

2.5 Conclusión

Con la creación de la línea gráfica de la identidad visual para la cooperativa Artideas se proporciona una imagen exitosa como cooperativa, lanzando al mercado productos creativos y con demanda social.

La marca gráfica se creó en base a un previo diagnóstico de la imagen del emprendimiento, lo cual permitió estudiar a fondo los elementos gráficos que la línea gráfica carecía.

A partir de este punto la identidad visual de Artideas se comenzó a desarrollar basándose en la confianza y credibilidad que la cooperativa desea transmitir al consumidor, marcando una diferencia entre la competencia con una identidad visual única y fresca.

Llegando así a la creación de un portafolio que se adecua a las necesidades de la cooperativa Artideas.

Concluyendo así que “la identidad corporativa está relacionada tanto con los elementos estéticos que transmiten la idea de la compañía, como con los valores con los que actúa.

De esta forma, esta guía influenciará en todos los aspectos del desarrollo del negocio, solidificando la relación con colaboradores, socios, proveedores y clientes.”

2.6 Recomendaciones

La cooperativa Art Ideas deberá emplear la marca gráfica para poder mejorar su aspecto visual ante los potenciales compradores de los productos que ofrece, repartiendo la publicidad por todos los medios

Las recomendaciones para la cooperativa y el uso de la marca grafica es:

- Que la cooperativa Art Ideas aplique correctamente la marca grafica que se le proporcione.
- Se recomienda mantener constancia en la publicidad que se haga en las redes sociales.
- Aplicar el cambio de logo que se entregue para una mejor aceptación visual y comercial.
- Repartir la tarjetería de presentación a los clientes y visitantes del local.

3) Material complementario

3.1 Bibliografía

Argoti, J. (2012). Identidad Corporativa y Sitio Web de la Florícola SEYREGO (Bachelor's thesis, Quito: Universidad Israel, 2012).

<http://repositorio.uisrael.edu.ec/handle/47000/792>

Bustamante Herrera, A y . (2012). Diseño de marca gráfica y creación del manual de identidad visual corporativa del proyecto "Cali de noche".

Universidad Autónoma de Occidente.

<https://red.uao.edu.co/handle/10614/7836>

Baños González, M., & Rodríguez García, T. C. (2012). Imagen de marca y product placement. ESIC.

https://books.google.com.ni/books?id=S9cIDQAAQBAJ&lpg=PT20&ots=_JdHkmtPoh&dq=que%20es%20un%20manual%20de%20marca&lr&hl=es&pg=PT16#v=onepage&q&f=false

Silva, J., & Chehtman, A. (2012). Desarrollando una marca corporativa poderosa. Recuperado el, 28.

https://repositorio.unab.cl/xmlui/bitstream/handle/ria/35596/mgf502_s6_silva.pdf?sequence=1

Navalles, P. (2011). Los olores como marca comercial. Revista de Rinología, 11(2), 7-12.

http://www.navalles.cat/pere/archivos/3980navallesrinologia2_11.pdf

Bianchi López, O. E. (2011). Diseño de marca, manual de imagen visual y manual del sistema de gestión integrado (SGI) para la empresa Sainc Ingenieros constructores SA en el área de innovación y planeación.

<https://red.uao.edu.co/handle/10614/1074>

Islas, D. S. (2022, 20 enero). ¿Qué es la identidad de marca y cómo crear la de tu negocio? Blog de Wix | Diseño Web, Fotografía y Tips de Negocios.

https://es.wix.com/blog/2018/11/que-es-la-identidad-de-marca/?utm_source=google

Nessa. (2018, 7 agosto). Manual de Identidad Corporativa. Issuu.

https://issuu.com/emiliabonetto/docs/manual_nessa

Visa. (s. f.). La importancia de la Identidad Corporativa.

<https://www.visa.co.ni/dirija-su-negocio/pequenas-medianas-empresas/notas-y-recursos/marketing/la-importancia-de-la-identidad-corporativa.html>

Gabriel L. (2019). Rockcontent. Recuperado de:

<https://rockcontent.com/es/blog/identidad-corporativa/>

3.2 Anexos

Video publicitario ArtIdeas

<https://youtu.be/7FK6YylbacQ>