

Universidad Católica Redemptoris Mater

Facultad de Arte, Diseño y Comunicación



Producto Creativo para optar al título de Licenciado en Arte Digital y Animación.

Diseño, Comunicación y Humanidades, Imagen Corporativa

*Diseño y Creación de un Portafolio Digital para Emprendimientos Artesanales en el
Área Textil con Sede en la ciudad de Managua*

AUTOR(ES)

Cuthbert-Carlson, Lyska Iceel
Espinoza-Barahona, Sandy Nicole
Muñoz-Díaz, Jeniffer de los Ángeles

TUTOR CIENTÍFICO Y METODOLÓGICO

MSc.Miriam Martínez Cano

Managua, Nicaragua

Noviembre, 2021

Resumen

La presente investigación se centró en el análisis y diseño de un prototipo de portafolio virtual dirigido a los emprendimientos artesanales del sector textil en la ciudad de Managua, con el propósito de potenciar su visibilidad y promoción a través de plataformas digitales. Con una rigurosa metodología cualitativa, se basó principalmente en la experiencia y consideraciones de los actores clave involucrados en el estudio, complementándola con diversas técnicas de recolección de datos, como encuestas, entrevistas y pruebas funcionales.

Los resultados obtenidos revelaron una innegable necesidad de una plataforma especializada para promocionar y destacar los emprendimientos artesanales, así como pequeñas y medianas empresas y emprendedores emergentes dentro del sector textil en Managua. Se identificaron igualmente limitaciones en el alcance y efectividad de los medios digitales actuales empleados por estos emprendimientos. Como solución a estas problemáticas, se propone la creación de un prototipo de portafolio virtual, concebido para mejorar la exposición y promoción de los productos elaborados por los artesanos del sector textil. Su implementación permitirá una búsqueda y adquisición más sencilla por parte de los consumidores, optimizando la conexión entre el producto y el mercado.

Palabra Claves: Portafolio Digital, Emprendimientos, Artesanías, Industria textil y plataforma virtual.

Abstrac

This research focused on the analysis and design of a prototype of a virtual portfolio aimed at artisan enterprises in the textile sector in the city of Managua, with the purpose of enhancing their visibility and promotion through digital platforms. With a rigorous qualitative methodology, it was based mainly on the experience and considerations of the key actors involved in the study, complemented with various data collection techniques, such as surveys, interviews and functional tests.

The results obtained revealed an undeniable need for a specialized platform to promote and highlight artisanal enterprises, as well as small and medium enterprises and emerging entrepreneurs within the textile sector in Managua. Limitations were also identified in the scope and effectiveness of the current digital media used by these enterprises. As a solution to these problems, we propose the creation of a virtual portfolio prototype, designed to improve the exposure and promotion of products made by artisans in the textile sector. Its implementation will allow an easier search and acquisition by consumers, optimizing the connection between the product and the market.

Keywords: Digital Portfolio, Entrepreneurship, Handicrafts, Textile industry and virtual platform.

Índice de Contenido

Introducción	1
Objetivos	3
Objetivo General	3
Objetivos Específicos	3
Marco Teórico	4
Marco Conceptual	4
Programación	4
Programación informática	4
Lenguaje de Programación	4
Desarrollo Web	5
Diseño Web	5
Plataforma Virtual	5
Usuario	5
Interfaz de usuario	6
Experiencia de usuario	6
Marketing Digital	6
Marketing Mix	6
E – commerce	7
Emprendedor	7
Cliente	7
Marco Referencial	7
Marco Legal	10
Marco Metodológico	12
Producto Creativo	13
Diagnóstico	13
Descripción de Actores Principales	13
Necesidades Identificadas	14
Medios Digitales Utilizados	15

Estudio de Desventajas	16
Modelos de Referencia en el Entorno Nacional.....	16
Solución Propuesta y Nivel de Interés.....	18
Análisis FODA.....	19
Modelo Canvas	20
Conceptualización	21
Principales Funcionalidades de la Plataforma Virtual	21
Recursos necesarios para implementar la solución	24
Diseño	26
Nombre del Proyecto	26
Línea Gráfica	27
Imagotipo.....	27
Área de Seguridad y reducción.....	28
Cromatismo y variantes de aplicación.....	29
Paleta cromática	29
Variante de Aplicación del Imagotipo.	31
Tipografía.....	33
Estructura de la Página	34
Inicio.	34
Categorías.....	37
Contactos.....	38
Desarrollo.....	42
Certificación a través de pruebas funcionales.....	42
Presupuesto	42
Plan estratégico para la difusión de la plataforma	43
Información sobre la marca	43
Quiénes somos.	43
Misión.....	43
Visión	43

Personalidad	44
Voz.	44
Tono.....	44
Público objetivo.....	44
Publico a	44
Público b.	44
Customer Journey	44
Implementación	46
Actividades principales.....	46
Marketing de redes sociales.....	46
Promoción a través de foros y grupos.....	47
Material a utilizar	47
Conclusiones	49
Recomendaciones.....	50
Referencias.....	50
Anexo	57
Instrumentos de Recolección de Datos.....	57
Encuesta	57
Entrevista.....	60
Ficha Técnicas de los Emprendimientos.....	62
Tablas.....	64
Gráficos.....	66
Pruebas Funcionales	67
Formulario	67
Resultados.....	69
Ilustraciones.....	72

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1	Uso de Medios Digitales	15
Ilustración 2	Nivel de Interés en la Propuesta.....	19
Ilustración 3	Análisis FODA.....	19
Ilustración 4	Imagotipo de la Plataforma	28
Ilustración 5	Área de seguridad y reducción mínima del imagotipo.....	29
Ilustración 6	Paleta Cromática.....	30
Ilustración 7	Foto de referencia para paleta cromática	30
Ilustración 8	Aplicaciones del imagotipo a Color sobre Fondo Blanco	31
Ilustración 9	Aplicación del Imagotipo en Blanco sobre Fondo de Colores	32
Ilustración 10	Excepción del Color Amarillo	32
Ilustración 11	Fuentes Tipográficas.....	33
Ilustración 12	Menú de la Plataforma	34
Ilustración 13	Primera Vista de la Página de Inicio	35
Ilustración 14	Vista a la pestaña de "Misión".....	35
Ilustración 15	Vista a la pestaña de "Visión"	35
Ilustración 16	Vista a la pestaña de la opción "Ver más"	36
Ilustración 17	Vista global de la página "Inicio"	36
Ilustración 18	Página de "Categorías"	37
Ilustración 19	Vista del cuadro desplegable con información del emprendimiento	38
Ilustración 20	Página de "Contáctanos"	39
Ilustración 21	Vista de la página desde un dispositivo móvil.....	40
Ilustración 22	Vista de la página desde una tableta.....	41
Ilustración 23	Customer Journey: Usuario proveedor o emprendimiento	45
Ilustración 24	Customer Journey: Usuario consumidor o cliente	45
Ilustración 25	Arte para publicidad	47
Ilustración 26	Arte para Publicidad #2	48
Ilustración 27	Resultados del nombre de la plataforma	66
Ilustración 28	Encabezado Prueba Funcional.....	67

Ilustración 29 Prueba Funcional	68
Ilustración 30 Prueba Funcional	69
Ilustración 31 Buyer Persona - Público A.....	72
Ilustración 32 Arte para Publicidad #3	73
Ilustración 33 Buyer Persona - Público B.....	73
Ilustración 34 Arte para Publicidad #4	74
Ilustración 35 Arte para Publicidad #5	74
Ilustración 36 Arte para Publicidad #6	75
Ilustración 37 Arte para Publicidad #7	75
Ilustración 38 Vista Previa de un Arte en el Perfil de Instagram.....	76
Ilustración 39 Vista Previa del Perfil de Hecho en Nicaragua en Instagram	77
Ilustración 40 Boceto del Diseño de la Plataforma #1	78
Ilustración 41 Boceto del Diseño de la Plataforma #2	79

Índice de Tablas

Tabla 1 Usuarios Activos en Redes Sociales	9
Tabla 2 Desventajas Percibida por los Clientes y Emprendimientos.....	16
Tabla 3 Modelo de Canvas.....	21
Tabla 4 Funcionalidad 1: Espacio para emprendimientos artesanales del área textil ...	22
Tabla 5 Funcionalidad 2: Segmentación del Contenido	23
Tabla 6 Funcionalidad 3: Conectar al Cliente con el Emprendimiento	24
Tabla 7 Ficha técnica #1: Bordados Arte Sana.....	62
Tabla 8 Ficha técnica #2: Cardo Bordado a Mano	62
Tabla 9 Ficha técnica #3 Detalles de Abuelita	62
Tabla 10 Ficha técnica #4 Hand Made Embroidery	62
Tabla 11 Ficha técnica #5 Heaven MiasKar	63
Tabla 12 Ficha Técnica #6: Hilos	63
Tabla 13 Ficha técnica #7: Izel.....	63
Tabla 14 Ficha técnico #8 Mary's Confections	63

Tabla 15	Ficha técnica #9: Moon River	64
Tabla 16	Ficha técnica #10: Sacuani	64
Tabla 17	Presupuesto	64
Tabla 18	Presupuesto Operativo	65
Tabla 19	Cronograma de Desarrollo de la Plataforma	67
Tabla 20	Prueba de Funcionalidad #1.....	69
Tabla 22	Prueba de Funcionalidad #3.....	70
Tabla 21	Prueba de Funcionalidad #2.....	70
Tabla 23	Prueba de Funcionalidad #4.....	71
Tabla 24	Prueba de Funcionalidad #5.....	71
Tabla 25	Prueba de Funcionalidad #6.....	72

Dedicatoria

Esta tesis se la dedicamos primeramente a Dios, quien nos guio a lo largo de nuestro camino, nos dio la sabiduría necesaria para culminar nuestra carrera y fortaleza en los momentos que nos hizo falta, así como también nos permitió terminar el año con bien.

A nuestras familiares: padres, madres, abuelos, abuelas, tíos, tías, etc. Quienes velaron por nosotras y lucharon para darnos una buena educación y un futuro prometedor; quienes nos acompañaron desde siempre y nos brindaron sus consejos, su apoyo incondicional, comprensión y nos ayudaron con los recursos necesarios para estudiar.

Este logro es en gran medida debido a ustedes, por su apoyo y compañía durante la realización de este proyecto que en un principio pareció imposible e interminable. Por ello quisiéramos dedicar nuestra tesis a ustedes, con mucho cariño y gratitud en nuestros corazones.

Agradecimientos

Primeramente, a Dios, por permitirnos estar donde estamos, por habernos dado la oportunidad de cursar una carrera universitaria y la sabiduría para aprovecharla.

A nuestros familiares, quienes pusieron su granito de arena con tal de que pudiéramos formarnos como profesionales, con el fin de tener un buen futuro.

A la Universidad Católica Redemptoris Mater (UNICA) por acogernos durante estos años y procurar lo mejor para nuestra formación.

A los profesores, quienes nos compartieron sus conocimientos a lo largo de la carrera, nos guiaron, nos aconsejaron y nos dieron las herramientas necesarias para poder aplicarlas en el ámbito laboral.

A nuestra decana de carrera, la arquitecta Dayana Paola Gámez Ayerdis, por siempre estar pendiente de cada uno de los alumnos y ayudarnos cuando la necesitábamos.

A nuestros compañeros, por acompañarnos semestre tras semestre y también a quienes por distintos motivos se marcharon en el camino, pero que igualmente fueron parte de esta bonita experiencia.

También queremos agradecerle a nuestra tutora, la Máster en Ciencias Miriam Martínez Cano, por guiarnos en cada paso de nuestro proyecto, por el conocimiento compartido y su disposición a atender cada duda que se nos presentara en el proceso.

Introducción

Los motivos por los que una persona decida emprender son variados, entre uno de ellos se menciona el aumento del desempleo a nivel mundial que se ha intensificado por la crisis provocada por el Covid-19; las personas se han visto en la necesidad de generar sus propias fuentes de ingreso, es por ello, que el número de emprendimientos ha aumentado, trayendo consigo la necesidad de promocionarse.

Según la encuesta realizada por CID Gallup titulada “Emprendimiento durante la pandemia del coronavirus” (2021), Nicaragua es el país centroamericano con mayor número de emprendimientos desarrollados durante la pandemia; sin embargo, Francisco Herrera, especialista en innovación y emprendimiento, atribuye el alto índice de emprendimientos a la tasa de desempleo que se experimenta en Nicaragua desde el año 2018.

La mayoría de los nuevos emprendimientos generalmente cuentan con un capital inicial mínimo y son manejados por personas con poca experiencia en temas de publicidad o simplemente se les dificulta, por lo mismo buscan los medios que les resulten más accesibles para cumplir con el objetivo de darse a conocer, que también se considera un paso importante como parte del proceso de iniciar un proyecto.

Tomando en cuenta lo descrito anteriormente, se planteó la idea de crear una plataforma virtual en la que los emprendedores cuenten con un espacio pensado especialmente para ellos, donde puedan exhibir sus productos como lo harían en cualquier feria física, con la diferencia de que podrían ahorrarse los costos de movilidad de personal y de productos, y la oferta de estos no estaría limitada a fechas específicas, sino que se mostrarían de manera permanente o en dependencia de la disponibilidad de inventario. Además, con la implementación de esta plataforma se planea cubrir las desventajas identificadas a través de entrevistas y encuestas con respecto al uso de las redes sociales como medios de promoción y búsqueda por parte de los emprendimientos y consumidores.

La presente tesis aborda el proceso del análisis y diseño de un prototipado de portafolio virtual para emprendimientos de origen artesanal pertenecientes al sector textil, localizados en Managua, aplicando las herramientas estudiadas a lo largo de la carrera de Arte Digital y Animación.

Este documento está dividido en tres secciones. La primera sección comprende la base teórica que servirá como soporte para el desarrollo y entendimiento del objeto de estudio. Se definen los objetivos, las teorías y conceptos relacionados con el proyecto, las leyes que respaldan la propuesta en el marco nacional y la metodología utilizada para la obtención de datos.

En la segunda sección se aborda el producto creativo como tal, desde su etapa de diagnóstico en la que se determinan los agentes principales que interactúan con la plataforma, los medios digitales que se usan actualmente para la búsqueda y exposición de productos, las referencias en un entorno nacional junto con sus ventajas y desventajas; por último se presenta la propuesta y se somete a un análisis FODA y al modelo CANVAS para formalizar su propuesta de valor y viabilidad antes de conceptualizarla.

Con todo el material informativo, finalmente en la tercera sección se aborda la etapa de diseño de la línea gráfica e identidad corporativa, la creación de la interfaz gráfica de usuario y determinación de sus funcionalidades y se define la estrategia de marketing, cumpliendo así los objetivos que fueron planteados.

Objetivos

Objetivo General

Diseñar un portafolio digital que promueva a los emprendimientos del área textil en la ciudad de Managua, a implementarse en noviembre del año 2021.

Objetivos Específicos

- Delimitar la funcionalidad del portafolio digital basado en las necesidades, gustos y preferencias de los socios comerciales del área textil en la ciudad de Managua.
- Diseñar la línea gráfica del portafolio digital.
- Programar la plataforma virtual que será el portafolio digital en el que los emprendimientos expondrán sus productos.
- Definir plan estratégico para la difusión de la plataforma.

Marco Teórico

Como parte del proceso de recopilación de datos relacionados al proyecto, se detallan en el marco referencial y conceptual los antecedentes, conceptos generales y datos utilizados en el análisis y el diseño de la plataforma.

Marco Conceptual

Programación

Es la acción de organizar o estructurar una serie de pasos siguiendo un orden específico en base al cual serán ejecutados. Aunque este término igualmente puede aplicarse a muchos contextos, por ejemplo: programar una cita en un día determinado, programar el turno de un grupo de expositores, etc., y así mismo en el campo de la informática la programación es la pieza clave para su práctica en el desarrollo de software.

Programación informática

En el área de la informática, la programación de manera general se entiende como la creación de programas y/o aplicaciones, cuyo origen viene de un código fuente que se encarga de dictar las tareas que pueden ejecutar los mismos. En pocas palabras, mediante la programación informática se le indica al computador lo que tiene que hacer.

El Centro Europeo de Postgrado (CEUPE) en la sección de Tecnología de su revista virtual describe la programación informática como el arte de traducir los deseos de un individuo al lenguaje de la máquina.

Lenguaje de Programación

Así como entre los humanos existen señas, palabras y sonidos que hacen posible la comunicación, en la informática también hay ciertos elementos mediante los cuales los desarrolladores o programadores hacen que las computadoras realicen una serie de procesos de modo que puedan interactuar con los usuarios.

Así pues, el lenguaje de programación, dicho en pocas palabras, es una técnica para traducir a un lenguaje máquina que la computadora entienda, y procese la información para

posteriormente ejecutarla. Esto es posible a través de la creación e implementación de algoritmos.

Para Ceballos, F. J. el lenguaje de programación se compone por “una serie de símbolos y reglas de sintaxis y semántica que definen la estructura principal del lenguaje y le dan un significado a sus elementos y expresiones”.

Desarrollo Web

El desarrollo web es la creación de sitios web, que incluye la estructuración y el mantenimiento de estos para un óptimo rendimiento en cuanto a la navegación, garantizando así la mejor experiencia para el usuario. Es el proceso de desarrollo donde se hace uso de códigos y el lenguaje de programación mencionado con anterioridad.

Diseño Web

Se dice que el diseño web va de la mano con el desarrollo web, sin embargo, pese a su conexión son conceptos diferentes. El diseño web básicamente está centrado en la apariencia del sitio, valiéndose de las múltiples herramientas existentes y los softwares propiamente de diseño.

Plataforma Virtual

Las plataformas digitales o bien, plataformas virtuales, son sitios que se encuentran en Internet, desarrollados para ejecutar diferentes tipos de aplicaciones, programas y tareas en un solo espacio, con el fin de satisfacer las necesidades de los usuarios según la temática del lugar.

Dentro del Internet se pueden encontrar una gran variedad de plataformas virtuales que cumplen con finalidades distintas, entre ellas están: plataformas sociales, plataformas de aprendizaje, plataforma para el comercio electrónico (e-commerce), etc.

Usuario

Se conoce como usuario a todo aquel que haga uso ya sea de un producto o algún servicio. Este concepto puede distinguirse de acuerdo a la situación en que sea empleado, por ejemplo,

aplicado a las redes sociales, un usuario es el individuo que utiliza estas plataformas para interactuar en ellas.

Interfaz de usuario

También conocido como UI por su nombre en inglés (User Interface), es el medio por el cual un usuario interactúa en una plataforma digital, esto abarca el diseño de la misma y los elementos que estén presentes en ella mediante los cuales las personas podrán realizar determinadas acciones.

Experiencia de usuario

O UX (User Experience), se refiere propiamente a la experiencia que tiene una persona al momento de hacer uso de un sistema, bien o servicio. Es decir, se enfoca en la percepción o sentir del usuario cuando navega por un sitio web o utiliza un producto y lo que busca es que su experiencia genere reacciones positivas para este.

Marketing Digital

Antes de entrar en materia de marketing digital, primeramente, es necesario explicar qué es el marketing. Si bien su definición es bastante amplia, se podría comprender como todo un proceso de estudio y un compendio de técnicas y/o estrategias aplicadas con la finalidad de satisfacer las demandas de los consumidores mediante un producto o un servicio.

De modo que, el marketing digital, es el mismo proceso mencionado anteriormente, con la diferencia de que estas actividades están destinadas a ejecutarse en línea usando los canales digitales como redes sociales, sitios web, correos electrónicos, entre otros.

Marketing Mix

A grandes rasgos, el marketing mix se entiende como las tácticas o acciones que una agencia, empresa o negocio emplea con el propósito de promocionar su marca o producto dentro del mercado, de modo que la oferta llegue en el momento y lugar correcto, con el precio justo.

E – commerce

También conocido en español como “comercio electrónico”, es la promoción u oferta de productos o servicios a través de Internet para su compra en línea.

Emprendedor

La Real Academia Española (RAE) define al emprendedor como el sujeto “que emprende con resolución acciones o empresas innovadoras”.

Tomando en cuenta ese concepto se describe al emprendedor como alguien que, tras advertir una necesidad y una oportunidad de negocio, lleva a cabo una idea ya sea propia o ajena con la cual planea cubrir esa demanda, ofreciendo un producto o servicio original o nuevo.

Precisamente convertir esa idea inicial en una obra, negocio o proyecto, es lo que se conoce como emprendimiento.

Cliente

Es un individuo u organismo al cual una empresa o persona particular le ofrece un bien o le presta un servicio de acuerdo a la necesidad que esté presente a cambio de una remuneración.

Marco Referencial

Dentro de la búsqueda de documentación relacionada a la presente investigación, cabe mencionar los siguientes artículos:

El origen del Internet, presentada por NIC Argentina, la Dirección Nacional del Registro de Dominios de Internet, en la que se aborda de manera concisa la historia del Internet como un compendio de hitos que llevaron a su “nacimiento”. Desde la creación de lo que podría considerarse su antecesor: ARPANET (Advanced Research Projects Agency Network)¹; hasta lo que actualmente se conoce como Internet (International Net). Entre este proceso de desarrollo constante se destacan los hechos expuestos a continuación:

¹ Red de ordenadores creada por la Advanced Researchs Projects Agency (ARPA) bajo la dirección de John Licklider, científico de Massachusetts Institute of Technology (MIT).

- La primera comunicación mediante ARPANET el 29 de octubre de 1969, por la Universidad de California en Los Ángeles (UCLA) y el Stanford Research Institute.
- La primera conexión permanente a través de ARPANET el 21 de noviembre de 1969, nuevamente entre las instituciones mencionadas con anterioridad.
- La conexión permanente entre cuatro nodos² el 5 de diciembre de 1969, después de la inauguración de la red inicial.

Estos logros sentaron las bases del Internet y tras una serie de expansiones, trabajo y evolución es que se formó todo lo que ahora es dicha red, aunque, como también se mencionó anteriormente, este es algo que se mantiene en continuo desarrollo.

Es importante destacar el valor del Internet, ya que es una pieza clave para la implementación de la plataforma virtual presentada, porque es la infraestructura sobre la cual se ejecutará, así como también resaltar el alcance que este tiene. Como referencia de esto, se deben considerar los siguientes datos:

El Informe Digital 2021 realizado por We Are Social y Hootsuite, señala que la cantidad de usuarios de Internet a nivel mundial para el año en curso alcanzó los 4,66 mil millones, esto representa el 59,5% de la población³, lo que significa que la mayoría de las personas están presentes o hacen uso de la red. Cabe aclarar que estos datos no incluyen a los provenientes de redes sociales como Facebook, Instagram o Twitter, por mencionar las más populares; en este caso el número total de usuarios activos en redes sociales es de 4.20 mil millones⁴.

Según Countrymeters⁵ la población actual de Nicaragua para el mes de septiembre de 2021 es, aproximadamente, de 6,718,020 personas, de las cuales 2.78 millones (41.7%) son usuarios con acceso a Internet, tal como se indica en el Informe Digital 2021⁶; así mismo, también señala que 3.50 millones son usuarios activos en redes sociales, lo que constituye el 52.5% del

² En informática, cada ordenador es un nodo. Y si la red es Internet, cada servidor también representa un nodo.

³ Digital 2021, Global Overview Report. Digital Around the world. (pág. 8)

⁴ Digital 2021, Global Overview Report. Social Media Use Around the World. (pág. 79)

⁵ Contador de población o reloj de población en tiempo real. (<https://countrymeters.info/es/Nicaragua>)

⁶ Digital 2021, Nicaragua. (pág. 17).

total. Sin embargo, en Nicaragua no existen estadísticas oficiales publicadas que reflejen el incremento del comercio electrónico. Estos datos se pueden observar en la tabla 1.

Tabla 1

Usuarios Activos en Redes Sociales

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Población de Nicaragua para septiembre de 2021	6,718,020	100%
Nº. de personas con acceso a Internet	2,780,000	41.7%
Nº. de usuarios activos en redes sociales	3,500,000	52.5%

Fuente: Elaboración propia con datos de Countrymeters e Informe Digital 2021 por We Are Social y Hootsuite.

Sobre la importancia de la presencia en línea, se mencionan las siguientes visiones:

Eduardo Carrión, analista de medios de Métrica, una empresa de consultoría especializada en marketing y gestión comercial habla a favor de las redes sociales diciendo que todos los actuales y futuros emprendedores deben tener conocimiento de las diferentes herramientas que actualmente se pueden encontrar en ellas. “Estar preparados para emprender ahora también implica, y con casi imprescindible importancia, el conocimiento de estas herramientas digitales. Aprendamos más de ellas” expone en el artículo Las redes sociales como herramienta de emprendimiento.

Juan Ortega Ulloa, experto en e-commerce y marketing digital, expone una opinión distinta en el artículo Comercio electrónico en Nicaragua en auge por el COVID19 ¿Cuál es la debilidad de esto?, publicado por Nicaragua Investiga. Si bien Ulloa no está en contra de su uso, opina que limitarse a ellas no es un método viable debido a que el dueño no tiene control de la experiencia y relación con sus clientes.

En el mismo artículo, Horacio Borgen, director ejecutivo de la Cámara Nicaragüense de Internet y Telecomunicaciones (Canitel), señala como necesario que “existan ofertas de desarrolladores web que sean competitivos, y que les puedan brindar a empresas pequeñas y medianas la opción de formalizar sus negocios”. Para Borgen, el primer paso es que todos

conozcan a fondo las plataformas digitales para que puedan utilizarlas adecuadamente para el beneficio de sus negocios; agrega que “si las personas que vende muebles o artesanías pudieran crear su propio sitio web, estarían incluso exportando sus productos, ya que los compradores extranjeros no van a comprar a través de Facebook sino a través de un sitio web formal” y concluye con una llamada a la acción hacia los negocios nicaragüenses: “si no se incorporan a la velocidad del comercio electrónico de la región, vamos a perder competitividad”.

Marco Legal

Se realizó una investigación de las leyes que sustentan legalmente el presente proyecto según las normas jurídicas de Nicaragua, de las que se mencionan los siguientes artículos.

En el título VI “Derechos, deberes y garantías del pueblo nicaragüense”, el artículo 57, capítulo III, donde se exponen los derechos sociales, dicta que todos tienen derecho a un trabajo acorde a su condición y sin restricción, citado textualmente: “Los nicaragüenses tienen el derecho al trabajo acorde con su naturaleza humana”.

De igual manera se plasma en el capítulo V del mismo título, en el artículo 80, lo siguiente: “El trabajo es un derecho y una responsabilidad social. El trabajo de los nicaragüenses es el medio fundamental para satisfacer las necesidades de la sociedad, de las personas y es fuente de riqueza y prosperidad de la nación. El Estado procurará la ocupación plena y productiva de todos los nicaragüenses, en condiciones que garanticen los derechos fundamentales de la persona”.

Un emprendimiento cumple con todo lo descrito anteriormente, es por eso por lo que debe reconocerse como un trabajo digno, y debe ser considerado como tal, además de que el estado debe procurar que estas micro empresas o negocios sean respetados y gocen de los derechos que les corresponden.

Se toma en cuenta dentro de la normas y leyes que afectan tanto a las creadoras de la plataforma virtual como a los socios comerciales, el derecho a la propiedad privada contemplado en el artículo 44 del capítulo de “Derecho individuales” el cual dicta lo siguiente:

“Se garantiza el derecho de propiedad privada de los bienes muebles e inmuebles y de los instrumentos y medios de producción. En virtud de la función social de la propiedad, este derecho está sujeto, por causa de utilidad pública o de interés social, a las limitaciones y obligaciones que en cuanto a su ejercicio le impongan las leyes. Los bienes inmuebles mencionados en el párrafo primero pueden ser objeto de expropiación de acuerdo con la Ley, previo pago en efectivo de justa indemnización. Tratándose de la expropiación de latifundios incultivados para fines de reforma agraria la ley determinará la forma, cuantificación, plazos de pagos e intereses que se reconozcan en concepto de indemnización. Se prohíbe la confiscación de bienes. Los funcionarios que infrinjan esta disposición responderán con sus bienes en todo tiempo por los daños inferidos”.

Dentro de este apartado, es importante mencionar la propiedad intelectual que, según la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), “la propiedad intelectual se refiere a las creaciones de la mente: invenciones, obras literarias y artísticas, así como símbolos, nombres e imágenes utilizados en el comercio”. En el Código Civil de Nicaragua, la propiedad intelectual está protegida por la ley 312 “Ley de derecho de autor y derechos conexos” en donde se muestra una serie de pautas y obligaciones de autores de obras y sus derechos como creadores. Esto garantiza a los creadores de la plataforma protección ante cualquier plagio por parte de terceros, de igual forma, garantiza seguridad para los emprendimientos dentro de la plataforma.

La ley 645, “Ley de promoción, fomento y desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa (Ley MIPYME)”, publicada en la Gaceta en el año 2008, tiene como principal objetivo el fomento y desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas, de orden público e interés económico, debido a que representan un gran porcentaje en el sector económico de Nicaragua.

Esta ley beneficia a todos aquellos emprendimientos que están iniciando sus labores dentro del mercado nicaragüense, como lo son los socios comerciales que forman parte de la plataforma, esto pequeños emprendimientos son considerados micro empresas, con aspiración a convertirse en mediana empresa, y esta ley les permite desarrollarse con total libertad.

Marco Metodológico

Para la realización del proyecto se hizo uso de la metodología cualitativa, ya que la mayor parte del recurso de información se obtiene a través de la experiencia y consideraciones de los principales actores involucrados en la investigación. Los métodos de recolección de datos que se aplicaron fueron la encuesta y la entrevista.

Para fines de la investigación y el diseño del proyecto abordado en este documento, se entrevistó a 10 emprendedores del área textil para identificar sus necesidades referentes a la promoción de sus negocios, los medios que utilizan para este propósito, las problemáticas que enfrentan y sus expectativas con respecto al portafolio digital propuesto. Adicionalmente, se realizaron 50 encuestas dirigidas a los usuarios y posibles clientes con el fin de obtener información relacionada con el uso de medios digitales para la búsqueda de productos, sus desventajas, y sus preferencias con respecto a la interfaz gráfica de usuario. (Ver formato de encuesta y entrevista el anexo A. Instrumentos de recolección de datos, incisos 1 y 2).

De estos métodos de investigación también se obtendrán datos acerca de los medios más utilizados por los dos grupos de usuarios, que será de utilidad para la definición de la estrategia de publicidad ya que permitirá ubicar los sitios que más frecuenta el target.

Adicional, se utilizó el análisis FODA para estudiar la situación interna y externa de la presente propuesta, así como también el modelo CANVAS como una herramienta para definir el modelo de negocio y su propuesta de valor.

También se crearon dos Buyer Persona con el objetivo de ejemplificar de manera ficticia los tipos de usuarios que podrían hacer uso de la plataforma, a quienes igualmente se dirigirán las estrategias para la difusión de la misma. De igual manera se trabajaron dos Customer Journey, los cuales permitieron representar las experiencias que ambos grupos de usuarios tendrían en relación con la página web.

Producto Creativo

Diagnóstico

La fase inicial de todo proyecto es reconocer los elementos que interactúan en su entorno y conocer a detalle los diferentes procedimientos que se desarrollan en el mismo. En este sentido, se identifican los principales actores involucrados en la exposición de productos elaborados por artesanos del sector textil presentes en la ciudad de Managua, sus necesidades y los medios digitales que actualmente utilizan para su promoción; en base a esta información se logra establecer las desventajas que poseen estos medios y llevar a cabo un estudio de los modelos de referencia existentes en el ámbito nacional. Todo lo anterior permite presentar una propuesta de solución considerando el nivel de interés que pueda obtener, soportando dicha propuesta con su respectivo análisis FODA y sometiéndola también al modelo Canvas.

Para completar el diagnóstico, es de gran valor la información recopilada a primera mano a través de entrevistas realizadas a diez emprendimientos artesanales del área textil que amablemente accedieron a colaborar para la elaboración de la propuesta de desarrollar un portafolio digital. Estos emprendimientos son: Hilos, Cardo Bordado a Mano, Heaven MiasKar, Detalles de abuelita, Bordados Arte Sana, Hand Made Embroidery, Sacuani – Arte a mano, Moon River, Mary’s Confections e Izél, cuyas fichas técnicas se pueden observar en el anexo “B. Fichas técnicas de los emprendimientos”.

Descripción de Actores Principales

Debido a que la naturaleza del producto creativo propuesto es una plataforma digital o, más específicamente, un software, los principales elementos que interactúan en ella son los denominados usuarios. En este aspecto, se identifican dos categorías, clasificadas según la función que ejecutan.

Usuarios proveedores o emprendimientos: También conocidos como socios comerciales, ya que la presentación de sus productos será el contenido esencial de la plataforma. Para objeto de este proyecto se consideraron emprendimientos del área textil del sector de Managua por ser una de las ciudades más importantes del país ya que es la capital y también el departamento más

activo económicamente, por su localización céntrica, la cantidad de negocios de este rubro que tienen su sede en ella y la facilidad de movilización a dicho municipio.

El perfil de estos negocios es de pequeñas y medianas empresas (PYME) y emergentes, porque se considera que son las que necesitan más alternativas de promoción en comparación con otras unidades que cuentan con un capital y un buen posicionamiento en el mercado.

Usuarios consumidores o clientes: Son quienes hacen uso del servicio que ofrece la plataforma al momento de realizar una búsqueda de un artículo o marca de su interés en el portafolio, convirtiéndose así en posibles clientes de los emprendimientos presentes en el mismo.

Con el propósito de tener un perfil más detallado de quiénes podrían ser estos usuarios, se creó un Buyer Persona para cada grupo, los cuales se pueden consultar en el anexo F. Imágenes (24 y 25).

Necesidades Identificadas

Una de las cuatro variables del Marketing Mix o tradicional es la promoción. Es importante que cada negocio cuente con una buena estrategia de comunicación porque de ello depende obtener consumidores y/o clientes potenciales. En un mercado tan competitivo, la publicidad es clave para captar a la audiencia; medios como televisión, cine, periódicos, etc., considerados tradicionales, son utilizados para la promoción de empresas, aunque por su elevado costo los negocios con un capital bajo no pueden incurrir en este tipo de gastos y se ven en la necesidad de buscar alternativas que se adapten a su presupuesto.

Por otra parte, la evolución del marketing ahora pone al consumidor y la comunicación como dos elementos fundamentales en una estrategia. Ya que sin las necesidades del cliente no habría productos o servicios que ofrecer, además con el surgimiento de las plataformas digitales y la promoción a través de ellas, es fundamental mantener interacción con el público para conservar su atención.

Al respecto, los emprendedores entrevistados expresaron su necesidad de más opciones para promocionarse con el fin de llegar a un mayor número de seguidores y posibles clientes, así como también mejorar su presencia en línea.

Para los consumidores es necesario que existan motores que faciliten la búsqueda de bienes o servicios en las plataformas digitales, de modo que puedan encontrar lo que buscan de manera sencilla y rápida. También es importante que se les comparta información real y actualizada tanto del producto como del negocio para generar confianza.

Medios Digitales Utilizados

Dentro de los medios digitales que se utilizan actualmente para la promoción de productos, servicios y compañías, se encuentran las redes sociales. De estas, mediante las entrevistas realizadas a los emprendimientos que colaboran con el proyecto, se determinó que Instagram es la plataforma más utilizada para esta finalidad, ya que el 80% de la muestra maneja un perfil para su negocio en dicha red, mientras que el 20% cuenta con una página en Facebook.

Por otra parte, de las 50 encuestas dirigidas a posibles clientes se obtuvo que el 94% hacen uso de uno o varios de los medios digitales disponibles para la búsqueda y compra de bienes y servicios. En este caso, 44 personas del total de las encuestadas usan Facebook para este propósito, 30 de ellas usan Instagram, así como también hay quienes lo hacen a través de otras redes como Tik-Tok, Twitter, Snapchat, etc. Esta información se puede apreciar en el gráfico 1: Uso de medios digitales.

Ilustración 1

Uso de Medios Digitales



Estudio de Desventajas

Si bien los medios digitales mencionados anteriormente son una buena alternativa tanto para los negocios que desean exponer sus productos o servicios como para los usuarios que realizan la búsqueda de los mismos, ya que cumplen con la función, también cuentan con desventajas que no logran satisfacer por completo las necesidades de los emprendedores y los consumidores, pues no hay que descartar el hecho de que estas plataformas no fueron diseñadas propiamente para el comercio, sino para socializar entre personas de un mismo círculo o externas a este.

Se puede apreciar en la tabla 2 un consolidado de las desventajas percibidas por los emprendimientos y clientes, consultados a través de los instrumentos de recolección de datos.

Tabla 2

Desventajas Percibida por los Clientes y Emprendimientos

EMPRESARIOS	CLIENTES
<ol style="list-style-type: none"> 1. El algoritmo de las redes sociales no permite llegar a una audiencia mayor, aun si se paga por publicidad. 2. La visibilidad y facilidad de seguimiento de las páginas de negocios es menor comparada con la de perfiles particulares. 3. No hay un orden del contenido porque no está categorizado o segmentado. 4. Se prioriza el contenido del concepto lifestyle (estilo de vida) o de la farándula, por encima del de los negocios. 5. No se puede apreciar bien la calidad del producto y por eso lo devalúan. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. La información no siempre es completa, sino que hay falta de datos de contacto o de localización. 2. Los usuarios o clientes potenciales encuentran un emprendimiento pero este no cumple con lo que buscaban. 3. Los clientes encuentran lo que buscaban, pero el negocio no pertenece a su ciudad o país.

Modelos de Referencia en el Entorno Nacional

En Nicaragua existen plataformas que promueven a los emprendimientos y microempresas emergentes, para propósitos de referencias se mencionan las más populares:

Nicaragua Diseña (ND): Es una plataforma comercial y de exhibición cuya finalidad es impulsar el diseño, el arte y el talento con una visión creativa; en este espacio se pueden

encontrar emprendimientos, empresas, marcas nacionales, internacionales o emergentes. Se desarrolla a través de distintos escenarios como: pasarelas, expo-ferias, charlas y seminarios. Para ser parte de ND se debe atender a la convocatoria que realizan en cada edición del evento, esta consiste en tres pasos: llenar un formulario de inscripción en línea, crear un portafolio o tablero digital y por último enviarlo al correo para poder participar del proceso de selección, además de pagar una tarifa por aplicación que varía según el tipo de negocio.

Nicaragua Emprende: Enfocada en el apoyo del emprendimiento nacional para el desarrollo y crecimiento de este. A través de Nicaragua Emprende se realizan ferias en todo el país, concursos, talleres y capacitaciones, con el apoyo de instituciones nacionales como el Ministerio de Economía Familiar, Comunitaria, Cooperativa y Asociativa (MEFCCA), Ministerio de Fomento, Industria y Comercio (MIFIC), Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR), entre otras. Para participar se debe acudir a una de las delegaciones departamentales o bien, realizar la inscripción en línea; algunos de los requisitos son contar con un catálogo del producto o servicio, plataformas digitales, al menos un documento de formalización (DGI, MIFIC, Alcaldía) y pagar una suscripción.

- Ventaja: Como plataforma da mucha exposición a los emprendimientos que participan en ella, tanto en los eventos que organizan como a través de su página y perfiles en redes sociales, sin obviar los programas o talleres que llevan a cabo con el objetivo de dar mentorías a sus participantes.
- Desventaja: Excluye a emprendimientos que tengan menos de 2 años en el mercado y no cuenten con un buen número de seguidores en redes sociales.

Red de Empresarias de Nicaragua (REN): Es una organización sin fines de lucro cuyo objetivo principal es apoyar a las mujeres emprendedoras del país. Ofrece un espacio dentro de su plataforma donde expone su directorio de socias, en el que se encuentra un catálogo de los diferentes emprendimientos que forman parte de esta red y la información de estos, también REN organiza foros, ferias, capacitaciones y demás actividades. Lo integran más de 450 empresarias nicaragüenses y cuatro organizaciones que apoyan el empoderamiento de las

mujeres, y abarcan diversos sectores tales como alimentos y bebidas, artesanías y manualidades, cuero y calzado, moda y textil vestuario, etc.

- Ventaja: Se tiene acceso a una red de empresarias con las que está la posibilidad de asociarse, a capacitaciones para la formación de mujeres empresarias y a la participación de ferias y eventos organizados por REN.
- Desventaja: El aporte por afiliación y membresía en sus diferentes modalidades (mensual, semestral y anual), la cual varía según el tamaño de la empresa, puede resultar un monto elevado para los emprendimientos pequeños y emergentes.

Solución Propuesta y Nivel de Interés

Tomando en cuenta el auge de los productos hechos a mano y las necesidades expuestas por los emprendedores de alternativas de promoción y un espacio centrado en sus negocios, así como también las problemáticas señaladas por los clientes potenciales con respecto a la búsqueda de bienes y servicios a través de los medios digitales, se propone el diseño y creación de una plataforma virtual que aloje un portafolio de emprendimientos de origen artesanal del área textil, con sede en la ciudad de Managua, Nicaragua.

Esta propuesta de proyecto es la respuesta a la demanda de todos aquellos emprendimientos emergentes o pyme, que buscan un espacio orientado a ellos y a la exposición de sus productos, también a la necesidad de los clientes de un sistema de búsqueda más eficaz y rápido. El objetivo de la plataforma es servir como un medio que conecta al cliente o consumidor con el producto o marca, o viceversa, mostrándole específicamente lo que busca y la información para poder adquirirlo. Cubriendo así las desventajas ya establecidas (ítem “1.4”).

Al presentar la propuesta de la plataforma a los emprendimientos entrevistados y a los clientes encuestados, se obtuvo de ambas partes un interés del 100%, como se puede ver reflejado en el gráfico 2.

Ilustración 2

Nivel de Interés en la Propuesta



Análisis FODA

Se hizo uso de la herramienta de estudio FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) para analizar las características internas de la propuesta del proyecto y su situación en el ámbito externo.

Ilustración 3

Análisis FODA



Del análisis FODA se concluye que el proyecto cuenta con oportunidades dentro del mercado que pueden ser aprovechadas, como la tendencia en el uso de Internet como medio para realizar la búsqueda de bienes o servicios y la posibilidad de expansión de la audiencia y del contenido de la página al incluir otros sectores del comercio artesanal con el propósito de cubrir

otras necesidades o demandas que puedan tener los consumidores, para continuar conectando a estos con el producto o emprendimiento que ofrezca lo que busca.

Se menciona como una de las debilidades principales del proyecto, la falta de un servicio en el que se pueda realizar directamente transacciones de compra y venta, lo que lo pone en desventaja por la existencia de otros sitios ya establecidos que gozan de popularidad en el mercado y ofrecen esta opción; esto puede conllevar a que los usuarios prefieran utilizar estas plataformas o bien, que los mismos emprendimientos sientan como una limitante el requerir del organismo administrador de la página para gestionar su contenido en ella.

Para superar lo expuesto anteriormente, la página debe contar con un diseño que resulte amigable, sencillo y atractivo, presentado de una manera ordenada y que los productos estén dispuestos de forma conveniente para ser visualizados correctamente. Además, al ser esta una plataforma orientada a la promoción de productos nacionales, específicamente de la ciudad de Managua, les brinda exclusividad y visibilidad a los emprendimientos locales.

Modelo Canvas

Se desarrolló un Modelo Canvas o Business Canvas para analizar los aspectos claves de la propuesta de la plataforma y presentarlos de manera simplificada, así como también sirvió para formalizar el modelo del proyecto y la propuesta de valor que este tiene.

De la aplicación del método CANVAS se obtuvo una base que contiene las diferentes variables que harán posible que el proyecto de plataforma funcione de manera eficaz y beneficiosa, además se concluyó de qué manera este puede generar, entregar y obtener valor en el mercado y su segmento.

Tabla 3
Modelo de Canvas

<p>1 PROPUESTA DE VALOR</p> <p>Plataforma orientada a la exposición de emprendimientos artesanales del sector textil, localizado en la ciudad de Managua, a través de un portafolio en línea</p>	<p>2 SEGMENTOS DE MERCADO</p> <p>Emprendimientos PYME y emergentes, dedicados a la elaboración de productos tejidos, bordados o cocidos 100% a mano y sus consumidores</p>	<p>4 RELACIÓN CON LOS CLIENTES</p> <p>Uso de redes sociales con el objetivo de crear una comunidad, en ellas se realizaran actualizaciones constantes con datos referentes al arte del bordaje, tejido y costura, así como también de los emprendimientos que formen parte de la plataforma para mantener el interés de los usuarios y generar sensación de familiaridad</p>	<p>5 ASOCIACIONES CLAVE</p> <p>Organizaciones que promueven el crecimiento de los emprendimientos y la difusión de los productos locales</p>	<p>7 ACTIVIDADES CLAVE</p> <p>Producción y clasificación del contenido expuesta en la plataforma, seguimiento a los emprendimientos para mantener los productos actualizados</p>
<p>3 CANALES</p> <p>Filtración de contenido en redes sociales, participación en foros y grupos acordes al nicho, optimización de motores de búsqueda, folletos</p>	<p>6 RECURSOS CLAVES</p> <p>Equipo de cómputo, acceso a internet, editor de código, software de edición, información de los emprendimientos; programador, editor y redactor</p>			
<p>8 ESTRUCTURA DE COSTOS</p> <p>Diseño y desarrollo de la página web, mantenimiento, actualizaciones. Licencias, servicios básicos y costos operativos</p>		<p>9 FUENTE DE INGRESOS</p> <p>Monto por inscripción y oferta de servicios adicionales de toma y edición de fotografías, soporte de creación de artes y diseño de imagen de marca</p>		

Conceptualización

Principales Funcionalidades de la Plataforma Virtual

Los actores primarios de la plataforma descritos previamente son: emprendimientos y clientes. Las funcionalidades de la misma fueron basadas en las necesidades obtenidas mediante la aplicación de los métodos de investigación a estos actores, de las cuales se mencionan las tres principales:

Proveer un espacio a los emprendimientos del área textil de origen artesanal, con la finalidad de que tengan mayor visibilidad al ser los protagonistas de la plataforma. Según lo expuesto en las entrevistas, los medios utilizados por estos negocios al no ser orientados al comercio no priorizan su contenido. El detalle de esta funcionalidad se aprecia en la tabla 3.

Tabla 4*Funcionalidad 1: Espacio para emprendimientos artesanales del área textil*

¿Qué función cumple?	Dar protagonismo y visibilidad a los negocios o producto textiles de origen artesanal.
¿Qué necesidad cubre?	Las redes sociales dan más visibilidad a temas virales o de vida cotidiana en comparación con el contenido de los negocios.
¿Qué actores intervienen?	Emprendimientos
¿Cómo funciona?	La información de los emprendimientos y el catálogo de los productos que ofrecen son expuestas en un portafolio en línea enfocado completamente en ellos; el contenido de mismo dispuesto de manera tal que todos los negocios sean visibles.
Requisitos o condiciones previas	<p>Completar la ficha de inscripción que se muestra en la plataforma para que el emprendimiento pueda ser añadido al portafolio:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Nombre y apellido ▪ Correo electrónico ▪ Teléfono ▪ Celular ▪ Redes sociales ▪ Nombre del emprendimiento ▪ Categoría ▪ Descripción
Excepciones	Ninguna

Organizar el contenido por categoría para facilitar la búsqueda, garantizando así que el proceso y los resultados mostrados sean específicos y de acuerdo con las preferencias del usuario. Esta funcionalidad se puede observar con mayor detalle en la tabla 4.

Tabla 5*Funcionalidad 2: Segmentación del Contenido*

¿Qué función cumple?	Segmentar los productos o emprendimientos, facilitando y optimizando el proceso de búsqueda.
¿Qué necesidad cubre?	Falta de orden tanto en los resultados como en el contenido mostrado en redes, ya que este no está seccionado.
¿Qué actores intervienen?	Emprendimientos y clientes.
¿Cómo funciona?	La plataforma dispone de una pantalla de búsqueda en donde los usuarios podrán encontrar emprendimientos que ofrecen productos textiles, los mismos están divididos en tres categorías: costura, tejido bordado. Esto para garantizar un proceso más organizado.
Requisitos o condiciones previas	Para poder mostrar los productos se necesita que los emprendedores estén registrados y hayan enviado sus respectivos catálogos.
Excepciones	Ninguna

Ser un medio de enlace entre un posible consumidor y el emprendimiento que ofrece lo que necesita. Entre los propósitos de la plataforma está el mostrar a los usuarios lo que buscan, cómo y dónde conseguirlo. Se puede ver en la tabla 5 la ficha correspondiente a esta funcionalidad.

Tabla 6*Funcionalidad 3: Conectar al Cliente con el Emprendimiento*

¿Qué función cumple?	Segmentar los productos o emprendimientos, facilitando y optimizando el proceso de búsqueda.
¿Qué necesidad cubre?	Falta de orden tanto en los resultados como en el contenido mostrado en redes, ya que este no está seccionado.
¿Qué actores intervienen?	Emprendimientos y clientes.
¿Cómo funciona?	La plataforma dispone de una pantalla de búsqueda en donde los usuarios podrán encontrar emprendimientos que ofrecen productos textiles, los mismos están divididos en tres categorías: costura, tejido bordado. Esto para garantizar un proceso más organizado.
Requisitos o condiciones previas	Para poder mostrar los productos se necesita que los emprendedores estén registrados y hayan enviado sus respectivos catálogos.
Excepciones	Ninguna

Recursos necesarios para implementar la solución

Para la maquetación, diseño y programación de la propuesta de plataforma se hizo uso de herramientas de apoyo y softwares tanto de código abierto (Open Source) como bajo licencia. A continuación, se menciona cada una según su funcionalidad.

Entorno de desarrollo integrado (IDE: Integrated Development Environment):

- Visual Studio Code
- Tipo de programa: editor de código fuente
- Desarrollador: Microsoft
- Licencia: código abierto (open source)

Herramienta de edición de gráficos:

- Adobe Illustrator
- Tipo de programa: editor de gráficos vectoriales
- Compañía: Adobe Inc.
- Licencia: plan para estudiantes y profesores

Herramienta de edición de imágenes:

- Adobe Photoshop
- Tipo de programa: editor de imágenes y fotografías
- Compañía: Adobe Inc.
- Licencia: plan para estudiantes y profesores.

Herramienta para animación del imago tipo:

- Adobe After Effects
- Tipo de programa: motion graphics, efectos visuales y composiciones
- Compañía: Adobe Inc.
- Licencia: plan para estudiantes y profesores.

Interfaz gráfica:

- *Contenido de la plataforma:* para la definición de la estructura, contenido y construcción de la página se ha hecho uso del lenguaje HTML5 (HyperText Markup Language).
- *Características visuales y estéticas:* a los diferentes elementos presentes en la plataforma se les aplicó estilos visuales mediante la tecnología CSS3 (Cascading Style Sheets).
- *Interactividad y dinamismo de la plataforma:* se empleó el lenguaje de programación JavaScript para dotar de dinamismo a la página web, de modo que sea posible para el usuario navegar en ella e interactuar con los elementos que la componen.

Recursos humanos:

El recurso humano del proyecto está dividido en tres categorías de acuerdo con la especialidad o función que se realiza a nivel interno.

- *Programador:* Encargado del diseño, programación y mantenimiento de la página web, para ello la persona que desempeñe esta labor deberá tener capacidades y conocimientos respecto a los lenguajes de programación, como JavaScript, ya que serán utilizados para desarrollar y mantener el sitio actualizado y funcionando debidamente.

- *Diseñador:* Creador del contenido visual que se exhibirá en la plataforma, así como también de las artes publicitarias y demás material que se comparta a través de los perfiles de la página en redes sociales. La persona encargada deberá saber manejar principalmente Photoshop e Illustrator, estar al tanto de las tendencias de diseño gráfico y tener ideas creativas que puedan aplicarse al contenido corporativo.
- *Copywriter:* Profesional encargado de la redacción de los textos de la página y de carácter publicitario. El copywriter será quien se comunique con los usuarios y seguidores del proyecto a través del contenido textual, por ello deberá tener conocimiento del marketing digital, creatividad, capacidad de persuasión y redacción aplicando diferentes estilos según sea conveniente; también deberá saber leer a los clientes, captar las ideas y plasmarlas de manera clara y dominar las reglas gramaticales, ortográficas y de puntuación para garantizar la calidad del contenido.

Diseño

Nombre del Proyecto

Para la definición del nombre de la plataforma virtual se llevó a cabo una lluvia de ideas con términos relacionados al concepto previamente establecido, entre ellos se mencionan:

- Artesanías
- Productos nicaragüenses
- Productos a mano
- Emprendimientos
- Orgullosamente nicaragüense
- Patriotismo

Así mismo, se establecieron las siguientes condiciones:

- *Concisión:* el título deberá encerrar y transmitir el concepto de la página en pocas palabras.
- *Sencillez:* entre las cualidades del pueblo nicaragüense se destaca la sencillez, algo que deberá ser reflejado en el nombre, así como también en el resto del contenido.

- *Memorable*: el nombre debe resultar fácil de recordar y capaz de ser asociado rápidamente con la plataforma.

Tomando en consideración los puntos anteriores se procedió a la elaboración de propuestas de nombres, de las que se mencionan:

- Cadena de emprendedores
- Puro pinolero
- Juntos somos uno
- Nicaraguan Handmade
- CDEAN, Cadena de Emprendedores y Artesanos Nicaragüenses
- Craftmade Nicaragua
- Hecho en Nicaragua

Estas propuestas fueron sometidas a un sondeo entre los usuarios proveedores y posibles consumidores de la plataforma mediante los dos métodos de recopilación de datos empleados para la realización del proyecto, teniendo como resultado "Hecho en Nicaragua" con un 33.3%. (Ver gráfico #5 en el anexo D. Gráficos).

A partir de este punto se hará uso del nombre "Hecho en Nicaragua" como recurso para referirse a la plataforma.

Línea Gráfica

Imagotipo. La representación gráfica de Hecho en Nicaragua está compuesta por un imagotipo, es decir, la combinación de una imagen y un texto, sin embargo, estos dos elementos pueden funcionar por separado. El uso de un símbolo como complemento fue pensado para hacer más sencillo el reconocimiento de la marca, ya que por lo general las personas suelen recordar las imágenes con mayor facilidad en comparación con los textos.

Ilustración 4*Imagotipo de la Plataforma***HECHO EN NICARAGUA**

El ícono del imagotipo está compuesto por dos elementos: las manos y el mapa de Nicaragua. Las dos manos representan a los emprendedores artesanos, cuyos productos están hechos precisamente por sus propias manos, y que además son el objeto de la plataforma, específicamente los del sector textil; por otra parte, el mapa simboliza el lugar de origen, lo cual se complementa con el texto: Hecho en Nicaragua.

Área de Seguridad y reducción. Para garantizar que la aplicación y visibilidad del imagotipo sea óptima en todos los formatos, se ha establecido una zona de protección donde se determina la distancia mínima que se debe respetar con respecto a los textos y otros elementos.

El tamaño mínimo que se puede aplicar al imagotipo es de 16x16 px (píxeles), prescindiendo del texto en dicha dimensión. El área de seguridad y el tamaño mínimo de reducción del imagotipo se pueden observar en la ilustración 2.

Ilustración 5

Área de seguridad y reducción mínima del imago tipo



Cromatismo y variantes de aplicación

Paleta cromática. La paleta está inspirada en los colores que se pueden encontrar en el paisaje de Nicaragua. Son, en su mayoría, tonalidades que hacen referencia al clima tropical del país, con sus temperaturas mayormente cálidas. Así como también refleja el exquisito colorido que caracteriza a la región, desde sus vistas hasta las artesanías elaboradas por el pueblo nicaragüense. Para la definición de la misma se utilizó como soporte una fotografía tomada en la Isla de Ometepe, de la cual se extrajeron los colores presentados en la ilustración.

Ilustración 6
Paleta Cromática



Hex: #BB7832

RGB: (187, 120, 50)

CMYK: (23, 56, 94, 7)

Hex: #F4D44D

RGB: (244, 212, 77)

CMYK: (5, 13, 82, 0)

Hex: #5E98AE

RGB: (94, 152, 174)

CMYK: (65, 29, 24, 1)

Hex: #A8AB37

RGB: (168, 171, 55)

CMYK: (39, 22, 100, 1)

Hex: #73994E

RGB: (115, 153, 78)

CMYK: (60, 22, 88, 5)

Hex: #E0592A

RGB: (224, 89, 42)

CMYK: (7, 79, 98, 1)

Ilustración 7

Foto de referencia para paleta cromática



El simbolismo de color está aplicado de manera que cada uno represente diferentes elementos asociados con Nicaragua, dotándolos así de una identidad dentro de la plataforma y la marca como tal.

- Amarillo: el sol, las flores y el maíz.
- Azul celeste: el cielo, los mares y los ríos.
- Café: la arcilla, las artesanías, la madera y la tierra.
- Naranja: el barro, la calidez del clima, el colorido de los hilos y telas.
- Verde: la vegetación y algunas clases de aves.
- Verde oliva: la naturaleza, la fertilidad del suelo y los frutos

Variante de Aplicación del Imagotipo. Siempre y cuando el fondo sea blanco, el imagotipo podrá ser presentado con las variantes de la paleta cromática, empleando un solo color de la misma, también aplica en su versión blanco y negro. En fondo negro o cualquiera de los colores de la paleta, se empleará el imagotipo en blanco.

Ilustración 8

Aplicaciones del imagotipo a Color sobre Fondo Blanco



Ilustración 9

Aplicación del Imagotipo en Blanco sobre Fondo de Colores



Excepción: la variante en amarillo solo podrá ser utilizada sobre un fondo negro, de igual manera, cuando el fondo sea amarillo se usará el imagotipo en negativo.

Ilustración 10

Excepción del Color Amarillo



Tipografía

La tipografía corporativa de Hecho en Nicaragua está compuesta por cuatro fuentes tipográficas, que serán utilizadas según la función que se les ha asignado.

Se emplearon fuentes sans-serif por su versatilidad, sencillez y facilidad de lectura, así como también para mantener la legibilidad del contenido incluso en pantallas pequeñas, como las de los teléfonos móviles, evitando así que resulte visualmente pesado. Las mismas se pueden consultar en la imagen 8, en la que se detalla de qué manera será aplicada cada una en la plataforma.

Ilustración 11

Fuentes Tipográficas

<p>MENÚ Montserrat Light</p>	<p>Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz</p> <p>0 1 2 3 4 5 6 7 8 9</p>
<p>LOGOTIPO Y PÁGINA ACTIVA Montserrat Bold</p>	<p>Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz</p> <p>0 1 2 3 4 5 6 7 8 9</p>
<p>TÍTULOS PT Sans Narrow Bold</p>	<p>Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz</p> <p>0 1 2 3 4 5 6 7 8 9</p>
<p>CUERPO Geo Sans Light Regular</p>	<p>Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz</p> <p>0 1 2 3 4 5 6 7 8 9</p>

Estructura de la Página

El diseño de la página web es sencillo, enfocándose en incorporar solo los elementos necesarios que permitan transmitir la información de una manera práctica y poco compleja, de modo que cualquier persona pueda hacer uso de ella, aunque no cuente con experiencia. En pocas palabras, el objetivo de su estructura es que el esfuerzo del usuario al utilizar la plataforma sea el mínimo posible.

Con respecto a la aplicación de la paleta cromática, la organización de los colores pretende evocar el orden que se aprecia en el paisaje, iniciando con el celeste característico del cielo, seguido del verde que, junto con el amarillo y el naranja, hacen alusión a la flora, el café de la tierra, y por último volviendo al celeste del océano.

La Plataforma Hecho en Nicaragua está compuesta por tres páginas: inicio, categorías y contáctanos. Secciones que se pueden visualizar en la parte superior al ingresar, y que se mantienen presente durante la navegación a través de la web.

Ilustración 12

Menú de la Plataforma



Inicio. Es la página principal y por tanto la primera en visualizarse al momento de ingresar a la plataforma. En ella se puede encontrar una presentación de la marca, en la que se expone qué es “Hecho en Nicaragua”, su visión y misión. También se puede apreciar una animación del imago tipo de Hecho en Nicaragua, esto con el propósito de agregarle dinamismo y que visualmente resulte más atractivo. Seguido de esto aparece una selección con los productos más vistos de la plataforma para que los usuarios puedan acceder a ellos rápidamente.

Ilustración 13

Primera Vista de la Página de Inicio



Ilustración 14

Vista a la pestaña de "Misión"

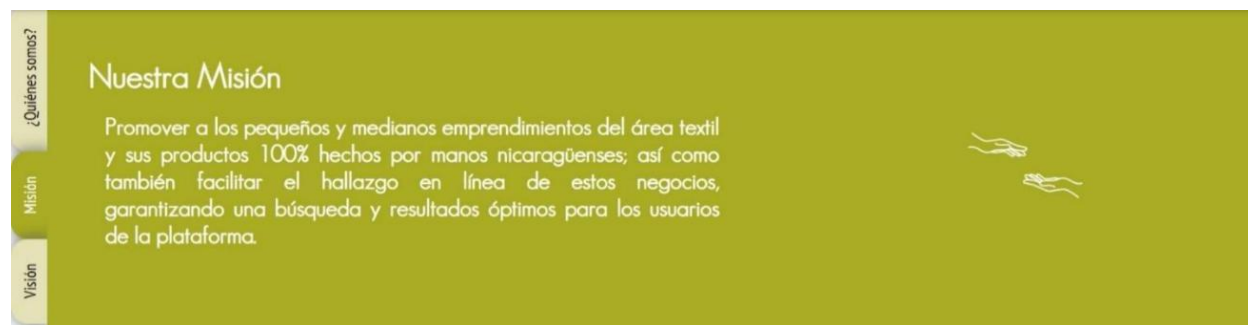
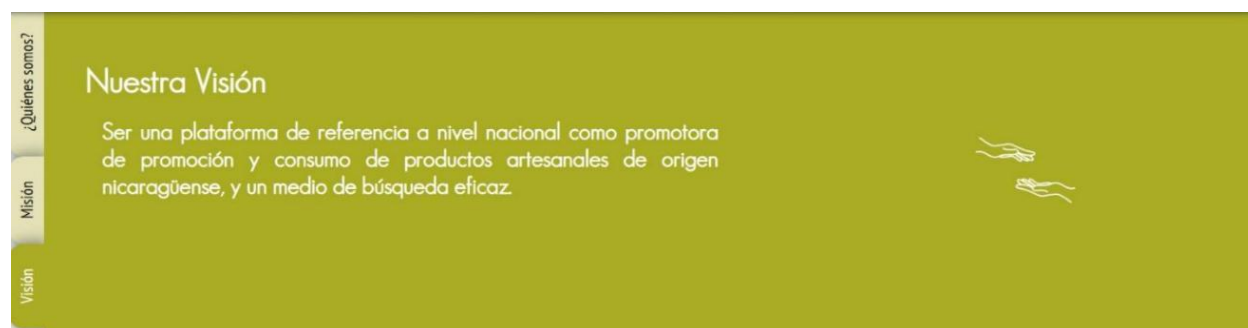


Ilustración 15

Vista a la pestaña de "Visión"



La opción de "Ver más" en la página de inicio permitirá al usuario visualizar los productos más visitados. Esto podría ser una guía si acaso no sabe exactamente lo que busca al momento de ingresar a la página o bien, si es la primera vez que la visita. De esta manera podrá iniciar su recorrido teniendo como referencia los productos que han llamado más la atención.

Vista a la pestaña de la opción "Ver más"

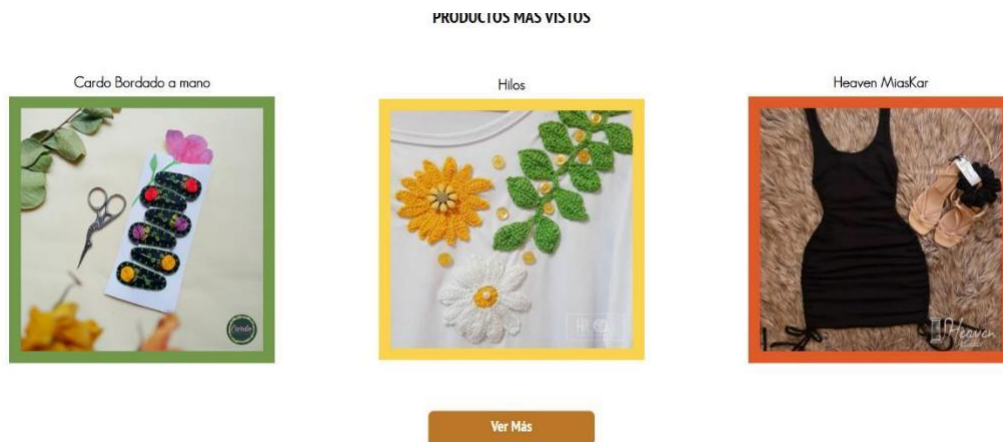
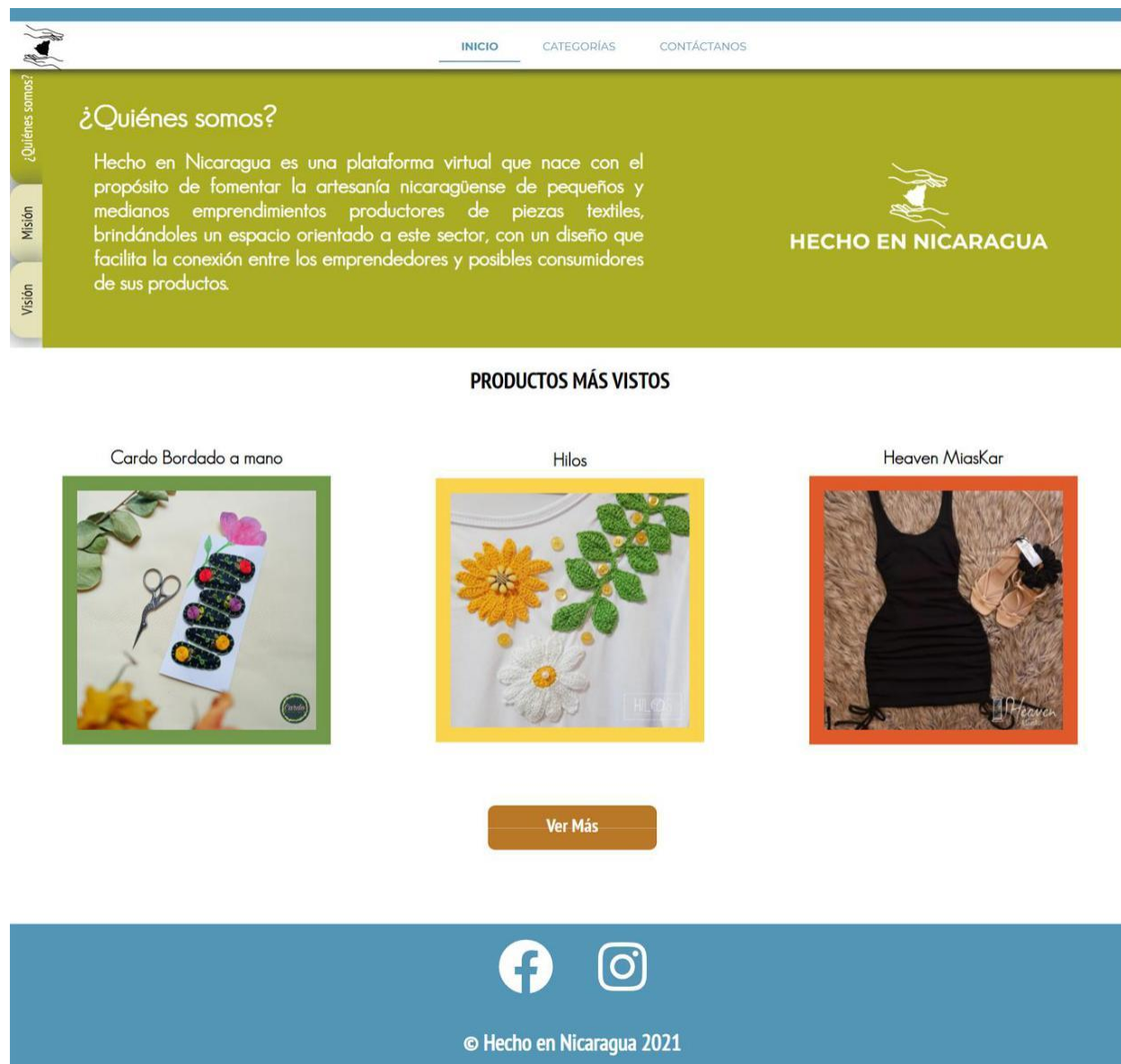


Ilustración 17

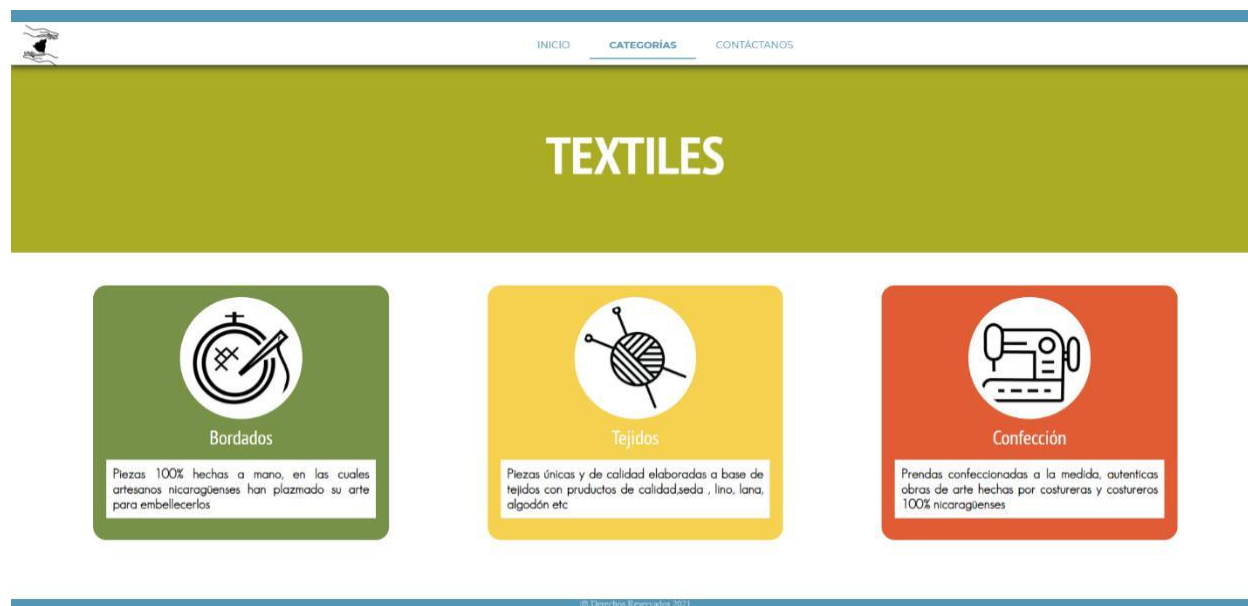
Vista global de la página "Inicio"



Categorías. Área donde se encuentra el portafolio de emprendimientos artesanales del sector textil, divididos según la naturaleza de sus productos: bordados, tejidos y confección, que son las tres categorías delimitadas para la propuesta de la plataforma.

Ilustración 18

Página de "Categorías"



En esta sección el usuario podrá seleccionar la categoría de su preferencia y se desplegará un cuadro con los emprendimientos que ofrecen ese tipo de producto para que pueda visualizarlos ahí mismo, sin necesidad de ser redirigido a otra página.

Ilustración 19

Vista del cuadro desplegable con información del emprendimiento



Contactos. Centro de consultas e inscripción, en el que se presentan dos formularios con diferentes funciones. El primero está dirigido tanto a usuarios proveedores como a consumidores para notificar alguna duda con respecto a la plataforma y su contenido, de modo que esta sea recibida por el organismo administrador y se proceda a dar la respuesta.

El segundo formulario es propiamente para los emprendedores que tengan interés en ser parte de la plataforma, como primer paso deberán llenarlo con la información solicitada, posteriormente se le contactará para continuar con el proceso de inscripción y así el mismo resulte más personal.

Ilustración 20
Página de "Contáctanos"

The image displays a web page titled "CENTRO DE CONSULTAS Y SUBSCRIPCIÓN". At the top, there is a navigation bar with links for "INICIO", "CATEGORÍAS", and "CONTÁCTANOS". Below the navigation bar is a large green banner with the text "CENTRO DE CONSULTAS Y SUBSCRIPCIÓN".

The main content area contains two forms:

- Consultas:** This form includes fields for "Nombre y Apellido:" (filled with "Maria Rodriguez"), "Correo electrónico:" (filled with "ejemplo@email.com"), and "Mensaje:" (with the placeholder "Deje su consulta"). Below these fields are two radio buttons: "Soy un cliente" and "Soy un emprendedor". A green "Enviar" button is located at the bottom right of the form.
- Subscribirse:** This form includes fields for "Nombre y Apellido:" (filled with "Maria Rodriguez"), "Correo electrónico:" (filled with "ejemplo@email.com"), "Teléfono:" (filled with "2123-2123"), "Cédula:" (filled with "0101-0101"), "Redes sociales:" (filled with "jira"), "Nombre de la emprendimiento:" (filled with "Emprendimiento"), "Emprendimiento:" (filled with "Emprendimiento"), "Seleccione su categoría:" (a dropdown menu with "Seleccionar" selected), and "Descripción:" (with the placeholder "Descripción de su emprendimiento"). A green "Enviar" button is located at the bottom right of the form.

At the bottom of the page, there is a small copyright notice: "© Hecho en Nicaragua 2021".

La plataforma de Hecho en Nicaragua fue diseñada para que pueda visualizarse desde cualquier dispositivo, es por ello que se trabajó en un diseño responsive con la finalidad de que pueda adaptarse a los diversos formatos, como por ejemplo los dispositivos móviles, y así ofrecer una buena experiencia a los usuarios. Se puede apreciar en las imágenes 18 y 19 cómo se ve la página desde un teléfono celular y una tableta.

Ilustración 21

Vista de la página desde un dispositivo móvil



Ilustración 22

Vista de la página desde una tableta



PRODUCTOS MÁS VISTOS

Cardo Bordado a mano



Desarrollo

El diseño de la interfaz gráfica de usuario y la programación de sus funcionalidades fue sujeto a un cronograma donde se detallan las actividades y el tiempo de realización, mismo que se puede apreciar en el gráfico #6 en el anexo C. Gráficos, de igual manera, en el anexo F. Imágenes, se encuentran los bocetos que sirvieron como referencia para realizar la maquetación. (Imágenes 33 y 34).

Se creo el prototipado de la interfaz gráfica de usuario, en el que se puede experimentar todas sus características a nivel de diseño, siendo intuitivo, sencillo, amigable, creativo y conciso, permitiendo así al usuario (clientes) el acceso a cada uno de los productos que los emprendimientos ofrecen. Dicha interfaz fue validada por un grupo de usuarios (emprendedores y consumidores), quienes certificaron su funcionalidad.

Certificación a través de pruebas funcionales

Con el objetivo de validar el funcionamiento de la plataforma se le pidió a un grupo de seis usuarios, tanto emprendedores como consumidores, que realizaran pruebas de usabilidad como un método para evaluar la interfaz gráfica de usuario.

Para ello, primeramente, se les indicó que ingresaran a la página web de Hecho en Nicaragua y probaran hacer uso de esta. Posteriormente se aplicó un formulario con el fin de obtener una ficha que detallara la prueba realizada y su resultado, también para conocer si se presentó algún incidente durante la navegación en la plataforma. Esta información fue de utilidad para certificar la funcionalidad de la página y corregir cualquier error señalado. (Las fichas por cada prueba realizada pueden consultarse en el anexo E. Pruebas funcionales, inciso b).

Presupuesto

Para determinar el capital necesario para implementar la propuesta de plataforma y sus gastos operativos, se hizo uso del instrumento de presupuesto, el cual reflejó que el monto de inversión inicial es de aproximadamente mil setecientos cuarenta y cinco con cincuenta y ocho centavos de dólar americano (US\$1,745.58) (Ver tabla #6 en el anexo C. Tablas). Así mismo, para que la página web se mantenga funcionando, se estimó que el gasto total por año fiscal es de dos

mil seiscientos noventa y siete con setenta y seis centavos de dólar americano (US\$2,797.76). (Ver tabla #7 en el anexo C. Tablas).

Estas estimaciones se presentan en dólar estadounidense tomando en cuenta que los requerimientos e insumos para la implementación del proyecto de la plataforma web se adquieren, en su mayoría, con esta moneda. De considerarse en córdobas, se necesitaría conocer el tipo de cambio actual, así como también la tasa de deslizamiento y devaluación de la moneda nicaragüense en comparación al dólar americano.

En lo referente al presupuesto de inversión inicial, un porcentaje será asumido por las alumnas promotoras del proyecto para propósito del proyecto de culminación de curso. Posteriormente, para una futura implementación, se completará el análisis económico con el cual se determinarán las fuentes de los recursos financieros que se necesiten para implementar el proyecto.

Plan estratégico para la difusión de la plataforma

Información sobre la marca

Quiénes somos. Hecho en Nicaragua es una plataforma virtual que nace con el propósito de fomentar la artesanía nicaragüense de emprendimientos PYME y nuevos en el mercado, dedicados a la producción de piezas textiles, brindándoles un espacio orientado a este sector, con un diseño que facilita la conexión entre los emprendedores y posibles consumidores de sus productos.

Misión. Promover a los emprendimientos emergentes, pequeños y medianos del área textil presentes en la ciudad de Managua y sus productos 100% hechos a mano; así como también facilitar el hallazgo en línea de estos negocios, garantizando una búsqueda y resultados óptimos para los usuarios de la plataforma.

Visión. Ser una plataforma de referencia a nivel nacional como promotora de promoción y consumo de productos artesanales de origen nicaragüense, y un medio de búsqueda eficaz.

Personalidad. La personalidad de Hecho en Nicaragua se caracteriza por su sencillez, funcionalidad simple y honestidad. Además, dentro de sus cualidades se destaca su amabilidad, sinceridad y su disposición a brindar ayuda.

Voz. Hecho en Nicaragua habla de manera educada, pero sin caer en la seriedad. Cuando la marca se comunica con las personas es amable, trata de imprimir un poco del encanto y calidez que caracteriza al pueblo nicaragüense, también evita las confusiones por lo que se asegura de expresarse lo más claro posible para que todos puedan entenderle, pues no pretende excluir a nadie.

Tono. Hecho en Nicaragua se preocupa porque los usuarios de la plataforma y sus seguidores en redes sociales sientan una conexión con la marca más allá del servicio que esta ofrece, por lo que su tono es cercano, procurando mantener la sencillez y claridad del mensaje que desee transmitir.

Público objetivo

Público a. Hombres y mujeres mayores de edad que tienen un emprendimiento reciente o compuesto por un número reducido de trabajadores y con un volumen de ingresos netos moderado, que estén localizados en la ciudad de Managua y se dediquen a la elaboración de productos textiles en alguna de las siguientes categorías: bordado, tejido y costura.

Público b. Jóvenes y adultos de Nicaragua interesados en adquirir piezas locales de origen artesanal y deseen realizar la búsqueda a través de Internet. Se puede consultar en el anexo F. Imágenes (24 y 25) un Buyer Persona de cada público, de los que se obtiene un perfil más exacto del tipo de cliente ideal.

Customer Journey

Se empleó la herramienta del Recorrido del Cliente como un método para representar el paso a paso que podrían realizar los usuarios proveedores y consumidores durante el proceso de interacción con Hecho en Nicaragua, desde la fase de descubrimiento hasta la fidelización de ambos grupos.

Ilustración 23

Customer Journey: Usuario proveedor o emprendimiento



Ilustración 24

Customer Journey: Usuario consumidor o cliente



La aplicación de este modelo se aborda dentro del plan para la difusión de Hecho en Nicaragua con el propósito de obtener una guía del posible comportamiento de los usuarios en su relación con la marca, información que será de utilidad para focalizar el esfuerzo y definir el contenido, tono, canales y acciones que formen parte de la estrategia de marketing, con el fin de generar un mejor impacto en el público objetivo.

Implementación

Para la promoción de la plataforma se hará uso del marketing digital orgánico a través de dos redes sociales: Facebook e Instagram, ya que se identificaron como las más frecuentadas por parte de los usuarios y a través de ellas se busca llegar al público objetivo, además crear un perfil en ellas para la plataforma no incurre en una inversión adicional, lo que no incrementaría el presupuesto.

Se creará un perfil de la marca en los medios previamente mencionados y será presentada a través de ellos, abriendo así un canal que permitirá la comunicación con la audiencia; en ellos se compartirá contenido original y de relevancia para el público objetivo, con el fin de mantener su interés y atraer más seguidores de este tipo de contenido.

Actividades principales

Marketing de redes sociales

- *Período:* permanente.
- *Actividades:*

Con el propósito de humanizar la marca, se utilizarán las redes sociales Instagram y Facebook como medios para que los seguidores de la misma puedan interactuar con ella a través de actualizaciones constantes y actividades que promuevan la comunicación con ellos.

Para crear una comunidad activa y comprometida, se compartirán datos referentes al arte del bordado, tejido y confección de prendas de vestir que no se limiten a las actividades de los emprendimientos que forman parte de la página, sino que también orienten a los seguidores y usuarios potenciales, y sean fuente de interés hacia el contenido de Hecho en Nicaragua y los productos que elaboran los artesanos presentes en el portafolio.

- *Responsables:* Diseñador y Copywriter.

Promoción a través de foros y grupos

- *Período:* una a dos veces por semana.
- *Actividades:*

Dentro de la estrategia de promoción de la página se encuentra el marketing en foros y grupos relacionados a la temática de la plataforma. La cantidad de estos será entre 5 -8, seleccionados según la calidad de estos. Una buena presencia en ellos será de suma importancia mediante, es por esto por lo que la participación será activa, cuidando que los aportes compartidos sean de valor para llamar la atención y evitando generar spam.

- *Responsables:* Copywriter.

Material a utilizar

Como parte de la estrategia de publicidad se diseñaron dos artes que serán compartidas a través de los perfiles en Facebook e Instagram de Hecho en Nicaragua. El arte que se puede apreciar en la imagen 22 es un llamado a la acción por parte de la marca para que las personas visiten la plataforma.

En esta se da una muestra del contenido de la página empleando una fotografía del producto de un emprendimiento, así como también se explica brevemente qué pueden encontrar al ingresar: un portafolio de emprendimientos textiles de origen artesanal. La utilización de una frase, más que tener un propósito decorativo, pretende proveer un carácter que se perciba cercano.

Ilustración 25

Arte para publicidad



La imagen 23 es de un arte con formato cuadrado, de proporción 1:1, destinado a compartirse en Instagram. En este se le da más protagonismo al emprendimiento y a la persona que elabora los productos, con el objetivo de que el público pueda familiarizarse no solo con el negocio como tal, sino también con quien está detrás de este o, como popularmente se dice, detrás del telón.

Ilustración 26

Arte para Publicidad #2



Igualmente, en el anexo F. Imágenes (26 – 30) se pueden observar las demás artes que se trabajaron como material gráfico para el proyecto.

Conclusiones

Mediante las técnicas de investigación aplicadas en el proceso del proyecto se reconoció la necesidad de una plataforma orientada a la promoción y visibilidad de los emprendimientos artesanales, PYME o emergentes, que se dediquen a la elaboración de piezas textiles y estén presentes en la ciudad de Managua; así como también al fácil acceso al momento de realizar una búsqueda en línea por parte de los usuarios consumidores. Tomando en cuenta esto, se procedió al diseño de un prototipo de plataforma en línea que aloje un portafolio de los negocios previamente mencionados, como una propuesta de solución a las problemáticas establecidas.

De igual manera, se identificó el nivel de interés tanto de los emprendimientos como de sus clientes potenciales con respecto a un modelo de página web como la expuesta con anterioridad, alcanzando una aceptación total de ambas partes.

De los resultados obtenidos, se puede concluir que es necesaria la implementación de una plataforma donde estos emprendimientos tengan un espacio en línea cuyo enfoque principal sea la exhibición de sus productos y su difusión, así como también provea un sistema de búsqueda sencillo y eficiente que permita que los clientes potenciales los encuentren fácilmente.

Para ello, y tomando como base la información recopilada, se realizó un análisis de todos los insumos disponibles y se procedió a diseñar la línea gráfica del portafolio digital y programar la plataforma donde estaría alojado, considerando la aplicación de elementos acordes a las necesidades, gustos y preferencias de los proveedores y consumidores, procurando así una experiencia satisfactoria tanto a los emprendimientos presentes en el portafolio, como a los clientes.

Los métodos de recopilación de datos igualmente arrojaron información de utilidad para la definición del plan estratégico para la difusión de la plataforma, considerando las redes sociales como los medios donde se ejecutarán las actividades principales de promoción, ya que se concluyó que en ellas es donde mayormente se encuentra el público objetivo de la marca Hecho en Nicaragua. De esta manera, se concluye que los objetivos establecidos en un principio con respecto a la creación del prototipo de plataforma se cumplieron.

Recomendaciones

Evaluar la inclusión de otros sectores de origen artesanal en la plataforma, así como también negocios de otros departamentos del país, con la intención de diversificar el contenido de esta y fomentar el consumo de productos nicaragüenses, apoyando así el crecimiento de la economía local.

Tener en cuenta la incorporación de una nueva página o espacio dentro de la plataforma, donde se muestre información de interés para los emprendimientos más allá del ámbito virtual, como ferias físicas organizadas en Nicaragua o demás eventos en los que podrían participar.

Considerar añadir una página de guía de usuario o preguntas frecuentes para orientar a las personas que ingresen a la plataforma por primera vez o tengan alguna duda con respecto a su funcionamiento.

Estudiar qué otros medios o plataformas apoyan a los emprendimientos nicaragüenses, la artesanía del país y el consumo local, y que estén dispuestos a cooperar en la difusión y financiamiento de la página Hecho en Nicaragua, para valorar la posibilidad de asociación con los mismos.

Realizar una revisión del presupuesto para completar el estudio financiero de acuerdo a los recursos necesarios y demás requerimientos para una futura implementación de la plataforma.

Referencias

Artisans de Nicaragua. (2021). <https://artisansdenicaragua.online.com.ni/>

Asamblea Nacional de Nicaragua. (2013). Acuerdo Ministerial MIFIC No. 021-2013. [http://legislacion.asamblea.gob.ni/normaweb.nsf/\(\\$All\)/005776616546C6E106257C13005C6318?](http://legislacion.asamblea.gob.ni/normaweb.nsf/($All)/005776616546C6E106257C13005C6318?)

Aniel. (s.f.). ¿Qué es la programación web y para que sirve? <https://www.aniel.es/desarrollo-web/programacion-web/>

Arriaga Huerta, L.M., Avalos Bazana, M.A., Torre de la Fuente, M.A. (s.f.). Marketing Mix: La fortaleza de las grandes empresas. <https://www.eumed.net/ce/2012/marketing-mix.pdf>

Carrión, E. (04 de agosto de 2020). Las redes sociales como herramienta de emprendimiento. Métrica. <https://metrica.pe/blog/las-redes-sociales-como-herramienta-de-emprendimiento/>

Cajina, I. (29 de julio de 2020). Comercio electrónico en Nicaragua en auge por el COVID19 ¿Cuál es la debilidad de esto? Nicaragua Investiga. <https://nicaraguainvestiga.com/nacion/23249-comercio-electronico-en-nicaragua-en-auge-por-el-covid19-cual-es-la-debilidad-de-esto/>

Capitulo V “Derechos Laborales”. () Constitución Política de Nicaragua. <https://www.asamblea.gob.ni/assets/constitucion.pdf>

Cardona, L. (29 de octubre de 2018). Marketing. Cyberclick Academy. <https://www.cyberclick.es/marketing>

Celaya, O. (2017). La ruta artesanal de Nicaragua. La voz del sandinismo. <https://www.lavozdelsandinismo.com/nicaragua/2017-06-01/la-ruta-artesanal-nicaragua/>

Ceballos, F. J. (2004). Enciclopedia del lenguaje. Alfaomega/RaMa.
https://programas.cuaed.unam.mx/repositorio/moodle/pluginfile.php/1023/mod_resource/content/1/contenido/index.html

Centro Europeo de Postgrado y Empresa. CEUPE. (27 de julio de 2020). ¿Qué es la programación?
<https://www.ceupe.com/blog/que-es-la-programacion.html>

Crealab. (17 de julio de 2020). Desarrollo Web – Características y ¿En qué consiste?
<https://crealab.com.mx/desarrollo-web-caracteristicas-y-definicion/>

Country Meters. (s.f.). Población de Nicaragua. <https://countrymeters.info/es/Nicaragua>.
 (Consultado el 21 de septiembre de 2021).

Data Reportal.(enero de 2021). Digital 2021: Nicaragua.
<https://datareportal.com/reports/digital-2021-nicaragua>

Diccionario de la lengua española. DEL. (s.f.).Emprendedor.
<https://dle.rae.es/emprendedor>

Equipo editorial, Etecé. (01 de octubre de 2020). Programación. Concepto.de.
<https://concepto.de/programacion/>

Facultad de Informática de Barcelona. FIB. (s.f.). Historia de Internet.
<https://www.fib.upc.edu/retro-informatica/historia/internet.html>

Giraldo, V. (14 de febrero de 2019). Plataformas digitales: ¿qué son y qué tipos existen?
 ROCKCONTENT. <https://rockcontent.com/es/blog/plataformas-digitales/>

Instituto Europeo de Posgrado. IEP. (s.f.). ¿Qué es el Ecommerce? <https://www.iep.edu.es/que-es-el-ecommerce/>

Instituto Nacional de Información de Desarrollo. INIDE. (2020). Perfil demográfico 2020. Distribución poblacional por departamento. https://pronicaragua.gob.ni/media/publications/Perfil_Demografico_2020_PWsyOuB.pdf

Internet Society. (s.f.). Breve historia de Internet. <https://www.internetsociety.org/es/internet/history-internet/brief-history-internet/>

JA Salvador. (2001). Interfaces de usuario: diseño de la visualización. Dialnet. <http://www.ptolomeo.unam.mx:8080/xmlui/bitstream/handle/132.248.52.100/210/A6%20Interfaces%20de%20Usuario.pdf?sequence=6>

Ley de promoción, fomento y desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa (2008, 08 de febrero) (MIPYME). La Gaceta, Diario Oficial No. 28. <http://legislacion.asamblea.gob.ni/normaweb.nsf/9e314815a08d4a6206257265005d21f9/ec29253dd104d7d30625741d005c6c8c>

Ley de derecho de autor y derechos conexos (1999, 31 de agosto y 1 de septiembre). Diario Oficial No. 166 y 167. <http://legislacion.asamblea.gob.ni/normaweb.nsf/9e314815a08d4a6206257265005d21f9/ec29253dd104d7d30625741d005c6c8c>

López Mendoza, M. (16 de julio de 2020). Qué es un lenguaje de programación. OpenWebinars. <https://openwebinars.net/blog/que-es-un-lenguaje-de-programacion/>

Martínez, L. (28 de febrero de 2021). ¿Qué es el desarrollo web? Descubre los fundamentos para crear tu sitio web. CREHANA. <https://www.crehana.com/blog/desarrollo-web/que-es-desarrollo-web/>

Mercedes. (11 de septiembre de 2017). ¿Qué es el desarrollo web? OpenClassrooms ES. <https://blog.openclassrooms.com/es/2017/09/11/que-es-el-desarrollo-web/>

Netec. (s.f.). ¿Qué es programación? <https://www.netec.com/que-es-programacion>

NIC Argentina. (diciembre de 2017). ARPANET: El origen de Internet. <https://nic.ar/es/enterate/novedades/arpamet-el-origen-de-internet>

Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) (01 de septiembre de 2021). ¿Qué es la propiedad intelectual? <https://www.wipo.int/about-ip/es/>

Peçanha, V. (25 de febrero de 2019). ¿Qué es el Marketing Digital o Marketing Online? Descubre cómo impulsar tu marca con esta estrategia. Rock Content Blog. <https://rockcontent.com/es/blog/marketing-digital/>

Peiró, R. (08 de junio de 2021). Usuario. <https://economipedia.com/definiciones/usuario.html>

Pérez Porto, J. y Gardey, A. (2010). Definición de emprendimiento. Definición.de. <https://definicion.de/emprendimiento/>

Portocarrero Lacayo, A.V. (2010). El sector textil y confección y el desarrollo sostenible en Nicaragua. Centro Internacional para el Comercio y el Desarrollo Sostenible – International Centre for Trade and Sustainable Development (ICTSD). <https://core.ac.uk/download/pdf/35142637.pdf>

PRONicaragua. (2021). Dónde están ubicadas y qué producen las Zonas Francas en Nicaragua. <https://pronicaragua.gob.ni/es/noticias/2778-donde-estan-ubicadas-que-producen-las-zonas-franca/>

Raffino, M.E. (2020). Emprendedor. Concepto. <https://concepto.de/emprendedor-2/>

Ramos, G. (noviembre de 2014). Definición de cliente. Economía. <https://economia.org/cliente.php>

Estrada, R. (26 de febrero de 2019). Estrategias de UI/UX que enamoren usuarios. Comunidad TX. <https://www.comunidadtx.com/ui-ux-estrategias/>

Roca Chillida, J. M. (s.f.). ¿Qué es un emprendedor? Informe TIC fácil. <https://www.informeticplus.com/que-es-un-emprendedor>

Romero, J. (2021). Economista: Emprender en Nicaragua es un tema de necesidad. VOS TV. <https://www.vostv.com.ni/economia/16521-nicaragua-lidera-encuesta-sobre-emprendimientos-en/>

Significados.com. (2019). Emprendimiento. <https://www.significados.com/emprendimiento/>

Significados.com. (07 de julio de 2021). Significado de programación. <https://www.significados.com/programacion/>

Tecoloco Nicaragua. (s.f.) Empresas en rubro textil en Nicaragua. <https://www.tecoloco.com.ni/empresas-textil>

Umaña, L. (2019). Lanza plataforma digital para promover emprendimientos de personas con discapacidad. El 19 Digital. <https://www.el19digital.com/articulos/ver/titulo:87332->

[lanzan-plataforma-digital-para-promover-empresarios-de-personas-con-discapacidad](#)

We Are Social y Hootsuite. (enero de 2021). Digital 2021: Global Overview Report.

https://hootsuite.widen.net/s/zcdrtxwczn/digital2021_globalreport_en

Anexo

Instrumentos de Recolección de Datos

Encuesta

Plataforma virtual para emprendimientos

“Hecho en Nicaragua” es un proyecto pensado en el apoyo de emprendimientos, así como también para facilitar la búsqueda a los usuarios como usted, de modo que se ahorre el tener que buscar el producto de su interés entre tantos perfiles, pues tendrá los emprendimientos que lo ofertan en una misma página.

Datos Generales

Sexo *

Marca solo un óvalo

- Mujer
- Hombre
- Otros:
-

Edad *

Marca solo un óvalo

- 14 – 20
- 21 – 30
- 31 – 40
- 41+

Preguntas

¿Utiliza algún medio digital para buscar un producto? *

Marca solo un óvalo

- Sí
- No

¿Cuáles son los medios que utiliza? *

Selecciona todas las opciones que correspondan

- Facebook
- Instagram
- Twitter
- Tik – Tok
- Snapchat
- Otros:

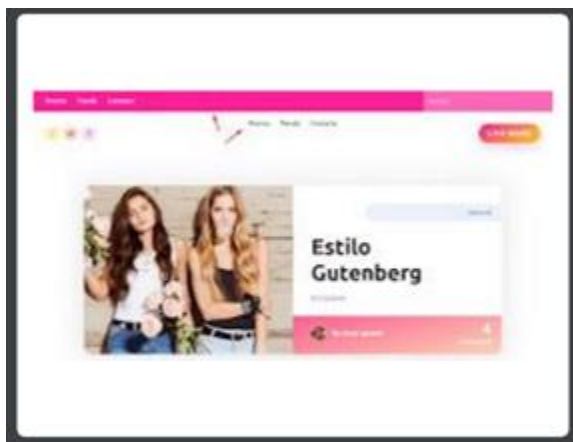
1. ¿Cuáles son principales problemas que tiene para localizar lo que buscas? *

Marca solo un óvalo.

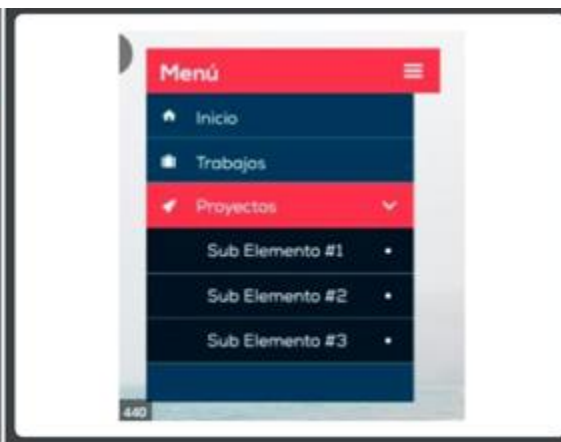
- Falta de datos de contacto o locación
- Encuentro un emprendimiento con el mismo nombre, pero no el que quiero.
- Encuentro la categoría que busco, pero en una localización diferente a la mía.
- Otros:

2. ¿Te gustaría que las opciones del menú sean en la parte del menú o sean en la parte del menú o sea desplegable? *

Marca solo un óvalo.



Parte superior



Desplegable

3. ¿Te gustaría que tuviera un icono que te lleve a la página o solamente te aparezca la información? *

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No

4. ¿Te gustaría ver las imágenes de los productos de forma estática o carrusel? *

Marca solo un óvalo.

- Estática
 Carrusel

5. ¿Te gustaría que, al hacer clic en la imagen, se agrande o solo se haga zoom en un parte? *

Marca solo un óvalo.



Zoom al pasar el mouse

Agrandar la imagen

6. ¿Te gustaría que cuente con sección de comentarios? *

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No

7. ¿Te gustaría poder decir que te gustó un producto por medio de un corazón? *

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No

8. ¿Le gustaría que fuesen mostrados en el área inferior más productos de un mismo emprendedor además del que está buscando? *

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No

9. Por favor, marque los siguientes incisos en base a la información que sería de interés para usted con respecto a los emprendimientos: *

Selecciona todas las opciones que correspondan.

- Si cuenta con local físico
- Dirección del local físico
- Datos contacto del emprendedor (teléfono, email)
- Ferias físicas donde se puede encontrar

Entrevista

La información solicitada a continuación será de utilidad para elaborar una ficha técnica de su negocio en el documento de tesis, como también un perfil de su emprendimiento en prototipo de un portafolio digital como parte del proyecto a presentarse para obtener el título de Licenciatura en Arte Digital y Animación en la Universidad Católica Redemptoris Mater (UNICA). Agradecemos de antemano su tiempo y colaboración.

Ficha técnica de su emprendimiento

- Nombre del emprendimiento:
- Numero de contacto:
- Correo electrónico:
- Propietario/a
- Página web
- Redes sociales
- Ubicación (Ciudad o dirección en caso de contar con local físico)

Por favor responda las siguientes preguntas según su criterio. Puede extenderse tanto como usted estime adecuado

1. ¿Ha notado alguna desventaja o necesidad en su experiencia según su experiencia usando redes sociales como medio de promoción para su negocio? De ser así, describa cuál.

2. ¿Considera necesario una plataforma enfocada en emprendimientos artesanales emergentes o bien, pequeños y medianos, en la que pueda encontrarse un catálogo con información de los mismos y los productos que ofrecen?

3. ¿Estaría interesado/a en promover su marca o productos haciendo uso de una plataforma virtual que aloje un portafolio de emprendimientos nacionales dedicados a la industria textil?

Sí

No

4. De estar interesado/a, ¿Qué función cree que debería implementarse en la plataforma para cubrir la problemática o necesidad expuesta en la primera pregunta? O bien, ¿Cuáles son sus expectativas?

5. ¿Qué elementos visuales le resultan llamativos al momento de visitar una página web? Ejemplo: las formas, la organización del espacio, la tipografía, el color, etc.

6. A continuación, se muestra una lista con las propuestas de nombre para la plataforma, por favor seleccione la que, según su opinión, refleje los siguientes términos: artesanía, patriotismo, productos nicaragüenses, sencillez.

Cadena de emprendedores

Puro Pinolero

Juntos como uno

CDEAN, Cadena de Emprendedores y Artesanos Nicaragüenses

Nicaragua Handmade

Lagos y volcanes Nicaragua

Craftmade de Nicaragua

Hecho en Nicaragua

Ficha Técnicas de los Emprendimientos

Tabla 7

Ficha técnica #1: Bordados Arte Sana

	ARTE SANA	
	Ubicación: Tienda Online	Redes Sociales: @bordados_artesana (Instagram)
	Número Tel: 2258 8695	
	Correo Electrónico: artesana09@gmail.com	Producto: piezas bordadas
Descripción: Me gusta ilustrar mis pensamientos, espacio creativo para bordados hechos por manos nicaragüenses.		

Tabla 8

Ficha técnica #2: Cardo Bordado a Mano

	CARDO BORDADO A MANO	
	Ubicación: Tienda Online	Redes Sociales: @cardobordadoamano (Instagram)
	Número Tel: -	Cardo Bordado a mano (Facebook)
	Correo electrónico: alissacardoza@gmail.com	Producto: piezas bordadas
Descripción: Bordados a mano autodidácticos. Piezas varias elaboradas con mucho amor en Nicaragua.		

Tabla 9

Ficha técnica #3 Detalles de Abuelita

	DETALLES DE ABUELITA	
	Ubicación: Tienda Online	Redes Sociales: @detallesdelaabuelita (Instagram)
	Número Tel: 7744 3704	
	Correo Electrónico: isabelcordero1844@gmail.com	Producto: piezas tejidas
Descripción: Hermanas emprendedoras disfrutando del arte de tejer, aburridos de la monotonía. Dedicada a la elaboración de detallitos tejidos a mano.		

Tabla 10

Ficha técnica #4 Hand Made Embroidery

	HAND MADE EMBROIDERY	
	Ubicación : Tienda Online	Redes Sociales: @hand_made.embroidery (Instagram)
	Número Tel: 5833 9992	
	Correo electrónico: itzayana.vivas07@gmail.com	Producto: piezas bordadas
Descripción: Detalles personalizados, hechos con manos nicas (de todo un poco).		

Tabla 11*Ficha técnica #5 Heaven MiasKar*

	HEAVEN MIASKAR	
	Ubicación : Tienda Online	Redes Sociales: @heaven_mknic (Instagram)
	Número Tel: 8839 0984	Heaven MiasKar (Facebook)
	Correo electrónico: heavenmk@gmail.com	Producto: ropa para damas
	Descripción: Hermanas aspirantes al diseño de moda, y nuestro emprendimiento se basa en la elaboración de indumentaria.	

Tabla 12*Ficha Técnica #6: Hilos*

	HILOS	
	Ubicación: Tienda Online	Redes Sociales: @hilos_tienda (Instagram)
	Número Tel: 8697 8094	Página web: -
	Correo electrónico: -	Producto: aplicaciones a crochet
	Descripción: Hilos se dedica al tejido a crochet de aplicaciones para camisas de dama, dándole así un toque más divertido y bonito a las prendas. Es una tienda orgullosamente nicaragüense y 100% a mano.	

Tabla 13*Ficha técnica #7: Izel*

	IZEL	
	Ubicación: Tienda Online	Redes Sociales: @izelnic (Instagram)
	Número Tel: 8623 2229	Página Web: -
	Correo electrónico: izelnic@gmail.com	Producto: ropa para damas
	Descripción: IZEL es una marca emergente de origen nicaragüense. Todas nuestras prendas son elaboradas por manos nicaragüenses en Nicaragua y nuestro propósito es expandir nuestros conocimientos en moda y poder compartir un poco de nuestro arte con el mundo entero eventualmente IZEL tiene proyecto de expandirse a nivel nacional e internacional.	

Tabla 14*Ficha técnico #8 Mary's Confections*

	MARY'S CONFECTIONS	
	Ubicación: 2da entrada Las Colinas, Plaza Isabella	Redes Sociales: @marysconfections (Instagram)
	Número Tel: 8996 9025	Página Web: -
	Correo electrónico: maryconfec@gmail.com	Producto: ropa con aplicaciones bordadas para niños
	Descripción: Bordados finos 100% hechos a mano nicaragüense, con especialidad en pellizco.	


Tabla 15

Ficha técnica #9: Moon River

	MOON RIVER	
	Ubicación: Tienda Online	Redes Sociales: @moonriver_20 (Instagram)
	Número Tel: 7819 0504	Página Web: https://www.flowcode.com/page/moonriver
	Correo electrónico: rivermoon67@gmail.com	Producto: piezas bordadas
	Descripción: Soy Silvia Segovia, me dedico a la elaboración de piezas bordadas a mano. También comparto tips en redes para que otros puedan aprender y ofrezco kits de bordado.	

Tabla 16

Ficha técnica #10: Sacuani

	SACUANI	
	Ubicación: Tienda Online	Redes Sociales: @sacuani_sm (Instagram)
	Número Tel: 8136 6916	Página web: -
	Correo electrónico: sacuanism@gmail.com	Producto: piezas bordadas
	Descripción: Soy Sharon May, una creadora queer encantada con la expresión de ser a través del arte hecho a mano.	

Tablas**Tabla 17**

Presupuesto

PRESUPUESTO DE INVERSIÓN	
DESCRIPCIÓN	TOTAL
Costos por inversión inicial	
Adobe Creative Cloud	US\$52.99
Alojamiento (hosting) + Dominio + SSL	US\$2.59
Registro de programa de cómputo en MIFIC	US\$100
Solicitud de inscripción	US\$100
Registro de otros actos o doc.	US\$70
Expedición de duplicados	US\$30
Gastos operativos	US\$40
Diseño de interfaz gráfica	US\$450
Desarrollo web	US\$650
Redacción de contenido web	US\$150
Examen de MIFIC (fijado por el organismo)	US\$100
Total presupuesto:	US\$1,745.58

- **Alojamiento (hosting):** servicio de sistema de almacenamiento del contenido en la web.
- **Dominio:** nombre único que identifica a cada sitio web, este es irrepitable.
- **SSL:** conocida también como "Seguridad de la capa de transporte", son protocolos para navegadores web utilizados para garantizar la seguridad de las comunicaciones en Internet.
- Estos valores están basados en el tamaño inicial de la plataforma.
- Se consultó a personal senior y junior sobre el costo estimado por el diseño de interfaz gráfica de usuario y desarrollo web, de estos montos se calculó el promedio para obtener el valor estimado.
- Se presentan los montos en dólar americano para omitir el deslizamiento del tipo de cambio con respecto a la moneda local en córdoba.

Tabla 18
Presupuesto Operativo

PRESUPUESTO OPERATIVO				
DESCRIPCIÓN	POR HORA	SEMANAL	MENSUAL	ANUAL
Mantenimiento	US\$5	US\$30	US\$120	US\$1,440
Gastos operativos			US\$40	US\$480
Tasas anuales				US\$70
Alojamiento (hosting) + Dominio + SSL			US\$5.99	US\$71.88
Adobe Creative Cloud			US\$59.99	US\$635.88
Total presupuesto:				US\$2,697.76

- Para el mantenimiento se consideran pequeños ajustes o adecuaciones en el diseño y funcionalidad de la aplicación. Un cambio mayor, sería considerado como un nuevo proyecto.
- El costo por alojamiento, dominio y SSL pueden variar en dependencia del crecimiento que tenga la plataforma en un futuro.
- Los costos operativos son proyectados, estos pueden variar por elementos externos, como por ejemplo ajustes o modificaciones de regulaciones gubernamentales que afecten a la plataforma.

Gráficos

Ilustración 27

Resultados del nombre de la plataforma

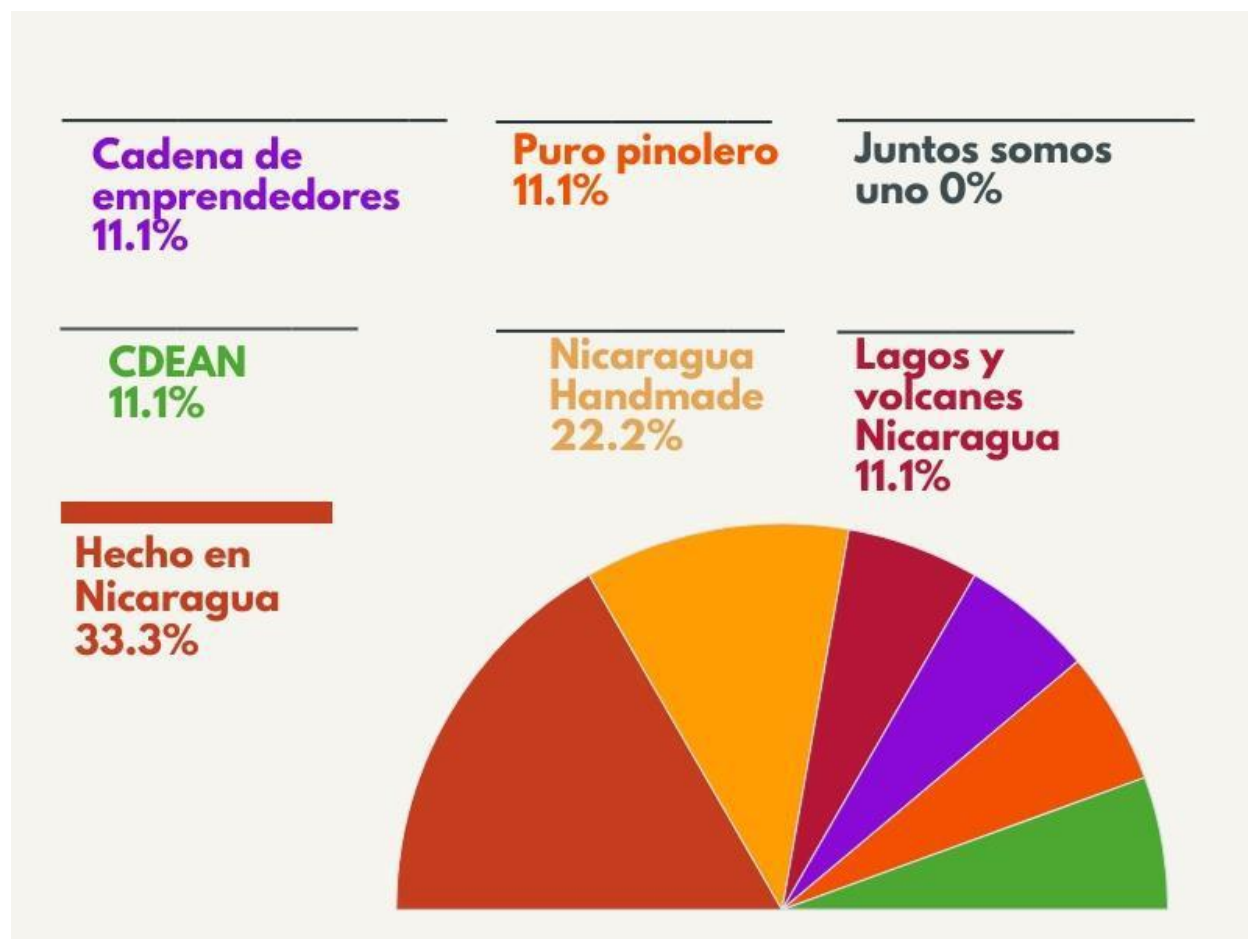


Tabla 19
Cronograma de Desarrollo de la Plataforma

ACTIVIDADES	SEPTIEMBRE													OCTUBRE																																	
	SEMANA UNO			SEMANA DOS				SEMANA TRES			SEMANA CUATRO			SEMANA CINCO			SEMANA SEIS			SEMANA SIETE			SEMANA OCHO																								
	Lun 6	Mar 7	Mié 8	Jue 9	Vie 10	Lun 13	Mar 14	Mié 15	Jue 16	Vie 17	Lun 20	Mar 21	Mié 22	Jue 23	Vie 24	Lun 27	Mar 28	Mié 29	Jue 30	Vie 1	Lun 4	Mar 5	Mié 6	Jue 7	Vie 8	Lun 12	Mar 13	Mié 14	Jue 15	Vie 16	Lun 19	Mar 20	Mié 21	Jue 22	Vie 23	Lun 26	Mar 27	Mié 28	Jue 29	Vie 30							
Diseño de línea gráfica y estructura de la plataforma.																																															
Maquetación de página de inicio usando HTML, CSS y jQuery.																																															
Maquetación de página de categorías usando HTML y CSS.																																															
Modificación de código en página de inicio para mejor rendimiento																																															
Maquetación de página de contacto usando HTML y CSS.																																															
Diseño responsive de la página principal con Media Query.																																															
Diseño responsive de la página de categorías.																																															
Diseño responsive de la sección de contáctanos.																																															
Validación del diseño y funcionalidad responsive.																																															
Modificación de código en página de categorías para mejor rendimiento																																															
Revisión del diseño de la página																																															
Validación final de la plataforma																																															

Pruebas Funcionales

Formulario

Ilustración 28

Encabezado Prueba Funcional

Prueba Funcional

El motivo de este formulario es validar la funcionalidad de la plataforma "Hecho en Nicaragua" a través de la aplicación de pruebas funcionales realizada por usuarios.

Por favor responda los siguientes ítems en base a su experiencia ingresando a la página web y llevando a cabo una acción dentro de ella. La información compartida será de gran ayuda para medir y certificar su funcionalidad.

Enlace: <https://hecho-en-nicaragua.netlify.app/index.html>

*Obligatorio

Ilustración 30
Prueba Funcional

7. Incidencias detectadas

¿Noto algún error? Por favor descríballo.

8. Estado de la incidencia

(Opcional)

Marca solo un óvalo.

Pendiente

Superada

Resultados

Tabla 20

Prueba de Funcionalidad #1

PRUEBA DE FUNCIONALIDAD	
Realizada por	Usuario proveedor - Mujer
Fecha	2/11/2021
Dispositivo	Computadora
Breve descripción	Fui a la página de contáctanos para probar si podía llenar la ficha de inscripción para los emprendimientos
Objetivo	Validar la funcionalidad del formulario de inscripción para los emprendimientos
Puntuación	Aceptable
Incidencias detectadas	Ninguna
Estado de la incidencia	Ninguno

Tabla 22

Prueba de Funcionalidad #2

PRUEBA DE FUNCIONALIDAD	
Realizada por	Usuario proveedor - Mujer
Fecha	2/11/2021
Dispositivo	Computadora
Breve descripción	Ingresé a las categorías que proponen y observé los productos de cada marca por categorías
Objetivo	Validar la navegación en la página web
Puntuación	Aprobado
Incidencias detectadas	Ninguna
Estado de la incidencia	Ninguno

Tabla 21

Prueba de Funcionalidad #3

PRUEBA DE FUNCIONALIDAD	
Realizada por	Usuario consumidor - Mujer
Fecha	2/11/2021
Dispositivo	Teléfono móvil
Breve descripción	Tratar de contactar al servicio al cliente
Objetivo	Validar la funcionalidad del formulario de consultas
Puntuación	Aceptable
Incidencias detectadas	Demora al cargar la página
Estado de la incidencia	Pendiente

Tabla 23

Prueba de Funcionalidad #4

PRUEBA DE FUNCIONALIDAD	
Realizada por	Usuario consumidor - Hombre
Fecha	2/11/2021
Dispositivo	Computadora
Breve descripción	Visualicé los apartados de ¿Quiénes somos? Visión y Misión, después ingresé a Categorías, seleccioné Confección para ver la información y productos de Heaven MiasKar
Objetivo	Validar la visibilidad de los emprendimientos al seleccionar una categoría
Puntuación	Aprobado
Incidencias detectadas	A nivel visual, el cambio de aspecto al seleccionar un ícono o situarse sobre este se puede mejorar
Estado de la incidencia	Pendiente

Tabla 24

Prueba de Funcionalidad #5

PRUEBA DE FUNCIONALIDAD	
Realizada por	Usuario consumidor - Mujer
Fecha	2/11/2021
Dispositivo	Teléfono móvil
Breve descripción	Ver la opción de ver más y regresar a inicio
Objetivo	Validar la funcionalidad del menú
Resultado	Aprobado
Incidencias detectadas	Ninguna
Estado de la incidencia	Ninguno

Tabla 25
Prueba de Funcionalidad #6

PRUEBA DE FUNCIONALIDAD	
Realizada por	Usuario consumidor - Mujer
Fecha	2/11/2021
Dispositivo	Teléfono móvil
Breve descripción	Ingresé a los productos que ofrecen desde la opción de ver más
Objetivo	Validar la funcionalidad de la opción "ver más" en Inicio
Puntuación	Aprobado
Incidencias detectadas	Ninguna
Estado de la incidencia	Ninguno

Ilustraciones

Ilustración 31

Buyer Persona - Público A



Mabel Carmona (53)

INFORMACIÓN:
Mabel es una mujer emprendedora, vive en la ciudad de Managua y es madre soltera de tres hijos. Es propietaria de su propia marca de camisas con aplicaciones tejidas, la cual lleva meses en el mercado.

DETALLES:
Mabel es una persona trabajadora. Le gusta mucho la cocina, especialmente la de su país, y las artes manuales.

Durante su vida laboral se desempeñó en el área de mercadeo, sin embargo, hace meses decidió renunciar a su empleo y emprender, montando su propio negocio de camisas para damas con aplicaciones tejidas hechas a mano.

OBJETIVO:

- Incrementar la visibilidad de su negocio y los productos que ofrece.
- Atraer nuevos clientes.
- Tener una mayor presencia en línea.

INSIGHTS:

- ¿Cómo podría aumentar la cantidad de seguidores y así el número de posibles clientes?
- No sé manejar las redes sociales, ¿cómo puedo solventar esa debilidad?
- Pienso que Instagram no me permite darle visibilidad a mi marca.
- Me gustaría que hubiera un espacio para negocios como el mío, que sea sencillo de utilizar y el contenido está más ordenado.

¿CÓMO PUEDO AYUDARLE?

- Proponiéndole una plataforma virtual que aloje un portafolio de emprendimientos artesanales del sector textil, enfocada en la promoción y exposición de sus productos.
- Proveyéndole una página web dividida en categorías y sencilla de utilizar.

RETOS:

- Tiene poco conocimiento con respecto al uso de los medios digitales.
- Se siente intimidada por todo lo relacionado con el internet.

PUNTOS DE DOLOR:

- Estoy un poco más familiarizada con Instagram ya que es la aplicación que uso desde un inicio.
- Puedo considerar alguna otra red social como alternativas.

CANALES QUE FRECUENTA PARA LA PROMOCIÓN DE SUS PRODUCTOS:

- Instagram
- Publicidad de boca en boca.

MENSAJE:

Me gustaría contar con una plataforma que ayude a impulsar a los emprendimientos como el mío.

Ilustración 33

Buyer Persona - Público B



Mitchell González (29)

INFORMACIÓN:
Mitchell vive en Managua, tiene una licenciatura en mercadotecnia y es ejecutiva de medios en una agencia de publicidad de Nicaragua.

DETALLES:
Mitchell es una persona responsable, madura y con objetivos definidos: soltera y sin hijos. En su tiempo libre disfruta leer mangas, ver series coreanas, escuchar música y consultar tendencias de moda en la aplicación Pinterest, además le gusta mantenerse en forma.

OBJETIVO:

- Adquirir una camisa con un bordado de su gatita, que sea hecho a mano y el negocio esté localizado en Managua o tenga la opción de envío a la capital.

INSIGHTS:

- He buscado negocios que me ofrezcan ese tipo de producto pero solo encuentro fuera del país. ¿Cómo puedo hacer para ver solo negocios locales?
- Encontré algunos perfiles pero no actualizan desde hace meses. ¿Seguirán vigentes?
- No puedo encontrar exactamente lo que estoy buscando.

¿CÓMO PUEDO AYUDARLE?

- Ofreciéndole un portafolio de emprendimientos que ofrezcan el tipo de producto que busca y que estén localizados en la ciudad de Managua.
- Proporsionándole información actualizada y real tanto del negocio como del producto de su interés.
- Mediante un sistema de búsqueda categorizado, de modo que el proceso resulte más sencillo y eficaz.

RETOS:

- Cuenta con poco tiempo para realizar la búsqueda.
- Es indecisa, por lo que necesita contar con suficiente información para comparar y tomar una decisión.

PUNTOS DE DOLOR:

- Puede considerar una camiseta serigrafada como una solución más rápida.
- Puede preferir seguir realizando la búsqueda a través de redes sociales.
- Podría asistir a un taller o tienda física para buscar el producto que necesita.

CANALES QUE FRECUENTA PARA LA ADQUISIÓN O BÚSQUEDA DE PRODUCTOS:

- Redes sociales
- WhatsApp
- En persona

MENSAJE:

"Amo a mi gatita y me gustaría poder tener una camisa con un bordado inspirado en ella".

Ilustración 32

Arte para Publicidad #3



Nicaragua es tierra de lagos y volcanes,
pero también es la cuna de personas
talentosas y emprendoras

Encuentra productos de calidad
elaborados 100% a mano
al alcance de un click

visita nuestro portafolio en línea de
emprendimientos textiles de origen artesanal:

<https://hecho-en-nicaragua.netlify.app/>



Ilustración 34*Arte para Publicidad #4*


HILOS, COSTURA CREATIVA

“Hecho a mano es sinónimo de hecho con el corazón”.

Encuentra productos de calidad elaborados 100% a mano
al alcance de un click

visita nuestro portafolio en línea de emprendimientos textiles de origen artesanal:

<https://hecho-en-nicaragua.netlify.app/>

HECHO EN NICARAGUA

Ilustración 35*Arte para Publicidad #5*


MARY'S CONFECTIONS

“Todo vale la pena si lleva hilo, tela y puntadas de amor”.

Encuentra productos de calidad elaborados 100% a mano
al alcance de un click

visita nuestro portafolio en línea de emprendimientos textiles de origen artesanal:

<https://hecho-en-nicaragua.netlify.app/>

HECHO EN NICARAGUA

Ilustración 36

Arte para Publicidad #6

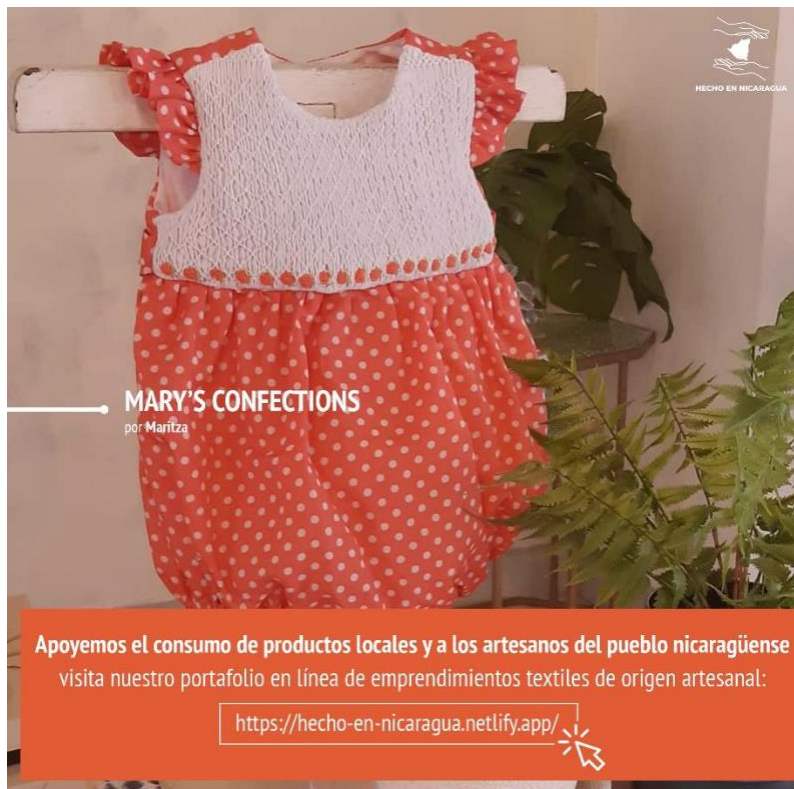


Ilustración 37

Arte para Publicidad #7



Ilustración 38

Vista Previa de un Arte en el Perfil de Instagram

The image shows an Instagram post from the account 'hechoennicaragua.web' located in Managua, Nicaragua. The post features a photograph of a handmade dress with a white lace bodice and a red skirt with white polka dots, hanging on a wooden hanger. A watermark 'MARY'S CONFECTIONS por Maritza' is visible on the dress. Below the photo is an orange banner with white text: 'Apoyemos el consumo de productos locales y a los artesanos del pueblo nicaragüense visita nuestro portafolio en línea de emprendimientos textiles de origen artesanal: https://hecho-en-nicaragua.netlify.app/'. The post has 523 likes and a caption that reads: 'hechoennicaragua.web Visita nuestro portafolio en línea de emprendimientos textiles para conocer los productos elaborados por artesanos nicaragüenses. Enlace en la biografía'. The post was made 9 minutes ago. The Instagram interface at the bottom shows icons for home, search, post, activity, and profile.

hechoennicaragua.web
Managua, Nicaragua

MARY'S CONFECTIONS
por Maritza

Apoyemos el consumo de productos locales y a los artesanos del pueblo nicaragüense
visita nuestro portafolio en línea de emprendimientos textiles de origen artesanal:
<https://hecho-en-nicaragua.netlify.app/>

523 likes
hechoennicaragua.web Visita nuestro portafolio en línea de emprendimientos textiles para conocer los productos elaborados por artesanos nicaragüenses.
 Enlace en la biografía
9 MINUTES AGO · SEE TRANSLATION

Ilustración 39

Vista Previa del Perfil de Hecho en Nicaragua en Instagram



Ilustración 40
Boceto del Diseño de la Plataforma #1



Ilustración 41

Boceto del Diseño de la Plataforma #2

