



UNICIT
UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA
DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

Línea de investigación: Economía creativa, industrias culturales y creativas

“Diseño de identidad visual conmemorativa para el décimo aniversario de Easy Express Nicaragua, 2026.”

Perfil de proyecto para optar al título de: Diseño Gráfico

Licenciado (a) en Diseño Gráfico:

Karen Sophia Vaca Aguilar

Madeline Elizabeth Amador Jiménez

Asesora:

MSc. Lucia Argentina Cruz Cabrera

Managua, Nicaragua

Julio 2026

Dedicatoria

Dedicamos este trabajo al universo, por permitir que cada experiencia, aprendizaje y oportunidad nos guiara hasta este momento.

Yo, Madeline Amador, dedico este trabajo a mi madre y a mi hermana, quienes han sido mi mayor fuente de inspiración, fortaleza y apoyo durante cada etapa de mi vida. Gracias por acompañarme en este camino académico, por creer en mí incluso en los momentos más difíciles y por brindarme siempre su amor, comprensión y palabras de aliento. Este logro también les pertenece, porque sin su apoyo incondicional no habría sido posible llegar hasta aquí.

Yo, Karen Vaca, dedico este trabajo a mis hermanas y a mi suegra, quienes me han brindado su apoyo, confianza y motivación a lo largo de este proceso. Gracias por estar presentes en cada desafío, por impulsarme a continuar adelante y por creer en mis capacidades. Su compañía y respaldo fueron fundamentales para alcanzar esta importante meta académica.

También queremos dedicar este proyecto a nosotras mismas, porque conocemos el esfuerzo, la dedicación, las horas de trabajo, las preocupaciones y el compromiso que implicó desarrollar esta investigación. Cada página representa el resultado de nuestra dedicación y el deseo constante de superación profesional y personal.

Finalmente, dedicamos esta monografía a todas aquellas personas que, de una u otra forma, formaron parte de este proceso y contribuyeron a nuestro crecimiento académico y personal.

Agradecimiento

Agradecemos al universo por acompañarnos durante este proceso académico, por las oportunidades de aprendizaje, las experiencias vividas y la fortaleza necesaria para superar cada reto que se presentó en el camino.

Yo, Madeline Amador, agradezco profundamente a mi madre y a mi hermana por su amor incondicional, paciencia y apoyo constante. Gracias por motivarme a seguir adelante, por creer en mis sueños y por acompañarme durante cada etapa de mi formación profesional.

Yo, Karen Vaca, agradezco sinceramente a mis hermanas y a mi suegra por su comprensión, confianza y apoyo permanente. Gracias por sus consejos, por sus palabras de ánimo y por brindarme la motivación necesaria para culminar esta importante etapa de mi vida académica.

Expresamos también nuestro agradecimiento a nuestros docentes y asesores por compartir sus conocimientos y orientarnos durante el desarrollo de esta investigación. De igual manera, agradecemos a Easy Express Nicaragua por brindar la información y el contexto necesarios para la realización de este proyecto.

Finalmente, nos agradecemos mutuamente por el compromiso, la responsabilidad, la dedicación y el trabajo en equipo que hicieron posible la culminación exitosa de esta monografía.

Índice general

Índice de tablas.....	9
Índice de figuras	10
Resumen ejecutivo.....	12
1. Introducción	14
2. Antecedentes	16
3. Justificación	19
4. Objetivo general y específicos	21
5. Marco conceptual	22
5.1 Diseño gráfico	22
5.2 Comunicación visual	24
5.3 Identidad corporativa.....	25
5.4 Identidad visual	27
5.5 Identidad visual conmemorativa.....	28
5.6 Branding.....	30
5.7 Sistema gráfico	31
5.8 Concepto de marca	32
5.9 Logotipo	34
5.10 Tipografía	35
5.11 Señalética	36
5.12 Aplicaciones gráficas	38
5.13 Proceso de diseño	39
6. Estudio de mercado.....	41
6.1 Caracterización de la empresa	41
6.1.1 Reseña histórica de Easy Express Nicaragua	41
6.1.2 Información general de la empresa	42
6.1.3 Situación actual de la empresa	43

6.2 Metodología de la investigación	44
6.3 Población y muestra.....	45
6.4 Técnicas e instrumentos de recolección de información	46
6.4.1 Entrevista semiestructurada	46
6.4.2 Observación directa	47
6.4.3 Análisis documental	47
6.5 Síntesis descriptiva de los resultados.....	48
6.5.1 Resultados de la entrevista semiestructurada	48
6.5.2 Resultados de la observación directa.....	49
6.5.3 Resultados del análisis documental	49
6.6 Triangulación de la información.....	50
6.7 Análisis e interpretación de resultados	52
6.7.1 Percepción de Easy Express Nicaragua.....	52
6.7.2 Importancia del décimo aniversario	53
6.7.3 Expectativas sobre la celebración	54
6.7.4 Participación e interés del público	55
6.8 Diagnóstico general.....	56
7. Estudio técnico y organizativo.....	58
7.1 Estudio técnico.....	58
7.1.1 Localización	58
7.1.2 Alcance de la propuesta	59
7.1.3 Recursos tecnológicos.....	60
7.1.4 Especificaciones técnicas	61
7.1.5 Materiales y suministros	62
7.1.6 Proveedores sugeridos.....	62
7.1.7 Control de calidad	63
7.2 Estudio organizativo.....	64

7.3 Costos del proyecto.....	64
8. Proceso de diseño	66
8.1 Proceso de diseño	66
8.2 Conceptualización de la propuesta	66
8.2.1 Concepto creativo	67
8.2.2 Moodboard	68
8.3 Desarrollo de la marca conmemorativa	69
8.3.1 Bocetaje y exploración de ideas.....	69
8.3.2 Marca conmemorativa	70
8.4 Desarrollo visual.....	71
8.4.1 Paleta cromática.....	72
8.4.2 Sistema tipográfico.....	73
8.4.3 Sistema gráfico	74
8.4.4 Versiones de la marca conmemorativa	75
8.5 Aplicaciones de la identidad visual	76
8.5.1 Señalética.....	77
8.5.2 Photobooth	78
8.5.3 Muro de recuerdos	79
8.5.4 Ruleta interactiva	80
8.5.5 Trivia interactiva	81
8.5.6 Aplicaciones digitales	82
8.5.7 Kit conmemorativo.....	83
8.6 Visualización general de la propuesta.....	85
9. Conclusiones	87
10. Recomendaciones	89
11. Referencias bibliográficas	90
12. Anexos	92

Anexo 1. Guía de entrevista semiestructurada	92
Anexo 2. Caracterización de los participantes de la investigación	93
Anexo 3. Guía de observación directa.....	94
Anexo 4. Evidencias de las respuestas obtenidas mediante la entrevista semiestructurada	96
Anexo 5. Cotizaciones y presupuesto referencial.....	100
Anexo 6. Análisis de la competencia	100

Índice de tablas

Tabla 1. Triangulación de la información.....	51
Tabla 2. Aplicaciones desarrolladas para la propuesta de identidad visual conmemorativa.	59
Tabla 3. Recursos tecnológicos utilizados en el desarrollo del proyecto.....	60
Tabla 4. Especificaciones técnicas generales.....	61
Tabla 5. Materiales previstos para la producción de las aplicaciones gráficas.	62
Tabla 6. Proveedores sugeridos para la producción de las aplicaciones.	63
Tabla 7. Responsables y funciones para la implementación de la propuesta.	64
Tabla 8. Caracterización de los participantes de la investigación.....	93
Tabla 9. Resultados de la observación directa aplicada en las instalaciones de Easy Express Nicaragua.	94

Índice de figuras

Figura 1. Distribución estimada del presupuesto para la implementación de la propuesta de identidad visual conmemorativa.	65
Figura 2. Moodboard e inspiración visual utilizado durante la fase de conceptualización	69
Figura 3. Bocetos preliminares para el desarrollo de la identidad visual conmemorativa.	70
Figura 4. Concepto de construcción de la marca conmemorativa.	71
Figura 5. Retícula de construcción de la marca conmemorativa.	71
Figura 6. Marca conmemorativa y sus variaciones.	72
Figura 7. Paleta cromática utilizada para el desarrollo de la identidad visual conmemorativa.	73
Figura 8. Tipografías seleccionadas para las aplicaciones gráficas de la propuesta.	73
Figura 9. Personajes corporativos utilizados como recursos visuales.	74
Figura 10. Recursos gráficos e iconografía logística utilizados para reforzar la comunicación.	75
Figura 11. Patrones, ilustraciones y formas gráficas del sistema visual.	75
Figura 12. Versión negativa de la marca conmemorativa sobre fondo de color.	76
Figura 13. Versión positiva de la marca conmemorativa sobre fondo blanco.	76
Figura 14. Ficha técnica de la señalética.	77
Figura 15. Mockup de aplicación de la señalética.	77
Figura 16. Ficha técnica del photobooth.	78
Figura 17. Mockup de aplicación del photobooth.	78
Figura 18. Ficha técnica del muro de recuerdos.	79
Figura 19. Mockup de aplicación del muro de recuerdos.	79
Figura 20. Ficha técnica de la ruleta interactiva.	80
Figura 21. Mockup de aplicación de la ruleta interactiva.	80
Figura 22. Ficha técnica de la trivia interactiva.	81
Figura 23. Interfaz de la trivia en la plataforma Kahoot.	81
Figura 24. Propuesta de publicaciones para Instagram.	82
Figura 25. Propuesta de publicaciones para WhatsApp.	83
Figura 26. Propuesta de publicaciones para Facebook.	83
Figura 27. Propuesta de aplicación de la identidad visual conmemorativa en el sitio web.	83
Figura 28. Kit conmemorativo del décimo aniversario.	84
Figura 29. Aplicaciones del kit conmemorativo.	85
Figura 30. Pin conmemorativo y bolsita de presentación.	85
Figura 31. Visualización general de la propuesta de identidad visual conmemorativa.	86
Figura 32. Guía de entrevista semiestructurada aplicada a clientes y colaboradores de Easy Express Nicaragua.	93
Figura 33. Local de Easy Express Nicaragua.	96
Figura 34. Respuestas sobre la percepción de Easy Express Nicaragua.	96

Figura 35. Respuestas sobre las principales fortalezas de la empresa.	97
Figura 36. Respuestas sobre el significado de un aniversario empresarial.	97
Figura 37. Respuestas sobre la importancia de comunicar la trayectoria institucional.	97
Figura 38. Actividades esperadas durante la celebración del décimo aniversario.	98
Figura 39. Elementos que contribuyen a generar una experiencia memorable.	98
Figura 40. Percepción sobre el fortalecimiento de la relación entre la empresa y sus clientes.	98
Figura 41. Actividades consideradas de mayor participación.	99
Figura 42. Recomendaciones para la celebración del décimo aniversario.	99
Figura 43. Disposición de los participantes para asistir a la celebración.	99
Figura 44. Cotización proporcionada por el Centro de Convenciones Olof Palme.	100
Figura 45. Publicaciones digitales de Encarga Nicaragua utilizadas para el análisis documental.	100
Figura 46. Publicaciones digitales de 1Click utilizadas para el análisis documental.	100

Resumen ejecutivo

El presente proyecto consiste en el diseño de una identidad visual conmemorativa para el décimo aniversario de Easy Express Nicaragua, con el propósito de comunicar su trayectoria institucional mediante una propuesta gráfica coherente y adaptable a diferentes aplicaciones visuales. La investigación surge ante la necesidad de contar con una identidad visual que represente este hito corporativo y contribuya a fortalecer la comunicación institucional durante su conmemoración.

El objetivo general de la investigación fue diseñar una identidad visual conmemorativa para el décimo aniversario de Easy Express Nicaragua, que permita comunicar su trayectoria institucional mediante una propuesta gráfica coherente y adaptable a diferentes aplicaciones visuales.

La investigación se desarrolló bajo un enfoque cualitativo, de carácter descriptivo-propositivo, empleando entrevistas semiestructuradas, observación directa y análisis documental como técnicas para la recolección de información. Los datos obtenidos fueron analizados mediante un proceso de triangulación, lo que permitió identificar las necesidades comunicacionales de la empresa y fundamentar el desarrollo de la propuesta de diseño.

Como resultado de la investigación, se diseñó una identidad visual conmemorativa integrada por un concepto creativo, un logotipo conmemorativo, un sistema gráfico y diversas aplicaciones impresas, digitales, espaciales e interactivas, entre ellas publicaciones para redes sociales, señalética, photobooth, muro de recuerdos, trivia interactiva, adaptación para sitio web y kit conmemorativo que permiten visualizar la implementación de la propuesta en distintos soportes.

Se concluye que la propuesta proporciona lineamientos gráficos para la comunicación visual del décimo aniversario de Easy Express Nicaragua, permitiendo su aplicación coherente en soportes impresos, digitales, espaciales e interactivos, en correspondencia con la identidad institucional de la empresa.

Palabras clave: identidad visual conmemorativa, comunicación visual, identidad corporativa, branding, diseño gráfico.

1. Introducción

El diseño gráfico desempeña un papel fundamental en la comunicación visual de las organizaciones, ya que permite construir identidades que fortalecen su reconocimiento, diferenciación y proyección institucional. Mediante recursos gráficos estratégicamente planificados, las empresas comunican sus valores, trayectoria y propósito, proyectando una imagen coherente ante sus diferentes públicos.

En este contexto, la conmemoración de un aniversario institucional representa una oportunidad para desarrollar una identidad visual que comunique la trayectoria, los logros y los valores de una organización mediante aplicaciones gráficas coherentes con su imagen corporativa. Esta propuesta fortalece la comunicación institucional y mantiene coherencia visual en las diferentes aplicaciones gráficas.

Easy Express Nicaragua es una empresa dedicada a los servicios de envíos y compras internacionales que ha consolidado su presencia en el mercado nacional. La conmemoración de su décimo aniversario representa una oportunidad para comunicar visualmente su evolución, fortalecer su imagen institucional y proyectar una identidad que refleje los valores y la trayectoria construida durante estos años.

Sin embargo, la empresa no cuenta con una identidad visual conmemorativa que permita comunicar este aniversario de manera coherente y consistente en los diferentes soportes gráficos previstos para su celebración. Esta situación evidencia la necesidad de desarrollar una propuesta de diseño que integre un concepto creativo, un sistema gráfico y aplicaciones gráficas capaces de fortalecer la comunicación institucional del aniversario, conservando la identidad corporativa de Easy Express Nicaragua.

En respuesta a esta necesidad, el presente proyecto tiene como objetivo diseñar una identidad visual conmemorativa para el décimo aniversario de Easy Express Nicaragua, que permita comunicar su trayectoria institucional mediante una propuesta gráfica coherente y adaptable a diferentes aplicaciones visuales.

La investigación se desarrolló bajo un enfoque cualitativo, de carácter descriptivo-propositivo, utilizando entrevistas semiestructuradas, observación directa y análisis documental como técnicas para la recolección de información. Los datos obtenidos fueron analizados mediante un proceso de triangulación, lo que permitió identificar las necesidades comunicacionales de la empresa y fundamentar el desarrollo de la propuesta de diseño.

El alcance de la presente investigación se limita al desarrollo de una propuesta de identidad visual conmemorativa, comprendiendo el diseño conceptual, la marca conmemorativa, el sistema gráfico y sus aplicaciones en medios impresos, digitales, espaciales e interactivos. La ejecución logística del evento y la implementación operativa de la propuesta corresponden a la empresa y quedan fuera del alcance de esta investigación.

Los capítulos que conforman esta investigación presentan de manera secuencial el desarrollo del proceso investigativo y de diseño, desde el diagnóstico hasta la propuesta de identidad visual conmemorativa y sus aplicaciones gráficas.

2. Antecedentes

Easy Express Nicaragua es una empresa dedicada a brindar servicios de compras y envíos internacionales, fundada el 6 de noviembre de 2016. Desde su creación ha experimentado un crecimiento progresivo, ampliando sus servicios y fortaleciendo su presencia en el mercado nacional mediante la apertura de nuevas sucursales y el desarrollo de estrategias de comunicación dirigidas a sus clientes. Como parte de estas acciones, la empresa ha difundido a través de sus redes sociales diferentes campañas gráficas para comunicar acontecimientos importantes, entre ellos aniversarios institucionales, promociones comerciales y la inauguración de la sucursal de León.

Las piezas gráficas desarrolladas para estas campañas han permitido comunicar de manera efectiva cada acontecimiento; sin embargo, responden a necesidades específicas y fueron elaboradas de forma independiente, sin formar parte de un sistema de identidad visual conmemorativa que establezca criterios gráficos unificados para representar la trayectoria institucional de la empresa. Esta situación evidencia la oportunidad de desarrollar una propuesta gráfica que permita fortalecer la comunicación visual del décimo aniversario mediante una identidad coherente, adaptable y alineada con la imagen corporativa de Easy Express Nicaragua.

A nivel internacional, Suárez-Carballo, Martín-Sanromán y Galindo-Rubio (2020), en la investigación *Las marcas gráficas adaptativas en la estrategia digital de la identidad visual corporativa*, analizaron la importancia de desarrollar sistemas de identidad visual capaces de adaptarse a distintos entornos digitales sin perder coherencia gráfica. Los resultados demostraron que las marcas más consolidadas mantienen sistemas visuales simples, consistentes y funcionales, favoreciendo su reconocimiento en diferentes

medios. Este estudio constituye un referente para la presente investigación al destacar la importancia de diseñar identidades visuales adaptables y coherentes en sus diferentes aplicaciones.

En el contexto nacional, Pinell Sevilla, Pérez Castillo y Olivas Rivera (2022), en la investigación *Diseño de identidad corporativa para posicionamiento del negocio SuperLibros de la ciudad de Estelí*, desarrollaron una propuesta de identidad corporativa orientada a fortalecer el posicionamiento del negocio mediante la creación de elementos gráficos coherentes y estrategias de comunicación visual. Los autores concluyeron que una identidad visual estructurada favorece el reconocimiento de la marca y mejora la percepción de los clientes, constituyendo un referente metodológico para el desarrollo de proyectos de identidad visual.

Asimismo, Olivares Alegría (2023), en el proyecto *Diseño del sistema de representación visual y manual de marca para Joyería El Rubí*, desarrolló un sistema de representación visual integrado por logotipo, tipografía, paleta cromática y lineamientos de aplicación, con el propósito de fortalecer la identidad gráfica de la empresa. La investigación evidencia la importancia de estructurar un sistema visual coherente que garantice la correcta aplicación de los elementos gráficos en diferentes soportes, constituyendo un referente para el desarrollo de la identidad visual conmemorativa propuesta para Easy Express Nicaragua.

Los antecedentes expuestos evidencian que el desarrollo de identidades visuales constituye una herramienta estratégica para fortalecer la comunicación, el reconocimiento y la coherencia gráfica de las organizaciones. En este sentido, la presente investigación retoma estos aportes como fundamento para el diseño de una

identidad visual conmemorativa que contribuya a comunicar de manera efectiva la celebración del décimo aniversario de Easy Express Nicaragua.

3. Justificación

Easy Express Nicaragua se aproxima a la conmemoración de su décimo aniversario sin disponer de una identidad visual conmemorativa que articule de manera coherente los mensajes y recursos gráficos destinados a comunicar este acontecimiento. Aunque la empresa cuenta con una identidad corporativa consolidada y ha realizado publicaciones relacionadas con aniversarios anteriores, estas acciones se han desarrollado principalmente como piezas aisladas para medios digitales, sin formar parte de un sistema visual específico que represente integralmente su trayectoria, crecimiento y valores institucionales.

Esta situación puede generar falta de unidad gráfica entre las diferentes aplicaciones previstas para la celebración y limitar la capacidad de la empresa para comunicar el aniversario como un acontecimiento institucional relevante. En consecuencia, se formula la siguiente pregunta problema: ¿Cómo diseñar una identidad visual conmemorativa para el décimo aniversario de Easy Express Nicaragua que comunique su trayectoria institucional de manera coherente y que pueda adaptarse a diferentes aplicaciones visuales?

A partir de esta problemática, la presente investigación se justifica por la necesidad de desarrollar una propuesta gráfica que permita organizar y unificar la comunicación visual del décimo aniversario. La identidad visual constituye un recurso estratégico dentro del diseño gráfico, ya que permite comunicar la personalidad, los valores y la trayectoria de una organización mediante elementos gráficos coherentes. En el caso de las celebraciones institucionales, una identidad visual conmemorativa

favorece el reconocimiento de la organización y proyecta una imagen consistente en los diferentes medios donde se implementa.

Desde el punto de vista práctico, la investigación proporcionará a Easy Express Nicaragua una propuesta de identidad visual integrada por un concepto creativo, un logotipo conmemorativo, un sistema gráfico y aplicaciones visuales que servirán como guía para la comunicación del décimo aniversario. Esta propuesta permitirá mantener coherencia gráfica en las diferentes piezas diseñadas para la celebración y contribuirá al fortalecimiento de la imagen institucional de la empresa.

En el ámbito académico, la investigación constituye un aporte al campo del diseño gráfico al documentar el proceso de desarrollo de una identidad visual conmemorativa aplicada a una empresa nicaragüense. Asimismo, podrá servir como referencia para futuras investigaciones relacionadas con identidad visual, branding e identidad corporativa, especialmente en proyectos orientados al diseño de sistemas gráficos para acontecimientos institucionales.

Finalmente, desde la perspectiva social e institucional, la propuesta contribuirá a fortalecer la comunicación entre Easy Express Nicaragua y sus públicos de interés, promoviendo una imagen visual organizada y coherente durante la celebración de su décimo aniversario. De esta manera, la investigación evidencia el valor del diseño gráfico como herramienta estratégica para comunicar acontecimientos corporativos y fortalecer la identidad institucional de las organizaciones.

4. Objetivo general y específicos

Objetivo general

Diseñar una identidad visual conmemorativa para el décimo aniversario de Easy Express Nicaragua, que permita comunicar su trayectoria institucional mediante una propuesta gráfica coherente y adaptable a diferentes aplicaciones visuales.

Objetivos específicos

1. Diagnosticar las necesidades comunicacionales de Easy Express Nicaragua relacionadas con la conmemoración de su décimo aniversario, mediante la aplicación de técnicas e instrumentos de investigación.
2. Integrar referentes teóricos y antecedentes de identidad visual y diseño gráfico en la justificación y validación de la propuesta conmemorativa, asegurando coherencia conceptual y pertinencia institucional.
3. Desarrollar una identidad visual conmemorativa para el décimo aniversario de Easy Express Nicaragua mediante la creación del concepto creativo, el diseño del logotipo conmemorativo, el desarrollo del sistema gráfico y las aplicaciones visuales, integrando los elementos de identidad institucional de la empresa.

5. Marco conceptual

El presente capítulo reúne los fundamentos teóricos que sustentan el desarrollo de la propuesta de identidad visual conmemorativa para el décimo aniversario de Easy Express Nicaragua. Mediante la revisión de literatura científica reciente, se abordan los principales conceptos relacionados con el diseño gráfico, la comunicación visual, la identidad corporativa, la identidad visual, el branding y otros elementos que intervienen en la construcción de sistemas gráficos orientados a fortalecer la comunicación institucional de una organización.

Los conceptos desarrollados en este capítulo proporcionan el sustento teórico necesario para comprender el proceso de diseño y fundamentar las decisiones adoptadas durante la elaboración de la propuesta. Asimismo, permiten establecer la relación entre los aportes de diversos autores y los componentes que integran la identidad visual conmemorativa planteada para Easy Express Nicaragua, garantizando que la propuesta responda a principios teóricos y metodológicos propios del diseño gráfico.

5.1 Diseño gráfico

El diseño gráfico constituye una disciplina orientada a la planificación y desarrollo de soluciones visuales que permiten comunicar mensajes de manera clara, funcional y estéticamente coherente. A través de la integración de elementos como la tipografía, el color, las imágenes, las formas y la composición, el diseño gráfico transforma información e ideas en mensajes visuales capaces de responder a necesidades comunicacionales

específicas, considerando tanto el contexto como las características del público al que se dirige.

De acuerdo con Martín-Sanromán, Galindo-Rubio y Suárez-Carballo (2024), el diseño gráfico debe entenderse como una actividad proyectual cuyo propósito principal es facilitar la comprensión de la información mediante la adecuada organización de los elementos visuales. Los autores destacan que aspectos como la legibilidad, la composición y la jerarquía visual influyen directamente en la percepción del mensaje y en la experiencia del usuario, evidenciando que el diseño gráfico trasciende la función estética para convertirse en una herramienta de comunicación efectiva.

Desde otra perspectiva, Suárez-Carballo, Martín-Sanromán y Galindo-Rubio (2020) señalan que el diseño gráfico debe responder a los cambios generados por los entornos digitales, desarrollando sistemas visuales capaces de adaptarse a múltiples plataformas sin perder coherencia ni reconocimiento. En este sentido, los autores destacan que la flexibilidad y la consistencia son características esenciales para garantizar la eficacia de las propuestas gráficas en los diferentes medios donde son implementadas.

Los planteamientos de ambos estudios coinciden en que el diseño gráfico no se limita a la creación de piezas visualmente atractivas, sino que constituye un proceso estratégico de comunicación que organiza y articula recursos visuales para transmitir mensajes de forma clara y coherente. Asimismo, resaltan la importancia de desarrollar propuestas gráficas que mantengan unidad visual y respondan a las necesidades de los distintos soportes de comunicación.

En la presente investigación, el diseño gráfico constituye la disciplina que sustenta el desarrollo de la identidad visual conmemorativa para el décimo aniversario de Easy Express Nicaragua. Los principios de composición, organización visual y coherencia gráfica orientan la creación del logotipo conmemorativo, el sistema gráfico y las diferentes aplicaciones impresas, digitales y espaciales propuestas para comunicar la trayectoria institucional de la empresa y fortalecer su identidad durante la celebración de este acontecimiento.

5.2 Comunicación visual

La comunicación visual es el proceso mediante el cual se transmiten ideas, información y significados a través de elementos gráficos como imágenes, tipografías, colores, formas, símbolos y composiciones. Su propósito es facilitar la interpretación de los mensajes, permitiendo que el receptor comprenda la información de manera clara y efectiva. En el ámbito del diseño gráfico, la comunicación visual constituye el medio por el cual las organizaciones expresan su identidad, fortalecen su presencia y establecen vínculos con sus diferentes públicos.

De acuerdo con Martín-Sanromán, Galindo-Rubio y Suárez-Carballo (2024), la comunicación visual depende de la correcta organización de los elementos gráficos para garantizar la comprensión del mensaje por parte del usuario. Los autores sostienen que factores como la legibilidad, la jerarquía visual, el contraste y la composición influyen directamente en la percepción de la información, por lo que el diseño debe responder tanto a criterios estéticos como funcionales para lograr una comunicación efectiva.

Por su parte, Suárez-Carballo, Martín-Sanromán y Galindo-Rubio (2020) destacan que la comunicación visual contemporánea requiere sistemas de identidad capaces de

adaptarse a diversos medios y plataformas sin perder coherencia. En un contexto caracterizado por la interacción constante entre soportes impresos y digitales, los autores consideran que la consistencia en la aplicación de los elementos gráficos fortalece el reconocimiento de la marca y favorece la eficacia de la comunicación institucional.

Ambos planteamientos coinciden en que la comunicación visual no consiste únicamente en transmitir información mediante recursos gráficos, sino en estructurar mensajes que respondan a objetivos comunicacionales específicos y que puedan ser comprendidos por el público al que se dirigen. De esta manera, la adecuada planificación de los elementos visuales contribuye a generar experiencias coherentes y a fortalecer la identidad de las organizaciones en sus diferentes puntos de contacto.

En la presente investigación, la comunicación visual constituye el fundamento para el desarrollo de la identidad visual conmemorativa del décimo aniversario de Easy Express Nicaragua. La propuesta integra diversos recursos gráficos que permiten comunicar la trayectoria institucional de la empresa mediante un lenguaje visual coherente, aplicado en piezas impresas, medios digitales, señalización y elementos destinados a la ambientación de la celebración.

5.3 Identidad corporativa

La identidad corporativa comprende el conjunto de características, valores, principios y atributos que definen la esencia de una organización y orientan la forma en que esta desea ser percibida por sus diferentes públicos. No se limita únicamente a los elementos gráficos, sino que integra aspectos relacionados con la filosofía institucional, la cultura organizacional, la misión, la visión y la personalidad de la empresa, los cuales se reflejan en todas sus acciones y procesos de comunicación.

De acuerdo con Tarazona Belenguer, Ampuero Canellas, González-del Río y Jordá Albiñana (2020), la identidad corporativa requiere una gestión estratégica que permita mantener coherencia entre los elementos visuales y los valores que representa la organización. Los autores señalan que la aplicación uniforme de estos elementos fortalece el reconocimiento institucional y contribuye a proyectar una imagen sólida y consistente ante los diferentes públicos.

Por su parte, Suárez-Carballo, Martín-Sanromán y Galindo-Rubio (2020) sostienen que la identidad corporativa se materializa mediante un sistema organizado de signos gráficos que representa visualmente a la organización y facilita su reconocimiento en distintos medios y plataformas. Asimismo, destacan que dicho sistema debe ser flexible para adaptarse a diversos contextos de comunicación sin perder coherencia con la esencia de la marca.

Los aportes de ambos estudios permiten comprender que la identidad corporativa constituye un elemento estratégico para las organizaciones, ya que integra tanto los aspectos conceptuales como los visuales que las distinguen de otras. Mientras la organización define quién es y qué representa, la identidad corporativa proporciona los lineamientos necesarios para comunicar esa esencia de manera consistente en todos sus puntos de contacto con el público.

En la presente investigación, la identidad corporativa de Easy Express Nicaragua representa el punto de partida para el desarrollo de la propuesta de diseño. La empresa cuenta con una identidad institucional previamente establecida, conformada por su logotipo, colores, tipografías y demás elementos visuales. Por ello, la propuesta desarrollada no pretende sustituir dicha identidad, sino complementarla mediante una

identidad visual conmemorativa que conserve sus atributos principales y permita comunicar de forma coherente la celebración de su décimo aniversario.

5.4 Identidad visual

La identidad visual constituye la representación gráfica de una organización mediante un conjunto de elementos visuales que permiten comunicar su personalidad, facilitar su reconocimiento y diferenciarla de otras entidades. Estos elementos incluyen el logotipo, la tipografía, la paleta cromática, los recursos gráficos y las normas de aplicación, los cuales deben utilizarse de manera consistente para proyectar una imagen coherente en los distintos medios de comunicación. La identidad visual traduce los valores y la esencia de la organización en un lenguaje gráfico comprensible para sus diferentes públicos.

De acuerdo con Suárez-Carballo, Martín-Sanromán y Galindo-Rubio (2020), la identidad visual corporativa debe concebirse como un sistema de signos gráficos capaz de adaptarse a los diversos entornos de comunicación sin perder coherencia ni reconocimiento. Los autores destacan que las transformaciones del entorno digital exigen identidades visuales flexibles, que mantengan su capacidad de identificación tanto en plataformas digitales como en soportes impresos, garantizando una experiencia visual consistente para los usuarios.

En concordancia con lo anterior, Tarazona Belenguer, Ampuero Canellas, González-del Río y Jordá Albiñana (2020) afirman que la identidad visual requiere una gestión adecuada de sus elementos gráficos para asegurar la uniformidad de la marca en todas sus aplicaciones. Los autores enfatizan que la definición de lineamientos para el uso del logotipo, la tipografía, los colores y demás recursos visuales fortalece el

reconocimiento institucional y favorece una comunicación coherente con los valores de la organización.

Los aportes de ambos estudios permiten comprender que la identidad visual no se limita a la creación de un logotipo o de un conjunto de elementos gráficos, sino que constituye un sistema organizado que garantiza la coherencia de la comunicación visual de una organización. La aplicación consistente de estos recursos favorece el reconocimiento de la marca, fortalece su posicionamiento y contribuye a proyectar una imagen profesional en cada uno de sus puntos de contacto con el público.

En la presente investigación, la identidad visual representa el eje central sobre el cual se desarrolla la propuesta conmemorativa para Easy Express Nicaragua. A partir de la identidad institucional existente, se diseñó un conjunto de elementos gráficos que incluye un logotipo conmemorativo, un sistema gráfico y diversas aplicaciones visuales destinadas a comunicar la celebración del décimo aniversario, manteniendo coherencia con la imagen corporativa de la empresa.

5.5 Identidad visual conmemorativa

La identidad visual conmemorativa es una adaptación temporal de la identidad visual de una organización, desarrollada para comunicar un acontecimiento significativo dentro de su trayectoria institucional, como aniversarios, celebraciones o hitos corporativos. Su propósito es representar visualmente dicho acontecimiento sin modificar la esencia de la identidad corporativa, manteniendo coherencia con los elementos gráficos que identifican a la organización y reforzando su reconocimiento durante el período de conmemoración.

De acuerdo con Suárez-Carballo, Martín-Sanromán y Galindo-Rubio (2020), los sistemas de identidad visual deben diseñarse con la capacidad de adaptarse a distintos contextos y plataformas, conservando siempre la coherencia y el reconocimiento de la marca. Los autores sostienen que la flexibilidad constituye una característica esencial de las identidades visuales contemporáneas, ya que permite desarrollar aplicaciones específicas sin afectar la consistencia de la comunicación institucional.

En la misma línea, Tarazona Belenguer, Ampuero Canellas, González-del Río y Jordá Albiñana (2020) indican que la gestión de la identidad visual requiere establecer criterios que regulen la aplicación de los elementos gráficos en los distintos escenarios de comunicación. Estos lineamientos permiten desarrollar propuestas visuales dirigidas a campañas o acontecimientos específicos, garantizando que la marca mantenga uniformidad y fortalezca su reconocimiento ante los diferentes públicos.

A partir de estos planteamientos, puede entenderse que una identidad visual conmemorativa no sustituye la identidad institucional de una organización, sino que la complementa mediante recursos gráficos diseñados para destacar un acontecimiento relevante. En este tipo de propuestas es común incorporar elementos como logotipos conmemorativos, sistemas gráficos, piezas para medios impresos y digitales, señalización y otros recursos visuales que permitan comunicar la celebración de manera coherente con la identidad existente.

En la presente investigación, la identidad visual conmemorativa constituye el eje central de la propuesta desarrollada para el décimo aniversario de Easy Express Nicaragua. A partir de la identidad institucional de la empresa, se diseñó un sistema visual integrado por un logotipo conmemorativo, patrones gráficos y diversas

aplicaciones para medios impresos, digitales y espaciales, con el propósito de comunicar la trayectoria de la organización y fortalecer su presencia visual durante la celebración de sus diez años.

5.6 Branding

El branding es un proceso estratégico orientado a la construcción, gestión y fortalecimiento de una marca con el propósito de generar reconocimiento, diferenciación y una percepción positiva entre sus públicos. Más allá de la creación de elementos gráficos, el branding integra acciones destinadas a comunicar la personalidad, los valores y la propuesta de valor de una organización, procurando establecer relaciones duraderas con sus audiencias y consolidar su posicionamiento en el mercado.

Gutiérrez-Arauz y Pérez-Schwartz (2021) señalan que el desarrollo de una marca requiere un proceso de planificación que articule los elementos visuales y comunicacionales con la identidad de la organización. Las autoras sostienen que una estrategia de branding efectiva debe responder a los objetivos institucionales y garantizar coherencia entre el concepto de marca y sus diferentes aplicaciones, favoreciendo el reconocimiento y la diferenciación frente a otras organizaciones.

De manera complementaria, Tarazona Belenguer, Ampuero Canellas, González-del Río y Jordá Albiñana (2020) destacan que la adecuada gestión de la identidad visual constituye un componente esencial dentro de las estrategias de branding, ya que la aplicación consistente de los elementos gráficos fortalece el reconocimiento institucional y proyecta una imagen coherente en los distintos medios de comunicación.

Los planteamientos de ambos estudios permiten comprender que el branding no se limita al diseño de una identidad visual, sino que comprende un proceso continuo de

gestión de la marca, donde la coherencia entre los elementos gráficos, los mensajes y las experiencias ofrecidas por la organización contribuye a consolidar su posicionamiento y fortalecer el vínculo con sus públicos.

En la presente investigación, el branding se manifiesta en el desarrollo de una identidad visual conmemorativa que fortalece la comunicación institucional de Easy Express Nicaragua durante la celebración de su décimo aniversario. La propuesta busca proyectar una imagen coherente con la identidad existente de la empresa y reforzar el reconocimiento de la marca mediante la aplicación consistente del logotipo conmemorativo, el sistema gráfico y las diferentes piezas desarrolladas para el evento.

5.7 Sistema gráfico

El sistema gráfico es el conjunto organizado de elementos visuales que complementan la identidad de una organización y garantizan la coherencia de su comunicación en los diferentes medios donde la marca tiene presencia. Este sistema está integrado por recursos como patrones, formas, colores, tipografías, iconografía, ilustraciones y otros elementos gráficos que, utilizados de manera consistente, fortalecen el reconocimiento de la identidad visual y facilitan su aplicación en distintos soportes impresos, digitales y espaciales.

De acuerdo con Suárez-Carballo, Martín-Sanromán y Galindo-Rubio (2020), las identidades visuales contemporáneas deben concebirse como sistemas flexibles, capaces de adaptarse a diversos formatos sin perder coherencia ni reconocimiento. Los autores sostienen que la organización de los elementos gráficos dentro de un sistema visual permite mantener la consistencia de la marca en los diferentes escenarios de comunicación, respondiendo a las necesidades de los entornos digitales y tradicionales.

En concordancia con esta perspectiva, Tarazona Belenguer, Ampuero Canellas, González-del Río y Jordá Albiñana (2020) señalan que la gestión de la identidad visual requiere establecer lineamientos que regulen la aplicación uniforme de todos los elementos gráficos que conforman una marca. Estos criterios favorecen la consistencia de la comunicación institucional y permiten que las diferentes piezas desarrolladas mantengan unidad visual, independientemente del medio en que sean implementadas.

Los aportes de ambos estudios evidencian que un sistema gráfico trasciende la utilización aislada de elementos decorativos, ya que responde a una estructura organizada donde cada recurso visual cumple una función específica dentro de la identidad de la organización. La integración coherente de patrones, formas, composiciones y demás componentes fortalece el reconocimiento de la marca y contribuye a generar una experiencia visual uniforme para sus públicos.

En la presente investigación, el sistema gráfico constituye uno de los componentes fundamentales de la identidad visual conmemorativa desarrollada para Easy Express Nicaragua. A partir del concepto creativo definido para el décimo aniversario, se diseñó un conjunto de recursos gráficos que complementan el logotipo conmemorativo y permiten mantener unidad visual en las diferentes aplicaciones impresas, digitales y espaciales propuestas para la celebración.

5.8 Concepto de marca

El concepto de marca constituye la idea central que orienta la construcción de la identidad visual de una organización. Surge del análisis de su esencia, valores, personalidad, objetivos y público, permitiendo definir el mensaje que la marca desea transmitir mediante sus elementos gráficos y comunicacionales. Este concepto funciona

como un eje estratégico que guía el desarrollo de la identidad visual y garantiza que todas las decisiones de diseño respondan a una misma intención comunicativa.

De acuerdo con Gutiérrez-Arauz y Pérez-Schwartz (2021), el desarrollo de una identidad visual debe iniciar con un proceso de conceptualización que permita comprender la personalidad de la organización y establecer los criterios que orientarán la propuesta gráfica. Las autoras sostienen que esta etapa facilita la construcción de soluciones visuales coherentes, ya que proporciona una base conceptual para el diseño del logotipo, la selección tipográfica, los recursos gráficos y las diferentes aplicaciones de la marca.

Por otra parte, Tarazona Belenguer, Ampuero Canellas, González-del Río y Jordá Albiñana (2020) señalan que la gestión de una identidad visual requiere que todos los elementos gráficos respondan a criterios previamente definidos, con el propósito de garantizar uniformidad y fortalecer el reconocimiento institucional. Desde esta perspectiva, la conceptualización constituye un proceso fundamental para asegurar que las decisiones de diseño mantengan coherencia con la identidad de la organización.

Los aportes de ambos estudios permiten comprender que el concepto de marca representa el fundamento sobre el cual se desarrolla una identidad visual. Antes de definir aspectos formales como el logotipo o el sistema gráfico, es necesario establecer una idea rectora que articule los valores, la personalidad y los objetivos de comunicación de la organización, favoreciendo la coherencia entre todos los componentes de la propuesta gráfica.

En la presente investigación, el concepto de marca constituye la base para el desarrollo de la identidad visual conmemorativa del décimo aniversario de Easy Express

Nicaragua. A partir del análisis de la trayectoria, los valores institucionales y el propósito de la conmemoración, se definió un concepto creativo que orientó el diseño del logotipo conmemorativo, el sistema gráfico y las diferentes aplicaciones visuales desarrolladas para la celebración.

5.9 Logotipo

El logotipo constituye uno de los principales elementos de la identidad visual de una organización, ya que permite identificarla y diferenciarla mediante una representación gráfica que facilita su reconocimiento por parte de sus diferentes públicos. Su diseño debe responder a criterios de claridad, legibilidad, versatilidad y coherencia con la identidad institucional, permitiendo su aplicación en distintos soportes sin perder su capacidad de identificación y comunicación.

De acuerdo con Suárez-Carballo, Martín-Sanromán y Galindo-Rubio (2020), las identidades visuales contemporáneas requieren identificadores gráficos capaces de adaptarse a diversos contextos y plataformas, manteniendo siempre la consistencia y el reconocimiento de la marca. Los autores destacan que un logotipo eficaz debe conservar su legibilidad y funcionalidad independientemente del tamaño o del medio en el que sea aplicado, favoreciendo la continuidad de la identidad visual de la organización.

Por su parte, Tarazona Belenguer, Ampuero Canellas, González-del Río y Jordá Albiñana (2020) señalan que el logotipo representa uno de los recursos gráficos más importantes dentro de la identidad visual, ya que sintetiza la personalidad de la organización y facilita su reconocimiento. Asimismo, destacan que la correcta aplicación del logotipo, siguiendo lineamientos previamente establecidos, fortalece la coherencia de la comunicación institucional y contribuye al posicionamiento de la marca.

Los planteamientos de ambos estudios permiten comprender que el logotipo no constituye únicamente un recurso visual, sino un identificador estratégico que representa la identidad de una organización y favorece su reconocimiento en los diferentes escenarios de comunicación. Su diseño y correcta aplicación contribuyen a fortalecer la imagen institucional, garantizando coherencia entre la marca y las diversas piezas gráficas desarrolladas para su difusión.

En la presente investigación, este concepto fundamenta el desarrollo del logotipo conmemorativo diseñado para el décimo aniversario de Easy Express Nicaragua. La propuesta retoma elementos representativos de la identidad visual institucional y los integra en una composición gráfica destinada a identificar la celebración de los diez años de trayectoria de la empresa, manteniendo coherencia con la marca y facilitando su aplicación en los diferentes soportes contemplados dentro del proyecto.

5.10 Tipografía

La tipografía constituye uno de los componentes fundamentales de la identidad visual, ya que permite comunicar información de manera clara y contribuir al reconocimiento de una marca mediante el uso consistente de familias tipográficas. Además de cumplir una función informativa, la tipografía aporta personalidad, jerarquía y coherencia a la comunicación gráfica, favoreciendo la legibilidad y la organización de los contenidos en los diferentes soportes donde se aplica.

De acuerdo con Martín-Sanromán, Galindo-Rubio y Suárez-Carballo (2024), la selección tipográfica influye directamente en la eficacia de la comunicación visual, ya que la legibilidad y la correcta jerarquización de la información facilitan la comprensión del mensaje por parte de los usuarios. Los autores destacan que la elección de una tipografía

debe responder tanto a criterios funcionales como a la identidad que la organización desea proyectar, permitiendo una lectura clara en medios impresos y digitales.

En concordancia con lo anterior, Tarazona Belenguer, Ampuero Canellas, González-del Río y Jordá Albiñana (2020) señalan que la tipografía forma parte del sistema de identidad visual y debe aplicarse de manera uniforme para fortalecer el reconocimiento de la marca. Los autores sostienen que la definición de lineamientos para su uso garantiza coherencia entre las distintas piezas gráficas y favorece una comunicación institucional consistente.

Los aportes de ambos estudios evidencian que la tipografía no constituye únicamente un recurso para representar texto, sino un elemento estratégico que contribuye a la construcción de la identidad visual. Su adecuada selección y aplicación permiten establecer jerarquías de información, mejorar la legibilidad y reforzar la personalidad gráfica de una organización en los diferentes medios donde comunica.

En la presente investigación, la tipografía constituye un elemento esencial de la identidad visual conmemorativa propuesta para Easy Express Nicaragua. La propuesta conserva las tipografías institucionales de la empresa e incorpora una familia tipográfica complementaria que amplía las posibilidades de aplicación en las diferentes piezas gráficas, manteniendo la coherencia visual y fortaleciendo la comunicación del décimo aniversario.

5.11 Señalética

La señalética es un sistema de comunicación visual diseñado para orientar, informar y facilitar el desplazamiento de las personas dentro de un espacio determinado. A través del empleo de elementos gráficos como símbolos, tipografía, colores,

pictogramas y recursos direccionales, la señalética permite identificar áreas, indicar recorridos y comunicar información de manera rápida, clara y comprensible, mejorando la experiencia de los usuarios en un entorno específico.

De acuerdo con Martín-Sanromán, Galindo-Rubio y Suárez-Carballo (2024), la eficacia de la comunicación visual depende de la correcta organización de los elementos gráficos y de su capacidad para facilitar la comprensión inmediata de la información. Los autores destacan que la claridad, la jerarquía visual y la legibilidad constituyen principios esenciales para el diseño de sistemas gráficos destinados a orientar a los usuarios en diferentes contextos.

Por su parte, Tarazona Belenguer, Ampuero Canellas, González-del Río y Jordá Albiñana (2020) señalan que la coherencia en la aplicación de la identidad visual fortalece la comunicación institucional y favorece el reconocimiento de la marca en todos sus puntos de contacto. En este sentido, la incorporación de sistemas de señalización alineados con la identidad visual contribuye a mantener unidad gráfica y a mejorar la experiencia de los usuarios dentro de un espacio.

Los aportes de ambos estudios permiten comprender que la señalética no solo cumple una función informativa, sino que también constituye un recurso de comunicación visual que integra criterios de funcionalidad, accesibilidad e identidad gráfica. Su adecuada planificación facilita la orientación de los usuarios y contribuye a proyectar una imagen organizada y coherente de la organización.

En la presente investigación, la señalética forma parte de la propuesta de identidad visual conmemorativa desarrollada para el décimo aniversario de Easy Express Nicaragua. Se diseñaron piezas destinadas a orientar a los asistentes durante el evento,

incluyendo un mapa de ubicación e identificadores de áreas, aplicando los lineamientos del sistema gráfico para mantener coherencia con la identidad visual de la celebración.

5.12 Aplicaciones gráficas

Las aplicaciones de la identidad visual corresponden a la implementación de los elementos gráficos que conforman una marca en los diferentes medios y soportes donde esta interactúa con sus públicos. Estas aplicaciones permiten trasladar la identidad visual a contextos reales, garantizando que el logotipo, la tipografía, los colores y los demás recursos gráficos se utilicen de manera consistente y coherente, fortaleciendo el reconocimiento de la organización y la experiencia de marca.

De acuerdo con Tarazona Belenguer, Ampuero Canellas, González-del Río y Jordá Albiñana (2020), la gestión de la identidad visual requiere establecer lineamientos que aseguren la correcta aplicación de los elementos gráficos en los distintos soportes de comunicación. Los autores destacan que la consistencia en estas aplicaciones fortalece la imagen institucional y contribuye a mantener una percepción uniforme de la marca entre sus diferentes públicos.

En la misma línea, Suárez-Carballo, Martín-Sanromán y Galindo-Rubio (2020) sostienen que las identidades visuales contemporáneas deben diseñarse con criterios de flexibilidad que permitan su adaptación a diversos formatos sin perder reconocimiento. Esta capacidad de adaptación favorece la implementación de la identidad en medios impresos, plataformas digitales y espacios físicos, garantizando la coherencia de la comunicación visual en cada punto de contacto con el usuario.

Los planteamientos de ambos estudios permiten comprender que las aplicaciones de la identidad visual representan la materialización de una marca en los diferentes

escenarios donde esta comunica con sus públicos. La adecuada utilización de los elementos gráficos en múltiples soportes fortalece la experiencia del usuario, mejora el reconocimiento institucional y garantiza la continuidad de la identidad visual en todos los medios de comunicación.

En la presente investigación, las aplicaciones de la identidad visual comprenden el desarrollo de piezas impresas, digitales y espaciales destinadas a comunicar el décimo aniversario de Easy Express Nicaragua. Entre ellas se incluyen publicaciones para redes sociales, señalización, elementos para la ambientación del evento, piezas institucionales y recursos visuales diseñados para mantener coherencia con el sistema gráfico y fortalecer la comunicación de la celebración.

5.13 Proceso de diseño

El proceso de diseño constituye una secuencia organizada de etapas que orientan el desarrollo de soluciones visuales desde la identificación de un problema hasta la materialización de una propuesta. Estas etapas permiten estructurar el trabajo creativo de manera sistemática, facilitando la toma de decisiones durante el desarrollo del proyecto.

Ambrose y Harris (2010) proponen un proceso de diseño conformado por fases que comprenden la investigación, la generación de ideas, el desarrollo de propuestas y la implementación de la solución final. Este enfoque plantea que el diseño debe responder a las necesidades identificadas durante la investigación y evolucionar mediante un proceso de exploración, evaluación y refinamiento, hasta obtener una propuesta coherente con los objetivos planteados.

En la presente investigación, este proceso sirve como referencia para organizar el desarrollo de la identidad visual conmemorativa para el décimo aniversario de Easy Express Nicaragua. Las etapas de conceptualización, desarrollo de la marca, desarrollo visual y aplicaciones de la identidad visual responden a una secuencia metodológica que permitió transformar los hallazgos de la investigación en una propuesta gráfica integral.

6. Estudio de mercado

6.1 Caracterización de la empresa

6.1.1 Reseña histórica de Easy Express Nicaragua

Easy Express Nicaragua es una empresa dedicada a brindar servicios de logística internacional, especializada en la recepción, transporte y entrega de paquetes y compras provenientes principalmente de los Estados Unidos hacia Nicaragua. Desde su fundación el 6 de noviembre de 2016, la empresa ha orientado sus esfuerzos a ofrecer soluciones ágiles, confiables y accesibles para personas y empresas que requieren servicios de importación y envíos internacionales.

A lo largo de su trayectoria, Easy Express Nicaragua ha experimentado un crecimiento progresivo, ampliando su cartera de clientes y fortaleciendo su presencia en el mercado nacional. Este desarrollo ha estado respaldado por una atención personalizada, la mejora continua de sus procesos logísticos y el compromiso con la calidad del servicio, factores que han contribuido a consolidar relaciones de confianza con clientes, colaboradores y aliados estratégicos.

Como parte de su evolución institucional, la empresa ha fortalecido su identidad corporativa y su presencia en medios digitales, utilizando diferentes recursos de comunicación para mantener una relación cercana con sus públicos. Esta trayectoria constituye un elemento representativo de la organización y un aspecto relevante dentro de la conmemoración de su décimo aniversario.

En este contexto, la celebración de los diez años de Easy Express Nicaragua representa una oportunidad para comunicar visualmente su historia, reconocer su crecimiento institucional y fortalecer el vínculo con sus diferentes públicos mediante el

desarrollo de una identidad visual conmemorativa que refleje la esencia y los valores contruidos durante su trayectoria.

6.1.2 Información general de la empresa

Easy Express Nicaragua es una empresa dedicada a la prestación de servicios de logística internacional, especializada en la recepción, transporte y entrega de compras y paquetería provenientes principalmente de Estados Unidos, Panamá y China hacia Nicaragua. Su modelo de servicio facilita el acceso a plataformas de comercio electrónico mediante la asignación de casilleros internacionales y soluciones logísticas adaptadas a las necesidades de clientes particulares y emprendedores.

La empresa cuenta con dos sucursales ubicadas en las ciudades de Managua y León, desde donde brinda atención personalizada y servicios de entrega a clientes de distintas zonas del país. Asimismo, dispone de casilleros internacionales que permiten a los usuarios realizar compras en el extranjero utilizando una dirección asignada por la empresa para la recepción y posterior traslado de sus paquetes hacia Nicaragua.

Entre los principales servicios que ofrece Easy Express Nicaragua se encuentran el envío aéreo prioritario, el envío marítimo estándar, la compra asistida para clientes que no disponen de tarjeta de pago internacional, el servicio de personal shopper, el envío de documentos, las importaciones desde Estados Unidos, Panamá y China, así como soluciones logísticas dirigidas a emprendedores y pequeñas empresas. Además, la empresa incorpora un programa de fidelización que premia la recurrencia de sus clientes mediante beneficios y promociones especiales.

La misión de Easy Express Nicaragua consiste en facilitar las compras internacionales mediante un servicio rápido, seguro y confiable, mientras que su visión

está orientada a conectar a los nicaragüenses con mercados internacionales a través de experiencias de compra sin fronteras. Estos principios reflejan el compromiso de la empresa con la calidad del servicio, la innovación y la satisfacción de sus clientes.

6.1.3 Situación actual de la empresa

Easy Express Nicaragua ha fortalecido su presencia en el mercado mediante el crecimiento de su cartera de clientes, la diversificación de sus servicios y una comunicación constante a través de plataformas digitales. No obstante, a pesar de contar con una identidad corporativa consolidada, la empresa no dispone de una identidad visual conmemorativa que permita comunicar de manera coherente la celebración de su décimo aniversario en los diferentes medios y soportes previstos para este acontecimiento.

La revisión de las publicaciones institucionales realizadas en aniversarios anteriores evidenció que las acciones conmemorativas se han limitado principalmente a piezas gráficas para redes sociales, sin el desarrollo de un sistema visual que articule de forma consistente la comunicación del aniversario en los distintos puntos de contacto con sus públicos.

En este contexto, la conmemoración del décimo aniversario representa una oportunidad para fortalecer la comunicación institucional, reconocer la trayectoria de la empresa y generar una experiencia visual unificada para colaboradores, clientes y aliados estratégicos. Por ello, surge la necesidad de desarrollar una identidad visual conmemorativa que complemente la identidad corporativa existente y facilite su aplicación coherente en las diferentes piezas gráficas, medios digitales y espacios destinados a la celebración.

6.2 Metodología de la investigación

La presente investigación se desarrolló bajo un enfoque cualitativo, debido a que estuvo orientada a comprender las necesidades de comunicación visual de Easy Express Nicaragua en relación con la conmemoración de su décimo aniversario. De acuerdo con Hernández-Sampieri y Mendoza (2018), el enfoque cualitativo permite comprender las experiencias, opiniones y percepciones de los participantes dentro de su contexto de estudio. En correspondencia con este planteamiento, dicho enfoque permitió analizar las percepciones, experiencias y opiniones de los participantes, así como interpretar el contexto institucional para fundamentar el desarrollo de una propuesta de identidad visual conmemorativa.

La investigación es de tipo descriptivo-propositiva. Es descriptiva porque permitió identificar y analizar la situación actual de la comunicación visual de Easy Express Nicaragua mediante la aplicación de entrevistas semiestructuradas, observación directa y análisis documental. Asimismo, es propositiva porque, a partir de los hallazgos obtenidos durante el proceso investigativo, se desarrolló una propuesta de identidad visual conmemorativa orientada a fortalecer la comunicación institucional de la empresa durante la celebración de su décimo aniversario.

Para la recolección de la información se emplearon técnicas cualitativas como la entrevista semiestructurada, la observación directa y el análisis documental. Posteriormente, la información obtenida fue organizada y analizada mediante un proceso de triangulación, permitiendo contrastar los datos provenientes de las diferentes técnicas de investigación y establecer los criterios que fundamentaron el desarrollo de la propuesta de diseño. Este procedimiento favoreció una comprensión integral de la

problemática estudiada y permitió sustentar la propuesta de identidad visual conmemorativa para Easy Express Nicaragua.

6.3 Población y muestra

La población de la presente investigación estuvo conformada por 15 participantes vinculados con Easy Express Nicaragua, distribuidos en 10 clientes y 5 colaboradores de la empresa. La selección de estos participantes respondió a su relación directa con la organización y a la experiencia que poseen respecto a los servicios y la comunicación institucional de la empresa.

Debido a las características de la investigación y a la necesidad de obtener información específica sobre la problemática estudiada, se empleó un muestreo no probabilístico por conveniencia, seleccionando a aquellos participantes que cumplieran con los criterios establecidos y cuya participación permitió obtener información relevante para el desarrollo de la propuesta de diseño.

La muestra coincidió con la población objeto de estudio, por lo que estuvo integrada por los mismos 15 participantes, conformados por 10 clientes y 5 colaboradores. La información obtenida a partir de sus aportes permitió identificar las necesidades comunicacionales relacionadas con la conmemoración del décimo aniversario y fundamentar el desarrollo de la identidad visual conmemorativa propuesta para Easy Express Nicaragua.

La caracterización de los participantes de la investigación se presenta en el [Anexo](#)

[2.](#)

6.4 Técnicas e instrumentos de recolección de información

Para la obtención de la información necesaria en el desarrollo de la presente investigación se emplearon técnicas cualitativas que permitieron comprender las necesidades comunicacionales de Easy Express Nicaragua con relación a la celebración de su décimo aniversario. Las técnicas utilizadas fueron la entrevista semiestructurada, la observación directa y el análisis documental, complementadas con instrumentos diseñados para registrar y organizar la información obtenida durante el proceso investigativo.

6.4.1 Entrevista semiestructurada

La entrevista semiestructurada se aplicó a colaboradores y clientes de Easy Express Nicaragua con el propósito de conocer sus opiniones, experiencias y percepciones sobre la identidad visual de la empresa, así como sus expectativas respecto a la conmemoración del décimo aniversario. Esta técnica permitió obtener información detallada sobre las necesidades de comunicación visual y los elementos que debían considerarse en el desarrollo de la propuesta de diseño.

Como instrumento de recolección de información se utilizó una guía de entrevista integrada por preguntas abiertas, estructuradas de acuerdo con las categorías de análisis definidas para la investigación, permitiendo la obtención de respuestas amplias y contextualizadas.

La guía de entrevista semiestructurada utilizada durante la investigación puede consultarse en el [Anexo 1](#).

6.4.2 Observación directa

La observación directa se realizó en las instalaciones de Easy Express Nicaragua y en los espacios donde la empresa desarrolla su comunicación institucional. Esta técnica permitió identificar el uso de la identidad visual corporativa, los recursos gráficos empleados, la señalización existente y otros elementos relacionados con la comunicación visual de la empresa.

Para el registro de la información se utilizó una guía de observación, mediante la cual se documentaron los aspectos relevantes identificados durante el proceso de investigación.

La guía de observación aplicada durante el proceso investigativo se presenta en el [Anexo 3](#).

6.4.3 Análisis documental

El análisis documental consistió en la revisión de publicaciones institucionales, material gráfico, redes sociales y documentos relacionados con la identidad visual de Easy Express Nicaragua, así como referencias visuales de empresas del mismo sector. Esta técnica permitió identificar las características de la comunicación visual utilizada por la empresa, reconocer antecedentes de campañas conmemorativas y obtener información que complementó los datos recopilados mediante las demás técnicas de investigación.

Como instrumento se empleó una matriz de análisis documental, la cual facilitó la organización y comparación de la información recopilada durante la revisión de los diferentes documentos y materiales visuales.

Como parte del análisis documental también se realizó una revisión comparativa de las estrategias de comunicación digital implementadas por las empresas Encarga Nicaragua y 1Click, competidoras del mismo sector. Durante este proceso se observó que ambas mantienen una identidad visual consistente mediante el uso uniforme de sus colores corporativos, logotipos y recursos gráficos. Asimismo, sus publicaciones se enfocan principalmente en la promoción de servicios, aperturas de sucursales, ofertas comerciales y contenido informativo dirigido a sus clientes. Estos hallazgos permitieron identificar la oportunidad de diferenciar la propuesta de Easy Express Nicaragua mediante el desarrollo de un evento corporativo con enfoque en branding experiencial, fortalecimiento de la identidad institucional y generación de experiencias memorables para sus públicos. La evidencia correspondiente se presenta en el [Anexo 6](#).

6.5 Síntesis descriptiva de los resultados

Antes de realizar la triangulación de la información, se elaboró una síntesis descriptiva de los resultados obtenidos mediante la entrevista semiestructurada, la observación directa y el análisis documental. Esta organización permitió identificar los principales aportes de cada instrumento y establecer posteriormente las coincidencias, diferencias y relaciones existentes entre las fuentes de información.

6.5.1 Resultados de la entrevista semiestructurada

Las entrevistas aplicadas a clientes y colaboradores permitieron identificar una percepción favorable de Easy Express Nicaragua. Los participantes describieron a la empresa como confiable, rápida, responsable y comprometida con la calidad de la atención. Entre sus principales fortalezas señalaron la seguridad de los envíos, el seguimiento de los paquetes y la atención personalizada.

En relación con el décimo aniversario, los participantes consideraron que su celebración representa una oportunidad para reconocer la trayectoria, el crecimiento y los logros de la empresa. Asimismo, manifestaron interés por una celebración dinámica que incorpore rifas, promociones, concursos, espacios para fotografías, recuerdos y actividades interactivas. La mayoría expresó disposición para participar en el evento, lo que evidencia una actitud favorable hacia la propuesta conmemorativa.

6.5.2 Resultados de la observación directa

La observación realizada en las instalaciones permitió identificar una interacción constante y cercana entre colaboradores y clientes, así como una atención ágil y personalizada. También se constató la aplicación de los elementos de identidad visual institucional en los espacios físicos de la empresa.

No obstante, se identificó la oportunidad de incorporar recursos visuales y espacios conmemorativos que comuniquen la historia y evolución de Easy Express Nicaragua. De igual manera, se observó la posibilidad de integrar elementos interactivos que favorezcan la participación, la convivencia y la conexión emocional de los asistentes durante la celebración.

6.5.3 Resultados del análisis documental

El análisis de publicaciones institucionales, redes sociales y materiales gráficos evidenció que Easy Express Nicaragua mantiene una comunicación digital constante y utiliza de manera coherente sus principales elementos de identidad corporativa. Sin embargo, las comunicaciones de aniversarios anteriores se limitaron principalmente a publicaciones digitales aisladas, sin contar con una identidad visual conmemorativa específica.

La revisión de referentes y de empresas del mismo sector permitió reconocer el uso de recursos gráficos, ambientaciones y experiencias de marca para fortalecer la participación de los públicos en acontecimientos corporativos. Estos resultados respaldan la necesidad de desarrollar un sistema visual conmemorativo que pueda aplicarse de forma coherente en medios impresos, digitales, espaciales e interactivos.

6.6 Triangulación de la información

Con el propósito de fortalecer la validez de los resultados obtenidos durante el proceso de investigación, se realizó una triangulación de la información recopilada mediante la entrevista semiestructurada, la observación directa y el análisis documental. Esta estrategia permitió contrastar los hallazgos obtenidos a través de las diferentes técnicas de recolección de datos, identificando coincidencias y aspectos relevantes que fundamentaron el desarrollo de la propuesta de identidad visual conmemorativa para Easy Express Nicaragua.

Para facilitar el análisis de la información, las preguntas de la entrevista fueron agrupadas de acuerdo con la temática abordada, permitiendo relacionar las opiniones de los participantes con los resultados obtenidos mediante la observación directa y el análisis documental. A partir de este proceso fue posible identificar las principales necesidades de comunicación visual de la empresa y establecer los criterios que orientaron el desarrollo de la propuesta de diseño.

Tabla 1.
Triangulación de la información.

Categoría	Entrevista	Observación directa	Análisis documental	Hallazgos integrados
Percepción de la empresa	Los participantes describieron a Easy Express Nicaragua como una empresa confiable, rápida, responsable y con una atención al cliente de calidad. Asimismo, identificaron como principales fortalezas la seguridad, el seguimiento de los envíos y la atención personalizada.	Se observó una interacción constante entre colaboradores y clientes, una atención ágil y personalizada, así como la correcta aplicación de la identidad visual institucional en las instalaciones.	Las publicaciones en redes sociales mantienen una comunicación constante con los clientes y utilizan de forma consistente la identidad corporativa de la empresa.	La empresa proyecta una imagen positiva y una identidad corporativa consolidada, sustentada en la confianza, la calidad del servicio y la coherencia de su comunicación visual.
Importancia del décimo aniversario	Los participantes consideran que la celebración del aniversario representa una oportunidad para reconocer la trayectoria, el crecimiento y los logros alcanzados por la empresa, fortaleciendo el vínculo con clientes y colaboradores.	Se identificó la oportunidad de incorporar acciones de comunicación que resalten la historia y evolución de la empresa mediante espacios y elementos conmemorativos.	Las campañas de aniversarios anteriores se limitaron principalmente a publicaciones digitales, sin una identidad visual específica para la conmemoración.	Se evidenció la necesidad de desarrollar una identidad visual conmemorativa que comunique de forma integral el décimo aniversario de Easy Express Nicaragua.
Expectativas sobre la celebración	Los participantes manifestaron interés por actividades como rifas, concursos, promociones,	Se identificó la oportunidad de incorporar espacios interactivos y elementos que	El análisis de referentes evidenció que las celebraciones corporativas utilizan	La propuesta debe integrar recursos gráficos y actividades experienciales

Categoría	Entrevista	Observación directa	Análisis documental	Hallazgos integrados
	dinámicas interactivas, espacios para fotografías, recuerdos y actividades que fortalezcan la convivencia durante la celebración.	favorezcan la participación y la conexión emocional con los asistentes.	experiencias de marca y recursos visuales para fortalecer la participación del público.	que promuevan la interacción y fortalezcan la experiencia de marca durante el evento.
Participación en el evento	La mayoría de los participantes manifestó interés y disposición para asistir a una celebración organizada por Easy Express Nicaragua, destacando la confianza y satisfacción que tienen con la empresa.	Se observó una relación cercana entre colaboradores y clientes durante la prestación del servicio, favoreciendo un ambiente de confianza.	La interacción permanente en redes sociales refleja una comunidad activa y receptiva a las actividades promovidas por la empresa.	Existe una actitud favorable hacia la participación en el evento, lo que respalda el desarrollo de una propuesta conmemorativa orientada a fortalecer la relación entre la empresa y sus públicos.

Nota. Elaboración propia a partir de los resultados de la entrevista semiestructurada, la observación directa y el análisis documental (2026).

Las evidencias de las respuestas obtenidas mediante la entrevista semiestructurada se presentan en el [Anexo 4](#).

6.7 Análisis e interpretación de resultados

6.7.1 Percepción de Easy Express Nicaragua

Los resultados obtenidos mediante la triangulación de la información evidencian que Easy Express Nicaragua mantiene una percepción positiva entre sus clientes y colaboradores. Durante las entrevistas, los participantes describieron a la empresa como confiable, rápida, responsable y comprometida con la atención al cliente, destacando

además la seguridad en el manejo de los envíos y el seguimiento brindado durante el proceso logístico.

Estas percepciones coinciden con los resultados de la observación directa realizada en las instalaciones de la empresa, donde se identificó una atención personalizada, una interacción constante entre colaboradores y clientes, así como una aplicación consistente de la identidad visual institucional en los diferentes espacios. De igual manera, el análisis documental permitió constatar una comunicación activa en redes sociales y el uso coherente de la identidad corporativa en las publicaciones institucionales.

En conjunto, estos hallazgos demuestran que Easy Express Nicaragua ha consolidado una imagen favorable entre sus públicos, sustentada en la calidad del servicio, la confianza y la coherencia de su comunicación visual. Esta percepción constituye una fortaleza para el desarrollo de una identidad visual conmemorativa, ya que proporciona una base sólida sobre la cual proyectar la celebración de su décimo aniversario.

6.7.2 Importancia del décimo aniversario

La triangulación de la información permitió identificar que tanto clientes como colaboradores consideran que la celebración del décimo aniversario representa una oportunidad para reconocer la trayectoria, el crecimiento y los logros alcanzados por Easy Express Nicaragua durante sus años de funcionamiento. Los participantes manifestaron que este tipo de conmemoraciones fortalecen la imagen de la empresa, generan un mayor sentido de pertenencia y contribuyen a estrechar la relación con clientes, colaboradores y aliados estratégicos.

Estos resultados coinciden con la observación directa realizada en la empresa, donde se identificó la oportunidad de fortalecer la comunicación institucional mediante acciones y elementos visuales que destaquen la historia y evolución de la organización. Asimismo, el análisis documental evidenció que, aunque Easy Express Nicaragua ha realizado publicaciones relacionadas con aniversarios anteriores, estas se han limitado principalmente a piezas para redes sociales, sin desarrollar una identidad visual específica que unifique la comunicación de la celebración.

En consecuencia, los resultados obtenidos reflejan la necesidad de desarrollar una identidad visual conmemorativa que complemente la identidad corporativa existente y permita comunicar de forma coherente el décimo aniversario de la empresa. Esta propuesta contribuirá a proyectar la trayectoria institucional de Easy Express Nicaragua y a fortalecer su posicionamiento mediante una comunicación visual unificada en los diferentes medios y aplicaciones previstas para la celebración.

6.7.3 Expectativas sobre la celebración

Los resultados obtenidos mediante la triangulación evidencian que los participantes esperan que la celebración del décimo aniversario de Easy Express Nicaragua trascienda una actividad protocolaria y se convierta en una experiencia dinámica, participativa y memorable. Durante las entrevistas, clientes y colaboradores manifestaron interés por actividades como rifas, concursos, promociones, juegos interactivos, espacios para fotografías, entrega de recuerdos y otras dinámicas que fomenten la convivencia y el reconocimiento de quienes han formado parte del crecimiento de la empresa.

Estas expectativas coinciden con los resultados de la observación directa realizada durante el proceso investigativo, donde se identificó la oportunidad de fortalecer la comunicación experiencial mediante la incorporación de espacios interactivos y elementos gráficos que favorezcan la participación de los asistentes. De igual forma, el análisis documental de referentes evidenció que las celebraciones corporativas actuales integran experiencias de marca, ambientación temática y recursos visuales que fortalecen la interacción con los públicos y generan un mayor impacto en la comunicación institucional.

A partir de estos hallazgos, se determinó que la propuesta de identidad visual conmemorativa debía contemplar no solo el desarrollo de un identificador gráfico, sino también un sistema de aplicaciones que enriqueciera la experiencia de los asistentes durante la celebración. Por esta razón, la propuesta incorpora elementos como señalética, espacios fotográficos, material promocional, ambientación y otros recursos visuales que contribuyen a fortalecer el vínculo entre la empresa y sus públicos, proyectando de manera coherente la conmemoración de sus diez años de trayectoria.

6.7.4 Participación e interés del público

Los resultados de la investigación evidencian una actitud favorable por parte de los participantes hacia la celebración del décimo aniversario de Easy Express Nicaragua. Durante las entrevistas, tanto clientes como colaboradores manifestaron su disposición para participar en un evento conmemorativo organizado por la empresa, destacando que este tipo de actividades fortalece el sentido de pertenencia, fomenta la cercanía con la marca y representa una oportunidad para agradecer la confianza depositada durante los años de servicio.

La observación directa permitió identificar una relación cercana entre colaboradores y clientes, caracterizada por una atención cordial y una comunicación constante durante la prestación del servicio. De igual manera, el análisis documental evidenció que la empresa mantiene una interacción activa con su comunidad a través de sus plataformas digitales, favoreciendo la difusión de información y el fortalecimiento del vínculo con sus públicos.

En conjunto, estos resultados reflejan que existe una base sólida de aceptación e interés hacia la realización de una celebración institucional, lo que respalda la implementación de una identidad visual conmemorativa y de diversas aplicaciones gráficas que promuevan la participación de clientes, colaboradores y aliados estratégicos. La disposición manifestada por los participantes confirma la viabilidad de una propuesta orientada a fortalecer la experiencia de marca y consolidar la imagen institucional de Easy Express Nicaragua durante la conmemoración de su décimo aniversario.

6.8 Diagnóstico general

A partir de la información obtenida mediante las entrevistas, la observación directa y el análisis documental, se identificó que Easy Express Nicaragua posee una identidad corporativa consolidada y una percepción positiva entre sus clientes y colaboradores. Los participantes destacaron atributos como la confianza, la rapidez, la seguridad y la calidad del servicio, aspectos que han contribuido al posicionamiento de la empresa durante sus diez años de trayectoria.

No obstante, el estudio evidenció que, a pesar de contar con una imagen institucional consistente, la empresa no dispone de una identidad visual específica para

la conmemoración de su décimo aniversario. Asimismo, se constató que las acciones comunicacionales realizadas en aniversarios anteriores se limitaron principalmente a publicaciones en redes sociales, sin integrar un sistema gráfico que unificara la comunicación en los diferentes medios y aplicaciones relacionados con la celebración.

Por otra parte, la investigación permitió identificar el interés de clientes y colaboradores por participar en una celebración que incorpore experiencias interactivas, espacios de convivencia, material promocional y recursos visuales que fortalezcan el vínculo con la marca. Estos hallazgos evidencian la necesidad de desarrollar una propuesta de identidad visual conmemorativa capaz de comunicar la trayectoria de Easy Express Nicaragua de manera coherente, diferenciadora y adaptable a distintos soportes gráficos.

En consecuencia, el diagnóstico realizado fundamenta el desarrollo de una identidad visual conmemorativa que complemente la identidad corporativa existente y permita proyectar los valores, la historia y el crecimiento de la empresa durante la celebración de su décimo aniversario. La propuesta busca fortalecer la comunicación institucional, enriquecer la experiencia de los públicos y consolidar el posicionamiento de Easy Express Nicaragua mediante un sistema gráfico integral.

7. Estudio técnico y organizativo

7.1 Estudio técnico

El estudio técnico tiene como finalidad determinar la viabilidad para el desarrollo y aplicación de la propuesta de identidad visual conmemorativa del décimo aniversario de Easy Express Nicaragua. En este apartado se describen los recursos, especificaciones y requerimientos necesarios para la producción de las aplicaciones gráficas que conforman la propuesta, considerando aspectos técnicos relacionados con los materiales, procesos de elaboración y medios de reproducción. Asimismo, se presentan los elementos que garantizan la correcta implementación del sistema de identidad visual en los diferentes soportes previstos, asegurando su funcionalidad, coherencia gráfica y adaptabilidad.

7.1.1 Localización

La propuesta de identidad visual conmemorativa fue desarrollada para Easy Express Nicaragua, empresa dedicada a los servicios de logística y transporte internacional con presencia en Managua y León. Su implementación está prevista principalmente para la sucursal ubicada en Managua, donde se desarrollarán las aplicaciones gráficas diseñadas para la celebración del décimo aniversario. No obstante, el sistema visual fue concebido para adaptarse a futuras actividades institucionales realizadas por la empresa en cualquiera de sus sedes.

El desarrollo del proyecto fue realizado mediante reuniones de coordinación con los fundadores de Easy Express Nicaragua, quienes proporcionaron la información necesaria para definir los requerimientos del proyecto y validar las propuestas presentadas durante las diferentes etapas del proceso de diseño.

7.1.2 Alcance de la propuesta

La propuesta contempla el desarrollo de un sistema de identidad visual conmemorativa para la celebración del décimo aniversario de Easy Express Nicaragua, diseñado con el propósito de fortalecer la comunicación institucional y generar una experiencia visual coherente en las diferentes aplicaciones previstas para la conmemoración.

El sistema gráfico está conformado por la marca conmemorativa del décimo aniversario y un conjunto de aplicaciones desarrolladas para medios impresos, digitales y espaciales, permitiendo mantener la unidad visual de la celebración y facilitar su implementación en los diferentes soportes.

Todas las aplicaciones fueron diseñadas como un sistema gráfico integral, garantizando coherencia visual, facilidad de implementación y adaptabilidad a distintos formatos y soportes.

Las aplicaciones que integran la propuesta son las siguientes:

Tabla 2.
Aplicaciones desarrolladas para la propuesta de identidad visual conmemorativa.

Aplicación	Descripción
Marca conmemorativa	Identificador gráfico diseñado para representar el décimo aniversario de Easy Express Nicaragua, conservando coherencia con la identidad institucional de la empresa.
Look & Feel	Sistema visual que establece los lineamientos gráficos para la aplicación coherente de la identidad conmemorativa en los diferentes soportes.
Señalética	Sistema de señalización diseñado para orientar a los asistentes e identificar las diferentes áreas contempladas para la celebración.
Photobooth	Estructura gráfica interactiva destinada a la toma de fotografías y a fortalecer la participación de los asistentes.
Muro de recuerdos	Espacio participativo diseñado para que clientes, colaboradores e invitados compartan mensajes, fotografías y experiencias relacionadas con la trayectoria de la empresa.

Aplicación	Descripción
Ruleta interactiva	Aplicación gráfica destinada a desarrollar dinámicas promocionales y actividades de participación durante la celebración.
Trivia interactiva	Dinámica digital desarrollada mediante la plataforma Kahoot, integrada por preguntas relacionadas con la historia, los servicios y la trayectoria de Easy Express Nicaragua.
Aplicaciones digitales	Piezas diseñadas para Instagram, Facebook y WhatsApp, así como la adaptación gráfica del sitio web institucional para comunicar el décimo aniversario.
Kit conmemorativo	Conjunto integrado por empaque principal, tarjeta de agradecimiento, libreta corporativa, lapicero institucional, bolsita para el pin y pin conmemorativo.

7.1.3 Recursos tecnológicos

Para el desarrollo de la propuesta de identidad visual conmemorativa se utilizaron recursos tecnológicos que permitieron la investigación, conceptualización, diseño y presentación de las diferentes aplicaciones gráficas. Estos recursos facilitaron la elaboración de los elementos visuales y garantizaron la calidad técnica de los archivos finales.

Los principales recursos tecnológicos empleados se presentan en la siguiente tabla.

Tabla 3.
Recursos tecnológicos utilizados en el desarrollo del proyecto.

Recurso	Descripción
Equipo de cómputo	Utilizado para el desarrollo, edición y almacenamiento de los archivos del proyecto.
Adobe Illustrator	Software empleado para el diseño vectorial de la marca conmemorativa y las aplicaciones gráficas.
Adobe Photoshop	Utilizado para la edición y composición de imágenes, así como la elaboración de mockups.
Adobe InDesign	Empleado para la diagramación del documento y la organización del Look & Feel.
Internet	Utilizado para la investigación, consulta de referencias y comunicación con el cliente.

Recurso	Descripción
Google Drive	Plataforma utilizada para el respaldo y almacenamiento de los archivos del proyecto.
Cámara fotográfica / teléfono móvil	Utilizado para el registro fotográfico del establecimiento y la elaboración de referencias visuales durante la investigación.

7.1.4 Especificaciones técnicas

La propuesta de identidad visual conmemorativa fue desarrollada considerando criterios técnicos que garantizan la correcta reproducción de las aplicaciones gráficas en medios impresos y digitales. Para ello, se definieron parámetros relacionados con los formatos de archivo, resolución, perfiles de color y lineamientos tipográficos, asegurando la calidad visual y la consistencia de la identidad en los diferentes soportes.

Las especificaciones generales empleadas durante el desarrollo del proyecto se presentan en la siguiente tabla.

Tabla 4.
Especificaciones técnicas generales.

Especificación	Descripción
Formatos de entrega	AI, PDF, PNG y JPG, según el tipo de aplicación.
Sistema de color para impresión	CMYK.
Sistema de color para medios digitales	RGB.
Resolución	300 ppp para piezas impresas y dimensiones en píxeles definidas según los requerimientos de cada plataforma digital.
Tipografías	Se utilizaron las tipografías definidas en el sistema de identidad visual conmemorativa.
Escalabilidad	Todos los elementos fueron desarrollados en formato vectorial para garantizar su correcta reproducción en diferentes tamaños.
Formato vectorial	Todas las piezas fueron desarrolladas mediante gráficos vectoriales para conservar la calidad en cualquier escala.
Compatibilidad	Los archivos fueron preparados para impresión y visualización digital, facilitando su futura producción.

7.1.5 Materiales y suministros

Para la futura producción de las aplicaciones que conforman la identidad visual conmemorativa, se contemplan materiales que garanticen la calidad, resistencia y adecuada reproducción de cada pieza gráfica. La selección de estos materiales responde a las características de uso, dimensiones y funcionalidad de las aplicaciones desarrolladas, permitiendo mantener la coherencia visual y facilitar su implementación durante la celebración del décimo aniversario de Easy Express Nicaragua.

Los materiales previstos para la producción de las principales aplicaciones se presentan a continuación.

Tabla 5.
Materiales previstos para la producción de las aplicaciones gráficas.

Aplicación	Materiales sugeridos
Señalética	PVC espumado, vinil adhesivo o impresión en gran formato.
Photobooth	Estructura de MDF, PVC o cartón rígido, con impresión en vinil.
Muro de recuerdos	Panel rígido, impresión gráfica, tarjetas y adhesivos.
Ruleta interactiva	MDF o PVC, base estructural y vinil impreso.
Kit conmemorativo	Papel o cartulina para empaque, libreta, lapicero, pin metálico y bolsita impresa.
Publicaciones digitales	Archivos digitales optimizados según las dimensiones de cada plataforma.
Trivia interactiva	Equipo de proyección, conexión a internet y dispositivos móviles.

7.1.6 Proveedores sugeridos

La producción de las aplicaciones gráficas contempladas en la propuesta puede realizarse mediante proveedores especializados en impresión digital, fabricación de estructuras promocionales y artículos publicitarios. La selección de estos proveedores dependerá de la disponibilidad, costos y requerimientos de producción establecidos por Easy Express Nicaragua al momento de implementar la propuesta.

Tabla 6.
Proveedores sugeridos para la producción de las aplicaciones.

Servicio	Tipo de proveedor
Impresión de material gráfico	Imprenta comercial especializada en impresión digital.
Producción de señalética	Empresa especializada en rotulación e impresión sobre PVC o vinil.
Fabricación de estructuras (Photobooth, muro y ruleta)	Taller de carpintería o fabricación de mobiliario publicitario.
Artículos promocionales	Proveedor de merchandising corporativo (libretas, lapiceros, pines, empaques y tarjetas de agradecimiento).
Impresión en gran formato	Empresa especializada en impresión de lonas, viniles y material publicitario.

7.1.7 Control de calidad

Con el propósito de garantizar la calidad y coherencia de la propuesta de identidad visual conmemorativa, cada una de las aplicaciones gráficas fue sometida a un proceso de revisión durante su desarrollo. Esta etapa permitió verificar que todos los elementos mantuvieran una correcta aplicación de la identidad visual, asegurando uniformidad en el uso de la marca, la paleta cromática, la tipografía y los demás recursos gráficos definidos para el proyecto.

Asimismo, se realizaron revisiones relacionadas con la legibilidad de los elementos, la correcta composición visual, las dimensiones de las piezas y la preparación de los archivos para su futura producción en medios impresos y digitales. De igual manera, las propuestas fueron presentadas a los fundadores de Easy Express Nicaragua, quienes brindaron observaciones y validaron las decisiones de diseño antes de su versión final.

Como parte del proceso de control de calidad, también se verificó que las aplicaciones mantuvieran coherencia entre sí, permitiendo que el sistema de identidad

visual conmemorativa funcionara de manera integral y pudiera adaptarse a los diferentes soportes contemplados dentro de la propuesta.

7.2 Estudio organizativo

El estudio organizativo tiene como finalidad definir las responsabilidades de los actores involucrados en una posible implementación de la identidad visual conmemorativa para el décimo aniversario de Easy Express Nicaragua. Para ello, se identifican las funciones que corresponderían a la empresa, las diseñadoras gráficas, los proveedores y el personal encargado de apoyar la aplicación de las diferentes piezas desarrolladas.

Tabla 7.
Responsables y funciones para la implementación de la propuesta.

Responsable	Función
Easy Express Nicaragua	Aprobar la propuesta, coordinar la implementación y gestionar el presupuesto.
Diseñadoras gráficas	Entregar los archivos finales, realizar las adaptaciones necesarias y supervisar la correcta aplicación de la identidad visual conmemorativa.
Proveedores	Producir las aplicaciones impresas, espaciales y promocionales de acuerdo con las especificaciones técnicas establecidas.
Personal de la empresa	Apoyar la instalación, uso y distribución de las aplicaciones durante la celebración.

7.3 Costos del proyecto

El análisis de los costos del proyecto permite identificar los recursos económicos necesarios para la producción e implementación de las aplicaciones que integran la identidad visual conmemorativa para el décimo aniversario de Easy Express Nicaragua. La información fue elaborada a partir de cotizaciones proporcionadas por la empresa y estimaciones de mercado para aquellos elementos que aún no cuentan con un proceso

de producción definido. Su finalidad es demostrar la viabilidad económica de la propuesta y servir como referencia para una posible implementación.

Figura 1.
Distribución estimada del presupuesto para la implementación de la propuesta de identidad visual conmemorativa.



Como se observa en la figura anterior, la mayor inversión corresponde al alquiler de la locación y al servicio de catering, representando conjuntamente el 67 % del presupuesto estimado. El porcentaje restante contempla los recursos necesarios para la producción de las diferentes aplicaciones gráficas desarrolladas, tales como material gráfico, decoración, kit conmemorativo, producción audiovisual y activaciones interactivas.

Es importante señalar que el presupuesto presentado constituye una estimación referencial para la posible implementación de la propuesta de identidad visual conmemorativa. Los montos fueron establecidos a partir de cotizaciones reales y estimaciones de mercado obtenidas durante el desarrollo de la investigación, con el propósito de demostrar la viabilidad económica de la propuesta.

Las cotizaciones utilizadas como respaldo del presupuesto estimado se presentan en el [Anexo 5](#).

8. Proceso de diseño

8.1 Proceso de diseño

El proceso de diseño de la identidad visual conmemorativa para el décimo aniversario de Easy Express Nicaragua se desarrolló a partir de los hallazgos obtenidos durante la investigación y del diagnóstico realizado en el estudio de mercado. Para estructurar el desarrollo de la propuesta se tomó como referencia el proceso de diseño planteado por Ambrose y Harris (2010), el cual organiza el proyecto en etapas de conceptualización, desarrollo e implementación. Esta estructura permitió transformar las necesidades identificadas durante la investigación en un sistema de identidad visual coherente con los objetivos del proyecto. La propuesta fue concebida como un sistema de identidad visual conmemorativa capaz de representar la trayectoria de Easy Express Nicaragua durante sus diez años de funcionamiento, fortaleciendo la comunicación institucional y manteniendo coherencia con la identidad corporativa existente. Para ello, se desarrolló un proceso creativo estructurado que comprendió la conceptualización de la propuesta, la exploración gráfica, el desarrollo de la identidad visual y la aplicación del sistema gráfico en diferentes soportes impresos, digitales y espaciales.

En los apartados siguientes se presenta el desarrollo de cada una de las etapas que conforman la propuesta de diseño, así como las aplicaciones gráficas diseñadas para la conmemoración del décimo aniversario.

8.2 Conceptualización de la propuesta

La conceptualización de la propuesta surge de la necesidad de desarrollar una identidad visual conmemorativa que represente los diez años de trayectoria de Easy Express Nicaragua y fortalezca la comunicación institucional durante la celebración de

su aniversario. Para ello, se buscó construir un sistema visual que transmitiera cercanía, confianza, crecimiento y dinamismo, manteniendo coherencia con la identidad corporativa de la empresa.

Como punto de partida, se analizaron los valores institucionales, la personalidad de la marca y los resultados obtenidos durante el estudio de mercado, permitiendo definir una dirección creativa alineada con los objetivos del proyecto. A partir de este análisis se establecieron los criterios visuales que orientaron el desarrollo de la propuesta gráfica y sirvieron de base para la construcción del sistema de identidad visual conmemorativa.

8.2.1 Concepto creativo

La propuesta de identidad visual conmemorativa se fundamenta en el concepto “10 años conectando destinos, construyendo confianza”, el cual sintetiza la trayectoria de Easy Express Nicaragua durante su primera década de funcionamiento. Este concepto refleja la esencia de la empresa como un puente que conecta personas, negocios y oportunidades a través de sus servicios logísticos, destacando al mismo tiempo la confianza que ha logrado construir con sus clientes a lo largo de los años.

Desde el punto de vista visual, el concepto orientó el desarrollo de un sistema gráfico dinámico, moderno y cercano, capaz de transmitir crecimiento, movimiento y solidez. La propuesta busca representar no solo el aniversario de la empresa, sino también el vínculo generado con sus clientes mediante una comunicación visual coherente y memorable.

La idea de conectar destinos se representa mediante recursos gráficos que evocan movimiento, continuidad e integración, mientras que construyendo confianza se refleja en una identidad visual consistente, profesional y alineada con los valores

corporativos de Easy Express Nicaragua. De esta manera, el concepto creativo se convierte en el eje que articula todas las aplicaciones desarrolladas para la celebración del décimo aniversario.

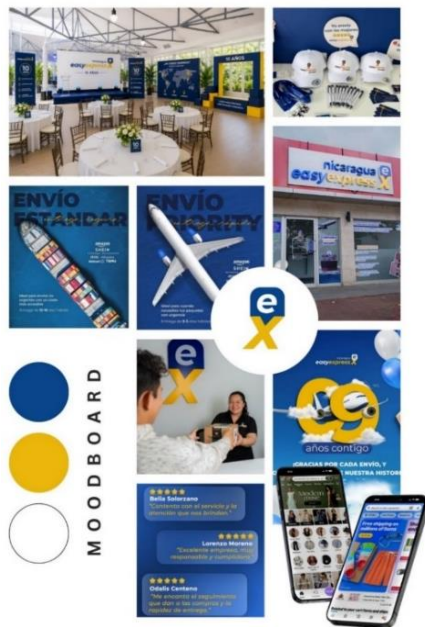
8.2.2 Moodboard

El moodboard constituye una herramienta de exploración visual que permitió definir la dirección estética de la propuesta de identidad visual conmemorativa. Su elaboración facilitó la recopilación y organización de referencias relacionadas con la personalidad de la marca, el concepto creativo y el ambiente visual que se buscó transmitir durante la celebración del décimo aniversario de Easy Express Nicaragua.

Las referencias seleccionadas se orientaron hacia un lenguaje gráfico contemporáneo, caracterizado por composiciones dinámicas, formas geométricas, elementos que evocan movimiento y recursos visuales asociados a la logística, la conexión y el crecimiento empresarial. Asimismo, se incorporaron referencias cromáticas basadas en la identidad institucional de Easy Express Nicaragua, reforzando la coherencia entre la marca corporativa y la identidad conmemorativa.

El moodboard permitió establecer una guía visual para el desarrollo de la propuesta, definiendo aspectos relacionados con la composición, el estilo gráfico, las aplicaciones espaciales, los materiales promocionales y la experiencia visual que se buscó proyectar durante la conmemoración del décimo aniversario.

Figura 2.
Moodboard e inspiración visual utilizado durante la fase de conceptualización



Nota. Composición de imágenes tomadas de las redes sociales de Easy Express.

8.3 Desarrollo de la marca conmemorativa

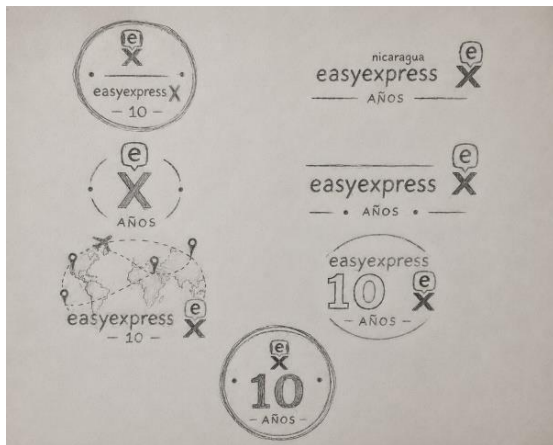
8.3.1 Bocetaje y exploración de ideas

El desarrollo de la identidad visual conmemorativa inició con una etapa de exploración gráfica en la que se realizaron diferentes bocetos con el propósito de analizar diversas alternativas de composición, formas y recursos visuales para representar el décimo aniversario de Easy Express Nicaragua. Durante esta fase se buscó generar propuestas que mantuvieran relación con la identidad corporativa de la empresa y reflejaran el concepto creativo “10 años conectando destinos, construyendo confianza”.

Los primeros bocetos permitieron experimentar con distintas configuraciones gráficas, integrando elementos alusivos al número diez, recursos que transmitieran movimiento y conexión, así como soluciones visuales que facilitaran la aplicación de la identidad en los diferentes soportes contemplados dentro del proyecto.

Posteriormente, las propuestas fueron analizadas y comparadas considerando criterios de legibilidad, versatilidad, reconocimiento y coherencia con la personalidad de la marca. Como resultado de este proceso se seleccionó la alternativa que mejor representaba los objetivos de la propuesta y que serviría como base para el desarrollo de la identidad visual conmemorativa.

Figura 3.
Bocetos preliminares para el desarrollo de la identidad visual conmemorativa.



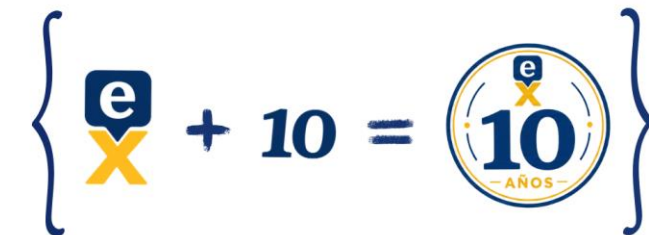
8.3.2 Marca conmemorativa

La marca conmemorativa fue desarrollada con el propósito de representar visualmente el décimo aniversario de Easy Express Nicaragua, integrando elementos gráficos que reflejan la trayectoria, el crecimiento y la confianza construida por la empresa durante sus diez años de servicio. Su diseño mantiene coherencia con la identidad corporativa existente, permitiendo que la celebración conserve el reconocimiento y posicionamiento de la marca institucional.

La composición del identificador responde a criterios de equilibrio, proporción y legibilidad, garantizando su correcta reproducción en diferentes medios impresos y digitales. Asimismo, se establecieron lineamientos técnicos que regulan su aplicación,

con el fin de preservar la integridad visual de la marca en todos los soportes desarrollados para la propuesta.

Figura 4.
Concepto de construcción de la marca conmemorativa.



Concepto de la marca

El ísologo conmemorativo de los 10 años de Easy Express representa una década de crecimiento, confianza y conexión. Su diseño integra la esencia de la marca con un enfoque moderno, destacando su trayectoria y compromiso con sus clientes.

¿Qué transmite?
Transmite confianza, cercanía, evolución, profesionalismo y el compromiso de seguir conectando destinos con calidad y seguridad.

Crecimiento y confianza, proyectando una marca sólida, moderna y comprometida con seguir conectando destinos con eficiencia y cercanía.

Figura 5.
Retícula de construcción de la marca conmemorativa.



8.4 Desarrollo visual

El desarrollo visual constituye el conjunto de elementos gráficos que complementan la marca conmemorativa y permiten mantener una comunicación visual coherente en todas las aplicaciones desarrolladas para el décimo aniversario de Easy Express Nicaragua. Su función es establecer lineamientos que garanticen uniformidad en la utilización de colores, tipografías y recursos gráficos, fortaleciendo el

reconocimiento de la identidad conmemorativa en los diferentes medios impresos, digitales y espaciales.

Los elementos que conforman el sistema visual fueron definidos tomando como referencia la identidad corporativa de Easy Express Nicaragua, procurando conservar sus atributos visuales y reforzar el concepto creativo «10 años conectando destinos, construyendo confianza». De esta manera, cada recurso gráfico contribuye a construir una experiencia visual consistente y fácilmente identificable por los usuarios.

Figura 6.
Marca conmemorativa y sus variaciones.



8.4.1 Paleta cromática

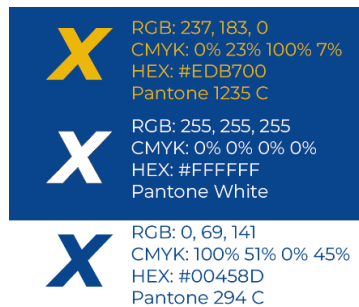
La paleta cromática de la identidad visual conmemorativa fue desarrollada tomando como base los colores institucionales de Easy Express Nicaragua, con el propósito de mantener la continuidad de la identidad corporativa y fortalecer el reconocimiento de la marca durante la celebración de su décimo aniversario.

La selección cromática responde a la necesidad de transmitir confianza, dinamismo y cercanía, valores que caracterizan a la empresa y que fueron identificados durante el proceso de investigación. Asimismo, la combinación de colores permite generar contraste, facilitar la legibilidad de las aplicaciones y garantizar la correcta reproducción de la identidad visual en medios impresos y digitales.

Los colores definidos conforman el sistema cromático oficial de la propuesta y deberán aplicarse de manera consistente en todas las piezas gráficas para preservar la unidad visual de la identidad conmemorativa.

Figura 7.

Paleta cromática utilizada para el desarrollo de la identidad visual conmemorativa.



8.4.2 Sistema tipográfico

La selección tipográfica de la identidad visual conmemorativa responde a criterios de legibilidad, versatilidad y coherencia con la personalidad de Easy Express Nicaragua. Las tipografías seleccionadas permiten mantener una comunicación clara y ordenada en las diferentes aplicaciones gráficas, conservando una apariencia moderna y profesional acorde con la imagen institucional de la empresa.

Figura 8.

Tipografías seleccionadas para las aplicaciones gráficas de la propuesta.



8.4.3 Sistema gráfico

El sistema gráfico de la identidad visual conmemorativa está conformado por un conjunto de elementos visuales complementarios que fortalecen la comunicación de la marca y garantizan la coherencia gráfica en las diferentes aplicaciones desarrolladas para la celebración del décimo aniversario de Easy Express Nicaragua.

Estos recursos fueron diseñados tomando como referencia la estructura de la marca conmemorativa, la identidad corporativa de la empresa y el concepto creativo «10 años conectando destinos, construyendo confianza», permitiendo construir un lenguaje visual dinámico, moderno y fácilmente reconocible.

El sistema integra formas gráficas, patrones, ilustraciones y personajes que aportan unidad, dinamismo y personalidad a la propuesta. Cada uno de estos elementos fue concebido para complementar la identidad visual sin competir con la marca principal, facilitando su aplicación en piezas impresas, publicaciones digitales, material promocional, señalética y demás soportes contemplados dentro del proyecto.

La utilización consistente de estos recursos permite mantener una experiencia visual uniforme en todos los puntos de contacto de la propuesta, fortaleciendo el reconocimiento de la identidad conmemorativa y contribuyendo a una comunicación gráfica clara y atractiva.

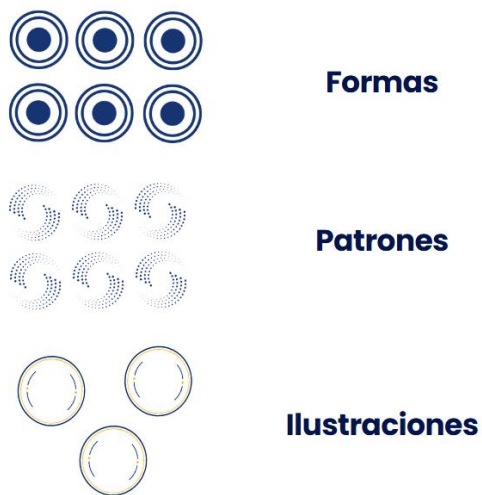
Figura 9.
Personajes corporativos utilizados como recursos visuales.



Figura 10.
Recursos gráficos e iconografía logística utilizados para reforzar la comunicación.



Figura 11.
Patrones, ilustraciones y formas gráficas del sistema visual.



8.4.4 Versiones de la marca conmemorativa

La marca conmemorativa fue desarrollada considerando diferentes versiones de aplicación que garantizan su correcta reproducción en diversos medios impresos y digitales, sin afectar su legibilidad ni su reconocimiento visual. Estas variantes permiten adaptar el identificador gráfico a distintos fondos, técnicas de impresión y condiciones de reproducción, manteniendo siempre la integridad de la identidad visual.

Se establecieron versiones en color, escala de grises, positivo y negativo, con el propósito de asegurar la versatilidad de la marca y facilitar su implementación en las diferentes aplicaciones desarrolladas para la celebración del décimo aniversario de Easy Express Nicaragua. Cada una de estas versiones conserva la estructura, proporciones y

elementos que conforman la identidad visual, permitiendo mantener una comunicación gráfica consistente en todos los soportes.

Figura 12.
Versión negativa de la marca conmemorativa sobre fondo de color.



Figura 13.
Versión positiva de la marca conmemorativa sobre fondo blanco.



8.5 Aplicaciones de la identidad visual

Las aplicaciones de la identidad visual conmemorativa representan la implementación del sistema gráfico desarrollado para el décimo aniversario de Easy Express Nicaragua. Cada una de las piezas fue diseñada con el propósito de mantener una comunicación visual coherente, fortalecer la identidad institucional y generar una experiencia de marca unificada durante la celebración.

El desarrollo de estas aplicaciones responde a las necesidades identificadas durante el estudio de mercado y a los requerimientos planteados por la empresa, integrando los elementos del sistema visual en soportes impresos, digitales y espaciales. De esta manera, la propuesta permite comunicar el aniversario de forma consistente en los diferentes puntos de interacción con clientes, colaboradores y aliados estratégicos.

8.5.1 Señalética

La propuesta de señalética fue desarrollada con el propósito de orientar a los asistentes e identificar las diferentes áreas contempladas para la celebración del décimo aniversario de Easy Express Nicaragua. Su diseño incorpora los elementos del sistema visual conmemorativo, permitiendo mantener coherencia gráfica y facilitar la ubicación de los espacios destinados a las actividades del evento.

Figura 14.
Ficha técnica de la señalética.



Figura 15.
Mockup de aplicación de la señalética.



8.5.2 Photobooth

El photobooth fue concebido como un espacio interactivo para la toma de fotografías, destinado a promover la participación de clientes, colaboradores e invitados. Su diseño incorpora la identidad visual conmemorativa y favorece la difusión de la celebración mediante las fotografías compartidas por los asistentes.

Figura 16.
Ficha técnica del photobooth.

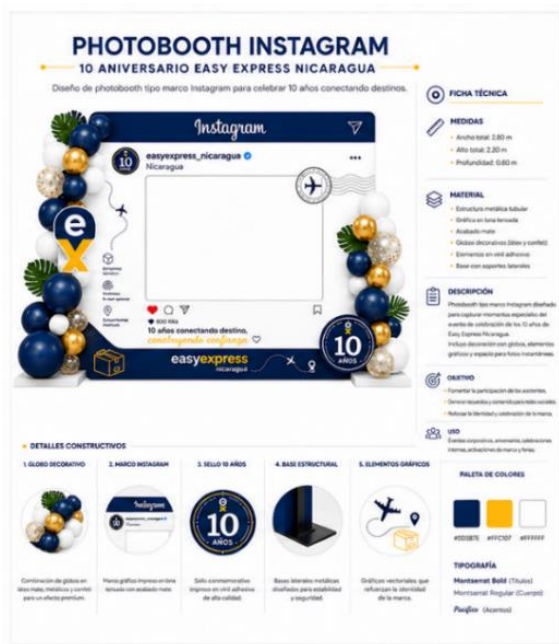


Figura 17.
Mockup de aplicación del photobooth.



8.5.3 Muro de recuerdos

El muro de recuerdos permite que clientes, colaboradores e invitados compartan mensajes, fotografías y experiencias relacionadas con la trayectoria de la empresa. La propuesta integra los elementos del sistema visual conmemorativo y busca fortalecer la cercanía y la confianza construidas durante los diez años de Easy Express Nicaragua.

Figura 18.
Ficha técnica del muro de recuerdos.



Figura 19.
Mockup de aplicación del muro de recuerdos.



8.5.4 Ruleta interactiva

La ruleta interactiva fue diseñada como una dinámica recreativa para incentivar la participación de los asistentes. Su diseño incorpora la identidad visual conmemorativa y mantiene coherencia con las demás aplicaciones, contribuyendo a generar una experiencia atractiva y participativa durante el evento.

Figura 20.
Ficha técnica de la ruleta interactiva.



Figura 21.
Mockup de aplicación de la ruleta interactiva.



8.5.5 Trivia interactiva

La trivia interactiva fue desarrollada en la plataforma Kahoot para promover la participación de los asistentes mediante preguntas sobre la historia, los servicios y la trayectoria de Easy Express Nicaragua. Su interfaz incorpora la identidad visual conmemorativa y permite la participación simultánea desde dispositivos móviles.

Figura 22.
Ficha técnica de la trivia interactiva.



Figura 23.
Interfaz de la trivia en la plataforma Kahoot.



8.5.6 Aplicaciones digitales

Como parte de la estrategia de comunicación de la identidad visual conmemorativa, se desarrollaron aplicaciones digitales destinadas a difundir la celebración del décimo aniversario de Easy Express Nicaragua a través de los principales canales de comunicación de la empresa. Estas piezas tienen como objetivo generar expectativa antes del evento, mantener informada a la comunidad durante su desarrollo y fortalecer la recordación de la marca mediante contenidos digitales coherentes con la identidad visual propuesta.

Las aplicaciones digitales fueron diseñadas siguiendo los lineamientos del sistema visual desarrollado para el aniversario, incorporando la marca conmemorativa, la paleta cromática, la tipografía y los recursos gráficos establecidos en la propuesta. Su implementación permite mantener una comunicación consistente en plataformas digitales, fortaleciendo la presencia institucional de Easy Express Nicaragua y su interacción con clientes, colaboradores y público en general.

Figura 24.
Propuesta de publicaciones para Instagram.

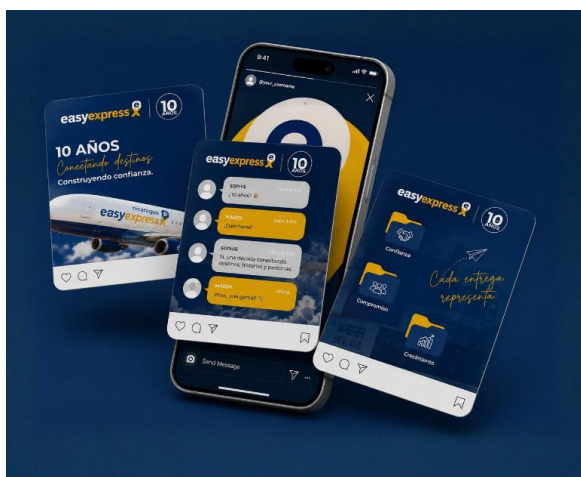


Figura 25.
Propuesta de publicaciones para WhatsApp.



Figura 26.
Propuesta de publicaciones para Facebook.



Figura 27.
Propuesta de aplicación de la identidad visual conmemorativa en el sitio web.



8.5.7 Kit conmemorativo

Como complemento de la identidad visual conmemorativa se desarrolló un kit conmemorativo diseñado para fortalecer la experiencia de marca y ofrecer un recuerdo

representativo de la celebración del décimo aniversario de Easy Express Nicaragua. La propuesta integra diferentes elementos promocionales desarrollados bajo un mismo sistema gráfico, manteniendo coherencia con la identidad visual creada para el proyecto.

El kit está conformado por un empaque principal, una tarjeta de agradecimiento, una libreta corporativa, un lapicero institucional, una bolsita para pines y un pin conmemorativo. Cada uno de estos elementos incorpora la marca del décimo aniversario, la paleta cromática, la tipografía y los recursos gráficos definidos durante el proceso de diseño, permitiendo extender la identidad visual a diferentes soportes y generar una experiencia unificada para clientes y colaboradores.

Figura 28.
Kit conmemorativo del décimo aniversario.



El empaque fue concebido como el elemento principal del kit, permitiendo presentar los diferentes artículos de manera organizada y reforzar la identidad visual desde el primer contacto con el usuario. Su diseño mantiene una línea sobria y corporativa, incorporando la marca institucional y el identificador del décimo aniversario como elementos protagonistas de la composición.

Figura 29.
Aplicaciones del kit conmemorativo.



Como complemento del kit se desarrolló una bolsita para resguardar el pin conmemorativo, proporcionando una presentación organizada y acorde con la identidad visual del aniversario. El pin constituye un elemento simbólico que representa la celebración de los diez años de trayectoria de Easy Express Nicaragua y refuerza el sentido de pertenencia hacia la marca.

Figura 30.
Pin conmemorativo y bolsita de presentación.



8.6 Visualización general de la propuesta

La propuesta de identidad visual conmemorativa integra un conjunto de aplicaciones impresas, digitales, espaciales e interactivas desarrolladas bajo un mismo sistema gráfico, permitiendo mantener una comunicación visual coherente durante la celebración del décimo aniversario de Easy Express Nicaragua.

La visualización general presenta la relación entre las diferentes aplicaciones diseñadas para el proyecto, evidenciando la integración de la marca conmemorativa, la señalética, los espacios interactivos y los recursos gráficos dentro de un mismo entorno. Esta representación permite apreciar el alcance de la propuesta y demuestra la funcionalidad del sistema visual en un contexto real de aplicación.

Figura 31.
Visualización general de la propuesta de identidad visual conmemorativa.



9. Conclusiones

La investigación permitió identificar que Easy Express Nicaragua mantiene una identidad corporativa consolidada y una comunicación constante con sus clientes mediante plataformas digitales. Sin embargo, se evidenció la ausencia de una identidad visual específica para la conmemoración de su décimo aniversario, lo que representaba una oportunidad para fortalecer la comunicación institucional y generar una experiencia gráfica unificada durante esta celebración.

A partir de los resultados obtenidos mediante la observación directa, las entrevistas y el análisis documental fue posible determinar las necesidades comunicacionales y los elementos gráficos requeridos para el desarrollo de la propuesta. Asimismo, la fundamentación teórica proporcionó los criterios conceptuales y metodológicos necesarios para orientar el proceso de diseño, permitiendo desarrollar una identidad visual conmemorativa coherente con la identidad corporativa de Easy Express Nicaragua y con los objetivos planteados en la investigación.

Como resultado del proceso de diseño se desarrolló una identidad visual conmemorativa integrada por una marca conmemorativa, un sistema gráfico y diversas aplicaciones impresas, digitales, espaciales e interactivas que responden a las necesidades identificadas durante la investigación. La propuesta mantiene coherencia con la identidad corporativa de Easy Express Nicaragua y facilita su implementación en distintos medios de comunicación y espacios destinados a la celebración.

Finalmente, se concluye que la propuesta de identidad visual conmemorativa constituye una herramienta de comunicación orientada a fortalecer la imagen institucional de Easy Express Nicaragua al representar gráficamente su trayectoria, proyectar una

identidad consistente y generar una experiencia de marca unificada para clientes, colaboradores y aliados estratégicos durante la celebración de su décimo aniversario.

10. Recomendaciones

Se recomienda a Easy Express Nicaragua implementar la identidad visual conmemorativa desarrollada en esta investigación durante las actividades relacionadas con la celebración de su décimo aniversario, procurando mantener una aplicación consistente de la marca conmemorativa, la paleta cromática, la tipografía y los demás elementos que conforman el sistema visual, con el propósito de fortalecer el reconocimiento institucional y proyectar una imagen unificada.

Asimismo, se recomienda utilizar las aplicaciones gráficas propuestas, tanto impresas como digitales e interactivas, para fortalecer la experiencia de clientes, colaboradores y aliados estratégicos durante futuras actividades institucionales. La adaptación de estos recursos a diferentes medios permitirá mantener una comunicación visual coherente y reforzar la presencia de la marca en los distintos puntos de contacto.

Se sugiere conservar y actualizar el sistema de identidad visual desarrollado como referencia para futuras campañas corporativas, aniversarios o actividades promocionales, garantizando que las nuevas piezas gráficas mantengan coherencia con la identidad institucional de Easy Express Nicaragua y respondan a las necesidades de comunicación de la empresa.

Finalmente, se recomienda a futuros estudiantes de Diseño Gráfico continuar desarrollando investigaciones relacionadas con la identidad visual aplicada a eventos corporativos y conmemorativos, explorando nuevas estrategias de comunicación y experiencias de marca que contribuyan al fortalecimiento de la imagen institucional de las organizaciones.

11. Referencias bibliográficas

- Ambrose, G., & Harris, P. (2010). *Metodología del diseño*. Parramón.
- Gutiérrez-Arauz, M. F., & Pérez-Schwartz, I. L. (2021). *Rediseño de imagen y desarrollo de campaña 360 para Fundación "Estoy Aquí Nicaragua" a realizarse en Nicaragua en el año 2022*. Universidad Católica Redemptoris Mater.
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill Education.
- Martín-Sanromán, J.-R., Galindo-Rubio, F., & Suárez-Carballo, F. (2024). *El diseño gráfico de artículos científicos: Análisis de la preferencia en estudiantes universitarios*. *Grafica*, 12(24), 161–169.
- Olivares Alegría, A. M. (2023). *Diseño del sistema de representación visual y del manual de marca correspondiente para Joyería "El Rubí", en la ciudad de Chinandega, en el período agosto-octubre de 2022*. Universidad Católica Redemptoris Mater.
- Pinell Sevilla, J. L., Pérez Castillo, M. de los Á., & Olivas Rivera, M. J. (2022). *Diseño de identidad corporativa para posicionamiento del negocio SuperLibros de la ciudad de Estelí, durante el segundo semestre del año 2021* [Tesis de ingeniería, Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua].
- Suárez-Carballo, F., Martín-Sanromán, J.-R., & Galindo-Rubio, F. (2020). *Las marcas gráficas adaptativas en la estrategia digital de la identidad visual corporativa*. *Fonseca, Journal of Communication*, (20), 71–90.
- Tarazona Belenguer, N., Ampuero Canellas, O., González-del Río Cogorno, J., & Jordá Albiñana, B. (2020). Percepciones de los diseñadores acerca de los manuales

de identidad visual corporativa y su utilización en las ONG. *I+Diseño. Revista Científica de Investigación y Desarrollo en Diseño*, 15, 41–56.

12. Anexos

Anexo 1. Guía de entrevista semiestructurada

Datos generales

Código del participante: _____

Tipo de participante:

- ☐ Colaborador
- ☐ Cliente

Preguntas

1. ¿Cómo describiría a Easy Express Nicaragua?
2. ¿Cuáles considera que son las principales fortalezas de la empresa?
3. ¿Qué representa para usted la celebración de un aniversario empresarial?
4. ¿Considera importante comunicar la trayectoria de una empresa mediante eventos corporativos? ¿Por qué?
5. ¿Qué actividades le gustaría encontrar en una celebración de aniversario de Easy Express Nicaragua?
6. ¿Qué elementos hacen que una experiencia sea memorable para usted?
7. ¿Cómo cree que un evento corporativo puede fortalecer la relación entre la empresa y sus clientes?
8. ¿Qué tipo de actividades considera que generan mayor participación durante un evento?
9. ¿Qué recomendaciones haría para la celebración del décimo aniversario de Easy Express Nicaragua?
10. ¿Participaría en una actividad conmemorativa organizada por la empresa?
¿Por qué?

Figura 32.

Guía de entrevista semiestructurada aplicada a clientes y colaboradores de Easy Express Nicaragua.

easyexpress nicaragua

Easy Express Nicaragua y su Décimo Aniversario

Estimado cliente,

La siguiente encuesta tiene como objetivo recopilar opiniones y percepciones sobre Easy Express Nicaragua para el desarrollo de una propuesta de celebración de su décimo aniversario. La información será utilizada únicamente con fines académicos.

* Indica que la pregunta es obligatoria

1. ¿Cómo describiría a Easy Express Nicaragua? *

Tu respuesta

Anexo 2. Caracterización de los participantes de la investigación

Tabla 8.

Caracterización de los participantes de la investigación.

Código	Tipo de participante	Relación con Easy Express	Técnica aplicada
P1	Colaborador	Fundador	Entrevista
P2	Colaborador	Área administrativa	Entrevista
P3	Colaborador	Atención al cliente	Entrevista
P4	Colaborador	Atención al cliente	Entrevista
P5	Colaborador	Atención al cliente	Entrevista
P6	Cliente	Cliente frecuente	Entrevista
P7	Cliente	Cliente ocasional	Entrevista
P8	Cliente	Cliente frecuente	Entrevista
P9	Cliente	Cliente frecuente	Entrevista
P10	Cliente	Cliente frecuente	Entrevista
P11	Cliente	Cliente frecuente	Entrevista
P12	Cliente	Cliente frecuente	Entrevista
P13	Cliente	Cliente frecuente	Entrevista

Código Tipo de participante Relación con Easy Express Técnica aplicada

P14 Cliente Cliente frecuente Entrevista

P15 Cliente Cliente frecuente Entrevista

Nota. Para garantizar la confidencialidad de los participantes, se utilizaron códigos de identificación durante el proceso de análisis y presentación de resultados.

Anexo 3. Guía de observación directa

Fecha de observación: 23 de mayo de 2026

Lugar: Instalaciones de Easy Express Nicaragua, Managua.

Observador: Karen Sophia Vaca Aguilar

Tabla 9.

Resultados de la observación directa aplicada en las instalaciones de Easy Express Nicaragua.

Aspecto observado	Descripción de la observación
Identidad visual de la empresa	Se observó la presencia visible del logotipo institucional tanto en la fachada principal como en diferentes espacios interiores de la sucursal, favoreciendo el reconocimiento de la marca y la coherencia visual del establecimiento.
Atención al cliente	Durante el período de observación se identificó la presencia de dos colaboradores encargados de atender consultas, pagos y solicitudes de los clientes, permitiendo una atención ágil y personalizada.
Comunicación institucional	La empresa utiliza activamente sus redes sociales como medio principal para comunicar promociones, horarios especiales, cierres temporales, novedades y anuncios dirigidos a sus clientes.
Interacción entre colaboradores y clientes	Se observó una constante interacción entre clientes y colaboradores, principalmente

Aspecto observado	Descripción de la observación
	relacionada con el retiro de paquetes, consultas sobre envíos y seguimiento de pedidos.
Ambiente organizacional	Las instalaciones cuentan con aire acondicionado, área de espera con sillas, acceso a agua para los visitantes, elementos decorativos naturales como plantas y música ambiental, generando un entorno cómodo, amigable y agradable para los usuarios.
Material promocional utilizado	Se identificó material promocional visible en los ventanales exteriores de la sucursal, orientado hacia una zona de alto tránsito vehicular cercana al sector de Club Terraza en Villa Fontana, favoreciendo la visibilidad de la marca y sus servicios.
Elementos diferenciadores de la marca	La empresa posee una identidad visual caracterizada por colores llamativos y un nombre fácilmente reconocible. Asimismo, se identificó una valoración positiva por parte de los usuarios, reflejada en sus altas calificaciones y comentarios favorables en plataformas digitales.
Oportunidades de mejora identificadas	Se identificó la oportunidad de fortalecer la comunicación experiencial mediante espacios interactivos dentro de las instalaciones y actividades que permitan reforzar la conexión emocional con los clientes, especialmente en el contexto de celebraciones corporativas y eventos institucionales.

Figura 33.
Local de Easy Express Nicaragua.



Nota. Fotografía propia (2026).

Anexo 4. Evidencias de las respuestas obtenidas mediante la entrevista semiestructurada

El presente anexo reúne las evidencias de las respuestas obtenidas mediante la entrevista semiestructurada aplicada a clientes y colaboradores de Easy Express Nicaragua. La información recopilada fue organizada y utilizada como parte del proceso de triangulación y análisis de resultados.

Figura 34.
Respuestas sobre la percepción de Easy Express Nicaragua.

1. ¿Cómo describiría a Easy Express Nicaragua?

15 respuestas

Responsable y amables
Facil, seguro y rapido
Easy Express Nicaragua es una empresa de caego dedicada y apasionada por el servicio que brinda a sus clientes.
Amables, y seguros.
Una empresa que ofrece soluciones rápidas, pragmática y puntera en tecnología.
Confiable
Muy bueno

Figura 35.
Respuestas sobre las principales fortalezas de la empresa.

2. ¿Cuáles considera que son las principales fortalezas de la empresa?

15 respuestas

Su atención al cliente y seguimiento de paquetes
Su atención al cliente y servicio de calidad
Las principales fortalezas de la empresa son la dedicación que se tiene al servicio al cliente y los beneficios que se les brinda a través de sus servicios.
Seguridad, calidez
El servicio al cliente
Rapidez confiabilidad
Buena atención buenas instalaciones buenos trabajadores
Es muy confiable, nunca me han perdido un envío.

Figura 36.
Respuestas sobre el significado de un aniversario empresarial.

3. ¿Qué representa para usted la celebración de un aniversario empresarial?

15 respuestas

Es una oportunidad para compartir los logros alcanzados, agradecer a quienes forman parte de la empresa y motivarse para seguir creciendo y cumpliendo nuevas metas
Celebrar el éxito de la empresa con un evento o promociones
La celebración de un aniversario empresarial representa la conmemoración del trabajo realizado por una empresa, y su motivación para continuar brindando el servicio de calidad que ha proporcionado.
Una celebración de todo el trabajo como equipo.
Una celebración de la continuación de un negocio funcional en el tiempo.
Gran trabajo
Pues la celebración de la creación de la empresa y sus años de compromiso de trabajo
Oportunidad de ofertas.

Figura 37.
Respuestas sobre la importancia de comunicar la trayectoria institucional.

4. ¿Considera importante comunicar la trayectoria de una empresa mediante eventos corporativos?
¿Por qué?

15 respuestas

Si, considero que es importante porque los eventos corporativos ayudan a mostrar la historia, los logros y el crecimiento de una empresa de una manera más cercana y significativa
Si es importante ya que son 10 años de confianza entre el cliente y la empresa, hay que celebrar!
Si es importante comunicar la trayectoria de una empresa durante estos eventos, pues de esta manera se puede demostrar a los colaboradores el futuro de la empresa, e invita a continuar construyendo y mejorando todos los aspectos de la misma.
Si, porque es importante reconocer el trabajo de todos los que ha sumado
Si, para dar a conocer los éxitos a lo largo de los años de la empresa.
Si por estatus
Si por que conecta mas los clientes con sus empleados y los mismos trabajadores fortalecen sus relaciones

Figura 38.
Actividades esperadas durante la celebración del décimo aniversario.

5. ¿Qué actividades le gustaría encontrar en una celebración de aniversario de Easy Express Nicaragua?

15 respuestas

Actividades que permitan compartir y celebrar los logros de la empresa, como reconocimientos al personal, dinámicas de integración, presentaciones sobre la trayectoria de la organización, espacios de convivencia y actividades recreativas que hagan el evento más agradable

Me imagino algo tipo Kermes con patrocinio de otras empresas que usen el servicio de Easy Express, comida y juegos para las familias

Me gustaría encontrar actividades de trivia, actividades interactivas con los clientes y que destaquen la dedicación de la empresa hacia el servicio.

Rifas, y premios

Rifas

Premios rifas reconocimiento

Sorteo

Figura 39.
Elementos que contribuyen a generar una experiencia memorable.

6. ¿Qué elementos hacen que una experiencia sea memorable para usted?

15 respuestas

Una experiencia es memorable para mí cuando me hace sentir parte de algo especial, tiene buenos momentos para compartir, está bien organizada y deja recuerdos positivos

Rifas, concursos, regalías, comida...

Una experiencia memorable se destaca por el cuidado al detalle, la dedicación hacia el evento y el propósito que se le da.

Que sea dinámico.

Llevarme algo útil, como un producto o una experiencia fuera de la cotidianidad.

Reconocimiento

Buena música buenos momentos diversion

Que me den el mejor servicio al cliente junto a una muy buena promoción.

Figura 40.
Percepción sobre el fortalecimiento de la relación entre la empresa y sus clientes.

7. ¿De qué manera cree que una actividad o evento organizado por Easy Express podría acercar más la empresa a sus clientes?

15 respuestas

Al crear un espacio más cercano para interactuar, conocer sus opiniones y agradecer su confianza

Honorando a los clientes que llevan más de 5 años, puede ser con promociones, que se sientan valorados agradeciéndoles su apoyo por tantos años

Un evento corporativo fortalece la relación entre la empresa y sus clientes, destacando el servicio que se brinda, la dedicación hacia el trabajo proporcionado, y apreciando a los clientes por elegir a la empresa.

Crea una relación más cercana con el cliente.

La fortalece creando lazos fuera de la interacción transaccional para una interacción más trascendental.

A través del contacto directo

Pues refuerza las relaciones y mejora la comunicación

Por campañas de fidelidad, es decir si has sido cliente por mucho tiempo en su aniversario tienes más beneficios.

Figura 41.
Actividades consideradas de mayor participación.

8. ¿Qué tipo de actividades considera que generan mayor participación durante un evento?

15 respuestas

Rifas, premios instantaneos
Preguntas y respuestas con premios, rifas, eventos para los niños, comida típica, regalias
Las dinámicas que incluyen trabajo en equipo y colaboración entre los participantes.
Ruletas, o juegos donde se premia la participación del cliente.
Nose
Rifas
Juegos dinámicos
Dinámicas.

Figura 42.
Recomendaciones para la celebración del décimo aniversario.

9. ¿Qué recomendaciones haría para la celebración del décimo aniversario de Easy Express Nicaragua?

15 respuestas

Un vistazo a la trayectoria, un poco de historia de lo que ha pasado en estos 10 años
Un brinca brinca y comida XD, a los 10 primeros se les regala algo
Recomendaría resaltar el trabajo que el equipo de Easy Express ha brindado durante los años, pues es una parte esencial del servicio que brinda la empresa.
Tarjetas de regalo, merch, ruleta
Una rifa, una trivia ganadora o un concurso sencillo competitivo entre clientes :D
Rifas fiesta bocadillos premios
Pues nuevas actividades y divertidas premios
Realizar una dinámica apuntando al cliente frecuente.

Figura 43.
Disposición de los participantes para asistir a la celebración.

10. ¿Participaría en una actividad conmemorativa organizada por la empresa? ¿Por qué?

15 respuestas

Si, porque me parece interesante ser parte de la celebracion y llevo años con la empresa
Claro que sí, porque soy fan de Easy Express
Si me gustaría participar, pues considero que la empresa ha brindado un buen servicio durante varios años, y conmemorar eso es importante.
Si, porque me gustan jeje
Si, para conmemorar el excelente te servicio que recibo.
Si me interesa
Si por que me gusta mucho la empresa y sus dinámicas
Si, porque es una empresa la cual me ha dado un buen trato y cuida de mis pedidos.

Anexo 5. Cotizaciones y presupuesto referencial

Figura 44.
Cotización proporcionada por el Centro de Convenciones Olof Palme.

<div><div><div><div></div><div>OLOF PALME</div></div><div><div>COTIZACIÓN EVENTO</div><div>Bayardo Cruz / Telf: 57042362 / bcruz@olofpalme.com.ni</div></div></div></div>			
Contactor:	Easy express Nicaragua	Cost. De Invitados:	120 personas
Empresa:		Tipo de evento:	Empresarial - 10º Aniversario
BUC:	Easy express Nicaragua	Horario Evento:	6:00 PM - 10:00 PM
Fecha de cotización:	8 de Junio 2025	Fecha a reserva:	6 de Noviembre 2025
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	C. UNITARIO	TOTAL
SALÓN			
Lobby Principal (uso del espacio)	1	CS 36,624.30	CS 36,624.30
SUB TOTAL DETALLE			CS 36,624.30
AUDIO VISUALES Y MOBILIARIO (INCLUIDOS)			
Audio profesional	1	Cortesia	CS -
Proyección	1	Cortesia	CS -
Pantalla	1	Cortesia	CS -
Mesas circular	15	Cortesia	CS -
Sillas para invitados	120	Cortesia	CS -
Uso de áreas verdes	1	Cortesia	CS -
Accesos a buffet	1	Cortesia	CS -
Paseos para invitados	1	Cortesia	CS -
Internet WIFI	1	Cortesia	CS -
Aire acondicionado	1	Cortesia	CS -
Servicio de limpieza de áreas comunes	1	Cortesia	CS -
Personal de apoyo del recinto (montaje y desmontaje)	1	Cortesia	CS -
Energía eléctrica	1	Cortesia	CS -
Montaje técnico del mobiliario	120	Cortesia	CS -
Cubierta	120	Cortesia	CS -
Vajilla	120	Cortesia	CS -
Vasos y copas	120	Cortesia	CS -
Platos para servicio buffet	120	Cortesia	CS -
Servilletas	120	Cortesia	CS -
SUB TOTAL DETALLE			CS -
ALIMENTACIÓN			
Menu Buffet Especial (por persona)	120	US\$ 8.00	US\$ 960.00
Menu Buffet Especial incluye:			
Proteínas	Guarniciones	Salsas	Pastos
• Filetes de Res	• Ensalada Mixta	• Churrasco	• Salsa Negra
• Bruschetta de Pollo	• Arroz con Maíz	• Mostaza y Miel	
• Estofado de Cordero	• Vegetales Mixtos		
Incluye servicio buffet, personal de servicio, vajilla completa y servilletas.			
Sub-Total		CS	36,624.30
IVA		CS	5,493.63
TOTAL		CS	42,117.93
Términos y Condiciones / Notas			
Esta oferta es en garantía de reservación, oferta válida por 7 días hábiles. Reservación y bloqueo de fechas con el 30% del monto total.			
Ente cheque a nombre de INSTITUTO NICARAGÜENSE DE SEGURIDAD SOCIAL. Ruc 14300000189 Concepto: Eventos Olof Palme			
Cuenta BANFRO CS 1002030004328 010020310018480			
Sanfilippo del Ministerio de Gobernación, 4c. al Norte, 4c. al Oeste. bcruz@olofpalme.com.ni			

Anexo 6. Análisis de la competencia

Figura 45.
Publicaciones digitales de Encarga Nicaragua utilizadas para el análisis documental.



Figura 46.
Publicaciones digitales de 1Click utilizadas para el análisis documental.

