

Branding Digital 1

CZICZA  
MERCHI





# EQUIPO CREATIVO



Alex  
**ALVAREZ**



Glauxia  
**ZAPATA**



Regina  
**PALACIOS**

# Metiéndole Color al **CONCIERTO**

Esta presentación es una guía práctica para conservar la identidad visual en todos los canales y materiales de comunicación.

**Atte:**  
**LA CHICHA TEAM**



# BRIEF DE LA MARCA

## ¿Quiénes somos?

- Chicha Merch es una empresa peruana dedicada al diseño, producción y distribución de merchandising musical personalizado.
- A través de productos temáticos inspirados en artistas y conciertos, buscamos que los fans vivan la experiencia emocional antes, durante y después del show.
- Celebramos la pasión del público que nunca calla, con creaciones que amplifican lo que sienten.

Porque aquí lo sentimos

**SE GRITA • SE USA • SE COLECCIONA!!!**





## ¿Qué buscamos?

- Chicha Merch será la marca de merch personalizada, auténtica, colecciónable, con compra fácil y experiencias de unboxing y colaboración con artistas peruanos.

## QUEREMOS...

- Ser una marca digital que revolucione la forma en que los fans viven los conciertos.
- Crear una experiencia completa junto a productoras como Joinnus o Teleticket.
- Hacer de la experiencia del unboxing un momento único a través del packaging y los pack exclusivos.



## MISIÓN

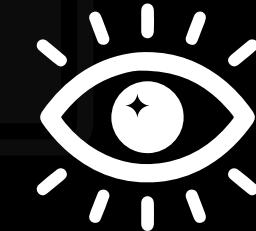
Crear productos que acompañan al fan antes, durante y después del concierto

Fusionamos creatividad, identidad local y emoción en cada pieza.



## VALORES

1. Creatividad
2. Comunidad
3. Identidad



## VISIÓN

Ser la marca peruana referente del merchandising musical en Perú.

Reconocida por combinar diseño, cultura y fandom.

DELAPITRIMERCH!

MERCHICLAS

YASSMERCH

XVRMERCHE

MERCHPE!

  
Chévere  
**MERCH**

CHÉVEREMERCH!

EASYMERCHE

IA LA MERCH!

YSIMERCH

**BRAINSTORM** PARA EL NAMING

# EXPLICACIÓN

PARA EL NAMING



## Abreviación

Se utiliza "Merch", una forma corta y ampliamente reconocida de 'Merchandising', lo que comunica de inmediato el tipo de producto.

Chicha  
MERCH



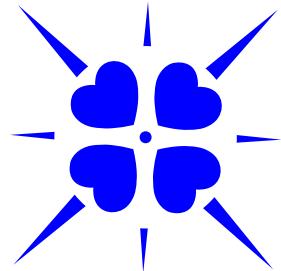
Para la elección del nombre "Chicha Merch", se aplicó una estrategia de naming que combina los tipos Explicativo y de Abreviación.

Se refuerza la idea del origen peruano de la marca.

Abreviación de la palabra Merchandising y descripción del producto.

## Explicativo

La combinación "Chicha Merch" es directa, ya que 'Merch' actúa como un descriptor del producto.



# OBJETIVOS DE LA MARCA



1

## Posicionamiento de marca

Posicionar a ChichaMerch como la marca líder de merchandising de conciertos en el Perú.

2

## Incremento de ventas digitales

Alcanzar 1 500 ventas online, con una tasa de conversión mínima de 2.5% y 20% de compras anticipadas a conciertos, mediante e-commerce, social commerce y promociones por lanzamiento.

3

## Construcción de comunidad y fidelización

Lograr 60% de engagement en redes, 25% de clientes recurrentes y 2 dinámicas participativas mensuales, logrando una comunidad digital activa.

4

## Eficiencia en operaciones y servicio

Alcanzar un 90% de entregas puntuales y reducir incidencias post-venta al < 5%, mejorando procesos de producción, empaquetado y proveedores en 12 meses.

5

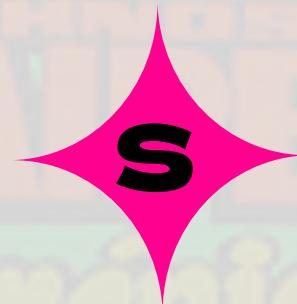
## Desarrollo de marca y creatividad continua

Lanzar 6 colecciones temáticas o drops limitados vinculados a conciertos y tendencias musicales, fortaleciendo el vínculo emocional del fan y manteniendo la novedad constante.

## LAPSO DE TIEMPO:

**12 MESES**





## ESPECÍFICO

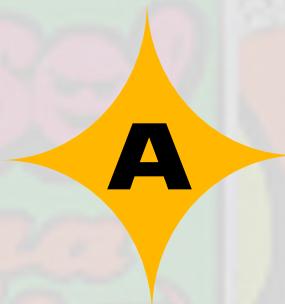
Posicionar a ChichaMerch como la marca líder de merchandising para conciertos en Perú.



## MEDIBLE

Alcanzar: +30% de awareness en nuestro público meta (medido en encuestas y métricas digitales).

6 colaboraciones con artistas o eventos musicales locales.



## ALCANZABLE

Estrategia basada en contenido constante, alianzas con eventos y lanzamientos limitados que generen hype y compras anticipadas.

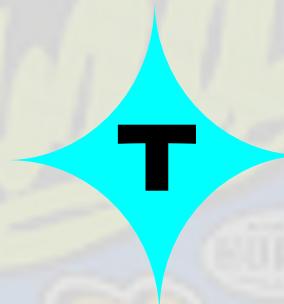
25 mil seguidores acumulados entre redes (IG + Tk).

1 500 ventas de packs de merch en el periodo.



## RELEVANTE

El crecimiento del mercado de conciertos en Perú y el auge del fandom digital hacen urgente consolidar una marca que represente la identidad local dentro del mundo del merchandising musical.



## TIEMPO

Objetivo a 12 meses, dividido en 4 trimestres con metas intermedias (Awareness, engagement y ventas).

# PÚBLICO

OBJETIVO



Jóvenes que aman la música en vivo y los conciertos.

Valoran las prendas y accesorios que les permiten vivir la conexión emocional con sus artistas favoritos.

## PERFIL DEMOGRÁFICO



Jóvenes 20 - 35 años (sin distinción)

## PERFIL UBICACIÓN



Piura - PER

## PSICOGRAFÍA

- Extrovertidos
- Alegres
- Sociables
- Emocionales
- Impulsivos en las compras
- Les gusta los conciertos

## COMPORTAMIENTO

- Compran anticipado para mostrar su fanatismo
- Registran todo para IG - TikTok
- Aman los productos colecciónables

## ESTILO DE VIDA

- Comparten lo que compran
- Participan en comunidades de fans
- Pasan gran parte de su tiempo en redes
- Estilo de vida moderno, digital y altamente influenciado

## NIVEL SOCIOECONÓMICO



Clase media - alta

## PERFIL DIGITAL

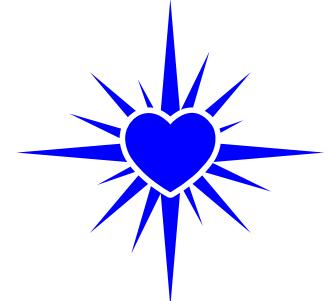


## NECESIDADES

- Acceso a Merch oficial y de calidad
- Facilidad de compra
- Relación (calidad -precio)
- Disponibilidad inmediata antes de los conciertos.

## COMPETENCIAS

- Venta informal (no oficial)
  - Fans Store Perú
  - Merch Perú
- Indirecta:
- Shein, H&M, TEMU, tiendas fandom.



El tono de voz de Chicha Merch es:

**DIVERTIDO** ✨ **IRREVERENTE** ✨ **CREATIVO**

Con una energía contagiosa que combina

**JERGA  
LOCAL**



**LENGUAJE  
DE FANDONS**



**NO COMUNICA**

"Te vendo un polo"

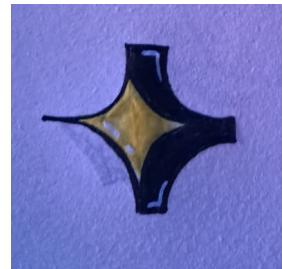
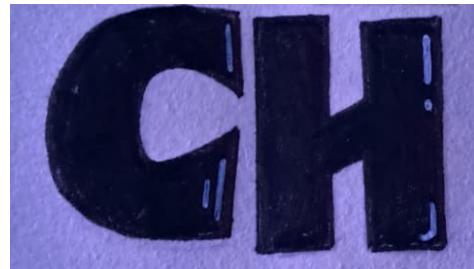


**COMUNICA**

"Te doy el outfit firme  
para gritarle a tu artista  
con estilo"

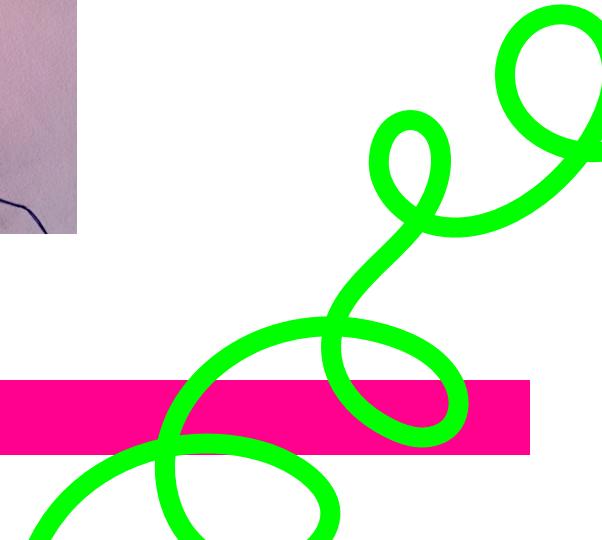
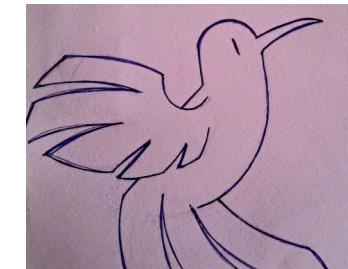
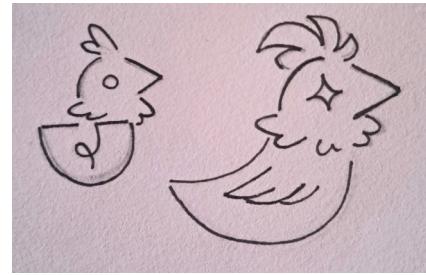
# BOCETOS

DE LOGO



# BOCETOS

DE PERSONAJE



# DIGITALIZACIÓN

DE PERSONAJE



# LOGO PRINCIPAL

---

Este logotipo refleja una mezcla de culturas llevado a las tipografías.

Su composición llamativa, con contornos gruesos y contrastes intensos, refuerza la idea de una marca expresiva, ruidosa y colecciónable.

Conectando directamente con los fanáticos de la música, el arte y el merch personalizado.





# POSITIVO

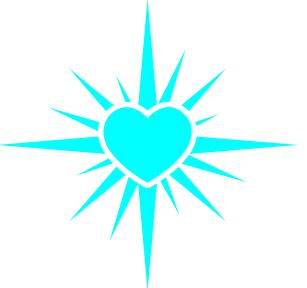
Y NEGATIVO



**POSITIVO**



**NEGATIVO**



— ★ —

# VERSIONES

## DE LOGO



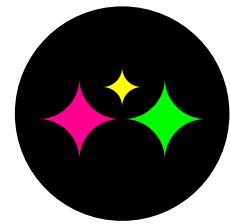
LOGO PRINCIPAL



ISOTIPO  
VERSIÓN ACRÓNIMO



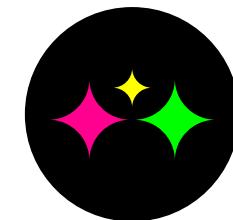
ISOTIPO CIRCULAR  
SELLO

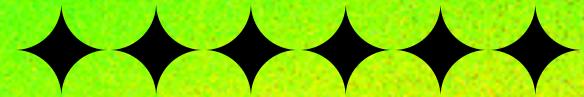


FAVICON  
ICONO DE APP



★ LOGO  
RESPONSIVE ★







# PALETA DE COLORES



Los colores representan la esencia viva de la marca.

Estos transmite:

- Actitud sin miedo a brillar
- Identidad peruana, explosiva y juvenil
- Diferenciación en la presencia digital

**Colores Primarios**

**FUCSIA  
CHICHA**

#00FF00

**VERDE  
FRESH**

#FF008F0

**AMARILLO  
RIFA**

#00FFFF

**Colores Secundarios**

**AZUL  
MOTOTAXI**

#FFB700

**ANARANJADO  
TURRON**

#0000FF

**CELESTE  
PACIFICO**

#00FFFF



# JUSTIFICACIÓN

## DEL LOGO PRINCIPAL



La propuesta transmite la esencia del encuentro cultural que define la chicha: la fusión entre lo andino popular, y lo urbano. El uso de dos tipografías distintas refuerza visualmente ese diálogo:



# Chicha

“Chicha” con formas orgánicas, juguetonas e irregulares, evoca el arte andino reinterpretado desde una mirada actual, más libre y expresiva.



# MERCH

“MERCH”, con una tipografía sólida, geométrica y pesada, representa la fuerza del entorno urbano y la cultura visual contemporánea.

En conjunto, el logotipo comunica una mezcla viva de tradición y modernidad, caos y estructura, barrio y ciudad justo el corazón de la cultura chicha reinterpretada para una marca juvenil de merch.

# TIPOGRAFÍA

DEL LOGO



Aa

Aa

Aeróbik Resyllar  
Aa Bb Cc Dd Ee  
0123456789

Gord Quick  
Aa Bb Cc Dd Ee  
0123456789

# TIPOGRAFÍA

## PRINCIPAL Y SECUNDARIA

\* **Dela Gothic One**

**Aa** | Aa Bb Cc Dd Ee  
0123456789

Títulos y Subtítulos

Chivo

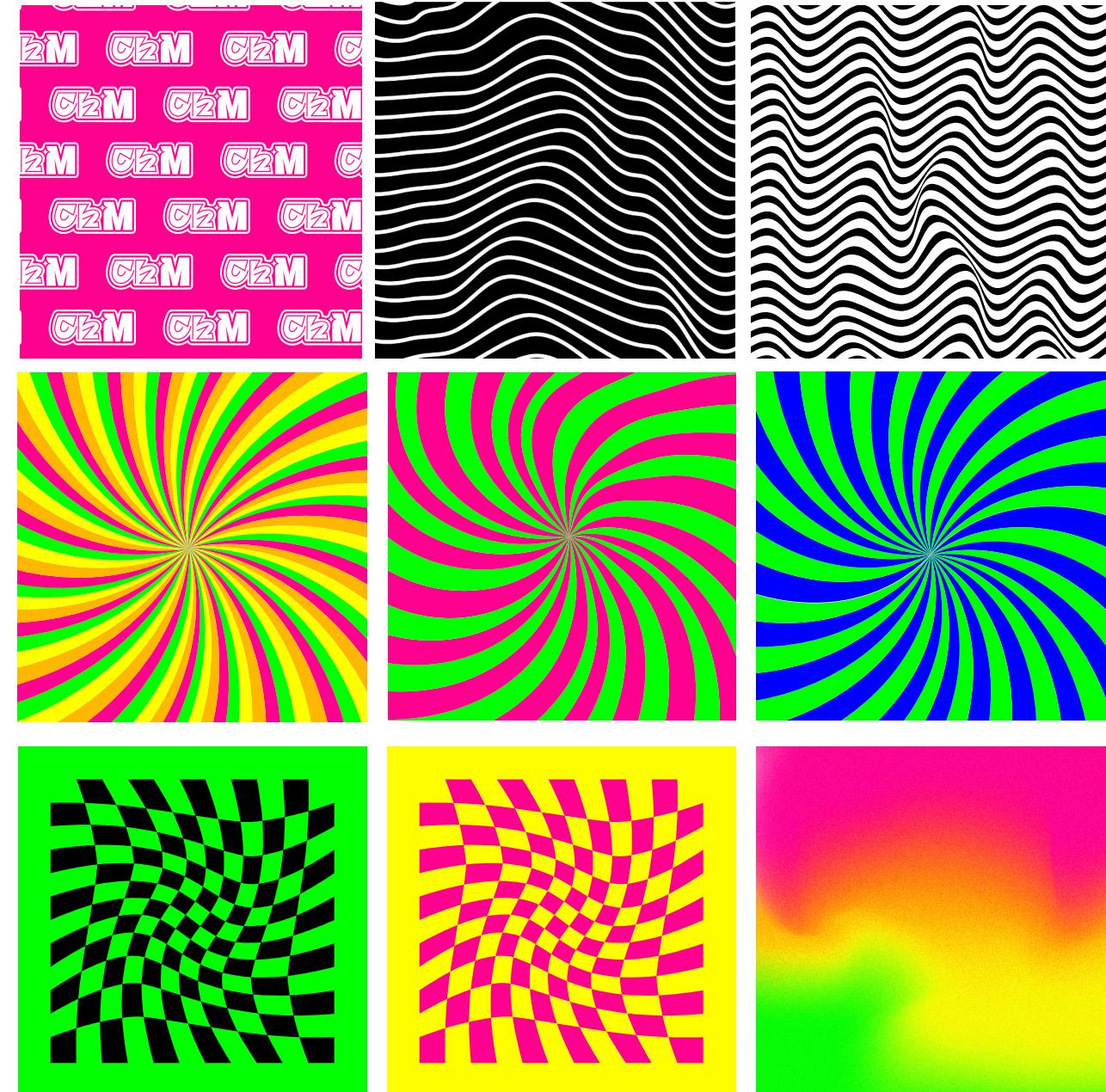
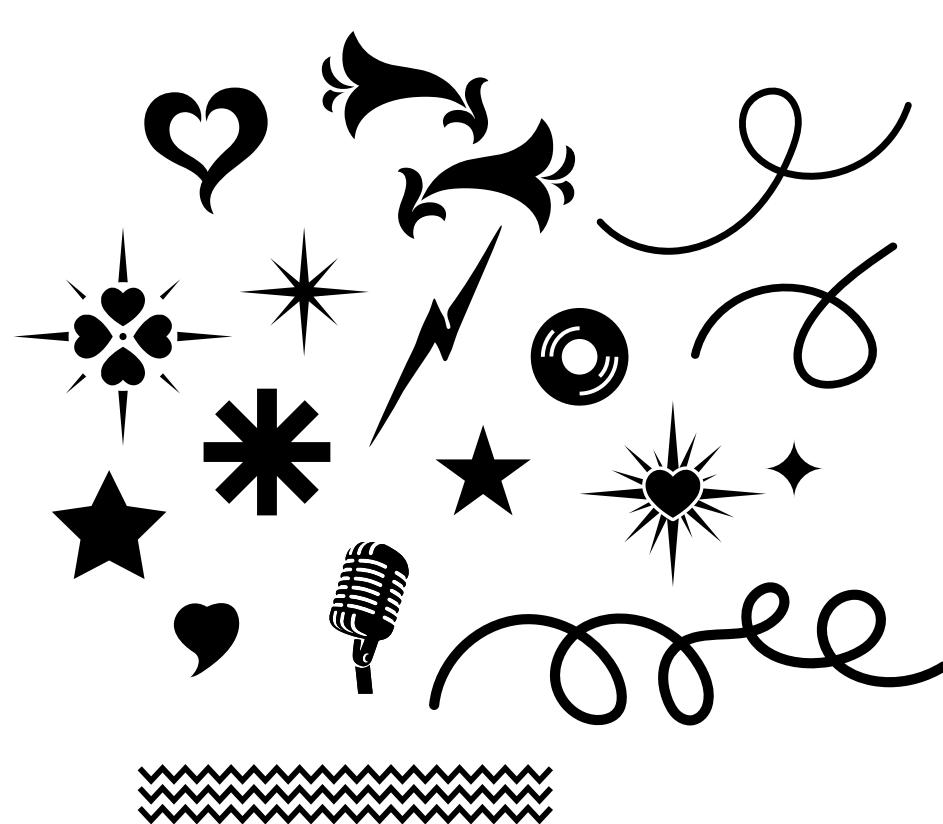
\* **Aa** | Aa Bb Cc Dd Ee  
0123456789

Cuerpos de texto



# RECURSOS

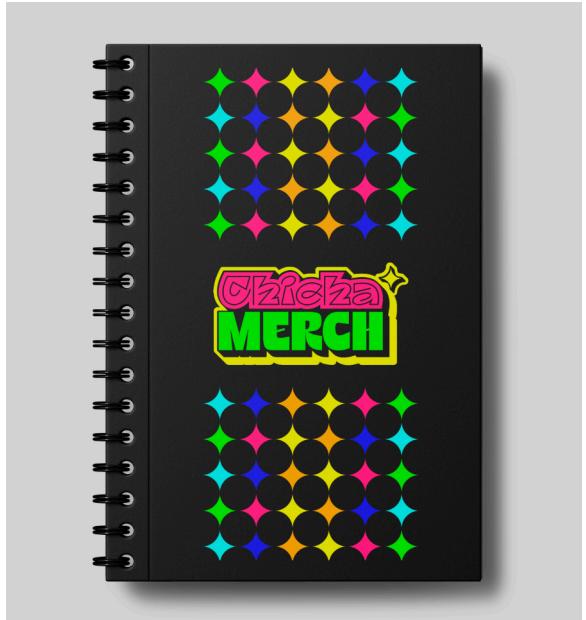
## GRÁFICOS



**APLICACIONES**  
**MOCKUPS**











# MUCHAS GRACIAS

Atte:  
**LA CHICHA TEAM**