

1-1147,00  
Digital

Pág 16.

**MINISTERIO DE DESARROLLO ECONÓMICO**

**ARTESANIAS DE COLOMBIA S.A.**

**UNIDAD DE DISEÑO**

**PROGRAMA NACIONAL DE CADENAS PRODUCTIVAS**

**EN EL SECTOR ARTESANAL**

**CADENA PRODUCTIVA DE LA SERICULTURA (CAUCA)**

**CADENA PRODUCTIVA DEL MIMBRE (TOLIMA)**

**MELISA TATIANA ENCISO VIVAS**

**DISEÑADORA GRÁFICA**

**CONVENIO FIDUIFI - ARTESANÍAS DE COLOMBIA S.A. - FOMIPYME**

**BOGOTÁ D.C., MAYO DE 2004**



## **ARTESANÍAS DE COLOMBIA S.A.**

### **Gerente General**

Cecilia Duque Duque

### **Subgerente Administrativo y Financiero**

Ernesto Orlando Benavides

### **Directora Unidad de Diseño**

Lyda del Carmen Díaz

## 1. INTRODUCCIÓN

En este informe se consignan y anexan los resultados de las actividades de diseño gráfico desarrolladas para las cadenas productivas de la Sericultura en el Cauca y de Mimbres en el departamento del Tolima, dentro del marco del Programa Nacional de Cadenas Productivas en el Sector Artesanal, convenio FIDUIFI - Artesanías de Colombia - FOMIPYME.

Se diagnosticó que para las asociaciones artesanales de las cadenas productivas anteriormente mencionadas era necesaria la realización de catálogos de productos artesanales para ser difundidos en el mercado nacional e internacional y de esta manera abrir nuevos procesos de comercialización. Para este propósito se estructuró un estilo de plegable-catálogo según las conveniencias y condiciones de que exigía cada cadena productiva.

Así mismo, a través de la experiencia y actividades desarrolladas en el área gráfica para el Programa Nacional de Cadenas Productivas en el Sector Artesanal, específicamente en las cadenas productivas del Mimbres en los departamentos de Cundinamarca y Tolima, Sericultura en el Cauca y Oro/Orfebrería/Joyería en el departamento de Antioquia se desarrolló un Manual del Instructor del Taller de Diseño Gráfico.

## 2. ANTECEDENTES

- En el departamento del Cauca se han desarrollado, desde hace algún tiempo, propuestas de catálogo de productos de la seda, pero que no han cumplido con las expectativas tanto del artesano como del cliente.
- En el departamento del Tolima la cadena productiva del mimbre no posee ningún tipo de catálogo a nivel de asociación, sino fotografías de algunos productos a nivel de cada taller.
- Varias presentaciones relacionadas con la identidad corporativa en el sector artesanal; conceptos, ejemplos las cuales fueron desarrolladas por otros asesores gráficos hace algún tiempo.
- Norma técnica de Colombia para Sombreros tejidos en Iraca y hamacas en hilaza de algodón desarrollado por Artesanías de Colombia - Icontec.

### 3. OBJETIVOS

#### **Objetivo General logrado:**

*Prestar asesoría en diseño gráfico para las cadenas productivas de la Sericultura en el departamento del Cauca y de Mimbres en el departamento del Tolima, en el marco del Programa Nacional de Cadenas Productivas en el Sector Artesanal, convenio FIDUIFI - Artesanías de Colombia - FOMIPYME.*

#### **Objetivos específicos alcanzados:**

- Realización del diseño gráfico de un plegable-catálogo para CORSEDA en el Departamento del Cauca.
- Realización del diseño gráfico del catálogo de productos en formato CD para ASOMIMTOL en Ibagué.
- Desarrollo y realización del Manual del instructor del Talle de Diseño Gráfico.
- Atención de las solicitudes de asesoría que en el marco del contrato demandaron los artesanos y la entidad en la realización de proyectos de diseño que generó el Centro de Diseño.
- Participación en reuniones y actividades de las cadenas productivas de la Sericultura, del Mimbres y del Centro de Diseño para la artesanía.
- Realización de actividades asignadas por la coordinadora del área de acuerdo al Plan de Acción.

#### 4. ACTIVIDADES

- **Desarrollo del Manual del Instructor del Taller de Diseño Gráfico.**

A partir de la experiencia y desarrollo del taller de Diseño Gráfico en el programa nacional de Cadenas Productivas para el sector artesanal se desarrolló un manual de Diseño Gráfico para el instructor con el objetivo de que el asesor(a) pueda expresar las funciones, conceptos, beneficios, elementos gráficos y aplicaciones del diseño gráfico en el sector artesanal, así mismo se desarrolló un formato para el diagnóstico-cuestionario en la asesoría de la imagen corporativa. (Ver anexo diagnosticodgráfico\_formato.doc)

Para este manual también se tuvieron en cuenta las presentaciones de otros diseñadores gráficos relacionados con el tema, publicaciones de Artesanías de Colombia con respecto a normas técnicas de la artesanía y Normas técnicas ICONTEC para rotulado de textiles, madera y cerámica.

Se desarrolló en un procesador de textos Microsoft Word y ejemplos de los resultados de las asesorías desarrollados en PHOTOSHOP 5.0 y FREEHAND 9.0

El contenido consta de: Presentación general, funciones de la identidad gráfica, beneficios en implementarla, comunicación, elementos y características, identificadores institucionales, aplicaciones y lineamientos de rotulación.

(Ver anexo diseñográfico\_instructivo.doc)



Ministerio de Comercio, Industria y Turismo  
artesanías de colombia s.a.



---

# IDENTIDAD GRÁFICA EN EL SECTOR ARTESANAL

---

CIUDAD, FECHA - EVENTO

---

## Identidad Gráfica

Consiste en la comunicación visual de una organización que incluye desde manifestaciones visuales (implementación de un proyecto gráfico) hasta expresiones no visuales o de carácter no-sígnico que representan al mismo.

### 1. Funciones de la identidad gráfica

Desde el punto de vista del consumidor:

- Importante factor en la toma de decisiones porque transmite atributos o valores que se instalan en la mente del consumidor.
- Otorga confianza hacia la empresa, sus productos o servicios.
- Funciona como un aval o garantía.

Desde la perspectiva de la empresa:

- Transmite identidad al producto y al fabricante.
- La asociación de una imagen gráfica con una empresa contribuye a sacarla del anonimato y facilitar la decisión de consumo.
- Da un valor agregado al producto respecto al de la competencia.

Desde el punto de vista de la sociedad:

- Aspectos legales como referencia de las características de los productos o servicios que ofrece una organización.
- Goza de protección legal y permite a su propietario el uso particular de la misma.

### 2. Beneficios al implementar una identidad Gráfica

- Fidelidad.
- Precios más altos.
- Consigue más con menos.
- Protección contra ataques de la competencia.
- Reducir los costos y aumentar la productividad.
- Herramienta de marketing interno.

FOTO

### 3. Comunicación e identidad gráfica

El Diseño gráfico combina en su trabajo fases y/o etapas, que incluyen: la investigación, análisis, el diseño (rediseño) y la implementación de la identidad gráfica.

Para comunicar un mensaje visual tiene que ser claro y sencillo:

• Información: A quién va dirigido, qué quiero transmitir, qué valores quiero resaltar, cuál es el origen de mi propuesta artesanal por qué le aposté a esta actividad?, etc... [Ver anexo Cuestionario Diseño Gráfico]

• Identificación con los elementos que permitan al público ese reconocimiento, es decir crear un estilo.

• Creación de composición lo suficientemente atractiva para atraer la atención del público sobre ella.

Estilo: Es una calidad o forma característica, una manera de expresarse. La identidad consiste en asociar la empresas y sus marcas a un estilo determinado. Los estilos se componen de elementos gráficos primarios y se analizan en función de éstos.

---



### 3.1. Elementos gráficos y características

#### ● El punto:

Es la unidad mínima de comunicación visual y puede intensificar su valor por medio del color, el tamaño y la posición en el plano.

Características del punto:

- Poder de atracción cuando se encuentra solo.
- Sensación de tensión cuando se añade otro punto y construyen un vector direccional.
- Creación de otros conceptos como el color cuando aparecen varios puntos en el mismo campo visual.

#### ● La línea:

Podemos definirla como un punto en movimiento. Los elementos de la línea que percibimos son: el espesor, la longitud, la forma (recta o curva), el color y la cantidad.

Características de la línea:

- Contiene gran expresividad gráfica y una fuerte energía.
- Crea tensión en el espacio gráfico que se encuentre.
- Comunica movimiento, dirección e incluso estabilidad.

#### ● El contorno:

Hablamos de contorno cuando el trazo de línea se une en un mismo punto. Los contornos básicos son tres:

- El círculo: Protección, inestabilidad, totalidad, infinitud, calidez, cerrado. Tridimensionalidad: esfera. Modificaciones: el óvalo.

- El cuadrado: Estabilidad, permanencia, rectitud y equilibrio. Tridimensionalidad: el cubo. Modificación: el rectángulo.

- El triángulo: Acción, conflicto y tensión. Su proyección tridimensional el tetraedro.

#### ● El color

Es un elemento básico a la hora de elaborar un mensaje visual. Cuanto más se satura un color, mayor es la impresión de que el objeto se está moviendo. Cuanto más brillante es el color, mayor es la impresión de que el objeto está más cerca. Las tonalidades cálidas se perciben como más enérgicas y extravertidas, las tonalidades frías parecen más tranquilas e introvertidas. También producen diferentes impresiones de distancia: un objeto azul o verde parece más lejano que un rojo, naranja o marrón.

Clasificación:

- **Dentotativo:** Como atributo realista o natural de los objetos o figuras. p.e. la vegetación es verde.

- **Connotativo:** Son las diferentes impresiones que emanan según nuestra propia experiencia psicológica.

- **Esquemático:** Utilizable para objetos de diseño y los mensajes gráficos. Significado de los colores según su materia cromática:

Colores cálidos

Amarillo: Animado, jovial, excitante, afectivo e impulsivo.

Naranja: Activa, dinámica, acogedor y estimulante.

Rojo: Vitalidad, pasión, fuerza, Se relaciona con la guerra y el amor.

Colores Fríos

Azul: Armonía, amistad, fidelidad, serenidad, sosiego, lealtad.

Verde: Tranquilidad. Evoca vegetación, esperanza y naturaleza.

Violeta: Místico, melancólico, reflexivo e introversión.

Negro: Silencio, misterio. Nobleza y elegancia cuando es brillante.

Blanco: Paz, pureza e inocencia.

Marrón: Equilibrio, confort.

#### ● La textura:

La textura la percibimos por el tacto y la vista. En los mensajes visuales la mayor parte de nuestra experiencia textural es óptica. Producida mediante

la repetición de luces y sombras en un espacio, motivos similares que se repiten en el soporte.

● **Las letras:**

Son un aspecto singular del estilo, puesto que añaden directamente cualidades representativas de las palabras.

Altas y estrechas = Elegantes

Redondeadas y gruesas sin remates = Joviales

Letra inglesa = Fantasía y Ceremonia

Mayúscula = Autoridad y agresividad

Minúsculas = Osadía o autosuficiencia.

**4. Sistema de Identidad Gráfica**

Se refiere al repertorio de recursos de comunicación que la empresa tiene para manifestar su personalidad.

Gráficos: el logotipo, el nombre propio de la compañía, material impreso: membretes, catálogos, publicidad en los productos y servicios, etiquetas.

Para-gráficos: diseño del entorno, fachada, aviso externo.

Expresiones no visuales como el comportamiento a nivel interno con sus directivas y empleados y, hacia el exterior, con proveedores y clientes.

FOTO

**4.1. Identificadores Institucionales**

Los Nombres: Pueden formarse mediante mecanismos lingüísticos que adoptan diversos aspectos desde lo abstracto hasta lo denotativo. Debe cumplir una serie de requisitos:

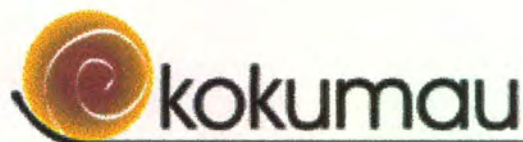
- a- *Eficacia comunicativa:* Pronunciable, memorizable y original.
- b- *Semánticos:* Guardar relación con los atributos de la empresa, producto o servicio.
- c- *Expresivos:* Cualidades estáticas o literarias del nombre.

Clasificación:

- a. *Descriptivos:* Enuncia los atributos del taller artesanal. Ej. Mora Muebles en madera



- b. *Simbólicos:* Enuncia los atributos mediante una imagen literaria. Ej. Kokumau = caracol

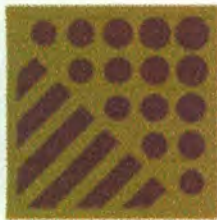


- c. *Patronímicos:* Alusión de los atributos mediante nombres propios. Ej: Empresa familiar distribuidora de mimbre



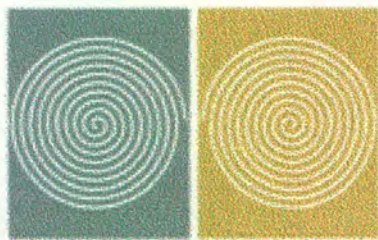
Rincon Roa Hermanos

d. Toponímicos: Alusión al lugar de la institución. Ej. Guaduas y mimbres del Tolima



*Guaduas  
& Mimbres  
del Tolima*

e. Contracciones:  
Construcción artificial del nombre mediante iniciales o fragmentos de palabras.



**ORFOA**  
Orfebres del Occidente Antioqueño

Los signos visuales / imagotipos:  
Aquellos elementos relevantes de la identificación que pueden ser reconocidos por un símbolo, señal o diseño, pero que no pueden ser pronunciados. Son:

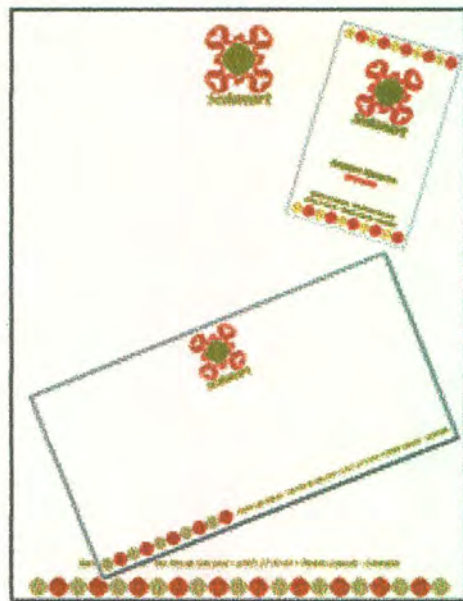
a- El símbolo o imagotipo, a modo de insignia o emblema.



b- El logotipo, el nombre con alguna caracterización de tipo visual.



c- Otros signos, que pueden también funcionar como identificadores (mascota, elementos visuales varios y que repetidos son reconocibles).



#### 4.2. Desarrollo en aplicaciones gráficas

Para aplicaciones impresas como papelerías, tarjeta de presentación, catálogos, etc se debe en general tener en cuenta los siguientes datos:

Nombre del artesano, Oficio, Teléfono o Fax, Dirección comercial, Dirección electrónica, Ciudad, Departamento y País de origen.



### Lineamientos de rotulación:

**Rótulo o etiqueta:** Se refiere a cualquier material impreso o gráfico fijado o adherido en un empaque o adyacente a este con el propósito de identificar, marcar o dar alguna información con respecto al producto.

**Norma NTC 340** en la que se especifica la información que debe contener el rotulado para productos textiles:

- Composición de la tela en porcentaje (%)
  - Se nombran las fibras que la integran en orden de predominio, porcentaje menor a 5% se designa con la palabra: "otras".
- Ancho y largo de la pieza en metros o la talla la cual debe expresarse conforme a lo establecido en la NTC-ISO 10652.
- Instrucciones de cuidado: información relativa al tratamiento y conservación del producto se permiten símbolos sin que sea necesario acompañarlos de leyendas, si son usadas estas deben ser breves y claras.

Para la rotulación con el uso símbolos remitirse a la norma técnica **NTC 1806**.

- Tipo de lavado: a mano, en máquina, en seco
- Utilización o no de blanqueadores
- Tipo de secado: secadora, al sol, a la sombra
- Tipo de planchado: temperatura, o prohibición
- Leyenda " Hecho a mano"

- Nombre del fabricante o marca registrada, dirección comercial
- País de origen
- Idioma: Para comercializar en el exterior el manejo de información debe ser el exigido por el cliente, preferiblemente inglés. A nivel nacional se utiliza el idioma del país de origen.



FRENTE



DORSO

**Norma NTC 1558** en la que se especifica la información que debe contener el rotulado para muebles en madera:

- Nombre o marca registrada u otro medio de identificación del fabricante
- Dirección comercial del fabricante

- Cualquier otra especificación dada por el fabricante referente al tipo de acabado, mantenimiento, uso, etc (Opcional)



### Rotulado para otros productos artesanales:

- Nombre del fabricante (cooperativa, asociación o taller)
- Dirección comercial del fabricante
- Lugar de origen del producto
- Frase de identificación del producto: p.e. "sombrero de iraca"
- Frase: "Hecho a mano"
- Cualquier otra especificación dada por el fabricante referente al tipo de acabado, naturaleza de la superficie, mantenimiento, uso, etc.

Garantía de Calidad
<p>Este producto es un tipo de fibra de algodón de tipo 100%.</p> <p>Esta garantía se cubre únicamente, si el usuario del producto y el fabricante se encuentran en el mismo punto de venta en Santa Fe de Bogotá.</p>
<p><b>Condiciones:</b></p> <p>Para mantener el producto en buen estado, se recomienda lavar con agua fría y jabón. Evitar el uso de agua caliente y lejía. Evitar el uso de agua caliente y lejía.</p>
<p><b>Fecha de Venta:</b></p> <p>_____</p>
<p><b>Atención y Referencia:</b></p> <p>_____</p>
<p><b>Nota:</b></p> <p>_____</p>



### Bibliografía

- INSTITUTO DE ARTES VISUALES  
Centro de Formación Apple  
Macromedia ATP  
© 1999 - 2003  
[www.newsartesvisuales.com](http://www.newsartesvisuales.com)

- CONWAR LLOYD MORGAN  
Logos Logotipos, Identidad,  
Marca y Cultura.  
Mac Graw-Hill 2000

- ALAN SWANN  
Diseño Gráfico  
Editorial Blume, Barcelona 1991

- NORMA TÉCNICA DE COLOMBIA -  
ARTESANÍAS  
Sombreros tejidos en iraca o toquilla y  
Hamacas en hilaza de algodón  
Artesanías de Colombia - Icontec  
Bogotá, D.C. 1987

- NORMAS: NTC 340, 1558, 1806, 919,  
1277 3685  
Instituto Colombiano de Normas Técnicas  
ICONTEC. Actualizaciones 2004



Ministerio de Comercio, Industria y Turismo  
artesanías de Colombia s.a.

## Cuestionario Básico de Información para Taller o Grupo artesanal Diseño de Identidad Gráfica



Subgerencia de Desarrollo – Centro Colombiano de Diseño para la Artesanía y las PYMES

DÍA      MES      AÑO  
FECHA

ASESOR (A) \_\_\_\_\_

PROGRAMA \_\_\_\_\_

1. REPRESENTANTE DEL TALLER O GRUPO ARTESANAL ( NOMBRE Y APELLIDOS )

\_\_\_\_\_

2. OTROS INTEGRANTES DEL TALLER

\_\_\_\_\_

3. DIRECCIÓN DEL TALLER ARTESANAL ( UBICACIÓN NUMÉRICA O DESCRIPTIVA )

\_\_\_\_\_

4. ALTERNATIVAS DE CONTACTO ( TELÉFONO, FAX Y CORREO ELECTRÓNICO )

\_\_\_\_\_

5. NOMBRE O DENOMINACIÓN DEL TALLER ARTESANAL ( NOMBRE CON EL QUE SE CONOCE EL TALLER )

\_\_\_\_\_

6. EXISTE ALGÚN REGISTRO DEL TALLER

PRESONERÍA JURÍDICA

CÁMARA DE COMERCIO

PATENTES

INDUSTRIA Y COMERCIO

7. ¿ ES FILIAL DE ALGUNA ORGANIZACIÓN, INSTITUCIÓN O GRUPO?

\_\_\_\_\_

8. ¿EXISTE MOTIVACIÓN POR DISEÑAR O REDISEÑAR LA IDENTIDAD GRÁFICA EN SU TALLER?

SI

NO

9. ACTIVIDAD ESPECÍFICA DEL TALLER ARTESANAL ( A QUÉ SE DEDICA EXACTAMENTE )

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

10. ¿CUÁL ES EL PROPÓSITO O FILOSOFÍA DEL TALLER ARTESANAL? (¿POR QUÉ FUE CREADO?)

---

---

---

11. ¿CUÁLES SON LOS PRINCIPALES PRODUCTOS QUE ELABORAN EN EL TALLER?

---

---

---

12. ANTECEDENTES Y/O TRAYECTORIA DEL DEL TALLER ARTESANAL

---

---

---

13. IDENTIFIQUE EL MATERIAL DE IDENTIDAD GRÁFICA QUE POSEE ACTUALMENTE

( FAVOR ANEXE EL MATERIAL EXISTENTE )

IDENTIDAD GRÁFICA

NOMBRE  LOGOTIPO

APLICACIONES DE LA IMAGEN

ETIQUETAS  TARJETAS  PAPELERÍA

PORTAFOLIOS DE PRODUCTOS  AVISOS  OTROS \_\_\_\_\_

14. ¿QUÉ ELEMENTOS DE LA ACTUAL IDENTIDAD GRÁFICA SE QUIEREN CONSERVAR?

( SUGERENCIAS Y/O CAMBIOS )

---

---

---

15. PREFERENCIAS EN ELEMENTOS DE IDENTIFICACIÓN ( SUGERENCIA DE COLOR, FORMAS, IMÁGENES, ETC )

---

---

---

16. ¿QUIÉNES SON LOS COMPRADORES O CONSUMIDORES DE SUS PRODUCTOS? ( GRUPO OBJETIVO )

---

---

---

17. INFORMACIÓN RELACIONADA CON LA COMPETENCIA (¿QUÉ SABE DE LA COMPETENCIA?)

---

---

---

- **Desarrollo de diseño y diagramación para el catálogo de productos de CORSEDA para la cadena productiva del Sericultura en el departamento del Cauca.**

– Planteamientos de diseño y requisitos técnicos:

Se definió por medio de reuniones con directivas de CORSEDA y asesores en diseño de Artesanías de Colombia: Formato 70cm x 21 cm abierto, cuatro cuerpos, bolsillo y hoja independiente que se irá actualizando de acuerdo al cambio de colores de la temporada, tinta 4 x 4 y se recomienda su impresión en papel propalmate 200 gr y la hoja independiente en propalmate de 150 gr ó 115 gr. Cantidad: según presupuesto.

Se desarrolló en los programas de diseño FREEHAND 9.0 y PHOTO SHOP 5.0 para ambiente MAC..

Ver anexo en el Informe empastado de Diseño Gráfico para las cadenas productivas del Mimbres en los departamentos de Cundinamarca y Tolima, Sericultura en el Cauca y Oro/Orfebrería/Joyería en el departamento de Antioquia

- **Desarrollo de diseño y diagramación para el catálogo de productos de ASOMIMTOL para la cadena productiva del Mimbres en el departamento del Tolima.**

– Planteamientos de diseño y requisitos técnicos:

En el departamento del Tolima ASOMIMTOL no posee ningún catálogo y en razón a la incipiente formación de esta y a las escasés de recursos económicos se planteo en producir un catálogo que se difundiera por formato magnético (CD) y no por impresión.

De esta manera su difusión baja costos, es de fácil reproducción y actualización, y puede llegar a clientes realmente interesados en adquirir sus productos.



Se desarrolló en el programa POWER POINT y PHOTO SHOP 5.0 para ambiente MAC.

Ver anexo en el Informe empastado de Diseño Gráfico del Programa nacional de Cadenas Productivas para el sector artesanal: cadenas productiva del Mimbres en los departamentos de Cundinamarca y Tolima, Sericultura en el Cauca y Oro/Orfebrería/Joyería en el departamento de Antioquia

## 5. OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES

- Mayor apoyo y organización en información por parte de los responsables de las distintas Cadenas Productivas.
- Se espera que las entidades departamentales puedan apoyar las acciones de convocatoria para los grupos y organización en la programación de visitas.
- Se recomienda la actualización y mejora del software de diseño en ambos ambientes (Mac - PC) que permita mayor versatilidad en soluciones gráficas.