



“Mejoramiento de la competitividad del sector artesano de la población desplazada y vulnerable del País” en el Departamento de Nariño

Asesoría en Identidad visual, piezas publicitarias y exhibición comercial.

JORGE MARIO BOLAÑOS CALVACHE
Asesor

Pasto, Nariño
Diciembre 2012

1. Introducción:

Este informe presenta el trabajo del componente de diseño gráfico, en donde se muestra la metodología, procesos y resultados de las asesorías en identidad e imagen corporativa, desarrollo de piezas gráficas del proyecto a la población de Nariño, en donde el proyecto tuvo como localidades beneficiarias los municipios de Pasto, Linares (Nachao, San Francisco, Arboleda), Cumbal (Chiles) e Ipiales (Cordoba).

2. Antecedentes:

En la convocatoria se encontró una población con previa capacitación de esta u otras entidades en su oficio artesanal, además se percibe una baja inversión en sus piezas gráficas como empaques, etiquetas y la mayoría no tiene una identidad visual constituida, ni registrada ante la superintendencia de comercio, también hay una gran parte de la población en la que tienen otra ocupación diferente al oficio artesanal debido a los bajos ingresos y a un mercado local saturado.

La comunidad artesanal de Cumbal de resguardo indígena en el departamento de Nariño ha recibido el apoyo de entidades estatales, municipales y privadas; de igual manera el apoyo de agencias Internacionales como **ONU MUJER**, desde su programa de Género, al igual que **ARTESANIAS DE COLOMBIA**, en algunos Municipios de la región; principalmente en la asesoría para el procesamiento técnico de la lana de oveja; La mayoría comparte su actividad artesanal en tejido con otras actividades económicas como la agricultura, ganadería, cría de especies menores, cuidado y servicio a su núcleo familiar. Mientras que una minoría tiene la actividad artesanal como la mayor fuente de ingresos a nivel familiar. Es claro que las Entidades aquí nombradas, han demostrado interés por el desarrollo de proyectos orientados al desarrollo de la actividad artesanal de tejido en lana para Municipios del sur de Nariño, cuyo enfoque principalmente ha sido hacia componentes productivos, técnicos, comerciales y socio-empresarial. Sin embargo se ve necesario el apoyo al desarrollo humano y asociativo, orientado a fortalecer la valoración de la mano de obra calificada, debido a que falencias en este aspecto conlleva a conflictos entre artesanas y comercializadores, fortalecer el desarrollo de la actividad artesanal; posibilitando de esta manera resaltar esa memoria viva de la Cultura de los Pastos.

En Linares encontramos una comunidad artesanal de oficio de tradición tejido y sombrerería en palma de iraca, la localidad es el mayor proveedor de materia prima para toda la zona occidente Cadena de la Iraca, por lo que las asesorías y apoyos de las entidades municipales y estatales se ha orientado ha este eslabón – Cultivadores. Las artesanas han recibido apoyo esporádico específicamente en diseño, tinturado, y procesos productivos, sin embargo la falta de continuidad y seguimiento se percibe insuficiente, considerando que es la principal fuente de ingresos para las artesanas. Escaso nivel organizativo, empresarial, comercial.

En Pasto Nariño, se encuentran artesanos urbanos con gran apoyo de entidades locales, con cursos diversos y no relacionados evidencian falta de especialidad y perfeccionamiento de sus técnicas. A nivel organizativo se ven avances con grupos y empresas consolidadas sin embargo el trabajo es individual.

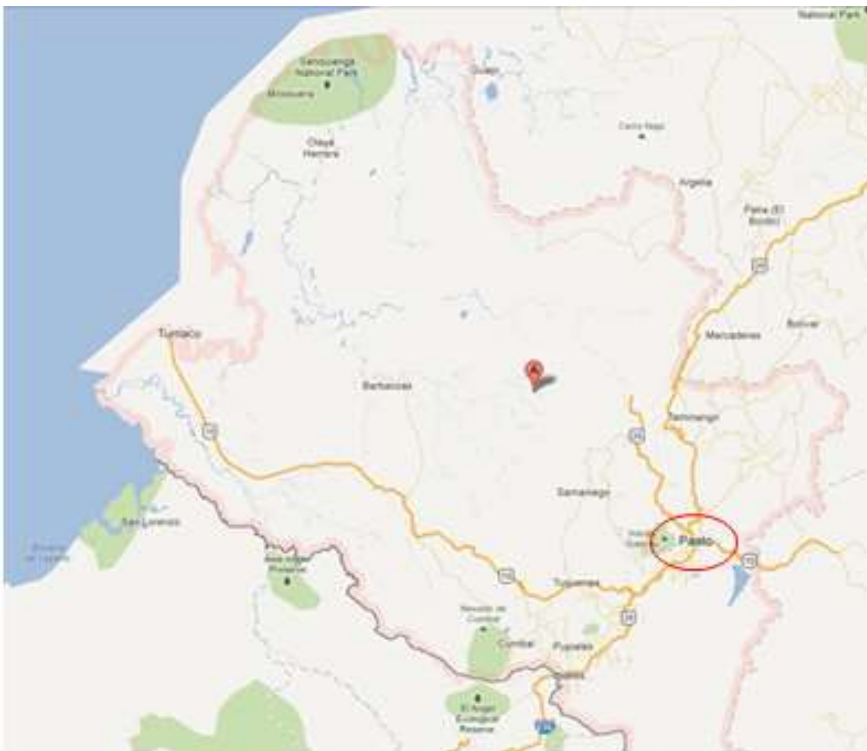
3. Contexto

El proyecto se desarrolla al sur de Colombia en el Departamento de Nariño, en el municipio de Pasto, linares y Cumbal.

Los Municipios mencionados de esta región Sur del Departamento, se destacan principalmente por tener gran riqueza paisajística, contando con una población trabajadora, sencilla, noble, amable con gran espíritu de servicio.

Municipios que tienen una economía basada en el sector primario: Producción agrícola, con cultivos principalmente de hortalizas, papa, haba, ollucos, maíz, arveja. Producción pecuaria, especialmente ganadería (porcina y vacuna), cría de especies menores, producción de trucha y la **producción artesanal**, especialmente de **tejido en lana de oveja, resaltando el trabajo en la técnica de la guanga, la tejeduría e iraca principalmente** siendo éstas últimas las principales fuentes de ingresos de las mujeres artesanas de la región. Quienes en su mayoría se encuentran organizadas en asociaciones ó resguardos.

NARIÑO



4. Objetivo general:

Retomar y cualificar la actividad artesanal, generando alternativas viables y sostenibles de desarrollo socio-económico a 1650 artesanos. (150 en la región de Nariño)

Brindar asesoría en diseño e implementación de planes de marca, catálogos digitales de proyectos y productos artesanales y preparación de ferias y eventos comerciales, en el marco de proyecto “Mejoramiento de la competitividad del sector artesano de la población desplazada y vulnerable del país” Generación de Ingresos, en el Departamento de Nariño

5. Objetivos Específicos:

- Preparar elaborar y presentar ante Artesanías de Colombia, el diseño de material Publicitario e implementación de planes de marca de los catálogos de presentación de proyectos y de productos.
- Diseñar y elaborar catálogo informativo y catálogo de productos del proyecto para medio impreso.
- Brindar asesoría en exhibición y participación en ferias y eventos a los beneficiarios del proyecto.

6. Metodología

a. Reunión inicial con los demás asesores en la región de Nariño

Para esta etapa se realizó una reunión con los demás asesores para determinar, las estrategias y la metodología de trabajo en cada uno de los campos y también definir acciones, propuestas o soluciones frente a la población beneficiaria y a los objetivos del proyecto.

b. Conversación con los asesores de diseño gráfico de las demás regiones

Para esta etapa se realizó una conversación con los asesores de otras regiones, por medio de correo electrónico en donde se estableció algunos parámetros y ejes en la parte de la identidad visual, teniendo en cuenta la diversidad regional y la coherencia conceptual.

c. Registro de artesanos

Para esta etapa se apoyó a los otros asesores de la región de Nariño con el registro de datos, y el registro fotográfico de productos de algunos artesanos.

d. Catálogos Impresos y digitales

Para estas piezas publicitarias se hizo un breve análisis de información y estadísticas sobre el mercado al cual se quiere vender los productos obteniendo como estrategia el desarrollo futuro de un catalogo web, de fácil gestión de contenidos, integrado a redes sociales, un catalogo impreso para los eventos feriales y como apoyo al trabajo de comercialización y búsqueda de distribuidores; y por último un catálogo para dispositivos móviles (smartphones, tablets) que generalmente son usados por público con un poder adquisitivo necesario, además será diseñado para sistemas operativos iOS y Android ya que estos son los que poseen más usuarios en el mercado.



artesanías
de colombia



Paleta a base de los colores encontrados en los
minifundios (colcha de retazos)



NARIÑO

cultura • naturaleza • innovación



Paleta a base de colores pasteles y colores brillantes
(gama femenina)



NARIÑO

cultura • naturaleza • innovación



Paleta a base de colores calidos y colores brillantes
(gama carnaval)



NARIÑO
cultura • naturaleza • innovación



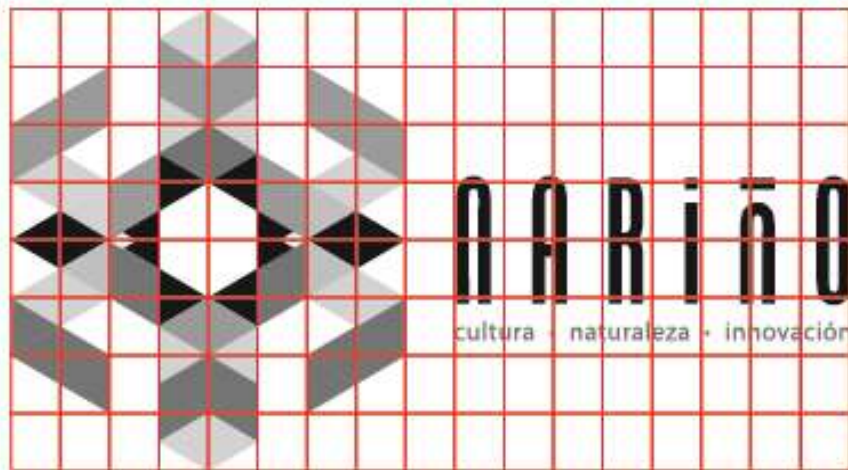
Paleta a base de colores marrones, colores oscuros
y colores neutros (gama tradicional)



NARIÑO
cultura • naturaleza • innovación



PARIÑO
cultura · naturaleza · innovación



e. Talleres de identidad e imagen empresarial

Se realizó como primera temática los temas como el naming (buscar el nombre para una marca, producto o servicio), la marca, sus tipos y su importancia en el público, en el mercado y en el aspecto legal.





Como segundo tema se realizó talleres y ejercicios sobre exhibición comercial, y las paletas cromáticas según la teoría del color.













Para estos talleres se desarrollaron algunos formatos con el resumen de los contenidos vistos y además algunos ejercicios con el fin de comprobar el entendimiento del tema por parte de la población beneficiaria.

Para elegir el nombre de una marca se emplea varios criterios como son:

- **Descriptivos:** Aluden a la actividad principal de la empresa. **Ej:** Caffeto, NesCafé, Oficio Artesano
- **Toponímicos:** La marca refiere a la región o tiene alguna relación con ella. **Ej:** Udenar, Chillán Viejo, Los Andes
- **Siglas:** El nombre está formado por iniciales o contracciones de nombres más largos. **Ej:** FIFA, HP, IBM
- **Simbólicos:** Apela al nombre de un animal, cosa, etc. que tenga relación con la empresa. **Ej:** Caboclo, Oxígeno, Apple
- **Patronímicos:** Se usa el nombre o apellido del fundador o de algún personaje importante para la empresa.
Ej: Juan Valdez, Carolina Herrera, Ferrari

Escriba su propuesta de nombre para su grupo

Tipos de marca

Pictograma figurativo Son símbolos reconocibles de la realidad. Son formas fácilmente relacionadas a objetos, animales, frutas, etc.	Pictograma abstracto Son símbolos que no tienen una relación fácil con algún elemento de la realidad. Son formas simples que destacan sus sensaciones.	Firmas Refiere al nombre, apellido o título que una persona escribe de propia mano para dar autenticidad a un determinado producto o empresa.	Monograma Es en la que son utilizadas una inicial o varias iniciales entrelazando los rasgos de unas letras con otras para formar un símbolo único.
			
Isologo Es el texto y el icono fundidos, no se pueden separar. El texto está dentro de la imagen o la imagen dentro del texto.	Imagotipo Tiene texto e imagen pero están separados, puede ser el icono arriba y el texto debajo, o el icono a la izquierda y el texto a la derecha, etc.	Logotipo Es la representación verbal de una o varias palabras mediante letras y es propio de una empresa, conmemoración, marca o producto.	Siglas Significa cifra o abreviatura, una palabra formada por el conjunto de letras iniciales de las palabras de una marca compleja
			

Una marca es un elemento muy importante en una empresa o organización ya que es el elemento que diferencia e identifica los productos o servicios de la competencia, y es lo que recuerda o asocia el cliente o público; además tiene aspectos de gran importancia como:

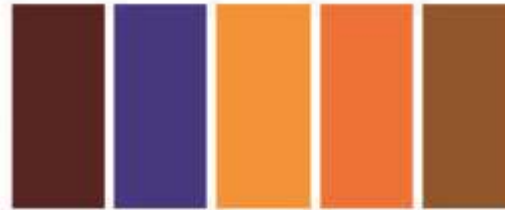
- **Desde el punto de vista del público,** una marca tiene importancia cuando el consumidor tiene que tomar una decisión de compra.
- **La marca es una necesidad para participar en el mercado.** Es decir la marca servirá para que la empresa compita con otras tanto económica o socialmente.
- **Desde el punto de vista social y legal,** las marcas tienen una importante regulación. Ya que impide el uso de esta por terceros y permite registrar derechos de autoría de la misma empresa y sus productos. Puede ser objeto de licencias y por tanto, fuente generadora de ingresos.

COLOR	ASOCIACIÓN		EFECTOS		SIMBOLISMO	
	<i>Afectiva</i>	<i>Objetiva</i>	<i>Psicológico</i>	<i>Fisiológico</i>	<i>Religioso</i>	<i>Profano</i>
ROJO	Amor Pasión Alegria	Fuego Sangre	Caliente Dinámico Enervante	Penetrante Calorífico Estimulante	Caridad Amor Exaltación	Amor
NARANJA	Incandescencia Calor	Fuego Puesta de sol	Ardiente Estimulante Brillante	Favorece la digestión Estimulante Emotivo	Fervor	Vitalidad
AMARILLO	Alegria	Luz solar	Alegre Espiritual Dinámico	Estimulante de vista y nervios	Potencia Ciencia	Hogar
VERDE	Mala influencia	Naturaleza Vegetación	Calma Frescura Pacífico Equilibrador	Sedante Hipnótico	Verdad Fe	Esperanza
AZUL	Espacios Viajes Infinidad	Cielo Agua	Claro Fresco Ligero Transparente Tranquilo Amado	Tranquilo Apaciguador	Sabiduria Inteligencia Inmortalidad	Sabiduria Ciencia
VIOLETA	Duelo Dignidad	Flores Obispos	Frescura	Calmante	Tristeza Melancolía	Penitencia Esperanza

Paleta corporativa

Para determinar una paleta de colores para la marca de una empresa se debe tener en cuenta la clasificación de los colores y lo que estos transmiten al público.

Estas paletas cromáticas también pueden ser empleadas en productos u otros objetos.



Opulencia - Elegancia - Aristocracia



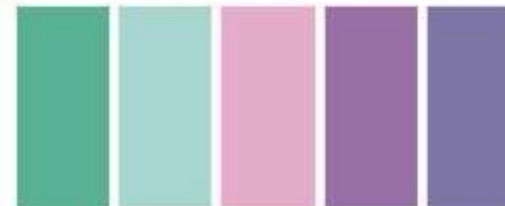
Llamativo - Carnaval - Fiesta



Tradicional - Antiguo - Trayectoria



Feminidad - Mujer - Belleza



Tranquilidad - Paz - Limpieza

En los exhibidores se debe destacar **la marca en la zona superior**, para que sea visible desde la distancia, además se debe acompañar de imagen alusivas a los productos, las personas que integran la empresa o grupo o al estilo de personas que están diseñados los productos.

Se debe **usar una iluminación adecuada**, para que los productos siempre estén destacados y resaltados a la vista, se recomienda realizar secciones, para los productos de menor tamaño, y otra para los productos de mayor tamaño. Además se debe **tener en cuenta una sección para el almacenamiento de productos** ya que al vender el exhibidor puede quedar vacío y debe estar siempre funcionando y mostrando los productos.

Se recomienda tanto para las integrantes de la empresa como para sus distribuidores, ubicar los productos en el exhibidor de la siguiente forma:

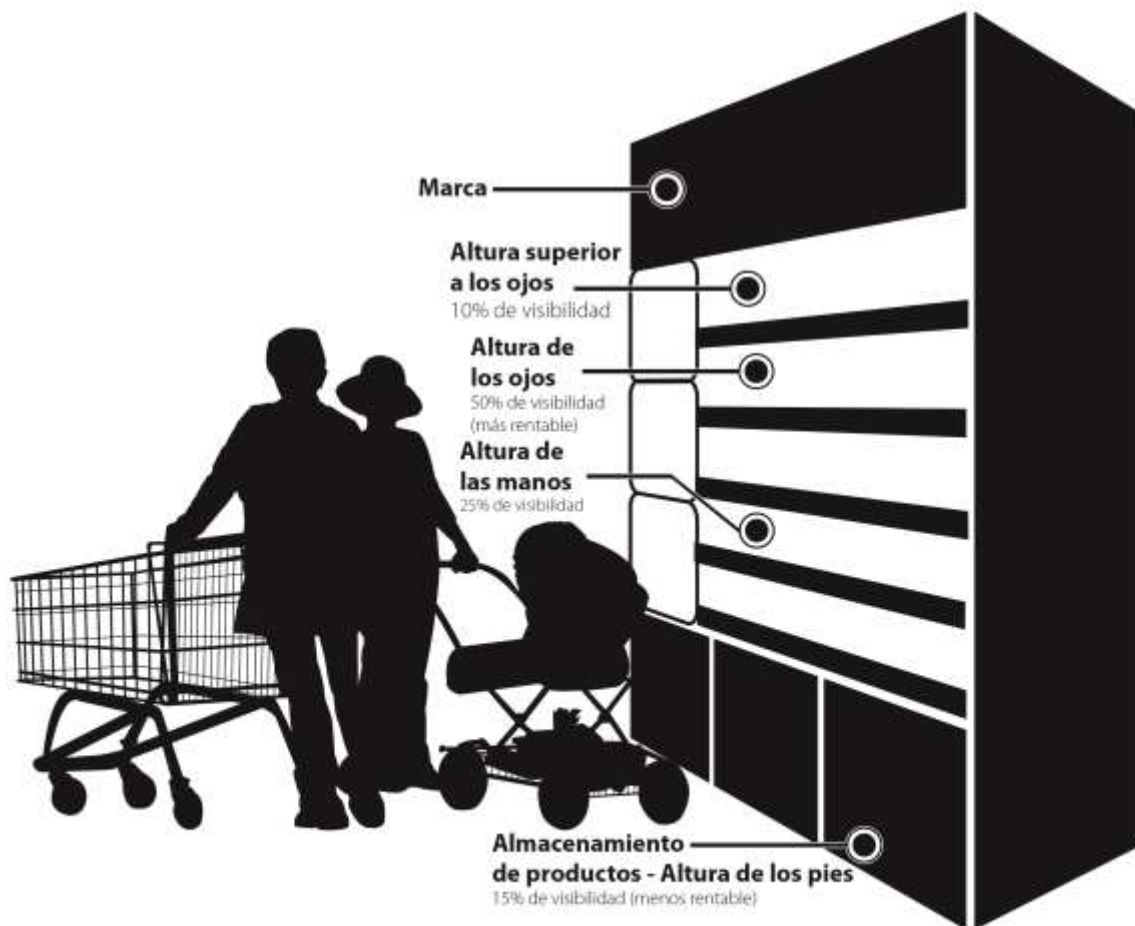
A una altura por encima de los ojos: productos de empaque llamativo.

A la altura de los ojos: los productos de impulso, artículos en promoción, los que se consideren más atractivos o se tenga más interés en venderlos.

A la altura de las manos: los productos de alta demanda.

A una altura debajo de las manos: productos indispensables o complementarios con el nivel superior (altura superior).

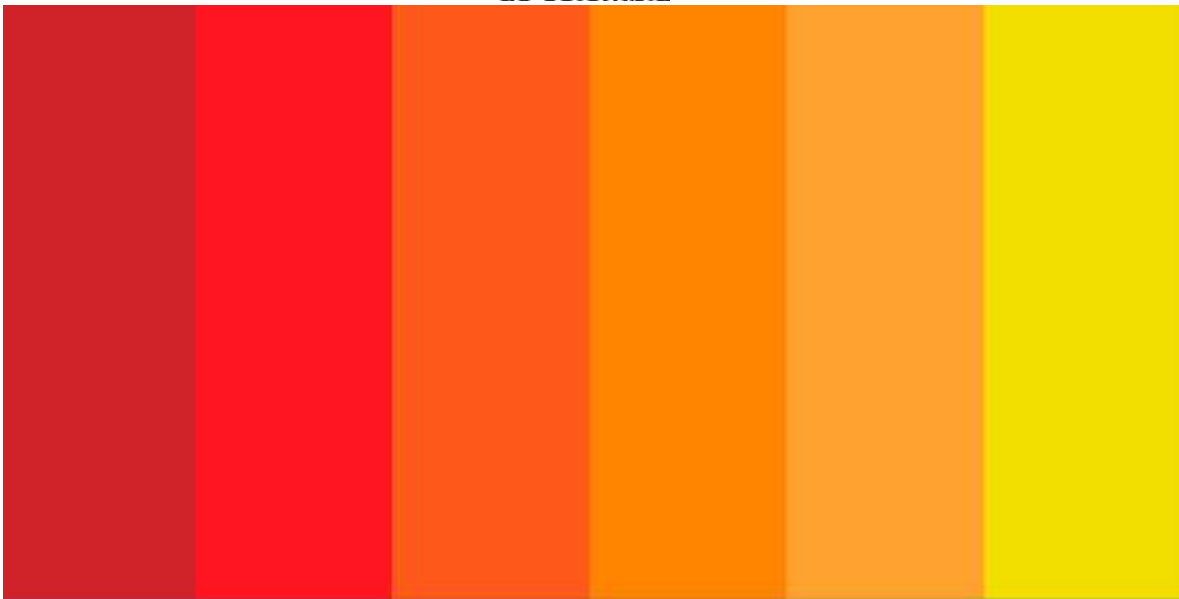
A la altura de los pies: productos pesados o voluminosos, o sin empaque.



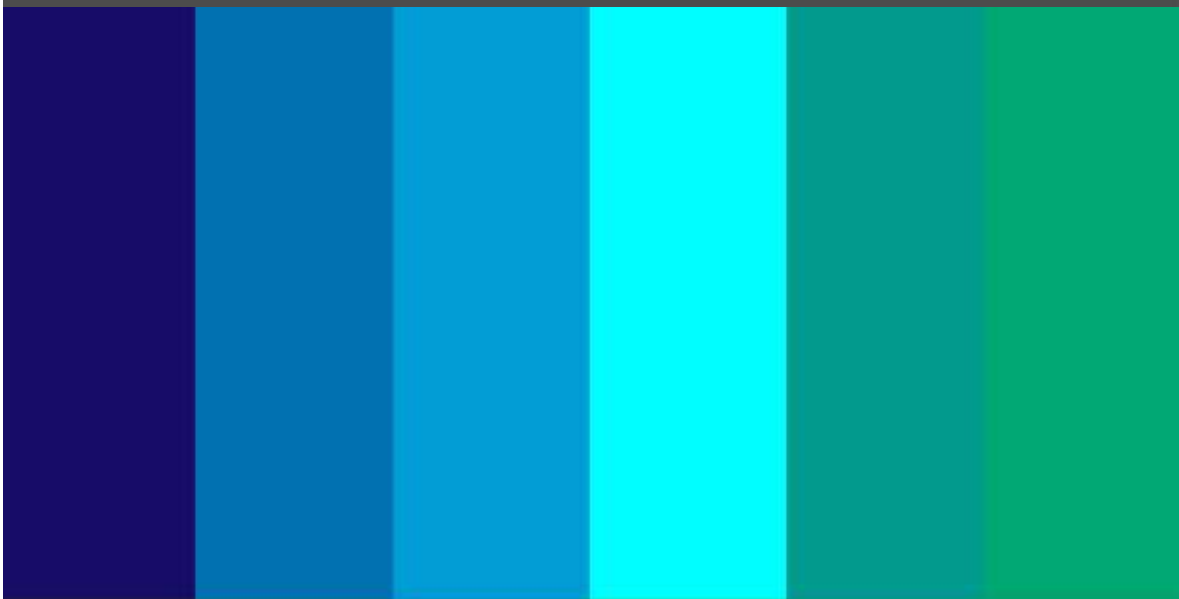
También en estos talleres se utilizaron recursos visuales como presentaciones en diapositiva en donde la parte gráfica era predominante y el texto era escaso, debido al bajo nivel de escolaridad de la población se diseñaron presentaciones en donde el tema se ejemplifica a través de imágenes comprensibles que no necesitan algún tipo de conocimiento como lectura o escritura.



artesanías
de colombia



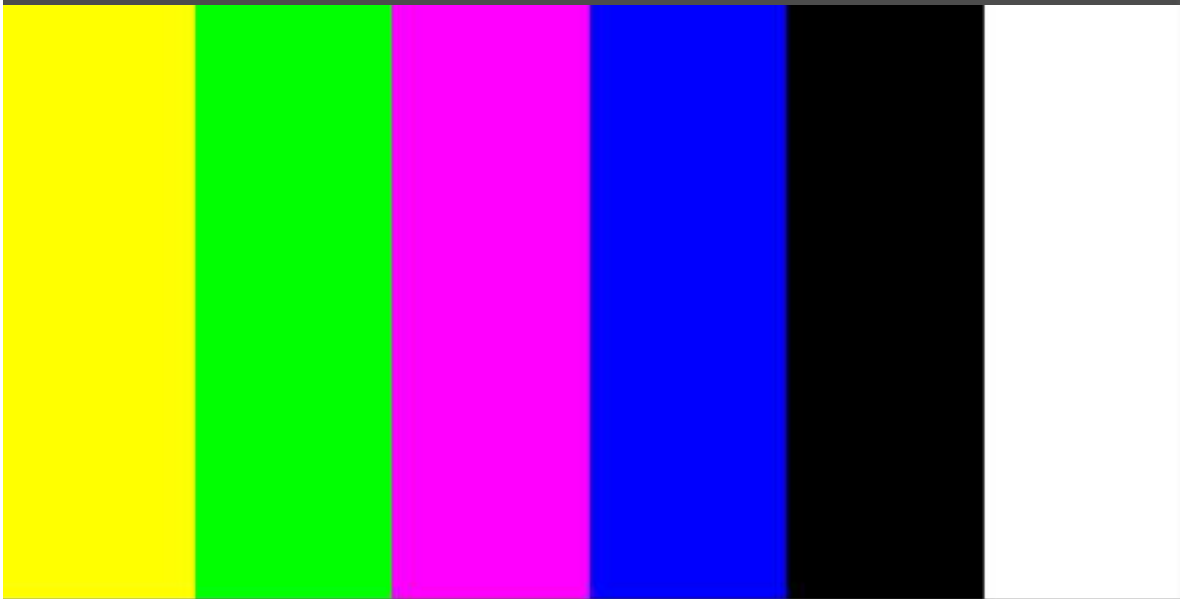
Colores Cálidos



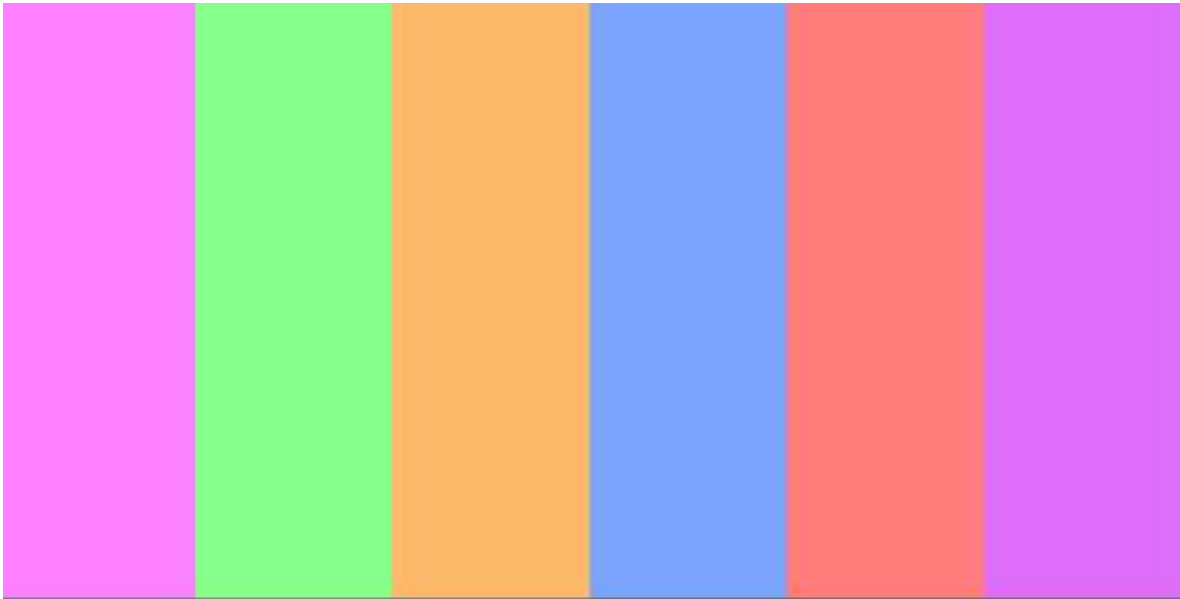
Colores Fríos



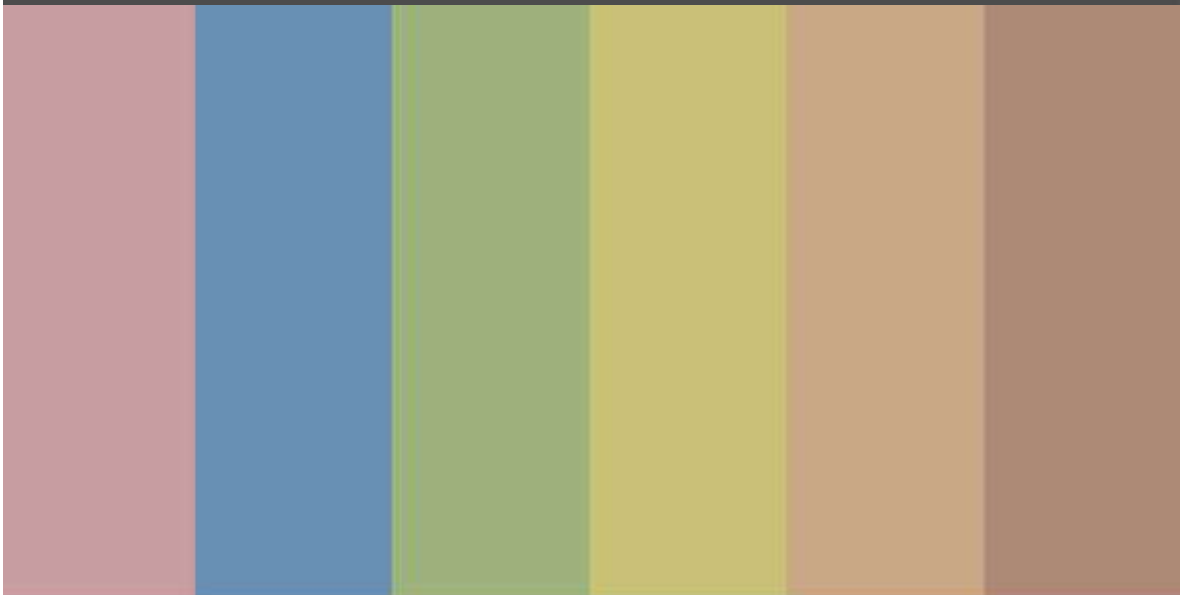
Colores Oscuros



Colores Brillantes

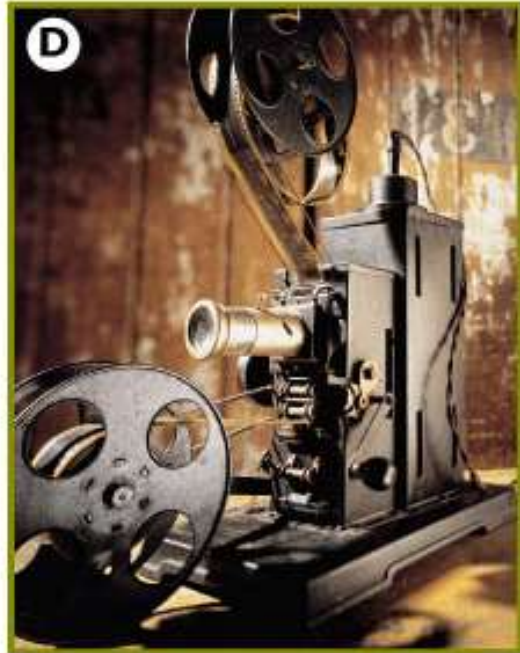


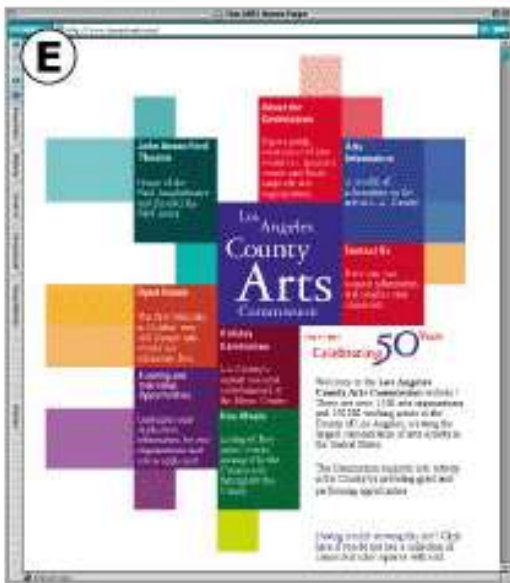
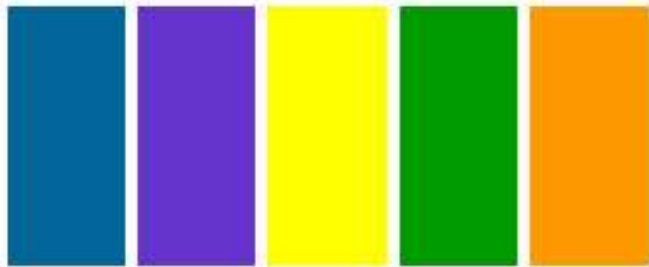
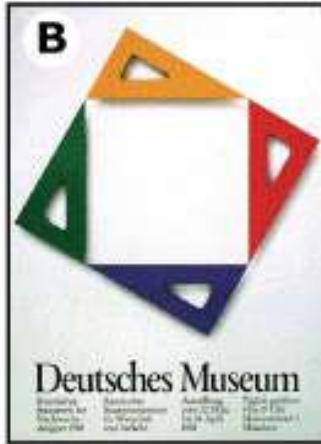
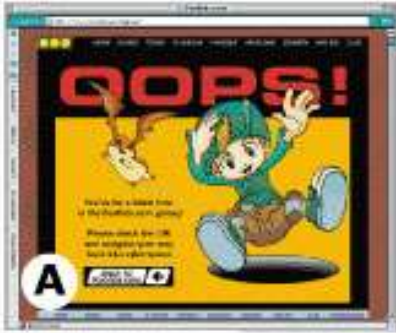
Colores Luminosos

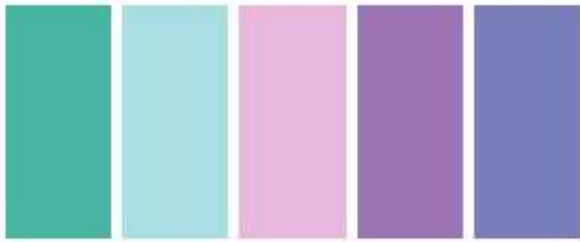


Colores Apagados

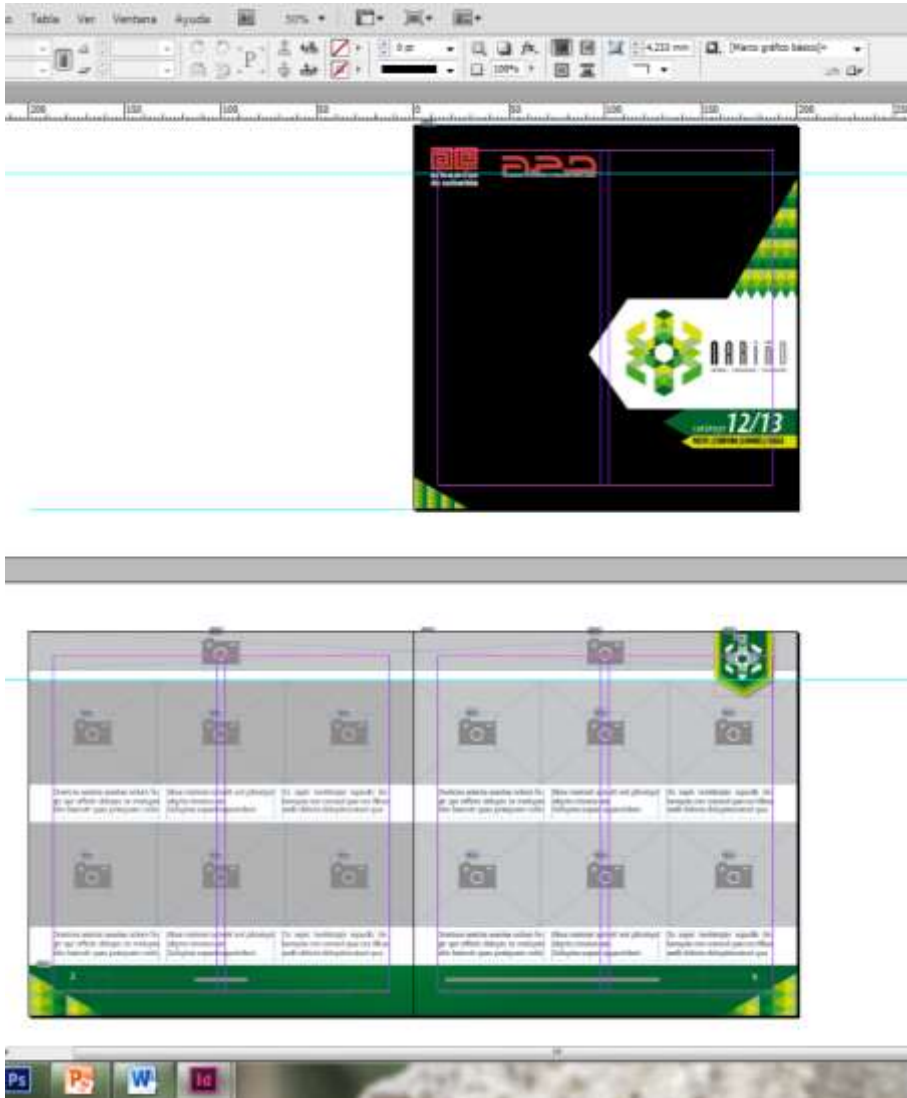








además procurando resaltar las fotografías de los productos y reduciendo y simplificando el contenido textual de toda la pieza ya que este tipo de contenido es secundario.



h. Cotizaciones para producción y ejecución de material publicitario

Después de realizar las cotizaciones con 3 proveedores de impresión, junto con los respectivos documentos para la realización de la orden de compra, se enviaron para los trámites correspondientes.

Este proceso se detuvo en la espera de trámites para su ejecución. Por lo cual no se trasladaron los diseños a un objeto físico.

i. Implementación de Catalogo Web

En esta etapa se realizó la maquetación web dentro del CMS gratuito Joomla teniendo en cuenta la funcionalidad, la legibilidad y la interacción con los

contenidos, según los parámetros del Responsive Design, para brindarle al website la versatilidad de mostrar el contenido adecuadamente en cualquier dispositivo electrónico como computadoras, celulares, tablets o televisores dentro del mismo enlace.



Esta pieza está diseñada, desarrollada e implementada y se encuentra en espera de edición y publicación.

7. Ejecución:

7.1 Inducción al proyecto

Se recibió una inducción por parte del coordinador del proyecto y los profesionales encargados de liderar los diferentes componentes del proyecto.

7.2 Desarrollo de propuesta para la identidad visual regional

Se realizó una propuesta teniendo en cuenta las conclusiones de las conversaciones con los demás asesores en diseño gráfico.

7.3 Registro de artesanos

Se convocó y se registró a algunos artesanos de la ciudad de Pasto y se registró fotográficamente sus productos.

7.4 Talleres de identidad e imagen empresarial

Se logró avanzar en la temática de los talleres y se logró obtener ejercicios evaluativos.

7.5 Diseño de piezas publicitarias

Se realizó las propuestas para su evaluación y posterior aprobación.

7.6 Maquetación de catalogo impreso

En este punto se desarrollo el esquema base de la ubicación de los contenidos y la gráfica contextual correspondiente.

7.7 Cotizaciones

Se obtuvo 3 cotizaciones para posteriormente ejecutar la producción del material publicitario.

7.8 Catálogos informativos

Se realizó los diseños para los catálogos web, impreso y móvil para su posterior producción.

7.9 Producción de piezas publicitarias

Se enviaron los documentos necesarios para la realización de los trámites para continuar la producción.

7.10 Entrega de Archivos editables

Se entregó los archivos de todos los diseños desarrollados en sus correspondientes formatos editables para su posterior revisión o modificación..

8. Logros e Impacto

Se logró realizar las primeras propuestas de la identidad visual y definir estrategias y canales de comunicación para las piezas publicitarias teniendo en cuenta la facilidad de distribución y el mercado objetivo.

Se impartió talleres de asesoría en las temáticas concernientes a este contrato a la población beneficiaria.

Se desarrollo el diseño del material publicitario.

Se maquetó el catálogo impreso

Se ubicó y cotizó proveedores de servicios para la producción

Se envió documentos para la producción de las piezas.

Se envió archivos de los diseños.

9. Conclusiones

1. Se brindó las asesorías de identidad e imagen empresarial a la población beneficiaria y se registró el proceso siguiendo los formatos y protocolos que Artesanías de Colombia ha implementado.
2. Se terminó con la etapa de diseño, de las piezas gráficas teniendo en cuenta los objetivos del contrato y las indicaciones de los respectivos jefes inmediatos y se avanzó con la documentación para los trámites que facilitarán la producción e implementación sin embargo se tomó dentro de la empresa la decisión de detener el proceso de ejecución.

10. Limitaciones y dificultades

1. Plazos de entrega de propuestas muy cortos.
2. Dificultad para conseguir establecimientos de alimentación con algún documento (factura, rut, nit) en las veredas en donde se encuentra la población beneficiaria; que permita realizar su legalización en gastos de viaje.
3. La realización de la fotografía de los productos la cual estaba a cargo de un fotógrafo se hizo durante la feria de Expoartesanías 2012 por lo cual nunca, se obtuvieron las fotos a tiempo para montarlas dentro de los catálogos (impreso y digital).

11. Recomendaciones:

1. Definir un eje comunicacional y algunos requerimientos técnicos en el área de diseño gráfico; para desarrollar diseños acordes a las necesidades regionales.