



CORPORACIÓN
DE CULTURA
Y TURISMO
DE ARMENIA



MinComercio
Ministerio de Comercio,
Industria y Turismo

**PROSPERIDAD
PARA TODOS**

PROYECTO
“INNOVACIÓN Y COMPETITIVIDAD DEL SECTOR CULTURAL ARTESANAL DE
ARMENIA”

Apoyo a las actividades de diseño, desarrollo gráfico e identidad al sector
artesanal del municipio de Armenia

INFORME
ENERO DE 2014

ELABORADO POR:
D.V. LINA MARCELA MOLINA GIRALDO

ARMENIA FEBRERO DE 2014



CORPORACIÓN DE CULTURA Y TURISMO DE ARMENIA



MinComercio
Ministerio de Comercio,
Industria y Turismo



TABLA DE CONTENIDO

1	ANTECEDENTES	6
2.	UBICACIÓN GEOGRÁFICA	7
3	DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO	8
3.1	CONVENIO INTERADMINISTRATIVO DE COOPERACION ENTRE LA CORPORACIÓN DE CULTURA Y TURISMO DE ARMENIA Y ARTESANÍAS DE COLOMBIA S.A. No. 001 DE 2013	8
3.2	OBJETIVO	8
3.3	COBERTURA	8
4	RESULTADOS DE EJECUCIÓN	9
5	CONVOCATORIA	11
6	ASESORIA PUNTUAL	11
7	CAPACITACIÓN	13
8	DISEÑO DE LOS PAQUETES DE IDENTIDAD GRÁFICA	15
8.1	DISEÑO DE LOGOTIPOS	15
8.2	DISEÑO DE APLICACIONES	16
9	SOCIALIZACIÓN DE LA IDENTIDAD GRÁFICA	16
10	CONCLUSIONES	17
11	LIMITACIONES Y DIFICULTADES	17



CORPORACIÓN DE CULTURA Y TURISMO DE ARMENIA



MinComercio
Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

PROSPERIDAD PARA TODOS

Ilustración 1 Mapa departamento del Quindío con sus respectivos municipios 7

Tabla 1 Diseño, desarrollo gráfico e identidad al sector artesanal del municipio de Armenia..... 10

Tabla 2 Actividades: Diseño, desarrollo gráfico e identidad al sector artesanal del municipio de Armenia 12



CORPORACIÓN
DE CULTURA
Y TURISMO
DE ARMENIA



MinComercio
Ministerio de Comercio,
Industria y Turismo

**PROSPERIDAD
PARA TODOS**

RESUMEN

El desarrollo de las actividades en Diseño de Identidad Gráfica en su primera fase desarrolladas en el municipio de Armenia departamento del Quindío, obedece al contrato por prestación de servicios número ADC-2013-370, con una atención a 40 artesanos cuyos oficios trabajados fueron: Carpintería y ebanistería, talabartería y marroquinería, cerámica, joyería, fibras naturales y el manejo de la chaquira checa por parte de 3 beneficiarios de la comunidad embera chamí. Es importante resaltar que los oficios con mayor participación para esta fase fueron la talabartería y marroquinería y la joyería; oficios de alta relevancia en la dinámica de la economía local artesanal. Los beneficiarios de esta fase en su mayoría mostraron interés, ya que por medio del taller realizado para darle origen al boceto de identidad gráfica, fue elaborado por ellos mismos; dándole de esta manera al artesano el mayor papel protagónico en el diseño de su imagen y aumentando la expectativa por parte de ellos en el producto final.



CORPORACIÓN
DE CULTURA
Y TURISMO
DE ARMENIA



MinComercio
Ministerio de Comercio,
Industria y Turismo

**PROSPERIDAD
PARA TODOS**

INTRODUCCIÓN

Basados en los estándares manejados actualmente por las empresas en imagen corporativa, se identificó que este es uno de los problemas de mayor importancia que presentan las unidades productivas del sector artesanal. No tener una identidad gráfica definida, acorde a las actividades que desarrolla la organización genera ciertas distorsiones y confusiones a lo hora de los clientes tomar decisiones, ya sea en la adquisición de un bien o un servicio. El desarrollo de identidad gráfica que aquí se plantea pretende tener todos los componentes que actualmente demandan los consumidores, mostrar una imagen corporativa agradable, fresca, que genere recordación para que se pueda mantener en el tiempo.

El desarrollo de identidad gráfica que se desarrolló en esta fase tuvo elementos importantes que permitieron una mejor cohesión con el beneficiario y por consiguiente con el desarrollo del producto final. Para iniciar, se realiza una especie de socialización de oficios y técnicas que cada uno desarrolla en su unidad productiva, posteriormente, se realiza una serie de asistencias individuales para conocer factores de la vida cotidiana como su núcleo familiar, gustos, intereses y todo lo relacionado al entorno de cada uno. Ésta actividad permitió generar un grado de confianza positivo, el cual sirvió para que obtener mayor disponibilidad y compromiso en los beneficiarios que de esta manera facilitaron el desarrollo del proceso de identidad de marca.

1 ANTECEDENTES

El Laboratorio de Artesanías de Colombia, desde hace 15 años atiende las necesidades de diseño y producción de más de 400 talleres, dedicados a la manufactura artesanal en una gran variedad de oficios en distintos municipios del Quindío, lo cual ha generado una nueva percepción de la artesanía tradicional, permitiéndole ser más competitiva, innovadora, y llegar a nuevos segmentos del mercado nacional e internacional.

Este trabajo se ha enfocado a la organización para la producción, tomando como base el trabajo comunitario, desarrollando programas de capacitación, asistencia técnica en innovación y desarrollo de producto, mejoramiento de procesos productivos y complementando los de gestión empresarial, fundamentos de mercadeo y servicios de apoyo a la promoción y comercialización del producto artesanal.

2. UBICACIÓN GEOGRÁFICA

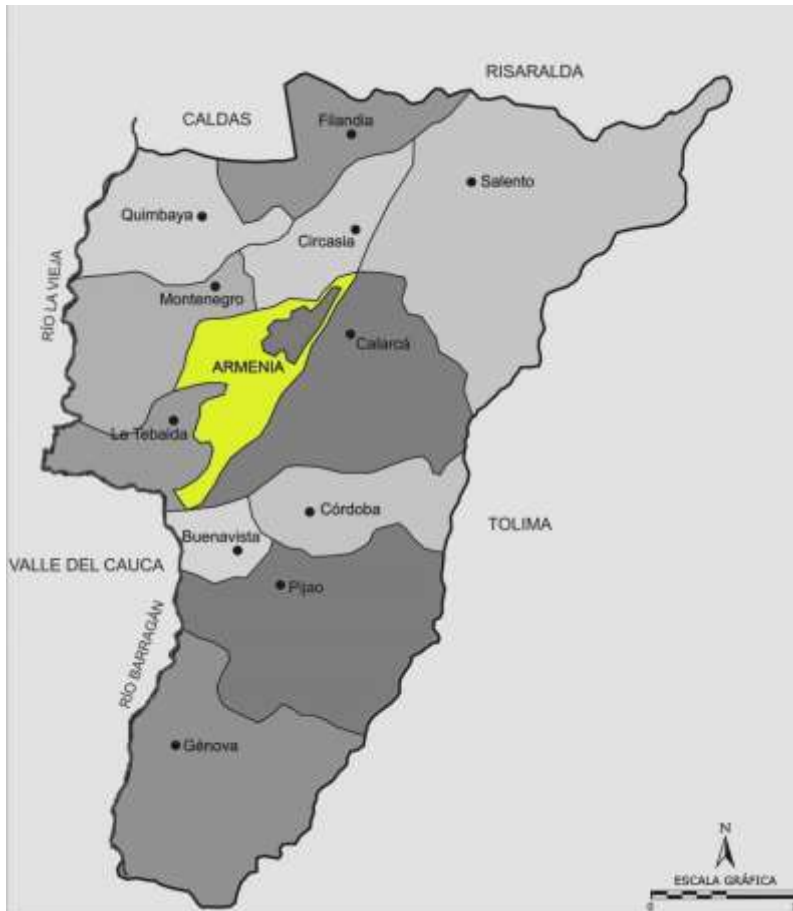


Ilustración 1 Mapa departamento del Quindío con sus respectivos municipios

3 DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO

3.1 CONVENIO INTERADMINISTRATIVO DE COOPERACION ENTRE LA CORPORACIÓN DE CULTURA Y TURISMO DE ARMENIA Y ARTESANÍAS DE COLOMBIA S.A. No. 001 DE 2013

El proyecto “INNOVACIÓN Y COMPETITIVIDAD DEL SECTOR CULTURAL ARTESANAL DE ARMENIA”, se estructura como una estrategia de desarrollo dinamizadora de la oferta productiva del sector artesanal de la ciudad, orientada a mercados contemporáneos tanto locales como globales (con enfoque al consumidor de tipo turista).

3.2 OBJETIVO

Apoyar las actividades de diseño, desarrollo gráfico e identidad al sector artesanal del municipio de Armenia

3.3 COBERTURA

Municipio de Armenia: Cabecera Municipal. 40 beneficiarios.

4 RESULTADOS DE EJECUCIÓN

El siguiente cuadro presenta los resultados ejecutados entre el 25 de noviembre de 2013 y el 25 de enero de 2014 según el convenio. En el programa de asesorías puntuales, se cubren 42 artesanos sobre 40 programados, equivalente a un porcentaje de ejecución del 105%. En el programa de capacitaciones, se imparten 22 horas y media de capacitación sobre 12 horas programadas, donde se cubre un total de 42 artesanos beneficiarios capacitados con un porcentaje de ejecución de %187.

Sobre el paquete de identidad gráfica se desarrollan 40 logotipos sobre 40 programados, 40 tarjetas de presentación sobre 40 programadas y 40 etiquetas sobre 40 programadas, equivalentes al 100% respectivo del total de las piezas gráficas programadas.

INNOVACIÓN Y COMPETITIVIDAD DEL SECTOR ARTESANAL ARMENIA	DESCRIPCIÓN	PROGRAMADO	EJECUTADO	% DE EJECUCIÓN	MEDIDA	ANEXOS
--	-------------	------------	-----------	----------------	--------	--------

Apoyo a las actividades de diseño, desarrollo gráfico e identidad al sector artesanal del municipio de Armenia

Asesorías Puntuales	40 asesorías puntuales de 20 minutos a los productores artesanales de la ciudad de Armenia.	40	42	105%	beneficiarios	Ver Anexo 1
Capacitaciones	7 capacitaciones en identidad gráfica e imagen corporativa a 42 artesanos beneficiarios	12 horas	22.5 horas	187%	horas	Ver Anexo 2
Diseño de 40 paquetes de identidad gráfica	Diseño de logotipos	40	40	100%	piezas gráficas	Ver Anexo 3
	Diseño de tarjetas de presentación	40	40	100%	piezas gráficas	Ver Anexo 4
	Diseño de etiquetas	40	40	100%	piezas gráficas	Ver Anexo 5
	Total de cada pieza gráfica	120	120	100%	piezas gráficas	Ver Anexos 3, 4 y 5

Tabla 1 Diseño, desarrollo gráfico e identidad al sector artesanal del municipio de Armenia

5 CONVOCATORIA

Se hizo una convocatoria que permitió un acercamiento a 42 artesanos beneficiarios, a los cuales se dio una asesoría individual de 20 minutos, para un total de 14 horas. (Ver anexo 1. Formato de seguimiento FORDES 15).

6 ASESORIA PUNTUAL

La asesoría individual a los 42 artesanos convocados se concertó en tres etapas, en la primera se brindó información acerca del proyecto y de las piezas gráficas que comprende el paquete de diseño: logotipo, tarjeta de presentación y etiqueta. En la segunda, el beneficiario hizo una introducción de su producto, las técnicas y los materiales con los cuáles lo elabora. En la tercera se indagó por las características únicas y especiales del desarrollo y comercialización del producto artesanal, desde su fase inicial de producción hasta su entrega al consumidor, con el fin de establecer 3 valores agregados del mismo que permitieron conceptualizar una propuesta de imagen gráfica acorde con las necesidades de identificación visual de cada uno de los artesanos.

Se hace un registro fotográfico del producto de cada artesano, como parte del seguimiento para el posterior desarrollo gráfico de su identidad. Y por último, se acuerda con los beneficiarios que no cuentan con ninguna pieza de identidad, diseñar el paquete gráfico desde cero; quienes ya tienen algo, se conviene rediseñar o revitalizar esta identidad gráfica. (Ver anexo 1. Formato de seguimiento FORDES 15).

INNOVACIÓN Y COMPETITIVIDAD DEL SECTOR ARTESANAL ARMENIA	DESCRIPCIÓN		PROGRAMADO	EJECUTADO	% DE EJECUCIÓN	MEDIDA	ANEXOS
Apoyo a las actividades de diseño, desarrollo gráfico e identidad al sector artesanal del municipio de Armenia							
	Convocatoria	42 artesanos convocados	40	42	105%	beneficiarios	Ver Anexo 1

Tabla 2 Actividades: Diseño, desarrollo gráfico e identidad al sector artesanal del municipio de Armenia

7 CAPACITACIÓN

Dentro del proceso de capacitaciones del proyecto para los Artesanos de la ciudad de Armenia, se fortalece el sector en el tema de IDENTIDAD GRÁFICA.

Se programan en el laboratorio de Artesanías de Colombia de Armenia (Quindío) siete capacitaciones, 3 de 4 horas cada una, 1 de 3 horas y media, 1 de 3 horas y 2 de 2 horas cada una; para un total de 22 horas y media de capacitación sobre 12 horas programadas. La primera se realiza el 29 de noviembre de 2013 a un grupo de 8 beneficiarios. La segunda se hace el 05 de diciembre de 2013 a otro grupo de 8 artesanos. La tercera se imparte el 12 de diciembre de 2013 a un grupo de 10 artesanos. La cuarta se realiza el 07 de enero de 2014 a 8 artesanos. La quinta, sexta y séptima capacitación se realizan los días 08, 09 y 10 de enero respectivamente a un total de 10 artesanos.

Teniendo en cuenta que dos artesanos que asistieron a una de las capacitaciones del año 2013, volvieron a una del año 2014, se suman en total 42 artesanos beneficiarios capacitados sobre los 42 convocados. (Ver anexo 2. Formato de asistencia FORDES 2B).



Capacitación en identidad de gráfica e imagen corporativa
Asesora Lina Marcela Molina G.
Noviembre de 2013
Fotografía Valentina Giraldo Ramírez
Artesanías de Colombia S.A.



Capacitación en identidad de gráfica e imagen corporativa
Asesora Lina Marcela Molina G.
Noviembre de 2013
Fotografía Valentina Giraldo Ramírez
Artesanías de Colombia S.A.

Cada capacitación se ejecuta en dos fases, en la primera se ilustran las bases teóricas pertinentes a los temas de identidad de marca e imagen corporativa, en la segunda se desarrolla un taller práctico creativo.

La construcción de una identidad de marca y de una la imagen corporativa, es la suma de la cadena de experiencias que un producto o servicio genera alrededor del su público objetivo, donde la comunicación visual debe reunir componentes perceptuales inherentes a aspectos sociales, culturales, económicos y aspiracionales. Se desglosan términos como marca (activo intangible de la empresa) y logotipo (identidad visual con la cual se representan los valores de marca). Se dan ejemplos de las formas de construcción de diferentes logotipos, teniendo en cuenta aspectos semánticos, cromáticos y tipográficos. Se promueve la búsqueda colectiva de referentes visuales que contextualicen el tema.

En el taller práctico creativo, cada beneficiario, según los conocimientos que adquiere en la primera fase, explora con la ayuda del asesor las posibilidades de un

nombre para su empresa, buscando referentes en nombres propios, nombres de familiares, flora, fauna, paisajes, arquitectura de la región, pictogramas de los ancestros, técnicas y materiales con los que trabaja etc. Posteriormente cada artesano pasa a bocetar y a dibujar su identidad gráfica con el nombre que escoge, evocando y abstrayendo las formas visuales de lo que su nombre representa. En los resultados y la información suministrada en este taller, se basará el asesor para diseñar el logotipo, la tarjeta de presentación y la etiqueta.

8 DISEÑO DE LOS PAQUETES DE IDENTIDAD GRÁFICA

Se desarrollan 120 piezas gráficas: 40 logotipos, 40 tarjetas de presentación y 40 etiquetas. El proceso de diseño del logotipo se establece según los resultados del taller práctico creativo, el desarrollo de las aplicaciones se obtiene del diseño del logotipo.

8.1 Diseño de Logotipos

Concluidas las etapas anteriores, se inicia el proceso de diseño, en el cual según el resultado del taller práctico creativo y el seguimiento que se hace a cada uno de los artesanos, se establecen los elementos lingüísticos y visuales necesarios para la construcción del logotipo, estos son: la paleta cromática, la familia tipográfica, los elementos visuales de acompañamiento, las frases de anclaje y el nombre dado el caso que el nombre escogido en el taller práctico no funcione. (Ver anexo 3. Diseño de logotipos).

8.2 Diseño de Aplicaciones

Diseñados los 40 logotipos se procede a aplicarlos a las tarjetas de presentación y a las etiquetas, aplicaciones que conservan el estilo gráfico del logotipo y llevan cada una la información correspondiente de cada artesano y su producto. (Ver anexos 4 y 5. Diseño de tarjetas de presentación y diseño de etiquetas).

9 SOCIALIZACIÓN DE LA IDENTIDAD GRÁFICA

Se socializó el diseño del logotipo y la tarjeta de presentación con los beneficiarios, quienes confirmaron la correspondencia del diseño del logotipo con el resultado obtenido en el taller creativo y la información de la aplicación con la suministrada por ellos al asesor.

Algunos artesanos solicitaron cambios de color de las identidades gráficas y correcciones de información y diagramación de las aplicaciones. Una vez se hicieron las correcciones respectivas se hizo entrega de cada identidad gráfica con sus respectivas aplicaciones a cada artesano beneficiario. (Ver anexo 5. Formato de asistencia FORDES 2B Socialización del paquete de identidad gráfica y entrega del paquete de identidad gráfica)

10 CONCLUSIONES

En general el trabajo realizado mostró aspectos positivos debido a la vinculación directa de los beneficiarios en el diseño de su identidad gráfica.

Los resultados del diseño de identidad gráfica fueron satisfactorios para los artesanos, gracias a la intervención relevante que cada uno tuvo en cuanto al diseño de su marca y representación gráfica.

11 LIMITACIONES Y DIFICULTADES

La condición económica de algunos beneficiarios es un limitante importante para que ellos se puedan desplazar a los sitios de capacitación; los artesanos exponen que cuando faltan es porque no cuentan con los recursos necesarios para su desplazamiento. De otro modo, también existe en algunos beneficiarios una pequeña muestra de desinterés, ya que su visión es acceder a auxilios económicos para dinamizar su producción y no exclusivamente la asesoría y asistencia técnica.



