



SECRETARIA DE GOBIERNO
Alcaldía Local
ENGATIVÁ

Artesanías de Colombia S.A.
Unidad de Diseño

Asesoría en Diseño Gráfico en el marco del proyecto “Capacitación técnica en el oficio, estímulo a la comercialización y organización, para artesanos y productores de arte manual, de la localidad de Engativá, Bogotá D.C.”

Alexander Huertas Bustamante
Diseñador Gráfico

Convenio:
No. 10-052-00-2005
Artesanías de Colombia S.A.

Bogotá D.C.
Noviembre de 2006



SECRETARIA DE GOBIERNO
Alcaldía Local
ENGATIVÁ

Centro de Diseño para la Artesanía y las PYMES

Paola Andrea Muñoz Jurado
Gerente General

Juan Carlos Cabrera
Subgerente Administrativo y Financiero

José Fernando Iragorri
Subgerente de Desarrollo

Lyda del Carmen Díaz
Coordinadora Operativa de Diseño

Alexander Parra
Coordinador del Proyecto

Claudia Paola Ramírez
Asistente Operativa de Diseño

Alexander Huertas Bustamante
Diseñador Gráfico
Asesor del Proyecto

Bogotá D.C. Noviembre de 2006

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN

RESUMEN

1. ANTECEDENTES
2. CONTEXTO
3. OBJETIVO GENERAL
4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS
5. METODOLOGÍA
 - 5.1 Enfoque
 - 5.2 Fases de proceso y contenidos desarrollados
 - 5.2.1 Fase de sensibilización
 - 5.2.2 Fase analítica
 - 5.2.3 Fase normativa
6. EJECUCIÓN
 - 6.1 Orientador, Localidad, Beneficiarios
 - 6.2 Forma de Trabajo
 - 6.3 Desarrollo
7. LOGROS E IMPACTO
8. OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES
9. LIMITACIONES Y DIFICULTADES
10. CONCLUSIONES
11. ANEXOS EVALUACIONES ARTESANOS

INTRODUCCION

La asesoría en diseño gráfico se inscribe en el marco general del convenio suscrito entre el Departamento Administrativo de Acción Comunal DAACD, y Artesanías de Colombia s.f. dentro del proyecto “Capacitación técnica en el oficio, estímulo a la comercialización y organización, para artesanos y productores de arte manual, de la localidad de Engativá, Bogota D.C.”

El proceso de asesoría en diseño gráfico a cargo del Diseñador Gráfico Alexander Huertas Bustamante contratado por un periodo de 2 meses, inicio el 1 de agosto con la realización del componente gráfico para la convocatoria del proyecto, que incluía: Afiche, pendón, plegable y ficha de inscripción, coordinado por Alexander Parra profesional de Subgerencia de Desarrollo.

Fueron asesorados 52 beneficiarios provenientes de la localidad de Engativá de Bogota, en los que se encuentran productores del sector de Artes manuales, textiles, bisutería y maderas. El programa busca asistir técnicamente y apoyar en la comercialización de nuevos productos, como resultado metódico del aprendizaje, innovación y aplicación de nuevos conceptos.

La intención de este proyecto es brindar al beneficiario a partir de una metodología de diseño las pautas fundamentales en la creación de nuevas propuestas y que al conocerla e implementarla optimice su trabajo y esté en la capacidad de realizar nuevos productos, con identidad propia, alta calidad y competitivos ante las nuevas tendencias del mercado, alcanzando su posicionamiento.

La asesoría de diseño gráfico estuvo enfocada en el desarrollo de la marca e identidad corporativa, ya que los beneficiarios en su mayoría carecían de nombre para su taller y de imagen gráfica que los distinguiera.

Las Asesorías se llevaron a cabo en la sede de la Alcaldía Local de Engativá ubicada en la Calle 71 N° 73 A-44 y en Artesanías de Colombia Carrera 2ª #. 18 A-58.



ALCALDÍA LOCAL DE
ENGATIVÁ



JUNTA ADMINISTRATIVA
LOCAL DE ENGATIVÁ

**Capacitación Técnica en
el oficio, estímulo a la comercialización
y organización, para artesanos y
productores de arte manual de la
localidad de Engativá,
Bogotá D.C.**




ALCALDÍA MAYOR
BOGOTÁ D.C.
Municipio Administrativo
REGIONAL CAPITAL




Corporación de Promoción y Desarrollo
de Bogotá S.A.

Bogotá sin indiferencia


Alcaldía Local de Engativá
Calle 15 No. 25-10 Teléfono 29 48 75

Asesoría de desarrollo S.A. Ingenieros de Desarrollo
Carrera 7-26 No. 16-100 Teléfono 196 3000 Bogotá


Corporación Interadministrativa C.E.L. - I.A.L.C.P. Engativá No. 29 482 48 2000




**III Feria
Empresarial
Mujer de Engativá.**




Unicentro de occidente
Octubre 13 al 16 de 2006



Corporación de Promoción y Desarrollo
de Bogotá S.A.



UNICENTRO
de occidente



Corporación Interadministrativa C.E.L. - I.A.L.C.P. Engativá

Alcaldía Local de Engativá
Calle 15 No. 25-10 Teléfono 29 48 75

Pendón de la convocatoria y afiche de la muestra comercial. Diseño Alexander Huertas Bustamante

RESUMEN

Este informe registra y hace tangible la asistencia de asesoría en diseño gráfico y contiene los resultados finales del componente gráfico (logotipo, tarjeta personal, etiqueta o adhesivo y hoja membreteada) de cada beneficiario, representándolo como productor, a su taller artesanal o micro empresa.

El proceso se dividió en tres fases: fase de sensibilización, fase analítica y fase normativa.

La fase de sensibilización abarca todos los aspectos inductivos, presentación de contenidos y metodologías de trabajo. En esta etapa de corta duración, el principal objetivo era comunicar a los beneficiarios los temas relacionados con la creación de marca, el reconocimiento de un producto, la importancia, funciones y beneficios de la imagen gráfica. Para esta etapa, la forma de trabajo se efectuó con asesorías de reconocimiento y grupales.

En la fase analítica se condujo a los beneficiarios en la búsqueda de un nombre apropiado para su producto o taller artesanal, induciendo a la investigación y apropiación de componentes culturales que los identificara, involucrando aspectos propios de su oficio, manteniendo una coherencia entre las propiedades físicas y los atributos simbólicos de su producto con la marca. Los artesanos en esta fase conocieron metodologías de investigación y estrategias en la creación de marcas, afianzando el conocimiento a partir de ejercicios y ejemplos de proyectos de imagen corporativa, conociendo antecedentes de creación de imagen en grandes empresas. Los beneficiarios en esta fase recibieron la primera asesoría puntual como diagnóstico y se complementó con asesorías grupales y talleres de creatividad.

Con la fase normativa los beneficiarios pudieron hacer un mejor análisis del mensaje visual y una acertada elección en el proceso de comunicación. Comenzando por el estudio de los elementos gráficos o primarios como: punto, línea, plano, color, composición y tipografía, todo enfocado a la construcción del sistema gráfico. Estos elementos fueron estudiados y en algunos casos actuaron independientemente o interactuaron entre ellos para lograr identidad, formando el logo símbolo hasta las diferentes expresiones visuales presentes en las aplicaciones y que requiere de su uso en el reconocimiento de un producto o representando la organización, taller artesanal, persona o compañía. Para esta etapa se realizaron asesorías grupales y talleres de expresión con el objetivo de persuadirlos al manejo habitual del dibujo y la bocetación como medio fundamental de apoyo en el desarrollo de nuevas propuestas de diseño, así como el análisis grupal de los resultados generando un sentido crítico y objetivo. En esta fase el diseñador Alexander Huertas Bustamante basándose en los resultados de los talleres de expresión, construyó digitalmente el componente gráfico (Logotipo Tarjeta personal, etiqueta, adhesivo y hoja membreteada) a cada beneficiario. Las asesorías puntuales fueron determinantes para ajustar detalles de forma en el componente gráfico, según las apreciaciones del beneficiario y de esta forma obtener al final del proceso un resultado óptimo, conforme a los parámetros de diseño de imagen corporativa que su taller necesitaba para proyectarse y lograr el posicionamiento de sus productos con los beneficios económicos que esto trae.

1. ANTECEDENTES

No hay antecedentes de programas enfocados a la capacitación técnica en el oficio, estímulo a la comercialización y organización, para artesanos y productores de arte manual, de la localidad. Sin embargo es importante destacar que el grupo tenía algún conocimiento de las actividades que promueven el oficio artesanal y estimulan la comercialización, organizados por Artesanías de Colombia S.A, como ferias y eventos. Siendo este un motivo para que muchos de los beneficiarios encontraran en el programa un medio para participar o iniciar el proceso para serlo. Escuchar los comentarios y experiencias de algunos beneficiarios que han participado en ferias, de forma independiente, fue enriquecedor y contribuyó al mejoramiento del plan de trabajo y a la metodología planteada, permitiendo el análisis de las fortalezas y debilidades de este tipo de proyectos.

2. CONTEXTO

Las Asesorías se llevaron a cabo en la sede de la Alcaldía Local de Engativá ubicada en la Calle 71 N° 73 A-44 y en Artesanías de Colombia Carrera 2ª #. 18 A-58.

Participaron de las asesorías 52 beneficiarios entre artesanos y productores de arte manual. Se contó con 49 mujeres y 3 hombres, nombrados a continuación:

Ana García López
Ana Herlinda Mayorga Rey
Ana Rosa Téllez
Aura María Granados
Blanca Rodríguez
Carmen Alicia Rodríguez
Cecilia Reyes Pulido
Carmenza Salamanca
Diana Romero
Dolly Beltrán Bermudez
Dora Grisales
Elizabeth Ávila
Elizabeth Herrera
Dora Inés Perilla
Fabiola Camacho Cardona
Gloria Dulcey Ordóñez
Gloria Poveda
Hilda Muñoz
Jovita Orjuela Muñoz
Libia Escudero
Lucila Amaya
Lucila Castro

Lucila Sossa González
Lucy Hernández
Luis Alejandro Vega
Luz Alba Quevedo
Luz Fenny Poveda V
Luz Marina Rocha
Margarita Palacio
María Celina Buitrago
María Esperanza Neira
María Eudocia Barreto
María Gardenia Montoya
María Inés Pérez R
María Isabel Hernández
María Mercedes Jurado D.
María Teresa Rubiano O
Mélida Franco H
Nancy Serrano R
Oscar Zapata Jiménez
Pablo Arias
Patricia Velandia
Rosalba Hernández
Sol Parada
SolAngel Monroy
Teresa Carreño de Forero
Zoila Peña O
Ángela Alarcón
Marta Isabel Cabrera
Sandra Mesa
Lila Montaña
Martha Isabel Cabrera
Cristina Inés Briceño

3. OBJETIVO GENERAL

■ Brindar asesoría en Diseño Gráfico e imagen corporativa a los beneficiarios del proyecto: “Capacitación técnica en el oficio, estímulo a la comercialización y organización, para artesanos y productores de arte manual, de la localidad de Engativá, Bogotá D.C.”

Logrando el reconocimiento y posicionamiento de sus productos en el mercado a través de la implementación de la imagen corporativa, fortaleciendo la competitividad y como medio para incrementar sus ingresos.

4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Que el beneficiario comprenda la incidencia que tienen la marca e imagen corporativa en sus ventas.
- Que los beneficiarios ratifiquen sus rasgos de identidad en el desarrollo de las propuestas y que los resultados del componente gráfico surjan de la metodología de diseño y el análisis de ideas y conceptos.
- Acercar al beneficiario al proceso real de creación de imágenes corporativas.
- Dar a conocer los procesos reales de impresión con miras a producir el material gráfico.
- Que la información y el material gráfico de las propuestas desarrolladas por los artesanos quede registrada como referencia para fases posteriores de este u otros proyectos.
- Que los artesanos generen una actitud crítica frente a las propuestas y se motiven a desarrollar ideas novedosas dejando de lado la copia o adaptación de otras marcas.
- Acercar al beneficiario al uso de nuevas tecnologías para la difusión de su marca, como: Internet y multimedia.
- Enseñar a distinguir las propiedades físicas de los papeles (absorción, nitidez, resistencia, color etc.) observando resultados impresos y la influencia que estos tienen en el valor agregado del producto.
- Estimular el sentido de pertenencia y apropiación de la marca logrando una mayor difusión de los productos.

5. METODOLOGÍA

5.1 Enfoque

El proceso de asesoría en imagen corporativa estuvo dividido en tres fases: sensibilización, que pretendía generar en el artesano el interés y la necesidad de crear una imagen para su taller y su producto, comprende la parte inductiva, diagnóstico y reconocimiento. La fase analítica donde se estudiaron temas referentes a la necesidad, función y beneficios, acompañado de investigaciones propuestas por el asesor para encontrar referentes de inspiración que guiaran a un mejor desarrollo de las propuestas. Y la fase normativa donde se brindan los conocimientos de diseño para materializar y construir formalmente la imagen gráfica. Para llevar a cabo cada una de las fases se realizaron asesorías grupales con una carga teórica, con la aplicación práctica en los talleres de creatividad.



Fuente: Alexander Huertas Bustamante

5.2 Fases del proceso y contenidos desarrollados.

5.2.1 Fase de sensibilización

ASESORÍA DE RECONOCIMIENTO

Se realizó la presentación de la metodología de trabajo y el programa de imagen gráfica .

La Caracterización del grupo (Nombres, productos, oficio, etc.) se efectuó por medio del cuestionario de diagnóstico de imagen corporativa.

- Programación de fechas y horarios de acuerdo a la disponibilidad de los beneficiarios.

The form is titled 'Cuestionario de Diagnóstico de Imagen Corporativa' and includes sections for 'Información personal' (with fields for name, address, phone, and email), 'Información sobre asesoría' (with checkboxes for 'Asesoría en línea' and 'Asesoría presencial'), and 'Datos de contacto' (with fields for name, address, phone, and email).

Pag-1

This page contains sections for 'Datos de contacto', 'Información sobre asesoría' (with checkboxes for 'Asesoría en línea' and 'Asesoría presencial'), 'Datos de contacto' (with checkboxes for 'Asesoría en línea' and 'Asesoría presencial'), and 'Información sobre asesoría' (with checkboxes for 'Asesoría en línea' and 'Asesoría presencial').

Pag-2

ASESORÍA GRUPAL

-Entrega y explicación de los contenidos del material pedagógico.

-Análisis conjunto de los elementos característicos de los productos elaborados por los beneficiarios y su relación con la imagen gráfica. (formas, colores, referencias culturales, etc.)

-Evaluación participativa de productos con componente gráfico y su respectiva coherencia.

-Análisis de los determinantes del mensaje visual: ¿Por qué?(Necesidad de reconocimiento) , ¿Para quien? ,(grupo objetivo)., ¿Cómo? (metodologías de diseño) ¿Cuándo? (tiempo destinado) Y ¿Dónde? (lugar de trabajo)

5.2.2 Fase Analítica

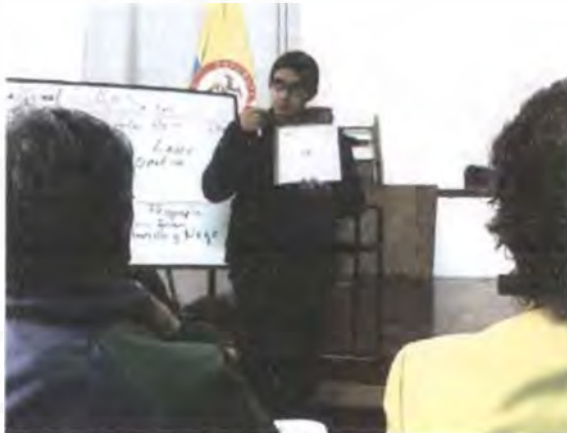
ASESORÍA GRUPAL

-Charla introductoria sobre identidad gráfica: Funciones, beneficios, comunicación visual, mercadeo , aplicaciones.

-Muestra de manuales de identidad corporativa .

-Charla sobre diferencias entre: Icono, signo, símbolo, logo, logotipo, imagotipo y logotipo.

-Seminario sobre los requisitos funcionales de la marca y comunicación corporativa : Que expresa, a quién va dirigido (Pronunciable, Memorizable, Sintético, Concreto y Original).



Fuente: Alexander Huertas Bustamante

ASESORÍA GRUPAL

-Seminario sobre los tipos de variables y la clasificación de nombres de marca según su identificación institucional: (Descriptivos – Semánticos, Patronímicos, Simbólicos – Expresivos, Toponímicos)

-Determinación de los referentes de inspiración.

-Charla sobre comunicación de marketing y psicología del consumidor. (la sinestesia)

TALLER DE CREATIVIDAD

-Ejercicio de asociación de ideas para encontrar el nombre de la marca

-Análisis grupal de los referentes de inspiración presentes en las propuestas desarrolladas de creación de nombres partiendo de la complejidad hasta la síntesis.

ASESORÍA PUNTUAL.

-Guiar al artesano en su búsqueda del nombre de la marca , estudiando los resultados de las tareas asignadas y selección de los referentes de inspiración mas originales y acordes al producto.

5.2.3 Fase Normativa

ASESORÍA GRUPAL

- Taller de apreciación y memoria visual. Retención de símbolos y percepción visual: diseño ofensivo y defensivo.
- Inducción sobre elementos en la construcción de marcas :(línea, punto, plano, contorno, triángulo, cuadrado, círculo, etc.)



Fuente: Alexander Huertas Bustamante

TALLER DE CREATIVIDAD.

- Ejercicios de expresión basados en los referentes de inspiración para crear los primeros bocetos del logotipo, utilizando elementos gráficos básicos.
- Aplicación de fuentes , familias tipográficas: (Romanas, Góticas, Egipcias, Grotescas o de palo seco, Inglesas o Manuscritas , Ornamentales)
- Observación de los resultados , apreciaciones grupales destacando los aciertos y desaciertos en el proceso de bocetación.

ASESORIA PUNTUAL

- Se intercambiaron ideas y se hicieron aportes para enriquecer la propuesta y definir el logotipo, depurándolo e identificando los elementos gráficos mas representativos.
- Recepción de bocetos e información para iniciar la construcción digital del logotipo y demás aplicaciones del componente gráfico.



Fuente: Alexander Huertas Bustamante

- Asesoría orientada al uso de la marca en las diferentes aplicaciones ,coherencia y unión gráfica, aplicando elementos ya definidos como color y tipografía.
- Seleccionar la información legal y datos personales incluidos en las aplicaciones. (otros idiomas)
- Se Identificaron los productos cuyas características requieran de etiquetas informativas que expliquen usos, cuidados, y recomendaciones para el comprador definiendo los datos importantes en los soportes gráficos:
 - Nombre del artesano.
 - Oficio.
 - E-mail o dirección electrónica.
 - Teléfono – Fax.
 - Dirección.
 - Ciudad, Departamento, País.
 - Manejo de la información en otro idioma (ingles).
- Observaciones sobre la información de uso y manejo del producto en etiquetas.

ASESORÍA GRUPAL.

-Charla grupal sobre el manejo gráfico en diversas aplicaciones:(tarjetas de presentación, papelería membreteada etiquetas, avisos, empaques, medios de transporte etc.) Las líneas de productos y submarcas.





Fuente: Alexander Huertas Bustamante

-Seminario sobre algunos procesos de impresión para aplicarlos a sus productos: (Screen , of set, grabado linóleo, linotipo- litografía, sello seco y húmedo, flexo grafía, impresión láser y burbuja o ink jet, plotter de corte, marca sobre vidrio. Se realizó el control de tareas asignadas y análisis de nuevas propuestas.



Fuente: Alexander Huertas Bustamante

ASESORÍA PUNTUAL

-Se revisó por parte del beneficiario una prueba impresa del logotipo, y en pantalla el diseño de la tarjeta personal, haciendo las correcciones de información necesarias y los ajustes antes de la entrega final de todo el componente gráfico y el manual de diseño en CD.

ASESORÍA GRUPAL

-Seminario sobre acabados en los impresos: plastificado, troquelado, filtro UV, tipos de papeles, su utilización de acuerdo a la clase de aplicación, propiedades físicas (gramaje, absorción, nitidez, resistencia, color etc.) observando resultados impresos y la influencia que estos tienen en el valor agregado del producto.



Fuente: Alexander Huertas Bustamante



-Entrega del componente grafico, impreso y en CD , con las recomendaciones de uso y explicación del contenido de las fichas de diseño , lectura de la carta enviada por la Coordinadora del Centro de Diseño haciendo el cierre oficial de la asesoría en diseño gráfico e imagen corporativa.

6. EJECUCION

6.1 Asesor, Localidad, Beneficiarios

- Asesor: Alexander Huertas Bustamante, Diseñador Gráfico.
- Localidad: Engativá
- Beneficiarios : 52 artesanos y productores de Arte Manual, 49 Mujeres, 3 Hombres.

6.2 Forma de Trabajo

El grupo de 52 beneficiarios fue dividido en 3 subgrupos de 14 personas , Grupo A, B, C y un subgrupo D de 10 personas . Cada subgrupo asistía una vez ala semana para los talleres de creatividad, en diferentes horarios establecidos de la siguiente manera: grupo A : lunes de 8 AM a 10 AM , grupo B: Lunes de 10 AM a 12 AM – grupo C: miércoles de 8 AM a 10am y grupo D: miércoles de 10 AM a 12 AM.

Los horarios para las asesorías puntuales se llevaron a cavo los días: lunes de 1 PM a 5 PM , martes, de 8 AM a 5 PM ,miércoles de 1 PM a 5 PM y viernes de 8 AM a 5 PM.

Las asesorías grupales y seminarios se realizaban los días jueves de 8 AM a 12 AM.

6.3 Desarrollo

El grupo recibió al inicio del proceso una serie de charlas inductivas referidas a la necesidad y los beneficios de tener una adecuada imagen corporativa, con esto se quiso concientizar a los beneficiarios comunicándoles elementos de análisis referentes a la identidad gráfica e implicaciones

a nivel comercial. Y comprendieran que los resultados obtenidos dependen del compromiso frente a las tareas y ejercicios planteados en la capacitación, generando una actitud positiva y de superación, transmitiendo la idea de que el proyecto es un paso para mejorar su trabajo, alcanzando alta calidad y que en el futuro sus productos se posicionen en el mercado.

Posteriormente a la presentación de contenidos y metodología de trabajo se entregó un cuestionario de diagnóstico para ser diligenciado por cada persona, que guió la estrategia y dinámicas de trabajo con los artesanos ya que esta información permitió hacer una evaluación de la situación actual y como base para la planeación y el énfasis en los Talleres de Creatividad y las características de los nuevos diseños.

Una vez desarrollada la etapa de inducción y diagnóstico se llegó a la conclusión de profundizar en el tema de creación de marca, ya que la mayoría de beneficiarios no tenían un nombre definido para sus productos o taller artesanal. Este aspecto generó una serie de charlas y ejercicios de estrategias de búsqueda y clasificación de nombres, para agilizar el proceso, y hallar una solución coherente con los conceptos que se quisieran proyectar.

En los Talleres de Creatividad enfocados a la búsqueda del nombre se hicieron ejercicios de asociación de ideas con listas de nombres y referentes de inspiración hasta tener tres posibles alternativas, que fueron decantadas y socializadas con la ayuda del grupo, haciendo críticas constructivas hasta encontrar el adecuado y que a su vez sirvieron para reafirmar los conocimientos adquiridos.

En una etapa posterior, con el nombre definido y la razón social, se realizaron charlas relacionadas con la creación formal del logotipo, esto encerraba temas como: Elementos básicos del dibujo, composición, manejo de mallas y retículas, teoría del color y tipografía.

Con el material visual que los Beneficiarios investigaron sobre los referentes de inspiración y los conocimientos adquiridos en las asesorías grupales anteriores, se encausaron talleres de creatividad a la creación de bocetos con las primeras abstracciones y síntesis gráficas, siendo este el primer paso en la definición del logotipo. Este proceso sirvió como sensibilizador y permitió estructurar ideas innovadoras y proponer nuevos métodos de inspiración.

Concluyó el proceso de bocetación y talleres de creatividad con la recolección de dibujos y síntesis gráfica concebida por cada Beneficiario, donde mostraba la idea principal de su logotipo. Una vez acopiado este material se dispuso a la construcción digital de cada propuesta en el programa Corel Draw. Este proceso abarcó la mayor parte del tiempo de la asesoría en Diseño Gráfico.

Para la revisión y aprobación de la propuesta digital en blanco y negro, fue necesario realizar una asesoría puntual, de esta forma se ajustaban y corregían detalles en el diseño. Con las apreciaciones hechas por el artesano y las sugerencias del diseñador se daba paso a la finalización del componente gráfico. Este comprendía: Tarjeta personal, etiqueta o adhesivo según el caso y hoja membreteada. Alternadamente se ejecutaron asesorías grupales proporcionando información adicional sobre los procesos de impresión, tipos de papel y costos.

Antes de entregar a los beneficiarios el paquete de imagen corporativa impreso y el manual en CD se hizo una última asesoría puntual mostrando en pantalla todo el componente gráfico, esto permitió ajustar el color y verificar la información presente en las aplicaciones. Asimismo se mostró un catálogo de papeles que sirviera de guía, sugiriendo un tipo opcional de papel para la impresión.

La culminación de la asesoría en Diseño Gráfico e Imagen Corporativa consistió en una reunión grupal para entregar a cada beneficiario por parte del diseñador Alexander Huertas Bustamante un paquete con el manual de imagen gráfica impreso y en CD. Este último encuentro sirvió para dar recomendaciones puntuales y despejar dudas sobre el uso de los archivos digitales, sugerencias en acabados de impresión, así como la recepción de inquietudes y apreciaciones sobre los resultados y el desarrollo general del proceso, para analizarlas y transmitir las a los coordinadores en mira de fortalecer futuros proyectos.

Al finalizar el proyecto la Alcaldía local de Engativá en convenio con Artesanía de Colombia, realizó una feria en el Centro comercial Unicentro de Occidente, obteniendo favorables resultados para los beneficiarios y la utilización del componente gráfico por primera vez.

7 LOGROS E IMPACTO

- Los beneficiarios ven en este tipo de proyectos un medio para actualizar sus conocimientos y conocer las nuevas tendencias en diseño.
- Comprenden la importancia de mejorar la presentación de sus productos, ya que esto les da un valor agregado y les abre nuevas posibilidades de mercados.
- La importancia de crear un concepto antecediendo la imagen, como resultado de un proceso lógico no solo aplicable al diseño gráfico sino para el desarrollo de sus productos.
- Los beneficiarios son conscientes que sobresalir y diferenciarse de la competencia requiere de innovación e impacto en la imagen que se proyecta.
- Se obtuvieron resultados tangibles y satisfactorios, que tienen incidencia directa con el incremento en las ventas y una aplicación real en la difusión de sus productos.
- Para el grupo, los conocimientos aprendidos les abren nuevas perspectivas de creación y les despierta el interés por continuar capacitándose en su oficio, poniendo en práctica las metodologías de diseño como herramienta de competitividad.
- Los beneficiarios logran un sentido crítico estético frente a sus productos y al de los demás.
- Los beneficiarios son conscientes que la experiencia recibida es un primer paso en la evolución de su trabajo, sin embargo los sitúa en una posición avanzada frente al mercado, orientando los conocimientos recibidos a la calidad y al cuidado de los detalles en la creación de sus productos.

8 OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES

Se recomienda hacer una inducción sobre nombres y marcas antes de iniciar la asesoría en imagen corporativa, debido a que la búsqueda de nombres puede restarle tiempo al desarrollo propio de diseño y terminar siendo un ejercicio apresurado y como consecuencia la insatisfacción del beneficiario.

Se debe prestar especial atención a la selección de los beneficiarios convocados, ya que pueden quedar excluidas del proceso personas que realmente necesiten de la capacitación y sus ingresos dependan del oficio artesanal y no sea una actividad aleatoria como en algunos casos.

Debido a la intensidad de las asesorías es preciso planear con los coordinadores y todos los asesores del proyecto un itinerario conveniente para los beneficiarios, evitando así los cruces de horarios.

9 LIMITACIONES Y DIFICULTADES

Trabajar paralelamente con otra localidad puede dificultar el desarrollo del programa y acortar los tiempos de asesoría, debido a la gran cantidad de personas. De igual manera la calidad en los resultados de los componentes gráficos se afecta por el masivo volumen de beneficiarios y puede extender la entrega de los mismos.

El desarrollo del programa fue limitado por la escasez de espacios para la capacitación.

10 CONCLUSIONES

Se puede concluir que las personas asesoradas fueron activas durante todo el proceso, mostrando una actitud positiva y siendo receptivos con los parámetros de la capacitación brindada.

Una vez terminado el proyecto los beneficiarios coinciden en que fueron superadas las expectativas, quedando satisfechos con los resultados obtenidos, y con la firme intención de continuar superándose, esperando que exista por parte de Artesanías de Colombia la posibilidad de una nueva convocatoria.

Una de las inquietudes constantes durante y después del proyecto por parte de los beneficiarios sigue siendo el apoyo en la comercialización y difusión de sus productos, para mejorar sus ingresos y por consiguiente su calidad de vida.