

Programa Nacional de Conformacion de Cadenas Productivas para el Sector Artesanal

Cadena Productiva de la Guadua en el Eje Cafetero

Asesoría en identidad gráfica





CECILIA DUQUE DUQUE
Gerente General
Artesanías de Colombia S.A.

MANUEL F. JIMENEZ MORIONES
Director Auditoría Fomipyme
Universidad Nacional de Colombia

ERNESTO ORLANDO BENAVIDES
Subgerente Administrativo y Financiero
Director Nacional Proyecto Fomipyme

LUZ ANGELA MEDINA LLANO
Auditora Fomipyme
Universidad Nacional

CARMEN INES CRUZ
Subgerente de Desarrollo

MARTHA ISABEL JIMENEZ
MILLAN
Auditora Fomipyme
Universidad Nacional

SANDRA STROUSS
Subgerente Comercial

LYDA DEL CARMEN DIAZ LOPEZ
Coordinadora Centro de Diseño para la
Artesanía y las PYMES - Bogotá



Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
artesanías de Colombia S.A

INFORME FINAL



Introducción

El material que se presenta a continuación es la recopilación del proceso que se cumplió para lograr el objetivo de la asesoría en identidad corporativa: diseñar /rediseñar la imagen de los talleres artesanales, apoyar a los artesanos a nivel de exhibición de producto en el punto de venta y por último crear más conciencia en el cuidado de la imagen global de su taller con el propósito de mejorar la capacidad de gestión empresarial y comercial. En el marco del programa Para la Conformación de Cadenas Productivas en el Sector Artesanal, en el marco del Convenio FIDUIFI-Artesanías de Colombia S.A.- FOMIPYME para la Cadena de la Guadua, realizada durante el mes de Mayo de 2005 en los departamentos de Caldas, Risaralda y Quindío.

Para la realización de esta actividad fue necesario hacer un breve recuento de la situación actual de cada grupo para revisar el material del cuál disponían (Diseños anteriores, bocetos y material impreso: catálogos, papelería, tarjetas, empaques entre otros) y así poder determinar el nivel en que se encontraban y definir un punto de partida.

Por medio de una asesoría puntual que comprende una etapa teórica y una práctica donde se realiza un trabajo personal con cada uno de los artesanos. En primer lugar se realiza la conferencia inicial donde se introducen conceptos referentes al tema de imagen corporativa, comunicación y diseño, elementos básicos de composición y por último, aplicaciones básicas y normas de rotulación, con el fin de proporcionarle herramientas para proceder a la ejecución de la segunda fase de la asesoría: realizar el diseño / rediseño puntual de la imagen de cada taller. Para este fin se trabajará con cada uno de los artesanos guiando el proceso de diseño / rediseño de su imagen gráfica. De esta manera podrán generar propuestas que cumplan con sus necesidades y objetivos, reforzando conceptos de apropiación y pertenencia (oficio y entorno) teniendo en cuenta el origen, la identidad y apropiación al oficio que desempeñan.

Antecedentes

Se atendieron un total de 15 talleres divididos en 4 Asociaciones / Corporaciones y 11 artesanos independientes, ubicados en las ciudades de Armenia, Manizales y Pereira y en algunos municipios, Dosquebradas y Calarcá en los departamentos de Quindío, Risaralda y Caldas.

En la ciudad de Armenia, departamento de Quindío, se atendieron 6 grupos de artesanos conformados por: Taller Guaybambú (John Jairo Tibaduisa), Taller Guaicamarintia (Alba Teresa Gonzalez), Taller Tajjará (filial de Asomuc), Maderos y Maderos (Wilson Agudelo), Corporación Guadua Noble y Corpoguadua.

En la ciudad de Pereira, municipio de Dosquebradas, departamento de Risaralda, se atendieron 7 grupos de artesanos conformados por; Corpomadeguadua, Colombianísimo (Lina María Zapata), Entrenudos (antes Bambú y Detalles, Luis Fernando Arango), Guadualca Cooperativa Multiactiva. Los cuales solicitaron rediseño de su imagen corporativa. Los 3 restantes solicitaron asesoría en el punto de venta y exposición: Nuestra Tierra (Jose Horacio López), Acero Vegetal (Gisela Castaño) e Induguaduas (Juan Felipe Sepúlveda).

En la ciudad de Manizales, departamento de Caldas, se atendieron 5 grupos de artesanos conformados por: Taller Guarús (Luisa María Duarte), Taller Semilla de Palo (Marganita María Patiño), Caña Verde (Juan Andrés Correa), Cadena Productiva de la Guadua, Caldas y Taller Orgánica (Jaime Cedeño).



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

INFORME FINAL



Contexto



Los integrantes de la Cadena Productiva de la Guadua, son artesanos que en su mayoría, consideran el aspecto de diseño como algo esencial en su producto, un valor agregado y un elemento diferenciador (en cuanto a la competencia), cuidan cada detalle del proceso de elaboración de sus piezas comenzando por la buena selección de la materia prima (guadua de excelente calidad que haya cumplido con todos los requerimientos y estándares de calidad desde el momento de su recolección, maduración, tratamiento y manipulación.

En su mayoría, este grupo y cada artesano en particular, tiene un nivel medio de conciencia referente a la importancia de manejar una imagen corporativa que refleje el oficio y trabajo al cual se dedican junto con la



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

INFORME FINAL



excelencia y calidad de sus productos. Tienen claro que para poder acceder al mercado y a una mejor comercialización de sus productos es importante contar con un excelente sistema de identidad grafica, que incluye, desde el diseño de logotipo y aplicaciones básicas, hasta un muy buen manejo de exhibición y cuidado en el tema de entornos laborales (talleres) y comerciales (tiendas, almacenes y ferias).

Varios de estos artesanos ya cuentan con un primer diseño de su imagen corporativa (nombre y logotipo del taller), otros de ellos tiene claro cuales son los elementos de identidad con los que se quieren ver representados. Por lo anterior, la asesoria que se realizó en esta Cadena, se hizo de manera puntual con cada uno de ellos, trabajando directamente sobre los artes finales de los diseños.



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

INFORME FINAL



Objetivo General

Diseñar / rediseñar la imagen corporativa de cada taller artesanal inscrito a la asesoría.

Sensibilizar a los artesanos acerca de la importancia de la comunicación visual, específicamente en el campo de la identidad gráfica: Desarrollo de concepto, función, aplicación, usos y ventajas (entre otros).

Proporcionar herramientas básicas para comprender el lenguaje de la comunicación visual, guiar el proceso de diseño / rediseño de la imagen gráfica de cada grupo para generar propuestas que cumplan con sus necesidades y objetivos, reforzando conceptos de apropiación y pertenencia (oficio y entorno) teniendo en cuenta el origen, la identidad y apropiación al oficio que desempeñan.



Objetivos Específicos

1. Realizar una asesoría que consta de dos etapas: La primera, fase uno o etapa teórica, donde se introduce al artesano en el tema de la identidad visual, por medio de una conferencia introductoria, teniendo en cuenta sus funciones, beneficios aplicaciones, creación de concepto y elementos de diseño básico (entre otras), para que pueda realizar la segunda fase, el taller práctico,
2. Por medio de una asesoría puntual en la que se determinan todas las características e información necesarias para determinar un concepto básico que luego se transformara en el logotipo representativo de cada asociación. Este trabajo se realizará por grupos o personalmente en el caso que sea artesano y taller independiente; y se realizará con el fin de recopilar toda la información necesaria para generar los contenidos y los conceptos claves para el desarrollo de la imagen.

Metodología

La metodología que se utilizó para la mayoría de los grupos fue similar, pudo haber variado dependiendo del número de personas que asistieron al taller. La duración de la actividad fue de un día por localidad (de 6 a 7 horas aprox.), con la excepción de la ciudad de Armenia donde en teoría había una mayor concentración de artesanos.

Este estuvo dividido en dos fases: La primera, apoyada por una conferencia introductoria de 70 diapositivas, donde se expusieron los contenidos sobre los cuales se iban a trabajar, esto con el fin de proporcionarles algunas bases y herramientas para la realización de la fase 2. El tiempo aproximado de duración fue alrededor de 1 hora y 45 minutos aprox. En esta etapa estuvieron todos los grupos reunidos.

La segunda fase, asesoría puntual, se realizó con cada grupo en particular, en esta fase se trabajó con base a la información que cada grupo recopiló por medio del cuestionario que se entregó al inicio y del material del cual ellos ya disponían (en el caso de que tuvieran algún diseño premeditado).



Conferencia introductoria Dosquebradas, Risaralda



Asesoría puntual, Armenia, Quindío



Ejecución

“Una buena imagen puede vender un mal producto... una mala imagen puede perjudicar un buen producto”.

Los contenidos tratados en la primera fase fueron los siguientes: Funciones, beneficios, comunicación y diseño, sistema de comunicación, identificadores institucionales, elementos gráficos, aplicaciones básicas y conclusiones. En la introducción se planteó la importancia de la identidad visual, junto con un buen sistema de identidad gráfica, haciendo énfasis en el conjunto de recursos por el cuál esta conformado (productos y servicios, información, comportamiento, entornos; laboral y comercial) junto con sus funciones (para que me va a servir) y beneficios (en que me voy a mejorar). Esta fase fue apoyada por el material impreso con diferentes logotipos, que fueran familiares y pudieran reconocerse fácilmente. De este modo se facilitó la comprensión de los conceptos básicos planteados al comienzo.

En seguida se continuó con el tema de “Comunicación y Diseño”, haciendo énfasis en el mensaje (que puede ser visual y/o escrito): qué se va a transmitir y a que debe responder: “qué, cómo, cuándo y dónde”, de esta manera, es más sencillo que el artesano pueda llegar a un concepto base, teniendo en cuenta toda la información que tiene a su alrededor, la investigación, el análisis y la implementación para luego poder darle forma y color a ese contenido en concreto. En seguida se habló de los identificadores institucionales; de donde surgen los nombres que identifican a cada entidad, como se componen y con base a que recursos se pueden generar. El tercer tema que se trató, fue el de los elementos básicos de diseño: Punto, línea, contorno, color, textura y tipografía. En esta fase se explicó a fondo cada uno de los elementos y también se enseñaron algunas imágenes (postales, afiches y algunos logotipos también) que ilustraban ejemplos de dichos elementos gráficos con aplicaciones y mensajes muy puntuales. Se hizo énfasis en el lenguaje e intención de cada uno de los recursos gráficos, en como cada uno tiene unas características propias con las que comunica un mensaje en un tono y momento determinado.



Para cerrar esta primera fase, se habló de los lineamientos de rotulación para los productos textiles, cuales eran los requerimientos y las normas NTC. Para concluir, se realizó una mesa redonda en la que los artesanos iban exponiendo sus dudas y comentarios con respecto a la presentación, también hubo espacio para sugerencias y preguntas puntuales de cada uno de ellos.

En la segunda fase de la actividad se realizó la asesoría puntual con cada una de las asociaciones y/o artesanos independientes inscritos. En primer lugar se pidió a los artesanos llevar el material del cual disponían (bocetos, impresos, papelería, catálogos, tarjetas de presentación, empaques etc.), de tal manera que este sirviera como punto de partida e inicio de la asesoría, pues la mayoría de ellos contaba al menos con su tarjeta de presentación y logotipo del taller artesanía.

Luego de esta revisión, se completó un formulario de encuesta (ver material anexo) en el cual se identificaba la información relacionada al taller: Antecedentes, número de integrantes, datos de contacto, nombre o denominación, si este contaba con algún registro (personería jurídica, Cámara de Comercio, entre otras), si era o no filial de otra entidad, datos relacionados con la actividad del taller: cuales eran sus principales productos, trayectoria del taller, preferencia en cuanto a elementos de identidad, grupo específico de compradores e información relacionada con la competencia. Todo esto con el fin de que fuera más sencillo recopilar toda la información necesaria para el proceso de diseño ((o rediseño) de la imagen y determinar los contenidos necesarios definir como querían verse representados y ser percibidos por sus clientes y compradores.

Una vez se seleccionados los elementos de identidad también se había definido verbalmente como iba a ser esa imagen ; cada uno de los integrantes del grupo tenía la posibilidad de bocetar su propia propuesta de logotipo, para luego finalizarla en el computador y ver una imagen casi final del diseño. (Duración aprox. 45 – 60 min. por cada uno de los asistentes).



Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
Artesanías de Colombia S.A.

INFORME FINAL



Logros e Impacto

Asistieron 15 talleres y un total de 82 artesanos, de los cuales 37, (16 mujeres, 21 hombres) recibieron asesoría puntual. Para las asociaciones y artesanos inscritos a la actividad, carentes de identidad corporativa, la asesoría fue muy productiva, ahora cada una cuenta con una imagen propia que le permite diferenciarse de los otros grupos (la competencia), y ser percibidos como una pequeña empresa y no simplemente como artesanos particulares sin ningún tipo de identidad y respaldo. Por otro lado, ahora son mucho más conscientes y saben la importancia y los beneficios que trae el precedente de contar con una identidad propia, una "marca" que les da mucho más garantía y reconocimiento a nivel social y comercial.

Talleres que diseñaron su imagen:

Guaybambú

Taijará

Guadua Noble

Corpomadeguadua

Colombianizzimo

Entrenudos

Guarús

CPG (Cadena Productiva de la Guadua)

Orgánica

Talleres que rediseñaron su antigua imagen

Guacamarintia

Corpoguadua

Guadualca

Semilla de Palo

Maderos y Maderos

Caña verde

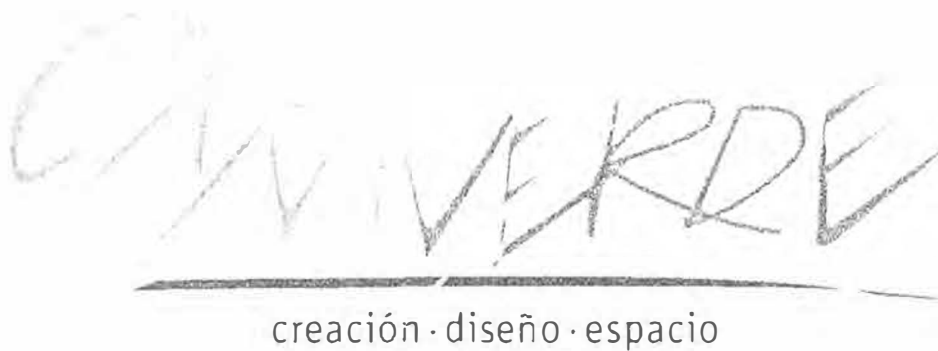


Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
artesanías de Colombia s.a

INFORME FINAL



Logros e Impacto



El rediseño del taller Caña Verde se realizó con base al diseño inicial, manteniendo la forma de la caña atravesada. Para darle más carácter al nombre del taller se hizo énfasis en la tipografía, a través de trazos sueltos y delicados dan la sensación como si estos fueran pequeños tallos que hacen juego con la rama que atraviesa la composición y se utiliza como marca de agua en algunas piezas.

En cuanto a las etiquetas, el dueño del taller, Juan Manuel Correa, propone que esta pieza, además de servir como elemento de comunicación e identificación de sus productos, se utilice como marca libros. De esta manera lograr una mayor recordación de su marca, permitiéndole al cliente guardar esa etiqueta dándole un segundo uso.



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

INFORME FINAL



COLOMBIANIZZIMO

Bisutería y joyería en guadua

Según Lina Maria Zapata, representante de la marca Colombianizzimo, la imagen de su producto, accesorios y joyería, debe ser fresca y moderna. La intención es resaltar el juego de las dos "z", que a su vez forman un grafismo de uno de los accesorios que realiza en su taller. En principio la tipografía ya se había escogido y ella la quiso mantener. Durante la asesoría se diseñó el elemento complementario (grafismo) que relacionara más el producto a la marca, y se complementó con la línea de texto base "bisutería y joyería en guadua" contextualizando más al producto.

CORPO GUADUA

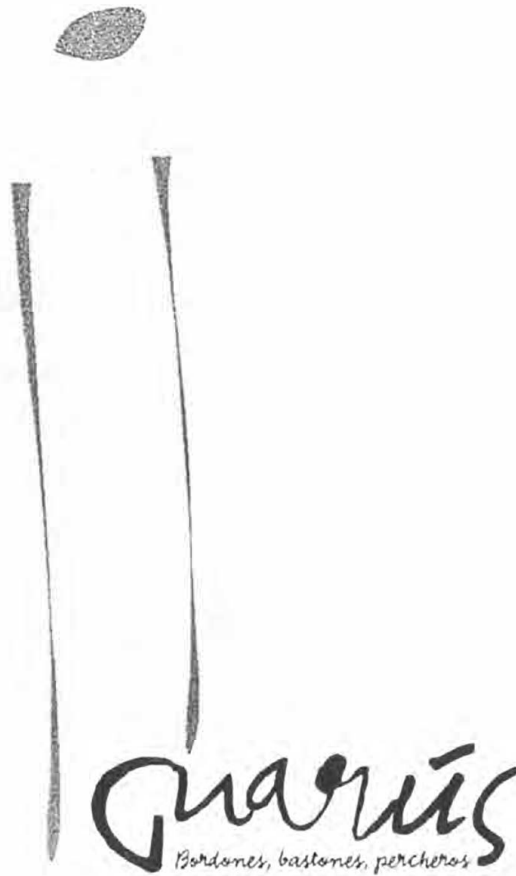
El rediseño realizado por la Corporación Andina para el Fomento y Desarrollo de la Guadua y otros Bambúes. Se realizó con base al diseño inicial (ver material anexo), del cual se mantuvo el grafismo de las hojas y el círculo.

Una de las dificultades de la marca, era su nombre, pues es demasiado extenso y por lo tanto es más difícil poderlo recordar, por otro lado, para manejarlo como marca es demasiado extenso. El primer paso fue encontrar un nombre que se ajustara a sus necesidades y con el cual también se pudieran identificar. Se definió "Corpoguadua", el cual surge de la simplificación del nombre inicial y también es más fácil recordar y / o memorizar. La imagen reemplaza a una de las "o", aprovechando la coincidencia de la forma y el punto de atención sobre la composición.



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

INFORME FINAL



El rediseño realizado por Luisa María Duarte, del taller Guarús tuvo como punto de partida la imagen diseñada por su esposo, en cual aparecen 4 líneas sobre una base junto con un rectángulo, representando un grupo de bordones y bastones (ver material anexo). Esta idea se mantuvo haciendo énfasis en esas líneas que se habían planteado en un comienzo, pero esta vez se les dio un mayor protagonismo, y se complementaron con diferentes tonalidades de tonos cafés / mostaza, apoyadas por una línea de texto en la que se cuenta cuales son los productos que realiza el taller.



Para los integrantes del Taller Corporación Madeguadua, el diseño de la identidad de su imagen, debe estar definido por las iniciales del nombre o razón social de su taller: CMG, "Corpo Madeguadua", de esta manera poderlo utilizar como una sigla, con el propósito de no tener inconveniente con la marca al momento de llegar a exportar. Evitando complicaciones con otros idiomas donde puedan llegar sus productos.

Para complementar el diseño se eligió un recuadro que resaltara la letra "g", dándole mas protagonismo y de alguna manera relacionarla con la materia prima con la que ellos trabajan, la guadua, por esta razón se eligió el color verde como relleno



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



La imagen del taller “Entre Nudos” tiene como objetivo principal, mostrarse como una imagen suelta, fresca y moderna, donde se puedan percibir trazos sueltos a mano alzada, dando la sensación de un boceto, llenándola de sensibilidad. Esta imagen representa el detalle de los nudos de una guadua, la materia prima que más utiliza en el diseño de sus productos, en los que se puede observar una gran calidad y delicadeza en sus acabados.



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

Informe Final



guadualca

Cooperativa multiactiva



El rediseño de la Cooperativa Multiactiva “Guadualca” se realizó con la intención de modernizar la imagen ya existente, la raíz de la guadua. Se le dió un carácter mas moderno, haciendo énfasis en la forma, dejando de lado el carácter ilustrativo que tenia en un comienzo (ver material anexo). En esta propuesta el elemento de identidad escogido por el grupo se mantuvo, pero a diferencia del anterior el nuevo diseño se presenta como un logotipo más compacto y logra un impacto visual mucho mayor. Se escogió el color verde claro como color de identidad para reforzar la relación de la imagen al elemento de identidad. Por otro lado, también e incluyó el texto “Cooperativa Multiactiva”, el cuál se había omitido en el diseño anterior

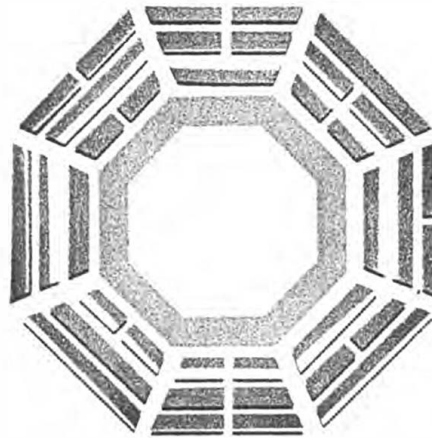


Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
artesanias de colombia.s.a

Informe Final



Corporación Guadua Noble



El diseño de la Imagen de la Corporación Guadua Noble, esta definido por el elemento de la “bagua” utilizado en el “Feng Shui” para definir las energías en los espacios... Cada trigrama tiene un significado particular (por ejemplo, conocimiento, profesión, familia, fama, profesión, entre otros). Y por la definición de la forma de las barras estas se pueden asociar a la idea la guadua, más aún cuando el relleno de esta forma es la textura de la guadua bicolor, vetas verdes y amarillas.



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

Informe Final



ORGANICO

guadua al natural

Para Jaime Cedeño, artesano independiente y dueño del taller "Orgánico" lo más importante de su imagen era representar las formas naturales y curvas del diseño de los objetos que más realiza, (en su mayoría bases para floreros, solitarios y esculturas, ver material anexo). Por esta razón, denominó a su taller "orgánico", de acuerdo a la armonía y consonancia de sus formas. El elemento gráfico complementario está definido por una línea cerrada y hace alusión a la forma de una figura curva inscrita dentro de la letra "O".



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

Informe Final



GUAYBAMBÚ

un material infinitas formas

Este diseño realizado por Juan Jairo Tibaduiza, surge de la necesidad de resaltar el nombre del taller "Guaybambú" para el cual escogió una tipografía con sufriente carácter, que hablara por si sola y le diera solidez e imponencia al nombre, el cual se complementa con la representación de la letra

"g" de forma abstracta, haciendo referencia a la hoja de la guadua o el bambú. También fue necesario reforzar la marca con la línea base de texto "un material infinitas formas", en la que se

hace mas explicito el oficio y labor a la cual se dedica.



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

Informe Final



El rediseño del taller "Semilla de Palo" a cargo de Margarita M. Patiño, surge de la necesidad de aprovechar mejor el espacio dentro de la composición (ver material anexo), pues en principio, el peso de los elementos gráficos utilizado no estaba bien equilibrado y por esta razón se veía desproporcionado en las aplicaciones básicas de papelería.



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

Informe Final



El taller Tajjará, de mano del taller Guaicamarintia y filial de Asomuc, escogió este nombre por tener una carga histórica importante dentro de la cultura Quimbaya, pues este era el nombre de una de las hijas del cacique. La forma de su logotipo está definida por una figura geométrica que hace alusión a los diseños precolombinos de la época y que en la actualidad incluyen también a sus propios diseños.

GUADUA ARTE Y DISEÑO

El objetivo principal de la imagen del taller "Guadua Arte y diseño" es verse representados por una imagen moderna, que a través de una forma abstracta, de la sensación y evoque el significado de su denominación: Arte y Diseño. La forma está inspirada en la hoja de la guadua representada de una manera estilizada, definida por planos triangulares y diferentes tonalidades de verde. Esta imagen se complementa con el nombre del taller "Guadua arte y diseño".



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



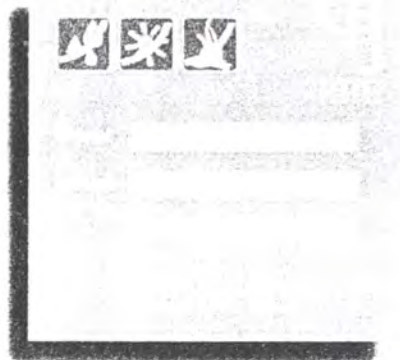
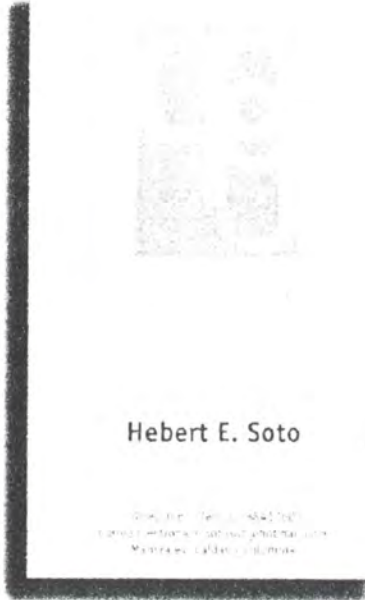
Cadena Productiva de la Guadua, Caldas

La necesidad principal de esta organización era diferenciarse de las otras 3 Cadenas Productivas que hay para la Guadua, por tal motivo se decidió manejar el nombre a nivel de ciclas "CPG Caldas", de esta manera se facilitará la recordación y el reconocimiento con respecto a las otras dos, dándole un carácter propio y autónomo



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

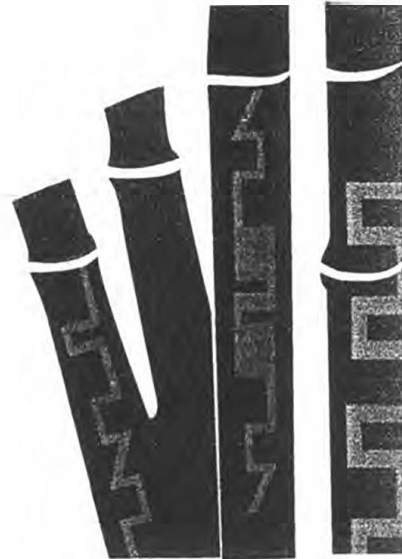
Informe Final





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

Informe Final



GUAICAMARINTIA

Diseños en guadua

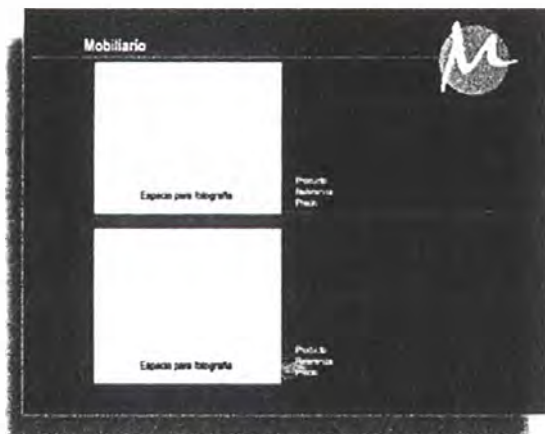
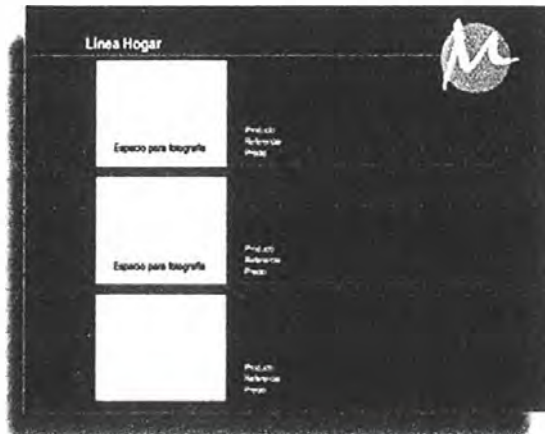
El rediseño de la imagen del taller Guaicamarintia consta de la implementación de algunas figuras geométricas precolombinas en la superficie de los trozos de guadua representados en la imagen.

Con el este nuevo diseño se propusieron piezas nuevas como el adhesivo y la etiqueta (ver página siguiente)



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

Informe Final



El Taller Maderos y Maderos solicitó una asesoría en diseño de catálogo y presentación de producto. Por tal motivo el diseño que aquí se presenta hace parte de una plantilla en la cual se especifica el posicionamiento de las fotografías (productos) junto con el manejo de títulos y textos complementarios que podrá implementar tanto para medios impresos como para presentación en pantalla (web / Internet).