

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
ESCUELA DE ARTES**



**APLICACIÓN DE IDENTIDAD GRÁFICA COMO HERRAMIENTA
DE POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO ARTESANAL
PARA LA ASOCIACIÓN COOPERATIVA DE PRODUCTORES
AGROPECUARIOS Y ARTESANALES PATASHCA (ACOPAAP DE
R.L.) DEL MUNICIPIO DE NAHUIZALCO, DEPARTAMENTO DE
SONSONATE. 2016**

PRESENTADO POR

BR. LEMUS HINTZ, GUILLERMO ALEXANDER. LL11005
BR. LORENZANA BAUTISTA, VÍCTOR FRANCISCO. LB10001
BR. MEZA LÓPEZ, DARLYN ROCÍO. ML11046

**INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN
PARA OPTAR AL TÍTULO DE LICENCIADO EN ARTES PLÁSTICAS
OPCIÓN DISEÑO GRÁFICO**

Msi. JOSÉ ORLANDO ÁNGEL ESTRADA
DOCENTE ASESOR

LICENCIADA LIGIA DEL ROSARIO MANZANO MARTÍNEZ
COORDINADORA GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN

CIUDAD UNIVERSITARIA

NOVIEMBRE 2016
SAN SALVADOR,

EL SALVADOR

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

RECTOR INTERINO

Licenciado Luis Argueta Antillón

VICE-RECTOR ACADÉMICO INTERINO

Maestro Roger Armando Arias

VICE-RECTOR ADMINISTRATIVO INTERINO

Ingeniero Carlos Villalta

SECRETARIA GENERAL

Dra. Leticia Zavaleta de Amaya

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

DECANO

Licenciado José Vicente Cuchillas

VICE-DECANO

Licenciado Edgar Nicolás Ayala

SECRETARIO

Maestro Hector Daniel Carballo

AUTORIDADES DE LA ESCUELA DE ARTES

JEFE ESCUELA DE ARTES

Licenciada Xenia María Pérez Oliva

COORDINADORA DE PROCESOS DE GRADUACIÓN

Licenciada Ligia del Rosario Manzano Martínez

DOCENTE DIRECTOR(A)

Msl. José Orlando Ángel Estrada

TRIBUNAL EVALUADOR

Msl. José Orlando Ángel Estrada

Licenciado Ever Odir Ramos Portillo

Maestra Xenia María Pérez Oliva

AGRADECIMIENTOS

En la finalización de este estudio, agradecemos a nuestros padres de familia por habernos apoyado durante todo el trayecto para poder llegar a la meta y a todas las personas pertenecientes a ACOPAAP de R.L por su valiosa colaboración en el desarrollo de esta investigación.

Agradecemos también a:

Msl. José Orlando Ángel Estrada, orientador del proceso de graduación.

Lic. Xenia María Pérez Oliva, directora de la Escuela de Artes.

Lic. Ligia del Rosario Manzano Martínez, coordinadora general de procesos de graduación.

Compañeros de la Licenciatura en Artes Plásticas.

Familiares y amigos que nos apoyaron y ayudaron incansablemente en el proceso y culminación de nuestra meta y a lograr el triunfo obtenido.

**Alex Lemus
Darlyn Meza
Víctor Lorenzana**

INTRODUCCIÓN.....	8
Resumen del Contenido	9
Capítulo I. Situación Actual de la Producción Artesanal de Nahuizalco.....	11
1.1. Historia, desarrollo económico y talleres artesanales del municipio de Nahuizalco.....	11
1.1.1. Línea de Tiempo.....	13
1.1.2. Actividad económica de Nahuizalco.	14
1.2. Situación actual de la producción artesanal del municipio de Nahuizalco.....	18
1.2.1. Tipos de artesanía.	18
1.2.1.1. Utilitaria.....	18
1.2.1.2. Decorativa.....	18
1.2.1.3. Accesorios.....	18
1.2.2. Artesanías de Nahuizalco.....	19
1.3. Diseños artesanales y neo-artesanías en el municipio de Nahuizalco	20
1.3.1. Neo-artesanía.	20
1.3.2. Productos artesanales tradicionales e innovadores de la Mesa de Desarrollo Artesanal de Nahuizalco.	21
1.4. Incidencia del factor social en la producción artesanal en el municipio de Nahuizalco	23
1.4.1. Contexto Social.	23
1.4.1.1. Secuelas del levantamiento campesino de 1932.	24
1.4.2. Instituciones de apoyo al desarrollo del municipio.....	25
1.5. Desarrollo de asociaciones cooperativas en el municipio de Nahuizalco y situación actual de ACOPAAP de R.L.	29
1.5.1. Marco Legal.	29
1.5.2. Asociación Cooperativa de Productores Agropecuarios y Artesanales Patashca.	31
1.6. Conclusión del capítulo	33
CAPITULO II. Identidad Gráfica como Herramienta de Posicionamiento en el Sector Artesanal.....	35
2.1. Identidad gráfica.....	35

2.1.1. Definición de identidad gráfica	36
2.1.1.1. Identidad.....	37
2.1.1.2. Imagen corporativa.....	37
2.2. Identidad gráfica aplicada al sector artesanal	38
2.2.1. Fundamentos técnicos para la aplicación de identidad gráfica de ACOPAAP de R.L.	39
2.2.1.1. Brief	39
2.2.2. Diseño de imagen para el sector artesanal.....	42
2.2.2.1. Estudios previos.....	43
2.2.2.2. Carencia de identidad gráfica.....	44
2.3. Importancia de la identidad gráfica para destacar en el mercado artesanal.....	45
2.3.1. Beneficios	45
2.3.2. Proyección.....	47
2.4. Conclusión del Capítulo	49
Capítulo III. Aplicación de Manual de Identidad Gráfica.....	51
3.1. Elementos que componen un manual de identidad gráfica.....	51
3.1.1. Marca	51
3.1.1.1. Forma.....	51
3.1.1.2. Color.....	51
3.1.1.3. Composición.....	52
3.1.2. Color y tipografía.....	52
3.1.3. Aplicaciones.....	53
3.1.4. Terminología	53
3.2. Implementación del manual de identidad para mejorar el posicionamiento de ACOPAAP de R.L.	53
3.2.1. Desarrollo de propuesta	53
3.2.2. Presentación de propuestas.....	56
3.2.3. Implementación del manual de identidad gráfica	57
3.3. Implementación de catálogo de productos artesanales pertenecientes a ACOPAAP de R.L.	57
3.3.1. Importancia de la creación de un catálogo de productos como herramienta de promoción.	58
3.3.2. Selección de productos estrella.	58

3.3.3. Registro fotográfico de productos.....	59
3.3.4. Construcción y diseño de catálogo de productos artesanales.	59
3.3.5. Finalización de la muestra gráfica del catálogo.....	61
3.4. Elaboración de plan de medios para la verificación de la efectividad del manual de identidad gráfica.....	61
3.4.1. Plan de Medios	62
3.4.1.1. Briefing	62
3.4.1.2. Objetivos	63
3.4.1.3. Target	63
3.4.1.4. Selección de Medios	64
3.4.1.5. Objetivos de Medios.....	64
3.4.1.6. Presupuesto	64
3.4.2. Resultados	65
3.5. Resultados de la investigación	70
3.6. Conclusión del capítulo	71
COROLARIO	72
Conclusiones	72
Logros	73
Recomendaciones.....	74
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	75
Libros.....	75
Tesis y trabajos de grado	75
Material electrónico.....	76
ANEXOS	79

INTRODUCCIÓN

Nahuizalco es uno de los municipios con más influencia y desarrollo artesanal de la región occidental de El Salvador, su identidad cultural se ve reflejada en la diversidad de productos artesanales que en el municipio se fabrican desde hace muchas generaciones. La búsqueda de identidad siempre ha sido uno de los factores determinantes a la hora de desarrollar productos que puedan llamarse propios.

La siguiente investigación plantea la necesidad del desarrollo de una identidad gráfica a nivel institucional para un grupo de artesanos productores y comercializadores del municipio de Nahuizalco, como herramienta fundamental para su crecimiento comercial y profesional en el sector artesanal. Esto en función de la importancia que ha adquirido el diseño corporativo dentro de las empresas en los últimos años.

El proyecto fue desarrollado con el propósito de facilitar conocimientos técnicos acerca de aplicación correcta de la imagen corporativa, a través de procesos descriptivos y prácticos que ayudaron a identificar las principales problemáticas planteadas por los artesanos, brindando la oportunidad de optimizar los sistemas de enseñanza en función a la resolución de las dificultades surgidas durante el transcurso de la investigación.

Por tanto el presente documento en primer lugar presenta información general de la zona en donde se desarrolló la investigación, asimismo una parte de conocimiento técnico sobre identidad gráfica y finalizando en la implementación de la muestra práctica.

Resumen del Contenido

La investigación consistió en el desarrollo de una identidad gráfica para los artesanos pertenecientes a la Asociación Cooperativa de Productores Agropecuarios y Artesanales Patashca (ACOPAAP de R.L.) del municipio de Nahuizalco, contribuyendo a su posicionamiento en el sector artesanal, fortaleciendo los conocimientos técnicos y facilitando las herramientas necesarias para la consolidación de una imagen gráfica sólida ante la falta de recursos económicos y la mala ejecución de un estudio de marca previamente realizado a la cooperativa.

Al aplicarse la identidad gráfica posibilitó que la cooperativa fuera reconocida como un referente dentro del sector artesanal en el municipio, además de posicionarse en la mente del consumidor a través de la implementación de un plan de medios estratégico enfocado en la plataforma digital Facebook, logrando un alcance fuera del municipio. Por otro lado, uno de los resultados prácticos de la investigación fue la elaboración de un catálogo de productos, el cuál compiló información visual de sus piezas más representativas. Finalmente, el uso de un manual de identidad gráfica proporcionó los lineamientos básicos para el uso correcto de la marca ACOPAAP de R.L. contribuyendo así a la organización formal de la cooperativa.

Lo anterior permitió reflejar las ventajas del desarrollo, aplicación y utilización de la identidad gráfica, las cuales significaron beneficios más allá de una mejora en la imagen de la cooperativa, favoreciendo así al posicionamiento en el mercado y un desarrollo comercial positivo.



C A P Í T U L O I

Situación Actual de la Producción Artesanal de Nahuizalco

Este capítulo contiene información sobre el desarrollo del municipio de Nahuizalco y como su legado cultural ha influenciado la producción artesanal. Además, se profundiza en los elementos que caracterizan a las artesanías locales como forma de vida que ha permitido la conformación de la Asociación Cooperativa de Productores Agropecuarios y Artesanales Patashca.

Capítulo I. Situación Actual de la Producción Artesanal de Nahuizalco

1.1. Historia, desarrollo económico y talleres artesanales del municipio de Nahuizalco

Nahuizalco se encuentra en el departamento de Sonsonate, fue habitado originalmente por pipiles y está localizado a 70 kilómetros de San Salvador; su nombre en náhuatl significa «ciudad de los cuatro Izalcos» o «ciudad de los cuatro barrios».



Imagen N° 1. Entrada de Nahuizalco. Fuente: Equipo Investigador, 2016

Entre 1821 y 1823 Nahuizalco formó parte del Estado de Guatemala, y en 1824 del departamento de Sonsonate. En los siguientes años, el Presidente del Estado don Miguel Santín del Castillo emitió el Decreto Ejecutivo de 21 de octubre de 1858 por el que se otorgó al pueblo de Nahuizalco el título de villa. En 1932 la localidad sufrió los estragos del Levantamiento Campesino y en el año de 1955 se le otorgó el título de ciudad. (FISDL, 2006)



Imagen N° 2. Venta de muebles de madera y mimbre en Nahuizalco. Fuente: Equipo Investigador, 2016

En entrevista a Flor Castaneda, directora del museo de artesanías de Nahuizalco, menciona que existen diferentes teorías que nos explican el origen del nombre. Una de ellas afirma que la ciudad fue fundada por cuatro familias de la ciudad

de Izalco. Otra teoría dice que el nombre nació porque en un tiempo su población era cuatro veces la de Izalco. Nahuizalco es un pueblo de gran tradición indígena y es característico por la producción de mueblería y artículos de hogar labrados con fibras naturales como el tule, mimbre, madera de cedro, laurel y algodón (Véase Imagen N° 2).



Imagen N° 3. Señora con refajo. Fuente: Enriquez, Camilo 2014

Nahuizalco es uno de los núcleos indígenas más antiguos de El Salvador, aún se puede observar a algunas mujeres utilizando refajos (vestimenta tradicional).

1.1.1. Línea de Tiempo.



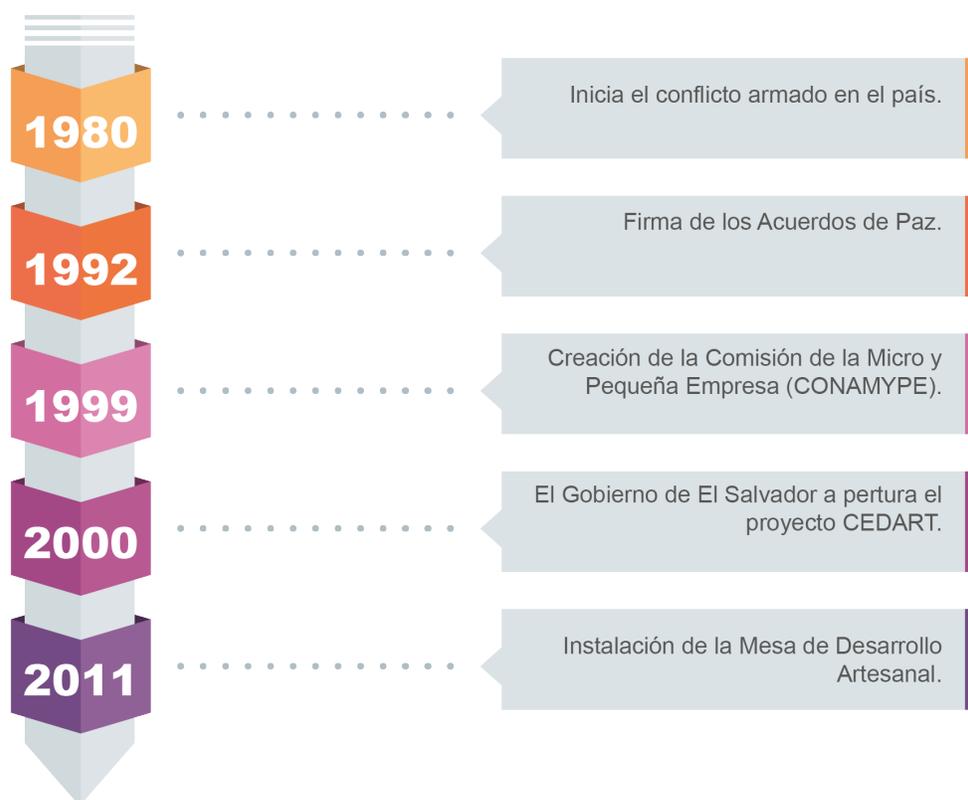


Imagen N° 4. Línea de tiempo. Fuente: Equipo Investigador, a partir de diversas fuentes consultadas en la web, 2016

1.1.2. Actividad económica de Nahuizalco.

Nahuizalco se caracteriza por ser un territorio en su mayoría rural, posee dos grandes actividades de desarrollo económico, por un lado, la agricultura, que representa el primer rubro de su economía, siendo el segundo la producción de artesanías. (Ramírez, Martínez & Artiga, 2006).

La mayoría de cultivos que se producen en la zona son granos básicos, sin embargo, también se producen, aunque en menor escala, hortalizas y frutas. Muchas familias del lugar se dedican al cultivo de fibras naturales para la elaboración de artesanías de igual forma se cultivan flores y plantas ornamentales.

Es importante destacar que la mayoría de la población rural del municipio carece de tierras propias y por lo general, para realizar sus cultivos, recurren al

arrendamiento de parcelas, sumado a esto se agregan los altos costos de los insumos para la producción agrícola, sin mencionar los eventos naturales que impactan en la actividad económica.

El sector artesanal juega un importante papel dentro de la economía del municipio y es considerado como una fuente generadora de empleos e ingresos. Para el 2007 la producción artesanal dinamizó la economía local atenuando la crisis de café que ha sido el motor principal del desarrollo en los últimos 100 años. (García, Cáceres & Melara, 2010).

Las iniciativas de desarrollo económico que el actual gobierno local ha impulsado van encaminadas a aumentar el comercio y el turismo enmarcado en el Plan de Competitividad Municipal (2012-2016). Entre dichas iniciativas resaltan planes para convertir el municipio en una región segura de igual forma impulsar la producción local mediante el apoyo a pequeño emprendedores y emprendedoras con capacitaciones que permitan mejorar su perfil laboral. (COMURES, 2015).

Otras líneas de trabajo que la municipalidad ha puesto en práctica es el diseño de una marca territorial compuesta por elementos que definen a la región como los productos ancestrales en los cuales podemos mencionar el petate, tombillas, canastos entre otros. (Véase Imagen N° 5)



Imagen N° 5. Marca Nahuizalco. Fuente: Comité, Alcaldía de Nahuizalco, 2016

Nahuizalco en los últimos años ha logrado un crecimiento de la zona en materia de desarrollo económico local que ha sido posible gracias al apoyo de diversos sectores.

Nahuizalco cuenta con el único mercado nocturno del país que brinda oportunidades de crecimiento a aproximadamente 340 negocios (COMURES, 2015).



Imagen N° 6. Mercado Nocturno Fuente: Moran, E (2011)

El mercado nocturno es uno de los principales focos de desarrollo económico y se ha visto reforzado con programas de capacitación a comerciantes, artesanos y emprendedores para que puedan optar por mayores beneficios. También la municipalidad ha invertido en la mejora de la infraestructura y el reordenamiento territorial de sus tiendas.

1.1.3. Talleres de Nahuizalco registrados por la Comisión Nacional para la Micro y Pequeña Empresa.

En Nahuizalco se consideran que existen aproximadamente 150 talleres formales, distribuidos en la ciudad y sus alrededores, asimismo se encuentran diseminados en los cantones identificándose dos grandes rubros: Talleres de muebles de madera y talleres de fibras naturales (Ramírez, Martínez & Artiga,

2006).

Los talleres que forman parte del Centro de Desarrollo Artesanal de Nahuizalco (CEDART) cuentan con un promedio de 2 trabajadores por cada una de las microempresas (Ramírez, Martínez & Artiga, 2006). Entre los productos que se desarrollan dentro de los diferentes talleres se encuentran: tocadores, sandalias, mesas, carteras, lámparas, sombreros, muebles en madera y mimbre, llaveros, accesorios varios, petates, canastos (Veáse imagen N° 7).



Imagen N° 7. Productos artesanales de los talleres de Nahuizalco. Fuente: Equipo Investigador, 2016

Para incrementar las ventas actuales y potenciales de los talleres artesanales se han desarrollado vinculación con instituciones que generan promoción y presentan oportunidades de negocio.

El proyecto CEDART ha sido clave para el desarrollo del sector, brindando espacios de comercio donde diversos talleres ofrecen sus productos al cliente convirtiendo el centro en una sala de ventas rentable. Asimismo, se han impulsados convenios de cooperación con diversas organizaciones no gubernamentales, de la misma forma se han conformado alianzas con otras empresas que distribuyen productos artesanales y proveedores de materias primas.

1.2. Situación actual de la producción artesanal del municipio de Nahuizalco

La artesanía puede definirse como producto con características distintivas, obtenido del conjunto de artes realizadas total o parcialmente a mano, que requiere destreza manual y sentido estético y artístico, para realizar objetos, con sello personal o colectivo, funcionales o decorativos en un proceso de transformación de materias primas. (CONAMYPE, 2011)

1.2.1. Tipos de artesanía.

A partir de los conceptos planteados por CONAMYPE las artesanías se pueden agrupar, según su función, en tres categorías: utilitaria, decorativa y accesorios

1.2.1.1. Utilitaria.

Se entenderá artesanía utilitaria aquel objeto que luego de ser considerado artesanía, manifiesta las siguientes cualidades: que trascienda del hecho decorativo como objeto de adorno corporal u ornamental en general, que tenga la capacidad de inserción en la vida cotidiana y que dé soluciones a necesidades cotidianas (CONAMYPE, 2011).

1.2.1.2. Decorativa.

Se entenderá como artesanía decorativa a aquel objeto que luego de ser considerado artesanía, manifieste las siguientes cualidades: que su objeto principal sea decorativo u ornamental (CONAMYPE, 2011).

1.2.1.3. Accesorios.

Se entenderá como artesanía de accesorio a aquel producto que luego de ser considerado artesanía, manifieste la cualidad de ser adorno corporal u objeto complementario de una prenda de vestir (CONAMYPE, 2011).

1.2.2. Artesanías de Nahuizalco.

Nahuizalco es uno de los municipios con más influencia y desarrollo artesanal en la zona occidental de El Salvador. En las artesanías del municipio se pueden encontrar mucha creatividad e ingenio, desde el diseño del producto hasta los diversos elementos naturales con los que son elaborados. Uno por los cuales se caracterizan es la utilización de diferentes fibras naturales, en las que podemos mencionar tule con y sin cáscara y corazón, fibras de mimbre, penca de palmero y coco, penca de plátano, entre otras.



Imagen N° 8. Artesanías de Nahuizalco. Fuente: Equipo Investigador

Asimismo, predomina la utilización de diversas maderas autóctonas de la región para la elaboración de productos en su mayoría decorativos y utilitarios, desde pequeños accesorios, hasta la fabricación de muebles de todo tipo y tamaño; cabe mencionar que el bambú es otro componente primordial en la producción.

Las semillas y los frutos del mismo modo forman parte importante en la producción artesanal, gracias a su variedad en diseños, formas, tamaños y colores abre un amplio camino para la joyería y bisutería natural y ecológica, además de pequeños accesorios decorativos corporales y también para el hogar.

No obstante, la producción de teñidos naturales en textiles, diversos tintes extraídos naturalmente de plantas como añil, hoja de almendro, hoja de

aguacate y hoja de mango; el repujado, macramé, pirograbado en madera y morro, pintura en todo tipo de superficies, elaboración de velas aromáticas y otros materiales y técnicas experimentales están abriéndose camino hacia la producción artesanal en el municipio.

1.3. Diseños artesanales y neo-artesanías en el municipio de Nahuizalco

El diseño artesanal es la puesta en práctica de la metodología de diseño para la elaboración de artesanías, cuyo objetivo es retomar y fortalecer los caracteres de identidad y cultura, preservar y fortalecer técnicas artesanales y aplicar a la vez, conocimientos básicos de innovación de producto y teniendo en cuenta elementos del diseño que intervienen en la producción artesanal como la Identidad, el uso adecuado y combinación de materiales, manejo del color y comunicación. (cita)

1.3.1. Neo-artesanía.

La neo-artesanía consiste en la producción de objetos útiles, estéticos en el que se sincretizan elementos técnicos y formales procedentes de contextos socioculturales diferentes y otros niveles tecno económicos. Tienden a ser utilizadas materias primas variadas derivando productos únicos con nuevos niveles de calidad. Generalmente se desarrolla en centros urbanos. La artesanía contemporánea responde a la aparición de un movimiento surgido por las ventajas que brindan los importantes centros urbanos, donde se posibilita el contacto con otros artesanos, artistas y diseñadores (García, C., 2008).

Los nuevos modelos de vida que se han desarrollado a lo largo de los años a partir de la revolución industrial, han devenido en la creación de nuevos patrones culturales, conceptos y estructuras sobre el quehacer artesanal de los pueblos en los que esta actividad representa una forma de vida.

Los artesanos, según la definición de UNESCO, más allá de ser «toda persona que ejerce una actividad creativa en torno a un oficio concreto en un nivel preponderantemente manual y/o transforma la materia prima conforme a sus conocimientos y habilidades técnicas y artísticas: trabaja en forma autónoma, deriva su sustento principalmente de ese trabajo y transforma en bienes o servicios útiles, su esfuerzo físico y mental», son los portadores de los elementos

culturales, sociales, económicos, políticos y religiosos que representan a las comunidades que desarrollan esos bienes.

Por otro lado, el neo artesano entra en un mundo con una nueva dinámica de mercado. Apunta a alternativas que lo lleven a la diversificación de su producto y a innovar para crear nuevos diseños apuntando a la generación de nuevos conocimientos que lo lleven a descubrir métodos nuevos y a aumentar su creatividad exigida por su entorno.

1.3.2. Productos artesanales tradicionales e innovadores de la Mesa de Desarrollo Artesanal de Nahuizalco.

Su producción artesanal sobresale por la utilización de diversos recursos y materiales naturales, la mayoría cultivados en el mismo municipio por los artesanos de la Mesa de Desarrollo Artesanal; lo demás es traído de lugares cercanos, así como también de países vecinos. Estas materias primas según entrevista realizada a Nobelia Díaz, artesna del lugar, van desde fibras naturales, semillas, bejucos, varas, hasta piedras, telas, plantas y maderas.

Nobelia Díaz menciona que entre las fibras más utilizadas y predominantes se encuentra el tule con cáscara o corazón de tule, de esta materia se fabrican sombreros, sopladores para el fuego, abanicos, yaguales, cestas para las compras del mercado, petates, alfombras, cortinas; el tule con cáscara y corazón se hacen, cestas para el pan, tortilleras, porta bebés entre otros; el carrizo es una materia prima netamente de Nahuizalco, se da en un cantón llamado El Carrizal la Sabana Grande, se hace todo su proceso desde el cultivo, su tratado, hasta llegar a su utilidad, las varas delgadas suelen utilizarse para las varas de cuete, el más grueso se parte y se presiona, de esta manera se obtienen una tira dura que es con las que se elaboran las tombillas (guardarropa), escobas, cestas y acapetate para el techo de las casas. El bambú y corteza de castilla ha sido muy utilizado en Nahuizalco de este aparte de ser un material indispensable en las casas, se fabricaban muebles, así como también su cáscara era extraída y con ello se fabricaban tombillas, cestas y canastos para el mercado.

Otra fibra predominante es el mimbre, del que se elaboran tombillas, cestas y canastos, así como también muebles desde sillas, camas y otro tipo de objeto

utilitario. Además, la madera es otra de las materias primas más utilizadas desde tiempos milenarios en el municipio; los habitantes hacen uso de diversos tipos de madera, con las que se elaboran pequeños juguetes para niños, utensilios de cocina, recipientes, muebles de todo tipo, entre otros.

Según artesanos de la zona, las semillas y frutos siempre han formado parte importante en las artesanías del municipio en las que se encuentran el morro, la cáscara de este fruto es muy utilizada para la elaboración de pequeños huacales, recipientes para bebidas típicas, elaboración de juguetes para niños, instrumentos musicales. Las semillas y piedras por ser de diversos tipos de tamaños, colores y formas han servido permanentemente para la manufactura de joyería natural.

También es de destacar que, durante las últimas décadas, las artesanías de Nahuizalco han tenido cambios e innovaciones en la producción, con el tiempo surgen nuevos productos y el ingenio de los artesanos se adapta a los nuevos tiempos, creando diseños inéditos y aumentando el desarrollo de las artesanías.

En lo que corresponde a las fibras naturales, con el tule se elabora abanicos, petates con diseños integrados o intervenidos con pinturas, así como también una diversidad de sombreros, carteras para dama, adornos decorativos para el hogar, cortinas, tule integrado en muebles de madera, tule integrado en lámparas, jarrones y diversos diseños y tamaños de cestas para el mercado, las tombillas se han venido transformando en su forma y tamaños. El mimbre, por otro lado se ha vuelto predominante por su intervención en innovadores muebles de madera, objetos decorativos para el hogar, cestas para frutas, cestas pequeñas térmicas para las tortillas, centros de mesa, lámparas de distintos tipos y diseños, juegos de sala y cocina, camas, dentro de este rubro también la madera con sus diseños de todo tipo de muebles para el hogar ya sea utilitario o decorativo, utensilios de cocina, cajas de madera, baúles, espejos, lámparas, camas, carrocerías, carpintería, juegos de mesa y cocina, figuras religiosas, puertas, ventanas, hasta pequeños objetos como llaveros, juguetes populares y accesorios corporales.

De la misma manera los metales semipreciosos están formando parte de la producción por su combinación con las piedras preciosas y las semillas, originarias del mismo municipio como extraídas de otras regiones para la manufactura de joyería y accesorios corporales y para el cabello; con ello también el pirograbado en algunas piezas.

El añil ha mostrado un crecimiento; se pueden observar dentro de la producción la aparición de vestimenta y calzado. Además, los artesanos han empezado a incorporar nuevos artículos como velas aromáticas, repujado, pinturas, talla en «cacho» de res así como también productos utilitarios de bambú y morro.

1.4. Incidencia del factor social en la producción artesanal en el municipio de Nahuizalco

El entorno social es un punto altamente incidente en el desarrollo productivo de los artesanos de Nahuizalco, es por esto que los aspectos que aclaren la incidencia de éste en el método de realización de las actividades actuales deben ser analizados y expuestos para poder comprender su situación.

1.4.1. Contexto Social.

Muchos han sido los acontecimientos que han marcado el legado histórico y el desarrollo cultural del municipio de Nahuizalco y que han generado un impacto no solo a nivel local, sino también internacional.

La represión y la violencia han estado marcados como constantes durante el paso de los años, así también la organización y lucha por el mantenimiento de sus costumbres, tradiciones e identidad cultural.

Al analizar estos aspectos recurrentes dentro del contexto social de la región se han puntualizado aquellos que su estudio permite encaminar la investigación a conocer su incidencia en la producción artesanal actual.

1.4.1.1. Secuelas del levantamiento campesino de 1932.

Posterior a la masacre perpetrada por el gobierno del Coronel Hernández Martínez se continuó una época de represión e intimidación hacia el sector campesino, especialmente a los considerados opositores del gobierno.

La masacre de miles de campesinos generó miedo a involucrarse en la participación de organizaciones sindicales o políticas (Museo de la Palabra y la Imagen), tomando en cuenta que el genocidio abarcó casi el total de la población indígena de la zona de Izalco y Nahuizalco, la identidad cultural de este grupo fue casi erradicada, sus vestimentas, su lenguaje y demás costumbres desaparecieron por temor a represalias.

Con el pasar de los años, las poblaciones indígenas fueron desapareciendo hasta encontrarse actualmente en el siglo XXI en una condición de casi extinción. En la década siguiente a las consecuencias del levantamiento, la presencia militar en la zona fue persistente con el objetivo de mantener bajo control a los campesinos para que no se repitiesen los eventos. Pasada la dictadura de Hernández Martínez, el método para frenar el descontento campesino cambió, pasando de la represión a las reformas sociales que les beneficiasen al menos momentáneamente. (ICARRD, 2007).

En la actualidad el apoyo de instituciones que buscan el reconocimiento del sector indígena y nahua hablante como lo es el Museo de la Palabra y la Imagen, ha permitido el desarrollo de espacios para que los sobrevivientes de la masacre pudieran afrontar lo sucedido de manera colectiva en reuniones cantonales, lo que generó el respeto de las nuevas generaciones y la comunidad en general hacia los ancianos que buscan el renacer de su identidad cultural.

Estos factores han influido a generar una búsqueda por el rescate, promoción y reintegración de las tradiciones pasadas, creando un resurgimiento del valor cultural para los habitantes del municipio de Nahuizalco.

1.4.2. Instituciones de apoyo al desarrollo del municipio.

Actualmente Nahuizalco está comprometida en el desarrollo comunitario como pilar para la prevención de la violencia y la criminalidad, especialmente en los jóvenes en riesgo social.

El municipio desde el año 2010 ha desarrollado el «Consejo de Prevención Social y Seguridad Ciudadana» con proyectos que van desde la creación de espacios deportivos, atención psicológica en centros escolares, capital semilla a pequeños colectivos de jóvenes y talleres de formación para los ciudadanos.

Entre las principales actividades que se desarrollan están:

- Equipamiento de espacios para ejecución de talleres de formación.
- Desarrollo de talleres de formación vocacional de inglés, francés y náhuatl con atención a turistas, elaboración de productos químicos (champú, lejías, jabones), talleres de elaboración de artesanías con cuernos de ganado ya que Nahuizalco cuenta con Rastro Municipal y de esta manera se promueve el reciclaje, talleres de corte y tecnificación a destazadores del rastro municipal.
- Desarrollo de talleres de formación empresarial, gestión empresarial (costos, comercialización, administración de recursos) asociatividad, elaboración de página web para para darle más comercio a productos tanto dentro como fuera del país.
- Vincular a emprendedores con servicios crediticios que ofrecen instituciones financieras para que desarrollen ideas de negocio, así como técnicas de decoración de sus mismos productos. (AMUPREV, 2016)

Cabe mencionar que Nahuizalco ha tenido un crecimiento exponencial en cuanto a desarrollo artesanal se refiere y se ha vuelto un referente nacional de producción e innovación en este mercado, todo esto ha permitido que diversas instituciones apoyen cada vez más las iniciativas de los artesanos del municipio y fijen sus metas no solamente en el apoyo sino también en la competitividad que éstos pueden ofrecer en el mercado local como extranjero.

A raíz de estas apuestas por el desarrollo local diversas organizaciones han comenzado a desarrollar programas que beneficien a los sectores más vulnerables de la región, entre las cuales podemos mencionar:

La Asociación Promotora de Productores y Empresarios Salvadoreños (PROESA) ha enfocado fuertemente sus acciones al beneficio de familias de escasos recursos, principalmente indígenas, brindando material e insumo que permiten la ejecución de proyectos como el de «Mejora de la competitividad y acceso a mercados de las artesanías de 40 artesanos del municipio de Nahuizalco» Asociación Promotora de Productores y Empresarios Salvadoreños, que permitió a familias no solo producir, sino también conocer sobre planes de desarrollo, estudios de mercado y demás información que pudiera generar un crecimiento exponencial en el factor productivo de las familias involucradas. (PROESA, 2007)

Desde el año 2009 PROESA cuenta con un Centro de Formación e Innovación Artesanal (FIA) el cual tiene por finalidad beneficiar el desarrollo de la economía de las familias del municipio dentro del margen del desarrollo cultural, artístico y agropecuario. (CONAMYPE, 2016).

La Fundación para el Desarrollo Socioeconómico y Restauración Ambiental (FUNDESYRAM) está presente dentro del desarrollo del sector agropecuario y promueve abordar este desde un enfoque agroecológico, el proyecto «Fortalecimiento de redes regionales de iniciativas de emprendimiento e identidad cultural de jóvenes en la región occidental de El Salvador» implementado en el año 2012, tuvo a Nahuizalco como uno de sus centros de desarrollo con el objetivo de «fortalecer la integración en redes, de iniciativas de jóvenes, de ocho municipios del occidente de El Salvador para promover el desarrollo socioeconómico y ecológico sustentable de su territorio y el diálogo intercultural e intergeneracional para incidir en su inclusión social con equidad de género». (FUNDESYRAM, 2015), generando así como resultado el desarrollo y responsabilidad juvenil hacia el medio ambiente y el cambio climático, el fortalecimiento social y la valorización hacia los jóvenes en lo que ellos denominan el Corredor Étnico Cultural del Occidente de El Salvador.

La Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE) es una de las instituciones que mayor apoyo en cuanto a desarrollo artesanal ha llevado al municipio, la diversidad de programas, capacitaciones y talleres realizados han permitido el crecimiento exponencial tanto de los productores como de los procesos mismos para el desarrollo de sus productos. Actualmente cuenta con un Centro de Desarrollo Artesanal (CEDART) en el cual se imparten cursos, capacitaciones y es un espacio común de desarrollo de todos los artesanos del municipio. Son muchos los proyectos realizados bajo la tutela de CONAMYPE en el sector pero como uno de los más recientes se tiene el «Curso de Formación Artesanal» enfocado a jóvenes de la comunidad donde fueron 47 beneficiados con asesoramiento y formación de gestión empresarial durante 6 meses involucrando no solamente a los participantes sino también a demás artesanos experimentados de la zona, quienes impartieron la enseñanza con técnicas que van desde las fibras y semillas naturales hasta los tallados y procesos de elaboración de muebles de madera. (Secretaría Técnica, 2011)

CONAMYPE a través del desarrollo de estas actividades busca «impulsar los procesos técnicos y reforzar las acciones que ya se llevan a cabo para el desarrollo de la comunidad y el crecimiento de su economía». (CONAMYPE, 2011)

Aid to Artisans (ATA) en el 2003, realizó estrategia de revitalización dentro del municipio, las cuales tenían como objetivo principal promover el desarrollo económico sostenible, reforzando al sector artesanal en la capacidad de producción, diseño de productos, consolidación de mercados existentes y búsqueda de nuevos mercados. Esto se dio junto a la gestión de CONAMYPE y financiado con fondos del Gobierno de El Salvador, mediante Convenio de Cooperación suscrito entre Aid to Artisans y CONAMYPE, el cual finalizó en diciembre de 2005. (MINEC, 2011)

El programa Policía Comunitaria es impulsado por la Secretaría de las Relaciones con la Comunidad de la Policía, este programa según menciona Ever Manzano, inspector en jefe «no es un concepto de Policía blanda, no es una Policía floja; por el contrario, es una Policía equilibrada que mantiene una buena relación y sabe identificar a las personas honradas, honestas, pero también focaliza a

aquellos que atentan contra la comunidad».

Manzano señala que los agentes van casa por casa para cosechar una buena relación con las personas: «A eso le llamamos inserción comunitaria». Nahuizalco es uno de los pocos municipios en los que el modelo de Policía Comunitaria está más adelantado.

Hace tres años Nahuizalco estaba ubicado en el puesto 16 de municipios más violentos de los 262 municipios, y ahora se encuentra fuera de este listado. (AMUPREV, 2016). Actualmente, los planes de inclusión y prevención han permitido que Nahuizalco sea uno de los municipios de con un menor índice de violencia según muestra el siguiente mapa de riesgo social.(véase imagen N° 9)

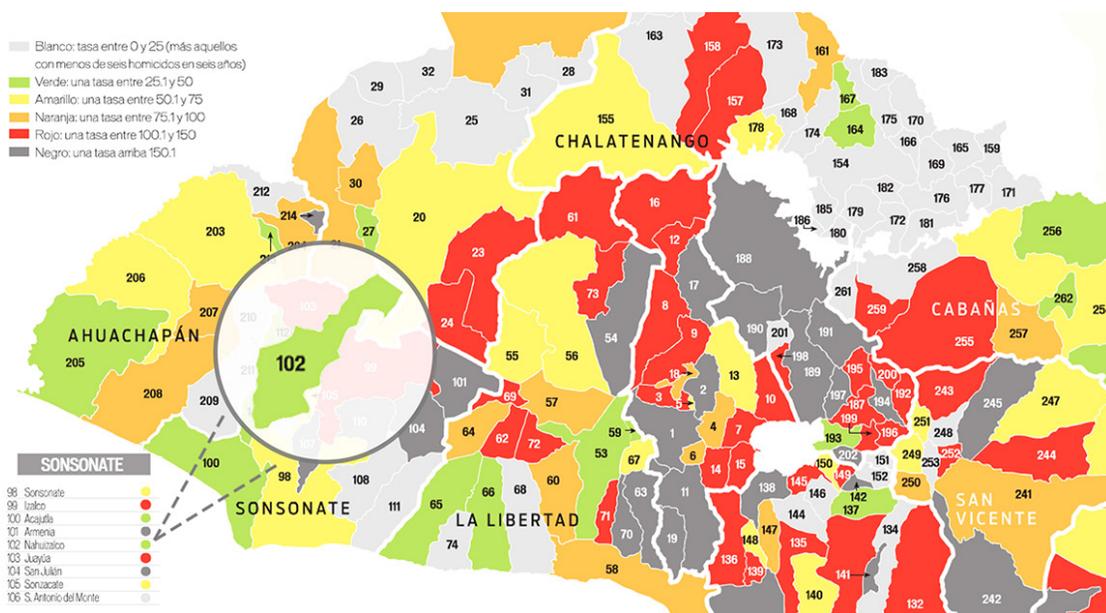


Imagen N° 9. Índice de violencia de El Salvador. Fuente: Rivas, R. LPG Datos, 2015

El acercamiento de los policías a los jóvenes para prevenir que se involucren con pandillas o en actividades delictivas es uno de los principales componentes del modelo.

Cabe mencionar que, según la entrevista realizada a Neftalí Guzmán, presidente de la Mesa de Desarrollo Artesanal, a pesar de la disminución de la violencia en el municipio, los grupos delictivos siguen activos principalmente en las zonas

rurales y aunque su incidencia es menor, el acceso a estos sectores se ve restringido a personas ajenas a estas áreas; por lo anterior se dificulta el registro fotográfico en los talleres de los miembros de la Mesa de Artesanos.

1.5. Desarrollo de asociaciones cooperativas en el municipio de Nahuizalco y situación actual de ACOPAAP de R.L.

Las asociaciones cooperativas surgen como una respuesta a las necesidades de promover el desarrollo comunitario, propiciando prácticas democráticas orientándose por una visión económica donde el poder lo tienen los seres humanos y no el capital. Los principios que rigen a este tipo de organizaciones es, fundamentalmente, la ayuda mutua y todos los asociados tienen los mismos derechos y las mismas responsabilidades.

Todos los miembros de la asociación de comparten un vínculo común: buscar su liberación económica de forma libre, voluntaria y democrática. Los principios cooperativos son los cimientos de las normas que rigen la institución cooperativa y están estructurados de manera que se interrelacionan unos con otros, de tal forma que puedan analizarse integralmente.

1.5.1. Marco Legal.

Las cooperativas son regidas básicamente por las disposiciones constitucionales y otras normativas, entre las cuales se puede mencionar:

A) Constitución de la República.

La Constitución de la República de El Salvador establece en el artículo 114 que: «El Estado protegerá y fomentará las asociaciones cooperativas, facilitando su organización, expansión y financiamiento». Para cumplir con esta disposición legal, la Asamblea Legislativa mediante Decreto N° 339 promulgó la Ley General de Asociaciones Cooperativa

B) Ley General de Asociaciones Cooperativas

Art. 1. La formación de cooperativas, al igual que las asociaciones de derecho privado de interés social. Las cooperativas son de capital variable e ilimitado,

de duración indefinida y de responsabilidad limitada con un número variable de miembros, según lo establece este artículo.

Art. 2. Hace referencia a los principios que debe adoptar toda cooperativa, tales como libre adhesión y retiro voluntario, organización, interés limitado al capital, distribución de los excedentes, fomento de la educación y la integración.

Art. 3. Aquí se presentan las normas a las que debe sujetarse toda cooperativa, entre ellas, la estricta neutralidad religiosa, racial y política, el reconocimiento a la igualdad de derechos y obligaciones, y el derecho de un voto por persona.

Art. 4. Especifica los fines de las asociaciones cooperativas, las cuales deberán formarse para el desarrollo y mejoramiento social, económico y cultural de sus asociados y de la comunidad.

Art. 15. Las cooperativas se constituirán por medio de Asamblea General celebrada por todos los interesados, con un mínimo de quince asociados determinados según la naturaleza de la cooperativa. En dicha Asamblea se aprobarán los estatutos y se suscribirá el capital social, pagándose por lo menos el 20% del capital suscrito.

C) Ley de Creación del INSAFOCOOP y su Reglamento

Art. 16. Una vez que la cooperativa se haya constituido, solicitará su reconocimiento oficial y su inscripción en el Registro Nacional de Cooperativas del INSAFOCOOP. La cooperativa presentará certificación del acta de constitución firmada por el secretario del consejo de administración. Las cancelaciones por disolución y la liquidación de la cooperativa inscrita se publicarán en extracto por una sola vez en el Diario Oficial.

Art. 17. Las cooperativas se constituyen bajo denominación, llevando al principio las palabras «Asociación Cooperativa» y al final de ellas las palabras de Responsabilidad Limitada o sus siglas de R. L. (Tomado de la Ley General de Asociaciones Cooperativas, 2012).

1.5.2. Asociación Cooperativa de Productores Agropecuarios y Artesanales Patashca.

La Mesa de Desarrollo Artesanal de Nahuizalco reúne a diferentes artesanos del municipio con el fin de crear espacios de proyección comercial, apoyo mutuo y crecimiento en el mercado artesanal. Esta visión de trabajo condujo a su formalización comercial que a su vez derivó en la búsqueda del desarrollo de una imagen que identificara a este grupo como un referente en el sector artesanal local. Sin embargo debido a la falta de comunicación entre los artesanos y los responsables del diseño y a la mala ejecución del estudio de identidad gráfica se obtuvo un resultado negativo tanto a nivel visual como en el registro documental del proceso.



Imagen N° 10. Logotipo de la Mesa de Desarrollo Artesanal. Fuente: Guzmán, N. 2016

Por otra parte, la creación de la Asociación Cooperativa de Productores Agropecuarios y Artesanales Patashca (ACOPAAP de R.L.) es el resultado de los esfuerzos realizados por los miembros de la Mesa por legalizarse y trabajar de una manera integral. Debido a que el logotipo que se utilizaba para representar a la Mesa de Desarrollo Artesanal (Véase Imagen N° 10), no cumple con los requisitos para ser el distintivo de la Cooperativa, se presenta la carencia de identidad gráfica que dificulta la formalización y el posicionamiento en el mercado artesanal local, nacional e internacional.

Actualmente ACOPAAP de R. L. cuenta con 21 artesanos que representan a diferentes talleres de la zona, lo que permite contar con una variada muestra de productos en diferentes áreas, como accesorios, artesanías decorativas, productos en madera y fibras naturales, entre otros. En cuanto al proceso de legalización, la Cooperativa se encuentra

en las últimas etapas.

Gracias al apoyo del CEDART, la asociación cuenta con una sala de ventas donde cada uno de sus miembros distribuye sus productos. Además de contar con productos que son el resultado del trabajo mutuo entre artesanos, en los cuales la innovación, así como la utilización de distintas materias primas permitan a la organización diferenciarse entre sus competidores.



Imagen N° 11. Sala de Ventas de ACOPAAP de R.L. Fuente: Equipo Investigador. 2016

Dentro del desarrollo de habilidades de emprendedurismo e innovación artesanal de la región de Nahuizalco, surge la necesidad de trascender dentro del mercado local no solamente como productores, sino como pioneros en la generación de propuestas para la mejora y crecimiento de este sector en la región.

A través de las nuevas oportunidades de inclusión y promoción del desarrollo artesanal nacen programas como Novus el cual es una propuesta del Ministerio de Economía impulsado a través del Dirección de Innovación y Calidad (DICA) el cual incentiva

a estudiantes universitarios o de escuelas superiores del país propongan soluciones a problemas de MYPES. Es a raíz de este programa que en 2015 miembros pertenecientes a la Mesa de Desarrollo Artesanal fueron beneficiados con el proyecto por medio de la creación de un horno de secado de fibras naturales alimentado con energía solar con la finalidad de mejorar el tratado y la optimización de la materia prima para mejorar la producción artesanal del sector.

También la participación activa por parte de los artesanos de la Mesa de Desarrollo Artesanal ha permitido el reconocimiento de las artesanías de Nahuizalco a un nivel internacional, por medio de la participación de varios de sus miembros en «Opulencia Pipil» un concepto que CONAMYPE ha implementado para la inclusión de este sector en el desarrollo de la moda salvadoreña bajo estándares de calidad internacional y con múltiples reconocimientos a nivel internacional. Los miembros participantes de este evento han sido beneficiados no solo en calidad de reconocimiento, sino también en el incremento exponencial de producto que es distribuido mayormente fuera de nuestro país.

Nahuizalco actualmente es un referente en cuanto producción y desarrollo artesanal se refiere y se ve reflejado en la diversa cantidad de reconocimientos que recibe por medio de la participación en diversos eventos enmarcados en la muestra de productos de carácter artesanal, entre los cuales se puede agregar como uno de los más determinantes el otorgado por el Ministerio de Turismo al primer lugar como destino turístico en el año 2015.

Las apuestas por el desarrollo, el crecimiento y los reconocimientos van apoyados por la determinación y el esfuerzo de la gente hacia la mejora, mantenimiento y preservación de sus tradiciones, cultura e identidad.

1.6. Conclusión del capítulo

Es a través del estudio de la producción artesanal del municipio de Nahuizalco, se puede conocer cuáles han sido los factores influyentes en la evolución de las artesanías y como esto ha llevado a los habitantes de la zona a la preservación e innovación de los procesos y productos artesanales. La importancia del desarrollo de artesanías como forma de vida ha llevado a los artesanos a buscar nuevas formas de comercialización, a organizarse y a formar alianzas con miembros de su comunidad fomentando el cooperativismo.

Es de vital importancia conocer las legislaciones que rigen a las asociaciones cooperativas ya que permiten a microempresarios y emprendedores destacar en el mercado ofreciendo recursos técnicos que benefician el crecimiento de su negocio e impulsar el desarrollo económico tanto local como nacional.



C A P I T U L O I I

Identidad Gráfica como Herramienta de Posicionamiento en el Sector Artesanal.

Este capítulo abarca temas sobre la importancia de la utilización de una identidad gráfica y los beneficios que ésta traerá al desarrollo de ACOPAAP de R.L. en el mercado artesanal local e internacional, asimismo se exponen las partes del proceso que conllevan la aplicación de una imagen corporativa, sus proyecciones y ventajas competitivas.

CAPITULO II. Identidad Gráfica como Herramienta de Posicionamiento en el Sector Artesanal

2.1. Identidad gráfica

En la actualidad las organizaciones necesitan realizar acciones que contribuyan a crear una imagen atractiva, moderna y atrayente a la vez que socialmente comprometida. Chaves (2015) afirma: «Toda empresa debe de cuidar su imagen, trabajar en la identidad es un factor determinante en una empresa para poder obtener el reconocimiento de la sociedad».

El estudio de la identidad corporativa ocupa un lugar cada vez más importante dentro de la política estratégica de las empresas debido al surgimiento de nuevos mercados, al aumento de la competencia, aparición de nuevas tecnologías que propician procesos de reestructuración y diversificación en las líneas de productos. Por ello se incorporaron estas ideas en función de ACOPAAP de R.L. transmitiendo de forma clara, coherente y eficaz un mensaje a través de su imagen; que reflejara su finalidad, objetivos y estrategias, logrando así diferenciación y reconocimiento. Es importante encontrar ventajas competitivas utilizando características que distingan a la organización ante el público. Arranz (2000) sostiene: «(...) la gente tiende a comprar imagen además de comprar productos, por lo que la imagen corporativa se convierte en clave de decisión, pasa a ser un producto en sí misma».

Fue importante tener en cuenta al momento de crear la identidad corporativa de ACOPAAP de R.L. factores como la historia y cultura de Nahuizalco, asimismo roles y relaciones interpersonales de los miembros de la Cooperativa: desde esta perspectiva el estudio de la identidad corporativa se volvió un problema complejo en el que intervienen los factores que identificaran a la asociación tanto para su público interno como externos.

La identidad de la organización la conforman todos los elementos, rasgos o atributos que la caracterizan ante sus miembros, su público y el mercado, en otras palabras, las características que la misma asume de forma consciente o inconsciente y que funcionan a la vez como elemento diferenciador permitiéndoles enfrentar eficazmente las condiciones actuales del mercado.

Son muchos los estudios realizados alrededor del tema identidad corporativa, tanto en el ámbito teórico como práctico, en los que el diseño gráfico ha constituido el elemento fundamental en el abordaje de este tema.

2.1.1. Definición de identidad gráfica

La identidad gráfica es la imagen conceptual que un espectador tiene de una organización o una empresa, por otro lado, la imagen corporativa forma parte de la identidad y hace referencia a los aspectos visuales de dicha representación. La identidad corporativa no solo se trata de un logotipo, abarca aspectos como sensaciones, emociones, filosofía y valores que transmiten al exterior, es decir el conjunto de elementos que los espectadores perciben de ella (Luisannet Creatividad y Tecnología, 2010).

La Identidad de una empresa es el sentimiento de existir con un posicionamiento respecto a los demás, y asumiendo su propia historia. Con un proyecto único, personal y estable. Todo esto nos proporciona diferenciación, permanencia, equilibrio, valor, autenticidad y reconocimiento.

En cuanto a la identidad corporativa, los principales estudios surgieron en Europa, específicamente en Alemania, con los trabajos de Peter Behrens (arquitecto, diseñador y artista gráfico alemán) que no solo es considerado el padre del diseño industrial alemán, sino también como el fundador del diseño corporativo, al ser la primera persona en crear logos, publicidad y material de comunicación con un diseño constante y unificado (Allgemeine Elektrizitäts-Gesellschaft, 2016). Otros grandes aportes fueron hechos por Otto Neurath (sociólogo austriaco) que desarrolló un programa para exponer información y hechos en formas simples conocido como el Sistema de Isotipos, expresando ideas modernistas como el minimalismo, el funcionalismo combinado con la universalidad y neutralidad de este nuevo lenguaje. (Stanford Encyclopedia of Philosophy, 2014)

2.1.1.1. Identidad.

Etimológicamente identidad proviene del vocablo latín *identitas*, que refiere al grupo de rasgos y características que diferencia a un individuo, o grupos de individuos del resto. (Concepto.de, 2015)

La identidad no es cuestión exclusiva de las cosas y los seres naturales. La identidad es también la de las organizaciones sociales, como es en el caso de ACOPAAP de R.L. Esta será reconocible por un conjunto de signos perceptibles, que le son propios y característicos: colores, formas y valores culturales que regen a la Cooperativa.

En la investigación se busca que la identidad representara la esencia de la Cooperativa, la cual partió de un concepto y se dirigió a un resultado: el manual de identidad gráfica.

2.1.1.2. Imagen corporativa.

La proyección de la imagen de una empresa se materializa además de por su nombre (*naming*) y sus elementos gráficos y visuales (*logotipo*) a través de las personas que la representan, de sus cualidades, actitudes, experiencia y manera de actuar, igualmente se manifiesta a través de la forma en la que se organiza su entorno, de sus reuniones y de cada detalle de los eventos que se planifican y a los que acude. Por este motivo se buscó incorporar dentro de la Cooperativa pautas que guiaran el uso de la marca con el objeto de afianzar la identidad corporativa de modo positivo con un estilo propio de actuar y de relacionarse interna y externamente.

En muchas ocasiones el desarrollo continuado de la imagen de una empresa u organización a partir del diseño de un *logotipo* culmina en la creación de una marca, este es el fin que se buscó en la investigación para crear la marca de ACOPAAP de R.L., la cual anteriormente no fue desarrollada de forma integral, debido a que únicamente se realizó el diseño de un *logotipo*, resultando en la carencia de su identidad gráfica. Una marca vale por lo que significa, por tanto, la auténtica dimensión de la marca no es ella misma sino la imagen que tenemos de ella; es aquí un estudio de identidad trasciende al no solo generar

un logotipo, sino que busca obtener un significado que expresa ideas, valores y conceptos que deben ser coherentes en su aplicación.

El objetivo de la creación de la marca en ACOPAAP de R.L. es producir identificación entre los usuarios o consumidores de sus productos o servicios, consiguiendo que éstos se sientan orgullosos y partícipes de la misma, se establece por tanto una identificación entre la marca y los usuarios.

En un mercado cada vez más competitivo, sólo las marcas fuertes sobrevivirán, es por esto que se buscó una buena gestión de la marca de ACOPAAP de R.L. que fuera clave del éxito de la organización. Una marca fuerte permite evitar entrar en la guerra por el precio, el producto o servicio con la consiguiente pérdida de calidad.

La construcción de una marca es muy compleja y son numerosas las variables que influyen en los diversos aspectos que configuran la percepción de la misma, sin embargo, la propuesta de marca de la Cooperativa debe ser clara y sencilla, se requiere un esfuerzo de síntesis, enfoque y coherencia.

Todas estas actividades en torno a la identidad de las empresas u organizaciones, la creación de marcas, entre otros, se agrupan hoy en día en lo que se denomina “Branding” que engloba tanto aspectos de imagen como de organización, estrategia y comunicación.

2.2. Identidad gráfica aplicada al sector artesanal

A lo largo de los años el desarrollo en el sector artesanal ha ido tomando fuerza en la sociedad, además de jugar un papel importante en la transformación de las nuevas tendencias tanto artísticas como culturales. Todo esto ha sido posible gracias al realce que las instituciones han dado a este sector, permitiendo así crecer no solamente dentro de un marco formal, sino también ser reconocidos por parte de la población en general quienes le han dado un nuevo valor como muestra artística del sector que representan.

Es a raíz del crecimiento y nuevo valor que el sector artesanal ha recibido, surge la necesidad por generar una identidad que defina las características, valores y

visión que ya sea de manera grupal o individual los artesanos desean proyectar hacia los consumidores. Esta síntesis que el artesano desea reflejar se concentra en la creación de elementos gráficos que generen la vinculación del mismo con cada una de sus piezas de manera comprensible e identificable tanto para él como para el público en general.

2.2.1. Fundamentos técnicos para la aplicación de identidad gráfica de ACOPAAP de R.L.

Es importante destacar la relevancia de conocer cada uno de los elementos que conforman la estructura básica de una identidad gráfica, de esta manera se podrá definir e identificar su correcta aplicación, tanto dentro de la Cooperativa como en los diferentes escenarios en que se requiera su uso.

2.2.1.1. Brief

El Brief consiste en un documento con una serie de instrucciones en las que el anunciante define su producto y su mercado, además indica los objetivos que espera alcanzar mediante la campaña, objetivos que se refieren al producto, al mercado, a la publicidad o a los medios. El brief busca siempre informar sobre el producto, servicio o idea a vender dentro del mercado y sobre las estrategias que cada área de trabajo realizará para alcanzar cada uno de los objetivos que también están definidos dentro del brief (Sánchez Keenan, 1993).

Dentro del desarrollo general del brief existen 3 tipos importantes, de los cuales se tomará uno para la realización del proceso de la investigación:

a. Brief de producto: Consiste en el desarrollo de un informe con la mayor cantidad de datos posibles incluyendo investigaciones de mercado que ayudan a facilitar desarrollo del mismo.

b. Brief de agencia: Es cuando una vez recibidas las indicaciones específicas se desarrollan las estrategias adecuadas para cumplir con los objetivos que se han expuesto en el plan de marketing.

c. El Brief publicitario: Se incluyen las estrategias establecidas en los pasos anteriores para su mejor ejecución en el camino para alcanzar los objetivos

fijados (González, M. & Carrero, E. 1997).

Por su finalidad y elementos que componen el Brief de Agencia, este será implementado en el estudio de identidad de la Cooperativa como guía para el desarrollo y ejecución del mismo dentro del plan estratégico planteado para poder posicionar la marca.

2.2.1.2. Naming

Naming es el conjunto de técnicas que se utilizan para nombrar las cosas, el objetivo del naming es la creación de un nombre de marca, objeto o servicio, el naming es una parte muy importante de un proyecto de branding o desarrollo de marca.

En un proyecto de naming, se busca generar el nombre a partir de una idea o un concepto que evoluciona hasta convertirse en algo a lo que podamos dar un atributo más específico. A la hora de buscar un nombre se debe tratar que el nombre sea original, exclusivo, único y que se diferencie de los competidores. También se debe procurar que sea corto para facilitar su recordación.

El nombre que se busca implementar debe ser claro y no presentar problemas como ser ofensivo o dar a entender un significado erróneo, las características que debemos resaltar son su fácil pronunciación y su sonoridad agradable.

Mediante naming, a veces se busca reforzar el nombre de una marca con una palabra que represente los valores o la misión de la empresa, se pretende que el naming o nombre tenga la funcionalidad explicar qué es, qué es lo que hace y para qué sirve.

Al realizar el naming, se toma en cuenta el tipo de público al que va a ser destinado el producto o servicio representado por el nombre y si éste es masculino, femenino, de ciudad, pueblo, etc. además el nombre debe ser acorde con el plan estratégico proyectado para el producto y su plan de implantación.

Existe una metodología compleja para encontrar un nombre apropiado, en todo proyecto de naming se establecen ciertos parámetros de búsqueda, se determinan valores y atributos que se asocian a conceptos y palabras,

en paralelo es de vital importancia realizar ciertas pruebas que ayuden a determinar que nombres funcionan mejor en los distintos ámbitos, situaciones y públicos, es conveniente realizar estudios de evaluación e investigación, de esta manera poder obtener más objetividad, disponibilidad y exclusividad de nuestro nombre. (Luisannet Creatividad y Tecnología, 2010)

2.2.1.3. Proceso creativo

El proceso creativo dentro del diseño gráfico va acompañado de muchos elementos que permiten su conformación, ejecución y finalización, pero con la característica que no es posible determinar un orden específico o enumerar una cantidad determinada de dichos elementos para obtener un resultado, ya que cada uno de los procesos se llevan a cabo de manera muy diferente, adaptándose a las necesidades, objetivos y metodología de desarrollo por parte del diseñador. A pesar de la variabilidad en su ejecución es posible determinar ciertos aspectos que son de vital importancia y que independientemente del método son indispensables para lograr un producto final óptimo.

El Briefing constituye el primer paso, ya que consiste en indagar todo lo posible sobre el concepto, desarrollo, visión, objetivos y alcance de la marca, en este caso ACOPAAP de R.L., además analiza sus posibles usos en los diversos ámbitos en los cuales puede llegar a implementarse.

Posteriormente se realiza una investigación, es aquí donde se puede conocer realmente cual será el camino del producto final, si la sincretización entre la recopilación de datos y las ideas gráficas pueden dar resultado, si realmente se creará un diseño exclusivo o se deben retomar elementos ya existentes para facilitar la significación de las piezas. Fue en este punto donde efectivamente se retomaron elementos conceptuales desarrollados previamente por la Cooperativa, que mantuvieran la esencia que los artesanos deseaban representar en la marca.

En la siguiente etapa se lleva a cabo el bocetaje donde comienza la construcción de los primeros elementos reales que buscarán darle solución a las problemáticas encontradas con anterioridad, esto se da a través de la generación de propuestas gráficas conceptuales surgida a través de reuniones

previas con los miembros de la Cooperativa. Este punto representa la columna vertebral del proceso creativo ya que es aquí donde realmente se concreta la asociación de ideas la cual evoluciona de forma jerárquica hasta lograr generar un elemento que encaje perfectamente con cada punto planteado. (Insertar imagen bocetos)

En la presentación es cuando surgen todas las inquietudes que la creación de la pieza gráfica pueda presentar y cabe destacar la importancia de este punto al mencionar que las correcciones dadas se encaminaron a la clarificación de cualquier interrogante que la imagen pudo reflejar ya sea referente al color, forma o significado. Todo esto con la finalidad de llevar el diseño al mejor producto final posible.

La fase final la comprenden el desarrollo y aplicación, donde todas las correcciones, cambios, la unión de ideas y cualquier tipo de problemática ha sido superada y será desarrollada en el siguiente capítulo. Cuando la pieza gráfica posee la aprobación final se comienza la realización de su manual de usabilidad en el cuál se explica el desarrollo de la comunicación identitaria, la aplicación correcta del logotipo y en definitiva como debe usarse para que mantenga la coherencia en sus futuras implementaciones. (Chaves, 1999)

2.2.2. Diseño de imagen para el sector artesanal

La conceptualización y diseño de una imagen corporativa para las artesanías se ha convertido en un factor de gran importancia, debido a que el hecho de tener líneas de productos marcadas y un mercado debidamente identificado, es necesario para ser reconocidos. En el caso de ACOPAAP de R.L. estas aplicaciones se diseñan de acuerdo a el tipo de artesanía representativa de Nahuizalco, con el objetivo principal potenciar el valor percibido y mejorar las competitividades de cada producto en el mercado.

2.2.2.1. Estudios previos

- Creación de Marca País para las artesanías salvadoreñas, para ser implementadas por el Ministerio de Turismo de El Salvador. Nace con el propósito de brindar una marca por medio de la cual se dé a conocer toda la artesanía de El Salvador, alrededor del mundo Basado en el esquema de marketing utilizado para la campaña de Pueblos Vivos que utiliza MiTur, se ha creado una Sello que respalde las culturas, las tradiciones, que serán reflejadas a través del arte en cada pieza e identificadas a través del nombre de "Obra y Arte", para que sea esta distintiva del trabajo de los salvadoreños, tomando en cuenta que por el momento las gremiales de esta área dependientes e independientes no se encuentran representadas por una misma marca. (Linares, I., Medrano, S. y Pleitez, M., 2010). Creación de Marca País para las Artesanías Salvadoreñas, para ser implementadas por el Ministerio de Turismo de El Salvador. Universidad Doctor José Matías Delgado, Antiguo Cuscatlán.
- Aporte del diseño gráfico a la museografía: Museo de la Cerámica de Ilobasco. Se plantea una propuesta de creación de identidad visual para el nuevo Museo de Cerámica de Ilobasco, luego de haber estudiado y analizado cada aspecto importante del municipio, de sus pobladores y sobre todo de los impulsores de dicho proyecto se da paso a la realización de dicha investigación para su efectiva proyección. Se destacan, además los beneficios que conlleva proponer una identidad para la presentación del nuevo museo, realizando un análisis de imágenes institucionales de museos internacionales, con el objetivo de tener un registro y evaluar la importancia que genera este tipo de identidades, todo esto con el fin de buscar un reconocimiento y posicionamiento del público al que se dirige. (Orellana Díaz, F. M., 2012). Aporte del diseño gráfico a la museografía: Museo de la Cerámica de Ilobasco. Antiguo Cuscatlán, El Salvador.
- En enero del año 2015 el Ministerio de Economía (MINEC) y la Universidad Tecnológica de El Salvador (UTEC) hicieron entrega de 27 propuestas de identidad visual corporativa a igual número de MYPES y cooperativas de los municipios de Usulután y Santa Ana. Estas identidades visuales fueron desarrolladas por alumnos de tercer año de la Licenciatura de Diseño Gráfico de

la UTEC, quienes además han elaborado un paquete de marca inicial para los microempresarios y cooperativistas, compuesto de productos promocionales, para que puedan palpar de primera mano los efectos positivos de aplicar su marca. (MINEC, 2015)

2.2.2.2. Carencia de identidad gráfica

La identidad gráfica pasa por diversos procesos de investigación y análisis detallados, donde su objetivo principal es proporcionarles a las empresas algo que los identifique entre todos los demás, donde proyecten su estilo y presencia hacia el competidor.

En el sector artesanal existe un gran error, que poco a poco debe de irse corrigiendo, las pequeñas o medianas empresas, consideran que la construcción de una marca es cuestión de tener recursos y presupuesto lo suficientemente extenso para la creación de la misma, por esa razón es exclusivamente para compañías o grandes empresas. Actualmente el mercado está incrementando de manera rápida y competitiva, el prescindir de una imagen, se convierte en una necesidad y prioridad, no una opción, sin embargo, en los casos en que las organizaciones que adoptan estos planes no siempre cuentan con el apoyo financiero para ser desarrollado en su totalidad, por lo que se deja de lado muchos elementos importantes que podrían llegar a definir el éxito de la marca. Este fue uno de los problemas identificados durante la etapa de construcción de la investigación, por ello, se busca que la realización de la identidad gráfica abarque elementos tantos de una correcta aplicación estética, como de una equilibrada inversión económica para obtener un resultado óptimo viable y duradero.

El objetivo de crear una identidad corporativa para ACOPAAP de R.L. es proyectar el profesionalismo, crear lazos entre clientes potenciales y destacar en el mercado artesanal. Por esta razón el carecer de una imagen es el mayor error que una pequeña o mediana empresa pueda ejecutar, ya que es la herramienta clave para la supervivencia, progreso y respuesta favorable con cada uno de sus clientes. El impacto que genera la aplicación de una identidad gráfica en un negocio o empresa se basa en el comportamiento de

los consumidores, asimismo a través de la imagen se potencian ventas o, por el contrario, su reducción.

En El Salvador el sector artesanal, está siendo apoyado por diversos programas para generar estímulos que faciliten la dignificación del sector mediante la toma de conciencia de su valor identitario, patrimonial y los derechos culturales de la población, cuyo propósito es la formalización en el sector artesanal. Es en este punto donde el diseño gráfico, brinda el apoyo necesario a cada negocio o empresa, construyendo así identidades para cada uno y de esa manera poder posicionar a cada producto y ser diferenciado en el mercado.

2.3. Importancia de la identidad gráfica para destacar en el mercado artesanal

El diseño gráfico es de vital relevancia en el desarrollo productivo de una marca y no solamente a nivel visual, sino también por los alcances comerciales que este puede traer a corto o largo plazo, siempre y cuando sea correctamente aplicado. Es así como se pueden mencionar ciertos aspectos que se han tomado en cuenta para beneficiar a la marca de ACOPAAP de R.L. como herramientas para su posicionamiento dentro del mercado artesanal.

2.3.1. Beneficios

El principal objetivo de las organizaciones que implementan una identidad corporativa de calidad es lograr lealtad en los consumidores, lo que a su vez genera mayor número de ventas y por consecuencia aumento en los ingresos de la empresa (Pleitez, A. 2011). La investigación de una imagen corporativa sólida para ACOPAAP de R.L. proporciona herramientas que a largo plazo benefician la proyección comercial alcanzando niveles de competitividad y por ende crecimiento tanto operativamente como en los resultados económicos. El modelo implementado en la Cooperativa, permitió potenciar los factores antes señalados mediante la incorporación de procesos creativos, la incorporación de los artesanos en las decisiones, creación adecuados flujos de comunicación y el fortalecimiento de las relaciones con los clientes; con lo que se logra incrementar la demanda y por tanto el cumplimiento de los objetivos de la Cooperativa.

Partiendo del hecho que una empresa u organización subsiste en la medida que se desarrolla con su entorno, es comprensible que las empresas decidan alcanzar una imagen positiva frente a los clientes, ya que, a partir de esta condición básica, inicia una transacción comercial.

Las personas se interesan por el producto o servicio que perciben, se preocupan por identificar quien lo ofrece, cada vez con mayor intensidad. Esto conlleva a que se busque que ACOPAAP de R.L. adapte estas exigencias informativas para satisfacer las necesidades del mercado. Es por ello, que se desarrolla en el contexto el concepto de imagen corporativa. En resumen, el principal propósito de una correcta imagen corporativa consiste en que ésta se configure en la mente del público, de forma que no experimente desviaciones con la identidad a la que la institución pretenda asociarse.

Al implementar la identidad corporativa de ACOPAAP de R.L., se alcanzó un mayor nivel de comunicación efectiva, hecho que repercute en un mayor desarrollo, una mejor percepción del público, una buena reputación dado que el valor de la asociación se logra no solo por su evolución económica, sino por otros factores involucrados. En pleno siglo XXI, era de la información, el éxito de cualquier institución, organización o empresa depende en gran medida de su acertado manejo de la imagen corporativa (Menéndez, F., 2012).

Una empresa con un fuerte estudio de imagen, en muchos casos, se traduce como una empresa exitosa. Es por eso que se busca que el público asocie la calidad de los productos elaborados en la Cooperativa con la forma de presentación de este, lo que le permite desarrollar un valor económico aumentado que se proyecta como ganancias a largo plazo. El diseño unificado, constante y funcional de los protocolos de comunicación, junto a la presencia externa, los mensajes que envía a los receptores, en este caso los consumidores, crea fuertes lazos de confianza y lealtad de los clientes hacia la compañía.

Existen diversas estrategias competitivas en las que se puede basar la Cooperativa para poder lograr un impacto positivo en el cliente, entre las que se mencionan las siguientes: diseño y colores tanto de marca como su publicidad, mayor disponibilidad y cobertura geográfica, tipos de mensajes

entregados, originalidad, llamar la atención con imágenes mostradas en cada aviso, comentarios de terceras personas, emociones que se vean reflejadas, realización de eventos, creatividad y atractivo de cada mensaje, beneficios funcionales de la marca, relación e inclusión con la cultura, mostrar nuevas e innovadoras actividades.

La presencia de marca es una estrategia que ha venido dando excelentes resultados, con el propósito de llevar la marca fuera de ámbito tradicional. Resulta de las mejores opciones para darse a conocer entre el público y asimismo obtener preferencia por parte de ellos. Todo esto refuerza los vínculos y también genera una muy buena primera impresión si es el caso que no aún no se conoce. Los diferentes productos y servicios que ofrece ACOPAAP de R.L. brindan una experiencia entre producto y consumidor, con la realización de actividades innovadoras, poniendo en prácticas ideas creativas y atractivas en las que se pueda llegar a proyectar y transmitir un mensaje claro y emotivo; esto da una pauta para poder ser recordado y tener una mejor presencia en el mercado, así como también satisfacer las necesidades del cliente, estar más cerca de ellos y comunicar valores y la cultura de la Cooperativa, esto genera buena experiencia y buen posicionamiento hacia una imagen positiva (Digital Server, 2012).

La personalidad de la empresa y su simbología es por la que se trasmite, quién, qué es, qué y cómo lo hace (Dib, Y., 2012). Al momento de implementar esta etapa dentro del desarrollo de imagen corporativa de ACOPAAP de R.L. se buscó que los elementos que se perciben desde el primer instante en el que da comienzo la relación entre marca y cliente, generaran impresión y recordación del mismo; como también la calidad de servicio y producto que se está proporcionando, proyectando el profesionalismo y el poder satisfacer de la mejor manera las necesidades del consumidor.

2.3.2. Proyección

La mayoría de consumidores tienden a pensar que el producto posea precio alto se asocia a una calidad superior, debido a esto la implementación de la identidad corporativa para ACOPAAP de R.L. aumenta la calidad percibida, por

ende, podrá ofrecer la posibilidad de cobrar un precio más elevado, dando como resultado un incremento en el margen de ganancia. Si la identidad corporativa es fuerte, se recuerda y consiguiera repetición de compra.

Podemos mencionar que unos de los puntos más relevantes a destacar dentro del diseño gráfico es el posicionamiento, ya que esta permite colocarse en un lugar superior en muchos ámbitos, sean laborales, promocionales, comerciales o de cualquier otra índole. Espinosa (2014) afirma que «El posicionamiento se construye por medio de la comunicación activa de los atributos, esto se puede lograr a través de la implementación de un buen slogan, logotipo o con un correcto manual de identidad gráfica». Permitiendo así destacar en el mercado, principalmente en uno donde la búsqueda por la exclusividad, la innovación y la identificación del consumidor hacia el producto sea un factor clave de consumo, como lo es el sector artesanal.

El diseño gráfico no solamente busca la identificación de la marca por medio de un referente visual, sino también generar beneficios que permitan a dicha marca aventajarse dentro del campo en el que se desarrolle, es así como sus cualidades implementadas en la línea gráfica para ACOPAAP de R.L. se convierte en focos de interés dentro del mercado, dicho de otra manera podemos explicar que la ventaja que este diseño propone a la Asociación, consiste en obtener «una propiedad diferencial única, algo que dentro de su rubro genere un impacto por su particularidad, lo que permite trascender a nuevos mercados y sobrepasar barreras comerciales» (Rachid, M. 2009).

La aplicación del diseño gráfico para la Cooperativa, permite la ampliación de su impacto en nuevos niveles en los que inclusive muchas veces no se tenía pensado incursionar, es así como podemos decir que la apertura dentro del mercado es uno de los objetivos primordiales que se deben destacar como parte de las ventajas. La búsqueda de apertura hacia nuevos mercados por parte de ACOPAAP de R.L. es uno de sus objetivos principales, lográndolo por medio del impacto que la misma genera ya sea a nivel local, regional o internacional por medio de su marca, lo que le permite posicionarse en mejores espacios, más profesionales y con mejor rentabilidad y comercialización, ya que se considera que el producto al poseer una mejor imagen comercial posee

un valor adicional al que podría ofrecer cualquier otro comerciante del mismo rubro.

2.4. Conclusión del Capítulo

Por medio del estudio de la identidad gráfica para ACOPAAP de R.L se puede verificar el grado de importancia de este, como factor determinante para el desarrollo profesional, el crecimiento económico y el posicionamiento comercial dentro del mercado artesanal altamente competitivo, es a través de la implementación de los diversos elementos que conforman una identidad gráfica, así como distintos factores que complementan una marca que se pueden generar alternativas que permitan un impulso positivo y constante en la institución, lo cual permitirá no solamente mantenerse dentro de éste mercado, sino también beneficiar exponencialmente sus alcances hacia nuevos espacios en los que posteriormente se deseen incursionar.



C A P I T U L O I I I

Aplicación de Manual de Identidad Gráfica

En este capítulo se define y desarrolla la etapa final de la investigación, en la que se expone el proceso de la implementación del manual de identidad gráfica para ACOPAAP de R.L., de igual manera el diseño y construcción de un catálogo de productos artesanales, además de un plan de medios con su respectiva puesta en marcha y verificación de resultados.

Capítulo III. Aplicación de Manual de Identidad Gráfica

3.1. Elementos que componen un manual de identidad gráfica.

Un manual de identidad gráfica contiene diversos elementos que se apegan a las necesidades de cada institución o empresa a la que sirve, sin embargo, es importante seleccionar aquellos que solventen de manera específica los requerimientos de la entidad que lo aplica. En esta investigación se han identificado cuatro componentes fundamentales que conformarán el Manual de Identidad Gráfica para ACOPAAP de R.L.

3.1.1. Marca

Según la Asociación Americana de Marketing, marca es un nombre, un término, una señal, un símbolo, un diseño, o una combinación de alguno de ellos que identifica productos y servicios de una empresa y la diferencia de los competidores.

La marca de ACOPAAP de R.L. está conformada por un isotipo que se refiere a la parte simbólica de la marca y un logotipo el cual es la formación de las palabras. La construcción del isotipo de la Cooperativa está conformada por tres apartados primordiales:

3.1.1.1. Forma

Esta representa la simplificación del entretejido de la fibra natural de la palma del petate, utilizada en productos artesanales de la región.

3.1.1.2. Color

El isotipo se conforma de 4 colores representativos de la zona, dichos colores fueron seleccionados gracias al estudio de marca del municipio realizado por la alcaldía y USAID en el año 2016.

- **Verde:** Simboliza la riqueza de los recursos naturales (flora).
- **Naranja:** Representa la calidez de los habitantes.
- **Morado:** El arraigamiento de la tradición religiosa católica perteneciente a la temporada de la cuaresma el cuál es uno de los períodos más representativos del año litúrgico.
- **Celeste:** Los abundantes mantos acuíferos.

3.1.1.3. Composición

La forma en la que se representa el isotipo evoca la unión de trabajo en equipo,



Imagen N° 12. Construcción del isotipo para ACOPAAP de R.L. Fuente: Equipo Investigador. 2016

por medio del entrelazado de las manos de cada miembro de la cooperativa.

3.1.2. Color y tipografía

En este apartado se presentan los diversos componentes técnicos que conforman y definen la identidad del isologotipo, además de sus consideraciones al momento de su aplicación en cualquier soporte de comunicación; sea impreso, digital o de cualquier otra índole.

Es importante definir la manera en que las comunicaciones tanto interna como externa mantengan una armonía entre su practicidad y su estética que junto a todo esto responda siempre a la línea gráfica corporativa. Basado en lo anterior se ha utilizado una tipografía «Sans Serif» que refleja simplicidad, legibilidad, estilización y fácil recordación por su composición minimalista.

3.1.3. Aplicaciones

Como se ha definido en los apartados anteriores, el manual de identidad gráfica presenta lineamientos que definen una imagen concreta. En este sentido, incluye aplicaciones del logotipo en diferentes plataformas de comunicación como papelería, embalaje, entre otros usos. Dentro de cada área se definen elementos en específico que siguen los aspectos gráficos creando unidad en el diseño y que en conjunto conforman la identidad de ACOPAAP de R.L. En papelería, por ejemplo, se encuentran las tarjetas de presentación, hojas membretadas, sobres comerciales, carpeta corporativa, factura comercial, afiches. Para distribución de sus productos se han elaborado dos tipos de embalaje prácticos como lo es una bolsa de papel reciclado y una caja de cartón para productos de grandes dimensiones y para su fácil exportación, todo esto acorde a la imagen de la Cooperativa.

3.1.4. Terminología

Es necesario mencionar diferentes términos técnicos para una mejor comprensión del manual de identidad y su correcta implementación, es por ello que se elaboró un glosario con definiciones de los conceptos relevantes que abarca dicho documento.

3.2. Implementación del manual de identidad para mejorar el posicionamiento de ACOPAAP de R.L.

El proceso de aplicación del manual de identidad se realizó en tres etapas en donde la participación de los artesanos fue clave para el desarrollo de cada una.

3.2.1. Desarrollo de propuesta

En esta etapa inicial se concertaron reuniones con los miembros de la Mesa de Desarrollo Artesanal de Nahuizalco, en las cuales se expuso el perfil del proyecto, sus beneficios y la metodología para ser ejecutado. En estas reuniones se recopiló el listado de los miembros de la Mesa con el objetivo de conocer de una manera más detallada el perfil de cada artesano y así lograr obtener una visión completa del trabajo que realizan, para encaminar la investigación en

función de las necesidades identificadas.

Durante este proceso, fue muy importante generar una línea de comunicación entre los miembros de la Mesa, quienes expusieron las problemáticas en cuanto a identidad visual se refería, gracias a ello se permitió iniciar el proceso creativo para beneficiar el desarrollo de la marca, dentro del cual se plantearon dos momentos: Brainstorming y conceptualización.

Brainstorming. La técnica conocida como brainstorming o tormenta de ideas es una forma efectiva de generar cantidades de ideas sobre un asunto específico para luego determinar qué idea o ideas presentan la mejor solución (Salmerón, 2012). La aplicación de esta técnica se realizó en conjunto con la Mesa con el propósito de recopilar todas aquellas palabras claves que permitió sintetizar una idea o concepto que reforzó el diseño de la marca ACOPAAP de R.L., A continuación, se presenta una tabla con las palabras que surgieron durante la lluvia de ideas (véase tabla N°1.).

Frase de Origen: Cooperativa de Artesanos - Nahuizalco		
Fibra	Artesanía	Entretejido
Unión	Hecho a mano	Mimbre
Petate	Muebles	Tradición
Nahuizalco	Arte	Diseño
Religión	Artesano	Objeto
Raíces	Natural	Calidez
Detalles	Cooperación	Semillas
Pueblo	Manos	Comercio
Ruta de las flores	Asociación	Naturaleza
Tule	Canastas	Madera
Texturas	Bambú	Árbol
Palma	Colores	Vivo
Alegría	Venta	Joyería
Cuatro Izalcos	Numerología	Recursos

Tabla N°1 - Lluvia de ideas. Fuente: Equipo Investigador.

Una vez completa la lluvia de ideas, se procedió a seleccionar aquellas palabras que permitieron la construcción de propuestas del isologotipo para la Mesa de Artesanos (Véase tabla N°2).

Unión	Petate	Fibra
Entretejido	Manos	Cooperación
Calidez	Tradicición	Naturaleza
Colores	Detalles	Mimbre
Cuatro Izalcos	Recursos	Numerología

Tabla N°2 - Palabras claves. Fuente: Equipo Investigador.

Conceptualización. El conceptualizar un diseño, permitió plasmar la forma y función de un objeto, para ello la recolección, el manejo y la organización de la información relevante del tema facilitó el análisis, evaluación y ejecución del diseño ideal para el manual de identidad gráfica.

- **Análisis:** en esta fase se utilizaron los comentarios de los artesanos y la lluvia de ideas como herramienta que facilitó la construcción de un concepto a partir del cual se construyó la marca de ACOPAAP de R.L. Con lo anterior se determinó que la fibra natural es un elemento representativo del municipio de Nahuizalco, siendo la base iconográfica para la creación de lo que actualmente es el isotipo de la Cooperativa.
- **Evaluación y ejecución:** Luego del análisis se abordó la siguiente etapa, involucrando la presentación de propuestas para la posterior selección de un diseño preliminar de la marca ACOPAAP de R.L., que fue el punto de partida para la generación del manual de identidad gráfica.



ACOPAAP de R.L.



ACOPAAP de R.L.



ACOPAAP de R.L.



ACOPAAP de R.L.

Imagen N° 13. Propuestas de logotipo para ACOPAAP de R.L. Fuente: Equipo Investigador. 2016

3.2.2. Presentación de propuestas

La presentación de las propuestas gráficas a los miembros de la Cooperativa comprendió una de las etapas principales en el avance de la investigación, en ella las observaciones de los artesanos jugaron un papel decisivo en el proceso de diseño, construcción y desarrollo del isologotipo y por consecuencia del manual de identidad gráfica. Durante el primer acercamiento de la Mesa de Desarrollo Artesanal, con la propuesta de la marca ACOPAAP de R.L. se realizó una ronda de preguntas con el propósito de conocer las opiniones de los beneficiados y a partir de ello mejorar el diseño. En este punto se planteó la utilización de cuatro colores (implementados previamente en el diseño de identidad gráfica de Nahuizalco, promovida por la municipalidad y USAID en el año 2016).



Imagen N° 14. Diseño preliminar de isologotipo para ACOPAAP de R.L. Fuente: Equipo Investigador. 2016

Los pasos que se siguieron posteriormente, constituyeron la depuración e implementación de las observaciones realizadas por los miembros de la Cooperativa, las cuales fueron llevadas a cabo para su aprobación final.



Imagen N° 15. Versión principal de Isologotipo para ACOPAAP de R.L. Fuente: Equipo Investigador. 2016

3.2.3. Implementación del manual de identidad gráfica

Con el diseño de la marca de ACOPAAP de R.L. aprobado por los artesanos, se procedió a la creación de la línea gráfica para el manual de identidad, en donde el isotipo fue la base primordial para unificar los elementos que componen el documento. Asimismo, la implementación de la marca permitió la elaboración de diversas aplicaciones en papelería como tarjeta de presentación, carpeta corporativa, factura comercial, hoja membretada y sobres; además propuestas de embalaje entre las cuales están cajas contenedoras de diferentes dimensiones, bolsas de papel y viñetas para los productos artesanales.

Para las actividades de implementación fue necesario instruir a los artesanos en el uso del manual a través de una charla en la que se destacó de manera específica la forma correcta de aplicar cada uno de los elementos comprendidos dentro de los lineamientos gráficos en muchas de las situaciones en la que se podrían ver involucrados desde el momento de su aplicación formal en adelante. Es así como se hizo entrega oficial al presidente de la Cooperativa, el manual de identidad gráfica de ACOPAAP de R. L., esperando su puesta en marcha para así posteriormente medir sus resultados.

3.3. Implementación de catálogo de productos artesanales pertenecientes a ACOPAAP de R.L.

Como parte del conjunto de piezas gráficas elaboradas en la investigación, se consideró de vital importancia la creación de un catálogo de productos artesanales como medio de promoción y exposición de las piezas que cada miembro de la Cooperativa consideró como elemento representativo de su trabajo. Previo a la presentación de dicho catalogo se desarrollaron varios puntos claves que contribuyeron a la resolución de las necesidades planteadas por los artesanos de ACOPAAP de R.L.

3.3.1. Importancia de la creación de un catálogo de productos como herramienta de promoción.

Un catálogo de productos permite brindar una apertura hacia nuevos mercados que posteriormente no habían podido ser explorados, se define cómo catálogo a una lista o relación ordenada, con algún criterio de objetos en venta, de una persona, empresa o institución, que generalmente contiene una breve descripción del objeto relacionado y ciertos datos de interés que se fijan en función al público al cual va dirigido.

A pesar del crecimiento exponencial de las plataformas virtuales para la promoción de productos, los catálogos impresos continúan siendo una gran herramienta de marketing que permite facilitar información de manera presencial en salas de venta. Según la empresa Blog and Remember Bussines la eficacia de un catálogo impreso radica en la actitud de exploración activa que adopta el cerebro al leer un documento físico, por lo tanto, la persona que explora un catálogo impreso estará con una predisposición mayor para estudiar el contenido del mismo.

La creación de un catálogo no es únicamente una herramienta publicitaria, sino que forma parte de la identidad corporativa de ACOPAAP de R.L., es por ello que la producción de esta pieza gráfica permitió abonar a la difusión de los productos elaborados por los artesanos de la Cooperativa.

3.3.2. Selección de productos estrella.

Previo a la creación de un registro visual para el catálogo se realizó una selección de piezas, la cual estuvo basada en los productos de mayor movimiento comercial considerados como «Productos Estrella», estos se definen como aquellos que poseen alta participación y crecimiento comercial dentro del mercado. (Lilian Cholota, 2010)

La selección de productos fue consensuada junto con los artesanos, de manera que permitiera cubrir una cantidad considerable de piezas y que todos fueran partícipes de manera equitativa dentro del catálogo, es por ello, que se seleccionaron tres artículos por cada artesano, las cuales se clasificaron por

materiales de elaboración para que de esta manera se pudiera organizar de forma más precisa y comprensible el documento.

3.3.3. Registro fotográfico de productos.

Una vez realizada la selección de los artículos, se procedió al registro de piezas por medio de fichas donde se solicitaba datos del artesano como del producto expuesto (véase tabla N°3), además de la toma de fotografías de las mismas, buscando obtener una imagen clara y fiel que permitiera su montaje en el catálogo de productos.

LISTA DE PRODUCTOS PARA CATÁLOGO	
Nombre de taller	
Nombre de artesano	
Producto	
Material	
Precio - Público	
Dimensiones aproximadas	

Tabla N°3. Ficha técnica de productos artesanales. Fuente: Equipo Investigador.

3.3.4. Construcción y diseño de catálogo de productos artesanales.

Obtenidos ya todos los elementos necesarios para la creación del catálogo se continuó con la construcción, diseño y maquetación de dicho documento, para esto se tomó en cuenta la línea gráfica establecida previamente en el manual de identidad gráfica, de manera que hubiese un diseño unificado.

El catálogo fue diseñado con una estructura que abarca todos los aspectos determinantes que permitan una comprensión de todo su contenido, fue organizado de acuerdo al tipo de materia prima con la que ha sido elaborado el producto, en función a esto, se diseñó un sistema iconográfico de identificación para cada material de la que está hecha una pieza, donde se observa cada icono con su respectiva descripción (Vease Imagen N° 16).



Imagen N° 16. Iconografía de materia prima. Fuente: Equipo Investigador. 2016

3.3.5. Finalización de la muestra gráfica del catálogo.

Como parte final de la implementación del catálogo se encuentra su presentación ante los miembros de la Cooperativa y entrega del documento impreso que permitió poner en marcha la comercialización de sus productos de una manera formal y ordenada, sin embargo, a pesar de que la entrega de estos elementos ha sido física, no se le ha restado importancia al uso de plataformas digitales como herramienta alternativa de promoción y comercialización, es por esto que se hizo entrega de copias digitales para poder ser utilizadas en medios electrónicos y facilitar su actualización y distribución. Es relevante mencionar que la presencia en Internet no ha restado valor a estas publicaciones si no que la complementa. Una adaptación de esos mismos catálogos en formato digital permite llegar de una forma más rápida a un número muy elevado de potenciales clientes.

3.4. Elaboración de plan de medios para la verificación de la efectividad del manual de identidad gráfica.

El plan de medios a utilizar tiene por objetivo analizar y seleccionar de la manera más oportuna las vías de comunicación que llevarán los mensajes publicitarios hacia el público target (público objetivo). La toma de decisiones para la elaboración del plan de medios está fundamentada a partir de puntos específicos que definirán los resultados que se desean alcanzar, como lo son:

Medios de comunicación a emplear (tradicionales o alternativos): este punto se consideró para la distribución de pautas promocionales de la Cooperativa, la utilización de medios de comunicación alternativos, específicamente la red social denominada «Facebook» como plataforma de promoción y medición de resultados, esto en función de la facilidad de manejo, accesibilidad y cobertura de dicha red para la generación de publicidad.

El espacio temporal donde se concentrará la publicidad: es aquí donde se definió cuál será el lapso en el que se difundirán los mensajes publicitarios con una mayor intensidad, con el objetivo de establecer un precedente de la marca. Además, se publicaron diversas pautas en las que se dan a conocer el significado de la Cooperativa, materiales con los que trabajan y muestras fotográficas del catálogo

de productos artesanales pertenecientes a ACOPAAP de R.L.

La frecuencia de realización de pautas: según un estudio de Marketing de Social Media elaborado por Dan Zarella, reconocido experto en «Social Media», la realización de pautas en redes sociales debe ser implementada de manera estratégica para obtener los mejores resultados. Dicho estudio define una selección de días y horas específicas en las que se obtiene un mayor tráfico de usuarios dentro de Facebook, asimismo se pueden mencionar formas establecidas para generar contenido publicitario y métodos de administración óptimos para presupuestos limitados. Todo lo anterior permitió la elaboración de un calendario de publicaciones en las cuales se seleccionaron aquellas que tuvieran mayor impacto en el target definido.

3.4.1. Plan de Medios

Para el diseño del plan de medios de ACOPAAP de R.L. se consideraron seis apartados que comprenden información relevante acerca del propósito, la metodología de implementación y análisis de los resultados.

3.4.1.1. Briefing

Para la correcta elaboración de un plan de medios, previamente se debe contar con un brief de la organización o empresa que permita conocer el estado actual de las comunicaciones de dicha institución. Dentro de este brief se contemplaron los valores culturales y principios de ACOPAAP de R.L., así como también la categoría de productos y/o servicios que brindan. Asimismo, se consideraron también apartados como el reto de marketing, las ventajas ante la competencia y los antecedentes de ACOPAAP de R.L.

ACOPAAP de R.L. es una Cooperativa conformada por artesanos originarios del municipio de Nahuizalco, quienes elaboran productos innovadores con materiales propios de la región. A raíz del crecimiento en el desarrollo económico del sector turístico de la zona, se buscará dar a conocer, desde un punto de vista más comercial, el trabajo de los artesanos (productos artesanales) pertenecientes a la Cooperativa y posicionarla como un referente de la producción artesanal nacional.

La Cooperativa es beneficiado por el apoyo institucional de CONAMYPE, quien desarrolla el papel de brindar formación y capacitación profesional a los miembros de la Cooperativa. Otro de los elementos que permite destacar a ACOPAAP de R.L. es la formalización de una línea gráfica y estrategia comercial conformada por el desarrollo total de un manual de identidad, catálogo actualizado de sus piezas, un plan de medios estratégicos para el posicionamiento en el mercado artesanal y la constante capacitación brindada por diversas instituciones para la fabricación de productos innovadores.

Como parte de los beneficios que brinda el Centro de Desarrollo Artesanal (CEDART) es la facilitación de una sala de ventas para la comercialización de los productos elaborados por los miembros pertenecientes a la Mesa de Desarrollo Artesanal.

3.4.1.2. Objetivos

- Generar una campaña de social media que favorezca la percepción de ACOPAAP de R.L. mediante contenido estratégico para la recordación de marca.
- Mantener la marca ACOPAAP de R.L. en el «Top of Mind» del público objetivo a través del uso de la plataforma Facebook.

3.4.1.3. Target

Los productos artesanales están dirigidos a un público en un rango de edad entre 18 y 85 años, que posean gustos por las piezas artesanales elaboradas a mano y con productos naturales innovadores y originales, residentes de El Salvador y extranjeros entre clase media y alta.

La Cooperativa está orientada hacia adultos entre 18 y 85 años de edad, específicamente a turistas nacionales y extranjeros que posean gustos por los productos elaborados de manera artesanal, los detalles y la calidad en cada una de sus piezas. Por medio de la investigación de target se ha recopilado información empírica a través de testimonios brindados por los artesanos de la Cooperativa sobre las tendencias de compra en el sector artesanal, entre

los cuales destacan la calidad de los productos como factor principal, su accesibilidad de costo, innovación de productos y materias primas sostenibles y eco-amigables.

3.4.1.4. Selección de Medios

Redes Sociales: Facebook se toma como principal fuente de promoción por su rápido alcance, su facilidad de uso, su bajo costo publicitario y su asertividad a la hora de seleccionar el público target hacia el cual se dirige. Además, permitirá mantener una constante actualización y medición de resultados de manera precisa e interpretable; la utilización de Facebook permitirá también una interacción más directa y personal con el público target, lo que ampliará las posibilidades de adquisición sin necesidad de trasladarse a la sala de ventas ahorrando tiempo y evitando inconvenientes de horario y accesibilidad.

Para administrar la página de Facebook se creó una Comisión de Comunicaciones para la Cooperativa la cual coordinará el manejo del contenido y sus integrantes son responsables del mantenimiento, actualización de la página y de la atención al cliente.

3.4.1.5. Objetivos de Medios

Dentro de los objetivos de medio se puede resaltar la búsqueda rápida de promoción y posicionamiento dentro de la mente del consumidor, también la facilidad de venta a través de métodos como la reserva, pedidos especiales o mayoreo. Cabe destacar que como parte de la finalidad del plan de medios estuvo contemplada la expansión a nuevos mercados tanto locales como internacionales.

3.4.1.6. Presupuesto

Una de las partes contempladas dentro del plan de medios, fue la promoción pagada de la página de Facebook de la Cooperativa, dichos costos fueron asumidos por el equipo investigador, para la cual se realizó un cuadro presupuestario con opciones enfocadas a la capacidad de inversión del alcance requerido que proporciona Facebook en su plan de promoción (Véase

tabla N°4).

MEDIO	COSTO POR DÍA	ALCANCE	N° DE PAUTAS AL DÍA	DURACIÓN	TOTAL
Facebook	\$3.00	30 likes por día	1	7 días	\$21.00
Facebook	\$3.00	30 likes por día	1	14 días	\$42.00
Facebook	\$3.00	30 likes por día	1	28 días	\$84.00

Tabla N°4 - Presupuesto. Fuente: Facebook.com/Acopaap de R.L.

3.4.2. Resultados

En la etapa final de la implementación del plan de medios para la marca ACOPAAP de R.L. se realizó un análisis de los resultados obtenidos en función del tráfico de usuarios en la red social Facebook, la cantidad de «Me Gusta» fue el factor determinante para definir el cumplimiento de los objetivos planteados y establecer un precedente en la Cooperativa para futuras campañas publicitarias digitales.

Para comenzar a generar contenido dentro de la página de Facebook, se tomó en cuenta las medidas del alcance de las publicaciones, para ello se generaron opciones de presupuesto se adecuarán a las necesidades de la Cooperativa, se optó por un presupuesto moderado que cumpliera con las expectativas deseadas. El presupuesto invertido fue de tres dólares diarios por un período de catorce días, sumando un total de US\$42.00 esperando llegar a un estimado de entre 1000 y 1500 seguidores de la página al final del período. Se consideró, dentro del plan, que el público objetivo pudiera conocer el trabajo de la Cooperativa, para lograr de esta manera las metas propuesta en el documento.

Durante la primera semana de la puesta en marcha de las actividades de promoción de la página de la Cooperativa, se desarrolló una campaña de expectación y una informativa, cuya finalidad fue la de generar interés y captar la mayor cantidad de usuarios posibles y de esta manera poder tener un estimado

de cuál podría ser el alcance total al que llegaría la página durante el período de financiamiento. Los resultados generados cumplieron con las expectativas planteadas.

La segunda semana se enfocó directamente a generar la distribución de pautas para promocionar los productos artesanales, con el propósito que los seguidores de la página, una vez estuvieran familiarizados con el contenido informativo, pudieran tener una muestra más amplia de la producción de piezas elaboradas. Al igual que en la primera semana, estos resultados fueron positivos, ya que se logró alcanzar el rango estimado durante la construcción del plan. Se elaboró una tabla en la que se clasificaron las pautas para las dos semanas de promoción, midiendo su alcance en función de las personas que vieron la publicación, esto quiere decir que la imagen apareció en noticias de los perfiles del target definido a la hora de promocionar las publicaciones pagadas, cabe recalcar que no necesariamente se debe interactuar con la publicación para ser medido por el alcance (interactuar significa dar «Me Gusta» a la publicación)

Contenido	Alcance	Interacción
 <p>NAHUI ZALCO EL SALVADOR</p>	415 personas	22 personas
 <p>NAHUI ZALCO EL SALVADOR</p>	418 personas	19 personas

 <p>418 personas</p> <p>12 personas</p>	
 <p>315 personas</p> <p>7 personas</p>	
 <p>261 personas</p> <p>15 personas</p>	
 <p>288 personas</p> <p>11 personas</p>	

 <p>Madera</p>	187 personas	8 personas
 <p>Fibra Natural</p>	269 personas	7 personas
 <p>Lazo</p>	222 personas	10 personas
 <p>Cuero</p>	365 personas	11 personas

 <p>ACOPAAP de R.L.</p> <p>PRODUCTOS ARTESANALES</p>	<p>198 personas</p>	<p>8 personas</p>
 <p>ACOPAAP de R.L.</p> <p>PRODUCTOS ARTESANALES</p>	<p>262 personas</p>	<p>8 personas</p>
 <p>ACOPAAP de R.L.</p> <p>PRODUCTOS ARTESANALES</p>	<p>305 personas</p>	<p>15 personas</p>
 <p>ACOPAAP de R.L.</p> <p>PRODUCTOS ARTESANALES</p>	<p>150 personas</p>	<p>10 personas</p>

	295 personas	8 personas
	335 personas	6 personas

Tabla N° 5. Resultados publicaciones. Fuente: Facebook.com/Acopaap de R.L.

RESULTADOS GENERALES DE LA PÁGINA DE ACOPAAP DE R.L.	
N° de Me Gusta de la página	1150
Total de Me gusta de las publicaciones	177
Alcance de las Publicaciones	4706

Tabla N° 6. Resultados Generales. Fuente: Facebook.com/Acopaap de R.L.

3.5. Resultados de la investigación

Como parte de los resultados de investigación se pueden mencionar aquellos enfocados en función de los beneficios que tanto la Cooperativa como el grupo investigador han logrado obtener durante el transcurso del proyecto. Gracias a la apertura de los artesanos de ACOPAAP de R.L. se han creado vínculos entre el sector artesanal y el área de diseño gráfico de la Universidad de El Salvador, que abre paso a futuros proyectos de cooperación que beneficien a este rubro. Además, se generaron conocimientos teóricos y técnicos sobre identidad gráfica así como también en el área artesanal, que serán implementados en el desarrollo futuro de la Cooperativa posibilitando además formalización en sus labores cotidianas creando una mejor imagen frente a otras instituciones que requieran

estándares complejos en la calidad de presentación de sus propuestas.

Durante el desarrollo de la investigación se instruyó a los artesanos en la utilización de herramientas alternativas para la promoción de su marca y sus productos, en este punto Facebook fue la plataforma digital que propició un mayor alcance de la publicidad de la Cooperativa.

El equipo investigador ganó experiencia práctica tanto en la implementación de un proyecto de investigación como en el desarrollo de una consultoría formal en el área de diseño gráfico, ya que al estar inmerso en el proceso formativo se pudo comprobar las problemáticas y ventajas que se presenta en la aplicación y construcción de dichos proyectos.

3.6. Conclusión del capítulo

El diseño de un manual de identidad gráfica se construye en diversas etapas, en donde la participación de los beneficiados es clave para su desarrollo, además de la organización sistemática de contenido para poder guiar de una manera óptima el proceso, con ello se garantizan resultados positivos y un mejor posicionamiento en la mente del público target, generando un crecimiento comercial y promocional mejorando la imagen de la marca ACOPAAP de R.L.

COROLARIO

Conclusiones

A partir de la realización y proceso de investigación con el nombre Aplicación de Identidad Gráfica como herramienta de posicionamiento en el mercado artesanal para la Asociación Cooperativa de Productores Agropecuarios Y Artesanales Patashca (ACOPAAP de R.L) del municipio de Nahuizalco, departamento de Sonsonate. 2016, el equipo investigador concluye lo siguiente:

- Nahuizalco es uno de los municipios más representativo de la zona occidental del país en cuanto a artesanías se refiere; en los últimos 10 años la actividad económica ha incrementado exponencialmente gracias a la participación de la municipalidad y la influencia de instituciones con programas de apoyo al sector artesanal.
- La incidencia del factor social ha afectado en menor escala a la producción artesanal, gracias al constante esfuerzo por la organización de la comunidad y el mantenimiento de las costumbres, tradiciones e identidad cultural.
- El oficio predominante en el municipio de Nahuizalco es la elaboración de artesanías, la mayoría de habitantes depende de este rubro para subsistir aprovechando las vinculaciones con instituciones externas que representan oportunidades de negocio.
- El desarrollo de las cooperativas presenta ventajas y beneficios para los artesanos independientes, entre las cuales se pueden mencionar la oportunidad de expandirse tanto en el mercado nacional como internacional, así como también se propician prácticas democráticas para satisfacer las necesidades grupales.
- Se determina a través de esta investigación la necesidad por generar una identidad que defina las características y valores de los artesanos ya que es un agente de significativa importancia en la conformación de organizaciones.
- Las pequeñas empresas no consideran importante el desarrollo de una identidad corporativa ya que suponen que la creación de una marca es cuestión de tener un presupuesto extenso. Sin embargo, el contar con una imagen es una necesidad

para lograr posicionarse en el mercado.

- La investigación de una imagen corporativa sólida para ACOPAAP de R.L. brindará herramientas que a largo plazo beneficiaran la proyección comercial alcanzando altos niveles de competitividad, logrando que esta se configure en la mente del público.
- Al aplicar la identidad corporativa es importante que las instituciones cuenten con lineamientos para el correcto uso de la línea gráfica.
- El catálogo impreso resultó ser una gran herramienta de marketing que permitió facilitar información de manera presencial en salas de venta y plataformas electrónicas, que abonó a la difusión de los productos elaborados por los artesanos de la Cooperativa.
- Con una guía de promoción de mensajes publicitarios se pueden alcanzar nuevos mercados, crecer económicamente, ya que establece pautas a seguir para crear una línea de comunicación acorde a la identidad corporativa. Un plan de medios con objetivos claros y selección adecuada de los canales de comunicación garantizará el éxito de la marca.

Logros

- ACOPAAP de R.L. cuenta con un Manual de Identidad Gráfica, catálogo de productos y un plan de medios que servirán como herramientas de posicionamiento en el mercado artesanal.
- Con la creación de un Manual de Identidad Gráfica ACOPAAP de R.L. poseen conocimientos técnicos para el correcto uso de una marca.
- Contribuimos a la expansión de la Cooperativa a través del uso de la plataforma digital Facebook.
- El documento de investigación será una fuente didáctica y pedagógica para futuras generaciones que quieran indagar sobre el tema expuesto.

Recomendaciones

Para efectos de obtener los mejores resultados el equipo investigador recomiendan lo siguiente:

- Que la Universidad de El Salvador haga énfasis al apoyo al sector artesanal por medio de la implementación de diseño gráfico a nivel profesional a través del desarrollo de estudios de identidad corporativa para mejorar la percepción de la población en general hacia los artesanos.
- Que se realicen más cooperaciones entre instituciones externas y la Escuela de Artes de la Universidad de El Salvador, para generar interés en las futuras generaciones a apoyar sectores poco asociados al área de diseño gráfico, pero de gran importancia en el desarrollo cultural del país.
- Que se destinen más recursos para facilitar el desarrollo del proceso de graduación, debido a la dificultad de transporte e identificación que se presenta en algunos casos donde la zona es de alto riesgo social.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Libros

Chaves, N., (1999). *La imagen corporativa, teoría y metodología de la Identificación Institucional*. México: Editorial Gustavo Gili.

Chaves, N., (2015). *La imagen corporativa. Teoría y práctica de la identificación institucional*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili.

González, M. & Carrero, E. (1997). *Planificación de Medios*. Madrid, España: ESIC

Gould, Jeffrey y Alda, Santiago. (2008). *1932: Rebelión en la oscuridad*. San Salvador, El Salvador. Museo de La Palabra y La Imagen.

Ley de Creación de INSAFOCOOP y su Reglamento. (Decreto No.: 339). 6 de mayo de 1986. Diario Oficial No.: 86, Tomo No.: 291. 14 de mayo de 1986.

Ley General de Asociaciones Cooperativas. (Decreto No.: 339). 6 de mayo de 1986. Diario Oficial No.: 86, Tomo No.: 291. 14 de mayo de 1986.

Sánchez K., S., (1993). *El Brief*. Buenos Aires, Argentina.

Tesis y trabajos de grado

García, I., Cáceres, G. & Melara, K. (2010) *Desarrollo Empresarial y Competitividad del sector productor de muebles artesanales de madera*. (Tesis de pregrado) Universidad de El Salvador. San Salvador, El Salvador.

Linares, I., Medrano, S. y Pleitez, M. (2010). *Creación de Marca País para las artesanías salvadoreñas, para ser implementadas por el Ministerio de Turismo de El Salvador*. (Tesis de pregrado). Universidad Doctor José Matías Delgado. San Salvador, El Salvador.

Orellana, F. (2012). *Aporte del diseño gráfico a la museografía*. Museo de La Cerámica de Ilobasco. El Salvador: Universidad Doctor José Matías Delgado.

Ramírez, G., Martínez, R. y Artiga, K. (2006) *Diseño de un modelo de comunicación con enfoque de ataque integral que contribuya a mejorar la imagen e ingresos económicos de los artesanos de la Ciudad de Nahuizalco, Departamento de Sonsonate*. (Tesis de pregrado) Universidad Francisco Gavidia. San Salvador, El Salvador.

Salmerón, F. (2012). *Tarifario de precios por servicios profesionales dirigidos a estudiantes de la Licenciatura en Diseño Gráfico*. El Salvador: Universidad Doctor José Matías Delgado.

Material electrónico

Alianzas Municipales para la Prevención de la Violencia en Centro América y La República Dominicana. (2016). *El Salvador, Nahuizalco: Municipio ha logrado bajar delitos violentos implementando policía comunitaria*. Recuperado de: <http://www.amuprev.org/>

Alianzas Municipales para la Prevención de la Violencia en Centro América y La República Dominicana. (2016). *El Salvador, Nahuizalco: Alcaldía busca inserción de jóvenes al empleo para prevenir la violencia*. Recuperado de: <http://www.amuprev.org/>

Allgemeine Elektrizitäts-Gesellschaft. (2016). *The father of industrial design*. Recuperado de <http://www.aeg.com/>

Asociación Promotora de Productores y Empresarios Salvadoreños. (2007). *Mejora de Competitividad y acceso a mercados de las artesanías de 40 artesanos del Municipio de Nahuizalco*. Recuperado de <https://issuu.com/sebastiangalindo/>

Cholota, L. (20 de junio de 2010). *Clasificación de los productos dentro de la empresa*. [Publicación de un blog]. Recuperado de <http://www.materiamercadotecnia.blogspot.com/>

Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa. (2011). *Gerencia de Desarrollo Artesanal CONAMYPE*. Recuperado de <http://api.gobiernoabierto.gob.sv/>

Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa. (2011). *Jóvenes de Nahuizalco finalizan cursos de formación artesanal*. Recuperado de <http://www.conamype.gob.sv/>

Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa. (2016). *Jóvenes de Nahuizalco finalizan cursos de formación artesanal*. Recuperado de <http://www.conamype.gob.sv/>

Concepto.de. (2015). *Concepto de Identidad*. [Publicación de un blog]. Recuperado de <http://concepto.de/>

Corporación de Municipalidades de La República de El Salvador. (2015). *Nahuizalco, Tierra de Ancestros y Tradiciones*. Recuperado de <http://www.comures.org.sv/>

Dib, Y. (4 de junio de 2012). *La Gestión de la Imagen Corporativa*. [Publicación de un blog]. Recuperado de: <https://yolandadc.wordpress.com/>

Digital Server, (7 de abril de 2012). *Posicionamiento y Recordación de la Marca*. [Publicación de un blog]. Recuperado de: <http://www.digitalsever.com.mx/>

Espinosa, R. (15 de septiembre de 2014). *Posicionamiento de marca, la batalla por tu mente*. [Publicación de un blog]. Recuperado de <http://www.robertoespinosa.es/>

Fondo de Inversión Social para el Desarrollo Local. (2006). *Nahuizalco*. Recuperado de <http://www.fisdil.gob.sv/>

[Fotografía de Camilo Hernández]. (Nahuizalco, El Salvador, 2014) Nahuizalco. Fotografías <https://www.flickr.com/photos/129292864@N06/>

[Fotografía de Quique Morán]. (Nahuizalco, 2011) Nahuizalco y Ataco. Fotografías <https://www.flickr.com/photos/17781130@N08/>

Fundación Para El Desarrollo Socioeconómico y Restauración Ambiental. (2015). *El Emprendedurismo Juvenil solidario el motor para la construcción de una nueva sociedad*. Recuperado de <http://www.fundesyram.info/>

García, C. (11 de agosto de 2008). *Artesanía Contemporánea*. [Publicación de un blog]. Recuperado de <http://cronika.com/>

International Conference on Agrarian Reform and Rural Development. (2007). *Reforma Agraria y Desarrollo Rural en El Salvador*. Recuperado de <http://www.icarrd.org>

Luisannet Creatividad y Tecnología. (2010). *Naming e identidad visual marcas de producto*. Recuperado de <http://www.luisan.net/>

Menéndez, F. (2012). *Marketing y comunicación*. Recuperado de <http://www.artfactory.es/>

Ministerio de Economía. (2011). *Estrategia Integral de Desarrollo Artesanal en El Salvador*. Recuperado de <http://www.minec.gob.sv/>

Ministerio de Economía. (2015). *MINEC y UTEC dotan de identidad visual a 27 a Mypes y cooperativas de Usulután y Santa Ana*. Recuperado de <http://www.minec.gob.sv/>

Pleitez, A. (29 de octubre de 2011). *Beneficios que le ofrece una imagen corporativa de calidad a la empresa*. [Publicación de un blog]. Recuperado de <https://arelypleitez.wordpress.com/>

Rachid, M. (2009). *Diseño Gráfico. Ventajas Competitivas en el Diseño Gráfico*. Recuperado de: <http://rachidmoises.weebly.com/>

Rivas, R. (28 de marzo de 2016). *Lo municipios más violentos del 2015*. La Prensa Gráfica. Recuperado de: <http://www.laprensagrafica.com/>

Rodríguez, R., Peteiro, L. M. & Rodríguez, M. T. (2007). *Reflexiones sobre el estudio de la identidad corporativa*. Recuperado de <http://www.psicologiacientifica.com/>

Secretaría Técnica y de Planificación de La Presidencia. (2011). *Curso de formación artesanal para jóvenes*. Recuperado de <http://2009-2014.secretariatecnica.gob.sv/>

Stanford Encyclopedia of Philosophy. (2014). *Visual Education, The Metaphysics Research Lab*. Recuperado de <http://plato.stanford.edu>.

A N E X O S

Presupuesto

PRESUPUESTO PARA CLIENTE "C"	
COSTO POR HORA	
Sueldo	\$ 800.00
Vacaciones días no laborados	32 Días
Días inactividad	14 Días
Porcentaje de tiempo en reuniones	50 %
Alquiler	\$ 250.00
Servicios	\$ 85.00
Autónomos	\$ 50.00
Otros (alimentación y transporte)	\$ 510.00
Iva / renta (23 %)	\$ 205.85
Sub total	\$ 1,900.85
Costo por hora	\$ 24.82
COSTO IMPRESIÓN	
Manual	\$ 50.00
Catálogo	\$ 55.00
Papelería	\$ 500.00
Pruebas	\$ 40.00
Embalaje	\$ 700.00
Sub total costo de impresión	\$ 1,345.00
COSTO TOTAL DE DISEÑO DE IDENTIDAD GRÁFICA	
Sub total horas facturadas	\$ 2,233.80
Sub total impresión	\$ 1,345.00
Total	\$ 3,578.80

Cliente A: Estado / Empresas o instituciones con 70 empleados o más.

Cliente B: PyMEs / Instituciones con menos de 70 empleados.

Cliente C: Instituciones sin fines de lucro / Particulares / Profesionales independientes.

Modelo para la evaluación de la imagen corporativa.	
Etapa	Descripción
Análisis	<p>En este punto se conoció la situación actual de la Cooperativa y cuáles eran sus necesidades y las nuevas metas planteadas por parte de los miembros. Se tomaron en cuenta:</p> <p>Desarrollo Histórico de la Cooperativa.</p> <p>Se basó en el proceso de conformación de la cooperativa desde sus inicios hasta la actualidad</p> <p>Organización y estructura legal.</p> <p>El proceso para la conformación legal de ACOPAAP de R.L.</p> <p>Organización y estrategias de Marketing.</p> <p>Se desarrolló un Plan de Medios como herramienta para beneficiar el posicionamiento.</p> <p>La actitud de los clientes y el público.</p> <p>Se tomaron en cuenta aspectos como el público meta al cual van dirigidos los productos elaborados por la Cooperativa.</p>
Especificación	<p>Se plantean el o los objetivos y criterios a evaluar para la realización de la identidad corporativa.</p> <p>Objetivo: Construir una identidad corporativa que represente los valores culturales de ACOPAAP de R.L .</p> <p>Criterios a evaluar: Simpleza, practicidad, fácil comprensión, represente los objetivos de la cooperativa, agradable.</p> <p>Idea General de realización: Manual de Identidad Gráfica, aplicaciones y Catálogo de productos.</p>

Concepto	<p>La marca de ACOPAAP de R.L. está conformada por un isotipo que se refiere a la parte simbólica de la marca y un logotipo el cual es la formación de las palabras. La construcción del isotipo de la cooperativa está conformada por 3 apartados primordiales:</p> <p>Forma</p> <p>Esta representa la simplificación del entretejido de la fibra natural de la palma del petate, utilizada en productos artesanales de la región.</p> <p>Color</p> <p>El isotipo se conforma de 4 colores representativos de la zona, dichos colores fueron seleccionados gracias al estudio de marca del municipio realizado por la alcaldía y USAID en el año 2016.</p> <p>Verde: Simboliza la riqueza de los recursos naturales (flora).</p> <p>Naranja: Representa la calidez de los habitantes.</p> <p>Morado: El arraigamiento de la tradición religiosa católica perteneciente a la temporada de la cuaresma el cuál es uno de los períodos más representativos del año litúrgico.</p> <p>Celeste: Los abundantes mantos acuíferos.</p> <p>Composición. La forma en la que se representa el isotipo evoca la unión de trabajo en equipo, por medio del entrelazado de las manos de cada miembro de la cooperativa</p>
----------	--

Desarrollo	En este punto se realizó una depuración extensa de los elementos que no se apegaron a los objetivos de la creación del manual de marca y destacar y reafirmar aquellos que la beneficiarán.
Base del Diseño	Creación del manual de identidad gráfica para ACOPAAP de R.L., sus aplicaciones y reglas de uso.
Motivación	En esta etapa se brinda instrucciones y explicación del beneficio del uso correcto del manual de identidad gráfica.
Ejecución	Ejecución del manual de identidad gráfica en función del objetivo planteado para la generación de óptimos resultados.

Glosario

Acapetate: Alfombra tejida de fibras naturales con el mismo proceso que el petate pero con dimensiones mayores, utilizada como elemento decorativo y utilitario en hogares para cubrir la parte interior de los techos de teja o madera, cumpliendo la función de retener polvo y suciedad de los mismos.

Alpaca: Metal blanco, de brillo y dureza parecidos a la plata, que se consigue con una aleación o mezcla de cobre, cinc y níquel.

Artesanía: Producto con características distintivas, obtenido del conjunto de artes realizadas total o parcialmente a mano, que requiere destreza manual y sentido estético y artístico, para realizar objetos, con sello personal o colectivo, funcionales o decorativos en un proceso de transformación de materias primas.

Artesano: Persona que hace por su cuenta objetos con cualidades estéticas y/o utilitarias, imprimiéndoles un sello personal.

Autóctono: Que ha nacido o es propio de un lugar determinado; también puede aplicarse el término.

Bocetaje: Esquema o proyecto que contiene solamente los rasgos principales de una de propuestas gráfica.

Brainstorming: Conocida también como lluvia de ideas, es una herramienta de trabajo grupal que facilita el surgimiento de nuevas ideas sobre un tema o problema determinado a partir de recolectar palabras a partir de una frase o tema en particular.

Branding: Anglicismo empleado en mercadotecnia que hace referencia al proceso de hacer y construir una marca mediante la administración estratégica en forma directa o indirecta al nombre y símbolo que identifican a la marca.

Brief: es un documento donde se encuentra por escrito, la mayor cantidad de información necesaria del cliente, como lo son sus objetivos, estrategias de marketing y ventas, sus estadísticas, target o público objetivo, etc, con el objetivo de reunir toda la información necesaria para proporcionar a la agencia

de publicidad un trabajo con resultados acertados y facilitar el desarrollo de una exitosa campaña publicitaria.

Catálogo: publicación cuyo fin primero es el de la promoción de aquellos productos o servicios que en él se exponen, con una breve descripción sobre el mismo en función del objetivo del documento.

Color: Es una propiedad física de la luz emitida por los objetos y substancias.

Composición: distribuir de manera adecuada, todos y cada uno de los elementos que conforman la representación, teniendo en cuenta el color, el tamaño, las texturas, las tonalidades, el espacio y las formas en general que se vayan a implementar.

CONAMYPE: Comisión Nacional para la Micro y Pequeña Empresa.

Consumidor: Persona u organización que demanda bienes o servicios a cambio de dinero proporcionados por el productor o el proveedor de bienes o servicios.

Cooperativa: Sociedad formada por productores, vendedores o consumidores con el fin de producir, comprar o vender de un modo que resulte más ventajoso para todos.

Cuete: Explosivo de escasa potencia que consta de un tubo de papel o cartón lleno de pólvora unido al extremo de una varilla que se lanza al aire, prendiéndolo por una mecha que lleva en su parte inferior, y que, cuando alcanza su mayor altura, estalla produciendo un ruido muy fuerte o efectos de luz y color; generalmente se usa en fiestas tradicionales y otras celebraciones.

DICA: Dirección de Innovación y Calidad.

Diseño: es el arte de ordenar y componer elementos de la misma clase para formar un todo, con un sentido o un fin determinado.

Diseño gráfico: Es una forma de comunicación visual que se ocupa de organizar imagen y texto para comunicar un mensaje.

Embalaje: Caja o cualquier envoltura con que se protege un objeto que se va a transportar.

Facebook: red social gratuita que permite a los usuarios interconectarse para interactuar y compartir contenidos a través de internet.

Fibras Naturales: Trozos de cabello o de hebra que proceden de la naturaleza, se origen animal o vegetal los cuales se hilan para producir hilos o hebras.

Identidad Corporativa: Manifestación física de la marca.

Identidad Gráfica: la imagen conceptual que un espectador tiene de una organización o una empresa.

Inductivo: Que crea leyes a partir de la observación de los hechos, mediante la generalización del comportamiento.

Isologotipo: Combinación entre el logotipo y el isotipo, elemento que suma la capacidad expresiva de ambos elementos (ícono y tipografía).

Isotipo: Utiliza sólo una imagen figurativa (o icono) para transmitir el mensaje.

Logotipo: No utiliza ningún tipo de imagen figurativa, se basa de manera exclusiva en su tipografía.

Macramé: Tejido hecho a mano con hilos o cuerdas gruesos que se trenzan o anudan y cuya estructura se parece al encaje de bolillos.

Manual: Guía de instrucciones que sirve para el uso de un dispositivo, la corrección de problemas o el establecimiento de procedimientos de trabajo.

Manual de Marca: documento en el que se definen las normas que se deben seguir para incluir el logotipo de una marca, así como los distintos elementos visuales que la conforman.

Marca: Señal que permite identificar o distinguir algo o para dar alguna información sobre ello.

Mimbre: Rama larga, delgada y flexible de un arbusto que se utiliza para hacer cestos, muebles y otros objetos.

MINEC: Ministerio de Economía.

MITUR: Ministerio de Turismo.

Morro: Planta mesoamericana de alta adaptabilidad, que crece con abundancia de manera silvestre, y cuyas semillas tienen propiedades nutricionales y utilitarias

MYPE: Micro y Pequeña Empresa.

Nahua hablante: Persona o grupo de personas que dominan y practican el idioma Nahuatl.

Naming: Conjunto de técnicas que se utilizan para nombrar las cosas, el objetivo del naming es la creación de un nombre de marca, objeto o servicio.

Neoartesanía: Producción de objetos útiles, estéticos en el que se sincretizan elementos técnicos y formales procedentes de contextos socioculturales diferentes y otros niveles tecno económicos.

Optimizar: Conseguir que algo llegue a la situación máxima y dé los mejores resultados posibles.

Papelería corporativa: Base de la identidad visual corporativa de toda empresa que transmite la personalidad de la marca a cualquier cliente desde soportes diferentes como tarjetas de presentación, papel de carta o carpetas de empresa personalizadas.

Penca: Hoja, o tallo en forma de hoja, grueso y carnoso de algunas plantas, como el nopal, la pita o la acelga.

Petate: Tipo de alfombra tejida o estera que se utiliza en América Central y en México, elaborada a base de fibras de la planta llamada palma de petate.

Pirograbado: Técnica que consiste en grabar dibujos sobre madera con un instrumento de metal incandescente.

Plan de Medios: Estrategia de concebir, analizar y seleccionar los canales por los que transmitirán la información indicada al público apropiado en el momento idóneo.

Plataforma digital: Sistema que permite la ejecución de diversas aplicaciones bajo un mismo entorno, dando a los usuarios la posibilidad de acceder a ellas a través de Internet.

Posicionamiento: Estrategia comercial que pretende conseguir que un producto ocupe un lugar distintivo, relativo a la competencia, en la mente del consumidor.

Proceso creativo: Conjunto de etapas ordenadas, las cuales mediante el ejercicio de cada una de ellas, podremos desarrollar el pensamiento.

Producto Estrella: Productos que poseen alta participación y crecimiento comercial dentro del mercado.

Recordación: También conocido como Top of Mind es el grado de recordación de una marca por parte de un consumidor individual o por un grupo de ellos.

Refajo: Falda corta de paño usada por las mujeres encima de las enaguas o como prenda interior de abrigo.

Repujado: Labrado de una chapa metálica, una pieza de cuero u otro material con los instrumentos adecuados para que en una de las caras resulten figuras en relieve.

Retícula: Estructura en dos dimensiones hecha de líneas verticales y horizontales utilizada para estructurar el contenido, sirve como una armazón para organizar textos, imágenes o videos de una forma racional y fácil de visualizar.

Social Media: Conjunto de soportes que permiten enlazar información a través de Internet y que conforman redes sociales y comunidades virtuales.

Target: Segmento de la demanda al que está dirigido un producto, ya sea un bien o un servicio. Inicialmente, se define a partir de criterios demográficos como edad, género y variables socioeconómicas.

Tipografía: Aquella que contempla la comunicación como una metáfora visual, donde el texto no sólo tiene una funcionalidad lingüística, y donde a veces, se representa de forma gráfica, como si se tratara de una imagen.

Tombillas: Tipo de cesto elaborado de fibras naturales ya sea mimbre o tule que posee la función de guardar elementos del hogar, especialmente de tipo textil.

Tule: Planta herbáceas, de tallos largos, fibrosos y erectos, que crecen a la orilla de ríos y lagos, y cuyas hojas se utilizan en la fabricación de bolsos, sombreros y otros objetos de cestería fina.

Yaguales: Rodete elaborado de fibras naturales o tela que se pone una persona sobre la cabeza para cargar bultos o llevar peso.

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
ESCUELA DE ARTES**



**APLICACIÓN DE IDENTIDAD GRÁFICA COMO HERRAMIENTA DE
POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO ARTESANAL PARA LA
ASOCIACIÓN COOPERATIVA DE PRODUCTORES
AGROPECUARIOS Y ARTESANALES PATASHCA (ACOPAAP DE
R.L.) DEL MUNICIPIO DE NAHUIZALCO, DEPARTAMENTO DE
SONSONATE. 2016**

PRESENTADO POR

BR. LEMUS HINTZ, GUILLERMO ALEXANDER. LL11005
BR. LORENZANA BAUTISTA, VÍCTOR FRANCISCO. LB10001
BR. MEZA LÓPEZ, DARLYN ROCÍO. ML11046

**PROCESO DE GRADO
PARA OPTAR AL TÍTULO DE LICENCIADO EN ARTES PLÁSTICAS
OPCIÓN DISEÑO GRÁFICO**

Msi. JOSÉ ORLANDO ÁNGEL ESTRADA
DOCENTE ASESOR

LICENCIADA LIGIA DEL ROSARIO MANZANO MARTÍNEZ
COORDINADORA GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN

CIUDAD UNIVERSITARIA

MAYO 2016
SAN SALVADOR,

EL SALVADOR

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	5
4. Propuesta de tema	6
4.1. Título de la investigación	6
4.2. Descripción del tema	6
4.3. Delimitación espacio temporal	6
4.3.1. Delimitación espacial	6
4.3.2. Delimitación temporal	7
5. Planteamiento del problema	7
5.1. Situación problemática	7
5.2. Enunciado del problema	8
5.3. Contexto de la investigación	9
5.4. Justificación	10
6. Objetivos y preguntas de investigación	11
6.1. Objetivo general	11
6.2. Objetivos específicos	11
6.3. Preguntas de investigación	12
6.3.1. Definir problema	12
6.3.2. Delimitar problema	12
6.3.3. Pregunta Generadora	12
6.3.3.1. Preguntas de investigación	12
7. Marco de referencia	13
7.1. Antecedentes del problema	13
7.1.1. Estudios previos	13
7.1.2. Instituciones de apoyo al sector artesanal	14
7.2. Bases teórico-científicas	16
7.2.1. Modelo para la evaluación de la imagen corporativa	16
7.2.1.1. Análisis	16
7.2.1.2. Especificación	17

7.2.1.3. Concepto.....	17
7.2.1.4. Desarrollo.....	17
7.2.1.5. Bases de diseño.....	17
7.2.1.6. Motivación.....	18
7.2.1.7. Ejecución.....	18
7.3. Diagnóstico.....	18
7.3.1. Situación actual de Nahuizalco.....	18
7.3.1.2. Instituciones que brindan apoyo a los artesanos de la ciudad de Nahuizalco.....	19
7.3.1.2.1. Comisión Nacional de la Pequeña y Mediana Empresa (CONAMYPE).....	19
7.3.1.2.2. Centros de Desarrollo Artesanal (CEDART).....	20
7.4. Definición de términos básicos.....	20
8. Diseño metodológico.....	24
8.1. Enfoque y tipo de investigación.....	24
8.1.1. Enfoque de Investigación.....	24
8.1.2. Tipo de Investigación.....	25
8.1.3. Diseño de Investigación.....	25
8.2. Sujetos y objeto de estudio.....	26
8.2.1. Sujetos.....	26
8.2.2. Objeto.....	26
8.3. Categorías de análisis.....	27
8.4. Técnica e instrumentos de investigación.....	28
8.4.1. Observación.....	28
8.4.2. Entrevista.....	28
8.4.3. Guías de observación.....	29
8.4.4. Guías de entrevistas.....	29
8.5. Proceso analítico/interpretativo.....	29
9. Capitulo tentativo y componentes técnicos y artísticos.....	31
9.1. Capitulo Tentativo.....	31
9.2. Componentes Técnicos y Artísticos.....	32

10. Referencias bibliográficas	33
10.1. Libros	33
10.2. Tesis	34
10.3. Sitios web	35
11. Actividades y recursos.....	36
11.1. Cronograma de actividades	36
11.2. Presupuesto	37
11.3. Recursos	37

INTRODUCCIÓN

Nahuizalco es uno de los municipios con más influencia y desarrollo artesanal de la región occidental de El Salvador, su identidad cultural se ve reflejada en la diversidad de productos artesanales que en el municipio se fabrican desde hace muchas generaciones. La búsqueda de identidad siempre ha sido uno de los factores determinantes a la hora de desarrollar productos que puedan llamarse propios debido a ello se busca generar la aplicación de identidad gráfica como herramienta para el posicionamiento para el mercado artesanal.

El proyecto está dirigido a los artesanos productores y comercializadores del mismo municipio, con el propósito de facilitar conocimientos técnicos acerca de aplicación correcta de la imagen corporativa.

En el marco del proceso de investigación se pretende desarrollar a través del enfoque cualitativo, la estructuración del perfil de investigación, donde se plantean puntos como antecedentes, problemáticas actuales y propuestas para la resolución de problemas.

De esta manera se conoce el contexto de forma factible y eficaz, lo cual aumenta las posibilidades de encontrar una solución correcta al problema planteado.

4. Propuesta de tema

4.1. Título de la investigación

Aplicación de Identidad Gráfica como herramienta de posicionamiento en el mercado artesanal para la Asociación Cooperativa de Productores Agropecuarios Y Artesanales Patashca (ACOPAAP de R.L) del municipio de Nahuizalco, departamento de Sonsonate. 2016

4.2. Descripción del tema

Dentro del proyecto se pretende el desarrollo de una identidad gráfica, específicamente el diseño de un manual de imagen para la Asociación Cooperativa de Productores Agropecuarios y Artesanales Patashca (ACOPAAP de R.L) del municipio de Nahuizalco, para beneficio y desarrollo comercial de dicha cooperativa dentro del sector artesanal local, nacional e internacional. Lo anterior se llevará a cabo por medio de la implementación de elementos como: Logotipo y sus aplicaciones, slogan, papelería corporativa (tarjetas de presentación, hojas membretadas, carpetas, facturas, sobres, afiches), etiquetas, diseño de embalaje, entre otros.

4.3. Delimitación espacio temporal

4.3.1. Delimitación espacial.

Se recopilará y analizará información referente al problema de los talleres artesanales que conforman la Asociación Cooperativa de Productores Agropecuarios y Artesanales Patashca del municipio de Nahuizalco ubicado en el departamento de Sonsonate a 74 km. de San Salvador.

4.3.2. Delimitación temporal.

La investigación inicia en el mes de abril y concluirá en el mes de octubre de 2016.

5. Planteamiento del problema

5.1. Situación problemática

En el municipio de Nahuizalco existe una importante población dedicada a la fabricación de artesanías en madera y fibras naturales. En los últimos años, a pesar de conformar el segundo rubro más importante de su economía, la producción artesanal ha presentado un crecimiento, diversificándose en varios rubros que incluyen muebles en madera, objetos en mimbre, carteras de mezcal, sombreros, tapetes, alfombras, hamacas, entre otros. (Ramírez, Martínez & Artiga, 2006).

El desarrollo del sector artesanal ha sido beneficiado por programas que han impulsado los gobiernos a través de la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE) concretamente en el marco del Proyecto de Desarrollo Artesanal el cual busca impulsar dicho sector mediante el fomento de la inventiva, innovación y el desarrollo de capacidades a través de metodologías innovadoras acordes al sector. (CONAMYPE, 2015)

Además, los Centros de Desarrollo Artesanal (CEDART) ubicados en Cabañas, Chalatenango, Sonsonate y anteriormente en Morazán; brindan a los artesanos productores y comercializadores, servicios de capacitación y asistencia técnica en diferentes áreas como: diseño, mercadeo, gestión empresarial, y computación. (Ramírez, Martínez y Artiga, 2006).

Uno de los resultados del proyecto CEDART en el departamento de Sonsonate, cuya sede se encuentra en Nahuizalco, ha sido la instalación de la Mesa de Desarrollo Artesanal, que actualmente la conforman 21 representantes de diferentes talleres de la zona, de los cuales la mayor parte son productores agropecuarios que generan su propios cultivos de materia prima para la elaboración de sus productos artesanales.

Con el objetivo de darle seguimiento a los esfuerzos realizados y a la vez lograr un crecimiento comercial, los miembros de la Mesa de Desarrollo Artesanal, han iniciado un proceso de formalización que comprende la conformación y legalización de la Asociación Cooperativa de Productores Agropecuarios y Artesanales Patashca, en adelante referida como ACOPAAP de R.L.

En este sentido es clave para dicho proceso el desarrollo de identidad gráfica para contribuir al posicionamiento de la Asociación en el mercado artesanal, ya que le permitirá que los productos de la empresa sean reconocidos y puedan ser diferenciados de sus competidores. Considerando lo anterior la Mesa de Desarrollo Artesanal implementó previamente un logotipo. Sin embargo, los artesanos y artesanas que forman parte de la cooperativa carecen de los conocimientos técnicos y recursos financieros para una correcta aplicación de la marca y dificulta que la finalidad de la imagen no logre sus objetivos.

5.2. Enunciado del problema

Carencia de identidad gráfica de los artesanos del municipio de Nahuizalco pertenecientes a ACOPAAP de R.L. que dificulta el posicionamiento en el sector artesanal al no contar con los conocimientos técnicos y recursos económicos necesarios para consolidar su imagen gráfica.

5.3. Contexto de la investigación

El Municipio de Nahuizalco cuenta con uno de los núcleos de población indígena más arraigados en El Salvador. El 80% de sus habitantes tienen raíces en los pueblos precolombinos, desde la época de su colonización. (Ramírez, et al., 2006).

El municipio se caracteriza por una fuerte actividad agrícola en la zona rural, pues cuenta con un alto porcentaje de tierras fértiles que son aprovechadas para una variedad de cultivos, tales como: maíz, frijol, maicillo, hortalizas, frutas, flores, bambú, carrizo y tule. También hay pastizales y crianza de ganado porcino y vacuno.

Según los resultados del Censo que el Ministerio de Economía realizó en 2015, Nahuizalco tiene una población de 55,916 habitantes. Este censo además refleja que se trata de un municipio mayoritariamente femenino y concentrado en el área urbana. Así lo demuestran el 52,2% de mujeres frente al 47,6% de hombres; y la localización de 68,4% de ellos en el tramado urbano frente al 31,6% que decidió vivir en la zona rural.

La Población Económicamente Activa (PEA) de Nahuizalco se inclina hacia tres actividades productivas: artesanía (muebles de madera, mimbre, tule, junquillo), microempresas de subsistencia (ventas varias, tortillerías, tiendas) y empleo remunerado. Además, en algunas partes de las zonas rurales se da la crianza de ganado vacuno y porcino.

En la gestión del actual gobierno local se ha impulsado el comercio y el turismo a través de iniciativas de Desarrollo Económico Local en base al Plan de Competitividad Municipal (2012-2016), que se diseñó con apoyo de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID) (COMURES, 2016).

5.4. Justificación

Nahuizalco es uno de los principales exponentes a nivel nacional en cuanto a producción artesanal se refiere, especialmente las relacionadas a madera y fibras naturales, siendo así al igual que la agricultura uno de los más importantes factores económicos de la zona. La producción artesanal ha permitido el desarrollo de la población y el surgimiento de diversos grupos organizados que buscan promover, mejorar e incrementar el interés y la producción de artesanías propias del lugar para poder obtener un nivel competitivo de comercialización.

La organización y capacitación de los artesanos ha permitido el crecimiento económico y turístico, pero a pesar de ello la búsqueda por generar productos que definan de manera conjunta a la comunidad no ha podido ser concretada, por lo que se ha buscado unificarse bajo una sola identidad que permita destacar en el mercado no solo por su nivel de producción, sino también por calidad e innovación en cada una de las piezas artesanales que se desarrollen bajo una organización cooperativa.

A través del conocimiento en diseño gráfico se puede brindar apoyo en cuanto al desarrollo de imagen del grupo artesanal cooperativo de Nahuizalco, permitiéndoles obtener una identidad que los defina fuera de la zona, logrando un crecimiento y mejora en la producción de la cooperativa para obtener un mejor posicionamiento en el mercado artesanal. Todo esto a través de la implementación de un manual de Identidad Gráfica, por medio de una investigación metodológica que defina los problemas principales que dificultan la consolidación de una identidad en el grupo artesanal definido y permitan el seguimiento e implementación de factores que conforman el manual de identidad gráfica, de manera que puedan ser puestos en acción y se generen resultados favorables tanto en el área económica como promocional, lo que

beneficiará no solamente a la cooperativa sino también a cada uno de los miembros que la conforman.

6. Objetivos y preguntas de investigación

6.1. Objetivo general

Desarrollar una identidad gráfica para los artesanos del municipio de Nahuizalco pertenecientes a ACOPAAP de R.L. contribuyendo con ello al posicionamiento en el mercado artesanal local, nacional e internacional.

6.2. Objetivos específicos

Definir la identidad cultural del municipio de Nahuizalco a través del registro de la diversidad de los productos artesanales.

Compilar información de tipo teórico práctica a partir de visitas de campo analizando las características de la producción artesanal del municipio de Nahuizalco.

Recopilar información visual de la producción artesanal de los talleres pertenecientes a ACOPAAP de R.L. para la creación de un banco de imágenes.

Determinar el grado de incidencia del factor social del municipio de Nahuizalco en el desarrollo de la producción artesanal de ACOPAAP de R.L.

Elaborar un manual de Identidad Gráfica utilizando estrategias de diseño que brinde lineamientos básicos para la correcta aplicación de la marca.

6.3. Preguntas de investigación

6.3.1. Definir problema.

Carencia de identidad gráfica de los artesanos del municipio de Nahuizalco pertenecientes a ACOPAAP de R.L. que dificulta el posicionamiento en el sector artesanal al no contar con los conocimientos técnicos y recursos económicos necesarios para consolidar su imagen gráfica.

6.3.2. Delimitar problema.

Productos artesanales elaborados por los artesanos pertenecientes a ACOPAAP de R.L. del municipio de Nahuizalco.

6.3.3. Pregunta Generadora.

¿La falta de identidad gráfica de los artesanos del municipio de Nahuizalco pertenecientes a ACOPAAP de R.L. dificulta su posicionamiento en el mercado artesanal?

6.3.3.1. Preguntas de investigación.

- a. ¿La falta de identidad gráfica de los artesanos pertenecientes a ACOPAAP de R.L. dificulta la consolidación de su imagen gráfica?
- b. ¿La ausencia de conocimientos técnicos y falta de recursos económicos para el desarrollo de la identidad gráfica de los artesanos en el municipio de Nahuizalco afecta al posicionamiento de ACOPAAP de R.L. en el mercado artesanal local?
- c. ¿Brindar los conocimientos básicos sobre identidad gráfica beneficiará a los miembros pertenecientes a ACOPAAP de R.L. al posicionamiento en el mercado artesanal local?

- d. ¿Otras asociaciones cooperativas artesanales cuentan con identidad gráfica en El Salvador?
- e. ¿La falta de identidad gráfica en el sector artesanal ha afectado su posicionamiento en los últimos 15 años?

7. Marco de referencia

7.1. Antecedentes del problema

7.1.1. Estudios previos.

“Diseño de un Sistema de Estrategias Push para impulsar el desarrollo competitivo de los Microempresarios fabricantes de Muebles Artesanales del municipio de Nahuizalco, Departamento de Sonsonate”.

Tiene como objetivo principal dotar a las instituciones que cooperan con el sector artesanal, de una herramienta que contribuya al desarrollo competitivo de los microempresarios de este sector.

“Diseño de un modelo de comunicación con enfoque de ataque integral que contribuya a mejorar la imagen e ingresos económicos del artesano de la ciudad de Nahuizalco, departamento de Sonsonate.”

Tiene como objetivo principal ser una herramienta de consulta que le permita mejorar la imagen e ingresos económicos de los artesanos de dicha ciudad.

“Desarrollo Empresarial Y Competitividad Del Sector Productor De Muebles Artesanales de Maderall, de manera que se pueda aportar un impulso significativo al sector de productores de muebles de madera artesanales de Nahuizalco.”

El sector artesanal ocupa una posición importante dentro de la economía salvadoreña, como parte del gran sector productivo informal. En la actualidad este sector es considerado como una fuente importante, generadora de empleos y de ingresos. En Nahuizalco la producción artesanal para el año 2007, fue una de sus mayores fuentes de empleos e ingresos; dinamizando la economía local y de alguna manera paliando la crisis de café que ha sido el principal motor de la economía local en los últimos 100 años. No obstante, se han percibido por parte de los productores, distintos problemas que han venido a poner en dificultad la manera en cómo obtienen sus ingresos diarios.

7.1.2. Instituciones de apoyo al sector artesanal

En octubre de 2002, el Ministro de Economía y Presidente de CONAMYPE, Miguel Lacayo, lanza un programa para reactivar y potenciar las exportaciones de artesanías salvadoreñas en el mercado internacional. El programa fue denominado “Revitalización de la Actividad Económica con Manos Creativas”, con este programa fueron beneficiados alrededor de 2 mil talleres ubicados en las zonas de mayor concentración, así como también en los departamentos afectados por los terremotos. (MINEC, 2002)

En el año 2008, se ejecutó con fondos del gobierno provenientes de la privatización de ANTEL (FANTEL), el programa “Desarrollo competitivo del sector artesanal” con la finalidad de proveer asistencia técnica, capacitación y participación en eventos de comercialización al sector artesanal. Para el desarrollo de las diferentes acciones, se establecieron alianzas estratégicas con: INFOCENTROS, Ministerio de Turismo y Universidad Dr. José Matías Delgado (CONAMYPE, 2006).

En el Marco del “Programa Comunidades Solidarias”, la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE), realizó la feria

“Fortalecimiento y Promoción del Emprendedurismo Social en los Municipios de Pobreza Extrema Intervenidos por el Programa PATI a Nivel Nacional”, en Nahuizalco, Sonsonate. El propósito de la feria era dar a conocer los emprendimientos conformados a través del proyecto, así como también busca fortalecer las habilidades y conocimientos de los artesanos y de esta manera el conocimiento para poder insertarse en el ámbito empresarial, por medio de crecimiento de forma asociativa o individual. Además, formó parte en la estrategia del Sistema de Protección Social Universal, que impulsa el gobierno, que contempla intervenciones de carácter no contributivo, de esta manera permitió ampliar las necesidades básicas, promover la igualdad de oportunidades entre las personas. Comunidades hogares de extrema pobreza y exclusión social. (CONAMYPE, 2015).

En junio de 2015, la Mesa de Desarrollo de Artesanos de Nahuizalco, con el apoyo de la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE), el Centro de Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa (CDMYPE), la alcaldía del municipio, la Hidroeléctrica Sensunapán y el Consejo de Pueblos Originarios Nahuat Pipil, realizan el primer “Encuentro de Culturas” que convocó a más de 50 artesanos y artesanas, quienes ofrecieron sus productos innovadores. Con la finalidad de comercializar y dar a conocer artesanías y la cultura de cada pueblo participante (Urbina, S. 2015).

7.2. Bases teórico-científicas

7.2.1. Modelo para la evaluación de la imagen corporativa.

Para llevar a cabo un estudio de imagen corporativa se debe seguir una secuencia de fases, según Henrion (1991), propone el siguiente modelo:

- Análisis.
- Especificación.
- Concepto.
- Desarrollo.
- Bases del diseño.
- Motivación.
- Ejecución.
-

7.2.1.1. Análisis.

Tanto los directivos como los consultores deben de llegar a un punto en el que deben de conocer la situación real de la empresa, para así poder planear y aplicar la solución correcta, en dicho análisis es por eso que se deben de conocer varios puntos, Henrion (1991) menciona como ejemplo los siguientes:

- Desarrollo histórico de la empresa.
- Organización y estructura legal.
- Posición en el mercado en relación con la competencia.
- Organización y estrategias de marketing (presentes y futuras).
- La actitud del personal.
- La actitud de los clientes y el público.
- La actitud de los proveedores.

7.2.1.2. Especificación.

En esta etapa de análisis de identidad corporativa deben estar los objetivos y criterios del proyecto y una idea general de todo lo que se va a realizar.

Según Henrion, se deben enlistar las restricciones y parámetros... “las restricciones se refieren a las limitaciones internas e integrales del proyecto, mientras que los parámetros se refieren a su entorno, sus condiciones específicas y la gente que los escoge y lo usa. Las restricciones y los parámetros controlan todos los elementos de diseño significativos del programa de identidad corporativa, se trate de un producto, un envase, una gama de material de escritura, un sistema de señales o un edificio”

7.2.1.3. Concepto.

En esta etapa Henrion (1991) menciona que “dentro de la matriz de las especificaciones, se pueden crear ya conceptos apropiados, elementos de diseño como símbolos, logotipos y colores. Ésta es el principio de la fase de conceptualización”.

7.2.1.4. Desarrollo.

En esta etapa Henrion (1991) propone que elimine todo aquello que no sea necesario, es decir todo lo que tuvo un crecimiento desmedido y que realmente no le está sirviendo a la empresa, esto también se hace para que la empresa tenga una mejor organización.

7.2.1.5. Bases de diseño.

Aquí se va creando el manual de identidad corporativa de la empresa, el cual contiene

“...los elementos de diseño se muestran en todas sus posibles versiones. Se especifican los colores de la empresa. Por regla general se incluyen normas comunes para el diseño de formas, embalaje, uniformes, e identificación de productos, así como para los sistemas de señales internos y externos, estas reglas se especificarán en el contenido de los manuales a realizar”. (Henrion, 1991, p.48).

7.2.1.6. Motivación.

El objetivo de esta etapa es convencer al personal para que la aplicación de dicho manual tenga éxito, las vías para lograrlo según Henrion (1991) puede ser... “un folleto impreso hasta una compleja presentación audiovisual”, ya que ellos serán beneficiados con el manual. Lograr motivar a todo el personal de forma positiva con la aplicación del manual.

7.2.1.7. Ejecución.

La aplicación del manual hacia el personal de la empresa, no siempre podrá tener una respuesta de todo.

7.3. Diagnóstico

7.3.1. Situación actual de Nahuizalco.

En la actualidad Nahuizalco cuenta con los siguientes servicios: agua potable, alumbrado eléctrico, telecomunicaciones, correos, alcantarillados, tren de aseo y sistema de transporte público, posee un juzgado de paz, unidad de salud, casa de la cultura, mercado municipal, delegación de PNC, cruz roja, oficina de turismo, oficina CEDART. (Ramírez, et al. 2006).

Según datos del Ministerio de Economía la población de Nahuizalco en el año 2015 era de 55,916 habitantes de los cuales 26,634 son hombres y 29,167 son mujeres. En la zona urbana habita aproximadamente el 17% de la población, mientras que en la zona rural el 83%. La ciudad de Nahuizalco cuenta con aproximadamente 138 talleres artesanales registrados en CEDART. La topografía del lugar es muy quebrada pero fértil para la producción agrícola, siendo el más propicio el cultivo de tule y carrito, materia prima para la elaboración de petates, alfombras y canastos. (Ramírez, et al. 2006).

Es fácil observar que, en este sector, la mayoría de las casas están construidas de adobe techo de paja, ladrillos de barro o de cemento y algunas habitaciones modernas de sistema mixto. En el municipio de Nahuizalco existen 20 tiendas formales de comercialización de producto ubicadas en su mayoría en la calle principal de esta ciudad, de estas, 17 tienen su propio taller de fabricación de productos. (Ramírez, et al. 2006).

7.3.1.2. Instituciones que brindan apoyo a los artesanos de la ciudad de Nahuizalco.

7.3.1.2.1. Comisión Nacional de la Pequeña y Mediana Empresa (CONAMYPE).

Es una institución que crea programas específicos para diferentes tipos de empresas, estos programas tienen como finalidad mejorar el estándar de vida, creando condiciones favorables para generar más y mejores oportunidades de empleo. Para las estrategias de CONAMYPE funcionen, se han creado 7 programas que tienen las necesidades específicas de artesanos, comerciantes, agricultores y pequeños comerciantes.

7.3.1.2.2. Centros de Desarrollo Artesanal (CEDART).

Son centros de desarrollo artesanales ubicados en 4 departamentos de El Salvador, los cuales brindan a los artesanos beneficios como: innovación en los diseños, mejora la atención a turistas y clientes, ampliación de sus mercados, creación de una sala de ventas para productos. El proyecto CEDART de Nahuizalco funciona desde junio de 2001 y es administrado por CONAMYPE. En este municipio existe una gran cantidad de artesanos diseminados en la ciudad y sus alrededores. Los artesanos que conforman el CEDART cuentan con un promedio de dos trabajadores por cada una de las microempresas. En la localidad no existen instituciones que se dediquen a la comercialización de productos artesanales, ni tampoco dan servicios como los ofrecidos por el CEDART en forma conjunta.

7.4. Definición de términos básicos

Los siguientes términos han sido retomados del diccionario de la Real Academia Española.

Artesanía: Producto con características distintivas obtenido del conjunto de artes realizadas total o parcialmente a mano, que requiere destreza manual y sentido estético o artístico, para realizar objetos, con sello personal o colectivo, funcionales o decorativos en un proceso de transformación de materias primas.

Artesano: Que utiliza las técnicas tradicionales de su oficio, en especial cuando se trata de un arte.

Asociación:	Unión de individuos con un fin determinado.
Corporativa:	Este término suele referirse a una empresa de grandes dimensiones o a una organización compuesta por personas que la gobiernan.
Diseño Gráfico:	Actividad creativa y técnica que consiste en transmitir ideas por medio de imágenes, en especial en libros, carteles y folletos.
Diseño:	Actividad creativa que tiene por fin proyectar objetos que sean útiles y estéticos.
Embalaje:	Caja o cualquier envoltura con que se protege un objeto que se va a transportar.
Estrategia Push:	Es una estrategia de sentido descendente, es decir, se realiza de forma escalonada del fabricante al canal y del canal al usuario final.
Etiqueta:	Pedazo de papel, cartulina u otro material parecido que se pega o sujeta sobre una cosa para indicar lo que es, lo que contiene u otra información relacionada con ella.
Gráfica:	Que se representa por medio de signos o dibujos.
Identidad:	Conjunto de rasgos o características de una

persona o cosa que permiten distinguirla de otras en un conjunto.

Layout: Suele utilizarse para nombrar al esquema de distribución de los elementos dentro de un diseño.

Logotipo: Símbolo formado por imágenes o letras que sirve para identificar una empresa, marca, institución o sociedad y las cosas que tienen relación con ellas.

Manual: Folleto o libro en que se dan las instrucciones para el uso y mantenimiento de un aparato, una máquina, un programa informático, etc.

Marca: Nombre comercial, especialmente de un tipo de productos.

Mercado: Lugar teórico donde se encuentra la oferta y la demanda de productos y servicios y se determinan los precios.

Mimbre: Rama larga, delgada y flexible de este arbusto que se utiliza para hacer cestos, muebles y otros objetos.

Morro: Árbol tropical bignoniáceo, de fruto globoso de corteza dura y blanquecina, lleno de pulpa blanca; de este fruto hacen algunos campesinos vasijas de

formas variadas.

- Neo artesanía:** Es acreditada como la producción de objetos útiles y estéticos desde el marco de los oficios, en cuyos procesos se sincretizan elementos técnicos y formales procedentes de otros contextos socioculturales y otros niveles tecno-económicos culturalmente, tiene una característica de transición hacia la tecnología moderna y/o la aplicación de principios estéticos de tendencia universal y/o académicos, y tiende a destacar la creatividad individual expresada por la calidad y originalidad del estilo.
- Posicionamiento:** La imagen percibida por los consumidores de la compañía en relación con la competencia.
- Producción Artesanal:** El modo de producción artesanal, tiene por finalidad la creación de un objeto producido en forma predominantemente manual con o sin ayuda de herramientas y máquinas, generalmente con utilización de materias primas locales y procesos de transformación y elaboración transmitidos de generación en generación, con las variaciones propias que le imprime la creación individual del artesano.
- Producto:** Cosa producida natural o artificialmente, o resultado de un trabajo u operación.

Taller:	Establecimiento en el que se realizan trabajos artesanos o manuales.
Tarjeta de presentación:	Son una representación de los datos más importantes de una empresa, de una persona o negocio.
Tule:	Nombre de plantas herbáceas, de tallos largos, fibrosos y erectos, que crecen a la orilla de ríos y lagos, y cuyas hojas se utilizan en la fabricación de bolsos, sombreros y otros objetos de cestería fina.
Usabilidad:	La usabilidad está vinculada, por lo tanto, a la simpleza, la facilidad, la comodidad y la practicidad de un objeto y la posibilidad de aprovechar todo su potencial.

8. Diseño metodológico

8.1. Enfoque y tipo de investigación

8.1.1. Enfoque de Investigación.

El enfoque de la investigación se orienta a uno de tipo cualitativo, ya que este se basa en la recopilación de información sin medición numérica, de manera que se descubran o afinen preguntas durante el proceso de interpretación (Hernández, 2003). Todo esto permite un desarrollo

metodológico flexible, inductivo y abierto al análisis interpretativo de la información recolectada.

El enfoque cualitativo permite explorar y describir el fenómeno a partir de hallazgos que no habían sido previstos inicialmente, por lo que se puede brindar un resultado a partir de un análisis justificable, además permite trabajar con grupos específicos y busca generar una especificidad de la realidad observada y no la generalización de la misma.

8.1.2. Tipo de Investigación.

El trabajo se desarrollará bajo el tipo de investigación analítico, el cual se define como aquel que consiste en la fragmentación de un todo, dividiéndolo en varios elementos para observar sus causas, naturaleza y sus efectos. Hurtado (2000) afirma: “la investigación analítica consiste en el análisis de las definiciones relacionadas con un tema, para estudiar sus elementos en forma exhaustiva y poderlo comprender con mayor profundidad”.

De esta manera proceso analítico permite partir de elementos generales y desfragmentar, reconstruir y reintegrar los diversos datos obtenidos para poder obtener una perspectiva más específica y enfocada a la problemática desarrollada. Todo esto con la final de obtener una nueva perspectiva basada en la observación y análisis de cada una de las partes estudiadas durante la investigación.

8.1.3. Diseño de Investigación.

En cuanto al diseño de investigación cualitativa se desarrollará el de la teoría fundamentada la cual “relaciona datos de manera sistemática y los analiza por medio de un proceso de investigación” (Strauss & Corbin, 2002, p.14). De esta manera se puede decir que la teoría fundamentada se apega más al proceso investigativo ya que está basada en una teoría

donde los datos a pesar de ser obtenidos de fuentes diversas siempre están relacionados entre sí, y al final su estudio e interpretación brindan un reflejo preciso de la realidad estudiada.

Dentro de la teoría fundamentada cabe destacar el diseño de la concepción emergente que al igual que los aspectos mencionados anteriormente es de vital importancia para el desarrollo de la investigación, ya que da la apertura de poder utilizar la sustentación teórica como método de aplicación de nuevas técnicas cualitativas, además su flexibilidad, su carácter interpretativo y su carácter reflexivo dentro la construcción de la problemática brindan una gran ventaja al momento de definir y realizar los proceso de investigación.

8.2. Sujetos y objeto de estudio

8.2.1. Sujetos.

Los sujetos a investigar son personas originarias del municipio de Nahuizalco, que forman parte de la Asociación Cooperativa de Productores Agropecuarios y Artesanales Patashca (ACOPAAP de R.L.) los que brindarán parte de la información necesaria para elaboración de la investigación y un manual de identidad corporativa.

8.2.2. Objeto.

Los productos artesanales originarios del municipio de Nahuizalco son la base principal para poder reflejar su identidad cultural en la imagen corporativa.

8.3. Categorías de análisis

Área de investigación	Categoría	Subcategoría
Artesanías, información referente a la producción de artesanías del municipio de Nahuizalco	Artesanías y su clasificación	Definición de Artesanías
		Clasificación de Artesanías: Artesanía utilitaria, decorativa, accesorios
	Productos artesanales de Nahuizalco	Artesanías de madera
		Artesanías de mimbre
		Artesanía de tule
		Artesanía de cestería
		Artesanía de morro
		Artesanía textil
	Procesos y técnicas artesanales	Materia prima y objetos que se trabajan
		Técnicas de elaboración
		Herramientas, instrumentos, utensilios y artefactos
	Instituciones de apoyo al sector artesanal del municipio de Nahuizalco	Comisión Nacional de la Mediana y Pequeña Empresa
		Centro de Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa
		Centro de Desarrollo Artesanal
		Centro de Desarrollo Económico Local
		Cámara Salvadoreña de Artesanos
Diseño Gráfico	Identidad Gráfica	Logotipo
		Símbolo
		Tipografía
		Color
	Manual de Identidad Gráfica	Aplicación y uso de logotipo
Contexto	Situación de violencia del municipio	Línea Gráfica
		Grupos delictivos
		Jóvenes en riesgo social
		Instituciones de apoyo a jóvenes en riesgo social

Cuadro N° 1 Fuente: Información recopilada por investigadores.

8.4. Técnica e instrumentos de investigación

Las técnicas cualitativas nos proporcionan una mayor profundidad en la respuesta y una mayor comprensión del fenómeno estudiado. Por lo que implica técnicas e instrumentos de recolección de información más analíticas y de observación constante, por esta razón se han seleccionado las siguientes:

8.4.1. Observación.

Es una técnica para la recopilación de datos sobre comportamiento no verbal que permite obtener datos relevantes del entorno estudiado para poder obtener algún tipo de conocimiento.

Dentro de la observación se debe tomar en cuenta la importancia de definir cuáles serán los puntos en los que se verá beneficiada la investigación al realizar este proceso, entre las cuales podemos mencionar el enriquecimiento de la información que sustenta la investigación, el reconocimiento del grupo de observadores en la comunidad lo que facilita la obtención de la información, una mejor comprensión del contexto actual de la zona, entre otros.

Esta técnica será aplicada dentro de las visitas de campo que se irán realizando durante la etapa de recolección de información.

8.4.2. Entrevista.

La entrevista comprende encuentros con el sujeto o grupo investigado con la finalidad de conocer y registrar la perspectiva de dicho grupo o sujeto respecto al enfoque y tema de la investigación.

Esta técnica se desarrollará durante el proceso de recolección de información, así como también posterior a la entrega del Manual de Identidad Gráfica para verificar el resultado del mismo.

8.4.3. Guías de observación.

Es un documento que permite guiar la acción de observar un fenómeno, esta guía está estructurada a través de columnas que permiten organizar los datos obtenidos.

La importancia como instrumento de recolección de información permite que la información sea fácilmente interpretada y organizada. De esta manera se hará el uso de dicho instrumento para estructurar la información obtenida previa a la observación.

8.4.4. Guías de entrevistas.

El guion de entrevista se elabora a partir del análisis de contenido y las preguntas de investigación derivadas.

Se desarrollarán preguntas concernientes al quehacer artesanal de los miembros de ACOPAAP de R.L con la finalidad de obtener la información necesaria para desarrollar la identidad gráfica de la misma.

8.5. Proceso analítico/interpretativo

<i>Tema:</i>	Aplicación de identidad gráfica como herramienta de posicionamiento en el mercado artesanal para la Asociación Cooperativa de Productores Agropecuarios y Artesanales Patashca (ACOPAAP DE R.L) del municipio de Nahuizalco, departamento de Sonsonate. 2016
<i>Enunciado del problema:</i>	Carencia de identidad gráfica de los artesanos del municipio de Nahuizalco pertenecientes a ACOPAAP de R.L. que dificulta el posicionamiento en el sector artesanal al no contar con los conocimientos técnicos y recursos económicos necesarios para consolidar su imagen gráfica.
<i>Objetivo general:</i>	Desarrollar una identidad gráfica para los artesanos del municipio de Nahuizalco pertenecientes a ACOPAAP de R.L. contribuyendo con ello al posicionamiento en el mercado artesanal local, nacional e internacional.

Objetivos específicos	Unidades de análisis	Dimensiones	Técnicas a utilizar	Tipos de instrumentos a utilizar
Recopilar información visual de la producción artesanal de los talleres pertenecientes a ACOPAAP de R.L. para la creación de un banco de imágenes.	Artesanías y su clasificación	Cultural	Observación	Guías de observación
	Productos artesanales de Nahuizalco	Cultural	Observación	Guías de observación
Definir la identidad cultural del municipio de Nahuizalco a través del registro de la diversidad de los productos artesanales de ACOPAAP de R.L.	Procesos y técnicas artesanales	Cultural	Observación Entrevista	Guías de observación
	Características de las artesanías	Cultural	Observación	Guías de observación
Compilar información de tipo teórico práctica a partir de visitas de campo analizando las características de la producción artesanal del municipio de Nahuizalco.	Instituciones de apoyo al sector artesanal del municipio de Nahuizalco	Cultural	Entrevista	Guías de entrevista
Elaborar un manual de Identidad Gráfica utilizando estrategias de diseño que brinde lineamientos básicos para la correcta aplicación de la marca.	Manual de Identidad Gráfica	Económica	Observación	Guías de entrevista

Determinar el grado de incidencia del factor social del municipio de Nahuizalco en el desarrollo de la producción artesanal de ACOPAAP de R.L.	Situación de violencia del municipio	Social	Entrevista	Guía de entrevista
--	--------------------------------------	--------	------------	--------------------

Cuadro N° 2 Fuente: Información recopilada por investigadores.

9. Capitulado tentativo y componentes técnicos y artísticos

9.1. Capitulado Tentativo

<i>Título de la investigación</i>		
Aplicación de identidad gráfica como herramienta de posicionamiento en el mercado artesanal para la Asociación Cooperativa de Productores Agropecuarios y Artesanales Patashca (ACOPAAP DE R.L) del municipio de Nahuizalco, departamento de Sonsonate. 2016		
<i>Capitulo</i>	<i>Título</i>	<i>Contenido del capitulo</i>
CAPITULO I Problema y contexto actual.	Producción y organización artesanal de Nahuizalco y su situación actual.	1.1. Historia, desarrollo económico y talleres artesanales del municipio de Nahuizalco.
		1.2. Situación actual de la producción artesanal del municipio de Nahuizalco.
		1.3. Incidencia del factor social en la producción artesanal en el municipio de Nahuizalco.
		1.4. Diseños artesanales y neo artesanías en el municipio de Nahuizalco.
		1.5. Desarrollo de asociaciones cooperativas en el municipio de Nahuizalco y situación actual de ACOPAAP de R.L.
CAPITULO II Fundamentación teórica.	Identidad Gráfica como herramienta de posicionamiento en el sector	2.1. Marco legal y políticas de apoyo al sector artesanal.
		2.2. Instituciones de apoyo al sector artesanal del municipio de Nahuizalco.

	artesanal.	2.3. Definición de identidad gráfica 2.4. Importancia de identidad gráfica para destacar en el mercado artesanal.
CAPITULO III Resultados (Teóricos y prácticos).	Aplicación de manual de identidad gráfica e importancia en el desarrollo comercial artesanal.	3.1. Identidad gráfica aplicada al sector artesanal.
		3.2. Elementos que componen un manual de identidad gráfica.
		3.3. Propuesta de manual de identidad para ACOPAAP DE R.L.
		3.4. Implementación del manual de identidad para mejorar el posicionamiento de ACOPAAP de R.L.
		3.5. Elaboración de plan de medios para la verificación de la efectividad del manual de identidad gráfica.

Cuadro N° 3 Fuente: Información recopilada por investigadores.

9.2. Componentes Técnicos y Artísticos

Aspectos de la investigación	Contenido/Propuesta
Título de la Investigación	Aplicación de Identidad Gráfica como herramienta para mejorar el desarrollo comercial de la Asociación Cooperativa de Productores Agropecuarios y Artesanales Patashca (ACOPAAP DE R.L.) del municipio de Nahuizalco, departamento de Sonsonate. 2016
Objetivo General	Proponer un manual de Identidad Gráfica a la Asociación Cooperativa de Productores Agropecuarios y Artesanales Patashca (ACOPAAP DE R.L.) en el municipio de Nahuizalco, para mejorar su posicionamiento en el mercado artesanal local.
Muestra Definida	Los miembros de la mesa de desarrollo artesanal del municipio de Nahuizalco.
Fase	Recopilación bibliográfica de datos.
	Elaboración de propuestas a partir de datos obtenidos.
	Verificación de propuestas e implementación de manual.
Resultado final	Teórico: Documento final acerca de la importancia

	de la implementación de un manual de marca para el desarrollo de la comunidad artesanal de Nahuizalco.
	Práctica: Manual de Identidad Gráfica con sus aplicaciones y usabilidad de los diferentes elementos que conforman una marca.

Cuadro N° 4 Fuente: Información recopilada por investigadores.

10. Referencias bibliográficas

10.1. Libros

Gálvez R., Blanca y Barrios L., Carlos R. (*Planificación estratégica de la Imagen Corporativa.*). *Evaluación de indicadores socio-económicos del municipio de Nahuizalco.* San Salvador, El Salvador: Escuela de Negocios de la UTEC

Guzmán Donsel, Ángela M. y García Q., Felipe. (2010). *Diseño, Artesanía e Identidad: Experiencia académicas locales de Diseño Artesanal en Colombia y El Salvador.* Popayán. Colombia: Ediciones Axis Mundi, Primera Edición.

Henríquez, V., Gámez, P., (1997). *El Salvador, su riqueza artesanal.* San Salvador, El Salvador: Fomento cultural, Editorial. Banco Agrícola Comercial de El Salvador.

Nicholas Ind, (1992). *La imagen corporativa para desarrollar programas de identidad eficaces.* Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos, S.A.

Paul Capriotti, (2008). *Planificación estratégica de la Imagen Corporativa.* Barcelona, España: Editorial Ariel

Sánchez H., Joaquín y Pintado Blanco, Teresa. (2009). *Imagen corporativa: influencia en la gestión empresarial*. Madrid, España: ESIC Editorial.

10.2. Tesis

Durán, C., Herrera, R. y Menjivar, C. (2009) *Estrategias de mercadeo enfocadas al incremento de ventas para Muebles Nahuiza*. (Tesina) Universidad Dr. José Matías Delgado. Antiguo Cuscatlán, El Salvador

Guevara, G. y Fabián, M. (2006) *Diseño de un sistema de estrategia PUSH para impulsar el desarrollo competitivo de los microempresarios fabricantes de muebles artesanales del municipio de Nahuizalco, departamento de Sonsonate*. (Tesis de pregrado) Universidad Francisco Gavidia. San Salvador, El Salvador.

Orellana, F. (2013) *Aporte del diseño gráfico a la museografía: Museo de la Cerámica de Hipobosco*. (Tesis de pregrado) Universidad Dr. José Matías Delgado. Antiguo Cuscatlán, El Salvador

Ramírez, G., Martínez, R. y Artiga, K. (2006) *Diseño de un modelo de comunicación con enfoque de ataque integral que contribuya a mejorar la imagen e ingresos económicos de los artesanos de la Ciudad de Nahuizalco, Departamento de Sonsonate*. (Tesis de pregrado) Universidad Francisco Gavidia. San Salvador, El Salvador.

Santamaría, J. y Osorio, K. (2014). *Estudio del impacto de una identidad gráfica de las empresas artesanales salvadoreñas: diseño aplicado a la identidad*

gráfica de Vinos Artesanales Carranza de San Pedro Nonualco, departamento de La Paz, (Tesis de pregrado) Universidad de El Salvador. San Salvador, El Salvador

10.3. Sitios web

Asociación Promotora de Productores y Empresarios Salvadoreños. (2007) *Estudio de mercado de productos artesanales de Nahuizalco y dulces típicos en la ruta de las flores*. San Salvador, El Salvador. Fundación PROESA. Recuperado de: http://www.issuu.com/sebastiangalindo/docs/estudio_rutaflores

Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa. (2006). *Memoria de Labores de 2006*. Recuperado de <https://api.gobiernoabierto.gob.sv>

El Salvador mi país. (2004) *Historia, costumbres, datos curiosos del municipio de Nahuizalco*. San Salvador, El Salvador. Recuperado de <http://www.elsalvadormipais.com/nahuizalco>.

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2007) *Arte y Diseño, la artesanía como elemento de desarrollo*. España, UNESCO Recuperado de <http://portal.unesco.org/culture/es>

Pueblos Vivos. (2012) *Anécdotas y destinos turísticos del municipio de Nahuizalco*. El Salvador. Recuperado de: <http://pueblosvivosudbreda.blogspot.com>

Urbina, S (12 de junio de 2015) *Nahuizalco celebra primer encuentro de culturas*. Diario Colatino. Recuperado de <http://www.diariocolatino.com>

11. Actividades y recursos

11.1. Cronograma de actividades

Actividades	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre
Asesorías Planificadas con Asesor							
Visitas al municipio de Nahuizalco							
Recopilación a través de la utilización métodos y técnicas de recolección							
Revisión de información recolectada							
Realización de primer avance							
Entrega de primer avance							
Corrección de primer avance de							
Realización de segundo avance de							
Entrega de segundo avance							
Corrección de segundo avance de							
Realización de Borrador Final							
Entrega de Borrador Final							
Corrección Borrador Final							
Elaboración de registro fotográfico para elaboración de catálogo							
Elaboración Manual de Identidad Gráfica							
Elaboración de documento final							
Entrega de documento final							
Defensa de documento final							

11.2. Presupuesto

CONCEPTO	VALOR	
Transporte (Gasolina)	\$	300.00
Seguro de accidente	\$	245.00
Alimentación	\$	600.00
Gastos básicos (Agua, energía eléctrica, internet, alojamiento, telefonía)	Energía Eléctrica \$ Agua \$ Internet \$ Telefonía \$ Alojamiento \$ SUB-TOTAL \$	300.00 70.00 210.00 175.00 180.00 945.00
Impresión	\$	350.00
Material de Oficina (papel, folder, fástener)	Papel bond \$ Folder \$ Fástener \$ Lápiz \$ Lapicero \$ Libretas de apunte \$ Grapas \$ SUB-TOTAL \$	20.00 24.00 16.00 10.00 30.50 25.00 3.50 129.00
Renta de Cañón	\$	25.00
SUBTOTAL	\$	2,594.00
Imprevistos 10 %	\$	259.40
Depreciación 30 %	\$	778.20
TOTAL	\$	3,631.60

11.3. Recursos

Humanos	Investigadores Informante clave Asesor Miembros de la cooperativa Jefatura CEDART
Materiales	Papelería Varia Lápiz Lapicero
Equipo	Hardware 3 Computadoras Portátiles Mouse Impresor Cámara Fotográficas Equipo Fotográfico Tableta digitalizadora WACOM Software

Microsoft Office Suit

Adebe Creative Suit

- Adobe Photoshop CC
- Adobe Illustrator CC
- Adobe InDesign CC



Universidad de El Salvador
Facultad de Ciencias y Humanidades
Escuela de Artes

GUÍA DE ENTREVISTA

Objetivo:

Perfil del entrevistado:

Consentimiento informado:

Se agradece, por el tiempo dedicado a responder esta consulta, que forma parte del trabajo de investigación del Proceso de Grado, denominado:

Su valioso aporte sobre esta área, permitirá que los resultados del presente estudio cumplan con el requerimiento científico. Motivo por el cual es importante que nos quede grabado, para su análisis, en el caso que Usted no se opone; sin embargo si en alguna ocasión desea que algún comentario no quede grabado, con todo gusto detenemos la grabación.

Nombre: _____ Firma: _____

Profesión: _____

Lugar de Trabajo: _____

Entrevistador/a:

Nombre: _____ Firma _____

Lugar: _____ Fecha: _____

PREGUNTAS

¿En qué etapa de legalización se encuentra la cooperativa?

¿En qué año se fundó la mesa de desarrollo?

¿Cómo es que fundó la mesa?

¿Qué los llevó a formalizarse como cooperativa?

¿Qué otras instituciones además de CONAMYPE han brindado apoyo al sector artesanal en el municipio?

¿Existe algún producto estrella dentro de la cooperativa?

¿Qué productos artesanales se elaboraban en el municipio anteriormente (hace más de 30 años)?

¿Qué nuevos productos se elaboran actualmente, que no eran desarrollados con anterioridad?

¿Cuál es la base para la realización de productos artesanales (Ejemplo: ¿por pedido, por tendencia)?

¿Qué nuevos métodos o tecnologías se utilizan actualmente para elaborar los productos artesanales? Ejemplo: Si existe una máquina para el entretejido de un petate.



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
ESCUELA DE ARTES

No.	Nombre	Nombre de Taller	Área o Producto
1.	Sonia V. Dalí Caridad	"Taller Aurora"	Velas aromáticas
2.	Carmen Nobelia Díaz Herrera	"La fina estampa del añil"	Teñidos en añil y tintes naturales
3.	Claudia Nerio Herrera	"Hilda Herrera"	Repujado
4.	Cecilia Pérez de Arévalo	"Artesanías Cecy"	Fibras naturales y bisutería natural
5.	Cindy Gabriela Patiño Castro	"La piedra viva"	Fibras naturales
6.	Mandolina Pérez	"Artesanías y muebles El Laurel"	Muebles de todo tipo, fibras naturales, bisutería y joyería artesanal
7.	Julio César	"Raíces y Cultura"	Bisutería ecológica, joyería artesanal, macramé, pirograbado y pintura
8.	Teresa Aguilar	"Artesanos añil"	Teñido de añil
9.	Zoila Mate Gómez	"Artesanías Ne Mekat"	Fibras Naturales
10.	García Flores	"Artesanías Esmeralda°"	Fibras Naturales



11.	Carlos Enrique Mestizo	"Artes Nahui"	Artesanías
12.	Santiago Guzmán	"Arte-San"	Artesanías
13.	Arcadio Hernández Muchín	"Fibras Naturales"	Fibras Naturales
14.	Noé Cortez Zuniga	"Artesanías Cortez"	Fibras Naturales
15.	Ana Julia Fuentes	"INNOV-ARTE Innovación Artesanal"	Joyería artesanal en piedras y semillas naturales
16.	José Alfredo Pérez Rodríguez	"Arte Nawariky"	Fibras naturales
17.	William Edgardo Mestizo Rodríguez	"Artesanías Metzti"	Morro, coco, bambú y teñidos naturales
18.	Jesús Martínez	"Artesanías J.M."	Bambú
19.	Neftalí Guzmán	Creaciones Gaia El Salvador	Accesorios, morro, bambu, cerámica en frío
20.	Marta Julia Pérez	"Artesanías Sarita"	Joyería, pacún, fibras naturales, madera
21.	Mauricio Mejía	Ensueños y Arte	Morro

PROCESOS DE GRADUACIÓN 2016

LISTA DE PRODUCTOS PARA CATÁLOGO	
Nombre de taller	Artesanías Ceey
Nombre de artesano	Cecilia Pérez de Arévalo
Producto	Juego Conacaste (collar y pulsera)
Material	Hilo encerado, semillas de conacaste, madera
Precio - Público	\$10.00
Dimensiones aproximadas	Collar: 29 X 9 cm. Pulsera: 7 X 6 cm.

LISTA DE PRODUCTOS PARA CATÁLOGO	
Nombre de taller	Artesanías Ceey
Nombre de artesano	Cecilia Pérez de Arévalo
Producto	Juego de café (collar y pulsera)
Material	Semillas de café, madera e hilo encerado.
Precio - Público	\$10.00
Dimensiones aproximadas	Collar: 30 X 9 cm Pulsera: 7 X 6 cm.

LISTA DE PRODUCTOS PARA CATÁLOGO	
Nombre de taller	Artesanías Ceey
Nombre de artesano	Cecilia Pérez de Arévalo
Producto	Juego de copinol y café (collar y pulsera)
Material	Semillas de copinol, hilo encerado, semillas de café y madera
Precio - Público	\$10.00
Dimensiones aproximadas	Collar: 28 X 9 cm Pulsera: 7 X 6 cm

LISTA DE PRODUCTOS PARA CATÁLOGO	
Nombre de taller	Artes Nahui
Nombre de artesano	Carlos Enrique Mastizo
Producto	cesteras, Lamparas, bandeja otros
Material	cuero, petate, yute, Bamby, Marro otros
Precio - Público	\$ 15.00
Dimensiones aproximadas	20 x 10 x 3 todo centimetros

LISTA DE PRODUCTOS PARA CATÁLOGO	
Nombre de taller	Artes Nahui
Nombre de artesano	Carlos Enrique Mastizo
Producto	Lamparas Bambu
Material	Bambu
Precio - Público	\$ 20.00
Dimensiones aproximadas	36 x 18 centimetros

LISTA DE PRODUCTOS PARA CATÁLOGO	
Nombre de taller	Artes Nahui
Nombre de artesano	Carlos Enrique Mastizo
Producto	Lampara Marro
Material	Marro
Precio - Público	\$ 22.00
Dimensiones aproximadas	28 x 18 Redondo

4373 -

LISTA DE PRODUCTOS PARA CATÁLOGO	
Nombre de taller	Fibras Naturales
Nombre de artesano	Arcadio Hernandez Oluchin
Producto	Cartera Tipo Sobre
Material	patata con cuero
Precio - Público	\$ 20.00
Dimensiones aproximadas	31 por 17 centímetros

LISTA DE PRODUCTOS PARA CATÁLOGO	
Nombre de taller	Fibras Naturales
Nombre de artesano	Arcadio Hernandez Oluchin
Producto	Cartera de Colgar
Material	patata con cuero
Precio - Público	\$ 25.00
Dimensiones aproximadas	33 por 22 de alto

LISTA DE PRODUCTOS PARA CATÁLOGO	
Nombre de taller	Fibras Naturales
Nombre de artesano	Arcadio Hernandez Oluchin
Producto	pantalla
Material	mimbres teñido
Precio - Público	\$ 30.00
Dimensiones aproximadas	40 de alto por 30 centímetros

LISTA DE PRODUCTOS PARA CATÁLOGO	
Nombre de taller	"Aurora"
Nombre de artesano	Sosana Maria Linares
Producto	Velas Aromaticas ^{con} morro
Material	Parafina y morro, aroma
Precio - Público	\$ 6.00
Dimensiones aproximadas	

LISTA DE PRODUCTOS PARA CATÁLOGO	
Nombre de taller	"Aurora"
Nombre de artesano	Sosana Maria Linares
Producto	Vela alta con semillas
Material	Parafina, aroma de menta
Precio - Público	\$ 6.00
Dimensiones aproximadas	

LISTA DE PRODUCTOS PARA CATÁLOGO	
Nombre de taller	"Aurora"
Nombre de artesano	Sosana Maria Linares
Producto	Vela pequeña en morro
Material	parafina, aroma de menta
Precio - Público	\$ 2.00
Dimensiones aproximadas	

No. 4

4385 - 4407

LISTA DE PRODUCTOS PARA CATÁLOGO	
Nombre de taller	ARTESANIA SARITA
Nombre de artesano	MARTA JULIA PEREZ.
Producto	DE TULE COLLAR, CON SEMILLAS Y CORAZÓN
Material	SEMILLAS (PACUN, PITO, LAGRIMAS DE SAN PEDRO)
Precio - Público	\$ 6 ⁰⁰
Dimensiones aproximadas	AJUSTABLES EN LO LARGO

LISTA DE PRODUCTOS PARA CATÁLOGO	
Nombre de taller	JARRON ARTESANIAS SARITA
Nombre de artesano	MARTA JULIA PEREZ
Producto	JARRON DE TULE.
Material	TULE, VARNIS ENTINTADO
Precio - Público	\$ 5 ⁰⁰
Dimensiones aproximadas	25 cm x 12 en ANCHO

LISTA DE PRODUCTOS PARA CATÁLOGO	
Nombre de taller	ARTESANIAS SARITA
Nombre de artesano	MARTA JULIA PEREZ
Producto	POZO DECORATIVO
Material	MADERA TIGÜILOTE Y BEJUCO
Precio - Público	\$ 6 ⁰⁰
Dimensiones aproximadas	23 ALTO y 10cm. ANCHO

NF

LISTA DE PRODUCTOS PARA CATÁLOGO	
Nombre de taller	Creaciones Gaia El Salvador
Nombre de artesano	Nefталy Alexander Guzman
Producto	Lapicero Cerámica en frío
Material	Cerámica en frío y bambú
Precio - Público	\$ 2.00 c/u.
Dimensiones aproximadas	ancho 1 c.m alto 16 c.m

LISTA DE PRODUCTOS PARA CATÁLOGO	
Nombre de taller	Creaciones Gaia El Salvador
Nombre de artesano	Nefталy Alexander Guzman
Producto	Mauero pirograbado
Material	Bambú
Precio - Público	\$ 1.00 c/u.
Dimensiones aproximadas	Ancho 2.5 c.m alto 4.5 c.m

LISTA DE PRODUCTOS PARA CATÁLOGO	
Nombre de taller	Creaciones Gaia El Salvador
Nombre de artesano	Nefталy Alexander Guzman
Producto	Monedero de Morro pirograbado
Material	Morro
Precio - Público	\$ 5.00 c/u.
Dimensiones aproximadas	ancho 8 c.m alto 5 c.m

LISTA DE PRODUCTOS PARA CATÁLOGO	
Nombre de taller	Hilda Herrera
Nombre de artesano	Claudia Herrera
Producto	Calendario Azteca
Material	Ramina de Aluminio y madera
Precio - Público	-
Dimensiones aproximadas	-

LISTA DE PRODUCTOS PARA CATÁLOGO	
Nombre de taller	Hilda Herrera
Nombre de artesano	Claudia Herrera.
Producto	Tulipan / Repujado
Material	Repujado Lámina, madera.
Precio - Público	-
Dimensiones aproximadas	-

LISTA DE PRODUCTOS PARA CATÁLOGO	
Nombre de taller	Hilda Herrera
Nombre de artesano	Claudia Herrera
Producto	Bodegón / Repujado / Petate.
Material	Lámina, madera, petate
Precio - Público	-
Dimensiones aproximadas	-

LISTA DE PRODUCTOS PARA CATÁLOGO	
Nombre de taller	Ne-mekat
Nombre de artesano	Zoila Mate Gómez
Producto	Cartera
Material	Fibras naturales , mecate , tule
Precio - Público	-
Dimensiones aproximadas	25 x 35

LISTA DE PRODUCTOS PARA CATÁLOGO	
Nombre de taller	Ne-mekat
Nombre de artesano	Zoila Mate Gómez
Producto	Fibras naturales , mecate , tule
Material	Bolso
Precio - Público	-
Dimensiones aproximadas	30 x 35

LISTA DE PRODUCTOS PARA CATÁLOGO	
Nombre de taller	Ne-mekat
Nombre de artesano	Zoila Mate Gómez
Producto	Cartera
Material	Fibras naturales , mecate , tule.
Precio - Público	-
Dimensiones aproximadas	20 - 35

LISTA DE PRODUCTOS PARA CATÁLOGO	
Nombre de taller	Artesanías Cortez
Nombre de artesano	Noé Cortez Zúñiga.
Producto	Carteras
Material	Tule, corazón de tule y mecate.
Precio - Público	-
Dimensiones aproximadas	40 x 30 / 20 x 20 / 20 x 20.

LISTA DE PRODUCTOS PARA CATÁLOGO	
Nombre de taller	Arte - San
Nombre de artesano	Santiago Guzmán
Producto	Monedero, lámpara, Jarrón
Material	Morro, fibras naturales, lazo, Ahadera
Precio - Público	\$25 / \$5.
Dimensiones aproximadas	30 cm. /

LISTA DE PRODUCTOS PARA CATÁLOGO	
Nombre de taller	Arte Nawanky.
Nombre de artesano	Jose Alfredo Pérez
Producto	Bar, Cartera, Maraca
Material	Cedro, madera, morro.
Precio - Público	\$75, \$15 \$5
Dimensiones aproximadas	-

LISTA DE PRODUCTOS PARA CATÁLOGO	
Nombre de taller	Artesanías J.M.
Nombre de artesano	Natividad de Jesús Martínez
Producto	Cuchara, morro, servilletero, adorno de pared.
Material	Morro, semillas naturales, maderas.
Precio - Público	-
Dimensiones aproximadas	-

LISTA DE PRODUCTOS PARA CATÁLOGO	
Nombre de taller	Sueños y arte
Nombre de artesano	Mauricio Mejía
Producto	Lámpara, Atrapasueño x3, Lámpara 2.
Material	Morro, hilo encerado, petate, tela.
Precio - Público	-
Dimensiones aproximadas	-

LISTA DE PRODUCTOS PARA CATÁLOGO	
Nombre de taller	Arte Nahuatl - pipil
Nombre de artesano	Pablo Magaña
Producto	Lámpara, Espejo, Porta vino
Material	Bambú, madera, petate.
Precio - Público	-
Dimensiones aproximadas	-

LISTA DE PRODUCTOS PARA CATÁLOGO	
Nombre de taller	Hilda Herrera
Nombre de artesano	Claudia Herrera
Producto	Calendario Arteca
Material	Lamina, Petate , Atad Madera
Precio - Público	
Dimensiones aproximadas	70 cm x 70 cm

LISTA DE PRODUCTOS PARA CATÁLOGO	
Nombre de taller	Hilda Herrera
Nombre de artesano	Claudia Herrera
Producto	Repujado Bodegón
Material	Lamina, Petate, Madera
Precio - Público	
Dimensiones aproximadas	70 cm x 40 cm

LISTA DE PRODUCTOS PARA CATÁLOGO	
Nombre de taller	Hilda Herrera
Nombre de artesano	Claudia Herrera
Producto	Repujado tulipan
Material	Lamina, Madera
Precio - Público	
Dimensiones aproximadas	40 x 20

LISTA DE PRODUCTOS PARA CATÁLOGO	
Nombre de taller	Artesanías Magdalena
Nombre de artesano	María Magdalena Pérez
Producto	Juego Alegria (collar, pulsera y aretes)
Material	Semillas de tawa, piedras naturales, hilo encerado y alpaca
Precio - Público	\$12
Dimensiones aproximadas	Collar: 33 x 9 cm Aretes: 3.5 cm Pulsera: 7 x 6 cm.

M

LISTA DE PRODUCTOS PARA CATÁLOGO	
Nombre de taller	Artesanías Magdalena
Nombre de artesano	María Magdalena Pérez
Producto	Juego Aqua (collar, pulsera y aretes)
Material	Hilo nylon, piedras de coral, alpaca
Precio - Público	\$12
Dimensiones aproximadas	Collar: 28 x 9 cm Aretes: 2.7 cm Pulsera: 7 x 6 cm

LISTA DE PRODUCTOS PARA CATÁLOGO	
Nombre de taller	Artesanías Magdalena
Nombre de artesano	María Magdalena Pérez
Producto	Atrapasueños
Material	Hilo encerado, pita, madera y plumas.
Precio - Público	\$15.00
Dimensiones aproximadas	26 x 26 cm.

No 1

17
43~~17~~ - 4329

LISTA DE PRODUCTOS PARA CATÁLOGO	
Nombre de taller	LA FINA ESTAMPA DEL ANIL
Nombre de artesano	CARMEN NOBELIA DIAZ HERRERA
Producto	COLLAR EN TRAPILO TEJIDO EN ANIL
Material	TRAPILO CON ANIL Y MADERA
Precio - Público	\$ 6 ⁰⁰
Dimensiones aproximadas	AJUSTABLE

LISTA DE PRODUCTOS PARA CATÁLOGO	
Nombre de taller	LA FINA ESTAMPA DEL ANIL
Nombre de artesano	CARMEN NOBELIA DIAZ
Producto	SANDALIAS EN TELA ANIL
Material	TELA EN ANIL Y BUENA HUESA
Precio - Público	\$ 14
Dimensiones aproximadas	

LISTA DE PRODUCTOS PARA CATÁLOGO	
Nombre de taller	LA FINA ESTAMPA DEL ANIL
Nombre de artesano	CARMEN NOBELIA DIAZ
Producto	VESTIDO ESTILO MARCELA
Material	TELA MANA DANIELA TEJIDO EN ANIL
Precio - Público	\$ 20 ⁰⁰
Dimensiones aproximadas	AJUSTABLES SEGUN TALLAS S - XL

LISTA DE PRODUCTOS PARA CATÁLOGO	
Nombre de taller	Raíces y Cultura
Nombre de artesano	Julio César
Producto	Gancho para cabello elaborado de momo
Material	Momo bambu pirograbado
Precio - Público	\$3
Dimensiones aproximadas	10 X 5 cm

LISTA DE PRODUCTOS PARA CATÁLOGO	
Nombre de taller	Raíces y cultura
Nombre de artesano	Julio Cesar Aguirre
Producto	Juego collar pulsera y aretes
Material	alapa y piedra natural lavada
Precio - Público	\$25
Dimensiones aproximadas	25 X 15 cm

LISTA DE PRODUCTOS PARA CATÁLOGO	
Nombre de taller	Raíces y cultura
Nombre de artesano	Julio Cesar Aguirre
Producto	llaveros
Material	momo pirograbado
Precio - Público	\$1
Dimensiones aproximadas	4 X 3 cm

LISTA DE PRODUCTOS PARA CATÁLOGO	
Nombre de taller	Innov-arte
Nombre de artesano	Ana Julia Cruz Fuentes
Producto	Joyería Artesanal
Material	Semilla de palmero y pito
Precio - Público	-
Dimensiones aproximadas	Regulable.

LISTA DE PRODUCTOS PARA CATÁLOGO	
Nombre de taller	Innova arte
Nombre de artesano	Ana Julia Cruz F.
Producto	Joyería Artesanal
Material	Semilla de café y piedra de Amatista
Precio - Público	-
Dimensiones aproximadas	25 x 15 Regulable

LISTA DE PRODUCTOS PARA CATÁLOGO	
Nombre de taller	Innov-arte
Nombre de artesano	Ana Cruz
Producto	Accesorios
Material	Artil y colgante artesanal
Precio - Público	-
Dimensiones aproximadas	25 x 15