

ESTRATEGÍA DE COMUNICACIÓN EN LA WEB, PARA LA ECONOMÍA JUVENIL EN MARSELLA CON EL EMPRENDIMIENTO DE PRODUCTOS GRÁFICOS DISEÑA EXPERIENCIAS

COMMUNICATION STRATEGY ON THE WEB, FOR THE YOUTH ECONOMY IN MARSEILLES WITH THE ENTREPRENEURSHIP OF GRAPHIC PRODUCTS
DESING EXPERIENCES

AUTORES: María Juliana Laverde Rocha (1) Dolly Valentina Vargas Varela (2)

(1) Diseñadora Gráfica con 3 años de experiencia, intereses en ilustración y diseño editorial, en proceso de profesionalización en la universidad Corporación Unificada Nacional de Educación Superior – CUN, cuarto semestre de diseño gráfico, maria.laverder@cun.edu.co.

(2) Diseñadora Gráfica con 3 años de experiencia, intereses en diseño editorial, artes gráfica acabados y diseño web, en proceso de profesionalización en la universidad Corporación Unificada Nacional de Educación Superior – CUN, quinto semestre de diseño gráfico, Dolly.vargas@cun.edu.co.

RESUMEN:

La economía naranja es el conjunto de actividades en las cuales se desarrolla ideas para transformar bienes y servicios culturales, en el cual se determina su contenido con unas propiedades intelectuales, éstas están compuestas por una economía cultural y unas industrias creativas, con áreas de un soporte creativo, a partir del tema principal la economía naranja, en Colombia se han realizado diversas estadísticas de economía juvenil donde el resultado es desanimado, ya que la tasa del desempleo juvenil aumento más del 70%, y se puede deducir que el desempleo juvenil es una posible explicación de la tensión social, si bien el crecimiento económico es esencial para general empleos de calidad, pero la mayoría de jóvenes se incorporan a la economía informal, por tal razón se quiere trabaja un emprendimiento grafico para promover laboralmente, y se destaque un resultado notable que aporte a la economía del país, fomentando a su vez el desarrollo artístico y cultural, impulsado la web y el aumento del uso de las redes sociales, que se convierten en uno de los canales vitales para dar a conocer los resultados de esta economía juvenil.

Palabra Claves:

Economía Naranja – Industrias Creativas – Desempleo Juvenil – Empleo – Jóvenes – Oportunidades económicas- Diseño Gráfico – Productos Gráficos.

ABSTRACT:

The orange economy is the set of activities in which ideas are developed to transform cultural goods and services, in which their content is determined with intellectual properties, you are composed of a cultural economy and creative industries, with areas of creative support, from the main theme the orange economy, in Colombia various statistics of youth economy have been made where the result is discouraging, since the youth unemployment rate increased more than 70%, and it can be deduced that youth unemployment is a possible explanation of social tension, although economic growth is essential to generate quality jobs, but most young people join the informal economy, for this reason they want to work a graphic enterprise to promote employment, and a remarkable result stands out that contribution to the country's economy, promoting in turn artistic and cultural development, promoting the web and the Increase in the use of social networks, which become one of the vital channels to publicize the results of this youth economy.

Keywords:

Orange Economy - Creative Industries - Youth Unemployment - Employment - Youth - Economic Opportunities - Graphic Design - Graphic Products.

INTRODUCCIÓN:

Según el artículo de investigación de Blanco. C. Bernal. C. Camacho. F. Díaz. M. (2018). Dicen que “el sector de las industrias creativas y culturales, se enfocan en el análisis de conocimientos mediante datos agregados, permitiendo un acercamiento al conocimiento de la realidad de las industrias creativas, dando una gestión de conocimiento, refiriéndose a lo académico y empresarial”. Teniendo en cuenta los resultados de este estudio que permite dar un acercamiento a lo que es en realidad el desarrollo de las industrias creativas, se le hace un llamado a los directivos empresariales y organismos gubernamentales de Bogotá, Colombia para que reflexionen y motiven, las acciones que permitan, el diseño de estrategias de gestión con conocimientos creativos y culturales para que se genere un valor agregado y sostenible para estas empresas y sus diferentes intereses culturales. El proyecto de Yingza S. (2018). “Refiere que los estudiantes de bajos recursos provienen de familias donde el ingreso familiar anual total es de alrededor de \$60.000 mil pesos o menos, por los costos de la educación superior, los estudiantes de bajos recursos asisten y se gradúan de la facultad a tasas más bajas que sus compañeros de más altos ingresos”. El desempleo juvenil se ha convertido en un problema económico social, en donde cada año se ha agravado la crisis juvenil, afectando notoriamente el acceso de un trabajo digno y estable, para determinar los factores principales del desempleo juvenil hay que observar como Colombia, ha tenido irregularidades en casos de robo de recursos de la educación, a partir de este punto se deduce que los docentes en Colombia, no se les paga dignamente, tratándose que es la producción de aprendizaje para enfoques determinante en la competitividad de la

economía, pues de los docentes dependerá la cantidad de valor agregado que los futuros trabajadores le incorporen, en las condiciones para desempeñarse en una mejor sociedad.

Los motivos que llegaron a realizar esta investigación es que Colombia es uno de los países que presenta uno de los índices más altos de desempleo juvenil, las alarmantes cifras de desempleo juvenil y que también a raíz de la situación de la crisis pandémica del covid-19 ha sido un detonante, el DANE, en el primer mes de este 2021, la tasa de desempleo del total nacional fue 17,3%, lo que significó un aumento de 4,3 puntos porcentuales frente al mismo mes del año anterior (13,0%). Según el sitio web plaza capital de Sánchez. L. (2021).” Refiere que laborar en Colombia exige ciertos requisitos a cumplir como lo son la edad y la experiencia laboral, aspectos que le juegan en contra a un grupo en especial, como lo son los jóvenes adultos entre los 18 y 28 años, algunos puestos exigen tener corta edad, pero contar con experiencia de bastante tiempo”. Teniendo presente que los jóvenes se han visto afectados por diversos motivos principalmente por la inexperiencia, a la hora laboral y la crisis económica generalizada no ha hecho más que agudizar esta situación en los jóvenes colombianos en un 5% respecto al 2019. El informe mensual del mercado laboral Fernando. L. Cárdena. X. Delgado. M. (2019) expone que “la economía creativa se encuentra en la interfaz entre la economía, la cultura, la tecnología, los aspectos sociales y la creatividad es uno de sus principales componentes, pues el sector gira en torno a la producción de contenidos novedosos, relevantes y de valor cultural que se alineen con las demandas del mercado, Por esta razón son los sectores que compagina la creación, producción de bienes y servicios centrado en contenidos intangibles y tangible de una manera cultural por tal motivo para dar soporte a estas industrias, se estableció un enfoque de diseño gráfico, a través de un emprendimiento que se dedica al diseño y comercialización de productos gráficos, desarrollando la motivación del emprendimiento que se introduce al mismo, en el sector economía juvenil afectada, lo que se ha trabajar en el emprendimiento diseña experiencias es que los jóvenes aumenten sus conocimientos en el diseño gráfico, la experiencia laboral, también que se destaque un resultado notable que aporte a la economía del país, fomentando a su vez el desarrollo artístico y cultural, impulsado la web y el aumento del uso de las redes sociales, que se convierten en uno de los canales vitales para dar a conocer los resultados de esta economía juvenil.

ECONOMÍA NARANJA Y SU PROGRESO EN LOS JOVENES

Las industrias creativas son relevantes por su transversalidad en la actividad económica y el valor agregado que generan, en particular son una oportunidad para los jóvenes con un desarrollo de nuevas habilidades requeridas en un mercado laboral, asimismo la economía naranja representada las organizaciones que hacen de la creatividad una oportunidad de negocio, aumentando la economía por destrezas como emprendimientos para la resolución de problemas tales como diseña experiencias, para reducirían el desempleo y la desigualdad juvenil, la motivación principal que poseen, es la capacidad creativa inagotable que en algunos casos logra

traducirse en empresas con resultados económicos positivos y aportar a la economía juvenil de Bogotá, Colombia. Según Jal. 2014. expone que, el emprendimiento naranja tiene un importante rol en la economía de países emergentes por su papel para impulsar la tecnología, la generación de ideas y las redes con vínculos productivos entre sus emprendedores, y nuevas fuentes de empleo que darían la oportunidad a las jóvenes generaciones de ingresar al aparato productivo de cada nación.

El emprendimiento creativo y cultural o emprendimiento naranja es de visión de largo plazo, con un esfuerzo en el día a día, pero logrando un posicionamiento de marca solo con esfuerzo y tiempo, asimismo se convierten en atractivos e impulsores de consumo, e influyentes para las variaciones de precio que en ocasiones pueden superar lo que regularmente es el precio promedio de mercado de su oferta, pero es aceptado y pagado por el consumidor, por tal razón, el emprendedor cultural debe ser un generador de experiencias y conocimientos que puedan sustentar la contribución de la cultura al desarrollo económico, se debe tener presente que los consumidores no valoran de la misma manera un producto cultural o creativo, situación que afecta la sostenibilidad económica del emprendimiento cultural, y se debe destacar que el emprendimiento creativo, y produce significado social con contenidos que interpretan al mundo, dejando un legado para las futuras generaciones a través de sus productos. De acuerdo con Gonzales. L. y Rey. D. (2018). De acuerdo con el índice mundial de innovación del 2018, realizado a 126 países teniendo en cuenta 80 factores, clasificándolos desde la propiedad intelectual hasta la creación de investigaciones científicas, la actividad innovadora es un instrumento clave para el desarrollo económico y humano en las sociedades, Colombia actualmente ocupa el puesto 63 a nivel mundial y el número 5 a nivel Latino América, seguido de Chile, Costa Rica, México e Uruguay. Para fortalecer las industrias creativas no es tarea fácil, la sostenibilidad de una empresa creativa y cultura lleva de estímulos, como la innovación fuente de crecimiento, y se debe tener presente los canales de comunicación esenciales, en el camino al éxito de un emprendimiento creativo, los canales incorporan de una manera artística, alcanzando un reconocimiento ante el público, destacándose las redes sociales como fuente de conexiones de nuevos artistas culturales, así mismo Colombia es uno de los países que está en constante diagnósticos a su economía creativa porque reconoce, la importancia de esta economía en la inclusión económica de las poblaciones.

LA EDUCACIÓN Y SU DIFICULTAD EN LOS JOVENES

El ranking, Colombia es el país que se destaca por su desarrollo tecnológico en los servicios gubernamentales, sostenibilidad ambiental, herramientas facilitadoras de apoyo al financiamiento, y la utilización de diversas tecnologías, se debe tomar en consideración que Colombia cuenta con debilidades en su sistema educativo, se refleja la situación en la que se encuentra el país, sino también las grandes oportunidades que se tienen por mejorar con el fin de impulsar, la creación y protección de propiedad intelectual por medio de iniciativas innovadoras,

apoyan el desarrollo económico como una oportunidad para aumentar el valor agregado por medio de la protección en un mercado de consumo creciente. Conforme con la investigación de la fundación bertelsmann, Hertel. M. (2018). Deduce que el emprendimiento juvenil está basado en la identificación de oportunidades por parte de adolescentes y jóvenes, en la búsqueda de recursos y en aprovechar estas oportunidades impulsados por procesos social y cultural”. La juventud es la época en la que están presentes esos ideales y sueños, el emprendimiento juvenil se resalta por la capacidad de generar una serie de valores, motivaciones que parten para generar esta iniciativa, también se destaca la creatividad, el compromiso, la confianza y una visión, nuestro emprendimiento es empresarial ya que nuestra principal motivación es la economía, y el sector juvenil para general grandes y estables oportunidades.

De acuerdo el sitio de noticias web LR más. De la espiella. A. (2020). Dijo que el Dane reveló la dramática tasa de desempleo de personas que integran el grupo poblacional que va entre los 14 y los 28 años, con los jóvenes sin trabajo es una dificultad que se ha disparado aún más por cuenta de la pandemia, y no se puede dejar atrás los estudiantes que han terminado su formación técnica o profesional durante los tiempos de cuarentena, han tenido serias dificultades para emplearse, puesto que los jóvenes enfrentan obstáculos en los indicadores labores como el desempleo, o un empleo con ingresos muy bajos o mayormente el empleo informal, se deduce que unos de los factores principales del desempleo juvenil es el desajuste de no poder tener una educación superior por la falta de dinero, asimismo las empresas exigen una cantidad de años determinados para la experiencia de un definido cargo, es uno de los cuantos factores que dificultan el poder tener un empleo digno, asimismo el sector educativo es el más corrupto en Colombia ya que Colombia se ocupa el puesto 90 entre 176 naciones en el índice de corrupción mundial, la corrupción envuelve a gobernadores, alcaldes, magistrados, senadores, ministros y en general, a muchos de los altos funcionarios del estado, quienes otorgan y reciben miles de millones de pesos, y aún más faltantes de dinero para la financiación de los grupos universitarios, de acuerdo con el espectador Pacheco. S. (2017).

EL DISEÑO GRÁFICO COMO SOLUCIÓN DE PROBLEMAS

Según La Universidad Nacional ha demostrado durante décadas su valía, ocupando en múltiples escalafones nacionales y regionales las primeras posiciones. Ya que el desarrollo de la educación es paz, cultura, esmero, contrastes de clases magistrales, estudiantes prodigiosos con factores precarios, s la fiel evidencia de una cultura de la mediocridad producto del robo y la negligencia de los sectores dirigentes, por consiguiente es necesario que en Colombia la educación sea vista un bien público, respetable, pertinente y digna para los estudiantes colombianos. Se considera muy importante el que los jóvenes conozcan de cerca la realidad de la sociedad donde se desarrollan para así poder entender lo que sucede, por qué sucede y cómo se puede contribuir a que algunas situaciones cambien. Es importante que conozcan su país, su realidad, conozcan su problemática y cuál es su rol dentro de la sociedad desde la profesión de diseñadores gráficos es

una herramienta muy útil y fundamental en la educación de una sociedad. Teniendo en cuenta lo dicho por Tim Brown, el presidente y CEO de IDEO, define el pensamiento de diseño como la misión del pensamiento de diseño es convertir la observación en conocimiento y el conocimiento en productos y servicios que mejorarán las vidas. De este modo los seres humanos tenemos la capacidad creativa de solucionar problemas, y un factor principal para ello el diseño gráfico, porque el diseño, de hecho, es la mejor forma de ir de un problema a una solución, para desarrollar estas soluciones se debe tener en cuenta algunos elementos como lo son la Empatía, que es necesaria para entender a los usuarios para plasmar las ideas correspondientes, asimismo es importante la comunicación para transmitir la información y sentimientos de forma asertiva, porque en el diseño con y para las personas, además está la adaptabilidad que es la estructura para apuntar a la mejora continua a partir de cambios que nos presente el entorno, según Frascara. (2000). p.123.

El diseño gráfico participa del arte, la ciencia, la artesanía y la tecnología: del arte por lo intuitivo, lo expresivo y lo estético; de la ciencia, por los conocimientos necesarios para solucionar una serie de aspectos específicos en el proceso de diseño; de la artesanía, por la destreza necesaria para visualizar y para preparar los trabajos listos para reproducir; y de la tecnología, por los procesos utilizados para la preparación y la reproducción industrial de los objetos finales. En el diseño de una pieza identificadora o en el más complejo sistema de comunicación visual, los resultados estarán condicionados por las destrezas y el dominio de las diferentes herramientas técnicas que el diseñador posea, evitando o reduciendo así los posibles errores dentro de lo que se podría contemplar, sería inapropiado pensar que la comunicación es hoy una apariencia casual, cuando cada vez son más retórico a los que se recurre en términos de comunicación pública, y a lo que el diseño relaciona el éxito o el fracaso realmente se podrán medir cuando esa pieza de diseño comience a dialogar con sus interlocutores y lo comprendido es donde el diseño encuentra su máxima expresión, el diseño en comunicación visual es el espacio de formas, estética, jerarquías de información entre el significado y el significante. Desarrollar proyectos gráfico a partir de las especificaciones iniciales del producto; elaborando bocetos, seleccionando y adecuando color, imágenes y fuentes tipográficas; creando elementos gráficos, artes finales; utilizando herramientas informáticas; realizando presupuestos en función de las características del proyecto y verificando la calidad del producto terminado.

DISEÑO CENTRADOS EN PERSONAS

Se forma el diseño de productos gráficos a partir de la necesidad de general empleo juvenil con propuestas a nivel de estrategias graficas con el fin de dar a conocer los aportes de las industrias creativas, se ha abordado el diseño por medios como sitio web y redes sociales, mostrando las piezas publicitarias, la identidad corporativa, El diseño gráfico es una herramienta para programar y realizar comunicaciones visuales destinadas a la transmisión mensajes a

determinados a un grupo en específico, se comunican de una forma gráfica dando ideas, hechos o valores es el arte de realizar y modificar diseños mediante la tecnología. La estrategia de comunicacional que se realiza en el emprendimiento diseña experiencias es en el desarrollo de su empaque tiene mensajes donde se comunica y se transmite que es lo que se tiene en las manos, estos empaques tienen una doble utilidad, creando un estilo de comunicación, economía de recursos, y su mensaje que da cercanía e espontaneidad, este emprendimiento comunicar al consumidor el valor que está aportando mediante el consumo consiente y contribuyendo para que no termine contaminando al medio ambiente. Packaging mas diseño son soluciones sostenibles en la vida cotidiana.

Uno de los enfoques más utilizados para estudiar el desempleo juvenil es el análisis de la transición de la escuela al trabajo y, por tanto, el análisis de la interacción entre educación y mercado de trabajo.(Schütz, 1961; Becker, 1964). En concreto, la relación positiva entre mayores niveles de educación y mejores empleos y salarios, mientras la relación directa entre el crecimiento económico y un mayor porcentaje de población con niveles de educación altos. Aquí la educación no se ve como un gasto sino como una inversión que reporta rendimientos hacia futuro, vía mayor empleabilidad y salarios más altos. Con esta expectativa, los jóvenes, sus familias y el conjunto de la sociedad invierten parte de sus activos y patrimonio en mayores niveles educativos para obtener por esta vía mayores posibilidades de ocupación y mejores salarios. Sin embargo, como se analizará en este artículo, los datos sobre desempleo juvenil evidencian que la transición de la escuela al trabajo no se está dando de la forma deseada. Como se ha visto, la educación desempeña un papel importante en la determinación del empleo y su calidad.

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA UNA LA ECONOMÍA JUVENIL

El desempleo juvenil viene acompañado por el cambio generacional en el mundo laboral, los más populares argumentos relacionados con las causas del desempleo juvenil se centran entre quienes aducen que esta problemática es efecto de la dinámica poblacional de los jóvenes y de las jóvenes, donde el ritmo con el que ingresan al mercado laboral es más rápido que el ritmo con que éste puede absorberlos (Esterlín, 1969). El desempleo juvenil representa un desafío para los sistemas laborales, que tendencialmente muestran porcentajes de desempleo superiores al promedio nacional, derivados de las dificultades de inserción en el mundo laboral. Sternberg (1987) clasifica a los problemas a partir de espacios de problemas bien definidos y mal definidos, en los primeros es posible especificar con claridad los pasos para llegar a la solución por medio del experimento. Los problemas de diseño se caracterizan por ser de espacio mal definido, porque no pueden especificarse con claridad los pasos para conseguir su solución y porque requieren inicialmente de la intervención intuitiva, basada en las experiencias previas y en el conocimiento declarativo y procedimental del diseñador, la cual se muestra tanto en su aproximación al problema como en el proceso de ensayo-error característico del boletaje (Nevé 2005). La solución que se maneja en el emprendimiento diseña experiencias tiene una

determinación muy grande en transformar la vida de los jóvenes con el de generar mejor ingresos económicos para tener una vida estable, nuestro aporte en el diseño gráfico es por medio de la comunicación y publicidad que conlleva a la economía creativa o también conocida economía naranja con el fin de que los jóvenes sean apasionados a la innovación y con un pensamiento creativo (Nevé 2005). Mayer (1993) explica la diferencia entre problemas rutinarios y no rutinarios; los rutinarios presentan soluciones concretas, pero los no rutinarios son aquellos que requieren de una solución innovadora. Los problemas de diseño son de tipo no rutinario, debido a que requieren de una solución innovadora, creativa, no vista y, por lo tanto, no deben ser resueltos por una secuencia específica de pasos lógicos que conduzcan automáticamente a su solución (Nevé 2005).

PRODUCTOS GRÁFICOS COMO ESTRATEGÍA DE COMUNICACIÓN

Pero ¿Cómo elaborar estrategias de comunicación en la web para una economía juvenil en Marsella, dónde se genere un emprendimiento en productos gráficos? Es oportuno hablar de cómo se da la aparición del concepto de la economía naranja; en especial con relación e implementación en el cambio del mercado, dicho mercado es el medio publicitario y es aquí donde se identifica la importancia que tiene la ejecución de recursos creativos dentro de sus estrategias de comunicación donde ellas permiten el incremento en el consumo. Debido a esto se vio la necesidad de generar un nuevo impacto por medio de un emprendimiento donde impulsa a los jóvenes hacer parte de la economía naranja, en el cual sea ese despertar con en el fin de generar mejores empleos y estabilidad económica, que actualmente se vea el lenguaje y el discurso publicitario como elementos primordiales a la hora de promocionar o dar a conocer un servicio o producto, se adopta el tema de la creatividad como base de la innovación es allí donde la economía naranja juega un papel fundamental, puesto que se habla de generar valor económico creativo, con el fin de dar solución a la problemática Weller, J. (2006).

Es parte de la justificación de este trabajo, sumar los esfuerzos y desarrollos investigativos existentes y venideros a complementar con nuestro aporte para educar, cuidar y sensibilizar a los jóvenes afectados en el desarrollo profesional, económico y social. Por tal motivo Diseña Experiencias ayudara de una manera emergente a los jóvenes donde se encontraran altamente involucrados con innovaciones y creaciones de productos gráficos para la producción y comercialización en diferentes cadenas de mercados con el fin de generar prestigio y oportunidad económica de esta manera se podrán posicionar el mercado gráfico.

La identidad visual es un tema que aporta mucha información en la identidad corporativa por ello, es importante que el diseñador ejecute el plan de análisis de la marca con el fin de generar piezas con la misma diagramación y armonía de los productos corporativos para tener una identificación. Existen diversos productos gráficos ya sea análogas o digitales, estas son una ayuda muy importante para los emprendimientos, campañas, entre otras. Los productos gráficos

son una forma de generar atención a la población por medio de las formas, colores, composición generando el consumo excesivo de cualquier producto. En un mercado como el actual en el que las empresas tienen que sortear una competencia cada vez más dura se hace necesario apostar por la inversión en productos gráficos como elementos publicitarios para dar a conocer la empresa y sus productos o servicios. Si bien el mundo digital ha ganado mucho protagonismo, los productos gráficos en formato físico siguen siendo los grandes protagonistas del mercado publicitario (Huelvaya, 2019). Son muchos los productos gráficos a los que las empresas pueden recurrir para completar y hacer más atractiva su estrategia de marketing, pero sin duda los que resultan más utilizados en el mercado son los posters, infografías, material corporativo como; lápices, camisetas, pocillos, entre otras, estas manejando una misma diagramación corporativa en cuanto tipografía, color y diseño.

PACKAGING SOSTENIBLE

Las estrategias de comunicación son un tipo de herramienta de negocio que ayuda a la organización a alinear sus objetivos generales con un plan de marketing enfocado en la consecución de un conjunto de resultados, El diseño de las estrategias de comunicación debe permitir ayudar a la organización a definir, elaborar y lanzar sus mensajes, por cualquier medio y hacia todo tipo de interlocutores de manera efectiva. (Directivos, 2020). Existen varias estrategias de comunicación una de ellas es la identidad de marca donde no es sólo un logotipo o un eslogan impactante. En realidad, son las personas que trabajan por el negocio, sus valores, espíritu, sus fortalezas y experiencias las que consiguen captar la atención de la audiencia y ocupar un lugar en su mente. De ahí la importancia de la estrategia de comunicación de una empresa, que en ningún caso podrá ser parcial o sectorizada, sino que requiere una aplicación transversal si se quiere generar el impacto deseado entre el público objetivo. La sostenibilidad hace referencia al uso responsable de los recursos naturales para que las futuras generaciones también puedan disponer de ellos, garantizando la satisfacción de nuestras necesidades actuales y futuras. El objetivo de fabricar este tipo de packaging es, por tanto, ayudar a las empresas a seguir desempeñando su actividad comercial, pero disminuyendo al máximo el impacto que generan en el entorno. La industria de consumo es consciente de la necesidad de un cambio de rumbo hacia una economía circular en la que reducir, reciclar y reutilizar tengan como resultado procesos de producción más sostenibles, con menores consumos de agua y materias primas y menor huella de carbono (Laura,2019). La contaminación por residuos plásticos es uno de los principales problemas medioambientales, hay que ser conscientes que cada año se vierten a los océanos una media millones de toneladas de plástico, esto generando un impacto agresivo para el medio ambiente por esa razón se generan diferentes tipos de empaque biodegradables o reutilizables con el fin de bajar la contaminación ambiental y generar una vida sostenibles más sana. El packaging sostenible está pensado para velar por el planeta, pero este no es el único factor que hay tener en cuenta, también hay que valorar los factores económicos y sociales.

PROCESO GRÁFICO

A continuación se presenta de manera técnica las fases utilizadas para esta investigación, posteriormente e cada una de estas se realizó un análisis con el fin de que se de una posible solución a la problemática, la primera fase se cumple con exactitud la evidencia de varios documentos de investigación que explican la economía naranja en el país y también por qué los jóvenes no tienen tantas oportunidades de trabajo laboral y la crisis económica que esto genera, gracias a estos documentos de investigación se puede profundizar mucho el tema tratado para este documento de investigación, viéndose reflejado sobre todo en el marco teórico el cual explica los conceptos más importantes para nuestro documento como: las industrias creativas, economía juvenil, soluciones a partir del diseño gráfico, productos gráficos, estrategias de comunicación y packaging sostenibles todo esto enfocado en la economía naranja.

Imagen corporativa y piezas graficas como la segunda estrategia corresponde a la imagen corporativa de la empresa diseñando experiencias esta con el objetivo de generar un gran impacto visual de esta forma generara un gran ingreso económico para la empresa y a su vez los jóvenes que trabajaran en ella posicionándolos a una mejor vida laboral y creativa, de esta manera se cumple con la diagramación general para la empresa con una paleta de colores que expresen la creatividad y ese fresco juvenil. Como pieza principal se generó una página web con el fin de que sea un medio por donde los jóvenes puedan tener un mejor ingreso económico y desarrollo arisco. Las piezas secundarias son: papelería corporativa, habladores, manual de identidad corporativa. Estrategia de comunicación en el emprendimiento: La estrategia implementada para el emprendimiento diseña experiencias se enfoca en una comunicación visual por medio de imágenes que expresa y transmite el mensaje que queremos mostrar al público siendo esta un método de marketing digital el cual tiene la capacidad de comunicar nuestras necesidades y deseos. El objetivo es que mediante esos mecanismos se cree una conexión más real y profunda con los consumidores, donde los jóvenes evidenciaran ese talento creativo el cual no sólo es tener buenas ideas, es saber expresarlas y venderlas, saber conceptualizarlas y desarrollarlas, y saber ejecutarlas efectivamente.

REFLEXIÓN:

Deliberando los resultados e implicaciones de la investigación sobre el desarrollo de estrategias comunicativas en la web para la economía juvenil en Marsella con el emprendimiento de productos gráficos y exploración centrada en áreas como, identificar las necesidades económicas de los jóvenes, la inserción laboral y la motivación a partir del diseño gráfico como nivel de satisfacción de desempeños laborales, y el desarrollo en jóvenes con sus fortalezas y vulnerabilidad en esta sociedad en la que se están desarrollando, por otro lado de igual importancia, están las necesidades y competencias de uso de nuevos medios, como la utilidad social y el diseño, como un instrumento para desenvolverse en el mercado laboral, con un

enfoque de emprendimiento con el compromiso de los jóvenes con su propio desarrollo, brindando múltiples oportunidades de aprender roles y competencias, estableciendo conexiones positivas con la comunidad por consiguiente este artículo busca determinar la utilidad social del diseñador gráfico, utilizando la herramienta de comunicación visual como movimiento social, intercultural y ambiental en el emprendimiento Diseña Experiencias, resaltando las Industrias Culturales, Industrias Creativas que contribuyen a la generación de riqueza a través de la creación y la exploración de ideas de surgimiento apoyado de las artes visuales, fomentando las oportunidades y capacidades como un desarrollo de emprendimiento comercial, mediante la utilización de estrategias, aplicando las tecnologías, y creando una óptima economía, sociedad, crecimiento y diversidad. Para los jóvenes ha sido un enorme desafío ser los conductores de un proceso de desarrollo económico social que permite a su vez disminuir la pobreza y desigualdad socioeconómica, con el emprendimiento Diseña experiencias, promueve un crecimiento económico basado en fundamentos sustentables y competitivos, mejorando la calidad de vida, contribuyendo a una economía naranja, y a las nuevas tecnologías de producción, comunicación, manejo y conocimiento que son de total importancia para mayor flexibilidad, rapidez y desenvolvimiento de escenarios.

Se llevó a cabo una investigación cualitativa y diseño centrado en personas, ya que con ellas se pretendió entender y descubrir fenómenos sociales juveniles en la estabilidad económica y la manera en que se le dio soporte a la investigación, fue mediante un análisis de experiencias de individuos o grupos que se desarrollan dentro del contexto. Se enfocó en los jóvenes para construir una relación entre el emprendimiento y la economía naranja. El enfoque ideal para enfrentar el desempleo juvenil es a través de un emprendimiento dirigido a la población de Marsella dado que durante toda la investigación se podrá hacer ajustes a partir de los hallazgos identificados progresivamente. La investigación cualitativa es el método científico de observación para recopilar datos no numéricos, toma un acercamiento más comprensivo al problema de investigación, recurrirá a una variedad de fuentes de datos en un estudio determinado, donde se acudirá a varios y diferentes investigadores, de esta forma se asistió a múltiples perspectivas para interpretar los datos simples y finalmente se procederá a usar varios métodos para estudiar el problema y el objetivo de estudio en particular, tales como entrevista, observación y la revisión documental, también se destaca el diseño centrado en personas es cada vez más popular en el mundo del emprendimiento. El uso de diseño centrado en el usuario puede hacer o deshacer el reconocimiento de la marca donde el proceso interactivo se enfoca en la comprensión de los usuarios y su contexto en todas las etapas de diseño y desarrollo.

Planteamiento problema: La población juvenil enfrenta obstáculos en su inserción laboral y social. A nivel internacional se reconoce que el déficit de trabajo decente en este sector es de gran magnitud y amplia heterogeneidad. Dentro de los grupos críticos, se ubican aquellos que trabajan en la economía informal, fenómeno que se incrementa cada vez más. Ante esta situación, se pugna por políticas diferenciadas para cada grupo juvenil, en donde si bien el crecimiento económico es esencial para generar empleos de calidad también se requieren

políticas socio laborales a fin de atender la problemática juvenil. Entre las estrategias para reducir o eliminar en esta población el empleo en la economía informal destacan: programas de incentivos a la formalización, piso básico de protección social, educación, formación y competencias e iniciativa empresarial.

CONCLUSIONES

Después de realizar las investigaciones correspondientes y utilizando los métodos y desarrollos mencionados con anterioridad se concluye que Diseña Experiencia es un emprendimiento que apoya y coopera con los jóvenes de Colombia, Bogotá del barrio Marsella, para un crecimiento de habilidades personales, profesionales y socioeconómicas, dedicados al diseño y comercialización de productos gráficos, con un desarrollo de tecnologías, teniendo en cuenta que el sector del diseño gráfico continua en crecimiento, además el emprendimiento está centrado en clientes, motivando el compromiso con la marca e influencia la posibilidad de volver a comprar en un futuro, con momentos de interacción, entre las personas y la marca, resaltando los aspectos del mercado-marca como, diseño de producto, el packaging, movimiento de redes sitio web y atención al usuario etc. El diseño se ha convertido en parte de la vida de las personas y por esta razón, existe y sigue creciendo en el mercado laboral, destacando la creatividad, se realiza el análisis de las ventajas potenciales y las dificultades de los jóvenes, para tener los parámetros a mejorar para y en pro de los jóvenes, de esta manera se realizan una óptima estrategia de comunicación, para que el cliente tenga conocimiento de las diversas dificultades de los jóvenes y el trayecto que se está realizando de mano con diseño gráfico, proporcionando una asistencia financiera, y permitiendo la estructura del emprendimiento Diseña Experiencias, con características especiales, ya que por su análisis se extiende a una dimensión económica y dimensión social, siendo un indicador evolutivo en la sociedad y grado de bienestar en la juventud, se tiene en cuenta las competencias básicas y esenciales para vivir en la sociedad, y desenvolverse óptimamente en un ámbito laboral, también se resalta que la capacidad, la creatividad y la disciplina de los jóvenes para tener una óptima socioeconómica.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Blanco. C. Bernal. C. Camacho. F. Díaz. M. (2018). Industrias Creativas y Culturales: Estudio desde el Enfoque de la Gestión del Conocimiento. Scielo Información tecnológica. https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-07642018000300015.

Yingza. S. (2018). Estudiantes de bajos recursos. Estudiantes de bajos recursos ¿Quiénes son estudiantes de bajos recursos?. <https://revnypole-con.ucatolica.edu.-co/article/view/2893>.

Sánchez. L. (2021). Aumento de un 5% del desempleo juvenil en Colombia desde el pandémico 2020. Noticias web plaza capital. <https://plazacapital.co/noticias/5270-desempleo-juvenil>.

Fernando. L. Cárdena. X. Delgado. M. (2019). Informe mensual del mercado laboral. Importancia de las industrias creativas en la economía. Fedesarrollo.
https://www.fedesarrollo.org.co/sites/default/files/iml_junio2019_digital.pdf.

Hertel. M. (2018). Fundación bertelsmann. Emprendimiento social juvenil.
<file:///C:/Users/valen/Downloads/Emprendimiento%20juvenil.pdf>.

De la espriella. A. (2020). Desempleo juvenil y vandalismo. La Republica.
<https://www.larepublica.co/analisis/abelardo-de-la-espriella-400021/desempleo-juvenil-yvandalismo-3060798>.

Pacheco. S. (2017). Educación pública y corrupción. El espectador.
<https://www.elespectador.com/colombia2020/opinion/educacion-publica-y-corrupcion-columna859044/>.

Mora. J. (2018). El diseño como herramienta para solucionar problemas. Platzi.
<https://platzi.com/blog/disenio-herramienta-para-solucionar-problemas/>.

Frascara. (2000). p.123. La problemática del Diseño. Una repuesta desde múltiples abordajes.
https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_libro=609&id_articulo=12715.

Moreno. C. (2017). La responsabilidad social y el diseño gráfico. Universidad de Palermo.
https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/actas_de_diseno/detalle_articulo.php?id_libro=11&id_articulo=5505.

Esterlín M (Esterlín, 1969) *Economic Naranja de sociedad* .<http://www.scielo.org.co/pdf/rlcs>.
(Análisis de desempleo, Jaramillo ,2016) <https://library.fes.de> Convenio Andrés Bello. (2003).

Impacto económico de las industrias culturales en Colombia. Bogotá: Ministerio de Cultura de Colombia y Convenio Andrés Bello.

Cornell University, INSEAD, & WIPO. (2018): *The Global Innovation Index 2018: Energizing the World with Innovation*. Ithaca, Fontainebleau y Geneva. World Intellectual Property Organization (WIPO), & Confederation of Indian Industry (CII).

Dinero. (2018). Colombia entró a la lista roja de E.E.U.U. por propiedad intelectual. Recuperado de <https://www.dinero.com/internacional/articulo/colombia-entro-en-la-lista-roja>

Duque, I. (2015). Efecto Naranja. Bogotá: Planeta Colombiana. <http://www.scielo.org.co/pdf/rlcs>

Echeverría, J. (2016). Industrias culturales y creativas perspectivas, indicadores y casos.

Recuperado de <http://interaccio.diba.cat/sites/interaccio.diba.cat/files/e170093.pdf>

Beograd, H.C. (2000). Copy proof. A new method for design and education. Rotterdam: Post-St.

Joost. Fullat, O. (2004). Homo educando. Antropología filosófica de la educación. Colección Lupus Magister. Puebla, México: Universidad Iberoamericana Puebla.

Héller, A. (2009). A theory of feelings. Lanham: Lexinton Books. <https://retos-directivos.eae.es>

Cajamarca Rueda, A. y Murillo, T. (2011). Packaging: empaques de snack para el consumidor de bajos ingresos <https://www.compromisoempresarial.com/rsc/2019/12/packaging>

(Tesis de grado, Colegio de Estudios Superiores de Administración, Bogotá, Colombia).

Recuperado de <http://repository.cesa.edu.co/bitstream107>.

Vila, J. F. (1985). Causas e importancia del desempleo juvenil. Cuadernos de geografía, pp. 1-17. <http://www.scielo.org.co/pdf/rlcs/v10n1/v10n1a27.pdf>.

Weller, J. (2006). Inserción laboral de jóvenes: expectativas, demanda laboral y trayectorias. <http://www.scielo.org.co/pdf/rlcs/v10n1/v10n1a27.pdf>.

Red Etis, Cepal, 5, pp. 1-9. Weller, J. (2007). La inserción laboral de los jóvenes: características, <http://www.scielo.org.co/pdf/rlcs/v10n1/v10n1a27.pdf>.

Tensiones y desafíos. Revista de La CEPAL, 92, pp. 61- 82. Yáñez, M. & Acevedo, K. (2010).

El mercado laboral desde una perspectiva espacial. Apuntes del Cenes, pp. 7397 <http://www.scielo.org.co/pdf/rlcs/v10n1/v10n1a27.pdf>

Ministerio de Cultura; Fonseca, Ana. (2008). INDICADORES DE CULTURA PARA EL

DESAROLLO https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/cdis/resumen_analitico_iucd_colombia_0_1.pdf.

Estudio sobre la importancia económica de las industrias y actividades protegidas por el derecho de autor y los derechos conexos en los países de MERCOSUR y Chile de la OMPI (bit.ly/308apend).

Clasificación con cambios importantes para diferenciar las actividades culturales y creativas más re- levantes en los sistemas de cuentas nacionales (bit.ly/317apend).

Guía para la determinación de la contribución económica de las industrias basadas en el derecho de autor de la OMPI (bit.ly/318apend).

Cultura de Colombia y el British Council (traducida al inglés en 2006) (bit.ly/319apend).

Cepal. (2000). Juventud, población y desarrollo: problemas, oportunidades y desafíos. Comisión económica para América Latina. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/2261-juventudpoblacion-desarrollo-problemas-oportunidades-desafios>.

Agencias de la ONU. (2013). Desarrollo humano juvenil vía empleo para superar los retos. Honduras. <http://www.mdgfund.org/es/program/eldesarrollohumanoparalosj%C3%B3veneslasup eraci%C3%B3ndelosretosdelamigraci%C3%B3ntrav%C3%A9sdelempleo>.

Vera. A. De León. G. (2016). Cippec20. Buenos Aires. Argentina. Jóvenes con derechos, jóvenes con oportunidades. <https://www.cippec.org/proyecto/jovenes-con-derechos-jovenes-conoportunidades/>.

Trabajando por el mundo. (2020). Oportunidades para jóvenes por el mundo. <https://trabajarporelmundo.org/portales-web-de-informacion-para-la-juventud-fuera-de-europa/>.

Martínez. L. (2007). Scielo. Pontificia Universidad Católica de Chile. Mirando al Futuro: Desafíos y Oportunidades Para el Desarrollo de los Adolescentes en Chile. https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-22282007000100001.

Anzolar. J. (2021). Invest in Bogotá. Bogotá, una ciudad de oportunidades para que los jóvenes adquieran experiencia laboral. ¿Por qué para los jóvenes es difícil conseguir un empleo sin tener experiencia laboral?. ¿Qué está haciendo Bogotá para dar mejores oportunidades laborales a los jóvenes?. <https://es.investinbogota.org/BogotaBigIdeas/bogota-una-ciudad-de-oportunidadespara-que-los-jovenes-adquieran-experiencia>.

Bustamante. E. (2018). Universidad de Cádiz. Las industrias culturales y creativas. <https://revistas.uca.es/index.php/periferica/article/view/4178>.

Leal. A. (2019). Portafolio. La ley que le permitirá trabajar a los jóvenes sin experiencia laboral. Consejos para conseguir empleo sin experiencia laboral. <https://www.portafolio.co/economia/empleo/asi-funciona-la-ley-para-jovenes-sin-experiencialaboral-537021>.

Noticias Caracol. (2018). Oportunidades laborales para jóvenes, el clamor en Bogotá. <https://noticias.caracoltv.com/colombia/mas-oportunidades-laborales-para-jovenes-el-clamor-enbogota-para-nuevo-presidente>.