

Bogotá, D.C. 23 / 05 / 2023

Señores

Sistema Nacional de Bibliotecas

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior Ciudad

Los suscritos:

Yuli Alexandra Gualteros Chala C.C. No. 1.007.831.757

En calidad de autor (es) del trabajo de grado Título del trabajo de grado presentado como requisito para optar el título de Título al que opta el autor, autorizo (autorizamos) al Sistema Nacional de Bibliotecas de la Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN, hacer uso académico-investigativo del presente trabajo de grado y su publicación en la web, teniendo en cuenta que en cualquier caso su finalidad será facilitar, difundir y promover el aprendizaje, enseñanza e investigación.

Lo anterior teniendo en cuenta lo siguiente:

AUTORIZO (AUTORIZAMOS)
1. La conservación, preservación y almacenamiento de ejemplares de trabajos y/o proyectos de investigación
2. La consulta electrónica
3. La reproducción por cualquier formato.
4. La difusión pública por medio electrónico y/o físico, así como su visibilidad en internet.

De conformidad con lo establecido en la Ley 23 de 1982, Ley 44 de 1993, Decisión Andina 351 de 1993, Decreto 460 de 1995 y demás normas generales sobre la materia, utilice y use en todas sus formas, los derechos patrimoniales de reproducción, comunicación pública, transformación y distribución (alquiler, préstamo público e importación) que me corresponden como creador de la obra objeto del presente documento.

Para constancia se firma el presente documento en Ibagué (Tolima), a los 24 días del mes de mayo de 2023.


ELABORÓ: Coordinadora de Biblioteca	REVISÓ: Director Nacional de Bibliotecas	APROBÓ: Vicerrector Académico y de Investigaciones
FECHA: 04-07-2018	FECHA: 25-07-2018	FECHA: 03-08-2018


 Firma
 Nombre: Yuli Alexandra Gualteros Chala
 Cédula: 1.007.831.757

NOTA: El autor certifica que conoce las derivadas jurídicas que se generan en **aplicación de los principios del derecho de autor.**

CONTROL DE CAMBIOS		
FECHA	VERSIÓN	DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO

ELABORÓ: Coordinadora de Biblioteca	REVISÓ: Director Nacional de Bibliotecas	APROBÓ: Vicerrector Académico y de Investigaciones
FECHA: 04-07-2018	FECHA: 25-07-2018	FECHA: 03-08-2018

 <p>Corporación Unificada Nacional de Educación Superior</p>	FORMATO DESCRIPCIÓN TRABAJOS Y/O PROYECTOS DE INVESTIGACION	CÓDIGO: IPA-FO28
		VERSIÓN: 00
		Nº DE PÁGINAS: 3

TITULO COMPLETO			
Colectivo Grafos			
SUBTITULO SI LO TIENE			
La labor de ilustrar en Ibagué			
AUTOR / AUTORES			
Apellidos completos		Nombres Completos	
Gualteros Chala		Yuli Alexandra	
DIRECTOR(ES) DEL TRABAJO O PROYECTO			
Apellidos completos		Nombres Completos	
ORTIZ GORDILLO		ANDRÉS FELIPE	
ESCUELA			
Comunicación y Bellas Artes			
PROGRAMA ACADÉMICO			
TIPO DE PROGRAMA			
<input type="radio"/> Técnico	<input type="radio"/> Tecnólogo	<input checked="" type="radio"/> Profesional	<input type="radio"/> Otro ¿Cuál?
Nombre del programa académico			
Diseño Gráfico			
Nombres y apellidos del director del programa académico			
Zayra Arias P. (líder ECBA)			
TRABAJO PARA OPTAR AL TITULO DE:			
Profesional			
PREMIO O DISTINCIÓN (En caso de ser laureadas o tener una mención)			
Haga clic aquí para escribir texto.			
CIUDAD	AÑO DE PRESENTACIÓN	NÚMERO DE PÁGINAS	
IBAGUÉ, TOLIMA	2023	25	
TIPO DE ILUSTRACIONES			
<input checked="" type="checkbox"/> Dibujos	<input type="checkbox"/> Pinturas	<input checked="" type="checkbox"/> Tablas, gráficos y diagramas	<input type="checkbox"/> Planos <input type="checkbox"/> Mapas <input checked="" type="checkbox"/> Fotografía <input type="checkbox"/> Partituras
SOFTWARE REQUERIDO O ESPECIALIZADO PARA LA LECTURA DEL DOCUMENTO			

ELABORÓ: Coordinadora de Biblioteca	REVISÓ: Director Nacional de Bibliotecas	APROBÓ: Vicerrector Académico y de Investigaciones
FECHA: 04-07-2018	FECHA: 25-07-2018	FECHA: 03-08-2018

 Corporación Unificada Nacional de Educación Superior	FORMATO DESCRIPCIÓN TRABAJOS Y/O PROYECTOS DE INVESTIGACION	CÓDIGO: IPA-FO28
		VERSIÓN: 00
		N° DE PÁGINAS: 3

Nota: En caso que el software no se encuentre licenciado por la Institución a través de la biblioteca (previa consulta al estudiante), el texto de la tesis o trabajo de grado quedará solamente en formato PDF.)

Formato word y pdf.

TIPO DE ILUSTRACIONES

TIPO	DURACIÓN (Minutos)	CANTIDAD	FORMATO Y / O MEDIO
<input type="checkbox"/> Audio	Clic para escribir	Clic para escribir	Clic para escribir
<input type="checkbox"/> Video	Clic para escribir	Clic para escribir	Clic para escribir
<input type="checkbox"/> Multimedia	Clic para escribir	Clic para escribir	Clic para escribir
<input type="checkbox"/> Otro ¿Cuál?	Clic para escribir	Clic para escribir	Clic para escribir

DESCRIPTORES O PALABRAS CLAVE

Son los términos que definen los temas que identifican el contenido. (En caso de duda para designar estos descriptores, se recomienda consultar con el Sistema Nacional de Bibliotecas en el correo biblioteca@cun.edu.co, donde se les orientará)

Colectivo Gráfico, Arte, Ilustración, Diseño Gráfico, Emprendimiento.

RESUMEN DEL CONTENIDO

El presente trabajo de investigación, expone la creación de un colectivo en el que busca visibilizar la labor de ilustrar mediante las aptitudes, cualidades y talentos natos que los integrantes posean abordando la problemática al no tener un mayor alcance de reconocimiento, y para ello se trabajó una metodología basada en el estudio exploratorio con un enfoque mixto centrado en jóvenes Diseñadores Gráficos de la ciudad de Ibagué, caracterizados por ser emprendedores, afines con el diseño ilustrativo, las artes y el emprendimiento. De esta forma se trabajaron herramientas de innovación como lo son: mapas de empatía, creación de Benchmarking, matriz dofa y, encuestas en las que se evidenció el factor de interacción como base fundamental para generar comunidad por medio de espacios alternativos de apoyo en puntos estratégicos de la ciudad y redes sociales.

CONTROL DE CAMBIOS

FECHA	VERSIÓN	DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO

Colectivo Grafos: La labor de ilustrar en Ibagué
Grafos Collective: The work of illustrating in Ibagué

Autora: Yuli Alexandra Gualteros Chala

Resumen

El presente trabajo de investigación, expone la creación de un colectivo en el que busca visibilizar la labor de ilustrar mediante las aptitudes, cualidades y talentos natos que los integrantes posean abordando la problemática al no tener un mayor alcance de reconocimiento, y para ello se trabajó una metodología basada en el estudio exploratorio con un enfoque mixto centrado en jóvenes diseñadores gráficos de la ciudad de Ibagué, caracterizados por ser emprendedores, afines con el diseño ilustrativo, las artes y el emprendimiento. De esta forma se trabajaron herramientas de innovación como lo son: mapas de empatía, creación de Benchmarking, matriz dofa y encuestas, en las que se evidenció el factor de interacción como base fundamental para generar comunidad por medio de espacios alternativos de apoyo en puntos estratégicos de la ciudad y redes sociales.

Palabras clave: Colectivo Gráfico, Arte, Ilustración, Diseño Gráfico, Emprendimiento.

Abstract

The present research work exposes the creation of a group in which it seeks to make visible the work of illustrating through the aptitudes, qualities and natural talents that the members possess, addressing the problem by not having a greater scope of recognition, and for this, work was done. a methodology based on the exploratory study with a mixed approach focused on young graphic designers from the city of Ibagué, characterized by being

entrepreneurs, related to illustrative design, arts and entrepreneurship. In this way, innovation tools were worked on, such as: empathy maps, Benchmarking creation, SWOT matrix and surveys, in which the interaction factor was evidenced as a fundamental basis for generating community through alternative support spaces at strategic points of the city and social networks.

Keywords: Graphic Collective, Art, Illustration, Graphic Design, Entrepreneurship.

1. INTRODUCCIÓN

Con el paso de los años el Diseño Gráfico se ha encargado en dar un valor agregado a la necesidad de difundir perfiles nuevos de grandes artistas ilustrativos con emprendimientos personales, gracias a sus aptitudes, destrezas y habilidades que cada diseñador a tomado como rol y desempeño en su vida laboral, sin embargo, debido al desconocimiento que se ha producido frente al tema de los talentos que surgen día a día tratando de evocar su arte por diferentes canales, todavía no se ha terminado de solventar un reconocimiento masivo nacional. Es pertinente mencionar que han surgido artistas que lograron ser reconocidos como: Paula Kitaen (@paulakitaen), Paula Bahe (@paula.bahe), Juan David Jaramillo (@itsjaramillo), Paula Dorado (@katedorado), Ibaguereños no solo por su marca e identidad corporativa sino también por ellos mismos, su perfil como emprendedor, propagando su servicio y/o producto, a través de piezas promocionales y publicitarias por medio de las redes sociales, hoy en día estos medios juegan un papel importante en la visión que tienen los emprendedores para tratar de sobresalir ante la competencia.

En ocasiones específicas, se ha realizado espacios culturales, actividades y ferias empresariales en Ibagué, pero por falta de una estrategia publicitaria, muchas personas no han obtenido este tipo de información masiva, puesto que el comunicado se dispersa y en ocasiones las personas pasan por alto los flyers o afiches que en su debido momento se propagan.

Dicho lo anterior, esto conduce a la pregunta de investigación ¿Cómo a través del Diseño Gráfico se puede llegar a un posicionamiento y buscar estilos propios que se diferencien entre los diseñadores?

Colectivo Grafos es un proyecto académico con iniciativa cultural, empresarial y artística cuyo objetivo principal es generar estrategias de visibilización y difusión que destaque el rol de los ilustradores del Departamento del Tolima a través de su primera edición, el festival grafías alternativas en el que se dará un espacio creativo, educativo y cultural, brindando oportunidades para el desarrollo profesional de la comunidad. Para esto es necesario ejecutar la creación de un plan estratégico en el que se consignent los lineamientos que permitirán llevar a cabo las metas a corto, mediano y largo plazo para la planeación del festival.

2. MARCO TEÓRICO o REFERENCIAL

Emprendimiento Gráfico en Ibagué

Cuando se habla al respecto del emprendimiento la mayoría de las personas tienen en su mente que es un modelo de negocio creado a partir de una necesidad. El emprendimiento es el mejor camino para crecer económicamente, ser independientes, y tener una buena calidad de vida, lo cual implica desarrollar una cultura encaminada a vencer la resistencia de dejar de ser dependientes (Klinger, 2009). Debido al desempleo ocasionado en los últimos años, se ha generado un potencial en las personas al momento de producir nuevos recursos para iniciar negocios propios que ayuden a su sustento diario.

Se conoce como emprendimiento a la actitud y aptitud que toma un individuo para iniciar un nuevo proyecto a través de ideas y oportunidades, en la actualidad, se ha visto transformado el país con emprendimientos que tienen diferentes puntos de enfoque, se abre un gran brecha en el comercio como intento a un mejor futuro. De esta forma, se busca que

el proceso de construcción de los ciudadanos sea una fuente emprendedora y sea un referente importante a nivel regional, como un territorio unido, colaborativo y próspero (Gaitán, 2021). Mientras las personas no crean que el emprender es cuestión de un trabajo diario y que no se logrará de un día para otro llegar el éxito, seguirán surgiendo emprendimientos gráficos que terminarán en fracaso si no se mantiene en constancia.

La falta de constancia, compromiso y disciplina se puede determinar como una circunstancia en declive para muchos negocios. La mayoría de las veces se debe al miedo al fracaso y a salirse de la zona de confort, pero otras porque piensan que no hay dinero para emprender o por desconocimiento de cómo hacerlo (Sánchez, 2016). En algunos casos, la falta de estrategias de calidad para sacar a flote cualquier punto de la empresa, ya sea el emprendimiento que sea. En el Arte y el Diseño Gráfico, se debe tener en cuenta las fortalezas y debilidades del negocio para plantear objetivos y lograr llegar a ellos en un tiempo adecuado. Dicho lo anterior, desde el colectivo se busca denotar su valor diferencial para la sociedad mediante capacitaciones, charlas y talleres gratuitos ofreciendo herramientas y asesorías para aquellos que no cuenten con los recursos necesarios para llevar a cabo un posicionamiento o reconocimiento ante su identidad corporativa o marca.

Por otra parte, Cabrera (2020) expresa que desde los orígenes de la historia las personas tienen la capacidad de asumir riesgos para conseguir sus objetivos y el emprender trata de eso. Ser ágil y contar con la capacidad de resolver problemas, promover y liderar un cambio que a gran medida mejore las condiciones de vida de los ciudadanos, sería lo más ideal para un mejor futuro.

La labor de ilustrar

La labor de ilustrar es importante en la sociedad ya que se usa con fines publicitarios para hacer representaciones gráficas de carteles, anuncios publicitarios de productos o servicios, piezas visuales, además, a fines editoriales, portadas de libros,

periódicos, revistas o cuentos infantiles, dependiendo de su disciplina ilustrativa ya sea científica, infográfica, botánica, moda y muchas más.

Hoy en día, la ilustración cuenta con múltiples fines asociados a la comunicación y el arte, es por esta razón, que ha tomado un papel importante en el desarrollo del Diseño Gráfico, ya sea con fines publicitarios o relacionado a otro tipo de comunicación visual complementando el mensaje tipográfico al cual acompaña. Es decir, comunica el mensaje que se quiere transmitir visualmente. Es un recurso muy apropiado a la hora de fomentar una conexión hacia los espectadores mediante sus emociones, dando un toque artístico al propagar el mensaje que los diseñadores quieren impartir desde su interpretación.

Hoy en día, la ilustración cuenta con múltiples fines asociados a la comunicación y el arte, es por esta razón, que ha tomado un papel importante en el desarrollo del Diseño Gráfico, ya sea con fines publicitarios o relacionado a otro tipo de comunicación visual.

Dentro del Diseño Gráfico y como especialidad, dice Romero (2011) “La observación es el método clásico de la investigación, además es la manera básica por medio de la cual obtenemos información acerca del mundo que nos rodea” (p.6). Dicho lo anterior, la observación es de vital importancia en el campo gráfico e ilustrativo, van de la mano al Diseño Gráfico, ya que sin ella no podemos comunicar, es complicado sobrellevar un lenguaje visual, menos para crear imágenes o ilustraciones. A partir de un tema en específico, la composición, el color, la luz, la sombra, la exploración de campo es relevante y clave para comprender y percibir nuestro entorno, contexto y realidad.

La memoria expone Romero (2011) “Después de realizar una observación en el campo, nos permite conservar lo que ya hemos visto durante nuestro entorno en la cotidianidad, y nos hace crear nuevas perspectivas sobre la realidad” (p.6). Por consiguiente se entiende que la memoria es la capacidad que permite retener y recordar, mediante procesos asociativos, inconscientes, sensaciones, impresiones, ideas, y conceptos

previamente experimentados, así como toda la información que se ha aprendido conscientemente.

El registro, posteriormente de observar, expresa Romero (2011) “preservamos en nuestra memoria, registramos el proceso creativo ejecutado, apoyándose con una herramienta fundamental; la bitácora, vital evidencia ante el proceso, anotar ideas y desglosarlas, bocetar y plasmar lo que podemos llegar a percibir desde nuestra mente hasta nuestro contexto” (p.6). En síntesis, la memoria guarda lo observado, puesto que de esta forma es más fácil recordar lo visto por medio de imágenes, videos, escritos o incluso hasta los bocetos que se realizan por medio de marañacos, esta información pasa a ser parte de lo que se ha aprendido conscientemente y automáticamente pasa a ser un punto importante del subconsciente.

Ilustración en el Diseño Gráfico

La ilustración, un punto fuerte en el diseño que se convierte en una pasión para muchas personas. Cada vez que nos hablan de ilustración, lo primero a lo que nos lleva la mente es a un Diseñador Gráfico con un computador que se encarga de modificar una idea, acomodándose a las necesidades del cliente y del momento (Barber, 2016). La competencia en el diseño cada vez es más fuerte, se tiene en cuenta que no solo están los egresados de la Universidad sino también los que se forman empíricamente.

A su vez, ha tomado un papel importante ante las necesidades de nuevas técnicas y tendencias de una gran magnitud frente a los propósitos que se quieran evocar. Todos los días salen nuevos estilos y formas en la recreación de la ilustración, debido a la variedad de gustos que existen en el ser humano, es difícil declararse como ilustrador especializado en todas las ramas porque esto hace parte del arte, lo cual es algo que no tiene punto final, es un proceso que se debe estudiar día a día para tratar de empaparse lo más posible del arte actual y poder sacar al público un buen nivel ilustrativo, todo esto con la intención de lograr llegar a la misma ruta de siempre, el mismo objetivo: Comunicar.

Según Gómez (2010) “Para un ilustrador, comunicar no sólo significa expresar ideas, sino hacerlo de tal modo que permita primero, establecer un diálogo con uno mismo a través del papel y después, comunicar desde conceptos hasta soluciones terminadas” (p.9). Por consiguiente, cabe resaltar que el papel de un ilustrador en la sociedad es igual de importante que el de un abogado o un contador, puesto que este lleva consigo mismo varios temas que debe resolver en un solo punto, investiga, crea y genera soluciones por medio del color, la forma y el volumen.

Agregando a lo anterior, la ilustración sobresale por ser una disciplina con sustento histórico y evolutivo, cuyo respaldo se ha caracterizado por el manejo de la información y su fin de enseñar, documentar, transmitir ideas, ser estéticamente atrayente, teniendo vigencia debido a su multifuncionalidad en el mercado tanto económico, comercial y en su industrialización gráfica.

Benchmarking

Cuando se trata de emprendimiento hay que tener en cuenta varios puntos bajo la mesa, entre esos debe de estar el análisis real de la competencia, siendo esto algo fundamental para cualquier negocio. Es un proceso de comparación referencial usado por las empresas para medir y mejorar la calidad y el rendimiento de sus productos, servicios y procesos (Quintana, 2021). Por consiguiente, al tener claro las fuentes de competencia se puede llegar a mejorar desde el tiempo de producción, por medio de estrategias, se generarán productos de calidad y con precios acordes al bolsillo del cliente promedio.

Cabe aclarar que el Benchmarking es un mundo de proceso bastante amplio, abarca diversos temas, no solo se deja limitar al momento de determinar los competidores, sino que sucede en la misma empresa por medio de una fuerte comparación con otros emprendedores, con el objetivo fundamental de mejorar aspectos del negocio, ya sea desde páginas web, redes sociales o puntos físicos.

3. METODOLOGÍA

Por medio del tipo de estudio exploratorio, se identificó estrategias de difusión de marca similares al Colectivo Grafos y festivales de ilustración independiente, de modo que se pudo analizar cómo pueden ser aplicadas para el posicionamiento en el mercado actual, por otra parte, el enfoque de la investigación es mixto debido al análisis que se realizó a los usuarios sobre sus gustos y preferencias acerca del contenido de publicidad que muestran tanto en redes, como en físico. Para ello, se determina un grupo clave de 8 personas de 18 a 28 años, que se caracterizan por ser estudiantes de carreras tecnológica y profesional afines con el diseño ilustrativo y las artes, ubicadas específicamente en la Corporación Unificada Nacional CUN Regional Tolima.

Para el desarrollo metodológico se tuvo en cuenta un instrumento de investigación de tipo interactivo con el uso de una imagen diseñada a manera de publicidad para red social y punto físico, del grupo de alianza Colectivo Grafos creado específicamente para la investigación. La interacción ocurre de una pregunta o desafío para la red social y el punto físico donde los clientes invitados a conocer dichos productos respondan acorde a sus gustos y motivaciones, en este caso serán las variables para analizar más adelante los resultados.

Todo lo anterior, se hace posible a través de 3 fases:

Fase 1: Se implementó la herramienta Benchmarking (Gasca y Saragoza, 2014) para identificar las marcas relacionadas con el tema que se propone del Colectivo Grafos, para dicho propósito se seleccionan el top 3 proyectos similares caracterizados por: Productos relacionados con el enfoque ilustrativo, espacios culturales de emprendimiento, publicidad para ventas en puntos físicos, tipo de contenidos publicados, lo cual implicó hacer el uso de la herramienta búsqueda en medios, proveniente de los mismos referentes mencionados.

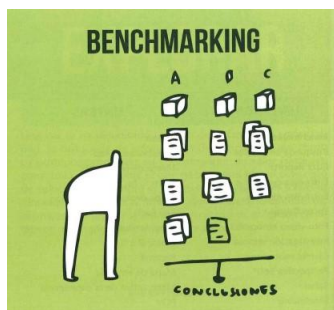


Fig. 1. Gasca, J, Zaragoza R. (2014) Gráfica correspondiente al Benchmarking.

Fase 2: Se elaboró la herramienta DAFO para obtener un análisis del cliente potencial del Colectivo Grafos, dando aporte a un diagnóstico de industria que obtiene un análisis del estado y la salud del campo de los diseñadores enfocados en la ilustración en tiempo presente.



Fig. 2. Gasca, J, Zaragoza R. (2014) Gráfica correspondiente a la herramienta DAFO.

Fase 3: Finalmente se procedió con el mapa de empatía y su punto de enfoque que son las cuatro preguntas, estas fueron una ficha clave para entender a fondo al individuo más a detalle, una manera de conocer su parte emocional, como complemento se tuvo en cuenta la herramienta de encuesta, un estudio de situación estratégica del proyecto, entrando a analizar las características internas y situaciones externas de las microempresas.



Fig. 3. Gasca, J, Zaragoza R. (2014) Gráfica correspondiente al Mapa de Empatía.

4. RESULTADOS

Espacios creativos que promueven el arte en Ibagué

Los artistas, diseñadores gráficos e ilustradores locales se encargan de promover un espacio creativo, cultural y artístico en Ibagué para la construcción colectiva social. Por medio de talleres, ferias, actividades y demás, en las que se integren no solo jóvenes involucrados en el área sino para todos aquellos que quieren participar, personas del común.

Brindar esa oportunidad para impulsar no solo el talento, sino también el auto descubrimiento de talento al probar nuevas actividades que se salen de la zona de confort, donde se evidencia la experiencia al resolver un problema, por eso, no solo se busca posicionar la marca del colectivo grafos, sino también el reconocimiento para llevar a cabo los eventos que se planifiquen y destaquen a nivel regional para luego ir a los municipios, pueblos, ciudades y veredas donde no cuenten con los recursos necesarios y reciban los conocimientos y herramientas para poder a llevar a cabo sus emprendimientos. Como Diseñadores Gráficos se tiene no solo el rol de crear y hacer, sino también, desde el perfil profesional dar un valor agregado al enseñar y apoyar a quienes no tienen los medios.

Ibagué es una ciudad llena de talento, ha logrado construir una comunidad artística que sobresale en distintas partes del país. La capital del Tolima cuenta con dos ADN hasta

el momento. La primera es la 'Ciudad Musical' y la segunda, CREASUR, un nuevo espacio para los diferentes agentes artísticos (Economía, 2020). Así como estos espacios que abren las puertas a jóvenes apasionados por el arte, es como se debe generar más lugares de este tipo, facilitando el desplazamiento de un lado a otro, como bien se sabe no todos cuentan con los mismos recursos y sería más sencillo que hubiera un lugar por cada sector, sur y norte.

Como se especifica en la figura 4 y 5, Secretaría de Cultura hace énfasis en un porcentaje de empresas del sector cultural por tipo de organización, ubicando a los artistas de Ibagué, por grupos de edad, en el cual se determina la cantidad poblacional de artistas y los meses del año seccionados por cantidad de actividades artísticas de entretenimiento y recreación.

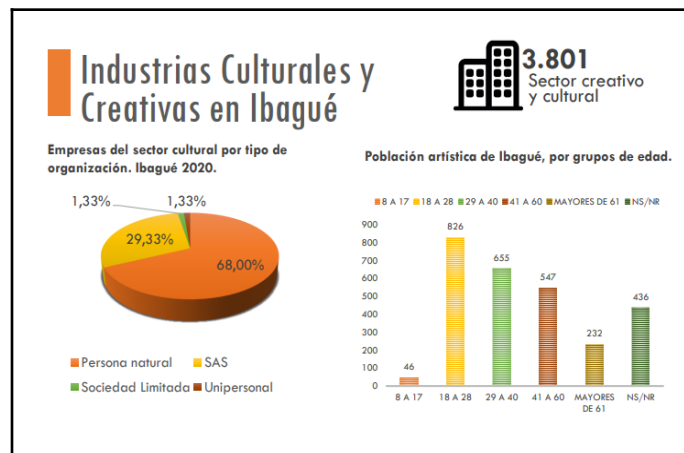


Figura 4. Porcentajes de empresas relacionadas con las Industrias Creativas

Fuente: Cámara de Comercio de Ibagué 2020.

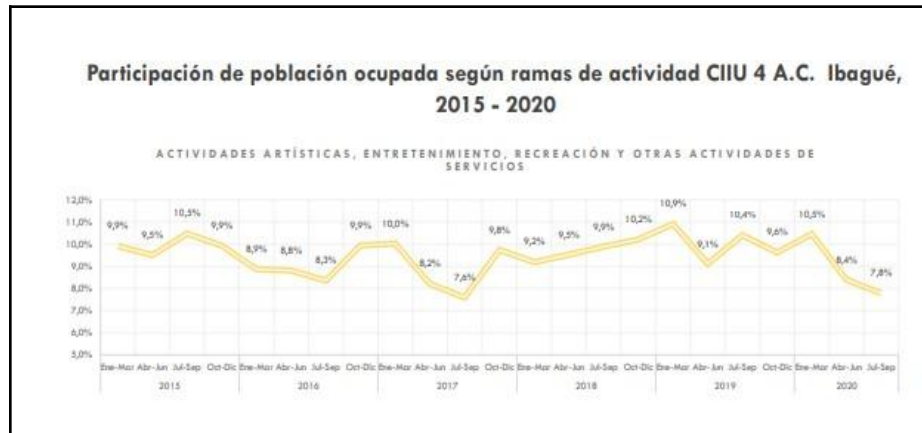


Figura 5. Porcentajes de empresas relacionadas con las Industrias Creativas

Fuente: Cámara de Comercio de Ibagué 2020.

De acuerdo a la metodología planteada en esta investigación la primera fase se trabajó la herramienta del Benchmarking como elemento principal para el grupo objetivo seleccionado de acuerdo a la competencia actual, se entró a analizar desde varios tipos de marcas creadas a partir del beneficio de la ilustración en aspectos de ilustraciones digitales y portarretratos personalizados, posteriormente se encontró lo siguiente:

Marca	Enfoque	Publicidad para ventas	Tipo de contenido publicitario
@_Sastoke	Ilustración Digital		
@art.peaks	Ilustración Digital	<p>Ilustraciones digitales</p> <p>REGALO perfecto PARA MAMA</p> <p>CONIZACIONES</p> <ul style="list-style-type: none"> \$ 20.000 X 1 persona \$ 40.000 X 2 personas \$ 65.000 X 3 personas \$ 80.000 X 4 personas \$ 100.000 X 5 personas <p>La impresión y el envío se cuentan por aparte.</p> <p>Impresión: \$10.000 • \$15.000</p> <p>Envío: \$10.000 • \$20.000</p>	
@mariamilart	Ilustración Digital	<p>¡VENIR GRATIS!</p> <p>Curso Básico de PROCREATI</p> <p>¡VENIR GRATIS!</p> <p>Curso Básico de PROCREATI</p> <p>¡VENIR GRATIS!</p> <p>Curso Básico de PROCREATI</p>	

Figura 8. Benchmarking

Fuente. Creación propia

La segunda fase estuvo conformada por dos elementos importantes, el mapa de empatía como herramienta principal para el grupo objetivo seleccionado, se tomó referencia de las fortalezas, debilidades, oportunidades y competencias que hay en la actualmente en el medio ilustrativo, con base a lo anterior se encontró:

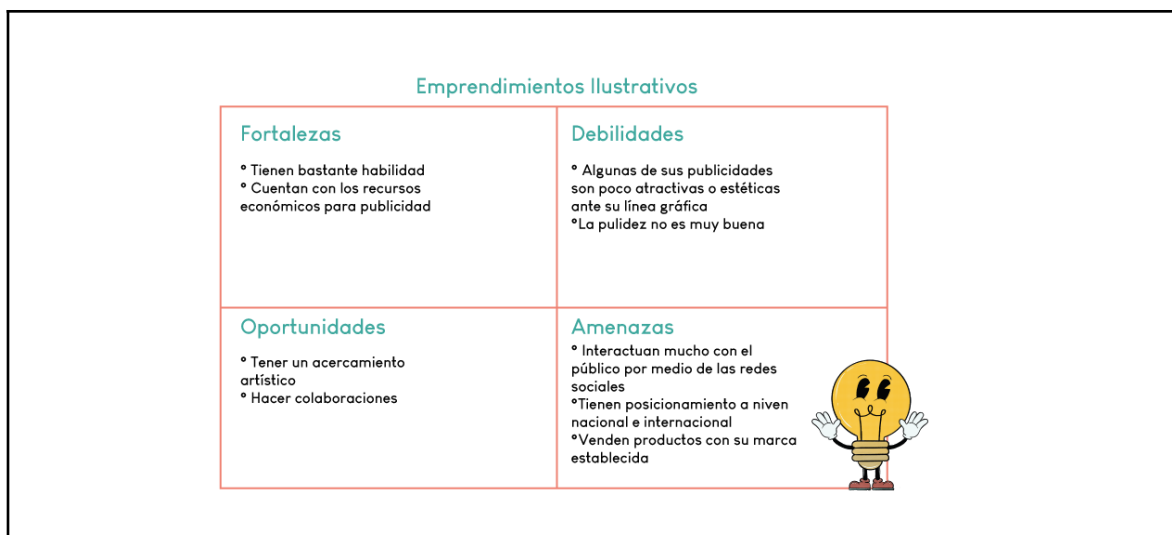


Figura 9. Análisis Dofa

Fuente. Creación propia

La tercera fase, la última y no menos importante, el cierre estuvo conformado por dos elementos importantes, el mapa de empatía como herramienta principal para el grupo objetivo seleccionado, de acuerdo a lo anterior se encontró lo siguiente:

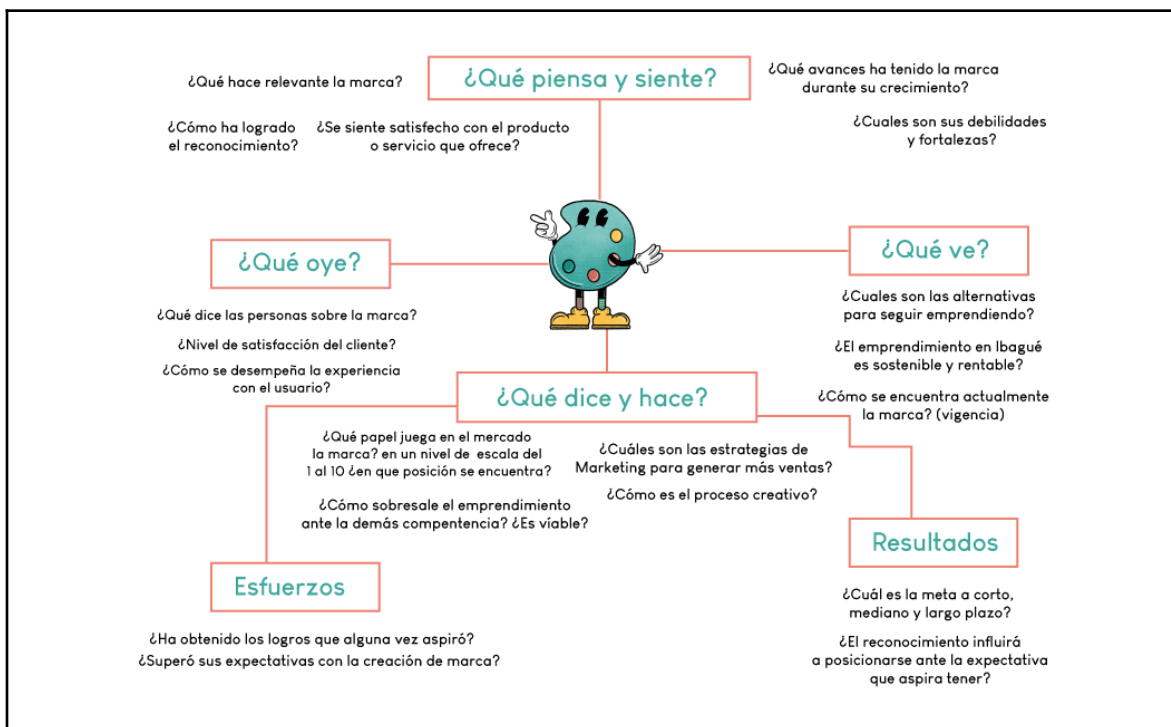


Figura 10. Mapa de empatía

Fuente. Creación propia.

La encuesta, como complemento al desarrollo metodológico realizado anteriormente, de acuerdo a las preguntas que se anunciaron en el presente documento se encontró lo siguiente.

Encuesta

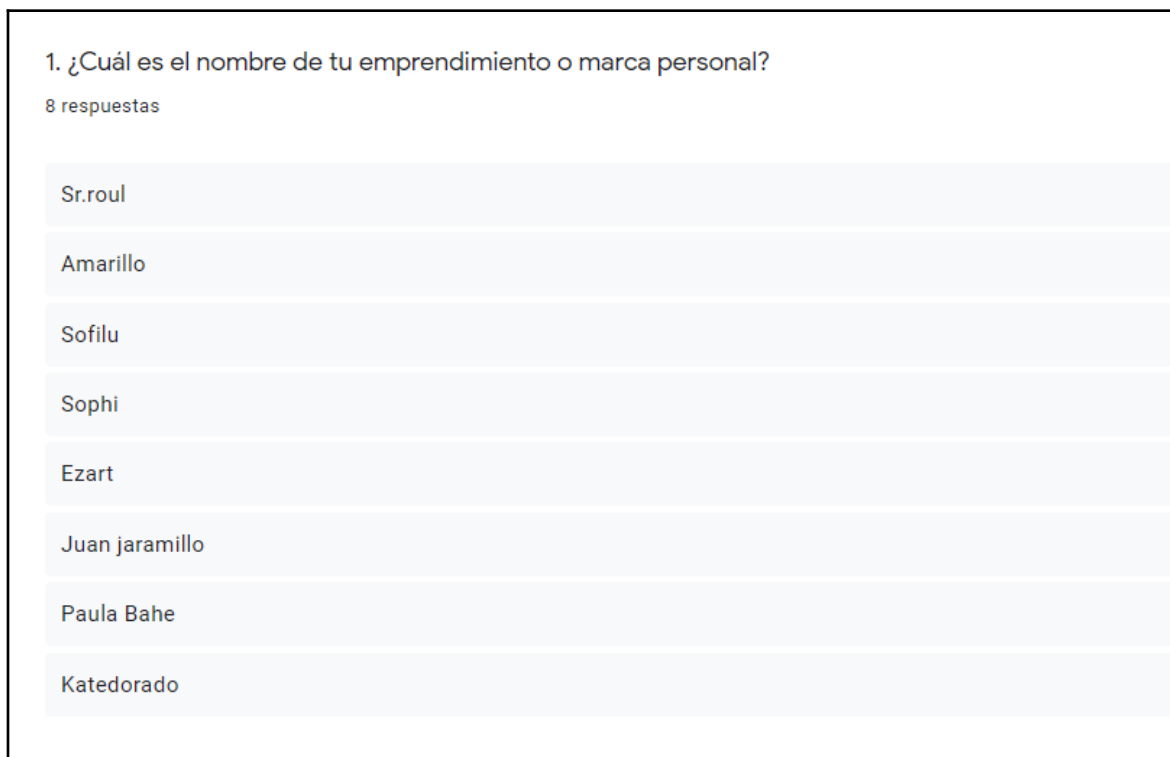


Fig. 11. Autor. *Diagrama correspondiente a ¿Cuál es el nombre de tu emprendimiento o marca personal?*

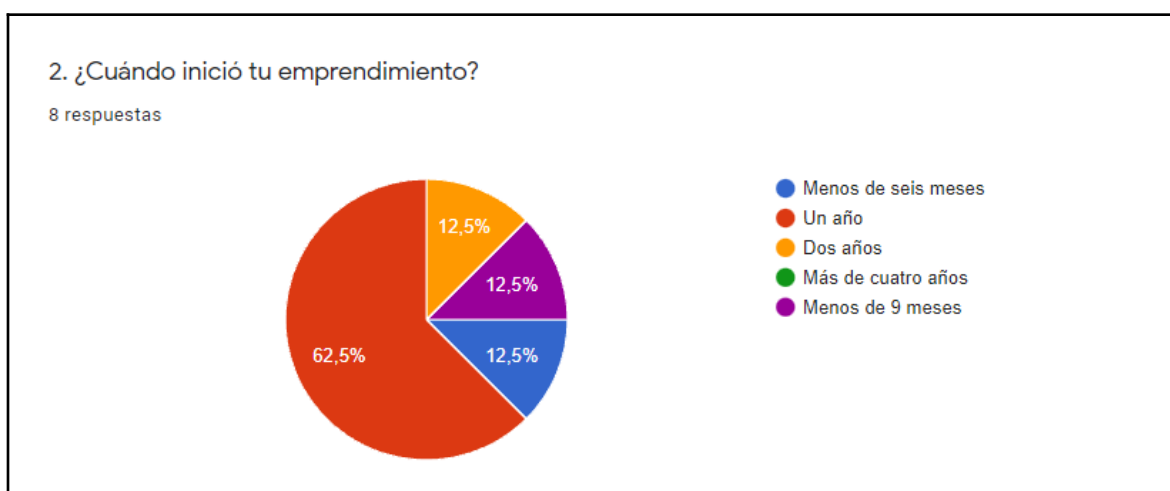


Fig. 12. Autor. *Diagrama correspondiente a ¿Cuándo inició tu emprendimiento?*

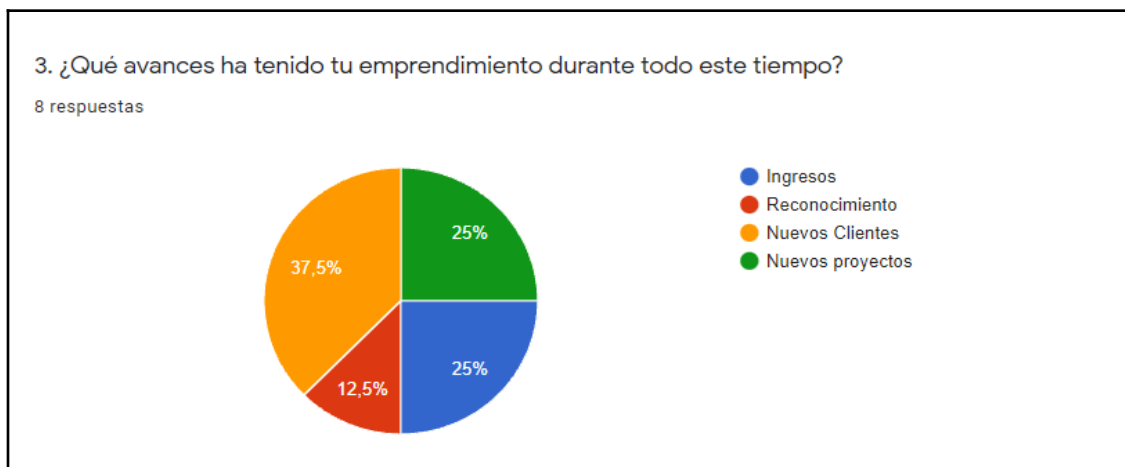


Fig. 13. Autor. *Diagrama correspondiente a ¿Qué avances ha tenido tu emprendimiento durante todo este tiempo?*

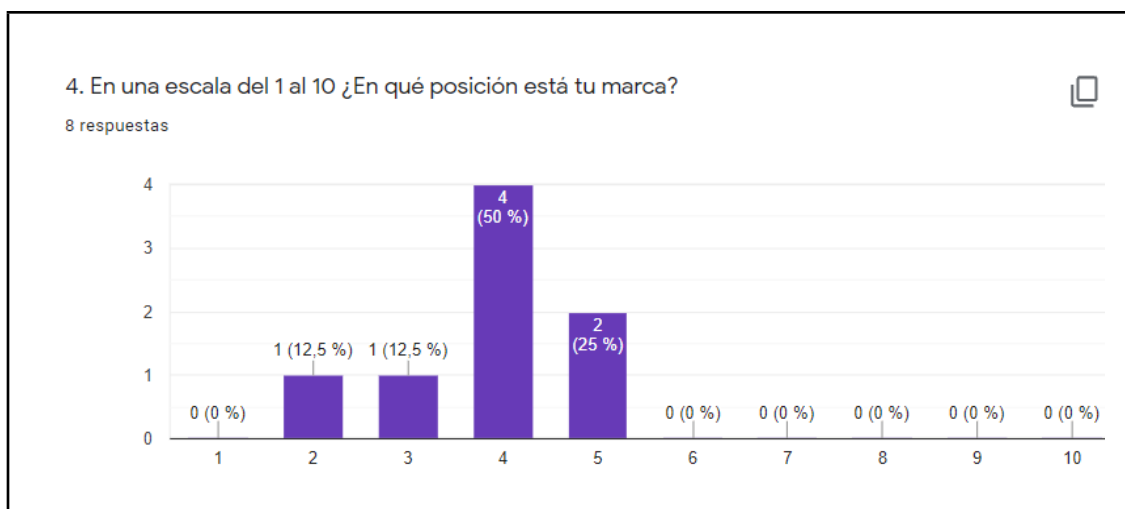


Fig. 14. Autor. *Diagrama correspondiente a En una escala del 1 al 10 ¿En qué posición está tu marca?*

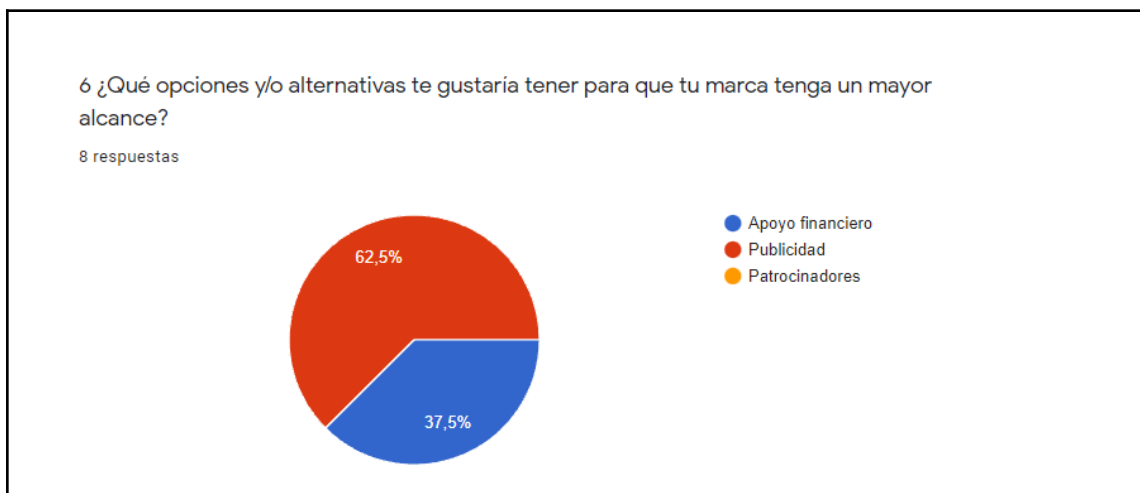


Fig. 15. Autor. *Diagrama correspondiente a ¿Qué opciones o alternativas te gustaría tener para que tu marca tenga un mayor alcance?*

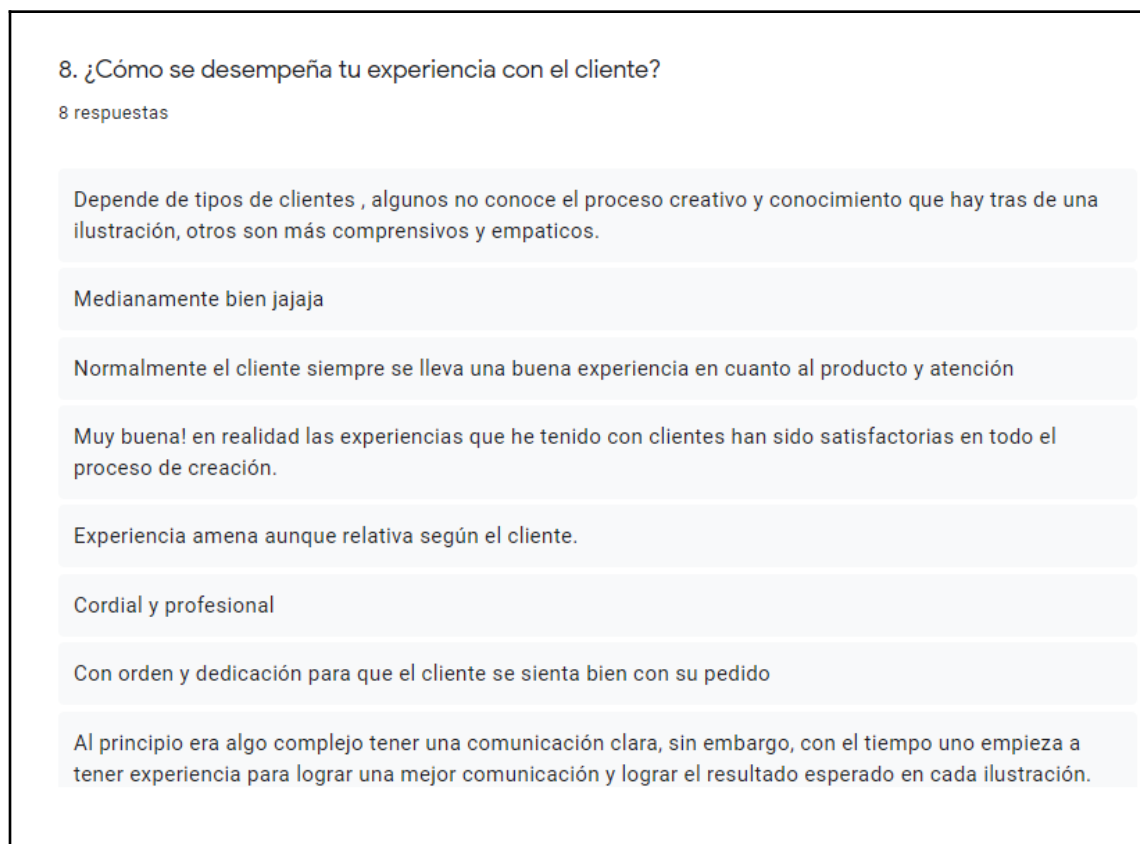


Fig.16. Autor. *Diagrama correspondiente a ¿Cómo se desempeña tu experiencia con el cliente?*

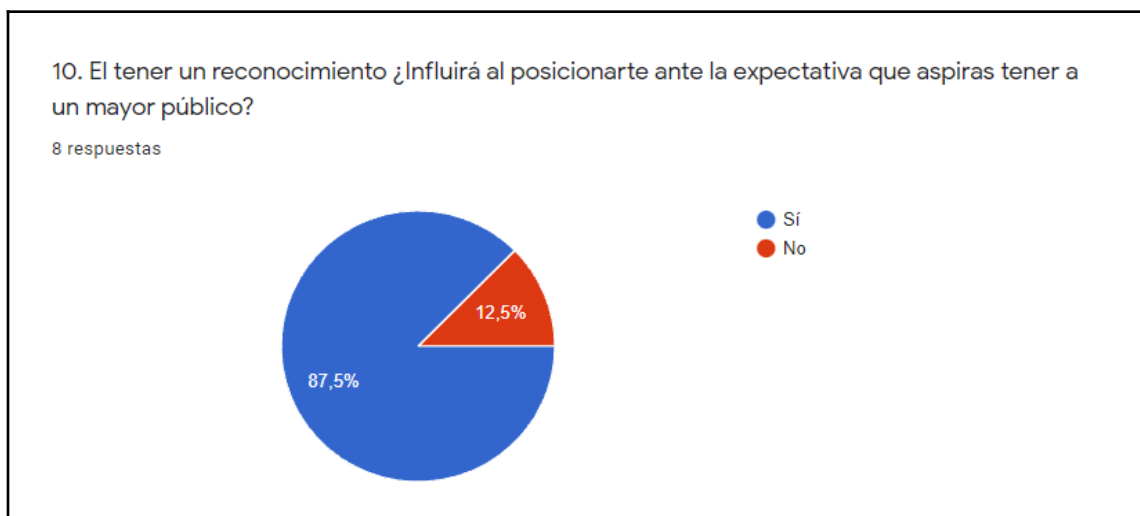


Fig. 17. Autor. *Diagrama correspondiente a El tener un reconocimiento ¿Influirá al posicionarse ante la expectativa que aspiras tener a un mayor público?*

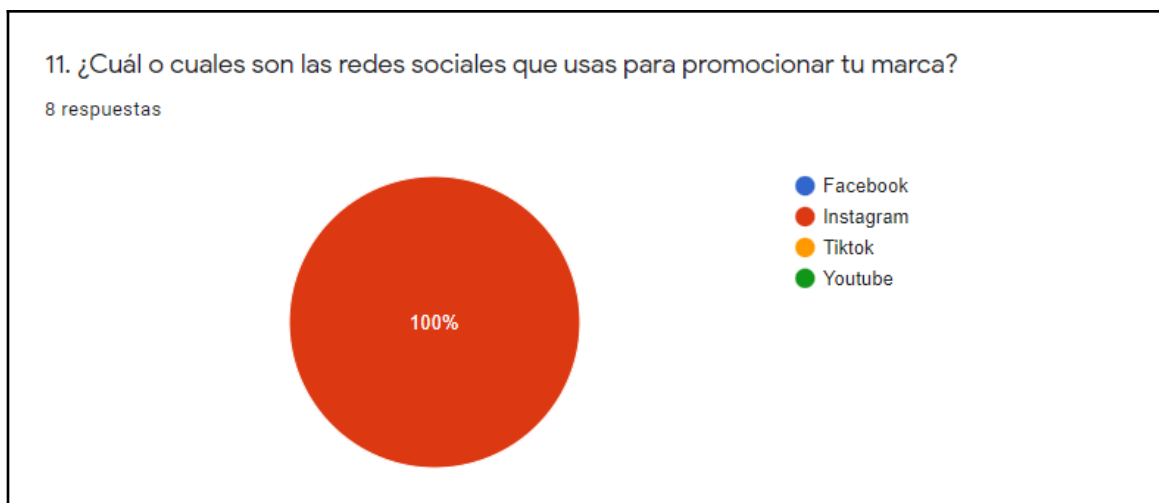


Fig.18. Autor. *Diagrama correspondiente a ¿Cuál o cuáles son las redes sociales que usas para promocionar tu marca?*

5. DISCUSIÓN

Según la primera pregunta expone, sobre el seudónimo de los ilustradores, la marca viene de allí o de una palabra que para ellos significa algo en el contexto de ese mercado en el que se desenvuelven, esto mismo sucede en otras áreas disciplinares del arte tales como: Diseño de Moda e incluso hasta Comunicación social, se ha notado especialmente en los últimos años que esta es una gran táctica para generar posicionamiento en el mercado. Como menciona Josué (2019) es algo más arraigado a la marca personal de una empresa o incluso el de la tarjeta de identificación.

Posteriormente, se evidencia en la segunda pregunta que en los últimos años es donde más ha surgido la idea de crear emprendimientos en el área de la ilustración, siendo una de las ramas más destacadas en el Diseño Gráfico y en otros ámbitos del arte. Tal y como lo afirma Ariel (2020), la ilustración es aquel movimiento intelectual que inspira grandes y profundos cambios tanto en lo cultural como en lo social.

Seguidamente, la pregunta tres abarca el resultado del poder de la perseverancia y la constancia unida, poco a poco se logra ver el resultado del trabajo realizado durante años. Así mismo expone Villalba (2021) solo aquel emprendedor que sabe renunciar a las satisfacciones inmediatas a cambio de otras más sustanciales a largo plazo, logrará el éxito.

Luego de esto nos encontramos con la pregunta cuatro y seis que tienen que ver con el posicionamiento de la marca, con base en esto se deduce que el mejor método para atraer clientes es por medio de la publicidad, gracias a esto es que se ha logrado posicionar varias marcas enfocadas en la ilustración en un mercado mayor. Como mencionan Pedreschi y Nieto (2020) una de las tareas principales de la publicidad es lograr llegar a un número mayor en clientes que influyan en la actitud y comportamiento a la hora de realizar una compra, posterior a esto, lograr que las empresas tengan un debido lenguaje en marketing para lograr el éxito.

Siguiendo la línea, se evidencia en la pregunta siete y ocho la experiencia del cliente y cómo esta influye en la aspiración para tener un mayor público, si bien se sabe que una de las otras cosas que más influye en el crecimiento de un negocio es la atención que se brinda, esta es la base de la publicidad, por medio del voz a voz. Así expone Piacquadio (2021) la experiencia del cliente es algo que implica generar acciones efectivas que resuelvan un problema o necesidad, marcando la diferencia.

Por último, en la novena pregunta la totalidad de los encuestados escogió Instagram como sitio web para promocionar la marca, siendo esta una alternativa viable para los emprendimientos que todavía no tienen experiencia y una base monetaria para crear un punto físico. Igualmente como se menciona en el artículo de la revista Semana (2020) mensualmente Instagram registra más de 1.000 millones de usuarios, siendo una red social en un espacio potencial para los emprendedores.

6. CONCLUSIONES

Para concluir esta investigación, en la alianza estratégica de emprendimientos enfocados en la ilustración ha sido una clave fundamental para concretar ideas que impulsen el negocio de varios emprendimientos locales, siendo la efusividad y el ingenio de cada artista una herramienta secreta para aprender nuevas estrategias hacia el futuro de su negocio por medio de su talento, la fuente de inspiración para crear gran variedad de piezas visuales que promocionen cada producto, ya sea para sitios web o puntos físicos, además de ello el famoso voz a voz para generar reconocimiento en la sociedad y de esta manera creando un gran impacto hasta lograr posicionamiento en las altas industrias artísticas.

Ahora que se entiende la magnitud que ha alcanzado la ilustración en los emprendimientos de la ciudad de Ibagué, el trabajo del diseñador a través de cada producto, las formas en las que se puede buscar estrategias para levantar un emprendimiento y el sueño de nuevos artistas que buscan trabajar cada día con la intención de generar un mayor reconocimiento para sus marcas.

Es un proyecto que tiene gran peso y pasa hoja hacia un futuro real, por lo tanto, se plantea postular el colectivo grafos a las convocatorias del Portafolio de Estímulos para recibir el apoyo y los recursos suficientes para generar talleres colectivos que den aporte al diseño de cada producto que se vaya a crear, medios promocionales que difundan a los artistas, piezas visuales tanto para sitios web como para el punto físico, por último y no menos importante es continuar con la ejecución de las ediciones del Festival Grafías Alternativas semestralmente como lugar de apoyo para reuniones, talleres, exposiciones, ponencias retroalimentativas y bazares, el factor clave para dar a conocer el evento fue la red social en Instagram donde se llevo a cabo la estrategia de difusión, la campaña de expectativa sobre el evento vinculando poco a poco otras marcas que fueron soporte para complementar el evento, artistas invitados como: Lúa Fernanda Ackermann como Diseñadora Gráfica e Ilustradora con su charla de Diseño de Personajes, Oscar Ballesteros, estratega, comunicador y consultor político exponiendo las herramientas claves para el Marketing Digital, Tomás Álvarez como artista musical y Juan Diego Ballesteros como DJ de entretenimiento, se realizaron 4 vídeos reels invitando a participar al evento que se realizó el miércoles 10 de mayo en las instalaciones de la Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN Regional Tolima en su programación a partir de las 9:00 A.M. hasta las 9:00 P.M como piezas publicitarias para su propagación, días antes de la fecha estimada se realizó la expectativa del evento a través de invitaciones hacia los docentes de la institución, se colgaron en diversas partes de la universidad los afiches oficiales del evento y se mantuvo una comunicación asertiva en cuanto a la programación del evento.



Figura 19. Fotografía 10 de Mayo de 2023

Fuente. Colectivo Grafos

REFERENCIAS

Andrade, P (2020). *La ilustración en el diseño gráfico*. Revistate. [Infografía].
<https://revistateoriadelarte.uchile.cl/index.php/AUCA/article/view/59709/63155>

Ariel, J (2020). *Iniciativa: de la ilustración al emprendimiento*. Hermandad Blanca [Blog].
<https://hermandadblanca.org/iniciativa-de-la-ilustracion-al-emprendimiento/>

Barber, F. (2016, Noviembre 09). *Ilustración en el Diseño Gráfico ¿En qué consiste?*. Coco [Blog].
<https://www.cocoschool.com/ilustracion-en-el-diseno-grafico/>

Cámara de Comercio (2020). *Agenda Creativa*. Artesanías de Colombia [Revista Informativa].
https://artesaniasdecolombia.com.co/Documentos/Contenido/37578_agenda_creativa_ibague%CC%81_tolima.pdf

Cabrera, A (2020). *¿Qué es el emprendimiento?*. Actenis [Blog].
<https://www.atecnis.com/que-es-el-emprendimiento/>

Delgado, L. (2010, Febrero 12). *La ilustración actual. Su importancia y aplicación*. Mundo Negociable [Web log post].
<http://mundonegociable.blogspot.com/2010/02/12-la-ilustracion-actual-su-importancia.html>

El Olfato (2021). *901 Lab. Un espacio creativo que promueve la cultura y el arte en Ibagué*. Olfato [Artículo].
<https://www.elolfato.com/ibague/901-lab-un-espacio-creativo-que-promueve-la-cultura-y-el-arte-en-ibague>

Gaitán, I. (2021, Junio 01). *Emprendimiento en Colombia: Inicio de una nueva era*. Dinero [Web].

<https://www.msn.com/es-co/dinero/noticias/emprendimiento-en-colombia-inicio-de-una-nueva-era/ar-BB1cw90m>

Josué (2019). *El seudónimo ¿Qué es? ¿Quiénes lo utilizan?*. Vive Libro [Blog].
<https://www.vivelibro.com/blog/2019/05/21/seudonimo-escritor-que-quien/>

Klinger, C (2009). *Qué es Emprendimiento*. Emprende mi estrategia [Blog].
<https://emprendemiestrategia.wordpress.com/2009/03/13/que-es-emprendimiento/>

Ochoa, Jorge (2010). *Influencia de los movimientos artísticos en el diseño gráfico colombiano*. Scholar [Artículo].
https://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:70a5SOIFrZoJ:scholar.google.com/+dise%C3%B1o+gr%C3%A1fico+colombiano&hl=es&as_sdt=0,5

Pedreschi, R. Nieto, O (2020). *Influencia de la publicidad en el comportamiento de compra de los estudiantes de mercadeo de la Extensión Universitaria de Aguadulce*. Portal [Artículo].
<http://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/212/2121146005/html/index.html>

Piacquadio, A (2021) *El sector financiero debe mejorar la experiencias de los clientes*. Impacto [Blog].
<https://impactotic.co/el-sector-financiero-debe-mejorar-la-experiencias-de-los-clientes/>

Quintana, C. (2021, Julio 30). *Qué es Benchmarking: definición, tipos y ejemplos de benchmarks*. Oberlo [Blog].
<https://www.oberlo.com.mx/blog/que-es-benchmarking>

Romero, R. (2009). Taller de Ilustración avanzada.

<https://es.calameo.com/books/004874601fe92a6db07e>

Sánchez, J (2016). *¿Por qué fracasan los negocios en Colombia?*. Semana [Artículo].

<https://www.semana.com/opinion/columnistas/articulo/por-que-fracasan-los-negocios-en-colombia-por-juliana-sanchez-trujillo/225132/>

Toral, E. Ochoa R. (2013). *Diseño e ilustración: diseño editorial de un producto que documente la información de los ilustradores locales*. Dspace [Artículo].

<http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/2627>

Villalba, R (2021). *Perseverancia y constancia a la hora de emprender*. Asepyme [Blog].

<https://asepyme.com/perseverancia-y-constancia-conseguir-objetivos/>

Nivel: Técnico ___ Tecnólogo ___ Profesional

Escuela: ECBA Programa: **DISEÑO GRÁFICO**

En la ciudad de: IBAGUÉ del día 26 del mes MAYO del año 2023 se llevó acabo la sustentación de la Opción de grado titulado como:

COLECTIVO GRAFOS. LA LABOR DE ILUSTRAR EN IBAGUÉ

Presidida por los jurados:

CARVAJAL ROJAS DIANA CATALINA	C.C. No. 1.110.455.017
Apellidos y nombre (Jurado 1)	
CUELLAR GARGÍA RAUL EDUARDO	C.C. No. 1.110.497.244
Apellidos y nombre (Jurado 2)	
ORTIZ GORDILLO ANDRÉS FELIPE	C.C. No. 79.729.653
Apellidos y nombre (Jurado 3)	

Los cuales, autorizados para el efecto por el reglamento de opciones de grado valoran el trabajo de grado de los estudiantes:

Yuli Alexandra Gualteros Chala C.C. No. 1.007.831.757

Una vez presentada la sustentación los jurados calificadores se reunieron para deliberar y adoptar la siguiente decisión:

Concepto: APROBADO

Nota en letras TRES NUEVE Nota en números 3.9

El contenido de esta acta se lee en presencia de los estudiantes y jurado calificador.



Firma jurado 1



Firma jurado 2



Firma jurado 3

ELABORÓ: líder de registro y control	REVISÓ: Coordinadora Académica de emprendimiento	APROBÓ: Vicerrector Académico
FECHA: 09-03-2016	FECHA: 09-03-2016	FECHA: 09-02-2016



Firma director Escuela y/o quien haga sus veces

CONTROL DE CAMBIOS		
FECHA	VERSIÓN	DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO