

COART: Colectivo Artístico desde las alianzas estratégicas de emprendimientos enfocados en ilustración¹.

Autores: Yuli Alexandra Gualteros Chala², Mayerly Zambrano Rodríguez³

Resumen

El presente trabajo de investigación, expone el emprendimiento de dos diseñadoras aliadas con fines estratégicos de generar posicionamiento de sus marcas y las de otros emprendedores de la ciudad de Ibagué, enfocados en la creación de productos a partir de la ilustración. Por lo anterior, se propone crear espacios creativos, alianzas y pautas publicitarias para sitios web y puntos físicos, con la intención de generar reconocimiento del talento local. Para ello, se trabajó una metodología basada en el estudio exploratorio con un enfoque mixto centrado en jóvenes de la ciudad de Ibagué, caracterizados por ser emprendedores, afines con el diseño ilustrativo y las artes. 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 en páginas web.

Palabras Clave

Alianzas estratégicas, talento local, emprendedores, diseño ilustrativo, comunidad.

Abstract

This research work presents the description and analysis of entrepreneurship as a social function and art as freedom of expression to address the problem of the lack of

¹Estudiante de Sexto semestre de Diseño Gráfico, Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN Regional Tolima. Correo: yuli.gualteros@cun.edu.co

²Estudiante de Sexto semestre de Diseño Gráfico, Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN Regional Tolima. Correo: yuli.gualteros@cun.edu.co

³ Estudiante de Sexto semestre de Diseño Gráfico, Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN Regional Tolima. Correo: mayerly.zambrano@cun.edu.co

interaction scenarios between social actors. In view of the above, it is proposed to create a three-dimensional space in an interactive environment in which artistic expression can be generated. For this purpose, a methodology based on a descriptive study with a quantitative approach focused on young people in the city of Ibagué characterized by being entrepreneurs and related to the arts related to design was used. In this way, innovation tools such as empathy maps, the creation of the archetype of the target audience and convergence maps were used to relate the different sciences involved in the project where the interaction factor was found as a fundamental basis for generating alternative spaces for artistic expression and art therapy as a fundamental pillar of society.

Key Words:

Strategic alliances, local talent, entrepreneurs, illustrative design, community.

Introducción

Con el paso de los años el Diseño Gráfico se ha percatado en dar un valor agregado a la necesidad de difundir perfiles nuevos de grandes artistas con emprendimientos personales, 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 no solo por su marca e identidad corporativa sino también por ellos mismos, su perfil como emprendedor, propagando su servicio, 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 publicidad, muchas personas no han obtenido este tipo de información, puesto que el comunicado se dispersa y en ocasiones las personas pasan por alto los flyers o las tarjetas de presentación que en su debido momento se regalan.

Dicho lo anterior, esto conduce a la pregunta de investigación ¿Cómo a través del Diseño Gráfico se puede promocionar y llegar a un posicionamiento de la alianza de dos emprendimientos ilustrativos de la ciudad de Ibagué? Es así como el objetivo general vincula

y crea un impacto a través del diseño, potenciando ambas marcas por medio de una identidad corporativa, que reúne y promueve ideas estratégicas comunicativas y publicitarias para propagar los productos.

Así mismo se determinó la competencia demandada en la ciudad de Ibagué, identificando los factores que impulsan los emprendimientos, como sus pros y contras como fuente de ingreso, concretando la producción de piezas publicitarias, editoriales, ilustrativas y modelado en 3D donde se evidencie los productos o servicios ofertados.

Metodología

Por medio del tipo de estudio exploratorio, se identificó estrategias de difusión de marca similares a la de Eos y Pulso Creativo, 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 tecnológicas afines con el diseño ilustrativo y las artes, ubicadas específicamente en la Corporación Unificada Nacional CUN.

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 Artístico 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 Artístico, para dicho propósito se seleccionan el top 6 marcas caracterizadas por: Productos relacionados con el enfoque ilustrativo, 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.

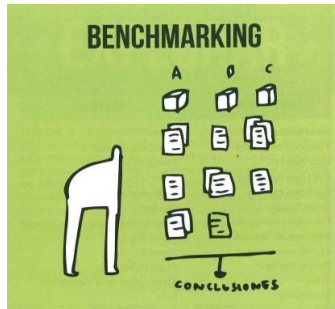


Fig. 1. Gasca, J, Zaragoza R. (2014) Gráfica correspondiente al Benchmarking.

Fase 2: Se elaboró la herramienta DAFO para obtener un análisis del cliente potencial del colectivo artístico, 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.

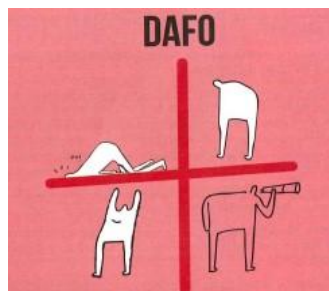


Fig. 2. Gasca, J, Zaragoza R. (2014) Gráfica correspondiente a la herramienta DAFO.

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.*

Cuerpo Teórico

Emprendimiento 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 bajo 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.

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 que terminarán en fracaso.

La falta de constancia se puede determinar como uno de los factores principales para la caída de 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, se debe tener en cuenta las fortalezas y debilidades del negocio para plantear objetivos y lograr llegar a ellos en un tiempo adecuado.

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.

El rol de la ilustración

La ilustración desempeña un papel importante, a través de imágenes visuales amplía, aclara y complementa el mensaje tipográfico al cual acompaña. Es decir, comunica el mensaje que se quiere transmitir visualmente. En el campo ilustrativo el/ la ilustrador (a) debe tener en cuenta ciertos factores presentes a la hora de ilustrar:

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 observación es relevante y clave para comprender nuestro entorno y realidad.

La memoria es el segundo paso, 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 tercer paso, es 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 maña racos, 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, amoldándose 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 solo 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 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.

Espacios creativos que promueven el arte en Ibagué

Muchos 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.

Ibagué 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, Secretaria 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.

A partir de la figura 5, se determina una de las competencias fuertes en la creación de lámparas personalizadas, aunque esta está radicada en la ciudad de Bogotá tiene un gran impacto en este medio de emprendimiento, está hace más de un año y medio en el mercado, por lo tanto, su público es bastante amplio y fiel a su marca. En la figura 6, se evidencia uno de los artistas fuertes en el mercado de la ilustración de retratos en Ibagué, siendo una competencia clave, que aunque no esté dedicado específicamente a la cuestión del emprendimiento tiene gran público que sigue su camino.

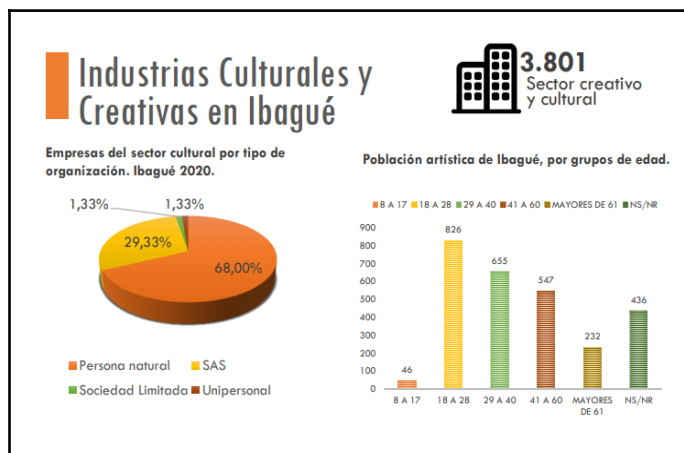


Figura 4. Porcentajes de empresas relacionadas con las Industrias Creativas

Fuente: Cámara de Comercio de Ibagué 2020.



Figura 5. *Porcentajes de empresas relacionadas con las Industrias Creativas*

Fuente: Cámara de Comercio de Ibagué 2020.



Figura 6. *Lámparas personalizadas marca Brillon*

Fuente. Instagram: @brillon.co.



Figura 7. Ilustraciones, retratos personalizadas

Fuente. Instagram: @itsjaramillo.

Resultados

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 lámparas y portarretratos personalizados, posteriormente se encontró lo siguiente:











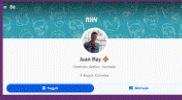



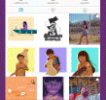


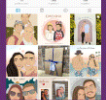
Marcas	Enfoque	Productos relacionados	Publicidad para ventas	Tipo de cont. publicado
Brillón	Ilustrativo, líneal.			
Iluminaciones Yéluz	Ilustrativo, líneal.			
Luciernaga 3D	Ilustrativo, líneal.			
Its Jaramillo	Ilustrativo, color.			
Paula Bahe	Ilustrativo, color.			
Sofilu	Ilustrativo, color.			

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:

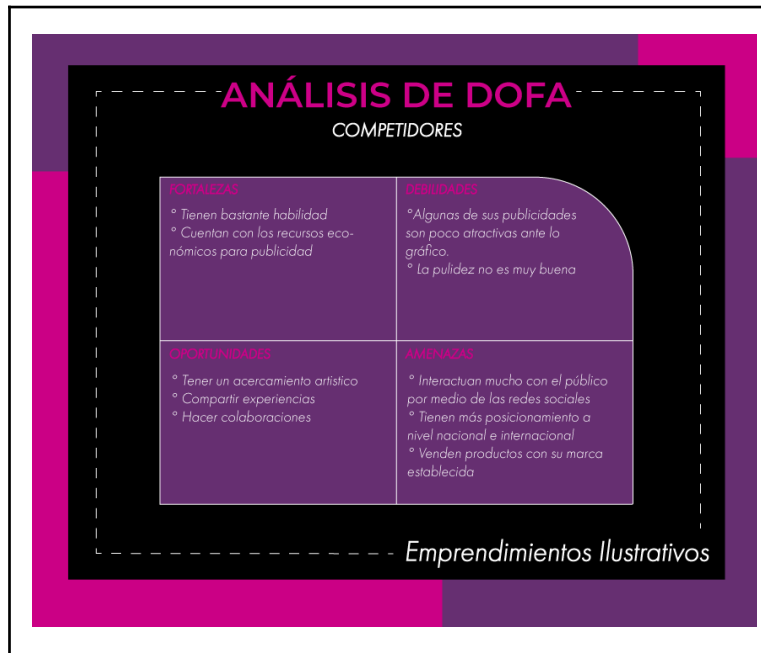


Figura 9. Análisis Dofa

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:

Mapa de empatía

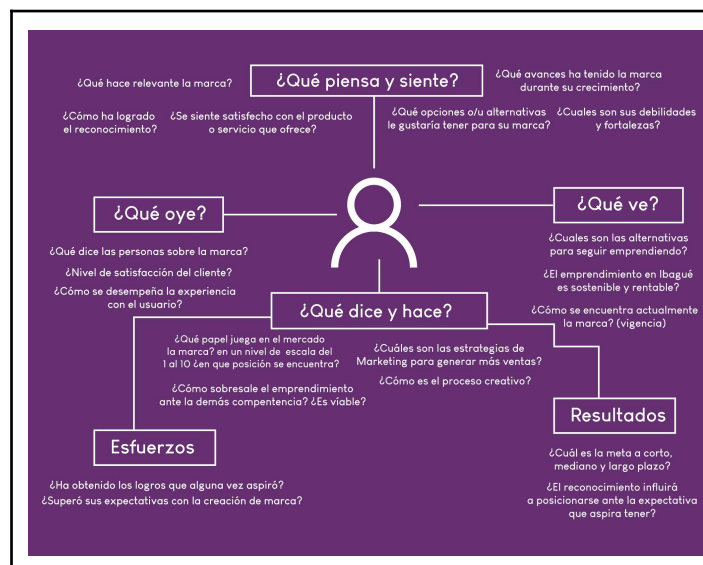


Figura 10. Mapa de empatía

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

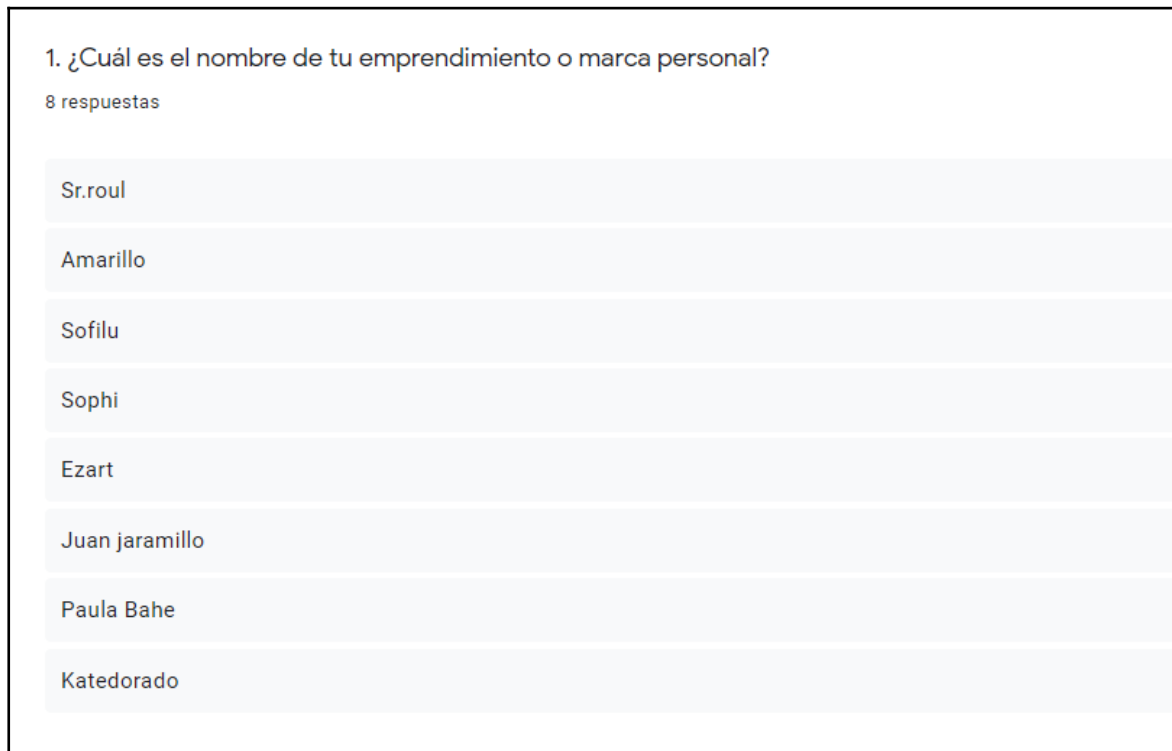


Fig. 11. Autor. *Diagrama correspondiente a ¿Cuál es el nombre de tu emprendimiento o marca personal?*

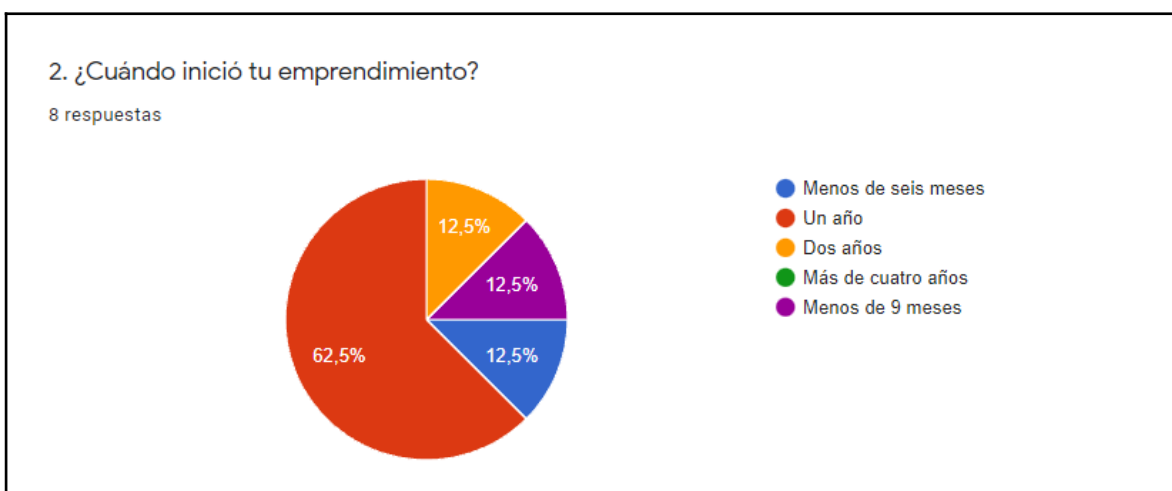


Fig. 12. Autor. *Diagrama correspondiente a ¿Cuándo inició tu emprendimiento?*

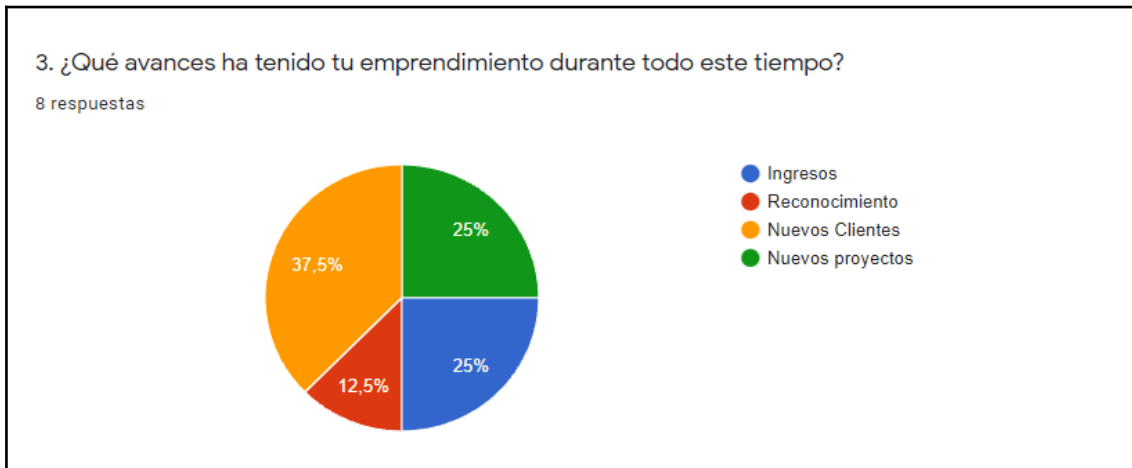


Fig. 13. Autor. *Diagrama correspondiente a ¿Qué avances ha tenido tu emprendimiento durante todo este tiempo?*

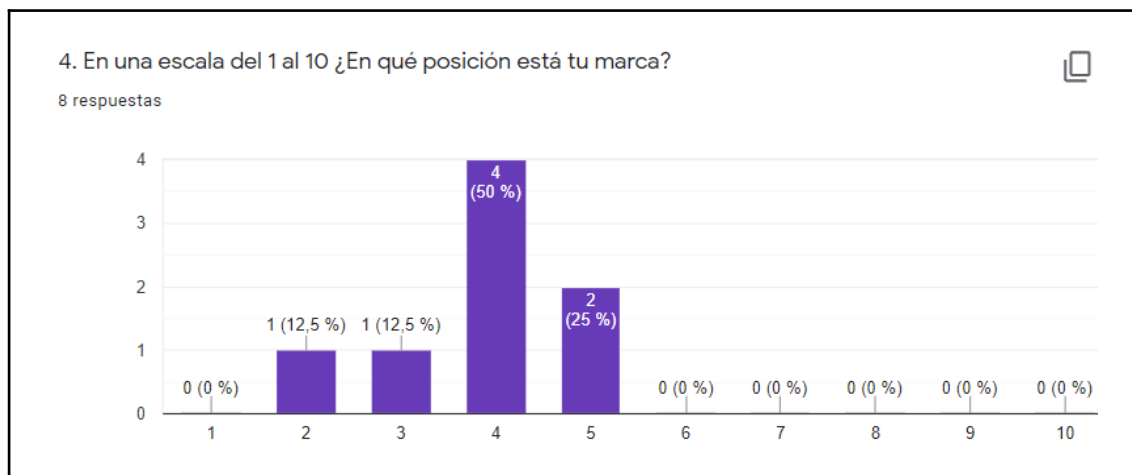


Fig. 14. Autor. *Diagrama correspondiente a En una escala del 1 al 10 ¿En qué posición está tu marca?*



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

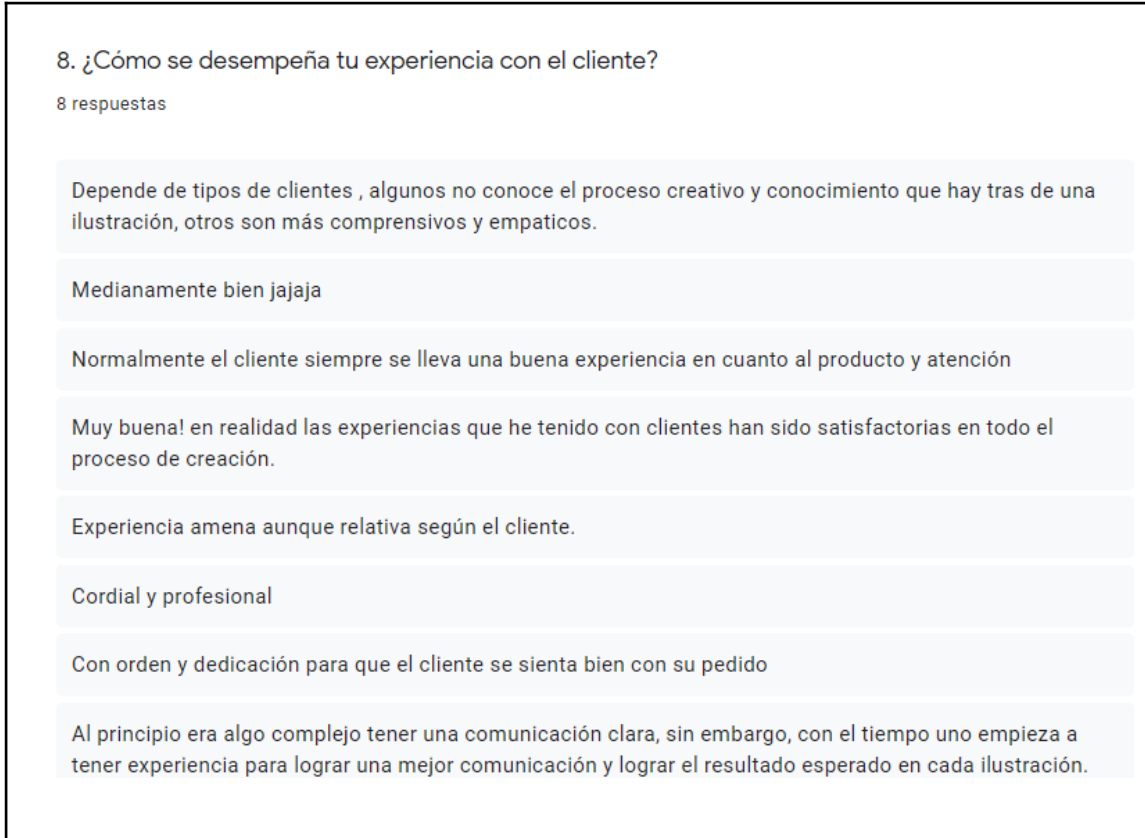


Fig.16. Autor. *Diagrama correspondiente a ¿Cómo se desempeña tu experiencia con el cliente?*

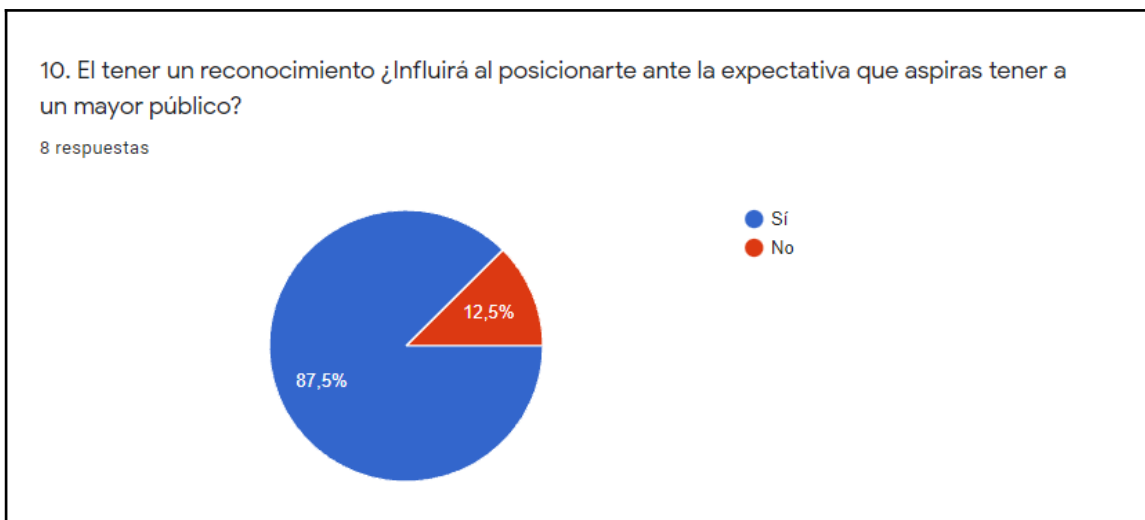


Fig. 17. Autor. *Diagrama correspondiente a El tener un reconocimiento ¿Influirá al posicionarse ante la expectativa que aspiras tener a un mayor público?*

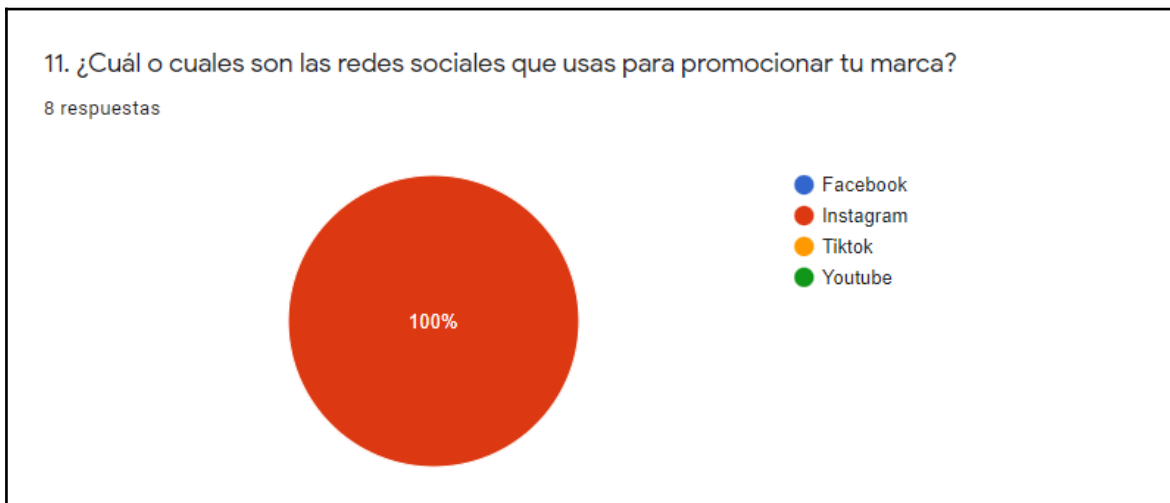


Fig.18. Autor. *Diagrama correspondiente a ¿Cuál o cuáles son las redes sociales que usas para promocionar tu marca?*

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 Diseñado 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 como 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, convierten esta red social en un espacio interesante para emprendedores.

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 dos diseñadoras que buscan trabajar cada día con la intención de generar un mayor reconocimiento para sus marcas y el de demás emprendedores locales.

Se puede decir que es un proyecto que tiene gran peso y pasa hoja hacia un futuro real, por lo tanto, se plantea seguir generando grandes alianzas que permitan 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 crear el stand en físico como lugar de apoyo para reuniones, talleres, exposiciones y bazares, en estos momentos lo que se realizó para plasmar las ideas fue la red social en Instagram donde se irá llevando a cabo el proyecto vinculando poco a poco otras marcas, un video reel donde se muestra el diseño del stand en 3D y un EPUB de todo del trabajo sobre COART.

Lista de 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/>

Brillon (2021). *Lámparas personalizadas*. Instagram [Red Social].
<https://bolta.com.co/brillon/>

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>

Ray, J (2021). *Ilustraciones personalizadas*. Instagram [Red Social].

<https://www.instagram.com/itsjaramillo/>

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/>